

Urlop w PRL-u: multimodalna analiza dyskursu polskich widokówek z okresu 1945–1989

ANNA ZIĘBA

ORCID: 0000-0002-8319-2196
(Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu)

DANIEL DZIENISIEWICZ

ORCID: 0000-0003-0400-5143
(Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu)

WSTĘP

Artykuł ma na celu ukazanie współzależności między warstwą werbalną i wizualną widokówek¹ przesłanych w okresie Polski Ludowej oraz omówienie złożoności komunikatu przekazywanego za pośrednictwem tego medium, rzadko będącego przedmiotem rozważań językoznawczych. Naszą intencją jest przedstawienie, w jaki sposób przy wykorzystaniu widokówek był kształtowany obraz urlopu w PRL-u, jakie wartości były w nich reprezentowane oraz jakie są konsekwencje spójności ich przekazu lub jej braku. Na wstępie scharakteryzujemy przedmiot badań oraz określimy funkcje, jakie w świetle dotychczasowych analiz pełnią kartki pocztowe w kontekście turystyki i budowania tożsamości narodowej².

Wyraz *widokówka* jest definiowany w *Wielkim słowniku języka polskiego* jako ‘pocztówka ze zdjęciem jakiegoś miejsca – wycinka przestrzeni, w którym ktoś

- 1 Mimo że przedmiotem naszego zainteresowania są wyłącznie widokówki, dalej – ze względów stylistycznych – dla nazwania interesujących nas obiektów oprócz wyrazu *widokówka* będą także stosowane nominacje o szerszym znaczeniu, takie jak: *pocztówka*, *karta pocztowa* i *kartka pocztowa*.
- 2 Badania nad pocztówkami były dotąd prowadzone przez przedstawicieli różnych dyscyplin. Można wskazać opracowania z zakresu historii kart pocztowych (J. Zieliński, *Historia karty pocztowej*, Krosno 1999), analizy o charakterze socjologicznym i kulturoznawczym (S. Francesconi, *Multimodally Expressed Humour Shaping Scottishness in Tourist Postcards*, „Journal of Tourism and Cultural Change” 2011, nr 9 (1), s. 1–17) i prace lingwistyczne, m.in. dotyczące norm pisania wiadomości pocztówkowych, a także formuł pozdrowień i związanych z nimi aspektów socjo- i pragmatyngwistycznych (M. Marcjanik, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2013, s. 82–90; A. Furgalska, J. Warchala, *O tekstach pozdrowień*, „Socjolingwistyka” 1982, nr 4, s. 123–127). Serię artykułów poświęcono również aktom mowy występującym w tekstach kart pocztowych, np. D. Dzienisiewicz, *Akty przeproszenia w polsko- i rosyjskojęzycznych wiadomościach przesyłanych na kartach pocztowych*, „Półrocznik Językoznawczy Tertium” 2022, nr 7 (1), s. 34–59.

lub coś się znajduje³. Stanisław Pietraszko wskazuje, że pocztówki stanowią typ korespondencji i są przekąźnikami informacji⁴. Badacz ów zauważa jednak, że w wielu przypadkach tekst karty pocztowej częściej przekazuje stany emocjonalne i pragnienia nadawców aniżeli konstatacje faktów, ponadto cechuje się lakonicznością, występują w nim elipsy, skróty i niedopowiedzenia⁵. Tekst wiadomości nie jest wszak jedynym komponentem znaczącym karty pocztowej, gdyż znaczenie jest w niej wyrażane także przy pomocy treści wizualnych, co sprawia, że pocztówka stanowi przekaz synkretyczny, w którym tekst i obraz są elementami „całościowej relacji semiotycznej”⁶. Zdaniem autora warstwa semiotyczna pocztówek jest podporządkowana relacji aksjotycznej, która polega na uobecnianiu określonych wartości w symbolicznych ikonach lub w tekstach bądź ich połączeniach⁷.

Na podstawie analizy widokówek maltańskich Marion Markwick stwierdza (niejako w duchu powyższej konstatacji), że przedstawiane na nich obrazy odnoszą się do pożądanych doświadczeń i oczekiwań turystów, symbolizują konkretne pragnienia i fantazje, które aktywizują cały proces turystyczny. Widokówki ukazują zarówno uniwersalne, jak i specyficzne motywy, które mają na celu zachęcenie turystów do odwiedzenia danych miejsc⁸.

Zdaniem Vereny Winiwarter obrazy prezentowane na widokówkach mogą być odzwierciedleniem wartości narodowych związanych z określonym środowiskiem naturalnym (regionem), a także odśłaniać swoiste narodowe „roszczenia” wobec przyrody. Badaczka twierdzi więc, że widokówki służą kształtowaniu i umacnianiu tożsamości narodowej, pokazując przyrodę jakiegoś regionu, częstokroć w połączeniu z charakterystycznymi dla niego budowlami. Według autorki ludzie znajdujący się niekiedy na pocztówkowych zdjęciach krajobrazów sprawiają, że obrazy te przedstawiają przyrodę wyłącznie przez pryzmat jej użyteczności dla człowieka⁹.

Refleksję nad funkcją tego typu pocztówek (z perspektywy ich nadawcy-nabywcy) snuje również Zdzisław Wąsik, który zauważa, że mogą one służyć pochwale-

3 *Widokówka*, hasło w: *Wielki słownik języka polskiego*, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/69428/widokowka> (stan z 5 sierpnia 2023 r.).

4 S. Pietraszko, *Przekazy i wartości*, w: *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, red. P. Banaś, Wrocław 1992, s. 39.

5 *Ibidem*, s. 43.

6 *Ibidem*.

7 *Ibidem*.

8 M. Markwick, *Postcards from Malta. Image, Consumption, Context*, „Annals of Tourism Research” 2001, nr 28 (2), s. 434–435.

9 V. Winiwarter, *Nationalized Nature on Picture Postcards. Subtexts of Tourism from an Environmental Perspective*, „Global Environment” 2008, nr 1 (1), s. 203–204, 214.

niu się, iż przebywa się w określonym miejscu, oraz przypomnieniu o sobie. Według badacza widokówki są rodzajem prezentu w formie widoku, a ich wysyłanie stanowi kulturowo pożądaną zachowanie wobec rodziny i znajomych¹⁰.

W świetle powyższych spostrzeżeń pragniemy zbadać, jakie funkcje pełniły widokówki wysyłane w Polsce Ludowej. Zarówno analiza warstwy werbalnej, jak i graficznej kart pocztowych z tego okresu ma w naszym zamierzeniu ukazać ich charakterystyczne właściwości na tle dotychczasowych ustaleń dotyczących zastosowań tego medium. Zanim przejdziemy do prezentacji wyników przeprowadzonego badania, opiszemy jego tło historyczno-kulturowe, a więc organizację wypoczynku i sposoby spędzania czasu wolnego w PRL-u.

WYPOCZYNEK W POLSCE LUDOWEJ

W PRL-u masowy wypoczynek był organizowany przez państwo, początkowo przez Fundusz Wczasów Pracowniczych, a następnie przez poszczególne zakłady pracy. Władze dążyły do wyeliminowania prywatnej i społecznej inicjatywy turystycznej w celu roztoczenia kontroli nad życiem prywatnym obywateli, a także przyspieszenia awansu społecznego robotników, czego oznaką miał być organizowany masowo wypoczynek¹¹. Wpływ władz na turystykę zmalał po 1956 roku: w czasach odwilży coraz częściej dopuszczano wczasy indywidualne, złagodzone liczne przepisy oraz zezwolono na prowadzenie drobnej prywatnej działalności gospodarczej. Państwowa kontrola nad turystyką sprawiała, że sektor ten nie był dochodowy, a nawet generował straty finansowe, zaś dostęp do turystyki był społecznie ograniczony¹².

Ze względu na niewielką zamożność rolniczego społeczeństwa, niski poziom wykształcenia i wąskie horyzonty, a także styl życia definiowany przez tradycyjne wzorce postępowania, polskie społeczeństwo początkowo nie było zainteresowane długotrwałymi wyprawami. Po 1956 roku społeczne postrzeganie wyjazdów na wczasy uległo zmianie, gdyż ludność do nich przywykła i zaczęła odczuwać potrzebę udania się na wakacje. W latach sześćdziesiątych ukształtował się typowy dla PRL-u tryb spędzania czasu wolnego, tak zwany kolektywno-statyczny, który cechował się ujednoczeniem społecznym i pasywnością¹³.

