

Janusz Włodzimierz Adamowski

Uniwersytet Warszawski

**Daria Zielińska-Pękał (2019). *Poradnictwo
telewizyjne w perspektywie poradotwórczej.*
Zielona Góra: Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu
Zielonogórskiego, ss. 304**

**Jak udanie piszą o poradnictwie telewizyjnym –
widziane okiem mediotwórcy**

Już w pierwszych słowach tego tekstu poczynić wypada zasadniczą dla jego późniejszej treści uwagę: to nie jest recenzja monografii na temat poradnictwa telewizyjnego pisana z perspektywy specjalisty wywodzącego się „z branży” poradotwórczej. Autor tej recenzji jest bowiem politologiem i mediotwórcą, i z tychże właśnie pozycji poddał recenzowaną monografię najpierw uważnej lekturze, a potem prześmyśleniom własnym, które stały się kanwą niniejszej recenzji. Wnikliwa lektura tej monografii stanowiła dla niego bardzo interesujące doświadczenie, albowiem rzecz dotyczy medium szczególnie istotnego, nadal dominującego w sferze komunikacji społecznej, jakim jest telewizja.

Ten nadal bardzo popularny – mimo rosnącego w siłę Internetu oraz bazujących na nim mediów społecznościowych – środek masowego przekazu, będący efektem wielu prac koncepcyjnych i działań praktycznych zapoczątkowanych jeszcze w pierwszej ćwierci XX wieku (a nawet, jak chcą niektórzy historycy mediów – jeszcze w poprzednim stuleciu), prowadzonych konsekwentnie aż do dzisiaj, jest medium ważnym z wielu punktów widzenia. Dla nauk o komunikacji społecznej i mediach stanowi szczególnie istotny przedmiot wielu naukowych dociekań: od strony analizy zawartości programowej, odbioru przekazywanych treści, wpływu na opinię publiczną, obecności na rynku reklamy i wielu jeszcze innych. Dla poradotwórców – jak mi nie mam – ma to medium także znaczenie niebagatelne, o czym bardzo obszernie i kompetentnie pisze, a także czego skutecznie dowodzi w recenzowanej tutaj monografii jej nieznana mi uprzednio Autorka.

Praca ta ma wyraźnie interdyscyplinarny charakter, co nie jest oczywiście w żadnej mierze zarzutem skierowanym pod adresem Pani dr Darii Zielińskiej-Pękał. Wprost przeciwnie, o sile tej monografii stanowi to właśnie, że w sposób nader udany przeplatają się tam i łączą ze sobą rozliczne kwestie z zakresu pedagogiki, psychologii, medioznawstwa, a nawet socjologii, gdyż – jak w wielu innych dziedzinach badań – poradoznawstwo stara się wykorzystywać do swoich celów także narzędzia przynależne innym dyscyplinom. Rozległe zaś spektrum telewizyjnych programów poradniczych, przeanalizowanych tak wnikliwie przez Autorkę, dowodzi dobitnie, że dostarczyły Jej one solidnego materiału do wielu interesujących przemyśleń i wniosków, którymi też podzieliła się z czytelnikami swej książki.

Od strony warsztatowej niczego wspomnianej pracy zarzucić właściwie nie można: jej struktura jest logicznie i harmonijnie zbudowana, a składają się na nią treściwe, nasycone różnorodną informacją (wielce pożyteczną i przydatną także medioznawcy) rozdziały, poprzedzone dobrze napisanym wstępem. W pierwszym z nich Autorka prezentuje poradnictwo uprawiane w relacji bezpośredniej (jak pisze we wprowadzeniu do swej książki: „traktując je jako prymarny model uprawianego w sposób zapośredniczony”). Rozdział drugi to próba spojrzenia na poradnictwo telewizyjne w kontekście współcześnie zachodzących procesów mediatyzacyjnych. W rozdziale tym Autorka przywołuje m.in. opinie tak znaczących dla nauk o komunikacji społecznej i mediach badaczy, jak Denis McQuail, Manuel Castells czy Winfried Schultz, a z polskich – Tomasz Goban-Klas, Wiesław Godzic i Maciej Mrozowski. Z mego punktu widzenia szczególne znaczenie mają zaprezentowane tam kwestie dotyczące telewizji jako medium masowego, a przede wszystkim syntetyczna, lecz wysoce treściwa analiza przemian, jakim ona podlega, zwłaszcza zaś ostatnimi laty.

Trzeci rozdział stanowi konsekwencję pojawienia się tych treści, jakie zostały zaprezentowane w dwóch pierwszych fragmentach recenzowanej monografii i dotyczy samego poradnictwa zapośredniczonego. Jak pisze sama Autorka:

„Moim celem było jednak zaakcentowanie procesu wyłaniania się naukowej refleksji nad nim. Ukazuję więc początki takich myśli, które wiążą się z poradnictwem pośrednim, rysując na tej podstawie zamysł do wyodrębnienia się pośrednictwa zapośredniczonego. Opisuję jego specyfikę, starając się jednocześnie ukazać go w perspektywie nie tylko komunikacji masowej, ale też zapośredniczonej”.

