

Joanna Rak

"Tabloidyzacja języka i kultury", red.
Irena Kamińska-Szmaj, Tomasz
Piekota, Marcin Poprawa, Wrocław
2010 : [recenzja]

Historia i Polityka nr 6 (13), 241-246

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

***Tabloidyzacja języka
i kultury*, red. Irena
Kamińska-Szmaj,
Tomasz Piekota, Marcin
Poprawa, Wydawnictwo
Uniwersytetu
Wrocławskiego,
Wrocław 2010, ss. 218**

Środkiem komunikowania¹, w którego teleologiczne i intencjonalne wykorzystanie wpisany jest szczególny potencjał sprowadzający się do kierowania wrażeniem i uwagą, stanowi język. Pozwala on bowiem tworzyć, przekształcać i przesyłać informacje, a także technicznie umożliwia wywieranie wpływu przez podmioty związane relacjami walki i współpracy². Zważywszy na wskazaną dyspozycję, ważką kwestię stanowią procesy dotyczące tak języka, jak i kultury, ponieważ determinują ich charak-

ter. Jednemu z takich procesów przyjrzeni się badacze z Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego — redaktorzy monografii z serii „Oblicza komunikacji”, pod tytułem „Tabloidyzacja języka i kultury”, poświęconej kwestiom dotyczącym *tabloidów* oraz *tabloidyzacji* języka i kultury: Irena Kamińska-Szmaj, Tomasz Piekota i Marcin Poprawa.

Tematyce podjętej przez naukowców na łamach recenzowanej książki towarzyszy wiele wątpliwości związanych z definiowaniem zawartych w jej tytule pojęć. Często bywają one bowiem konceptualizowane przy pomocy nacechowanych emocjonalnie określeń, a nawet przez pryzmat wartości, co powoduje pojawianie się niejasności, trudnych do zweryfikowania w naukowym dyskursie. Co więcej, pewna dowolność w ich stosowaniu powoduje rozmycie znaczeniowe i wypacza pogląd na zmiany zachodzące w języku i kulturze, co z kolei utrudnia zrozumienie konsekwencji tychże procesów. Przyjrzenie się procesom *tabloidyzacji* języka i kultury ułatwia wskazana monografia składająca się z trzech działów: „Rozpraw” i „Analiz i studiów przypadków”, w ramach których naukowcy z różnych ośrodków naukowych w Polsce, między innymi z Uniwersytetu Opolskiego czy Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, podjęli próby zgłębienia istoty zjawiska *tabloidyzacji* rzeczywistości oraz „Recenzji i omówień”.

W dziale „Rozprawy” zamieszczono wyniki badań przeprowadzonych przez specjalistów zajmujących się tematyką *tabloidyzacji*. Folklorysta i kulturoznawca Janina Hajduk-Nijakowska w rozprawie zatytułowanej „Kulturowe źródła tabloidyzacji przekazów medialnych”, która stanowi próbę odpowiedzi na pytanie o proveniencję kulturową

¹ O języku jako o środku komunikowania por. szerzej: M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 13–17, 21. Por. także: T. Rzepa, *Twórcy polskiej psychologii o komunikowaniu stanów życia psychicznego*, [w:] *O języku i komunikowaniu się*, red. T. Rzepa, Szczecin 1998, s. 33.

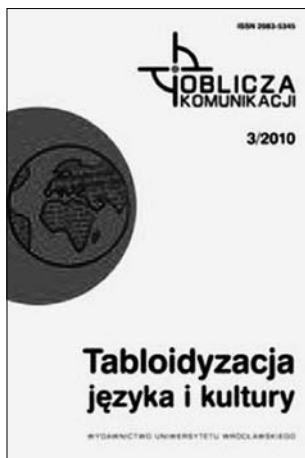
² Por. J. Lees-Marshment, *Political Marketing. Principles and applications*, London and New York 2009, s. 44–45; K. Adams, G. J. Galanes, *Komunikacja w grupach*, Warszawa 2008, s. 63.

