

Mediatyzacja rytuału. Obrazy praktyk kulturowych w dyskursie medialnym

Aleksandra Kubas (Uniwersytet Jagielloński)

Wprowadzenie

Środki masowego przekazu, z jakimi mamy do czynienia współcześnie, zostały ukształtowane przez przemiany zachodzące w sferze technologii komunikacyjnych oraz organizacji życia społecznego. Rewolucja cyfrowa nie tylko przyczyniła się do wytyczenia nowych wzorców komunikowania dla mediów masowych końca XX i początku XXI wieku, ale oznaczała również powstanie nowej, medialnej kultury interaktywnej¹. Rozwój nowych mediów i technologii cyfrowych doprowadził do uformowania się społeczeństwa, w którym wszelki rodzaj kontaktów jest zapośredniczony przez media – zostało ono określone mianem „społeczeństwa medialnego”. Termin ten odnosi się do społeczności, w której media masowe wytwarzają swoistą rzeczywistość wirtualną i kulturę medialną, a infrastruktura komunikacyjna stanowi podstawę działań oraz kontaktów jednostkowych i organizacyjnych we wszystkich sferach życia człowieka². Ewolucja technologii informacyjno-komunikacyjnych, w szczególności nowych mediów z internetem na czele, wpłynęła na obecny kształt procesów cywilizacyjno-kulturowych, modyfikując tym samym dotychczasowe rozumienie kultury i tradycji.

Kultura z założenia posiada podłoże komunikacyjne, gdyż powstaje ona w wyniku interakcji międzyludzkich, w szczególności wzajemnego oddziaływania i współdziałania jednostek³. Kultura za pomocą języka oraz symboli kształtuje postawy, wartości, potrzeby i poglądy każdego człowieka, kreując tym samym jego tożsamość jednostkową, zbiorową i społeczną⁴. Proces postępującej mediatyzacji świata doprowadził do globalizacji kultury, którą już w latach sześćdziesiątych ubiegłego wieku Marshall McLuhan określił mianem „globalnej wioski”⁵. Obecnie rzeczywistość jest w jeszcze większym stopniu przetwarzana, udostępniana oraz kreowana przez media, które doprowadziły do przekształcenia kultury w „cyberkulturę”, rozumianą jako społeczne doświadczenie życia zdominowanego przez technologie informacyjno-komunikacyjne⁶. Komunikacja odbywająca się w ramach cyberkultury jest oparta na procesach charakterystycznych dla społeczeństwa informacyjnego: globalizacji, multimedialności, interaktywności oraz interkonektywności. W rezultacie dochodzi do powstania cyfrowej sfery rzeczywistości medialnej, w której to, co dotychczas występowało pomiędzy odmiennymi cywilizacjami i kulturami,

¹ J. Musiał, *Kultura, media i pełnione przez nie funkcje - sytuacja w pierwszej dekadzie XXI wieku (od naskalnego malarstwa do interaktywnej Sieci Internet)*, [w:] *Media społecznościowe: dialog w cyberprzestrzeni*. Tom 2, red. K. Doktorowicz, Katowice 2017, s. 57-58.

² T. Goban-Klas, *Nadchodzące społeczeństwo medialne*, „Chowanna” 2007, s. 44.

³ J. Musiał, *Kultura*, dz. cyt., s. 58.

⁴ Tamże, s. 61.

⁵ Tamże, s. 61.

⁶ Tamże, s. 62.

obecnie jest realizowane w międzyczasach i międzyprzestrzeniach, gdzie świat realny przenika się ze światem wirtualnym.

W dobie nowych mediów i cyberkultury również tradycja, stanowiąca integralną część każdej kultury, poddawana jest przemianom. Jako obywatele globalnej cywilizacji funkcjonujemy jednocześnie w wielu odmiennych światach, wskutek czego nasza pamięć zbiorowa przybiera formę kolażu składającego się z wydarzeń, miejsc, osób, mitów, ideologii, wierzeń i postaw pochodzących z różnych środowisk oraz kultur. Zjawisko to potęguje specyfika świata wirtualnego, który nastawiony jest przede wszystkim ku przyszłości, osłabiając tym samym więzi z korzeniami i dawnymi zwyczajami. W kontekście tradycji media pełnią funkcję nie tylko dokumentalną, gromadząc świadectwa dotyczące danych faktów i zjawisk, ale również edukacyjną, a nawet duchową – z jednej strony przekazy medialne ułatwiają zdobywanie wiedzy o społeczeństwie, kulturze oraz prawach nimi rządzących, z drugiej strony jednak mogą one stanowić odzwierciedlenie wybranych wierzeń, przekonań oraz wartości⁷. Wraz z postępującą cyfryzacją media stały się platformą konstruowania, porządkowania i negocjowania na nowo tradycji oraz kultury⁸. Za ich sprawą wytwarzana jest przestrzeń komunikacji, w której relacje pomiędzy tradycyjnie rozumianą kulturą a wirtualnym kolażem różnorodnych rzeczywistości wyznaczają nowe spojrzenie na elementy w nich zawarte, do których należą również rytuały rozumiane jako praktyki, obrzędy bądź ceremonie występujące w obrębie danej społeczności.

Celem artykułu jest określenie cech obrazów rytuałów obecnych we współczesnych przekazach medialnych. W ramach badania dokonano analizy wybranych publikacji pochodzących z lat 2001–2024, w których odnotowano reprezentację co najmniej jednego z sześciu wytypowanych rytuałów praktykowanych na terenie Polski w XXI wieku: Sądu nad Judaszem w Pruchniku, Pokłonu Feretronów, Postrzyżyn-Zaplecin, Ślubów Humanistycznych, Pogrzebów Humanistycznych oraz Chrzta Humanistycznych. Na potrzeby analizy obrazy dotyczące każdego z podanych rytuałów zostały uznane za osobne fenomeny medialne, na które składają się zarówno charakter i cechy samej praktyki rytualnej, jak i specyfika jej prezentacji w mediach.

Artykuł składa się z pięciu części. Pierwsza z nich zawiera teoretyczne wprowadzenie dotyczące znaczenia i roli reprezentacji medialnych w przekazach odnoszących się do tradycji i kultury. W drugiej części publikacji dokonany został przegląd literatury na temat zjawiska rytuału i jego związku ze sferą medialną. W trzeciej części pracy została określona i zaprezentowana metodologia przeprowadzonych badań. W czwartej części artykułu przedstawiono wyniki badań oraz ich szczegółowe omówienie. Ostatnia, piąta część publikacji obejmuje wnioski, podsumowanie oraz propozycje kierunków przyszłych badań poświęconych obrazom rytuałów we współczesnych przekazach medialnych.

Przegląd literatury

Istnieje wiele definicji rytuału odwołujących się do integralnej koncepcji człowieka oraz akcentujących związek z różnymi etapami i dziedzinami jego życia. Uni-

⁷ Tamże, s. 62.

⁸ J. Kinal, *O kulturze mediów i mediach w kulturze*, „Perspektywy Kultury” 2024, s. 17.

wersalne ujęcie tego zjawiska proponuje Robert Bocoock, charakteryzując je jako „symboliczne użycie fizycznego ruchu lub gestu w społecznej sytuacji dla wyrażenia i artykułowania znaczenia”⁹. Formalny i zbiorowy wymiar praktyk rytualnych podkreśla dodatkowo Wojciech Burszta, który opisuje je jako „czynności symboliczne, spełniane według ściśle określonych, sformalizowanych reguł, które stanowią formę aktu o społecznie doniosłym znaczeniu”¹⁰. Badacze zwracają także uwagę na wewnętrzny lub zewnętrzny przymus realizacji rytuału, który służy symbolicznemu potwierdzeniu porządku społecznego oraz zachowaniu ciągłości między przeszłością a teraźniejszością. Nieodzownymi komponentami każdego rytuału są język, tradycja i normy moralne, które pełnią funkcję nośników wartości społecznych. Zdaniem Władysława Piwowarskiego to właśnie one czynią rytuał jednym z najbardziej skutecznych sposobów socjalizacji, gdyż obejmuje ona wówczas „nie tylko przekaz dziedzictwa kulturowego, ale także przystosowanie się do wartości i sposobów życia narzucanych przez tradycję i społeczeństwo”¹¹. Praktyki rytualne muszą być również powielane i powtarzane, aby możliwe było ich odtworzenie oraz zachowanie treści i formy konkretnego rytuału w dłuższym przedziale czasu – oznacza to, że zostaje on „zakodowany” przez jednostkę. Tym samym wszelkie czynności rytualne mogą zostać prawidłowo odebrane i zdekodowane tylko wtedy, gdy zaczną różnić się od zwyczajnych zachowań, przez co rytuały z natury są w pewien sposób odmienne od codziennych gestów.

Przyglądanie się rytuałom pod kątem wykorzystywanych w nich kodów i symboli ma swoje źródło w teorii językoznawstwa Ferdinanda Saussure’a. Jego rozróżnienie między diachronicznym a synchronicznym wymiarem języka umożliwia skoncentrowanie się na jednym aspekcie danego zagadnienia i jego systematycznie wyjaśnianie. Teoretyczny dyskurs na temat rytuału posiada podobną strukturę logiczną: rozróżnienie między rytuałem a kwestią wiary (w kontekście której zagadnienie to występuje najczęściej), w tym także heurystyczne rozróżnienie pomiędzy myślą a działaniem, pozwala skupić badania wyłącznie na rytuale. Tym samym staje się on punktem wyjścia do przeprowadzenia kolejnego podziału: na elementy pojęciowe i behawioralne¹². W pierwszym podejściu strukturalnym rytuał zostaje oddzielony od wiary, dzięki czemu możliwy jest podział na myśli i działania. Jednakże, na drugim etapie, rytuał postrzegany jest jako element syntetyczny, jako medium, poprzez które owe myśli i zachowania zostają zintegrowane. Na bazie tych rozważań wnioskowano, że rytuał jako mechanizm fuzji przeciwstawnych kategorii stanowi równocześnie medium konwergencji przeciwstawnych sił społeczno-kulturowych¹³.

Znaczenie rytuałów w kontekście komunikacji społecznej zostało rozszerzone wraz z rozwojem nowych mediów. Przed erą cyfrową media i rytuał wciąż stanowiły etykiety wykorzystywane dla oddzielnych domen kultury – odpowiednio świeckiej i świętej. Media służyły przede wszystkim jako narzędzia przekazywania informacji, z kolei rytuały były ściśle powiązane z aktywnością religijną. Współcześnie jednak media legitymizują rytuały poprzez prezentowanie konkretnych przykładów a odrzucanie innych. Relacje pomiędzy mediami a rytuałami przybierają różne formy, przy czym w literaturze najczęściej wymieniane są:

⁹ M. Nowakowski, *Czym jest rytuał?*, „Studia Redemptorystowskie” 2010, s. 225.

¹⁰ Tamże.

¹¹ Tamże, s. 228.

¹² C. Bell, *Ritual Theory, Ritual Practice*, Oksford 1992, s. 22- 23.

¹³ Tamże, s. 23.

- medialne prezentacje obrzędów,
- wydarzenia o charakterze rytuału rozszerzone przez media,
- działania rytualne w świecie wirtualnym,
- rytualizacja w trybie łączącym lub w celach rozrywkowych,
- rytuały magiczne z urządzeniem medialnym jako „fetyszem” bądź „ikoną”,
- zrytualizowane zachowania wobec mediów elektronicznych,
- obiekty rytualne dostarczone przez media,
- dokumenty medialne jako świadectwo aktu rytualnego,
- rytualne użycia urządzenia medialnego,
- zapośredniczone przez media fantazje rytualne,
- media jako modele lub obiekty aktywności rytualnej¹⁴.

Media pośredniczą więc w kontaktach uczestników komunikacji z rytuałami, ułatwiając im przyswajanie obrazów zawartych w wirtualnej rzeczywistości. Media przechowują i przekazują dalej rytuały, chociaż jest również odwrotnie – rytuał może „zawierać” w sobie medium i związane z nim urządzenia. Mimo, iż zgodnie z kulturową konwencją rytuał definiowany jest jako stary i ściśle związany z tradycją, a technologie cyfrowe jako nowe i nietradycyjne, coraz częściej można zaobserwować wykorzystywanie artefaktów technologicznych podczas tradycyjnych obrzędów. W związku z tym relacja między rytuałem a współczesnymi mediami zaczęła wydawać się tak oczywista dla niektórych obserwatorów kultury, że zaczęli oni nawet zakładać pewną tożsamość między nimi – przykładowo strukturę programów telewizyjnych czy negocjowanie cyberprzestrzeni w internecie również określano mianem rytuałów¹⁵. Jednocześnie Margaret Elaine Combs-Schilling definiuje sam rytuał jako „ograniczone, nietypowe, wielomedialne wydarzenie”¹⁶, wskazując tym samym na jego multimedialny charakter. Na podstawie dokonanego przeglądu literatury możliwe więc było nie tylko ustalenie podłoża teoretycznego dla badań nad rytuałami w mediach, ale również wykazanie występujących współcześnie zależności między tymi dwoma fragmentami rzeczywistości, co zostało uwzględnione przy analizie przykładów ugruntowanych w polskich realiach społecznych i kulturowych.

Metodologia

Jako metodę badawczą wybrano szczegółową i dogłębną analizę zawartości obrazów wybranych rytuałów we współczesnych przekazach medialnych. Do badania wyselekcjonowane zostały publikacje poświęcone rytuałom praktykowanym na terenie Polski w XXI wieku – brano pod uwagę materiały pochodzące z lat 2001-2024. Problem badawczy stanowiło określenie cech charakteryzujących obrazy wykorzystywane współcześnie w medialnym dyskursie na temat rytuałów.

W analizie zawartości uwzględnione zostały przekazy pochodzące zarówno od nadawców polskich, jak i zagranicznych (brytyjskich: „The Guardian”, „The Independent”, BBC; amerykańskich: „Newsweek”; ogólnoeuropejskich: Euronews). Pu-

¹⁴ R. Grimes, *Ritual and the Media*, [w:] *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. Hoover, L. Clark, Nowy Jork 2002, s. 228.

¹⁵ Tamże, s. 222-223, 226.

¹⁶ Tamże, s. 228-229.

blikacje zostały podzielone na prasowe, radiowe i telewizyjne, a także na łączące w sobie cechy wyżej wymienionych kategorii. Materiał badawczy pochodził od wydawców reprezentujących media ogólnoinformacyjne, tematyczne oraz regionalne wydania ogólnokrajowych tytułów – do analizy nie były brane pod uwagę przekazy pochodzące od mediów występujących jedynie w wersji lokalnej, strony firm oraz instytucji, a także prywatne blogi i oddolnie tworzone portale internetowe. Łącznie wybrano 60 materiałów opublikowanych przez nadawców o porównywalnej pozycji na rynku medialnym. Taka specyfika materiału badawczego wiąże się z niewielką ilością przekazów medialnych poświęconym omawianym rytuałom i spełniającym jednocześnie wszystkie przyjęte do analizy kryteria.

Wyniki

Przeprowadzenie analizy zawartości obrazów rytuałów występujących we współczesnych przekazach medialnych umożliwiło zidentyfikowanie ich cech jednostkowych oraz wspólnych. Cechy jednostkowe medialnych obrazów rytuałów dotyczą właściwości obserwowalnych jedynie w części badanych przekazów, co wyróżnia je na tle całego korpusu materiałów wykorzystanych do badania. W ramach analizy zawartości cechy jednostkowe obrazów rytuałów wyodrębniono z przekazów pochodzących od nadawców zagranicznych, które stanowiły około 8 proc. wszystkich publikacji. W 80 proc. tych przekazów obrazom rytuałów towarzyszyło nacechowane emocjonalnie słownictwo wyrażające negatywny stosunek do prezentowanych praktyk (w odniesieniu do rytuału zastosowano takie określenia jak „idiotyczny”, „ohydny” czy „niepokojący”). Wszystkim obrazom powiązanym z perojatywnymi określeniami towarzyszył zarówno kontekst lokalny danego obrzędu, jak i kontekst międzynarodowy odnoszący się do jego odbioru. Do 60 proc. zagranicznych publikacji dołączone zostały materiały dodatkowe – w dwóch przypadkach było to nagranie przedstawiające przebieg rytuału, z kolei w jednym materiale znalazł się wpis udostępniony z platformy X. Na podstawie powyższych danych można zauważyć, że obrazy polskich rytuałów wykreowane przez media zagraniczne cechuje wyraźny wydźwięk emocjonalny oraz stanowcza ocena ze strony nadawcy. Obrazy rytuałów w takim ujęciu mają pełnić funkcję sensacyjnego wydarzenia oraz komentarza do wywołanej w przestrzeni publicznej dyskusji.

Kolejną wyróżnioną w badaniu cechą jednostkową obrazów rytuałów jest ich obecność w sferze nowych mediów, w szczególności mediów społecznościowych. Materiały pochodzące z takich platform jak Facebook, YouTube, X czy Instagram pojawiły się dokładnie w 1/5 analizowanych przekazów. Najczęściej korzystano z treści udostępnianych na platformie X (58 proc. tychże materiałów) oraz w serwisie Youtube (1/3 tychże materiałów). W mniejszym stopniu odnotowano obecność materiałów audiowizualnych pochodzących z Facebooka (25 proc.) i Instagrama (17 proc.). Większość publikacji z odnośnikami do mediów społecznościowych stanowiły newsy (2/3). Należy również nadmienić, że w 1/4 przekazów wykorzystujących treści z mediów społecznościowych powołano się na więcej niż jeden portal. Biorąc pod uwagę te liczby można stwierdzić, że obszar rytuałów jest poddawany coraz głębszej mediatyzacji, przez co ich obrazy zaczynają być łączone z udostępnianiem materiałów dokumentujących ich przebieg oraz wymianą treści zarówno między mediami masowymi i społecznościowymi, jak i pomiędzy użytkownikami tych drugich.

W wyniku analizy scharakteryzowano również cechy wspólne obrazów rytuałów w mediach, które umożliwiają zaobserwowanie pewnych ogólnych tendencji. Jedną z nich stanowi konsekwentne utożsamianie rytuału ze sferą religijną – kontekst religijny rozumiany jako nawiązanie do obrzędów kościelnych, tradycji katolickiej, roli Kościoła jako instytucji społecznej czy też wartości uzasadnianych wyznawaną wiarą wystąpił w aż 92 proc. wszystkich materiałów badawczych. Wynik ten nie pokrywa się z ilością badanych publikacji poświęconych rytuałom o jawnym charakterze religijnym – stanowiły one jedynie 37 proc. materiału wykorzystanego do analizy. Jednocześnie kontekst kulturowy (wskazanie roli i znaczenia rytuału jako elementu kultury lokalnej bądź narodowej) zaobserwowano w 68 proc. badanych przekazów. Na tej podstawie można stwierdzić, że rytuał we współczesnych przekazach medialnych w większości jest uznawany za element kultu, niezależnie od tego, czy prezentowane praktyki mają charakter religijny czy nie. Taki obraz rytuału w mediach podkreśla również metafizyczny i symboliczny wymiar tego zjawiska.

Kolejną cechą wspólną medialnych obrazów rytuałów jest celebrytyzacja ich organizatorów i wykonawców. Ponad połowa (52 proc.) wybranych do badania przekazów powołuje się na relacje mistrzów ceremonii, celebrantów bądź innych osób zaangażowanych w przygotowanie i przebieg danego rytuału. Wśród tych materiałów można zaobserwować relatywnie częste występowanie tych samych osób – przykładowo zarówno wypowiedzi Anny Kłonkowskiej (organizatorki Postrzyżyn-Zaplecin), jak i Ewy Pawlik (celebrantki pogrzebów humanistycznych) występują w 16 proc. tych tekstów. Wywiady przeprowadzane z osobami odpowiedzialnymi za omawiane rytuały stanowią 1/5 całego materiału badawczego. Bazując na tych wynikach można zauważyć tendencję do kreowania autorytetów, które w sposobie przedstawiania przypominają bardziej celebrytów niż ekspertów – osoby te nie tylko prezentują odbiorcom daną praktykę, ale również budują na niej swoją markę osobistą. W związku z tym cechą łączącą obrazy różnych rytuałów będzie wpisanie ich w nurt celebrycki, w którym nacisk kładziony jest na rozwój kariery i zwiększanie popularności prowadzonej działalności.

Ostatnią z wyróżnionych cech wspólnych badanych obrazów rytuałów jest ich związek z kulturą konsumpcyjną. Oprócz perspektywy osób traktujących sprawowanie rytuałów jako rodzaj działalności biznesowej (opisany akapit wcześniej nurt celebrycki), w analizowanych przekazach występował również punkt widzenia osób korzystających z ich usług: 1/6 materiałów odnosiła się do kontekstu finansowego organizacji danego rytuału, z kolei w 12 proc. publikacji podano konkretne koszty. Spośród wszystkich przekazów zawierających wypowiedzi organizatorów i wykonawców rytuału 39 proc. tekstów uwzględnia w swojej treści również relacje uczestników przedstawianych obrzędów i ceremonii – w każdym z tych materiałów stosunek tych osób do rytuału i jego organizatorów jest pozytywny. W 52 proc. tych publikacji pojawiają się prywatne historie uczestników, które pełnią funkcję reklamową dla danego rytuału. Można więc zauważyć, że medialny obraz rytuału przypomina obraz usługi – jego celem jest zaspokojenie potrzeb uczestników i przyniesienie zysku organizatorom. Stąd też można uznać, że obrazy rytuałów wpisują się w przekazy charakterystyczne dla współczesnej kultury konsumpcji.

Wnioski

Zidentyfikowane w wyniku badania cechy jednostkowe i wspólne obrazów rytuałów w wybranych przekazach medialnych umożliwiają wyciągnięcie ogólnych wniosków na temat specyfiki przedstawiania tego zagadnienia w mediach. Jako cechy wyróżniające część badanego materiału wskazano emocjonalne nacechowanie obrazów rytuałów występujących w przekazach pochodzących z mediów zagranicznych oraz ekspansję tematyki rytuałów na media społecznościowe. Występowanie tych cech jest związane ze zjawiskiem postępującej mediatyzacji sfery publicznej, o której pisał w swoim tekście Stig Hjarvard:

Mediatyzacja jest definiowana jako proces, w którym kultura i społeczeństwo w coraz większym stopniu stają się zależne od mediów i ich logiki; proces ten charakteryzuje się ponadto dwoistością, ponieważ media uzyskały status częściowo niezależnej instytucji w społeczeństwie, a jednocześnie zostały zintegrowane z samą tkanką życia społecznego w innych instytucjach społecznych i sferach kultury¹⁷.

Mediatyzacja i jej konsekwencje dotyczą licznych obszarów życia społecznego, w tym także rytuałów. Zależność tego zagadnienia od logiki mediów ujawnia się również w kontekście wyodrębnionych w wyniku analizy cech wspólnych medialnych obrazów rytuałów: przypisywanie im wymiaru religijnego obrazuje zdolność mediów do nadawania konkretnego znaczenia poprzez wpisanie w kontekst. Z kolei nieoczywiste dopasowanie rytuałów do nurtu celebryckiego i kultury konsumpcyjnej odśladanie podejście współczesnych środków masowego przekazu do koncepcji rytuału, nadając mu cechy działalności biznesowej.

Uzyskane wyniki badania wskazują również na stan medialnej dyskusji o rytuałach – media znajdują się jeszcze na etapie odkrywania tego zjawiska, stąd też kierunek dalszego rozwoju tego zagadnienia jest nietatwy do określenia. Jednakże, biorąc pod uwagę powracanie do tego tematu na przestrzeni ostatnich lat, można założyć kontynuowanie eksploracji tej tematyki zarówno w mediach, jak i dyskursie akademickim oraz debacie publicznej. Należy zaznaczyć, że medialne obrazy rytuałów praktykowanych współcześnie (w szczególności zaś tych na terenie Polski) pozostają zagadnieniem niezbadanym w pełni od strony naukowej i medialnej. Zebrane na potrzeby badania materiały umożliwiły wnikliwą analizę obrazów dotyczących wybranych obrzędów, jednakże interesującą propozycją wydaje się również zbadanie tych przekazów, które nie spełniły warunków postawionych w kluczu kategoryzacyjnym, np. publikacjom z mediów lokalnych bądź materiałom poświęconym rytuałom spoza terenu Polski. Równie wartą rozważenia opcją jest powtórzenie badania wykonanego w ramach tej pracy, co umożliwiłoby porównanie otrzymanych wyników. Ciekawym rozwiązaniem jest również kontynuowanie badań nad samym zagadnieniem rytuału i jego obecnością w przestrzeni publicznej, co może wiązać się z dostarczaniem zdywersyfikowanych i nowatorskich perspektyw na ten temat.

¹⁷ S. Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*, Londyn–Nowy Jork 2013, s. 153.

Bibliografia

- Bell C., *Ritual Theory, Ritual Practice*, Oxford University Press, Oksford 1992, s. 22-23.
- Goban-Klas T., *Nadchodzące społeczeństwo medialne*, „Chowanna” 2007, s. 44.
- Grimes R., *Ritual and the Media*, [w:] *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*, red. S. Hoover, L. Clark, Columbia University Press, Nowy Jork 2002, s. 222-223, 226, 228-229.
- Hjarvard S., *The Mediatization of Culture and Society*, Routledge, Londyn–Nowy Jork 2013, s. 153.
- Kinal J., *O kulturze mediów i mediach w kulturze*, „Perspektywy Kultury” 2024, s. 17.
- Musiał J., *Kultura, media i pełnione przez nie funkcje - sytuacja w pierwszej dekadzie XXI wieku (od naskalnego malarstwa do interaktywnej Sieci Internet)*, [w:] *Media społecznościowe: dialog w cyberprzestrzeni. Tom 2*, red. K. Doktorowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2017, s. 57-58, 61, 62.
- Nowakowski M., *Czym jest rytuał?*, „Studia Redemptorystowskie” 2010, s. 225, 228.

Streszczenie

Kultura, tradycja i religia to zagadnienia poruszane przez media przy różnych okazjach. Przeważnie można to zaobserwować na przykładzie relacji z kluczowych świąt i wydarzeń, komentarzy na temat obserwowanych tendencji i zmian, jak i dyskusjach poświęconym istotnym ze społecznego punktu widzenia kwestiom. Niewątpliwie media oferują szeroką gamę perspektyw i opinii na niezliczoną ilość tematów w tym zakresie, jednakże wśród przekazów należących do głównego nurtu nieczęsto można natrafić na informację dotyczącą zjawiska łączącego w sobie wszystkie wymienione na wstępie aspekty, a mianowicie rytuału. Artykuł ma na celu określenie cech obrazów rytuałów obecnych we współczesnych przekazach medialnych. Jako metodę badawczą wybrano analizę zawartości publikacji poświęconych wyselekcjonowanym rytuałom praktykowanym na terenie Polski w XXI wieku – brano pod uwagę materiały pochodzące z lat 2001-2024.

Słowa kluczowe: rytuał, media, kultura, tradycja, religia, obraz

Abstract

Culture, tradition, and religion are topics covered by the media on various occasions. This can usually be observed in reports on key holidays and events, comments on observed trends and changes, as well as discussions on issues that are socially relevant. Undoubtedly, the media offer a wide range of perspectives and opinions on countless topics in this area, but among mainstream media messages, it is rare to find information on a phenomenon that combines all the aspects mentioned in the introduction, namely ritual. The article aims to identify the characteristics of images of rituals present in contemporary media messages. The research method chosen was content analysis of publications devoted to selected rituals practiced in Poland in the 21st century, taking into account materials from 2001-2024.

Keywords: ritual, media, culture, tradition, religion, image