

JANINA HAJDUK-NIJAKOWSKA

Kulturowe źródła tabloidyzacji przekazów medialnych

Fascynacja krwiożerczymi opowieściami i niesamowitymi, często trudnymi do wyjaśnienia wydarzeniami „od zawsze” była obecna w kulturze. Dlaczego? No choćby z rudymen tarnej „potrzeby wrażeń”, o której Stanisław Ossowski pisze wprawdzie w cudzysłowie, ale uznaje taką „najpospolitszą” potrzebę za główną inspirację kontaktu z przekazami zdolnymi do wywołania emocji, zainteresowania zdarzeniami i przeżyciami innych, umożliwiającymi zaspokojenie własnej ciekawości. Potrzeba wrażeń, „potrzeba wżycia się w inne światy, potrzeba przeżywania, przynajmniej w charakterze obserwatora, zdarzeń, których rzeczywistość nie może nam dostarczyć” (Ossowski 1949: 184), leży między innymi, jego zdaniem, u podstaw estetyki. „Tym oto potrzebom zawdzięcza swoje powodzenie zarówno nędzny romans awanturniczy lub sensacyjny film, jak subtelna powieść psychologiczna i dramat Szekspira lub Sofoklesa” — i jeśli nawet odbiorcy bywają znacznie różnicowani, to „mimo to trzeba się zgodzić, że i u tego kulturalnego czytelnika tzw. potrzeba wrażeń (w sensie popularnym) bywa przy lekturze niektórych książek pierwszorzędnym czynnikiem upodobania, jakie w tych utworach znajduje” (Ossowski 1949: 185).

Oczywiście sposób przekazywania takich sensacji uzależniony był od możliwości, jakie człowiek miał. Wiadomo doskonale, że już w *Kronikach sławnego Królestwa Polskiego* Jan Długosz zamieścił wiele sensacyjnych opowieści¹, również tych rozgrywających się na dworze królewskim, często powiązanych z podaniami krążącymi w obiegu potocznym, jak choćby owa słynna historia o mężu okrutnym Przemysławie II Wielkopolskim, który rozkazał służebnikom zamordować żonę Ludgardę, ponieważ była bezpłodna. Oto jak zrelacjonował to zdarzenie, blisko trzy wieki później, Jan Długosz: „pieśń między ludem jeszcze za naszych czasów śpiewana świadczyła, jako księżna Lukierda przeczuwając, że ją mąż zgładzić myśli ze świata, błagała go ze łzami i zaklinała, żeby niewieście i małżonce swojej nie odbierał życia,

¹ A nawet plotek, na co zwraca uwagę Julian Krzyżanowski: „tradycję ustną od czasów Kazimierza Wielkiego zapisywali miłujący plotkę kronikarze, i to nie tylko Janko z Czarnkowa, ale również dostojny Długosz, a po nim Bielscy, Kromer i inni” (Krzyżanowski 1980: 400).

ale pomny na Boga i na uczciwość tak książęcą, jak i małżeńską, pozwolił jej wrócić do ojczyzstego domu, choć w jednej koszuli; chętnie bowiem znosić będzie los nawet najbiedniejszy, byleby jej życie darował” (Kruszewska-Michałowska 1965: 34).

Zapis tej historii, jak i innych, z jednej strony dowodzi wykorzystywania przez kronikarzy treści funkcjonujących w obiegu potocznym, z drugiej — o ponownym rozpowszechnianiu tychże treści przez źródła pisane. Te, oprócz innych, zwłaszcza źródeł francuskich, włoskich czy hiszpańskich, docierały do polskich środowisk dworsko-magnackich. Dokładnie prześledziła to Teresa Kruszewska-Michałowska w swym studium z dziejów nowelistyki staropolskiej. Dowiodła ona, ponad wszelką wątpliwość, iż źródłem siedemnastowiecznych przeróżnych historii była tradycja ustnej gawędy towarzyskiej. Opublikowała zresztą nowele z zachowanego jednego egzemplarza powstałe w otoczeniu wojewody Stanisława Jabłonkowskiego pod znamienym tytułem: *Historyje świeże i niezwyčajne*, w których „przeważają tematy sensacyjne. Obok opisów skandali obyczajowych, morderstw, wyrafinowanych zbrodni, krwawo kończących się tragedii miłosnych, pojawiają się także motywy mające oparcie w historii [...], fantastyce (np. o rozpustnym oficerze uwiedzionym przez szatana pod postacią młodej niewiasty lub o romansie zakonnic Melisy z diabłem), łotrzykowskie...” (Kruszewska-Michałowska 1965: 41).

Z potrzeby zaspokojenia ciekawości bez wątpienia zrodziły się apokryfy, opowiadające o wydarzeniach, których zabrakło wiernym w Biblii, przede wszystkim bardzo popularny cykl opowieści maryjnych, *Istoryja o świętym Józefie*², św. Annie, „staropolskie przekłady, przeróbki, adaptacje narracyjnych utworów biblijno-apokryficznych — współtworzących ogólnokulturową własność europejskiego średniowiecza i renesansu” (Adamczyk 1980: 144), opowieści, przeciwko którym ostro wystąpił Kościół w XVI wieku, uznając je za „bezwstydne, niedorzeczne *fabulas aniles*” (babskie bajania), „szkodliwe i kłamliwe baśnie”, określone przez Ernesta Renana w XIX wieku jako „męcząca gadanina starej kumy, spoufalony, przykry ton literatury dla nianiek i służących” (Adamczyk 1980: 11). W Polsce ostro przeciwko apokryfowi o świętej Annie wystąpił Piotr Skarga, „który czuje się w obowiązku sprostowania (widocznie popularnego) mniemania u ludzi na temat legendarnych protoplastów i dzieci Anny, a zwłaszcza jej trzech małżeństw, co jest wielkie szaleństwo i bluźnierstwo” (Adamczyk 1980: 137). Przeróżne historie, rodem z apokryfów, co udowodnili słynni literaturoznawcy, między innymi Aleksander Brückner i Julian Krzyżanowski, jeszcze w XX wieku funkcjonowały w obiegu folklorystycznym.