Zasadniczym zadaniem rozdziału czwartego monografii było dla dr Zielińskiej-Pękał ukazanie metodologicznych ram poradnictwa telewizyjnego, poprzez wpisanie analizy tegoż poradnictwa w szeroko rozumiany dyskurs badań jakościowych. Innymi słowy, w tym fragmencie monografii jej Autorka pokazała metodologiczne rozwiązania przyjęte przez Nią w procesie powstawania recenzowanej tutaj książki.

Kluczową kwestią merytorycznej natury stało się dla Niej wyodrębnienie w pracy oraz poddanie pogłębionej analizie trzech rodzajów poradnictwa:

uprawianego „poprzez telewizję”, „w telewizji”, a wreszcie – „z telewizją”. Szczegółowym analizom tych zagadnień dr Zielińska-Pękał poświęciła trzy kolejne rozdziały swej książki (co w istocie oznaczało, iż cztery pierwsze rozdziały stały się dla Niej swego rodzaju podkładem metodologiczno-teoretycznym, niezbędnym jednak w prowadzonych później pracach analitycznych). Jak sama pisze:

„Wiodącym elementem w zrozumieniu każdego z tych rodzajów [poradnictwa – dopisek JWA] są użyte przeze mnie przyimki. »Poprzez« wskazuje na pośrednictwo. Mówiąc więc o poradnictwie uprawianym »poprzez« telewizję będę miała na myśli sytuacje poradnicze dokonujące się dzięki telewizji rozumianej jako medium i narzędzie do przekazywania rad. [...] Przyimek »w« wskazuje natomiast na swoiste zanurzenie porad w świecie telewizyjnych obrazów i tekstów. Poradnictwo uprawiane »w telewizji« traktuję bowiem jako wykreowane, sfabularyzowane widowisko poradnicze odbywające się na oczach widzów. [...] Przyimek »z« użyty przeze mnie do wyodrębnienia trzeciego rodzaju poradnictwa wskazuje na asystowanie, na współtowarzyszenie. I rzeczywiście, przez poradnictwo uprawiane »z telewizją« rozumieć praktyki telewizyjne mimowolnie wplecione w telewizyjną narrację, które zastają radzącego się w jego codzienności, są tuż przy nim, współtowarzyszają mu. Jednak to, czy owa narracja będzie miała poradnicze konsekwencje (czy stanie się poradą), zależy jedynie od subiektywnego odczytania jej przez radzącego się telewidza; od tego, jakie on nada jej znaczenie”.

Dopełnienie wspomnianych siedmiu rozdziałów stanowią: niezbyt rozbudowane, ale jednak treściwe zakończenie oraz stosunkowo bogata bibliografia (w której znajduję wiele pozycji cennych i merytorycznie uzasadnionych, ale też i prace chyba jednak tam zbędne lub niekoniecznie zasadnie tam ułożone). Wreszcie – Wykaz programów telewizyjnych poddanych analizie oraz Spis tabel i Spis schematów. W tym miejscu pragnę zarekomendować uważnemu Czytelnikowi tej książki (także medioznawcy) trzy nader interesujące (moim zdaniem oczywiście) tabele: ze strony 195 (nr 20) noszącą tytuł „Elementy triady Teuna van Dijka w działaniu osób doradzających”, ze strony 215 (o numerze 25) zatytułowaną „Typy klientów w programach telewizyjnych” oraz ze strony 283 (o numerze 28) – „Rodzaje poradnictwa telewizyjnego”; wszystkie opracowane przez Autorkę tej rzetelnej naukowo monografii.

Wracam do ogólnych uwag na temat struktury pracy. Jak więc z powyższego krótkiego jej opisu dość jasno wynika, nieco mniej aniżeli jej połowę (ok. 45 proc. całości tekstu) stanowi ów wspomniany uprzednio teoretyczny „podkład” pod późniejsze rozważania Autorki (wspominałem już, że w tych fragmentach monografii doceniam zwłaszcza te podrozdziały, które mówią o dokonującej się dynamicznie ewolucji telewizji jako medium masowego). Natomiast rozważania Autorki na temat telewizyjnych porad oraz ich specyfiki w pracy tej zajmują dość znacznie ponad połowę jej pojemności i są – w moim mniemaniu – interesujące oraz cenne

