

DOROTA BRZozowska

Humor w tabloidach

Jedną z cech charakterystycznych wydawnictw tabloidowych jest zacieranie granicy między dokumentem a fikcją, między informacją a rozrywką. Pierwsze publikacje tego typu były „na ogół superemocjonalne, a nacisk kładły na melodramatyczne rozstrzygnięcia, używając często ironii i humoru” (Godzic 2005). Ten charakter utrzymywany jest w gazetach anglosaskich, słynących między innymi z używania w tytułach nie zawsze najwyższego lotu kalamburów. Wydawać by się zatem mogło, że także polskie tabloidy, garściami czerpiące pomysły z wydawnictw obcych, pełne będą humoru różnego rodzaju. Po bliższym przyjrzeniu się takim publikacjom okazuje się jednak, że wcale nie jest to takie oczywiste. Celem tego artykułu jest przedstawienie rezultatów analiz najbardziej znanych polskich dzienników tego typu — „Faktu” i „Super Expressu”¹ — pod kątem występujących w nich rodzajów tekstów humorystycznych. Materiał wykorzystany do badań pochodzi z numerów opublikowanych na przełomie 2010 i 2011 roku.

Treści komiczne znaleźć można w rubrykach stałych lub w artykułach okazjonalnych obu badanych gazet. Zabawowy charakter mają ponadto niektóre nagłówki i fragmenty tekstów publikowanych w rubrykach poświęconych komentarzom sportowym.

Jedną z często stosowanych w tabloidach technik dowcipu językowego jest wykorzystanie banalnych rymów. Pojawić się one mogą w różnych miejscach artykułów. W wielu wypadkach obecne są w tytułach tekstów napisanych w poważnym tonie, na przykład *Miało być lotnisko, zostanie klepisko* („Fakt” 30 listopada 2010) czy *Polka wyskoczyła jak z procy po sylwestrowej nocy* („Super Express” 3 stycznia 2011).

Do elementów stałych należy zamieszczane w każdym numerze zarówno „Faktu”, jak i „Super Expressu” — wzorem niemieckich i angielskich odpowiedników — zdjęcie kobiety ukazującej nagi biust. Niewątpliwie ma ono przyciągać uwagę czytelników, a opatrzenie go komentarzem w pierwszej osobie liczby pojedynczej,

¹ „Fakt”, wydawany przez Axel Springer Polska, jest liderem sprzedaży na rynku dzienników. Jego rozpowszechnianie płatne w październiku 2010 roku wyniosło 410 890 egzemplarzy. Do 194 152 sztuk wzrosło w tym czasie rozpowszechnianie płatne „Super Expressu” (<http://biznes.interia.pl/news/gazeta-wyborcza-ciagle-traci-czytelnikow,1579480>, dostęp: 5.01.2011).

nawiązującym do treści zawartych w danym wydaniu, ma mieć charakter humorystyczny i zainteresować artykułami opublikowanymi na innych stronach gazety. Jako przykład prostej rymowanki może posłużyć wypowiedź odnosząca się do tekstu *Hurra! Hans Kloss wraca. Jeśli wszystko pójdzie dobrze, to zdjęcia ruszą już wiosną* włożona w usta roznegliżowanej dziewczyny: „Klossa i Brunnera oglądam co niedziela. Mama mi wspominała, że w Klossie się kochała, Brunnera nie cierpiała, przez niego z nerwów cała drżała — mówi Zuzanna (22 l.) z Gdańska. — A ja, gdy serial sobie kupiłam, w J-23 się wcieliłam” („Fakt” 30 listopada 2010). W innym numerze tej samej gazety, w podobnym kontekście, czytamy: „Każda dziewczyna chce być jedyna. — Na Olka mogłabym czekać nawet sto lat, moje uczucie do niego rozkwita jak kwiat — wdycha Jola (24 l.) z Opola”. Ta rymowana wypowiedź nawiązuje do artykułu zatytułowanego *Prezydent Kwaśniewski w odpowiedzi na wyznanie żony: Wiem, że nie byłem pierwszy* („Fakt” 1 grudnia 2010).

