

# Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Logopaedica III (2011)

*Bogusław Bogusz*

## **Wykładowi argumentacji w mówionym tekście programu telewizyjnego *Europa da się lubić***

Argument i argumentacja to właściwości komunikacji międzyludzkiej pojawiające się, odkąd tylko człowiek potrzebował uzasadnić, bronić lub nakłaniać do przyjmowania za słuszne swojego stanowiska. Niektórzy, między innymi Walery Pisarek (2002: 17), podzielają pogląd stwierdzający wręcz, że to język narodził się z potrzeby przekonywania. Niemniej jednak argumentowanie funkcjonuje od znanych ludzkości początków, przedstawionych chociażby w biblijnej scenie kuszenia pierwszych ludzi, w której Adam i Ewa – wbrew zakazowi Boga – zostali podstępem nakłonieni do zerwania i zjedzenia owocu z drzewa poznania (BT, Rdz 3, 1–7).

Wytworzone z czasem sposoby przekonywania, perswadowania oraz teoretyczne podstawy argumentowania zostały zebrane i uporządkowane już w starożytności przez Arystotelesa, który rozgraniczał termin *argumentacja* w zależności od użytych środków przekonywania, dzieląc argumentację na należącą do sztuki (retorycznej) oraz nienależącą do niej.

Nie należącymi do sztuki nazywam takie, które nie są wynalezione przez nas, lecz są nam dane niejako z góry, jak np. zeznania świadków, zeznania na torturach, pisemne oświadczenia i temu podobne rzeczy. Należącymi do sztuki retorycznej są zaś te środki przekonywania, których może dostarczyć ta dyscyplina i które jesteśmy w stanie sami wynaleźć (Arystoteles 1988: 67).

Pojęcie argumentacji, związane od początku z retoryką, ewoluowało, szczególnie począwszy od wieku XVIII, w którym właśnie retoryka traciła na wartości na rzecz rozwijającej się wówczas logiki, filozofii i krytyki literackiej. W XX wieku problem ten zyskał nowe koncepcje: model Toulmina przenoszący aparat analizy logicznej na potrzeby argumentacji w języku naturalnym oraz tak zwana *new rhetoric* Chaima Perelmana dostosowująca retorykę arystotelesowską do analizy argumentacji nieformalnej (Duszak 1998: 22–23).

Współcześnie argumentacja ujmowana jest również w kategoriach retorycznych, to znaczy zakłada „pragnienie nawiązania i utrzymywania kontaktu myślowego, chęć przekonania po stronie mówcy i chęć słuchania po stronie audytorium. Dlatego też argumentacja retoryczna różni się w sposób istotny od argumentacji logicznej, która w ogóle nie liczy się z reakcją audytorium” (Korolko 1998: 88).

Argument (łac. *argumentum*) natomiast – według logiki tradycyjnej w zasadzie każdy – mógł zostać sprowadzony do postaci sylogizmu kategorycznego składającego się z dwóch przesłanek i wniosku. Dlatego gdy zachodziła potrzeba wykazania, że „każde S jest P”, wystarczyło znaleźć odpowiednio termin średni M, który po zestawieniu z mniejszym terminem S oraz większym od P dawał prawdziwe przesłanki umożliwiające zestawienie sylogizmu (Szymanek 2004: 45).

*Uniwersalny słownik języka polskiego* definiuje w interesujących nas kontekstach językowych argument jako: „1. fakt lub przekonanie służące do uzasadnienia jakichś racji lub decyzji, 2. zdanie będące przesłanką dowodu” (UJSP I 121–122). Nieco podobnie określa to pojęcie *Inny słownik języka polskiego*: „argument to 1.1 fakt, który przytaczamy, aby uzasadnić lub obalić jakąś tezę, albo środek, którego używamy w dyskusji lub sporze, aby przekonać lub nakłonić kogoś do czegoś. 1.2 fakt, który przesądza o naszym wyborze” (ISJP 41).

Szersze, bardziej szczegółowo przedstawione, perswazyjne ujęcie terminu *argument* zakłada natomiast, że mamy z nim do czynienia, gdy jako uzasadnienie poglądu T przedstawiane są jakieś zdania P, P<sub>1</sub>, P<sub>2</sub> ... P<sub>n</sub>; zdania te nazywa się *przesłankami*, zaś zdanie T – *konkluzją argumentu*.

