

Komunikacja językowa i pozajęzykowa jako środek pozornego zbliżenia w przestrzeni wirtualnej na przykładzie polskich portali plotkarskich

W plotkarskich portalach internetowych typu „Plotek” czy „Pudelek” ma miejsce zjawisko typowe dla współczesnych mediów: tradycyjne proporcje udziału poszczególnych kodów w przekazywaniu informacji zostały zachwiane na rzecz kodów ikonicznych. Obraz, najczęściej fotografia, pełniąc pierwotnie w stosunku do tekstu funkcję pomocniczą i drugoplanową, mająca za zadanie pomóc we właściwym zrozumieniu tekstu i stanowiąca jego uzupełnienie, zaczyna występować na równi ze słowem, stając się istotnym elementem przekazu. Trudno jednak kategorycznie osądzać, który z kodów – ikoniczny czy językowy – odgrywa w tej sytuacji komunikacyjnej rolę kluczową. Zaproponowana w niniejszym artykule analiza sposobów przekazywania informacji w portalach plotkarskich wydaje się potwierdzać tezę o równoważności obu kodów oraz ich wzajemnym uzupełnianiu się. Podstawową cechą języka portali plotkarskich jest nierozzerwalność informacji i komentarza, które tworząc całość mają za zadanie oddziaływanie na odbiorcę w pewien szczególny sposób i realizowanie podstawowego celu nadawcy komunikatu. Wydaje się, że cel ten jest wspólny dla wszystkich przekazów medialnych żywiących się plotką i sensacją, a sprowadza się on do stworzenia jak najliczniejszej wspólnoty komunikacyjnej, której coraz większy rozmiar i zasięg ma zapewnić większą słuchalność, oglądalność, czytelność, czyli dochód poszczególnych przekazników.¹ Tym samym na drugi plan przechodzi wartość informacyjna przekazu, a całość balansuje na krawędzi podstawowej wartości w komunikacji, czyli prawdomówności. Nadawcy komunikatu nie roszczą sobie zresztą pretensji do miana rzetelnych i wiarygodnych informatorów, często nie kryją swoich zamiarów i jasno precyzują zamiar komunikacyjny, tak jak zrobili to autorzy portalu “Gadulek”:

¹ Marian Bugajski: *Język w komunikowaniu*. Warszawa: PWN 2008, s. 481.

„ „Gadulek.pl” to przede wszystkim świat plotek, sensacji, skandali i wszystkiego ciekawego, co można powiedzieć lub wymyślić o znanych ludziach z Polski i ze świata. (...) „Gadulek.pl” to strona łatwa, prosta i przyjemna. Pieniądze, inwestycje, majątek, handel – to nie są tematy, które nas interesują, chyba że związany z tym jest jakiś skandal sławnej osoby. Nas interesuje życie gwiazd zarówno ubranych, w majtkach oraz nago i bez majtek. Chcemy pokazywać wam zdjęcia, fotki sławnych ludzi i znać wszystkie o nich plotki. Materiały zawarte w plotkarskim serwisie „gadulek.pl” należy traktować jako nie zawsze potwierdzone plotki i wymyślone ciekawostki, które nie muszą być zgodne z rzeczywistością. Strona jest współtworzona przez i dla wielbicieli wszelkiego rodzaju sensacji. Każdy zarejestrowany użytkownik naszej strony może napisać artykuł i przekazać całemu światu ciekawą informację z życia gwiazd. Treści oraz ilustracje zamieszczone w artykułach pochodzą od użytkowników serwisu, którzy codziennie wyszukują nowe plotki w nieograniczonych zasobach Internetu w celu podzielenia się nimi z czytelnikami.”²

W warstwie językowej opisany cel komunikatu realizowany jest dzięki całej gamie leksykalnych i składniowych środków stylistycznych. Już same tytuły poszczególnych komentarzy bądź artykułów mają często charakter prowokacyjny i manipulacyjny. Mają przykuwać uwagę internautów, zaciekawiać ich i zachęcać do lektury. Często mają one postać krótkiego zdania pojedynczego, równoważnika zdania, bądź pytania retorycznego, wzbogaconego o podtytuł, a treść tytułu nawiązuje najczęściej do szczegółu z życia intymnego znanej postaci, do wyglądu, bądź wydarzenia z życia prywatnego, np.:

