

Anarcho-Biblioteka
Dobry pieróg to wywrotowy pieróg



Rytuał medialny jako przykład uniformizacji przekazu informacji

Aleksandra Seklecka

Aleksandra Seklecka
Rytuał medialny jako przykład uniformizacji przekazu informacji
2014

athenaeum.umk.pl

Pierwotnie wydane w piśmie "Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne"
41/2014. Autorka jest związana z Wydziałem Politologii i Studiów
Międzynarodowych na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu.
// Część źródeł książkowych użytych w tym artykule została zakupiona ze
źródeł finansowych uzyskanych w ramach grantu nr 1359-PSM
przyznanego przez Wydział Politologii i Studiów Międzynarodowych w
2012 r.

pl.anarchistlibraries.net

2014

Spis treści

Wstęp	3
Rytuał	3
Rytuał medialny	5
Uniformizacja przekazu informacji - analiza przypadku	9
Wnioski	18

sy obu stacji silnie odwoływały się do symboli, które wzmacniały siłę przekazu. Zależność ta wynikać może z faktu, iż w tym przypadku mamy do czynienia z wydarzeniami medialnymi, do których dziennikarze przygotowywali przez wiele dni, a w konsekwencji kierowali się określonymi determinantami i schematami wyboru oraz prezentacji informacji.

Warto też zauważyć, iż w takiej sytuacji przekaz medialny może silnie oddziaływać na życie zwykłych ludzi, którzy niezależnie, jaki serwis wybiorą otrzymają podobne informacje, wątki oraz sposób interpretacji wydarzeń. Tym samym, rytuał medialny rozumiany jako akt komunikacji wpływa na ich emocje, porządkuje wiedzę na temat niniejszego wydarzenia. Wzmacnia również więź społeczną, gdyż odbiorcy mają szansę przeżywać te same emocje co bezpośredni uczestnicy wydarzeń. W konsekwencji, analiza potwierdziła również występowanie rytuałów medialnych w trzech formach – o których wspomina Rothenbuhler – wydarzenia medialnego, rytuałów w działaniu mediów i w mniejszym stopniu możliwości rytualnego wykorzystania środków masowego przekazu przez odbiorców.

ramach analizowanej kategorii można również zaobserwować podobieństwa w sposobie relacjonowania wydarzeń przez dziennikarzy.

Wnioski

Powyższa analiza wskazuje, iż sposób prezentacji informacji w serwisie, a także sam ich wybór wynika przede wszystkim z różnic co do wydarzeń, jakie pojawiają się każdego dnia w Polsce i na świecie. Mniejsze znaczenie ma natomiast rozróżnienie na poszczególnych nadawców. Świadczyć to może o występowaniu zjawiska rytuału medialnego w analizowanych programach. Choć zakres badanego materiału nie uprawnia do wyciągania wniosków na całą populację, to jednak wskazuje na pewne tendencje, które warto przestudiować w ramach szerszych rozważań.

W konsekwencji, można dostrzec uniformizację przekazu odnoszącą się do aspektu budowy samej informacji (np. stosowanie wizualizacji, wykorzystanie określonej ramy) niezależnie od serwisu i jego wydania. Jednakże ze względu na dobór informacji dostrzega się pewne różnice w zależności od dnia wydania. W sytuacji braku spektakularnych wydarzeń stacje tylko częściowo skupiły się na podobnych informacjach.

W czasie spektakularnych, ale nieoczekiwanych wydarzeń, serwisy informacyjne obu stacji były do siebie podobne, zarówno biorąc pod uwagę formę, jak i treść przekazu. Ta ostanta wynikała z obecności jednego wydarzenia, które zdominowało medialny dyskurs i było przedstawiane na różne sposoby. Identyczna forma przekazu wynikała z zastosowania podobnych elementów: wizualizacji, wypowiedzi tych samych osób. Dlatego w tym aspekcie możemy mówić o istnieniu rytuałów medialnych przejawiających się podejmowaniu podobnych tematów i form ich prezentacji.

Jednakże najsilniej występowanie rytuałów medialnych dostrzec można w dniu zaistnienia wydarzeń medialnych: obchodów rocznicy, celebracji ważnego dla Polski wydarzenia, czy ogłoszenia, co prawda nieoficjalnych, ale jednak wyników wyborów. Po pierwsze, wynika to z faktu, iż zawartość przekazu w analizowanych materiałach była niemal identyczna, dotyczyła tego samego wydarzenia, również pozostałe wątki z nim związane pokrywały się. W konsekwencji, selekcja informacji odbywała się według tych samych reguł. Po drugie, sposób konstrukcji informacji był także niemal identyczny. Materiały zawierały podobne elementy, używając terminologii Agaty Małyskiej występowały te same rekwizyty: wypowiedzi, obrazy. Po trzecie, serwi-

Wstęp

Rytuał wielokrotnie opisywano w ramach wnioskowania na temat życia religijnego czy funkcjonowania społeczności plemiennych. Współcześnie jednak analizy skupiają się na nowych aspektach społecznych, gdzie rytuały czy mity ogrywają znaczącą rolę. Przykładowo, na temat politycznych rytuałów powstało już wiele publikacji¹. Stosunkowo nowym zagadnieniem jest jednak kategoria rytuału medialnego, która odnosi się do funkcjonowania specyficznych, powtarzalnych zachowań w odniesieniu do działalności środków masowego przekazu, które kształtują opinię społeczną na wiele tematów.

Aby jednak przeanalizować zagadnienie rytuału medialnego, konieczna jest konceptualizacja pojęcia „rytuał” i „rytuał medialny”. Teoretyczne rozważania zostaną skonfrontowane z badaniami empirycznymi kilku polskich serwisów informacyjnych. W związku z ograniczeniami formalnymi artykułu analiza ma charakter wycinkowy.

