

ALICJA KISIELEWSKA

(Białystok)

GRANICE KULTURY W TELEWIZJI

Celem niniejszego artykułu jest odkrywanie śladów wytyczania przez telewizję granic kulturowych. Do zastanowienia się nad tym problemem, z punktu widzenia antropologii kultury, skłania wszechobecność telewizji jako medium masowego, z którym styka się większość społeczeństw. Telewizja stanowi nieodłączny komponent życia codziennego współczesnego człowieka, a przekazy telewizyjne coraz bardziej wnikają w jego prywatną sferę życia. Interesującym, z antropologicznego punktu widzenia, miejscem jest pokój telewizyjny, ponieważ to tutaj przestrzeń lokalna splata się z przestrzenią globalną, a lokalne formy percepcji zbiegają się z masowo produkowanymi przedstawieniami¹. Wprawdzie telewizja oferuje odbiorcom wspólny dla nich dyskurs, ale dotyczy to jedynie części różnorodnych publiczności, różniących się w swoich opiniach i gustach. W efekcie negocjacyjnych strategii odbiorczych, a często także różnych form oporu wobec treści telewizyjnych, globalne symbole a także wzory społeczne wywodzące się z kultury popularnej podlegają dekonstrukcji. Telewizja dostarcza jednak modeli, na podstawie których ludzie mogą kształtować swoje postawy, wartości i wynikające z nich działania². Jak twierdzą antropolodzy Byron Reeves i Clifford Nass, „ludzkie reakcje pokazują, że media są czymś więcej niż tylko narzędziami, (...) mogą wtargnąć w naszą przestrzeń osobistą, mogą posiadać osobowość, która pasuje do naszej, mogą być członkami zespołu i uaktywniać stereotypy związane z płcią. Me-

¹ M. Herzfeld, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, przeł. M. M. Piechaczek, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004, s. 410.

² Ch. Barker, *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, przeł. A. Sadza, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 384-397.

dia mogą wywoływać reakcje emocjonalne, wymagać koncentracji uwagi, zagrażać nam, wpływać na pamięć i zmieniać pojęcia tego, co naturalne. Media są pełnymi uczestnikami naszego świata społecznego i rzeczywistego”³. Będąc we własnym domu, w naszej przestrzeni prywatnej, uczestniczymy w procesach globalizacji, mediatyzacji, intermedialności, interaktywności⁴.

Jeśli przyjmiemy, że telewizja nie tylko upowszechnia, ale też tworzy kulturę, w szerokim antropologicznym sensie⁵, pojawia się pytanie, jakiego rodzaju kulturę tworzy telewizja, a także, jakie są jej granice? Spróbuję się zastanowić nad rolą telewizji w tworzeniu i znoszeniu granic kulturowych? A także nad problemami z tym związanymi: Czy telewizyjna wielokulturowość wiąże się z przekraczaniem granic między kulturami? Jaka jest rola „medium obrazów” w doświadczaniu różnorodności świata?

Pojęcie granicy zawiera w sobie pojęcie przejścia na drugą stronę. Przejście graniczne zazwyczaj jest mniej lub bardziej utrudnione, w zależności od granicy, z jaką mamy do czynienia. Istnieją granice, jak pisze Krystyna Wilkoszewska, o charakterze konwencjonalnym, arbitralnym, np. granice między państwami i wówczas przejścia graniczne mają charakter z reguły sformalizowany. Istnieją też granice niewidoczne, ale odczuwane jako granice, gdy na przykład wchodzimy w obszar etnicznie odmienny od tego, w którym żyjemy⁶. Pojęcie granicy może się też wiązać z zakreśleniem pewnej przestrzeni, obszaru w ten sposób wyznaczonego, a tym samym określonego jako w jakimś sensie spójny.

Moją intencją jest wzięcie pod uwagę obu aspektów pojęcia granicy: jako tworzenia granic kultury i ich znoszenia, co wiąże się z wkraczaniem na zagraniczny, obcy teren, a więc ze swoistym doświadczeniem przejścia granicznego⁷.

