

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Poetica I (2013)

Zbigniew Bauer

Ważna książka o ważnych sprawach

Monika Grzelka, Agnieszka Kula, *Przytoczenie w przekazie medialnym*,
Wydawnictwo Rys, Poznań 2012, ss. 290

„Oryginalność nie polega na tym, żeby się różnić od innych, żeby wyprodukować coś zupełnie nowego; chodzi w niej o uchwycenie tego, co oryginalne (w etymologicznym sensie tego słowa), uchwycenie korzeni zarówno nas samych jak i rzeczy”. „Cytaty są lepsze niż argumenty”. „Sposobem istnienia jest [...] palimpsest: dopisywanie się do istnienia już istniejącego, do tekstu już powstałego, wpisywanie się w niego, w jego wnętrze, czy z boku, na margines”. Te trzy cytaty mogłyby stanowić motta do napisanej przez dwie poznańskie badaczki lingwistki: Monikę Grzelkę i Agnieszkę Kulę, książki *Przytoczenie w przekazie medialnym*. Zapewne – można by znaleźć o wiele więcej (i to lepszych!) cytatów o cytatach, mniej lub bardziej metaforycznie ujmujących ich znaczenie we współczesnej kulturze, tak bardzo opanowanej przez myślenie postmodernistyczne i intertekstualne. Wybrałem akurat te, gdyż pokazują one uniwersalny problem zapożyczenia. Pierwszy pochodzi od nieco zapomnianego dziś – myślę, że niesprawiedliwie – urodzonego w Trzciance niemieckiego historyka sztuki, ucznia m.in. Henriego Bergsona i Heinricha Wölfflina, Maxa Raphaela. Drugi – od Gabriela Lauba (urodzonego w Bochni), czesko-niemieckiego aforysty i satyryka, zmarłego kilkanaście lat temu. Trzeci zaś od Marka Bieńczyka. Myśli te sformułowano w odniesieniu do zjawisk w obszarach twórczości malarskiej, publicystyki i do pojmowanej bardzo szeroko ontologii wszystkiego, co tworzy człowiek. I samego człowieka również.

Bo od cytatów i od wszystkich innych form uzależnienia naszych działań twórczych – w tym tych, które skierowane są na tworzenie siebie samego – od artefaktów, przedmiotów, myśli, idei powstałych wcześniej nie uciekniemy. Im bardziej myślimy o absolutnej oryginalności, tym mocniej utwierdzamy się w przeświadczeniu, że „wszystko już było”, zaś samo pojęcie „oryginalności” coraz wyraźniej uzależnia się od technik „remiksu”, co dosadnie wyraził Lev Manovich w sławnej pracy *Język nowych mediów*: pisarz coraz częściej staje się didżejem, starającym się zmontować w całość rozmaite głosy dobiegające z wielkiej „bazy danych”, jaką jest całość istniejącej kultury. Michaił Bachtin miał absolutną rację!

Wartość książki Moniki Grzelki i Agnieszki Kuli można docenić, zważywszy, że o funkcji cytatu w przekazach medialnych niewiele w Polsce dotąd pisano (zresztą cytaty nie cieszył się wielką uwagą badaczy – zmieniło się to nieco wraz z nastaniem w literaturoznawstwie mód intertekstualnych). A przecież dla nawet średnio uważnie obserwującego media odbiorcy jasne staje się, że coraz częściej wszelkie postaci przytoczeń, zapożyczeń, odniesień, cytatów, zastępują argumenty właściwych autorów różnorodnych przekazów. Argumenty trzeba wymyślić, skonstruować logicznie, zderzyć – gdy chodzi o teksty naukowe i publicystyczne – z istniejącym stanem wiedzy i sposobem argumentowania innych ludzi. Cytat natomiast wymaga jedynie zbudowania odpowiedniej formuły „tekstu prowadzącego” i... otwarcia cudzysłowu. O ile w ogóle chce się nam go otworzyć, gdyż w dobie internetowych wolności można użyć popularnej techniki „kopiuj-wklej” i włączyć zapożyczenie we własny tekst. Po co wtedy znak bachtinowskiego „cudzego słowa”.

