

nianie życia osobistego i towarzyskiego, nie zaś poprzez instytucje powołane do tego celu przez konstytucję. Jak można sądzić z licznych przykładów przytaczanych w książce, media francuskie znajdują się w kręgu zainteresowań badawczych autorki. Należy to uznać za atut publikacji, o rynku mediów francuskich pisze się bowiem w Polsce bardzo mało, a jest to system specyficzny na tle innych⁵. Wynika to także z faktu, że we Francji nie istnieją nauki o mediach⁶.

Podsumowując: *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego* jest niezwykle interesującą pozycją na polskim rynku z kilku powodów, odwołującą się w znacznym stopniu do literatury zagranicznej⁷. Zapewne doszukać by się można kilku mankamentów tej publikacji, lecz czy warto o nich mówić, jeżeli książki nie można porównać do żadnej innej na rynku polskim?

Katarzyna Gajlewicz-Korab



Wiesław Godzic

Kuba i inni. Twarze i maski popkultury

Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa 2013, 338 s., ISBN 978-83-63354-37-4

Z okładki spoziera wylupiastym okiem, karykaturalnie powiększona i przez to zdeformowana twarz. Po rogowych, nieco staromodnych oprawkach okularów można mieć, że należy ona do inteligenta. Ale jest coś więcej – szalonego, niepokojącego, coś z rozdwójnia jaźni, coś nienormalnego, z pogranicza snu i jawy w tym spojrzeniu, grymasie, wyglądzie – odbiciu w lustrze pewnego obrazu, fotoportretu... Czy to błazen? Jak się za chwilę dowiadujemy, to obraz współczesnego polskiego celebryty, którym jest – studium przypadku – tytułowy Kuba.

Na potrzeby analizy mechanizmów popkultury, ewolucji branży szeroko pojętego show-biznesu oraz jego kondycji intelektualno-este-

tycznej medioznawca prof. Wiesław Godzic w najnowszej książce pt. *Kuba i inni. Twarze i maski popkultury* za podmiot liryczny wziął Kubę Wojewódzkiego, znanego dziennikarza. Tłumacząc się ze swojego wyboru, autor pisze: „był jak dwudzielna szafa. Otworzysz jedno skrzydło: a tam fekalia, rechot i obsceniczne tematy. Otworzysz drugą połowę, a tam – może nie raj, ale zawsze jakiś miły landszafcik skrzący się dowcipem” (s. 14). Czy to wystarczy, aby pisać o Kubie Wojewódzkim jako oryginalnym zjawisku skrajnie odczytanym przez odbiorców? Dlatego dalej czytamy wyjaśnienie dotyczące głównej postaci, rozbieramy na czynniki pierwsze znaczenia słów *twarz* i *maska*, szukamy sensu bycia sobą lub kreowania

⁵ K. Gajlewicz, *System medialny Francji*, [w:] *Wybrane zagraniczne systemy medialne*, red. nauk. J.W. Adamowski, Warszawa 2008, s. 129–175.

⁶ Badania nad mediami są prowadzone w niewielkim zakresie w stosunku do innych tak rozwiniętych państw Europy i zajmują się nimi głównie socjologowie. We Francji istnieje uniwersytecka dyscyplina nazywana nauką o komunikowaniu, lecz dotyczy ona tylko komunikologicznych aspektów funkcjonowania mediów.

⁷ Zabrakło w niej jednakże takich pozycji polskich, jak np.: J.W. Adamowski, *Czwarty stan. Media masowe w pejzażu społecznym Wielkiej Brytanii*, Warszawa 2006; *Wybrane zagraniczne systemy...* czy B. Golka, *System medialny Francji*, Warszawa 2001.

