ALEKSANDER WOŹNY
Uniwersytet Wrocławski

Przewodnicy, oszuści, mistyfikatorzy. Antropologia serwisowych porządków rzeczy

Umieszczając telewizyjne serwisy informacyjne w szerokich kontekstach kulturowych, nie zamierzam nadmiernie nobilitować wskazanego przedmiotu badań. Rzecz w tym, by w obrębie emitowanych codziennie przez telewizyjne stacje dziennikach dostrzec coś więcej niż tylko dodane do siebie newsy, porządkowane — jak chcą politolodzy— według nieśmiertelnej *agenda setting*. Ujęciu „wiadomości dnia", o której w pełni arbitralnym, zrelatywizowanym kulturowo i technologicznie charakterze pisał Neil Postman[1]:

> Informacja, treści lub, jak kto woli, „materiał", tworzący coś, co się nazywa wiadomością dnia, nie istniał — nie mógłby istnieć — w świecie pozbawiony mediów, które pozwoliłyby dać im wyraz. Nie chcę przez to powiedzieć, że takie fakty, jak pożary, wojny, morderstwa i romanse, nie zdarzały się zawsze i wszędzie na całym świecie. Mam tu na myśli brak technologii do ich rozgłoszenia; pozostałyby one poza świadomością ludzi, którzy nie włączyliby ich do swej codziennej krzątaniny. Po prostu informacja taka nie mogłaby istnieć jako cząstka treści kultury […]. Wiadomość dnia jest wymysłem naszej technologicznej wyobraźni […]. Kultury pozbawione mediów o szybkości przekazu równej prędkości światła […] nie mają wiadomości dnia.

przeciwstawiam perspektywę „długiego trwania". Pozwala ona dostrzec w serwisowych porządkach z jednej strony wzmożoną cykliczność, z drugiej natomiast — proces krystalizowania repertuarów form, pozwalających odbiorcom stabilizować znaczenia, włączać oferowane przez dzienniki figury wyobraźni do własnych światów. Paratekstowemu imaginarium kulturowemu, które przybiera postać serwisowych trailerów, czołówek, zróżnicowanych znaków tożsamości itp., towarzyszy obszar wspólnoty budowany przez bogatą sferę presupozycji. A wytwarzane w nich przeświadczenia i aksjologie sprzyjają pokusom inkrustowania serwisów ideologią w taki sposób, który w klasycznych analizach zawartości może być niewidoczny. Za strefę potencjalnego zagrożenia trzeba także uznać możliwość sterowania odbiorcą za pośrednictwem przybierającej na sile upodrzędniającej hipotaksy, tendencji do rozmywania tradycyjnej struktury wiadomości i coraz bar-

[1] Por. N. Postman, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, wstęp M. Mrozowski, Warszawa 2002, s. 25.

Colloquia Anthropologica et Communicativa 8, 2015
© for this edition by CNS

dziej natarczywej obecności w serwisach, zwłaszcza tych, które emituje telewizja publiczna, narratora o „boskich" kompetencjach.

Wejście w „empirię", która pozwoli — żywię tę nadzieję — udokumentować zarysowane wstępnie tezy, poprzedzą jeszcze dwie uwagi wstępne. Pierwsza z nich dotyczy granic wyznaczających teren, po którym będę się poruszał. Badane serwisy ujmuję w perspektywie mijającego dziesięciolecia. To dokładnie 10 lat temu, właśnie jesienią 2004 roku, w polskich stacjach telewizyjnych nasila się ostra walka na programy informacyjne: gromadząca się przed ekranami w trakcie ich emisji wielomilionowa publiczność to mocny argument, że jest się o co bić. Rywalizacja na dzienniki została wówczas uznana za jedno z najważniejszych wydarzeń roku na polskim rynku telewizyjnym. Odnowiony zespół Faktów przeprowadza się do nowoczesnego studia w oddanej do użytku nowej siedzibie ITI. Powierza mu się sprzęt i oprawę, która może przyprawić dziennikarzy o zawrót głowy: sterowane komputerowo kamery sunące po suficie studia, ściana ze stu plazmowymi monitorami, obrotowy stół prezenterski[2]. W tym samym czasie nowe studio otrzymuje zespół Wiadomości, a Polsat zmienia swojemu serwisowi wygląd studia, formułę i nazwę — z Informacji na Wydarzenia. Oprócz rewolucyjnych przemian, występujących raz na kilka lat[3], serwisy przechodzą sezonowy lifting. Cykliczne zmiany „wystroju" telewizyjnych dzienników dokonują się dwa razy do roku: wraz ze zmianą ramówki, a dzieje się tak wiosną i jesienią, zmienia się oblicze telewizyjnych serwisów, a także — od czasu do czasu, zwłaszcza w momentach przesileń politycznych, związanych w telewizji publicznej z cyklem wyborczym — ich personel. O tym, jaki będzie lifting personalny „jesień 2003", 12 września — na drugiej stronie — informuje „Gazeta Wyborcza":

[2] K. Guzik, *Rewolucja Faktów i niusyzacja telewizji*, [w:] *30 najważniejszych programów TV w Polsce*, red. W. Godzic, Warszawa 2005, s. 27.

[3] W komunikatach poprzedzających 15. rocznicę wyemitowania pierwszego programu *Faktów* — przypadała ona na 3 października 2012 roku — platforma TVN szeroko informowała o ultratechnologicznym wymiarze nowego studia rodem z science fiction, o jego rozmiarach i o spowodowanej nimi możliwości „wystąpienia zadyszki u prezentera" przy nagrywaniu krótkich wejść, o najwyższej rozdzielczości gigantycznych ekranów i o niezwykłych możliwościach graficznych: „Videowall ma rozdzielczość 10240 × 1440 pikseli. Dla porównania — domowe telewizory full HD mają 1920 × 1080 pikseli. To naprawdę robi wrażenie. Żeby wyświetlić na nim piękną grafikę w tak wysokiej rozdzielczości, potrzebne są sprzęgnięte i zsynchronizowane aż dwie potężne stacje graficzne. Jedna nie dałaby rady. Moduły do budowy nowej ściany video zostały sprowadzone z Belgii. Przebudowa studia trwała 4 miesiące. Na świecie ścianę podobnej wielkości ma tylko telewizja Al Jazeera w Katarze. […]. W centralnym miejscu pozostaje stół prezenterski, który w zależności od programu, będzie odpowiednio kadrowany. Przy nim będę czytane serwisy TVN24, realizowane Poranki TVN24, Fakty i Fakty po południu. Do studia przenoszą się też Fakty po Faktach". Kształtujące nowy wizerunek studia TVN wypowiedzi szefów działów telewizyjnej realizacji i grafiki uzupełnia komentarz Kamila Durczoka, redaktora naczelnego Faktów: „Mam nadzieję, że ta cała ultratechnologia pozwoli jeszcze lepiej pokazać i przekazać, co się dzieje w kraju i na świecie". *W TVN24: Nowy videowall jak u Al Jazeera*, http://satkurier.pl/news/78589/tvn24-nowy-videowall-jak-u -al-jazeera.html (dostęp: 11 września 2013).

© for this edition by CNS

okazuje się, że red. Jolanta Pieńkowska nie będzie już prowadzić „bardzo prestiżowego niedzielnego wydania Wiadomości. Zastąpi ją Danuta Holecka”[4]. Po upływie dekady — i przesileniach wyborczych — dla red. Holeckiej nie będzie już miejsca w kolejnym sezonie Wiadomości. Jesienny lifting głównego programu informacyjnego w telewizji publicznej anonsowany jest w „Rzeczpospolitej” z 14 września 2007 roku nagłówkiem „W parach o 19.30” i — dodatkowo — nadtytułem „Duże zamiany w Wiadomościach”. Zapowiadane od początku października „spore zamiany” mają objąć przede wszystkim wystrój studia — na

bardziej dynamiczny. Zaplanowano także emisje programów spoza warszawskiego studia, również z zagranicy. Zamiast jednej osoby wiadomości mają poprowadzić damsko-męskie pary. Pierwsza z nich to Dorota Wysocka oraz Jarosław Kulczycki […]. Druga para to też znana już z Wiadomości Małgorzata Wyszyńska oraz Piotr Świąc.

Stacje telewizyjne nie zapominają o liftingu wiosennym — w „Rzeczpospolitej” z 14 lutego 2011 roku czytamy: „Stojący prowadzący, nowe oświetlenie, ujęcie kamerą z lotu ptaka, biało-niebieska scenografia — to główne zmiany, jakie dziś widzowie zobaczą w Wiadomościach”. Kolejne modyfikacje dotyczą telewizyjnej realizacji i warstwy paratekstualnej:

Nad metamorfozą serwisu od kilku tygodni pracuje zespół pod okiem reżysera Jana Sosińskiego i odpowiedzialnego za światło Andrzeja Jeziorka (krótkometrażowy film *One Survivors Remember*, do którego robił zdjęcia, otrzymał Oscara). Twórcą nowej oprawy jest Łukasz Siemiątkowski.