10 Z. Wąsik, *Karty pocztowe w perspektywie semiologicznej*, w: *Aksjosemiotyka karty pocztowej...*, s. 23–24.

11 P. Sowiński, *Wakacje w Polsce Ludowej. Polityka władz i ruch turystyczny (1945–1989)*, Warszawa 2005, s. 281.

12 Ibidem, s. 283.

13 Ibidem.

Jak twierdzi Paweł Sowiński, wyjazdy wczasowe organizowane przez władze PRL-u sprawiły, że standard cywilizacyjny Polski poprawił się, ponieważ umożliwiono ludności realizowanie potrzeb, na które nie miała ona czasu w rodzinnych miejscowościach. Pozytywny wpływ na społeczeństwo miało również propagowanie wypoczynku na łonie przyrody i właściwych nawyków higieny psychicznej. Odgórnie narzucone normy dotyczące spędzania wolnego czasu uniemożliwiały jednak „podejmowanie samodzielnych decyzji wypoczynkowych”, hamując tym samym indywidualną inwencję w tym zakresie¹⁴.

Wojciech Przyłipiak zauważa, że popularnym kierunkiem wśród wczasowiczów w Polsce Ludowej były wybrzeże Bałtyku i Zatoka Gdańska. Turystów przyciągały między innymi takie miejscowości, jak Dębki, Jastarnia, Ustronie Morskie, Świnoujście, Jurata czy Sopot. Innym cenionym miejscem urlopu były Mazury – jeżdżono na przykład do Rucianego-Nidy, Giżycka i Mikołajek. Chętnie odwiedzanym regionem wypoczynkowym były również góry, a w nich takie ośrodki, jak Karpacz, Krynica czy Rabka. Miejscem szczególnym pozostawało jednak Zakopane, do którego przyjeżdżano na narty, w celu obejrzenia konkursów skoków narciarskich, na imprezy sylwestrowe i wyścigi motocyklowe¹⁵.

METODA BADAWCZA

Zastosowana metoda badawcza wpisuje się w nurt badań semiotyczno-dyskursywnych. Dyskurs rozumiemy tu szerzej jako zjawisko ukazujące relacje wiedzy i władzy¹⁶, a także wężiej jako język w użyciu¹⁷, twór obejmujący zarówno tekst werbalny, jak i wizualny. Ze względu na to, że cechą inherentną widokówek jest multimodalność, czy inaczej wielotrybowość¹⁸, podążyliśmy śladami Carey Jewitt i Jefa Bezemera¹⁹, poszukując znaczenia we współwystępowaniu obu warstw, językowej oraz wizualnej, i mając na uwadze specyfikę ich potencjału i ograniczeń semiotycznych.

14 Ibidem, s. 283–284.

15 W. Przyłipiak, *Czas wolny w PRL*, Warszawa 2020, s. 244–269, 274, 277–284.

16 M. Foucault, *Power. The Essential Works of Michel Foucault 1954–1984*, red. J.D. Faubion, tłum. R. Hurley et al., London 2019.

17 *Dyskurs jako struktura i proces*, red. T. A. van Dijk, tłum. G. Grochowski, Warszawa 2001; U. Żydek-Bednarczuk, *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Kraków 2005.

18 J. Winiarska, A. Załazińska, *Multimodalność komunikacji w perspektywie kognitywizmu*, w: *Multimodalność komunikacji*, red. J. Winiarska, A. Załazińska, Kraków 2018.

19 J. Bezemer, C. Jewitt, *Multimodal Analysis. Key Issues*, w: *Research Methods in Linguistics*, red. L. Litosseliti, London 2010.

Szukając metod badawczych, zwróciliśmy się ku wielotrybowym krytycznym badaniom dyskursu, których celem jest zwrócenie uwagi nie tylko na współwystępowanie różnych modalności²⁰, ale także na rolę podmiotu tworzącego teksty²¹. Głównym zadaniem multimodalnej krytycznej analizy dyskursu jest bowiem pokazanie, że poza tym, co widoczne na powierzchni i odbierane jako naturalne, może kryć się pewna ideologia, która określa wybrany przez autora sposób przedstawienia ludzi czy zdarzeń. Dla przykładu, oczywista wydaje się funkcja obrazu umiejscowionego obok opisu wydarzenia, które ilustruje, zdarza się jednak, że materiał wizualny nie przedstawia zdarzeń komunikowanych za pomocą tekstu, a mimo to przyczynia się do budowania znaczenia, uwypuklając lub kryjąc pewne jego aspekty²².

Przyjęliśmy też, że obie formy zostały kulturowo, historycznie i społecznie ukształtowane w procesie realizacji funkcji społecznych²³, co jest spójne z ujęciem Normana Fairclougha²⁴, według którego z funkcją referencyjną dyskursu wiążą się pewne jego cechy, przedstawiany punkt widzenia czy szerzej: społeczna praktyka. Zakładamy więc, że badany przez nas materiał jest rezultatem pracy semiotycznej (realizowanej multimodalnie na etapach projektu, kompozycji, produkcji i dystrybucji)²⁵, a celem analizy jest zapewnienie wglądu w znaczenia tworzone społecznie, relacje między tymi znaczeniami oraz poznanie ich semiotycznych przejawów²⁶. Co ważne, zgodnie z sugestią doświadczonych badaczy²⁷, nasze wnioski odnoszą się każdorazowo do potencjału semiotycznego tekstu, a nie do rzeczywistych intencji autora czy odbioru przekazu.

W ramach analizy werbalnej skupiliśmy uwagę na tym, jakie elementy dyskursu dotyczącego widokówek są kształtowane przez akty mowy konstytuujące treść rozpatrywanych wiadomości. Analiza wizualna natomiast dotyczy w głównej mierze zdjęć i ilustracji zamieszczonych na pierwszej stronie kart pocztowych. Jako że na rewersie nadrzędną rolę odgrywa tekst werbalny, analiza obrazu ogranicza się w tym przypadku do odniesień związanych z układem strony (layoutem) czy cha-

20 A. Mayr, D. Machin, *How to Do Critical Discourse Analysis. A Multimodal Introduction*, London 2012, s. 1–15.

21 J. Bezemer, G. Kress, *Multimodal Discourse Analysis*, w: *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, Abingdon 2023.

22 A. Mayr, D. Machin, *How to Do...*

23 J. Bezemer, C. Jewitt, *Multimodal Analysis...*

24 N. Fairclough, *Media Discourse*, London 1995.

25 G. Kress, T. van Leeuwen, *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*, London 2001.

26 J. Bezemer, G. Kress, *Multimodal Discourse Analysis...*

27 A. Mayr, D. Machin, *How to Do...*

rakterem pisma. Ze względu na ochronę danych osobowych nazwiska i adresy odbiorców nie zostały poddane badaniom. Wyłączono z nich również znaczki pocztowe umieszczone na kartach, ponieważ wnioski byłyby na tyle obszerne, że mogłyby stanowić materię osobnego artykułu.

Obserwacji podlegały zarówno procesy semiotyczne wspólne różnym modalnościom: intensywność, ramy interpretacyjne²⁸ (*framing*), uwypuklenie (*foregrounding*), akcentowanie (*highlighting*), koherencja i kohezja czy zastosowanie form charakterystycznych dla danego gatunku²⁹, jak i te specyficzne dla obrazów: kompozycja treści wizualnej, perspektywa (w tym między innymi kąt, pod jakim zrobiono zdjęcie), kolorystyka (przykładowo saturacja, ilość barw i tonów), głębia ostrości, jasność, kontekst czy procesy narracyjne oraz konceptualne w ujęciu Gunthera Kressa i Theo van Leeuwena³⁰.