wizerunku w kontekście masowej publiczności. Wprowadzając nas w świat popkultury, efektownie żonglując przykładami i cytatami, Wiesław Godzic czyni jednak pewne zastrzeżenie dotyczące twarzy i maski, trochę jak asekurowanie. Píše – „Traktuje je wybitnie metaforycznie, zakładając że »wybitna metaforyczność« nie koliduje z precyzją wypowiedzi” (s. 15). Obraz, który powoli wyłania się bowiem z narracji autora, może zarówno intrygować, być interesującym materiałem poznawczym, jak i wpędzać w głęboką rozterkę nad otaczającą nas rzeczywistością generowaną przez idoli tłumów, ale i skrajnie konsumencie, czasami leniwe, innym razem zagubione, społeczeństwo nowego pokolenia. Zatem – czy warto mieć twarz, a może bezpieczniej mieć maskę? Kto tworzy i kto rządzi współczesną popkulturą? Wybrane i uwielbiane jednostki czy raczej odbiorca masowy – kto ma wystarczające, odpowiednie środki i narzędzia, aby decydować o losie np. zawartości mediów? Czy jednostka – celebryta jest w stanie manipulować, sterować, wpływać np. za zasadzie przekory, na gusta masowe? Jaką robotę, i jakimi metodami, może wykonać osoba wpływowa – symbol popkultury – dla masowej świadomości? Nagle, za sprawą rozważań prof. Godzica, Kuba Wojewódzki, ten „samozwańczy arbiter polskiego show-biznesu” staje się pozytywnym bohaterem, nie zaś godnym potępienia, cynicznie skupionym na sobie, tanim pajacem jako przedstawicielem nurtu.

Recenzowanej książce bliżej do pozbawionej uprzedzeń, życzliwej analizy niż bezpardonowego szyderstwa, gdyż – „wypowiedzi Kuby dawały nam wielokrotnie do myślenia – o religii, seksie, patriotyzmie”. Dalej Godzic pisze: „to mój bohater do-podczepienia-się”. Faktycznie, tutaj Wojewódzki staje się m.in. pretekstem do rozważań na temat ewolucji telewizji, jej miejsca w życiu widzów, asumptem do wybiegającej naprzód próby przewidzenia przyszłości „szklanego ekranu”, jego kondycji

teraz i kiedyś. To także pole do analizy złożoności kontrowersyjnej i megapopularnej postaci znanej wszystkim, czyli obrazu: „wrażliwego klauna” vs. „złośliwego chama” – sprzeczność jest bowiem ciekawa do analizowania, choćby na zasadzie samograja, dostarczając efektownego tworzywa dla badań. Autor zdaje się szukać definicji roli, w którą wcielił się jego aktor – satyryk megaloman i roztrzęsiony narcyz czy wrażliwy dziennikarz potrafiący słuchać, bo postać Kuby Wojewódzkiego dzieli Polskę, nie jest obojętna, polaryzuje postawy i opinie Polaków, tak samo on i o nim, jak aktualny spór polityczny, w którym *notabene* otwarcie bierze udział, lubując się w kontrowersyjnych dyskursach. Słusznie zauważa i punktuje to prof. Godzic, wszak Wojewódzki nie jest apolityczny, wyłącznie showbizowy, nie kryje się ze swoimi poglądami, preferencjami czy antypatiami.

Szukając obiektywizmu, autor stara się w zdroworozsądkowy sposób przytaczać przykłady, nie unika w prezentowaniu, ilustrowaniu czy komentowaniu nieuchronnej i niezaprzeczalnej obecności polityki w mediach, jest w tej warstwie sprawiedliwie wyważony. Stąd może zaskakujące wydaje się nagle, trochę jakoby na doczepkę, pojawienie rozdziału o Smoleńsku i filmie *Solidarni 2010*. Chyba że jako jaskrawa ilustracja zjawiska pt. „medialny szok”. Postawa Kuby w tym względzie jest znamienna, wszak nie potrafi odpuścić sobie ani powstrzymać się przed wtrąceniem czegoś na ów smoleński temat, przy każdej nadarzającej się, nawet najmniej stosownej okazji, fanatycznie polując na skandale. A skandal, jak wiadomo, *makes the TV go around* – kręci, porusza, jest siłą napędową mediów. Autor przytacza źródła tego zjawiska z amerykańskiej telewizji FOX. Skandal obyczajowy, jakim były przykładowo seriale o „zwykłej rodzinie” Bundych czy Simpsonach. Tutaj Godzic tłumaczy, jak ewoluowała publiczność, jak dochodziła do głosu, nabierała znaczenia wraz z postępującym konsumpcjonizmem mediów.

