Zeszyty **PRASOZNAWCZE**
Kraków 2014, T. 57, nr 3 (219), s. 536–564
doi: 10.4467/2299-6362PZ.14.032.2366
www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/

TELEWIZJA ŚNIADANIOWA W POLSCE I W NIEMCZECH: FORMAT – STRUKTURA – ZAWARTOŚĆ

MARLENA JANKOWSKA-BULLA

Uniwersytet Warszawski
Wydział Historyczny

MATERIAŁY

ABSTRACT

'Breakfast TV' in Germany and Poland. Composition, structure, content

The aim of the following article is to compare two of the most popular TV programs of the so-called 'Breakfast TV' genre: Polish "Kawa czy herbata?" and "Morgenmagazin", its German equivalent. After a short historical outline of both programs and the definition of the idea of 'Breakfast TV', the author analyses the complex structure of this kind of TV programs as well as their form and content. In order to capture the viewers' attention so early in the day, 'Breakfast TV' consists of many different TV features, which have an informative, entertaining, and advisory character. The main aim of the text is to illustrate the differences and similarities among the two above-mentioned TV programs.

Key words: breakfast television, TV genre, the morning magazine

Telewizja śniadaniowa to „[...] pewien rodzaj
porannej gazety elektronicznej zaprawionej
muzyką, pogawędką i dowcipem"[1].
S.B. Weaver (za: Visarius 1989, s. 11)

Celem artykułu jest prezentacja telewizji śniadaniowej (*Frühstücksfernsehen*) – gatunku telewizyjnego nadawanego od lat we wczesnych godzinach porannych.

[1] Eine Art von elektronischer Morgenzeitung, mit Musik, Geplauder und Witz garniert (w tekście głównym tłum. własne) (Visarius 1989, s. 11).

✉ Adres do korespondencji: Wydział Historyczny Uniwersytetu Warszawskiego, Krakowskie Przedmieście 26/28, 00-927 Warszawa, Marlena.Jankowska-Bulla@rub.de

Podkreślić należy wyrażenie *od lat*, gdyż formuła, jaką przyjęli jej autorzy, okazała się trwała, co nie jest nieodłączną cechą każdej propozycji telewizyjnej[2].

O ile analizy programów śniadaniowych w literaturze anglo- i niemieckojęzycznej podejmowane są regularnie, począwszy od czasu ich pojawienia się na ekranach telewizorów, o tyle w rodzimej literaturze przedmiotu podobne badania prowadzone są dopiero od kilku lat[3]. Dotyczą one wyłącznie programów emitowanych w telewizji polskiej. Niniejszy tekst stawia sobie za cel porównanie struktury i zawartości gatunkowej dwóch programów porannych telewizji publicznej: niemieckiego „Morgenmagazin" (ARD/ ZDF) oraz polskiego „Kawa czy herbata?" (TVP1). Okres badawczy objął siedem miesięcy transmisji, od lutego do maja 2012 roku oraz od lutego do kwietnia 2013 roku[4].

Krótki rys historyczny

Transmisje programów telewizji śniadaniowej w Niemczech rozpoczęły się pod koniec lat 80. XX wieku[5]. Planowanie wprowadzenia na niemiecki rynek medialny nowego formatu bazowało na doświadczeniach istniejących już magazynów porannych w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii: stacje komercyjne RTL plus (1987, „Guten Morgen Deutschland – Hallo Europa") oraz SAT 1 (1987, „Guten Morgen mit Sat.1") wyraźnie wzorowały się na audycjach amerykańskich, podczas gdy nadawcy publiczni ARD i ZDF (1992, „Morgenmagazin") na koncepcji programowej BBC.

Idea stworzenia wspólnego magazynu porannego przez ARD i ZDF opracowywana była przez wiele lat. Decyzja ta ze względów finansowych oraz braku przekonania o dostatecznej liczbie widzów zasiadających we wczesnych godzinach porannych przed odbiornikami telewizyjnymi była wielokrotnie odraczana. Dopiero na przełomie lat 1991/1992 ostatecznie zdecydowano o uruchomieniu pierwszego programu śniadaniowego w publicznej stacji Niemiec. Kierowano się przede wszystkim dwoma powodami: po pierwsze – nie chciano pozwolić na całkowite przejęcie porannego pasma przez prywatnych nadawców produku-

[2] Podobnie jak wiele innych formatów telewizyjnych, telewizja śniadaniowa narodziła się w Stanach Zjednoczonych w połowie XX wieku. Pierwszym magazynem porannym był wyemitowany 14 stycznia 1952 roku w stacji NBC (National Broadcasting Company) program „The Today Show". Pomysłodawcą i dyrektorem programowym audycji był ówczesny prezes NBC Sylvester Barnabee Weaver (Graves 1987, s. 14). Magazyny poranne transmitowane były następnie w Wielkiej Brytanii (1983, „Breakfast Time", BBC; „Good Morning Britain", TV-AM), we Francji (1984, „Bonjour la France", TF1; 1986, „Telematin", Antenne 2), we Włoszech (1986, „Unomattina", RAI; „Buongiorno Italia", Canale 5) i Hiszpanii (1986, „Buenos Dias", RTV1) (Buhmann 1995, s. 48).

[3] Por. publikacje dotyczące polskich programów telewizji śniadaniowej: A. Grybosiowa (2004), M. Bogunia-Borowska (2009, 2012), O. Dąbrowska-Cendrowska (2011) oraz J. Szylko-Kwas (2011, 2012).

[4] Dane procentowe wykorzystane w tabelach opierają się na analizie audycji z ww. okresu.

[5] Pierwsze programy informacyjne w porze śniadaniowej emitowane były w lokalnych stacjach telewizyjnych, jak Eureka TV, RIAS-TV i Tele 5 (Krüger 1988, s. 95).

jących już od 1987 roku własne programy typu *early morning shows*, po drugie – celem było stworzenie dwudziestoczterogodzinnego programu pozbawionego jakichkolwiek przerw w nadawaniu (telewizja śniadaniowa miała wypełnić dotychczasową – ponaddwunastogodzinną – przerwę między informacyjnym serwisem nocnym „heute" i „Tagesschau" a wspólnie produkowanym magazynem południowym „Mittagsmagazin") (Gangloff 1990, s. 18).

Pierwszy program poranny nadany został 13 lipca 1992 roku. Stacje zdecydowały się na emisję programu na obydwu kanałach. „ARD-Morgenmagazin" nadawany jest w parzyste tygodnie kalendarzowe, zaś „ZDF-Morgenmagazin" w nieparzyste. Pomimo podobnej struktury i identycznego czasu transmisji audycje te były samodzielne[6]. Program miał być kierowany do szerokiej opinii publicznej: kobiet zajmujących się dziećmi, rencistów, osób pracujących na zmiany, ale – przede wszystkim – do tzw. liderów opinii (*Meinungsträger*).

Początkowo magazyn emitowany był w godzinach od 06.00 do 09.00. W 1994 roku początek audycji przesunięto na 05.45, zaś jesienią 1995 roku na 05.30. Audycja miała być zarówno informująca, jak i pouczająca, zabawna, a przede wszystkim – budząca. Nie było to jednak budzenie na życzenie, lecz program z wyraźnym dziennikarskim zacięciem (Frey 1992, s. 88).

W tym samym roku, w którym nadawcy publiczni zdecydowali o regularnym emitowaniu magazynu porannego w Niemczech, na ekranach w polskich domach zagościł program „Kawa czy herbata?", stając się prekursorem formatu telewizji śniadaniowej w Polsce[7]. Magazyn, wzorowany na niemieckich programach porannych stacji komercyjnych, wyemitowany został po raz pierwszy 31 sierpnia 1992 roku na antenie Pierwszego Programu Telewizji Polskiej. Do roku 2010 „Kawę czy herbatę?" można było oglądać od poniedziałku do piątku. Od 24 stycznia 2011 roku do 26 lutego 2012 audycja nadawana była codziennie (w weekendy w godzinach od 08.30 do 10.30). Obecnie emisja ma miejsce od poniedziałku do piątku w godzinach od 06.00 do 08.00. Jak określają audycję producenci programu, „Kawa czy herbata?" to program, „który towarzyszy porannej krzątaninie i nadaje jej rytm. Pogodnie nastraja na resztę dnia, proponując ciekawe rozmowy, wywiady, muzykę i najważniejsze informacje" (Anonim 2011). Od sierpnia 2012 w ramach „Kawy czy herbaty?" emitowany jest po godzinie 08.05 cykl „Polityka przy kawie", czyli poranna rozmowa na gorące tematy polityczne i społeczne.

[6] W aktualnej ofercie telewizyjnej stacji niemieckich znajduje się cały wachlarz programów porannych: „Morgenmagazin" (ARD/ZDF), „Sat.1-Frühstücksfernsehen" (SAT. 1), „Punkt 6" oraz „Punkt 9" (RTL), „mit Café Puls" (Puls 4), „Frühcafé" (tv Berlin oraz Hamburg 1) oraz „Guten Morgen NRW" (NRW.TV).

[7] Na kolejny program telewizji śniadaniowej Polacy musieli czekać aż 10 lat. 2 września 2002 roku Drugi Program Telewizji Polskiej rozpoczął transmisję magazynu „Pytanie na śniadanie", a niespełna trzy lata później, 3 września 2005 roku, komercyjna stacja TVN nadała po raz pierwszy audycję „Dzień dobry TVN".

Format magazynu i aranżacja przestrzeni studyjnej

Pojęcie telewizji śniadaniowej odnosi się do programów różnej długości i konstrukcji, emitowanych zazwyczaj między 05.00 a 10.00 rano. Nazwa tego formatu telewizyjnego wywodzi się z języka codziennego, jednak – jak zauważa Bernd Buhmann – śniadanie, jako czasowe określenie tej formy medialnej, jest dalece nieprecyzyjne, gdyż czas spożywania pierwszego posiłku może być tak naprawdę bardzo różny (Buhmann 1995, s. 39)[8]. Audycje poranne stanowią zazwyczaj czasową i programową granicę między ostatnim serwisem informacyjnym a programem przedpołudniowym stacji (przez wiele lat w telewizji o tej porze dnia emitowano jedynie tzw. planszę testową).

O czasie transmisji stale przypomina obecność wyświetlonego w dole ekranu zegara. W audycjach produkcji niemieckiej na ekranie pojawia się aktualna godzina oraz nazwa programu. W polskim magazynie dodatkowo wyświetlany jest dzień tygodnia. Godzina na telewizyjnym zegarze odpowiada realnemu czasowi teraźniejszemu. Również czołówki programów zawierają symbolikę odnoszącą się do pory dnia: wschodzące słońce, dzwoniące budziki, kubki porannej kawy i herbaty, spieszący się do pracy ludzie. Tego typu ikonografia buduje poczucie ciepła i domowej atmosfery. Warto zaznaczyć, że czas pokazywany na ekranie dotyczy zwykle czasu obecności prezentera na wizji i emisji danego elementu. Zdarzają się bowiem sytuacje kilkukrotnego nadawania nagranego wcześniej materiału, przy którym zegar odmierza czas rzeczywisty, a nie autentyczny czas nagrania.