Prezentowany argument najczęściej w ramach szerszej wypowiedzi nazywany jest *wypowiedzią argumentacyjną*, która zawiera takie elementy jak: uwagi wstępne, wyjaśnienia i różne dane mające wpływ na zrozumienie treści przesłanek, przypomnienie istotnych faktów, do których zamierza nawiązać argumentujący, słowa eksponujące fakt argumentowania (*bo, ponieważ, dlatego, albowiem, a zatem, skoro..., więc...*), prezentację argumentów wspierających poszczególne przesłanki (tzw. podargumenty), elementy wywierające wpływ na odbiorcę argumentu oraz ekspresję stanów wewnętrznych mówiącego, a także jego stosunek do przedmiotu argumentacji (Szymanek 2004: 37–38).

Ostatni ze składników – wydawać by się mogło, że mało istotny z punktu widzenia logiki – potwierdza Arystoteles, pisząc: „Charakter mówcy daje największą wiarygodność (jego argumentom)” oraz „Przekonanie przez samą mowę osiągniemy wówczas, kiedy udowodnimy prawdę lub pozór na podstawie wiarygodnych dla każdej rzeczy przesłanek” (Arystoteles 1988: 68). W tym samym tonie wypowiada się Tomasz Wydra, powołując się na starożytnych retorów i ich zdolności (Wydra 1994: 102–103). To z kolei pozwala zobaczyć, że nie tylko pierwsze, niejednokrotnie uważane za prymarne składniki argumentu mogą ważyć na skuteczności argumentacyjnej wypowiedzi.

Wypowiedzi argumentacyjne często mogą posiadać różne rozmiary – od krótkiego zdania do kilku zdań czy nawet całych tomów. Nie jest też jednoznaczna sprawa kwestia rozpoznania wypowiedzi jako argumentacyjnej, ponieważ decydują o tym kontekst, cechy struktury wypowiedzi, związek między stwierdzeniami w niej zawartymi, wstępna wiedza o tym, jakie są zamiary osoby argumentującej, a co jest przez nią uważane za kontrowersyjne, jak również użycie *słów wskaźników* takich jak: *bo, ponieważ, dlatego, a zatem, skoro..., więc...* itp., które służą do rozpoznania przesłanek i konkluzji. Nie zawsze jednak słowa wskaźniki muszą występować w wypowiedziach argumentacyjnych (często taki „bezwskaźnikowy” sposób argumentacji może pojawiać się w dialogach); mogą też zostać użyte w sposób bardziej złożony. Praktyka identyfikowania argumentu w wypowiedzi bardzo często

napotyka na trudności w rozróżnieniu rzeczywistego argumentu w wypowiedzi od wygłaszania luźnych uwag, dygresji, ilustrowania jakiegoś przykładu lub rozpoczęcia nowego tematu (Szymanek 2004: 38–39).

Zebrane przykłady z trzech odcinków programu telewizyjnego *Europa da się lubić* (*Sport, Modne snobizmy, Europa rozśpiewana*) mają za zadanie przedstawić argumentację uczestników programu.

Uwzględniając sformułowanie Perelmana (2004: 56: „Wszystkie elementy, o których mówi orator w obrębie swojej mowy, mogą być opisane jedynie za pomocą języka, który musi być zrozumiany przez audytorium”) oraz inne źródła (McGiure 1973; za: Lewiński 1999: 44–46), można wskazać na domyślnych, założonych przez autorów scenariusza odbiorców programu *Europa da się lubić*. Rekonstruuąc zasób informacji pojawiających się w polskiej wersji programu (zaadaptowanego z francuskiego *Union Libre*) oraz sposób jego prowadzenia, należy stwierdzić, że widzom domyślnym programu jest osoba otwarta na poznawanie innych kultur, szczególnie europejskich, znająca w stopniu komunikatywnym choćby jeden lub kilka języków (drugi warunek fakultatywny), na przykład angielski, niemiecki, francuski, hiszpański lub włoski, uczestnicząca w życiu kulturalnym polskiego i europejskiego kina, muzyki, teatru, orientująca się w polskich tradycjach oraz zwyczajach, jak również w rytuałach stereotypowo kojarzonych z większością krajów, z których pochodzą uczestnicy programu.