„Doda rozbierała się na lotnisku. Wystroiła się jak choinka i wykrywacz metalu oszalał.
[Rosati do Górniak: Weź, idź w cholere](#). Rzecz o trójkątach erotycznych.
[Gosi Andrzejewicz wyskoczyła pierś](#). Golizna zamiast kłótni na lodzie.
[Kelly Osbourne uprawia seks od 13. roku życia](#). Myślała wtedy, że jest w ciąży.
[Małaczyński ma ADHD](#). Tak twierdzą koledzy po fachu.
[Przeboska Małgorzata Kozuchowska](#) i Michał Żebrowski opowiadają o traumie gryzących rajstopek.”³

Próba nawiązania bliższej więzi z odbiorcami i zarazem stworzenia wspólnoty komunikacyjnej przejawia się również w sposobie narracji. Autorzy komentarzy i artykułów świadomie ujawniają się w tekście w postaci 1. osoby liczby mnogiej, bądź 3. osoby liczby pojedynczej, a podpisy do tekstu sugerują zbiorową pracę całego zespołu redakcyjnego (np. „Pudelek”). Taki sposób narracji ma sugerować wyteżoną pracę co najmniej kilku osób i tym samym gwarantować rzetelność i wiarygodność przekazywanych informacji. Prezentowana opinia sprawia wrażenie wspólnie wypracowanego kolektywnego poglądu, wywiedzionego z ogólnie przyjętych prawd i wartości, do którego trudno się nie przychylić, np.:

„Ostatnią wypowiedzią [Kryszylowicz](#) się pogryzył. Jak ma zamiar spotkać się nieraz z

² www.gadulek.pl z 15.11.08

³ www.kozaczek.pl z 16.11.08

Dodaj, to raczej tylko na bankietach. No chyba, że o czymś nie wiemy.
Plotek zastanawia się, co można zobaczyć na filmie? Na szczęście jeszcze niewiele osób go widziało (Plotek bałby się chyba obejrzeć).
Janusz uległ presji społeczeństwa. Wobec tego teraz żądamy: oświadczyć się Nataszy!”⁴

Tymczasem do odbiorcy komunikatu, a także do słynnych postaci, nadawcy komunikatu zwracają się w 2. osobie liczby pojedynczej, stwarzając atmosferę poufałości i bliskości, np.:

„Kasiu, zmień stylistę! (do Katarzyny Figury)
Zobacz, kim jest nowy facet Dody!”⁵

Podniesieniu rangi i wiarygodności przekazu służy również powoływanie się na źródła prezentowanych informacji. Tak oto odbiorca może być pewien prawdziwości tego, o czym przeczytał, gdyż redakcja portalu czerpie swoją wiedzę od wiarygodnego informatora: bliskiej przyjaciółki żony, koleżanki pary, znajomych słynnego dziennikarza czy agentki aktorki. W większości przypadków autorzy powołują się na doniesienia prasy (tzw. tabloidów), np. magazynu „Fakt”, „Świat i Ludzie”, „Imperium”.⁶

Często stosowanym zabiegiem stylistycznym jest tworzenie w komentarzu wielu różnie zmotywowanych jednostek nominacyjnych (peryfraz) odnoszących się do jednego obiektu nominacyjnego. Zabieg ten ma na celu nie tylko stylistyczne urozmaicenie tekstu i uniknięcie powtórzeń, ale także przy okazji jest przez nadawców skwapliwie wykorzystywany do przekazaniu osądu lub komentarza pod adresem obiektu. Stąd nierzadko ironiczne, złośliwe zabarwienie niektórych nominacji, np.:

„Tomek Kammel – nasz biedny prezenter – Tomek – popularny prezenter TVP 2 – przystojny prezenter;
Dorota Rabczewska – królowa tandety – Doda – popularna Polka – piosenkarka;
Katarzyna Cichopek – rekin show-biznesu – wiecznie szczerząca się w uśmiechu piersiasta aktorka”⁷