Magazyn poranny emitowany jest ze studia telewizyjnego, przypominającego wnętrze przestronnego mieszkania. Tak zaprojektowana przestrzeń odzwierciedla sytuację odbiorcy, który we wczesnych godzinach emisji telewizji śniadaniowej również siedzi na kanapie lub przemieszcza się po mieszkaniu, przygotowując się do wyjścia do pracy czy szkoły.

Studio – mieszkanie w polskim i niemieckim programie składa się z kilku oddzielnych stref. Mamy tu duży salon z kanapą. Na stoliku znajdziemy filiżanki kawy i herbaty, laptopy lub tablety, które są nie tylko elementem ozdobnym scenografii, ale budują wiarygodność, wywołując wrażenie profesjonalizmu nadawcy i dziennikarzy. Na kanapie zasiadają moderatorzy oraz ich goście i wdają się w rozmowę, umiejętnie kierowaną przez prowadzących. Domową atmosferę nadają telewizyjnemu studiu rekwizyty, takie jak wypełnione książkami meblościanki, dywany czy oprawione w ramy telebimy, udające telewizory i maskujące w ten sposób ich telegeniczność. Taka sceneria pozwala interpretować studio jako wzorcowy i nowocześnie urządzony dom. Do innych stref studia mieszkania należą: część, w której przed dużym telebimem prezentowana jest telewidzom prognoza pogody („Kawa czy herbata?") oraz wiadomości sportowe i gospodar-

[8] Nazwa *telewizja śniadaniowa* jest rzadko używana w literaturze przedmiotu. Nie funkcjonuje również jako nazwa programu telewizyjnego.

cze („Morgenmagazin"), jak i miejsce z pulpitem, przy którym moderatorzy prowadzą rozmowy, najczęściej z jednym gościem lub z osobą fizycznie nieobecną w studiu, lecz widoczną na ekranie wizyjnym. Przestrzenie te są kolorystycznie dopasowane do tematów poruszanych w programie i odpowiadają również przeznaczeniu danego pomieszczenia.

W polskich programach telewizji śniadaniowej znajdziemy jeszcze jedno pomieszczenie – kuchnię wyposażoną we wszelkie niezbędne akcesoria: stół, meble, lodówkę, kuchenkę elektryczną, zlewozmywak i garnki[9]. Kilkakrotnie w trakcie audycji widz zostaje przeniesiony do tej części „mieszkania", aby podpatrzeć, jak gotują znane osoby (każdego dnia widzom prezentowane są przepisy kulinarne na potrawy tradycyjne i nowoczesne, dokładnie opisane na stronie internetowej magazynu). Często używają oni nieodzownego kuchennego atrybutu: fartuszka lub – jeśli gotuje profesjonalny kucharz – pełnego stroju kucharskiego.

Od września 2012 roku dominującym kolorem jest różowy. W centrum salonu-mieszkania ustawiona została dwuczęściowa ciemnoróżowa kanapa oraz stolik spełniający funkcję bardziej dekoracyjną niż mebla, przy którym się konwersuje. Ściany pomalowane na kolor jasnoróżowy oraz dywan w podobnym odcieniu łagodzą dosyć intensywną kolorystykę studia. Osiągnięty został w ten sposób efekt przytulnego apartamentu z panoramą Warszawy w tle. Dekoracja przypominająca okno i widok za nim warszawskich kamienic umiejscawia odbiorcę w przestrzeni. Zdaniem Małgorzaty Boguni-Borowskiej lepszym rozwiązaniem byłyby prawdziwe okna, poprzez które widz mógłby oglądać świat zewnętrzny, co sprzyjałoby poczuciu wspólnoty sytuacji (Bogunia-Borowska 2012, s. 96–97).

Niemieccy telewidzowie mogli w ostatnich miesiącach obserwować próbę odejścia producentów programu od koncepcji studia telewizyjnego urządzonego jako mieszkanie. Redakcja telewizji ARD świadomie zdecydowała w połowie roku 2010 o zerwaniu z „atmosferą pokoju dziennego" (*Wohnzimmer-Feeling*)[10]. Rozmówcy programu zasiadają obecnie na dużej pomarańczowej kanapie, umiejscowionej w centrum studia. Podłoga oraz ściany pomalowane są na kolory pastelowe (dominującym jest pomarańczowy). Tuż za kanapą rozciąga się telebim, przedstawiający panoramę Kolonii[11]. Studio wyróżnia się nie tylko jasnym i nowoczesnym wyglądem, lecz również nowymi technicznymi możliwościami (na niemal każdej ścianie studia wiszą ekrany wizyjne). Oprócz kanapy i pulpitu w studiu znajduje się również stół przypominający wyglądem biurko, przy którym prowadzone są rozmowy z ekspertami, najczęściej na tematy związane ze

[9] Gotowanie w „Morgenmagazin" ma charakter okazjonalny i nie należy do stałych elementów programu.

[10] Pierwsze aranżacje przestrzeni magazynu porannego stacji ARD były pomysłem projektantki Andrei Aupers, która inspirowała się aranżacją programów stacji MTV (Buhmann 1995, s. 73).

[11] Jeszcze kilka lat temu obowiązkowym elementem wizualnym w magazynach porannych były okna, przez które telewidz mógł obserwować świat zewnętrzny, np. porównać pogodę za oknami mieszkania telewizyjnego z tą, którą widać za jego własnym oknem.

zdrowiem. W studiu niemieckim, w porównaniu z polskim programem, znajduje się mało rekwizytów.

Podobnie urządzone jest studio stacji ZDF. Z oddzielnych stref prowadzone są rozmowy z osobami znajdującymi się poza studiem, nadawana jest prognoza pogody czy podawane informacje sportowe. Ostatnie 30 minut audycji transmitowane jest z kawiarni magazynu porannego MoMa-Café, w której m.in. prowadzone są rozmowy ze znanymi osobami. Studio urządzone jest w kolorze niebieskim i szarym. Centrum stanowi półokrągła szara kanapa wraz z niewielkim stolikiem. Za kanapą na ścianie wisi telebim, na którym widz może podziwiać panoramę Berlina.

Struktura „Morgenmagazin" i „Kawy czy herbaty?"

Aby przykuć uwagę widza o tak wczesnej porze dnia, magazyny poranne składają się z bardzo różnych form i gatunków telewizyjnych, są to: serwisy informacyjne, prognozy pogody, informacje sportowe i gospodarcze, przeglądy prasy, rozmowy studyjne, materiały filmowe, porady dotyczące gotowania, zapowiedzi programowe czy konkursy. Wszystkie te elementy zdają się znane i zaadaptowane z innych form medialnych. Telewizja śniadaniowa jest swego rodzaju „mikrowydaniem całego programu telewizyjnego" stacji[12] (Krüger 1991, s. 69). To, co wyróżnia magazyn poranny, to sposób ich połączenia. Można tu mówić o budowie modułowej (*Baukastenprinzip*)[13], gdzie podstawowa struktura, tutaj program śniadaniowy, podzielona jest na mniejsze części (moduły), tematycznie niepowiązane z pozostałymi elementami tego samego programu (Kreuzer i Schumacher 1988, s. 9). Wszystkie te moduły, które można tu nazwać mikrostrukturami, połączone są ze sobą za pomocą tylko jednego interfejsu – moderacji. Wewnętrzna struktura programu rozwija się zazwyczaj wokół emitowanych co pół godziny dzienników informacyjnych, które są wyraźnym punktem orientacyjnym, wskazującym na podział czasu audycji. Taki schemat powielany jest codziennie. Wyjątkiem są dni, w których dochodzi do nieoczekiwanych i ważnych wydarzeń.

Trzyipółgodzinny program „Morgenmagazin", nadawany od poniedziałku do piątku (w godzinach od 05.30 do 09.00), dzieli się na siedem półgodzinnych bloków czasowych. Bloki te tworzą formalny szkielet audycji, w którym zbiegają się różnorodne moduły programu. Należą do nich: serwis informacyjny, prognoza pogody, wiadomości sportowe, przegląd prasy, zapowiedzi programu, prezentowane w jednym bloku wiadomości gospodarcze i informacje z giełdy oraz – w zależności od aktualnych wydarzeń – tematy, które w formie krótkich

[12] *Eine Mikroausgabe des Gesamtprogramms* (w tekście głównym tłum. własne) (Krüger 1991, s. 69).

[13] M. Bogunia-Borowska (2009, s. 260) pisze o szkatułkowej budowie telewizji śniadaniowej. Megastrukturą (makrostrukturą) jest tu sama telewizja, mezostrukturami programy, takie jak audycje poranne, ministrukturami (mikrostrukturami) zaś poszczególne formy i gatunki telewizyjne.

materiałów filmowych i/lub rozmów studyjnych uzupełniają serwis informacyjny i pogłębiają ważne tematy. Ten podstawowy wzorzec determinuje w dużej mierze przebieg całego programu w rytmie półgodzinnych powtórzeń[14]. Głównym celem takiego ustrukturyzowania jest przyzwyczajenie widza do określonych pór emisji poszczególnych elementów audycji.

Program moderowany jest przez łącznie sześciu moderatorów pełniących w audycji różne role. Pierwsze trzy bloki (05.30–07.00) prowadzone są przez główną parę prowadzących, dziennikarza zapowiadającego prognozę pogody oraz prezentującego wiadomości sportowe. O godzinie 07.00 następuje zmiana moderatorów[15]. Ze względu na długość audycji stacja zdecydowała się zwiększyć liczbę prowadzących do czterech. Do zadań gospodarzy programu śniadaniowego nie należy bowiem tylko zapowiadanie następujących po sobie treści, lecz również prowadzenie rozmów z zaproszonymi do studia gośćmi. Jeśli program prowadzą dwie osoby, zadania te można dowolnie podzielić między nimi (Wieten 2000, s. 189). Warto zauważyć, że większość informacji dziennikarze zapowiadają osobno, osobno przeprowadzają również rozmowy. Tylko niewielka część moderacji prowadzona jest wspólnie. Dodatkowo treść audycji uzupełniana jest przez wypowiedzi dziennikarza sportowego i zapowiadającego prognozę pogody[16].