Uwagę zwróciliśmy również na zastosowanie rekontekstualizacji, czyli umiejscowienia znaczenia w innym, nowym kontekście³¹. Można tego dokonać choćby przez pominięcie, zamianę, dodanie czy wartościowanie części przekazu w celu podtrzymania obowiązujących skryptów dyskursywnych, co, jak tłumaczy David Machin, jest zgodne z naturą komunikacji³². W społeczeństwach bowiem zasoby semiotyczne są stale wykorzystywane w nowy sposób, służąc różnym grupom interesów i rozpowszechniając dyskurs pozwalający owym grupom realizować własną strategię³³.

Główną część analizy stanowi jednak charakterystyka przekazu globalnego badanego materiału, a więc treści ogólnych tworzonych w konkretnym, opisanym wyżej kontekście społeczno-kulturowym. Stąd osobny rozdział poświęcamy przedstawieniu wniosków dotyczących spójności przekazu werbalnego i wizualnego (lub jej braku) oraz jej semiotycznym konsekwencjom mającym bezpośredni wpływ na postrzeganie urlopu w PRL-u.

28 J. Maćkiewicz, *Ramy interpretacyjne jako narzędzie badań medioznawczych*, „Studia Medioznawcze” 2020, nr 21 (3), s. 615–627.

29 J. Bezemer, G. Kress, *Multimodal Discourse Analysis...*

30 G. Kress, T. van Leeuwen, *Reading Images. The Grammar of Visual Design*, Abingdon 2020.

31 T. van Leeuwen, R. Wodak, *Legitimizing Immigration Control. A Discourse-Historical Analysis*, „Discourse Studies” 1999, nr 1.

32 D. Machin, *What Is Multimodal Critical Discourse Studies?*, „Critical Discourse Studies” 2013, nr 10 (4).

33 Ibidem.

CHARAKTERYSTYKA MATERIAŁU BADAWCZEGO

Przedstawiane badanie zostało przeprowadzone na materiale obejmującym reprezentatywne przykłady widokówek zaczerpniętych z korpusu liczącego ogółem kilka tysięcy kart pocztowych wysłanych w latach 1945–1989 z rozmaitych lokalizacji w Polsce i za granicą przez różnych nadawców do różnych odbiorców (materiał nie pochodzi od jednego autora lub wąskiej grupy autorów). Wśród korespondentów znajdują się zarówno kobiety, jak i mężczyźni, dzieci, osoby w średnim wieku, osoby starsze³⁴. Materiał badawczy był gromadzony przez nabywanie pocztówek w antykwariatach, a także za pośrednictwem portali społecznościowych oraz portali oferujących kupno i sprzedaż. Łącznie przebadano około trzystu pocztówek.

ANALIZA WARSTWY WERBALNEJ WIDOKÓWEK

Celem artykułu nie jest szczegółowe zbadanie tekstów werbalnych widokówek, gdyż ich najistotniejsze elementy były już przedmiotem analiz jednego z autorów³⁵. Dlatego też rozdział ten ma przede wszystkim charakter sprawozdawczy i referuje dotychczasowe rezultaty eksploracji tekstu werbalnego widokówek z wykorzystaniem nowego materiału egzemplifikacyjnego, ukazując najważniejsze cechy rozpatrywanych wiadomości. Ogółem przeprowadzone badanie potwierdza konstatację Zdzisława Wąsika, że nadawcy pocztówek najczęściej „przepisują szablonowe, utarte teksty” pełniące funkcję fatyczną³⁶. Jak sygnalizowano w przywołanych wcześniej opracowaniach³⁷, prymarnym komponentem tekstów pisanych na widokówkach jest pozdrowienie, które może być uzupełnione o wypowiedzi konstatywne związane z wyjazdem i inne akty mowy.

Dotychczasowe badania pozdrowień wykazały, że przeważnie są one umieszczone na początku wiadomości i stanowią najbardziej konwencjonalny (nierzadko jedyny) tekst widokówek. Struktura pozdrowienia obejmuje z reguły formułę po-

34 W badaniach częściowo wykorzystano zasób opisany w artykule Daniela Dzienisiewicza i Piotra Wierchonia *Z prac nad korpusem polsko- oraz rosyjskojęzycznych wiadomości przesyłanych na kartach pocztowych w drugiej połowie XX w. Zagadnienia transkrypcji i anotowania*, „Napis” 2017, nr 23, s. 277–301.

35 D. Dzienisiewicz, *Pozdrowienia przesyłane za pośrednictwem widokówek – aspekt formalnojęzykowy i pragmatyczny*, „Językoznawstwo” 2023, nr 2 (w druku); idem, *Topics Discussed in Informative and Reporting Utterances in Polish Postcard Messages*, „Kwartalnik Neofilologiczny” 2023, nr 3, s. 353–370.

36 Z. Wąsik, *Karty pocztowe...*, s. 25.

37 Dalsze rozważania dotyczące pozdrowień są oparte na informacjach z przywoływanego wcześniej artykułu Daniela Dzienisiewicza *Pozdrowienia...*, które uzupełniono o egzemplifikacje tekstowe zaczerpnięte z widokówek stanowiących materiał dla obecnego badania.

zdrowień, określenie nadawcy, odbiorcy i miejsca, z którego jest wysyłana wiadomość, co zaobserwować można również w badanym przez nas materiale. W składzie leksykalnym pozdrowień najczęściej można spotkać przymiotniki i przysłówki, z których najwyższą frekwencją odznaczają się *serdeczne* i *serdecznie*, na przykład: *Serdeczne pozdrowienia z ślicznego, zimowego Ustronia zasyla Beata*. Moc illokucyjna pozdrowień jest niekiedy wzmacniana przez użycie określeń ilościowych, takich jak *dużo*, *moc* czy *wiele*, na przykład: *Moc pozdrowień z Cieszyna śle Alfred*. Częstoą praktykę stanowi używanie w funkcji pozdrowień typowych dla listów i języka mówionego tak zwanych słownych sygnałów gestycznych (formuł wyrażających gesty, jak na przykład całowanie, uściski i ukłony), które mają na celu upodobnienie komunikacji o charakterze zapośredniczonym do kontaktu bezpośredniego³⁸. Określenia nadawców i odbiorców z reguły przyjmują postać imion, częstokroć w formie zdrobnionej (na przykład: *Ela*, *Ulka* i *Janek*, *Krzysiek*), co świadczy o bliskiej relacji korespondentów.

Pozdrowienia realizują funkcję podtrzymania dobrej relacji przez składanie dowodu pamięci o adresacie³⁹. Poza tym przyczyniają się do wytworzenia życzliwego nastroju między korespondentami i uwydatniają osobę odbiorcy, stawiając go w centrum procesu komunikacyjnego. Wtórnie pozdrowienia służą również charakteryzowaniu nadawcy i adresata, informowaniu o lokalizacji, w której znajduje się nadawca, a także wyrażeniu jej oceny i wykreowaniu jej obrazu (na przykład: *Pozdrowienia z pięknej Bydgoszczy*).

Kolejnym istotnym pod względem frekwencyjnym typem wypowiedzi spotykanych na widokówkach (często w ramach *postscriptum*, jako swoisty dodatek do pozdrowień) są akty mowy służące do informowania odbiorców o faktach, nazywane w literaturze wypowiedziami informacyjno-sprawozdawczymi, aktami konstatywnymi (konstatywami) czy reprezentatywnymi⁴⁰. Obejmują one sprawozdania z podróży: wyjazdów wakacyjnych, obozów letnich czy ferii. Analiza tematyki aktów mowy o charakterze informacyjnym ujawnia, że najczęściej dotyczą one takich kwestii, jak pogoda, dojazd do określonej lokalizacji, atrakcje, stan zdrowia i spożywane posiłki, na przykład: *Pogoda jest przepiękna, codziennie na kajakach mordujemy się do ostatnich sił. Jest bardzo wesoło i przyjemnie, Woda b. czysta. Jedzenie średnie*. Spotyka się też deskrypcje wyjazdów do sanatoriów, zwykle pisane przez

38 M. Olma, *Semantyka i struktura językowych formuł gestycznych w kontaktach rodzinnych schyłku XIX stulecia (na podstawie korespondencji rodzinnej Pawlikowskich)*, „Stylistyka” 2019, nr 23, s. 283–298.

