



Zapowiedź repertuarowa – analiza gatunku na podstawie tekstów ze stron internetowych teatrów dramatycznych i muzycznych

Joanna Smół

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

ORCID: 0000-0001-6867-4042

Repertoire Preview – A Genre Analysis Based on Texts from the Websites of Dramatic and Musical Theatres

ABSTRACT: The article constitutes an attempt at a genealogical analysis of repertoire previews. The research material comes from the websites of dramatic and musical theatres. The methodological foundation of the study is based on findings from linguistic genre studies. The introductory section provides a description of the theatrical teaser as a media genre blending elements of informational and promotional content. Its primary purpose is to capture the audience's attention, spark their interest and prompt action – in this case, purchasing tickets for the upcoming performance. The structural framework of the analysis is based on the composition of the examined texts. Key components include: framing elements (such as the title, list of artists involved in the production and photographs),

a synopsis of the upcoming performance, a description of the historical background, an overview of the creators' achievements, quotations from their statements and carefully-selected review excerpts. The analysis is centred on the structure of the texts, with individual segments constituting the theatre teaser also examined from pragmatic, stylistic and rhetorical perspectives. The marketing objective behind theatre announcements leads their creators to produce messages full of paradoxes, balancing between informing, intriguing and persuading, between a fixed form and originality of expression. These announcements draw on traditional models (closely resembling journalistic teasers), while simultaneously exploiting the potential of the new medium.

KEYWORDS: teaser; announcement; theatre; internet; linguistic genre studies.

CONFLICT OF INTEREST STATEMENT: The author declares that there were no conflicts of interest in this study.

AUTHOR'S CONTRIBUTION: The author assumes sole responsibility for: preparing the research concept of the article, the way it is presented, developing the method, collecting and analyzing data, formulating conclusions, and editing the final version of the manuscript.



1. Wprowadzenie

Przed nastaniem ery komunikacji internetowej to afisze, ulotki oraz anonse zamieszczane w tradycyjnych mediach były głównymi źródłami informacji o ofercie programowej instytucji teatralnych. Żadna z tych form nie dawała możliwości dotarcia do tak liczного grona odbiorców jak przekazy publikowane w sieci. Obecnie najistotniejszą rolę w procesie propagowania wiedzy o działalności artystycznej odgrywają strony internetowe. Dorota Rak dzieli zamieszczane na nich informacje na dwie grupy: związane z promocją teatru jako firmy oraz z promocją oferowanych usług:

Z punktu widzenia teatru jako przedsiębiorstwa strona internetowa stanowi podstawowy element promocyjny. [...] O promocji teatru świadczą takie sekcje, jak informacje na temat jego działalności i zespołu pracowników, opis inicjatyw i projektów, w jakie angażuje się instytucja. [Rak 2015: 35]

Do przekazów bezpośrednio związanych z promocją przedstawień teatralnych badaczka zalicza opisy spektakli, wraz z dołączanymi do nich recenzjami i galeriami zdjęć oraz informacjami o obsadzie danej sztuki [Rak 2015: 35]. Dzięki zapoznaniu się z nimi widzowie zyskują wiedzę na temat przedstawień znajdujących się w aktualnej ofercie programowej. Zapowiedzi widowisk teatralnych są ważną częścią komunikacji prowadzonej w ramach działalności marketingowej teatrów – odpowiednio opracowane, atrakcyjne pod względem treści i formy, mają szansę przyczynić się do zwiększenia liczby widzów.

Celem przeprowadzonych badań jest odpowiedź na pytanie, jaki kształt genologiczny przybierają tego typu przekazy? Czy nadawcy preferują teksty proste w odbiorze, których głównym założeniem jest ułatwienie czytelnikowi uzyskania najistotniejszych informacji, czy też wybierają formy oryginalne, przyciągające uwagę odbiorcy, w których funkcja informacyjna odgrywa drugorzędną rolę? Podjęte rozważania skupiają się wokół aspektu strukturalnego ze względu na polimorficzny charakter analizowanych tekstów. Pozostałe aspekty analizy gatunku – pragmatyczny, stylistyczny, poznawczy – zostaną również uwzględnione w niniejszym artykule w ramach opisu kolejnych segmentów strukturalnych.

2. Materiał źródłowy i metodologia badań

Materiał badawczy pochodzi ze stron internetowych 20 polskich instytucji teatralnych. W badaniach uwzględniono ofertę programową 10 teatrów

dramatycznych oraz 10 teatrów muzycznych¹. Z każdej ze stron wyekscerpowano 10 zapowiedzi przedstawień wystawianych w 2024 roku. W ten sposób uzyskano korpus materiałowy liczący łącznie 200 tekstów. Znalazły się wśród nich komunikaty dotyczące widowisk operowych, operetkowych, baletowych, musicali oraz spektakli teatralnych o charakterze dramatycznym lub komicyjnym, reprezentujących tradycyjny lub nowoczesny repertuar, kierowanych zarówno do osób dorosłych, jak i do dzieci. Przeprowadzone badania mają charakter wstępny. Aby sformułować uogólnione wnioski odnośnie do kształtu genologicznego zapowiedzi repertuarowej, należałoby przeanalizować znacznie większą partię materiału, obejmującą również inne rodzaje instytucji teatralnych, np. teatry tańca czy teatry lalkowe. Podobną formę gatunkową przybierają teksty internetowe zapowiadające seanse kinowe, koncerty i inne pokazy artystyczne. Ich analiza mogłaby poszerzyć zakres wniosków na temat specyfiki omawianego gatunku.

Dalsza część wywodu zawiera analizę jakościową zebranych tekstów, jej celem jest wstępna charakterystyka genologiczna materiału badawczego. Niniejsze rozważania oparte zostały na metodologii opracowanej w obrębie teorii genologii lingwistycznej², ze względu na ich interdyscyplinarny charakter w toku rozważań pojawią się również odwołania do takich dziedzin, jak: retoryka, pragmatyka, stylistyka, tekstologia czy marketing.

3. Nazewnictwo i pokrewieństwa gatunkowe

Teksty, będące przedmiotem niniejszych badań, zostały opublikowane na oficjalnych stronach internetowych teatrów w zakładkach o nazwie *Spektakle* lub *Repertuar*, które zwykle są dzielone na dodatkowe segmenty sygnowane odrębnymi śródtytułami, np. *Opis*, *Obsada*, *Realizatorzy*, *Zespół muzyczny*, *Terminy*.

1 Lista cytowanych źródeł znajduje się na końcu niniejszego artykułu. Wyboru materiału badawczego dokonano metodą stosowaną w przypadku analiz treści internetowych. W pole wyszukiwarki Google wpisano hasło „teatr”, a następnie spośród uzyskanych wyników wybrano 10 kolejnych stron internetowych teatrów dramatycznych i 10 muzycznych (w tym *Teatrów Wielkich* – instytucji teatralnych wystawiających głównie przedstawienia operowe i baletowe). Sposób gromadzenia danych do badań internetowych, związany ze wskaźnikiem *Page Rank* łączącym się z metodą zliczającą linki odsyłające do danej strony, omawia Magdalena Szpunar [2009: 142].

2 Niniejsze rozważania zostały oparte na teorii autorstwa Marii Wojtak. Badaczka wśród komponentów wzorca gatunkowego umieszcza następujące aspekty: strukturalny, pragmatyczny, poznawczy i stylistyczny. Ponadto wyróżnia wzorzec kanoniczny – decydujący o tożsamości gatunku, wzorzec alternacyjny – powstający w wyniku przekształcenia wybranych składników wzorca kanonicznego oraz wzorce adaptacyjne, które nawiązują do obcych schematów gatunkowych [Wojtak 2004: 16–18].

Zakładki z prezentacją repertuaru składają się z kilku kolumn lub podzakładek, by umożliwić czytelnikowi nielinearny odbiór tekstu i łatwe dotarcie do poszukiwanych treści. Analizowane przekazy funkcjonują pod różnymi nazwami m.in. informacja repertuarowa, opis repertuaru, zapowiedzi/zajawki. Z punktu widzenia genologii te ostatnie określenia wydają się najtrafniejsze, biorąc pod uwagę zarówno ukształtowanie strukturalne analizowanych tekstów, jak i uwarunkowania pragmatyczne oraz stylistykę. W tytule niniejszego opracowania pojawia się określenie *zapowiedź repertuarowa*, które łączy w sobie znaczenie słowa *zapowiedź* definiowanego jako ‘informacja o czymś, co ma nastąpić w najbliższym czasie, ogłoszenie o czymś, co się wydarzy’ [PSWP, t. 48: 326] z określeniem *repertuarowy* oznaczającym ‘związany z repertuarem – ogółem utworów granych w teatrze, w kinie lub w filharmonii itp.’ [PSWP, t. 35: 45].