W ciągu trzech i pół godziny wyemitowanych zostaje do 120 ministruktur. Połowę spośród transmitowanych elementów audycji stanowią kilkudziesięciosekundowe moderacje dziennikarzy, spajające ze sobą kolejne ministruktury. Najdłuższe materiały magazynu to trwające nawet do ośmiu minut rozmowy, wytrącające się niejako ze schematu programu. Poza rozmowami każdy pozostały element magazynu nie jest dłuższy niż 3,5 minuty. Pomimo przyjętej zasady informowania telewidzów o najnowszych wydarzeniach w kraju i na świecie, program jest w dużej mierze planowany. Jak podaje B. Buhmann, około 70 procent każdego wydania zaplanowane jest dzień wcześniej (Buhmann 1995, s. 75).

Poniżej, na przykładzie wybranego dnia (13.02.2012), pokazana została szczegółowo struktura magazynu.

[14] Na formalną strukturę magazynów wpływają również powtórzenia. Wielokrotne emitowanie tych samych treści spełnia dwie podstawowe funkcje: po pierwsze, kształtuje wewnętrzną strukturę audycji – co pół godziny w zaplanowanej kolejności transmitowane są określone elementy audycji, po drugie – co ważniejsze – przyczynia się do redukcji kosztów związanych z produkcją dodatkowych materiałów. Magazyn śniadaniowy nie został pomyślany jako program, który widz ogląda od samego początku do końca. Jest on zaplanowany w ten sposób, że odbiorca może w dowolnym momencie wyłączyć odbiornik i włączyć go ponownie, nie odczuwając przy tym dyskomfortu wynikającego z utraty ważnych informacji, istnieje bowiem duże prawdopodobieństwo, że te „utracone czy przeoczone" materiały zostaną powtórzone w dalszej części audycji.

[15] W stacji ARD nie następuje zmiana moderatorów.

[16] Z badań autorki wynika, że moderacja w analizowanych programach stanowi odpowiednio 9% („Kawa czy herbata?") i 12% („Morgenmagazin") zawartości całego programu.

Przebieg programu „Morgenmagazin" z 13.02.2012 roku:

„Morgenmagazin" (ARD) (13.02.2012)

Pierwszy blok: 05.30–06.00

1.	05:30:00	Moderacja (rozpoczęcie programu oraz zapowiedź materiałów audycji)
2.	05:31:20	Serwis informacyjny „Tagesschau"
3.	05:33:40	Moderacja
4.	05.34:35	Prognoza pogody
5.	05:36:05	Moderacja
6.	05:36:45	Materiał filmowy Temat: zatwierdzenie programu oszczędnościowego przez parlament Grecji
7.	05.38:05	Moderacja
8.	05:38:40	Materiał filmowy Temat: odwołanie z funkcji prezydenta miasta Duisburga Adolfa Sauerlanda
9.	05:40:15	Moderacja
10.	05:40:45	Materiał filmowy Temat: problemy z dostawą prądu i gazu w Niemczech
11.	05:42:30	Moderacja
12.	05:43:15	Materiał filmowy Temat: powstanie nowej stacji telewizyjnej w Syrii „Syrien Morgen"
13.	05:45:00	Moderacja
14.	05:45:30	Materiał filmowy: informacje gospodarcze
15.	05:46:50	Moderacja
16.	05:47:20	Materiał filmowy Temat: rozdanie nagród Grammy
17.	05:48:55	Moderacja
18.	05:49:35	Materiał filmowy Temat: zamarznięcie rzeki Alster
19.	05:51:20	Moderacja – zapowiedź filmowa materiału poradnikowego
20.	05:51:50	Moderacja
21.	05:52:10	Materiał filmowy – transmisja na żywo: rozmowa na temat problemów z akumulatorami samochodowymi w porze zimowej.
22.	05:54:35	Moderacja
23.	05:55:00	Informacje sportowe

Drugi blok: 06.00–06.30

1.	06:00:00	Serwis informacyjny „Tagesschau"
2.	06:02:30	Moderacja
3.	06:03:20	Prognoza pogody
4.	06:05:20	Moderacja

5. 06:05:50 Materiał filmowy [powtórka]
Temat: zatwierdzenie programu oszczędnościowego przez parlament Grecji
6. 06:07:20 Moderacja
7. 06:08:55 Materiał filmowy [powtórka]
Temat: odwołanie z funkcji prezydenta miasta Duisburga Adolfa Sauerlanda
8. 06:09:40 Moderacja
9. 06:10:10 Materiał filmowy [powtórka]
Temat: problemy z dostawą prądu i gazu w Niemczech
10. 06:11:55 Moderacja
11. 06:12:40 Materiał filmowy [powtórka]
Temat: powstanie nowej stacji telewizyjnej w Syrii „Syrien Morgen"
12. 06:14:30 Materiał filmowy: informacje gospodarcze
13. 06:15:50 Moderacja
14. 06:16:30 Materia filmowy [powtórka]
Temat: rozdanie nagród Grammy
15. 06:18:05 Moderacja
16. 06:19:00 Materiał filmowy
Temat: morsy w Mielnie [powtórka]
17. 06:20:40 Materiał filmowy – transmisja na żywo: rozmowa na temat problemów z akumulatorami samochodowymi w porze zimowej
18. 06:23:55 Moderacja
19. 06:24:20 Informacje sportowe

MATERIAŁY

Trzeci blok: 06.30 – 07.00

1. 06:29:50 Serwis informacyjny „Tagesschau"
2. 06:33:00 Moderacja
3. 06:34:00 Prognoza pogody
4. 06.36:35 Moderacja
5. 06:37:10 Materiał filmowy [powtórka]
Temat: odwołanie z funkcji prezydenta miasta Duisburga Adolfa Sauerlanda
6. 06:39:25 Rozmowa studyjna z Theo Steegmannem, inicjatorem odwołania Adolfa Sauerlanda
Temat: odwołanie z funkcji prezydenta miasta Duisburga Adolfa Sauerlanda
7. 06:43:20 Moderacja
8. 06:44:05 Materiał filmowy: Zmiany klimatyczne: ich przyczyny i skutki
Dyskusja nad książką „Die kalte Sonne" autorstwa Fritza Vahrenholta i Sebastiana Lüninga

9. 06:46:15 Rozmowa prowadzącej program z meteorologiem i badaczem zmian klimatycznych Mojibem Latifem na temat książki „Die kalte Sonne" (rozmowa na żywo, rozmówca pokazany jest na telebimie)
10. 06: 49:35 Moderacja
11. 06:50:00 Materiał filmowy
    Temat: śmierć Whitney Huston
12. 06:51:05 Moderacja
13. 06:51:35 Materiał filmowy [powtórka]
    Temat: zamarznięcie rzeki Alster
14. 06:53:30 Informacje sportowe
15. 06:59:15 Moderacja

Czwarty blok: 07.00–07.30

1. 07:00:00 Serwis informacyjny „Tagesschau"
2. 07:03:40 Moderacja
3. 07:04:10 Prognoza pogody
4. 07:06:20 Moderacja
5. 07:07:00 Rozmowa z korespondentem zagranicznym relacjonującym wydarzenia w Grecji
   Temat: pakiet oszczędnościowy Grecji (rozmowa na żywo, rozmówca pokazany jest na telebimie)
6. 07:09:45 Moderacja
7. 07:10:20 Materiał filmowy
   Temat: ACTA
8. 07:12:00 Moderacja
9. 07:12:20 Rozmowa korespondenta programu Wernera Sonne z Alfem Meierem (bezpośrednia transmisja widoczna na telebimie)
10. 07:16:00 Moderacja
11. 07:16:30 Informacje gospodarcze
12. 07:17:50 Moderacja
13. 07:18:20 Materiał filmowy [powtórka]
    Temat: rozdanie nagród Grammy
14. 07:20:20 Moderacja
15. 07.20:35 Materiał filmowy – transmisja na żywo: Rozmowa na temat problemów z akumulatorami samochodowymi w porze zimowej
16. 07:25:10 Moderacja
17. 07:25:40 Informacje sportowe
18. 07:30:40 Moderacja

Piąty blok: 07.30–08.00

1. 07:30:05 Serwis informacyjny „Tagesschau"
2. 07:33:30 Moderacja

3. 07:34:10 Prognoza pogody
4. 07:36:30 Moderacja
5. 07:37:15 Materiał filmowy [powtórka]. Temat: problemy z dostawą prądu i gazu w Niemczech
6. 07:39:00 Moderacja
7. 07:39:30 Materiał filmowy [powtórka]: zmiany klimatyczne: ich przyczyny i skutki Dyskusja nad książką „Die kalte Sonne" autorstwa Fritza Vahrenholta i Sebastiana Lüninga
8. 07:41:40 Moderacja
9. 7:42:30 Materiał filmowy: transmisja z Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie (materiał zawiera wiele gatunków dziennikarskich: m.in. rozmowę, wywiad, relację)
10. 07:54:00 Moderacja
11. 07:54:10 Informacje sportowe

Szósty blok: 08.00–08.30

1. 07:59:45 Serwis informacyjny „Tagesschau"
2. 08:03:10 Moderacja
3. 08:04:00 Prognoza pogody
4. 08:05:55 Moderacja
5. 08:06:50 Rozmowa korespondenta „Morgenmagazin" Wernera Sonne z Ministrem Gospodarki Philippem Röslerem
6. 08:10:00 Moderacja
7. 08:10:30 Materiał filmowy [powtórka]. Temat: odwołanie z funkcji prezydenta miasta Duisburga Adolfa Sauerlanda
8. 08:13:15 Moderacja
9. 08:14:00 Materiał filmowy [powtórka] Temat: powstanie nowej stacji telewizyjnej w Syrii „Syrien Morgen"
10. 08.16:35 Moderacja
11. 08:16:55 Materiał filmowy. Temat: rozdanie nagród Grammy [powtórka]
12. 08:18:05 Moderacja
13. 08:18:40 Materia filmowy Temat: morsy w Mielnie [powtórka]
14. 08:20:15 Moderacja
15. 08:21:00 Materiał filmowy – transmisja na żywo: Rozmowa na temat problemu z akumulatorami samochodowymi w porze zimowej
16. 08:23:30 Moderacja
17. 08:23:50 Informacje sportowe
18. 08:29:55 Moderacja

Siódmy blok: 08.30–09.00

1. 08:30:15 Serwis informacyjny „Tagesschau"
2. 08:33:20 Moderacja

3.	08:33:50	Prognoza pogody
4.	08:35:55	Zapowiedź materiału filmowego (informacja) Temat: odwołanie z funkcji prezydenta miasta Duisburga Adolfa Sauerlanda
5.	08:36:20	Moderacja
6.	08:36:55	Materiał filmowy [powtórka] Temat: odwołanie z funkcji prezydenta miasta Duisburga Adolfa Sauerlanda
7.	08:38:00	Rozmowa studyjna z Theo Steegmannem, inicjatorem odwołania Adolfa Sauerlanda
8.	08:41:30	Materiał filmowy: transmisja z Międzynarodowego Festiwalu Filmowego w Berlinie (materiał zawiera wiele gatunków dziennikarskich: m.in. rozmowę, wywiad, relację)
9.	08:55: 00	Moderacja
10.	08:55:15	Materiał filmowy: informacje giełdowe
11.	08:57:30	Moderacja
12.	08.59:05	Koniec programu.

