

**Bożena Sobczak**

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska

## **Prawdziwy ekspert czy wytwór medialny? Analiza zjawiska kreowania ekspertów na potrzeby programów rozrywkowych**

### **Streszczenie**

Posłuszeństwo wobec autorytetów jest zwykle w życiu człowieka zachowaniem wynikającym z ukształtowania ról społecznych. O posiadaniu autorytetu w danym społeczeństwie decyduje wiele czynników, często jest nim dysponowanie dużą wiedzą lub talentem. Media, pełniące często rolę liderów opinii w wielu kwestiach chętnie posługują się autorytetami i ekspertami z różnych dziedzin lub – w zależności od swoich potrzeb – sami je kreują.

Media pełnią dziś nie tylko rolę informacyjną, ale też rozrywkową. Kreowanie ekspertów i autorytetów na potrzeby rozrywki staje się ostatnio podstawą wielu audycji. Niniejszy artykuł ma na celu przyjrzenie się temu zjawisku na przykładzie takich programów jak „Superniania”, „Kuchenne Rewolucje” czy “You can dance”.

**Słowa kluczowe:** media, autorytet, ekspert medialny, lider opinii

Nauka jest wpisana w naturę człowieka. Wyrabiając swoje nawyki często korzystamy z obserwacji i rad – pierwszymi nauczycielami zazwyczaj są rodzice, na dalszym etapie życia szukamy autorytetów. Autorytetem – w zależności od wieku i etapu rozwoju – może stać się w zasadzie każdy: bohater narodowy, nauczyciel, kolega z podwórka. Ważne, by dana osoba cieszyła się uznaniem w danym środowisku i miała kredyt zaufania co do profesjonalizmu, prawdomówności i bezstronności w ocenie jakiegoś zjawiska lub wydarzenia.

Według Maxa Webera mamy do czynienia z trzema rodzajami autorytetu: charzmatycznym – wynikającym z wiary w szczególne właściwości określonej osoby, tradycjonalistycznym – wynikającym z tradycji, przyzwyczajenia i pielęgnacji tego, co zawsze było, oraz biurokratycznym – wynikającym z prawa i norm (Weber 2004, s. 92).

W takim rozumieniu autorytet równy jest legalnej władzy, ale nie jest to jedyne stanowisko zajmowane przez uczonych. Na przykład według Jana Zieleniewskiego, utożsamianie pojęć władzy i autorytetu wynika z błędnego tłumaczenia tekstów angielskich. W swojej tezie istotę autorytetu oparł na przykładzie organizacji i twierdzi, że „istota autorytetu kierownika polega na tym, że kierowani oceniają

pozytywnie walory jego charakteru i umysłu i wskutek tego są z góry nastawieni na posłuszeństwo nie z obawy przed represjami, tylko w przekonaniu o słuszności i trafności otrzymywanych zaleceń. Autorytet oparty jest zawsze na zaufaniu kierowanych, że kierownik jest wobec nich lojalny i że umiejętnie nimi kieruje” (Zieleniewski 1969, s. 457).

Badaniem oddziaływania autorytetu zajmowali się badacze różnych dziedzin. Do najbardziej znanych i przytaczanych we wszystkich chyba podręcznikach psychologii i socjologii przykładów należy eksperyment Stanleya Milgrama, podczas którego poddani badaniu byli skłonni zadawać ból innym badanym tylko dlatego, że tak nakazywał im ktoś, kto w danym momencie stanowił dla nich autorytet<sup>1</sup>. Na szczęście podobne przykłady w społeczeństwie występują raczej rzadko. Opierając się na zdaniu autorytetów dążymy raczej do ułatwienia sobie życia wybierając wzór postępowania. Naśladując lub czerpiąc z doświadczenia i wiedzy osób, które w naszym odczuciu wiedzą więcej lub umieją coś lepiej: np. w relacji dziecko-rodzic, gdzie rodzic kieruje dzieckiem w sposób zapewniający mu jego zdaniem lepszy rozwój, a dziecko naśladując rodzica uczy się nowych rzeczy i poznaje świat. W późniejszym wieku rolę autorytetów przejmują inni – nauczyciele, a jeszcze później naukowcy, lekarze, politycy. Ponieważ posiadają wiedzę, która dla większości osób jest niedostępna sprawiają, że podążanie za ich przykładem wydaje się być słuszne i przynoszące korzyści. Niestety czasem zdarza się też, że dajemy się ponieść tym przekonaniom bezkrytycznie.