W okresie renesansu znikają już z prac historiograficznych wstawki fabularne, wykorzystujące często elementy fantastyki.

² *Istoryja o świętym Józefie* powstała prawdopodobnie w IV lub w V wieku. „Narratorem opowieści o życiu Józefa jest sam Jezus, który przekazuje swym uczniom dzieje opiekuna. Według tej apokryficznej relacji, Józef żył 111 lat, otoczony liczным gronem potomków pochodzących z jego pierwszego małżeństwa. Szczegóły śmierci Józefa, cudowne jej okoliczności, zabranie go do nieba przez aniołów, aby ciało jego nie uległo rozkładowi »aż do nadejścia tysiąclecia i chwalebego królestwa Chrystusowego«, zdradzają nie tylko przerost fantastyki, ale także pewne odchylenia millenarystyczne” (Adamczyk 1980: 137–138).

Ich miejsce zajęły natomiast opisy szczególnie interesujących, autentycznych wydarzeń [...]. Znakomitym przykładem tego zjawiska mogą być Łukasza Górnickiego *Dzieje w Koronie Polskiej* [...], w obrębie których znajdujemy sporą ilość niby-nowel — jak to nazywa Teresa Kruszevska-Michałowska — jak np. opowieść o przygodach Halszki z Ostroga, o spaleniu Malcherowej heretyczki, o procesie Krupki Przecławskiego o wiarę, o zalotach króla i jego ślubie z Katarzyną austriacką (Adamczyk 1980: 55).

Zatem opowieści te, wyrastające z tradycji „narracyjnych skłonności”, żywych opowieści funkcjonujących w obiegu bezpośrednim, miały podobny kształt estetyczny: „pewien prymitywizm, nieuczoność języka, przejawiającą się między innymi w stosowaniu środków leksykalnych i frazeologii typowych dla potocznej mowy codziennej, jak wulgaryzmy, wszelkiego rodzaju prozaizmy, prowincjonalizmy, a ponadto przysłowia, zwroty przysłowiowe, utarte wyrażenia ludowe” (Adamczyk 1980: 19).

Powiązanie takich opowieści z żywiołem oralnych przekazów wynika z jeszcze jednego, istotnego kontekstu kulturowego, a mianowicie adresata tych opowieści. „Fakt, że piśmiennictwo w wiekach średnich pozostawało wysepką w morzu ustnych gatunków literackich nie mógł pozostać bez wpływu na jego charakter” (Guriewicz 1987: 20). Wyrażnie widoczne jest to właśnie w kazaniach, które — jak dowodzi Aron Guriewicz — nie znoszą fikcji, bo przede wszystkim muszą być przekonujące i prawdziwe, aby spełniać swą moralizatorską i dydaktyczną funkcję. Kaznodzieja zatem, aby skutecznie dotrzeć do odbiorcy, musiał ujawnić własną emocjonalną aktywność, skłonić słuchacza do głębokiego przeżywania przekazywanych mu treści. Wynikało to oczywiście ze specyfiki kultur z *residuum* oralnym, w których orientacja na żywy wzajemny kontakt decyduje o zaistnieniu przekazu. Nic więc dziwnego, że dla podtrzymywania owego kontaktu wykorzystywano wszelkie środki ekspresji, które bez wątpienia ujawniały aktorskie umiejętności narratorów, a najmocniej przejawiały się w *exemplach*.

Przywoływana już Teresa Kruszevska-Michałowska stwierdza, że *exempla*, powiązane ściśle z kaznodziejstwem, pełniły głównie funkcję użytkowo-propagandową.

Aby osiągnąć cel propagandowy, trzeba było przemówić do wiernych ich językiem. „Umysły proste” chłonęły najchętniej konkretne obrazy, „wyjęte z życia” opowiadki, opowiadania fantastyczne lub bajki pełne ludowej mądrości. Począto więc z kazalnicy rozprzestrzeniać fabulistykę, dodając do starych, niejednokrotnie świeckich, a nawet dość frywolnych wątków nowe motywy. Cały ten materiał, przesycony elementami ludowej wyobraźni, przechodził z kolei do ustnych podań, ulegając licznym modyfikacjom i przekształceniom. Poprzez zabawienie, rozerwanie słuchaczy (*recreatio*) pragnęli kaznodzieje osiągnąć swój cel zasadniczy, jakim było utwierdzenie w wierze chrześcijańskiej (Kruszevska-Michałowska 1965: 115).

Helena Kapełuś ponadto dowiodła, iż „kaznodzieja dla wywołania wrażenia, dla zwiększenia siły wykładu wprowadzał chętnie ścisłą lokalizację opisywanych wydarzeń [...], często i z upodobaniem powoływał się na fakty rzekomo autentyczne [...], polscy kaznodzieje [...] nie gardzili słownictwem dosadnym” (Kapełuś 1968: 22–23). Przede wszystkim należało bowiem skutecznie dotrzeć do słuchacza. „Je-

stem przekonany, że między odpustowo-misyjnymi kaznodziejami — pisał Franciszek Kotula — działało współzawodnictwo: kto bardziej słuchaczy wzruszy, roztrzęsie, kto ich więcej powali na posadzkę i głośniejszy wywoła szloch”, a na dowód prawdziwości tej tezy autor *Znaków przeszłości* relacjonuje zachowanie kaznodziei-zakonnika, który „wchodził na ambonę z wielkim, prostym drewnianym krzyżem. Kiedy się rozognił bił nim ile sił w krawędź kazalnicy i krzyczał jakby rzeczywiście widział rozwarłe czeluści piekła [...]. Słuchacze miotali się, krzyczeli jak w ekstazie, bili czołami o posadzkę, kobiety targały włosy” (Kotula 1976: 35–36).