Miesiąc później, 17 marca 2011 roku, „Rzeczpospolita” przekaże informacje na temat dość niespodziewanych dla ekipy Wiadomości zmian, związanych z relacjonowaniem pierwszej rocznicy katastrofy smoleńskiej:

Najlepsze wozy transmisyjne, prawie 70 osób, w tym kilkunastu reporterów, specjalnie zbudowane w Smoleńsku studio i Wiadomości nadawane z miejsca katastrofy — tak relacjonowanie rocznicy 10 kwietnia jeszcze w lutym planowano w TVP. W Smoleńsku i Moskwie kilka razy byli jej pracownicy. Wybrano między innymi miejsca, gdzie będą stały wozy transmisyjne i studio. — Niedawno dowiedzieliśmy się, że mamy nie robić rocznicy aż z takim rozmachem, jak planowano. Będzie nacisk na pokazywanie tego, co się dzieje przed Pałacem Prezydenckim w Warszawie, gdzie zgromadzą się zwolennicy PIS — mówi osoba z telewizji.

Opis formuł upodrzędniających rozpocznę dość nietypowo, bo od przypomnienia nadrzędnego członu ideologicznego, który w czasach stanu wojennego przyjmował postać w pełni spersonalizowanej instancji nadawczej. Mowa o „odręcznych poprawkach generała Jaruzelskiego”, nanoszonych „bardzo drobnym pismem” na materiały przekazywane prezenterom Dziennika Telewizyjnego

[4] Warto odnotować zmianę, jaka nastąpiła w minionym dziesięcioleciu, w rozumieniu prestiżowych wydań telewizyjnych dzienników. Dziś za takie uważa się wszystkie emisje z wyjątkiem weekendowych, dlatego też najbardziej popularnym redaktorom nie powierza się prowadzenia dzienników w soboty i niedziele. Jako celebryci mają oni w tym czasie prawo, rygorystycznie przestrzegane, do wypoczynku.

© for this edition by CNS

z Urzędu Rady Ministrów, wszystkie bowiem teksty czytane na wizji tam właśnie były redagowane. A ponieważ docierały one „nawet 10 minut przed emisją", wywoływały, nie tylko u prezenterów, co zaświadcza red. Marek Tumanowicz (pomysłodawca „uwiarygodnienia" wojskowymi mundurami redaktorów, którzy prowadzili dzienniki)[5], nerwowe reakcje. I wymagały przeprowadzenia — jak się można domyślać — wielostopniowych korekt, upodrzędniających prezentowane na wizji materiały z terenu w taki sposób, aby pozostawały w zgodzie z produkowanym centralnie członem nadrzędnym. Jeśli natomiast odwołać się do świadectw odbioru serwisów telewizyjnych w stanie wojennym, to wiadomo, że były one bojkotowane ostentacyjnym wychodzeniem całych rodzin o godz. 19.30 na osiedlowe podwórka. Wraz ze stopniowym osłabianiem drastycznych sankcji wprowadzonych 13 grudnia wracał zwyczaj oglądania dziennika telewizyjnego całymi rodzinami. Trudno dziś jednoznacznie dowieść, czy — i w jakim stopniu — ideologiczne upodrzędnianie telewizyjnych wiadomości — rzecz jasna w nieporównanie mniejszym natężeniu — obowiązywało jeszcze ćwierć wieku później, za prezydentury Aleksandra Kwaśniewskiego. Jednak zwyczaj kolektywnego odbioru/kontroli wciąż był aktualny: „Co wieczór na oglądanie telewizyjnych Wiadomości i omawianie najważniejszych spraw spotykali się Kwaśniewski, Ungier, Siwiec i Kalisz. To był pierwszy krąg najbliższych współpracowników"[6].

Druga uwaga pozwoli przybliżyć anonsowaną w tytule niniejszego szkicu antropologię serwisowych porządków rzeczy. Umieszczając telewizyjne wiadomości w perspektywie antropologii kulturowej, traktuję je jako rodzaj zinstytucjonalizowanych form ludzkiego doświadczenia rzeczywistości, jako jedną z „praktyk dyskursywnej rzeczywistości kulturowej", w której ramach ujawniają się jej cechy prototypowe, „podobieństwo, partycypacja, a nawet poznawcza rywalizacja z innymi praktykami, a nie unikatowość, odrębność czy przeciwstawność wobec reszty dyskursów kulturowych"[7]. Włączenie koncepcji literaturoznawców: Ryszarda Nycza, zgłaszającego swój akces do kulturowej teorii literatury, i szczególnie mi bliskiej Piotra Kowalskiego, badacza, który przez lata budował zręby antropologii historycznej, ściśle wiąże się ze wskazaniem tworzonego przez nich kontekstu teoretycznego: dla obydwu uczonych punktem wyjścia była literatura wysoka; obydwaj umieścili ją w szczególnej optyce metodologicznej. Rzecz w tym, aby w literaturze dostrzec nie to, co wyjątkowe, lecz to, co przeciętne. Odwrócić uwagę od tego, co idiomatyczne, a dążyć ku temu, co paradygmatyczne.

[5] A. Blinkiewicz, *Dziennikarz, którego nienawidziły miliony Polaków*, http://wiadomosci.wp.pl/kat,1342,title,Dziennikarz-ktorego-nienawidzily-miliony-Polakow,wid,10664334,wiadomosc.html?ticaid=111129#czytajdalej (dostęp: 10 września 2014).

[6] I. Janke, *Prezydenci za zamkniętymi drzwiami. Rzecz na Święta*, „Rzeczpospolita" 24–27 grudnia 2009.

[7] R. Nycz, *Wprowadzenie. Kulturowa natura, słaby profesjonalizm. Kilka uwag o przedmiocie poznania literackiego i statusie dyskursu literaturoznawczego*, [w:] *Kulturowa teoria literatury. Główne pojęcia i problemy*, red. M.P. Markowski, R. Nycz, Kraków 2012, s. 31, 32.

© for this edition by CNS

Warto bowiem wsłuchiwać się w „instynkty czasów", wyłowione przez Kowalskiego z obserwacji Alexisa de Tocqueville'a, który ostrzegając — z perspektywy przemian mentalności europejskiej — przed kulturowymi pułapkami kryjącymi się w amerykańskiej demokracji, ujawnia tajniki swojego warsztatu badawczego:

> By to [poznanie „jądra dawnego ustroju"] osiągnąć, nie tylko przeczytałem jeszcze raz słynne książki, jakie zostawił wiek osiemnasty, postanowiłem przestudiować wiele dzieł mniej znanych i mniej na rozgłos zasługujących, które wszakże, choć napisane nie tak pięknie, tym lepiej ujawniają rzeczywiste instynkty czasów[8].

Aby zilustrować zmiany w poetyce właściwe nowoczesnej sztuce, Ryszard Nycz przywołuje znaną metaforę autotematyczną z *Jądra ciemności* Josepha Conrada:

> Marynarskie opowieści to zgrzebna prostota, cały ich sens zmieści się w łupince orzecha. Jednakże Marlow nie był typowym marynarzem (wyjąwszy upodobanie do opowieści): według niego znaczenie zdarzenia nie tkwi w nim niczym jądro, a jest na zewnątrz, otacza opowieść, która wysnuwa je jakby opary nad żarem ognia, na podobieństwo mglistych aureoli widocznych niekiedy w widmowej poświacie księżyca[9].

W powieściach Conrada dochodzi do przemieszczania lokalizacji znaczenia. Czytelnik nie odnajdzie go we wnętrzu dzieła, lecz „w obszarze uznawanym dotąd za jego »zewnętrze«, w sferze związków, odniesień i wpływów, tyleż artystycznej tradycji, co doświadczanej rzeczywistości". Conradowska poetyka zmienia bowiem status znaczenia, przydaje mu status zdecydowanie relacyjny, powstaje ono bowiem w rezultacie interferencji zachodzącej między „a) tekstowymi strategiami organizacji znaczenia oraz zaktywizowanym przez nie, z jednej strony, b) podmiotowymi kompetencjami poznawczymi, a z drugiej strony c) artystyczno-kulturowymi kontekstami"[10].

Conradowską metaforę mglistych aureoli, obrazującą rangę „zewnętrza" opowieści, i Tocqueville'owskie instynkty czasów, chcę uzupełnić jeszcze jedną figurą. To metafora turysty, eksploatowana m.in. w koncepcjach Zygmunta Baumana, Deana MacCannela, Jamesa Clifforda, Johna Urry'ego[11]. Jest ona nie tylko jednym z najpopularniejszych tropów opisujących współczesne style życia. Henri Bergson dostrzegł w niej, jak wykazuje Ryszard Nycz[12], sieć uwarunkowań, określających możliwości poznawcze i egzystencjalne człowieka przełomu XIX i XX

[8] A. de Tocqueville, *Dawny ustrój i rewolucja*, przeł. H. Szumańska-Grossowa, Kraków 1994, s. 22.

[9] J. Conrad, *Jądro ciemności*, przeł. B. Koc, Warszawa 2000, s. 13.

[10] R. Nycz, *Poetyka intertekstualna: tradycje i perspektywy*, [w:] *Kulturowa teoria literatury. Główne pojęcia i problemy*, s. 163–164.