zjawiska *tabloidyacji*, daje czytelnikowi pogląd na kontekst towarzyszący jego powstaniu i ewolucji. Autorka doszukuje się bowiem korzeni zjawiska w „potrzebie wrażeń”, o której pisał Stanisław Ossowski, a pierwsze jej przejawy dostrzega w opowieściach Jana Długosza z „Kronik sławnego Królestwa Polskiego”. Śledzi tym samym sposoby zaspokajania tej potrzeby na przestrzeni dziejów, by dojść do konstatacji, że: „*tabloidyacja* 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 [...] potrzebę wrażeń”³. Autorka podważa zasadność pejoratywizacji pojęcia *tabloidyacja* i jednocześnie, co uzasadnia jej specjalizacja naukowa, postuluje traktowanie opisywanych procesów, jako etapu zmian jakościowych wśród publiczności masowej. Rozprawa jest ciekawym głosem w dyskusji na temat zmian dokonujących się we współczesnym świecie oraz skłania do krytycznej refleksji nad obecnością *tabloidów* w kulturze.

Powracającym problemem w kolejnych artykułach monografii jest operacjonalizacja pojęć *tabloid* i *tabloidyacja*. Niemniej, dopiero Bogusław Skowronek,

dokonując przeglądu i syntezy definicji, dostarczył — prawdopodobnie doraźnego, z uwagi na dynamikę zjawiska — rozwiązania. Wskazał także na brak uwzględnienia tych terminów w „Słowniku języka polskiego PWN”, pod redakcją Mieczysława Szymczaka, czyli wykluczenia przez inteligencję słów i sfery którą one określają. Zwrócił także uwagę na brak zgody wśród twórców definicji. Zgromadzony przez autora materiał stanowi wartościowy, otwarty katalog funkcjonujących sposobów eksplikacji i rozumienia zjawiska. Posłużył on B. Skowronkowi jako kontekst rozważań podjętych w ramach analizy wyników badania — niestety — jedynie pilotażowego, jakie przeprowadził wśród studentów i urzędników. Wnioski, choć nie zaskakują i nie są reprezentatywne dla całej populacji, zdają się ciekawe, ponieważ stanowią świadectwo uwięzienia pojęć wśród sądów wartościujących

i dowód konstruowania przestrzeni kultury w oparciu o kategoryzację MY (inteligencja gardząca *tabloidami*) i ONI (masy wielbiące *tabloidy*)⁴. Autor, proponując tezę o *tabloidyowaniu* pojęć *tabloid* i *tabloidyacja*, obnażył paradoks polegający na pojawiającej się wśród respondentów oraz badaczy potrzebie wyznaczenia linii demarkacyjnej pomiędzy twórcami definicji a czytelnikami *tabloidów*, co w połączeniu ze skłonnością do wartościowania wskazuje na brak zdol-



³ J. Hajduk-Nijakowska, *Kulturowe źródła tabloidyacji przekazów medialnych*, [w:] *Tabloidyacja języka i kultury*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekota, M. Poprawa, Wrocław 2010, s. 17.

⁴ B. Skowronek, *Definicja kognitywna terminów „tabloid” i „tabloidyacja”. O pułapkach różnorodnych znaczeń*, [w:] *Tabloidyacja języka i kultury*, op. cit., s. 34.

ności do krytycznego opisu i obiektywnego określania zjawisk. Jest jednak świadomy ograniczeń, wynikających między innymi z doboru próby i wątpliwości, które pojawiły się w trakcie analizy materiału empirycznego. Otwiera tym samym furtkę dla badaczy, wyrażających wolę przeprowadzenia kolejnych badań oraz inspirowane do podjęcia debaty. Rozprawa Mariana Bugajskiego „Kultura tabloidów a język” jest polemiczna wobec poprzedzającej ją — autorstwa B. Skowronka. Autor staje w obronie zjawiska braku leksemu *tabloid* w niektórych słownikach, uzasadniając tę sytuację nowością zapożyczenia w języku polskim. Niemniej, obecność na łamach monografii różnorodnych interpretacji zjawisk umożliwia czytelnikowi zapoznanie się z różnymi punktami widzenia i ułatwia ewaluację zmian w „kulturze tabloidów”. Autorzy w swych rozważaniach niejednokrotnie mnożą wątpliwości co do oceny, dokonujących się za sprawą *tabloidyżacji*, przemian w języku i kulturze, motywując do samodzielnej refleksji. Zbigniew Bauer w rozprawie „*Twój głos w Twoim domu: cztery typy tabloidyżacji*” sprzeciwia się demonizowaniu pojęcia *tabloidyżacji* oraz wysuwa postulat wystrzegania się wartościowania pojęcia w obawie przez zatraceniem istoty instrumentarium, jaką stanowi służenie opisywaniu rzeczywistości. Kontrowersyjne, lecz godne uwagi, jest przedstawienie przez autora ciekawego porównania dziennikarstwa śledczego do *tabloidów*. Dowodzi on, że pomimo licznych cech odróżniających je od siebie, posiadają wspólną właściwość: „dostarczają sensacyjnych wiadomości oraz przyjemności obcowania z czymś ukrytym i tajemniczym”⁵. Zaprezen-