Dowodów na to, że kazania upowszechniały przeróżne niesamowite i przerażające opowieści, narracje apokryficzne oraz „kształtowały” sposób rozumienia świata (i zaświata), jest wiele. W związku z interesującym nas zagadnieniem kulturowych źródeł tabloidyzacji współczesnych mediów warto przywołać obfitujące w ciekawe exempla kazania śląskiego pastora Adama Gdacjusza. W jednym z nich, z 1679 roku, w celu odstraszenia panien, „co na przyrodzonej piękności nie przestawają, ale chcą być piękniejszymi niż je Bóg stworzył”, opowiada między innymi historię panny, która szykując się przed zwierciadłem na wesele, cudze trefione włosy (czyli perukę) na głowę ubrała, po czym „w śmiertelną chorobę wpadłszy, zdrowiem, ba, żywotem swym tego przypłacić musiała” (Gdacjusz 1969: 290). Wątek panny młodej, która umiera w dniu ślubu lub krótko po nim, jest współcześnie bardzo popularny, oczywiście już nie w konwencji moralizatorskiego *exemplum*, ale sensacyjnej legendy miejskiej: panna młoda umiera zarażona trupim jadem znajdującym się w sukni ślubnej (Czubala 1996: 52–54).

Kolejne źródło zaspokajania społecznej „potrzeby wrażeń” to spotkania w wiejskiej karczmie, która była ważnym miejscem wymiany informacji i spotkania z ludźmi z szerokiego świata. Karczma stanowiła centrum życia społeczności lokalnej, „była jakby ówczesnym telewizorem”, stwierdził Józef Burszta, eksponując jej funkcję powiązania mieszkańców ze światem: „To jakby magiczne oko, w którym swoście załamywały się docierające do wsi sprawy szerokiego świata” (Burszta 1974: 47). Tu zatrzymywali się wędrowni handlarze, wracający z wojny żołnierze, tu docierały wędrowne dziady ze swymi pieśniami nowiniarskimi i starymi pieśniami nabożnymi. Przy pomocy takiego repertuaru „wkradano się do serc litościwych, by później dobrać się do kieszeni”. Ważną pozycję w ich repertuarze „stanowiły relacje o głośnych bandytach oraz przywódcach buntów chłopskich” (Krzyżanowski 1965: 92). Najczęściej, co udokumentował Piotr Grochowski, pieśni dziadowskie były szczególnie atrakcyjne, „opowiadały o zdarzeniach niecodziennych, których nikt z wiejskich słuchaczy nie doświadczył, osobiście nie obserwował, a niekiedy nawet nigdy o nich nie słyszał. Bez wątplenia więc jako prawdziwe sensacje traktowano historie mówiące np. o gwałtach i profanacjach czynionych przez pogan i heretyków, cudownych objawieniach Matki Boskiej czy karach bożych, spadających na niegodziwą macochę lub wyrodne dzieci” (Grochowski 2009: 228).

Wędrowny dziad, postrzegany również jako obcy-odmieniec, pobożny chrześcijanin i pielgrzym, miał w społecznościach tradycyjnych szczególnie status, chęć-

nie był przyjmowany i goszczony, przynosił ludziom wieści z bliskiego i odległego świata o niezwykłych wydarzeniach i zwyczajach, był też po prostu żywą kroniką swojej okolicy. Gdy „wchodził do chaty, dopiero po odmówieniu pacierzy i odśpiewaniu nabożnych pieśni, których wieśniacy słuchali z namaszczeniem, rozpoczynał gawędę o tym, co się dzieje w okolicy i na szerokim świecie, urozmaicając opowieść pieśniami nowiniarskimi” (Nyrkowski 1977: 20).

„Opowiadał mi bywalec i chłopski filozof, leciwy już człowiek — wspomina Franciszek Kotuła — że jak się coś w okolicy stało, zabili kogo w okrutny sposób, podpalili, pomór panował, komuś się Matka Boska objawiła — zaraz się dziady zbiegały i raz dwa zwiadywały o wszystkim. A potem szły w jakieś tam swoje miejsce i tam pieśni o tym układały” (Kotuła 1976: 34).

Mamy tu już oczywiście do czynienia z konkurencją. O ostatecznym kształcie utworu decydowała bowiem jego funkcja komercyjna, chodziło przecież o to, by relacja dziada była najciekawsza i umożliwiała mu osiągnięcie celu, a tym bez wątpienia była możliwość znalezienia noclegu i wyżywienia. Zasada ta, oprócz funkcji ideologiczno-religijnej, zadecydowała, zdaniem Piotra Grochowskiego, o specyfice działalności dziadowskiej, którą należy rozpatrywać przede wszystkim jako określone zjawisko społeczno-kulturowe funkcjonujące w swoistym kontekście, decydującym o konstytuowaniu się sensu występu.

Łatwo sobie wyobrazić, że wiele tekstów (choćby pieśni o Sądzie Ostatecznym lub pieśni o Hiobie i Łazarzu) śpiewanych przez ślepego, kalekiego, obdartego, i wędrującego z dalekich stron dziada robiło na słuchaczach szczególne wrażenie i wywoływało charakterystyczne skojarzenia. Postać wykonawcy, jego zachowanie, a także funkcjonujące na jego temat przekonania stanowiły zespół sygnałów (znaków), które nakładały się na tekst pieśni i wzbogacały jego potencjał znaczeniowy (Grochowski 2002: 63).

Na przełomie XIX i XX wieku już niemal powszechnie wędrowne dziady, konkurujące z miastowymi śpiewakami czy popularnymi komikami i żartownisiami, korzystały z ulotek z wydrukowanymi nań tekstami zbrodni rodzinnych, przerażających historii, najprawdziwszych wydarzeń i cudów niezwykłych. Żeby sprzedać taki druczek, kramarze zamieniali się w wykonawcę, gotowego w każdym miejscu stworzyć sobie scenę i „własny teatr jednego aktora”. Najczęściej docierali do miejsc odpustowych, na place przy kościołach i jarmarkach, by często wspólnie z komediantami i kuglarzami przyciągać potencjalnych klientów.

Charakter „kramarskich improwizacji” przy wykonywaniu pieśni zależy od składu publiczności — twierdzi Beneš. Kramarz był sam ogniwem łączącym publiczność z prezentowaną relacją, sam był sobie „konferansjerem” i sam reagował na reakcje audytorium. Taka forma sprzężenia zwrotnego nie prowadzi jednak do zmiany danego tekstu [...], a tylko do pewnego rodzaju komentowania słowa drukowanego, do wywołania, a później utrzymania zainteresowania” (Beneš 1988: 20),

eksponowania sensacyjności i niezwykłości wydarzenia, by uzyskać korzyść finansową.