Rytuał

Przez wiele lat rytuał analizowano głównie poprzez zależności z innymi zjawiskami życia społecznego. Na początku odnoszono go do wnioskowania o wspólnotach plemiennych czy w aspekcie wierzeń religijnych. Później kojarzono z badaczami zajmującymi się mitami, takimi jak Eliade czy Levi-Strauss. W analizach nad rytuałem nie można też pominąć rozważań Emila Durkheima², Claude'a Lévi-Straussa³ czy Maisonneuve'a⁴.

Jean Maisonneuve definiuje rytuał jako „skodyfikowany system praktyk, posiadający w określonym miejscu i czasie subiektywne znaczenie i symboliczną wartość dla swych uczestników i świadków, implikujący aktywizację

¹ Zob. D.I. Kertzer, *Rytuał, polityka, władza*, Warszawa 2010; K. Churska-Nowak, *Rytuały polityczne w demokracji masowej*, Poznań 2009; J. Maisonneuve, *Rytuały dawne i współczesne*, Gdańsk 1995.

² Zob. E. Durkheim, *Elementarne formy życia religijnego: system totemiczny w Australii*, Warszawa 1990.

³ Zob. C. Lévi-Strauss, *Antropologia strukturalna*, Warszawa 1970.

⁴ Zob. J. Maisonneuve, *op.cit.*

ciała i posiadający związek z sacrum”⁵. Oznacza to, iż atmosfera charakterystyczna dla sfery uświęconej zostaje przetransferowana na sferę świecką i dzięki temu rytuały, chociażby dnia codziennego, zachowują swą odświętność. Ważne jest tu stwierdzenie na temat symbolicznej wartości dla uczestników rytuału, co podkreśla również Eric W. Rothenbuhler, który definiuje rytuał jako „dobrowolne wykonanie odpowiednio uwzorowanego zachowania w celu symbolicznego oddziaływania na życie poważne lub uczestnictwa w nim”⁶. Po pierwsze, oznacza to, że rytuał widoczny jest poprzez działanie, nie wystarczy sama myśl czy opowieść jak w przypadku mitu, wymagana jest reakcja uczestników danej grupy. Po drugie, rytuał jest dobrowolny, a więc jednostka ma wybór co do podjęcia bądź nie takiego działania. Jednakże warto zauważyć, iż często ta dobrowolność może być ograniczona przez lęk przed ostracyzmem społecznym czy zagubieniem w świecie, dlatego wykonywanie rytuału często związane jest z pozorną wolnością⁷. Po trzecie, rytuał jest symbolicznym oddziaływaniem na życie, co objawia się w celebrowaniu określonych zachowań, nadawaniu im odświętnego charakteru. Tym samym, działanie z pozoru nawet codzienne poprzez multiplikację wykonania i specyfi czną atmosferę mu towarzyszącą oraz wartości, które ze sobą reprezentuje – staje się symboliczne.

Przeniesienie przedmiotowej kategorii ze sfery sacrum do profanum spowodowało powstanie wielu nowych rytuałów. Zauważa to między innymi Marek Jeziński, który stwierdza, iż „świeckość społeczeństwa nie powinna mieć wpływu na stosowanie w życiu politycznym form rytualnych. [...] Rytuały są konsekwencją myślenia mitycznego charakterystycznego dla społeczeństw ludzkich”⁸. Jego zdaniem mamy do czynienia z uświęceniem domeny niesakralnej. Tym samym wykonywanie pewnych czynności w ramach codziennych działań staje się rytuałem, gdy z jednej strony ma pewną formę, co

⁵ Ibidem, s. 13.

⁶ E.W. Rothenbuhler, *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, Kraków 2003, s. 45.

⁷ Sam Rothenbuhler pisze, iż „uczestnictwo w rytuale jest zgodą na ograniczenie wolnej woli, jest świadomą akceptacją narzuconego porządku wyjątkowych wydarzeń”, *ibidem*, s. 159.

⁸ M. Jeziński, *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne*, Toruń 2004, s. 185.

smoleńskiej. Żalobna, spokojna, melancholijna muzyka powoduje zadumę, szczególnie przy pokazaniu listy ofiar. Specyfi czna, pełna tragizmu muzyka pojawia się też w czasie pokazania ostatnich sekund lotu, co ma wzmocnić siłę przekazu. Taki sam efekt wywołuje dźwięk syreny symbolizujący katastrofę. Zupełnie inny nastrój prezentowany jest w serwisach w dniu 1 lipca: hymn UE, oklaski, okrzyki radości. Warstwa dźwiękowa wzmocnia aspekt werbalny, niemalże identycznie w obu serwisach, dlatego w tym przypadku również można wnioskować o występowaniu rytuałów medialnych.

We wszystkich analizowanych audycjach informacyjnych dostrzec można obecność figur retorycznych. Nie sposób wymienić wszystkich, ale warto zauważyć, że ich ilość wzrasta w zależności od tematu relacji i nacechowania emocjonalnego. Przykładem są relacje z kataklizmu w Japonii, czego ilustracją są wypowiedzi w „Wiadomościach”: „Mordercze trzęsienie ziemi”, „Zawalił się świat”, „Ziemia zadrżała pod stopami”, „Gigantyczna fala”, „Gospodarka Japonii tonie i płonie”, „Ciosów poniżej pasa”, „Klamka już zapadła”, a także w „Faktach”: „Dramatycznych wydarzeń”, „runęła”, „wdarła”, „porywając”, „płonące”, „Mnóstwo pożarów”, „Ogromny wstrząs”, „Ostre opinie”. W trakcie relacjonowania wyników wyborów w serwisie TVP usłyszeć było można: „Tonący statek z napisem SLD na gwałt potrzebuje nowego kapitana” czy „Powyborcze sprzątanie w SLD”, a w serwisie TVN: „samotnie poległ” czy „skład nowej rządowej drużyny”. W materiale o zachowaniach Japończyków w czasie trzęsienia dominuje partykuła „nie”, aby pokazać odwagę i spokój ludzi, np. w „Wiadomościach”: „Nie rzucali się do drzwi, nie wybiegali na ulicę, nie krzyczeli ze strachu, nie panikowali [...]”. Powtarzanie niniejszej partykuły ma wzmocnić przekonanie widzów, iż naród japoński jest odważny, spokojny, opanowany. Ta specyfi czna narracja ma umacniać perswazyjność przekazu. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku prezentacji przez prezentera nieoficjalnych wyników wyborów w „Faktach” z 10 października: „Jeszcze nigdy ci co rządzą nie dostali od wyborców kolejnej szansy, nigdy jeszcze ten sam człowiek nie był premierem przez kolejną kadencję”. Innym przykładem jest wypowiedź Kamila Durczoka w serwisie z 10 kwietnia: „Szok, osłupienie, ból, przerażenie”, czy Piotra Kraśki: „nie mogliśmy uwierzyć w to co się stało. 10 kwietnia o 8.41 zawalił się wtedy świat” lub Justyny Dobrosz-Oraz: „Tak jak rok temu zabiły dzwony, tak jak rok temu zawyły syreny...”. Charakterystyczne jest również użycie przymiotników („roztrzaskał”, „runęło”, „tragicznego”, „symboliczny”) czy epitetów („zimny powiew”, „smoleński dramat”), które budują specyfi czny kontekst wydarzenia, patetyczny nastrój, swoisty entourage dla prezentowanych informacji. Tym samym, w

