

Retoryka i hybrydyczność

Rhetoric and Hybrydity

3/2015

REDAKTOR NUMERU: KATARZYNA MOLEK-KOZAKOWSKA, UNIWERSYTET OPOLSKI

REAKCJE | REACTIONS

AGNIESZKA BUDZYŃSKA-DACA

UNIWERSYTET WARSZAWSKI

A.BUDZYNSKA@UW.EDU.PL

JULIA HEBDZYŃSKA

UNIWERSYTET WARSZAWSKI

ANGELIKA KOZŁOWSKA

UNIWERSYTET WARSZAWSKI

Wideo-CV jako gatunek hybrydyczny (z warsztatów retorycznych)

Video-CV as a hybrid genre (a reaction to a rhetoric workshop)

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 Poland. The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

AGNIESZKA BUDZYŃSKA-DACA

UNIwersytet Warszawski

A.BUDZYNSKA@UW.EDU.PL

JULIA HEBDZYŃSKA

UNIwersytet Warszawski

ANGELIKA KOZŁOWSKA

UNIwersytet Warszawski

Wideo-CV jako gatunek hybrydyczny (z warsztatów retorycznych)

Gatunki hybrydyczne, jak mówi Kathleen H. Jamieson (1982), powstają z połączenia wcześniej funkcjonujących w użyciu gatunków albo są modyfikacją danego gatunku wobec nowej sytuacji retorycznej. Ta nowa sytuacja powstaje w wyniku zmiany czynników utrwalonych w tradycji albo ich nowej konfiguracji. Audytorium oczekuje wówczas, że mówca, by użyć nomenklatury teoretyczno-retorycznej, odpowie na wyzwania sytuacyjne, stworzy przekaz dopasowany do nowych warunków.

Przykładem gatunku hybrydycznego, który pojawił się niedawno w przestrzeni komunikacji profesjonalnej jest wideo-CV. Forma ta zyskuje popularność w środowisku pracodawców i osób poszukujących zatrudnienia. Na portalach internetowych można znaleźć poradniki do tworzenia tego typu przekazów¹, niektóre firmy i instytucje wymagają od kandydatów przedstawienia oferty autoprezentacyjnej w formie wideo. Zdarza się również, że urzędy pracy ogłaszają nabór ofert audiowizualnych². Należy więc założyć, że zjawisko to zyskuje na znaczeniu.

Jeśli spojrzeć na problem z perspektywy porządku genologicznego, wideo-CV stanowi kontaminację dwóch gatunków: tradycyjnego CV i listu motywacyjnego. Obydwa typy tekstów są tekstami jednokodowymi, werbalnymi. W warstwie treściowej list motywacyjny zawiera identyfikację autora, czasu, miejsca powstania, adresata, tematu; prezentację sylwetki piszącego i deklarację gotowości do podjęcia działań (Boniecka i Pansiuk 2004). CV natomiast w innej stylistyce przekazuje treści podobne, czyli identyfikację autora i prezentację sylwetki piszącego: kompetencje (historia zatrudnienia, kwalifikacje, wykształcenie, doświadczenie zawodowe); informacje osobiste (hobby, zainteresowania). Wideo-CV natomiast poza

1. <http://kariera.forbes.pl/jak-przygotowac-wideo-cv,artykuly,173015,1,1.html>; <http://www.vcvsys.com/video-cv>; <http://czasabsolwenta.pl/video-cv-10-przykladow-z-polski/>; by wskazać tylko trzy pierwsze, które pojawiają się w wyszukiwarce internetowej. (dostęp: 15.11.15)

2. <http://www.up.warszawa.pl/index.php/pracodawcy/video-cv>

kodek werbalnym uruchamia także inne kody związane z obrazem (kinezyczny, wzrokowy, prezencyjny, fizjologiczny, temporalny, kontekstowy, proksemiczny), z dźwiękiem (akcent, intonacja, rytm, ton głosu, brzmienie, tempo mówienia) i efekty dodatkowe związane z technologią przekazu. Daje więc obraz kandydata w wielu wymiarach i z pewnością jest bogatszy poznawczo. Czy jest to także dobre narzędzie do prezentacji walorów osobowościowych i kompetencyjnych kandydata? Czy wideo-CV wyprze tradycyjne gatunki, czy też pozostanie hybrydą o krótkiej karierze? A może zapisze się na trwałe w pejzażu komunikacyjnym w zgodnym współistnieniu z gatunkami tradycyjnymi?