Zapowiedź repertuarową można uznać bowiem za gatunek zbliżony do zapowiedzi dziennikarskiej³. Obie te formy pełnią dwie główne funkcje: informacyjną (zapowiadającą i streszczającą) oraz reklamującą (ich zadaniem jest zachęta do zainteresowania się innym przekazem). Iwona Loewe, analizująca zapowiedzi radiowe, określa je mianem „zjawiska znajdującego się pomiędzy informacją a reklamą, pomiędzy anonsem a rekomendacją” [Loewe 2012: 154]. Charakteryzując gatunek, badaczka spostrzega, że teksty zapowiedzi cechują się dużą różnorodnością (mają postać gatunkowego tygla⁴), obligatoryjna jest jedynie odpowiedź na pytanie: *co, gdzie, kiedy?*. Samo anonsovane zdarzenie nadawca stara się zaprezentować w „maksymalnie atrakcyjny sposób z wykorzystaniem zabiegów retoryczno-stylistycznych” [Loewe 2012: 156–157].

Zapowiedzi repertuarowe wykazują również pewne podobieństwo do zajawek prasowych. Można je dostrzec na poziomie strukturalnym – w obu przypadkach komunikat składa się z trzech paralelnych segmentów – tytułu o funkcji informacyjnej, korpusu o charakterze opisowym (w przypadku zapowiedzi repertuarowej ta część jest obszerniejsza – składa się na ogół z kilku akapitów), formuły odsyłającej do zapowiadanego tekstu lub spektaklu (w dziennikarstwie jest to zazwyczaj numer strony, a w przypadku zapowiedzi – przycisk lub hiperłącze umożliwiające zakup biletu na spektakl w wybranym terminie). Internetowe zapowiedzi są gatunkiem bardziej rozbudowanym strukturalnie (na stronie bywają umieszczane hiperłącza oraz materiały audiowizualne). Analizowane

3 W niniejszym opracowaniu odwołuję się do spostrzeżeń na temat zajawki/zapowiedzi dziennikarskiej zawartych w monografii Wojtak [2004: 101–119].

4 Loewe pojęcie *tygla gatunkowego* w odniesieniu do zapowiedzi stosuje, powołując się na ustalenia Wojtak [Loewe 2012: 156; Wojtak 2004: 119].

przekazy tworzą formę multimodalną⁵, opartą na różnych systemach semiotycznych (całość komunikatu stanowi kontaminację znaków językowych, wizualnych i dźwiękowych). Perswazyjność przekazu zostaje tu wzmocniona dzięki wykorzystaniu różnych form i przekazań: tekstu, rysunku, fotografii, muzyki.

Kolejnym gatunkiem zbliżonym do analizowanych w niniejszym opracowaniu zapowiedzi są blurby publikowane na okładkach książek. Łączą one w sobie funkcję informacyjną (streszczenie fabuły) z funkcją perswazyjną (zachęta do zakupu). Anna Folta-Rusin tak charakteryzuje specyfikę not wydawniczych:

Na okładce najnowszych powieści znajdziemy blurb, który obfituje w sprytnie, zwrotne przymiotniki i przysłówki zaświadcające, że książka „jest sensacją roku”. Blurb mówi o tym, że tekst wywoła w nas dreszcze, kołatanie serca, powieść będzie mieć dla nas kluczowe znaczenie i stanie się ukojeniem dla naszej duszy. Blurb obiecuje, że powieść będzie trzymać nas w napięciu i ekscytować. [Folta-Rusin 2018: 78]

Tego typu opis wskazuje na bliskie pokrewieństwo zapowiedzi repertuarowej i noty wydawniczej. Szczególnie istotne są takie zjawiska, jak: częste używanie hiperboli, prymarna funkcja zachęcająca oraz słownictwo wartościujące. Blurby nierzadko odwołują się do opinii autorytetów – wydawców, recenzentów. Jest to forma, która również ma swą – znacznie bardziej rozbudowaną i urozmaiconą formalnie – wersję internetową:

Współcześnie blurby odgrywają ogromną rolę w działaniach promocyjnych, skutkiem czego przestrzeń, którą zajmują w książce lub poza nią (np. na stronach księgarni internetowych) znacząco się rozrosła. Ponadto dzięki możliwościom, jakie stwarza sieć WWW, zwłaszcza media społecznościowe oraz tzw. blogosfera, autorstwo blurba przestało być zastrzeżone dla ekspertów (krytyków literackich, renomowanych twórców, naukowe autorytety) i coraz częściej promuje się książkę, publikując opinie czytelników. Te ostatnie bywają dość obszerne i zawierają informacje na temat treści utworu, z wykluczeniem tzw. spoilerów, czyli sformułowań, które mogą zdradzić zakończenie lub nieoczekiwany zwrot akcji w fabule. Blurby eksperckie są natomiast zwykle krótkie, często jednozdaniowe lub w formie eksklamacyjnych równoważników zdań w rodzaju „A wonderful tale!”, „Doskonała lektura!”, gdyż w ich przypadku liczy

5 Pojęcie *multimodalności* wywodzi się z teorii Gunthera Kressa i Theo van Leeuwen [2001]. Według badaczy jeden przekaz może łączyć w sobie różne systemy semiotyczne. Jest to zjawisko częste we współczesnych komunikatach internetowych, w których współlistnieją teksty, rysunki, zdjęcia, materiały audiowizualne.

się nie walor informacyjny, lecz nazwisko opiniodawcy, będące samo w sobie marką rynkową. [Kraskowska 2016: 80]

Tak opisane blurby mają kilka cech wspólnych z internetowymi zapowiedziami repertuaru, m.in. realizują funkcję reklamową, opierają się na autorytecie nadawcy, cechuje je różnorodność stylistyczna i tendencja do unikania spoilerów.

4. Zapowiedź repertuarowa w perspektywie teorii genologicznych

Ze względu na złożoną strukturę zapowiedzi repertuarowej należy uznać ją za formę gatunkową, którą Maria Wojtak określiła mianem gatunku w formie kolekcji:

Gatunek w formie kolekcji tworzy całość kompozycyjną (w jego ramach współwystępują różne formy wypowiedzi) i ma strukturalne oraz funkcjonalne zwięźcenie. Zwięźcenie strukturalne oznacza funkcjonowanie ramy delimitacyjnej z wyrazistymi i konwencjonalnie ustabilizowanymi sygnałami początku i/lub końca. [...] Poszczególnym segmentom przysługuje też względna autonomia, a więc nie tracą one formalnych sygnałów pierwotnej przynależności gatunkowej. [Wojtak 2023: 91–92]

Badaczka podkreśla, że finalna funkcja gatunku jest wynikiem nadrzędnej intencji komunikacyjnej nadawcy, na którą składają się intencje poszczególnych segmentów tekstu. Analiza tego typu realizacji gatunkowych staje się tym trudniejsza, gdyż często mamy tu do czynienia – tak jest w przypadku zapowiedzi repertuarowej – z formami polidyskursywnymi i wielostylowymi [Wojtak 2023: 92].

Ponadto internetową zapowiedź spektaklu należy zaliczyć do gatunków medialnych. Według Magdaleny Ślawnickiej „podstawowym warunkiem zaistnienia gatunku medialnego jest opublikowanie danego tekstu za pomocą (lub dzięki) medium” [Ślawnicka 2017: 17]. W tym przypadku owym medium jest internet, a autorami tekstów nie są dziennikarze, lecz pracownicy działów marketingu i promocji. To oni dbają, by opisać dany spektakl w atrakcyjny sposób, a dzięki temu zachęcić odbiorcę do zakupu biletu. Istotne jest tu połączenie funkcji informacyjnej z perswazyjną, powiązanie zwięzłej i jasnej informacji na temat przedstawienia z kreatywnością i oryginalnością opisu tak, by przyciągnąć uwagę widzów i zyskać ich zainteresowanie – najpierw samą zapowiedzią, a następnie anonsovanym zdarzeniem kulturalnym⁶.

