Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Zeszyty **PRASOZNAWCZE**
Kraków 2025, t. 68, nr 3 (263), s. 11–28
DOI: 10.4467/22996362PZ.25.035.22218
www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/

PARATEKSTOWOŚĆ – WYZNACZNIK MEDIALNYCH DYSKURSÓW

Magdalena Ślawska
0000-0002-4265-6708
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej
Uniwersytet Śląski w Katowicach

ABSTRACT

Paratextuality as a Determinant of Media Discourses
This article is an attempt to present paratextuality as a key determinant of contemporary media discourses. The author approaches media paratexts as a communicative, discursive practice, embodied in a specific form and realized in a single text or a series of texts. Contemporary media are conglomerates of paratexts, i.e., collections of genres. The article adopts a media linguistic perspective, and the analysis uses a case study – Paulina Reiter's interview with Małgorzata Halber about her book Hałas (2024). The interview was published in Wysokie Obcasy and promoted on social media. The phenomenon of paratext chaining is evident, with various forms of paratext (titles, leads, announcements, photographs and social media posts) being remediated and adapted to different channels, creating extensive paths leading to the main text. These multimodal communication practices reflect a certain way of thinking about the media as a space that promotes itself, its own forms and codes. Yet they also reveal certain individual paths of reader reception, which often involves solely the paratext level.

Keywords: palimpsest, paratext, paratextuality, media discourse, genre collections, text chains

Early View

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Palimpsest – paratekst – paratekstowość

Metafora *palimpsestu* w kontekście relacji międzytekstowych jest bardzo pojemna, prezentuje ich wymiar intertekstualny. Palimpsest oznacza bowiem tekst zapisany na podłożu, na którym widnieją elementy poprzedniego tekstu i choć pozostaje on już niezbyt widoczny, to w nowym, „świeżym" tekście wciąż zauważalne są ślady obecności tego poprzedniego. Metafora ta była wielokrotnie wykorzystywana w badaniach literaturoznawczych, językoznawczych, a także komunikologicznych, medioznawczych. Pozwala opisowo przedstawiać dialogowość tekstów, mediów, kultury, ale nakierowuje także na kwestie świadomości nadawczo-odbiorczej, na umiejętność tworzenia i odbierania symptomów intertekstualnych czy intermedialnych.

Zbigniew Bauer widział palimpsest jako „metaforę postępu": zmiany w mediach nie dzieją się bowiem linearnie, są nakładaniem się na siebie szkiców i pomysłów, co widoczne jest dopiero z dystansu, z perspektywy dokonań późniejszych (Bauer 2009, s. 109). Badacz ten podkreśla, że „«palimpsestowość» rozwoju technologii medialnych wyraża się także w palimpsestowości ich «filozofii», teorii, krytyk i apologii" (Bauer 2009, s. 110). Wychodząc od metaforyki przenikania się mediów bądź tekstów, chcę te wielopoziomowe relacje pomiędzy tekstami medialnymi zawęzić do opisu medialnych paratekstów. Widzę Bauerowską postępowość mediów także w zmianach dotyczących prezentacji medialnych tekstów, w wadze tekstów „drugiego poziomu", ale także w możliwościach opisu mediów przez pryzmat paratekstowości. Próby ich scharakteryzowania dokonam z pozycji mediolingwistyki, która pozwala w oglądzie pojedynczych zjawisk medialnych widzieć możliwości opisu mediów, ich komunikacyjnych procesów i skomplikowanych relacji (Skowronek 2013, 2024; Kępa-Figura 2023). W przybliżaniu paratekstowości jako ważnego wyznacznika współczesnych dyskursów medialnych[1] będą mi towarzyszyć dwie perspektywy: genologiczna i dyskursologiczna (Wojtak 2019 a, 2019 b; Czachur 2020).

Paratekst to termin wprowadzony przez Gérarda Genette'a na określenie tekstów okalających tekst główny. Francuski literaturoznawca widział je metaforycznie jako przedsionek, próg, akompaniament tekstu. Koncepcja paratekstu została przez niego po raz pierwszy zarysowana w książce z 1982 roku „Palimpsestes. La Littérature au second degré" („Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia"). Genette opisywał w niej pięć typów wielopoziomowych relacji pomiędzy tekstami – transtekstualność. Były to: intertekstualność, paratekstualność, metatekstualność, hipertekstualność, architekstualność. Oczywiście dzisiejsze rozumienie hipertekstualności w sposób znaczący odbiega od myślenia Genette'a, gdyż ten traktował ją jako nawiązanie tekstów do siebie, ale oddalone w czasie. Paratekstualność dotyczyła relacji między tekstem właściwym (zasadniczym, głównym) a jego otoczeniem (czyli wszystkimi elementami, które mu towarzyszą). Swoje analizy francuski literaturoznawca poświęcał książkom, tym samym za parateksty uznawał: tytuły, podtytuły, śródtytuły, przedmowy, posłowia, wstępy, uwagi od wydawcy, noty na marginesie, u dołu

[1] W tym miejscu odsyłam do tekstów prezentujących wyznaczniki, parametry medialnych dyskursów (Kita 2012, Żydek-Bednarczuk 2013, Loewe 2024).

First View

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

strony, na końcu, epigrafy, ilustracje, wrzutki reklamowe, notki na obwolucie lub na opasce i wszystkie sygnały dodatkowe stworzone przez autora lub inne osoby (Genette 2014, s. 9). Są to zatem strategiczne pozycje tekstowe, które jak podkreślał Genette, stanowią „jeden z najbardziej uprzywilejowanych obszarów pragmatycznego wymiaru dzieła" (Genette 2014, s. 9), oddziałują na czytelnika. Genette definiował parateksty szeroko: jako „wnętrze" i „zewnętrze" tekstu – peryteksty i epiteksty[2]. Peryteksty to wszystko to, co znajduje się w książce , natomiast epiteksty istnieją poza nią, ale mają wyraźny związek z jej prezentacją i odbiorem (Genette 1997, s. 5). Według badacza zatem paratekst to nie tylko eskorta tekstu, ale budowanie dyskursu o tekście, do którego się odnosi. Tym samym, jak wskazuje Marzanna Uździcka,

> według Genette'a nadrzędnym celem paratekstów jest z jednej strony wpływanie na recepcję tekstu, właściwą deszyfrację i interpretację autora i/lub wydawcy, z drugiej – wprowadzanie go w publiczny obieg zgodnie z zamierzeniem podmiotów, które go tworzyły, tj. autora, wydawcy, tłumacza itd. (Uździcka 2023, s. 302).