Podobną funkcję pełni w tekstach używanie imion, ich zdrobnień lub nazwisk znanych osób. Określenia typu Hiltonówna, Wielka Stopa (o Paris Hilton), Edzia (o Edycie Górniak), Cichopki (o małżeństwie Katarzyny Cichopek i Marcina Hakiela), czy Kinia (o Kindze Rusin)⁸ mają brzmieć pobłaźliwie i nieco ironicznie, wyrażają chęć zdystansowania się nadawcy w

⁴ www.plotek.pl; www.pomponik.pl z 17.11.08

⁵ www.pomponik.pl z 17.11.08

⁶ Zob. www.kozaczek.pl; www.pomponik.pl; www.pudelek.pl; www.plotek.pl; www.gadulek.pl z 16.11.08

⁷ www.pomponik.pl z 17.11.08

⁸ Zob. www.kozaczek.pl; www.pomponik.pl; www.pudelek.pl; www.plotek.pl; www.gadulek.pl z 16.11.08

stosunku do zachowania czy postawy znanej postaci. Odwrotnie jest w sytuacji, kiedy nadawca posługuje się imieniem, a nawet zdrobnieniem imienia, np.:

„Marta przyznaje, że sporą wagę przywiązuje do wyglądu i stroju. (o Marcie Żmudzie-Trzebiatowskiej);
Rok 2008 był dla Kingi wyjątkowo dobry. (o Kindze Rusin).”⁹

Wrażenie zdystansowania się lub akceptacji nadawcy w stosunku do opisywanych postaci wzmacnia dodatkowo obecność leksykalnych wykładników modalności: przymiotników, przysłówków, wyrażen przyimkowo-rzeczownikowych typu przysłówkowego, innych zwrotów, takich jak: „rzekomy”, „ponoć”, „najwyraźniej”, „podobno”, „chyba”, „może”, „niestety”, „bez wątpienia” czy „z pewnością”.

Warstwę językową portali plotkarskich charakteryzuje również bogactwo leksykalnych i składniowych środków stylistycznych, w szczególności metafor, porównań, eufemizmów, pytań retorycznych i gier słownych, np.:

„Polsat liczył na sukces, ale chyba się przeliczył. [Fabryka Gwiazd](#), która miała być flagowym hitem stacji, po publikacji pierwszych wyników oglądalności okazała się co najwyżej łódką z wielkim żaglem.
Jedno jest pewne, Mucha ma szansę dojść do finału, bo choć śpiewać nie potrafi, to w stosunku do konkurencji jest barwnym motylem. (o Annie Musze)
Mucha odwzajemniła Edycie ten komplement soczystym pocałunkiem. Takiej wyzwolonej Edyty Górniak jeszcze nikt nie widział. Ale reakcje piosenkarki są równie nieprzewidywalne co w ostatnich dniach notowania na giełdzie.
[Cameron Diaz](#) i Paul Sculfor tworzą naprawdę zgrany duet. Aktorka śmieje się przez cały czas. Gołąbeczki ostatnio zostały przyłapane na tym, jak gruchały w Nowym Jorku.”¹⁰

Wiele z tych metafor i porównań bywa dowcipnych, a nawet zaskakujących. Przyczyniają się one do urozmaicenia stylu komentarzy, ale przede wszystkim konsekwentnie realizują główny cel, jakim jest wzbudzenie zainteresowania i przekazanie pewnego osądu, mającego uzyskać rangę powszechnej opinii, czyli wytworzenie wspólnoty komunikacyjnej. Podobnie jest w przypadku większości komentarzy zawierających też typową manipulację informacją i ironię, np.:

„Angelina Jolie i Brad Pitt zamierzają adoptować chińskie dziecko, bo są poruszeni trzęsieniem ziemi w Chinach.”¹¹