Brak odszyfrowania wszystkich wskazanych wyżej elementów nie neguje możliwości bycia widzom programu *Europa da się lubić*, ale nie pozwala też w sposób pełny partycypować w różnego rodzaju aluzjach i grach z językowymi oraz kulturowymi stereotypami krajów Starego Kontynentu. Nie daje też możliwości stawiania się bardziej świadomym uczestnikiem procesu argumentowania na rzecz europejskiego stylu bycia i chęci włączenia się w niego polskiego społeczeństwa.

Wymienione wcześniej wskaźniki argumentacji nie zawsze są sygnałem występowania zdania argumentacyjnego. Równie często mogą funkcjonować w zdaniu skierowanym do wszystkich (tutaj widzów programu), którego celem jest przekonanie, a wypowiedź wówczas nazwana „mową przekonującą” jest taką, „której przesłanki i argumenty poddają się uniwersalizacji, czyli są zasadniczo akceptowalne przez wszystkich członków audytorium powszechnego” (Perelman 1999: 31).

Pierwszy cytowany poniżej *passus* wypowiedziany przez prowadzącą program Monikę Richardson zawiera potencjalny wskaźnik argumentacji *bo*, nie jest to jednak wypowiedź argumentacyjna.

M.R.: Dobry wieczór państwu. Dzisiaj w programie *Europa da się lubić* mówić będziemy o europejskich snobizmach, czyli co się nosi, gdzie się bywa, a czego robić już po prostu nie wypada, bo to jest *passé* i *demodé*. A oto nasz gość specjalny – pan Bogusław Kaczyński.

Wskazuje na to bezpośrednio kontekstowe umiejscowienie jej na początku programu w powitaniu, które przyjmuje tutaj postać formuły powitalnej (Marcjanik 2007: 51) oraz zapowiedzi poruszanej tematyki w tym odcinku, co wyklucza perswazyjny charakter wypowiedzi (Szymanek 2004: 38). Taki sam wniosek nasuwa się również ze względu na kompozycję całego odcinka, jak i psychologicznej roli wprowadzenia, które jest decydujące dla efektów perswazji (Korolko 1998: 83). Zatem przytoczoną powyżej wypowiedź – wstęp cechuje przede wszystkim „wytyczenie

celu, do którego zmierza mowa” (Arystoteles 1988: 277), a w tym wypadku jest to zapowiedź tematu odcinka i rozpoczęcie programu.

Podobieństwo w zakresie argumentowania wykazuje także inny fragment części powitalnej uczestników programu *Europa da się lubić*, w którym Martina Karlová, rozpoczynając swoje uczestnictwo w odcinku, używa wskaźnika argumentacji *bo* znajdującego się w zdaniu wtrąconym. Jednak jej wypowiedź nie ma na celu przekonania nikogo do swojego stanowiska, gdyż mieści się w całym procederze powitania i jest jego dopowiedzeniem, uzupełnieniem o dodatkowe informacje. Uczestniczka chce tutaj jedynie uzasadnić swoje nieprzygotowanie dotyczące uczestnictwa w programie, które i tak zostało wcześniej uwzględnione w scenariuszu.

M.K.: Dobry wieczór. Ja przepraszam, że ja w ogóle taka nieprzygotowana na ten festiwal, bo tak przechodziłam, wpadłam prosto od gotowania, ale gdzie mój fanklub? Ahoj, pozdrawiam mój fanklub w imieniu wszystkich Helenek, Pepiczków, Kaiczków i również w imieniu boskiego, czeskiego Karola Gota.

W kolejnym przykładzie powitania uczestników programu mamy do czynienia z podobnym zabiegiem ze strony prowadzącej, która – odwołując się do skojarzeń z włoskimi piosenkarzami oraz ich międzynarodowym uznaniem i znaczącymi osiągnięciami – zapowiada wchodzącego do studia Paola Cozzę. W zastosowanej analogii popartej wspólnym pochodzeniem pojawiającego się w programie uczestnika oraz piosenkarza (Eros Reumacotti do Eros Ramazotti) uznaje Monika Richardson wyjątkowość zapowiadanej osoby, a jedynie tłumaczy, uzasadnia nietuzinkowość zapowiedzi, próbując, *per analogiam*, dostosowywać – w myśl antycznej zasady *decorum* – styl wypowiedzi do jej treści:

M.K.: Cześć Monika, cześć Maryla.

