

STUDIA POLITOLOGICZNE

VOL. **25**

INSTYTUT NAUK POLITYCZNYCH UNIwersYTETU WARSZAWSKIEGO

POLITICAL SCIENCE STUDIES

POLITICAL COMMUNICATION. SELECTED ISSUES

edited by Ewa Maria Marciniak

WARSAW 2012

VOL. 25

UNIVERSITY OF WARSAW • INSTITUTE OF POLITICAL SCIENCE

STUDIA POLITOLOGICZNE

KOMUNIKOWANIE POLITYCZNE. WYBRANE ZAGADNIENIA

pod redakcją Ewy Marii Marciniak

WARSZAWA 2012

VOL. 25

INSTYTUT NAUK POLITYCZNYCH UNIwersYTETU WARSZAWSKIEGO

Rada Naukowa Stanisław Filipowicz (Uniwersytet Warszawski)
Ks. Helmut Juros (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego)
Rubén Torres Kumbria (Universidad Nacional de Educación a Distancia)
Gerd Meyer (Eberhard Karls Universität Tübingen)
Szewach Weiss (University of Haifa)

Redaktorzy Administracja publiczna: Grzegorz Rydlewski (Uniwersytet Warszawski)
tematyczni Badania wschodnie: Tadeusz Bodio (Uniwersytet Warszawski)
Studiów Bezpieczeństwo: Andrzej Misiuk (Uniwersytet Warszawski)
Politologicznych Historia polityczna: Wojciech Jakubowski (Uniwersytet Warszawski)
Integracja europejska: Konstanty A. Wojtaszczyk (Uniwersytet Warszawski)
Myśl polityczna: Tomasz Żyro (Uniwersytet Warszawski)
Parlamentaryzm współczesny: Tadeusz Mołdawa (Uniwersytet Warszawski)
Polityki sektorowe: Agnieszka Rothert (Uniwersytet Warszawski)
Psychologia i socjologia polityki: Jan Garlicki (Uniwersytet Warszawski)
Ruchy społeczne: Grażyna Ulicka (Uniwersytet Warszawski)
Systemy polityczne: Zbigniew Kiełmiński (Uniwersytet Warszawski)
Teoria polityki: Mirosław Karwat (Uniwersytet Warszawski)

Recenzenci prof. Nikolaј Prymusz (Narodowy Uniwersytet w Doniecku)
prof. Helmut Wagner (Frei Universität Berlin)

Komitet Stanisław Sulowski (redaktor naczelny)
Redakcyjny Włodzimierz Ulicki (członek)
Jacek Zaleśny (sekretarz)

Redaktorzy językowi: Eva Allen, Halina Maczunder, Ewa Rydlewska, Izabela Kraśnicka-Wilk

Redaktor techniczny: Ewa Grabowska

Redaktor statystyczny: dr Viera Gafrikova

Czasopismo recenzowane przez recenzentów zewnętrznych.

Wersja pierwotna czasopisma: papierowa.

© Copyright by Instytut Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego,
Warszawa 2012

ISBN 978-83-7151-091-5

ISSN 1640-8888

Nakład 600 egz.



Opracowanie komputerowe, druk i oprawa:
Dom Wydawniczy ELIPSA,
ul. Inflancka 15/198, 00-189 Warszawa
tel./fax 22 635 03 01, 22 635 17 85
e-mail: elipsa@elipsa.pl, www.elipsa.pl