⁹ www.kozaczek.pl z 15.11.08

¹⁰ www.plotek.pl z 15.11.08

¹¹ www.gadulek.pl z 16.11.08

Tak nacechowany język portali plotkarskich wpisuje się w ogólny trend rozwoju języka współczesnych mediów. Na plan pierwszy wysuwa się tu jego perswazyjna funkcja języka, którego celem nie jest już przekonanie do pewnych postaw i poglądów, lecz przywiązanie do medium. Tym samym język zaczyna pełnić funkcję socjalizacyjną i emocjonalną. Ma za zadanie wzbudzać emocje, stawiać medium w centrum zainteresowania, tworzyć jak najliczniejszą wspólnotę komunikacyjną. Urzeczywistnienie tych funkcji jest możliwe dzięki nawiązaniu i podtrzymaniu kontaktu nadawcy z odbiorcą komunikatu, a zatem poprzez realizację funkcji fatycznej. Język współczesnych mediów, mający wciągać w obwód komunikowania jak najliczniejszą rzeszę odbiorców, z konieczności staje się zatem wulgarny, przejawia tendencje do upotocznienia i niemożności rozróżnienia gatunków i stylów.¹²

Można bez większego ryzyka popełnienia błędu postawić tezę, iż niemal wszystkie polskie portale o charakterze rozrywkowym, a więc również serwisy określone w ramach niniejszych rozważań mianem plotkarskich, operują obrazem jako dominującym środkiem przekazu. Celowo nie używamy w tym miejscu zwrotu „przekaz informacji”, gdyż sam obraz jest przez będące przedmiotem analizy portale wykorzystywany do osiągnięcia określonych celów, które postaramy się zaprezentować w dalszej części artykułu.

Obraz, którym w ściślejszym tego słowa rozumieniu są najczęściej zdjęcia mniej lub bardziej znanych osób publicznych, jest używany przez autorki i/lub autorów wpisów w internetowych serwisach plotkarskich jako uzupełnienie komunikatów językowych o określonym zabarwieniu. To zabarwienie jest zależne od różnych czynników, wśród których prym wiodą: charakter całego serwisu, stosunek autorki / autora do osoby, której dotyczy wpis, oraz aktualnie dominujący w owej przestrzeni komunikacji publicznej trend mówienia o danej gwiazdce lub gwiazdeczce. Jako przykład całkowicie wtórnej ilustracji obmyślnego dla osiągnięcia określonego efektu tekstu może służyć umieszczone na portalu „plotek.pl” zdjęcie aktorki Denise Richards. Fotografia przedstawia twarz uśmiechniętej, młodej kobiety ze swobodnie rozwianymi blond-włosami, która ukrywa swoją fizjonomiczną atrakcyjność – jak można wywnioskować z odsłoniętej części buzi – za olbrzymimi okularami słonecznymi w czarnych oprawkach. Do zdjęcia został podłączony komentarz zatytułowany: „Kto się chowa za dużymi okularami”¹³ o następującej treści:

¹² Marian Bugajski: *Język w komunikowaniu*. Warszawa: PWN 2008, s. 483.

¹³ www.plotek.pl z 17.11.08

„Podpowiemy wam... to aktorka, która ma duże nie tylko okulary... Denise Richards ma jeszcze duże usta, duże córki i duże piersi. W towarzystwie swoich ukochanych pociech pojawiła się wczoraj na evencie w Santa Monica. Chcielibyście mieć przy sobie taką mamusię, co?”¹⁴