żyć podobieństwo roli dziennikarza, która zmienia się, a właściwie wzrasta w zależności od powagi sytuacji, istotności informacji.

Bardzo ważne w ramach niniejszej analizy są elementy obecne w warstwie wizualnej, która towarzyszy prezentowanym wypowiedziom. Jej celem jest uwiarygodnienie tych wypowiedzi oraz ich zobrazowanie. W obu analizowanych serwisach występują podobne elementy wizualne. Przykładowo, w dniu 8 stycznia, kiedy jednym z tematów jest kruszenie kry na Wiśle przez lodolamacze mamy zaprezentowane wizualizacje pracy kutrów, co ma ułatwić widzom zrozumienie istoty problemu. Podobny cel przyświeca pokazaniu mapy Polski z zaznaczonymi miejscowościami oraz rzeką, gdzie ma miejsce kruszenie lodu. Ciekawym zabiegiem jest również transkrypcja niektórych wypowiedzi czy dokumentów zaprezentowana na ekranie, co ma ułatwić odbiór przekazu (np. w przypadku ujawnienia nagrań z czarnych skrzynek prezydenckiego Tupolewa). Aby dodatkowo go uwypuklić stosuje się wytluszczenia pewnych cyfr, tak jak w przypadku informacji o kruszeniu lodu. W tym przypadku serwisy obu stacji wyglądają podobnie, by nie rzec, że nawet identycznie. O wiele bogatsza i bardziej sugestywna jest warstwa wizualna z relacji kataklizmu w Japonii. Żadne słowa nie ukazałyby w tak wymowny sposób ogromu tragedii, jaka spotkała mieszkańców Japonii, gdyby nie obraz. Również podobne w obu serwisach zdjęcia służą zaprezentowaniu obchodów rocznicy katastrofy smoleńskiej. Zbliżenie na twarze bliskich wyraża wszystkie emocje, których nie da się wyrazić słowami. Wrażenie robi też wrak Tupolewa. Te same obrazy można dostrzec w obu serwisach z 1 lipca: powiewająca flaga Polski i UE, sztuczne ognie wystrzelone o północy obrazujące początek prezydencji. W konsekwencji, niezależnie od serwisu i dnia emisji można dostrzec występowanie określonych form prezentacji tych samych treści, a w efekcie, istnienia rytuałów medialnych zgodnie z koncepcją Rothenbuhlera.

Ważną rolę odgrywa również warstwa dźwiękowa w postaci prezentowania różnego rodzaju odgłosów uwiarygodniających przekaz. Dlatego w przypadku relacji z kruszenia lodu na Wiśle istotne znaczenie ma głośny i przenikliwy dźwięk kutrów. W materiałach z kataklizmu w Japonii warstwa dźwiękowa hiperbolizuje prezentowane wydarzenia. Głośna, jednostajna muzyka wprowadza w nastrój dramatyzmu, potęguje emocjonalny odbiór informacji. Koresponduje ona z obrazem wdzierającej się na ląd fali, zabierającej ze sobą samochody, domy i ludzi. Wzmaga też wrażenia odbioru trzęsienia ziemi, strachu osób przebywających w biurach czy swoich domach. Podobne emocje wywołuje też wyczytywanie przez lektora nazwisk ofiar katastrofy

Agata Małyska⁹ nazywa charakterem instytucjonalnym. Wiąże się to z wykorzystaniem określonych miejsc, gestów, rekwizytów. Po drugie, nawiązuje do wartości aprobowanych w danej grupie, dzięki czemu działanie nabiera sensu. Tym samym możemy mówić o treści rytuału, która związana jest nierzadko z symbolami i mitami. Ten aspekt autorka określa jako kontekst motywacyjny. Po trzecie, jest powtarzane, czyli używane w tych samych sytuacjach. Wspomina o tym Filipowicz, zaznaczając iż „rytuał to naśladowanie, które jest działaniem. [...] Rytuały stanowią płaszczyznę umożliwiającą konstruowanie rzeczywistości [...]”¹⁰. Po czwarte, ma charakter społeczny, czyli odbywa się w grupie i jest na nią zorientowane, nawet gdy wykonywane jest indywidualnie.

Rytuał medialny

Rytuały charakterystyczne były dla społeczeństw lokalnych, ale w miarę upowszechniania się mediów i nieograniczonej komunikacji możemy mówić o rytuałach globalnych. Przejawiają się one w powtarzaniu pewnych działań stanowiących wartość symboliczną przez ludzi bądź grupy z różnych zakątków świata. Jednym takich rodzajów jest rytuał medialny, który zarówno może przybierać formę lokalnych, jak i globalnych praktyk. Zdaniem Katarzyny Sobstyl, rytualny akt komunikacji musi posiadać cechy formalnie właściwe rytuałowi, takie jak: stabilizację formy, konwencjonalizację treści, powtarzalność, trwałość, skostniałą realizację werbalną, charakter społeczny, instytucjonalny i poznawczy. Ponadto powinien realizować funkcję wzmacniania tożsamości grupy i integracji grupowej oraz posiadać sankcje w postaci presji społecznej¹¹.