Także w „Super Expressie” modelkom przypisuje się w okrągłym dymku komentarze odwołujące się do zamieszczonych w danym numerze artykułów, jednak dziennikarze tej gazety nie opatrują ich rymowankami. Elementem zabawowym jest podwójne znaczenie tych zatytułowanych *Naga prawda* wypowiedzi, na przykład „Marzeny (22 l.) z Warszawy: Jeszcze nie ochłonełam po przegranej Pawełka Stalińskiego (21 l.) w »Tańcu z gwiazdami« (s. 9) [...] Na szczęście jesteśmy sąsiadami, więc pocieszę chłopaka na swej piersi. Nie będzie musiał czekać na prezent od mamy”. Tekst nawiązuje do artykułu zatytułowanego ironicznie *Mamusiu! Kup mu autko na pocieszenie* („Super Express” 30 listopada 2010). Wypowiedź ma agresywny charakter, jej ostrze jest skierowane w celebrytę wyśmiewanego jako mamin-synek.

Innym rodzajem gry jest wykorzystanie elementów angielskojęzycznych przywołujących znane teksty popkultury. Za przykład może posłużyć tytuł *My name is Komorowski* rozszerzony w lidzie do „Bronisław Komorowski — tak już wkrótce będzie się mógł przedstawić za granicą polski prezydent”, dotyczący wiadomości o tym, że prezydent zatrudnił w swojej kancelarii nauczyciela języka angielskiego. Krótki artykuł kończy ironiczne „Good luck, Mister President!” („Fakt” 30 listopada 2010). Nie jest to jedyny wypadek użycia przez dziennikarzy „Faktu” Bondowskiej frazy. Pojawia się ona także w innym numerze i innych okolicznościach, lecz w podobnym miejscu — jako puenta wypowiedzi. W rubryce *Cud tygodnia* w tekście o nawiązującym do słów kolędy tytule *Cuda, cuda ogłaszają...* czytamy: „okazuje się, że można nic nie robić, wystarczy nazywać się Tusk. Donald Tusk” („Fakt” 27–28 listopada 2010).

Do efektów komicznych prowadzi nagromadzenie w jednym zdaniu wielu metaforycznych określeń, uzupełnionych o ich dosłowne rozwinięcie. Przykładem takiego tekstu, wzmocnionego personalnym lekceważącym przytykiem, może być fragment krótkiej notatki *Nie ma afery, nie ma prezydentury*, w którym porażkę w wyborach samorządowych Mirosława Sekuły z PO skomentowano słowami: „Tak się chłopina dwoił i troił, żeby wybielić partyjnych kolegów, tak pod dywan aferę

zamiatał, że wchodząc do jego gabinetu, można było sobie zęby powybijać i guzik z pętelką” („Fakt” 27–28 listopada 2010).

W „Fakcie” nie brak dowcipów rysunkowych wyśmiewających znanych, także zagranicznych, polityków. Artykułowi *Złośliwe uwagi o przywódcach* poświęconemu danym z poufnych depesz, wystosowanych do centrali przez amerykańskich dyplomatów, towarzyszą obrazki groźnie szczerzącego zęby Władimira Putina (nazwanego w tekście „Przywódcą stada albo Batmanem”), nadmiernie pomarszczonej Angeli Merkel (określanej „teflon, bo wszystko po niej splywa”), uśmiechniętego, z głową przykrytą kiściami winogron Silvio Berlusconi (zwracającego uwagę „ostrymi imprezami”) oraz Nicolasa Sarkozy’ego (nazwanego „cesarzem bez szat”), nagiego w czapce napoleońskiej, stojącego na palcach i zasłaniającego się pionowo ustawioną bagietką („Fakt” 30 listopada 2010).