Na komercyjny wymiar działalności dziadowskiej zwrócił też uwagę Michał Wałiński, który wspierając się Bystroniem, stwierdził, iż

zorganizowane korporacje zapewniały dziadom w miarę intratną wędrowkę po kraju [...]. Trudno ustalić dokładnie, od kiedy datuje się bliższy flirt pieśniarzy dziadowskich ze sztuką drukarską i opisać wszystkie drogi, jakimi pieśni dziadowskie przenikały do druczków straganowych. Można przypuszczać, że od dawna istniała w tej dziedzinie ścisła współpraca z wędrownymi kramarzami oraz że, szczególnie od wieku XIX, trasy wędrowek dziadowskich pokrywały się w dużej mierze z gęstniejącą w tym stuleciu siecią drukarni i drukarenek” (Waliński 1981:127).

Owe druczki nazwał Julian Krzyżanowski ulotkami kramarskimi³, skoro sprzedawano je „nie w księgarniach, lecz w kramach na odpustach i jarmarkach”, a treści na nich drukowane były literaturą nowiniarską, koncentrowała się ona bowiem przede wszystkim na tematach sensacyjnych. Sensacyjne ulotki, podkreśla wybitny badacz folkloru, „sięgają u nas czasów Zygmunta Starego i że bodaj czy nie najdawniejszym ich autorem był ulubiony kapelan tego władcy, Stanisław Gąsiorek, zwany Kleryką królewskim” (Krzyżanowski 1980a: 62); w XIX wieku z kolei „epicka pieśń ludowa zmieniła się w nowiniarską czy zdarzeniową, w powiatową kronikę zbrodni rodzinnych o tematach takich, jak znęcanie się zwyrodniałych macoch nad sierotami, morderstwa rodziców przez ich dzieci lub na odwrót, samobójstwa i zabójstwa wzajemne kochanków” (Krzyżanowski 1980a: 63).

Miejscem kolportażu tych ulotek były przede wszystkim odpusty i jarmarki, a te — jako zjawisko kulturowe — sytuują się na pograniczu wsi i miasta, ulicy i kościoła, a zatem rzeczą naturalną staje się powstanie w tym miejscu nowego jakościowo zjawiska, symbiozy tekstów ustnych i drukowanych, rozpoczynającej proces kształtowania się — po stronie narratora — dalekiego już od dziada kalwaryjskiego ulicznego kabareciarza (odtwórcy ballady ulicznej), a po stronie odbiorcy — publiczności przedgazetowej. Taką właśnie kategorię czytelników wyróżnił Stefan Żółkiewski, dostrzegając specyfikę obiegu brukowego i jarmarczno-odpustowego. Owi odbiorcy „czytywali zmitologizowane informacje o wielkich zbrojach, słynnych tragicznych zdarzeniach, cudach, rycerzach świętych [...]. Wystarczała im opowieść o typowym zbrodniarzu, o p. Wiśniewskim, który zabił żonę i pięcioro dzieci na ulicy Kościelnej” (Żółkiewski 1979: 32–42). Nie zwrócił jednak autor uwagi na to, iż historie takie z miejsca „wsiały” w obieg potoczny i znane były znacznie szerszej liczbie odbiorców, niż wynosił nakład tego typu gazet. Publiczność przedgazetowa rekrutowała się bowiem przede wszystkim z kultur typu ludowego (zgodnie z rozumieniem tego pojęcia zdefiniowanym przez Ludwika Stommę [1986]), nic więc dziwnego, że takimi opowieściami zainteresowała się folklorystyka. Przyjrzyjmy się bliżej jej ustaleniom, które pomagają zrozumieć wyjątkową popularność tego typu przekazów, tworzących tak naprawdę źródła tabloidyacji mediów.

Jako pierwsza zwróciła uwagę na ten typ opowieści Dorota Simonides, nazywając je opowieściami nieprawdopodobnymi (Simonides 1969: 243) i umieszczając je w grupie opowieści z życia. Wkrótce zdecydowała się na na-

³ Można je — na zasadzie analogii do amerykańskiej prasy za centa (*penny press*) — nazwać druczkami trzydziestogroszowymi, bo tyle trzeba było zapłacić za ulotkę z tekstem.

zwanie ich opowieściami sensacyjnymi, ponieważ bazują one na osobliwych, niezwykłych, nadzwyczajnych i niecodziennych sytuacjach. Prezentując wspólnie zapisy takich opowieści z 1981 roku w tomie *Folklor Górnego Śląska*, stwierdziłyśmy, że „szybkość kontaktu oraz nie notowana dotąd ruchliwość ludzi doprowadziły do tego, że współczesny folklorysta jest świadkiem nieustannych fluktuacji najrozmaitszych nowinek. Jedne wypierają drugie, zanim zdążą one wejść na stałe do repertuaru. Czasem nowsze opowieści nakładają się na te dopiero co zasłyszane, tworząc w ten sposób kontaminację dwóch lub trzech sensacji” (Simonides, Hajduk-Nijkowska 1989: 411) Co więcej, są one ściśle powiązane z mediami: albo konkretny wątek jako „wydarzenie autentyczne” popularyzowany jest przez media, albo też dementowany przez nie, co nie może pozostawać bez wpływu na kształtowanie się repertuaru w obiegu potocznym. Na pewno zaś wątek czarnej wołgi spopularyzowała prasa, między innymi „Forum” z 13 grudnia 1983 roku, gdzie ukazał się tekst o laboratoriach (zwanym „wampirami”) na Haiti, w których ubogiej ludności spuszczano krew, płacąc trzy dolary za litr. Jedna ze współczesnych makabrycznych wersji czarnej wołgi podaje, że porwane dzieci odnajdywano, ale bez nerek, co oczywiście wpisuje się w pojawiające się co jakiś czas medialne sensacje o handlu organami ludzkimi (Hajduk-Nijkowska 2007: 179–189).

