

OLGA BIAŁEK-SZWED*

„ZWYKŁY” CZŁOWIEK A WSPÓŁCZESNA PRASA MASOWA

We współczesnej prasie masowej ludzka prywatność została zdeterminowana wymaganiami czytelników nastawionych na podglądanie prywatnych (niekiedy intymnych) sytuacji z życia zarówno osób znanych, jak i anonimowych, tzw. „zwykłych” ludzi. Do tego w tabloidzie świat „normalnych”, „przyzwoitych” ludzi jest najczęściej skonfliktowany z negatywnie postrzeganymi elitami. Podstawą takiej polaryzacji jest umiejętnie wykorzystywany populizm, przekonanie o permanentnym zagrożeniu i poczucie krzywdy. I co najistotniejsze – o czym pisał Marian Płachecki – „wszystkie te kwestie ukazywane są odbiorcy w optyce bezpośredniego doświadczenia. [...] w perspektywie zaktualizowanej deixis, tu i teraz, między tym tu a tym lub tą tam oto. [...] Pomysłowość redakcji w obmyślaniu formuł unaoczniających iteratywny aspekt przemocy jest nieograniczona”¹.

Podpatrywanie przez współczesną prasę tzw. zwykłych ludzi może się przyczynić do ich przyszłej popularności. Doskonale zdają sobie z tego sprawę uczestnicy programów reality show czy popularni w sieci blogerzy, jak również osoby zupełnie anonimowe. Media od zawsze bowiem odgrywały ważną rolę w promowaniu zarówno adeptów sztuki artystycznej, jak i specyficznych, ale nie wyróżniających się talentem osób. Michał Drożdż pisał nawet o zjawisku „idologizacji” mediów, polegającym na nieustannym kreowaniu idoli niezależnie od ich wartości, przydatności czy inteligencji². Współczesne wytwory przestrzeni medialnej – zwane przez Mirosława Pęczaka – „mgławicą doraźnych produktów medialnych” tworzy się nawet wyłącznie po to, by dostarczać rozrywki, której sens sprowadza się do radości widzów z kompromitacji uczestników konkursów typu: *Idol*, *Taniec z gwiazdami*, czy *Big Brother*³.

* DR OLGA BIAŁEK-SZWED – Katedra Języka Mediów i Komunikacji Społecznej, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, Wydział Nauk Społecznych Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawła II. E-mail: o.bialek.szwed@wp.pl.

¹ M. Płachecki, *Zwykły człowiek w tabloidach*, w: *Zwyczajny człowiek w niezwykłej sytuacji. Próba przekazania doświadczenia nieposiadającego wzoru opisywalności*, red. H. Gosk, Warszawa 2009, s. 236–237.

² Zob. M. Drożdż, *Etyczne orientacje w mediosferze*, Tarnów 2006, s. 141–142. Por. tenże, *Osoba i media. Personalistyczny paradygmat etyki mediów*, Tarnów 2005, s. 425–428.

³ M. Pęczak, *Gwiazdy spadły z nieba*, „Polityka” 6.10.2007, nr 40, s. 68.