[11] Por. m.in. Z. Bauman, *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Warszawa 2000, J. Clifford, *Rotes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, London 1997; J. MacCannel, *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, przeł. E. Klekot, A. Wieczorkiewicz, Warszawa 2002; J. Urry, *Spojrzenie turysty*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2007.

[12] R. Nycz, *Wprowadzenie*..., s. 14.

© for this edition by CNS

wieku. Filozof porównuje pozycję podmiotu do sytuacji cudzoziemców, trzymających w dłoniach

otwartą książkę, gdzie znajdują […] opis cudów, które ich otaczają. Pochłonięci tą lekturą czy nie zapominają oni czasem, zdaje się, dla niej o pięknościach, które zobaczyć przyszli. Tak też wielu między nami podróżuje poprzez byt, z oczyma utkwionymi w formuły, które czytają w pewnego rodzaju przewodniku wewnętrznym[13].

Badacz literatury, przywołując rozważania Bergsona, wskazuje na głębokie uwarunkowanie kulturowe, porządkujące proces poznawania dzieł sztuki. Widzi w jego metaforze turysty sytuację obcego-poznającego, który porusza się po nieznanym uniwersum wyposażony w uprzednio zgromadzoną wiedzę. To ona, stając między gołym okiem turysty a poznawanym przezeń przedmiotem, ma zapewnić poruszającemu się po obcym terytorium pewnego rodzaju opiekę. Ale nie wolno zapominać, że w mechanizmie kulturowego uwarunkowania odbioru dzieł — pozostającego w zgodzie czy wręcz podporządkowanego wewnętrznym bedekerom — kryje się poważne zagrożenie. I to właśnie zjawisku panoptycznego nadzoru, uwewnętrznionemu w „instruktarzach odbiorczej obsługi"[14], chcę się przyjrzeć w niniejszym szkicu. Interesują mnie tu jednak nie literackie, lecz medialne przewodniki, przeprowadzające widza niczym eskorta przez wartki, porywający strumień telewizyjnych wiadomości[15]. Paratekstualni przewodnicy, którzy przyjmują w serwisach telewizyjnych formę trailerów i hedlajnów, dżingli i standapów, banerów i pasków, znaków firmowych i logotypów. Ich nadzór[16], sprawowany nad serwisową strukturą wiadomości, ujawnia się pod postacią korytarzy, przedsionków, komór powietrznych, śluz[17], którymi transportuje się widza. Podróż, do której zapraszają przewodnicy-realizatorzy, ma być bezpieczna, nie

[13] H. Bergson, *Zdrowy rozsądek i nauki klasyczne*, przeł. F. Thumen, „Widnokręgi" 1911, s. 198, [cyt. za:] *ibidem*, s. 14.

[14] R. Nycz, *Wprowadzenie...*, s. 12.

[15] W ujęciu proponowanym przez Gérarda Genetta (*Palimpsesty. Literatura drugiego stopnia*, przeł. A. Milecki, [w:] *Współczesna teoria badań literackich za granicą*, red. H. Markiewicz, t. 4, cz. 2, Kraków 1992, s. 319) paratekstem są: „tytuł, podtytuł, posłowia, wstępy, uwagi od wydawcy itd., noty na marginesie, u dołu strony, na końcu; epigrafy; ilustracje; wkładka reklamowa; notka na obwolucie lub opasce i wszystkie sygnały dodatkowe, pióra autora lub innych osób, tworzące otokę (zmienną) tekstu".

[16] Funkcję eskortującą paratekstów badacze komunikacji peryferyjnej uznają za podstawową (por. I. Loewe, *Parateksty w telewizji*, [w:] *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*, red. A. Gwóźdź, Kraków 2010; A. Woźny, *Odtąd już nic nigdy nie będzie tak samo. Media, kryzysy, ewenty... i peryferie*, Wrocław 2013).

[17] Metaforami komory powietrznej i śluzy opisuje Gérard Genette działania literackich paratekstów: „komory powietrzne pomagają czytelnikowi przeniknąć z jednego świata do drugiego, bez narażania się na zbytnie przemęczenie", natomiast dzięki śluzom może pozostawać „na tej samej wysokości" „idealnie i relatywnie niezmienna tożsamość tekstu" i „empiryczna (socjalno-historyczna) rzeczywistość publiczności". Parateksty, twierdzi uczony, mają zapewnić tekstom „takie przeznaczenie, które pokrywa się z zamierzeniem autora" (G. Genette, *Paratexte. Das Buch vom Beiwerk de Buches*, Frankfurt a. Main 2000, s. 389, cyt. za: F. Krautkramer, *Poszerzenie sfery*

© for this edition by CNS

można go narażać na nieuzasadniony wysiłek. Tworzą więc wokół niego coraz gęstszą otulinę drogowskazów, multiplikują eskorty, prowadząc widza ścieżkami, na których pojawia się coraz więcej znaków-sugestii-wskazań, dotyczących tych bardziej właściwych porządków rzeczy. Zabierają go w podróż przez serwisowy byt, kierując w taki sposób jego wzrok (i — dodajmy do Bergsonowskiej uwagi — słuch), aby oczy telewizyjnego turysty były utkwione w formułach, które czyta w pewnego rodzaju przewodniku wewnętrznym.

Wszechupodrządniająca hipotaksa i wszechwiedzący, wszechobecny narrator

Badając marksistowską historiografię literacką doby peerelu, Katarzyna Kasztenna określa podstawową formułę sterującą ideologicznym dyskursem. Jest nią „zasada konstruowania i rozbudowy układów hipotaktycznych, upodrzędniających". Ten dobrze rozpoznany w retoryce chwyt formalny polega na tworzeniu napięcia między poprzednikiem a następnikiem. Pierwszy z nich, *protasis*, w składniowej hipotaksie zapowiada temat, który znajduje rozwiązanie w finale, określanym mianem *apodosis* (*finis, reflexio*). W analizowanym przez autorkę „dziejów formy niemożliwej" nurcie dyskursu historiograficznego

> zasadniczy dramat rozgrywa się między założonym, apriorycznym *principium* i rozbudowanym ponad miarę *reflexio*, między nadrzędnym członem ideologicznym a podrzędnym członem „empirycznego", ściślej — historycznoliterackiego — potwierdzenia. Konstrukcja rozdziałów, sposób budowania wyjaśnień, wreszcie język tych dzieł tworzą iluzję takiej wszechpodrzędności, a więc i — pozornego — uporządkowania, okiełznania opisywanej rzeczywistości[18].

Hipotaksa, stosowana z odpowiednim natężeniem, wywołuje u odbiorcy postawę wspomagającego oczekiwania, a rozpoznanie jej struktury budzi w nim pragnienie dopełnienia zdania, osiągnięcia zapowiadanego finału.

Warto w tym miejscu przytoczyć także uwagi Michała Głowińskiego o kompozycji tekstu krytycznoliterackiego, które zainspirowały poszukiwaną przez Kasztenną paralelę — dla ogólnych reguł dyskursu historiografii — w obrębie syntaksy:

> Jeśliby szukać analogii składniowych, powiedzieć by można, że Brzozowski buduje dyskurs nie na zasadzie zdania złożonego podrzędnie, w którym relacje między poszczególnymi składnikami są ściśle wyznaczone, ale na zasadzie zdania złożonego współrzędnie, którego części składowe mogą pozostawać ze sobą w luźnym stosunku, są ustawicznie niejako obok siebie[19].

---

granicznej — paratekst w filmie, [w:] *Pogranicza audiowizualności*, s. 231; G. Genette, *op. cit.*, s. 38–390, cyt. za: A. Zons, *Czas czołówki*, [w:] *Pogranicza audiowizualności*, s. 215.

[18] K. Kasztenna, *Z dziejów formy niemożliwej. Wybrane problemy historii i poetyki polskiej powojennej syntezy historycznoliterackiej*, Wrocław 1995, s. 72–73.

[19] M. Głowiński, *Wielka parataksa. O budowie dyskursu w „Legendzie Młodej Polski" Stanisława Brzozowskiego*, „Pamiętnik Literacki" 1991, z. 4, s. 54.

© for this edition by CNS

Serwis informacyjny niejako z natury ma charakter parataksy — kompozycji, której części składowe (newsy) pozostają wobec siebie w swobodnym, wzajemnie niezależnym stosunku. Relację osobności, pozostawania obok siebie, i związaną z nią dynamikę zmieniających się nieustannie informacji dobrze opisuje metafora kalejdoskopu, chętnie przywoływana przez badaczy telewizyjnych programów informacyjnych[20]. Całkowicie odmiennie rzecz się ma z kryzysowymi czy ewentowymi wydaniami serwisów. Tu kalejdoskopową parataksę wypiera hipotaksa, wielopoziomowe upodrzędnienie. W taką strukturę wyposażane są serwisowe wydania specjalne, poświęcone — w całości bądź w przeważającej części — jednemu tematowi.