M.R.: Cześć Martina. A teraz nietuzinkowy zespół, więc i nietuzinkowa zapowiedź. Ze słonecznej Italii gwiazda tamtejszej estrady, grupa Eros Reumacotti i jej frontman, Paolo Cozza!

Wyjaśnianie znaczenia pojęcia „snob” dla potrzeb programu (Bogusz 2008), pełniące rolę wprowadzenia do tematyki bieżącego odcinka, zawiera wykładnik argumentacji „więc”. W poniższym przykładzie ma on jednak charakter konkluzji, wniosku, nie zaś argumentowania – nie próbuje do czegoś przekonywać, raczej wyjaśnia eksplicytnie przez definicję słownikową wyraz z tytułu odcinka (*Modne snobizmy*), nawiązując żartobliwie do zaproszonego gościa, Bogusława Kaczyńskiego, kojarzonego potocznie – ze względu na popularyzowane przez niego programy i festiwale operowe, operetkowe oraz muzykę poważną – z kulturą wysoką i snobistycznym zachowaniem niektórych melomanów.

M.R.: Panie Bogusławie, o snobizmie, o snobizmach dziś mowa, więc postanowiłam na początku wyjaśnić, coż to takiego snob. *Słownik języka polskiego* mówi: „Snob to człowiek bezkrytycznie naśladowący sposób bycia, gusty, poglądy przyjęte w określonej grupie społecznej, która mu imponuje, popisujący się swymi rzekomymi wiadomościami, zainteresowaniami w jakiejś dziedzinie”. Czy pana oskarżono kiedyś o snobizm?

B.K.: Już teraz wiem, pani Moniko, dlaczego pani mnie zaprosiła do tego programu.

M.R.: Wcale...

Inaczej wygląda przypadek zastosowania tegoż wskaźnika argumentacji *więc* w tym samym odcinku programu, ale w dalszej jego części:

B.K.: Ja myślę, że to jest bardzo skomplikowana sprawa, choć nawet nie bardzo skomplikowana, jak można by myśleć, mianowicie z tym snobizmem. To jest tak jak z cholesterolem, wszyscy mówimy: to fatalny ten snobizm, fatalnie cholesterol wysoki, ktoś ma fatalnie, ale okazuje się, że jest dobry cholesterol.

M.R.: Hmm...

B.K.: I czym więcej tego cholesterolu, tym lepiej dla pacjenta, a więc snobizm to niekoniecznie coś wspaniałego, koniecznego do naśladowania, ale dobry snobizm, czyli ten wysoki cholesterol – im więcej, tym lepiej, bo to jest maszyna, to jest pociąg, który ciągnie nas wszystkich do przodu, aby w należyty sposób wykorzystać to, co daruje nam w prezencie snobizm.

Aby móc dokonać pełnej standaryzacji argumentów w drugiej wypowiedzi Bogusława Kaczyńskiego (B.K.), należy odnieść się do pierwszej, z której przez analogię korzysta, wzmacniając swoją argumentację w dalszej części wypowiedzi. Gość programu odwołuje się tutaj do powszechnego sądu (eliptycznie potraktowanego ze względu na jego oczywistość), twierdzącego, że wysoki poziom cholesterolu w organizmie szkodzi zdrowiu. Można to uznać za typ *argumentum ad rem*, czyli argumentu, którego przesłanki są prawdziwe obiektywnie, a nie tylko w opinii odbiorcy (Szymanek 2004: 60).

Standaryzacja argumentu jest tutaj możliwa ze względu na odpowiednio uszeregowane konkluzje oraz przesłanki względem słowa wskaźnika (*więc*), co daje następujący podział, w którym trzeba zaznaczyć, iż przesłanki  $P_3$  i  $P_4$  względem przesłanek  $P_1$  i  $P_2$  oraz konkluzji K spełniają rolę *podargumentu pośredniego* (Szymanek 2004: 42) i jednocześnie są wspierane przez te drugie, czyli  $P_1$  i  $P_2$ :

$P_1$ : Wysoki cholesterol szkodzi zdrowiu;

$P_2$ : Jest też dobry cholesterol, który nie szkodzi, ale jest potrzebny;

$P_3$ : Snobizm niekoniecznie jest dobry do naśladowania;

$P_4$ : Jest też dobry snobizm, który ciągnie wszystkich do przodu (jest mechanizmem postępu);

K: Snobizm jest prezentem, który można należyście wykorzystać.

