

## O czym informują programy informacyjne?

Autor tekstu: **Marcin Łętowski**

### Serwisy informacyjne jako zjawisko kultury popularnej

**T**elewizyjne programy informacyjne stały się jednym z wielu przejawów kultury popularnej. Proste, bezpośrednio mówienie o tym, co się wydarzyło w polityce krajowej i zagranicznej przestało już być ich główną funkcją, o ile kiedykolwiek taką spełniało. Obecnie coraz większy nacisk kładzie się w nich na specyficzną pojmowaną rozrywkę [1], konkretna wiadomość ma zaciekać widza, powinna być atrakcyjna. Przestaje się już liczyć treść, ale znaczenia nabiera forma, opakowanie [2]. Zdaniem Marka Krajewskiego (do którego bardzo interesującej książki *Kultura kultury popularnej*, a dokładniej rozdziału *Programy informacyjne – uprzedmiotowienie jako warunek trwania narracji*, będę w poniższym artykule głównie nawiązywał) mamy tu do czynienia z jednym z wielu przejawów popularyzacji rzeczywistości. W dzisiejszych ponowoczesnych czasach włączone w dyskurs kultury popularnej może być wszystko: polityka, religia, nauka, życie codzienne, sfera uczuć itp.

Marek Krajewski pisze, że dziś mamy już za sobą czasy kultury masowej: prostych produkcji dla mas przekazywanych przez środki masowego przekazu. Od mniej więcej lat 60. ubiegłego stulecia znajdujemy się w sytuacji postępującej popularyzacji i medializacji całej rzeczywistości społecznej. Co to oznacza? Otóż nie doświadczamy życia społecznego w samej jego istocie, esencji. Stykamy się z czymś odpowiednio przefiltrowanym, zniekształconym, a nawet konstruowanym przez mechanizmy popularnej rozrywki. Zgodnie z postępującą tendencją dzienniki informacyjne mają coraz mniej wspólnego z „czystym” informowaniem o ważnych wydarzeniach, a coraz więcej w nich inscenizacji [3], dostosowywania się do potrzeb widza i wymogów rynku medialnego. Jak pisał Marshall McLuhan (M. McLuhan, *Wybór tekstów*, Poznań 2001) przekaznik jest przekazem i zaprezentowanie „nieskażonej” obiektywnej informacji z definicji jest niemożliwe. Nie chodzi tu więc o kwestię nieuczciwości konkretnych stacji, manipulowania widzom, mniej lub bardziej ukrytego propagowania określonej opcji politycznej czy światopoglądowej. Działa w takich przypadkach relacja zwrotna: tak jak odbiorcy są „urabiani” przez to, co oglądają, tak i nadawcy są uzależnieni od mechanizmów kultury popularnej i wolnego rynku (konkurencja, walka o widza, jego wymagania).

Dzienniki telewizyjne nie przekazują zatem obiektywnych informacji, suchych faktów. W sytuacji przesytu napływającymi zewsząd informacjami, gdy w samym codziennym życiu odbieramy setki przeróżnych wrażeń za pomocą wszystkich zmysłów, telewizje muszą jak najbardziej uatrakcyjnić swoje serwisy informacyjne. Chodzi o przekonanie widzów, że to, co się dzieje na świecie tysiące kilometrów od ich zamieszkania jest ważniejsze i atrakcyjniejsze od tego, co wydarza się w ich własnym otoczeniu. Poszczególne wiadomości muszą być przekazane w jak najatrakcyjniejszy sposób, aby zainteresowały widza, przyciągnęły jego uwagę i jak najdłużej przytrzymały przed odbiornikiem telewizyjnym.