Zestawienie fotografii i analiza umieszczonego pod nim komentarza pozwalają wysnuć wniosek, iż obraz – jak ma to miejsce w tym określonym przypadku – może stanowić jedynie pretekst dla przekazania treści mających na celu zaprezentowanie osoby, której dotyczy fotografia, jako obiektu o charakterze erotycznym. Użycie fotografii aktorki dla tego celu można bezwzględnie uznać za poważne nadużycie. Punktem wyjścia dla całej konstrukcji językowej komentarza są stanowiące fragment przedmiotowego obrazu okulary słoneczne, które opisane zostają przy użyciu przymiotnika „duże”. Ów przymiotnik stanowiący część nagłówka komentarza pojawia się w nim samym jeszcze czterokrotnie. Próba stworzenia aury tajemniczości wokół osoby Richards przy pomocy inicjującej frazy „Podpowiemy wam...”, która de facto potwierdza, iż rozpoznanie osoby na zdjęciu nie jest zadaniem bardzo łatwym, kreuje nastrój napięcia przed ujawnieniem zaskakującej informacji. Przymiotnik „duży” zostaje użyty w kontekście wyobrażeń o charakterze seksualnym. Autor komentarza swobodnie przechodzi od stwierdzenia empirycznie weryfikowalnego (na podstawie zdjęcia) do przypuszczeń i wątpliwych twierdzeń dotyczących fizjonomii aktorki („duże piersi”, „duże usta”). Zdjęcie w żaden sposób nie pozwala bowiem za pośrednictwem zmysłu wzroku zweryfikować fragmentu opisu traktującego o obfitym biuście, stwierdzenie dotyczące „dużych ust” należy zakwalifikować jako mało zasadne. Oba wyrażenia rozdzielone są wyrażeniem traktującym o posiadaniu przez Richards „dużych dzieci”. To sformułowanie – nie mające nic wspólnego z odwzorowaniem przedstawionym na fotografii – pozwala zastosować na końcu komentarza pytanie retoryczne (patrz powyższy cytat), którego nośnikiem treści erotycznych, zdecydowanie nieakceptowalnych społecznie, jest rzeczownik „mamusia”. Matka dużych dzieci jako obiekt pożądania seksualnego i atrakcja erotyczna nie jest zjawiskiem funkcjonującym w obiegu publicznej komunikacji. Takie zestawienie ma cechy lekko skandalizujące i nosi znamiona prowokacji opartej na nieco perwersyjnym wyobrażeniu osoby matki, która emanuje erotyzmem. Takie wyobrażenie również nie jest obecne powszechnie w przestrzeni komunikacji publicznej. Zbudowanie wizerunku aktorki jako dojrzałej kobiety i matki dużych dzieci, która jednak wciąż pozostaje atrakcyjna seksualnie, nie koresponduje w żaden sposób z przedstawiającą ją fotografią. Komunikat językowy jest w tym wypadku prymarny wobec nośnika wizualnego, który stanowi jedynie podstawę dla osiągnięcia przez osobę autorki / autora komentarza zamierzonego efektu i podlega dowolnej nie tylko

¹⁴ www.plotek.pl z 17.11.08

interpretacji, ale i nadinterpretacji.

W innych przypadkach obraz stanowi podstawę komunikacji między nadawcą – autorką / autorem wpisu w serwisie plotkarskim – a jego odbiorczynią / odbiorcą i można przypisać mu rolę zdecydowanie prymarną w procesie kreacji określonych efektów zachowań adresatek / adresatów treści publikowanych w portalach plotkarskich. Umieszczona w serwisie „pudelek.pl” sekwencja zdjęć znanego reżysera Andrzeja Żuławskiego¹⁵ nie pozostawia najmniejszych wątpliwości, jaki był zamiar autorki / autora owej publikacji. Pierwszy obraz przedstawia filmowca od pasa w górę, ubranego w nijaki, zapinany na guziki, brązowy pulower i trzymającego w prawej dłoni mikrofon. Twarz Żuławskiego nie jest pokazana bardzo wyraźnie, ale bez jakichkolwiek problemów można stwierdzić, iż fizjonomia artysty ukazuje człowieka zaawansowanego wiekiem i nie oszczędzającego siebie w dotychczasowym życiu. Kolejny obraz jest zbliżeniem twarzy reżysera, zbliżeniem tak dokładnym, iż na fotografii nie widać nawet całej twarzy, ale efekt zamierzony przez autorkę / autora upublicznienia tego wizerunku Żuławskiego zostaje bez wątpienia osiągnięty – oglądając zdjęcie trudno byłoby o pozytywne doświadczenia natury estetycznej. Twarz reżysera jest poorana bruzdami, wydaje się lekko opuchnięta, okala ją nieregularny, szczeciniasty, siwy zarost, a najbardziej wyrazisty element fotografii – oczy – sprawiają wrażenie, jakby artysta zażył przed uchwyceniem przez obiektyw pokąsną dawkę substancji deformującej fizjonomiczny kształt wzroku w oczach odbiorcy. Kolejne 4 zdjęcia są powtórzeniem zamysłu zrealizowanego poprzez prezentację powyżej opisanej fotografii – przedstawienia Żuławskiego jako całkowicie nieatrakcyjnego, a w zasadzie brzydkiego i budzącego uczucia bliskie wstrętu, odpychającego swym wyglądem mężczyznę. Intencje autorki / autora opublikowanego materiału wizualno-językowego ujawnia niedwuznacznie będący jego częścią komentarz opatrzony wszystko wyjaśniającym tytułem: “On całował Weronikę.”:

„Przyznamy, że nawet mu zazdrościmy. Ten facet ma w głowie bogate archiwum wspomnień, „wspólnych chwil” z kilkoma znanymi i pięknymi oraz jedną znaną i pokraczną. Wycisnął z życia naprawdę wiele.”¹⁶

Komentarz nawiązuje do znanej i prezentowanej, nie tylko w mediach o charakterze głównie rozrywkowym, afery reżysera z celebrytką i niedoszłą aktoreczką – Weroniką Rosati. Zestawienie sekwencji odpychających fotografii Żuławskiego z tytułem komentarza do nich

¹⁵ Por. www.pudelek.pl z 16.11.08

¹⁶ www.pudelek.pl z 16.11.08

ujawnia negatywny stosunek osoby będącej jego autorką / autorem do romansów zaawansowanych wiekowo mężczyzn, których fizjonomia zdaje się należeć do osób prowadzących rozrywkowy tryb życia, z młodymi i niedoświadczonymi kobietami. Styl komentarza wskazuje również na dość lekceważący stosunek autorki / autora do osoby reżysera („ten facet”) i zasad panujących we współczesnej rzeczywistości, które premią przede wszystkim osoby aktywne medialnie, w odniesieniu do których kwestia ich atrakcyjności może być definiowana w bardzo szeroki sposób.

Obraz może również służyć jako narzędzie upraszczające i porządkujące odbiór rzeczywistości poprzez utożsamianie ze sobą indywidualnych osób według określonego i bardzo powierzchownego schematu. Skoncentrowany głównie na prezentowaniu najnowszych trendów w modzie portal „lula.pl” zaprezentował w jednej ze swoich odsłon¹⁷ dominujące w ostatnim czasie zasady sporządzania przez kobiety modnego makijażu. Krótki tekst zwracający uwagę na lansowaną przez znane osoby publiczne zdecydowaną oprawę oczu wyrażoną przy pomocy odpowiednich kosmetyków jest równocześnie zrównoważonym i posiadającym niemal wyłącznie charakter informacyjny komentarzem do podwójnego zdjęcia przedstawiającego osoby Jennifer Lopez i Joanny Horodyńskiej.

„Gwiazdy postawiły, zgodnie z tegorocznymi trendami, na mocno podkreślone oczy. Zarówno Jennifer Lopez jak i Joanna Horodyńska lansują mocne, nasycone odcienie fioletu.”¹⁸

Nazwisko pierwszej bohaterki publikacji jest, podobnie jak jego właścicielka, powszechnie znane, czego nie można powiedzieć o drugiej z pań – swego czasu prezenterce polskiej edycji amerykańskiego kanału muzyczno-rozrywkowego MTV i częstym gościu wszelkiej maści spotkań ludzi zaliczanych do tzw. „śmietanki towarzyskiej”. Istotą przekazu nie jest jednak wyróżnianie jednej osoby publicznej kosztem deprecjacji drugiej, ale zwrócenie uwagi na obowiązujące w modzie, a konkretnie makijażu, wiodące zjawiska. Ów czynnik odgrywa zdecydowanie priorytetową rolę wobec faktu zestawiania ze sobą osób nie tworzących spójnego przekazu w kontekście zajmowanej w rankingu gwiazd pozycji. Obraz pełni w tym wypadku przede wszystkim funkcję objaśniająco-uzupełniającą, ale można swobodnie stwierdzić, iż jego rola jest równorzędna wobec roli przypisanej tekstowi jako medium komunikacyjnemu.