Mechanizmy powstawania i funkcjonowania „prawdziwych” opowieści ujawniają dominującą w nich tendencję do wyjaśniania zdarzeń, które rozgrywają się w otaczającej rzeczywistości, zgodnie z przyjętą w zbiorowości koncepcją prawdy. Po prostu szybkie rozprzestrzenianie się takich relacji (pogłosek) wynika z zaspokajania przez nie potrzeby pozyskania informacji. Wspólną cechą współczesnych opowiadań „spontanicznie rozpowszechnianych i opowiadanych [...], często sfabularyzowanych plotek, pogłosek, jest ich prawdziwość. Są one opowiadane w konwencji memoratowej [wspomnieniowej — J.H.N.], a więc jako przeżycie autentyczne, jeśli już nie narratora, to osoby, którą narrator zna osobiście i na którą może się autorytatywnie powołać” (Simonides 1981: 35). Taka konwencja dotyczy przede wszystkim współczesnych opowieści sensacyjnych, pojawiających się głównie w sytuacjach tragicznych.

Badania terenowe nad sensacyjnymi opowieściami funkcjonującymi w obiegu bezpośrednim prowadził również Dionizjusz Czubala, który udowodnił, iż ich rejestracja możliwa jest tylko „w czasie rozkwitu i wariantowej różnorodności”, ponieważ bardzo szybko się starzeją. „Sensacje odgrzebywane z pamięci narratora są wyjątkowo zdeformowanymi i skarłатыmi utworami, brak im wtedy największego ich waloru — siły emocjonalnego oddziaływania, jakie posiadają wówczas, kiedy są przekazywane w odpowiednim czasie i miejscu. Tracą spontaniczność i wiarygodność właściwą im w porze rozkwitu, stają się sprawozdaniami, a nie pełnymi utworami” (Czubala 1985: 84). Po prostu sensacją może być tylko to, co właśnie się wydarzyło, co właśnie przeżywamy. Dla Czubali „świeżość — obojętne prawdziwych czy rzekomych — zdarzeń” w opowieściach sensacyjnych, w opowiadaniach nietra-

dycyjnych, określanych w końcu przez niego zgodnie z tradycją angloamerykańską legendami miejskimi (*urban legends*), jest ich głównym wyróżnikiem gatunkowym. Owa świeżość oznacza przede wszystkim aktualność. Dramatyczne sytuacje społeczne rodzą bowiem wyjątkowe zapotrzebowanie na informacje pozwalające wyjaśnić rozgrywające się tu i teraz zdarzenia oraz złagodzić strach i napięcie.

Powróćmy jeszcze do ulotnych druków nowiniarskich z XVI–XVIII wieku, które zdaniem badaczy są pierwotną formą prasy, a które Konrad Zawadzki nazywa gazetami ulotnymi: „elementem, który je odróżniał od innych druków, a jednocześnie przesądzał o ich prasowym charakterze, była aktualna informacja [...] treści głównie politycznej, militarnej lub sensacyjnej” (Zawadzki 2002: 26). Oczywiście ówczesne kryterium aktualności ma nieco inne znaczenie niż współcześnie, gdyż „ważnych wydarzeń było znacznie mniej niż obecnie, [...] wiadomości o nich przez długi czas wywoływały zainteresowanie, były omawiane i komentowane zachowując niezmienną świeżość. Informacja ustna, a tym bardziej drukowana, nie dezaktualizowała się nawet po wielu miesiącach”. Szczególnie popularne w tych druczках były relacje o królewskich ślubach i pogrzebach, opisy uroczystości dworskich, kolportowane w całej Europie, a zwłaszcza „sensacyjne doniesienia o zbrodniach i gwałtach, o niezwykłych przygodach, o nadzwyczajnych znakach na niebie i na ziemi” (Zawadzki 2002: 30, 31), a nadto przepowiednie. Wiele z tych druków nie dotrwało do dzisiaj, ponieważ zostały po prostu „całkowicie zaczytane”, krążyły w rękopiśmiennych odpisach, zamieszczano je w sylwach szlacheckich. „Każde pojawienie się drukowanych nowin, wydawanych przecież głównie z okazji ważnych wydarzeń, stanowić musiało atrakcję, a zawarte w nich wiadomości były zapewne powtarzane sąsiadom, krewnym i znajomym” (Zawadzki 2002: 41). Są one bez wątpienia zapowiedzią zjawisk, które dzisiaj określamy mianem tabloidyżacji. Dokładnie przeanalizował takie druczki Piotr Grochowski: „Wbrew pozorom pieśni nowiniarskie nie przynosiły jednak wyłącznie suchych i obiektywnych relacji. Prawie zawsze zawierały one silny ładunek emocjonalny; narrator, obrazowo kreśląc dramatyczne sceny, a niekiedy okraszając relację makabrycznymi szczegółami, nie tylko informował, ale próbował jednocześnie oddziaływać na uczucia odbiorców, chciał wywołać strach lub litość i współczucie dla ofiar tragicznych wypadków. W pieśniach tych fakty historyczne mieszają się zazwyczaj z informacjami mocno wątpliwymi, a nawet w oczywisty sposób fikcyjnymi” (Grochowski 2008: 33, 34). Zdaniem Bohuslava Beneša, który badał z kolei czeskie pieśni kramarskie, mają one wiele wspólnego z czasopiśmiennictwem, zwłaszcza w początkowym okresie jego rozwoju. Łączyły je z gazetami „wiele wspólnych cech semiotycznych, szczególnie informacyjność, dziennikarska pogoń za sensacją i reklama” (Beneš 1988: 18).