Spis treści

| | |
|---|-----|
| Wprowadzenie | 9 |
| STUDIA I ANALIZY | |
| Ewa Maria Marciniak Komunikowanie polityczne w ujęciach interpretacyjnych | 13 |
| Bartosz Abramowicz Jürgena Habermasa koncepcja polityki deliberacyjnej jako zastosowanie jego teorii działania komunikacyjnego do projektu obywatelskiego samo-rządzenia..... | 31 |
| Artur Lipiński Między komunikacją a kontestacją. Kultura, ramy interpretacyjne i ruchy społeczno-polityczne..... | 48 |
| Nartsiss Shukuralieva Wypowiedzi publiczne Bakijewa w ujęciu dyskursywnym | 70 |
| Maria Urban, Agnieszka Zdanowicz Manipulacja polityczna w mediach – mit czy rzeczywistość..... | 94 |
| Robert Staniszewski Opinia publiczna – teoretyczny sens i zakres pojęcia | 108 |
| Jacek Ziółkowski Opinia publiczna jako obiekt zainteresowania propagandy politycznej..... | 125 |
| Daniel Mider, Olgierd Borówka Internet – medium bez cenzury? | 141 |
| Jan Garlicki, Daniel Mider Wykorzystanie Internetu w komunikowaniu politycznym elit z wyborcami | 177 |
| Olgierd Annusewicz Komunikowanie polityczne w okresie przedwyborczym..... | 210 |
| Tomasz Godlewski Sondaże polityczne jako forma komunikowania polityka z wyborcą..... | 226 |

| | |
|---|-----|
| Ewa Maria Marciniak | |
| Zachowania komunikacyjne uczestników telewizyjnych debat prezydenckich | 242 |
| Justyna G. Otto | |
| Style komunikowania się polityków | 259 |
| Jerzy Szczupaczyński | |
| Etyczny wymiar przywódczej komunikacji | 279 |
| Urszula Kurcewicz | |
| Programowanie neurolingwistyczne – NLP. Zarys zjawiska, kontrowersje, potencjalne implementacje polityczne | 302 |
| Agnieszka Bejma | |
| Bariery, błędy i zakłócenia procesu komunikowania politycznego | 323 |
| RECENZJE | |
| Dorota Piontek, <i>Komunikowanie polityczne i kultura popularna.</i> <i>Tabloidyzacja informacji o polityce (Bartłomiej Biskup)</i> | 337 |
| Marian Golka, <i>Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo</i> <i>(dez)informacyjne (Bartosz Mazurek)</i> | 340 |
| Grzegorz Roch Bajorek, <i>Władcy ust. Granice swobody wypowiedzi</i> <i>polityków i wypowiedzi o politykach w świetle orzecznictwa</i> <i>Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu</i> <i>(Alicja Jaskiernia)</i> | 345 |
| SPRAWOZDANIA | |
| Adrianna Chibowska, Karolina Brylska | |
| Sprawozdanie z konferencji „Political Communication in the Era of New Technologies”, Warszawa, 22–23 września 2011 r. | 351 |
| Autorzy | 358 |

Contents

| | |
|--|-----|
| Wprowadzenie | 9 |
| STUDIES AND ANALYSES | |
| Ewa Maria Marciniak Political communication in interpretative approaches | 13 |
| Bartosz Abramowicz Jürgen Habermas conception of deliberative politics as an application of his theory of communicative action for the project of civic self-governmenta | 31 |
| Artur Lipiński Between communication and contentation. Culture, interpretive frames and socio-political movements | 48 |
| Nartsiss Shukuralieva Bakiyev's public statements in discursive approach | 70 |
| Maria Urban, Agnieszka Zdanowicz Political Manipulation in Media: Myth or Reality | 94 |
| Robert Staniszewski Public opinion – the theoretical meaning and scope of the term | 108 |
| Jacek Ziółkowski Public opinion as an object of interest in propaganda | 125 |
| Daniel Mider, Olgierd Borówka Internet – medium without censorship? | 141 |
| Jan Garlicki, Daniel Mider Use of the Internet in political communication between elites and voters | 177 |
| Olgierd Annusewicz Political Communication in Pre-election Period | 210 |
| Tomasz Godlewski Political polls as a form of communication between politicians and voters | 226 |

| | |
|--|-----|
| Ewa Maria Marciniak | |
| Communication behaviors of participants television presidential debates | 242 |
| Justyna G. Otto | |
| Communication styles of politicians | 259 |
| Jerzy Szczupaczyński | |
| The ethical dimension of leaders' communication | 279 |
| Urszula Kurcewicz | |
| Neuro-Linguistic Programming NLP. Outline of Phenomenon, Dilemmas and Possible Political Use | 302 |
| Agnieszka Bejma | |
| Barriers, errors and disturbances in political communication.... | 323 |

