

ALEKSANDER WOŹNY
Uniwersytet Wrocławski

Twarze i maski telewizyjnych serwisów, czyli odgrywanie kultury

Mija właśnie dekada mojego baczego przyglądania się — z każdym rokiem coraz bardziej ukierunkowanego, coraz mocniej profilowanego — różnego rodzaju sytuacjom kryzysowym: kataklizmom, plagom, katastrofom i politycznym aferom, ale także wydarzeniom odświętnym, jak relacje z zaprzysiężenia prezydentów RP czy Stanów Zjednoczonych bądź z uroczystości przystąpienia Polski do NATO. Moje w nich uczestnictwo nie jest bezpośrednie. Oglądam je, co dość oczywiste, w telewizji. Ale moje oglądanie, co nie jest już tak oczywiste, nie jest bezinteresowne. Nie tylko je bowiem oglądam, lecz także nagrywam — początkowo, to jest przed 10 laty, była to rejestracja na wideokasetach, od blisko pięciu lat, dokładniej — od lutego 2008 r., są to nagrania cyfrowe, gromadzone na płytach DVD.

Uczestniczę zatem w szczególnej odmianie konwergencji oddolnej, w której wyniku następuje „nieautoryzowany przepływ treści medialnych”, jakie sam mogę „archiwizować, komentować, przejmować i redystrybuować”¹ przez publikację, ale także przez prezentacje nagranych materiałów i ich analizę w czasie zajęć dydaktycznych, a zwłaszcza wielogodzinnych rozmów z seminarzystami².

Akt rejestracji nadaje oglądaniu wydarzeń nadzwyczajnych, niecodziennych dodatkowy wymiar. Wyostrza czy nawet podwaja słuch i wzrok — jest wszak lekturą zwielokrotnioną, także przez fakt równoległego notowania najbardziej interesujących mnie okoliczności. Zapisywane skrupulatnie spostrzeżenia badacza i telewidza stanowią moją odpowiedź na zwielokrotnione na-

¹ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 256–257.

² Wymiernym rezultatem przepływu i redystrybucji treści medialnych są napisane pod moim kierunkiem liczne prace licencjackie i magisterskie powstałe w ostatnich trzech, czterech latach. Zgromadzone przez seminarzystów dane (m.in. w rozprawach Agaty Wilczyńskiej, Karoliny Dominiak czy Kamili Wiśniewskiej) pojawiają się w niniejszym artykule. Przywołuję w nim także obserwacje zawarte w pracy licencjackiej Tomasza Woźnego, przygotowanej pod opieką dr Kariny Stasiuk-Krajewskiej.

dawanie, na swoistą przemoc medialną, na bezwzględne działanie osaczającej mnie maszyny medialnej.

Telewizyjna „maszyna medialna”...³

Podwojona perspektywa w telewizyjnych relacjach kryzysowych przyjmuje często znacznie bardziej wyrafinowaną postać.

Oto główne wydanie telewizyjnych *Wiadomości* sprzed 10 lat — emitowane w pierwszą rocznicę ataku terrorystycznego na Amerykę — a w nim materiał red. Mariusza Maxa Kolonki o Nowym Jorku, powracającym do życia po 11 września 2001 r. Zaprezentowana w nim muzyka to słynne *Adagio for Strings*, skomponowane przez Samuela Barbera w 1937 r. Towarzyszyło ono między innymi prezydentowi Rooseveltowi w jego ostatniej drodze. Motyw adagia przewija się raz po raz w głośnym filmie Olivera Stone’a *Pluton*, a apogeum osiąga w przepełnionej symboliką, przejmującej scenie śmierci Eliasa. Nie zamierzam, rzecz jasna, forsować tezy, że realizatorzy rocznicowego newsa wykorzystali utwór Barbera jako wehikuł dla obrazu z *Plutonu*. Jest jednak faktem, że dla wielu widzów, szczególnie młodszego pokolenia, muzyka ta kojarzyła się z kultowym dla nich filmem Stone’a. Oglądając rocznicową relację z 11 września, z nowojorskimi strażakami, widzieli oni w tle scenę śmierci amerykańskiego żołnierza w Wietnamie. Tego, który odważył się być prawy. Podobną funkcję — transmisji znaczeń z filmu fabularnego do telewizyjnych materiałów informacyjnych — pełnił motyw muzyczny z kompozycji Michała Lorentza do filmu *Różyczka*, przewijający się nieustannie w czasie relacji z uroczystości żałobnych po 10 kwietnia.

Wskazane przykłady przybliżają do newralgicznego dla proponowanego ujęcia problematyki kryzysu w mediach, uwydatniając działanie maszyny medialnej, operującej podwojonym punktem widzenia⁴. Właściwie maszynie medialnej zwielokrotnienie sytuacji komunikacyjnych staje się chwytem, do którego coraz chętniej odwołuje się w tym samym czasie, czyli przed 10 laty, stacja TVN. Powstaje konwencja nadawania serwisu informacyjnego *Fakty* ze studia telewizyjnego, które jest instalowane w miejscu doniosłych wydarzeń za granicą. Tak było w rocznicę 11 września, podobne rozwiązanie techniczne zastosowała stacja podczas relacjonowania wyborów parlamentarnych w Niemczech 21 i 22 września 2002 r. Umieszczenie na placu przed Reichstagem studia, z którego red. Tomasz Lis komentował na bieżąco wyjątkowo wyrównaną walkę między kandydatami do fotela prezydenta — to wybór technologiczny. Uzyskane dzięki niemu

³ Szerzej o prezentowanej tu problematyce podwojonej perspektywy pisałem w *Medialność na co dzień i w kryzysie*, [w:] *W lustrze. Wizerunek mediów własny*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2002.

⁴ Por. P. Virilo, *Maszyna widzenia*, przeł. B. Kita, [w:] *Widzieć, myśleć, czuć. Technologie mediów*, wybór, wstęp i opracowanie A. Gwóźdź, Kraków 2001, s. 40.

sensy zdecydowanie wykraczają jednak poza technologię. TVN komunikowała w ten właśnie sposób — zarówno swoim widzom, jak i konkurencji — ważny przekaz: stać nas — i w sensie dosłownym, i metaforycznym — na montaż studia telewizyjnego w każdym miejscu świata, o ile, rzecz jasna, dzieją się tam doniosłe wydarzenia. Przekazywała tym samym, oczywiście nie wprost, komunikat o reporterskiej rzetelności stacji, która nie musi już docierać do źródeł informacji, wszak w dowolnym czasie sama może czerpać ze źródeł.

Podwojony punkt widzenia — rezultat diametralnej zmiany sytuacji komunikacyjnej — zaowocował dodatkowymi znaczeniami także w części krajowej serwisu: wszak wiadomości z Warszawy czy Szczecina, zapowiadane w studiu w Berlinie, znaczą zupełnie inaczej od tych na co dzień. Telewizja wytwarza tym samym u odbiorcy wrażenie zwiększonej porcji obiektywizmu, a wydarzenia krajowe, docierając zza granicy, stają się o wiele bardziej doniosłe. Inscenizacja spełnia swoje zadanie: przekazanie komunikatu staje się jego przetworzeniem, a podwojony punkt widzenia imituje zasadę *audiatur et altera pars*, dopuszczenie do głosu drugiej strony, uznawaną za jedną z podstaw dziennikarskiego obiektywizmu. Tu — trzeba to mocno uwydatnić — mamy do czynienia z imitacją owej reguły.

Lokowanie studia telewizyjnego w interiorze stanie się z czasem chwytem stosowanym nagminnie przez polskie stacje telewizyjne, o czym świadczą relacje zarówno z papieskich uroczystości żałobnych w 2005 r., jak i beatyfikacji Jana Pawła II czy po katastrofie smoleńskiej w kwietniu 2010 r., a także — z mistrzostw Europy w piłce nożnej w 2012 r. czy igrzysk olimpijskich w Londynie.

...wobec mnie jako interfejsu

Swoje zapiski traktuję także jako rodzaj antropologicznego poletka dopasowanego do wymiaru kreślonego przez Wojciecha J. Bursztę, dla którego współczesna antropologia kulturowa to „zapisane dzieła, notatki z badań, pamiętników czy próbki prozy i poezji”; hybrydalna antropologia, która wytwarza „świat imaginacyjny, w którym przegląda się nasze »tu i teraz«, realizuje się potencjalny wariant mojej własnej tożsamości”. I jak ów antropolog, który jest wędrowcem i zarazem narratorem, łączy więc w sobie najdawniejsze, sięgające Herodota role reportażysty, „przemierzam się między różnymi kontekstami kultury”. Wypisuje swoje *itinerarium*, wpisując się w proponowaną przed laty przez Michela Butora iterologię („łączącą antropologię kultury z narratologią”), tyle że wyposażony w znacznie bogatsze — o czym za chwilę — instrumentarium niż „oko i pióro”. Bogatsze, albowiem pozostająca w centrum narratologii i zarazem antropologii opowieść podróżnicza⁵ przemienia się w mojej opowieści w swoisty *rich text*,

⁵ Por. W.J. Burszta, *Oko i pióro antropologa*, [w:] *Ojczyzny słowa. Narracyjne wymiary kultury*, red. W.J. Burszta, W. Kuligowski, Poznań 2002, s. 157, 160–161.

z właściwą komunikacji medialnej „sytuacją wykonawczą”⁶, która jest wytwarzana przez telewizyjną maszynę medialną, multiplikującą media i — co za tym idzie — punkty widzenia.