Postępujący proces globalizacji świata, której istotny mechanizm stanowią media, a zwłaszcza telewizja, powoduje, że pojęcie granic staje się problematyczne, co niewątpliwie skłania do zastanowienia nad dokonującymi się w kulturze przemianami. Często określane są one terminem „wielokulturowość” lub jemu podobnym „międzykulturowość”. Krystyna Wilkoszewska zauważa, że „obejmowane tymi terminami zjawiska charakteryzujemy pojęciami dialogu, spotkania, alternatywności, interakcji. Wszystkie te pojęcia stanowią wariacje relacji binarnych, czyli dwuczłonowych”⁸. Język tego rodzaju, charakterystyczny dla nowoczesnego

³ B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzie*, przeł. H. Szczerkowska, PIW, Warszawa 2000, s. 294.

⁴ A. Pomieciński, *Etnografia pokoju telewizyjnego, czyli „pisanie o oglądaniu”*, (w:) *Obrazy kultur*, pod red. G. Pełczyńskiego i R. Vorbricha, Biblioteka Telgte, Poznań 2007, s. 203.

⁵ Por. J. Fiske, *Television Culture*, Routledge, London – New York 1997.

⁶ K. Wilkoszewska, *Przejścia graniczne w dobie transkulturowości*, (w:) *Przyszłość tradycji*, pod. red. S. Krzemienia-Ojaka, Libra, Białystok 2008, s. 185.

⁷ Tamże, s. 186.

⁸ Tamże, s. 187.

sposobu myślenia, zdaniem autorki, jest nieadekwatny do opisu zmian w ponowoczesnej rzeczywistości kulturowej. Na coraz powszechniejsze opinie dotyczące nieprzystawalności terminów wielokulturowości i multikulturalizmu do mechanizmów kultury współczesnej wskazuje też Wojciech Burszta⁹. Stąd Wilkoszewska proponuje wprowadzenie pojęć transkulturowości zamiast wielokulturowości, transakcji w miejsce interakcji, sieci relacji (rizomatyczność, nomadyczność, ecosystemowość), zamiast dwustronnych odniesień, komplementarności i diaspory, które mają zastąpić pojęcie alternatywności. Cechą wspólną i określającą wszystkich proponowanych pojęć jest ich synkretyczność¹⁰. Takie rozumienie transkulturowości, według Wilkoszewskiej, bliskie jest pojęciu sieci kulturowych Wolfganga Welscha, który zakłada, że transkulturowość opiera się na nowym rodzaju różnorodności kulturowej, a uniformizacja, o której dużo się mówi w kontekście globalizacji, stanowi jedynie element złożonego kulturowego obrazu. „W rzeczywistości – zauważa Welsch – obserwujemy też powstawanie szerokiej gamy nowych zróżnicowań. Sieci tożsamości transkulturowej są jak kokon utkany częściowo z takich samych, a częściowo z różnych nici, które nie są jednak identyczne pod względem koloru i wzoru”¹¹.

Przyjęcie perspektywy transkulturowej, jak proponuje Krystyna Wilkoszewska, może umożliwić wyodrębnienie i opisanie doświadczeń „przejsć granicznych” pomiędzy odrębnymi kulturami w zglobalizowanym świecie, w którym mamy do czynienia z zacieraniem się granic. Nie chodzi tutaj o proste przeciwstawienie swojskości i obcości, ponieważ często bywa tak, że w cudzej kulturze pewne elementy są nam bardziej bliskie i swojskie niż we własnej.

Spróbujmy zatem zakreslić granice kultury, jaką tworzy telewizja. Zdaniem Chrisa Barkera telewizja ma charakter globalny, ponieważ, rozpowszechnia na całym świecie podobne formy narracyjne: operę mydlaną, programy informacyjne i sportowe, teleturnieje oraz wideoklipy¹². Inny rodzaj diagnozy dotyczącej kultury telewizyjnej przedstawia Jean Baudrillard, który pisze o zjawisku „implozji” prowadzącej do załamania się granicy pomiędzy mediami a rzeczywistością, czyli sferą społeczną. Informacja i rozrywka zlewają się w jedno i telewizja staje się swoistym „światem”. Telewizja nie stara się już przedstawiać świata zewnętrznego, jedynie symuluje rzeczywiste sytuacje i tworzy świat własny – hiperrzeczywisty, w którym nieistotne stają się odniesienia do rzeczywistości zewnętrznej. Według

⁹ W. J. Burszta, *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, PIW, Warszawa 2008, s. 43.