¹⁷ Zob. www.lula.pl z 17.11.08

¹⁸ www.lula.pl z 17.11.08

Obraz może być również całkowicie neutralnym zapisem chwili, który zostaje przetworzony i uzupełniony o elementy graficzne mające mu nadać określone i zgodne z intencjami autorki / autora komentarza znaczenie. Umieszczone w serwisie „lansik.pl“ zdjęcie Agnieszki Chylińskiej – byłej wokalistki polskiej grupy rockowej O.N.A., kontynuującej obecnie karierę solową – pokazuje przedstawioną mniej więcej od linii ud artystkę w szarym kostiumie, lekko schyloną wprzód, co wpływa na odsłonięcie delikatnie zarysowanej linii biustu. Fotografie uzupełnia wcinająca się w odwzorowanie na wysokości górnej części ramienia, przerywana, ale bardzo wyraźna, dostatecznie gruba, czerwona strzałka, która wskazuje na biust piosenkarki. Takie rozwiązanie jednoznacznie wskazuje na fakt, iż brak tego elementu graficznego pozostawiłby fotografię neutralną, a idąc krok dalej – niezrozumiałą (w kontekście występowania w serwisie plotkarskim). Sam krótki komentarz do zdjęcia zatytułowany: „Dekolt Chylińskiej“ i składający się z jednego zdania o następującej treści:

„Mimo wieku, ciąży i tatuaży nadal robi wrażenie.“¹⁹

jest istotnym nadużyciem w stosunku do wizualnej treści fotografii. Trudno wysnuć wnioski podobne do autorki / autora komentarza na podstawie delikatnie zarysowanego biustu ujawniającego się spod klap górnej części kostiumu piosenkarki. Użycie wyrażenia „mimo wieku“ w stosunku do 32-letniej kobiety pozwala natomiast domyślać się wieku autorki / autora komentarza oraz pokazuje, jak w określonym fragmencie rzeczywistości (w rzeczywistości wirtualnej), kształtującej w pewnym stopniu sposób myślenia, najczęściej młodych ludzi, zdefiniowane są pojęcia młodości i tego, co stanowi jego przeciwieństwo.

Obraz może również pełnić funkcję zbliżoną do roli terapeutycznej. Dotyczy to, rzecz jasna, użytkowników i użytkowniczek portali plotkarskich, którzy są regularnymi gośćmi tych serwisów i autentycznie „żyją życiem” gwiazd oraz celebrytów i celebrytek. Pod pojęciem terapii należy rozumieć urealnienie osób publicznych i ukazanie ich jako zwykłych śmiertelników, za jakich uważają się odbiorcy treści owych portali, myślących o swoich idolach często jak o nadludzkich istotach. Tymczasem obraz wyposażony w funkcję paraterapeutyczną „nagle” sprawia, że Angelina Jolie staje się zwykłym śmiertelnikiem, który w takim samym stopniu podlega procesowi starzenia jak czytająca / czytający o niej odbiorczyni / odbiorca komunikatów zamieszczanych na serwisach plotkarskich. Taki wpis, pokazujący, jak znana i uważana za atrakcyjną kobietę aktorka może wyglądać w przyszłości,

¹⁹ www.lansik.pl z 16.11.08

nie wymaga wyrafinowej formuły językowego komentarza. Opatrzony wykrzyknikiem tytuł zdjęcia: “Angelina Jolie w przyszłości!” pozwala czytelniczce / czytelnikowi odczuć ulgę i poczucie wspólnoty ze znaną osobą publiczną w procesie, który nieuchronnie dotyczy wszystkich organizmów żywych – powolnego zbliżania się do śmierci. Także zdjęcia znanej modelki – Kate Mosse, pokazujące ją z mało atrakcyjnej strony, pozwalają przede wszystkim młodym czytelniczkom portali plotkarskich poczuć się lepiej i pewniej psychicznie, mając świadomość, że prezentowane najczęściej w dopracowanym przez nierzadko sztaby współpracowników opakowaniu, tj. perfekcyjnych garderobie i makijażu, modelki także mogą wyglądać źle, nieatrakcyjnie, a powodem mogą być poważne problemy, które dotyczą spraw osobistych lub publicznych, niezależnie od stopnia popularności i zamożności. Językowy komentarz pełni w takim przypadku rolę uzupełniającą wobec obrazu i wzmacniającą przypisaną mu intencję komunikacyjną.