Kiedy Burszta z Kuligowskim w *Anamorfozie* próbują łączyć to, co w antropologii „rozdzielne”, to jest akademię z anamorfozą: skonwencjonalizowaną perspektywę z „alternatywnymi punktami widzenia”⁷, świadomi naruszenia zasad naukowego *decorum*, odwołują się do autorytetu Edmunda Leacha, który „potrafił orzec”, że „cechy wyjaśnień antropologicznych mają swe źródło w... osobowości autora”: „Jakże miałyby być inaczej? Jedyne ego, jakie znam z pierwszej ręki, to moje własne. Kiedy Malinowski pisał o Wyspach Triobrandzkich, pisał o sobie”⁸. I ową konieczność łączenia w antropologii akademii z anamorfozą wyjaśniają tezą o uniwersalnym wymiarze „ojczyzn słowa», do których sprowadza się zawsze humanistyczna *genre*”, konkludując: „To, jak komunikuje się o wynikach badań, ma zawsze charakter prezentacji językowej i przyjmuje postać tekstualną. Teksty zaś różnią się w podobny sposób, jak różnią się sami badacze właściwie, jak różna jest ich wrażliwość”⁹.

Sprowadzając antropologa do tekstu językowego, do medium, Burszta i Kuligowski postępują jak medioznawca, który ogłasza, że użytkownik interfejsów „gra rolę medium”, jest pośrednikiem, w którego obszarze „stykają się” różne interfejsy kultury (interfejs tekstu, fotografii, telewizyjnego czy komputerowego ekranu). A zatem ja sam, jako odbiorca, jako użytkownik kultury partycypacji, dokonując konwergencji oddolnej, wytwarzam specyficzny interfejs — jestem „miejszem styku dwóch światów: maszynowego i ludzkiego”¹⁰. I wśród twarzy i masek, które charakteryzuję w niniejszym artykule, jest miejsce także na moją twarz.

Osaczającej mnie zewsząd podwojonej czy też raczej zmultiplikowanej maszynie medialnej przeciwstawiam swoją, także zwielokrotnioną maszynę medialną, budując z technologiczno-interpretacyjnego układu, w jakim funkcjonuję, odmianę interfejsu, który współtworzę (cyfrowa telewizja, nagrywarka z odtwarzaczem i laptop, umożliwiające powtórny, a czasem wielokrotną analizę tych samych serwisów telewizyjnych, analizy przeprowadzane w czasie zajęć opcyjnych, proseminariów i seminariów) — przeciwwagę dla tamtej. Kiedy oglądam

⁶ Por. zgłoszony przez Piotra Kowalskiego postulat o potrzebie zbudowania na polskim gruncie antropologii mediów, w której obrębie za konieczne uznał on zredefiniowanie „tego, co nazywa się »terenem«, »statusem informatora«, »reprezentatywnością« itd.” (P. Kowalski, *Refleksje o antropologii mediów*, [w:] *Przestrzenie komunikowania*, red. I. Borkowski, K. Stasiuk, Wrocław 2011, s. 20, 40–41).

⁷ W.J. Burszta, W. Kuligowski, *Anamorfoza. Poza akademią*, [w:] *Ojczyzny słowa...*, s. 9.

⁸ E. Leach, *Writing Anthropology. A Review of Geertz's „Works and Lives”*, „American Ethnologists” 1989, nr 1, s. 137–138, za: W.J. Burszta, W. Kuligowski, *op. cit.*, s. 13.

⁹ W.J. Burszta, W. Kuligowski, *op. cit.*, s. 13.

¹⁰ Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia — teoria — praktyka*, Kraków 2010, s. 307.

główne wydanie serwisów (co najmniej trzech), za każdym razem podejmuję grę, w której zgaduję, jakie informacje zostaną pominięte (skale porównawcze stanowią portale internetowe), która z nich będzie „jedyneką” itd. Wytwarzam swój interfejs (także kulturowy, a ściślej: wpisujący się w tradycje antropologii kultury) i stawiam go naprzeciw interfejsu, jaki wobec mnie wytwarza niecodzienna kultura codzienności.

Niecodzienna codzienność

Uruchomiona perspektywa pozwala dostrzec bardziej wyraziście specyfikę serwisów. Otóż telewizyjna codzienność bez technologii nie istnieje. Codzienność telewizyjnego serwisu jest dla odbiorcy synonimem technologicznej dynamiki. Przyjrzyjmy się głównemu wydaniu *Wiadomości* w telewizji publicznej. Epatowanie technologią podporządkowującą sobie ziemski glob dokonuje się na „naszych oczach” już od inicjalnego sygnału serwisu. Czołówki serwisów telewizyjnych (nie tylko polskich) nie pozostawiają najmniejszych złudzeń: oto cały świat w zasięgu twojej ręki, a już na pewno — oka. Stało się: idea McLuhanowskiej globalnej wioski spełnia się każdego wieczoru na ekranie naszego telewizora, jest naszą codziennością. Po wybrzmieniu czołówki temperatura staje się coraz wyższa: najazd na prowadzącego, dynamiczna kamera i headline newsy. A potem, już po dwóch, trzech newsach, znowu zwiastuny: co jeszcze przed nami, a także co kilka minut elektryzujące jingle¹¹. Jeśli czujemy dreszcz (a ja zawsze czuję) — bo przecież to jeszcze jeden dowód, że jesteśmy społeczeństwem informacyjnym, że rzeczywistość wirtualna, że społeczeństwo cyfrowe, że Web 2.0 itd. — to znaczy, że jesteśmy w objęciach technologii¹². Reporterzy serwisu ani na chwilę nie pozwalają nam o tym zapomnieć.

Niecodziennność zaś, wyjątkowość sytuacji eventowych i kryzysowych — rozumiana jako mała częstotliwość ich pojawiania się na ekranach telewizorów — jest pozorna. Coraz częściej „codzienne” serwisy informacyjne wypierane są przez nadzwyczajne, „niecodzienne” wydania. Jako przykład wystarczy wymienić serwisy wszystkich ogólnopolskich stacji z końca kwietnia i początku maja ubiegłego roku. Przypomnę, że jako wydarzenia główne emitowane były wówczas — wymieniam zgodnie porządkiem wyznaczanym przez *agenda setting* — informacje o ślubie brytyjskiej pary książęcej, o uroczystości beatyfikacji Jana Pawła II i o śmierci Osamy bin Ladena. Dwa pierwsze „newsy” poprzedzane były

¹¹ Zasygnalizowaną tu jedynie perspektywę technologii telewizyjnej codzienności zarysowałem szerzej w oddanym do publikacji artykule pt. *Telewizyjny serwis kryzysowy — struktura i antropologia*.

¹² Por. L. Winner, *Technology Today. Utopia or Dystopia*, „Social Research” jesień 1997; za: P. Żabicki, *Technologiczna codzienność. Internet — Bank — Telewizja*, posł. K. Krzysztofek, Warszawa 2007, s. 42.

licznymi zapowiedziami, prezentowanymi w naszych serwisach telewizyjnych na wiele tygodni przed datą samych uroczystości (poczynając od 17 kwietnia, niemal w każdym wydaniu *Wiadomości* pojawiały się informacje o Williamie i Kate, odniesienia do Diany i jej ślubu z Karolem, „przecieki” o szczegółach zbliżającej się ceremonii zaślubin). W rocznicę tamtych wydarzeń, a więc na przełomie kwietnia i maja 2012 r., każda z telewizyjnych stacji przypomniała je swoim telewidzom, komentując szeroko (zwłaszcza beatyfikację Jana Pawła II i śmierć Osamy bin Ladena). „Newsy” poświęcone tym zapowiedziom (pre-teksty i post-teksty) zajmują znacznie więcej miejsca, niż mogłoby się wydawać.

Przed laty o telewizyjnej codzienności tak pisał Eric Rothenbuhler:

Każdego poranka i każdego wieczora mamy do czynienia z tymi samymi wiadomościami. Powitania sąsiadów i współpracowników nie zmieniają się. Rozmowy członków rodziny odbywają się według tych samych znanych wzorów. Podzielane style życia ludzi raczej pozostają niezmiennie, niż zmieniają się z dnia na dzień. Znane programy telewizyjne pokazują znanych bohaterów w znanych fabułach. To tak, jakby podstawowa informacja większości komunikacji brzmiała: nic się nie zmieniło¹³.

I rzeczywiście nic się nie zmienia, aż do chwili, gdy nagle na monitorach naszych telewizorów pojawiają się wstrząsające obrazy kataklizmów, katastrof, wojen i rewolucji opatrzone czerwonym paskiem — biegnącym u dołu ekranu — przekazującym informacje o liczbie ofiar i niespotykanych stratach finansowych. I oto pojawia się korespondent, który zagrożonemu powszechną katastrofą świata zaczyna przywracać ład i porządek. Dzielny redaktor (i tu można wpisać dowolne nazwisko, aczkolwiek są tacy, którzy się w tym specjalizują, na przykład Piotr Kraśko) niczym bohater eposu znowu jest tam, gdzie być powinien, a my towarzyszymy mu i mimo że, jak zapewnia drżącym głosem: „odtąd już nigdy nic nie będzie takie samo”, to jednak dzięki jego obecności, dzięki mediom, które trzymają rękę (z kamerą) na pulsie rozpadającego się świata, jest szansa na uratowanie jego szczątków, a być może nawet odbudowanie całej konstrukcji, która właśnie legła w gruzach. I tak do następnej katastrofy. Być może do jutrzejszego wydania wiadomości, a w najgorszym razie — do pojutra, kiedy świat znowu stanie na krawędzi.