Warto wskazać na jeszcze jeden rodzaj upodrzędnionej kompozycji, co wyraźnie widać w Wiadomościach z 16 kwietnia 2014 roku, w których po pierwszym newsie, rozpoczynającym się relacją Marcina Szewczyka o rosnącej we wschodniej Ukrainie liczbie Rosjan i o zajmowaniu przez nich kolejnych budynków administracji, pojawia się red. Kraśko (prowadzący to wydanie) i informuje, że w Doniecku jest „nasz specjalny wysłannik". To Leszek Krawczyk, któremu Kraśko zadaje pytanie: kto rządzi w tym rejonie? W odpowiedzi pojawia się nic niewnoszący „do sprawy" cytat z relacji Szewczyka, który — przypomnijmy — specjalizuje się w problematyce społeczno-politycznej. Oto nagminnie powtarzająca się konstrukcja w Wiadomościach, zwłaszcza w korespondencjach nadawanych z zagranicy. „Nasz wysłannik" nie ma nic nowego do powiedzenie, jedyną racją jego wystąpienia na antenie jest to, że przebywa w odległym, czasami dość egzotycznym lub niebezpiecznym miejscu. „Newsem" ma być sama jego obecność, a *apodosis* nie rozwija niczego, bo — jak się okazuje — w *protasis* wszystko już zostało powiedziane. Jeszcze częściej w Wiadomościach mamy do czynienia z sytuacją, gdy to dziennikarz prowadzący serwis uprzedza informacje przekazywane w korespondencjach. Mimo że w swojej zapowiedzi opiera się właśnie na nich — wszak często są do jego dyspozycji na jakiś czas przed emisją dziennika — powstaje wrażenie, że korespondencyjny „następnik" niczego nie wnosi do wszechogarniającego „poprzednika". Relacja upodrzędnienia dobitnie potwierdza rozkład z góry przydzielonych ról komunikacyjnych.

Konkluzja „wszechobecność narracji stała się faktem" wskazuje na wzmożoną egzystencję opowieściowego widzenia przedmiotu badań w wielu dziedzinach humanistyki. Od historii, socjologii i psychologii społecznej przez religioznawstwo, teologię, filozofię i prawo po antropologię kultury. Kategoria ta jest bowiem wielce przydatna w poszukiwaniu mechanizmów uspójniających i sensotwórczych, co widać w podejmowanych w obrębie wskazanych dyscyplin próbach oswajania świata bądź jego kreacji. Porządkująco-sensotwórczy charakter opowieściowości, ujawniający się na różnych poziomach humanistycznych fa-

[20] Por. M. Mrozowski, *Telewizyjne programy informacyjne — polskie i zagraniczne (analiza porównawcza)*, „Studia Medioznawcze" 2009, z. 3, s. 29.

© for this edition by CNS

bularyzacji, rodzi wielorakie pokusy. Urzeczenie narracyjnością może przybierać polemiczną formę dydaktycznych inspiracji (przykładem — zalecane na lekcjach historii wczuwanie się w dylematy postaci historycznych przez uruchomienie mechanizmów myślenia narracyjnego), może też uwrażliwiać na zagrożenia związane z opowieścią zagarniającą, stosowaną często w relacjach o cudzych kulturach. Sprzyjają one zawładnięciu „innym", tym drugim. Ostrzegając przed tego rodzaju opowieściową hegemonią, antropolodzy — wypada tu przywołać Jamesa Clifforda[21] — poszukują antidotum w obrębie form i gatunków dobrze znanych literaturze. Tradycyjną upodrzędniającą narrację trzecioosobową i techniki prowadzenia opowieści z punktu widzenia postaci miałyby zastąpić bardziej bezpieczne konstrukcje, do których zalicza się kompozycje kolażowe, luźne kolekcje fragmentów. Przed brutalnym zreifikowaniem „innego", zagrożeniami wynikającymi z zaocznego zwieńczenia — jak powiedziałby Bachtin — jego słowa, naruszenia jego autonomii bądź podmiotowości chronić mają techniki i strategie bliższe raczej cytowaniu słowa bohatera niż ingerencji w jego wypowiedź.

Nadmierna ekspozycja hipotaksy w połączeniu z wszechwiedzą prowadzącego serwis narratora może wywoływać niezaplanowane efekty, którym trudno odmówić niezamierzonego komizmu. Taki właśnie wymiar przybiera opowieściowa hegemonia Wiadomości prowadzonych przez red. Piotra Kraśkę. Zapowiedź sformułowana na początku hedlajnu z 27 sierpnia 2014 roku: „Zaraz powiem, jak zmienił się świat 27 sierpnia", zawiera przede wszystkim presupozycję, że tego właśnie dnia, w którym prowadzi serwis Kraśko, świat się zmienił. Warto zaznaczyć, i to wcale nie na marginesie, że to tylko on — sprawujący funkcję szefa Wiadomości — spośród liczącej kilka osób ekipy prezenterów głównego wydania Wiadomości w telewizji publicznej pozwala sobie na takie sformułowania. Przyjrzyjmy się, jak doszło do „zmiany świata" 27 sierpnia Anno Domini 2014: Wiadomości otwiera trailer z ćwiczeń wojsk NATO, po nim anonsowane są trzy newsy w hedlajnie — Donald Tusk prezentuje w Sejmie plany rządu w roku przedwyborczym, Rosja może w zimie ograniczyć gaz przesyłany Ukrainie, nad polskim niebem lata coraz więcej prywatnych samolotów. W żadnej z tych informacji, podobnie jak w pięciu pozostałych, wyemitowanych w tym dniu w Wiadomościach (Niemcy przeciwne zwiększeniu wojsk NATO w Polsce, kolejny rozejm Izraela i Hamasu, lakier do paznokci jako wykrywacz pigułki gwałtu, wszczęcie postępowania wobec arcybiskupa Wesołowskiego oskarżonego o pedofilię, przegrana Celticu Glasgow). Nie ma przełomu na miarę Kraśkowej formuły. Korzystając z pozycji hegemona rozdzielającego głosy, redaktor prowadzący udziela głosu samemu sobie, zapowiada sam siebie: „zaraz powiem". Nadmierna ekspozycja

[21] W przedstawionym omówieniu kwestii narracyjnych we współczesnej humanistyce, uporządkowanych przez Annę Łebkowską (*Narracja*, [w:] *Kulturowa teoria literatury. Główne pojęcia i problemy*, s. 181–215), umieszczam także — wskazaną przez badaczkę — koncepcję Jamesa Clifforda (*Kłopoty z kulturą. Dwudziestowieczna etnografia, literatura i sztuka*, Warszawa 2000, s. 17).

© for this edition by CNS

aktu własnej wypowiedzi — właściwa hipotaktycznym konstrukcjom[22] — ujawnia pompatyczność i ekspansywność narracji.

To już nie jest, opisywana przez Małgorzatę Lisowską-Magdziarz, konwencja „podtrzymywania iluzji naturalnej hierarchii ważności spraw" za pomocą stałych formuł językowych w rodzaju „najważniejszą wiadomością dnia jest dzisiaj" czy reguła polegająca na wywoływaniu wrażenia aktualności przez doniesienia *live* z pola walk czy miejsc, w których doniosłe wydarzenia dobiegły końca: „to tu właśnie, proszę państwa, jeszcze wczoraj rano". Akcentowanie ideologii aktualności zastępuje zaiste boska wiedza głównego narratora Wiadomości. Nadnarratora, który kilka miesięcy wcześniej w identyczny sposób wtrąca widza w ramy opowieści zagarniającej, przytłacza go hegemonią opowiadacza. Oto formuły red. Kraśki z 20 marca 2014 roku: „powiem, jak w ostatnich godzinach zmienił się świat", „zaraz powiem, jak daleko może posunąć się Ukraina" czy — z tego samego dziennika — „Co zmieniły ostatnie godziny?". Tu serwis ustanawia świat, powołuje rzeczywistość do istnienia, słowo prezentera ma moc sprawczą. Pojawia się wielce zasadne pytanie: jak przeżyć kolejne 24 godziny, zanim znowu zapali się dla na nas, maluczkich, światło, które niosą telewizyjni prezenterzy. Od tego momentu — od emisji każdego kolejnego serwisu zaczyna się liczyć czas. To czas mityczny, całkowicie zredukowany do 24-godzinnego cyklu.

Ale w tego rodzaju zabiegach dobitnie ujawnia się jeszcze jeden wymiar czy raczej — intencja producentów serwisu. Zanim spróbują ją wydobyć, muszę najpierw przywołać inną niezwykle płodną formułę językową, stosowaną często (trzeba tu koniecznie dodać, że nie tylko w Wiadomościach — choć tu najczęściej — lecz także w TVN-owskich Faktach czy polsatowskich Wydarzeniach) we współtworzonych przez serwisy sytuacjach kryzysowych: „Odtąd już nic nigdy nie będzie tak samo"[23]. Tak popularną, że mogła posłużyć jako tytuł książki, w której starałem się pokazać, jak reporterzy serwisów informacyjnych,

[22] Pisząc o złej prasie kategorii narracji wszechwiedzącej, Jonathan Culler (*Wszechwiedza*, [w:] *idem*, *Literatura w teorii*, przeł. M. Maryl, Kraków 2013, s. 248–249, 253, 267, 270) dowodzi, że przypisywany jej przez wielu badaczy atrybut transcendentnej pozycji jest nieprawdziwy, i zastępuje boską wszechwiedzę narratora przymiotami, które wskazują na zupełnie odmienną jej proweniencję: „to praca obrotnego cwaniaka, który kręci się w pobliżu i dysponuje dużą wiedzą o czynach i myślach każdej z postaci". Wiążąc analizowany typ narracji z charakterystyczną dla niej monologicznością, zarzuca jej niwelowanie dialogiczności, tak doniosłej w prozie narracyjnej, i sytuuje ją na pozycjach policyjnej władzy, panoptycznego nadzoru i kontroli. Cullerowskie analizy praktyk narracyjnych nie ograniczają się do literatury. Poszukując odpowiedzi na pytanie o styl w filozofii: „co to znaczy, że tekst filozoficzny jest źle napisany", uczony wskazuje na różnicę między parataktycznym i hipotaktycznym sposobem organizacji wypowiedzi. „Parataktyczne akapity" — tak widoczne choćby w *Dociekaniach filozoficznych* Wittgensteina — charakteryzuje powściągliwość, oszczędność, dążność do aforyzmu. Rozwlekłość, dygresyjność, pompatyczność i ekspansywność przypisuje Culler hipotaktycznemu stylowi egzegety Wittgensteina, Stanleyowi Cavellowi.