¹⁰ Tamże.

¹¹ Por. W. Welsch, *Tożsamość w epoce globalizacji – perspektywa transkulturowa*, (w:) *Estetyka transkulturowa*, pod red. K. Wilkoszewskiej, Universitas, Kraków 2004, s. 35.

¹² Por. Ch. Barker, *Studia kulturowe*, wyd. cyt., s. 393.

Baudrillarda telewizja ponowoczesna jest płaska i jednowymiarowa, a nieustanny przepływ obrazów i symulacji pozbawiony jest porządku konotacyjnego¹³.

Amerykański badacz Albert Borgmann podkreśla, że kultura współczesna jest odmienna od kultury dawnej opartej na relacjach twarzą w twarz i określa ją jako „technologicznie zaawansowany styl życia, (...) «zapośredniczony» przez technologię”¹⁴. Uważa on, że jest to rodzaj „kultury technologicznej”, w której technologia stanowi regułę kierującą praktykami życia codziennego, opartej na „paradygmacie przyrządu”. Jednym z takich istotnych, z punktu widzenia kulturowych mechanizmów, przyrządów jest multimedialny pilot – *remote controller*. Umożliwia on zdalne kierowanie przedmiotami i szybkie podejmowanie decyzji, np. na którym kanale chcemy zobaczyć dany program, przyspieszyć czy zwolnić jego akcję. Kolejnym przyrządem są dekodery pozwalające na przewijanie i cofanie oglądanego programu w trakcie jego projekcji lub zatrzymywanie i wracanie do niego w późniejszym czasie. W ten sposób dzięki przyrządom pojawia się możliwość kontroli nad czasem rzeczywistym i indywidualnego kształtowania relacji czasowo-przestrzennych. Pilot pozwala jednostce, coraz częściej odgrozionej od sieci społecznych powiązań, na które nie ma wpływu, na kontrolę centrum owego multimedialnego świata, który charakteryzuje się łatwą dyspozycyjnością¹⁵. „Paradygmat przyrządu to innymi słowy swoisty stan kultury, w ramach której jej uczestnicy postrzegają technologię wyłącznie jako zespół przyrządów, których celem jest ułatwienie dostępu do dóbr, o jakich sądzi się, że wyznaczają poziom życia i wzbogacają je. Takim dobrem jest także dostęp do informacji”¹⁶.

Ową kulturę technologicznie zapośredniczoną, opartą na paradygmacie przyrządu, Wojciech Burszta utożsamia z obszarem, który nazywa „kulturą symultaniczności”. „Jest to styl życia, a także forma społecznej egzystencji, niemożliwe do pomyślenia w ramach kultury ogniskowej, pretechnologicznej”¹⁷. Amerykański antropolog Greg Urban ten nowy typ kultury nazywa „metakulturą nowości”¹⁸. Telewizja sytuuje się w przestrzeni kultury popularnej, która, jak zauważa Burszta, „jest takim właśnie samonapędzającym się i samointerpretującym mechanizmem produkowania nowości, mnożenia oferty i pogłębiającej się ulotności oferowanych treści. W reżimie metakultury nowości obiekty krążące jako towar muszą być po-

¹³ Por. J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, przeł. S. Królak, Wyd. Sic, Warszawa 2005, s. 101–109.

¹⁴ Zob. W. J. Burszta, *Świat jako więzienie kultury*, wyd. cyt., s. 112.

¹⁵ Tamże, s. 113–116.

¹⁶ Tamże, s. 113.

¹⁷ Tamże, s. 118.

¹⁸ Tamże.

strzegane jako twórcza odpowiedź na inne obiekty, a nie jedynie jako utrwalone treści związane z metakulturą tradycji. Samozwrotność to podstawowy wymiar metakultury nowości”¹⁹.

Przyjrzyjmy się więc owej, opartej na informacji „metakulturze nowości”. Obowiązującym w niej stylem życia staje się konsumeryzm, którego dominującym wzorem myślenia jest – „kupuję, więc jestem”.