PONOWOCZESNOŚĆ EPOKĄ „ZWYKŁYCH” LUDZI

Obecnie nikogo już nie dziwi podglądanie sztucznie wykreowanych gwiazd – bohaterów – „natuszczyków” telewizyjnych reality show czy paradokumentów jak „Dlaczego ja?”, „Trudne sprawy”, „Pamiętniki z wakacji”, a więc problemów ludzi „takich jak my” (np. bezrobotnych, samotnych matek⁴, mieszkańców wielkich „blokowisk”, rencistów i emerytów, bohaterów naznaczonych piętnem niepowodzenia lub choroby itp.). Struktura takich materiałów dziennikarskich jest mało skomplikowana, a do tego bardzo podobna – zawsze punktem wyjścia jest „zwykły życiowy problem”. Jak pisał Jakub Stańczyk w „Kulturze Liberalnej”: „[...]to codzienna porcja nieszczęścia, dzięki której mamy bardziej cieszyć się własnym życiem, doceniać je”⁵. Bohaterów poznaje się więc w sytuacji dla nich niekomfortowej, problematycznej, często na tzw. życiowym zakręcie. Zapewnienia autorów, że są oni „zwykłymi” ludźmi, mijają się jednak z prawdą. Postaci są schematyczne, dokładnie wyselekcjonowane – reprezentują przedstawicieli klas niższych, posiadają średnie lub zawodowe wykształcenie, jeśli pracują na własny rachunek to przede wszystkim prowadzą drobną działalność usługową lub handlową. Jak tłumaczył Piotr Mieśniak, perspektywa tabloidów jest specyficzna, dlatego determinuje również pojęcie „zwykłości”. Człowiek, aby mógł być uznany za „zwykłego” obywatela, godnego zainteresowania prasy masowej, musi legitymizować się kilkoma atrybutami: „Nie może mieć dziwnego imienia, bo źle to brzmi. Nie może nosić okularów, bo sprawiałby wrażenie inteligenta, a czytelnik się z nim nie identyfikuje. Musi patrzeć prosto w obiektyw, aby spełnić wymóg tak zwanego KW, czyli kontaktu wzrokowego. Nie może mieć dziwnej fryzury. Musi być taki, jakimi są w większości nasi czytelnicy”⁶. Konflikt natomiast zwykle jest przerysowany, a opisywana rzeczywistość sztuczna, dualistyczna, czarno-biała. Polaryzacja narracji jest elementem stałym, a do tego utylitarnym, dzięki niej czytelnik otrzymuje informację, z którą grupą bohaterów/bohaterem powinien się identyfikować, a którą jednoznacznie potępić. Pojedynczy agresor lub powszechnie znieawidzona instytucja (np. ZUS, Urząd Skarbowy, niesprawiedliwy sąd, NFZ itp.) zawsze stoi w kontrze do poszkodowanego bohatera, którego charakteryzuje się jako „zwykłego” człowieka. Rozwiązanie konfliktu, niejednokrotnie absur-

⁴ Zob. T. Matuszkiewicz, *Z biedy nie będziemy mieć świąt*, „Super Express” 27.11.2009, nr 278, s. 8.

⁵ J. Stańczyk, *Codzienna porcja nieszczęścia* [online]. Dostępny w Internecie: <www.kulturalna.pl/2011/11/15> [dostęp: 5.02.2015].

⁶ B. Torąński, *Jak redagowany jest największy polski brukowiec* [online]. Dostępny w Internecie: <www.katolickie.media.pl/publikacje/materialy-nadeslane> [dostęp: 5.02.2015]; zob. też T. Czukiewski, *„Wyznania hieny”. Były dziennikarz tabloidu ujawnia kulisy pracy. „Ci ludzie żyją w innej rzeczywistości”* [online]. Dostępny w Internecie: <tomaszczukiewski.natemat.pl> [dostęp: 5.02.2015].

dalnego, następuje na końcu materiału. Zdaniem Wiesława Godzica takie newsy charakteryzują się „pomieszaniem życia publicznego i prywatnego, sensacyjnym stylem, sceptycyzmem, populizmem, melodramatyzmem, zaciemnianiem granic między fikcją a prawdą, informacją a rozrywką [...]. Koncentrują się na bezprawiu, aktach społecznego nieładu [...] jednocześnie pokazują, że to, co wydawało nam się normalne, takim nie jest – natomiast dotychczasową egzotykę przedstawiają jako zdarzenia banalne”⁷. Dodatkowo, według Mirosława Karwata wiadomości faktoidalne⁸ kreują przede wszystkim tzw. „fakty medialne”, czyli do roli tematu dnia zaliczają nie tylko „prawdziwe tragedie, sensacje ale i pseudofakt [...]”⁹. Jednak zdaniem – wydaje się jak najbardziej słusznym – Jacka Wasilewskiego trudno się dziwić takiemu sposobowi redagowania artykułów w prasie sensacyjnej. Jak pisał Wasilewski – „przecież tabloid nie służy informowaniu, ale przeżywaniu – jest swego rodzaju performansem i jego zasadniczą funkcją jest rozrywka oraz potwierdzanie normalności człowieka. Stąd duża różnica w stosowaniu zasad etycznych w tabloidzie i innych gazetach, i zupełnie inny typ tworzonej wspólnoty”¹⁰.