Twarze i maski

Przyjrzyjmy się bliżej temu obrazowi: w obliczu katastrofy, naprzeciw sytuacji kryzysowej i naprzeciw kamery staje twarz dziennikarza, który na naszych oczach, na oczach widzów, zмага się w interiorze z groźnym przeciwnikiem (kataklizmem, katastrofą, wojną czy rewolucją). Bezbronna, wystawiona na widoczne w tle szalejące żywioły twarz reportera chroni się za trzymanym w dłoni

¹³ E.W. Rothenbuhler, *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, przeł. J. Barański, Kraków 2003, s. 154.

mikrofonem, umieszczonym w tak zwanej kostce z logo stacji. Bo ani na chwilę nie zapomina o promocji stacji telewizyjnej, która jest nieustannie obecna. Dziennikarz nie jest bowiem sam: tuż obok, a dokładniej przed nim — jest kamera, którą trzyma operator, jest także być może dźwiękowiec oraz wóz transmisyjny. A zatem ma za sobą — tym razem rzecz ujmuję metaforycznie — niemal całą technologię stacji, którą tak dzielnie — z logiem na ekranie — reprezentuje.

Pojęcie twarzy traktuję zgodnie z propozycją Ervinga Goffmana, to jest jako trzymanie się określonej roli, jako korzystanie przez uczestników życia społecznego „z określonego wzoru działań werbalnych i niewerbalnych, przez które wyrażają swój pogląd na sytuację, a zarazem ocenę jej uczestników, zwłaszcza samych siebie”. Definicję twarzy-roli dopełnia ważna charakterystyka:

Bez względu na to, czy dana osoba jest świadoma, że trzyma się jakiejś roli, w rezultacie zawsze okazuje się, że to robiła. Pozostali uznają, że celowo lub bezwiednie zajęła określone stanowisko, a więc chcąc nawiązać do ich wypowiedzi, będzie zmuszona wziąć pod uwagę także i to, jakie zrobiła na nich wrażenie¹⁴.

Ervinga Goffmana, jak również Yvesa Winkina¹⁵, który na autorze *Rytuału interakcyjnego* wznosi swoją antropologię komunikacji, uznają za teoretyków mediów. Przypisanie im takiego statusu nie wynika bezpośrednio z przedmiotu ich analiz. Obydwaj — każdy, rzecz jasna, na swój sposób — zajmują się komunikacją, rozumianą jednak dość specyficznie. Specyficznie, gdy za panujące powszechnie ujęcie uznamy to, które dominuje w medioznawstwie, zwłaszcza w polskiej refleksji nad mediami. Tu bowiem przyjmuje się na ogół rozumienie komunikacji jako „przekazywania komunikatu”, model transmisji autorstwa Claude’a Shannona i Warrena Weavera. Koncepcja komunikacji, zredukowanej *de facto* do przekazu, osiągnęła w II połowie ubiegłego stulecia niebywały sukces, natomiast Winkin, który określa ją nieco żartobliwie, obniżając zarazem jej rangę, mianem „komunikacji hydraulicznej”, rozwija tezę, zgodnie z którą „produkowanie »hydraulicznych« obrazów komunikacji wyrządziło wiele szkód”¹⁶.

Propozycja Winkina — powstała na antypodach teorii Shannona i Weavera — wyrasta z koncepcji Gregory’ego Batesona i Raya Birdwhistella, przezwyciężonej dzięki ich krytycznemu ujęciu w refleksji Della Hymesa i Ervinga Goffmana¹⁷. Zakreślając w ten sposób pole poprzedników, którym zawdzięcza najwięcej, Winkin zaproponował własną teorię komunikacji i nazwał ją, w przeciwieństwie do hydraulicznego modelu, komunikacją orkiestralną. Aby pokazać, na czym polega zasadnicza różnica pomiędzy ujęciem tradycyjnym, upowszechnionym także w refleksji nad mediami masowymi, sprowadzającym komunikację do przekazu,

¹⁴ E. Goffman, *Rytuał interakcyjny*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2006, s. 5–6.

¹⁵ Y. Winkin, *Antropologia komunikacji. Od teorii do nowych badań terenowych*, przeł. A. Karpowicz, wstęp W.J. Burszta, Warszawa 2007.

¹⁶ *Ibidem*, s. 21.

¹⁷ *Ibidem*, s. 22.

a koncepcją wyrastającą z zupełnie odmiennej i zaakceptowanej przez Winkina tradycji, przywołuję podany przez Birdwhistella przykład, na którego podstawie przyjmuje się, że komunikatem jest nie tyle „dzwoniący” telefon, ile przeciwnie — telefon, który milczy: „Już w momencie zainstalowania telefonu ustanowiony zostaje kontekst komunikacyjny i odtąd procesy komunikacji są aktywne. Telefon, który nie dzwoni, jest rzeczywistym komunikatem” — twierdzi Birdwhistell¹⁸, a Winkin komentuje ten przykład w taki oto sposób:

Jednym niemal z obowiązkowych zajęć amerykańskiego (amerykańskiej) studenta (studentki) jest „wyjście” w piątek wieczorem z aktualną wybranką (wybrankiem) serca. To instytucja datingu, czyli kompleksowy system reguł kulturowych, obowiązujących młodzież amerykańską (których student zagraniczny skądinąd nigdy nie zdoła przyswoić całkowicie). „Wyjście” umawia się najczęściej telefonicznie (w telefonie można widzieć jeszcze jedną amerykańską instytucję kulturową), więc wszyscy studenci oczekują, by ktoś do nich zadzwonił — najpóźniej na początku piątkowego wieczoru [w przypisie Winkin zaznacza: „Można sobie wyobrazić regułę, według której tylko chłopcy mają dzwonić i jedynie dziewczyny oczekują telefonu. W rzeczywistości gra (wyr. — A.W.) jest bardziej subtelna: chłopiec może zadzwonić do przyjaciela i powiedzieć mu, że jego młodsza siostra albo najlepszy przyjaciel jego dziewczyny jest całkiem sam(a)” — przyp. — A.W.]. W tym właśnie przejawia się struktura kultury (*pattern*¹⁹) zapewniająca przewidywalność oraz regularność w społeczeństwie. Według Birdwhistella „wydarzenie” będzie miało miejsce, jeśli telefon zadzwoni. Jeśli telefon nie zadzwoni, mamy do czynienia z naruszeniem przewidywalnej struktury (*pattern*), które także stanowi „wydarzenie”. W rzeczy samej będzie ono równie znaczące, jak przypadek odwrotny — tym bardziej że sytuacja rozgrywa się w środowisku akademickiej sypialni, gdzie każda osoba jest obserwowana i chce popisać się przed innymi. Komunikacja nie została więc u Birdwhistella ograniczona do komunikatu ani nawet do jego wymiany, czyli interakcji. Autor włącza w obszar pojęcia komunikacji cały system — kontekst, który czyni interakcje możliwymi i sprawia, że ich nieobecność ma odpowiednią wartość komunikacyjną²⁰.

Zajmując się telewizyjnymi paratekstami²¹ (a standaper — główny przedmiot prezentowanej tu analizy dziennikarskiej masko-twarzy — ma taki charakter, dokładnie rzecz ujmując: jest metatekstem wobec newsa), śledzę system kulturowych reguł realizowanych w serwisach informacyjnych. Odtwarzam (próbuję odtworzyć) niektóre spośród kulturowych wzorów komunikacji rozumianej jako gra, w której raczej się uczestniczy, niż ją wytwarza i w której najważniejsza jest przewidywalność, śledzenie gry w piłkę z pominięciem samej piłki, do czego zachęcał Birdwhistell:

Kiedy uczę moich studentów, jak obserwować mecz koszykówki, nie mają oni prawa patrzeć na piłkę. Jeśli nie wiedzą, gdzie ona jest, to znaczy, że nie znajdują się wewnątrz systemu. Jeśli śledzą piłkę, będą też śledzić pojedynczych graczy, usiłując nawet odkryć ich intencje i cele: będą

¹⁸ R. Birdwhistell, *The Language of the Body. The Natural Environment of Words*, [w:] *Human Communication: Theoretical Explorations*, red. A. Silverstein, New York 1974, s. 211, za: Y. Winkin, *op. cit.*, s. 61.

¹⁹ Y. Winkin (*op. cit.*, s. 61) przypomina, że w języku angielskim słowo *pattern* „oznacza m.in. wzór, konfigurację, model lub strukturę”.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ Por. A. Woźny, *Media i kryzysy — komunikacja alternatywna*, [w:] *Powodzie, plagi, życie i inne katastrofy*, red. K. Konarska, P. Kowalski, Wrocław 2012.

widzieć piłkę, a nie trajektorię. Zapomną, że powinno się dokonywać opisu wydarzenia według zasad materii, z której zostało ono utkane. Akt intencjonalny jest więc jedynie częścią zachowania, ale niebędącą jego przyczyną²².