6 Na podobne funkcje zapowiedzi prasowej wskazuje Wojtak: „Wypowiedź zapowiadająca inny tekst (lub teksty) ma skupić uwagę czytelnika najpierw na sobie, a potem zachęcić go do lektury tekstu właściwego (poszerzonego lub stowarzyszonego)” [Wojtak 2004: 102].

Z uwagi na intertekstualny charakter zapowiedzi warto również spojrzeć na ten gatunek z perspektywy tekstologicznej, a mianowicie biorąc pod uwagę jego relację do samego przedstawienia. Bazując na klasyfikacji francuskiego lingwisty, Philippe'a Lane'a, należałoby analizowane przekazy zaliczyć do epitektów, tj. komunikatów funkcjonujących w przestrzeni komunikacyjnej w ode-rwaniu od dzieła właściwego [Lane 1994: 18]. Ponadto należy wziąć pod uwagę fakt, że zapowiedzi są przeznaczone do przeczytania przed podjęciem decyzji o zakupie biletów na przedstawienie. Z tego względu – zgodnie z teorią Loewe – zalicza się je do grupy pre-tekstów, czyli przekazów, które w sytuacji odbiorczej wyprzedzają czasowo tekst właściwy [Loewe 2004: 182]. Zdaniem badaczki tego typu komunikaty służą „ekonomizacji czasu danego odbiorcy, uzyskaniu w najkrótszym czasie najwłaściwszych (z punktu widzenia nadawcy) informacji, włączając w to, oczywiście, i sytuację rezygnacji (to z kolei po stronie odbiorcy) z danego tekstu właściwego” [Loewe 2004: 182–183]. W przypadku zapowiedzi spektaklu opublikowanej na stronie internetowej teatru taka rezygnacja jest niekorzystna z punktu widzenia nadawcy, którego cel stanowi zainteresowanie odbiorcy tekstem, a potem samą sztuką. Intencje nadawcy są tu analogiczne do aktu reklamy i mogą przybrać kształt następującej eksplikacji:

ZAPOWIEDŹ REPERTUAROWA⁷:

- mówię: wystawiany jest spektakl X
- wy możecie obejrzeć spektakl X
- nie wiem, czy chcecie obejrzeć spektakl X
- sądzę, że rozumiecie, że chcę, abyście obejrzeli spektakl X
- chcę, żebyście uwierzyli, że obejrzenie spektaklu X jest dobre dla was
- nie chcę, żebyście wiedzieli, że to jest dobre dla mnie
- sądzę, że jeżeli powiem to w ten sposób, to spowoduję, że będziecie chcieli obejrzeć spektakl X⁸.

Możliwe jest odniesienie analizowanych tekstów do popularnego wśród badaczy przekazów reklamowych modelu AIDA, zakładającego, że przekaz marketingowy działa na odbiorcę w postaci następstwa określonych etapów⁹.

7 Ze względu na zakres tematyczny materiału źródłowego analizowana eksplikacja odnosi się do zapowiedzi spektaklu teatralnego. Podobny kształt mógłby przybrać opis zajawki seansu kinowego czy koncertu.

8 Eksplikacja aktu zapowiedzi/zajawki jest zbliżona do eksplikacji aktu reklamy opracowanego przez Katarzynę Skowronek [1993: 83], co wskazuje na pokrewieństwo obu tych gatunków.

9 Anna Kozłowska i Andrzej Pańkowski zwracają uwagę, że to właśnie nieco już zapomniany przez specjalistów model AIDA (*Attention* – przyciągnięcie uwagi, *Interest* – wzbudzenie

Nadawcy zapowiedzi zależy na przyciągnięciu uwagi widzów (np. poprzez wykorzystanie elementów wizualnych, jak fotos czy plakat), wzbudzeniu ich zainteresowania (np. dzięki opisaniu zalet anonsowanej inscenizacji), wzbudzenie pożądania (tj. chęci obejrzenia spektaklu, np. dzięki uświadomieniu odbiorcy wynikających z tego korzyści), na końcu zaś na pobudzeniu do działania (umieszczenie elementów umożliwiających zakup biletu – specjalnych przycisków czy hiperłączy). Zapowiedź spektaklu teatralnego zwykle zawiera wszystkie opisane wyżej elementy.

5. Analiza strukturalna gatunku

Analizowane teksty charakteryzują się hybrydyczną strukturą, dopuszczającą liczne innowacje kompozycyjne. Na ogół jednak w obrębie jednej strony internetowej obowiązuje ten sam globalny schemat, dzięki któremu odbiorca z łatwością odnajdzie poszukiwane informacje. Modyfikacje, mające na celu urozmaicenie formy podawczej, możliwe są jedynie na poziomie kompozycji korpusu.

5.1. Elementy ramy delimitacyjnej tekstu

Podstawowym elementem struktury jest informacyjny nagłówek, zwykle tożsamy z tytułem sztuki, np. *Kopciuszek*, *Ale kosmos!*, *Przygody Koziółka Matołka*, *Opera za trzy grosze*. Zarysowuje się tu wyraźna tendencja do ułatwiania odbioru komunikatu. Intencją nadawcy jest sprawienie, by widz, poszukujący informacji na temat danego przedstawienia, nie gubił się w wielości nagłówków, przechodząc przez kolejne podstrony (od kalendarium aż po zakup biletu). Za pewną alternację należy uznać pojawiające się na stronach Teatru Wielkiego w Warszawie tytuły dwuelementowe, złożone z nazwiska autora sztuki (niekiedy choreografa czy reżysera) oraz jej nazwy, np. *Pastor i przejdą deszcze*; *Carmen. Georges Bizet*; *BLEE, Wojciechowski/Prześluga*. Niekiedy dodatkowym składnikiem nagłówka jest podtytuł zawierający informację o reprezentowanym przez wido-wisko dzieło gatunku, np. *Spektakl muzyczny*, *Balet*, *Musical*, *Komedia*.

Kolejny element obudowy tekstu stanowią nazwiska twórców przedstawienia. Zwykle grupuje się je w następujące kategorie: *Reżyseria*, *Obsada*, *Zespół muzyczny*, *Choreografia*, *Scenografia*, *Kostiumy*. Z marketingowym celem komunikatu ściśle powiązane są podawanie terminów spektakli oraz opis możliwości zakupu biletów (z odpowiednim przyciskiem lub hiperłączem).

zainteresowania, *Desire* – wywołanie pożądania, *Action* – pobudzenie do działania) jest kluczem do zrozumienia oddziaływania przekazów reklamowych zamieszczanych na stronach internetowych [Kozłowska, Pańkowski 2018: 60].

Istotnym składnikiem internetowej zapowiedzi spektaklu teatralnego, dopełniającym i wzmacniającym przekaz werbalny, jest obraz. Przybiera on różne formy, które współistnieją ze sobą. Zwykle strategiczną pozycję (u góry bądź po lewej stronie ekranu) zajmuje plakat reklamujący przedstawienie. Niekiedy jako główny przekaz wizualny wybierany jest fotos przedstawiający scenę ze sztuki. Ponadto celem uatrakcyjnienia odbioru poniżej tekstu zapowiedzi publikuje się galerię zdjęć ze spektaklu, a także materiały audiowizualne stanowiące skrót najciekawszych scen, często dopełnianych odpowiednio dobraną muzyką.

Multimodalność zapowiedzi spektaklu publikowanej na stronie internetowej przekłada się na nieliniarny sposób jej odbioru. Recepcją przekazu rządzi zasada przestrzennego sąsiedztwa. To po stronie czytelnika/widza leży decyzja, w jakiej kolejności będzie odbierał poszczególne przekazy – czy najpierw zapozna się z obrazem, tekstem czy też z filmem. Również jego zadaniem jest hierarchizacja treści oraz zrekonstruowanie związków pomiędzy poszczególnymi komponentami. Istotną kwestię stanowi wpływ multimodalnego przekazu na odbiorcę, gdyż takie kategorie semiotyczne, jak tekst, obraz, film, mogą wchodzić w relacje oparte na komplementarności, redundancji bądź wzmacnianiu przekazu [Buchen 2015: 95]. Odbiorca może odczytać tekst zapowiedzi: „odnalezieni w zakamarkach Teatru Polskiego zapomniani wędrowni kuglarze, zabiorą Was na wyprawę przez wszystkie kontynenty...” [*Koziółek Matolek*], a następnie zobaczyć owych kuglarzy, którzy pojawiają się w filmowym zwiastunie przedstawienia. Tego typu zestawienie różnych form komunikowania opiera się na zasadzie komplementarności oraz potęguje siłę komunikatu. Słowa prezentują treść spektaklu, a zwiastun uzupełnia narrację przekazem audiowizualnym, unaoczniającym sposób realizacji opisywanych scen, dopełnionym żywiołową muzyką¹⁰.