39 Odpowiada to polskiej regule grzecznościowej składania partnerowi komunikacji dowodów pamięci – M. Marcjanik, *Etykieta językowa*, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 281.

40 Analizę tej grupy wypowiedzi zamieszczono w artykule Daniela Dzienisiewicza *Topics...* – dalszy opis opiera się na szczegółowych ustaleniach zawartych w powyższym tekście, rozszerzonych i uzupełnionych o egzemplifikacje tekstowe zaczerpnięte z widokówek wybranych do analizy w tym artykule.

osoby starsze, w których z reguły są poruszane takie zagadnienia, jak pogoda, współlokatorzy i szczegóły leczenia, na przykład: *Jestem tutaj w sanatorium. Pogoda nie dopisuje, ale w zdrowiu jest poprawa – to jest najważniejsze*. Dość często można ponadto zaobserwować opisy planów nadawców, które dotyczą dalszych podróży. Poza tym autorzy wiadomości poruszają tematy związane z komunikacją między partnerami, na przykład podając swój aktualny adres czy wyrażając chęć porozmawiania o jakiejś kwestii. Wypowiedzi konstatywne prymarnie pełnią funkcję informacyjną, jednak mogą również służyć do wyrażania emocji (między innymi przez użycie pozytywnie nacechowanych przymiotników: *Pogodę mamy fantastyczną*). W treści konstatywów, podobnie jak w pozdrowieniach, ujawniają się także charakterystyczne dla widokówek zabiegi językowe, takie jak stosowanie kolokwialnej leksyki, szyk zdania typowy dla języka mówionego i zwarte konstrukcje składniowe, które odzwierciedlają pośpiech i tymczasowość związane z pocztówkowym kanałem komunikacji, na przykład: *Ten twój Mirek to straszna świnka. Nie chcę ci jednak psuć humoru. Jestem w Toruniu i przepijam (Cocacola to jest to) ostatnie 5 zł*. W niektórych spośród badanych tekstów odnotowano ponadto przykłady treści humorystycznych (na przykład: *Serdeczne pozdrowienia z Zakopanego, oraz trochę świeżego powietrza z gór – jest tu powietrze świeże bo górale nie otwierają okien [...] ⁴¹*) i zabarwionych ironicznie (na przykład: *PS. Obecnie jestem aż za Wrocławiem w Pustkowie nie tylko z nazwy ale i z prawdziwego zdarzenia*). Powyższe środki językowe sprawiają, że tekst pisany jest stylizowany na mowę potoczną, zbliża się do komunikacji bezpośredniej i ukazuje zażyłe stosunki partnerów.

W tekstach przesyłanych na pocztówkach spotyka się także inne akty mowy, głównie o charakterze fatycznym, grzecznościowym i ekspresywnym, jak na przykład zwroty adresatywne, podziękowania, przeproszenia czy prośby. Pełnią one jednak funkcję pomocniczą względem nadrzędnych aktów pozdrowień i konstatywów oraz służą uspoźnianiu tekstu, który zyskuje dzięki nim określoną strukturę przypominającą list tradycyjny.

Elementem dyskursu dotyczącego widokówek jest przede wszystkim pamięć o odbiorcy oraz chęć poinformowania adresata o lokalizacji nadawcy i rozgrywających się aktualnie wydarzeniach. Akty mowy wyrażające te treści są wręcz społecznie pożądane i służą do podtrzymania poprawnych relacji z innymi. Poszczególne komponenty tekstu z reguły – co wynika z przywołanych powyżej egzemplifikacji – werbalizują radość, zachwyt i ekscytację towarzyszące pobytowi w określonym miejscu, tym samym kreując jego pozytywny obraz w umyśle odbiorcy. Zaobserwowano jednak także wiadomości o wydźwięku negatywnym, komunikujące ujemne oceny zastanej sytuacji (na przykład: *Pogoda jest straszna,*

41 W przywołanych w artykule cytatach zachowano oryginalną ortografię i interpunkcję.



Fot. 1. Widokówka znad Bałtyku. Przykład treści osadzonych (fot. T. Hermańczyk; źródło: kolekcja autorów).

[Na tle spienionych fal Bałtyku trzy mniejsze zdjęcia w zaokrąglonych ramkach. U góry po lewej hotel w Mielnie, u góry po prawej plaża w Chałupach, na dole niski budynek z licznymi oknami.]

cały czas leje jak z cebra), jak również werbalizacje negatywnych emocji, na przykład obaw (*o ile nic nie stanie na przeszkodzie – spotkamy się*), zniecierpliwienia, irytacji (*Kiedy masz wreszcie zamiar wybrać się do nas?*) czy lęku przed niedostaniem się na wymarzony kierunek studiów (*Coś trochę słabo trzymasz te kciuki. Jak tak dalej będziesz trzymać, to znów się nie dostanę z braku miejsc*). Spostrzeżenie to wskazuje, że informacje werbalne zamieszczane na widokówkach służą też do uzewnętrzniania przez nadawców ich różnorodnych stanów emocjonalnych, zarówno związanych z pobytem na wakacjach, jak i dotyczących innych kwestii, które uzupełniają główną treść wiadomości.

ANALIZA WIZUALNA

Zdecydowaną większość materiału badawczego stanowią fotografie. Zaobserwowano zaledwie dwie karty przedstawiające fragment mapy, pojedyncze przykłady ornamentów oraz jedno zdjęcie plafonu z pałacu w Wilanowie. Zbliżenie jest jednak tak duże, że obraz przypomina reprodukcję i jedynie opis znajdujący się na rewersie karty informuje o sposobie rekonstrukcji dzieła. Osobną kategorię tworzą awersy składające się z kilku zdjęć, nierzadko umieszczonych w ramkach na jed-



Fot. 2. Widokówka z Warszawy. Przykład kształtów nieorganicznych (fot. J. Kicman, S. Jabłońska, J. Woliński, A. Zapolska; źródło: kolekcja autorów).

[Cztery ujęcia warszawskiego Starego Miasta. Na górze pierzeja Rynku, po lewej stronie podpis „WARSZAWA”. Na dole oddzielone ukośną linią trzy mniejsze zdjęcia: po lewej kobieta z dzieckiem w wózku obok latarni na tle uliczki, w środku wykusz narożnej kamieniczki „Pod św. Anną”, po prawej katoryniarz i dorożka na Rynku.]

nokolorowym tle, lub wypełniające całą przestrzeń karty. Tworzą one swego rodzaju kolaże, mozaiki, których tematem jest dany region lub miasto. Szczególnie ciekawa pod tym względem okazuje się być widokówka, gdzie na tle morza i spienionych fal widnieją fotografie hotelu w Mielnie, plaży w Chłopach oraz nieokreślonego bliżej ośrodka wypoczynkowego (fotografia 1). Fotografie te są niejako osadzone (*embedded*)⁴² w treści głównej, którą jest informacja o pobycie nadawcy nad Bałtykiem, uzupełniają ją.

Uwagę zwracają też zaokrąglone kształty ramek potencjalnie nawiązujące do form charakterystycznych dla natury⁴³, którą wczasowicz delectuje się, spędzając urlop na wybrzeżu. Przykład odwrotny ilustruje fotografia 2. Zastosowanie kanciastych ramek na widokówce przedstawiającej Warszawę nie powinno zaskakiwać, ponieważ kształt ten jest kojarzony z tym, co nieorganiczne, będące efektem działania człowieka i owocem zastosowania technologii⁴⁴. Wybór ten podkreśla zatem

42 G. Kress, T. Van Leeuwen, *Reading Images...*

43 Ibidem, s. 55.

44 Ibidem.



Fot. 3. Widokówka z Wągrowca. Ośrodek sportowy (fot. W. Stasiak; źródło: kolekcja autorów).
[Ośrodek sportowy na plaży w Wągrowcu ze zjeżdżalnią i pomostem. Na drugim planie kąpiący i opalający się ludzie. W tle widać drzewa.]

tematykę zdjęć, koncentruje uwagę na architekturze. Intensywności nadaje przekazowi skierowanie ku górze środkowego pasa rozdzielającego górne zdjęcie od dolnych. W kulturach, w których czytamy od lewej do prawej, stronę lewą bierzemy za początek, a prawą za koniec. Linia ta stanowi więc symbol wzrostu, postępu i wysokiej aktywności – cech procesów urbanizacji.