Lekcję Birdwhistella pilnie studiuje Winkin, co dobrze widać na przykładzie tezy, będącej zarazem rekapitulacją Goffmanowskiego postrzegania relacji: interakcja–społeczeństwo:

Podstawowa idea jest następująca: interakcja między dwiema osobami nie jest nigdy tylko interakcją, to znaczy prostą sekwencją akcji i reakcji, ograniczoną w czasie i przestrzeni, lecz stanowi zawsze pewien typ porządku społecznego. Każda interakcja przywołuje społeczeństwo absolutnie całościowo [...]²³.

Po doprecyzowaniu antropologicznego wymiaru twarzy-roli wracam do propozycji ujmowania Goffmana i Winkina jako teoretyków mediów. Transpozycja reprezentowanego przez obu uczonych interakcjonizmu symbolicznego na grunt medioznawczy jest w pełni uzasadniona, zwłaszcza wówczas, gdy media są traktowane jako produceni spektakli, w naszym przypadku: spektakli kryzysowych bądź eventowych. Albowiem, jak wykazała Agnieszka Ogonowska:

Podobnie jak procesy komunikacji — ujmowane w duchu filozofii pragmatycznej — spektakle wpływają na definicję sytuacji, którą określają przede wszystkim jej uczestnicy. Z jednej strony sytuują się aktorzy, aktywnie kreujący występ, a za jego pośrednictwem określone obrazy rzeczywistości; z drugiej, ich odbiorcy, osoby realne — usytuowane poza sceną, na której się rozgrywa właściwa akcja lub też postaci wymagowane. Te ostatnie istnieją jedynie w świadomości jednostki, np. osoby biorącej udział w spektaklu medialnym i determinują jej zachowanie (w tym przypadku — przed kamerą). Ta ostatnia prawidłowość związana jest w koncepcji Goffmana z procesami socjalizacji. W efekcie dochodzi między innymi do internalizacji określonych reguł rządzących odgrywaniem poszczególnych ról społecznych, także w przestrzeni medialnej²⁴.

Stendapy

Epatowanie technologią codzienności osiąga najwyższy stopień w stendapach (por. ang. *stand up position*)²⁵, krótkich wystąpieniach reportera telewizyj-

²² Raya Birdwhistella rozmowa z Mac Dermottem, [w:] *La nouvelle communication*, red. Y. Winkin, Paris 1981, s. 295, za: Y. Winkin, *op. cit.*, s. 98. O tym, że lekcja, której udziela Birdwhistell, nie jest łatwa (owa analiza gry w piłkę z wyłączeniem samej piłki), przekonują mnie reakcje studentów, z którymi nieustannie próbuję tej sztuki, nie tyle jednak z koszykówką, lecz — z serwisami informacyjnymi. Sztuki, którą być może najbardziej obrazowo odzwierciedli sparafrazowana formuła Birdwhistella: jak oglądać telewizyjny serwis informacyjny z wyłączeniem samych informacji.

²³ Y. Winkin, *op. cit.*, s. 92.

²⁴ A. Ogonowska, *Twórcze metafory medialne. Baudrillard — McLuhan — Goffman*, Kraków 2010, s. 136–137.

²⁵ M. Kunica, *News w telewizji*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, Kraków 2010, s. 27.

nych wiadomości, zwracającego się do kamery i filmowanego przez operatora „na jednym ujęciu, bez montażu”²⁶, minigatunku, w którym „mówi się twarzą do kamery” „pojawienie się reportera to jak klaśnięcie w dłonie, to jakby powiedzenie: »Widzu, spójrz na mnie«”²⁷. Od „stendapującego” dziennikarza, pozostającego w centrum relacjonowanych wydarzeń, oczekuje się umiejętności celnego, zazwyczaj dowcipnego komentarza, który może przybierać także postać dialogu reportera z prowadzącym serwis informacyjny. Warto przywołać tu jeszcze inne znaczenie stendapu. Określenie to oznacza bowiem także komiczny monolog aktora estradowego, komentującego aktualne wydarzenia polityczne, społeczne i kulturalne²⁸. Jesteśmy, przypomnę, w tej sferze antropologii serwisu informacyjnego, w której role telewizyjnego komika i dziennikarza często nakładają się na siebie.

Mnoży się zatem technologiczne sztuczki przygotowane przez prowadzących. Niekiedy osiągają one ekstremalny wymiar: przebieranek, znikania z wizji (1 lipca 2011 r. początek polskiej prezydencji w UE — prowadzący *Fakty* zostaje przeniesiony, teleportowany za pośrednictwem techniki hologramu do Brukseli, a później znika z ekranu — wszystko zaś poprzedzone komunikatem: „najnowsza technika specjalnie dla Państwa”, w tym dniu w czasie specjalnego wydania *Faktów* następuje także zmiana czołówki programu) czy wszechobecnych gadżetów. Pławimy się jako widzowie — wraz ze stendapem — w „kulturze gadżetów”, w kulturze dodatków, protez, które jako „jeden z motorów współczesnej kultury konsumpcyjnej”²⁹ mają zapewnić mu prestiż niezależnie od kompetencji dziennikarskich. Aby zadziwić i rozbawić swojego odbiorcę, „stendapujący” reporter prowadzi pojazd opancerzony, przejmując ster okrętu, wchodzi do wanny (w ubraniu), siada w fotelu dentystycznym itd. Rolę „byłem przy tym”, fundamentalną dla klasycznego stendapu, wypiera coraz skuteczniej reporterska autopromocja: wszystkie światła na mnie, patrzcie, jak uroczo stendapuję.

Przed 10 laty i dziś

Dziś w codziennych serwisach coraz rzadziej oglądamy dziennikarską twarz „na poważnie”, natomiast 10 lat temu „ponury smutek” był nieodłącznym wizerunkiem dziennikarskiej postaci w stendapie. „Mowa [dziennikarskiego] ciała” pozbawiona była emocji:

Nasi reporterzy ukrywają emocje. Być może nie przeżywają wszystkiego tak mocno. Jeśli twarz coś wyraża, to najczęściej skupienie, czasem ponury smutek. Ciekawe, że przecież twarze

²⁶ W. Grzelak, *Warsztat dziennikarza. Stendaper*, „Zeszyty Telewizyjne” 2004, z. 4, s. 72.

²⁷ *Ibidem*, s. 77.

²⁸ Por. *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 202.

²⁹ P. Żabicki, *op. cit.*, s. 47.

prezenterów programów informacyjnych: Tomasa Lisa, Kamila Durczoka, Andrzeja Turskiego, Jolanty Pieńkowskiej mogą być żywe, a twarze reporterów w stendaperach są tak beznadziejnie usztywnione, bez śladu mimiki. Ruszają się tylko głowy: w *Faktach* w pionie, w *Wiadomościach* w poziomie. Dlaczego jest taka różnica, nie wiem. Wiem natomiast, co można łatwo zauważyć, że ruchy głowy na ogół nic nie znaczą. To tylko takie wspomaganie słów wyrzucanych rytmicznie. Na tym smutnym tle wyróżniają się korzystniej twarze Adamczyka z *Wiadomości*, Sekielskiego i Sianeckiego z *Faktów*, Piotra Michałaka i Witolda Cybonia z *Informacji*, Małgorzaty Wiśniewskiej z *Panoramy* i Katarzyny Kolendy-Zaleskiej z TVN24 oraz Maksa Kolonko z Nowego Jorku³⁰.

Po 10 latach stendapowych ćwiczeń sytuacja zmieniła się nie do poznania. Dziś dziennikarze przed kamerą zachowują się ze swadą porównywalną ze stylem ich amerykańskich kolegów, prawodawców stendapu — gatunku, który pojawił się w Polsce za sprawą TVN. Czasami nawet ze stendapowym luzem przesadzają: tak było na przykład ze strojem reporterów TVN, relacjonujących katastrofę polskiego autokaru w Grenoble. Jako przykład przywołuję stroje prezenterów i korespondentów z serwisów emitowanych w dzień po katastrofie pod Grenoble, 23 lipca 2007 r.: red. Justyna Pochanke z TVN ubrana jest w czarną garsonkę i bluzkę w tym samym kolorze, biżuteria ograniczona do niewielkich, ciemnych, matowych kolczyków. Podobnie tego dnia w serwisie informacyjnym *Wiadomości* występuje przed kamerą red. Dorota Wysocka. Prezenterka ma na sobie czarną sukienkę i czarny żakiet oraz niewielkie kolczyki w ciemnych barwach. Nadający z interioru dla *Wiadomości* reporterzy zachowują tę samą konwencję ubioru: zarówno relacjonująca z miejsca katastrofy autokaru red. Magda Tadeusiak (w czarnej garsonce i czarnej koszuli), jak i przekazujący najświeższe informacje sprzed szpitala w Grenoble, w którym poszkodowanym w wypadku udzielana jest pomoc, red. Michał Tracz, występujący przed kamerą w ciemnym garniturze. Do złamania konwencji żałobnego stroju dochodzi czasem w interiorze, nigdy — w studiu telewizyjnym. Niestandardowy, a nawet nieco rażący³¹, biorąc pod uwagę okoliczności, jest zatem wygląd reporterów *Faktów*: ubranej w beżowy, lekki sweter red. Anny Czerwińskiej, relacjonującej akcję ratowniczą z miejsca katastrofy, i red. Macieja Worocha, informującego o stanie pacjentów przywiezionych do szpitala w Grenoble: bordowe polo z widocznym pod spodem białym podkoszulkiem ostro kontrastuje z umieszczonym na monitorze tuż obok dziennikarza żałobnym logo katastrofy.