5.2. Streszczenie

Po omówieniu najważniejszych elementów obudowy należy przyjrzeć się samemu korpusowi. Jego kształt kompozycyjny nie jest spetryfikowany, całość składa się z kilku elementów, z możliwością zamiany kolejności poszczególnych członów. Najczęstszą formę, rozpoczynającą tę część zapowiedzi, stanowi streszczenie spektaklu¹¹. Jak zauważa Artur Drozdowski, „(U) podstawy każdego

10 Szczegółowe omówienie teorii multimodalności oraz odniesienie jej do zapowiedzi repertuarowych przekracza ramy niniejszego artykułu. Opis różnych koncepcji badawczych opracowanych w związku z powyższym pojęciem można znaleźć w artykule Hansa-Jürgena Buchena [Buchen 2015: 95].

11 Fragmenty o charakterze streszczającym są także typowe dla poetyki recenzji, która łączy w sobie elementy informacyjne, analityczne i oceniające. Jej celem jest również powiadomienie odbiorcy o treści ocenianego przekazu.

typu streszczenia leży operacja wyboru elementów tekstu bazowego. Wyboru tego dokonuje streszczający z określoną intencją” [Drozdowski 1998: 110]. Jaka zatem intencja towarzyszy autorowi streszczenia publikowanego jako element zapowiedzi teatralnej? Niewątpliwie chodzi tu o odpowiedź na podstawowe pytanie, które nasuwa się potencjalnemu widzowi, a mianowicie: *o czym jest ten spektakl?* Dzięki odpowiednio zredagowanemu streszczeniu możliwe staje się przybliżenie odbiorcom treści dzieła, a zarazem wzbudzenie ich zainteresowania. Oto przykłady takiego rozpoczynania korpusu:

Po latach nieobecności do majątku powraca młody dziedzic Sandor. Cyganka wróży mu bogactwo i rychły ślub. Jego sąsiad, zachłanny prostak Żupan, chce wydać za niego swoją córkę, Arsenę. Sandorowi podoba się dziewczyna, ale ona kocha innego. Toteż stawia przed kandydatem na męża trudny do spełnienia warunek: poślubi go, gdy zdobędzie on tytuł barona. Sandor nie zniechęca się, zamierza starać się o tytuł u cesarza, ale zanim na niego zasłuży, trafia do obozu Cyganów, gdzie spotyka piękną Saffi. [*Baron cygański*]

Warto podkreślić, że – jak zauważa Wojtak [2004: 109] – pierwszym zadaniem zajawki jest zachęta czytelnika do lektury samego tekstu zapowiedzi. Dlatego jej twórcy starają się unikać szablonowości, wykazując przy tym kreatywność i stawiając na oryginalne rozwiązania. Jednym ze sposobów rozpoczynania korpusu jest seria pytań retorycznych na początku tekstu:

W obliczu katastrofy, do kogo należałoby się dzisiaj modlić? Do któregoś z bóstw, a może do sztucznej inteligencji? Może właśnie do niej, skoro wiara w człowieka zawodzi, do niedawna rzekomo ujarzmiona przyroda na nowo zaczęła się buntować, a paradoksy ludzkiej egzystencji pomimo wielowiekowego namysłu uczonych wciąż pozostają nierozstrzygalne? [*Solaris*]

Czytelnik domyśla się, że właśnie problematyki egzystencjalnej będzie dotyczyć przedstawienie. Zamiast klasycznego streszczenia otrzymuje tu kilka pytań z zaproszeniem do namysłu wraz z twórcami przedstawienia.

Streszczenie usytuowane w korpusie zapowiedzi pełni zatem nie tylko funkcję informacyjną, ale również perswazyjną, gdyż jego celem jest przyciągnięcie uwagi odbiorcy, wzbudzenie ciekawości oraz zachęta do obejrzenia spektaklu. Autorzy zapowiedzi stosują różnorakie zabiegi językowe, aby zrealizować ten cel. Jednym z nich jest urywanie opowieści. Czynią tak z różnych względów, gdyż ujawnienie fabuły można byłoby uznać za niepożądane zjawisko. Aby jednak odbiorca nie odniósł wrażenia, że ma do czynienia ze

spoilerem¹² zdradzającym zakończenie spektaklu, publikowane streszczenia odnoszą się tylko do początkowego fragmentu sztuki. Nadawcy często posługują się wielokropkiem, a narracja zostaje przerywana w najważniejszym momencie¹³. Dzięki temu ciekawość widza jest rozbudzona, co w założeniu nadawcy ma przekładać się na chęć obejrzenia spektaklu. Takie działanie stanowi jeden z chwytów perswazyjnych stosowanych przez autorów zapowiedzi:

Zrozpaczona Aida życzy powodzenia ukochanemu wiedząc jednak, że w ten sposób występuje przeciwko własnemu ojcu i krajowi. Gdy zwycięski Radames powraca z walk, egipski król ofiaruje mu rękę swojej córki Amneris, a Aida i jej ojciec Amonastro mają pozostać zakładnikami... [*Aida*]

Kolejną metodą wpływania na odbiorcę, również opartą na pewnym niedopowiedzeniu, jest umieszczanie w końcowej części streszczenia pytania, na które odpowiedź widz uzyska po obejrzeniu spektaklu:

Dwie przyjaciółki Elena i Lila nie mogły być bardziej różne od siebie. Jedna introwertyczna, konformistyczna i dążąca do celu; druga wyzywająca, dumna i nieprzewidywalna. Dorastają w ubogiej dzielnicy w Neapolu w latach pięćdziesiątych. [...] Dla awansu społecznego przyjmują radykalnie odmienne strategie. Czy można uciec od biedy? [*Genialna przyjaciółka*]

Pewnego długiego, letniego dnia rodzina Tyronów musi skonfrontować się z trudną prawdą, skrywaną od lat. W miarę jak dzień przechodzi w noc, między ojcem, matką i dwoma dorosłymi synami narasta rodzinne piekło wzajemnych pretensji i oskarżeń. [...] Czy prawda o sobie ich wyzwoli? [*Pewnego długiego dnia*]

Umieszczanie pytań retorycznych w końcowej części streszczenia ma skłaniać odbiorcę do refleksji nad opisaną historią. Często są to pytania mające

-
- 12 O negatywnych skutkach odbioru spoilera wspomina Agata Wiślińska: „osoba, która chce poznać tekst kultury na własną rękę i przypadkowo natknie się na spoiler [...] traci możliwość poznania treści według własnych zasad. Utrata kontroli wywołuje różne emocje u odbiorców – od rozczarowania, aż po smutek, a nawet złość” [Wiślińska 2020: 156].
 - 13 Można tu mówić o marketingowym wykorzystaniu figury retorycznej zwanej *reticentia* polegającej na przerywaniu „toku wypowiedzi, niedokończeniu jakiegoś rozpoczętego członu” [Szymanek 2001: 35]. W klasycznej retoryce zabieg ten był stosowany, by wyeksponować niedopowiedzianą myśl, w przypadku działań promocyjnych chodzi o wzbudzenie ciekawości czytelnika.

angażować czytelnika emocjonalnie, takie, które nie dają natychmiastowej odpowiedzi, stanowiąc jednocześnie zaproszenie do osobistego kontaktu ze sztuką i poszukiwania własnych wyjaśnień w trakcie spektaklu. Owo pytanie, postawione na końcu streszczenia, ma wywoływać poczucie niedosytu, co potencjalnie przekłada się na zainteresowanie spektaklem.