Tę zdolność człowieka do podpierania się autorytetami w doskonały sposób wykorzystują media, które od zawsze czerpały z dobrodziejstwa autorytetów wykorzystując je jako ekspertów w danej sprawie. W zasadzie sztuka rzetelnego dziennikarstwa podpowiada, by każda kwestia wyjaśniona lub skomentowana została przez eksperta w danej dziedzinie. Ekspert to ten, który wie lepiej i który potrafi we właściwy sposób interpretować dane zjawisko. Znawcy tematu udzielają informacji na tematy poruszane przez dziennikarzy – w przypadku katastrof lotniczych o komentarz prosi się pilotów, w sprawach medycznych ucieka się do wypowiedzi lekarzy, w kwestiach kryminalnych wypowiada się policja i prokuratura, a finansowych ekonomista. To sprawia, że wiadomości stają się dla odbiorcy lepiej przyswajalne, sprawy skomplikowane bardziej zrozumiałe, a tematy wywołujące dylematy moralne zyskują nowy wymiar. Jednakże dziennikarze zapraszają też do rozmowy ekspertów, którzy mają za zadanie po prostu potwierdzenie wysnuwanych przez nich tez. Miana eksperta np. nie otrzyma ktoś, kogo poglądy nie idą w parze z polityką stacji (ten może liczyć co najwyżej na zaproszenie do debaty, w której zwykle jest na z góry przegranej pozycji). Media znają siłę oddziaływania autorytetów. Wiedzą, że odbiorca liczy się z opinią ekspertów. Dlatego ich dobór stanowi poważne i przemyślane zadanie.

Początkowo eksperci wykorzystywani byli wyłącznie w programach informacyjnych czy też publicystycznych. Fenomenem ostatnich lat jest wykorzystywanie, a może w zasadzie kreowanie, ekspertów na potrzeby programów rozrywkowych. Prym w kreowaniu ekspertów medialnych wiodą telewizje komercyjne, ale publiczne stacje wcale nie są wolne od tego typu praktyk. Niektóre z takich osób

---

<sup>1</sup> Więcej na ten temat w E. Aronson (1998), *Człowiek istota społeczna*. Warszawa: PWN, s. 58.

z gwiazd ekranu stały się prawdziwymi społecznymi autorytetami, nadal cieszącymi się społecznym uznaniem i prestiżem. Czy są wytworem kultury masowej, ekonomicznej potrzeby zwiększenia oglądalności czy odpowiedzią na społeczne zapotrzebowanie?

Według różnych współczesnych badaczy poza informacją i rozrywką w mediach poszukujemy dziś głównie funkcji terapeutycznych, ale też media same kreują w nas przekonanie, że każdy z nas ma jakiś problem psychiczny lub psychospołeczny, któremu można zaradzić. Jeśli nie radzimy sobie z jakimś problemem, włączamy telewizor. Magdalena Nowicka w swoim artykule *Kusząca Pseudoprawda*, który ukazał się w czasopiśmie „Wiedza i życie” (nr 6/2012) przytacza tezę Christine Rosen opartą na pracy pt. *Kultura narcyzmu. Amerykańskie życie w epoce malejących oczekiwań*, opublikowanej ponad 30 lat temu przez Christophera Lasha. Lash opisywał w niej tzw. społeczeństwo fanów, w którym niespełnione jednostki niespełnioną miłość do siebie samych przenoszą na celebrytów, którzy stają się prawdziwymi autorytetami, a w zasadzie przedmiotami kultu, dyktując im styl nie tylko ubierania się, ale całego życia z dietą włącznie. Zjawisko to otrzymało miano Celebrity Worship Syndrome. Może przybierać postać subtelną lub maniacką. Cierpi na nie podobno co dziesiąty Amerykanin. Rosen z kolei uważa, że zjawisko to ewoluowało, czego skutkiem jest uzależnienie się człowieka od innych, gdy chodzi o własną samoocenę. W mediach poszukujemy rozwiązania swoich problemów, stąd często mamy do czynienia z sytuacjami, w których „jednostka odrzuca własną odpowiedzialność za siebie i swoich bliskich – i oddaje się w ręce medialnych ekspertów, tzw. fast-thinkers, którzy mają gotową odpowiedź na każdy temat [...]. Terapeutyczny wymiar tych programów ma skutkować wyzwoleniem się człowieka z jarzma dotychczasowych przyzwyczaj” (Nowicka 6/2012). Według Nowickiej Reality TV przybrały obecnie postać Trauma TV i Event TV: „Pierwsza celebrytuje ludzkie nieszczęścia i ich eksperckie rozwiązania, druga pokazuje, że każdy może być człowiekiem sukcesu (w śpiewaniu, sprzątaniu itd.), jeśli tylko podda się medialnym schematom programowania stylu życia (*lifestyle programming*)” (tamże).