Z tego powodu Wiesław Godzic zwracał uwagę na postępującą demokratyzację kultury we współczesnych mediach, czy też na nastania epoki *normalsów*¹¹, o której wielokrotnie pisał w różnych publikacjach. Ustalenia Godzica potwierdzają liczne artykuły w pismach masowych. „Życie na gorąco” w każdym swoim wydaniu poświęca jedną lub dwie kolumny na historie opowiadające perypetie ludzi doświadczonych przez los. Podobnie jest w dziennikach „Fakt” i „Super Express” oraz innych kolorowych pismach dla kobiet. Zdaniem filozofa, Jacka Hołównki teksty poruszające znane i rozumiane problemy, przedstawiające swojskich bohaterów są równie niezbędne czytelnikowi masowemu, jak te skoncentrowane na podglądaniu gwiazd; dodatkowo wyrażają jego bunt przeciwko *światu, w którym nie ma dla takich ludzi jak on miejsca*¹². Publicystka, Agnieszka Kołakowska sądzi nawet, że

⁷ W. Godzic, *Szybciej, krócej, głośniej. Jasne i ciemne strony tabloidów*, „Polityka”, dodatek „Niezbędnik Inteligenta” 2005, nr 25.

⁸ Zdaniem Mirosława Karwata egzystują dwa pojęcia *faktoidu*. Po pierwsze jest nim „wszelka wiadomość uznawana za prawdziwą lub prawdopodobną bezrefleksyjnie i bezkrytycznie lub na zasadzie zasugerowania pozytywnym uprzedzeniem, założoną a priori wiarygodnością źródła informacji. Po drugie to wiadomość wątpliwa, niepełna, niedookreślona, zdeformowana, tym bardziej – nieprawdziwa, ale sugestywna, i podana autorytatywnie, i przyjmowana kategorycznie, uznawana za pewną i miarodajną”. Zob. M. Karwat, *Medialna mitologia faktów*, w: *Współczesne oblicza mediów*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń 2005, s. 64; por. W. Kopałiński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Warszawa 1995, s. 163.

⁹ M. Karwat, *Medialna mitologia faktów*, dz. cyt., s. 64.

¹⁰ J. Wasilewski, *Język tabloidów – jego źródła i mechanizmy* [online]. Dostępny w Internecie: <www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&id=1371> [dostęp: 5.02.2015].

¹¹ Elżbieta Czykwin podaje, że termin *normalsi*, którym dość często posługuje się Wiesław Godzic, jest autorstwa socjologa Ervinga Goffmana. Zob. E. Czykwin, *Naznaczenie*, „Pomocnik Psychologiczny” 2007, nr 21, s. 28–31.

¹² Zob. J. Hołównka, *Bez cenzury obyczajowej*, „Rzeczpospolita”, 2001, nr 163, s. A6.

ludzie nie chcą uciekać od trudów związanych z własną egzystencją, a przeciwnie szukają w prasie znanej rzeczywistości, bowiem „przyglądanie się codziennemu życiu „prawdziwych” ludzi stało się dla wielu ulubioną formą rozrywki. Kiedyś ludzie byli ciekawi innego, odległego, nieznanego świata; teraz łakną rzeczywistości – tego, co bliskie i znane, świata własnego, rozpoznawalnego”¹³. Czytelnik poznając dramatyczne losy innych, ale podobnych do niego osób, doświadcza pewnego rodzaju oczyszczenia, katharsis – wzrusza się i cieszy kiedy reporter obiecuje interwencję, a martwi przegraną opisywanego bohatera. Odbiorca zyskuje także wiarę, że w chwili próby może i jemu pomogą media, pisząc o nękających go problemach. Warto również podkreślić użyteczność tego typu publikacji, czytelnicy nierzadko sami stosują się do rad specjalistów udzielanych bohaterom materiałów interwencyjnych.

ZWYKŁOŚĆ LUDZKIEJ EGZYSTENCJI – DEKONSPIRACJA TABU KULTUROWEGO

Artykuły reprezentujące gatunek *human story* stały się codziennym składnikiem prasy masowej, zacierając przy tym umowne granice przyzwoitości, tego „na co wolno patrzeć”, a czego „nie wypada podglądać” i „nie wypada upubliczniać” (tzw. tematy tabu). Za sprawą dziennikarstwa inwigilacyjnego czytelnik otrzymał materiały pokazujące życie innych ludzi, świat często do tej pory mu nieznanymi i problemy, których istnienia nawet nie podejrzewał, lub przeciwnie problemy, które znał z autopsji, ale były dla niego na tyle kontrowersyjne, że nie potrafił ich publicznie wyeksplikować.