Tematyka fotografii jest względnie ograniczona. Przedstawione są głównie najpopularniejsze kierunki podróży w Polsce: wybrzeże Bałtyku, góry, Mazury oraz większe miasta. Przedmiotem zdjęć są przeważnie natura oraz budynki (nie tylko jako elementy krajobrazu miejskiego). Zdjęcia kurortów nierzadko koncentrują się na gmachach hoteli czy sanatoriów, ukazując ich bezpośrednie otoczenie i piękną lokalizację. Ciekawi duża liczba widokówek z miejscowości zdrojowych. Na ich podstawie można przypuszczać, że celem dużej części wyjazdów urlopowych w PRL-u było zadbanie o zdrowie w placówkach publicznych.

Następnym rodzajem przedstawianych budowli są obiekty o charakterze symbolicznym, wzmacniające poczucie tożsamości lokalnej lub narodowej: Biblioteka Raczyńskich w Poznaniu, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, plac Przyjaźni Polsko-Radzieckiej w Szczecinie, Rynek Starego Miasta w Warszawie, Zamek Królewski na Wawelu, Brama Floriańska i inne. Budynki te stanowią główny element krajobrazu miejskiego obok kościołów, ośrodków sportowych, parków czy deptaków,

choć w materiale znajdują się też widokówki przedstawiające mniej oczywiste miejsca, takie jak Dom Kombatanta w Kołobrzegu, wiadukt w Warszawie czy Osiedle Wazów w Zielonej Górze. Kolejnymi symbolami narodowymi reprezentowanymi na fotografiach są pomniki, między innymi Tadeusza Kościuszki w Łodzi, Zaślubin Polski z Morzem w Kołobrzegu i warszawskiej Syrenki.

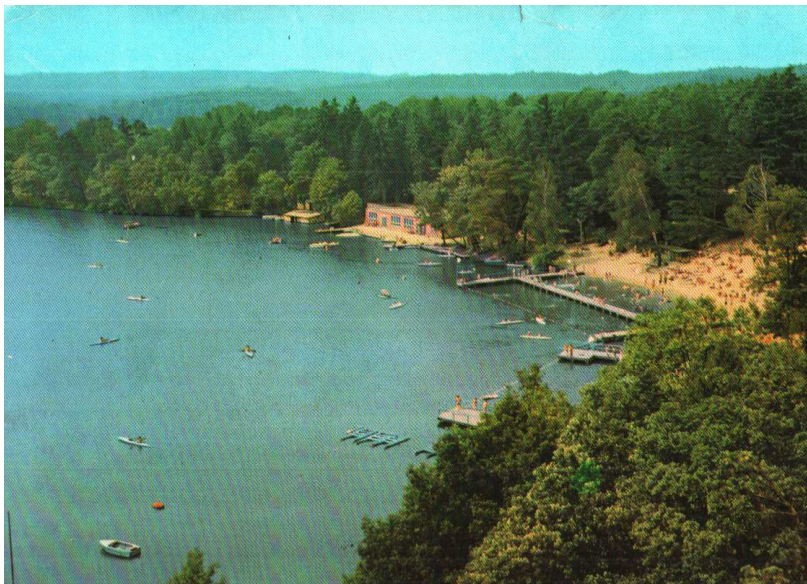
Przyroda jest ukazana jako element środowiska człowieka, dostosowany do jego potrzeb. Plaże są zaludnione, na stokach szusują narciarze, po jeziorach żeglują łódki. Wyjątek stanowią widokówki z Bieszczad (oraz po części Jury Krakowsko-Częstochowskiej, Pienin i Tatr), które prezentują miejsca ustronne, nieskażone ingerencją człowieka (brak tu nie tylko ludzi, ale przede wszystkim infrastruktury). W materiale znalazły się też zdjęcia mieszkańców ogrodów zoologicznych (zebr i żółwia) oraz bocianów karmiących małe w gnieździe. Gros ujęć zrobiono latem, lecz kilka przedstawia zaśnieżone tereny górskie.

Ludzie są obecni na większości obrazów, tematem fotografii na pocztówkach bywa ich codzienne życie: widać dzieci bawiące się w piasku, osoby spacerujące czy siedzące na ławce. Szczególnie interesująca jest jednak rola nadawana odbiorcy *implicitie*. Na postrzeganie obrazu ma bowiem wpływ perspektywa, a więc kąt, pod jakim scena jest prezentowana, odległość elementów czy wysokość, na jakiej zrobiono zdjęcie. Kadr potrafi zwiększyć lub zmniejszyć dystans między uczestnikami fotografowanego zdarzenia a patrzącym – co oddziałuje na założenia odnośnie do występujących między nimi relacji (na przykład władzy) – oraz zwiększyć lub zmniejszyć zaangażowanie i skupienie uwagi na szczegółach bądź planie ogólnym⁴⁵.

Analiza materiału wskazuje na dominację ujęć stawiających odbiorcę w pozycji obserwatora, względnie potencjalnego uczestnika zdarzenia (fotografia 3). Perspektywa taka jest swoistym zaproszeniem do świata nadawcy. Mimo że osoba wysyłająca kartę nie jest najczęściej autorem zdjęcia, to na niej spoczywa odpowiedzialność za wybór pocztówki, który – choć często w sposób nieuświadomiony – wpływa na postrzeganie sytuacji przez odbiorcę. Dla przykładu, wiele widokówek prezentuje wydarzenia lub obiekty z większej odległości (z lotu ptaka itp.), odcinając odbiorcę od możliwości partycypacji i nadając mu tym samym rolę kontemplującego (fotografia 4). Zmienia się więc wydźwięk komunikatu z narracyjnego na konceptualny.

W zebranych materiale został nieco pominięty temat technologii, co odzwierciedla jej ograniczony wpływ na codzienność wczasowicza w PRL-u. Brak też zdjęć reprezentujących większość branż przemysłu. Wyjątkiem jest budownictwo, a szczególnie uwagę przykuwa zdjęcie dźwigu, nietypowego obiektu widokówek. Obraz

45 Ibidem.



Fot. 4. Widokówka z Lubniewic. Przykład kontemplacji (fot. J. Tymiński; źródło: kolekcja autorów).
 [Widok z góry na otoczony lasem brzeg jeziora w Lubniewicach. Ludzie pływają w kajakach i opalają się na plaży.]

ten dobrze wpisuje się jednak w dyskurs promowania osiągnięć polskiej techniki czy zasług polskiego wojska.

Treści quasi-promocyjne można również znaleźć na pocztówce z Zakopanego (fotografia 6). Nie zaznają one odbiorcy z miejscowością czy pięknem gór, a z Domem Wypoczynkowym „Kościelisko” i jego infrastrukturą: kawiarnią, czytelnią, salą kinową i jadalnią (stanowią zatem przykład rekontekstualizacji). Wysłanie takiej karty można rozumieć jako chęć pochwalenia się pobytym w dobrze wyposażonym, nowoczesnym i eleganckim miejscu. To, co pojmuje się przez wymienione epitety, oraz to, jakie formy odpoczynku są dopuszczone w tej konkretnej przestrzeni, ma charakter dyskursotwórczy i dyskursoodtwórczy.

Mimo że większość kart w zebranych materiale pochodzi z Polski i przedstawia jej terytorium, część widokówek wysłano z zagranicy: po jednej z Londynu, Nowego Jorku, Lipska, Pragi, Nowosybirsk, Moskwy, Soczi, Belgradu, Sarajewa, Holandii, Węgier i Uzbekistanu, dwie z Libii, NRD, Finlandii i Bułgarii oraz trzy z Tunezji. Dysproporcja ta odzwierciedla różnice w liczebności turystycznych wyjazdów krajowych i zagranicznych w PRL-u, wynikające z ograniczeń administracyjnych, finansowych i w dużej mierze dyskursywnych. Wyjazd zagraniczny był czymś wyjątkowym, a wyjątkowość ceniono w Polsce Ludowej jedynie, jeśli miała przysłużyć się dobru państwa, bynajmniej nie własnej przyjemności. Większość ludzi nie rozważała więc nawet takiej możliwości.