Zatem w przestrzeni paratekstów widoczna jest świadomość nadawcza twórcy, próbującego dotrzeć do swojego odbiorcy, zatrzymać go przy tekście, o którym informuje, i wreszcie pokierować jego recepcją, wesprzeć w odbiorze medialnego komunikatu. Paratekst okazuje się zatem szczególnym przykładem interakcyjności mediów, ponieważ w nim uwidacznia się dwupoziomowość medialnego dialogu. Mamy bowiem do czynienia z dialogiem między paratekstem a tekstem głównym – dialogiem międzytekstowym – oraz z dialogiem nadawcy z odbiorcą poprzez paratekst – dialogiem zewnątrztekstowym[3]. Lingwistyczne ślady tych dialogów będą uwidaczniane w paratekstach.

Romualda Piętkowa, badając parateksty w dyskursie naukowym, zaznaczała, że „kwestie statusu poszczególnych paratekstów i zależności między nimi mogą stać się przedmiotem różnorakich układów nadawczo-odbiorczych, służąc różnym odbiorcom do różnych celów i na różne sposoby wkraczając w krąg ich doświadczeń" (Piętkowa 2011, s. 338). W paratekstach medialnych także dialogowość nadawczo-odbiorcza i tekstowa będą w różny sposób aktualizować doświadczenia odbioru, ale i służyć nadawczym celom.

Pojęcie paratekstu wywodzi się z tradycji literaturoznawczej, ale zostało chętnie przejęte przez inne gałęzie nauki i wielokrotnie zredefiniowane – w językoznawstwie, kulturoznawstwie czy medioznawstwie. Okazało się operacyjnie przydatne do opisu różnych zjawisk szeroko pojętej kultury. Odsyłam w tym miejscu do dwóch tekstów

[2] Recepcję myśli Gérarda Genette'a przynosi monografia Iwony Loewe „Gatunki parateksto-we w komunikacji medialnej" (2007). Badaczka w swoich analizach uznaje za parateksty jedynie epiteksty, natomiast peryteksty traktuje jako elementy metatekstowe. Nie przyjmuję tej propozycji. Nie wydaje mi się konieczne bardzo „ostre rozdzielanie" granic paratekstu i metatekstu, warto te pojęcia widzieć jako wzajemnie się doświetlające.

[3] Podział dialogów na zewnątrztekstowe i wewnątrztekstowe zaproponowałam w „Formach dialogu w gatunkach prasowych" (2014). Tam też omówiłam dialogowane tytuły, lidy, śródtytuły (Ślawska 2014, s. 254–262).

First view

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Marzanny Uździckiej: „Paratekst – od koncepcji Gérarda Genette'a po współczesną praktykę badań paratekstualnych" (2023) oraz „Paratekst w badaniach lingwistycznych (rekonesans badawczy)" (2024), w których autorka zestawia różnorodne badania, pokazuje rozwój tego pojęcia, prowadząc nas przez różne dyscypliny naukowe.

Definicja paratekstu – między gatunkiem a dyskursem

W definicjach paratekstu widoczne jest ujęcie tekstologiczne (za Gérardem Genette'em) – tekst okalający tekst główny (por. Wyrwas, Sujkowska-Sobisz 2005, s. 120), genologiczne – Iwona Loewe do opisu wybiera genologię, podkreślając swój wybór w tytule monografii „Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej" (2007), dyskursologiczne – Andrzej Gwóźdź definiuje parateksty jako „wiązki praktyk dyskursywnych" (2010, s. 36). W tych spojrzeniach odnajduję proces rozwoju współczesnej lingwistyki, ale i możliwość kompleksowego podejścia do paratekstów z perspektywy tekstologii, genologii, stylistyki czy dyskursologii[4]. To przekonanie odnajduję w opracowaniu Zofii Bilut-Homplewicz:

> tekstologia stanowi w badaniach nad dyskursem naturalną drogę od tekstu do dyskursu, pewną niezbędną ideę, zaakcentowanie kompleksowej całości – tekstu – w jego wielorakim „ukontekstowieniu", które wpisane już było w ujęcia tekstologiczne, jednak w dyskursie zyskało dodatkowe, bardzo istotne wymiary: społeczny i kulturowy. Nawet wtedy, gdy analiza obejmuje jedynie wypowiedzi, a więc nie całości tekstowe, zawsze są one zanurzone w tekście lub w tekstach danego dyskursu (Bilut-Homplewicz 2024, s.155).

Ukontekstowienie praktyk paratekstowych następuje w gatunkach. Iwona Loewe we wstępie do monografii „Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej" pisze: „parateksty sytuuję w polu gatunków publicznych i medialnych, dostrzegając w przestrzeni współczesnej kultury motywację do ich kształtowania się oraz istnienia" (Loewe 2007, s. 10). Badaczka, analizując gatunki paratekstowe, jako kryterium ich podziału wybrała medium i przybliżyła parateksty na okładkach, w prasie, radiu, telewizji i internecie.

Klasycznymi medialnymi gatunkami paratekstowymi są: zapowiedź (zajawka), zwiastun, edytorial (artykuł wstępny, komentarz odredakcyjny). Większość tych gatunków została już omówiona. Najczęściej wybierany do ich opisu jest wzorzec gatunkowy opracowany przez Marię Wojtak (2004, 2019 a, 2019 b)[5]. Lubelska uczona omówiła i zapowiedź (2001, 2004, 2014), i edytorial (2005). W „Gatunkach prasowych" w podtytule do zapowiedzi doprecyzowała: „Informacja o informacji i reklama informacji", podkreślając tym samym podwójność powiadomienia w zapowiedzi – o określonym fakcie i zarazem o tekście, który reklamuje (Wojtak

[4] Warto w tym miejscu przywołać koncepcję integrującą te pola (Czachur 2020).
[5] Tym tropem podążyła także Iwona Loewe (2007).

First View

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

2004, s. 101). Ta podwójność będzie towarzyszyła wszystkim gatunkom paratekstowym – będą one reklamą tekstu głównego, a jednocześnie w formie skrótu będą informować o czym on jest.

Wracając do kwestii gatunkowego wzorca, w zapowiedzi ważne wydają się szczególnie dwa aspekty. Pierwszy – strukturalny, ze względu na kształt ramy tekstowej, która zwieńczona jest formułą odsyłającą do tekstu głównego albo do grupy tekstów. Drugi – pragmatyczny, ze względu na przeznaczenie komunikacyjne zapowiedzi, jej potencjał illokucyjny, nastawienie na zaprezentowanie tekstu odbiorcy. Pozostałe dwa aspekty – stylistyczny i poznawczy – są podporządkowane tym wcześniejszym. Aspekt stylistyczny wiąże się bardzo mocno z użytymi środkami, które w pewien sposób będą manifestować wyznaczniki stylistyczne tekstu głównego. Tematyka i sposób jej przedstawiania także będą „operacją" na tekście głównym, a w zależności od gatunku czy medium przyjmą formę wzmianki, skrótu, streszczenia albo pomysłowego zaznaczenia tematu.