Jeszcze do niedawna w naszym kręgu kulturowym przyjmowano, że nie wolno podglądać ani upubliczniać pewnych sfer ludzkiego życia, przede wszystkim dotyczących spraw erotyki i życia seksualnego, fizjologii (np. ciąża, poród, ekskrementy, wymiotowanie, narządy płciowe), chorób¹⁴ i wszelkich innych problemów intymnych związanych z ciałem człowieka, także śmierci, przede wszystkim samobójczej. Sfery te w komunikacji publicznej były objęte językowym i kulturowym tabu. Obecnie wprost przeciwnie na łamach współczesnych pism masowych popularne jest opisywanie czynności związanych ze „zwykłą” ludzką fizjologią i anatomią. Jako pierwsze ten „wstyd” zaczęły przełamywać tzw. *kalki*¹⁵, czyli polskie wersje

¹³ A. Kołakowska, *Nowy realizm: odbicie beznadziejności*, „Znak”, 2001, nr 2, s. 4–11.

¹⁴ Według Anny Dąbrowskiej: „tabu nakładane jest przede wszystkim na nazwy chorób bardzo groźnych, trudno uleczalnych, śmiertelnych oraz na te, które uznawane są za wynik «niemoralnego prowadzenia się», czyli weneryczne, a także choroby umysłowe” (A. Dąbrowska, *Eufemizmy współczesnego języka polskiego*, Łask 2006, s. 89).

¹⁵ Na przykład „Bravo”, „Popcorn”, „Tina” itp.

językowe zachodnich kolorowych magazynów dla młodzieży i kobiet, później także i dla mężczyzn. W pismach takich jak „Dziewczyna”, „Popcorn” czy „Bravo” pojawiły się artykuły dotyczące tzw. „trudnych pytań” wieku dojrzwania, często redagowano je przy pomocy prymitywnej i wulgarnej leksyki. W późniejszym okresie przeciwko tabu wystąpiły również tabloidy. Ale ich reporterzy skoncentrowani na podglądaniu i opisywaniu problemów intymnych jedynie początkowo wywoływali powszechne kontrowersje. Aktualnie czytelniczki pism dla kobiet otrzymują szczegółową wiedzę z zakresu ginekologii (w „Party” czytały m.in. na temat raka szyjki macicy¹⁶; w „Życiu na gorąco” o nowotworze piersi¹⁷, o braku estrogenów podczas menopauzy¹⁸ i hormonów przy osteoporozie¹⁹, o antykoncepcji²⁰ i powikłaniach po stosowaniu antykoncepcji²¹, o chorobach wenerycznych²², higienie intymnej²³), seksuologii, stomatologii (np. w „Życiu na gorąco” popularnym tematem są kłopoty z próchnicą i paradontozą²⁴), kosmetologii i dermatologii (np. w „Przyjaciółce” wydrukowano artykuł na temat tłustej cery i jej przebarwień²⁵, jak i zabiegu powiększania piersi²⁶), jak również chorób układu pokarmowego (np. w „Życiu na gorąco” pisano o refluksie, zgadze oraz ulewaniu pokarmów²⁷, o hemoroidach²⁸) lub moczowego (w „Życiu na gorąco” np. o problemach z pęcherzem moczowym, układem moczowym lub cewką moczową²⁹). Można więc przyjąć, że w prasie tabloidowej oraz w wydawnictwach typowo rozrywkowych ostały się jedynie resztki dawnego tabu, za które uchodzą, jak chcą niektórzy publicyści i badacze społeczni – „wydalanie” (bowiem ich zdaniem „wydalanie to bodaj jedyne tabu współczesnej kultury”³⁰ – przyp. O.B.S.) oraz życie erotyczne par homoseksualnych i seks grupowy, a próby jego naruszenia grożą powszechnymi protestami, o czym zdają się wiedzieć wydawcy. Dlatego jeśli prasa popularna monitoruje dzieła sztuki lub sytuacje i zachowania pojedynczych ludzi, które naruszają owe tabu, to jedynie w kontekście negacji zaistniałego zjawiska lub wydarzenia.

¹⁶ Zob. *Daj sobie szansę*, „Party” 2009, nr 3, s. 66.

¹⁷ Zob. *Syndrom gęstego sutka*, „Życie na gorąco” 2009, nr 5, s. 42.

¹⁸ Zob. *Nie musisz tyć w menopauzie*, „Życie na gorąco” 2008, nr 41, s. 42.

¹⁹ Zob. *Z osteoporozą do ginekologa*, „Życie na gorąco” 2008, nr 44, s. 42.

²⁰ Zob. *Antykoncepcja dla młodej mamy*, „Życie na gorąco” 2008, nr 42, s. 42.

²¹ Zob. *Powikłania po spirali*, „Życie na gorąco” 2009, nr 22.

