

Tomasz Łukasz Nowak
Uniwersytet Wrocławski

„UFO mnie oszukało”^{*} – dyskurs publiczny w tabloidach na przykładzie „Faktu”

„Zrobiłeś zdjęcie znanej osobie? Nakręciłeś filmik z nietypowego wydarzenia? Znasz ciekawą historię? Daj nam znać!”¹. Tymi słowami redakcja „Faktu” zachęca swoich czytelników do uczestnictwa w tworzeniu (a może i przede wszystkim w przekazywaniu) sensacji, do podglądania przez przysłowiową dziurkę od klucza, śledzenia i utrwalania — niekoniecznie wartościowych — ale, co ważne, „nietypowych” (przez co ciekawych²) sytuacji na nośnikach audiowizualnych. W ten sposób odbiorcy tabloidu zdają się osobami zainteresowanymi głównie życiem cudzym, nie swoim; tym, co się dzieje u innych, za ścianą, w szafie albo w innej rzeczywistości³. I najwyraźniej właśnie tego od mediów oczekują, bo „Fakt” kolejny rok z rzędu zajmuje pierwsze miejsce wśród najchętniej czytanych dzienników w Polsce⁴. Obcowanie z czymś, co jest ukryte (bądź było jeszcze przed przeczytaniem konkretnego artykułu), można traktować jako zaspokojenie jednej z potrzeb (nierzadko tych podstawowych) i jako pewnego rodzaju konsumpcję, kiedy oprócz odpowiednich składników odżywczych organizm do poprawnego funkcjonowania potrzebuje jeszcze stosownej dawki sen-

^{*} Jest to tytuł artykułu, który pojawiał się w jednym z numerów „Faktu” w 2008 roku. Zdjęcie artykułu dostępne jest na stronach wp.pl pod adresem: http://i.wp.pl/a/f/jpeg/27812/ufo_mnie_oszuka_lo_fakt_500.jpeg [dostęp: 10 maja 2015].

¹ Tekst pochodzi z zakładki „Kontakt” na oficjalnej stronie internetowej gazety „Fakt”; www.fakt.pl/kontakt/ [dostęp: 10 maja 2015].

² Pisząc „ciekawych” w odniesieniu do sytuacji, mam na myśli: ciekawych dla odbiorców tabloidów.

³ Mam na myśli rzeczywistość wymaginowaną, w której UFO podaje numery gier liczbowych, a stare jaja chcą zabić starszą kobietę etc.

⁴ Zob. „Fakt” najchętniej czytany dziennikiem w Polsce. „Super Express” wyprzedził „Metro”, www.wirtualnemedia.pl [dostęp: 16 marca 2015].

sacji. Wszystko to prowadzi do — niekiedy tylko pozornego — odkrycia, wysłedzenia i w ostateczności: wyjawienia tajemnicy — jej upublicznienia (przez co zaryzykowałbym zmianę określenia dyskursu publicznego w tabloidach na, po prostu, dyskurs upubliczniony czy dosłownie — *dyskurs upublicznienia*⁵, co w konsekwencji prowadziłoby do zmiany tytułu tejże pracy na: „UFO mnie oszukało” — *dyskurs upublicznienia* na przykładzie „Faktu”).

„Sąsiad wlaźł mi do łóżka”⁶

Tytuł ten można (na potrzeby *dyskursu upublicznienia* w „Fakcie”) traktować dwojako. Po pierwsze, dosłownie, co zrobiono w dzienniku, pisząc o historii pewnej kobiety, której obcy mężczyzna, sąsiad z innego bloku, wszedł do łóżka. Po drugie, przenośnie, kiedy mówimy o przesunięciu granic już nie tylko prywatności, gdy wchodzi się — potocznie ujmując — „z butami w cudze życie”, ale o przesunięciu granic intymności. I właśnie tak dalece posuniętej penetracji cudzego życia oczekują czytelnicy tabloidu. Coraz bowiem trudniej jest zaspokoić głód sensacji informacją ze sfery prywatnej. Sięga się więc głębiej, do sfery intymnej, do tego, kto, z kim i gdzie („Rozenek przyjmuje Majdana, a były mąż mieszka za ścianą”⁷), co zapewne doprowadzi wkrótce do zmiany wcześniej wspomnianego potocyzmu na: „z butami w cudze łożo”.

