

WSTĘP

„Pisząc o Wojciechu Cejrowskim zwykle dodaje się, że odbierając jego działalność podróżniczą, trzeba pozbyć się uprzedzeń i nie zwracać uwagi na charakter uwidaczniający się w takich programach jak (nie)sławny *WC kwadrans*. Szczerze mówiąc, nigdy nie miałem z tym problemu. Po prostu książki Cejrowskiego bronią się same, a ich autor jawi się w nich jako zupełnie inna osoba (trochę gorzej jest z programami TV, gdzie da się odczuć czasem lekką „ironiczną wredność” – ale to inna sprawa). WC ratuje się humorem i lekkim piórem, dzięki którym potrafi ukryć swoje intencje i czytelnik nigdy do końca nie wie, czy podróżnik beczelnie wyśmiewa, czy tylko delikatnie ironizuje.

I jeszcze dwie wielkie zalety. Po pierwsze – humor – wszechobecny, tryskający z każdego zdania, a co najważniejsze umiarkowany (jak na WC) i niedrażniący dosadnością. Po drugie – bliskość wobec czytelnika. Cejrowski nie wywyższa się, nie podkreśla, że jest super globtrotterem, tylko zachęca, mówiąc, że każdy może robić to, co on. Obie książki to świetna, wybitnie poprawiająca humor lektura”¹.

Recenzja autorstwa Jakuba Gałki reprezentuje głos czytelników *Rio Anacondy* oraz *Gringo wśród dzikich plemion* – zarówno tych, którzy Wojciecha Cejrowskiego darzą niechęcią, jak i tych, którzy identyfikują się z jego poglądami. Bez względu na to, jak bardzo kontrowersyjną czy ekscentryczną postacią wydaje się komuś ten reporter, podróżnik i dziennikarz, jego reportaże podróżnicze stały się bestsellerami, czytany przez osoby o różnym światopoglądzie, w każdym praktycznie przedziale wiekowym i o zróżnicowanym statusie społecznym. Książki te okazywały się trafionymi prezentami, zabawną lekturą uprzyjemniającymi podróż, a przy tym pozostawały niebanalnym studium z zakresu kultury Indian. Co sprawia, że reportaże podróżnicze² *Rio Anaconda*

¹ J. Gałka, *Kabareciarz w dżungli*, cyt. za: <http://esensja.pl/magazyn/2008/08/iso/07,053.html>.

² Reportaż podróżniczy traktujemy tutaj jako tematyczną odmianę gatunkową reportażu z nadrzędną funkcją użytkową. Odmiana ta ostatecznie ukształtowała się w XX wieku, głównie za sprawą Egona Erwina Kisch. W takim ujęciu reportaż podróżniczy jest przykładem reportażu publicystycznego, co potwierdzają badania historycznojęzykowe Artura Rejtera omówione w jego monografii zatytułowanej *Kształtowanie się ga-*

oraz *Gringo...* zyskały taką popularność na polskim rynku czytelniczym? Z całą pewnością, jak podkreślił cytowany recenzent, wszechobecny humor oraz bliskość wobec czytelnika. Te dwie zalety – uzupełnione o przystępność, dociekliwość, naoczność, impresyjność³ – w zasadzie zawsze gwarantowały pisarzowi pozytywny odbiór dzieła, będąc dowodem znajomości potrzeb odbiorcy

Okazuje się jednak, że wszelkie zabiegi, które mają uatrakcyjnić lekturę, można interpretować jeszcze inaczej. Precyzyjne dopracowanie opowieści pod każdym względem i jej pozorne nastawienie na żadnego prawdy i autentycznych przeżyć odbiorcę, daje świadectwo umiejętności autora, uwydatniając jego zdolności pisarskie i swoisty talent narracyjny. Dzięki temu w oczach odbiorcy Cejrowski prezentuje się jako jednostka nieprzeciętna, której chce on poświęcić swój czas, wybierając go spośród innych. Aby tak się stało, autor musi zadbać o swój wizerunek, a czynić to może między innymi poprzez konsekwentne prezentowanie siebie w tekście (autopromocję). Autopromocję na użytek naszych rozważań rozumiemy jako budowanie pożądanego wizerunku własnej osoby i manipulowanie wywieranym wrażeniem⁴.