Szczególnym miejscem każdego paratekstu jest formuła odsyłająca. W zapowiedziach prasowych i internetowych są to formy: *s. X, czytaj, więcej, szczegóły*. Może być ta formuła połączona z gatunkowym sygnałem, przykładowo: *Komentarz s. X, Opinia o… s. X, Wywiad s. X*. Bardzo często pojawia się tam nawiązanie do tytułu, tematu tekstu głównego. Jeżeli chodzi o teksty internetowe, to w nich forma odsyłająca ukrywa się w hipertekście. W gatunkach paratekstowych to nawiązanie do tekstu głównego stanowi najistotniejszy element, tym samym możemy tu dostrzec wiele metamorfoz tego składnika, próbę jego aktualizacji w nietypowy sposób, najczęściej motywowany konkretnym medium i określonym gatunkiem. Wyraźny okazuje się zatem „kontekst życiowy gatunku" (Wojtak 2019 b, s. 273). Maria Wojtak, badając zapowiedzi, podkreślała ich osobliwy status oraz ekspansywność. Zaznaczała także, że gatunek ten wykształca własne konwencje albo adaptuje wzorce niemal wszystkich innych gatunków prasowych (Wojtak 2004-]–2005, s. 169). Tym samym formuła odsyłająca do tekstu głównego będzie miała bardzo różne postaci, a same gatunki paratekstowe wystąpią w niepowtarzalnych, indywidualnych formach.

Najbardziej charakterystyczny sposób tworzenia paratekstu polega na okrojeniu tekstu właściwego. Przykładowo zostaje zachowany nagłówek i lid. Zdarzają się sytuacje, kiedy i te formy nie są dosłownymi tytułami i lidami tekstu, do którego jesteśmy odsyłani, ale zostały one językowo zmodyfikowane i dopiero po „wejściu" w tekst główny widzimy tę zmianę. Co najważniejsze, w kontekście paratekstu dochodzi do redukcji korpusu, zatem główny tekst informacji, np. komentarz, wywiad czy reportaż, zostaje całkowicie usunięty. Funkcję paratekstu zyskuje po dodaniu formuły odsyłającej (w formie, o której pisałam wyżej, bądź hiperłącza). Warto podkreślić, że współczesne medialne parateksty są bardzo mocno związane z kategorią multimodalności. Forma wizualna to bardzo często element, który zastąpi tytuł czy lid, fragment werbalny zapowiedzi. W oglądzie współczesnych mediów samo zdjęcie bądź film może także stanowić pełną, skończoną formę paratekstu. Na przykład zdjęcie, które po kliknięciu odniesie nas do dłuższego tekstu.

Dyskurs rozumiem za Marią Wojtak jako pojęcie abstrakcyjne, ale pozwalające na doświetlenie gatunku i tekstu jako pojęć realizujących określone jego wymiary.

Free View

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Dyskurs jest całokształtem praktyk komunikacyjnych związanych z określoną dziedziną ludzkiej aktywności (Wojtak 2015, s. 34), o widocznych parametrach instytucjonalnych, ideologicznych, tematycznych, interakcyjnych (Witosz 2012, s. 65). Paratekst będzie więc praktyką komunikacyjną, dyskursywną, ukonkretnioną w formie gatunkowej i realizowaną w pojedynczym tekście bądź w serii tekstów. Będzie to przestrzeń nadawczo-odbiorcza, w której na poziomie struktury i tematu skorelowane zostaną wiedza wraz z narracją metatekstową o tekście stanowiącym punkt odniesienia dla danego paratekstu. Jego realizacja skieruje nas (także multimodalnie) w stronę konkretnego medialnego wytworu. Palimpsestowość tej relacji można więc dostrzec na każdym poziomie wzorca gatunkowego: formuły odsyłającej, tematu, stylistyki, ale i pragmatycznego kierowania odbiorem. Paratekstowość będzie wyrażać się w tej relacji odniesienia. Co istotne, relacyjna natura paratekstu stanie się też widoczna w interakcji z innymi tego typu tekstami.

Kolekcje gatunków – media konglomeratem paratekstów

Współczesne media wypełniają gatunki pratekstowe, które stanowią eskortę dla głównych wypowiedzi. Opisywałam je powyżej jako autonomiczne byty, ale w dużej mierze występują one jako zbiory funkcjonujących obok siebie podobnie sprofilowanych tekstów. Widzę to na przykładzie zorganizowania pierwszych stron gazet (ich drukowanych wersji i sieciowych odpowiedników), portali, serwisów internetowych, sieciowych odpowiedników wszystkich mediów (prasowych, radiowych, telewizyjnych, internetowych), mediów społecznościowych, platform streamingowych. Moment „wejścia" i prezentacji medium to specyficzny model praktyki komunikacyjnej. Można je potraktować jako autopromocyjne makrostruktury[6] zaprojektowane w sposób charakterystyczny dla danego medium – jest tu miejsce na logo wizualizujące nadawcę oraz zorganizowane struktury paratekstów. Tym samym *Wyborcza*, Onet, Netflix, Youtube, Instagram – każde z tych medialnych miejsc ma właściwe dla siebie szablonowe ułożenie paratekstów, które prowadzą do tekstów właściwych. To ułożenie daje wsparcie w odbiorze, ale także w jasny sposób komunikuje treści nowe, aktualne, pilne. Zwyczajowo pojawiają się one w górnej części strony, na portalach internetowych sygnowane hasłami: *pilne*, *z ostatniej chwili*, podkreślone graficznie kolorem, wielkością danego paratekstu.

Te struktury jako odbiorcy „czytamy" nawykowo, zwłaszcza że są one wsparte przez algorytmy (oglądamy, czytamy to, z czym kontakt mieliśmy już wcześniej). Anna Maj wskazuje, że paratekst, będąc tekstem „obok", buduje podstawę odbiorczego modelu – modyfikuje zachowania komunikacyjne (Maj 2010, s. 546). Uczymy się kontaktu z paratekstami jako autonomicznymi gatunkami i kolekcjami.

[6] Odsyłam do tekstu, który omawia pierwsze strony polskich, czeskich i słowackich dzienników jako makrostruktury: „Makrostruktura pierwszej strony gazety w ujęciu konfrontatywnym polsko-czesko-słowackim" (Sojda, Ślawska, 2025).