Praca poznańskich lingwistek ma, oczywiście, nachylenie językoznawcze. Omówione zostały w niej rozmaite struktury syntaktyczne przytoczeń, ich miejsce wobec różnych typów mowy stosowanej w narracjach literackich i pozostających poza obszarem tradycyjnie pojmowanej literatury (mowa zależna, niezależna i – najbardziej z tej trójcy skomplikowana – mowa pozornie zależna), mechanizmy transformacji, czasami umykającej uwadze odbiorcy, jednego typu w drugi. Wiele uwagi poświęciły autorki opisowi strategii intertekstualnych zarówno w utworach literackich, jak też tekstach para- i całkowicie Nieliterackich; przy tej akurat okazji można poczynić obserwację, że strategie intertekstualne, zarówno te wyraźne, zamierzone przez autorów, czytelne (a cytat to efekt takich właśnie działań nadawcy komunikatu), jak i realizowane bardzo delikatnie, „mgławicowo”, a niekiedy wręcz nieświadomie określają, jak sądzę, kręgi odbiorców przekazu. Wiadomo przecież, że dostrzeżenie intertekstualnych gier i docenienie ich wartości, a także możliwość osiągnięcia przez odbiorcę pewnej satysfakcji z odczytywania „naddanych” znaczeń przekazu, ułożonego w sieci powiązań z innymi przekazami, zależy od predyspozycji intelektualnej (a może także emocjonalnej) czytelnika, słuchacza, widza. Komunikaty – wolę w tym przypadku posługiwać się terminem „komunikat”, a nie np. „utwór” – w których obserwujemy wyraźnie zarysowane gry intertekstualne, swoistą intertekstualną dominantę konstrukcyjną, adresowane są do odbiorców mniej wyrobionych, w mniejszym stopniu wrażliwych na ukryte napięcia, jakie istnieją między różnymi tekstami. Cytat jest przykładem intertekstualności ujawnianej wprost – chociażby przez właściwe mu sposoby graficznego zapisu; aluzja, stylizacja, parodia czy pastisz są skierowane do odbiorcy o bardziej wyrafinowanej wrażliwości, bogatszej wiedzy.

Dobrze się jednak stało, że ściśle językoznawcza orientacja nie zdominowała tej pracy. Autorki dostrzegły i wnikliwie przeanalizowały antropologiczne, ściśle medioznawcze, psychologiczne, a nawet prawne i etyczne konsekwencje użycia przytoczenia w przekazach, które je interesowały: medialnych. Obserwacje oparły na statystykach, które stanowią interesujący aneks do książki, wypełnionej doskonale dobranymi przykładami zaczerpniętymi z publikacji przede wszystkim prasowych,

ale także materiałów radiowych, telewizyjnych i internetowych. Statystyki te wskazują, że liczba cytowań i rozmaitych form przytoczeń „cudzego słowa” wzrosła w ostatnich latach – odczuwają to zarówno zwykli odbiorcy, jak też medioznawcy. Można to tłumaczyć rozmaicie: po pierwsze – aczkolwiek jest to tłumaczenie nieco złośliwe – specyficznym rozleniwieniem samych dziennikarzy, którzy wolą zbudować materiał z fragmentów cudzych wypowiedzi, odpowiednio wyselekcjonowanych i powiązanych śladowym „tekstem prowadzącym” – w ten sposób otrzymujemy serię „gadających głów”, szczególnie irytujących w przekazach telewizyjnych. Po drugie – i jest to tłumaczenie niejako przeciwne wobec pierwszego – na częstotliwość stosowania przytoczeń i cytatów *in extenso* z cudzych wypowiedzi wpływa konieczność dziennikarskich działań pod presją czasu (zmniejszenie zespołów dziennikarskich przy konieczności obsługiwania tej samej, a czasem większej liczby zdarzeń ogranicza czas, w którym może powstać tekst samodzielny – dochodzi do tego wymóg przygotowania elementów składających się na serwis internetowy, np. dziennika). Jest też powód trzeci, związany z przyjętą w pracy metodologią: autorki skupiły się przede wszystkim na formach informacyjnych, których naturalnym tworzywem są fakty, a za fakt trzeba uznać także cudzą wypowiedź. Przy tym trzecim tłumaczeniu nasuwa się uwaga krytyczna wobec pracy: wolałbym, mianowicie, by w jej tytule zastosowano precyzyjną dopowiedzenie, że mowa będzie o przekazach informacyjnych właśnie, a nie o wszystkich przekazach medialnych (a zatem w domyśle: publicystyce, telewizyjnej debacie, a także – gdyż jest ona również medialnym przekazem – reklamie). I wcale nie jest tutaj przeszkodą, iż autorki w pewnych partiach pracy odwołują się do reportaży, które z reguły – jako „korona” dziennikarskiego zawodu – zaliczane bywają przez jednych medioznawców do gatunków informacyjnych, gdy drudzy wolą je widzieć jako publicystykę, bowiem nie tyle „odzwierciedlają rzeczywistość”, ile ją interpretują, zawierając elementy celowego konstruowania obrazów świata i narracji o nim – a zatem fikcji, zbliżającej je do literatury pięknej (doskonałym przykładem jest tu dyskusja wokół spuścizny Ryszarda Kapuścińskiego wywołana biografią tego autora pióra Artura Domosławskiego; poszło m.in. o *Cesarza*. Wszak zbudowany on jest głównie z przytoczeń wypowiedzi różnych osób – i autentyczność tych wypowiedzi kwestionowano: czy zatem są one „cytatami” w literalnym rozumieniu?). Podobnie rzecz ma się z wywiadami i formami pokrewnymi, np. z rozplenioną w różnych mediach „sondą uliczną”, ankietą, telewizyjnym talk-show.