Nic zatem dziwnego, że dziewiętnastowieczna prasa wykorzystwała też tę formę przekazu do pozyskania czytelników, co wywołało dość powszechne przeciwko niej ataki. Antonina Kłosowska zwróciła uwagę na to, iż „Goethe wielokrotnie wymieniał prasę jako przyczynę zepsucia smaku publiczności zarzucając jej powierzchowność, karmienie czytelników nie przetrawioną treścią i wywieranie faktycznej

dyktatury w stosunku do czytelników. Wolność prasy ironicznie określał w *Xeniach* jako głęboką pogardę opinii publicznej”. Później i inni twórcy atakowali prasę „za odciąganie publiczności od prawdziwej kultury, za pospolitość, sprzedajność i demagogię” (Kłoskowska 1980: 226). Dla klasyka socjologii kultury proces ten jest wynikiem stosowania w praktyce „zasady wspólnego mianownika”, niezbędnej ze względów komercyjnych, która decyduje o

dezindywidualizacji produktów kultury masowej, pozbawia je cech oryginalności i spontaniczności [...]. Z systemem tym wiąże się anonimowość, która upodabnia wiele dziedzin wytwarzania masowej kultury do przemysłowej produkcji. Zasada wspólnego mianownika prowadzi wreszcie do eliminowania ze sfery masowej komunikacji zagadnień kontrowersyjnych, do unikania tematów zbyt specjalnych i do poszukiwania sposobów ujęcia i wątków o możliwie najbardziej uniwersalnym zakresie (Kłoskowska 1980: 273),

z eksponowaniem oczywiście sensacyjnej emocji i etykietowaniem osób oraz zdarzeń.

Spojrzenie z kulturoznawczej perspektywy na to zjawisko dowodzi, iż tabloidyzacja współczesnej kultury nie jest wynalazkiem kultury masowej, po prostu gwałtowny rozwój mass mediów stworzył tylko większe możliwości szybszego, szerszego przekazu i kształtowania podobnych treści, które stopniowo zdominowały charakter współczesnej kultury, eksponując w niej to, co Stanisław Ossowski już wiele lat temu nazwał potrzebą wrażeń w sensie popularnym. A ponieważ zmienia się również współcześnie kryterium aktualności, zgodnie z którym wydarzenia sensacyjne szybko tracą zainteresowanie mediów i odbiorców, o charakterze współczesnej kultury masowej przesądza pogoń za „nowiną” i sensacyjną relacją.

Czy jednak stosowanie terminu „tabloidyzacja” w pejoratywnym znaczeniu jest uzasadnione? A zwłaszcza owo pogardliwe traktowanie odbiorców jako osób o „umysłach prostych” i prymitywnych gustach, schlebianie którym gubi „prawdziwe” wartości kultury. Kulturoznawca powinien się przecież interesować opisem zjawiska funkcjonującego w kulturze współczesnej, które dotyczy już wszystkich mediów, a nie oceną prowadzoną z perspektywy elitarnej i negowaniem wartości kultury popularnej. „Termin »tabloidyzacja« — pisze Stuart Allan — zwraca naszą uwagę na zjawisko zrównania poważnych (opartych na faktach, odpowiednich, szacownych, elitarnych) wartości materiału informacyjnego z wartościami kojarzonymi z tabloidami (sensacjonalizmem, powierzchownością, lubieżnością i pospolitością)” (Allan 2004: 215). Potrzebę tworzenia tego typu „zjawiska zrównania” (czy też przywołanej wyżej zasady wspólnego mianownika) wywołują bowiem zarówno względy ekonomiczne, jak i oczekiwania odbiorców. Trudno podejrzewać, by wnikliwe, wszechstronne analizy wydarzeń zachodzących w naszej rzeczywistości umożliwiły mediom pozyskanie znaczącego audytorium. Sądzę zatem, że zjawisko tabloidyzacji należy po prostu rozpatrywać jako kolejny etap zmian jakościowych zachodzących wśród publiczności masowej.

Przede wszystkim zmiany te wyznacza nasilająca się współcześnie relacja zachodząca między pośrednim (medialnym, masowym) a bezpośrednim (potocz-

nym, oralnym) przekazem treści; relacja, która całkowicie zmieniała swój charakter wraz z upowszechnieniem się internetu, który wpłynął na kulturę współczesną. Dostępne są w nim bowiem takie informacje, „które normalnie zdobywamy w interakcji z ludźmi lub obserwując środowisko” (Nowak, Krejtz 2006: 9) Przestrzeń życiowa zmienia się zatem jakościowo, a dzięki kamerom internetowym „funkcję, którą do niedawna pełniło siedzenie na ławeczce przed domem i obserwowanie tego co się dzieje przy wiejskiej drodze, obecnie może pełnić obserwacja monitora komputerowego” (Nowak, Krejtz 2006: 10). Upojenie plotkami i banalnością, świadomość bycia „dobrze poinformowanym” to odwieczny wymóg dobrego samopoczucia lokalnej grupy sąsiedzkiej, niezbędny do kształtowania integracji grupy i skuteczności jej kontroli społecznej. Z kolei dzięki blogom, tworzącym przez amatorów dochodzi do wyjątkowego „poszerzenia wszechświata medialnego” — jak to określił Scott Rosenberg (Allan 2008: 82) — z czego skwapliwie korzystają profesjonalni dziennikarze. Oto tak jak kiedyś Długosz, a po nim wielu innych historiografów i nowiniarzy⁴ wykorzystywali treści funkcjonujące w obiegu potocznym (oralnym), podobnie współcześnie dziennikarze korzystają z takich treści, które jednakże funkcjonują obecnie zarówno w obiegu oralnym, jak i internetowym. Głównie oczywiście na blogach, na których nie trudno odnaleźć treści podobne do tych rozpowszechnianych dawniej w sensacyjnych opowieściach i druczkach nowiniarskich. Blogi bowiem „cechują się autentycznością i natychmiastowością”, a nadto „są w swej istocie subiektywne i służą ich autorom do wyrażania osobistych poglądów i upodobań” (Allan 2008: 84, 92) i właśnie dlatego inspirują i podpowiadają dziennikarzom tematy godne podjęcia. Wynika to także z zainteresowania dziennikarzy sensacją. Skłania to ich do rejestracji, a co za tym idzie do publikowania w mediach wielu pogłosek, których nie zamierzają w ogóle weryfikować. Dziennikarze tym samym, często zupełnie nieświadomie, współuczestniczą w tworzeniu przekazu folklorystycznego (na przykład rozpoczynają⁵ lub przyspieszają proces fabularyzacji tekstu), nadając mu jednocześnie rangę informacji wiarygodnej, a to głównie dlatego, że przekazują ją w mediach, odbieranych jako źródło rzetelnego (prawdziwego) przekazu. Jeśli odbiorcy w ten sposób zetkną się z pogłoską znaną im już z obiegu folklorystycznego (potocznego), to tym samym zyskuje ona wymiar zweryfikowanej informacji, a to sprzyja jej społecznej akceptacji i w efekcie wspomaga jej rozchodzenie się oraz inspiruje powstawanie wariantów⁶.