Przytoczone powyżej zjawiska nie trudno zauważyć także na gruncie polskim. Nasze rodzime kanały prześcigają się w produkcji Trauma i Event Shows zaadaptowanych dzięki zachodnim licencjom. Jeśli by prześledzić ramówkę najpopularniejszych programów – zarówno telewizji publicznych jak i prywatnych – codziennie możemy oglądać przynajmniej jeden program, którego główną postacią (lub jedną z kilku), będącą odpowiedzią na nasze problemy jest ekspert.

Jednym z pierwszych programów Trauma TV w Polsce, który posługiwał się ekspertem w interpretowaniu ludzkich problemów były emitowane w stacji TVN „Rozmowy w Toku”. W każdym odcinku na widowni, wśród publiczności, siedział ekspert z dziedziny związanej z poruszonym w programie tematem, który na bieżąco komentował lub interpretował sytuacje opowiadane przez gości programu. Ponieważ formuła programu narzuca w każdym odcinku inną tematykę, a co za tym idzie zapraszany jest inny ekspert, żaden z fachowców nie jest jednoznacznie utożsamiany przez widzów z programem (w przeciwieństwie do prowadzącej, która wśród wielu widzów oprócz popularności zyskała także autorytet). Ciekawostką jest, że chętnie zapraszany przez media do komentowania psychiatra prof. Janusz Heitzman pierwsze eksperckie medialne kroki stawiał właśnie w „Rozmowach w Toku”. Pierwszym programem, który w bardzo dużym stopniu wykreował

medialnego eksperta był program „Superniania”. Obecnie takie przykłady, dotyczące najróżniejszych sfer życia można mnożyć, należą do nich m.in. „Kuchenne rewolucje”, „Perfekcyjna pani domu”, czy „Trinny & Susannah ubierają Polskę”. Nie brakuje także programów określonych wyżej mianem Event TV, w których pokazuje się widzom, że sami też mogą odnieść sukces. Należą do nich „Mam Talent”, „You can dance”, „X-Factor”, „The voice of Poland” itp.

Przyjrzyjmy się bliżej trzem osobom, które dzięki któremuś z wymienionych programów nie tylko stały się rozpoznawalne przez większość Polaków, ale i zyskały autorytet, prestiż i traktowane są jako wybitni eksperci w swoim fachu.