5.3. Charakterystyka spektaklu

Charakterystyka to część zawierająca ogólne dane na temat inscenizowanej sztuki, jak gatunek, twórcy, adresat. Zwykle znajduje się w środkowej części korpusu, gdyż nie ma takiego potencjału przyciągania uwagi odbiorcy jak streszczenie. Złożona jest z kilku elementów. Do najważniejszych należy samo zakwalifikowanie spektaklu do pewnego nurtu, rodzaju czy gatunku scenicznego, np. *komedia*, *musical*, *opera*. Na ogół mamy tu do czynienia z redundancją. Informacja o przynależności gatunkowej, jako niezwykle istotna dla widza, stanowi również element obudowy. W korpusie zostaje powtórzona i rozbudowana o dodatkowe określenia, często o charakterze waloryzującym, np.:

„Cztery pory miłości” w reżyserii Wojciecha Czerwińskiego to **wyjątkowy, autorski spektakl muzyczny** inspirowany polską muzyką ludową. [*Cztery pory miłości*]¹⁴

Ale kosmos! to **efektywne przedstawienie baletowe** w wykonaniu uczniów Studia Baletowego Opery Krakowskiej, które zostało zrealizowane z okazji Jubileuszu 60-lecia powstania Studia. [*Ale kosmos*]

„Polak Polakowi wilkiem” to **komediowy spektakl**, z dystansem i uśmiechem pochyłający się nad naszymi narodowymi przyzwyczajeniami. [*Polak Polakowi wilkiem*]

Włoszka w Algierze (*L’Italiana in Algeri*) Giacchino Rossiniego to **przezbawna dwuaktowa opera buffa** napisana do libretta Angelo Anelliiego. [*Włoszka w Algierze*]

Widoczne w ostatnich dwóch przykładach uwypuklanie komediowego charakteru przedstawienia stanowi jedną z metod budowania pozytywnych skojarzeń związanych z odbiorem dzieła artystycznego. Kolejną – równie chętnie stosowaną – jest używanie w odniesieniu do niego określeń metaforycznych. W myśl koncepcji kognitywistycznych tego typu metafory nie pełnią wyłącznie

¹⁴ Wszystkie wyróżnienia w cytatach – J.S.

funkcji ornamentacyjnej, lecz wpływają na sposób percepcji, narzucają perspektywę aksjologiczną opartą na konotacjach nośnika metaforycznego [Dobrzyńska 1994: 202]. Dzięki zastosowaniu metafory na zjawisko nieznane odbiorcy (zapowiadane przedstawienie) nasuwa się odpowiednio dobrane implikacje skojarzeniowe. Jako nośniki metaforyzacji wykorzystywane są tu słowa mające jednoznacznie pozytywne konotacje. Spektakl bywa nazywany mianem *przygody*, *wyprawy* lub *podróży*, w którą jest zabierany widz:

Fantastyczna taneczna **podróż** wehikułem czasu w kosmiczną czasoprzestrzeń.
[*Ale kosmos*]

„Na miłosnym rinngu” to pełna uśmiechu, muzyczna **przygoda** przy dźwiękach piosenek z repertuaru m.in.: Danuty Rinn, Sławy Przybylskiej, Ireny Santor, Haliny Kunickiej czy Jerzego Połomskiego. [*Na miłosnym rinngu*]

Odnalezieni w zakamarkach Teatru Polskiego zapomniani wędrowni kuglarze, zabiorą Was na **wyprawę** przez wszystkie kontynenty. [*Przygody Koziółka Matolka*]

W omawianej części zapowiedzi można znaleźć też fragmenty poświęcone twórcom przedstawienia. Te informacje również są redundantne w stosunku do spisu nazwisk stanowiącego element obudowy. Niemniej w korpusie zapowiedzi nazwiska twórców wymienia się wybiórczo i dopełnia informacjami o największych dokonaniach oraz otrzymanych nagrodach. Ten zabieg perswazyjny jest oparty na odwoływaniu się do autorytetów. Odbiorca ma odnieść wrażenie, że jeśli znani, doświadczeni oraz doceniani artyści przyczynili się do powstania danego spektaklu, to jest on godny zainteresowania, np.:

Autorem muzyki jest **Alan Menken** (*Piękna i bestia*, *Sklepik z horrorami*, *Gazeciarze*), laureat nagrody Tony oraz zdobywca ośmiu statuetek Amerykańskiej Akademii Filmowej. Za *Zakonnice w przebraniu* został nominowany pięciokrotnie do Tony Awards, w tym za najlepszy musical. Poznańską wersję wyreżyserował **Jacek Mikołajczyk** (*Nine*, *Rodzina Addamsów*). [*Zakonnica w przebraniu*]

Spektakl śledczy w reżyserii **Katarzyny Szyngiery**, niedawnej laureatki **Paszportu „Polityki”**, powstaje na motywach pierwszego sezonu podcastu „Śledztwo Pisma”, którego autorem jest **reporter Mirosław Wleki**. [*Metoda na serce. Śledztwo*]

Samo wyliczenie nazwisk twórców mogłoby się zdawać dość monotonne z perspektywy widza, dlatego informacje ogólne są urozmaicane określeniami waloryzującymi, które mają przekonać odbiorcę do zainteresowania się spektaklem. Warto zaznaczyć, że jest to część szczególnie obfitująca w słownictwo wartościujące pozytywnie. Oto przykłady tego typu słów i wyrażen: *znakomity, wyjątkowy, dobrze Państwu znany, wpadający w ucho, będziecie państwo podziwiać, niezwykle, pełna temperamentu i blasku muzyka, genialne dzieło*:

W rolach głównych bohaterek wystąpią dla Państwa dwie **znakomite** sopranistki: zdobywczyni Fryderyka – Anna Fabrello oraz Monika Sendrowska. Wspólnie z aktorami naszego Teatru, stworzą **wyjątkowy** mariaż klasyki oraz musicalu. Scenariusz i reżyseria powierzona jest **dobrze Państwu znanemu** aktorowi gdyńskiej sceny – Markowi Sadowskiemu. **Wpadające w ucho** aranżacje stworzył Patryk Skarbek-Tłuchowski, a za choreografię odpowiada Ewa Mociak. Pracę Izabeli Czech **będziecie państwo podziwiać** na scenie, w formie scenografii i kostiumów. Zapraszamy! [*Na miłosnym rinngu*]

Połączenie **niezwykłej, pełnej temperamentu i blasku muzyki** Bizeta oraz najwyższej klasy libretta zaowocowało **dziełem genialnym** pod każdym względem. [*Carmen*]

Odpowiedź na pytanie *kto?* dopełniona jest odpowiedzią na pytanie *dla kogo?* W tej części zapowiedzi internauci znajdą informacje na temat adresatów sztuki. I tu można dostrzec pewien paradoks. Celem autora zapowiedzi jest takie zakreślenie grupy odbiorczej, aby objąć jak najwięcej osób. A zatem w przypadku anonsovania przedstawień dla dzieci wspomina się o korzyściach, które mogą wynieść z nich również, towarzyszący im zwykle, dorośli. Równie częstą praktyką jest zamieszczanie informacji o zawężeniu grupy odbiorczej, wynika to z treści zawartych w przedstawieniu. Oto egzemplifikacja:

To spektakl dla **całych rodzin i coraz nowych pokoleń**. Dorośli chłoną z niego piękno tańca klasycznego w angielskim stylu i potężną dawkę satyry, z jaką potraktował Ashton obie siostry przyrodnie (w męskim wykonaniu!). Szczególne wzruszenia są jednak udziałem dzieci, które w napięciu śledzą zmienne losy Kopciuszka w bajkowych kostiumach i dekoracjach holenderskiego scenografa Toera van Schayka. [*Kopciuszek*]

„Bleee...” udowadnia, że opera jest bliska wyobraźni **dziecka**, które często interesuje się tym, co dla dorosłych pozostaje niezauważalne. A że przy okazji **dorośli** też się całkiem dobrze bawi, to nam zupełnie nie przeszkadza. [Bleee...]