Preview

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Jonathan Gray w pracy „Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts" podkreśla medialne środowiska paratekstu, wskazując na istotną trójkę, jaką są tekst, publiczność oraz produkcja (2010). Tym samym ważnym zadaniem nadawców jest usprawnianie paratekstów, budowanie ścieżek interakcji (por. Gray 2010, p. 221). Do opisu tych układów przydaje się genologiczna kategoria kolekcji gatunków Marii Wojtak[7]. Jako kolekcje gatunków można rozpoznać współwystępowanie obok siebie paratekstów, które spełniają podobne funkcje, będąc jednocześnie wpisane w szerszy makrostrukturalny porządek. Bardzo często te kolekcje są zbiorami otwartymi (portale internetowe) albo skończonymi, np. przestrzenią drukowanej strony (pierwsza strona gazety). Schemat przygotowanej przez nadawcę kolekcji wspiera promocję danego medium, a jednocześnie przyzwyczaja odbiorcę do odbioru mediów, które stanowią konglomeraty medialnych paratekstów.

Łańcuchowość paratekstów

Aby zaprezentować paratekstowość współczesnych mediów, wybrałam do badania szczególne studium przypadku. Z pozoru poszłam jedynie śladem Gérarda Genette'a, ponieważ wybrałam paratekst okołoksiążkowy, ale zapośredniczony medialnie – wywiad Pauliny Reiter z Małgorzatą Halber o jej nowej książce „Hałas" (2024). Wybór ten nie był przypadkowy, zależało mi bowiem na tekście kultury, który na poziomie opisu odda charakter współczesnych paratekstów. Na stronie Wydawnictwa Cyranka można przeczytać następujący opis książki:

> Trudno dziś skupić na czymś uwagę. Nieustannie docierają do nas angażujące informacje, wiadomości, powiadomienia. W czasach, gdy jesteśmy stale dostępni, trudno znaleźć spokój. To jest książka o jego braku. O polaryzacji w sieci, chaosie informacyjnym, kapitalizowaniu naszego zaangażowania, o samotności, rozpraszaniu uwagi, ale też o współczesnej pracy i hałaśliwych miastach, w których żyjemy. O trudnej do zniesienia kakofonii. A także o możliwych drogach ucieczki. O tym, co jest w ważne, i jak poszukać schronienia[8].

W interesującym mnie wywiadzie Reiter z Halber odnalazłam także echa nadmiarowości współczesnych mediów, uwikłania w technologię, ale i wskazanie na konieczność sprzedaży medialnych treści przez samych twórców. To wypowiedzi autorki „Hałasu":

First view

[7] Szczegółowe omówienie tej propozycji znajduje się w jej artykule „Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków" (Wojtak 2006).

[8] https://wydawnictwocyranka.pl/pl/p/Halas/113 Tam też można odnaleźć autorską wypowiedź Halber: „Nazywam to hałasem. Tak jak ogień jest zespołem zjawisk akustycznych, optycznych i elektromagnetycznych, tak hałas jest sumą bodźców akustycznych, ekonomicznych, społecznych, optycznych. Skutkiem hałasu jest R O Z P R O S Z E N I E".

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

> Po pierwsze pod względem wydajności i jeśli pracujesz w mediach, to twoim obowiązkiem jest już nie tylko pisanie tekstów, ale też sprawianie, żeby się klikały. Sprzedaż jest najważniejsza. To nic nowego, nowe natomiast jest to, jak niepostrzeżenie wykonujemy kilka zawodów naraz.

A dziś siedzę przyklejona do telefonu do pierwszej w nocy i przeskakuję z jednej aplikacji do robienia zakupów do drugiej. I wcale tego nie robię dlatego, że mi to sprawia przyjemność. Tylko dlatego, że jestem technologicznie uwikłana.[9]

To technologiczne uwikłanie widoczne jest w jednej z dialogowych wymian rozmówczyń, które na poziomie meta pokazały, czym jest hałas:

> Hałas – ten z tytułu twojej książki – to u ciebie pojęcie bardzo pojemne. Mieści się w nim hałas akustyczny, ilość informacji, które przetwarzamy, chaos wizualny, liczba samochodów, powiadomienia na telefonie…
> Powiadomienia na telefonie! To strasznie wytrąca z bycia sobą. O, zresztą właśnie ktoś do ciebie dzwoni. Odbierz.
> Później.

Ten fragment rozmowy pojawia się tylko w wersji internetowej (jest kilka takich wymian, które nie pojawiły się w druku), a wydaje mi się on interesujący ze względu na świadomość samego gatunku. Pokazuje zakulisowość współtworzenia wywiadu i jednocześnie dobrze współgra z rozproszeniem, którego kulturowo wszyscy doświadczamy.

Badając parateksty do książki „Hałas", można zobaczyć strukturę strony wydawnictwa czy stronę *Wysokich Obcasów* w ujęciu kolekcji paratekstów. Ale w tym wypadku zależy mi na pokazaniu łańcuchowości współczesnych paratekstów. Łańcuchy tekstowe jako pomysł interpretacyjny wybrałam do opisu tekstu, który wytwarzał dyskurs o sobie samym – czyli kolejne teksty na jego temat (por. Ślawska 2023). Ale ten koncept widzę także w paratekstowości mediów. Tekst kultury, do którego prowadzą nas niezliczone parateksty, remediowane przez poszczególne medialne kanały, układa się w łańcuch wielu ścieżek prowadzących do niego. Podczas promocji książki Małgorzata Halber udzieliła wielu wywiadów[10].

First View

---

9 Wypowiedzi z wywiadu przywołuję za tekstem z internetowego wydania *Wysokich Obcasów* (Reiter 2024).

10 Przywołam tylko kilka z nich: M. Cegielski (2024). Małgorzata Halber i „Hałas", czyli codzienność w XXI wieku [https://trojka.polskieradio.pl/artykul/3455665,malgorzata-halber-i-halas-czyli-codziennosc-w-xxi-wieku; 14.02.2025]; K. Korwin-Piotrowska (2024). Jak nie zwariować we współczesnym świecie? Rozmowa wokół książki Małgorzaty Halber „Hałas" [https://www.youtube.com/watch?v=5GOOgb36f1k&ab_channel=PolskieRadio; 14.02.2025]; A. Pakieła (2024). Małgorzata Halber podsumowuje manifest „Hałas": Żyjemy w wieku kortyzolu [https://www.vogue.pl/a/malgorzata-halber-wydaje-ksiazke-manifest-jak-widzi-zniewalajacy-nas-internet-i-aplikacje-i-czym-jest-tytulowy-halas; 15.02.2025]; J. Wojtaszczyk (2025). Przyszedł mi do głowy postulat niepracowania. Rozmowa z autorką „Hałasu" [https://oko.press/przyszedl-mi-do-glowy-postulat-niepracowania-rozmowa-halasu; 14.02.2025].