Niniejsza praca poświęcona będzie analizie obu książek podróżopisarskich Wojciecha Cejrowskiego. Za cel pracy stawiamy sobie odsłonięcie najważniejszych mechanizmów i technik autoprezentacyjnych, którymi posługiwał się ich autor. Mimo że są to opowieści o jego podróżach do Ameryki Południowej oraz Środkowej i o napotkanych tam ludziach, stanowiące także próbę konfrontacji świata cywilizowanego z kulturą dzikich plemion, to jednak osoba reportera zaprezentowana została na każdej płaszczyźnie tekstu tak silnie, że stała się równorzędnym, jeśli nie najważniejszym, bohaterem utworów. Przenikanie się konwencji literatury faktu oraz literatury pięknej w jego reportażach podróżniczych pozwala Cejrowskiemu przybierać rozmaite role, z których

tunku reportażu podróżniczego w perspektywie stylistycznej i pragmatycznej, Katowice 2000. Zob. też Z. Szulczewski, *Publicystyka. Problemy teorii i praktyki*, Warszawa 1976. Obserwacje reportażu Cejrowskiego oparto wyłącznie na tekstach pisanych – książkowych, pomijając reportaże telewizyjne czy programy radiowe.

³ Wyliczono tutaj wybrane wyznaczniki gatunkowe wyszczególnione w pracy Z. Szulczewskiego, *Publicystyka...*, s. 69–78.

⁴ Zob. szerzej M. Leary, *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, przeł. A. Kacmają, Gdańsk 1999 *passim*.

każda jest równie barwna i wyrazista, a wszystkie razem składają się na obraz oryginalnej, zabawnej i niezwykle kompetentnej osobowości reportera. Jest to oczywiście osobowość świadomie przez autora-narratora kreowana, w każdym momencie opowieści nastawiona na pozyskanie sympatii czytelnika, a jednocześnie emanująca siłą i świadomością prezentacyjną. Powstaje pytanie: czy dbałość o czytelnika i związane z nią chwytły pisarskie, mające uatrakcyjnić lekturę, powodują pozytywny odbiór autora, czy też to świadomy, nastawiony na autoprezentację proces tworzenia reportażu, odzwierciedla się w przyjemności ich czytania i, tym samym, w zadowoleniu lekturowym odbiorcy? Odpowiedź na to pytanie odnaleźć można po dogłębnej analizie tekstów i wychwyceniu wszystkich fragmentów, które – postawmy w tym miejscu hipotezę badawczą – dowodzą drugiej tezy. Cejrowski spójnie połączył zarówno troskę o satysfakcję czytelnika, jak i staranną autoprezentację i przedstawianie autora w jak najlepszym świetle. W obu książkach odnaleźć jednak można przykłady na to, że techniki autoprezentacyjne reportera czasami pojawiają się jako naddatek, odwracający uwagę odbiorcy od głównego tematu lektury i kierujący ją na jego osobę.

Niniejsza książka jest pierwszą krytyczną analizą zastosowanych przez Wojciecha Cejrowskiego technik autoprezentacyjnych, które demaskuje, uwydatniając nawet najdrobniejsze ich przejawy, za pomocą których świadomie kreuje swój własny wizerunek oraz – z pozoru niepostrzeżenie, ale umiejętnie – steruje jego odbiorem przez czytelnika. Mamy nadzieję, że książka będzie zachętą do podjęcia dalszych – bardziej kompleksowych badań – nad strategią autoprezentacji Cejrowskiego również w innych aspektach jego bogatej (i jakże wzbudzającej emocje i kontrowersje) działalności dziennikarskiej.

Celem książki nie jest oczywiście wartościowanie tych technik autoprezentacyjnych – wszak o sukcesie książki stanowi między innymi indywidualny zamysł twórczy i świadomość pisarska jej autora, a ich wykorzystanie leży już tylko w jego gestii. Jak dowodzi liczba sprzedanych egzemplarzy *Rio Anacondy* oraz *Gringo wśród dzikich plemion*⁵,

⁵ „*Rio Anaconda* znalazła się na listach bestsellerów. 15 000 sprzedanych egzemplarzy w pierwszych miesiącach sprzedaży. Do marca 2009 sprzedano ponad 250 000 egzemplarzy”; „*Gringo wśród dzikich plemion* – do marca 2009 sprzedano ponad 250 000 egzemplarzy” (cyt. za: www.cejrowski.com).

Cejrowski osiągnął niewątpliwie sukces czytelniczy, choć na próbę odpowiedzi na pytanie, jakie jest miejsce Wojciecha Cejrowskiego w historycznoliterackim szeregu wybitnych polskich podróżopisarzy, wśród których, naszym zdaniem, należy wymienić zwłaszcza Olgierda Budrewicza, Alinę i Czesława Centkiewiczów, Arkadego Fiedlera, Ferdynanda Goetla, Ryszarda Kapuścińskiego, Antoniego Ossendowskiego, Ksawerego Pruszyńskiego, Melchiora Wańkowicza i Lucjana Wolańskiego, będziemy musieli jeszcze poczekać.

Autorzy pragną podziękować Panu prof. dr. hab. Maciejowi Kawce za wnikliwą recenzję i wszystkie uwagi oraz Pani dr Agnieszce Sikorze za zgodę na wykorzystanie fotografii jej autorstwa na okładce książki.