Podobną sytuację można było zaobserwować w polsatowskich *Wydarzeniach* z 10 kwietnia 2010 r. Tym razem z obowiązującego schematu wyłamał się red. Wiktor Bater, który swoją relację ze Smoleńska przekazywał ubrany w sweter i kurtkę. Taki strój ostro kontrastował ze standardami obowiązującymi w *Wiadomościach* czy *Faktach*, w których reporterzy (redaktorzy Piotr Kraśko i An-

³⁰ W. Grzelak, *op. cit.*, s. 92.

³¹ Przytaczam opinię grupy studentów z prowadzonego przez mnie seminarium, na którym omawialiśmy analizowany tu przypadek.

drzej Zaucha) występują przed kamerą w czerni i pod krawatem. Takie przypadki dziennikarskiej, nieco nonszalanckiej autokreacji można traktować także jako wysyłany odbiorcy komunikat: w sytuacji kryzysowej znacznie ważniejsza od nienagannego stroju jest rzetelność w gromadzeniu informacji.

Aby pokazać główne tendencje rozwojowe serwisowego minigatunku z reporterską twarzą w roli głównej, przywołuję wyniki badań przeprowadzonych przez Włodzimierza Grzelaka w 2003 r. (15–21 grudnia 2003 r.) i zestawiam je ze swoimi badaniami z 2011 r., przeprowadzonymi także w ciągu tygodnia (w okresie 30 listopada–6 grudnia 2011 r.), niemal w analogicznej porze roku. Grzelak odnotował w *Faktach* 33 standapery (z czego zdecydowana większość to standapy w poincie), natomiast w okresie od 30 listopada do 6 grudnia 2011 r. liczba analizowanych konstrukcji w sztandarowym programie informacyjnym TVN spadła do 21. Inaczej kształtują się wyniki badań w odniesieniu do *Wiadomości*. W analizowanym przez Grzelaka okresie pojawiło się ich zaledwie 14, natomiast osiem lat później liczba standapów w wieczornym programie TVP wzrosła do 31. Nastąpiło zatem odwrócenie proporcji: liczba standapów w *Wiadomościach* wzrosła niemal trzykrotnie, podczas gdy *Fakty* zdecydowanie (o ponad 30%) ograniczyły częstotliwość występowania serwisowego minigatunku. Stała obserwacja obu programów pozwala do powyższej tezy dodać jeszcze jedno uszczegółowienie: w wieczornym serwisie telewizji publicznej liczba standapów zdecydowanie obniżyła się, osiągając w połowie 2012 r. poziom porównywalny z tym, jaki odnotowały w 2011 r. *Fakty*.

One man show już nie wystarcza

Dziś w obu serwisach informacyjnych doszło do zrównania liczby standapów. Średnio w jednym wydaniu *Wiadomości* czy *Faktów* występuje ich od trzech do czterech. Ograniczenie częstotliwości występowania tego minigatunku, który jeszcze przed kilkoma laty wydawał się — zwłaszcza twórcom serwisów w telewizji publicznej — wyznacznikiem ich nowoczesności, świadczy o wyraźnym spadku poziomu jego atrakcyjności w oczach widza. Tendencji tej towarzyszy podejmowana coraz częściej próba zmodyfikowania struktury gatunkowej standapu. W serwisach TVP w czasie odbywających się w Polsce i na Ukrainie mistrzostw Europy w piłce nożnej Euro 2012 standap wpisuje się często w bliski mu retorycznie monolog komika puentującego rzeczywistość celnym dowcipem. Tę jednoosobową kreację podkreśla inna, peryfrastyczna formuła standapu: *one man show*. Okazuje się jednak, że *show* jest dużo bardziej atrakcyjne, gdy uczestników jest wielu, a zatem, już nie *one man show*, lecz *many men show*. Tego rodzaju standapową konstrukcją emitują *Wiadomości* 18 czerwca 2012 r. w drugim z kolei newsie serwisu prowadzonego przez red. Piotra Kraśkę, który łączy się

z Gdańskiem, pytając przebywającego przed stadionem red. Sławomira Siezieniewskiego: „— Czy znowu jest tak radośnie?” Otoczony kibicami dziennikarz, popychany i co jakiś czas „wybijany z kadru”, chaotycznie relacjonuje gorącą przedmeczową atmosferę, będąc nie tylko jej obserwatorem i narratorem, ale też uczestnikiem:

Około 10 tys. Hiszpanów przyjechało na dzisiejsze spotkanie. Są także Chorwaci, ale — uwierzcie mi państwo — że mimo że grają i śpiewają tutaj... na wesoło, to generalnie atmosfera jest nieco skupiona. Wszyscy trochę obawiają się tego meczu, co jest przed nami. Wszyscy też optują za wynikiem 2 : 2, bo chcieliby trochę utrzcę nosa Włochom. Atmosfera jest w każdym razie nieco gorąca, jak państwo widzą... doskonale. Około 10 tys. Hiszpanów, 7 tys. Chorwatów do tego cała masa Polaków, którzy cały czas śpiewają: „Polska. Białoczerwoni” i uczą tej pieśni kibiców. 46 pociągów tutaj przyjechało, 110 samolotów. Ambicje ogromne... No i cóż, wszyscy oczekują, że dziś obie drużyny na Baltic Arenie wywalczą sobie mecz, a wtedy fiesta będzie trwała z całą pewnością do białego rana.

Nieskładną wypowiedź Siezieniewskiego co chwilę zagłuszają okrzyki i śpiewy kibiców. W końcowej części stendapu jeden z nich wychodzi przed śpiewającą grupę i częściowo zasłaniając relacjonującego dziennikarza, zaczyna dyrygować rozbawionymi fanami futbolu. Stendapy typu *many men show* występują często w *Wiadomościach* podczas futbolowych mistrzostw Euro 2012, to jest od 8 czerwca do 1 lipca. Stają się one w tym czasie znakiem firmowym, a nawet marką telewizji publicznej, która próbuje stworzyć w Polsce atmosferę nieustającego święta, co ma oczywiście bezpośredni związek z oczekiwanym wzrostem oglądalności emitowanych przez nią relacji zarówno z meczów, jak i wydarzeń, które im towarzyszą. Przestrzenią szczególnie eksponowaną przez realizatorów serwisów informacyjnych stają się oprócz stadionów tak zwane strefy kibica — wydzielone w miastach place zapełniane w czasie kolejnych rozgrywek tymi spośród fanów piłki nożnej, którym nie udało się zdobyć upragnionych biletów na Euro 2012. Rozbawieni kibice, oglądający mecze za pośrednictwem telebimów — ustawianych często w centralnych przestrzeniach miast — stają się dla dziennikarzy *Wiadomości* ulubionymi bohaterami nowej formuły stendapów. Powrót do konstrukcji typu *many men show* nastąpi w serwisach telewizji publicznej w czasie relacji z igrzysk olimpijskich organizowanych od 25 lipca do 12 sierpnia 2012 r. w Londynie.

Przed 10 laty dominowały stendapy w puencie. W ciągu przebadanego tygodnia 2003 r. Grzelak, w 80 zanalizowanych stendapach, znalazł tylko jeden otwierający newsa i dokładnie go opisał. Była to kompozycja określona przez badacza jako „stendaper w ekspozycji”³², poprzedzająca relację z otwarcia taniej linii lotniczej Air Polonia:

³² Jak zaznacza Grzelak (*op. cit.*, s. 89), stendap w tym miejscu, w ekspozycji, spełni następujące funkcje: „będę przy tym — o tym będzie — będzie ciekawie”.

Jak zapowiedziała prezenterka *Informacji* reporter miał przetestować nowego przewodnika. Znalazł się więc najpierw na dworcu lotniczym w Gdańsku, skąd oznajmił widzom: „To nie tylko rewolucja na naszym nieco skostniałym rynku lotniczym. Tanie linie rzucają wyzwanie kolejom i autobusom. Okazuje się, że samolot może być nie tylko najszybszym środkiem transportu, ale i najtańszym”. Tekst może rzeczywiście zaciekawić, a jest to przecież bardzo ważne właśnie w ekspozycji. Jak to? Samolot tańszy od autobusu i pociągu? Chyba każdy widz, który to usłyszy, nie pójdzie do kuchni na herbatę³³.