Dowcipy rysunkowe znajdziemy także w „Super Expressie”, w którym poświęcona jest im oddzielna rubryka nazwana nazwiskiem autora *Wasiukiewicz*. Przykładowo zabawnemu rysunkowi przedstawiającemu zasypany śniegiem blok towarzyszy napis „Polak potrafi”. „O nasz gospodarz w końcu wziął się do roboty... i ostro protestuje przeciwko zimie i zbyt obfitym opadom śniegu” („Super Express” 1 grudnia 2010). Innym materiałem wizualnym, do którego chętnie dopisuje się zabawne komentarze, są fotografie. W jednym z numerów dużemu zbliżeniu twarzy polityka towarzyszy napis: „Z tej twarzy wylewa się dostojeństwo i inteligencja. Zbigniew Ziobro (40 l.) zerwał już z chłopięcym wyglądem”. Po lewej stronie fotografii umieszczono mniejsze zdjęcia z podpisami „Lech Wałęsa (67 l.) jako prezydent wyglądał bardzo dostojnie” oraz „Aleksander Kwaśniewski (56 l.) miał również twarz wielkiego polityka”. Materiały te, bezceremonialnie naigrawające się z tuszy rządzących, mają w sposób dosłowny ilustrować tezę przedstawioną w tytule: *Ziobro idzie na prezydenta. To już widać!* („Super Express” 19 listopada 2010).

W tekstach sporadycznie pojawia się samo słowo „żart”, i to w kontekstach sugerujących, że mowa o czymś poważnym. Jak głosi lid, „Żarty prezydenta Komorowskiego, że Jaruzelski to polityk lewicowy starszego pokolenia nie są śmieszne, a straszne” („Fakt” 27–28 listopada 2010). Artykułowi zatytułowanemu *Tańczyły dwa Michały* towarzyszy rysunek satyryczny przedstawiający generała radośnie tańczącego z ubranym w strój myśliwski prezydentem (rubryka *Bazar polityczny* Doroty Łosiewicz, ilustracje Robert Konradt). Na tej samej stronie znajduje się kolejna celowo zabawna rubryka — określana jako *political fiction* — zatytułowana *Tajemnice Prawa i Sprawiedliwości*, a przybierająca postać komicznej minijednoaktówki, podsumowanej zdaniem: „Bujdy na resorach? Któż to wie” („Fakt” 27–28 listopada 2010). Do podobnego typu należy rubryka *Korespondencja przechwycona*, w której głos zabiera rzekomo prezes, pisząc do członków PiS list nawołujący do kpin z poszczególnych osób należących do „zdradzieckiego klubu”: „W normalnych warunkach potępialbym stosowanie argumentów ad personam, ale nie jesteśmy w warunkach normalnych. Jesteśmy w warunkach wojennych i wszystkie chwytysą dozwolone”. Wesołość ma także wzbudzać przypominające czasy komunizmu za-

kończenie „Z partyjnym pozdrowieniem”. Na tej samej stronie nazwanej *Warzecha* można znaleźć tekst *Klechdy domowe. O królu Bronku Dobrotliwym*. Stylizacji na charakter bajkowy i lekko archaiczny towarzyszy zabawa w przekręcanie nazw własnych. Minister spraw zewnętrznych nazwany został Gradosław von Bromberg, a cała akcja rozgrywa się wokół wiadomości przekazanej przez hrabiego Kłapaka, mówiącej, że rządzona przez Wielowłada I Pilandia, potężny sąsiad ze wschodu, napadła na Bollandię. Ostatecznie na króla spada odłamany kawałek gzymsu, ozdobionego herbem i dewizą *Aqua calida per omnes*, kończąc jego życie i opowiadanie („Fakt” 1 grudnia 2010). W tej samej rubryce innego numeru znajduje się duży rysunek satyryczny przedstawiający polityków na scenie z Belwederem w tle oraz tekst dramatyczny zatytułowany *Szopka noworoczna*. Ten ostatni jest opatrzoney didaskalią, na przykład „Komorowski (podkręca wąsa, śpiewa na melodię »My jesteśmy krasnoludki«)”, a część wypowiedzi ma charakter rymowany: „Jestem sobie prezydentem, hop, siup, tralala la! W Belwederze rezydentem, hop, siup, tralala la! Dowcipami sypię chętnie hop, siup, tralala la! By nie było tu za smętnie, hop, siup, tralala la!”; „Kaczyński: Nie pokocham nigdy Tuska, bo lokajem jest u Ruska! Tusk: Ten Kaczor to psychopata, nie będzie mi nigdy za brata!” („Fakt” 31 grudnia 2010–2 stycznia 2011).