²² Zob. *Powakacyjna przygoda z rzesistkiem*, „Życie na gorąco” 2008, nr 39, s. 42.

²³ Zob. *Intymnie o higienie*, „Życie na gorąco” 2008, nr 47, s. 42.

²⁴ Zob. *Wyścig z paradontozą*, „Życie na gorąco” 2009, nr 9, s. 43.

²⁵ Zob. *Czym oczyszczać tłustą cerę?*, „Przyjaciółka” 2009, nr 5/6, s. 22; *Ratunku! Chcę pozbyć się przebarwień*, „Przyjaciółka” 2009, nr 5/6, s. 22.

²⁶ Zob. *Czy powinnam powiększyć sobie piersi?*, „Przyjaciółka” 2009, nr 19, s. 56.

²⁷ Zob. *Refluks – zmora XXI wieku*, „Życie na gorąco” 2008, nr 36, s. 41; *Laparoskopia – podróż do wnętrza ciała*, „Życie na gorąco” 2008, nr 35, s. 43.

²⁸ Zob. *Hemoroidy, paląca sprawa*, „Życie na gorąco” 2008, nr 39, s. 43.

²⁹ Zob. *Piecze i pali? To pęcherz woła S.O.S.*, „Życie na gorąco” 2009, nr 11, s. 44–45; *Zapalenie pęcherza – kobieca przypadłość*, „Życie na gorąco” 2009, nr 32, s. 44.

³⁰ A. Nie z goda, *Gdzie ma pies pogrzebane*, „Polityka” 2006, nr 13, s. 107.

Pisma masowe upubliczniając tematy kontrowersyjne, sprowokowały liczne debaty, np. zwracające uwagę na specyfikę tego typu publikacji – kiedy to reporterzy, skupiając się na wydarzeniach negatywnych, tragicznych, bywa, że niezamierzenie, upokarzają bohaterów tekstu lub doprowadzają – stosując nomenklaturę prawniczą – do ich podwójnej wiktylizacji. Powtarzane bywają również stereotypy oparte na przesądach rasowych, religijnych oraz związane z płcią i wiekiem postaci. Tematem coraz częściej pojawiającym się na łamach prasy masowej są publikacje poświęcone przemocy wśród najmłodszych Polaków. Reporterzy w swoich relacjach zdają się przekonywać czytelnika, iż agresja dzieci i młodzieży jest współcześnie zjawiskiem powszechnym i niestety „zwykłą” codziennością szkół, dużych osiedli mieszkaniowych, a nawet kampusów studenckich. Czytelnik z publikacji dowiaduje się, że współczesna młodzież zachowuje się coraz brutalniej³¹, nadużywa alkoholu, wagaruje, wcześniej rozpoczyna aktywność seksualną, rozwiązuje konflikty poprzez przemoc, a nastoletni agresorzy przejmują system wartości od przestępców dorosłych³².

NIEZWYKŁA ZWYKŁOŚĆ CELEBRYTÓW

Zdarza się, że współczesne pisma masowe, szczególnie tabloidy, opisując historie z życia osób powszechnie znanych, próbują na siłę doszukiwać się w nich elementów „zwykłości”, prozy ludzkiej egzystencji. Wtedy to zwracają szczególną uwagę na ich zachowania, którymi jakoby nie różnią się od pozostałych członków społeczeństwa: na cierpienia, choroby, zdrady, kłótnie i rozwody, problemy wychowawcze z dziećmi, nałogi itp. Kwerenda prasoznawcza wskazuje, że najpopularniejsze są takie materiały, w których gwiazda (najczęściej popularny aktor, piosenkarz, sportowiec lub polityk) wykonuje „zwykłe”, codzienne czynności, np. robi zaku-

³¹ Zob. A. Ratajczak, *Skatował chłopca i jest na wolności*, „Fakt” 2008, nr 15, s. 14–15; K. Pawełoszek, *Spalił ludziom domy*, „Fakt” 2008, nr 226, s. 11; P. Halicki, *Skatował niewinnego*, „Fakt” 2008, nr 232, s. 12; P. Głuma, *Ten bandzior ciągle jest na wolności*, „Super Express” 2008, nr 15, s. 10; P. Malisz, *Murzyn z Bytomia atakował nocą*, „Super Express” 2009, nr 1, s. 9; M. Koźmiń, *Sataniści zmasakrowali staruszkę*, „Super Express” 2009, nr 7, s. 8.