Dorota Zawadzka. Nie każdy kojarzy to nazwisko. Ale kiedy usłyszysz określenie „Superniania” na pewno wie o kogo chodzi. Zawadzka jest psychologiem rozwoju człowieka. Początkowo pracowała jako wykładowca na wydziale psychologii Uniwersytetu Warszawskiego i w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. Z telewizją była już związana przed emisją „Superniani” – m.in. w latach 2000–2001 była ekspertem w programie „Akademia IQ” w TVP1, który promował zdolne dzieci. Trudno jednak znaleźć osobę, która pamięta ten program, a tym bardziej jego ekspertkę. W latach 2004–2006 była ekspertem w programie Klub Młodej Mamy (na antenie TVN Style) prowadzonym przez Beatę Tadłę. W latach 2006–2007 współprowadziła z Olgą Kuźniak program „I Ty Możesz Mieć Superdziecko”. Być może nie zyskała popularności z powodu niszowego charakteru anteny. Za to eksplozja popularności nastąpiła od roku 2006, od kiedy przez dwa kolejne lata emitowano w ogólnopolskiej stacji TVN program „Superniania”. Szybko zdobyła sympatię widzów i miano autorytetu. Jej program dla wielu rodziców był nieodzownym poradnikiem, a bardzo często ostatnią deską ratunku w obliczu desperacji, gdy wychowywanie własnych dzieci stało się największą życiową trudnością. Otóż w „Superniani” wykształcona pedagożka pomaga rodzicom, których problemy są tak duże, że nie mogą normalnie funkcjonować. Tak jak te, z którymi boryka się samotna mama trójki maluchów, z których najstarszy, pięcioletni syn, nie panuje nad emocjami i terroryzuje wszystkich domowników („Superniania”, sezon 1, epizod 4), czy rodzice na pozór delikatnej trzyletniej Oliwii, która siłą przejmuje władzę w domu i toczy regularne walki z niepozostającym jej dłużnym czteroletnim bratem, Kubą („Superniania”, sezon 1, epizod 2). Ekspertka mieszka z nimi w domu, analizuje wspólne życie, oferuje rozwiązania w postaci jasno omówionych reguł i zasad. Bez skrupowania wytyka błędy popełniane przez rodziców, mające brzemienne skutki w niewłaściwym zachowaniu dzieci. To oczywiste, że widzów najłatwiej przyciągnąć tematyką rodzinną, w której chodzi o coś więcej niż tylko zwykłą kłótnię o sprzątanie i prace domowe. Wskutek programu dla wielu matek to Zawadzka w miejsce babć czy koleżanek stała się autorytetem w wychowywaniu dzieci. „Dorota Zawadzka z racji występowania w popularnych programach telewizyjnych była dla mnie pierwszym ważnym autorytetem w wychowaniu dzieci” – możemy przeczytać na stronach portalu [www.sosrodzice.pl](http://www.sosrodzice.pl)<sup>2</sup>. W Internecie nie brakuje też innych wpisów wychwalających cudowne i skuteczne metody Superniani (które w rzeczywistości nie są żadnymi cudownymi metodami, a doskonale znanymi psychologom i pedagogom metodami behawioralnymi), typu: „wiele nauczyłam się dzięki temu programowi”, „cudowne

---

<sup>2</sup> [online:] <http://www.sosrodzice.pl/%E2%80%9Ei-ty-mozesz-miec-super-dziecko-dorota-zawadzka/>

rady superniani”<sup>3</sup>. Wykreowanie eksperta (na wzór zachodnich programów), jakim stała się „Superniania” stało się dla TVN strzałem w dziesiątkę. Program wypełnił lukę w domach, w których potrzebowano porad, a z różnych powodów trudno było ich szukać w książkach – otrzymano gotowy produkt, w wersji light, poparty żywymi przykładami. Zawadzka oswoiła psychologię – program pokazał, że problemy można rozwiązywać z korzyścią dla wszystkich, matki zaczęły bardziej otwarcie rozmawiać na temat problemów wychowawczych (oczywiście podpierając się Supernianią). Ludzie nagle zaczęli przychodzić do psychologa, aby rozwiązać problemy z dziećmi. Dorota Zawadzka obecnie jest stałym ekspertem w sprawach wychowania w programach wszystkich kanałów grupy ITI. Od kwietnia 2011 r. na antenie TVN Style prowadzi program „Dorota Zawadzka. Do Tablicy”. Jej popularność jako eksperta w sprawach wychowywania dzieci nie maleje. Jej profil na Facebooku, gdzie aktywnie dyskutuje na tematy związane z dziećmi, ma obecnie 21 234 fanów, w tym ponad 11 tys. aktywnych uczestników i liczba ta regularnie i szybko wzrasta (stan na 31.08.2012). Popularność Doroty Zawadzkiej sprawiła, że – jak donosi „Superexpress” – jeszcze zanim otworzyła swój prywatny gabinet, w którym raz w tygodniu udziela porad wychowawczych rodzicom – zajęte ma już wszystkie terminy<sup>4</sup>.