[23] Por. A. Woźny, *op. cit.*, s. 12, 111–112, 152, 186, 191, 195.

© for this edition by CNS

relacjonujący z miejsca katastrofy, włączają widzów w widowisko, jakiego świat jeszcze nie widział. Posługiwali się nią zarówno po katastrofie smoleńskiej, jak i po śmierci Jana Pawła II. Przewijała się jak lejtmotyw po 11 września 2001 roku i w materiałach serwisowych z trzęsienia ziemi na Haiti czy w Fukushimie. To tą formułą próbuje oczarować widzów Kraśko w Wiadomościach z 19 kwietnia 2011 roku, komentując wydarzenia w Syrii: „W tej części świata już nie nic będzie takie samo". Przywoływana w sytuacjach kryzysowych ma ona uświadomić widzom zerwanie ciągłości i potrzebę odbudowy świata, który runął „na naszych oczach".

Starannie budowana aura oczarowania, zrównująca emocje reportera i telewidzów, przydaje dziennikarzowi-uczestnikowi dramatu statusu śmiałka, stawiającego czoła zagrożeniu terrorystycznemu czy sile żywiołów. Gdy 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, pojawia się korespondent, który zagrożonemu powszechną katastrofą światu zaczyna przywracać ład i porządek. Dzielny redaktor (i tu można podać wiele nazwisk, aczkolwiek specjalistą najwyższej próby jest tu red. Kraśko) niczym bohater eposu znowu jest tam, gdzie być powinien, a my mu towarzyszymy 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 pojutrza, kiedy świat znowu stanie na krawędzi.

Pojemna formuła „odtąd już nic nigdy nie będzie tak samo", która w sytuacji kryzysowej ma wstrząsnąć i przebudzić, może stać się na co dzień żartobliwą konwencją wykorzystywaną do zupełnie niekryzysowych celów. Tak jak w żartobliwym komentarzu Kraśki, który informując widzów Wiadomości (listopad 2011 roku) o śmierci Hanki Mostowiak, postaci w serialu „M jak miłość", oznajmia: „odtąd już nic nigdy nie będzie tak samo", czy w teaserach emitowanych pod koniec lipca 2012 roku i zapowiadających — poruszającą formułą: „bo jak skończą, już nic nie będzie takie samo" — „pojedynek Pascala i Okrasy", który okaże się jedynie kolejną kampanią reklamową sieci dyskontów spożywczych Lidl.

Jak widać, profetyczna formuła ma moc niezwykłą, w zależności od potrzeb wzywa widza do przebudzenia w obliczu świata na krawędzi bądź służy jako znakomity slogan, reklamujący w czasie kryzysów tę właśnie platformę medialną jako sztandarowy produkt marketingowy instytucji nastawionej na zysk. Podobną funkcję ma pełnić dochodzące do nas z wysoka zawołanie tego, który wie. Wszechwiedzącego i wszechobecnego narratora, który obwieszcza: „zaraz państwu powiem, jak zmienił się świat". W ten sposób próbuje się zasugerować, że najważniejsze wydarzenia oczekują na możliwość zaprezentowania się w ser-

© for this edition by CNS

wisie, w tej jego edycji i w tej właśnie stacji telewizyjnej. Albowiem Kraśkowe „zaraz państwu powiem" to już nie wiadomość dnia, o której w pełni arbitralnym, zrelatywizowanym kulturowo i technologicznie statusie pisał Postman. Iluzję ważności spraw wypiera tu iluzja ważności, pierwszoplanowości medium, konkretnej platformy medialnej i tego programu, który właśnie oglądamy. I tego prezentera, który właśnie mówi. Oto panoptyczne *origio* serwisowe, w którym kreowane „ja" opowiadacza ma jednoznacznie określić sytuację odbioru[24]. Pożyczone u językoznawców *origio* odnosi się do systemu czasowo-przestrzennego sytuacji mówienia, który wyznacza współrzędne treści wypowiedzi. To wspólne dla nadawcy i odbiorcy pole wskazywania jest rodzajem centrum, stanowi początek, punkt zerowy aktu mówienia. Dokonujące się w obrębie komunikatu wskazywanie na miejsca i czas jest zapośredniczone, odbywa się w relacji właśnie do owego niezwerbalizowanego, istniejącego trochę jakby na prawach elipsy, *origio*.

Gdy w serwisie informacyjnym studio zostaje przeniesione do interioru, diametralnie zmienia się czasowo-przestrzenny system odniesienia, warunkujący komunikację z widzami redaktora prowadzącego dziennik. W centrum reporterskiego świata znajduje się dziennikarz sprawozdający, jego pozycja wyznacza współrzędne czasu i przestrzeni. Studio w terenie nabiera szczególnych znaczeń w sytuacji zagrożenia, takiej na przykład jak wydarzenia na kijowskim Majdanie na przełomie 2013 i 2014 roku. Intensyfikuje się wówczas komunikacja deiktyczna, odnosząca widza do współrzędnych przestrzeni, w której znajduje się relacjonujący dziennikarz. Multiplikowane są konstrukcje deiktyczne: „tu", „w miejscu, gdzie właśnie stoję", „obok mnie", czy ulubione określenie stosowane bez umiaru przez telewizyjnych dziennikarzy, sprawozdających w dramatycznych okolicznościach: „za moimi plecami". Że wszystko, co warto obejrzeć, dzieje się za plecami red. Beaty Tadli, dowiadujemy się z wydanie specjalnego, emitowanego 19 lutego 2014 roku „z Warszawy, ale i zarazem z Kijowa". Prowadzący serwis ze studia w Warszawie red. Kraśko najpierw powiadamia, że centrum Kijowa stoi w płomieniach, a następnie informuje: „Świadkiem tych wydarzeń jest Beata Tadla". Reporterka swoją relację z Majdanu rozpoczyna od słów: „Będziemy obserwować to, co się dzieje za moimi plecami". Oto wypowiedź otwierająca kolejne specjalne wydanie Wiadomości z Majdanu (z 21 lutego 2014 roku): „Kilkadziesiąt minut temu dokładnie w tym miejscu, w którym jesteśmy [gest red. Kraśki

[24] W proponowanym ujęciu korzystam z przedstawionej przed laty przez Kazimierza Bartoszyńskiego (*Opowiadanie a deixis i presupozycja*, [w:] *idem*, *Teoria i interpretacja. Szkice literackie*, Warszawa 1985, s. 191–192) charakterystyki „podstawowej formy komunikatu słownego", jaką jest „ustny komunikat osadzony w konkretnej sytuacji pragmatycznej w tle pragmatycznym i w zespole dostępnych nadawcy i odbiorcy presupozycji". Badacz literatury uznaje tak zdefiniowany komunikat za „zerowy punkt odniesienia wszelkiej narracyjności". W mojej propozycji układ *origio* odnosi się do sytuacji pragmatycznej wytwarzanej w serwisach informacyjnych.

© for this edition by CNS

potwierdza, że chodzi o to właśnie miejsce, w którym stoi], zostały ranne dwie osoby". Dramaturgia dalszej jego relacji budowana jest przez eksponowanie zagrożeń związanych z miejscem, w którym przebywa. Pozycje zajmowane przez snajperów („gdzie mogą być snajperzy") są określane przez współrzędne systemu czasowo-przestrzennego sytuacji mówienia-relacjonowania na żywo przed kamerą: „Ci najgroźniejsi byli w trzech miejscach: tu, po mojej lewej ręce [stosowny gest] na dachu budynku konserwatorium". Gest prawej ręki: „W hotelu Ukraina było ich prawdopodobnie dwóch", a na koniec reporterska ręka kieruje się w stronę kamery: „są mniej więcej 500 metrów ode mnie, w górę ulicy, na której stoję".

