Ty też jesteś tabloidowy!

31 lipca 2024

Umberto Eco w zbiorze esejów „Jak podróżować z łososiem” pytał, jak rozpoznać film porno, jak odróżnić porno od nie-porno, dając tym samym pewne wskazówki, np. bohaterowie muszą dotrzeć z punktu A do punktu B.

A jak rozpoznać tabloid? Jest kolorowy, wręcz krzyczący kolorami, obrazy przeważają nad słowem, a słowa jedynie wyrażają to, co i tak widać, i niekoniecznie trzeba je nawet czytać. A jeśli już, to można je przeczytać jednym spojrzeniem, gdyż są tak krótkie i specyficznie ułożone, aby można było je objąć właśnie jednym rzutem oka, a nie wodzić wzrokiem jak przy lekturze książki. W pewnym sensie można go czytać spojrzeniem.

To na pozór dziwne stwierdzenie chciałbym uczynić punktem wyjścia dla swoich refleksji, choć prowokacyjny wniosek może być zaskakujący. Mają one na celu pokazać, iż tabloid, przy przyjęciu pewnego nastawienia, jest piękną, barwną, nadzwyczajną, przeciekawą opowieścią pochodzącą z dawnego komunikacyjnie świata. Choć oczywiście wszyscy czytamy za pomocą zmysłu wzroku (stąd m.in. nasz kulturowo-europejski wzrokocentryzm), to w przypadku tabloidu czytamy inaczej, gdyż

jest to medium obrazkowo-oralne. Historie opowiadane za pomocą zdjęć i słów są tak naprawdę obrazami. Kierowanymi przez tabloid do czytelnika tak, jak gdyby tabloid był żywym człowiekiem opowiadającym historię.

Tabloidy nie mają dobrej prasy, choć właśnie z punktu widzenia historii prasy są genetycznie pierwsze i wyprzedzają inne gatunki, gdyż pochodzą ze spisywanych plotek. Tak, tak, to nie inteligenci zaczęli pierwsi trzymać gazety w dłoniach, choć ich forma było nieco inna niż dzisiejsza. Dzisiejszy tabloid opowiada tobie historię jak przyjaciel, który wrócił z dalekiej podróży, spoza naszego oswojonego świata, np. wsi czy miasteczka. Opowiada dziwy, które widział, abyś rozdziawił gębę i zadziwił się światem. Czysto informacyjny charakter nie jest dominujący. Z tego m.in. względu medioznawcy tak lubią poznęcać się nad tym medium. Ale czy w życiu chodzi tylko o informacje?

Tabloid jako medium obrazkowo-oralne cechuje się językiem emocjonalnym, mniej informacyjnym. Informacja jest tylko pretekstem do opowieści. Pociąga to za sobą fakt, iż mamy w nim do czynienia z wartościującą opinią (ktoś robi dobrze lub źle), a nie z analizą czy wyjaśnieniem. Etykietuje, generalizuje i stereotypizuje. Język jest hiperboliczny, kolokwialny, potoczny, mówiony, zwięzły, jasny, konkretny. Addytywny, czyli dodający do siebie kolejne elementy, ale ich nie analizujący. Używa metafor, aby zobrazować to, o czym mówi, a co i tak jest pokazane – jest obrazowy (np. Anna Powierza niczym nimfa wchodzi do jeziora). Zwraca się wprost do czytelnika, używając często figury apostrofy. „Wyobraź sobie", „Czy wiedziałeś?", „Co byś zrobił?", „Kto to słyszał, żeby…". Tym samym komunikuje: jesteś dla mnie ważny, jesteś kimś wartym wysłuchania tej historii.

O czym najczęściej opowiada

tabloid?

O ekscesach i skandalach najbardziej uprzywilejowanych grup społecznych lub posiadających najwyższy kapitał w postaci widzialności: aktorów, celebrytów, sportowców, dziennikarzy. Słowem: osób spoza świata zwykłych ludzi. Często zdradza ich tajemnice, o których wie tylko tabloid, ukazuje zatem kulisy życia klasy szampańskiej, przy czym nierzadko są to plotki. Tylko z tabloidu dowiemy się, ile emerytury ma Krzysztof Cugowski czy jaki był sekret piękna Marylin Monroe.