Podobną strukturą charakteryzuje się „Kawa czy herbata?". Program emitowany jest od poniedziałku do piątku od godziny 06.00 do 08.00. Struktura magazynu jest bardzo przejrzysta. W ciągu dwóch godzin audycji można wyróżnić cztery półgodzinne bloki rozdzielone każdorazowo serwisem informacyjnym: blok 1: 06.00–06.30, blok 2: 06.30–07.00, blok 3: 07.00–07.30, blok 4: 07.30–08.00. W każdym półgodzinnym bloku znajdziemy około 12–18 ministruktur, o połowę mniej niż w „Morgenmagazin". Do najczęściej transmitowanych elementów audycji należą: serwis informacyjny, prognoza pogody, rozmowa studyjna, reklama, krótkie materiały filmowe, moderacja oraz blok kuchenny, w trakcie którego gotują znane osoby. W przeciwieństwie do „Morgenmagazin" poszczególne gatunki nie powtarzają się tu z taką regularnością jak w niemieckim programie. Dwugodzinny magazyn do grudnia 2012 roku moderowała codziennie inna para wspomagana przez dziennikarza zapowiadającego prognozę pogody. Obecnie program przyjął formułę audycji autorskich – za moderację odpowiedzialna jest codziennie inna osoba.
Poniżej podano przebieg „Kawy czy herbaty?" z dnia 13.02.2012 roku.

„Kawa czy herbata?" (13.02.2012)

Pierwszy blok: 06.00–06.30

1.	06:00:05	Moderacja (rozpoczęcie programu oraz zapowiedź materiałów audycji)
2.	06:01:30	Kalendarium
3.	06:02:15	Moderacja
4.	06:03:05	Serwis informacyjny „Wiadomości"
5.	06:05:30	Zapowiedź filmowa dalszej części programu

6. 06:06:05 Reklama
7. 06:07:20 Prognoza pogody
8. 06:08:55 Reklama
9. 06:10:55 Muzyczny występ Janka Samołyka
10. 06:13:20 Moderacja
11. 06:14:30 Przegląd prasy
12. 06:18:30 Gotowanie potraw w telewizyjnej kuchni ze Stefanem Birkiem
13. 06:20:10 Rozmowa z mec. Joanną Smeryczańską-Smulczyk. Temat: prawo obywateli do odszkodowań
14. 06:25:05 Moderacja
15. 06:25:20 Materiał filmowy (rozrywka)
Temat: przegląd filmów kandydujących do Oscara w kategorii efektów specjalnych
16. 06:27:55 Moderacja
17. 06:28:35 Reklama

Drugi blok: 06.30–07.00

1. 06:30:45 Serwis informacyjny „Wiadomości"
2. 06:33:05 Zapowiedź filmowa dalszej części programu
3. 06:33:35 Reklama
4. 06:35:45 Prognoza pogody
5. 06:37:30 Reklama
6. 06:39:25 Moderacja
7. 06:40:50 Materiał filmowy
Temat: restauracja, w której jest ciemno
8. 06:43:15 Rozmowa studyjna z prof. Bogusławem Więckiem i Robertem Olbrochen
Temat: kamery termowizyjne
9. 06:48:45 Gotowanie potraw w telewizyjnej kuchni ze Stefanem Birkiem
10. 06:51:05 Materiał filmowy: reportaż o kobiecie, która w wieku 70 lat rozpoczęła realizować własne marzenia
11. 06:53:10 Moderacja
12. 06:53:30 Rozmowa przy pulpicie z Karolem Stępniem
Temat: konkurs na samochód Reprezentacji Polski w piłce nożnej.
13. 06:56:55 Konkurs
14. 06:58:00 Reklama

Trzeci blok: 07.00–07.30

1. 07:00:00 Serwis informacyjny „Wiadomości"
2. 07:02:15 Zapowiedź filmowa dalszej części programu
3. 07:02:45 Prognoza pogody
4, 07:04:40 Reklama
5. 07:07:45 Teledysk
6. 07:09:10 Rozmowa przy pulpicie z dziennikarzem muzycznym Romanem Rogowieckim
Temat: śmierć Whitney Houston

7.	07:14:40	Materiał filmowy: nauka tańca
8.	07:19:40	Gotowanie potraw w telewizyjnej kuchni ze Stefanem Birkiem
9.	07:21:35	Konkurs dla telewidzów
10.	07:22:20	Moderacja
11.	07:25:10	Rozmowa oraz muzyczny występ Janka Samołyka
12.	07:27:20	Reklama

Czwarty blok: 07.30–08.00

1.	07:30:10	Serwis informacyjny „Wiadomości”
2.	07:32:40	Zapowiedź filmowa dalszej części programu
3.	07:33:10	Reklama
4.	07:35:20	Prognoza pogody
5.	07:36:50	Reklama
6.	07:38:50	Zapowiedź programu „Polityka przy kawie” w formie krótkiej rozmowy przy pulpicie z prowadzącą program
7.	07:41:10	Rozmowa z Grażyną Brodzińską Temat: muzyka w okresie karnawału
8.	07:45:20	Moderacja
9.	07:45:35	Materiał filmowy: After wedding party
10.	07:48:10	Rozmowa studyjna (informacja/wiedza) Temat: wystrzelenie pierwszego polskiego satelity w kosmos
11.	07:54:30	Moderacja
12.	07:54:55	Występ muzyczny Grażyny Brodzińskiej
13.	07:58:40	Koniec programu

Przyglądając się takiej budowie programu, można by wyciągnąć wniosek, że jest ona niezwykle chaotyczna, nieuporządkowana, wręcz improwizowana; przysłuchujemy się temu, co mówią siedzący na kanapie prezenterzy audycji, nagle zostajemy przeniesieni do kuchni, w której znane osoby przygotowują potrawy, krótko oglądamy blok reklamowy, aby posłuchać na żywo muzyki, a w końcu rozmowy z zaproszonym do studia artystą. Częsta zmiana planu wydarzeń stanowi jednak ciąg dokładnie zaplanowanego scenariusza audycji. Jak pisze M. Bogunia-Borowska, „nawet jeśli poszczególne elementy nie wchodzą ze sobą w relacje przyczynowo-skutkowe i sprawiają wrażenie nieuporządkowanego ciągu, ich kolejność nie jest przypadkowa” (2009, s. 266). Wszystkie moduły następują po sobie wedle wcześniej zaplanowanej i przemyślanej kolejności.

Taka struktura magazynu porannego powielana jest na całym świecie. Celem audycji jest oferowanie widzom w każdej minucie czegoś nowego i nieoczekiwanego, co możliwe jest dzięki różnorodności form i gatunków telewizyjnych. Jednak każdego dnia widz powinien otrzymywać niemal to samo, bowiem „Ludzie nie lubią zmian w godzinach porannych... poranki są jedną z tych pór dnia,

w czasie których nawet najbardziej zbuntowani spośród nas pragną porządku i stabilności”[17] (Siegel 1990, s. 33).

Telewizja śniadaniowa nie jest pojedynczym programem, lecz regularnie nadawaną audycją. Codziennie od poniedziałku do piątku powtarza się ten sam schemat – transmitowany na żywo obraz jest codziennie na nowo produkowany.

Program poranny to zatem ciągle nowa odmiana tego samego wzorca. Odbiorca doskonale wie, co go czeka w następnych minutach; może swobodne wykonywać poranne czynności i „włączyć się” wtedy, gdy emitowany materiał go zainteresuje. Pozwala to widzowi na samodzielne zarządzanie swoim czasem i oglądanie jedynie wybranego materiału. Taka struktura audycji pozwala stwierdzić, że zainteresowanie widzów telewizją śniadaniową nie wynika z jej treści. Widz wybiera ten program, ponieważ decyduje się na spędzenie poranka z telewizją.

Wysoka częstotliwość krótkich i samodzielnych ministruktur potwierdza zasadę małych „kąsków” (*Häpchen-Konzept*), według której zbudowany jest magazyn, co umożliwia przemieszającemu się z samego rana pomiędzy kuchnią, łazienką a salonem widzowi swobodne „wejścia” i „wyjścia” (Krüger 1988, s. 97). Potwierdzają to słowa Rimka Maścianicy, byłego redaktora programu porannego stacji TVN „Dzień dobry TVN”: „[Widzowie] Jedzą śniadanie bądź krzątają się po kuchni i tylko na chwilę rzucą okiem na ekran. Dlatego nie może u nas być 20-minutowej rozmowy, bo w jej trakcie widz może wyjść do łazienki” (Łupak 2007). Telewizja weszła bowiem do funkcjonalnej i dalece określonej pory dnia, poprzez co stała się medium towarzyszącym (Wolling i Kuhlmann 2006).

Zawartość gatunkowa audycji

Mając na myśli bogactwo gatunkowe programów, można powiedzieć, że zawartość treściowa audycji stanowi zespolenie informacji, poradnictwa i rozrywki (Grybosiowa 2004, s. 6). Jak zapewnia Antonina Grybosiowa, formuła ta nie jest obca współczesnym widzom, zwłaszcza kobietom (czytelniczkom współczesnej prasy kobiecej). Zespolenie wymienionych trzech elementów doprowadziło, jak sądzę, do sukcesu formatu. Podział ten, bazujący na charakterze nadawanych treści, nie jest jednak ostry. Celem nadawców programów śniadaniowych jest oferowanie telewidzom indywidualnie dobranej oferty tematycznej na resztę dnia, tak aby mogli, przykładowo, o aktualnych wydarzeniach dyskutować z kolegami w pracy[18].

---

[17] *People don't like changes in the morning ... mornings are the one time of day when even the most anarchic among us want order and stability* (w tekście głównym tłum. własne) (Siegel 1990, s. 33).