Z wywiadami problem jest nawet bardziej złożony – i dobrze się stało, że autorki pracy o przytoczeniach wielokrotnie jego istnienie sygnalizują, choć głębiej weni nie wnikają. Bez wywiadu dziennikarstwo nie istnieje: nie da się napisać dobrego reportażu, a nawet rozbudowanej informacji bez rozmowy z ludźmi: świadkami lub bohaterami jakiegoś zdarzenia, jakiejś historii. Wywiad jest i metodą pracy dziennikarza zdobywającego informacje, i stać się może specyficznym dziennikarskim gatunkiem. Wywiad jako gatunek jest zbudowany na przytoczeniach zarówno głosu rozmówcy, jak też głosu dziennikarza (z reguły stosuje się w prasie ich graficzne różnicowanie). Pytanie o wywiad jako metodę staje się ważne chociażby w przypadku

reportażu radiowego czy telewizyjnego filmu dokumentalnego – przede wszystkim biograficznego. Oczywiście – autorki mają absolutną rację, dostrzegając głęboką różnicę między sposobem weryfikacji autentyczności źródła przytaczanej wypowiedzi w medium drukowym, tekstowym (prasie, internecie) a tym, jaki stosujemy wobec mediów audiowizualnych. W tych drugich mamy bowiem do czynienia z fizyczną obecnością mówiącego: to jego głos (radio), jego twarz, postać, także głos. Ale w reportażach, publikowanych w radiu i telewizji, bardzo częstą praktyką jest eliminowanie obecności dziennikarza zadającego bohaterowi pytania, nawet spierającego się z nim i sprowadzanie zarejestrowanego wywiadu do postaci monologu. Słuchamy, oglądamy, skupiamy się na sposobie mówienia, ekspresji, tonie głosu. Można jednak zastanawiać się, czy nie jest to odmiana – opisanego niegdyś przez Michała Głowińskiego – „monologu wypowiedzianego”? Rozmówca bohatera – dziennikarz – jest pozornie nieobecny, niemniej wyczuwamy, że padło jakieś pytanie, jakaś opinia. A zatem „ten drugi” istnieje, bo przecież ktoś trzyma mikrofon, ktoś filmuje, a obecność tę potwierdzają często wyraźne wskazówki zawarte w wypowiedzi bohatera. W ten sposób zbudowane są przede wszystkim reportaże radiowe, niekiedy bardzo wybitne i nagradzane, portretujące postaci wielkie i sławne, a jeszcze częściej zupełnie nieznanne. Można się wszakże zastanawiać, czy owe zabiegi montażowe, redukujące obecność dziennikarza, nie naruszają wymogu autentyczności, czy nadal są „faktem” w medialnym rozumieniu?