Rytuały medialne – jak zaznacza Rothenbuhler – można badać zarówno w kontekście codziennego oglądania, jak i wyjątkowych wydarzeń medialnych. Zarówno rytuały związane ze specjalnymi wydarzeniami, jak i rytuał-

⁹ A. Małyska, Pojęcie rytuału na tle innych zjawisk językowych, [w:] Rytualizacja w komunikacji społecznej i interkulturowej, red. J. Mazur, Lublin 2004, s. 209.

¹⁰ S. Filipowicz, Mit i spektakl władzy, Warszawa 1988, s. 201.

¹¹ K. Sobstyl, Reklama jako rytualny akt komunikacji, [w:] Rytualizacja w komunikacji społecznej..., op.cit., s. 132.

ne aspekty zwykłych działań stanowią część świata „powinności”¹². Tym samym należy rozumieć rytuał o wiele szerzej, aniżeli jako pewien ceremonialny akt, systematycznie powtarzany i powiązany z reprodukowaniem istotnych dla danej grupy wartości, ale także jako działanie posiadające znamiona rytualizmu.

Zdaniem Nicka Couldry rytuał można rozumieć na trzy sposoby. Po pierwsze, jako zwyczajowe działanie. Ilustracją może być oglądanie telewizji podczas niedzielnego obiadu czy chodzenie do pracy zawsze tą samą ulicą. Jednak wielu autorów uważa, iż jest to potoczne rozumienie rytuału. Po drugie, rytuał należy traktować jako sformalizowane działanie. Rytuały to rozpoznawalne wzorce, formy działania. Po trzecie, jako działanie odwołujące się do transcendentnych wartości, czyli takich które są niezmiennie dla danej grupy, trwałe¹³. Aczkolwiek wiele koncepcji na temat rytuałów (m.in. Rothenbuhlera) nie przywiązuje dużej wagi do owej trwałości, bo jak wszystko na świecie, również i rytuały ulegają transformacji czy całkowitemu zanikaniu, by w ich miejsce pojawiły się nowe, o czym wspomina również Catherine Bell¹⁴. Ową transcendentność można odnosić jedynie do danej grupy w określonym czasie. Tym bardziej, że sam Couldry zadaje pytanie czy to stwierdzenie nie zaprzecza tezie o detradycjonalizacji współczesnych czasów, czy nie ignoruje rozwijających się różnych mediów i technologii przesyłania informacji, czy nie zaprzecza to idei społeczeństwa informacyjnego? Jednak wydaje się, że słuszna jest teza, iż jedne wartości zastępowane są przez drugie, tak samo jak jedne rytuały odchodzą w zapomnienie i są zastępowane przez inne, co sugeruje Rothenbuhler. Dlatego rytuał ma pewną formę, a poprzez swą powtarzalność i jednocześnie siłę oddziaływania mediów wpływa na kształt współczesnego życia społecznego, ale to nie oznacza, iż nie może ulec transformacji czy wręcz całkowitemu zanikowi.

W konsekwencji Couldry definiuje rytuały medialne jako „sformalizowane działania zorganizowane wokół kluczowych dla mediów, wzajemnie powiązanych kategorii, których wykonanie tworzy szeroką gamę powiązanych wartości istotnych dla tych mediów”¹⁵. Medialne rytuały są bezpośrednimi

¹² E.W. Rothenbuhler, op.cit., s. 10 – 21.

¹³ Zob. N. Couldry, *Media rituals. A critical approach*, London–New York 2003, s. 3

¹⁴ C. Bell, *Ritual theory, ritual practice*, Oxford 2009, s. 90.

¹⁵ *Ibidem*, s. 29.

z tragedią w Japonii, co jest złamaniem pewnego schematu, odstępstwem od codziennej konstrukcji materiałów, a jednocześnie zwróceniem uwagi na wyjątkowość wydarzenia. Natomiast w materiałach prezentowanych w dniu 10 kwietnia w żadnym z serwisów hasła się nie pojawiają. Ale za to mamy powtarzający się motyw: w „Faktach” – wrak Tupolewa, morze zniszczy i polska flaga z kirem, a w „Wiadomościach” – samolot na tle polskiej flagi i data 10.04.2010. Świadczy to, z jednej strony, o odejściu od tradycyjnego schematu prezentacji przekazów; z drugiej, o identycznym podejściu obu redakcji, w postaci zastosowania grafi ki symbolizującej to tragiczne wydarzenie.

W obu serwisach z reguły rola reportera jest ograniczona jedynie do zaprezentowania „stand up”, czyli komentarza wygłaszanego na początku, końcu bądź w środku materiału. Choć to ograniczenie jest jedynie pozorne, bo to reporter w dużej mierze decyduje o selekcji wątków, które znajdą się w materiale. Co więcej, wiele z prezentowanych komentarzy ma „stosownie ustosunkować widza do tematu”. Służą temu szczególnie ironiczne epitety na końcu materiału. Nierzadko reporter jest aktywnym uczestnikiem wydarzeń. Ilustracją jest materiał o stosowaniu wykrywaczy kłamstw przez pracodawców w Rosji zatrudniających nowych pracowników, w którym to reporterka „Wiadomości” sama poddała się takiemu badaniu. O wiele większa jest rola dziennikarzy (zarówno prezenterów, jak i reporterów) w wydaniach serwisów prezentujących nagle, niespodziewane wydarzenia. To oni jako pierwsi podają tragiczne informacje, wprowadzając w nastrój powagi i grozy. Wyczerpujące dane podają również reporterzy. Ich relacje są o wiele dłuższe. Co więcej, w materiale „Wiadomości”, dotyczącym podobnych kataklizmów w przeszłości, ekspertem jest dziennikarz Piotr Kraśko, który opowiada o tsunami w Tajlandii, którego był świadkiem. Podobnie sytuacja wygląda w wydaniach specjalnych serwisów, gdzie tylko z pozoru rola dziennikarzy w analizowanych materiałach sprowadza się do obserwatorów obchodów i komentatorów, którzy poprzez łączenia na żywo opowiadają widzom o atmosferze, jaka panuje na miejscu. W rzeczywistości wzmacniają przekaz poprzez powolne czytanie tekstu z promptera, poważny wyraz twarzy, intonację. W jednym przypadku dziennikarz staje się też świadkiem tragedii smoleńskiej i niejako stanowi przykład „społecznego dowodu słuszności”, kiedy prowadzący „Fakty” Kamil Durczok mówi: „Andrzej Zaucha, po wypadku Tupolewa, tu w Smoleńsku spędził długie tygodnie. Teraz jest z nami i dziś”. Wzmacnia to wiarygodność przekazu i czyni reportera naocznym świadkiem przełomowych chwil. W konsekwencji, w analizowanych materiałach można zauwa-