REVIEWS

| | |
|--|-----|
| Dorota Piontek, <i>Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyzacja informacji o polityce</i> (Bartłomiej Biskup) | 337 |
| Marian Golka, <i>Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne</i> (Bartosz Mazurek) | 340 |
| Grzegorz Roch Bajorek, <i>Władcy ust. Granice swobody wypowiedzi polityków i wypowiedzi o politykach w świetle orzecznictwa Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu</i> (Alicja Jaskiernia) | 345 |

REPORT

| | |
|--|-----|
| Adrianna Chibowska, Karolina Brylska | |
| Sprawozdanie z konferencji „Political Communication in the Era of New Technologies”, Warszawa, 22–23 września 2011 r. | 351 |
| Authors | 358 |

Wprowadzenie

Atrakcyjność poznawcza i metodologiczna komunikacji politycznej jest wciąż zaskakująco wysoka. Mimo iż w przestrzeni naukowej (publikacje, konferencje, dydaktyka) odnotowuje się w każdym roku istotną obecność tej problematyki, podejmowanie kolejnych przybliżeń jest intelektualnie prowokujące i mam nadzieję – potrzebne. Znajomość procesów i zjawisk w obrębie komunikacji politycznej ma istotne znaczenie dla rozumienia i wyjaśniania relacji między dwiema sferami: polityką i komunikacją. Jedną z podstawowych cech tych sfer jest wyjątkowa dynamika. Stanowi ona przesłankę do podejmowania refleksji teoretycznych i prowadzenia badań empirycznych.

Przedmiot badań nauki o komunikowaniu politycznym jest z jednej strony określony, zdefiniowany, z drugiej zaś otwarty na rozwój¹. W wielu publikacjach usystematyzowano dorobek nauki, uwzględniający badania uczonych polskich i zagranicznych. Mam na myśli liczne (często pionierskie) publikacje Bogusławy Dobek-Ostrowskiej², czy Stanisława Michalczyka³. Prace tych autorów uitorowały dalsze badania, stając się inspiracją dla innych uczonych. Podążając tropem kręgów tematycznych już utrwalonych w polskiej tradycji, autorzy niniejszego tomu dokładają starań, by z własnej perspektywy badawczej (politologa, socjologa, filozofa, psychologa) przyjrzeć się problematyce komunikowania politycznego. Nieunikniony jest więc pewien eklektyzm w prezentowaniu materiału badaw-

¹ Rozwój nauki o komunikowaniu politycznym nie byłby możliwy bez badań nad komunikowaniem masowym i społecznym takich uczonych jak: Walery Pisarek, Jerzego Mikułowski Pomorski, Tomasz Goban-Klas, Maciej Mrozowski, by odwołać się wyłącznie do polskiej tradycji.

² w ostatnim czasie ukazały się m.in. *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wrocław 2004; *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007; *Studia empiryczne nad komunikowaniem politycznym w Polsce* (współredaktor) Wrocław 2011.

³ *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*. Katowice 2005.

czego. Mam jednak nadzieję, że połączenie różnych treści niesie za sobą nie tylko korzyści poznawcze, ale jest też okazją do poznania bogatego oblicza zjawiska, jakim jest komunikowanie polityczne, nie mówiąc już o różnych stylach narracji i temperamentach intelektualnych autorów.

Tekst otwierający niniejszy tom jest poświęcony konceptualizacji komunikowania politycznego oraz analizie użyteczności perspektywy interpretacyjnej w badaniach nad komunikowaniem politycznym. Autorka omówiła potencjał metodologiczny symbolicznego interakcjonizmu, konstruktywizmu oraz teorii systemowo-pragmatycznej.