Książkę *Kuba i inni...* czyta się dość lekko. Mimo złożoności poruszanych problemów, nie jest hermetyczna. Autor wzbogaca swój wywód, i chwala mu za to, o szeroki wachlarz odniesień, ilustracji i cytatów; wreszcie relacji z bieżącego stanu badań pokrewnych dziedzin, podpira się innymi opracowaniami podobnego typu, nie stroniąc czasami od tematyki ogólniejszej, ale cenniejszej, gdyż tworzącej obszerniejsze tło kontekstowe. W tej materii prof. Godzic zdaje się być niezastąpionym obserwatorem i analitykiem, bez wątpienia należąc do elity badaczy przedmiotu, o czym mogą świadczyć choćby liczne jego wcześniejsze opracowania. Jednak – jak każdemu – tak i jemu w recenzowanym materiale przydarzają się sformułowania ocierające się o efekciarstwo, np. formułując najbardziej prawdopodobny zawodowy koniec swojego celebryty, mówi: „Boję się jednak nowego wizerunku Kuby zgorzkniałego i sfrustrowanego raczej; takiego, który nagle przechodzi od »penisa« do »prostaty«”. I dodaje: „[...] z kolei my – jego odbiorcy – przygotowujemy się do stanu bliskiemu kacowi. Bo coś oryginalnego i ekscentrycznego może skończyć się bezpowrotnie, my zaś będziemy udawać, że nas przy tym nie było” (s. 306). Z drugiej strony są obszary, które prawdopodobnie z braku miejsca zostały w książce potraktowane ogólnikowo, rzecz by można naskórkowo muśnięte. Nakreślony zarys ogólny mechanizmu narodzin celebryty, publiczności, kreowania rzeczywistości via media – aż chciałoby się więcej, z odniesieniem nieco szerszym niż wyłącznie do polskiego rynku. Ponadto nie udało się autorowi uniknąć banalnych stwierdzeń dedykowanych bohaterom popkultury typu „między sztucznością (maską) a autentycznością (twarzą) znajduje się rozległa przestrzeń, w której oni faktycznie funkcjonują, rzadko zajmując trwale którąś z krańcowych pozycji” (s. 17), bo takie zachowanie wydaje się dotyczyć raczej większej populacji ludzkiej niżli tylko wysublimowanej elity towarzyskiej.

Aby powstał fenomen Kuby Wojewódzkiego, jak tłumaczy autor – potrzebny jest grunt, tło, gąbka, która będzie wchłaniać generowany przekaz. Czym jest ów grunt – czyli publiczność – skąd się wzięła, jak do tego doszło i co ją ukształtowało – grupa sympatyków showmana bezkrytycznie konsumująca jego osobę. Tymczasem Wojewódzki, choć okrzyknięto go królem celebrytów, również nie jest wolny od pewnych standardowych zachowań konsumenckich, łaski i niełaski fana, wolny od procesów zmieniających przestrzeń medialną, nieuchronnego wpływu czasu. On także nie żyje bez tego gruntu. Na tym wykiełkował i wzrósł. Ten mechanizm i zasady jego funkcjonowania zna prof. Godzic, ale zna go także ze zwierzęcą intuicją, jak i co robić, aby utrzymać się na fali popularności, sam Wojewódzki. Czy autor zdołał Kubę wcześniej wymyślić czy opisał już dzieło skończone? Pewnie jedno i drugie po trosze, stąd w kolejnej odsłonie analizy autor próbuje odnaleźć klucz, usystematyzować dobór gości zapraszanych do *talk-show* Kuby Wojewódzkiego oraz poddaje ocenie stosunek gospodarza do „tych na kozetce”. Tutaj wyraźnie podkreśla zróżnicowanie zachowania Kuby zależne od gościa – niektórych zaprasza, by wyśmiać, innych z szacunku, podziwu, czasem nawet po to, by ogrzać się w ich ciepłku. Goście jego *talk-show* to zarówno gwiazdki ledwo wschodzące na firmamencie, niewrózące, że tam zagoszczą na dłużej, raczej wybryk jednosezonowy, słynne z faktu „znane z tego, że są znane” (s. 11), jak również poważni ludzie, zdecydowanie będący poza nurtem popkultury, ważni i poważni, artyści, intelektualiści, dyrektorzy teatrów, redaktorzy naczelni, autorytety – ich obecność świadczy o docenieniu lub przynajmniej nucie sympatii dla prowadzącego audycję. Co więcej – mówią, że go lubią, choć oczywiście pozostając na niwie estetyki satyryczno-rozrywkowej, zazwyczaj na wyraźne życzenie gospodarza programu.