Fot. 5. Ludowe Wojsko Polskie. Budowa mostu (fot. S. Syndoman; źródło: kolekcja autorów).
[Ramie dźwigu na tle nieba. Młody człowiek w mundurze po lewej stronie.]

Fotografie na zagranicznych pocztówkach przedstawiają najczęściej widok z góry na ulice miasta, dystansujący odbiorcę od oglądanych miejsc. To, że przyroda (poza jedną kartą) nie jest tematem widokówek z zagranicy, może świadczyć o rodzaju najchętniej odwiedzanych miejsc oraz o chęci nadawców do zaakcentowania różnic kulturowych i cywilizacyjnych bardziej niż tych przyrodniczych (co w przypadku fotografii 7 wynika również z treści pozdrowień: *Mnóstwo pozdrowień i buziaczków z piekielnie ruchliwego miasta*).

Rewers kart rzadko zaskakuje, tekst jest pisany odręcznie, równoległe względem adresu, ewentualnie w poprzek karty, sporadycznie ukośnie i przeważnie starannym pismem. Zaledwie trzykrotnie pojawia się odręczny rysunek (królik, serce przebite strzałą oraz słoń jako forma podpisu), przy czym charakter pisma oraz formy, jakimi posługują się nadawcy-artycy w adresie (*Tomuś; W. Panna*), wskazują na wymianę między dzieckiem a dorosłym bądź dwójką dzieci. Zabieg taki obniża dystans między nadawcą a odbiorcą, wyraża sympatię.

Ogólnie kolorystyka fotografii na widokówkach jest zróżnicowana, barwy są intensywne (o względnie wysokiej saturacji), stosuje się wiele tonów i naturalną



Fot. 6. Widokówka z Zakopanego. Infrastruktura domu wczasowego (fot. T. Olszewski, A. Szymański; źródło: kolekcja autorów).

[Pięć zdjęć Domu Wypoczynkowego „Kościelisko” w Zakopanem. Na górze po lewej ujęcie budynku z zewnątrz, poniżej czytelnia. Po prawej trzy fotografie: na górnej i dolnej – sale jadalne ze stołami, na środkowej – ekran w sali kinowej.]



Fot. 7. Widokówka z Londynu (Kardorama Ltd.; źródło: kolekcja autorów).

[Panorama Londynu. Na pierwszym planie budynek Parlamentu, za nim zegar Big Ben. Po prawej Tamiza.]

jasność. Modalność zdjęć (w ujęciu Kressa i van Leeuwen⁴⁶) jest wysoka, co oznacza, że mają one cechy oczekiwane w danej społeczności dyskursywnej. Głębia ostrości jest duża, co świadczy o tym, że kontekst, w jakim występuje główny element fotografii, pozostaje ważny i powinien być brany pod uwagę.

SPÓJNOŚĆ PRZEKAZU WERBALNEGO I WIZUALNEGO

W przypadku widokówek spójność między treścią werbalną i wizualną wydaje się niezwykle istotna. Kohezja (spójność syntaktyczna) oraz koherencja (spójność semantyczna) grają tu zasadniczą rolę, ponieważ odnoszą się do złożonych powiązań między formą, znaczeniem i komunikatem w określonych kontekstach społecznych⁴⁷. Podczas gdy spójność syntaktyczna przejawia się na powierzchniowym poziomie komunikatu, spójność semantyczna wskazuje na znaczenia dotyczące 'porządku społecznego' i wynika ze spójności środowiska, jego doświadczeń i przekonań⁴⁸. W koherentnych tekstach zasady społeczne jawią się zatem jako zasady semiotyczne, materialne, widoczne, namacalne, choć odmienne dla różnych grup⁴⁹.

Środkami i mechanizmami charakterystycznymi dla kohezji w tekstach multimodalnych są ekwiwalencja, czyli powtórzenie tej samej treści za pomocą rozmaitych zasobów semiotycznych (na przykład widok określonego miasta i nawiązanie do niego w tekście), anafory (gdzie bez obrazu treść werbalna nie ma sensu) czy elipsy (pominięcie danej treści w tekście wiadomości, na przykład nazwy miasta, w jakim przebywał nadawca, gdyż to obraz informuje odbiorcę o tym fakcie)⁵⁰. Stosuje się również referencję polegającą na bezpośrednim nawiązywaniu w tekście werbalnym kartki do obrazu przedstawionego na awersie, która jest realizowana przy pomocy różnych środków leksykalnych.

Pierwotnym i zarazem najistotniejszym elementem widokówki jest awers, ponieważ to zawarty na niej przekaz wizualny decyduje o wyborze konkretnej kartki przez nadawcę. Tekst zaś stanowi niejako uzupełnienie zdjęcia w semiotycznym konglomeracie składającym się na 'znak pamięci' – widokówkę. Obraz jest w po-

46 Ibidem, s. 185–190.

47 W. Bublitz, *Cohesion and Coherence*, w: *Discursive Pragmatics*, red. J. Zienkowski, J.-O. Östman, J. Verschueren, Amsterdam–Philadelphia 2011, s. 37–49.

48 Ibidem.

49 Ibidem.

50 Powyższe środki spójnościowe zostały opisane w pracy U. Żydek-Bednarczuk, *Wprowadzenie...*, s. 87–88.



Fot. 8. Widokówka ze Szklarskiej Poręby. Przykład bezpośredniego nawiązania do fotografii w tekście wiadomości (fot. Kazimierz Kaczyński; źródło: kolekcja autorów).

[Dom wczasowy „Bożena” w Szklarskiej Porębie. Ulica i dachy budynków pokryte śniegiem. Przed budynkiem wczasowicze z nartami i sankami.]

człówekach członem anaforyzowanym (poprzednikiem relacji anaforycznej), a więc tym, do którego odnosi się tekst, będący z kolei członem anaforycznym (nawiązującym). Powyższą obserwację ilustruje kartka przedstawiająca widok Bałtyku oraz nadmorskie miejscowości, na której w *postscriptum* do wiadomości (pozdrowień) dodano następującą informację: *P.S. Pogoda jak na odwrocie* (fotografia 1).

Analogiczny mechanizm obserwujemy na widokówce ze Szklarskiej Poręby z widokiem zaśnieżonego miasta, do którego nadawca nawiązuje w dopisku do pozdrowień: *P.S. Wczasy jak do tej pory b. udane. Śniegu dużo jak na załączonym widoku, pada bez przerwy od trzech dni, a słońca brak* (fotografia 8).

Spójność syntaktyczną ilustruje również kartka przedstawiająca zimowy widok, do którego nadawcy nawiązują w tekście wiadomości, przekazując pozdrowienia *z bajkowo zaśnieżonej Krynicy*. Zabieg ten stanowi przykład ekwiwalencji, a więc swoistego powtórzenia za pomocą tekstu treści komunikowanej przez fotografię (fotografia 9).

Egzemplifikacją elipsy jest natomiast pomijanie nazwy miejscowości bądź regionu, w którym przebywa nadawca, w sytuacji gdy informacja ta znajduje się na awersie (na przykład w formie napisu) lub da się ją wydedukować ze zdjęcia. Elipsę można zaobserwować w tekście pozdrowień na odwrocie fotografii 10, w którym



Fot. 9. Widokówka z Krynicy. Przykład anafory (fot. Kazimierz Kaczyński; źródło: kolekcja autorów).
[Pokryta lodem ulica u stóp zaśnieżonego pagórka w Krynicy. Na chodniku trójka dzieci z tornistrami.
Po lewej w oddali budynek sanatorium „Patria”.]



Fot. 10. Widokówka z Beskidu Żywieckiego. Przykład elipsy (fot. Kazimierz Kaczyński; źródło: kolekcja autorów).
[Rzeka Soła w Beskidzie Żywieckim latem. W wodzie kąpie się kilka osób.]



Fot. 11. Widokówka z Jastrzębiej Góry. Przykład bezpośredniego nawiązania do fotografii w tekście wiadomości (fot. A. Przyjemski; źródło: kolekcja autorów).