Olga Białek-Szwed w pracy *Zjawisko voyeryzmu medialnego jako element obligatoryjny polskich tabloidów*⁸ pisze o wrodzonym uzależnieniu od „ogładactwa”, o podglądaniu, powołując się na słowa Zygmunta Freuda — jako „naturalnym pragnieniu człowieka [...]”⁹. Wyjaśniłoby to zatem zachowanie czytelników „Faktu”, ich chorobliwe wręcz dążenie do sensacji, czy podniecię nawet pozornie realną i niestrzeżoną prywatnością innych ludzi, zwłaszcza celebrytów. Skłania to więc do podkreślenia słów prof. Lecha Ostasza, który pomimo twierdzenia Freuda o naturalnym pragnieniu, zatem cesze niejako wrodzonej, określa „ogładactwo” jako zaburzenie psychiczne¹⁰. Rodzi to niebezpieczeństwo zagubienia się odbiorcy pomiędzy jego rzeczywistością a rzeczywistością wykreowaną przez „Fakt”, w konsekwencji przeżywa on i pasjonuje się życiem bohaterów (z) gazety, zamiast własnym. W ten sposób w centrum codzien-

⁵ Refleksje na podstawie definicji słownikowych wyrazów: „publiczny” i „upubliczniony”, z których wyraźnie druga (dot. „upublicznionego”) podkreśla działanie („podać do publicznej wiadomości; ujawnić”) szkodliwe czy — po prostu — niekorzystne dla osób (instytucji, etc.), których ujawniona informacja dotyczy. Oczywiście określenia „szkodliwe” używam na potrzeby tej pracy.

⁶ A. Ratajczak, *Sąsiad wlaźł mi do łóżka*, www.fakt.pl [dostęp: 18 kwietnia 2015].

⁷ P. Makowski, *Rozenek przyjmuje Majdana [...]*, „Fakt” 2014, nr 11, s. 6–7.

⁸ O. Białek-Szwed, *Zjawisko voyeryzmu medialnego jako element obligatoryjny polskich tabloidów*, [w:] *Oblicza komunikacji. Język i kultura tabloidów*. Materiały konferencyjne, Wrocław 2009.

⁹ *Ibidem*, s. 2.

¹⁰ *Ibidem*.

nego zainteresowania pojawia się „cwaniactwo” Sablewskiej, która wyrzuciła mandat od strażników miejskich¹¹, wyrodna matka przywiązująca dziecko do framugi¹² i dobrze wykształcony morderca, który zabił siekierą swoich rodziców¹³, nie wspominając o trwającym kilka numerów („Faktu”) romansie Rozenek z Majdanem. Niemniej sam voyeryzm medialny („podglądanie, obserwowanie ludzi, odkrywanie ich tajemnic, a nawet inwazja na prywatność”¹⁴) to dopiero początek, zasadnicze jest bowiem komentowanie przeczytanych informacji i przekazywanie ich dalej, w ewentualnie zmienionej formie, bardziej szokującej, z owym komentarzem i z nawiązaniem do innych zdarzeń z ostatniego czasu albo związanych z bohaterem aktualnie „badanego” tekstu.

Istotny wydaje się również w tym przypadku podział na „my” i „oni”, niemniej nie tylko w kwestii: „my” jako czytelnicy i redakcja „Faktu” („Tym razem pomogliśmy naszej czytelnicy wypłatać się z koszmarnie dużego kredytu”, „Kolejny sukces »Faktu« w walce z garnkowymi naciągaczami”¹⁵) i „oni” jako ci źli, czyli w „Fakt” niewierzący, ale również w sferach: „my” — co nasze, to nasze i „oni” — co ich, to też nasze. Jeśli oczywiście nie zatracimy tego, co nasze, na rzecz wszystkiego, co ich — o czym wspomniano wcześniej, przy okazji niebezpieczeństwa wynikającego z voyeryzmu.

Przekłamaniami jednak byłoby bez wątpienia twierdzenie, że znaczna część czytelników tabloidów nie ma własnego życia bądź często o nim zapomina na rzecz życia bohaterów gazet. Co nie zmienia — *nomen omen* — faktu, że zainteresowanie prywatnością innych wśród omawianej grupy jest powszechne. Choć należy również wspomnieć, że są i tacy, którzy nie tylko nie zapominają o tym, że mają też swoje życie, ale nawet czynią je życiem innych czytelników.

„Przepraszam, Antoś, że cię uprałam”¹⁶

Mowa tu o tych, którzy nie tylko czytają „Fakt”, ale również w nim występują. Którzy w handlu prywatnością nie tylko konsumują, ale również ją (tę prywatność) sprzedają. W końcu mowa tu o tych, których historie przenikają ze sfery prywatnej do publicznej. Osoby te odsłaniają swoje życie, wyjawiają tajemnice, dopuszczają pozo-

¹¹ A. Mieczkowska, *Cwaniactwo! Sablewska wyrzuciła mandat!*, „Fakt” 2014, nr 11, s. 15.

¹² T. Nowociński, *Przywiązała dziecko do framugi i poszła na zakupy*, „Fakt” 2014, nr 11, s. 9.