Wydanie specjalne z 20 lutego 2014 roku, prowadzone przez Tadlę z hotelu na Majdanie, rozpoczynają słowa:

> Witam państwa z ukraińskiego piekła. To jest regularna wojna. Jesteśmy, proszę państwa, w Kijowie. I stąd wyjątkowe, bo o nietypowej porze [tj. o godz. 18.50] wydanie Wiadomości […]. Dosłownie przed chwilą, proszę państwa, byliśmy świadkami wstrząsających scen. Aż ciężko znaleźć słowa, żeby to opisać, ponieważ tutaj obok, w hotelu [uniesiona ręka i wyciągnięty wskazujący palec — A.W.], w którym zakwaterowanych jest większość dziennikarzy. W tej chwili hol hotelu jest kostnicą. Tutaj składowano ciała przez cały dzień. I te ciała przed momentem zaczęto wynosić [półobrót w tył, głowa całkowicie odwrócona od kamery — A.W.]. Na razie te ciała [półobrót — A.W.] położono tutaj [ponownie zwrot do kamery — A.W.].

Hiperbolizowanie deiktycznych wskaźników przestrzennych może prowadzić do niezamierzonych efektów humorystycznych. Tak dzieje się w specjalnym wydaniu Wiadomości z 16 marca 2014 roku, w dniu, w którym na Krymie odbywa się referendum. Serwis otwiera trailer, w którym w efekcie starannego doboru ujęć wynik głosowania można uznać za przesądzony z góry: na początku openera pojedyncze sylwetki uzbrojonych żołnierzy, groźnie wyeksponowanych na tle wschodzącego słońca, następnie obraz lokalu wyborczego, w którym widać rosyjską flagę, a na koniec na gmachu jakiejś instytucji użytku publicznego (być może jest to lokal wyborczy) młody chłopak wywiesza trójkolorową flagę. Następnie trailer przechodzi w czołówkę, po czym na ekranie, w półzbliżeniu pojawia się prowadzący wydanie red. Kraśko, który tak oto kończy zapowiedź telewizyjnego dziennika: „Za mną Morze Czarne, przede mną morze rosyjskich flag […]. Dobry wieczór państwu. To specjalne wydanie Wiadomości z Sewastopola na Krymie".

Trawestacja znanej formuły Kanta uwydatnić ma deiktyczny status postaci dziennikarza, relacjonującego z miejsca, na które zwrócone są oczy świata: tam gdzie jest on, tam znajduje się *axis mundi*. Tam przebiega oś świata. A kiedy jest się tak bardzo wyeksponowanym, warto zadbać o każdy wymiar swojego wizerunku. Także ten lifestyle'owy. Przeto kurtka Kraśki jest wybitnie markowa, o czym powiadamia wyraźnie widoczna na ekranie metka. To King's Own — marka promowana m.in. w programie Mai Sablewskiej — celebrytki odzieżowej.

© for this edition by CNS

Poziom zero i serwisowe bedekery

Przywołuję ponownie ten wymiar serwisu, podstawowy w proponowanym tu ujęciu, który był anonsowany w uwagach wstępnych. Otóż drogę do pogłębionego, antropologicznego ujęcia telewizyjnych wiadomości otwiera zarówno dostrzeżenie ich cykliczności oraz „długiego trwania", jak i wytwarzanego przez nie imaginarium kultury, praktyk kolekcjonujących wytwory ludzkiego doświadczenia. To w nim, w obrębie *imago mundi*, ujawniają się sposoby konceptualizowania świata, przez m.in. operowanie czasem i przestrzenią. Ukryte są w nim także — zazwyczaj dość głęboko — sądy wartościujące, potoczne aksjologie. To „materia podstawowa kultury". Dotarcie do niej pozwala odtworzyć paradygmaty kultury, w których obrębie działają repertuary „wyborów »leksykalnych« i kombinatorycznych". To tu, na „poziomie zero", działają instynkty czasów, wyznaczające obszar wspólnoty doświadczeń, powszechnej komunikacji — aksjomaty przyjmowane przez jej uczestników bezrefleksyjnie, na poziomie wiedzy potocznej: standardów, stereotypów, oczywistości[25]. Już w pierwszym doniesieniu z Soczi, które Wiadomości wyemitowały niemal pół roku przed rozpoczęciem zimowej olimpiady, przekazywana jest widzom „oczywistość", która ma potwierdzić powszechnie żywione przekonanie — z perspektywy realizatorów TVP — że igrzyska zakończą się fiaskiem. W materiale *Prawie gotowi* z 26 września 2013 roku red. Piotr Kraśko, informując o przeprowadzonej przez MKOl kontroli aren sportowych w Soczi, ostatniej przed olimpiadą, podaje w wątpliwość pozytywną opinię wystawioną organizatorom przez zrzeszenie: „Obiekty rzeczywiście są gotowe, ale, jak przekonała się Arleta Bojke, z komunikacją to są spore kłopoty". W trwającej niemal minutę wiadomości korespondentka serwisu relacjonuje przebieg wizytacji delegatów, zauważając z satysfakcją, że „spowodowane deszczem gigantyczne korki całkowicie sparaliżowały miasto". Wyrażając swoje zaniepokojenie pozytywną oceną stanu olimpijskiej infrastruktury, dziennikarka wypowiada opinię, z której wyraźnie przebija negatywny stosunek do organizatorów imprezy: „Igrzyska Olimpijskie w Soczi już zostały okrzyknięte najdroższymi w historii. Wszystkie sportowe obiekty budowane były od zera, ale mówi się też o ogromnej korupcji i największym od lat upolitycznieniu".

Ale powszechne wyobrażenia, tworzące repertuary form, dzięki któremu członkowie różnych społeczności porządkują i nadają znaczenia swoim światom, mogą przybierać jeszcze inną, bardziej widowiskową, a więc — dla telewizji — szczególnie atrakcyjną, postać. Są one przewodnikiem wewnętrznym — powracam do Bergsonowskiej perspektywy — pozwalającym tworzyć własne figury wyobraźni, scalające to, co istnieje pod postacią „odwiecznych" toposów, motywów, standardowych ikon. To tu lokuję opisywane w książce o kryzysach i ewen-

[25] P. Kowalski, *Świat Andrzeja Komonieckiego. Studia z antropologii historycznej*, Wrocław 2010, s. 106–108.

© for this edition by CNS

tach parateksty-ikony kulturowego imaginarium, które przybiera w telewizyjnych serwisach postać wymyślnych żałobnych logo czy symulacji komputerowych, dopowiadających własne, skonstruowane przez producentów wiadomości i zgodne z domysłami widzów narracje, rekonstruowane w sytuacji, gdzie zabrakło świadków czy wszechobecnego — jak mogłoby się wydawać — oka kamery.

Kulturowe imaginarium intensyfikuje się w rytmach sezonowych, uzyskując status „celebracji rytualnych[26]", obecnych nie tylko — jak się okazuje — w kulturach tradycyjnych, ale także w naszej codziennej kulturze mediów:

> We Francji wielkonakładowe czasopisma ilustrowane pozwalają kontemplować nieśmiertelny orszak *dossier* tematycznych, które z roku na rok pojawiają się w formie i w kadencji praktycznie niezmienionej. Koniec każdego cyklu solarnego zapowiadają artykuły spieszące z pomocą w przygotowaniach fajerwerków chałupniczej gastronomii, stanowiących dziś zasadniczy element niegdysiejszych świąt Bożego Narodzenia. Wraz z nadejściem kolejnego okresu rytualnego teksty kulinarne ustępują miejsca wydaniom specjalnym [podkr. — A.W.] poświęconym problemom gastrycznym, w logicznej konsekwencji ekscesów uprzednich, a zdrowie pozostaje tematem uprzywilejowanym aż do końca lutego, miesiąca uważanego przez medycynę dziennikarską [podkr. — A.W.] za czas szczególnego zagrożenia grypą. Ledwie zdążymy zadumać się nad niedomaganiami naszego organizmu, zostajemy brutalnie porwani przez lawinę informacji dotyczących tematu nie mniej bolesnego, jakim są podatki: te same bablane pytania i odpowiedzi powtarzają się co roku, skądinąd nie zwalniając czytelnika z udziału w zaszczytnym obowiązku złożenia informacji o osiągniętych dochodach. Następnie nadchodzą specyficzne tematy wiosny — okresu przejściowego, podarowanego nam litośnie przez naturę, aby przygotować ciała — nadwątlone ciężkimi doświadczeniami zimy i obżarstwa — do ekspozycji na plażach, gdzie będzie je sądziło surowe oko bliźniego, nawykłe do kontemplowania nieskazitelnych anatomii w żurnalach mody. Pisze się wówczas wyłącznie o witaminach, dietach odchudzających i ćwiczeniach fitness. Początek wakacji otwiera wreszcie sezon artykułów wtajemniczających nas w najbardziej subtelne arkana seksu, z czego winniśmy zapewne wnosić, że zaczyna się wówczas pora roku, w której rozbudzają się nagle uśpione dotąd namiętności. Końcowi urlopów, oznaczającemu bolesny powrót do szarej rzeczywistości, nieodmiennie towarzyszą numery specjalne [podkr. — A.W.] poświęcone depresji, pełne dobrych rad, jak przetrwać do kolejnego Bożego Narodzenia[27].