wane strategie *tabloidyżacji*, stanowiące podstawę do postawienia wielu ważnych pytań, zwłaszcza o zależności między netosferą a *tabloidyżacją* oraz o to, czy i pod jakim wpływem *internet* się *tabloidyżuje*, ukazują zasięg i złożoność zjawiska⁶.

Inny aspekt procesu *tabloidyżacji* omawia w artykule zatytułowanym „Tabloidyżyczna «produkcja» sensu i wartości” Michał Drożdż, zachęcając do rozważenia, z aksjologicznego punktu widzenia, problemów takich jak „medialne kreowanie «sztucznych światów» tabloidyżowych” czy „banalizacja zła w przekazach *tabloidyżowych*”, dotyczących wszystkich uczestników mediosfery. Jednocześnie dzieli się z odbiorcami swoimi wątpliwościami, dotyczącymi przyszłości języka, jako podstawowego dobra kulturowego w *tabloidyżowym* świecie⁷. Autor stawia interesujące poznawczo pytania o możliwość urzeczywistnienia wartości i piękna swojego człowieczeństwa przez człowieka w dobie *tabloidyżacji*⁸. Niejako uzupełnieniem rozważań M. Drożdża jest rozprawa Jana Pleszczyńskiego zatytułowana „Przestrzeń aksjologiczna mediów popularnych i jakościowych”. Dziwi wobec tego kolejność artykułów, to znaczy oddzielenie tych rozpraw rozważaniami Mariana Bugajskiego, koncentrującego się na zupełnie innym aspekcie *tabloidyżacji*. J. Pleszczyński prezentuje bowiem teoretyczny szkic dotyczący wartości, do jakich nawiązują media, wykazując wpływ *tabloidyżacji* na znikanie różnic pomiędzy mediami jakościowymi i popularnymi. Dopatruje się

cztery typy tabloidyżacji, [w:] *Tabloidyżacja języka i kultury*, op. cit., s. 37.

⁶ Ibidem, s. 4.

⁷ M. Drożdż, *Tabloidyżyczna „produkcja” sensu i wartości*, [w:] *Tabloidyżacja języka i kultury*, op. cit., s. 63.

⁸ Ibidem.

⁵ Z. Bauer, „*Twój głos w Twoim domu*”:

w tym zagrożenia w postaci zmiany polegającej na krystalizacji podziału na media popularne i *tabloidy*. W rozprawie brakuje jednak przykładów z praktyki medialnej, pozwalających na zilustrowanie omawianych kwestii, nad czym ubolewa sam autor⁹.

Trzeba podkreślić, że w „Analizach i studiach przypadków” badacze skupili się na konkretnych egzemplifikacjach *tabloidyzacji*. W analizie „Tabloidy na polskim rynku — bilans zysków i strat”, Adam Szyńol, jak wskazuje tytuł, wykonał bilans zysków i strat związanych z istnieniem *tabloidów* na polskim rynku. Podkreślił, że wpływ *tabloidyzacji* na media i kulturę był nieunikniony ze względu na dążenia mediów, skupiających się na zwiększaniu atrakcyjności przekazu, choć niewątpliwie wpłynęło to na spływanie dyskursu publicznego. Odwołuje się do zaczerpniętej z ekonomii analizy cyklu życia produktów i porównuje *tabloidy* w Polsce i na świecie, co pozwala mu wyciągnąć ciekawe wnioski dotyczące ich funkcjonowania. Dodaje, że zmiany, jakie zaszły w komunikowaniu i kulturze, są nieodwracalne i spodziewa się umacniania wpływów *tabloidów*.