Przygotowanie autoprezentacji w formie wideo-CV wydało mi się bardzo pożytecznym dla podnoszeniu indywidualnych kwalifikacji retorycznych ćwiczeniem warsztatowym. Zaproponowałam więc studentom specjalizacji medialnej, z którymi współpracuję na kursie *Retoryka w komunikacji publicznej*,³ aby każdy/a z nich nagrał/a własną wypowiedź autoprezentacyjną, która miałaby być przesłana do potencjalnego pracodawcy, u którego student/ka chciałby/chciałaby podjąć pracę. Studenci nie byli instruowani szczegółowo jak powinni przygotować nagranie. Ważne było, aby nagrana wypowiedź miała charakter wypowiedzi „na serio”, a nie tylko zadania na zaliczenie kursu, tj. aby była przygotowana ze świadomością oddziaływania na potencjalnego pracodawcę (osobę, która zajmuje się rekrutacją pracowników), a nie na nauczycielkę i grupę studentów. Zwróciłam jedynie uwagę na fakt, że rekruter poszukując pracowników ma do dyspozycji wiele ofert, dlatego ważne jest, aby przygotować ofertę, która zostanie zauważona i będzie wpływała zachęcająco na odbiorcę. Chodziło o to, aby być **dobrze zapamiętanym**. Podkreślałam te słowa, bowiem stanowią kwintesencję retorycznej fortunnosci przekazu tego gatunku.

Każda z osób przygotowując nagranie pracowała nad udoskonaleniem przekazu poddając autoweryfikacji własne umiejętności autoprezentacyjne. Z rozmów za studentami po prezentacji ich wystąpień wynikało, że podejmowali wiele prób nagraniowych, przeglądali je, przygotowywali kolejne ulepszone wersje. Sami więc mogli weryfikować swoje wystąpienie. Kolejnym etapem weryfikacji było zaprezentowanie nagrania przed grupą studentów na zajęciach. Każde nagranie było oceniane i komentowane w postaci wolnych uwag. Następnie każda z czterech grup w głosowaniu ustalała, która autoprezentacja zachęciłaby ich jako potencjalnych pracodawców do zatrudnienia kandydatki/kandydata. Tak więc w każdej grupie spośród ok. 15-20 nagrań wyłoniono kilka najlepszych zdaniem członków danej grupy. Wartością tego ćwiczenia było zainspirowanie studentów do pracy nad uwiarygodnieniem własnego przekazu, poszukiwaniem dróg uwiarygodnienia,

3. Kurs ten odbywa się dla studentów II roku polonistyki o specjalizacji *filologia dla mediów* na Uniwersytecie Warszawskim.

które dla każdego oznacza pójście w innym, własnym kierunku.

Jak to zadanie wyglądało z perspektywy studentów, którzy przygotowywali materiał autoprezentacyjny w formie wideo-CV, jakie problemy się z tym wiązały, jaki walor poznawczy miało to doświadczenie? Odpowiedzi na te pytania pojawiają się w opiniach uczestniczek kursu, współauterek artykułu.

ANGELIKA KOZŁOWSKA

Zadanie z pozoru wydawało się proste. Z pozoru. Mieliśmy przygotować krótki materiał wideo, w którym opowiemy o sobie, o swoich pasjach, o tym jakie są nasze dotychczasowe doświadczenia. Mieliśmy przygotować materiał, który mógłby zainteresować naszego przyszłego pracodawcę. Długość nagrania miała nie przekraczać 1,5 minuty.

Bardzo szybko w mojej głowie wykiełkowała koncepcja tego, w jaki sposób chcę się pokazać. Miało być jak najbardziej naturalnie. Wydawało mi się, że nic nie przykuje uwagi rekrutera bardziej niż pokazanie się z zupełnie ludzkiej strony. Siadłam przy biurku i postanowiłam zacząć od wypunktowania na kartce wszystkiego tego, o czym chciałabym lub powinnam powiedzieć. Nie napisałam sobie gotowej wypowiedzi, ponieważ uznałam, że jednak język mówiony od pisanego będzie się różnił, co zostanie zauważone, a moim pierwotnym założeniem było „swobodne” zaprezentowanie swojej osoby. Niestety ze sprzętów do nagrywania posiadałam jedynie kamerkę w laptopie. Wtedy wydawało mi się, że nie ma to dużego znaczenia – przecież chodzi o mnie, a nie o udogodnienia techniczne. Zaczęło się. Próba numer jeden, numer dwa, numer trzy.... i tak dalej. Zadanie, które (jak już pisałam na początku) wydawało się proste, wcale takie nie było. Dlaczego? Sądzę, że w dużej mierze było to uwarunkowane moim nieobyciem z i przed kamerą. Nie byłam przygotowana na to, że mój głos będzie brzmiał inaczej, że wzrok, który według mnie skierowany był w dobrym kierunku, tak naprawdę „ucieka” gdzieś co powoduje efekt komiczny. Nie chcę już wspominać o świetle oraz samej kompozycji, która w zestawieniu z pracami kolegów oraz koleżanek wydała mi się zupełnie nietrafiona.