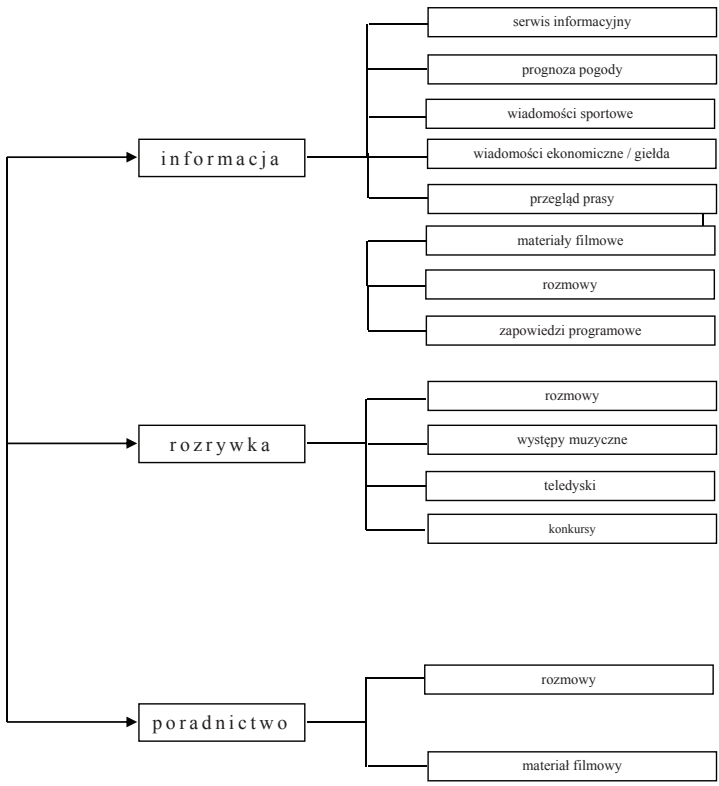
[18] Grupa docelowa, do której docierają twórcy magazynów porannych, jest dość zróżnicowana: to rodzice odprowadzający dzieci do szkoły, śpieszący się do pracy robotnicy oraz biznesmeni mający tylko kilka minut, aby spojrzeć wcześnie rano na ekran telewizora. Podobnie jak audycje radiowe, programy śniadaniowe mają dostarczyć podstawowych informacji potrzebnych o poranku (aktualnych wiadomości z kraju i ze świata, prognozy pogody, informacji giełdowych, sportowych

Problematyczny wydaje się tutaj rzeczywisty przekaz treści o charakterze informacyjnym. W zasadzie prawie wszystkie gatunki telewizyjne zawierają w sobie wartość informacyjną. Nie tylko zatem w serwisach informacyjnych czy rozmowach o charakterze politycznym, lecz również w moderacjach, zapowiedziach programowych, prowadzonych rozmowach na tematy zdrowotne czy nawet reklamie dochodzi do przekazu informacji.

W każdym z wymienionych tu elementów można wskazać gatunki programu telewizyjnego o przeważającym charakterze informacyjnym, rozrywkowym i poradniczym.

Poniżej (schemat 1; schemat 2) zaprezentowane zostały dwa schematy zawartości gatunkowej analizowanych programów.

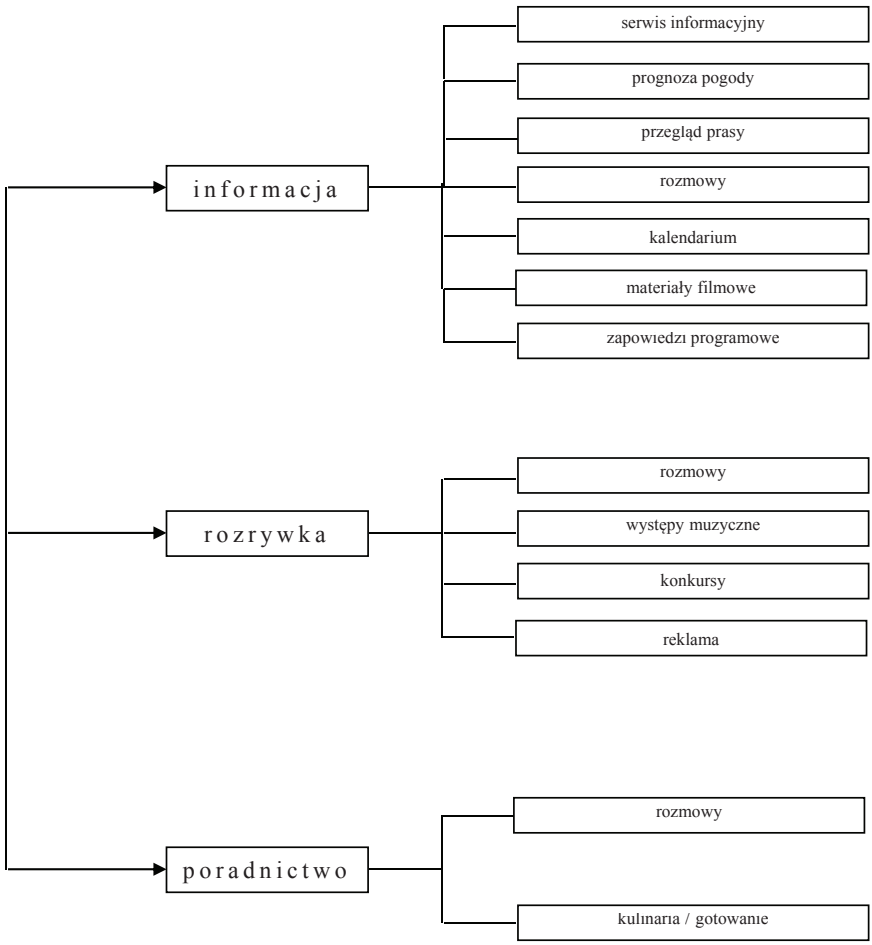
Schemat 1. Zawartość gatunkowa programu „Morgenmagazin"



Źródło: opracowanie własne.

itp.). Należy również pamiętać o dużej liczbie kobiet pozostających w domu z dziećmi oraz osobach niepracujących, które chętnie skorzystałyby z nowego przepisu kulinarnego czy porady, jak dobrze się ubrać, co jeść, aby nie przytyć, lub gdzie spędzić następny urlop (por. Dąbrowska-Cendrowska 2011, s. 33–35).

Schemat 2. Zawartość gatunkowa programu „Kawa czy herbata?"



Źródło: opracowanie własne.

Informacja to powtarzane kilkakrotnie w trakcie audycji krótkie serwisy informacyjne, przeglądy prasy, prognozy pogody, zapowiedzi programów telewizyjnych, informacje sportowe, ekonomiczne oraz materiały filmowe. Do części informacyjnej zaliczają się również rozmowy z ekspertami oraz politykami, niemające charakteru ani poradnikowego, ani rozrywkowego. Część informacyjna stanowi niemal połowę programu porannego (46,5% czasu „Kawy czy herbaty?" oraz 71,5% – „Morgenmagazin"). Wpływ na to mają, między innymi, liczne powtórki wyświetlanych materiałów.

Poniżej w tabeli zaprezentowany został procentowy udział poszczególnych elementów o charakterze informacyjnym (tabela 1).

Tabela 1. Procentowy udział poszczególnych elementów programu o charakterze informacyjnym w „Morgenmagazin" i „Kawie czy herbacie?"

Gatunki i formy telewizyjne	„Morgenmagazin" (ZDF/ARD)	„Kawa czy herbata?" (TVP1)
Serwis informacyjny	12%	13%
Informacje sportowe	14%	0%
Informacje ekonomiczne/ giełdowe	4%	0%
Prognoza pogody	6,5%	6,5%
Przegląd prasy	1%	4,5%
Materiały filmowe	18%	8%
Rozmowy (studyjne i prowadzone z osobą pokazywaną na telebimie)	15%	12%
Inne (zapowiedzi, kalendarium itp.)	1%	2,5%

Najważniejszym, a przynajmniej najpoważniejszym elementem części informacyjnej telewizji śniadaniowej są mocno skondensowane i wplecione w scenariusz programu dzienniki informacyjne. Widz kilkakrotnie w czasie audycji zostaje przeniesiony na kilka minut do innego studia, w którym prowadzący przedstawia *na żywo*[19] informacje „skurczone" niemal do rozmiaru zapowiedzi.

Serwis informacyjny „Morgenmagazin" emitowany jest co pół godziny jako poranne wydanie „Tagesschau" (ARD, program transmitowany jest ze studia w Hamburgu) lub „heute" (ZDF/Berlin). Prezenter przedstawia w bardzo mocno skróconej formie najważniejsze informacje z kraju i ze świata; średnio prezentowanych jest od pięciu do ośmiu tematów. Dzienniki informacyjne w „Morgenmagazin" trwają zwykle od 2 do 3 minut, co oznacza, że każdy temat prezentowany jest przez około 15 sekund. Większość z nich powtarza się w czasie kolejnych odsłon serwisu.

„Wiadomości" (TVP1/Warszawa) w „Kawie czy herbacie?" nadawane są również co pół godziny z macierzystego studia serwisu informacyjnego. Moderator przedstawia zawsze trzy–cztery najważniejsze informacje z kraju i ze świata, które rzadko powtarzają się w kolejnych odsłonach tej części programu. Serwis informacyjny w ramach „Kawy czy herbaty?" trwa zwykle od 2,5 do 3 minut. Średnia długość informacji jest znacznie dłuższa od wiadomości prezentowanych w audycjach niemieckich i wynosi około 40–60 sekund.

[19] O bezpośrednim nadawaniu świadczą liczne rozmowy dziennikarza z prowadzącymi program, odbywające się przed rozpoczęciem nadawania serwisu informacyjnego. Sytuacja ta ma miejsce w „Morgenmagazin" i „Kawie czy herbacie?".

Informacje sportowe i gospodarcze w „Kawie czy herbacie?" emitowane są w ramach serwisu informacyjnego. W „Morgenmagazin" stanowią odrębny element przekazu: zawsze przed kolejnym wydaniem informacji obecny w studio dziennikarz prezentuje najważniejsze wydarzenia sportowe (wiadomości te trwają średnio od 5 do 7 minut). Prezentacji wspomaganej obrazem filmowym towarzyszą często rozmowy (studyjne lub za pośrednictwem telebimu) z zaproszonym gościem.

Podobna sytuacja występuje w przypadku informacji ekonomicznych/giełdowych, które prezentowane są przez jednego z głównych moderatorów lub w postaci materiału filmowego. W celu dostarczenia widzom najnowszych informacji ekonomicznych, prowadzący łączy się za pomocą telefonu/telebimu z dziennikarzem informującym o aktualnej sytuacji na giełdzie. W „Kawie czy herbacie?" informacje te prezentowane są na dolnym pasku ekranu.

Do ważniejszych gatunków informacyjnych w ramach telewizji śniadaniowej należą również rozmowy. Dialogi i polilogi odbywają się tu w dwojakiej formie: po pierwsze jako rozmowy prowadzone z zaproszonym gościem w telewizyjnym studiu, po drugie jako rozmowy prezenterów z osobą – najczęściej korespondentem – znajdującą się poza studiem (*Schaltgespräche*). Taki transmitowany „na żywo" przekaz praktykowany jest głównie w niemieckich magazynach porannych i zajmuje około 9% czasu audycji. Pozostałe 6% czasu programu „pochłaniają" rozmowy studyjne (najczęściej gośćmi są politycy, członkowie krajowych i międzynarodowych organizacji społecznych i politycznych, inni dziennikarze).