[Fontanna w Jastrzębiej Górze, w tle ludzie siedzący na ławkach. Niebieskim długopisem dorysowano strzałkę wskazującą budynek w oddali.]

nie występuje informacja o lokalizacji nadawcy (*Najserdeczniejsze pozdrowienia ze wczasów zasyla Grażynka*), lecz na podstawie fotografii i napisu nadrukowanego na rewersie kartki adresat może wywnioskować, że jego korespondent przebywa w Beskidzie Żywieckim nad rzeką Sołą.

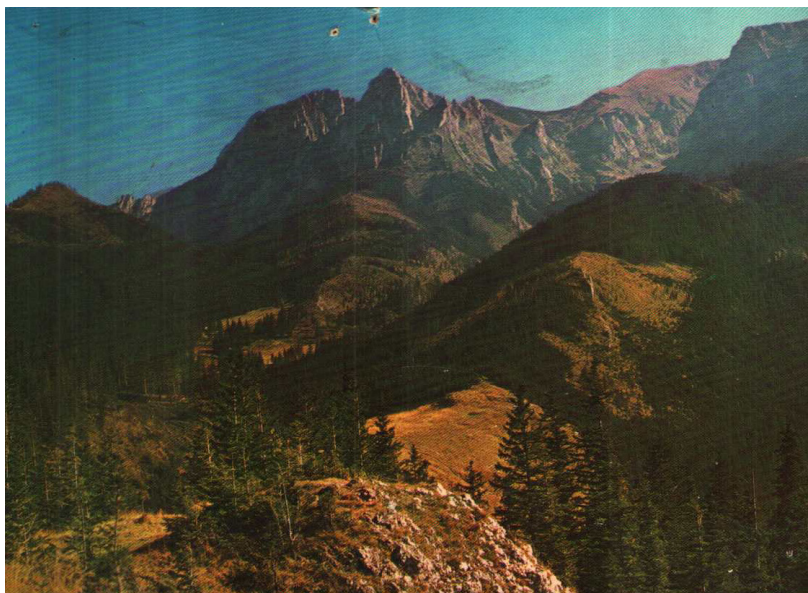
Interesujące są także przypadki referencji polegającej na bezpośrednim nawiązaniu do fotografii w tekście wiadomości (głównie za pomocą zaimków i rzeczowników). Powyższy zabieg jest realizowany na kartce przedstawiającej widok z Jastrzębiej Góry z dorysowaną przez nadawcę strzałką wskazującą na jeden z budynków (fotografia 11). W dopisku do pozdrowień znajdujemy zaś następujące odniesienie do powyższego piktograficznego sposobu przekazania informacji: *P.S. Na kartce zaznaczyliśmy bar w którym codziennie bardzo smacznie jemy*.

Fotografia może również prowokować nadawcę do sporządzenia dokładniejszego opisu miejsca swojego pobytu, być punktem wyjścia do dalszej eksplikacji. Zjawisko to ilustruje kartka z widokiem na budynek sanatorium „Modrzew” w Inowrocławiu, któremu towarzyszy następujący opis w tekście wiadomości: *Widokówka z mojego sanatorium, ale pokój z oknem na drugą stronę. Standard zbliżony do MORSA z Iwonicza ale budynek już wewnątrz nieco zużyty [...]* (fotografia 12).



Fot. 12. Widokówka z Inowrocławia. Opis budynku sanatorium (fot. W. Echeński; źródło: kolekcja autorów).

[Sanatorium „Modrzew” w Inowrocławiu. Na ścianie kolorowy mural przedstawiający jelenia w lesie, nad murałem i na szczycie budynku napisy z nazwą sanatorium.]



Fot. 13. Widokówka z Tatr. Przykład niepełnej ekwiwalencji między obrazem a tekstem (fot. Mieczysław Raczkowski; źródło: kolekcja autorów).

[Szczyty Tatr latem. Na pierwszym planie zbocza porośnięte iglastymi drzewami.]



Fot. 14. Widokówka z Mielna. Przykład pełnego braku ekwiwalencji między tekstem a obrazem (fot. T. Hermańczyk; źródło: kolekcja autorów).

[Pomost w Mielnie nad Bałtykiem. W oddali zacumowane dwie żagłówki i motorówka.]

W materiale badawczym są także spotykane sytuacje (częściowego) braku spójności, w których treść wiadomości w pewnym stopniu lub całkowicie nie odpowiada obrazowi znajdującemu się na awersie. Przykład niepełnej ekwiwalencji stanowi widokówka z fotografią Tatr wykonana w okresie letnim. Jej nadawca informuje, że przebywa w Zakopanem wiosną, a w górach leży jeszcze śnieg (fotografia 13).

Pełny brak ekwiwalencji egzemplifikuje natomiast kartka (fotografia 14) z widokiem pomostu, żagłówki i morza w Mielnie, podczas gdy pozdrowienia są przekazywane z Koszalina (*Pozdrowienia z Koszalina przesyła Piotrek*). Niedociągnięcie to jest jednak komentowane w *postscriptum*, gdzie nadawca tłumaczy swój wybór, wykonuje zatem dodatkową pracę semiotyczną, która ma na celu utrzymanie spójności całego komunikatu. Wynika z tego, że duża waga kontekstu wizualnego pociąga za sobą działanie zorientowane na odbiorcę i zrozumiałość przekazu.

Zachowanie spójności semantycznej w komunikacji polega na stałym negocjowaniu znaczenia i konstruowaniu wspólnego dla nadawcy i odbiorcy kontekstu. Interlokutorzy łączą bowiem wskazówki językowe i pozajęzykowe ze swoją wiedzą na temat świata i w ten sposób nadają znaczenie interakcji⁵¹. Z tego też względu brak spójności semantycznej między obrazem przedstawiającym wrocławskie osied-

51 W. Bublitz, *Cohesion...*, s. 37–49.



Fot. 15. Widokówka z Wrocławia wysłana z obozu leśnego. Przykład braku koherencji między tekstem a obrazem (fot. J. Osuchowski; źródło: kolekcja autorów).

[Wrocławskie osiedle mieszkaniowe z licznymi blokami. Wysokie budynki całkowicie zasłaniają horyzont.]

le a pozdrowieniami z obozu leśnego (*Moc pozdrowień z obozu (leśnego hufca pracy) przesyła Waldek* – fotografia 15) nie sprawia, że widokówka jest uznawana za błędną czy nieprawdziwą. Zamiast tego na podstawie swoich społecznych (dyskursywnych) doświadczeń odbiorca samodzielnie uzupełnia kontekst, presuponując istnienie wystarczająco ważnych powodów ku takiemu wyborowi.

Podsumowując, treści zawarte w badanym materiale należy uznać za koherentne. Pocztówki mają cechy charakterystyczne dla gatunku. Ich stylistyka jest ekonomiczna i redundantna, wyróżnia się przeważnie lapidarnością. Na widokówkach występują aluzje, odwołania do wspólnych doświadczeń i niedomówienia. Respektowane są normy społeczne i kulturowe obowiązujące przy wymianie kart pocztowych na badanym terenie. Zarówno treści werbalne, jak i wizualne nie wychodzą poza to, co jest postrzegane jako grzeczne i uprzejme, poruszana tematyka nie zaskakuje, spełniono prymarną funkcję tego typu komunikatów, a więc podtrzymanie relacji z odbiorcą, podzielenie się doświadczeniami i towarzyszącymi im emocjami.

Treść użytych fotografii spełnia oczekiwania związane z turystyką badanego okresu i regionu, jest zgodna z dominującym dyskursem. Naturę pokazano w momencie największej okazałości (dobra pogoda, roślinność w rozkwicie, ośnieżone trasy narciarskie, plaże skąpane słońcem), a przedstawiane budynki (czy szerzej infrastruktura) odgrywają nierzadko rolę symboli narodowych, są przedmiotem

dumy państwa i jego obywateli. Podobnie jest ze scenami ilustrującymi obyczaje, tradycje czy codzienność. Obrazy łączące się ze wszystkimi wymienionymi obszarami są zatem koherentne z wiedzą i doświadczeniem danej społeczności, z dyskursem dotyczącym wycieczki w PRL-u.