³² Zdaniem Małgorzaty Sitarczyk, psychologa i biegłego sądowego, zajmującej się sprawami nieletnich morderców, przestępczość wśród młodzieży wzrasta z każdym kolejnym rokiem. I tak, na początku lat 90. XX wieku nieletni popełniali około 60 tys. przestępstw rocznie, a w roku 2001 już ponad 80 tys. rocznie (dane Komendy Głównej Policji), choć jak uważa Sitarczyk liczba ta może być zaniżona, bowiem wiele przestępstw popełnianych, np. na terenie szkoły, nie jest w ogóle zgłaszanych policji. Najbardziej wzrosła liczba kradzieży połączonej z rozbojem i wymuszeniem, obecnie jest to około 20 % wszystkich czynów karalnych popełnionych przez nieletnich. Niebezpiecznie obniżył się również wiek sprawców morderstw i brutalnych zgwałceń, w tym uczestników gwałtów zbiorowych. Zob. M. Sitarczyk, *Nieletni sprawcy zabójstw. Sylwetki psychologiczne*, Lublin 2005, s. 21, 23.

py na bazarze lub w supermarkecie, zmywa naczynia, remontuje lub kupuje dom, idzie z dzieckiem do lekarza, przymierza suknię ślubną, ma kłopoty ze zdrowiem itp. Sama czynność nie ma jednak większego znaczenia (poza tym, że musi być wiarygodna, co najmniej prawdopodobna), jej istotą jest wyłącznie potwierdzenie statusu bycia „zwykłym” człowiekiem. Czytelnika ciekawi bowiem jak sławne osoby radzą sobie (lub nie radzą) z podobnymi problemami, z którymi on również się zmagają. W ten oto sposób tabloidy umożliwiają, tym razem „zwykłemu” czytelnikowi, zaznać poczucia wspólnoty, z normalnie nieosiągalnymi dla niego doświadczeniami celebrytów.

Niektóre współczesne gwiazdy zdają się sprzyjać takim zachowaniom mediów – tj. w towarzystwie dziennikarzy potrafią wygłaszać zadziwiające treści na temat własnej osoby. Na te dość oryginalne zjawisko zwróciła uwagę m.in. Magdalena Środa – tj. na odmitologizowanie własnej osoby i kariery, oraz na „ujawnianie pikantnych lub szokujących elementów własnej biografii”³³. Przykładowo była angielska piosenkarka, żona byłego piłkarza, Victoria Adams-Beckham, oświadczyła kiedyś, że nie przeczytała w swoim życiu ani jednej książki³⁴. Wokalista polskiego zespołu „Wilki”, Robert Gawliński jeszcze do niedawna przyznawał się, że nie posiada świadectwa maturalnego. W zdaniu egzaminu dojrzałości jakoby przeszkodziła mu kariera muzyczna. Nieznajomością dzieł Williama Szekspira „popisał się” 24-letni uczestnik niemieckiej edycji *Big Brother*, który bazując na swojej niewiedzy, po wyjściu z programu nagrał płytę zatytułowaną nomen omen *Who is f***ing Shakespeare*. Do niedawna w polskim show-biznesie za mistrza publicznej dekonspiracji „zwykłego” życia rodzinnego uchodził Michał Wiśniewski. Lider zespołu Ich Troje brał udział ze swoją drugą żoną w programie reality show *Jestem jaki jestem*, kontraktował relacje z kolejnych ślubów i rozwodów, upubliczniał fakt narodzin dzieci, epatował chorobą nowotworową. Rafał Werczyński, specjalista public relations zauważył, że nawet socjologowie zwrócili uwagę na fenomen ekshibicjonizmu medialnego w wykonaniu Wiśniewskiego. Docenili umiejętne dawkowanie informacji, takich jak: „rodzinne zdjęcia, dobrze i systematycznie sprzedawana historia z domem dziecka, pyskówki, proste argumenty i wnioski dopasowane do grupy docelowej, raz na jakiś czas bomba obyczajowa [...]”³⁵. Michałowi Wiśniewskiemu nie obce były też populistyczne gesty mające świadczyć o jego zainteresowaniu życiem „zwykłego” człowieka. Przykładem niech będzie udział Wiśniewskiego i jego trzeciej żony (w 7 miesiącu ciąży) w manifestacji w Vancouver w Kanadzie. Manifestacja została zorganizowana w obronie dobrego imienia Polaka, Roberta Dziekańskiego, zamordowanego na lotnisku przez kanadyjskich policjantów³⁶.