Rozmowy o charakterze informacyjnym stanowią 12% programu „Kawa czy herbata?". W obydwu programach emitowane są również wywiady na żywo pokazywane na telebimie lub nagrane wcześniej rozmowy w postaci materiału filmowego. Rozmowy należą również do najdłuższych ministruktur telewizji śniadaniowej – w „Kawie czy herbacie?" trwają od 2 do 6 minut, w „Morgenmagazin" są nieco dłuższe, trwają od 3 do 8 minut.

W programie niemieckim dominuje jeszcze inna forma prezentacji informacji – materiały filmowe. Każdy poruszany temat rozpoczyna się od krótkiego, przygotowanego wcześniej filmu, streszczającego poruszane w audycji wydarzenie. Po takiej prezentacji, trwającej od 1 do 2 minut, następuje zwykle rozmowa pogłębiająca dane zagadnienie. W czasie jednego bloku wyemitowanych zostaje od 4 do 7 materiałów. Należy przy tym dodać, że większość z nich podczas audycji emitowana jest wielokrotnie.

Ostatnim elementem zaliczanym do części informacyjnej telewizji śniadaniowej są tzw. wskazówki programowe (zapowiedzi, zwiastuny) oraz wszelkie inne elementy, pozwalające odbiorcy skojarzyć je z daną stacją czy konkretnym programem. Do elementów tych zaliczane są: *trailer* i *jingles* tworzące wraz z moderacją swego rodzaju formę reklamy i z tego względu wspierające identyfikację widza z konkretnym nadawcą.

W „Kawie czy herbacie?" co pół godziny nadawane są w formie 30-sekundowego materiału filmowego zapowiedzi kolejnych ministruktur audycji. Szczególnie rozbudowane są pierwsze zapowiedzi na samym początku programu:

Przykład: „Kawa czy herbata?" (23.05.2012)

Grzegorz Misztal: *Witamy Państwa bardzo serdecznie. Minęła godzina szósta. Rozpoczynamy program „Kawa czy herbata?". Mamy nadzieję, że Państwo już na nogach. Naprawdę szkoda życia.*

Anna Matusiak: *Pełni energii i sił.*

Grzegorz Misztal: *Zawsze staramy się do „Kawy czy herbaty?" zapraszać ciekawych gości. Ale nasi dzisiejsi goście będą naprawdę wyjątkowi. Odwiedzą nas między innymi Tomasz Cichocki, który ostatnio jako szesnasty Polak w historii samotnie opłynął kulę ziemską. Będzie z nami także Marek Kamiński, zdobywca dwóch biegunów Ziemi, który opowie o tym, jak doświadczenie z tych ekstremalnych wypraw przekłada na codzienne życie. Poza tym będziemy przed Państwem odkrywać także uroki cudownych terenów leżących nad dzikim Bugiem.*

Anna Matusiak: *I to jeszcze nie wszystko, bo u nas też dzisiaj wielkie gwiazdy muzyczne i wielkie jubileusze. Zacznijmy od tego najbardziej imponującego: 70-lecie urodzin, 50-lecie pracy artystycznej Stana Borysa. W związku z tym Stan Borys u nas. 30-lecie istnienia zespołu T. Love, Muniek Staszczyk zagości. Kasa, Krzysztof „Kasa" Kasowski i tu dla kontrastu debiut. Na debiutach opolskich się pojawi, ale znacznie więcej szczegółów później. I Brathanki. Dlaczego Brathanki – to nie będę państwu wszystko zdradzać tak na dzień dobry.*

Grzegorz Misztal: *Czyli mnóstwo będzie się działo w dzisiejszym programie. Tymczasem, jak zawsze, rozpoczynamy od kalendarium.*

W trakcie audycji dodatkowo w prawym dolnym rogu ekranu wyświetla się harmonogram mających po sobie nastąpić fragmentów, wykorzystujący określenia czasu: „za chwilę", „później", „następnie", „potem".

Zwiastuny pełnią rolę narzędzia porządkującego zarówno strukturę całej audycji, jak i sferę prywatną życia codziennego jego odbiorców. Takie zapowiadanie kolejno następujących po sobie materiałów dziennikarskich pozwala widzowi na samodzielne zarządzanie swoim czasem i oglądanie jedynie wybranego materiału: „telewizyjny harmonogram pełni rolę strukturyzującej siły w rutynie i schematach dnia codziennego" (Dickinson i in. 2001, s. 241). W czasie, kiedy transmitowane są nieinteresujące dla niego elementy, odbiorca może wykonywać poranne czynności: przygotowywać śniadanie, myć zęby czy się ubierać.

W „Morgenmagazin" na samym początku audycji prowadzący zapowiadają najważniejsze tematy dnia, zwizualizowane przygotowanym obrazem filmowym.

Przykład: „Morgenmagazin" (20.03.2012)
Anna Heyde: *Und das sind die Themen der ersten halben Stunde.*
Mitri Sirin: *Mordserie. Terroralarm und Trauer in Frankreich.*
Anna Heyde: *Landtagswahl. Roentgen zwischen Berlin und Düsseldorf.*
Mitri Sirin: *Und Pokal Halbfinale. Dawid Fürth empfing Goliath Dortmund.*

Treści te są powtarzane w rytmie półgodzinnym, tuż przed serwisem informacyjnym.

W przypadku *jingles* chodzi o krótką melodię, po usłyszeniu której widz potrafi natychmiast skojarzyć muzykę z programem danej stacji. Melodia ta prezentowana jest na samym początku programu oraz każdorazowo po bloku reklam („Kawa czy herbata?") lub po emisji wiadomości sportowych („Morgenmagazin").

Poranna audycja telewizyjna nosi ponadto znamiona *show*, wydarzenia o charakterze rozrywkowym. Twórcy oraz prowadzący realizują owe zamierzenie poprzez mnogość form, permanentną obecność osób znanych oraz liczne konkursy dla widzów. Do części rozrywkowej należą ponadto występy zespołów muzycznych i tanecznych, emitowane na studyjnych telebimach teledyski, reklamy oraz rozmowy ze znanymi osobami reprezentującymi świat kultury popularnej i sztuki (aktorzy, wokaliści, muzycy, pisarze).

Poniżej w tabeli 2 zaprezentowany został procentowy udział poszczególnych elementów o charakterze rozrywkowym.

Ta część programu stanowi ponad 30% zawartości „Kawy czy herbaty?", na co duży wpływ ma wysoka częstotliwość emisji reklam (dwa lub trzy bloki reklamowe w każdym półgodzinnym bloku programu). W „Morgenmagazin" zrezygnowano całkowicie z reklam oddzielających poszczególne moduły audycji. Jedynie każdorazowo po prezentacji informacji sportowych oraz prognozy pogody pojawia się nazwa i logo firmy sponsorującej wspomniane elementy programu.

Tabela 2. Procentowy udział poszczególnych elementów programu o charakterze rozrywkowym w „Morgenmagazin" i „Kawie czy herbacie?"

Gatunki i formy telewizyjne	„Morgenmagazin" (ZDF/ARD)	„Kawa czy herbata?" (TVP1)
Reklama	0,5%	16%
Rozmowy	6%	10%
Teledyski	1%	1%
Występy muzyczne na żywo	2%	2,5%
Konkursy	1%	1%

Kolejno 3% („Morgenmagazin") oraz 3,5% („Kawa czy herbata?") audycji zajmują treści muzyczne, tj. występy artystów na żywo lub teledyski.

Wyraźną różnicę widać w liczbie prowadzonych rozmów. O ile w „Kawie czy herbacie?" rozmowy o charakterze rozrywkowym stanowią 10% całości audycji, o tyle w „Morgenmagazin" zajmują jedynie 6% czasu antenowego. Wizyty znanych osób w telewizyjnym studiu we wczesnych godzinach porannych związane są najczęściej z promocją czegoś, co reprezentuje sobą gość programu: serialu, filmu, książki czy płyty muzycznej. Magazyn poranny może być w związku z tym traktowany jako platforma informowania o nowych produktach i reklamowania ich. Przekazywanie i rozpowszechnianie informacji odgrywa tu zatem istotną rolę[20].

Kolejną formą gatunkotwórczą programu są konkursy, antenowe quizy z udziałem oglądających program telewidzów lub/i publiczności studyjnej. Należą one do stałych modułów polskiej i niemieckiej telewizji śniadaniowej. Ta forma uczestnictwa odbiorców spełnia, zdaniem Karstena Visariusa, jedną z podstawowych potrzeb widzów, mianowicie potrzebę uczestnictwa – już z samego rana – w procesie komunikacyjnym (Visarius 1989, s. 25). Taką potrzebę wyraża też telewizja, co przejawia się w reklamowaniu i zachęcaniu telewidzów do uczestnictwa w zabawie[21]. Zebrana przed telewizorami publiczność musi „tylko" zadzwonić lub wysłać SMS, aby wejść w kontakt z redakcją audycji.

W nowych mediach jedną z najistotniejszych funkcji jest funkcja fatyczna, zorientowana na nawiązanie lub podtrzymanie kontaktu między rozmówcami. Z bezpośrednią interakcyjnością mamy jednak do czynienia tylko w wypadku „ZDF-Morgenmagazin". Ważnym elementem ostatnich piętnastu minut audycji jest konkurs z zasiadającą w kawiarni publicznością[22]. Prowadzący wybiera wcześniej z „widowni" jedną osobę, która będzie rywalizować z telefonującym do studia słuchaczem o dwie filiżanki z napisem „Morgenmagazin"[23]. Konkurs polega na prezentacji krótkiego filmu przygotowanego przez redakcję programu. Zadaniem grających jest stwierdzenie, czy teza zaprezentowana w filmie jest prawdziwa, czy błędna. Moderatorzy na ogół nie znają (lub przynajmniej sprawiają takie wrażenie) dokładnych danych uczestników konkursu (zarówno po stronie osoby zasiadającej w studio, jak i telefonującej).

[20] Przykłady: „Kawa czy herbata?" (21.02.2013): *członkowie Kabaretu Moralnego Niepokoju rekomendują swoją nową płytę DVD „Pogoda Na Suma"*; (19.02.2013): *Hanna Bakuła poleca swoją najnowszą książkę kulinarną „GAR ANONIM, czyli z kim jeść"*. „Morgenmagazin" (5.02.2013): *zespół muzyczny „Söhne Mannheims" rozmawia na temat nowego singla „One Love"*.