“Okropna cera Kate Moss! [...] Kate Moss jest twarzą firm kosmetycznych oraz domów mody, a status top modelki pozwala jej na najlepszą na świecie pielęgnację podstawowych narzędzi pracy – czyli ciała i twarzy. Mimo to, po “kokainowej” królowej wybiegów coraz bardziej widać skutki hulaszczego trybu życia – imprez oraz uzależnień od mocniejszych używek. Jesteśmy pewni, że znacie wiele jej rówieśniczek (34 lata), które nie są supermodelkami, a wyglądają o niebo lepiej i młodziej.”²⁰

Podobną funkcję spełnia obraz pokazujący znaną osobę publiczną w bardzo modnym ostatnio kontekście odkrywania tajników warsztatu grafików komputerowych pracujących nad poprawianiem wizerunku gwiazd i *celebrities*, których twarze są później prezentowane publicznie. Efekty nadmiernej ingerencji ze strony osoby odpowiedzialnej za wizerunek prezentowanej w danym publikatorze gwiazdy lub celebryta, tudzież celebrytki, stać się może przedmiotem zgryźliwego komentarza ze strony autorki / autora danego wpisu na portalu plotkarskim:

“[...] Tym razem zdziwić musiała się Rihanna. Piosenkarka pojawia się w nowych reklamach kosmetyków CoverGirl. Młodziutka gwiazda bardziej przypomina jednak robota niż człowieka. Nawet jej pory wyglądają sztucznie.”²¹

Tradycyjny komunikat językowy spełnia w tym wypadku rolę podobną do opisanej powyżej, mimo iż charakter materiału wizualnego jest zupełnie odmienny. Jego prezentacja ma jednak podobne zadanie przed sobą – pokazać odbiorczyniom / odbiorcom, iż fizjonomia osoby uważanej powszechnie za atrakcyjną wymaga istotnych korekt technicznych dokonanych przez

²⁰ www.egoisci.pl z 17.11.08

²¹ www.egoisci.pl z 17.11.08

specjalistę od grafiki komputerowej, a to oznacza, że nie jest aż tak atrakcyjna w rzeczywistości fizycznej i nie różni się zbytnio od użytkowniczek i użytkowników serwisu oglądających zdjęcia i czytających opis do nich.

Reasumując można stwierdzić, iż portale plotkarskie stanowią kwintesencję najistotniejszych cech języka współczesnych mediów. Język dawno przestał tu być narzędziem służącym do przekazywania informacji i w połączeniu z obraną strategią komunikacyjną, której istotną część stanowi obraz, pełni funkcję terapeutyczną. Dzięki prostemu wybiegowi psychologicznemu realizowanemu za pomocą słowa i obrazu portale plotkarskie służą odreagowaniu frustracji. Autorzy portali poprzez zdeprecjonowanie i dyskredytację osób będących w centrum zainteresowania, poprzez obnażanie ich niedoskonałości i eksponowanie niepowodzeń oraz słabości podnoszą samoocenę i świadomość własnej wartości odbiorców. Jednoczą ich w kolektywnym przekonaniu, że – mimo iż nie są sławni i bogaci – mają niejednokrotnie lepszy niż gwiazdy gust, prostszy kręgosłup moralny, więcej zdrowego rozsądku i samokrytyki, a być może nawet więcej talentu. Często internauci mogą utwierdzić się w tym przekonaniu biorąc udział w rozmaitego rodzaju sondach internetowych, w których oceniają element garderoby bądź fryzurę słynnej postaci i przez moment mogą poczuć się sędzią i potwierdzić słuszność swojego wyroku poprzez skonfrontowanie go z wyrokami innych. Komunikacja na łamach portali plotkarskich za pomocą tak skonstruowanego kodu (językowego i pozajęzykowego), pozornie ma ułatwić zbliżenie odbiorcy ze słynnymi postaciami, wtajemniczyć w szczegóły interesującego życia gwiazd. W rzeczywistości jednak poprzez zastosowany język, w zestawieniu z odpowiednio dobraną fotografią, tworzy barierę nie do pokonania dla ludzi mediów. Gwiazdom trudno bowiem polemizować z niekorzystnym ujęciem na fotografii bądź z metaforą czy porównaniem użytymi przez autorów tekstów.