Bardzo wysoko cenią rozdziały pracy poznańskich badaczek, wiążące problem obecności przytoczenia w przekazach medialnych z dziennikarską genologią z jednej strony, z drugiej zaś z tradycją retoryczną. Cytat, szerzej: przytoczenie, to odmiana znanego „argumentu z autorytetu”, choć – naturalnie – nie zawsze tak musi być. We współczesnych mediach rośnie rola autorytetów i ekspertów (*pundits*, niekiedy nazywanych przewrotnie pseudoekspertami). Stacje telewizyjne i radiowe mają swoje „stajnie” ekspertów i ich listy rankingowe, stąd ich stałe pojawianie się na ekranach w pewnych sytuacjach bywa obiektem kpin i siłą rzeczy autorytet umniejsza. Coraz częstszą praktyką (wynikającą z pośpiechu i zwyczajnego niechlujstwa) bywa skłanianie owych autorytetów do długich wypowiedzi przed kamerą lub mikrofonami, po czym w dziennikarskim materiale zostaje wykorzystane... jedno zdanie z tej wypowiedzi, bowiem chodzi nie tyle o to, co ekspert powiedział, ile jaki był to ekspert i jak wysoce utytułowany – problem ten sygnalizowali w publikacjach prasowych bardzo wybitni uczeni wykorzystani w ten właśnie sposób. Odwrotnym niejako sposobem stosowania „argumentu z autorytetu” jest zapraszanie do wypowiedzi na niekiedy bardzo poważne tematy celebrytów, którzy są wprawdzie doskonale rozpoznawalni, niemniej o sprawie, o której mówią nie mają praktycznie pojęcia. Autorki interesująco rozpatrują funkcję przytoczenia w działalności naukowej, rządzącej się na szczęście innymi prawami niż media, niemniej warto byłoby przyjrzeć się funkcji odwołania do cudzych słów w budowaniu przekazów opartych na *infotainment*: informacji, która ma zarazem bawić. A może przede wszystkim bawić, również bawić przewrotną grą z autorytetem i „napuszoną” powagą źródła, z którego przytoczenie pochodzi.

Dochodzimy w ten sposób do kolejnego ważnego tematu, jedynie zasygnalizowanego w książce badaczek z Poznania. Akceptują one tradycyjny podział gatunkowy przekazów medialnych, przyjęty wiele lat temu – trochę na zasadzie podobieństwa do genologii literackiej: tu gatunki informacyjne, tam zaś – publicystyczne. Twardy konkret – płynna, falsyfikowalna, bo subiektywna interpretacja i opinia. Tymczasem kierunek rozwoju mediów – drukowych, a zwłaszcza audiowizualnych, coraz bardziej zaciera tę granicę, zresztą zawsze bardziej umowną niż rzeczywistą, gatunki stają się coraz bardziej „zmaćcone” lub co najmniej „synkretyczne”. W internetowych realiach są to, dodatkowo, gatunki „wielotworzywowe”. Reportaż pisany umieszczony w internecie można uzupełnić filmem lub nagraniem audio, słowem – czego nie można opisać, czego nie można opowiedzieć, można po prostu pokazać (to Postmanowskie rozróżnienie jest dla auterek bardzo ważne). Mechanizmy hipertekstowe sprawiają, iż np. cudze słowo przytoczone w mowie zależnej zostaje uzupełnione odsyłaczem-linkiem do owego słowa zapisanego w mowie niezależnej; jedno kliknięcie sprawia, iż funkcja cytowania mocno się zmienia. Zauważmy jednak, że to autor tekstu głównego decyduje, czy odeśle użytkownika przekazu do oryginalnych treści, czy też skaże go na wersję przetworzoną.

Medialny przekaz informacyjny ma zawierać fakty i – jak napisałem – autorki uznają „cudze słowo” za fakt właśnie. Naturalnie są takie teksty i takie wypowiedzi ustne, których samo istnienie i których kształt (formę) można zweryfikować: wypowiedzi oficjalne polityków, ludzi biznesu, a nawet celebrytów bywają rejestrowane niezależnie od zapisów, odręcznych i częściej mechanicznych, czynionych przez dziennikarza. Niektórzy bohaterowie wywiadów przystępują do nich „uzbrojeni” we własny sprzęt nagrywający, co niekiedy wprawia dziennikarza w konfuzję, gdyż sygnalizuje brak zaufania. Co jednak począć z takimi wypowiedziami, które pozostają jedynie w prywatnych zapisach dziennikarza? Co począć w sytuacji, gdy jedno medium powtarza coś za innym, tzn. wtedy, gdy zostaje uruchomiony mechanizm „kaskady” cytowań – jak zręcznie ujmują to autorki? Mamy przecież do czynienia z cytowaniem czegoś, co samo jest cytatem, przytoczeniem, zaś zweryfikowanie autentyczności źródła jest mocno utrudnione. Jest to sytuacja typowa m.in. dla dziennikarstwa blogowego, które w znacznym procencie opiera się na tworzeniu sieci cytowań, nie zawsze „olinkowanych”, a więc trudnych do zweryfikowania faktograficznego. Co począć, wreszcie, z cytowaniami osób ukrytych w publikacji pod pseudonimami (jest to z kolei typowe dla dziennikarstwa śledczego), które przecież mogą być w całości wymyślone lub skompilowane przez autora, który zawsze – co autorki poznańskiej publikacji wyraźnie zaznaczają – może zasłonić się prawem do ochrony źródeł informacji?