Przesyt informacjami prowadzi do zubożenia na nie. W efekcie im więcej o czymś wiemy, tym mniej wiemy. Dlatego też serwis informacyjny musi przyciągnąć uwagę widza. Konkretna wiadomość musi być: jak najbardziej interesująca (niekoniecznie ważna, istotna) i przedstawiona w jak najbardziej zajmującym, czasem wręcz widowiskowym stylu. Widz staje się świadkiem i uczestnikiem spektaklu przekazywania informacji. (M. Niezgoda, *Rzeczywistość społeczna czy rzeczywistość telewizyjna*, [w:] W. Dudek (red.), *Radio i telewizja. Informacja, kultura, polityka*, Katowice 2000)

Przypomnijmy sobie dla przykładu zamach na World Trade Center 11 września 2001 roku. Czy oglądając telewizyjne relacje z tych tragicznych wydarzeń nie mieliśmy wrażenia, że obserwujemy jakieś specjalnie dla nas zaaranżowane widowisko z efektami specjalnymi (często powtarzane ujęcie samolotów wbijających się w *Twin Towers* i powolnego walenia się w gruzy obu budynków)?

To przerażające, traumatyczne wydarzenie przedstawiane było na ekranie telewizora jako groźne, ale i pewnym sensie atrakcyjne wizualnie wydarzenie. Zupełnie jakbyśmy obserwowali z bezpiecznego dystansu jakieś niesamowite, budzące lęk zjawisko natury. Nietrudno zauważyć analogię z romantycznymi obrazami przedstawiającymi przyrodę: groźną, chaotyczną,

nieposkromioną. Konkretni ludzie, pracownicy WTC ginący pod gruzami wież stali się czymś w rodzaju namalowanych maleńkich postaci, punktów zetkniętych z żywiołem. [4] Przypominam, nie piszę tu o samym wydarzeniu, ale o tym, co można było zaobserwować na ekranie telewizora. To, co widzimy w telewizji nie jest bezpośrednim, przeźroczystym ujawnieniem „realnej” rzeczywistości, ale samo w sobie staje się swoistą rzeczywistością, której nie trzeba odnosić do czegoś „konkretnego” poza nią, baudrillardowskim *simulacrum* (J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, Warszawa 2005). Media tworzą hiperrzeczywistość bardziej „prawdziwą” od „zwykłej” rzeczywistości.

Ale wróćmy do zamachu 11 września, a raczej „zamachu 11 września” (nie konkretnego wydarzenia, ale jego obrazu w naszej rzeczywistości społeczno-medialnej). Na serwisie internetowym *Youtube* można znaleźć sporo archiwalnych nagrań z telewizyjnych relacji z owych wydarzeń. [5] Przypatrzmy się na przykład bliżej sprawozdaniu z *Faktów* telewizji TVN, które można obejrzeć w Internecie [tu](#).

Słyszymy zapowiedź, że za chwilę dowiemy się o najbardziej tragicznym zamachu terrorystycznym w historii. Prezenter sam wygląda na przerażonego tym, o czym mówi. To już nie bezosobowy, sztywny spiker z PRL-owskiego *Dziennika Telewizyjnego*, ale ktoś swojski, taki jak my, znajdujący się tylko po drugiej stronie szklanego ekranu. W pewnym momencie widać za plecami prowadzącego wydanie *Faktów* Tomasza Lisa, (gdy mówi o przypuszczalnej liczbie ofiar zamachu i że „nie wiadomo też, kto popełnił tą zbrodnię”) pracowniczkę — dziennikarkę zabierającą jakąś kartkę ze stołu. Znaczenie tego może być takie: „Na pewno Was ciekawi ile było ofiar i kto ponosi winę za cały wydarzenie. Brak nam jeszcze konkretnych informacji, ale pracujemy nad tym, nawet w chwili, gdy nas oglądacie, cały czas dla was pracujemy, co sami przecież widzicie”. Ten dynamiczny „drugi plan” pełni ważną rolę. To, jak wspomina Krajewski w swej książce, ukazanie pracującej pełną parą redakcji programu mówi, że widz jest najważniejszy. On znajduje się w centrum uwagi. Wokół jego oczekiwania krąży cały sztab dziennikarzy.

W relacji z *Wiadomości* TVP, którą można sobie przypomnieć [w tym miejscu](#) również widzimy na drugim planie za prezenterką kilka osób przed biurkiem z komputerem. Pracują oni dla nas, wciąż sprawdzają, co wydarzyło się ważnego. *Wiadomości* nie są tu relacją z tego, co się wydarzyło, ale tego, co dzieje się w tej chwili, wciąż się wydarza. Odnosi się wrażenie, że prezenterka mówi to, o czym dowiaduje się na żywo od dziennikarzy za jej plecami.

Również sama relacja znajdującej się na miejscu wydarzeń czy w jego pobliżu reporterki TVN przedstawiona została jako coś emocjonującego, niebezpiecznego (w tle widzimy nagrane wcześniej ujęcia z uderzenia samolotów w wieże i ucieczkę mieszkańców Manhattanu). Tomasz Lis sam chce się dowiedzieć więcej co się dzieje, przez co ustanawia samego siebie w sytuacji widza czekającego na nowe informacje. Nie jest już „dawcą” informacji, ale też ich odbiorcą, także kimś włączonym w samo wydarzenie. Prosty podział na informującego i informowanych tu zanika.

Relacje z wydarzeń 11 września to przykład nowoczesnych programów informacyjnych. Nie liczy się tu tylko sama informacja, ale również jej przekaz: dynamika, akcja, napięcie, ruch, prędkość — natychmiastowość [6], widowiskowość, atrakcyjność dla widza. *Wiadomość* zamieniona została w widowisko, spektakl zaaranżowany specjalnie dla widzów.

Jak widać więc na tym przykładzie popularyzacji uległ sam sposób informowania o wydarzeniach politycznych, czyli czymś co wydawałoby się nie może ulec mechanizmom kultury popularnej, zwłaszcza jeśli dotyczy ludzkich tragedii. W dzisiejszych dziennikach telewizyjnych można nawet zauważyć pewien przesyt, nadmiar formy nad treścią — chociażby studio przypominające małą estradę z prowadzącym w roli gwiazdy programu.

Dlaczego tak się dzieje? Pamiętajmy, że stacje telewizyjne konkurują ze sobą o widza. Dlatego też muszą sprawiać wrażenie, że są najszybsze w przekazywaniu informacji (kręcący się w tle dziennikarze „na żywo” sprawdzający najnowsze wieści, otrzymujący je szybciej od innych [7], ich programy są najatrakcyjniejsze, prezenterzy najbardziej kompetentni, ale i też najbardziej „ludzcy”, sami emocjonalnie reagujący na to, co się dzieje, podobni do nas.

Prowadzący serwisy informacyjne witają i żegnają się takimi zwrotami jak: „Dziękujemy, że zaprosili nas państwo do swoich domów”. Spoufalają one nas z prezenterami. Doświadczamy wtedy poczucia teleobecności, dziennikarz siedzi z nami w pokoju i bezpośrednio opowiada o tym, co właśnie się wydarzyło. Nie jest kimś bezosobowym, czytającym z kartki automatem, ale kimś sympatycznym, jednym z nas. Dzienniki telewizyjne pokazują nam świat „ich”: kłócących się ze sobą polityków, popełniających śmieszne gafy, prowadzących ze sobą wojny w sensie przenośnym i dosłownym. Ustawiają nas w pozycji

wścibskiej sąsiadki oburzonej rozwiązłym życiem sąsiadów (wszyscy narzekają na polityków), ale jednocześnie podglądającej czy podsłuchującej ich z bezpiecznego punktu obserwacyjnego. Programy informacyjne jawią się jako egalitarne. Uczą, że wszyscy (widzowie) są równi, każdy ma prawo do informacji (obejrzenia dziennika i zrozumienia go).

Dezinformacji serwisów informacyjnych powinniśmy przeciwstawić inny, przeciwstawny jej trend w mediach. Otóż, skoro programy informacyjne stają się coraz bardziej rozrywkowe to dla równowagi programy rozrywkowe stają się w specyficznym sensie coraz bardziej informacyjne. Razem z reklamami uczą nas, jaką powinniśmy mieć tożsamość, pragnienia, jak wyglądać, jak się ubierać, co jest ważne, atrakcyjne, cenione we współczesnym świecie.

Wiadomości informują nas o „sztuczkach” i „fuszerkach” – zjawiskach, które naruszają pierwotne ramy interpretacji określające kształt rzeczywistości codziennego życia i wyznaczają nasz sposób działania w obrębie owych ram (E. Goffman, *Pierwotne ramy interpretacji*, [w:] E. Mokrzycki (red.), *Kryzys i schizma. Antyścjentyczne tendencje w sztuce współczesnej*, Warszawa 1984). Dzienniki udzielają nam informacji o tym, co zakłóca codzienną rzeczywistość: aferach, wypadkach, tragediach, kuriozalnych wydarzeniach czy politycznych „świętach” jak np. wybory. Mówią też, co zauważył Krajewski, o wydarzeniach przywracających pożądany stan rzeczy: złapanie i osądzenie mordercy, ujawnienie afery gospodarczej i jej winnych itp.) i o próbach wyjaśnienia, co jest przyczyną naruszenia stabilności społeczeństwa. Mają zatem moc przywracania porządku społecznego, konstruowania na nowo harmonijnego społeczeństwa, wyręczania w tym widza jako członka społeczeństwa. Wszystko odbywa się w wyobrażonej rzeczywistości, przestrzeni medialnej, w której to każdy problem, jeśli nie znajduje rozwiązania to natychmiast zostaje nagłośniony.

Telewizyjne programy informacyjne pokazują więc czy też kreują społeczeństwo jako spragnione informacji, szukające najnowszych wieści, pragnące być na bieżąco informowane o wszystkim i uznające telewizję jako najbardziej do tego celu kompetentną, pośrednika pomiędzy światem „my”, a „oni” (świat polityki, gospodarki). W czasach postulowanego przez Lyotarda (J. Lyotard, *Kondycja ponowoczesna*, Warszawa 1997) zaniku wielkich narracji programy informacyjne codziennie snują, tworzą telewizjom nową opowieść: postępująca popularyzacja, uwidowiskowienie rzeczywistości społecznej i politycznej, poddanie się regułom medialnej rozrywki, przyjemności kultury popularnej.

O ile w PRL-owskim *Dzienniku Telewizyjnym* prowadzący był trybunem władzy, Partii, przekazującym kolejne odgórnie ustalone wiadomości o zjazdach partyjnych, przemówieniach przywódców itp., to w dzisiejszych serwisach prezenterzy występują jako reprezentanci społeczeństwa. Oni i całe tabuny dziennikarzy oraz reporterów niejako podpatrują, włamują się do „mrocznego” świata polityki i „przemycają” nam kolejne wiadomości. Oczywiście im bardziej skandaliczne czy śmieszne, kuriozalne tym lepiej. Jednak przechodzą tu w drugą skrajność. Wiadomości z czasów komunistycznych konstruowane były przez rząd. Zanim można było o czymś powiedzieć musiało to zostać ocenione przez cenzurę i to, co było pokazywane było „poprawiane”, upiększane, zabarwiane ideologicznym sosem. Dzisiejsze informacje, jak pisałem, konstruowane są przez wymogi rozrywki i rynku mediów – walki o widza pomiędzy konkurującymi ze sobą stacjami. Obecna w nich jest również ideologia, chociaż przekazywana w ukryty sposób. Obiektywne, neutralne fakty, wiadomości czy wydarzenia nie istnieją.

Relacje pomiędzy mediami, programami informacyjnymi, a ich odbiorcami i społeczeństwem jako takim oraz kulturą popularną oczywiście są dużo bardziej skomplikowane niż to, co opisałem w tym artykule. Jednak też taka jest ich współczesna specyfika. Nie dają się one zamknąć w konkretnych ramach teoretycznych. Pisząc też o nich jak o przejawie kultury popularnej musimy również pisać o innych kategoriach życia społecznego czy medialnego, gdyż wzajemnie się one przenikają ze sobą, są ze sobą ściśle powiązane. Nic nie istnieje w próżni. Oglądając wieczorne wydanie wiadomości warto spojrzeć na nie jako na specjalnie zaaranżowany dla widza tekst kultury popularnej, jeden z przejawów popularyzacji rzeczywistości.

## Literatura:

- J. Baudrillard, *Symulakry i symulacja*, Warszawa 2005,
- E. Goffman, *Pierwotne ramy interpretacji*, [w:] E. Mokrzycki (red.), *Kryzys i schizma. Antyścjentyczne tendencje w socjologii współczesnej*, Warszawa 1984
- M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2005,

- J. Lyotard, *Kondycja ponowoczesna*, Warszawa 1997,
- T. Maliszewski, *Wiadomości telewizyjne – informacja czy rozrywka?*,
- Tekst dostępny na stronie [http://hum.uwb.edu.pl/~kolo/wiad\\_tv.htm](http://hum.uwb.edu.pl/~kolo/wiad_tv.htm),
  - M. McLuhan, *Wybór tekstów*, Poznań 2001,
- M. Niezgoda, *Rzeczywistość społeczna czy rzeczywistość telewizyjna*, [w:] W. Dudek (red.), *Radio i telewizja. Informacja, kultura, polityka*, Katowice 2000,
- D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998.

Przypisy:

**[1]** Ma się rozumieć, żadna stacja telewizyjna nie mówi o tym wprost. Każdy program informacyjny przedstawia się jako poważny, traktujący o istotnych zagadnieniach, oddzielony widoczną granicą chociażby od tasiemcowych seriali.

**[2]** Jak wspomina D. Strinati (D. Strinati, *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998) analizując postmodernistyczne podejście do kultury popularnej kładzie się w niej większy nacisk na styl kosztem treści.

**[3]** Znikanie wyraźnej, łatwej do zakreślenia granicy pomiędzy fikcją, a rzeczywistością to kolejna cecha „postmodernistyczności” programów informacyjnych czy szerzej kultury popularnej.

**[4]** Jak pisze Krajewski w *Kulturach kultury popularnej*, w przypadku wielu newsów najważniejszym kryterium ich pokazania staje się wizualna atrakcyjność kadru, jak bardzo zdolny on jest przyciągnąć uwagę widza. Tragedia ludzi ginących w WTC została zredukowana do bycia estetycznym ornamentem mającym zwiększyć oglądalność. Krajewski twierdzi, że skrajnym przykładem fetysyzacji tego typu kategorii są takie wystawy jak *World Press Foto*.

**[5]** Oczywiście na [Youtube](https://www.youtube.com) można także znaleźć i przypomnieć sobie fragmenty relacji z wielu innych ważnych wydarzeń. Serwis ten zresztą zasługuje na oddzielną analizę.

**[6]** Takie stacje jak TVN 24 doprowadzają tą natychmiastowość przekazu do skrajności bez przerwy informując „na żywo” o przeróżnych wydarzeniach politycznych.

**[7]** Przypomina mi się pewien rysunek satyryczny. Przedstawiał on reportera stojącego z mikrofonem na jakimś pustkowiu. Dziennikarz mówił: „Jeśli coś się tu wydarzy ważnego to na pewno będę pierwszy”.

#### **Marcin Łętowski**

Ur. 1978. Absolwent socjologii na Uniwersytecie im. A. Mickiewicza w Poznaniu. Interesuje się m.in. socjologią religii i kultury, psychoanalizą, marksizmem i muzyką. Mieszka w Gruszczyne k. Poznania.

[Pokaż inne teksty autora](#)



(Publikacja: 12-10-2008)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6126) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6126>)

Contents Copyright © 2000-2008 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.  
Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do [redakcja@racjonalista.pl](mailto:redakcja@racjonalista.pl)