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Skupię się jednak na jednym materiale opublikowanym na stronach *Wysokich Obcasów*[11] oraz w styczniowym wydaniu *Wysokich Obcasów Extra*, ponieważ zależy mi, aby pokazać, jak wiele paratekstów towarzyszyło temu jednemu wywiadowi. Tak prezentowały się fragmenty inicjalne tego wywiadu:

Zdjęcie 1. Początek wywiadu z *Wysokich Obcasów Extra* **2025, nr 1, s. 94**

Reiter P. (2025). Nic dzisiaj nie robiłam. Z Małgorzatą Halber rozmawia Paulina Reiter. *Wysokie Obcasy Extra*, 2025, nr 1, s. 94.

Źródło: archiwum autorki

[11] https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,157211,31510334,czesto-gdy-mowimy-ze--nie-mamy-na-cos-czasu-to-tak-naprawde.html.

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Zdjęcie 2. Początek wywiadu ze strony wysokieobcasy.pl

Reiter P. (2024). Często, gdy mówimy, że nie mamy na coś czasu, to tak naprawdę nie mamy na to siły. A to duża różnica. Rozmowa z Małgorzatą Halber

Źródło: wysokieobcasy.pl [https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,157211,31510334,czesto-gdy-mowimy-ze-nie-mamy-na-cos-czasu-to-tak-naprawde.html; 10.02.2025]

Sam wywiad w tych dwóch odsłonach był promowany za pomocą innych tytułów i lidów:

„Nic dzisiaj nie robiłam"
Nic mnie tak nie wpędza w poczucie winy jak mój mąż, który wraca do domu i pyta mnie: „Co dzisiaj robiłaś?"
Z Małgorzatą Halber rozmawia Paulina Reiter
Wysokie Obcasy Extra 2025, nr 1

„Często, gdy mówimy, że nie mamy na coś czasu, to tak naprawdę nie mamy na to siły. A to duża różnica"
Postuluję, żeby ludzie pozdrawiali się, mówiąc z dumą: „Nic dzisiaj nie robiłam", zamiast „Zrobiłam tyle i tyle".
Rozmowa z Małgorzatą Halber, autorką książki „Hałas"
wysokieobcasy.pl

Tytuły i lidy traktuję jako parateksty i metateksty do tego wywiadu. W obu przypadkach te składniki są sugestywne, ale zaprojektowane inaczej ze względu na odmienność kodów, choć sens ich obu okazuje się bardzo podobny. Tytuł w gazecie drukowanej jest znacznie krótszy i widać jego grafizację w postaci wyróżnienia słowa „nic". Zapowiedzią tego wywiadu są fotografie Małgorzaty Halber autorstwa Patryka Wiśniewskiego, choć także ze względu na media różnie są one kadrowane. W druku zdjęcie stanowi także tło tytułu, lidu, sylwetki bohaterki wywiadu.

W wydaniu drukowanym pojawiła się zapowiedź tego wywiadu na stronie działu kultura:

Rozmowa Pauliny Reiter
„Małgorzata Halber i jej hałas" 94

First View

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Co ciekawe, tytuł „Małgorzata Halber i jej hałas" poprzez zapis słowa *hałas* małą literą odsyła odbiorcę do zjawiska dźwiękowego, doświadczeń autorki, a nie jedynie do tytułu publikacji.

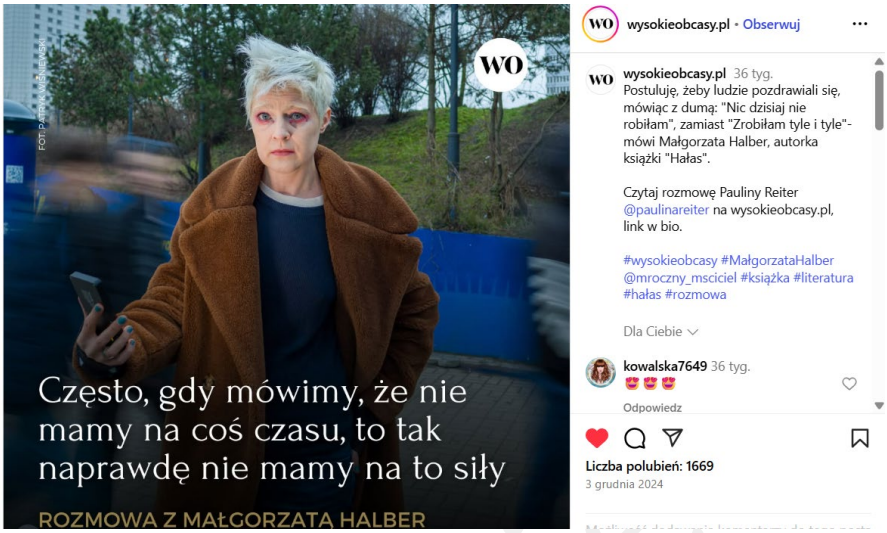
Zdjęcie 3. Strona działu kultura z *Wysokich Obcasów Extra* 2025, nr 1, s. 89

Źródło: archiwum autorki

W przestrzeniach internetowych, w swoich mediach społecznościowych wywiad promowały i wydawnictwo, i redakcja. Niżej podaję przykłady z Instagrama i Facebooka.

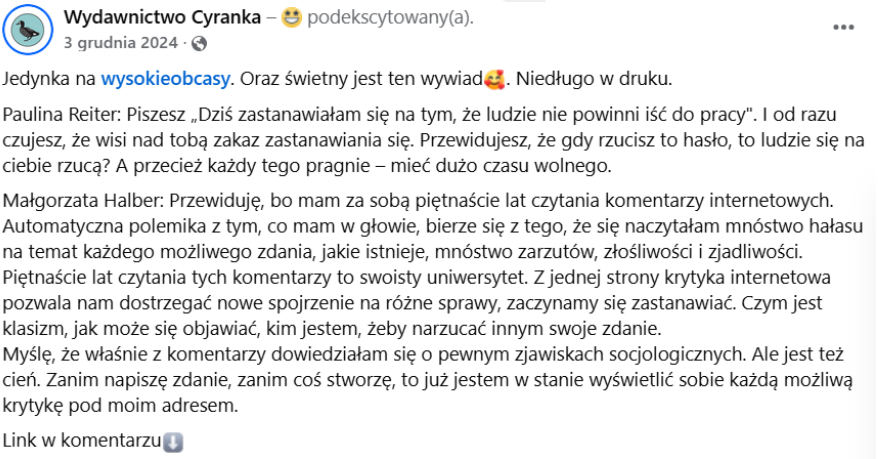
Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Zdjęcie 4. Zapowiedź wywiadu – instagram *Wysokich Obcasów*