[Sztuka] Adresowana przede wszystkim do **osób rozpoczynających swoją przygodę z seksem i miłością**, w prostych słowach wyjaśnia zawile mechanizmy ludzkiej psychiki i fizjologii, udziela szczegółowych rad związanych z technikami pieśczoć i współżycia, a także przypomina o roli flirtu, kokieterii czy higieny osobistej w sprawach udanego seksu. [Sztuka kochania]

Spektakl **wyłącznie dla widzów dorosłych**. W spektaklu jest poruszana tematyka wojny. Występują sceny przemocy oraz nagość. W spektaklu jest używana sztuczna krew. [Opera za trzy grosze]

Z kategorią odbiorcy wiąże się też sposób nazywania adresata. Widać tu sporą różnorodność stylistyczną – obok sformułowań oficjalnych, typu *państwo*, pojawiają się zwroty bezpośrednie, np. w formie 2. os. l. poj. trybu rozkazującego:

Scenariusz i reżyseria powierzona jest dobrze **Państwu** znanemu aktorowi gdyńskiej sceny – Markowi Sadowskiemu. Wpadające w ucho aranżacje stworzył Patryk Skarbek-Tłuchowski, a za choreografię odpowiada Ewa Mociak. Pracę Izabeli Czech będziecie **państwo** podziwiać na scenie, w formie scenografii i kostiumów. Zapraszamy! [Na miłosnym rinngu]

Zobacz na żywo wyjątkową historię produkcji Teatru Gudejko, twórców takich hitów jak „Nerwica natręctw”, „Goło i wesoło” i „Między łózkami”. [Berek, czyli upiór w moherze]

Łapcie za portfele i kieliszki. **Przenieście się** w świat elegancji i cyganerii, by móc powiedzieć: c'est la vie! [Francja elegancja]

Cytowane przykłady wskazują na sporą różnorodność stylistyczną w sposobie zwracania się do odbiorców, co jest typowe dla zapowiedzi repertuarowej. Nadawca może wybrać bardziej oficjalny sposób zwracania się do czytelnika, np. *dobrze Państwu znanemu aktorowi, będziecie państwo podziwiać* (choć widać tu niekonsekwencję w stosowaniu dużych i małych liter). Autor zapowiedzi może też użyć zwrotów bezpośrednich, skracając tym samym dystans między nadawcą i odbiorcą, np. *zobacz na żywo, łapcie za portfele, przenieście się*. Takie zróżnicowanie form adresatywnych może wynikać z różnych

przyczyn: obranej konwencji stylistycznej, chęci dostosowania się do oczekiwania potencjalnego widza oraz dopasowania stylu wypowiedzi do rodzaju zapowiadanego przedstawienia.

5.4. Dzieje i ranga spektaklu

Prezentacja tła historycznego należy do fakultatywnych części zapowiedzi, pojawia się w przypadku spektakli z długą tradycją. Odbiorca otrzymuje informacje o okolicznościach ich powstania oraz kolejnych inscenizacjach. Wzmianki o dziejach przedstawienia są tak dobierane, by zaciekać potencjalnego widza. Ważny jest sposób, w jaki przekazuje się informacje na temat zdarzeń historycznych związanych z powstaniem i wystawianiem sztuki. Zwykle opisowi tła towarzyszy słownictwo wartościujące, typu: *wyjątkowy tekst*, *arcydzieło*, *klasyk dramatu*, *najbardziej osobisty*, *wyjątkowy dramat*, *jedna z najsłynniejszych operetek*, *największy*, *triumfalny sukces*, *ogromny entuzjizm publiczności*. Oto egzemplifikacja:

Eugene O'Neill, laureat literackiej Nagrody Nobla z 1936 roku, chciał, by ten **wyjątkowy**, mocno autobiograficzny tekst opublikowano najwcześniej ćwierć wieku po jego śmierci i by go nigdy nie wystawiano. Jego woli nie wypełniono – zmarł w 1953 roku, ZMIERZCH ukazał się trzy lata później i z miejsca uznano go za **arcydzieło**, co potwierdziły m.in. Tony Award za **najlepszą** sztukę i przyznana pośmiertnie Nagroda Pulitzera w dziedzinie dramaturgii. **Najbardziej osobisty, wyjątkowy dramat** jednego z klasyków amerykańskiego dramatu realistycznego, w zupełnie nowym tłumaczeniu Jacka Poniedziałka, już od kwietnia znajdą Państwo w repertuarze Teatru Nowego! [*Zmierzch długiego dnia*]

BARON CYGAŃSKI to jedna z **najsłynniejszych** operetek i zarazem **największy** sukces jej kompozytora. Podczas prawykonania **entuzjizm** publiczności był tak **ogromny**, że spektakl niemal w całości został zagrany na bis. Strauss skomponował muzykę pełną lekkości i wdzięku. [*Baron cygański*]

Opera została napisana **w niespełna cztery tygodnie** i po raz pierwszy została zaprezentowana publiczności 22 maja 1813 r. w Teatro San Benedetto w Wenecji. Osiągnęła **triumfalny sukces** i do dziś cieszy się powodzeniem na największych światowych scenach operowych. [*Włoszka w Algierze*]

Dzieło to **zawładnęło sercami widzów** i w rozmaitych wersjach choreograficznych **pojawia się bezustannie na scenach całego świata**. Jest ozdobą repertuaru czołowych zespołów baletowych. [*Romeo i Julia* a]

Cytowane przykłady dowodzą, że z historii spektakli wybiera się jedynie te fakty, które mogą zaciekawić potencjalnego widza. Nadawca podkreśla wyjątkowy charakter dzieła, niejednokrotnie hiperbolizując jego walory, przywołuje nazwiska znanych osób, wymienia nagrody, które otrzymało, a przede wszystkim opiera się na ciekawostkach związanych z jego powstaniem i wystawianiem.

5.5. Przytoczenia

Ten egzaltowany ton typowy dla opisów anonsowanego spektaklu oraz historycznych inscenizacji danego dzieła dla bardziej świadomego czytelnika może się okazać niewiarygodny. Dlatego też marketingowcy, chcąc wzmocnić swój potencjał argumentacyjny, sięgają po wypowiedzi innych osób – tych związanych z realizacją przedstawienia (reżyserów, choreografów, scenografów, aktorów) i tych – bardziej zdystansowanych – czyli recenzentów.

Dlatego też kolejnym elementem kompozycyjnym analizowanych tekstów są przytoczenia. W zależności od ich lokalizacji i źródła, z jakiego pochodzą, oraz intencji nadawcy pełnią one różnorakie funkcje: urozmaicają tok narracji, wspierają argumentację, służą uwiarygodnieniu treści, wzbogacają komunikat o elementy ekspresywne, przyciągają uwagę czytelnika, obiektywizują przekaz [Grzelka, Kula 2012: 99]. Ze względu na ich działanie perswazyjne najczęściej lokalizowane są na pozycji strategicznej – finalizują korpus zapowiedzi. Oto analiza wybranych przytoczeń w dwóch kategoriach wyodrębnionych ze względu na nadawcę: twórcy i recenzenci.

5.5.1. Wypowiedzi twórców

Jednym z rodzajów przytoczeń publikowanych na końcu zapowiedzi jest wypowiedź twórcy spektaklu, np. reżysera, choreografa, kostiumologa, aktora. Pojawia się tu drugi nadawca, osobiście zaangażowany w realizację przedstawienia, przybliżający odbiorcy kulisy jego powstawania, a zarazem zachwalający je i zachęcający widzów do wybrania się do teatru. Taki subnarrator wpływa korzystnie na urozmaicenie toku narracyjnego zapowiedzi. Jego wypowiedź wpisuje się w kampanię promocji treści kulturowej, polegającą na udostępnianiu widzom informacji na temat produkcji. Przytoczenie opublikowane w formie mowy niezależnej, z narracją pierwszoosobową urozmaica stylistycznie przekaz, wspiera go argumentacyjnie, ukazując w pozytywnym świetle proces przygotowywania spektaklu:

Wojciech Kępczyński: *Kiedy reżyseruję jakiś spektakl – nieważne, czy jest to spektakularny musical dla tysiąca widzów, czy też kameralne przedstawienie na naszej Novej Scenie – zawsze staram się przede wszystkim skoncentrować*

na relacjach pomiędzy postaciami. [...] Cała szóstka (musical wprawdzie rozpisany jest tylko na trzy postaci, ale każda rola ma podwójną obsadę) to znakomici aktorzy i wokaliści, którzy z dociekliwością podchodzą do swoich bohaterów i mają świadomość tego, co chcą osiągnąć. [Tik, tik... bum]

Warto tu jeszcze podkreślić istotny zabieg typograficzny. Aby zwrócić uwagę czytelnika na zmianę nadawcy, wypowiedź reżysera jest zapisana kursywą oraz oddzielona kilkoma pustymi liniami od pozostałej części tekstu. Wypowiedzi twórców często są wzbogacane o ich fotografie, co z kolei wpływa korzystnie na urozmaicenie i uwiarygodnienie przekazu.