nionych obietnicach PO wobec przedsiębiorców. Występowanie niniejszych konstrukcji jest identyczne w obu programach. Pojawia się też rama konsekwencji ekonomicznych, szczególnie w materiałach opisujących tsunami, skutki kryzysu ekonomicznego czy ograniczenia w przyznawaniu Polakom kredytów. Tym samym, zasadne jest stwierdzenie, iż w ramach przedmiotowej kwestii można dostrzec pewną powtarzalność ujmowania wydarzeń z podobnej perspektywy niezależnie od rodzaju stacji telewizyjnej.

Nacechowanie emocjonalne informacji można badać na kontinuum: pozytywne – neutralne – negatywne, gdzie o występowaniu określonej kategorii decyduje użycie określonych przymiotników. Analizując powyższe informacje można zauważyć, iż zmienną różnicującą nie jest tyle samo medium, ale dzień i charakter wydarzeń, które są przedstawiane w serwisach. Przykładowo, katastrofy, wypadki, ale też rywalizacja partii politycznych eksponowana jest w negatywnym stopniu. Jedynie różnice między telewizjami można dostrzec 11 marca, gdzie na osiem informacji w serwisie TVN, dwie są negatywne, trzy – pozytywne i trzy – neutralne, co wydaje się wynikiem zaskakującym, biorąc pod uwagę dominujące wydarzenie. W serwisie TVP na dwanaście materiałów siedem było negatywnych, trzy – neutralne, a dwa – pozytywne, co wskazuje, iż program mediów publicznych w tym dniu był bardziej nastawiony na ukazanie tragedii kataklizmu, wzbudzenie silnych emocji, przeniesienie widzów w rejon tragedii.

Charakterystycznym elementem serwisów są hasła na pasku pojawiającym się u dołu, bądź z boku ekranu („ozdobnik”) w czasie prezentowanych wydarzeń. W „Faktach” są one z reguły bardzo zagadkowe („Towarzystwo emerytalne”, „Pół na pół”, „Paczka z niespodzianką”, „Wszystko płynie”), niewiele przekazują, ale powodują zaciekawienie odbiorcy, przykuwają jego uwagę. W „Wiadomościach” hasła te są bardziej czytelne, często składają się z dwóch członów. Pierwszy ma z reguły charakter metaforyczny, a drugi – eksplanacyjny („Śledztwo smoleńskie: przesłuchania w Rosji”, „Nic nowego: ferie bez pociągów”, „Prawo łaski: nerka za wolność” „Tsunami na giełdzie: Reakcja świata gospodarczego”, „Wszystko jasne – pięć partii w Sejmie nowej kadencji”). Tym samym, w obu serwisach tytuły te mają określoną formę, której celem jest wzbudzenie w widzach zainteresowania. A to wpisuje się w zasadę potwierdzania oczekiwań odbiorców, którzy lubią kontrowersyjne informacje, chętniej je oglądają, nawet jeśli uważają kontrowersyjność za wadę mediów masowych. Ciekawym jest fakt, iż w „Faktach” można zauważyć brak haseł na pasku z relacji z tsunami i pierwszego dnia polskiej prezydencji w UE. Pojawiają się one tylko w dwóch informacjach niezwiązanych

praktykami skupionymi wokół medialnych instytucji mocno skoncentrowanych wokół władzy symbolicznej. Dlatego termin rytuały medialne odnosi się do szerokiej gamy sytuacji, gdzie media wpływają na trwałość społeczeństwa i to jak ich odbiorcy postrzegają świat¹⁶. W konsekwencji, wzory postępowania czy myślenia kreowane przez media są transferowane na społeczeństwo, które implementuje je w swoim własnym życiu. Dlatego ludzie działają zgodnie z promowanym przez środki masowego przekazu stylem życia, postrzegania.

Powyższe rozważania warto uzupełnić uwagami Rothenbuhlera¹⁷, który twierdzi iż w ramach komunikacji medialnej można rozpatrywać rytuał na cztery różne sposoby. Po pierwsze, rytuałem są szczególne wydarzenia medialne¹⁸, takie jak pogrzeby czy śluby znanych osób, koronacje, wizyty państwowe, które są transmitowane przez media, utrzymane w podniosłym nastroju. W konsekwencji, ta atmosfera udziela się odbiorcom mediów, którzy również się w ten rytuał angażują, przykładowo poprzez zakup specjalnie na tę okazję stworzonych pamiątek czy zasiadanie przed telewizorem w dniu transmisji. Zaangażowanie odbiorców będzie tutaj drugim aspektem rozumienia rytuału polegającym na rytualnym wykorzystaniu mediów, w sytuacji, gdy widzowie przygotowują się i celebryją oglądanie telewizji, słuchanie płyt. Przykładem może być również kibicowanie podczas zawodów sportowych, co w pełni wyczerpuje deficyt rytuału jako odpowiednio uwzorowanego zachowania w celu symbolicznego uczestnictwa w prawdziwym życiu. Po trzecie, dostrzegamy rytuały w działaniu mediów. Jest to uzależnienie dziennikarzy od typowych pytań, ich zainteresowanie określonymi tematami oraz pisanie charakterystycznych relacji. Rytuał w tym przypadku to sformalizowana rutyna codziennego życia zawodowego, ale skupiona na przyjętych w środowisku pewnych wartościach, schematach działania zgodnych z określonymi celami czy interesami. Czwarte podejście traktuje telewizję jako religię. Jest ono charakterystyczne dla społeczeństwa amerykańskiego i raczej nie ma przełożenia na polskie realia. Tym bardziej, że również w Sta-

¹⁶ Ibidem, s. 4.