We fragmencie innego odcinka (*Sport*) w sekwencji rozpoczynającej rozmowę z zaproszonym Dariuszem Michalczewskim, gościem specjalistą, prowadząca Monika Richardson pyta o strach przed wejściem na ring:

M.R.: Na początek się chciałam Ciebie spytać o coś takiego, co dla mnie zawsze było jakoś tam fascynujące, bo walka na ringu to przecież krwawa wojna. Czy ty odczuwasz strach przed wejściem na ring?

D.M.: Znaczy, strach, strachu mieć nie można, ale mam wielki respekt przed swoim przeciwnikiem, przed publicznością, przed widzami w telewizji, jest to jednak wielkie obciążenie, ponieważ mam wielu kibiców, których nie mogę zawieść.

Odpowiedź gościa programu zawiera wyjaśnienie mieszczące wypowiedź argumentacyjną. Standaryzacja argumentu zawiera przesłankę:

P<sub>1</sub>: *Mam wielu kibiców, których nie mogę zawieść;*

oraz konkluzję

K: *Jest to jednak wielkie obciążenie.*

Zawartych w wymienionych odcinkach zdań wyjaśniających, przekonujących, perswadujących oraz logicznie argumentujących jest znaczna ilość i przeplatają się one często, utrudniając niejednokrotnie ich rozróżnienie. Przedstawione tutaj nieliczne przykłady mają na celu tylko zarysować kwestię argumentacji w programie *Europa da się lubić*, zwracając jednocześnie uwagę na to, iż argumentacja logiczna występuje przede wszystkim w częściach rozmowy uczestników programu dotyczących wyjaśniania kwestii problematycznych, zawartych w tytułach programów (sport, snobizm, śpiew), ale nie dotyczących jednocześnie zasadniczego profilu programu, który powstał, by przekonywać – przed traktatem akcesyjnym – Polaków do jednoczącej się Europy. Argumentowanie jest także jednym z niewyróżniających się, niewidocznych komponentów podtrzymujących dyskurs uczestników programu oraz scenariusze kolejnych odcinków.

Może rodzić się pytanie – nieco oczywiste – o cel argumentowania w wypowiedziach uczestników programu telewizyjnego *Europa da się lubić*. Pośród wielu jego celów trzeba zapewne wymienić żartobliwe przekonywanie o wyższości swojego kraju reprezentowanego przez daną osobę, tłumaczenie pomiędzy uczestnikami – w rzeczywistości skierowane do widzów – własnych postaw i przekonań (które wynikają również z istniejących uwarunkowań kulturowych w poszczególnych narodach Europy), wyjaśnianie narodowych zwyczajów, stereotypów charakteryzujących część lub większość mieszkańców reprezentowanego kraju.

Dość zaskakującym zjawiskiem jest brak w analizowanych odcinkach wskaźników: *skoro* oraz *zatem*, które zazwyczaj często pojawiają się w wypowiedziach argumentacyjnych. Fakt ten jednak może być spowodowany – ze względu na charakter programu utrzymany w konwencji *talk show* – upotocznieniem wypowiedzi uczestników, prowadzącej program oraz niektórych z zaproszonych gości, a co za tym idzie, obniżeniem (z zachowaniem wszakże językowego *savoir-vivre-u*) jakości i precyzji, elegancji i bogactwa słownictwa, które – wraz z narastającą modą na potoczność – ubożeje (Ożóg 2001: 38–40).