¹³ A. Ratajczak, *Zabił siekierą rodziców*, „Fakt” 2014, nr 9, s. 10.

¹⁴ O. Białek-Szwed, *op. cit.*, s. 1–2.

¹⁵ Cytaty pochodzą z artykułów: *Nikt nie kupił garnków* i *Oszukana na garnkach nie musi płacić kredytu*, które ukazały się w numerach 9–10/2014 r. W tekstach jednoznacznie sugeruje się (m.in. poprzez wykorzystanie hiperboli i epitetów pozytywnie wartościujących gazetę), że kupowanie i czytanie tabloidu uchroni czytelników przed licznymi zagrożeniami życia codziennego (w tym przypadku emerytów obroniono przed naciągaczami sprzedającymi garnki i koldry). Sytuacje banalne w ten sposób zostają wyolbrzymione, a problemy często błahe podniesione do rangi katastrofy. Redakcja „Faktu” stawia się w ten sposób w świetle sprawiedliwych i dbających o dobro swoich czytelników („my” i „oni”).

¹⁶ A. Leszaj, *Przepraszam, Antoś, że cię uprałam*, www.fakt.pl [dostęp: 20 kwietnia 2015].

stałych czytelników do swoich intymnych sekretów. Tytuły artykułów opowiadające o przejściach czytelników (*Zgwałcił mnie syn wojewody*, *Żona tłucze mnie trzepaczką* czy *Termokoc chciał mnie zabić*¹⁷) ewidentnie wskazują na potrzebę „ekshibicjonistycznego obnażenia własnych przeżyć i emocji”¹⁸. Oczywiście na „demokratyzację pisania i publikowania tekstów o sobie”¹⁹ duży wpływ miał rozwój technologii — i mowa tu nie tylko o prasie, ale przede wszystkim o blogach i portalach społecznościowych, gdzie potencjalni autorzy nie potrzebują już wsparcia wydawcy do upubliczniania własnych historii, lecz jedynie komputera i dostępu do internetu. W przestrzeni *handlu prywatnością* odgrywa to znaczącą rolę, jak można sądzić, gdyż sprowadza się do zaspokojenia kolejnej potrzeby. Tym razem nie jest to jednak konsumpcja — nie chodzi o zaspokojenie głodu kolejną sensacyjną, nietypową wiadomością. W tym przypadku dochodzi do pozornego (ale czy na pewno?) obcowania z „Wielkim Światem”, czyli przestrzenią celebrytów, mediów czy — właśnie — z przestrzenią upublicznią. Dodatkowo nieumiejętność odróżniania samego obcowania z tymże Światem (poprzez czytanie o innych — ewentualnie o sobie) od uczestnictwa w nim prowadzi do kolejnego niebezpieczeństwa, a mianowicie zakłamania rzeczywistości czytelnika tabloidów (spowodowanego często brakiem rozsądkowej oceny tekstów w nich zawartych).

Niemniej jednak pytania, które nasuwają się w związku z *dyskursem upublicznienia*, nie dotyczą tylko problemu samego podglądania i „uzewnętrzniania się” przed szerokim gronem odbiorców ale też, naturalnie, poziomu informacji (np. pod względem poprawności językowej, jakości i zawartości treści, jej przydatności etc.).

„[...] zabiła męża kubkiem, bo ją zdradzał!”²⁰

Czytelnicy tabloidów nie są „smakoszami” mediów; bardzo szybko się nudzą. Chcą zatem emocji, napięcia, krwi i nieboszczyka. Czekają na igrzyska, na wyścigi na śmierć i życie, na skoki adrenaliny — nie na skomplikowane analizy czy dłuższe refleksje. Dlatego w „Fakcie” dominują dwa rodzaje tematów: lekkie, plotkarskie i te dramatyczne, z bólem i cierpieniem. Wszystkie jednak są tak samo szokujące (przez swoją nietypowość, ale nierzadko też po prostu przez swoją infantylność) i przerysowane, wyolbrzymione albo w pełni — z racjonalnego punktu widzenia — wymyślone (np. te o pobieraniu krwi przez UFO²¹). *Polski gej został biskupem*²², *Maturzysta nie*

¹⁷ Tytuły pochodzą z różnych numerów „Faktu”.

¹⁸ A. Nęcka, *Upublicznij prywatność*, gu.us.edu.pl/node/271691 [dostęp: 10 maja 2015].

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ Tytuł artykułu pochodzi ze strony internetowej tabloidu: www.fakt.pl [dostęp: 20 kwietnia 2015].

²¹ *A propos* artykułu *Ufo mnie oszukało*.