Na drugim biegunie znajdują się losy zwykłych ludzi. Co ciekawe, ci z medialnego Olimpu przedstawiani są jak zwykli ludzie, często ze swoimi słabościami (pijany Andrzej Chyra oddaje mocz w bramie), a zwykli ludzie jako niezwykli, nierzadko bohaterowie (ochroniarz z Biedronki uratował dziecko). Zabieg ten pokazuje, że nie jesteśmy aż tak różni, że oni („niezwykli”) są tacy jak my („zwykli”), a my także możemy być, i jesteśmy, w jakiś sposób wyjątkowi. Patrząc na takiego jak my normalsa, który dokonał wielkich czynów, myślimy od razu, czy nas byłoby na to stać. Tabloid jako „chanson de geste dla ubogich”.

Co z politykami i polityką? Tabloid to jedyne medium niepolityczne! Oddech od tego świata. Nie interesują go programy polityczne, partie, bieżące wydarzenia polityczne. Politycy, i to wszystkich ugrupowań, są pokazywani jako zwykli ludzie, ewentualnie przedstawiani analogicznie jak celebryci. Trudno byłoby udowodnić tezę, że tabloid jest np. prawicowy bądź liberalny, analogicznie, czy jest prokościelny (na serio pisze o cudach) czy antykościelny (często pisze o grzechach kleru).

Istotnym faktem jest to, iż zwykli ludzie czasami są przedstawiani w zderzeniu z potężnymi instytucjami, jak ZUS, które ich skrzywdziły. W tym sensie tabloid to medium stające po stronie zwykłych ludzi, wpisując się w ludową tradycję

lamentu i skargi.

W tabloidzie obecne są treści krwawe, dramatyczne i tragiczne oraz sensacyjne. To wersja „true crime dla ubogich”. Nierzadko opisywane są elementy fantastyczne i nadprzyrodzone czy wprost ingerencje sił nadprzyrodzonych. To antropologicznie bardzo ciekawe nawiązanie do tradycji gabinetów osobliwości, curiosów, ludzkiego zoo, bytów fantastycznych i monstrualnych, ciał nienormatywnych. Bardzo dobrze obrazuje tę kwestię choćby film pt. „Człowiek słoń” Davida Lyncha. Trzeba dodać, że tabloid jest w tym aspekcie demokratyczny, gdyż znajdziemy nawiązania do chrześcijaństwa, mocy tajemnych, ale i do UFO.

Warto też wspomnieć o szeregu praktycznych porad dotyczących życia codziennego, np. jak dbać o zdrowie, nie dać się oszukać „metodą na…”, o wejściu w obieg nowych banknotów itp. Tabloid informuje także o sprawach istotnych, jak np. waloryzacja rent i emerytur, przy czym zawsze jest to konkretna informacja w formie tabelki: masz tyle, będziesz miał tyle, co też po części pokazuje, do kogo jest skierowany tabloid.

Obraz świata, jaki wyłania się z tabloidu, jest dualistyczny: my – oni, biedni – bogaci, zwykli ludzie – potężne organizacje, tutaj – tam, ale i manichejski: dobro – zło. Jednocześnie świat jawi się jako przednowoczesny, tj. niezwykły, nieprzewidywalny, zaczarowany, gdzie wszystko może się zdarzyć. Jeśli wziąć pod uwagę typologię kultur biegnących od wczesnotradycyjnych, poprzez religijne, po nowoczesne, to jest on mutacją pierwszej i drugiej z elementami trzeciej, gdyż mówi się także o nauce, przy czym często jest to dostosowane do wizji nauki przednowoczesnej.

Z tego względu komunikacja obrazowo-oralna świetnie współbrzmi z tabloidem, gdyż ten typ komunikacji jest właśnie przednowoczesny. Przy czym, co warto dodać, jest on dostosowany do naszej polskiej tradycji, gdyż zawiera moralne pouczenia, napomnienia, morały jak z bajki ludowej. Posiada także cechy przypowieści, kazania, pieśni dziadowskiej,

opowieści z karczmy, opowieści weteranów wojennych. Słowem, jeśli spojrzy się na tabloid z punktu widzenia antropologii komunikacji, jawi się on jako medium fascynujące i świetnie dostosowane do mniej wykształconych odbiorców, którzy nie mają swojego papierowego medium.