5.5.2. Fragmenty recenzji

Elementem zwieńczającym zapowiedź może być również obszerny cytat recenzji przedstawienia, która ukazała się w prasie lub na blogu teatralnym. W ten sposób nadawca stara się uwiarygodnić i zobiektywizować wyrażoną wcześniej pozytywną ocenę inscenizacji, przedstawia punkt widzenia osoby niezależnej, niezwiązanej z produkcją spektaklu, a jednocześnie odwołuje się do opinii autorytetu¹⁵. Stosując *argumentum ad auctoritatem* przełamuje wrażenie, iż sam się chwali, pokazując, że również jest chwalony, i to przez znawcę danej dziedziny. Recenzent bowiem to „z założenia osoba kompetentna, która wciela się w rolę przewodnika, nauczyciela, polemisty – stanowiącego ogniwo pośrednie między recenzowanym dziełem [...] a rzeszą odbiorców” [Kozłowska 2003: 288]. To jego kompetencje, doświadczenie oraz poczucie estetyki stają się punktem odniesienia dla odbiorcy. Wybierane przez autorów zapowiedzi fragmenty recenzji zawierają wyłącznie pozytywne wartościowanie dotyczące cech spektaklu (np. *dynamiczny, zajmujący, estetycznie atrakcyjny*), doznań związanych z jego odbiorem – tu recenzent wciela się w rolę widza (*chce się badać własne ciało i emocje*), jasności przekazu (*ruch użyty w przedstawieniu jest w pełni czytelny*). Oto egzemplifikacja:

„[...] opolska wersja »Romea i Julii« to spektakl rockowy (mimo że nie brzmi w nim muzyka rockowa), **dynamiczny, zajmujący, estetycznie atrakcyjny, z wszelkimi szansami na długą obecność na afiszu**”. Grzegorz Chojnowski, chojnowski.blogspot.com [*Romeo i Julia* b]

15 Istotne dla uwiarygodnienia publikowanych fragmentów recenzji jest podawanie informacji o źródle cytatu – imię i nazwisko recenzenta, miejsce publikacji.

„[...] wychodząc z teatru, chce się rozmawiać, badać własne ciało i emocje. I może to właśnie jest rewolucja seksualna na miarę naszych czasów”. Wiktor Wojaś, didaskalia.pl [Sztuka kochania]

„[...] Zarówno krok, jak i układ ciała tancerzy, każdy gest i cały ruch użyty w przedstawieniu są **w pełni czytelne**. Można powiedzieć, że w wielu scenach widz otrzymuje gotowy treściowo przekaz wraz z interpretacją, komentarzem i przesłaniem do tego stopnia, że sam już nie musi się trudzić odczytywaniem symboliki obrazu. Ma to podane jak na tacy”. Temida Stankiewicz-Podhorecka „Nasz Dziennik” [Chopin, artysta romantyczny]

Krzysztof Zawadzki ewidentnie **bawi się rolą**, z czego przyjemność udziela się też publiczności. [...] O **znakomitej – zabawnej i przerażającej, brawurowo ogrywającej swą vis comica** – Annie Radwan już wspomniałem. [...] Anna Radwan **wspaniale śpiewa** „Balladę o seksualnej powolności”, a do niej należy **przejmujące, inne od wszystkich wykonanie** „Jenny, narzeczonej pirata” – **dla mnie najbardziej przesywający moment widowiska**. Jacek Wakar blog.pl/recenzje [Opera za trzy grosze]

Cytowane opinie mogą dotyczyć każdego elementu recenzowanego dzieła. Często obok opisu reakcji lub doznań publiczności skupiają się na grze aktorskiej, gdyż jest ona tym składnikiem spektaklu, który w znacznym stopniu wpływa na jego ostateczną ocenę. *Bawi się rolą, jedna z najlepszych ról w spektaklu, znakomita, zabawna i przerażająca, brawurowo ogrywająca swą vis comica, rozkosznie zepsuta, wspaniale śpiewa, przejmujące wykonanie* – to tylko niektóre z pozytywnie wartościujących określeń odnoszących się do aktorów zawarte w cytowanym wyżej fragmencie. Recenzent podkreśla bezpośredni kontakt z utworem i emocje z nim związane (*dla mnie najbardziej przesywający moment widowiska*), co może być kolejnym dowodem na autentyczność wyrażonej opinii.

Oczywiście nie można tu mówić o rzeczywistej obiektywizacji przekazu, gdyż autorzy zapowiedzi dokonują tzw. cytowania selektywnego, czyli wybierają tylko te fragmenty recenzji, które waloryzują dodatnio. Czytelnik nie jest zaznajamiany z negatywnymi opiniami, gdyż byłoby to sprzeczne z zasadniczym celem zapowiedzi. Perswazyjny wydźwięk cytatu jest wzmacniany faktem, że przytacza się opinię osoby niezwiązanej z produkcją, niezależnej, znawcy, który spogląda na przedstawienie w obiektywny sposób. Jego wypowiedź ma stanowić zwięźczone całościowe, wyrażone we wszystkich częściach korpusu, pozytywnej oceny dzieła.

6. Podsumowanie

Podsumowując, należy zaznaczyć, że przeprowadzone badania obejmowały stosunkowo niewielką grupę tekstów. Ze względu na popularność internetowych zapowiedzi repertuaru warto byłoby przeprowadzić analizy na znacznie obszerniejszym materiale, a ich wyniki ująć w formie monografii naukowej. Dzięki temu możliwa byłaby znacznie bardziej pogłębiona charakterystyka gatunku.

Niemniej na tym etapie badań można stwierdzić, że zapowiedź repertuarowa zalicza się do gatunków medialnych w formie kolekcji, gdyż jej konstrukcję może tworzyć wiele różnorodnych elementów, takich jak: streszczenia, recenzje, fragmenty wypowiedzi twórców, a także materiały audiowizualne. Konwencja gatunkowa zapowiedzi otwiera przed twórcami tekstów możliwość użycia kilku dowolnie rozmieszczonych segmentów o różnej przynależności gatunkowej. Do stałych komponentów – poza obudową tekstu – należą omówienie fragmentów dzieła oraz informacje o inscenizacji (m.in. o jej przynależności gatunkowej, twórcach oraz odbiorcach). Fakultatywnie mogą pojawić się informacje o historii inscenizacji (typowe dla przedstawień należących do teatralnego kanonu), opinie osób zaangażowanych w produkcję spektaklu oraz komentarze recenzenckie. Te dwa ostatnie elementy są z reguły umieszczane w końcowej części zapowiedzi. Struktura przekazu nie jest zatem spetryfikowana, a względna swoboda wynika ze specyfiki medium, w którym publikowane są teksty. Na poziomie stylistycznym widoczna staje się pewna powtarzalność zabiegów, dzięki którym nadawca stara się uatrakcyjnić przekaz, a tym samym wzbudzić ciekawość odbiorcy. Należą do nich m.in. urywane streszczenia czy pytania retoryczne.

Zapowiedź repertuarowa łączy w sobie funkcję informacyjną i perswazyjną polegającą na skłanianiu odbiorcy do zainteresowania się reklamowanym spektaklem. Dzięki odpowiednio dobranej kompozycji i środkom językowym staje się ona instrumentem marketingowym, umożliwiającym oddziaływanie na decyzje widzów. Umiejętnie zredagowana może bowiem sprzyjać zainteresowaniu się danym zdarzeniem kulturalnym, co czyni ten gatunek skutecznym narzędziem wykorzystywanym w ramach działań promocyjnych teatrów oraz innych instytucji kultury.