Do tekstów humorystycznych, ze względu na zabawne wytykanie paradoksów, zaliczyć można także felietony zamieszczane w rubryce *Król & Krul*: „Większość Polaków nie wie, że ma poglądy większości. A poglądy większości są słuszne, bo podziela je większość. Skąd większość dowiaduje się, że ma poglądy większości lub że ma niesłuszne poglądy mniejszości? O tym informują środki masowej informacji” („Super Express” 29 listopada 2010). W innym numerze w tej samej rubryce pojawiają się także rymowane fragmenty: „moje życzenia noworoczne są ciepłe i radosne: niech Wam w głowach wesoło pluska ocean obietnic Donalda Tuska. Do Siego Roku + 23% VAT” („Super Express” 3 stycznia 2011).

Mniej lub bardziej zabawne plotki „z życia koalicji” i „z życia opozycji” możemy znaleźć w rubryce *Mazurek & Zalewski*. Autorzy przedstawieni są karykaturalnie jako walety na jednej karcie. Oto fragment wypowiedzi złośliwej i zawierającej umiarkowanej mocy wulgaryzm, a dotyczącej pytania dziennikarzysty, „czym się szef rządu naprawdę zajmuje. No i kłopot, trzeba jakąś narrację sprzedać. Bo przecież nie można powiedzieć wprost — jak nasz znajomy z Platformy — że »popijaniem winka, paleniem cygara, opierdalaniami współpracowników i graniem w gałę«” („Fakt” 29 listopada 2010). Podobny charakter mają komentarze zamieszczane w „Super Expressie” w rubryce *Księga przypraw Alberta*: „A propos Tuska. Ujął za serca swoimi nowymi hasłami w stylu: Nie róbmy polityki. Róbmy drogi. Po zakończeniu premierowania robotę w Hydrobudowie ma jak w banku. Nasz kochany Bob Budowniczy” („Super Express” 19 listopada 2010). Humor tych tekstów opiera się głównie na kontraście pozornie neutralnej wiadomości z kończącą ją złośliwą puentą, wymierzoną w stronę znanych osób: „Michał Wiśniewski odgraża się, że nagra płytę, na której usłyszymy go śpiewającego poezję. Ciekawe, który z poetów tak zalał mu za skórę...” („Super Express” 26 listopada 2010).

Plotki z życia celebrytów i nawiązania do tytułów popularnych seriali występują też w „Super Expressie” w formie dłuższych artykułów. „Eva Longoria (35 l.) gotowa na wszystko, nawet na rozwód pogoniła niewiernego męża” — krzyczy ogromny nagłówek nad całostronicowym zdjęciem aktorki wyginającej swe ciało odziane w skąpe bikini. Podpis pod fotografią znanej z serialu *Gotowe na wszystko* gwiazdy optymistycznie i obrazowo zapewnia: „odstawiła rozwiązłego męża od piersi. Najpewniej jednak nie pozostanie długo samotna” („Super Express” 10 listopada 2010).

Charakterystyczne dla brukowców granie na uczuciach i wyostrowanie wypowiedzi w stylizowanej na komiks rzekomej wymianie zdań między projektantem mody, prezentującym na pokazie naturalne futra, a proekologiczną modelką: „Krupa ma w ustach martwą krowę!” kontra nawiązujące do znanej wypowiedzi Bogusława Lindy z *Psów* „Nie chce mi się z Tobą gadać!”, podsumowujące brak komentarza ze strony modelki na wypowiedź: „Botoks, którym wypełnia sobie usta, zawiera kolagen, który pochodzi od biednej zabitej wcześniej krowy” („Super Express” 10 listopada 2010).

W artykułach dotyczących sportu często wykorzystuje się pseudonimy sportowców, które zestawiane są w tytułach w sposób przywołujący zabawne i obrazowe skojarzenia. Przykładem może być *Korona zatruje się Rybą*, w nawiązaniu do stadionu Korony i nazwiska Jacka Kiełba nazywanego Rybą, czy *Przejechała się na łyżwie*, tytuł artykułu z tego samego numeru o zdyskwalifikowaniu Justyny Kowalczyk za pomaganie sobie krokiem łyżwowym („Super Express” 27–28 listopada 2010). W obu wypadkach mamy do czynienia z popularnym typem dowcipu językowego, bazującego na podwójnym znaczeniu użytych wyrazów i wieloznacznością zastosowanych związków frazeologicznych.