W dalszej części *Studiów...* teksty odnoszą się do różnorodnych przejawów i aspektów komunikowania politycznego. Do koncepcji dyskursu publicznego, działania komunikacyjnego, ram interpretacyjnych nawiązują trzy teksty. Kwestie te są ujmowane w aspekcie teoretycznym, a także w postaci egzemplifikacji, czasem odległych kulturowo. Bartosz Abramowicz przedstawia główne założenia teorii działania komunikacyjnego Jürgena Habermasa oraz koncepcję polityki deliberacyjnej. Autor odnosi się do habermasowskiego modelu sfery komunikacji wolnej od wszelkich „zakłóceń”, kiedy to uczestnicy procesów społecznej komunikacji, posługując się racjonalną argumentacją, mogą wpływać na procesy decyzyjne w przestrzeni państwa.

Artur Lipiński w swym artykule, przyjmuje założenie o szczególnej roli, jaką w społeczeństwach późnej nowoczesności odgrywają procesy komunikacji politycznej. Analizowany problem wiąże z ujmowaniem w ramy interpretacyjne przekazów komunikacyjnych promowanych w sferze publicznej przez ruchy społeczne. Nartsiss Shukuralieva posługuje się kategorią dyskursu publicznego, by dokonać analizy wypowiedzi publicznych, obejmującego w 2005 roku stanowisko prezydenta Kirgistanu Kurmanbeka Bakijewa.

Problematyka komunikowania politycznego w okresie wyborów została podjęta przez kilkoro autorów. Olgierd Annusewicz koncentruje się na specyfice kampanii przedwyborczej, zarysowuje strategie i mechanizmy stosowania instrumentów komunikowania politycznego w tym czasie. Tomasz Godlewski podjął się próby opisanego roli sondaży politycznych jako formy komunikacji, zachodzącej pomiędzy kandydatami a ich potencjalnymi wyborcami podczas kampanii wyborczej. Autor ukazuje sondaże jako instrument walki politycznej, narzędzie manipulacji, środek komunikacji oraz źródło uzyskiwania informacji na temat społecznego poparcia kandydatów. Rozważania teoretyczne poparte zostały analizą badań ośrodków demoskopijnych prowadzonych w trakcie kampanii wyborczych. Ewa Maria Marciniak analizuje zachowania komunikacyjne

polityków w toku debat telewizyjnych. Kryterium analizy stanowi nie tyle zawartość merytoryczna debat, ile charakter relacji kształtowany między uczestnikami oraz osobowość polityków. Maria Urban i Agnieszka Zdanowicz, kontynuując problematykę wyborczą weryfikują tezę o manipulacyjnym charakterze działania mediów w procesie kształtowania postaw i zachowań wyborczych.

Opinii publicznej swoje teksty poświęcili kolejni autorzy. Robert Staniszewski prezentuje to zjawisko z perspektywy teoretycznej. Akcentuje proces jej kształtowania a także cechy i funkcje. Jacek Ziółkowski ukazuje zależności między propagandą a opinią publiczną, podkreślając, że może być ona czynnikiem nacisku na elity rządzące oraz pełnić rolę autorytetu. Dwa obszernie artykuły dotyczą funkcji nowych mediów w procesie komunikowania. Daniel Mider i Olgierd Borówka analizują przebieg i efekty walki o wolny dostęp do informacji i komunikowania się w Internecie. Pewnym uszczegółowieniem tej problematyki jest artykuł Jan Garlickiego i Daniela Midera, w którym autorzy analizują sposoby i zakres wykorzystania Internetu przez polskie elity w komunikacji z wyborcami. Punktem odniesienia jest zjawisko kampanii permanentnej oraz porównanie polskich doświadczeń z kampaniami zagranicznymi. Autorzy przedstawili interesującą klasyfikację kanałów politycznego komunikowania w Internecie.