³³ M. Środa, *Zasada powszechnego ujawniania*, „Tygodnik Powszechny” 2000, nr 12, s. 1.

³⁴ Zob. K. Rosochacka, *Idole czy idioci. Nie potrafią liczyć i czytać, a psy zatrząskują w walizkach*, „Dziennik” 2006, s. 35.

³⁵ Cyt. za: E. Gietka, *Celebryci*, „Polityka” 2006, nr 37, s. 4–12.

³⁶ Zob. *Za ocean w odruchu serca*, „Życie na gorąco” 2007, nr 49, s. 6.

Wiesław Godzic w jednej z publikacji opisywał, w jaki sposób media po śmierci Karola Wojtyły akcentowały „zwykłość” nawet papieża Jana Pawła II³⁷. Wymieniał tytuły prasowe, gdzie sztuczną familiarnością neutralizowano dystans do postaci wielkiego Polaka; np. za sprawą anegdot o „wujku”, który jeździł z młodzieżą na spływy kajakowe, chodził po górach, czy też jadał ulubione kremówki. Karol Wojtyła na łamach pism masowych występował pod pseudonimem „Lolek”, którym w latach młodości nazywali go jego przyjaciele z Wadowic i Krakowa. Ukoronowaniem zabiegów, mających na celu umasowienie i spopularyzowanie osoby papieża Polaka, było zapisanie jego dziejów na kartach komiksów, które powstawały od Kolumbii, Włoch, Węgier po Stany Zjednoczone, gdzie pojawiła się *Battle Pope* – najbardziej kontrowersyjna historia – o papieżu, który walczy ze złem za pomocą karabinu maszynowego³⁸.

Prasa masowa, szczególnie tabloidy, opisując polityków także preferują materiały, w których reprezentanci narodu zdecydowali się pokazać „zwykłą” przestrzeń prywatną. Niektórzy z polityków nie tylko opowiadają o swojej rodzinie i przyjaciółach, ale też zapraszają dziennikarzy do domu. Przykładowo „Super Expressowi” o swoim „zwykłym” życiu opowiadali: Julia Pitera, która pozwoliła się sfotografować w zakładzie fryzjerskim, podczas wykonywania zabiegów przez stylistę³⁹. Premier Ewa Kopacz, jeszcze jako Minister Zdrowia w rządzie Platformy Obywatelskiej, zaprosiła reporterów do swojego rodzinnego domu w Szydłowcu, gdzie zaprezentowała, w jaki sposób należy piec babkę piaskową⁴⁰. Poseł PiS Karol Karski pozwolił się sfotografować na ławce w parku, razem z ówczesną narzeczoną, a obecnie żoną, Elżbietą Sochą⁴¹. Zawartość kosza na zakupy, w jednym z warszawskich supermarketów prezentowała Nelly Rokita⁴², tę samą, „zakupową” strategię obrał również Jarosław Kaczyński. Medioznawcy nie dają się jednak nabrać na tak sztucznie wykreowaną „zwykłość”, która z codziennością przeciętnego Polaka niewiele ma wspólnego. Agnieszka Ogonowska zwracała uwagę na nienaturalność owej „zwykłości” niezwyklej przecież bohaterów. Badaczka nazywała ją „prywatnością wtórną”⁴³, czyli produktem medialnym stworzonym wyłącznie na potrzeby odbiorcy, polegającym na kreowaniu fałszywych prywatności, na podglądaniu dalekiego od zwykłości quasi-prywatnego życia gwiazd.

³⁷ W. Godzic, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007, s. 393–394.

³⁸ Zob. Ks. K. Sowa, *Jan Paweł II Superstar*, „Wprost” 2006, nr 12, s. 20–28; por. *Jan Paweł II: kiedy święty?*, „Życie na gorąco” 2008, nr 12, s. 10–11.

³⁹ Zob. T. Noske, *Przychodzi Pitera do fryzjera*, „Super Express” 2007, nr 115, s. 5.

⁴⁰ Zob. T. Barański, *Pani Minister w kapciach*, „Super Express” 2007, nr 298, s. 12–13.

⁴¹ Zob. *Karski się żeni*, „Super Express” 2007, nr 178, s. 4.

⁴² Zob. J. Sulikowski, *Udobrucha Janka kurczakiem*, „Fakt” 2008, nr 57, s. 6–7.

⁴³ A. Ogonowska, *Voyeurizm telewizyjny. Między ontologią telewizji a rzeczywistością telewizyjną*, Kraków 2006 s. 67.