Opisana przez etnologa perspektywa cykliczności, rokroczne celebracje rytualne przybierają w naszych telewizyjnych wiadomościach postać kalendarza uroczystości kościelnych, narodowych[28] i — zwłaszcza w ostatnich latach — sportowych. Zacznijmy od celebracji sportowych, gdyż — jak się wydaje — to właśnie tu nastąpiła najbardziej spektakularna zmiana „naturalnej" hierarchii wartości w telewizyjnych serwisach:

> Konwencja zakłada, że to, co nowsze, bardziej krótkotrwałe, jest ważniejsze od tego, co zdarzyło się jakiś czas temu. Przy okazji podpowiada ona widzom, które sfery życia są najważniejsze; podstawowa kolejność wiadomości w serwisie każe przechodzić od informacji politycznych do ekonomicznych, poprzez problematykę społeczną aż po, zazwyczaj na końcu, kulturę i sport. Ko-

[26] W. Stoczkowski, *Ludzie, bogowie i przybysze z kosmosu*, przeł. R. Wiśniewski, Warszawa 2005, s. 12, 16.

[27] *Ibidem*, s. 16–17.

[28] O narodowych celebracjach żałobnych por. A. Woźny, *op. cit*.

© for this edition by CNS

lejność ta jest tak dalece znaturalizowana, iż wyemitowanie informacji kulturalnej czy sportowej jako pierwszej (z wyjątkiem nadzwyczajnych okoliczności, jak otrzymanie przez Polaka Nagrody Nobla czy zdobycie przez rodzinną reprezentacje mistrzostwa świata w futbolu) musiałoby być przez widzów odbierane jako naruszenie oczywistej hierarchii ważności wydarzeń, znaczące z powodów politycznych („o co im może chodzić, że dali to na początek?"), albo jako brak profesjonalizmu ze strony osób produkujących serwis[29].

Tak o „naturalnej" hierarchii wartości w telewizyjnych serwisach można było mówić jeszcze kilka lat temu. Dziś wydarzenia sportowe konkurują swoją rangą z politycznymi i ekonomiczno-społecznymi, odwracając klasyczny porządek, *agenda setting*. Tak było w czasie relacjonowanych przez Telewizję Polską futbolowych mistrzostw Europy w 2012 roku[30], podobnie niekończącą się serwisową serię sportową Wiadomości zafundowały swoim widzom z okazji zimowych igrzysk olimpijskich w Soczi w 2014 roku. By ją udokumentować, konieczne jest uruchomienie, przywoływanej już kilkukrotnie w niniejszym szkicu, perspektywy długiego trwania, pierwsze newsy o olimpiadzie wyprzedzają bowiem niemal o cztery miesiące inaugurację igrzysk.

Oto marginalizowane, mogłoby się wydawać, wiadomości sportowe, które jeszcze nie tak dawno nie miały najmniejszych szans na wybicie się na czołowe pozycje w telewizyjnych serwisach, tradycyjnie umieszczane na szarym końcu — wszak ustępowały miejsca informacjom politycznym, ekonomicznym, społecznym czy kulturalnym — dziś są dla tamtych bardzo poważną konkurencją. Przyjrzyjmy się zatem tendencji, w której obrębie doszło do odwrócenia tradycyjnej hierarchii ważności. Tendencji, którą można określić mianem „agenda setting à rebours". Aby ją dostrzec, konieczne jest włączenie Braudelowskiej metodologii. Podkreślam umowny jej charakter w obrębie badań medioznawczych, wszak u francuskiego historyka etapy/cykle długiego trwania obejmują nawet tysiąclecia. W proponowanym tutaj ujęciu długie trwanie obejmuje okres znacznie dłuższy niż dwa tygodnie, satysfakcjonujący zazwyczaj medioznawców.

Począwszy od 26 września 2013 roku, w Wiadomościach aktualizowane jest olimpijskie kalendarium, które aż do końca marca 2014 wyznaczać będzie jeden z najważniejszych rytmów serwisów telewizji publicznej. Współtworzony serią pre-tekstów przez telewizyjny dziennik medialny produkt zimowych igrzysk tworzy rodzaj serwisowej diachronii (celowo wprowadzam tę paraoksymoroniczną formułę językową).

[29] M. Lisowska-Magdziarz, *Media powszechne. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Kraków 2008, s. 154–155.

[30] O serwisowych maratonach ewentów Euro 2012 pisałem szerzej w *Odtąd już nic nigdy nie będzie tak samo…*, zwłaszcza w rozdziałach *Interfejs kina w telewizyjnych serwisach informacyjnych* oraz *Twarze i maski telewizyjnych serwisów kryzysowych, czyli odgrywanie kultury.*

© for this edition by CNS

Serwisowe diachronie vs. agenda setting

Jak zatem kształtuje się przedmiot badań, gdy materiał poddany analizie obejmuje 13 miesięcy? Okazuje się, że w przedziale od 1 marca 2013 do 31 marca 2014 roku, w czasie którego wyprodukowano 396 głównych programów informacyjnych wyemitowanych w polskiej telewizji publicznej[31], aż 57 serwisów rozpoczynały trailery o tematyce sportowej, co stanowi przeszło 14 procent całej próby. Oznacza to, że dynamiczne „filmiki" sportowe otwierały średnio jeden serwis na tydzień. W zdecydowanej większości (52 przypadki) były one powiązane z anonsowanymi przez prezenterów głównymi wiadomościami dnia.

W rytmie długiego trwania lokują się także przygotowania do konklawe i sama uroczystość wyboru papieża w 2013 roku czy kanonizacja Jana Pawła II w 2014 roku. Wyprzedzając egzemplifikację, wskazuję na wyraźnie zarysowującą się prawidłowość: w obrębie serwisowej diachronii obowiązuje porządek stopniowego uzyskiwania coraz lepszej pozycji w rankingu newsów. Im bliżej finalnego wydarzenia, tym wyższe miejsce w tworzonej każdego dnia hierarchii ważności zdarzeń. Za pierwszą wyraźnie związaną z kanonizacją informację w Wiadomościach można uznać tę, która została wyemitowana 5 stycznia 2014 roku. Już 100 dni przed spodziewanym potwierdzeniem przez Kościół włączenia Jan Pawła II do grona świętych Dziennik informuje, że w Watykanie prawie wszystko jest gotowe. Także rzymskie hotele oczekują gości, niektóre z nich podniosły ceny nawet czterokrotnie, a władze miasta spodziewają się do trzech milionów pielgrzymów. W zakończeniu korespondencji z Rzymu pojawiają się sceny z pogrzebu Jana Pawła II. Warto zauważyć, że telewizyjny news kanonizacyjny nie jest w żaden sposób związany z jakimkolwiek oficjalnym komunikatem Watykanu czy władz Rzymu. Mogłoby się wydawać, że skoro tego dnia nie wydarzyło się nic, co miałoby jakikolwiek związek z kanonizacją, news jest nieuzasadniony. Tego rodzaju teza wskazywałaby jednak na zupełną ignorancję w dziedzinie medialnych i PR-owskich kalendarzy, wszak jednym z najważniejszych rytmów telewizji są „studniówki". Sto dni np. nowo utworzonego rządu to okazja do zorganizowania konferencji prasowej i pochwalenia się pierwszymi osiągnięciami: nikomu nie przeszkadza, że zazwyczaj ich nie ma. Jest natomiast okazja do kolejnego — i to na ogół głośno fetowanego — wystąpienia przed kamerami wielu telewizyjnych stacji.

[31] Wskazane cezury czasowe zostały dokładnie zaplanowane. Chodziło o uchwycenie częstotliwości występowania w Wiadomościach pre-tekstów, zapowiadających telewizyjny tekst centralny, którym miała być olimpiada zimowa w Soczi. W wyniku analiz podjętych w ramach prowadzonego przez mnie seminarium magisterskiego, poświęconego peryferyjnym tekstom kultury, powstała praca dyplomowa Agaty Biernat, zawierająca interesujące i pracochłonne zestawienia, do których odwołuję się w niniejszej części artykułu.

© for this edition by CNS

News kanonizacyjny pojawia się w Wiadomościach jako siódmy, ostatni w rankingu z 5 stycznia. W kolejnych miesiącach, tygodniach czy wreszcie dniach poprzedzających kanonizację będzie się systematycznie piął w górę (na 96 dni przed centralnymi uroczystościami w Rzymie kard. Stanisław Dziwisz uruchomia, umieszczony w oknie papieskim, zegar odmierzający czas do tego wydarzenia, 28 stycznia w pieszą pielgrzymkę do Rzymu wyruszają z Miłosławia Jolanta i Zbigniew Janczakowie, 15 marca w samotną pielgrzymkę kanonizacyjną udaje się pan Adam Uliczny z Lublina itd.), zajmując coraz wyższą pozycję. Stanie się w końcu nie tylko „wiadomością dnia", lecz także uzyska status wydania specjalnego, w którym wszystkie informacje Wiadomości będą poświęcone jednemu tematowi — kanonizacji.