Z perspektywy indywidualnych aktorów politycznych, aktywnych w przestrzeni komunikacyjnej, prezentowane są kolejne trzy artykuły. Justyna Otto analizuje style komunikowania się polityków, dokonuje typologizacji tych stylów, formułując rzeczowe i precyzyjne kryteria ich wyróżnienia. Charakteryzuje style: pragmatyczny i ideologiczny oraz zjednujący, metaforyczny i prowokatywny. Z kolei Jerzy Szczupaczyński prezentuje etyczne aspekty komunikacji przywódczej w kontekście dwóch ogólnych modeli: przywództwa transformacyjnego i transakcyjnego, a także wyniki badań empirycznych w tym zakresie. Urszula Kurcewicz rozważa potencjalne implementacje polityczne programowania neurolingwistycznego w odniesieniu do zjawiska manipulacji politycznej. Opisuje to zjawisko jako nowy nurt wśród teorii, odnoszących się do procesu komunikacji.

Agnieszka Bejma wskazuje czynniki ograniczające proces skutecznego komunikowania politycznego, do których zalicza: uwarunkowania kulturowe, psychospołeczne dyspozycje i kompetencje poznawcze uczestników aktu komunikowania oraz bariery formalne i językowe.

Niniejszy tom „Studiów Politologicznych” powraca do pewnych zagadnień, obecnych w literaturze komunikologicznej, dając wyraz ich

znaczeniu, niektóre prezentuje w odmiennych, autorskich ujęciach, inne zaś są całkowicie nowym spojrzeniem na zjawiska w obszarze komunikowania politycznego. Mam nadzieję, że będzie kolejnym przewodnikiem po meandrach komunikacji politycznej, przyczyni się do rozpoznawania złożoności relacji między polityką i komunikowaniem.

Ewa Maria Marciniak

Ewa Maria Marciniak

Komunikowanie polityczne w ujęciach interpretacyjnych

SŁOWA KLUCZOWE:

*komunikowanie polityczne, symboliczny interakcjonizm,
konstruktywizm, teoria systemowo-pragmatyczna*

Komunikacyjny charakter polityki

Polityka ma charakter komunikacyjny z kilku powodów. Po pierwsze, jako istotna sfera społeczna musi być komunikowalna. Chodzi tu o przedstawianie polityki, które jest tak samo ważne jak jej tworzenie i realizowanie. Przedstawianie polityki jest procesem obejmującym: informowanie o wydarzeniach i zjawiskach mających sens polityczny oraz interpretowanie i wyjaśnianie tych zjawisk, czyli czynienie ich zrozumiałymi. Po drugie, komunikacyjny charakter polityki oznacza wymianę idei i informacji pomiędzy działającymi w przestrzeni politycznej aktorami – politykami, partiami politycznymi, instytucjami. Po trzecie, polityka i komunikacja mają ten sam ontologiczny charakter, zakotwiczone są w jakiejś wspólnotocie (politycznej i komunikacyjnej) – wymagają wspólnotowych działań, więziotwórczych aktów komunikacyjnych.

Relacje pomiędzy tymi dwiema sferami są wieloaspektowe, wewnętrznie skomplikowane, wytwarzane przez liczne podmioty, ich struktura i funkcje ulegają zmianom wraz ze zmieniającym się otoczeniem.

W polu semantycznym terminu *komunikacja* znaleźć można różne znaczenia. Komunikacja służy do opisu procesów interakcyjnych, kiedy nadawca przekazuje własne spostrzeżenia bądź emocje za pomocą dostępnego zbioru znaków jednemu bądź wielu odbiorcom lub słuchaczom, by

w ten sposób w konkretnym celu wpłynąć na emocje, rozumowanie lub zachowanie¹. Dostrzec tu można perswazyjny charakter komunikacji.