²² www.fakt.pl [dostęp: 20 kwietnia 2015].

dożył studniówki [...]”²³, *Zabił syna, bo zjadł mu kanapkę!*²⁴ czy *Rodzinna masakra piłą łańcuchową*²⁵ ewidentnie zwracają uwagę — pomijając w tym momencie samo wyróżnienie graficzne — komunikatem nacechowanym emocjonalnie negatywnie, bo i pierwszy z przykładów (*Polski gej...*) odwołuje się w tym przypadku do społecznych uprzedzeń, stereotypów, wiąże mniejszość seksualną z istotnym w polskiej kulturze problemem wiary. Choroby, ułomności i mniejszości — te kategorie najczęściej interesują czytelników tabloidów, budzą ich emocje, porywają do komentowania, przekazywania informacji innym, a jednocześnie pozwalają odnieść się do opisanej rzeczywistości względem podziału: „my i oni”. W ten sposób polaryzacja społeczeństwa przedstawiana na łamach gazety zwykle kategoryzuje przeciętnego odbiorcę wśród tych normalnych²⁶; z jednej strony: „na szczęście” (bo w końcu jest normalny, więc go to nie dotyczy, więc to nie o mnie, to „o nich”), z drugiej zaś wręcz przeciwnie, bo w końcu ci obcy, „oni”, są powodem niepokojów tych normalnych, a zatem i jego (odbiorcę) może to spotkać, może zostać jednym z bohaterów tabloidu. Skłania to do konkluzji, że przedmiotem zainteresowania „Faktu” są właśnie jego czytelnicy, to o nich są artykuły, choćby występowali w nich pośrednio, tzn. że mogą opisane historie odnieść już do swoich doświadczeń albo sytuacji z życia, które dopiero mają nastąpić (w formie: „przecież to spotyka każdego, więc i mnie spotka na pewno”). Wszystko to prowadzi do (może ryzykownego?) stwierdzenia, że „Fakt” stanowi substytut „życia” stałego odbiorcy tabloidu.

„UFO mnie oszukało”

Życie — w tym przypadku — jest proste, skrótowe i skondensowane do kilku wypowiedzi popartych atrakcyjną, wizualną formą. Podobnie jak *dyskurs upublicznienia*, tak i egzystencja jego (stałego odbiorcy) jest intensywna, pełna stereotypów i uporządkowana według uprzedzeń, dzięki czemu każdą historię można szybko skategoryzować, poddać najprostszemu wartościowaniu na dobre i złe, na moje i ich, na ciekawe i na niewarte uwagi. Wyjątkiem jest tylko podział na białe i czarne, bo tu wszystko jest czerwone, czarne i żółte; krzykliwe i zwracające uwagę²⁷. W końcu życie to wypełniają skrajne emocje, pogoń za sensacją, podglądactwo i uczuciowy ekshibicjonizm. Nie ma w nim miejsca na obiektywizm. W tej rzeczywistości zabija się

²³ J. Górny, *Maturzysta nie dożył studniówki. A huczna zabawa i tak się odbyła*, „Fakt” 2014, nr 10, s. 8.

²⁴ J. Górny, *Zabił syna, bo zjadł mu kanapkę!*, www.fakt.pl [dostęp: 20 kwietnia 2015].

²⁵ T. Noske, *Rodzinna masakra piłą łańcuchową*, www.fakt.pl [dostęp: 20 kwietnia 2015].

²⁶ Tu w znaczeniu: zachowujących się zgodnie z przyjętymi normami życia w społeczeństwie; tych, z których powinno brać się przykład, żyć jak oni, *etc.*

²⁷ W tej pracy, ze względu na szerokość zagadnienia, postanowiłem pominąć formę graficzną tabloidu.

za zjedzenie kanapki, przedmioty codziennego użytku chcą zniszczyć życie swoich właścicieli (kołdry duszą, gwizdki od czajników atakują, a papiery toaletowe niszczą przyjaźń), a UFO pobiera krew polskim rolnikom, podając im fałszywe numery lotka. Im więcej zaś czytelników tabloidu, tym częstsze pytania w *przestrzeniach upublicznionych*: nie „jak życie?”, ale „co (u ciebie) w »Fakcie«?”.

“I’ve been cheated by the UFO” — public discourse in tabloid papers as exemplified by *Fakt*

Summary

This article presents the phenomenon of media voyeurism — the act of enjoying watching other people’s private behaviour or suffering and sensationalism, as one of the basic needs of a contemporary tabloid consumer. The author considers the problem of publishing that which is private, intimate, for the benefit of the popularity of a chosen press title and in order to attract readers. The analysis of texts contained in *Fakt* presents the reality of its regular consumers — simple, abridged, and condensed to a few utterances supplemented with attractive graphics. The reality full of extreme emotions which ultimately reduces the problem to a fundamental dichotomy: good–bad, we–they (strangers).