Dziś, niemal 10 lat później, struktura stendapu w ekspozycji w polskich serwisach informacyjnych kształtuje się często inaczej. Przede wszystkim — zgodnie z coraz bardziej dominującą tendencją w „makroskali”, czyli w odniesieniu do struktury całego serwisu — stendapy dość często przekształcają się w ramę nadającą newsowi jeszcze większą dynamikę. Otóż, zgodnie z tą konwencją, news zaczyna się i kończy stendapem. Tak dzieje się zwłaszcza w przypadku korespondencji zza granicy. W *Faktach* z 27 sierpnia 2012 r. news o nadciągającym nad Florydę huraganie Isaac otwiera stendap Marcina Wrony, który patrząc w kamerę, najpierw powiadamia o nadchodzącej od — widocznego za jego plecami — morza nawałnicy i stawia dramatyczne pytanie: czy w związku z tym, że porusza się ona tym samym torem co Katrina (huragan, który siedem lat wcześniej zniszczył Nowy Orlean), wyrządzi podobne straty, po czym odwracając się w stronę morza, informuje: „ta tropikalna burza jest gdzieś tam nad wodami Zatoki Meksykańskiej”. W kolejnej części newsa pojawiają się wypowiedzi mieszkańców Florydy i informacja o zawieszeniu uroczystości związanych z zaplanowaną przez republikanów konwencją wyborczą i o możliwych zmianach w jej organizacji — tu następuje przygotowanie do drugiej, finalnej części stendapu — bo „burza Isaac nad gorącymi wodami Zatoki Meksykańskiej zyska na sile i za dwa dni stanie się huraganem pierwszej, a może nawet silniejszej drugiej kategorii. Już teraz — red. Woroch stopniuje napięcie — rozmiary burzy są potężne. Ma ona ponad 300 km szerokości”. Na ekranie pojawia się symulacja komputerowa z zaznaczoną drogą huraganu, zbliżającego się do miejsca, skąd nadaje relację Wrona. Ma ona unaocznić widzowi skalę zagrożenia, w którym to zadaniu aktywnie uczestniczy reporter, informując, że Isaac „podąża tą samą drogą, którą szedł huragan Katrina. Dziś wszystko wskazuje na to, że w śróde oko cyklonu uderzy w Nowy Orlean, dokładnie w siódmą rocznicę Katriny, która zabiła ponad 1800 osób”. Kamera znowu pokazuje redaktora, trzyma on w dłoniach mikrofon z kostką TVN i kończy swoją relację słowami: „Marcin Wrona. Clear Water Beach. Floryda”. Identycznie skonstruowany stendap pojawi się w *Faktach* po tygodniu, 2 września, w relacji red. Macieja Worocha z igrzysk paraolimpijskich w Londynie.

Ta nowa, coraz częściej wykorzystywana, także w *Wiadomościach*, odmiana reporterskiego miniatunku, którą można określić mianem ramowej kompozycji stendapu, jest świadectwem rosnącej roli tych, którzy „nadają z terenu”. Tworząc ramę okalającą newsa, dają odbiorcy znak, że nawet w warunkach katastrofy, któ-

³³ *Ibidem*, s. 89–90.

rą właśnie poświadczają swoją relacją, panują nad sytuacją: nie wymknie się ona ich reporterskim kompetencjom, a macierzysta ich stacja jak zawsze trzyma rękę na pulsie i jak zawsze, także tym razem nie zawiedzie oczekiwań swoich widzów. Podwojony stendap jest również ważnym elementem autopromocji telewizyjnych twarzy, wydłuża czas ich ekspozycji na ekranach telewizorów.

Bohaterowie stendapów w roli anchormenów, czyli o twarzy-wizerunku telewizyjnych stacji

Przywołane przykłady potwierdzają tezę o roli, jaką reporterska twarz w stendapie odgrywa w programach informacyjnych. To nie tylko anchormani w rodzaju redaktorów Tomasza Lisa czy Kamila Durczoka są — jak nazwał ich Wiesław Godzic — „wodzirejami tego show”, jakim są programy informacyjne. Podobne funkcje pełnią coraz częściej bohaterowie stendapów. W ich wciąż rosnącym znaczeniu można dopatrzeć się niemal identycznej tendencji, jaką wy dobył Godzic, charakteryzując polskich anchormenów. Podobnie jak oni stają się wizerunkiem stacji, dla której pracują. Tworzą jej *image*, ale zarazem stacja użycza im „swojego wizerunku”, a jej obraz „jest nieustannie tworzony na nowo i modyfikowany”³⁴ przez stendapowe twarze. I one także — analogia do anchormanów nadal zostaje utrzymana — kontaktują się z telewizzem, kierując swoją wypowiedź i wzrok w jego stronę, a widz — podobnie jak w relacji z prezydentem — pozostaje świadomy gry, jaką się z nim prowadzi. Gry, w której uczestniczą: telewizja jako instytucja, anchormeni udzielający głosu bohaterom stendapów i widzowie.

Podczas afrykańskiej Wiosny Ludów 2011 r., obejmującej kolejno Tunezję, Egipt i Libię, serwisy całego świata — w tym także polskich stacji telewizyjnych — zostają zdominowane obrazami krwawych zamieszek, przeradzających się w wojnę domową. Poczynając od 20 marca, relacje z Libii przekazuje korespondent *Faktów* red. Maciej Woroch: „na gorąco”, „z miejsca akcji”, wystawiony na niebezpieczeństwa krwawego konfliktu. Dwa dni później, 22 marca zapowiadany jest on przez prowadzącego serwis TVN red. Kamila Durczoka jako główna postać tego wydania *Faktów*: „Do Tobruku, miasta, które jest w rękach powstańców przeciwników Khadaffiego, dotarł godzinę temu Maciej Woroch”. „Specjalny wysłannik” — tak zazwyczaj określa się przebywających w zagrożonym interiorze dziennikarzy — rozpoczyna relację od opisanie drogi, jaką musiał przebyć, aby dostać się z granicy libijsko-egipskiej do Tobruku. Informując o niebezpieczeństwach związanych z podróżowaniem po kraju ogarniętym rewoltą, precyzuje: „trzeba jechać bardzo szybko i nigdzie się nie zatrzymując, bo to po prostu niepotrzebne ryzyko”.

³⁴ W. Godzic, *Prezenter ekspert, celebrity*, [w:] *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, Warszawa 2010, s. 299–300.

Sposób relacjonowania oraz formuły używane przez prowadzącego *Fakty* mają uświadomić widzowi, jak trudna, niebezpieczna i pełna poświęceń jest praca korespondenta. Aby rzetelnie oddać to, co się „tam” dzieje, dziennikarz podejmuje ryzyko, na co zresztą sam wskazuje w przytoczonej wypowiedzi, sugerując, że nie przekracza granic tego, co — z perspektywy stawianych przed nim zadań — konieczne. Promocję występującego w standapach reportera *Faktów* wzmacnia prowadzący serwis, akcentując zwrot „dotarł godzinę temu”, zaświadczający, że korespondent nie ma chwili wytchnienia, cały czas jest w ruchu, a nazywając go specjalnym wysłannikiem, podkreśla rangę przypisanej mu roli.

W kryzysach na ogromną skalę wywołujących zagrożenie dla tysięcy ofiar, czyli w tych sytuacjach, które z racji wysokiej oglądalności są szczególnie atrakcyjne dla telewizyjnych stacji, dochodzi do zaostrzonej gry między standapowymi twarzami. Korespondenci reprezentujący konkurujące z sobą platformy medialne starają się przelicytować przeciwnika. Tak było podczas wydarzeń relacjonowanych z Japonii po katastrofie elektrowni atomowej w Fukuszymie, w marcu 2011. Dziennikarz TVN relacjonuje dramatyczne wydarzenia z rejonu zagrożonego podwyższonym promieniowaniem, przy czym widzowie zostają poinformowani o przekroczonej przez reportera granicy bezpieczeństwa, a w kolejnym wydaniu *Faktów* gwoździem programu staje się mierzenie stopnia napromieniowania bagażu śmiałka, który właśnie powrócił do kraju.

Anchormeni w roli bohaterów standapów

Tuż po katastrofie smoleńskiej — od 10 do 19 kwietnia 2010 r. — telewizja publiczna wprowadziła w *Wiadomościach* na stałe konwencję studia w terenie (pod tym względem była zdecydowanie bardziej konsekwentna od *Faktów*, które we wskazanym przedziale czasowym zastosowały chwyt studia w terenie zaledwie dwukrotnie³⁵). W dniu 10 kwietnia rolę studia przejęły dwa miejsca: *Wiadomości* zaczynają się standardowo w gmachu przy ul. Woronicza, ale już po chwili red. Krzysztof Ziemięca przekazuje głos i — co ważniejsze — inicjatywę prowadzenia serwisu red. Piotrowi Kraśce, który znajduje się w Smoleńsku. Począwszy od 11 kwietnia, centralne studio *Wiadomości* umiejscowione jest przed Pałacem Prezydenckim w Warszawie. Początkowo za bramą pałacu, a zatem prowadząca — red. Danuta Holecka — stoi sama przed kamerą: podobnie jak w standardowym studiu obraz obejmuje jedynie prezentera, jeszcze nie widać zgromadzonych pod krzyżem tłumów. Poczynając od 12 kwietnia studio zostaje przesunięte bliżej Krakowskiego Przedmieścia: w tle jest coraz więcej uczestników sytuacji, w której „zanurzona jest” także postać prowadzą-

³⁵ Polsat nie zdecydował się w ogóle na wyprowadzanie studia z budynku stacji. Prezentowane dane pochodzą z napisanej pod moim kierunkiem pracy magisterskiej przygotowanej przez Agatę Wilczyńską.

cego serwis. Podczas relacji prezentera widz słyszy coraz wyraźniej odgłosy ustawianych zniczy i rozmowy ludzi, przed którymi kamera już nie ucieka. Przeciwnie, są oni eksponowani, niektórzy z nich gestem ręki przesyłają pozdrowienia w stronę kamery. W kolejnych dniach centralne studio *Wiadomości* zostaje przeniesione na drugą stronę Krakowskiego Przedmieścia: obraz tłumów zgromadzonych przed Pałacem Prezydenckim dopełnia atmosfery, której częścią jest postać prowadzącego serwis. Podobnie w *Faktach* z 11 kwietnia centralne studio także jest umiejscowione na Krakowskim Przedmieściu. Za plecami rozpoczynającego serwis TVN red. Kamila Durczoka widać poruszających się ludzi przybyłych, aby zapalić znicz czy złożyć kwiaty w hołdzie parze prezydenckiej — ofiarom katastrofy smoleńskiej. W tle słychać także charakterystyczne dla tego miejsca szумы i odgłosy.