Źródło: instagram.com/wysokieobcasy.pl [https://www.instagram.com/p/DDHQxCqtD6J/; 14.02.2025]

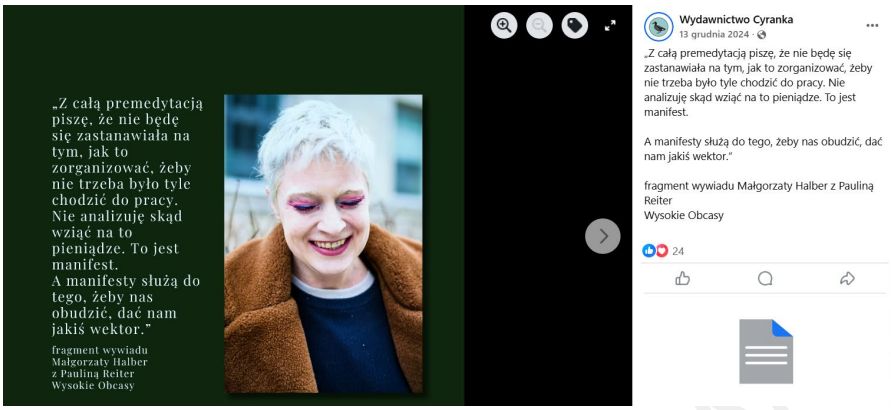
Zdjęcie 5. Zapowiedź wywiadu – facebook Wydawnictwa Cyranka



Źródło: https://www.facebook.com/WydawnictwoCyranka [https://www.facebook.com/photo/?fbid=1002295208581407&set=a.455811886563078; 12.02.2025]

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Zdjęcie 6. Fragment wywiadu na facebooku Wydawnictwa Cyranka



Źródło: https://www.facebook.com/WydawnictwoCyranka [https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1009404451203816&id=100064028110445&set=a.455811886563078; 12.02.2025]

Widoczne są parateksty na poziomie prezentowania fragmentów tego wywiadu. Paratekst w formie wywiadu także ma swoje tekstowe eskorty. Tym samym odbiór tego typu komunikatów staje się meandryczny. Andrzej Gwóźdź wskazuje:

> chodzi, najkrócej mówiąc, o bliższe lub dalsze otoczenia tekstu, które, podobne kręgom koncentrycznym, rozniecają jego istnienie (życie) na coś, co już samym tekstem nie jest, a co funkcjonuje obok bądź wokół na prawach „dodatku", „przydatku", „aneksu", „features", „bonusu", mających (bądź mogących mieć) wpływ na jego odbiór. Tak więc paratekst jest zawsze heteronomiczny wobec tekstu pierwotnego […] (Gwóźdź 2010, s. 38).

Wywiad, w wersji drukowanej i internetowej, miał własne parateksty, były one jego eskortą – tytuł, lid, zapowiedzi. W wywiadzie internetowym w strukturze samego korpusu pojawiają się parateksty do innych tekstów redakcji, które w jakiś sposób są powiązane z tekstem tego konkretnego wywiadu (przykładowo: wcześniejszy wywiad z Halber, recenzja innej książki).

W wielu przestrzeniach parateksty były remediowane, adaptowane do medialnych przestrzeni. Tym samym stanowiło to specyficzny rodzaj konwergencji, gatunkowych adaptacji. W tych łańcuchowych powiązaniach zależało nadawcom, aby doprowadzić odbiorców do tego wywiadu (a także do innych tekstów redakcji), a potem do tej konkretnej książki. Paratekstowość jest więc też zbiorem strategii autorskich, wydawniczych, redakcyjnych, w których perspektywa autora-nadawcy okazuje się skomplikowana. Parateksty stanowią obiekt bardzo starannej, przemyślanej strategii marketingowej.

Romualda Piętkowa, przybliżając paratekstualność w dyskursie naukowym, omawiała dokonania Gérarda Genette'a i Phillipe'a Lane'a, prezentując parateksty publiczne i prywatne (Piętkowa 2004 a, s. 121–122; 2004 b, s. 232). W praktykach dyskursywnych w mediach te przestrzenie w sposób wyraźny nachodzą na siebie,

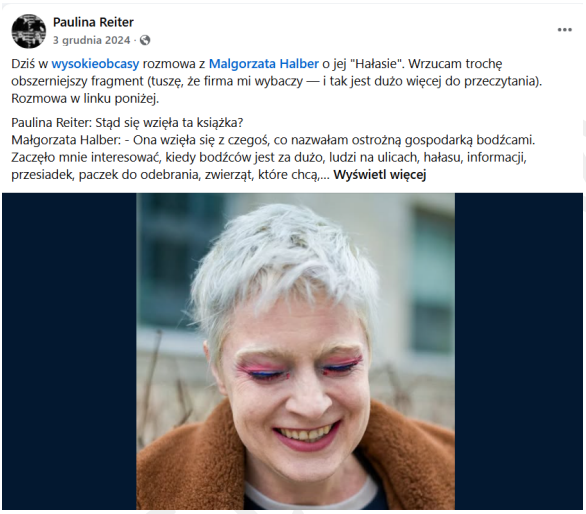
First View

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

ich rozgraniczenie jest często niemożliwe, ponieważ twórcy także prywatnie promują swoje treści, korzystając z coraz to nowszych gatunków paratekstowych. Ciekawym przykładem nowych paratekstów są książkowe trailery (Piekarczyk 2024)[12].

Dziennikarka Paulina Reiter, promując omawiany wywiad we własnych mediach społecznościowych, wybrała fragment rozmowy dotyczący świadomości twórczej, uznając odpowiedź na pytanie „Skąd się wzięła ta książka?" za najciekawszy sposób promocji.

Zdjęcie 7. Zapowiedź wywiadu – facebook Pauliny Reiter



Źródło: https://www.facebook.com/paulina.reiter [https://www.facebook.com/search/top/?q=reiter%20ha%C5%82as; 12.02.2025]

W gatunkach paratekstowych można odnaleźć autorskie intencje, ale i kompetencje, często to też miejsce zdradzania autorskiego warsztatu bądź zakulisowości powstania konkretnego tekstu. Poziom meta jest bowiem ciekawy dla samego odbiorcy, tym samym znajduje miejsce w paratekście.