Jakie funkcje spełnia tabloid?

Po pierwsze, daje jakiejś rozumienie świata i ułatwia poruszanie się w nim. Być może inne niż to nowoczesne, ale czy gorsze? Na pewno ciekawsze! Po drugie, umożliwia podejrzenie świata, do którego nie ma się dostępu, byłby zatem „voyeuryzmem dla ubogich". Po trzecie, daje poczucie godności tym, którzy go potrzebują. Jako medium o opisanym typie komunikacji świetnie nadaje się jako pretekst do rozmowy („A słyszała pani?"). Któż z nas nie plotkuje? To po czwarte. Po piąte, daje pewną wizję moralności, mówi jasno i bez filozoficznego zadęcia, co jest dobre, a co złe (np. zbrodnia nie popłaca).

Lubię czytać tabloidy choćby z tego względu, że zajmując się mediami, uważam, iż przedstawiają świat, patrząc z punktu widzenia tabloidu właśnie, w straszliwie nudny sposób. Czytając codzienne gazety czy oglądając telewizyjną publicystykę często godzinami jest o tym samym i ciągle tak samo. A w tabloidzie jest zaklęta baśń, mit, cud, niezwykłość – trzeba tylko umieć to dostrzec. Leszek Kołakowski napisał kiedyś, że w echu rzygającego pijaka można usłyszeć metafizykę. Tabloid nie pomija zwykłych ludzi, można nawet mówić o mini-micie bohaterskim, nawet jeśli trochę podkoloryzowanym. A czy baśnie nie czyniły tego samego? I czy zawsze o samą prawdę idzie?

Tabloid jest obiektem drwin przede wszystkim ze względów klasowych. Wiadomo: jest dla Januszy i ciemnogrodu. Ale czy naprawdę jest aż tak odległy od tego, co często robimy? Na przykład skrolowania Facebooka mieszającego treści różne

gatunkowo? Od oglądania 15-sekundowych filmików na „TikToku”, które co chwila dostarczają nowych i różnych emocji, analogicznie jak w tabloidzie, gdzie na jednej stronie śmierć sąsiaduje z karnawałem? Tik-toka czytamy za pomocą rąk (kciuka) i oczu, tak jak tabloid, tylko kciuk zostaje zamieniony na ośliniony palec do przewracania stron. Oto cielesna historia mediów.

Tematycznie również jest podobnie, tyle że (po)nowocześni słuchają truecrimowych podcastów i podglądają życie gadających do nich influencerów, naiwnie wierząc, że ci są ich przyjaciółmi. I choć nie lubią tabloidowych cudów chrześcijaństwa i medalików z papieżem, jakoś nie śmieszą ich jednak na poważnie brane manifestacje i afirmacje, „internetowe estetyki”, astrologia i moc kamieni, „mówiące rzeki” i ich opiekunowie.

Strukturalnie, w sensie komunikacyjnym, nie jesteśmy odlegli aż tak bardzo, jak się wydaje na pierwszy rzut oka. To paradoksalne i nawet zabawne, że (po)nowocześni chcą być dzisiaj przednowocześni (wracają do mitu) i jednocześnie wyśmiewają prawdziwie przednowoczesnych – czytelników tabloidów. Obie przednowoczesności muszą się oczywiście różnić, głównie ze względów klasowych dystynkcji, przy czym pierwsza jest realnie przeżywana i szczera, druga zaś jest wtórna i związana z kapitalistycznymi modami, których celem jest jakieś odnalezienie się w świecie i usensownienie go, poprzez rzecz jasna zakup rzeczy związanych z daną „estetyką”. Wszyscy potrzebujemy trochę magii, mitu oraz baśni, tyle że każda grupa różnych. Wolę tę pierwszą.

Nie warto zatem poznawczo znęcać się nad tabloidami i ich czytelnikami, albowiem różni ludzie mają swoje media, a to, że ktoś nie rozumie innego (i to w pewnym sensie bardzo podobnego), nie znaczy, że powinno się nim pogardzać, gdyż pogardza się wtedy samym sobą – bo Ty też jesteś tabloidowy.

Autorstwo: dr Michał Rydlewski

Ilustracja: Sammy-Sander (CC0)
Źródło: NowyObywatel.pl