poznawczo. Akceptuję także z pełnym zrozumieniem przyjętą przez Nią perspektywę *mise en abyme* jako tę, która daje „możność potraktowania poradnictwa telewizyjnego jako otwartego na nowe opisy, interpretacje i reinterpretacje” (tu posługuję się, po raz kolejny, cytatem zaczerpniętym z pracy). Cieszy mnie także myśl, że jest Autorka otwarta na dalsze prace analityczno-badawcze związane z tak wdzięcznym przedmiotem analizy naukowej, jakim nadal jest (i zapewne przez czas jakiś będzie) poradnictwo telewizyjne. Niemniej, już niejako na koniec tego niezbyt rozbudowanego objętościowo tekstu, pragnę jednak wrzucić nieco dziegiu do tej beczki „poradotawczego miodu”, za jaki uznaję publikację Pani dr Darii Zielińskiej-Pękał, dając Autorce owej udanej i cennej poznawczo monografii pod rozwagę następujące kwestie:

- ♦ w przypadku kolejnych wydań recenzowanej tutaj pracy **sugestię zmiany** szaty edytorskiej książki, wydrukowanej – moim skromnym zdaniem – nadmiernie oszczędnie (co oczywiście staram się zrozumieć – uczelniane wydawnictwa nie narzekają na nadmiar środków finansowych – niemniej tego nie pochwalam). Czcionka (zwłaszcza w przypisach – licznych przecież w tej monografii) jest zbyt mała, zaś interlinie zastosowane w tekście wydają się nadmiernie zagęszczone, tworząc czasem swoistą barierę w rozumnym, przemyślanym „konsumowaniu” dość smacznego przecież dania, jakie serwuje nam Autorka tej monografii. Zresztą także bardziej dynamiczne łamanie tej książki dodałoby jej wiele na atrakcyjności i przejrzystości.
- ♦ Jednak **dokonanie pewnych poprawek** stylistyczno-językowych (jak również o czysto korektorskim charakterze) w tekście recenzowanej monografii. Przywołam tutaj przykłady potknięć językowych, zwrotów lub też zwykłych błędów korektorskich (tzw. literówek), wprost wyjęte z książki, które to – jak się wydaje – można by poprawić lub udoskonalić. Na przykład na s. 118 (w. 2–3) znajdujemy określenie „autonomia metodologiczna” – jak mniemam, chodzi tu raczej o „autonomię”. Idąc dalej – na s. 226, w w. 3 występuje podobny do poprzednio przywołanego błąd korektorski: „postawa to bierno-konstruktynna” („konstruktywna”? – JWA). Na s. 122 nazwisko autora o nazwisku Czachur odmieniono jako (kogo, czego – JWA) Czachury, podczas gdy – moim zdaniem – powinno być Czachura. Kontynuując moje „pastwienie się” nad językiem pracy – na s. 245 tytuł podrozdziału brzmi: „Generowanie i sepizowanie problemów, czyli sposoby ujarzmiania *homo consultans*”. Autorka poniżej zamieszcza krótkie tłumaczenie, o co jej chodzi w tym fragmencie pracy, ja jednak – mimo coraz dalej posuniętej tolerancyjności polonistycznych autorytetów (w tym także szczególnie bliskich mi PP. Profesorów-Kolegów z UW: J. Bralczyka i A. Markowskiego) – nadal nie akceptuję w polszczyźnie słowa „generować”, jako klasycznej niemal brytyjskiej naleciałości w naszej pięknej mowie ojczystej (o sepizowaniu litościwie już nie wspomnę). Wreszcie, już na koniec tej krótkiej w istocie „wyliczanki”, przywołam dość smakowity kąsek-cytat ze s. 278:

„Nazywając radzącego się »przygodnym włóczykijem«, chciałam bowiem zwrócić uwagę na to, że reprezentuje on postawę **krzączego współbycia** [?? – podkreślenie JWA] z poradnictwem telewizyjnym, dookreśloną przez cechę, którą nazwałam cechą »przechodniości«. Autorka próbuje zresztą poeksperymentować sobie nieco z różnego rodzaju terminami określającymi typy poradobiorców, wprowadzanymi przez siebie do recenzowanej książki; dwa moje ulubione ze s. 279 to »przygodny włóczykij» oraz »błędna owca».

Konkludując, pragnę jednak zaznaczyć z całą mocą, iż przywołuję powyższe nie po to, by w jakikolwiek sposób podważyć bezspornie wysoką wartość monografii autorstwa Pani dr Darii Zielińskiej-Pękał, a jedynie po to, by pomóc Jej udoskonalić (jeśli zechce Ona to uczynić) kolejne wydania tej interesującej i bardzo sprawnie napisanej książki. Bez wątpienia stanowi bowiem ta pozycja interesujące i cenne źródło informacji, dające szansę uzupełnienia naszej wiedzy o telewizji jako szczególnie ważnym społecznie środku przekazu masowego. Oglądanym z troską i wnikliwie z innej, aniżeli medioznawcza, perspektywy.