Podstawowy towar, jaki oferuje dzisiejsza telewizja jako istotny element metakultury nowości, w sytuacji dostępu do setek kanałów telewizyjnych, stanowi wielokulturowość. Telewidz ma możliwość zetknięcia się na ekranie z różnymi i różnorodnymi kulturami; ale co to tak naprawdę oznacza? Czy w ten sposób telewizja tworzy czy też znosi granice kulturowe, czy wielokulturowość lub może raczej transkulturowość telewizyjna wiąże się z przekraczaniem granic między kulturami? Spróbuję odnieść się do tych pytań w oparciu o globalną telewizyjną formę narracyjną, jaką są serwisy informacyjne. Pozwoli mi to zastanowić się także nad rozumieniem zjawisk podciąganych pod etykiety kulturalne, takie jak: „globalizacja” i „wpływ kulturowy”.

Kultura informacyjnych przepływów

W metakulturze nowości przepływ informacji staje się coraz szybszy, a cyrkulacja będąca swego rodzaju zasadą metakultury nowości odbywa się na skalę światową, więc w tym sensie jesteśmy zglobalizowani. Przedmiotem podjętych tutaj badań są wiadomości telewizyjne, jeden z najbardziej prestiżowych gatunków telewizyjnych. Każda stacja telewizyjna stara się mieć własny, niejako flagowy serwis informacyjny, który oferuje widzom obietnicę bycia dobrze poinformowanymi, a poza tym pokazuje możliwości realizacyjne stacji, jej zaplecze techniczne. Telewizyjne serwisy informacyjne pełnią też funkcję swoistych centrów przekazujących znaczenia i wartości charakterystyczne dla danej wspólnoty.

Powielana w większości światowych stacji telewizyjnych forma amerykańskich serwisów informacyjnych powoduje, że widz, zmieniając kanały wciąż może się czuć jak u siebie w domu. Polega to na standaryzacji technik realizacyjnych i skonwencjonalizowaniu języka dziennikarskiego, a w konsekwencji widz śledząc różne telewizyjne serwisy informacyjne może mieć wrażenie, jakby zmieniał pokoje we własnym domu. W zasadzie zmienia się jedynie ubiór prezenterów i język, którym mówią. O ile odbiorca nie zna języka, migawkowo zmieniające się obrazy,

¹⁹ Tamże, s. 119.

pokazujące aktualne w danym miejscu wydarzenia, stają się wielobarwną kulturową mozaiką. Przyjrzenie się kilkudziesięciu serwisom informacyjnym z różnych części świata pozwala zauważyć, że większość prezentowanych w nich materiałów informacyjnych ma charakter regionalny, a nawet lokalny. Oglądając serwisy informacyjne doświadczamy różnorodności świata na poziomie bardzo powierzchownym. Łatwość dostępu do informacji z najodleglejszych części świata nie oznacza jeszcze przekraczania granic kulturowych. W związku z tym widz z reguły wybiera te kanały, które wpisują go w jakąś wspólnotę językową. W telewizji najczęściej jednak mamy do czynienia z, jak to nazywa Stanley Fish, „multikulturalizmem butikowym”, ponieważ widzowie najchętniej oglądają programy, w których wielokulturowość jest przedstawiana jako egzotyka²⁰.

Zdaniem Manuela Castellsa – to jest „nasz świat, świat ery informacji”²¹, w którym informacje stają się podstawowym kulturowym towarem. Rodzi on nową potrzebę człowieka współczesnego – potrzebę bycia poinformowanym, ciągłej pogoni za aktualnością, która w kulturze telewizyjnej, dzięki formule telewizji „na żywo” staje się istotną formą uczestnictwa w rzeczywistości. Wszystkie programy informacyjne wydają się dość podobne. Różnią się bardziej sposobem podania niż wizją i interpretacją świata, który nas otacza, chociaż i tutaj następuje proces ujednociania, związany z coraz powszechniejszą formułą *infotainment* polegającą na łączeniu informacji z rozrywką. Zgodnie z tą zasadą równie istotne, jak informowanie odbiorcy, a może nawet istotniejsze, staje się bawienie go. Nie bez znaczenia są też reguły dyskursu telewizyjnego, którego fundamentalnym założeniem jest brak ciągłości, seryjność i powtarzalność. Świat telewizyjnych informacji to świat fragmentów, którym brak spójności i kontekstu, co właściwie uniemożliwia odbiorcy bycie dobrze poinformowanym, ale to z wolna przestaje być celem w kulturze informacyjnych przepływów, w której zarówno forma, jak i treść wiadomości telewizyjnych stają się rozrywką w wymiarze globalnym.