Od wielu osób przygotowujących to zadanie usłyszałam, że najtrudniejsze było właśnie zobaczenie samego siebie przed kamerą i dokonanie kolejnej próby nagrania. Niestety, nie byliśmy przyzwyczajeni, że ktoś nas nagrywa, że musimy oglądać siebie i korygować swoje błędy. Ten brak przyzwyczajenia i obycia z kamerą był bardzo widoczny nie tylko w mojej pracy, lecz również w pracach moich rówieśników. Większość wyglądała na zestresowanych, sztywnych. Dawało to wrażenie mało estetycznie i czasami powodowało wręcz, że odbiorca nie skupiał się na samym przekazie i treści, tylko koncentrował się na odbiorze wizualnym i brakach w tym zakresie.

Wniosek, jaki płynie dla mnie i studentów, którzy chcą pracować w mediach, dotyczy pracy nad mową ciała i głosem. Moim zdaniem jest to pierwszy stopień do tego, aby nasza autoprezentacja była udana. Kolejnym krokiem jest opracowanie materiału pod względem technicznym. Bardzo szybko doszłam do wniosku, że moje pierwotne wyobrażenie, że nie ma to aż tak dużego znaczenia, było ogromnym błędem. Dobrze zmontowany materiał jest – jak się okazało – połową sukcesu i w większej mierze wpływa na zainteresowanie pracodawcy niż sama merytoryczna część wideo-CV. Wysyłając tego typu CV chcemy przecież zwrócić na siebie uwagę, dlatego powinniśmy skupić się na każdej z części składowych tego typu formy i zadbać o to, aby wszystkie były ze sobą zgrane: i elementy kompozycyjne, i to co mówimy, światło i dźwięk.

JULIA HEBDZYŃSKA

Muszę przyznać, że gdy dowiedziałam się, jakie zadanie przed nami stoi, trochę się przestraszyłam. Od razu pomyślałam, że będę musiała udawać kogoś, kim nie jestem, tylko po to, by przypadobać się rekruterowi czy potencjalnemu pracodawcy. Liczy się przecież pierwsze wrażenie. Potem doszły kolejne problematyczne kwestie: zbyt małe doświadczenie zawodowe, by móc się nim chwalić i kompletny brak pomysłów, na wygląd takiego video-CV.

Podobne odczucia mieli również inni uczestnicy kursu. Po rozmowie z moją znajomą, Pauliną, uznałyśmy, że nagramy nasze prace razem. Obydwie nie wiedziałyśmy jak się do tego zabrać, jednak po wspólnej burzy mózgów udało nam się wymyślić scenariusze filmów. Po wcześniejszym zorganizowaniu miejsc, do których mogłybyśmy bez przeszkód wejść z naszą kamerą, przystąpiłyśmy do dzieła!

W trakcie nagrań panowała naprawdę przyjemna atmosfera. Obustronne rady i obiektywne wskazówki pomagały nam lepiej i bardziej profesjonalnie wykonać nasze zadanie. Nie obyło się również bez dziwnych, lecz przychylnych spojrzeń osób przechodzących akurat przez Kampus Główny UW, bo tam też kręciliśmy poszczególne sceny.

Sporo czasu zajęło mi zmontowanie ostatecznej wersji video-CV. Celem było przecież przyciągnięcie uwagi widza i wywarcie dobrego wrażenia. Musiałam włożyć w to wiele pracy i jednocześnie postawić się w sytuacji pracodawcy, który – zapewne mocno znudzony i zmęczony – zdążył przejrzeć tego dnia kilkadziesiąt ofert.