BIBLIOGRAFIA

- Czykwin E., *Naznaczenie*, „Pomocnik Psychologiczny” 2007, nr 21, s. 28-31.
- Dąbrowska A., *Eufemizmy współczesnego języka polskiego*, Łask 2006.
- Drożdż M., *Etyczne orientacje w mediasferze*, Tarnów 2006.
- Gietka E., *Celebryci*, „Polityka” 2006, nr 37, s. 4–12.
- Godzic W., *Szybciej, krócej, głośniej. Jasne i ciemne strony tabloidów*, „Polityka”, dodatek „Niezbędnik Inteligenta” 2005, nr 25.
- Godzic W., *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007, s. 393–394.
- Hołówka J., *Bez cenzury obyczajowej*, „Rzeczpospolita”, 2001, nr 163, s. A6.
- Karwat M., *Medialna mitologia faktów*, w: *Współczesne oblicza mediów*, red. J. Marszałek-Kawa, Toruń 2005.
- Kołąkowska A., *Nowy realizm: odbicie beznadziejności*, „Znak”, 2001, nr 2, s. 4–11.
- Nieżgoda A., *Gdzie ma pies pogrzebane*, „Polityka” 2006, nr 13, s. 107.
- Ogonowska A., *Voyeuryzm telewizyjny. Między ontologią telewizji a rzeczywistością telewidza*, Kraków 2006.
- Pęczak M., *Gwiazdy spadły z nieba*, „Polityka” 2007, nr 40, s. 68.
- Plachecki M., *Zwykły człowiek w tabloidach*, w: *Zwyczajny człowiek w niezwykłej sytuacji. Próba przekazania doświadczenia nieposiadającego wzoru opisywalności*, red. H. Gosk, Warszawa 2009, s. 236–237.
- Rosochacka K., *Idole czy idioci. Nie potrafią liczyć i czytać, a psy zatraskują w walizkach*, „Dziennik” 2006, s. 35.
- Sitarczyk M., *Nieletni sprawcy zabójstw. Sylwetki psychologiczne*, Lublin 2005.
- Sowa K. ks., *Jan Paweł II Superstar*, „Wprost” 2006, nr 12, s. 20–28.
- Środa M., *Zasada powszechnego ujawniania*, „Tygodnik Powszechny” 2000, nr 12, s. 1.

NETOGRAFIA

- Stańczak J., *Codzienna porcja nieszczęścia*, www.kulturaliberalna.pl/2011/11/15 [dostęp: 5.02.2015].
- Torański B., *Jak redagowany jest największy polski brukowiec*, www.katolickie.media.pl/publikacje/materialy-nadeslane [dostęp: 5.02.2015].
- Wasilewski J., *Język tabloidów – jego źródła i mechanizmy*, www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&id=1371 [dostęp: 5.02.2015].

Streszczenie

W artykule autorka zastanawia się nad paradygmatem tzw. zwykłego człowieka. Próbuje ustalić – kim on jest, oraz jak widzą go współczesne drukowane media masowe.

„Zwykłość” człowieka w mediach rozpatrywana jest w kilku aspektach:

Po pierwsze, kreacji bohaterów „natuszczyków”, „naturalsów”, jak pisał o nich Wiesław Godzic, czyli sztucznie wykreowanych gwiazd, np. uczestników popularnych telewizyjnych reality show lub postaci pojawiających się w artykułach drukowanych w tabloidach.

Po drugie, problemów prawdziwych „zwykłych” ludzi, np. bezrobotnych, mieszkańców wielkich blokowisk, samotnych matek itp.

Po trzecie, niezwykła „zwykłość” dnia codziennego celebrytów.

Słowa kluczowe: współczesna prasa masowa, „zwykły” człowiek, celebryta

“AN EVERY MAN” AND CONTEMPORARY MASS PRESS

S u m m a r y

In the article the author thinks about the paradigm of a so called every man. She tries to define an every man and how he is perceived by contemporary printing mass media.

The aspect of an every man is examined on a number of levels:

Firstly, it is the creation of „natuszczyki” or „naturalsi” as they were referred to by Wiesław Godzic i.e. artificially created celebrities, for example participants of popular reality shows.

Secondly, problems of genuinely average, vulnerable people such as the unemployed, single mothers or residents of downtown districts etc.

Finally, extraordinarily “normal” daily life of celebrities.

Keywords: contemporary mass press, an every man, celebrity