[21] Potrzeba ta jest jednak częściowa. Decyzja o obecności konkursu w programie wynika w dużej mierze z chęci pozyskania dodatkowych funduszy (zapłata za połączenie telefoniczne lub wiadomość esemesową zasila w części konto organizatora).

[22] Na samym początku transmisji programu z Moma-Cafe prowadzący informują o konkursie, a na ekranie wyświetla się numer, pod który mogą dzwonić telewidzowie. To aktywizuje odbiorców i w pewnym sensie podgrzewa kanał komunikacyjny, wytwarza bezpośredniość komunikacji we wspólnym TU (w przypadku publiczności studyjnej) i TERAZ (w przypadku publiczności i widzów).

[23] Autorka zakłada, że wcześniej dochodzi do wyboru osoby biorącej udział w quizie, gdyż w momencie rozpoczęcia konkursu kamera zawsze wskazuje na moderatora siedzącego obok gracza.

Przykład: „Morgenmagazin" (30.05.2012)

Cherno Jobatey:	*Wir wollen jetzt ein paar Tassen in die Menschheit bringen. Wir wollen unsere berühmte Tassen-Frage stellen. Bei mir muss es jetzt im Telefon ein Zuschauer sein. Guten Morgen. Wer sind Sie? Woher rufen Sie an?*
Osoba telefonująca:	*Hallo?*
Cherno Jobatey:	*Ja, Hallo. Wer sind Sie? Woher rufen Sie an?*
Osoba telefonująca:	*Mein Name ist* […] *aus Korbach.*
Cherno Jobatey:	*Und das liegt wo?*
Osoba telefonująca:	*Das ist am Edersee, also Hessisch-Sibirien.*
Cherno Jobatey:	*Hessische-Sibirien? Ok, gut. Sie werden antreten gegen eine Dame, die kommt aus?*
Osoba w studio:	*Netten, Emsland.*
Cherno Jobatey:	*Ist das sozusagen Niedersachsen Sibirien, oder ist es ein bisschen …?*
Osoba w studio:	*Ostfristland.*
Cherno Jobatey:	*Also das ist das gleiche. (lacht) Ihr Name ist?*
Osoba w studio:	[…]
Cherno Jobatey:	*Ok, Sie kennen unsere Regel. Wir zeigen einen Film und Sie müssen mir sagen, ob das was wir Ihnen zeigen, uns ausgedacht haben, oder ob es wahr ist?*

Konkurs jest tu elementem interakcyjnego aktu komunikacyjnego. Nie wszystkie jednak elementy rozrywkowe w telewizji śniadaniowej cechują się interaktywnością, której świadkiem może być inny odbiorca (telewidz, który śledzi przebieg konkursu, pozna poprawną odpowiedź na zadane pytanie i dowie się, kto jest zwycięzcą). W „Kawie czy herbacie?" komunikacja podczas emisji programu przebiega jednotorowo, od nadawcy do odbiorcy.

W polskim programie mamy do czynienia z dwoma rodzajami konkursów.

Po pierwsze, to przygotowane wcześniej nagrania, w których dziennikarz podaje numer telefonu, na który trzeba zadzwonić lub wysłać wiadomość esemesową. Brak bezpośredniego kontaktu z grającymi osobami (publiczność o wynikach konkursu może się dowiedzieć ze strony internetowej „Kawy czy herbaty?", na której prezentowane są nazwiska laureatów) skutkuje zmniejszeniem dynamiki programu i konkurs przypomina bardziej przerywnik między kolejnymi modułami niż elementarną część audycji. Inaczej niż w „Morgenmagazin", można wygrać nagrody o wysokiej wartości, które mają tutaj stanowić swego rodzaju magnes przyciągający przed ekrany jak najwięcej widzów.

Przykład: „Kawa czy herbata?" (31.05.2012)

W oczekiwaniu na pierwszy, miejmy nadzieję, wygrany przez Polaków mecz, warto wziąć udział w piłkarskiej loterii, w której do wygrania jest prawie 500 nagród, między innymi 95 tys. zł w gotówce, telewizory i zupełnie nowe Volvo V40, bezpieczny samochód wyposażony w poduszkę powietrzną chroniącą, uwaga, pieszego. Należy wysłać SMS o treści TVP pod numer 7220 i wystarczy jeden SMS, żeby wziąć udział w losowaniu wszystkich nagród.

Zabawa konkursowa może polegać również na odpowiedzi drogą telefoniczną lub esemesową na zadane pytanie.

Przykład: „Kawa czy herbata?" (30.05.2012):
Który z prowadzących „Kawę czy herbatę?" słynie z żeglarskiej pasji?
– Grzegorz Miśtal
– Paweł Pochwał
– Artur Orzech
Z poprawną odpowiedzią prosimy dzwonić pod numer...

Po drugie, to tzw. „kreatywne konkursy", w których telewidzowie są motywowani do nakręcenia filmu pokazującego przykładowo, jak strzelają bramki, czy do wysyłania na adres redakcji najpiękniejszych zdjęć z wakacji, gdzie nagrodami są zwykle płyty i książki.

W „Kawie czy herbacie?" nadawca realizuje zatem, kosztem funkcji fatycznej, funkcję przedstawieniową. Dynamika programu tu zostaje zatem zaburzona. Decyzja o tego rodzaju rozwiązaniu związana jest ze świadomym wyborem formatu, na jaki zdecydowała się stacja telewizyjna[24].

Ostatnim z omawianych elementów programów porannych jest część poradnikowa. Jak zauważyła A. Grybosiowa, skromne jeszcze kilkanaście lat temu propozycje kulinarne czy rady dotyczące prowadzenia gospodarstwa domowego (publikowane choćby w *Poradniku Domowym*) rozrosły się obecnie do porad związanych z niemal każdą sferą życia prywatnego czy zawodowego (Grybosiowa 2004, s. 6). Medium telewizyjne odgrywa w tym wypadku rolę pośrednika między człowiekiem a światem zewnętrznym, którym są instytucje.

Jest to tzw. pośrednictwo zapośredniczone, czyli poradnictwo uprawiane „przy zastosowaniu różnych środków masowej komunikacji i które jest kierowane do odbiorcy masowego lub do określonej grupy odbiorców. Konstruują go kolejno wszystkie środki masowego przekazu, które są pośrednikami (nośnikami) informacji o otaczającym świecie i rządzących w nim regułach. Jako środki zapośredniczania wymienia się więc piśmiennictwo (książki poradnikowe, kalendarze, prasę), radio (różnorodne audycje radiowe, wywiady ze specjalistami), telefon (m.in. telefon zaufania), telewizję i Internet" (Zielińska-Pękał 2009, s. 88).

Porady udzielane w programach śniadaniowych można podzielić na dwie duże grupy: pierwszą stanowią porady o charakterze kulinarnym, drugą zaś porady dotyczące bardzo różnych tematów, udzielane w trakcie rozmów prowadzonych z zaproszonymi do studia gośćmi. W tabeli poniżej zaprezentowano procentową zawartość tych elementów w analizowanych audycjach.

[24] Można przyjąć, że nadawca obawia się, czy o tak wczesnej godzinie telewidzowie będą aktywnie brać udział w grze. W „Morgenmagazin" konkurs odbywa się 45 minut po zakończeniu „Kawy czy herbaty?".

Tabela 3. Procentowy udział poszczególnych elementów programu o charakterze poradniczym w „Morgenmagazin" i „Kawie czy herbacie?"

Gatunki i formy telewizyjne	„Morgenmagazin" (ZDF/ARD)	„Kawa czy herbata?" (TVP1)
Gotowanie[25]	0%	4,5%
Rozmowy porady[26]	6%	9,5%

Źródło: opracowanie własne.

Nieodłącznym elementem telewizji śniadaniowej jest gotowanie potraw. W „Kawie czy herbacie?" w oddzielonej części studia telewizyjnego kucharze przygotowują potrawy, jednocześnie o nich opowiadając lub dyskutując z prowadzącym. Wszystkie wykorzystane w programie przepisy kulinarne znajdują się następnie na stronie internetowej programu. W części kuchennej studia prowadzone są również rozmowy z zaproszonym gościem (kamera wskazuje to na rozmówców, to na osobę przygotowującą posiłek).

Wspólne bycie w kuchni i przygotowywanie potraw ma stanowić z jednej strony naturalną czynność, z drugiej zaś traktowane jest jako narzędzie prowokujące otwartość rozmówców. To oderwanie od spraw publicznych, politycznych i społecznych. Kuchnia stała się zatem tłem do rozmów, które dotąd toczono przy symbolicznej filiżance kawy lub herbaty. Gotowanie w „Morgenmagazin" ma charakter okazjonalny i nie należy do stałych elementów programu.

Do studia zapraszani są również specjaliści z rozmaitych dziedzin: prawa, ekonomii, mody, zdrowia, kultury, uczuć itp. W rozmowach z prowadzącymi eksperci odpowiadają na pytania i po programie udzielają telewidzom porad – najczęściej drogą telefoniczną lub internetową. Stwarza to szansę zwłaszcza dla widzów z małych miejscowości.

Porady te dotyczą szeroko pojętych kwestii codzienności. Specjaliści podpowiadają, jak wzbudzić w sobie motywację i silną wolę do działania, jak radzić sobie z nieśmiałością, jak poradzić sobie po zwolnieniu z pracy, jak dobrać odpowiedni strój do sylwetki, co zrobić po ciąży lub gwałtownym schudnięciu z nadmiarem skóry na brzuchu, jak leczyć urazy kolan, gdzie spędzić najbliższe wakacje, jak założyć firmę, jak postępować z niegrzecznymi dziećmi, jak walczyć z nadciśnieniem czy bezsennością. Spektrum tematów jest ogromne i wydaje się nieograniczone. Ekspert jest zobligowany do odpowiedzi na wszystkie pytania, które powinny być zadane w sposób nieskomplikowany i zrozumiały dla przeciętnego telewidza. W ten sam sposób specjalista musi udzielić na nie odpowiedzi.

[25] O popularności tematyki kulinarnej w mediach elektronicznych pisze M. Bogunia-Borowska (2012).

[26] W audycjach funkcjonują nieraz miniformy poradnikowe. Od września do grudnia 2009 w „Kawie czy herbacie?" emitowany był codziennie stały cykl poradnikowy „Kawa daje radę". Każdego dnia poświęcony on był innej tematyce (m.in. zdrowiu, prawu i ekonomii, relacjach w rodzinie i związku).

Tego rodzaju rozmów jest więcej w polskim magazynie porannym. Stanowią one około 9,5% całości programu (w codziennej odsłonie prezentowane są średnio dwie rozmowy o charakterze poradniczym).