Magda Gessler, ekspert „Kuchennych rewolucji” kanału TVN, jest właścicielką i współwłaścicielką ponad 20 restauracji i kawiarni w całej Polsce. Z wykształcenia jest malarką. Restauratorką została w 1991 r., kiedy jej i jej ówczesnemu mężowi Piotrowi pozostawiono w spadku jedną z rodzinnych restauracji Gesslerów. Od marca 2010 r. prowadzi w TVN program „Kuchenne rewolucje”, w którym próbuje ratować upadające restauracje. To dzięki niemu większość widzów kojarzy nazwisko Magdy Gessler. Jest postacią odbiegającą od spokojnej, zrównoważonej i ciepłej Superniani. To osoba stanowcza, nieco grubiańska i uparta. Klnie jak przysłowiowy szewc i nie kryje słów krytyki pod żadnym adresem. Właściciele słabo prosperujących restauracji, a nawet sam personel bez wiedzy swoich przełożonych („Kuchenne rewolucje”, sezon 1, epizod 3) zapraszają ekspertkę do siebie, by doradziła im w jaki sposób prowadzić biznes. Kiedy pojawia się Magda Gessler restauracje ze świecących pustkami zmieniają się w pełne zadowolonych klientów, choć droga do takiego efektu zazwyczaj okupiona jest łzami właścicieli i personelu. Gessler pełni tu rolę specjalisty od wszystkiego – nie tylko zna się na kuchni, doskonale wie jak komponować potrawy z różnych części świata, potrafi wyczuć choćby najdrobniejszy syntetyczny dodatek do dań. Jest też ekspertem jako manager. Zarządzanie firmą nie ma przed nią tajemnic, na wszystko ma gotowy przepis, a wprowadzane przez nią rewolucje za każdym razem okazują się strzałem w dziesiątkę. Przekonali się o tym m.in. właściciele karczmy w Nałęczowie, w której – jak w wielu innych – Gessler dokonała rewolucji nie tylko w karcie dotychczas niesmacznych i niezdrowych dań, ale w całej strukturze zarządzania i zatrudnienia włącznie z odsunięciem samych właścicieli od pełnienia funkcji menadżerskich w firmie („Kuchenne rewolucje”, sezon 4, odcinek 12). Skutek takiego kreowania wizerunku jest taki, że TVN wyemitował już siedem sezonów tego programu, a restauratorzy wciąż zgłaszają swoją chęć zaproszenia Magdy Gessler w celu ulepszenia swojej firmy. W 2011 r.

<sup>3</sup> [online:] <http://blogdlabartka.blog.onet.pl/Fenomen-Super-Niani,2,ID308134386,n>

<sup>4</sup> [online:] [http://www.se.pl/rozrywka/plotki/dorota-zawadzka-zgarnie-10-tysiecy-zlo-tych-za-4-dni-pracy\\_275185.html](http://www.se.pl/rozrywka/plotki/dorota-zawadzka-zgarnie-10-tysiecy-zlotych-za-4-dni-pracy_275185.html)

Gessler otrzymała statuetkę Wiktora w kategorii „Największe odkrycie telewizyjne”. W 2012 r. została nagrodzona w plebiscycie Telekamery 2012 w kategorii „Osobowość telewizyjna”<sup>5</sup>. Ma 163 787 fanów na Facebooku i 7668 aktywnych uczestników fanpage’a (stan na 31.08.2012). Od września 2012 r. jako ekspert kulinarny jest gospodynią emitowanego także przez TVN programu „Masterchef”, który ma na celu wyłonienie najlepszego kucharza spośród amatorów kochających gotowanie i pieczenie. Program popularyzuje kuchnię w zupełnie innym wymiarze i pokazuje, że ludzie, którzy mają pasję, mogą zająć bardzo daleko. Choć wielu kucharzy dotychczas prowadziło swoje popularne programy kulinarne (np. Pascal Brodnicki, Robert Sowa, Robert Makłowicz) to żadnego nie udało się w takim stopniu wykreować na eksperta ds. kuchni i restauracji jak Magdę Gessler.