WNIOSKI I ZAKOŃCZENIE

Widokówka, mimo że znana od wielu lat, wykazuje cechy charakterystyczne dla tekstów współczesnych, multimodalnych, splata treści werbalne i wizualne. Przekaz nadawcy do odbiorcy jest konstruowany już w momencie wyboru pocztówki, na który wpływa wiele czynników. Części z nich kupujący jest świadomy, takich jak ograniczona liczba kart dostępnych w sklepie, odpowiedniość treści wizualnych względem pierwotnego zamysłu czy walory estetyczne. Inne, takie jak własny stan emocjonalny, poziom zaspokojenia potrzeb i kontekst sytuacyjny, mimo że oddziałują na decyzję wczasowicza, są zauważane sporadycznie. Najrzadziej jednak uwzględnia się to, że obraz jest elementem dyskursotwórczym, potencjalnie wskazującym wybrane perspektywy przekazu wiedzy i pomijającym inne⁵².

Opis badaczy dotyczący sposobów spędzania urlopu w PRL-u znajduje potwierdzenie w zebranych przez nas materiale wizualnym. Obraz Polski, jaki wyłania się z analizowanych fotografii, zachęca do odwiedzin: piękna, różnorodna przyroda, nowoczesna architektura, bogata historia. Jedyne z treści wiadomości można wywnioskować obecność pewnych braków, frustracji czy niezadowolonia.

W badanym materiale zaobserwowano występowanie spójności syntaktycznej i semantycznej. Pierwsza z nich z pewnością stanowi element ważny dla sprawnego dekodowania komunikatów multimodalnych. Druga zaś ma moc powielania i sankcjonowania dyskursu charakterystycznego dla danej wspólnoty. Obcując z dyskursem obecnym w przestrzeni publicznej, przyswajamy go sobie mimowolnie, po czasie biorąc za jedyny możliwy ogląd rzeczywistości. Czerpiąc z dostępnych, internalizowanych schematów pojęciowych czy ewaluacji wartości, reproduujemy dalej ów światopogląd. W świetle powyższej refleksji oraz przeprowadzonej analizy należy skonstatować, że ze względu na swój multimodalny potencjał i powszechną dostępność widokówka stanowiła niebagatelny środek w procesie kształtowania i reprodukcji dyskursu odnoszącego się do wycieczki w Polsce Ludowej.

52 J. Szczepaniak, *Tekst (i) obraz w lingwistycznej analizie dyskursu*, „Socjolingwistyka” 2017, nr 31, s. 17.

BIBLIOGRAFIA

- Bezemer J., Jewitt C., *Multimodal Analysis. Key Issues*, w: *Research Methods in Linguistics*, red. L. Litosseliti, London 2010.
- Bezemer J., Kress G., *Multimodal Discourse Analysis*, w: *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, red. M. Handford, J.P. Gee, Abingdon 2023.
- Bublitz W., *Cohesion and Coherence*, w: *Discursive Pragmatics*, red. J. Zienkowski, J.-O. Östman, J. Verschuren, Amsterdam–Philadelphia 2011.
- Dyskurs jako struktura i proces*, red. T.A. van Dijk, tłum. G. Grochowski, Warszawa 2001.
- Dzienisiewicz D., *Akty przeproszenia w polsko- i rosyjskojęzycznych wiadomościach przesyłanych na kartach pocztowych*, „Półrocznik Językoznawczy Tertium” 2022, nr 7 (1).
- Pozdrowienia przesyłane za pośrednictwem widokówek – aspekt formalnojęzykowy i pragmatyczny*, „Językoznawstwo” 2023, nr 2 (w druku).
- Topics Discussed in Informative and Reporting Utterances in Polish Postcard Messages*, „Kwartalnik Neofilologiczny” 2023, nr 3.
- Dzienisiewicz D., Wierzchoń P., *Z prac nad korpusem polsko- oraz rosyjskojęzycznych wiadomości przesyłanych na kartach pocztowych w drugiej połowie XX w. Zagadnienia transkrypcji i anotowania*, „Napis” 2017, nr 23.
- Fairclough N., *Media Discourse*, London 1995.
- Foucault M., *Power. The Essential Works of Michel Foucault 1954–1984*, red. J.D. Faubion, tłum. R. Hurley et al., London 2019.
- Francesconi S., *Multimodally Expressed Humour Shaping Scottishness in Tourist Postcards*, „Journal of Tourism and Cultural Change” 2011, nr 9 (1).
- Furgalska A., Warchala J., *O tekstach pozdrowień*, „Socjolingwistyka” 1982, nr 4.
- Kress G., Leeuwen T. van, *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*, London 2001.
- Reading Images. The Grammar of Visual Design*, Abingdon 2020.
- Leeuwen T. van, Wodak R., *Legitimizing Immigration Control. A Discourse–Historical Analysis*, „Discourse Studies” 1999, nr 1.
- Machin D., *What Is Multimodal Critical Discourse Studies?*, „Critical Discourse Studies” 2013, nr 10 (4).
- Maćkiewicz J., *Ramy interpretacyjne jako narzędzie badań medioznawczych*, „Studia Medioznawcze” 2020, nr 21 (3).
- Marcanik M., *Etykieta językowa*, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001.
- Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2013.
- Markwick M., *Postcards from Malta. Image, Consumption, Context*, „Annals of Tourism Research” 2001, nr 28 (2).
- Mayr A., Machin D., *How to Do Critical Discourse Analysis. A Multimodal Introduction*, London 2012.
- Olma M., *Semantyka i struktura językowych formuł gestycznych w kontaktach rodzinnych schyłku XIX stulecia (na podstawie korespondencji rodzinnej Pawlikowskich)*, „Stylistyka” 2019, nr 23.
- Pietraszko S., *Przekazy i wartości*, w: *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, red. P. Banaś, Wrocław 1992.
- Przylipiak W., *Czas wolny w PRL*, Warszawa 2020.
- Sowiński P., *Wakacje w Polsce Ludowej. Polityka władz i ruch turystyczny (1945–1989)*, Warszawa 2005.
- Szczepaniak J., *Tekst (i) obraz w lingwistycznej analizie dyskursu*, „Socjolingwistyka” 2017, nr 31.

Wąsik Z., *Karty pocztowe w perspektywie semiologicznej*, w: *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, red. P. Banaś, Wrocław 1992.

Widokówka, hasło w: *Wielki słownik języka polskiego*, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/69428/widokowka> (stan z 5 sierpnia 2023 r.).

Winiarska J., Załazińska A., *Multimodalność komunikacji w perspektywie kognitywizmu*, w: *Multimodalność komunikacji*, red. J. Winiarska, A. Załazińska, Kraków 2018.

Winiarwer V., *Nationalized Nature on Picture Postcards. Subtexts of Tourism from an Environmental Perspective*, „Global Environment” 2008, nr 1 (1).

Zieliński J., *Historia karty pocztowej*, Krosno 1999.

Żydek-Bednarczuk U., *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Kraków 2005.

SŁOWA KLUCZE: dyskurs, multimodalność, widokówki, karty pocztowe, spójność, Polska Ludowa

HOLIDAY IN THE POLISH PEOPLE’S REPUBLIC: A MULTIMODAL ANALYSIS OF THE DISCOURSE OF POLISH POSTCARDS FROM 1945 TO 1989

The article aims to present the results of a verbal and visual analysis of postcards sent in the Polish People’s Republic in the years 1945–1989. The study involved several hundred postcards sent from various locations at home and abroad. Using multimodal methodology of critical analysis of discourse, a study of the content of the postcards was carried out, pointing to the functions of text and image in the communications made using this medium. This work proves the occurrence of numerous links between the visual and textual layers of postcards. The discussion presented also leads to the conclusion that, alongside their primary phatic and informative function, postcards sent from travels also promoted the universally approved forms of leisure, encouraged visiting specific sites, strengthened national pride, as well as displayed the achievements of the Polish People’s Republic, presenting it as a modern and continually developing country.

KEY WORDS: discourse, multimodality postcards, picture cards, coherence, Polish People’s Republic