Powstaje tutaj pytanie, czy programy informacyjne są globalne czy lokalne? Zgodnie z definicją medium telewizja to świat w zasięgu ręki – świat, którego rysem naczelnym jest pluralizm zjawisk kulturowych, niezakładający żadnego ogólnego wzoru. Dziennik telewizyjny najpełniej chyba realizuje medialną ideę „tele-świata”, oferując widzom teleobecność, a raczej wszechobecność. Coraz rzadziej bowiem doświadczamy i oglądamy świat bezpośrednio, a głównie poprzez zniekształcone i deformujące odbicia w mediach. Informacje i opinie z mediów stanowią podstawowe źródło wiedzy o świecie. Czy zatem mamy do czynienia z jedną globalną kulturą medialną?

²⁰ Por. Burszta, dz. cyt., s. 69–71.

²¹ M. Castells, *End of Millenium*, Oxford: Blackwell, 1998, s. 336.

Jeśli uznamy globalizację za dzisiejszą globalną postać dyfuzji kultur, to należy zauważyć, iż podlega ona działaniu różnych sił, między innymi mechanizmów rynkowych powodujących łatwość przepływu towarów, ale też idei czy ludzi. Jedną z nich są także technologie informacyjno-komunikacyjne, między innymi telewizja. Kultura globalna, jeśli za taką uznamy, biorąc pod uwagę przede wszystkim zasięg, ogół dóbr i usług dostępnych na całym świecie, jest przeznaczona do konsumpcji, co najlepiej widać w mediach. Nie jest to jednak kultura uniwersalna. Można natomiast stwierdzić, iż następuje swego rodzaju globalizacja różnorodności, fragmentacji, a rynek kultury staje się swoistym handlem wielokulturowością²².

Już wstępna, pobieżna analiza pozwala zauważyć w analizowanych wiadomościach telewizyjnych zdecydowaną przewagę informacji krajowych nad zagranicznymi. Problem drugi i istotniejszy z perspektywy niniejszych rozważań dotyczy rzeczywistości globalnej przedstawianej w wiadomościach telewizyjnych. Wprawdzie przedmiotem analizy były jedynie wybrane serwisy informacyjne, co skłania do pewnej ostrożności w wysuwaniu wniosków, ale systematyczne oglądanie wiadomości telewizyjnych pozwala mi, jak sądzę, na pewne uogólnienia. Wyraźnie widać, iż nasz, Polaków, telewizyjny globalizowany świat to głównie Europa. Jeśli zaś weźmiemy pod uwagę fakt, że jak wykazywały socjologiczne sondaże – w latach dziewięćdziesiątych dla 95 proc. Polaków polska telewizja publiczna była podstawowym źródłem informacji o świecie, zaś stacje komercyjne dla 22 proc.²³, to świadczy to o tym, iż na podstawie wiadomości telewizyjnych niewiele możemy dowiedzieć się na temat problemów globalnych współczesnego świata, znacznie więcej dowiadujemy się z nich na temat kultury polskiej, czyli problemów lokalnych. Podobne opinie możemy znaleźć w tekstach Ryszarda Kapuścińskiego, którego wyjątkowa wrażliwość antropologiczna pozwala traktować jego piarstwo jako cenny materiał źródłowy. Słowo międzynarodowy, zdaniem Kapuścińskiego, co innego znaczy w Europie, a co innego w Trzecim Świecie. „Jeżeli np. oglądam dziennik telewizyjny w Gabarone (stolica Botswany) – mówi Kapuściński – to w części zagranicznej będą wiadomości z Mozambiku, Swazilandu, Zairu – to wszystko. Jeżeli taki dziennik oglądam w La Paz (stolica Boliwii), to część zagraniczną wypełnią doniesienia z Argentyny, Kolumbii i Paragwaju. Z każdego punktu ziemi świat wygląda inaczej i inaczej go rozumiemy. (...) Tymczasem mimo postępów w komunikacji i łączności nasza wzajemna znajomość – wbrew rozpowszechnionym mitom, jest nadal powierzchowna, a najczęściej – żadna”²⁴. Różno-

²² Por. K. Krzysztofek, *Telewizja: aktor czy ofiara globalizacji*, (w:) *Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne*. Sesja naukowa, Kraków 24–25 lutego 2000.