Do najbardziej aktualnych serwisowych diachronii w Wiadomościach należy bez wątpienia przeradzający się w wojnę konflikt na Ukrainie. Ale są też diachronie znacznie bardziej spersonalizowane, budowane wokół jednej postaci. Przykładem jest historia chorego Dawidka, wpleciona w diachronię Euro 2012, czy konkurencyjna wobec kanonizacyjnego rytmu historia seryjnego mordercy Trynkiewicza, która na początku 2014 roku niemal zmonopolizowała przez dwa tygodnie polskie serwisy telewizyjne. Nie jest moim zamiarem sporządzenie pełnego rejestru i — co za tym idzie — przedstawienie typologii serwisowych diachronii, konieczne natomiast wydaje się przypomnienie, że w polskich badaniach nad telewizyjnymi serwisami dominuje ujęcie synchroniczne. Przykładem modelowym jest z jednej strony propozycja Macieja Mrozowskiego[32] (obejmuje zaledwie dwa tygodnie, bo takie było zlecenie Telewizji Polskiej), z drugiej badania Piotra Francuza[33]. Zarówno w tym ostatnim przypadku, jak i w krótkim rekonesansie Wiesława Godzica[34] widać, jak bardzo brakuje perspektywy długiego trwania. W tego typu badaniach tworzy się sztuczną — z punktu widzenia uczestników spektaklu, jakim są telewizyjne wiadomości — sytuację komunikacyjną. Ignorowany jest fakt podstawowy: oglądający serwisy widzowie są „odpytywani" z pojedynczych edycji, podczas gdy w naturalnych warunkach znaczna część odbiorców, zwłaszcza tych ze średnim i wyższym wykształceniem, ogląda regularnie co najmniej jeden serwis. Deklarują przy tym wysoką rangę telewizyjnych wiadomości w swoim codziennym kalendarzu[35]. Jest zatem dla nich „naturalna" ważność problematyki wskazywana w serwisowych diachroniach. Nie mogą bowiem nie zauważyć, że media tworzą nie tylko „wiadomość dnia", lecz

[32] M. Mrozowski, *op. cit.*

[33] P. Francuz, *Rozumienie przekazu telewizyjnego*, Lublin 2002.

[34] Godzic powołuje się na badania jednodniowe — z Dniem Zadusznym — przeprowadzone ze studentami. I używa określenia „migawki cmentarne". Od razu trzeba zaznaczyć, że perspektywa krótkiego trwania nie daje badaczowi najmniejszych szans na dostrzeżenie istotnych przemian zarówno w obrębie tradycyjnie ujmowanej *agenda setting*, jak i niezwykle doniosłych przemian w obrębie kanonicznego formatu telewizyjnego serwisu.

[35] Por. Lisowska-Magdziarz, *op. cit.*, s. 174.

© for this edition by CNS

także coraz częściej: tematy tygodni, a nawet miesięcy. Diachronie te — ponownie przywołuję kategorię Bergsona — przyjmują niejednokrotnie status natarczywych bedekerów, które o godz. 19.30 porywają telewidza swoimi błyszczącymi okładkami (elektryzującym trailerem) — wszak to kolejne wersje tej samej serii tematycznej, trwającej od wielu dni czy tygodni — do dalszej wędrówki. Przeprowadzający przez serwis przewodnicy od czasu do czasu okazują się, o czym już wspominałem, oszustami bądź mistyfikatorami. Na taki ich status wskazuje także wyraźnie zarysowująca się w ostatnich trzech, czterech latach tendencja rozwojowa, coraz bardziej intensywnie dająca o sobie znać w obrębie serwisu informacyjnego. Chodzi o wysoką produktywność rozchwianych w czasie sytuacji kryzysowych formuł otwarcia. Rzecz w tym, że przyzwyczajony do ściśle wyznaczonej godziny rozpoczynania telewizyjnych Wiadomości widz serwisu może się poczuć zagubiony, gdy program podejmuje polemikę z obowiązującą konwencją. I to w obrębie dwóch płaszczyzn. Przede wszystkim na poziomie syntaktycznym: serwis otwiera nie — zgodnie z wcześniej obowiązującą konwencją — czołówka czy kadr prezentujący wybraną przez realizatorów Wiadomości miejscowość, lecz dynamicznie montowany trailer z ostrym, niepokojącym motywem muzycznym. Różnica między tak skonstruowanym openerem a poprzedzającymi Wiadomości spotami reklamowymi jest niewielka. Tej granicy telewidz ma prawo nie dostrzec, a zatem — przynajmniej w okresie początkowym, w fazie umacniania się nowej konwencji — może uważać, że serwis się jeszcze nie rozpoczął, że to, co widzi, jest spotem reklamowym. W takim przekonaniu może go utwierdzać — prócz niezbyt ostrego oddzielenia strumienia reklam od strumienia wiadomości — przesuniecie terminu początku Wiadomości. Wraz z wprowadzeniem (od Euro 2012) nowej formuły inicjującej serwis w telewizji publicznej, Wiadomości zaczynają się w subiektywnym odczuciu widza o kilkanaście lub nawet kilkadziesiąt sekund wcześniej. Dokładnie tyle, ile trwa trailer. Dla telewidza bowiem, szczególnie tego, który zanurzony jest mocno w poprzedniej konwencji, początkiem Wiadomości jest czołówka, właściwa czołówka (a nie trailer), po której przez lata emitowania serwisu pojawiał się prowadzący i — witając z odbiorcami — oznajmiał: Witam państwa. Jest 19.30. Rozpoczynamy Wiadomości.

Niepewność, zagubienie widza w jego rachubach temporalnych sprzyjają zacieraniu granic między serwisem informacyjnym a poprzedzającym go strumieniem reklamowym. Dobrze to służy interesom reklamodawców, natomiast znacznie gorzej opłacającym abonament odbiorcom telewizji publicznej. I tak oto raz jeszcze dochodzimy do tego, co w serwisie najważniejsze. Do marketingu mediów, który po 1989 roku wszedł na miejsce peerelowskiego baldachimu presupozycji, izolującego media od rzeczywistości i gwarantującego spójność papierowego świata mediów z zapisami ustaw, rozporządzeń i partyjnych instrukcji. Matrycy, kontrolującej sposób myślenia o rzeczywistości, ale także wyznaczającej postrzeganie własnej tożsamości w kategoriach uległości i zniewolenia, którą Jan Kieniewicz nazywa kolonizacją. Za jej najważniejszą regułę uznaje on ule-

© for this edition by CNS

głość: przemianę impulsów zewnętrznych w potulność poddanych, tak dogodną dla władców. Wraz ze zniewoleniem, rozumianym jako potwierdzenie i utrwalenie podporządkowania, tworzą one matrycę kolonialną, która decyduje o uznaniu wyższości wytworów systemu dominującego. Relacje uległości i zniewolenia odegrać miały, zdaniem Kieniewicza[36], najważniejszą rolę w zdegradowaniu społeczeństw Europy Wschodniej. Matryca kolonizująca umysły działała na obszarze mediów jako system presupozycji[37] — zapisany w głowach dziennikarzy peerelowski porządek. Jako pakt podporządkowujący media cenzurze i wytyczający obowiązujące przeświadczenia epistemologiczne[38]. Okazjonalnie był on poszerzany instrukcjami przekazywanymi przez Wydział Prasy Komitetu Centralnego PZPR, „do którego naczelni redaktorzy gazet, radia i telewizji byli wzywani na odprawy [...], gdzie im po prostu dyktowano, co, gdzie i o czym mają mówić i pisać w danym tygodniu"[39]. Zmieniające się w zależności od otaczającego układu społecznego doraźne instrukcje tworzyły przestrzeń mikropresupozycji[40], odzwierciedlając najbardziej aktualne powiązania, przetasowania i oczekiwania rządzącej partii.

Dziś tamtą całość wyparła całość marketingowa. Prezentowane w ostatniej części artykułu serwisowe diachronie, a każda stacja telewizyjna ma swoje, nieuchronnie uświadamiają ekspansję mechanizmów rynku. Jesteśmy skazani zatem — także jako odbiorcy dzienników telewizyjnych — na otaczający coraz szczelniej baldachim marketingowy. Osaczają nas zewsząd najnowsze strategie rynku: marketing sensoryczny, narracyjny czy technologiczny, a ponieważ występują one często w postaci dyskretnych mikropresupozycji, niełatwo je zdiagnozować. Wskazując na zagrożenia związane z mechanizmami rynku, które tworzą kolejną matrycę uległości i swoistego zniewolenia, w tym miejscu ograniczam się jedynie do ich zasygnalizowania[41].

---

[36] J. Kieniewicz, *Ekspansja. Kolonializm. Cywilizacja*, Warszawa 2008, s. 106, 118.

[37] Por. K. Bartoszyński, *Opowiadanie a* deixis *i presupozycja* [w:] *idem*, *Teoria i interpretacja. Szkice literackie*, Warszawa 1985, s. 192–193.

[38] Przywołuję zarys ujęcia przedstawionego przez mnie bardziej precyzyjnie w książce *Radio drogi* (Kraków 2011).

[39] J. Jankowska, *Prix Italia… i nie tylko*, [w:] *Z historii PRL. Dziennikarze*, Warszawa 2003, s. 50.

[40] Por. K. Bartoszyński, *op. cit.*, s. 194.

[41] Szczegółowy opis wskazanych strategii marketingowych, porządkujący telewizyjne serwisy informacyjne, przedstawię w osobnej publikacji.

© for this edition by CNS