Potoczność języka – w tym wykładników argumentacji, wśród których nie pojawiają się te należące do języka bardziej sformalizowanego (*zatem...*, *a zatem...*, *skoro...*) czy w odczuciach mówiących nieco archaicznego *albowiem* – prezentowanego przez prowadzącą program oraz zaproszonych gości może wynikać z:

1) chęci zbliżenia się do widzów; zbyt „wysoki” język tworzy dystans, a *Europa da się lubić* ma promować specyficzną przestrzeń rozmowy bez tworzenia barier, również językowych;

- 2) w pewnym stopniu ograniczonej kompetencji językowej zaproszonych zagranicznych gości oraz celowego niewyróżniania się prowadzącej, by nie podkreślać zbyt różnic w opanowaniu języka polskiego;
- 3) raczej wnioskowania i perswazji niż argumentacji logicznej, gdyż program ma spełniać rolę nakłaniającą do zaakceptowania Europejczyków przez polskich widzów;
- 4) pokazania i sugerowania wzajemnych podobieństw oraz zabawnych, ciekawych, niekiedy odkrywczych różnic narodów Europy niż logicznego uzasadniania konieczności jednoczenia się Starego Kontynentu.

Dialogowy charakter wypowiedzi, odpowiadający kryterium potoczności, oraz przedstawianie sytuacji codziennych, zwyczajnych, a także atmosfera przyjaźni, bliskości, serdeczności (Witosz 2007) podkreślają jeszcze bardziej potoczny charakter wystąpień uczestników omawianego programu.

Jednocześnie zauważyć można, iż realizowane jest przez to założenie programu zawarte w jego tytule – *Europa da się lubić*, a nie na przykład *Europa da się wytłumaczyć*, choć to właśnie poznawanie, tłumaczenie, argumentowanie na rzecz akceptacji europejskiej różnorodności oraz instytucji Unii Europejskiej – bez dominacji tegoż argumentowania bardziej jednak perswazyjnego (zwracającego uwagę na publiczność, widzów przed telewizorami) niż logicznego (zorientowanego na prawdziwość argumentów oraz pomijającego trudne kwestie polityczne czy społeczne) – ma służyć tytułowemu lubieniu.

## Bibliografia

- Arystoteles, 1988, *Retoryka. Poetyka*, tłum. H. Podbielski, Warszawa.
- Bogusz B., 2008, *Profilowanie wartościujące pojęcia SNOBIZMU w programie telewizyjnym „Europa da się lubić”*, „Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica”, t. 4, red. M. Karamańska, E. Młynarczyk, E. Stachurski, Kraków.
- BT – *Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu* (Biblia Tysiąclecia), 1980, Poznań – Warszawa.
- Duszek A., 1998, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa.
- Inny słownik języka polskiego*, 2000, red. M. Bańko, Warszawa.
- Korolko M., 1998, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, wyd. 2., Warszawa.
- Lewiński P.H., 1999, *Retoryka reklamy*, Wrocław.
- Marcjanik M., 2007, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa.
- Ożóg K., 2001, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów.
- Perelman Ch., 2004, *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*, tłum. M. Chomicz, Warszawa.
- Pisarek W., 2002, *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków.
- Szymanek K., Wieczorek K.A., Wójcik A.S., 2003, *Sztuka argumentacji. Ćwiczenia w badaniu argumentów*, Warszawa.
- Szymanek K., Wieczorek K.A., Wójcik A.S., 2004, *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*, Warszawa.
- Uniwersalny słownik języka polskiego*, 2003, red. S. Dubisz, Warszawa, t. 1–6.

Witosz B., 2007, *Potoczność jako wartość w dzisiejszej kulturze*, [w] *Potoczność a zachowania językowe Polaków*, red. B. Boniecka, S. Grabias, Lublin.

Wydra T., 1994, *Leksykalne wykładniki impresywnej funkcji mowy w wystąpieniach sejmowych*, [w:] *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wrocław, Język a Kultura, t. 11.

Ziomek J., 1990, *Retoryka opisowa*, Wrocław.

### **Exponents of Argumentation in Spoken Texts from the TV Programme *Europa da się lubić* ("Europe Is Possible to Be Popular")**

#### **Abstract**

This paper focuses on dialogical and colloquial character of utterances in the TV programme "Europa da się lubić". Despite the fact that the main purpose of the programme is to let people know, understand, and argue for acceptance of European variety as well as EU institutions, argumentation that is rather persuasive (referring to the audience and TV viewers) than logical (taking truthfulness of arguments into account and putting difficult political and social issues aside) does not dominate. Presenting everyday situations and making a warm atmosphere of friendship and close relationships are also important to make people like Europe and to realize the assumption expressed in the title of the programme.