„Istotą paratekstu jest zaczepienie, poderwanie czytelnika, przykucie jego uwagi, zawieszenie wzroku. […] Siła illokucyjna paratekstu predestynuje czytelnika do sposobu szczególnej recepcji, wciąga go i uwodzi" (Piętkowa 2004 b, s. 237). W wypowiedziach Halber dotyczących listy rzeczy, które składają się na hałas[13], odnajduję ślady paratekstu, czyli: hałas akustyczny, ilość codziennie przyswajanych informacji, ilość produktów, ofert, możliwości, powiadomienia, zatarcie się różnicy między czasem prywatnym a czasem pracy, przymus produktywności, tłumaczenie

[12] Odsyłam także do innym opracowań, traktujących o medialnych paratekstach współczesnej kultury: „Parateksty gier cyfrowych – odbiór gry a paratekstualne funkcje i procesy" (Żmuda 2017), „Podręcznik do gier fabularnych jako paratekst" (Uździcka 2019) czy prezentowany w tym tomie „Funkcje i rola paratekstów w komiksie. Studium na przykładzie komiksu „Batman. Zabójczy żart" Allana Moore'a i Briana Bollanda" (Sęk-Iwanek 2025).

[13] https://wydawnictwocyranka.pl/pl/p/Halas/113.

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

rzeczywistości wymogami rynkowym. A sama okładka książki[14], która pojawia się pod wywiadem z autorką, a została stworzona przez nią samą, jest bardzo dobrą metaforą palimpsestowości, nakładania się znaczeń, przebijania medialnych tekstów.

Zdjęcie 8. Okładka książki Małgorzaty Halber „Hałas"

Źródło: archiwum autorki

Omawiany wywiad w łańcuchowości paratekstów wytwarzał „hałas" – zgodnie z hasłem: „zróbmy hałas", który rozumiem tu następująco: postarajmy się, aby być zauważonym, dostrzeżonym. Dobrze oddaje ten rodzaj praktyki dyskursywnej wypowiedź Andrzeja Gwoździa:

> wyjściowa definicja paratekstów będzie więc określała je jako wiązki praktyk dyskursywnych, dzięki którym bazowy tekst (audio)wizualny lub samo medium, w obrębie którego on funkcjonuje, włączone zostają do środowiska szerszego niż to, które zapewnia paratekstowi jego baza tekstowa (medialna). Wskutek tego trafia on do odbiorcy na różne, wydłużone poza sam tekst sposoby i różnymi drogami, czasami na przełaj, to znaczy także za pomocą innych mediów (Gwóźdź 2010, s. 36).

Często medialne parateksty nie powodują, że odbiorcy sięgają po tekst właściwy. Wystarczy zapoznać się z komentarzami pod internetowym wywiadem z Halber, aby dostrzec, że odbiorcy nie piszą o książce „Hałas". Dla nich tekstem właściwym

[14] Odsyłam w tym miejscu do monografii Doroty Piekarczyk „(Nie) oceniaj książki po okładce. Teksty na okładkach publikacji popularnonaukowych" (2020).

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

pozostał wywiad. Trzeba zaznaczyć, że odbiór tych łańcuchów tekstowych jest indywidualną strategią czytelnika. Być może zapowiedź wywiadu zaprowadzi do recenzji, a nie do samej książki. Natomiast recenzja, o której lubimy myśleć jako o tekście po odbiorze dzieła, dla wielu czytelników będzie elementem paratekstowym, zachęcającym do lektury, oglądania itd. Dla wielu okaże się też jedynym miejscem spotkania z tekstem kultury, ponieważ w większości odbiór mediów zatrzymuje się na poziomie paratekstowym.

W wypowiedzi Jonathana Graya odnajduję własne przekonania dotyczące badania medialnych tekstów: „ostatecznie zatem studia nad paratekstem nie tylko obiecują mówić nam, jak tekst kreuje znaczenie dla swoich odbiorców; obiecują również powiedzieć nam, w jaki sposób tekst tworzy znaczenie w kulturze popularnej i w społeczeństwie w szerszym ujęciu" (Gray 2010, s. 26). Ogląd paratekstów w ujęciu praktyk dyskursywnych, gatunkowych przekształceń, kolekcji medialnych zapowiedzi i łańcuchów paratekstowych powiązań mówi bardzo wiele o mediach, technologii, ale i o relacjach nadawczo-odbiorczych. Pokazuje dialogowość mediów na wielu poziomach (na zewnątrz tekstu i wewnątrz), ich wielogłosowość. Medialne teksty i ich parateksty przypominają wieloogniwowy rodzaj łańcucha. W tych komunikacyjnych praktykach mieści się pewien sposób myślenia o mediach jako przestrzeni, która promuje siebie, własne formy i kody. Ale i przedstawia pewne modele odbioru, w których czytelnicy, odbiorcy bardzo indywidualnie korzystają z możliwości paratekstów, często pozostając wyłącznie na poziomie „przedsionka".

Bibliografia

Bauer Z. (2009). Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia – teoria – praktyka. Kraków.

Bilut-Homplewicz Z. (2024). Dyskurs a tekstologia. W: W. Czachur, A. Rejter, M. Wójcicka (red.). Lingwistyczne badania nad dyskursem. Kompendium, (s. 145–160). Kraków.

Czachur W. (2020). Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy. Wrocław.

Genette G. (1997). Paratexts. Thresholds of interpretation. London.

Genette G. (2014). Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia, tłum. T. Stróżyński, A. Milecki. Gdańsk.

Gray J. (2010). Show Sold Separately. Promos, Spoilers, and Other Media Paratexts. New York.

Gwóźdź A. (2010). Obok filmu, między mediami. W: A. Gwóźdź (red.). Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów (s. 35–50). Kraków.

Kępa-Figura D. (2023). Gatunek jako kategoria mediolingwistyczna a działy mediolingwistyki otwartej. *Prace Językoznawcze*, nr 25(3), s. 61–73.

Kita M. (2012). Czy istnieje medialna odmiana językowa? W: M. Kita, M. Ślawska (red.). Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 1: Stan wiedzy i postulaty badawcze (s. 126–141). Katowice.

Loewe I . (2007). Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej. Katowice.

Loewe I. (2024). Dyskursy medialne oraz ich parametry. Wybrane zagadnienia mediolingwistyczne. *Poradnik Językowy,* nr 7, s. 7–23.

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Maj A. (2010). Paratekstualność, cyborgizacja komunikacji i telefonia mobilna. Konteksty antropologii mediów. W: A. Gwóźdź (red.). Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów (s. 533–552). Kraków.

Piekarczyk D. (2020). (Nie) oceniaj książki po okładce. Teksty na okładkach publikacji popularnonaukowych. Lublin.

Piekarczyk D. (2024). Trailery książkowe jako eskorty książek. Charakterystyka gatunku. *Stylistyka* XXXIV, s. 197–215.