Wiedziałam, że muszę się wyróżnić, to było dla mnie podstawą przy tworzeniu mojego zgłoszenia. Oczywiście przedstawiłam w nim cały mój dorobek akademicki, jak i wspomniałam o pozauczelnianych inicjatywach, w których brałam

udział. Opisałam swoje zainteresowania, plany na przyszłość, wymieniłam języki, jakimi się posługuję, opisałam umiejętności w taki sposób, by przedstawiały się interesująco. Na koniec, dosłownie w ostatnich sekundach filmiku, który zresztą trwa nieco ponad półtorej minuty, postanowiłam wpleść humorystyczny akcent. Większość ludzi słysząc po raz pierwszy moje nazwisko, przekreśla je, i to nie tylko w pisowni. Postanowiłam, że nie mogę pozwolić na to mojemu potencjalnemu pracodawcy, dlatego uprzedziłam tę ewentualną pomyłkę – grzecznie się przedstawiłam i przestrzegłam oglądających przed jedną z niepoprawnych wersji mojego nazwiska. Niby banalna rzecz, jednak rozbawiła całą salę podczas projekcji. Muszę również stwierdzić, że po wcześniejszych przygotowaniach, jak i po pracy, jaką włożyłam w jak najlepsze zaprezentowanie się, i tak najmocniej stresowałam się przed oceną innych uczestników kursu i samej prowadzącej. Dopiero podczas projekcji wszystkich prac zdałam sobie sprawę z tego, że większość z nas robiła to po raz pierwszy i wszelkie niedociągnięcia były oceniane ze zrozumieniem.

Wnioski po warsztatach

Autorzy przygotowując swoje nagrania tworzyli na bazie własnych doświadczeń, zdolności intelektualnych, emocjonalnych, wyobrażeń o oczekiwaniach odbiorcy, wizerunek własny osoby, która mogłaby być przydatna jako pracownik w określonej branży. Wyobrażenie to (retoryczna *inventio*) zostało ukształtowane w ramach gatunkowych wideo-CV. Ponieważ jest to gatunek nowy, hybrydyczny, autorzy eksperymentowali. Opierali się na znanych im gatunkach CV i liście motywacyjnym. Wiedzieli jakie dane powinny być zamieszczone, wiedzieli, że muszą się zaprezentować, przedstawić, opowiedzieć o sobie albo wymienić swoje osiągnięcia. Mieli też świadomość, że wideo-CV to nie tylko tekst ale także, a może przede wszystkim, obraz i dźwięk. Ilość kodów, które angażuje nadawca i percypuje odbiorca wzrasta. Należało więc zgrać te trzy elementy, wzmocnić przekaz, bądź to dodając nowe elementy związane z technologią przekazu, bądź z aranżacją przestrzeni.

Przed wszystkim studenci mieli świadomość, że muszą stworzyć własny wizerunek, który będą w stanie zaakceptować. Decydując się na pokazanie, upublicznienie swojego nagrania musieli być pogodzeni z tym, że ten właśnie efekt uznają jako końcowy. Zgodzili się więc niejako w wewnętrznych negocjacjach, że tak ma wyglądać ich wizerunek, ich wykreowane wyobrażenie siebie i o sobie.

Wspólne obejrzenie wielu nagrań uświadomiło nam, jakie trudności pojawiają się przy przygotowywaniu tego typu oferty. Staraliśmy się uchwycić problem wiarygodności kandydata poszukującego pracy (tzw. etos mówcy), a także istotę właściwego odczytania oczekiwań odbiorcy (audytorium). Niewątpliwie przekaz

audiowizualny jako autoprezentacja wymaga większych zdolności retorycznych niż przekaz tekstowy w formie tradycyjnej⁴.

Trudno wieszyczyć, jaką karierę na rynku komunikacji medialnej i profesjonalnej zrobi wideo-CV. Być może praktyka wielokodowej informacji wysyłanej za pośrednictwem medium będzie kolejnym krokiem w rozwoju nowych gatunków. I autoprezentacyjne wideo wejdzie do kanonu form ugruntowanych w praktyce komunikacyjnej. Ale może się też okazać, że wielokodowe oddziaływanie na odbiorcę (potencjalnego pracodawcę) będzie miało skutek odwrotny do zamierzonego. Zamiast zachęcać do nawiązania kontaktu z poszukującym pracy autorem wideo-CV, będzie raczej odpychać zbytnią wyrazistością obrazu i dźwięku.

Bibliografia

- Boniecka Barbara, Panasiuk Jolanta.** 2004. „By wyjść poza standard (życiorys, podanie a list motywacyjny).” W *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2, *Tekst a gatunek*, red. Danuta Ostaszewska, 75–90. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Jamieson, Kathleen Hall.** 1982. “Rhetorical Hybrids: Fusions of Generic Elements.” *Quarterly Journal of Speech* 68: 146–157.

4. Wyniki z analiz nagrań wykonanych przez studentów przedstawiłam na konferencji Polskiego Towarzystwa Retorycznego, pt. *Retoryka wizerunku medialnego* (5-6. 22. 2015) w SGGW. Publikacja tych wyników będzie przedstawiona w tomie pokonferencyjnym.