W tytułach artykułów sportowych pojawiają się rozumiane dosłownie idiomy: *Kibice zrobili z nich bałwanów*, gdyż „kibice Polonii obrzucili śnieżkami piłkarzy, którzy w fatalnym stylu przegrali z Wisłą”. Na pierwszym planie artykułu widnieje bałwan w koszulce pokonanego klubu. Cały tekst ma charakter na przemian poważny i żartobliwy. Kończy go wypowiedź obrońcy mówiącego: „Mam nadzieję, że nasza gra się poprawi i kibice nie będą w nas rzucać śnieżkami. A jeśli nie? Wtedy będę liczył na odwilż i to, że śnieg się rozpuści — żartuje Pietrasiak” („Super Express” 30 listopada 2010). Przekształcenia utartych związków frazeologicznych mogą przybierać różne formy, na przykład rozszerzenia, tak jak w komentarzu zastępcy redaktora naczelnego zatytułowanym *Przyszli emeryci nabici w butelkę szampana* („Super Express” 3 stycznia 2011), a odnoszącym się do niekorzystnych zmian finansowych wprowadzanych od nowego roku. Śmieszność tego określenia związana jest z występującą w nim niespójnością. Wynika ona z doprecyzowania, o jaką butelkę chodzi, co umożliwia dosłowne, prowadzące do absurdu, odczytanie przekazu.

W tekstach pojawiają się ponadto z wyraźnie żartobliwą intencją odwołania do stereotypów — w tym do głupoty blondynek. Towarzyszą im złośliwe przytyki pod kątem znanych osób należących do wykpiwanej kategorii. Jak głosi jeden z tytułów, *Blondynki zarabiają więcej*. Zdawać by się mogło, że przesłaniem tekstu

jest walka z tymi stereotypami: „Czy brunetki dalej będą wymyślać głupie kawały o blondynkach, gdy poznają wyniki tych badań?”. Jednak nic bardziej mylnego, gdyż jak możemy się dowiedzieć z dołączonej do artykułu ramki: „I ty możesz zostać blondynką. Żeby zostać blondynką, nie wystarczy się ufarbować. Blondynka to styl życia. Bez krótkiej spódniczki i głębokiego dekoltu nikt nie uwierzy, że jesteś prawdziwą »blondiną«. Żeby się uwiarygodnić, warto popełnić przynajmniej jedną gafę dziennie i zaśmiać się kilka razy à la Doda. Do tego trzeba być wiecznie uśmiechniętym i patrzeć na mężczyzn wzrokiem proszącym o pomoc” („Super Express” 3 stycznia 2011).

W obu gazetach sporadycznie występują także nawiązania do stereotypu homoseksualisty: „Od tygodnia jesteśmy pod wrażeniem Maskotek na EURO 2012. Niektórzy męskie pacynki ochrzczili imionami Nędza i Bieda. Mnie one wyglądają na dwóch kolesi, którzy odłączyli na szybkie siusiu od Parady Równości” („Super Express” 26 listopada 2010).

Uwielbiamy te włączone mikrofony, prawdę o człowieku zawsze powiedzą. Przekonał się o tym nasz ulubiony wiejski fryzjerszyk Węgrzyn Robert. Na widok amarantowego (po naszymu był czerwony, ale chcieliśmy się popisać) żakietu posłanki Wróbel Marzeny palnął, a mikrofony podłuchały: „Jaki kolor jeszcze ubrała, kuźwa...” [...] Węgrzynowi moglibyśmy oczywiście tłumaczyć, że „kuźwa” mówią tylko małomiasteczkowi pederaci, bo jak już kłąć, to kłąć, a nie się krygować, ale tłumaczenie czegokolwiek Węgrzynowi Robertu to strata czasu. Skupmy się więc na tym, że koloru [...] się nie ubiera, a zakłada. Ubiera to się najwyżej Wróbel Marzena. Zresztą u tego samego projektanta co Węgrzyn Robert („Fakt” 29 listopada 2010).