Prof. Godzic przytacza szeroki kontekst zjawiska telewizji rodzącej celebrytów – jak

powstaje, jak funkcjonuje, dlaczego tak prosperuje i jak się rozwijało. Także omawia stronę widza, pisząc m.in., że jako „[...] społeczeństwo zorientowane na audiowizualność [...] Polacy poświęcają najwięcej czasu właśnie przekazom telewizyjnym (w zestawieniu z radiem czy prasą) w porównaniu do narodów innych krajów europejskich. Zyskuje Internet” (s. 213) Nad tym chyba autor boleje, wszystko bowiem zmienia się na gorsze, tandetnieje i szmirowacieje. Zasadne stają się zatem pytania o program telewizyjny – dokąd zmierza? Co znaczą dzisiaj pojęcia autora i plagiatu, formatu, *talent-show*, *reality*? Czy szopka polityczna to również produkt wykreowany na potrzeby ramówki telewizyjnej – czyli wybory w mediach jako element pop-polityki?

W rozdziałach dotyczących dziennikarstwa Wiesław Godzic zdaje się tłumaczyć swoim kolegom ze świata mediów (może szerzej, ze środowiska animatorów życia medialnego), prawdopodobnie ludziom starszej daty, jak media dziś działają – jak internet, telewizja i prasa ewoluują, w którą stronę idą zmiany. Stwierdza, jak jest i jak będzie, bez odkrywczych fajerwerków. Zwraca uwagę na rozróżnienie między mediami publicznymi (misyjnymi – kultura wysoka) a prywatnymi (komercyjnymi – pop-kultura).

Reasumując, można stwierdzić, że przeciętnie uważny i świadomy konsument popkultury niczego przesadnie rewolucyjnego na temat samego Kuby i jego gwiazdy z książki prof. Godzica się nie dowie. Nic specjalnie ponad to, co powszechnie wiadomo i co można wnioskować, mniej więcej orientując się w mechanizmach rządzących show-biznesem, acz jest to z pewnością wartościowa pozycja wydawnicza, praca systematyzująca i do pewnego stopnia porządkująca zagadnienia fenomenu celebryty. Czy jednak materiał ten w formie dociekań naukowych jest ponadczasowy? Wszak poruszane wątki szybko się starzeją, należą do grupy tzw. uciekających. Czy opracowanie to nie ulegnie zatem kompletnej dezaktualizacji i czy za dziesięć lat będzie zrozumiałe? Nawet teraz, choć interesujące i stanowiące przyczynek do dyskusji nad kondycją kultury masowej, adresowane jest raczej do wąskiego grona specjalistów – zorientowanych na problematykę współczesnych mediów audiowizualnych, świata pełnego sprzeczności z cyklu „celebryta i antycelebryta w jednej osobie”. Ciekawe więc, czy pisanie o zjawisku Wojewódzkiego przyniosło autorowi wystarczająco dużo satysfakcjonujących emocji, co dostarcza na co dzień kontrowersyjna postać jego bohatera... zwanego dalej Piotrusiem Panem.

Michał Wierusz-Kowalski