Twarz upozowana, twarz bogata w dziennikarskie lapsusy i twarz zmieszana

W sytuacji kryzysowej dziennikarskie twarze przyjmują stosowny wyraz (czy jest to maska, o tym nieco dalej), język reporterów, ale i prowadzących serwisy staje się bardziej oficjalny, a nawet patetyczny, ich wygląd, poczynając od ubioru (czarny garnitur u mężczyzn, ciemna garsonka u kobiet), a kończąc na różnych dodatkach (dyskretna biżuteria), jest „na poważnie”.

W dniu śmierci Jana Pawła II, 2 kwietnia 2005 r. Justyna Pochanke w *Faktach* stwierdza:

Wadowice, Kraków Watykan... a to dlatego, proszę państwa, że chcemy być — mam wrażenie wszyscy razem. I chcemy być wszyscy razem z papieżem. Jak przyjaciele, ludzie bliscy papieżowi, jego przyjaciele ze szkolnej ławy, bo oni również od rana modlili się za Jana Pawła II [spojrzenie w dół — przyp. A.W.]. A może oni przede wszystkim. Wystarczy być, możemy się modlić. I tak naprawdę nic więcej, proszę państwa, nie możemy zrobić. Więc to jest taki rodzaj modlitwy to, że jesteśmy w tych różnych miejscach.

Na oczach widza konstruowany jest świat, w którym także studio przemienia się w miejsce modlitwy, w której uczestniczy prowadząca serwis. W czasie relacjonowania ostatnich dni życia papieża studio serwisów informacyjnych opuszcza miejsce, które jest mu przypisane na stałe, i wyrusza w teren. A razem z nim w teren wysyła się najlepszych dziennikarzy, jakimi dysponują stacje telewizyjne całego świata (bo to oni są twarzami tych stacji w czasie emisji kryzysowych serwisów oglądanych przez miliony). Tej swoistej misji powierzanej dziennikarzom świadomi są telewidzowie. Przykładem — bezbłędnie odczytana rola, jaką TVP powierzyła red. Kraśce w czasie powodzi 2010 r. W okresie od 19 do 24 maja serwisy *Wiadomości* w znacznej części, a bywa, że nawet w całości, poświęcone zostały obrazowi zniszczeń wywołanych powodzią. Bohater relacji nadawanych z powodziowego interioru pokazywany jest zazwyczaj na tle wezbranej wody, w gumowych butach do kolan, w firmowej kurtce

i z mikrofonem z kostką TVP. Internauci niemal natychmiast rozpoznają kreowaną przez TVP rolę przypisaną dziennikarzowi „twarzy” stacji:

Akurat muszę bezstronnie powiedzieć, że Piotr Kraśko, który przez długie lata zdawał się razić swoją landrynkowatością, teraz na ekranie budzi pozytywne emocje. Trzeba mu oddać honor, że nie uległ manierom, że nie wdzięczy się do widza [...], nie gwiazduje [...]. Bardzo dobrą robotę odegrał w dniach agonii JPII i konklawe. Prawdę powiedziawszy, nie mam nic przeciwko temu, by stał się główną twarzą *Wiadomości*³⁶.

„Czesia z butiku”, podobnie jak cytowany internauta „Bormanna”, diagnozuje rolę przypisaną Kraśce, ma jednak zupełnie odmienne zdanie o jego kompetencjach: „strasznie go promują tego Kraśkę, gdzie coś się dzieje tam jedzie on. Fakt, grzeczny i poukładany ten lalusz, ale ma wadę wymowy, jest mdły i na siłę chcą z niego zrobić gwiazdę”³⁷.

Przywoływany już red. Pałasiński, relacjonujący z Rzymu dla TVN przygotowania do uroczystości pogrzebowych Jana Pawła II, popełnia wiele gaf. Najbardziej spektakularny przykład to szkicowany przed kamerą apokaliptyczny obraz trudów i niebezpieczeństw czekających tych wszystkich, którzy planowali wyjazd do Rzymu na pogrzeb Ojca św. Oto fragment rozmowy pomiędzy redaktorami Bogdanem Rymanowskim i Jackiem Pałasińskim, nadawanej w *Faktach* na żywo sprzed Bazyliki św. Piotra w dzień po śmierci papieża, 3 kwietnia 2005 r.:

Jacek Pałasiński: „— Rzym to wielki dramat. Dramatem jest tutaj przemieszczanie się. Dramatem jest transport, dramatem są biura, apteki, szpitale. [...] Do mieszkania to miasto to piekło”.

Bogdan Rymanowski [przerywa]: „— Jacku, Jacku, ja myślę, że te wszystkie prawdziwe informacje, które przekazujesz, na pewno nie sprawią, że wszyscy pielgrzymi, którzy chcą tu przyjechać pożegnać Ojca św., tutaj nie przyjadą”.

Na kolejne pytanie Rymanowskiego, tym razem dotyczące tego, jak władze Rzymu przygotowały się na przyjazd tak wielkich rzesz, Pałasiński odpowiada:

„— Kilkadziesiąt metrów stąd stoi most św. Anioła. Podczas pierwszego jubileuszu w XIV w. zdeptało się tam prawie 500 osób [Rymanowski na te słowa kolegi spuszcza wzrok i nerwowo oblizuje wargi]. Mam nadzieję, że tym razem do niczego takiego nie dojdzie”.

W tej sytuacji prowadząca *Fakty* red. Justyna Pochanke uznała, że dla uspokojenia widzów konieczny jest zdecydowany komentarz: „Proszę państwa, proszę jechać do Rzymu. Myślę, że nic złego się nie stanie”.

³⁶ <http://blog.rp.pl/fausette/2008.03/06/to-nie-jest-kraj-dla-piotra-kraški/>. (dostęp: 16 kwietnia 2013).

³⁷ http://forum.gazeta.pl/forum/w,26334,24014371,,Krasco_nowym_korespondentem_w_juesej.html?v=2 (dostęp: 16 kwietnia 2013).

W medialnym lustrze

Zarówno w serwisowych relacjach związanych z chorobą, a potem z przygotowaniem do pogrzebu Jana Pawła II, jak i po katastrofie smoleńskiej dziennikarze stawiają pytania — formułowane *expressis verbis* — o status mediów, o ich podstawowe funkcje. Pojawia się tu mechanizm, który można opisać następująco: znaczenie rozgrywającego się dramatu jest naprawdę czymś niezwykłym, skoro media zajmują się nim na taką skalę. Dzień po śmierci Jana Pawła II, 3 kwietnia 2005 r., w specjalnym popołudniowym wydaniu *Wiadomości* prowadząca serwis red. Dorota Gawryluk mówi: „Odejściu Ojca św. poświęca swe niedzielne wydania światowa prasa. Większość dzienników pisze o zasługach Jana Pawła II, o pustce, którą trudno będzie zastąpić”. Jej wypowiedzi towarzyszy obraz włoskiego kiosku z prasą, ustępujący miejsca drukarni z mknącymi przed oczami widzów na taśmach pierwszymi stronami znanych na całym świecie tytułów: „L’Osservatore Romano”, „Corriere della sera”, „Financial Times”, „The Independent” czy „La croix”. Tego samego dnia w wieczornym wydaniu *Wiadomości* pojawia się szczególna odmiana trailera. Można określić ją mianem trailera „metamedialnego”, albowiem materiał filmowy poprzedzający dziennik ilustruje technologiczne instrumentarium telewizyjne, umożliwiające emisję wydarzeń, które po kilku sekundach widz zobaczy na ekranie swojego telewizora. Trailer jest obrazem studia w terenie, umieszczonego naprzeciw Bazyliki św. Piotra. W świetle telewizyjnych reflektorów stoi red. Kamil Durczok, a w cieniu widać czekających na rozpoczęcie emisji *Wiadomości* członków ekipy telewizyjnej. Zamiast dźwięku czołówki słychać wyciszoną muzykę poważną, po czym serwis otwierają słowa red. Durczoka:

Od kilku dni wszystkie media kierują swą uwagę w kierunku Watykanu. Życie papieża, jego cierpienie i śmierć — wszystko to przez 26 lat odbywało się w świetle kamer. Oto właśnie [dziennikarz unosi gazetę] jest numer watykańskiego dziennika „L’Osservatore Romano”, który już był dostępny kilkanaście minut po podaniu wiadomości o śmierci papieża. I musi paść pytanie, czy relacjonowanie tego, jak papież gaśnie, nie było złamaniem ciszy, która naturalnie towarzyszy śmierci. A może takiej roli mediów chciał sam papież, który zawsze otwierał się na ludzi i jak nikt inny potrafił wykorzystać potęgę mediów, żeby zmienić świat.