Monika Grzelka i Agnieszka Kula oprócz tradycyjnego podziału form dziennikarskich na informację i publicystykę wydają się akceptować także równie tradycyjną zasadę odpowiedzialności społecznej, obowiązującą media mniej więcej od połowy XX wieku. Byłem także jej zwolennikiem, gdy proponowałem pojęcie „paktu faktograficznego”, analogiczne do „paktu faktograficznego” Philippe’a Lejeune’a, a do którego autorki często w swojej pracy się odwołują, co odnotowuję z pewną

satysfakcją. Koncepcja ta powstawała w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych, w czasach „wczesnointernetowych”, a także pozbawionych tak przemożnego, jak jest to dziś, „światopoglądu tabloidalnego”. Przez dwadzieścia minionych lat dokonała się jednak znacząca rekonfiguracja funkcji przekazu medialnego, stawiająca pod znakiem zapytania to, czy rzeczywiście odbiorca jest w stanie zawrzeć podobny „pakt” z dostępnymi mu mediami i czy faktycznie nadal oczekuje on od mediów tylko obiektywizmu, rzetelności i absolutnej dokładności w przedstawianiu obrazów świata. Wielość źródeł informacji, które – dzięki rozkwitowi pluralizmu medialnego, gdy chodzi o tradycyjne środki przekazu, a także internetu – są mu dostępne, wcale nie determinuje do przyjmowania reguł „paktu faktograficznego”. *Se non è vero, è olto ben trovato* – „Być może to jest nieprawdziwe, jednak bardzo dobrze opowiedziane (wymyślone)”: ta wywodząca się z szesnastowiecznej maksymy Giordana Bruno myśl dobrze oddaje oczekiwania np. telewidza, który zasiada do obejrzenia wieczornych magazynów informacyjnych. Nie musi być prawdziwie, byle było zabawnie. Odpowiada to dobrze trendowi we współczesnych mediach przesuwającemu akcenty przekazu z funkcji informacyjnej na rozrywkową, z informowania „rzetelnego” i „obiektywnego” na *infotainment* – obecny nie tylko w tabloidach, ale także w mediach głównego nurtu. Stawia to pod znakiem zapytania dzisiejszą skuteczność stosowania pojęcia „paktu faktograficznego” w porządkowaniu medialnej genologii, co zresztą odzwierciedlają przemyslenia na temat gatunków telewizyjnych obecne w pracach Wiesława Godzica.

Pracę poznańskich badaczek, bardzo dobrą w warstwie analitycznej i w sferze teorii mediów (zwłaszcza w zakresie refleksji o ich języku – co wcale nie jest w polskim medioznawstwie tak popularne) uzupełniają interesujące rozważania o prawnym i etycznym wymiarze wszelkich zapożyczeń w tekstach dziennikarskich. Współczesne technologie – o czym autorki wspominają – są zdolne wykreować pseudo-fakty (w swoim czasie głośna była sprawa opublikowania przez „Gazetę Wyborczą” „wywiadu” z ojcem Rydzykiem; był to tekst zmontowany z wywiadów, jakich Ojciec Dyrektor udzielił innym mediom, gdyż „GW” jest przezeń bojkotowana – sprawą tą zajmowała się nawet Rada Etyki Mediów; podobnie montowane są felietony emitowane w programie *Szkló kontaktowe* w TVN) nie tylko w przekazach pisanych, ale także fotograficznych i filmowych (tu przykładem są filmiki umieszczone w serwisie YouTube). Czy istnieją jakieś granice w korzystaniu z „baz danych”, z których składa się współczesna infosfera?

Ważne, że książka Moniki Grzelki i Agnieszki Kuli otwiera się na nowe pytania, na które odpowiedzi mogą udzielać nie tylko językoznawcy, ale zorientowani na inne metodologie badacze medialnych przekazów. Zakres tych pytań jest bardzo szeroki, zaś odpowiedzi na nie wcale nie są proste i pewne.