⁴ Wystarczy przywołać artykuł z „Przyjaciela Ludu” z 1835 roku o spaleniu czternastu czarownic w Doruchowie, w którym „naoczny świadek” relacjonuje wydarzenia sprzed ponad sześćdziesięciu lat (Wasylewski 1963).

⁵ Najświeższy przykład to pojawienie się w obiegu bezpośrednim w rejonie Kędzierzyna-Koźla na Opolszczyźnie niezliczonych „autentycznych” opowieści o zjawie łysej dziewczynki, które jako pierwsze podała lokalna radiostacja Radio Park, a czego dowiodła ponad wszelką wątpliwość studentka IV roku kulturoznawstwa Uniwersytetu Opolskiego Katarzyna Kornat.

⁶ Na ważną rolę plotek i pogłosek w procesie powstania nowych opowieści folklorystycznych zwracał już uwagę Otto Knoop, prowadząc w XIX wieku badania w Wielkopolsce (por. Łysiak 1992).

Przemieszczanie się sensacyjnych opowieści i nieprawdopodobnych relacji z obiegu folklorystycznego do medialnego i odwrotnie — z mediów do folkloru — uwarunkowane jest oczywiście komercyjnym traktowaniem informacji przez dziennikarzy i wydawców. Sprawdzenie relacji wymaga czasu, a to może oznaczać, iż inne konkurencyjne redakcje szybciej ją opublikują. „Dzisiaj całe gazety, magazyny i programy telewizyjne, pod przykrywką prezentowania »wiadomości« są poświęcone wymyślaniu i wprowadzaniu w obieg pogłosek, które mogą się wydać prawdopodobne”, twierdzą Anthony Pratkanis i Elliot Aronson (2003: 95), analizując psychologię tzw. faktoidów, czyli nieprawdziwych faktów prezentowanych w taki sposób, „że zostają powszechnie uznane za prawdziwe”. Wynika to, ich zdaniem, przede wszystkim z tego, że odbiorcy, darząc zaufaniem media, nie podejmują próby zweryfikowania takich faktoidów; ponadto „najlepsze faktoidy pomagają nam racjonalizować i uzasadniać nasze najbardziej podstawowe troski i niepokoje” oraz „służą jako fragmenty czy elementy używane do konstruowania naszego obrazu świata. Jako takie faktoidy ukierunkowują naszą uwagę i sugerują, jak powinniśmy interpretować świat” (Pratkanis, Aronson 2003: 100, 101).

Środki masowego przekazu zmieniły tradycyjne społeczności, które poszukując stabilnej wizji świata, mogą sięgać teraz zarówno po tradycyjne wątki (odświeżone z „podświadomości”, z pokładów pamięci zbiorowej), jak i korzystać z koncepcji podpowiadanych przez media, a nawet z funkcjonujących w obiegu pogłosek. Ważne jest to, że nadal mamy do czynienia z sensualnie pojmowanym światem, nazywanym popularnie tradycyjnym myśleniem ludowym. Dominuje w nim „zastępowanie niepełnej wiedzy o świecie mitem, który próbuje wyjaśnić zjawiska natury oraz przeznaczenia świata i człowieka jako całości ciągłej i celowej, umożliwiającej wiarę w sens ludzkiej działalności i trwałości wartości” (Robotycki 1980: 77). Świetnego przykładu na uzasadnienie tej tezy dostarczył Stuart Allan, analizując zachowania mediów i tak zwanych zwykłych odbiorców po ataku na World Trade Center 11 września 2001 roku. Wzrosło wówczas gwałtownie, jak wiadomo, zapotrzebowanie na informację. Na osobistych stronach w internecie pojawiły się „relacje naocznych świadków, amatorskie fotografie, a nawet filmy wideo z przebiegu kryzysu”, „internet rozbrzmiewał głosami mieszkańców Nowego Jorku i Waszyngtonu opowiadających, co naprawdę się zdarzyło”, „blogi stawały się wielogłosową wieżą Babel, reakcją na wołanie o media, które robiłyby coś naprawdę wartościowego” (Allan 2008: 69, 70, 71). Pogoń za informacją, chęć zrozumienia wydarzeń spowodowały też pojawienie się w internecie niezliczonej ilości plotek, teorii spiskowych i legend miejskich,

w miarę upływu czasu — relacjonuje Stuart Allan — w sieci pojawiła się niespotykana ilość fałszywych informacji, często połączonych z apokaliptycznymi wizjami. Niektóre z plotek miały nieść nadzieję, na przykład ta o znacznej liczbie osób uratowanych z ruin albo o mężczyźnie, który przeżył upadek z 82 piętra. Dla niektórych pewną pociechą mogła być pogłoska mówiąca, że w ruinach Pentagonu znaleziono nienaruszony egzemplarz Biblii. Do bardziej szkodliwych plotek można zaliczyć stwierdzenie, że Wielka Brytania też została zaatakowana lub że porwanych zostało więcej samolotów. [...] Analiza niektórych zdjęć z ruin WTC miała ujawnić, że w dymie widoczna jest

twarz szatana [...]. Jedna z najbardziej żywotnych plotek dotyczyła rzekomej przepowiedni XVI-wiecznego astrologa Nostradamusa, która miała dotyczyć ataku na Nowy Jork: „trzecia wielka wojna zacznie się, gdy wielkie miasto stanie w ogniu”, po tym jak „dwóch braci rozdzieli Chaos” (Allan 2008: 76)⁷.