Programy telewizyjne pokazujące zwykłych ludzi, którzy dzięki swojemu talentowi lub ciężkiej pracy odnoszą sukces („You can dance – Po prostu tańcz!”, „Idol”, „Mam talent”) nie mogą obyć się bez ekspertów, którzy potencjalne gwiazdy oceniają i pochwalą lub wytkną im błędy. Im bardziej charyzmatyczne bądź kontrowersyjne są to osoby, tym lepiej. Michał Piróg, zdolny i utalentowany tancerz i choreograf, choć na antenie MTV prowadził wcześniej program „W rytmie MTV” autorytet zyskał dopiero dzięki roli jurora w programie „You can dance – Po prostu tańcz!” w stacji TVN. Piróg jest instruktorem w Autorskiej Szkole Musicalowej Macieja Pawłowskiego w Olsztynie i nauczycielem na wielu warsztatach tanecznych i aktorskich organizowanych przez sceny teatrów muzycznych, teatrów tańca oraz szkół musicalowych. Współpracował z teatrami w Polsce, Francji, Belgii i Szwajcarii. Na deskach znanych teatrów (Kieleckiego Teatru Tańca, Teatrze Komedia w Warszawie, Teatrze Muzycznym Roma) tańczy od 1998 r. Jako tancerz pracuje w technikach: jazz, modern jazz, afro jazz, taniec współczesny, funky jazz, broadway jazz. Jako ekspert „You can dance” jest bezkrytyczny, bezkompromisowy, ostry w ocenach, nierzadko nieprzyjemny i bezczelny (sezon 7, odcinek 2), jest jednocześnie wrażliwy, łatwo się wzrusza, bywa, że płacze (sezon 3, odcinek 3). Jego oceny nie są jednak emocjonalne – szczegółowo analizuje technikę i wykonanie, racjonalnie argumentuje i poucza uczestników programu.

Czy wymienione osoby są prawdziwymi i niezastąpionymi ekspertami, czy tylko wykreowanymi na potrzeby programów? Czy ich popularność, jaką zyskali dzięki telewizji wynika z natury mediów, czy jednak wiedzy i doświadczenia?

Bez wątplenia wykreowanie tych ekspertów było zamierzeniem stacji koniecznym ze względów programowych i sprzedażowych. Jednak by było możliwe, a przekaz przyniósł zamierzone efekty, musiały zostać spełnione określone warunki.

Najważniejszymi czynnikami zwiększającymi efektywność przekazu są: źródło przekazu (kto, co mówi), charakter przekazu (jak mówi) i cechy audytorium (do kogo to mówi) jak również analiza efektów (z jakim skutkiem) (Aronson 1998, s. 96). O powodzeniu w budowaniu autorytetu decyduje także wiarygodność źródła przekazu. „Już w starożytności formułowano przypuszczenia dotyczące wpływu prestiżu na skuteczność przekazu” (tamże, s. 98). Superniania nie wzbudzałyby pewnie takiego posłuchu gdyby nie była psychologiem, a Magda Gessler znaną restauratorką. Dorota Zawadzka w roli rewolucyjnej restauratorki byłaby pewnie postacią tak samo komiczną jak Magda Gessler w roli Superniani. Przeciętny Kowalski,

<sup>5</sup> [online:] [http://pl.wikipedia.org/wiki/Magdalena\\_Gessler](http://pl.wikipedia.org/wiki/Magdalena_Gessler)

kierowca z zawodu, nawet gdyby był najlepszym rodzicem na świecie, nie uzyskałby pewnie takiego autorytetu jak psycholog (może dlatego program „Surowi rodzice” wcale nie cieszy się takim samym powodzeniem, choć przykłady problemów wychowawczych są tu nie mniej sensacyjne, a więc ciekawe dla szukającego rozrywki widza, co w przypadku niektórych rodzin-bohaterów programu „Superniania”). Tymczasem wszyscy wymienieni powyżej eksperci są wiarygodni, choć widzowi trudno stwierdzić czy to oznacza, że są „dobrzy”. Telewidz nie znający się na psychologii nie jest w stanie stwierdzić czy metody stosowane przez Supernianię są skuteczne i w dalekosiężnym widzeniu nieszkodliwe dla dzieci, mieszkaniac spoza Warszawy przekonają się jak wyglądają, są prowadzone i funkcjonują restauracje Magdy Gessler, a 99% telewidzów najprawdopodobniej nigdy w życiu nie widziało tańczącego Michała Piróga. Dla widza jest najważniejsze, że telewizyjni eksperci znają się na rzeczy, są godni zaufania i dają mu wiarygodną odpowiedź na jego potrzeby.