Bibliografia

Źródła

- Aida*, reż. Marek Weiss-Grzebiński, Teatr Wielki w Łodzi, <https://www.operalodz.com/AIDA,29,14> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Ale kosmos*, reż. Wioletta Maciejewska, Magdalena Malska, Opera Krakowska, <https://opera.krakow.pl/spektakle/ale-kosmos#detailsBasicInformation> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Baron cygański*, reż. Tomasz Konina, Opera w Łodzi, https://www.operalodz.com/BARON_CYGANSKI,29,30 [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Berek, czyli upiór w moherze*, reż. Ewa Kasprzyk, Teatr Wielki w Łodzi, https://www.operalodz.com/BEREK_CZYLI_UPIOR_W_MOHERZE,29,557 [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Blee...* , reż. Gosia Dębska, Teatr Wielki w Poznaniu, <https://opera.poznan.pl/pl/bleee-2>.
- Carmen*, reż. Laco Adamik, Teatr Wielki w Łodzi, <https://www.operalodz.com/lb/CARMEN,392,17> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Chopin, artysta romantyczny*, insc., choreo. Partice Bart, Teatr Wielki w Warszawie, <https://teatr Wielki.pl/teatr/polski-balet-narodowy/repertuar-pbn/chopin-artysta-romantyczny/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Cztery pory miłości*, reż. Wojciech Czerwiński, Teatr Polski w Warszawie, https://teatrpolski.waw.pl/pl/spektakle/spektakle_w_repertuarze?id_act=1021 [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Francja elegancja*, reż. Ignacy Wiśniewski, Teatr Muzyczny w Gdyni, <https://muzyczny.org/pl/spektakle/220-francja-elegancja.html> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Genialna przyjaciółka*, reż. Ewelina Marciniak, Teatr Stary w Krakowie, <https://stary.pl/pl/repertuar/genialna-przyjaciolka/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Kopciuszek*, reż. Wendy Ellis Somes, Teatr Wielki w Warszawie, <https://teatr Wielki.pl/teatr/polski-balet-narodowy/repertuar-pbn/kopciuszek/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Metoda na serce. Śledztwo*, reż. Katarzyna Szyngiera, Teatr Powszechny w Warszawie, <https://www.powszechny.com/pl/spektakle/metoda-na-serce-sledztwo> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Na miłosnym rinngu*, reż. Marek Sadowski, Teatr Muzyczny w Gdyni, <https://muzyczny.org/pl/spektakle/293-na-milosnym-rinngu.html> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Opera za trzy grosze*, reż. Ersan Mondtag, Teatr Stary w Krakowie, <https://stary.pl/pl/repertuar/opera-za-3-grosze/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Pewnego długiego dnia*, reż. Luk Perceval, Teatr Stary w Krakowie, <https://stary.pl/pl/repertuar/pewnego-dlugiego-dnia/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Polak Polakowi wilkiem*, reż. Marek Sadowski, Teatr Muzyczny w Gdyni, <https://muzyczny.org/pl/spektakle/301-.html> [dostęp: 23 sierpnia 2024].

- Przygody Koziółka Matołka*, reż. Maksymilian Rogacki, Teatr Polski w Warszawie, https://teatrpolski.waw.pl/pl/spektakle/spektakle_w_repertuarze?id_act=952 [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Romeo i Julia* (a), insc., choreo. Emil Wesołowski, Teatr Wielki w Warszawie, <https://teatrwielenki.pl/teatr/polski-balet-narodowy/repertuar-pbn/romeo-i-julia/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Romeo i Julia* (b), Teatr Opole, reż. Attila Keresztes, <https://teatropole.pl/spektakle/romeo-i-julia/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Solaris*, reż. Waldemar Raźniak, Teatr Stary w Krakowie, <https://stary.pl/pl/repertuar/solaris/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Sztuka kochania*, reż. Mira Mańka, Teatr Opole, <https://teatropole.pl/spektakle/sztuka-kochania/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Tik, tik... bum*, reż. Wojciech Kępczyński, Teatr Roma, <https://www.teatroma.pl/spektakl/tik-tik-bum/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Włoszka w Algierze*, reż. Waldemar Zawodziński, Opera Wrocławska, https://www.opera.wroclaw.pl/1/spektakl.php?_id=6074 [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Zakonnica w przebraniu*, reż. Jacek Mikołajczyk, Teatr Muzyczny w Poznaniu, <https://teatr-muzyczny.pl/spektakle/zakonnica-w-przebraniu/15> [dostęp: 23 sierpnia 2024].
- Zmierzch długiego dnia*, reż. André Hübner-Ochodlo, Teatr Nowy w Poznaniu, <https://teatrnowy.pl/spektakle/zmierzch-dlugiego-dnia/> [dostęp: 23 sierpnia 2024].

Słowniki (wraz ze stosowanymi skrótami)

- PSWP – Zgólkowa Halina, red. (2002, 2004), *Praktyczny słownik współczesnej polszczyzny*, t. 35, 48, Poznań.

Literatura

- Buchen Hans-Jurgen (2015), *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja. Teoretyczne i empiryczne podstawy semantycznej analizy mulimodalności*, w: *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. Roman Opiłowski, Józef Jarosz, Przemysław Staniecki, Wrocław – Dresden, s. 79–113.
- Dobrzyńska Teresa (1994), *Mówiąc przenośnie... Studia o metaforze*, Warszawa.
- Drozdowski Artur (1998), *Streszczenie jako narzędzie systematyki i wyszukiwania tekstów*, w: *Tekst. Analizy i interpretacje*, red. Jerzy Bartmiński, Barbara Boniecka, Lublin, s. 109–128.
- Folta-Rusin Anna (2018), *Albo wciągnie cię bagno, albo „zapagniesz brnąć przez trzydzieści mil w gęstej tropikalnej dżungli. Czy blurb daje mi wybór?*, „Społeczeństwo – Edukacja – Język”, t. 8, s. 75–88.
- Grzelka Monika, Kula Agnieszka (2012), *Przytoczenie w przekazie medialnym*, Poznań.

- Kozłowska Anna, Pańkowski Andrzej (2018), *Zastosowanie modelu AIDA w ocenie skuteczności reklamy internetowej*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici”, t. 45, nr 1, s. 59–68. DOI: https://doi.org/10.12775/AUNC_ZARZ.2018.005.
- Kozłowska Ewa (2003), *Recenzja jako forma podwójnego dialogu*, w: *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. Edyta Bańkowska, Agnieszka Mikołajczuk, Warszawa, s. 287–318.
- Kraskowska Ewa (2016), *Blurb. Słownik poetologiczny*, „Forum Poetyki”, jesień, 80–85.
- Kress Gunther, Leeuwen Theo (2001), *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*, London.
- Lane Philippe (1994), *Les périphéries du texte*, Paris.
- Loewe Iwona (2004), *Parateksty, pre-teksty czy możliwe paragatunki?*, w: *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. Danuta Ostaszewska, Katowice, s. 180–188.
- Loewe Iwona (2012), *Zapowiedzi w polskim radiu*, w: *Język w mediach: antologia*, red. Małgorzata Kita, Iwona Loewe, Katowice, s. 154–162.
- Rak Dorota (2015), *Informacja teatralna w nowych mediach*, „Media–Kultura–Komunikacja Społeczna”, nr 11/4, s. 29–45.
- Skowronek Katarzyna (1993), *Reklama. Studium pragmalingwistyczne*, Kraków.
- Szpunar Magdalena (2009), *Internet w procesie gromadzenia danych o charakterze wtórnym*, „Studia Medioznawcze”, nr 2, s. 139–142.
- Szymanek Krzysztof (2001), *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa.
- Ślawska Magdalena (2017), *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*, „Forum Lingwistyczne”, nr 4, s. 15–29.
- Wiślińska Agata (2020), *Marketingowe funkcje spoilera*, „Res Rhetorica”, t. 7, nr 2, s. 155–160.
- Wojtak Maria (2004), *Gatunki prasowe*, Lublin.
- Wojtak Maria (2023), *Realizacja reguł gatunku w formie kolekcji w konkretnym przewodniku*, „Prace Językoznawcze”, t. 25, nr 3, s. 89–105.

dr hab. Joanna Smół, prof. UAM – Zakład Retoryki, Pragmalingwistyki i Dziennikarstwa, Instytut Filologii Polskiej, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu; zainteresowania badawcze: językoznawstwo współczesne, analiza przekazów medialnych, *public relations*, poradoznawstwo, genologia lingwistyczna, pragmatyka językoznawcza, stylistyka.