Odnaczając się nowatorskim podejściem jest analiza Pawła Nowaka, który w „Marketingowym archetypie MIŁOŚCI I WSPÓLNOTY jako sposobie *tabloidyzacji* komunikacji politycznej w języku mediów” rezygnuje z definiowania *tabloidu* i *tabloidyzacji* na rzecz wypunktowania skutków zjawiska, stanowiących jednocześnie jego cechy dystynktywne. Jest to funkcjonalny zabieg w kontekście omówienia zagadnienia *tabloidyzacji* przez archetyfizację. Autor, przy pomo-

cy licznych i stanowiących wartościowy materiał empiryczny przykładów ukazał, że zaprezentowane przez niego archetypy są popularne, to znaczy wzorce osobowe kochanka, błazna, zwykłego faceta są obecne w mediach, ponieważ nawiązują do ludzkich potrzeb i marzeń. Autor zachęca do bliższego przyjrzenia się archetypom miłości i wspólnoty oraz ich wyodrębnienia, a tym samym do samodzielnego zebrania dowodów *tabloidyzacji* komunikacji politycznej. Z kolei w tekście „*Tabloidyzacja* języka informacji telewizyjnej” Justyna Janus dokonuje analizy zjawisk znamienych dla kultury *tabloidowej*, podkreśla zwłaszcza silny związek pomiędzy obrazem a słowem, który rzutuje na to, że informacje dziennikarskie, poza realizacją głównych celów, mają też sprawić przyjemność odbiorcy. Natomiast w opinii Jerzego Biniewicza, zaprezentowanej w analizie „*Tabloidyzacja* dyskursu naukowego”, media czerpią korzyści ze świata nauki poprzez przywoływanie jego osiągnięć dla obiektywizacji prezentowanego obrazu świata, przy czym to ich instrumentalne wykorzystanie pozwala zbudować mit potęgi nauki, która umożliwi człowiekowi sprostanie rzeczywistości i jednocześnie czyni przekaz wiarygodniejszym.

„*Studia przypadków*” to kompleksowe omówienie przykładów występowania zjawiska *tabloidyzacji* w praktyce medialnej. Agnieszka Dziob w „O sprawie «Agaty» – studium przypadku” podejmuje się udowodnienia, że „obiektywne dziennikarstwo” nie istnieje. Autorka zwraca uwagę na traktowanie opisów zdarzeń prezentowanych w mediach jako mających podłoże ideologiczne „faktów medialnych”¹⁰. Uznaje formułowanie przez

⁹ J. Pleszczyński, *Przestrzeń aksjologiczna mediów popularnych i jakościowych*, [w:] *Tabloidyzacja języka i kultury*, op. cit., s. 75.

¹⁰ „Faktów medialnych”, będących narracjami zbudowanymi na kanwie autentycznych

różne media zarzutów pod adresem tych, które posiadają inną linię programową, za dążenie do stworzenia pozorów obiektywizmu, umocnienia własnej pozycji i zdyskredytowania konkurencji, co z kolei warunkuje marginalizację funkcji informacyjnej mediów na rzecz perswazyjnej. Z kolei *case study*, autorstwa Danuty Kępy-Figury, dotyczy językowych wymiarów *tabloidyżacji* i celuje w zobrazowanie zjawiska wykorzystywania środków językowych do mitologizacji rzeczywistości. Autorki ustosunkowały się w swoich pracach do rozważań teoretycznych obecnych w dyskursie oraz w sposób klarowny zilustrowały omawiane kwestie przykładami.