Piętkowa R. (2004 b). Paratekst o autorze. Biogram i/czy prezentacja?. W: D. Ostaszewska (red.). Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 2: Tekst a gatunek (s . 230–245). Katowice.

Piętkowa R. (2004 a). Paratekstualność w dyskursie naukowym. W: M. Ruszkowski (red.). Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki (s. 119–134). Kielce.

Piętkowa R. (2011). Dialog w świecie tekstów naukowych. W: D. Ostaszewska, J. Przyklenk (red.). Gatunki mowy i ich ewolucje. T. 4: Gatunek a komunikacja społeczna (s. 332–342). Katowice.

Sęk-Iwanek M. (2025). Funkcje i rola paratekstów w komiksie. Studium na przykładzie komiksu „Batman. Zabójczy żart". *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3 (w druku).

Skowronek B. (2013). Mediolingwistyka. Wprowadzenie. Kraków.

Skowronek B. (2024). Mediolingwistyka dekadę później. Kraków.

Sojda S., Ślawska M. (2025). Makrostruktura pierwszej strony gazety w ujęciu konfrontatywnym polsko-czesko-słowackim. *Prace Językoznawcze* (w druku).

Ślawska M. (2014). Formy dialogu w gatunkach prasowych. Katowice.

Ślawska M. (2023). Co badacz może zrobić z tekstem medialnym? Spojrzenie mediolingwistyczne. *Tekst i dyskurs – text und diskurs*, 17(1), s. 81–102.

Uździcka M. (2019). Podręcznik do gier fabularnych jako paratekst. *Књижевна историја*, nr 51 (168), s. 179–197.

Uździcka M. (2023). Paratekst – od koncepcji Gérarda Genette'a po współczesną praktykę badań paratekstualnych. *Stylistyka*, XXXII, s. 299–321.

Witosz B. (2012). Badania nad dyskursem we współczesnym językoznawstwie polonistycznym, *Oblicza komunikacji* 5, s. 61–76.

Wojtak M. (2001). Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi. W: I. Borkowski, A. Woźny (red.). Nowe media – nowe w mediach (s. 53–61). Wrocław.

Wojtak M. (2004–2005). Genologia tekstów użytkowych. *Postscriptum Polonistyczne*, nr 1–2 (48–49), s. 155–171.

Wojtak M. (2004). Gatunki prasowe. Lublin.

Wojtak M. (2006 a). Osobliwość genologiczna – editorial. *Studia Językoznawcze. Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny,* 5, s. 259–273.

Wojtak M. (2006 b). Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków. *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, t. XV, s.143–152.

Wojtak M. (2014). O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich. *Postscriptum Polonistyczne*, 2, s. 39–56.

Wojtak M. (2015). Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu. Lublin.

Wojtak M. (2019a). Teoretyczne obramowanie analiz gatunków prasowych (medialnych) – propozycja autorska. Rocznik Medioznawczy, nr 1, s. 37–53.

Wojtak M. (2019 b). Wprowadzenie do genologii. Lublin.

Wyrwas K., Sujkowska-Sobisz K. (2005). Mały słownik terminów teorii tekstu. Warszawa.

First view

Accepted articles published online and citable.
The final edited and typeset version of record will appear in future.

Żmuda M. (2017). Parateksty gier cyfrowych – odbiór gry a paratekstualne funkcje i procesy. *Teksty Drugie*, nr 3, s. 363–380.

Żydek-Bednarczuk U. (2013). Dyskurs internetowy. W: E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk (red.). Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej (s. 347–380). Kraków.

Źródła

Cegielski M. (2024). Małgorzata Halber i „Hałas", czyli codzienność w XXI wieku [https://trojka.polskieradio.pl/artykul/3455665,malgorzata-halber-i-halas-czyli-codziennosc-w-xxi-wieku; 14.02.2025].

Halber M. (2024). Hałas. Warszawa.

Korwin-Piotrowska K. (2024) Jak nie zwariować we współczesnym świecie? Rozmowa wokół książki Małgorzaty Halber „Hałas" [https://www.youtube.com/watch?v=5GOOgb36f1k&ab_channel=PolskieRadio; 14.02.2025].

Pakieła A. (2024). Małgorzata Halber podsumowuje manifest „Hałas": Żyjemy w wieku kortyzolu [https://www.vogue.pl/a/malgorzata-halber-wydaje-ksiazke-manifest-jak-widzi-zniewalajacy--nas-internet-i-aplikacje-i-czym-jest-tytulowy-halas; 15.02.2025].

Reiter P. (2025). Nic dzisiaj nie robiłam. Z Małgorzatą Halber rozmawia Paulina Reiter. *Wysokie Obcasy Extra*, 2025, nr 1, s. 94–98.

Reiter P. (2024). Często, gdy mówimy, że nie mamy na coś czasu, to tak naprawdę nie mamy na to siły. A to duża różnica. Rozmowa z Małgorzatą Halber [https://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/7,157211,31510334,czesto-gdy-mowimy-ze-nie-mamy-na-cos-czasu-to-tak--naprawde.html; 10.02.2025].

Wojtaszczyk J. (2025). Przyszedł mi do głowy postulat niepracowania. Rozmowa z autorką „Hałasu" [https://oko.press/przyszedl-mi-do-glowy-postulat-niepracowania-rozmowa-halasu; 14.02.2025].

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest próba przybliżenia paratekstowości jako kluczowego wyznacznika współczesnych dyskursów medialnych. Autorka traktuje medialne parateksty jako praktykę komunikacyjną i dyskursywną ukonkretnioną w formie gatunkowej, a realizowaną w pojedynczym tekście bądź w serii tekstów. Współczesne media są konglomeratami paratekstów, czyli kolekcjami gatunków. W artykule przyjęto perspektywę mediolingwistyczną, a w analizie wykorzystano studium przypadku – wywiad Pauliny Reiter z Małgorzatą Halber na temat jej książki „Hałas" (2024), opublikowany w *Wysokich Obcasach* i promowany w mediach społecznościowych. Widoczne jest zjawisko łańcuchowości paratekstów, różne formy paratekstów (tytuły, lidy, zapowiedzi, fotografie, posty w mediach społecznościowych) są remediowane i adaptowane do odmiennych kanałów, tworząc rozbudowane ścieżki prowadzące do tekstu głównego. W tych komunikacyjnych multimodalnych praktykach mieści się pewien sposób myślenia o mediach jako przestrzeni promującej siebie, własne formy i kody, ale również pokazującej pewne indywidualne ścieżki odbioru, w których czytelnicy często pozostają jedynie na poziomie paratekstu.

Słowa kluczowe: palimpsest, paratekst, paratekstowość, dyskurs medialny, kolekcje gatunków, łańcuchy tekstowe

First view