¹⁷ E.W. Rothenbuhler, op.cit., s. 99 – 100.

¹⁸ Zob. Media events in a global age, red. N. Couldry, A. Hepp, F. Krotz, New York 2010; D. Dayan, E. Katz, Wydarzenia medialne. Historia transmitowana na żywo, Warszawa 2008.

nach Zjednoczonych bywa kwestionowane. W konsekwencji rytuał medialny staje się bardzo obszerną kategorią, określającą wiele działań.

Z punktu widzenia uniformizacji przekazu informacji i niniejszej analizy najbardziej przydatne jest podejście pierwsze i trzecie, czyli traktowanie rytuału medialnego w kategoriach wydarzenia medialnego oraz efektu pracy dziennikarzy. Najlepszą egzemplifikacją jest ironiczny i demaskatorski reportaż Filipa Chajzera przygotowany dla „Dzień dobry TVN” na temat sposobu przygotowywania materiałów do serwisów informacyjnych, w którym to dziennikarz przedstawił kulisy tworzenia relacji reporterskich.

Warto również zaznaczyć, iż rytuał medialny musi zostać przystosowany do standardowych praktyk mediów, nawet jeśli media przystosowują się do wymagań wyjątkowych wydarzeń¹⁹. Oznacza to, iż w dużej mierze to środki masowego przekazu (czyli w praktyce dziennikarze) decydują o formie celebracji danego wydarzenia. Przykładem może być ustawianie godzin rozpoczęcia zawodów sportowych w zależności od poziomu oglądalności telewizji w określonej porze dnia.

W ramach analizy uniformizacji przekazu ważne jest również badanie rytuałów mediów w aspekcie prezentacji różnych wydarzeń w serwisach informacyjnych. Gaye Tuchman pokazuje sposoby, poprzez które zasady pracy dziennikarza pełnią funkcję środków społecznych, pomagających dziennikarzom w radzeniu sobie z niepewnością i ograniczeniu ryzyka²⁰. Zdaniem Rothenbuhlera są to „formy rytualne, które dzielą świat na ten znany i nieznan, bezpieczny i niebezpieczny”²¹. Tym samym postępowanie, zgodnie z wcześniej wytyczonymi zasadami, ułatwia wyszukiwanie, wybieranie i prezentację poszczególnych wydarzeń i minimalizuje wystąpienie niewłaściwego dekodowania. Dlatego wiele materiałów prezentowanych przez dziennikarzy w różnych stacjach jest do siebie bardzo podobnych, zarówno pod względem formy, jak i treści, by wpisać się w format newsa.

Couldry zaznacza, iż rytualna przestrzeń mediów jest wysoce zmienna, jest uformowana lokalnie poprzez wiele szczegółowych wzorów, np. sposób, w jaki medialne wydarzenia lub telewizyjne studio jest stworzone. Dlatego

¹⁹ Ibidem, s. 103.

²⁰ Zob. G. Tuchman, Objectivity as strategic ritual, „American Journal of Sociology” 1972, nr 77, s. 660 – 679.

²¹ E.W. Rothenbuhler, op.cit., s. 106.

jątek stanowi relacja z kataklizmu z Japonii, ale nawet w tym przypadku dziennikarze starają się przedstawić tragedię z punktu widzenia Polaków mieszkających w tym kraju i konsekwencji, jakie ta tragedia będzie miała dla Polski.

Ważność informacji może być mierzona poprzez obecność hard newsów i soft newsów. Te pierwsze, to z reguły tematy polityczne, ekonomiczne, które uważane są za kwestie poważne, podniosłe, istotne, informacje z ostatniej chwili. Te drugie, są to wiadomości „lekkie”, niemające natychmiastowej wartości informacyjnej²⁷. Wynika to z faktu, iż istotne są w formie zapewniającej widzom rozrywkę, humor, zabawę. W ramach przedmiotowej analizy można dostrzec istotne różnice w zależności od dnia wydania serwisu, a nie od tego czy jest to program telewizji publicznej czy prywatnej. W dniach bez spektakularnych wydarzeń dominują soft newsy, w trakcie pojawienia się nieoczekiwanych wydarzeń – hard newsy. Natomiast w dniu zaistnienia wydarzeń medialnych „twarde” mieszają się z tymi „miękkimi”, ze względu na fakt, iż wokół głównych tematów, zaprezentowano wiele wątków, które nie stanowiły natychmiastowej wartości informacyjnej.

Analizując prezentowanie informacji w kontekście ram interpretacyjnych, to we wszystkich serwisach dominuje rama koncentracji na człowieku. Przejawia się to w ujmowaniu prezentowanych wydarzeń z perspektywy zwykłych ludzi, np. w przypadku kruszenia kry, pokazując pracę pracowników kutrów, walkę mieszkańców i służb z wodą. W materiałach o kataklizmie w Japonii czy o rocznicy katastrofy smoleńskiej jest to najbardziej wyeksponowany element. Wynika to z faktu, iż tego typu wydarzenie najlepiej przedstawić z punktu widzenia tragedii pojedynczego człowieka, czemu służą między innymi wypowiedzi samych poszkodowanych, ukazanie ich lęku, smutku czy rozpacz. Szczególnie widać to na przykładzie materiału „Wiadomości”, będącego wspomnieniem o jednej ze stewardes tragicznego lotu czy relacji z obchodów rocznicy na Powązkach prezentowanych w obu serwisach. Dość często pojawia się również rama konfliktu, która przedstawia spolaryzowane siły występujące względem siebie, czego egzemplifikacją jest ukazanie informacji w odniesieniu do prezentacji wyników wyborów. Rama odpowiedzialności polega na szukaniu winnego, obarczaniu go winą i jest widoczna np. w materiale o postępie w śledztwie dotyczącym przyczyn katastrofy samolotu prezydenckiego, o podtopieniach polskich miejscowości czy o niespeł-

approach, London 2011.

²⁷ Zob. S. Allan, Kultura newsów, Kraków 2006.

mego trzęsienia, podania przyczyn, miejsca, liczby ofiar itp. Zadaniem takiego schematu było przybliżenie podstawowych informacji o tragedii. Z racji iż obie stacje korzystały z danych tych samych agencji informacyjnych, to w aspekcie zawartości serwisy wydają się niemal identyczne. Również w dniu śmierci przywódcy Korei Północnej obie stacje rozpoczęły programy identycznie. Pierwsza informacja dotyczyła wspomnianego wydarzenia, druga żałoby w Czechach, po śmierci prezydenta Havla, a trzecia zarzutów wobec posła Macierewicza w sprawie nieprawidłowości przy tworzeniu raportu WSI. Podobną zależność można dostrzec z relacji obchodów rocznicy katastrofy smoleńskiej, gdzie w obu serwisach zwraca się uwagę na te same wątki. Co więcej, pierwsze dwie informacje w obu audycjach są w identycznej kolejności i dotyczą relacji z obchodów rocznicy katastrofy na Powązkach oraz alternatywnych uroczystości PIS. Pokrewny schemat mają serwisy w dniu objęcia przez Polskę prezydencji w UE czy w „powyborczy poniedziałek”. Ciekawym jest również fakt, że serwisy w pozostałych analizowanych dniach (bez spektakularnych wydarzeń) zawierają podobne informacje, choć różnica między programem mediów komercyjnych a tym publicznym jest najbardziej widoczna.

Kolejna kategoria analizy to podział na informacje polityczne, ekonomiczne i społeczne. Te pierwsze dotyczą życia politycznego, partii politycznych, działań polityków i organów państwa. Te drugie, to zagadnienia odnoszące się do rynków finansowych, a ostatnie, to kwestie nastawione na pokazanie życia zwykłych ludzi. Interesującym jest fakt iż dominują te społeczne, choć jest to dość szeroka kategoria, w której zawierają się takie informacje, jak: wypadek samochodowy, przyznanie Wiktora dla dziennikarki TVN, przygotowanie do finału WOŚP, a także kataklizm w Japonii czy podtopienia kilku miejscowości w Polsce. Znacznie rzadziej prezentowane są informacje o charakterze ekonomicznym. Przykładem może być materiał „Wiadomości” o reakcji świata gospodarczego na tsunami. Natomiast tematyka polityczna wydaje się dominować w obu serwisach z 10 kwietnia i – co zrozumiałe – z 10 października. Kolejny raz różnicę można dostrzec nie tyle ze względu na samą stację, która emituje audycję, ale dzień, kiedy ona się ukazuje.

Zasięg prezentowanych informacji odnosi się do podziału na te krajowe i międzynarodowe. Z reguły w obu analizowanych serwisach dominują te pierwsze, gdyż bliskość informacji jest jednym z wyznaczników newsa²⁶. Wy-

zdaniem tego autora, należy śledzić wzory medialnych rytuałów, kategorii i granic wszędzie, od prasy po telewizję i codzienne rozmowy²². W konsekwencji, można otrzymać bogaty materiał ukazujący rytuały w życiu codziennym ludzi, które w większości wynikają z przyswojenia sobie wzorów prezentowanych w mediach masowych. Dlatego środki masowego przekazu mogą stanowić inspirację do włączania w codzienne życie wartości, poglądów czy zachowań dostępnych na wizji.

Istotnym jest również fakt, iż znaczenie rytuału w pracy dziennikarskiej można dostrzec w powstawaniu karier dziennikarskich i ich upadkach. Narracja dotycząca przeszłości pisana jest przez dziennikarzy w pierwszej osobie. Ci obecni stają się zatem – magicznie, mitycznie, rytualnie – tymi, którzy wiedzą co się dzieje teraz²³. Ilustracją są materiały, w których to reporter czy prezynter staje się kluczowym czynnikiem, decydującym o sposobie odbioru informacji przez widzów.

Uniformizacja przekazu informacji - analiza przypadku

W ramach niniejszych rozważań zasadnym wydaje się pytanie o praktyczne zastosowanie wyżej analizowanych kwestii. Jak w rzeczywistości przejawiają się rytuały medialne? Odpowiedź zostanie udzielona na podstawie porównania serwisów informacyjnych: „Fakty” TVN i „Wiadomości” TVP 1 z następujących dni: 8 stycznia, 14 lipca, 26 października oraz 18 stycznia, 11 marca, 19 grudnia, a także 10 kwietnia, 1 lipca, 10 października 2011 r.²⁴ Wybór tychże dni był celowy. Pierwsze trzy daty to zwyczajne dni, bez obecności spektakularnych wydarzeń, kiedy to serwisy informacyjne trzeba było czymś wypełnić. Kolejne dotyczą kluczowych, ale jednocześnie niespodziewanych wydarzeń, wokół których konstruowano serwis. 18 stycznia upubliczniono zapis taśm z czarnych skrzynek samolotu prezydenckiego, który rozbił się pod Smoleńskiem. 11 marca było trzęsienie ziemi w Japonii, klęska żywiołowa, której dziennikarze nie mogli przewidzieć. Natomiast 19 grudnia zmarł przy-

²² N. Couldry, op.cit., s. 13.

²³ E.W. Rothenbuhler, op.cit., s. 107 – 108.

²⁴ Serwisy informacyjne dostępne w prywatnych zbiorach autorki.

²⁶ Zob. B.W. Silcock, D. Heider, M.T. Rogus, *Managing television news. A handbook for ethical and effective producing*, London 2007; I. Cury, *Directing and producing for television. A format*

wódca Korei Północnej Kim Dzong Il. Trzecia grupa dotyczy wydarzeń oczekiwanych i istotnych dla odbiorców. 10 kwietnia, to data rocznicy katastrofy samolotu prezydenckiego, do których to obchodów przygotowywano się od wielu tygodni. Podobnie było w przypadku 1 lipca, kiedy Polska rozpoczęła półroczną prezydenturę w Unii Europejskiej oraz 10 października, dzień po wyborach parlamentarnych, kiedy zaprezentowano nieoficjalne wyniki wyborów. W konsekwencji, również środki masowego przekazu miały czas, aby poczynić odpowiednie kroki do relacjonowania tych wydarzeń (które dalej autorka będzie nazywać wydarzeniami medialnymi) w sposób szczególny.

Celem analizy było zbadanie cech charakterystycznych, mogących świadczyć o występowaniu rytuałów medialnych w polskich serwisach informacyjnych. Istotne było określenie formy przekazu, jak i rodzaju prezentowanych treści. W ramach badania przekazu przyjęto kilka kategorii, takich jak: długość serwisu, ilość informacji w serwisie, długość poszczególnych informacji, ilość zapowiedzi, pojawianie się tytułów informacji w ramach „ozdobników”, kolejność informacji, rola prezentera i reportera, elementy obecne w warstwie wizualnej i dźwiękowej, temat informacji, rodzaj ramy interpretacyjnej²⁵ (koncentracji na człowieku, konfliktu, odpowiedzialności społecznej, moralności, konsekwencji ekonomicznych), nacechowanie emocjonalne informacji (pozytywne, neutralne, negatywne), rodzaj informacji ze względu na temat (polityczne, społeczne, ekonomiczne), rodzaj informacji ze względu na zasięg (krajowe, międzynarodowe), ważność informacji (hard news, soft news), obecność figur retorycznych. Ze względu na wybiórczość materiału do analizy wykorzystano jakościową analizę treści (za wyjątkiem kilku statystyk), a za jednostkę analizy przyjęto pojedynczą informację w serwisie. Niniejszy materiał jest tylko niewielkim wycinkiem i nie może zostać uznany za reprezentatywny, jednak dążeniem autorki jest jedynie wskazanie na występowanie zjawiska rytuału medialnego i cech, które je określają w ramach analizowanych serwisów. Natomiast rozwinięcie tematu i szczegółowa analiza powinna znaleźć się w szerszych opracowaniach.

W ramach przeprowadzonego badania zauważyć można określone tendencje związane z podobieństwami i różnicami między poszczególnymi serwisami. Długość serwisów w obu stacjach jest inna w zależności od dnia tygodnia. Programy weekendowe z 8 stycznia (sobota) i 10 kwietnia (niedziela) są krótsze o około pięć minut od pozostałych programów informacyjnych z

²⁵ Zob. W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 273 – 274.

dni powszednich. Jednak rodzaj stacji nie jest zmienną różnicującą. Ponadto zauważyć można, iż ważne wydarzenia (obchody rocznicy katastrofy prezydenckiego samolotu pod Smoleńskiem, objęcie przewodnictwa w UE czy pierwszy serwis po wyborach) są przyczyną tworzenia serwisów specjalnych. W przypadku „Wiadomości” każdy z nich określany był takim desygnatem, o czym świadczyło również prowadzenie audycji przez dwójkę prezenterów. W przypadku „Faktów” jedynie serwis z 10 kwietnia był wydaniem specjalnym, prowadzonym ze Smoleńska.

Biorąc pod uwagę ilość informacji w serwisie, zauważyć można, że w analizowanych „Faktach” jest ich mniej (od 5 do 8), a w „Wiadomościach” więcej (od 8 do 12). Największa ilość informacji w serwisie oraz największa różnica między analizowanymi stacjami miała miejsce 11 marca, kiedy doszło do kataklizmu w Japonii. Mogło to być spowodowane faktem zaskoczenia i natychmiastowości w przygotowaniu materiałów. W związku z tym, że serwisy analizowanych stacji były takiej samej długości, to statystycznie na pojedynczą informację w „Wiadomościach” poświęcono mniej czasu niż w „Faktach”.

W przypadku zapowiedzi z reguły zachodzi odwrotna tendencja, mniej jest ich w „Faktach” niż „Wiadomościach”. Co więcej, w sytuacji wystąpienia wydarzenia medialnego w obu stacjach cała uwaga na początku serwisu skupiona jest na jednym, kluczowym wydarzeniu, mimo że informacje poświęcone są też innym epizodom. W przypadku serwisu TVN z 10 kwietnia tradycyjną zapowiedź zastępuje żałobna muzyka i obrazy z obchodów rocznicy. To milczenie miało swoistą wymowę, dlatego nie trzeba było żadnych słów, by wyrazić emocje.

Zależność można również dostrzec, analizując tematykę serwisów. W przypadku wydarzeń medialnych całe serwisy (niezależnie od rodzaju stacji) poświęcone są głównemu tematowi lub tematowi powiązanym, np. w „Faktach” pierwszy dzień polskiej prezydentury w UE uzupełniony został o informację dotyczącą kryzysu politycznego i gospodarczego w Grecji. W przypadku niespodziewanych wydarzeń (śmierć Kim Dzong Ila, publikacja nagrań z czarnych skrzynek czy tsunami w Japonii) z reguły taka zależność nie zachodzi, choć widoczna jest dominacja jednej tematyki, szczególnie w „Faktach”, które relacjonowały kataklizm w Japonii. W sytuacji braku spektakularnych wydarzeń serwisy wypełnione są różnymi informacjami, choć te same tematy powtarzają się w obu stacjach.

Podobieństwa można dostrzec w kolejności prezentowanych informacji. Przykładowo, wiadomości o trzęsieniu ziemi w Japonii w obu serwisach były zaprezentowane w podobnej sekwencji, na przykład pierwsza dotyczyła sa-