Zawartość recenzowanej monografii świadczy o wieloaspektowości zjawiska *tabloidyżacji* języka i kultury. Warto wskazać chociażby na artykuł Magdaleny Steciąg „Ekooszołomy burzą domy, czyli o tabloidyżacji dyskursu ekologicznego”, w której autorka zwraca uwagę na akulturację, jako konsekwencję zjawiska przenikania treści ekologicznych i częściowo dyskursu ekologicznego do *tabloidów* i jednocześnie stwierdza, że w *tabloidach* nie ma „zielonej mowy”, obecna jest jednak *tabloidyżacja* dyskursu ekologicznego, co określa mianem „egzystencji zapośredniczonej”. Na innym aspekcie koncentruje się Olga Białek-Szwed w analizie „Voyeuryzm medialny na łamach polskich tabloidów”, gdzie dokonuje konceptualizacji pojęcia „voyeuryzmu medialnego” obecnego w polskich *tabloidach*, zwracając uwagę na niekompletność występujących definicji. Na podstawie bogatego materiału empirycznego wyszczególnia obszary zainteresowań *tabloidów*: „kobieta, agresja,

zdarzeń przez dziennikarzy i udostępnianych za pośrednictwem mediów

ciało człowieka, celebryci, świat «zwycięskiego człowieka», uchwyciwszy tym samym istotę pojęcia: czynności polegającej na podglądaniu wszelkich przejawów ludzkiego życia [...], ingerencję w prywatność drugiego człowieka”¹¹. Dział „Analiz i studiów przypadków” podobnie jak „Rozprawy” nie jest wolny od pytań i wątpliwości. Grażyna Stachyra w artykule „Radio kontra tabloid?” pyta między innymi o słuszność utożsamiania pojęcia *tabloidyżacja* z negatywnie ocenianymi zjawiskami, jakim ulegają media i zwraca uwagę na usprawiedliwianie tym terminem tendencji kulturowych obecnych w mediach. Nie ma jednoznacznej odpowiedzi na te pytania, niemniej pozwalają one dostrzec wielowymiarowość i złożoność poruszanych problemów.

Ostatnia część monografii to „Recenzje i omówienia”. W jej skład wchodzi recenzja książki Wojciecha Kajtocha pod tytułem „Językowe obrazy świata i człowieka w prasie młodzieżowej i alternatywnej”, autorstwa I. Kamińskiej-Szmaj, która stanowi zbiór cennych wskazówek dla badaczy języka oraz lakoniczne omówienie dwóch inicjatyw z kręgu polskich studiów nad dyskursem (WAD i D-ART.) autorstwa T. Piekota.

Monografia ma interdyscyplinarny charakter i prezentuje zróżnicowane perspektywy, pozwalające przyjrzeć się procesom *tabloidyżacji* języka i kultury. Pomimo że nie wyczerpuje tematu, wnosi nowe ustalenia do dotychczasowych badań i refleksji nad przeobrażeniami kultury i współczesnych mediów. Może stanowić inspirację do podjęcia rozważań w nakreślonym kierunku oraz dać asumpt do kontynuacji zainicjowanych na jej po-

¹¹ O. Białek-Szwed, *Voyeuryzm medialny na łamach polskich tabloidów*, [w:] *Tabloidyżacja języka i kultury*, op. cit., s. 192.

trzeby badań. Jednocześnie stawia wiele nie zawsze łatwych, pytań o konsekwencje *tabloidyacji* i zarysowuje liczne wątpliwości, skłaniające do powzięcia krytycznej postawy podczas analiz *tabloidów*. Treść książki jest ciekawa z perspektywy medioznawców oraz relewantna społecznie, albowiem daje pogląd na to, że język stanowi symboliczny „przewodnik po rzeczywistości społecznej”¹². *Tabloidyacja*

języka jest w świetle tego świadectwem zmian zachodzących w rzeczywistości społecznej. Innymi słowy, poznanie jej specyfiki warunkuje zrozumienie pewnych aspektów *tabloidowego* świata. Dowodzi to, że „*Tabloidyacja* języka i kultury” stanowi interesującą propozycję na rynku wydawniczym i warto po nią sięgnąć.

Joanna Rak (Toruń)

¹² E. Sapir, *Język — przewodnik po kulturze*, [w:] *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. G. Godlewski, Warszawa 2004, s. 81–82.