A przecież na czoło tego medialnego zgiełku (bo przecież słowa o „medialnej ciszy” to dziennikarska kokieteria) wysuwa się najważniejsza z funkcji: autopromocja mediów, nieustanne pokazywanie jedynek, czołówek i zajawek medialnych, rozprzestrzeniająca się autopromocja mediów. Ta funkcja zostaje nieco wytłumiona przez maskujący chwyt dziennikarza, który na wszelki wypadek podpowiada widzowi, że tak przecież „chciał sam papież”.

Bliźniaczą konstrukcję zastosowano w telewizji publicznej pięć lat później, po katastrofie smoleńskiej. W dniu 12 kwietnia 2010 r. prowadząca *Wiadomości* red. Danuta Holecka informuje szczegółowo o medialnym obrazie tragedii w Pol-

sce, podkreślając rangę wydań specjalnych, edycji, w których zrezygnowano z tak ważnej dla gazet przestrzeni reklamowej:

Od trzech dni każdy z nas nieustająco zadaje sobie pytanie — dlaczego? Odpowiedzi wciąż nie ma. Dziś wielu z nas próbowało je znaleźć w gazetach. W większości były to wydania specjalne. W większości, a niektóre też w całości poświęcone naszej narodowej tragedii. W wielu nie było reklam i dodatków, była tylko żałoba, ból, pamięć i też szukanie odpowiedzi na pytanie dlaczego?

Konstituując swoją wypowiedź, red. Holecka zwraca uwagę na nadrzędną w tym czasie — w stosunku do wielu innych potrzeb Polaków — rolę mediów:

Gazety była to dziś rzecz pierwszej potrzeby, żeby sprawdzić, żeby upewnić się, że to wszystko naprawdę się wydarzyło. Tytuły gazet mówiły wszystko: *Tragedia narodowa*, *Prezydent nie żyje*, *Żałoba narodowa*, *Prezydent wraca do kraju*. Każda gazeta to wydanie specjalne, wiele w całości poświęcono tragedii sprzed trzech dni — dosłownie znikają z półek.

Na dowód kamera pokazuje kolejno tytuły: „Rzeczpospolita”, „Newsweek. Polska”, „Gazeta Wyborcza”, „Angora”, „Polityka”, „Wprost”, po czym zostają przywołane krótkie relacje o katastrofie zamieszczane w zagranicznej prasie: z „Kommirsanta”, „Die Welt” czy „New York Times’a”.

Błogosławieni dziennikarze?

Spektakularne zmiany w powszechnie obowiązujących standardach zachowań dziennikarzy przypominane są zazwyczaj w związku z postacią Jana Pawła II. Jednym z najbardziej dramatycznych telewizyjnych obrazów z jego późnych pielgrzymek były półzblżenia prezentujące zmagania człowieka z własną słabością. Operatorzy podejmowali trudne wyzwania, wymagające zachowania dystansu, ale i taktu wobec choroby, cierpienia czy innych ograniczeń. Uczyli się nowych ról, podobnie jak dziennikarze, poznający medialną siłę tych środków wyrazu, które w codziennych relacjach uznawane są za poważny błąd warsztatowy:

Wydarzeniem była prawie półgodzinna cisza towarzysząca modlitwie Ojca Świętego w kalwaryjskim sanktuarium. Taka cisza w każdym innym przypadku byłaby dla telewizji zabójcza. Tu była siłą. Niosła w sobie o wiele więcej treści niż najlepszy film biograficzny o Papieżu — o jego korzeniach, pobożności maryjnej³⁸.

W czasie pielgrzymek papieskich łagodniały dziennikarskie obyczaje. Pomimo konkurencji dziennikarze stawali się dla siebie bliżsi, podejmując współpracę. Tego rodzaju zachowania nasiliły się szczególnie w czasie ostatniej pielgrzymki Jana Pawła II do Polski. Wówczas gdy zrozumiano, że papież już nigdy nie odwiedzi swojej ojczyzny:

³⁸ E. Czackowska, *Lzy profesjonalistów*, [w:] *Błogosławieni dziennikarze*, (= „Press” wrzesień 2002), <http://www.press.pl> (dostęp: 22 stycznia 2011).

W czasie tej pielgrzymki po raz pierwszy w sektorze prasowym można było dostrzec płaczących dziennikarzy. Każdy z nas wie, że nie należy angażować się emocjonalnie w relacjonowane wydarzenia. Jednak siła oddziaływania Papieża jest tak wielka, że chwilami trudno było zachować dystans³⁹.

Podobny nastrój wśród dziennikarzy panował w pierwszych dniach po katastrofie smoleńskiej:

Nie ma co ukrywać, że my dziennikarze znamy się z politykami. I też mamy ludzkie uczucia. Ja akurat z tych ofiar około 20 osób znałem osobiście. Cała ta sytuacja była nieprawdopodobna. To sprawiło, że na kilka dni poczucie realnej wspólnoty smutku zatarło linię demarkacyjną między dziennikarzami a politykami. Ludzie to dostrzegli i zdawali sobie z tego sprawę. Nie było w tym faszystwej nuty⁴⁰

— komentował red. Tomasz Lis.

Godzic, analizując tamte dni, stwierdza:

Obserwowaliśmy polityków i dziennikarzy, którzy się znają i razem przeżywają ból po stracie znajomych. To była taka transmisja ze stypy, na której pojawiła się rodzina i najbliżsi znajomi. Dla nas, widzów, politycy są jednak postaciami dalekimi. Od mediów mamy prawo oczekiwać czegoś więcej niż wspólnego płaczu, autentycznego czy nie⁴¹.

Między idealizacją a mistyfikacją

Odrzucając symplifikującą diagnozę Godzica, odwołuję się raz jeszcze do Goffmana. Nie można bowiem zapominać, że sam podział na wystąpienia publiczne prawdziwe i przedstawienia fałszywe jest całkowicie bezzasadny. Założenie, że te pierwsze są spontaniczne i nieprzygotowane, a te drugie „starannie skomponowane z nieprawdziwych elementów”, „nie pomagają w analizie działań wykonawcy”. Wszak — jak twierdzi autor *Człowieka w teatrze życia codziennego* — „naturalne stosunki społeczne powstają w taki sam sposób, w jaki powstaje sytuacja na scenie”. I wreszcie konkluzja, jego mądra (ale i gorzka) konkluzja: „nie cały świat jest sceną, lecz niełatwo rozstrzygnąć, w jakiej mierze sceną nie jest”⁴².

Jeśli komunikację rozumiemy zgodnie z pragmatyczną teorią znaczenia, leżącą u podstaw interakcjonizmu symbolicznego (rzecz jasna, w przypadku telewizji można mówić jedynie o interakcji niebezpośredniej) jako „działanie polegające na kreowaniu nowych obrazów siebie”, czyli „intencjonalne przekazywanie znaczeń

³⁹ *Ibidem*.

⁴⁰ M. Kowalczyk, G. Kopacz, *Parszywy zawód*, „Press” maj 2010, s. 24.

⁴¹ *Ibidem*.

⁴² E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, oprac. i wstęp J. Szacki, przeł. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, Warszawa 2000, s. 99–100.

dotyczących własnej osoby”⁴³, to aktywność eksponującego się w czasie sytuacji kryzysowych reportera można ujmować na dwa sposoby. Jego zachowania przed kamerą lokują się między biegunami, które Goffman określa jako idealizację bądź mistyfikację. Aby udratyzować swoje wystąpienie, dziennikarz podsuwa uczestnikom performansu „swoje wyidealizowane na różne sposoby obrazy”. Jego występ przybiera charakter ceremonii, w ramach której najważniejsze jest dawanie „publicznego wyrazu odnowienia i potwierdzenia moralnych wartości wspólnoty”⁴⁴.

A zatem może warto zdystansować się także od tezy Godzica, zgodnie z którą telewizyjne wiadomości „zasadniczo są [...] gatunkiem fałszywym: symulującym prezentację rzeczywistości poprzez włączenie jej obrazów w dyskurs rozrywkowego przedstawienia”⁴⁵. Chodzi bowiem o możliwość przeformułowania (jeszcze dokładniej: przeformulowywania) pytań medioznawczych w taki sposób, aby uwolnić się od powtarzanych do znudzenia argumentów na rzecz symulacji, reprezentacji itd. Wydaje się, że nieustannie powtarzane, niewiele już wnoszą do dyskursu medioznawczego. Kończą się one bowiem zazwyczaj wnioskiem o infotainmentcie bądź tabloidyzacji telewizji (neotelewizji). Rozważania nad serwisami (zwłaszcza w sytuacjach kryzysowo-celebracyjnych) stają się bardziej nośne, gdy przekierowujemy uwagę na ujęcie proponowane przez antropologów i próbujemy spojrzeć na komunikację — także medialną, a może przede wszystkim medialną — nie jako transmisję, produkowanie hydraulicznych obrazów komunikacji⁴⁶, lecz jako odgrywanie kultury.

⁴³ Por. charakterystykę Goffmana jako teoretyka mediów, przedstawioną przez Agnieszkę Ogonowską (*ibidem*, s. 157).

⁴⁴ *Ibidem*, s. 65.

⁴⁵ W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002, s. 105.

⁴⁶ Y. Winkin, *op. cit.*, s. 21.