„Od wielu dni głośna jest sprawa pobicia przez policję gejskiego aktywisty Biedronia Roberta. Policja twierdzi, że do całego zajścia doszło z winy pana Roberta, ponieważ ten złapał policjanta za pałkę” („Super Express” 19 listopada 2010). W tych i podobnych fragmentach poprzez metatekstowe odwołania, polegające na ironicznym komentowaniu opisywanych w prasie wydarzeń, uwidacznia się ogólniejsza występująca w prasie codziennej tendencja, nazwana przez Marię Wojtak zabawnym informowaniem i zabawą informowaniem (Wojtak 2010: 125).

W wypadku niektórych z zamieszczanych w tabloidach tekstów, w których mechanizm komiczny opiera się na kontraście, nie jest łatwo stwierdzić, czy zostały one celowo skonstruowane jako zabawne. Obecna w nich przesada może co prawda śmieszyć, ale też budzić niesmak czy skłaniać do stwierdzenia z politowaniem banalności podejmowanego tematu. Na pewno jej celem jest przyciągnięcie uwagi czytelnika. Za przykład może posłużyć krzyczący na jedną czwartą strony tytułowej napis: *Narażała życie, żeby nas bawić* z mniejszym podtytułem *Edyta Górniak prawie naga na mrozie* ilustrowanym zdjęciem piosenkarki w krótkiej sukience ukazującej gołe nogi i bieliznę, czy w innym miejscu tego samego numeru *Sylwestrowe zmartwienie Agnieszki Szulim (32 l.): Mąż mi nie kupił elektrycznych majtek!* („Fakt” 31 grudnia 2010–2 stycznia 2011).

Podsumowując, można stwierdzić, że w obu analizowanych gazetach teksty humorystyczne występują sporadycznie. Ich obecność jest przeważnie nieregularna,

rzadziej zdarza się, że pojawiają się w stałych rubrykach. W większości wypadków komizm w tabloidach przybiera postać satyry bądź ironii i ma charakter agresywny. Jego ostrze skierowane jest w konkretne, wymienione z nazwiska i przypisane do szczegółowej kategorii wiekowej osoby. Są nimi z reguły politycy, aktorzy, piosenkarze, sportowcy i inni celebryci. Często można zaobserwować połączenia prześmiewczego tekstu pisanego z ilustrującym go humorystycznym zdjęciem, rzadziej rysunkiem. Dowcipy językowe tworzone są najczęściej za pomocą pospolitych rymów lub polegają na eksponowaniu podwójnego znaczenia czy transformacji utartych związków frazeologicznych. Mechanizmy ogólnokomiczne, takie jak: nagromadzenie danych elementów, przesada i kontrast są głównymi środkami wykorzystywanymi w wypadku tekstów zamieszczanych w obu omawianych gazetach. Pojawiają się także odwołania do komicznych stereotypów. Na podstawie analizowanych przykładów widać wyraźnie, że pod pozorem walki ze stereotypami ich pozycja jest wzmacniana. Również one same są często używane jako broń przeciwko konkretnym osobom.

W analizowanym materiale znaleźć można potwierdzenie opinii Wiesława Godzica, że polskie tabloidy prasowe nie są uczciwe wobec własnych czytelników, gdyż „świadomie balansują na granicy prawdy–nieprawdy, wprowadzając w królestwo dwuznaczności”, a „szatańskie oddziaływanie [kultury tabloidowej] polega na czymś innym niż tylko na lekceważeniu tradycyjnych zasad moralnych, prowadzi do niekontrolowanego zanurzania treści poważnych w oceanie spraw miałych” (Godzic 2005). Można dodać, że treści tragiczne przeplatają się w nich z treściami i formami komicznymi, a wspomniane dwuznaczności są świetną pożywką dla dowcipów — niestety, w omawianym materiale przeważnie nie najwyższej próby.

Bibliografia

- Brzozowska D. (2008): *Polski dowcip etniczny. Stereotyp a tożsamość*, Opole.
- Buttler D. (1968): *Polski dowcip językowy*, Warszawa.
- Godzic W. (2005): *Jasne i ciemne strony tabloidów*, „Polityka” 15 czerwca 2005, <http://www.polityka.pl/spoleczenstwo/niezbednikinteligenta/150514,1,jasne-i-ciemne-strony-tabloidow.read>.
- Wojtak M. (2010): *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin.