

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/343502218>

Rytuály medialne w komunikowaniu masowym. Przypadek polskich telewizyjnych serwisów informacyjnych: Fakty TVN i Wiadomości TVP. Aleksandra Seklecka. RECENZJA

Article in *Studia Medioznawcze* · March 2018

CITATIONS

0

READS

82

1 author:



Kopeć-Ziemczyk Katarzyna

7 PUBLICATIONS 8 CITATIONS

SEE PROFILE

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



The image of society in the media. An example of TV news programs [View project](#)

(95), PWRiL (57) czy PZWL (53). To prawda, że w swojej ofercie te wydawnictwa miały niemal wyłącznie czasopisma, głównie branżowe i specjalistyczne, ale przecież to nie znaczy, że można ich działalność i obecność w systemie medialnym bagatelizować. Tym bardziej w publikacji aspirującej do miana naukowej, recenzowanej przez osoby ze stopniem naukowym.

Nie są to wszystkie uwagi krytyczne, wątpliwości merytoryczne, metodologiczne i językowo-stylistyczne, które wzbudza książka dr. Guzka. Świadomie rezygnuję jednak z przedstawiania pozostałych, ponieważ – i mówię to ze smutkiem – książka na to nie zasługuje.

Wiesław Sonczyk



Aleksandra Seklecka

Rytuały medialne w komunikowaniu masowym

Przypadek polskich telewizyjnych serwisów informacyjnych

Fakty TVN i Wiadomości TVP

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 406 s., Toruń 2017,
ISBN 978-83-231-3756-6

W medioznawstwie, wraz z rozwojem internetu i nowych technologii, pojawia się coraz więcej obszarów do badań. Ale naukowcy w swoich rozważaniach wciąż wracają do mediów tradycyjnych. Dla mnie jako byłej dziennikarki telewizja jest środowiskiem niezwykle bliskim. Znając mechanizmy funkcjonowania redakcji informacyjnych i to, jak – wbrew pozorom – skomplikowane zachodzą w niej zjawiska i procesy, nie dziwi, że świat nauki tak chętnie przygląda się serwisom informacyjnym. Takim szczególnym czasem, kiedy to zainteresowanie zostaje pobudzone, są kampanie wyborcze. To one bardzo często prowokują do przyjrzenia się zjawiskom zachodzącym w telewizji, które często, o ile nie zawsze, wpływają na kreowanie rzeczywistości, formowanie poglądów, decyzje wyborcze, tworzenie podziałów społecznych, ale także na skupianie ludzi wokół telewizji i tworzenie swoistego rodzaju rytuału oglądania telewizji. Dzięki mediom widzowie wkraczają w świat, do którego, bez np. telewizyjnych serwisów

informacyjnych, nie mieliby dostępu. W swojej publikacji Aleksandra Seklecka przebyła interesującą drogę od świata religii do świata współczesnych serwisów informacyjnych, które tylko na pozór wydają się być od siebie oddalone. Było to możliwe za pomocą analizy wielu podejść teoretycznych, a także dziesiątek wydań serwisów informacyjnych *Faktów TVN* oraz *Wiadomości TVP*. Autorka poddała analizie audycje informacyjne z lat 2010–2016, w których znalazły się wydarzenia medialne niezwiązane z kampanią wyborczą oraz związane odpowiednio z kampaniami: prezydencką (2010 i 2015), parlamentarną (2011 i 2015), do Parlamentu Europejskiego (2014). Seklecka specjalizuje się w problematyce mediów masowych i ich związków ze sferą polityki. Jest autorką monografii *Polityka, media, manipulacja medialna – przypadek Polski po 1989 roku*, i wielu artykułów z zakresu manipulacji medialnej, marketingu politycznego oraz rytuałów medialnych. Omawiana publikacja jest pierwszą, tak obszerną pracą tej autorki, która

w całości została poświęcona rytuałom w serwisach informacyjnych.

Wstęp wprowadza w tematykę książki, prezentuje problem badawczy i metodologię zastosowaną do zweryfikowania hipotez dotyczących tytułowych rytuałów medialnych w komunikowaniu masowym. Głównym problemem badawczym jest odpowiedź na pytanie, w jaki sposób rytuały medialne przejawiają się w serwisach informacyjnych polskich stacji telewizyjnych i jakie konsekwencje niesie ze sobą przyjęcie perspektywy rytualnej w kontekście interpretacji przekazów medialnych. A także szerzej, jakie konsekwencje ma to dla komunikowania masowego? Rozważaniom teoretycznym autorka poświęciła dwa pierwsze rozdziały książki, kolejne – do trzeciego do siódmego – są mieszanką teorii i empirii.

Rozdział pierwszy wprowadza czytelnika w świat teorii komunikowania. Tu autorka zwróciła swoją uwagę w kierunku modeli: transmisji (telegraficznym), rozgłosu, recepcji i przede wszystkim – modelu rytualnego. Podejmując się analizy tych modeli w perspektywie porównawczej, wskazała na fakt, że „współcześnie model rytualny wydaje się mało doceniany, zwłaszcza w kontekście badania telewizyjnych audycji informacyjnych. Celem mediów masowych jest dążenie do wpływania na działania jak największej liczby osób. Natomiast rytuał może integrować wokół kwestii, które są finalnie istotne nie tyle dla samego społeczeństwa, ile dla sił, które to społeczeństwa kontrolują. Widzowie nie muszą przyjmować interpretacji oferowanych przez media, gdyż mają możliwość alternatywnego dekodowania. Jednak często tego nie robią, nie dlatego, że nie mają odpowiednich instrumentów, ale chcą wierzyć, że są częścią określonej wspólnoty wyznającej podobne poglądy (wierzenia)” (s. 51). Zgłębiając temat komunikacji rytualnej, autorka postanowiła podjąć się analizy podejścia Rothenbuhlera, uznawanego za jedno z najważniejszych ujęć komunikacji. Za tym idzie spojrzenie na rytualne wykorzysta-

nie mediów, zastanowienie się, jakie rytuały pojawiają w działaniu mediów i czy telewizję można traktować jak religię.

Rozdział drugi w całości poświęcono rozważaniom na temat istoty rytuału. Autorka z wyjątkową dokładnością analizuje rytuał w wielu ujęciach teoretycznych. Przeprowadza czytelnika przez typy i funkcje rytuału, przez władzę symboliczną, doprowadzając do rozważań na temat rytuału medialnego zarówno w punktu widzenia komunikacji, jak i antropologii. Seklecka w swoich rozważaniach dochodzi do interesującego wniosku, że choć społeczeństwo coraz słabiej jest przywiązane do religii, i w związku z tym również do religijnych rytuałów, to jednak coraz chętniej szuka takich przestrzeni, które tę sferę sakralną zastąpią. A to daje bardzo dużą przestrzeń dla działalności dziennikarskiej i telewizyjnej.

Trzeci rozdział stanowi kompendium wiedzy na temat serwisów informacyjnych i składa się z warstwy teoretycznej i empirycznej. W tym rozdziale autorka dokonuje analizy kilkudziesięciu wydań *Faktów* i *Wiadomości*, pokazując na konkretnych przykładach, w jaki sposób dochodzi do zrytualizowania dyskursu medialnego. Serwisy informacyjne są charakterystyczną formą przekazu dla każdej telewizji. Dlatego tak istotne jest zapoznanie się nie tylko z ich definicją, ale i ze sposobem ich funkcjonowania. Wiedza o tym, jak dochodzi do selekcji informacji, jakim procesom przemian podlegają i jak ostatecznie są prezentowane, będzie miała znaczenie, kiedy podejmujemy się analizy serwisów informacyjnych. Autorka zwraca uwagę, że obecnie przekazy informacyjne są budowane w prosty sposób, łatwy w odbiorze. To niestety słyca omawiany temat i prowadzi wprost do tabloidyzacji. Ważna jest także rola dziennikarzy w tworzeniu serwisów informacyjnych. Kultura dziennikarska, zmiana pokoleniowa, presja ekonomiczna, nowe warunki pracy – to wszystko ma wpływ na jakość prezentowanych newsów. Autorka poświęca uwagę także preterowi i reporterowi, których rola (szczególnie

reportera) rośnie wraz z rangą prezentowanego wydarzenia. W ich pracy Seklecka odnajduje rytuały, tj. powitania czy pożegnania, które są stałym elementem każdego serwisu informacyjnego. Ale rytuał dostrzegalny jest nie tylko we fragmentach, ale i w całości. Rytuałem jest także cała audycja. Struktura telewizyjnych serwisów informacyjnych, wieczorna pora emisji, czas trwania, zawartość newsów typu *soft* i *hard*, są do siebie podobne zarówno w stacjach publicznych jak i komercyjnych.

Kontynuując rozważania na temat komunikacji rytualnej w telewizyjnych serwisach informacyjnych, w rozdziale czwartym Seklecka zwraca uwagę, na dostrzegalność rytuału przede wszystkim w wydarzeniach medialnych. Dogłębnej analizie poddaje 17 wydarzeń z lat 2011–2016, w tym między innymi 6. rocznicę śmierci Jana Pawła II, 1. rocznicę katastrofy smoleńskiej czy też Święto Niepodległości. Zauważa, że serwisy informacyjne podczas tych szczególnych momentów zupełnie przybierają inny, odświętny charakter. Budowa audycji informacyjnej różni się od codziennego serwisu informacyjnego. Może nie być tradycyjnej czołówki, może nie być tradycyjnego forszpanu, inne będzie powitanie prowadzącego, często informacji – poza wydarzeniem medialnym – może nie być wcale, lub będzie ich ograniczona liczba. Kiedy dzieje się coś ważnego, wydawcy decydują się na schemat wydania specjalnego. Często wysyłają prezentera w miejsce zdarzenia, z którego prowadzi serwis. Taki odświętny charakter serwisów informacyjnych staje się również rytualny ze względu na swoje zasady i powtarzalność. Uzupełnieniem rozdziału jest opisanie charakterystyki typów wydarzeń medialnych i zwrócenie uwagi na kampanię wyborczą jako na wydarzenie medialne. Autorka prowokuje też pytaniem, czy wydarzeniem medialnym staje się obiektywnie ważne wydarzenie, czy to może media same w sobie mają moc sprawczą, by takie wydarzenia kreować.

Kolejne dwa rozdziały tworzą ze sobą spójną część analizy zawartości serwisów informacyj-

nych z punktu widzenia słowa, obrazu, dźwięku, grafiki. Autorka spostrzega bowiem, że news to nie tylko warstwa werbalna, ale również audialna i wizualna. W rozdziale piątym Seklecka, odwołując się do roli języka w komunikowaniu przywołuje przykłady stylistycznych zabiegów stosowanych przez prezenterów i dziennikarzy. Łatwo zauważyć, że znajdziemy tu pełny wachlarz zabiegów słownych, tj. metaforę, metonimię, elipsę czy hiperbolę. Oprócz słowa mówionego uwaga zostaje zwrócona w kierunku słowa pisanego, obecnego w tytułach materiałów, które pojawiają się na tak zwanych belkach u dołu ekranu.

Aby analiza rytuału mogła być pełna, autorka nie zatrzymuje się tylko na słowie. W rozdziale szóstym zwraca uwagę na elementy dźwiękowe, tj. skrzypiące drzwi czy dzwonek szkolny, które mają dać efekt obecności widza na miejscu, wywołać konkretne emocje. Poruszenie wywołuje także obraz, który przy tworzeniu materiałów informacyjnych jest elementem niezwykle istotnym, o ile w ogóle nie najistotniejszym. Przywołując między innymi teorię Bergstroma, który dzieli obrazy na informacyjne, objaśniające, bezpośrednie (kierunkowe) i ekspresyjne oraz klasyfikację Charlesa Peirce'a, wyróżniającego ikonę, indeks i symbol, autorka dostrzega olbrzymie znaczenie tego, co widać na ekranie. Analizując zawartość audycji informacyjnych, zwróciła uwagę, że obok ujęć filmowych najczęstszym elementem wizualnym newsa są grafiki. Umieszczanie ich w materiałach służy, między innymi, pokazywaniu wyników sondaży, wizualizacji map, cytowaniu, rekonstrukcji zdarzeń czy wyjaśnianiu złożonych procesów i zjawisk. Częste sięganie po grafikę staje się także procesem rytualnym, bo zaczyna być regułą. W ostatnim, ósmym rozdziale autorka wskazuje, że ramy medialne i ramowanie mogą zostać zastosowane w odniesieniu do badania rytualnej komunikacji telewizyjnych serwisów informacyjnych. Ramą może być zarówno sama audycja, jak i poszczególne newsy, którym dziennikarze nadają stosowny kształt. Każdy rytuał jest ramą.

Wiele przekazów można ujmować w ramach – metaforach rywalizacji sportowej, wojny czy sztuki teatralnej. Może pojawić się rama „oparta na człowieku”, konflikcie, moralności, odpowiedzialności społecznej czy konsekwencjach ekonomicznych. Do tego można dołożyć formuły cierpienia, ironiczne lub „opakowania narodowego” (np. „Papież z Polski”). Rozdział jest dopełniony analizą mechanizmów perswazyjnych oraz mechanizmów dyskursywnych. Na podstawie wybranych audycji informacyjnych autorka wyróżnia mechanizmy wspólnotowy, rywalizacji i ludyczności. Bardzo ważny jest wydzźwięk newsa. Informacje mogą mieć charakter pozytywny, negatywny i neutralny (bezemocjonalny). Zastosowane mechanizmy sprawiają, że dziennikarze kształtują obraz świata przekazywanego odbiorcom również za pomocą wartości i ideologii, jakimi się kierują, a które wpisują w swoje relacje.

W zakończeniu autorka wraca do refleksji nad obydwoma światami – religii i mediów – pisząc: „Traktowanie serwisu informacyjnego jako liturgii, prezentera jako kapłana, a reporterów jako jego pomocników pozwala dostrzec podobieństwa między tymi dwoma sytuacjami społecznymi. Tym bardziej że, jak twierdzi Couldry (2010, s. 109), praktyki medialne zakotwiczą inne praktyki. (s. 371). Nawiązując do konstatacji Magdaleny Matei (2015, s. 17), że analiza współczesnych publikacji prasowych prowadzi do wniosku, iż odtwarzamy rytuały funeralne sprzed setek lat, posługując się zmodyfikowanymi, niekiedy w nieznacznym stopniu, środkami wyrazu, można również stwierdzić, że analiza współczesnych telewizyjnych przekazów informacyjnych pokazuje, że rytuały są nadal obecne, by nie rzec – wszechobecne”. (s. 374) Autorka widzi również potrzebę prowadzenia dalszych badań nad rytuałami medialnymi. Jednakże przeprowadzenie ich analizy w badaniach obserwacji uczestniczących, które dałyby możliwość wnioskowania o rytuałach

nie na efektach dziennikarskiej pracy, ale na samych praktykach, wydaje się być zadaniem bardzo trudnym, chociaż nie niemożliwym.

Na warstwę merytoryczną książki składa się także obszerna bibliografia zawierająca tytuły polskie i zagraniczne, liczne monografie, artykuły w pracach zbiorowych i wstępy do monografii, artykuły w czasopismach, netografię, wydania telewizyjnych audycji informacyjnych, artykuły w prasie. Dopełnieniem publikacji jest aneks, w którym znajdziemy tabele z wykazem odświeżonych cech nadawanych przez redakcje poszczególnym telewizyjnym serwisom informacyjnym.

Na koniec pozwolę sobie zacytować fragment z recenzji prof. dr. hab. Tomasza Gobana-Klasa, który moim zdaniem jest najlepszą oceną omawianej książki. „Dr Aleksandra Seklecka włożyła ogrom pracy w zebranie materiałów o tak licznych elementach teorii mediów, niektórych bardziej znanych, także w Polsce, wielu innych znacznie mniej. To książka nie tylko dla politologów, lecz także dla szerokiego kręgu studentów różnych kierunków, coraz częściej nie tylko społecznych, włącznie z zarządzaniem o profilu humanistycznym, a także kierunków humanistycznych, szukających miejsca pracy na rynku public relations, marketingu politycznego i samorządowego. Dla nich książka będzie istotnie inspirującą monografią – przydatną przy konceptualizacji teoretycznej i podbudowy hipotez na temat natury współczesnego komunikowania masowego. Dla studentów socjologii, medioznawstwa, na których wyklada się elementy wiedzy o komunikacji społecznej, mediach, marketingu politycznego, kierunków kształtowaniu wizerunku itp. będzie to pożyteczna pozycja, zwłaszcza gdy przygotowują prace magisterskie lub doktorskie z tych zakresów tematycznych. Dla praktyków licznych zawodów medialnych, w tym klasycznego dziennikarstwa, to inspirująca refleksja nad swą działalnością i jej doskonaleniem”.

Katarzyna Kopeć-Ziemczyk