Niezliczona ilość relacji i niesamowitych historii funkcjonujących w mediach, odradzających się w każdą kolejną rocznicę tragedii, dowodzi, iż tabloidyzacja staje się współcześnie niezbędnym elementem kształtowania wizji świata⁸.

Bibliografia

- Adamczyk M. (1980): *Biblijno-apokryficzne narracje w literaturze staropolskiej do końca XVI wieku*, Poznań.
- Allan S. (2004): *Kultura newsów*, przeł. A. Sokołowska, Kraków.
- Allan S. (2008): *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstwo*, przeł. A. Sadza, Kraków.
- Beneš B. (1988): *Funkcje pieśni kramarskich w literaturze popularnej*, „Literatura Ludowa” nr 1.
- Burszta J. (1974): *Kultura ludowa — kultura narodowa. Szkice i rozprawy*, Warszawa.
- Czubala D. (1985): *Opowieści z życia. Z badań nad folklorem współczesnym*, Katowice.
- Czubala D. (1996): *Nasze mity współczesne*, Katowice.
- Gdaczusz A. (1969): *Wybór pism*, oprac. H. Borek, J. Zaremba, Warszawa-Wrocław.
- Grochowski P. (2002): *Wokół gatunkowości pieśni dziadowskiej*, [w:] A. Mianecki, V. Wróblewska (red.), *Genologia literatury ludowej. Studia folklorystyczne*, Toruń.
- Grochowski P. (2008): *XVI-wieczna pieśń o trzęsieniu ziemi, oberwaniu chmury i deszczu „meteorytów” w Toruniu*, [w:] H. Czachowski, A. Mianecki (red.), *Do Torunia kupić kunia. W 60. rocznicę założenia oddziału toruńskiego PTL*, Toruń.
- Grochowski P. (2009): *Dziady. Rzecz o wędrownych żebrakach i ich pieśniach*, Toruń.
- Guriewicz A. (1987): *Problemy średniowiecznej kultury ludowej*, przeł. Z. Dobrzyński, Warszawa.
- Hajduk-Nijakowska J. (2007): *Współczesne opowieści wierzeniowe*, [w:] W. Pawluczuk (red.), *W co wierzymy?*, Łomża.
- Hajduk-Nijakowska J. (2010): *Teoria spiskowa jako gatunek legendy miejskiej*, [w:] K. Łeńska-Bąk, M. Sztandara (red.), *Zmowa, intryga, spisek. O tajnych układach w strukturze codzienności*, „Stromata Antropologica”, Opole.
- Kapełuś H. (red.) (1968): *Bajka ludowa w dawnej Polsce*, Warszawa.
- Kłoskowska A. (1980): *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa.
- Kotula F. (1976): *Znaki przeszłości. Odchodzące ślady zatrzymać w pamięci*, Warszawa.
- Kruszewska-Michałowska (1965): „Różne historyje”. *Studium z dziejów nowelistyki staropolskiej*, Wrocław-Warszawa-Kraków.
- Krzyżanowski J. (1965): *Dziad*, [hasło w:] *Słownik folkloru polskiego*, Warszawa.
- Krzyżanowski J. (1980): *Kilka słów o folklorze staropolskim*, [w:] idem, *Szkice folklorystyczne*, t. 1. *Z teorii i dziejów folkloru*, Kraków.
- Krzyżanowski J. (1980a): *Ulotki kramarskie*, [w:] idem, *Szkice folklorystyczne*, t. 2. *W kręgu pieśni. W krainie bajki*, Kraków.
- Łysiak W. (1992): *Dorobek folklorystyczny Otto Knoopa*, „Lud” 75.

⁷ Ten fragment cytuję S. Allan za gazetą „The New York Times” z 23 września 2001 roku.

⁸ Obecnie w Polsce jesteśmy świadkami kształtowania się nowej teorii spiskowej, związanej z tragiczną katastrofą samolotu koło Smoleńska 10 kwietnia 2010 roku. Szerzej piszę o tym w: *Teoria spiskowa jako gatunek legendy miejskiej* (Hajduk-Nijakowska 2010).

- Nowak A., Krejtz K. (2006): *Internet z perspektywy nauk społecznych*, [w:] D. Batorski, M. Marody, A. Nowak (red.), *Spółeczna przestrzeń Internetu*, Warszawa.
- Nyrkowski S. (red.) (1977): *Karnawał dziadowski. Pieśni wędrownych śpiewaków (XIX–XX w.)*, Warszawa.
- Ossowski S. (1949): *U podstaw estetyki*, wyd. 2 zmienione, Warszawa.
- Pratkanis A., Aronson E. (2003): *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, przeł. J. Radzicki, M. Szuster, Warszawa.
- Robotycki C. (1980): *Tradycja i obyczaj w środowisku wiejskim. Studium etnologiczne wsi Jurgów na Spiszu*, Wrocław.
- Simonides D. (1969): *Współczesna śląska proza ludowa*, Opole.
- Simonides D. (1981): *Memorat i fabulat we współczesnej folklorystyce*, [w:] W. Nawrocki, M. Waliński (red.), *Literatura popularna, folklor, język*, t. 2, Katowice.
- Simonides D., Hajduk-Nijakowska J. (1989): *Opowiadania ludowe*, [w:] D. Simonides (red.), *Folklor Górnego Śląska*, Katowice.
- Stomma L. (1986): *Antropologia kultury wsi polskiej XIX wieku*, Warszawa.
- Waliński M. (1981): *Funkcje pieśni dziadowskiej (na tle literatury jarmarcznej i folkloru żebraczego)*, [w:] W. Nawrocki, M. Waliński (red.), *Literatura popularna, folklor, język*, t. 2, Katowice.
- Wasyłewski S. (red.) (1963): *Sprawy ponure. Obrazy z kronik sądowych wieku oświecenia*, Kraków.
- Zawadzki K. (2002): *Początki prasy polskiej. Gazety ulotne i seryjne XVI–XVIII wieku*, Warszawa.
- Żółkiewski S. (1979): *Główne tendencje rozwoju polskiej kultury literackiej 1918–1939*, [w:] *idem, Kultura, socjologia, semiotyka literacka. Studia*, Warszawa.