Poradnictwo w „Morgenmagazin" (6%) ma nieco inny charakter. Tutaj ta część realizowana jest najczęściej w formie materiału filmowego określanego jako *Service.* Codziennie w krótkim filmie prezentowany jest jakiś problem (np. jak powiedzieć nie?; rozliczenie podatku w 2012 roku; zakrzepica żylna: jak zapobiegać i leczyć?; wiosenne porządki), który następnie jest komentowany przez zaproszonego do studia eksperta (rozmowa podzielona jest na trzy części, przy czym każdorazowo zadawane są specjaliście różne pytania).

Charakter poradniczy mają również rozmowy ze znanymi osobami, które opowiadają w audycjach o swoich doświadczeniach związanych z życiem codziennym i ich prywatnością. Taki zabieg umożliwia widzom identyfikowanie się z postaciami, które na co dzień mają podobne problemy i kłopoty, i sprzyja zminimalizowaniu dystansu pomiędzy nimi, wręcz wytworzeniu pewnego rodzaju wspólnoty ludzi zmagających się z tymi samymi problemami. Bardzo często zaprasza się wówczas do studia również eksperta.

Przykład: „Kawa czy herbata?" (8.02.2013)

– *Na co można pozwolić dorastającemu dziecku?* – dyskusja o stawianiu granic nastolatkom z Katarzyną Stoparczyk, dziennikarką Programu 3 Polskiego Radia i Przemysławem Saletą, bokserem wagi ciężkiej.

Przykład: „Kawa czy herbata?" (6.02.2013)

– *Dlaczego mężczyźni boją się silnych kobiet?* – rozmowa z Aleksandrą Kisio, aktorką i Moniką Dreger, psychologiem.

Z tego też powodu sami prezenterzy pozwalają sobie na ujawnienie informacji o sobie lub o tym, co lubią, a czego nie, co tolerują, co im się podoba itp. Ta forma nie jest praktykowana w niemieckim magazynie.

Podsumowanie

Przedmiotem niniejszego artykułu była analiza porównawcza dwóch programów telewizji śniadaniowej: niemieckiego „Morgenmagazin" oraz polskiego „Kawy czy herbaty?". Oba magazyny należą do stałego repertuaru polskiej i niemieckiej telewizji publicznej. Od ponad 20 lat nieprzerwanie towarzyszą telewidzom, przygotowującym się na rozpoczęcie nowego dnia. Za podsumowanie przeprowadzonej analizy posłuży tabela 4, w której zestawione zostały najważniejsze podobieństwa i różnice badanych magazynów.

Tabela 4. Podobieństwa i różnice „Morgenmagazin" i „Kawy czy herbaty?"

Podobieństwa	Różnice
Rozpoczęcia emisji	
Oba programy emitowane są nieprzerwanie od 1992 roku.	Podczas gdy stacje ARD/ZDF wzorowały się na programie porannym brytyjskiej stacji BBC, wzorcem dla programu TVP były programy niemieckich nadawców prywatnych.
Format	
Programy emitowane są w godzinach porannych, spełniając w ten sposób wymóg programu śniadaniowego.	Różny czas emisji: „Kawa czy herbata?" nadawana jest w godz. od 06.00 do 08.00 (czas emisji: 2 godziny), „Morgenmagazin" zaś od 05.30 do 09.00 (czas emisji 3,5 godz.). Różna liczba prowadzących: „Morgenmagazin" prowadzi w sumie sześciu prowadzących (czterech głównych moderatorów, dziennikarz zapowiadający prognozę pogody i wiadomości sportowe), „Kawę czy herbatę?" moderuje jedna osoba wspomagana przez dziennikarza zapowiadającego prognozę pogody.
Aranżacja przestrzeni	
Studia analizowanych programów są podobne i przypominają nowocześnie urządzony apartament. Centrum stanowi wygodna sofa ze stolikiem, na której to prowadzący magazyny dziennikarze prowadzą rozmowy z zaproszonymi gośćmi.	W programie niemieckim brak jest specjalnie wydzielonej w studio części kuchennej.
Struktura programów	
Struktura obu programów jest bardzo podobna (budowa modułowa). Cały program składa się z licznych minisegmentów połączonych z sobą za pomocą moderacji.	Struktura „Morgenmagazin" jest bardziej złożona niż „Kawy czy herbaty?" (w jednym półgodzinnym bloku niemieckiego programu znajdziemy średnio 15–20 ministruktur, podczas gdy bloku polskiej audycji około 12–15). Poszczególne ministruktury w „Morgenmagazin" powtarzają się częściej niż w „Kawie czy herbacie?".

Zawartość gatunkowa	
Programy składają się z podobnych form i gatunków telewizyjnych. Zawartość treściowa audycji to zespolenie gatunków o charakterze informacyjnym, rozrywkowym i poradniczym.	„Morgenmagazin" jest programem silnie zorientowanym na informację (71,5% treści audycji ma charakter ściśle informacyjny, w „Kawie czy herbacie?" to 46,5%) W „Kawie czy herbacie?" w porównaniu z „Morgenmagazin" odnajdziemy więcej informacji o charakterze rozrywkowym (30,5% wobec 10,5%) Podobnie więcej w polskim programie jest treści o charakterze poradniczym (14% wobec 6%).

Źródło: opracowanie własne.

Bibliografia

Anonim (2011): Nowa odsłona programu „Kawa czy herbata?", http://www.tvp.pl/tvp1/aktualnosci/nowa-odslona-programu-kawa-czy-herbata/3738954 (dostęp: 2.02.2012).

Bogunia-Borowska M. (2009): Telewizja śniadaniowa, czyli codzienność z telewizją na żywo, [w:] M. Bogunia-Borowska (red.): Barwy codzienności. Analiza socjologiczna, Warszawa s. 253–274.

Bogunia-Borowska M. (2012): Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe, Kraków.

Buhmann B. (1995): Magazine zum Frühstück. Über Entstehung, Gestaltung und Akzeptanz einer neuen TV-Programmsparte, Berlin.

Dąbrowska-Centrowska O. (2011): Telewizja śniadaniowa. Celebryci, porady i audiotele – przynęty na kobiecą publiczność?, *Media i społeczeństwo*, nr 1, s. 29–39.

Dickinson R., Murcott A., Eldridge J., Leader S. (2001): Breakfast, Time and „Breakfast Time". Television, Food and the Household Organization of Consumption, *Television & New Media*, nr 2, s. 235–256.

Frey P. (1992): Vom Ehrgeiz und der Pflicht, die ersten zu sein. Morgenmagazin – Eine Anfangsbilanz, *ZDF Jahrbuch*, Köln, s. 88–92.

Frey P. (1992a): Kompakt, dosiert, zentralenfern. Die Chancen für das Frühstücksfernsehen aus ZDF Hand, *epd Kirche und Rundfunk*, nr 6, s. 5–6.

Gangloff T.P. (1990): Frühstück – locker, aber schwer verdaulich, Diskrepanz zwischen Aufwand und Wirkung beim Morgenfernsehen, *Stuttgarter Zeitung*, wydanie z dnia 28.03.90, s. 18.

Graves B. (1987): Es geht auch ohne Chips. Breakfast-TV in den USA, *Neue Medien*, nr 11, s. 13–18.

Grybosiowa A. (2004): Między kulturą wysoką a masową. Propozycja językowo-kulturowa w audycji telewizyjnej *Kawa czy herbata?*, *Poradnik Językowy*, nr 4, s. 3–9.

Kreuzer H., Schumacher H. (1988): Magazine audiovisuell, Berlin.

Krüger U.M. (1988): Frühstücksfernsehen: eine Programminnovation?, *Media Perspektiven*, nr 3, s. 95–106.
Krüger U.M. (1991): Konkurrenz im Testlauf – Frühstücksfernsehen von RIAS-TV, SAT.1 und RTL plus, *Media Perspektiven*, nr 2, s. 61–69.
Lisowski K. (2010): Rusza nowa odsłona „Kawy czy herbaty?" w TVP1, http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/rusza-nowa-odslona-kawy-czy-herbaty-w-tvp1-wywiad (dostęp: 10.02. 2012) [wywiad z Pawłem Pochwałą].
Łupak S. (2007): Będziesz miał fajny dzień, *Gazeta Wyborcza*, nr 53, wydanie z dnia 3.03.2007, s. 16.
Siegel A. (1990): A scrambled Morning – TV – Picture, *Boston Glob*, wydanie z dnia 5.03.1990, s. 33.
Szylko-Kwas J. (2011): Women's early morning conversations. What does breakfast television feed us?, [w:] M. Baranowska-Szczepańska (red.): Ona w XXI wieku. Interdyscyplinarny obraz kobiety, Poznań, s. 635–648.
Szylko-Kwas J. (2012): *Telewizja śniadaniowa w Polsce*, *czyli ile można zmieścić w jednym programie telewizyjnym*, [w:] D. Kępa-Figura, I. Hofman (red.): Współczesne media, kryzys w mediach, Lublin, s. 207–223.
Visarius K. (1989): Frühstücksfernsehen lockt bisher wenige. Karsten Visarius berichtet vom „Boulevard der Morgendämmerung", *Epd-Dokumentation: Ein Informationsdienst*, nr 39, s. 1–36.
Wieten J. (2000): Breakfast Television: Infotainers at Daybreak, [w:] J. Wieten, G. Murdock, P. Dahlgreen (red.): Television Across Europe, London, s. 175–197.
Wolling J., Kuhlmann Ch. (2006): Zerstreute Aufmerksamkeit. Empirischer Test eines Erklärungsmodells für die Nebenbeinutzung des Fernsehens, *Medien- & Kommunikationswissenschaft*, nr 54, s. 386–411.
Zielińska-Pękał D. (2009): O poradnictwie zapośredniczonym, [w:] M. Kondracka, A. Łysak (red.): Edukacja, wychowanie, poradnictwo w kulturze popularnej, Wrocław, s. 88–96.

STRESZCZENIE

Telewizja śniadaniowa w Polsce i w Niemczech. Format – struktura – zawartość

Artykuł zawiera analizę porównawczą dwóch programów telewizji śniadaniowej: polskiego „Kawa czy herbata?" oraz niemieckiego „Morgenmagazin". Po krótkim rysie historycznym dotyczącym obu programów oraz zdefiniowaniu pojęcia 'telewizja śniadaniowa', autorka analizuje strukturę magazynów oraz ich zawartość gatunkową. Magazyny poranne składają się bowiem z bardzo różnych form i gatunków telewizyjnych o charakterze informacyjnym, rozrywkowym i poradniczym. Celem nadrzędnym tekstu jest wyeksponowanie podobieństw i różnic między analizowanymi programami.

Słowa kluczowe: telewizja śniadaniowa, gatunki telewizyjne, magazyn poranny