Nie zapominajmy jednak, że media posiadają bardzo duże możliwości kreacyjne. Wskutek dokonywanych przez nadawcę wyborów i środków wyrazu odbiorca może przyjąć zamierzoną przez niego postawę, czy zmienić swoją opinię na jakiś temat, a komunikat wzbudzać określone emocje. Już na samym początku, w momencie układania tzw. ramówki programowej, mamy do czynienia z wyborem przekazów, ustalaniem priorytetów przez właścicieli (w naszym przypadku stacji telewizyjnej), producentów, wydawców. Selekcja przekazów, jakiej dokonuje nadawca nie jest obiektywna<sup>6</sup>: poza tym, że decyduje za odbiorcę jakie komunikaty są istotne, a jakie nie, wpływa też m.in. na wizerunek poszczególnych osób i kreuje gwiazdy. Nie ujmując ich wiedzy, zdolnościom i talentowi, Zawadzka, Gessler czy Piróg bez pomocy lub wskutek nieumiejętnych albo niewłaściwych działań producentów i wydawców mieliby małe szanse na taką medialność i przebicie się ponad równie wykształconych i uzdolnionych kolegów. Zdarza się, że o byciu medialnym ekspertem decyduje przypadek (kiedy raz zapytanego o opinię fachowca pytają o zdanie kolejni dziennikarze, którzy tym samym nie muszą już szukać kontaktów do innych ekspertów), jednak w przypadku produkcji telewizyjnych, programów planowanych na cały sezon lub nawet kolejne edycje, trudno mówić o przypadku. Raczej o zamierzonym działaniu, mającym na celu przyciągnięcie widza, zwiększenie oglądalności, a co za tym idzie – zysku stacji.

Na potrzeby programów rozrywkowych niewątpliwie zatrudnia się ekspertów. Tylko dzięki temu zwiększa się wiarygodność przekazu i jednocześnie przyciąga uwagę widza żadnego gotowej recepty na życie. Jednak żaden ekspert nie jest z natury gwiazdą, a jego kwalifikacje trudno ocenić. Na medialny autorytet trzeba go dopiero wykreować. To konieczny warunek, by przekonać widza, że należy go oglądać.

## Bibliografia

- Aronson E. (1998). *Człowiek istota społeczna*. Warszawa: PWN, s. 96, 98.  
Goban-Klas T. (2000). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa–Kraków: PWN.

---

<sup>6</sup> Patrz: model komunikacji Kurta Lewina w Goban-Klas T. (2000), *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa–Kraków: PWN.

- Nęcki Z. (1996). *Atrakcyjność wzajemna*. Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu.
- Nęcki Z. (1996). *Komunikacja międzyludzka*. Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu.
- Weber M. (2004). *Racjonalność, władza, odczarowanie*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, s. 92.
- Zawadzka D., Skrzydłowska-Kalukin K. (2012). *Jak zostałam nianią Polaków*. Warszawa: Wydawnictwo Czerwone i Czarne.
- Zieleniewski J. (1969). *Organizacja i zarządzanie*. Warszawa: PWN, s. 457.

### Artykuły prasowe

Nowicka M., *Kusząca Pseudoprawda*, „Wiedza i życie”, nr 6/2012.

### Strony internetowe (stan na 31 sierpnia 2012 r.):

<http://www.sosrodzice.pl/%E2%80%9Ety-mozesz-miec-super-dziecko-dorota-zawadzka/>  
<http://blogdlabartka.blog.onet.pl/Fenomen-Super-Niani,2,ID308134386,n>  
[http://www.se.pl/rozrywka/plotki/dorota-zawadzka-zgarnie-10-tysiecy-zlotych-za-4-dni-pracy\\_275185.html](http://www.se.pl/rozrywka/plotki/dorota-zawadzka-zgarnie-10-tysiecy-zlotych-za-4-dni-pracy_275185.html)  
[http://pl.wikipedia.org/wiki/Magdalena\\_Gessler](http://pl.wikipedia.org/wiki/Magdalena_Gessler)

## The real expert or a media creation? Analysis of the phenomenon of creating experts for entertainment

### Abstract

Obedience to authority is usually the behavior of human life resulting from the formation of social roles. Being an authority in a society depends on many factors, often it is the great knowledge or talent. Media, often playing the role of opinion leaders in many areas, will tend to be authorities and experts in various fields or – depending on their needs – will create them.

The role media play today is not only information but also entertainment. Creation of experts and authorities to the needs of entertainment has recently become the basis for many programmes. This article aims to look at this phenomenon on the example of such programmes as „Superniania,” „Kuchenne Rewolucje” and „You can dance”.