²³ „Aktualności Telewizyjne”, 1996, nr 3, s. 111.

²⁴ R. Kapuściński, *Apodyktyczny rozum*, (dwunasty odcinek) *Lapidarium V*, „Gazeta Wyborcza. Duży Format”, 19.09.2002, s. 43.

rodne obrazy świata postrzegane z perspektywy telewizji w różnych miejscach na Ziemi pokazują, że globalizacja jest różna dla różnych odbiorców. Świat oglądany w telewizji jest inny dla Polaka, inny dla Chińczyka.

To media, a głównie telewizja, zajmują się globalizacją transferów kultury, czynią ją w ten sposób dostępną, a więc w tym sensie globalną, ale to nie oznacza przekraczania kulturowych granic. Wiadomości telewizyjne, stanowiące przykład globalnej kultury mediów, potwierdzają tym samym tezę, iż mechanizmy uniwersalistyczne związane są właśnie z tą sferą kultury. Możemy więc mówić o swoistym medialnym uniwersalizmie kulturowym, który moim zdaniem dotyczy modelu telewizji, formatów programów telewizyjnych, języka telewizji, kodów przedstawieniowych, natomiast trudno jest mówić o tym, iż uniformizacja i komercjalizacja będące regułami praktyk medialnych spowodowały ukształtowanie się jednej kultury w mediach. Obraz świata w telewizji to świat wyobrażony, jeśli mamy tego świadomość, to coraz częściej stajemy wobec Baudrillardowskich dylematów związanych z kulturą symulaków – czy świat telewizyjny z wolna staje się znakiem pozbawionym referencji – pytanie pozostawiam otwarte.

Summary

This paper concerns the idea of cultural borders in television broadcast. If we assume that television not only spreads culture, but also creates culture in a wide anthropological sense, we can ask what kind of culture is created by television and what are its limitations. The article discusses the role of television broadcasting in creating and destructing cultural borders. The main issue of this article is to show the role of TV images in experiencing heterogeneity and multiculturalism of the world expressed in TV news broadcast from various regions.

Bibliografia

- Barker Ch., *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, przeł. A. Sadza, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005.
- Baudrillard J., *Symulakry i symulacja*, przeł. S. Królak, Wyd. Sic, Warszawa 2005.
- Burszta W. J., *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, PIW, Warszawa 2008.
- Castells M., *End of Millenium*, Oxford: Blackwell 1998.
- Fiske J., *Television Culture*, Routledge, London – New York 1997.
- Herzfeld M., *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, przeł. M. M. Piechacek, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2004.

-
- Krzysztofek K., *Telewizja: aktor czy ofiara globalizacji*, (w:) *Globalizacja mediów elektronicznych a rynki narodowe i lokalne*. Sesja naukowa, Kraków 24–25 lutego 2000.
- Pomieciński A., *Etnografia pokoju telewizyjnego, czyli „pisanie o oglądaniu”*, (w:) *Obrazy kultur*, pod red. G. Pełczyńskiego i R. Vorbricha, Biblioteka Telgte, Poznań 2007.
- Reeves B., Nass C., *Media i ludzie*, przeł. H. Szczerkowska, PIW, Warszawa 2000.
- Welsch W., *Tożsamość w epoce globalizacji – perspektywa transkulturowa*, (w:) *Estetyka transkulturowa*, pod red. K. Wilkoszewskiej, Universitas, Kraków 2004.
- Wilkoszewska K., *Przejścia graniczne w dobie transkulturowości*, (w:) *Przyszłość tradycji*, pod. red. S. Krzemienia-Ojaka, Libra, Białystok 2008.
-

dr hab., prof. UwB Alicja Kisielewska, Zakład Wiedzy o Kulturze, Instytut Filologii Polskiej, Wydział Filologiczny, Uniwersytet w Białymstoku