Winterhoff-Spurk zwraca uwagę na kilka istotnych cech komunikacji, m.in.: kontekstualność – komunikacja nigdy nie jest wolna od kontekstu, tj. dzieje się zawsze w jakiejś sytuacji, którą należy zdefiniować; wspólnota znaczeń – jej skuteczność jest zależna, przynajmniej częściowo, od identycznego systemu znaków i symboli komunikujących się podmiotów. Ponadto, nadawcy komunikatów mają jakieś oczekiwania co do odbiorców. Dotyczą one wzajemnej modyfikacji zachowań czy okazywania zainteresowania nie tylko treścią przekazu, ale również uczestniczącymi w procesie komunikacji podmiotami.

W klasycznych ujęciach komunikację, a raczej komunikowanie ujmuje się jako powiadamianie, przekazywanie informacji od nadawcy do odbiorcy komunikatu². Traktuje się też komunikację jako pierwotny proces społeczny, dzięki któremu tworzą się i utrzymują stosunki międzyludzkie i istnieje społeczeństwo³. Dostrzega się więc więziotwórczy charakter komunikacji. Interesującą perspektywę przywołuje Y. Win-kin⁴. Zauważa, iż pierwszy sens komunikacji oznacza dzielenie się, uczestniczenie, można powiedzieć – komunię. Dzielenie się jest możliwe w pewnej równowadze wymiany. Takie rozumienie komunikacji wyznacza pewien obszar refleksji, którego istotą jest akcentowanie wspólnoty, w obrębie której jej uczestnicy wymieniają się ideami czy informacjami, zachowując przy tym względną symetrię.

Bez względu na sposób definiowania polityki, jej komunikacyjny charakter wydaje się oczywisty. Bo oto na przykład, gdy rozumieć politykę jako obszar stosunków przybierających postać konfliktów, uznać trzeba, że konflikt polityczny rozgrywa się poprzez komunikację. I nie tylko rozgrywa, ale również jest prowokowany, zarządzany czy wreszcie rozwiązywany poprzez działania komunikacyjne.

Konsensualne pojmowanie polityki, współpraca, osiągnięcie porozumienia wymaga również uwzględnienia procesów komunikacji jako fundamentu polityki. Zwłaszcza, jeśli takie pojmowanie polityki wiąże się z pozyskiwaniem sojuszników dla jakichś projektów, zjednywaniem zwolenników w celu legitymizacji działań politycznych. W różnych definicjach polityki, np. ujęciu funkcjonalnym (artykulacja, agregacja czy selek-

¹ P. Winterhoff-Spurk, *Psychologia mediów*, Kraków 2007, s. 13.

² Dla porządku wyводу trzeba przypomnieć, że używane jest również pojęcie *komunikowanie się* jako porozumiewanie się, utrzymywanie kontaktu.

³ E. Hałas, *Obywatelska socjologia szkoły chicagowskiej*, Lublin 1994, s. 19.

⁴ Y. Winkin, *Antropologia komunikacji*, Warszawa 2007, s. 206.

cja interesów) czy racjonalnym (podejmowanie decyzji), uzasadnione jest dostrzeżenie roli procesów komunikacyjnych.

Przyjęcie tezy, że komunikowanie jest pierwotnym procesem społecznym, dzięki któremu rozwijają się i trwają stosunki społeczne, utrzymuje się całość społeczna, wzmacnia znaczenie procesów komunikacyjnych również w sferze polityki. Społeczeństwo może być zrozumiane, jeśli się zbada, jak ono się komunikuje⁵. Wydaje się, że twierdzenie to odnosi się również do polityki, która jest przecież społeczna *ex definitione*. Można zatem powiedzieć, że polityka jest rozumiana poprzez to, jak jest prezentowana, jak się ją opisuje i wyjaśnia, ale również poprzez to, jak ludzi włącza się do polityki.

Komunikowanie polityczne jest przedmiotem licznych refleksji naukowych (teoretycznych i metodologicznych) od kilkudziesięciu lat, stąd obecne są w literaturze przedmiotu liczne konceptualizacje, badania, refleksje.

Podstawowe ujęcia teoretyczne⁶

Na ogół komunikowanie polityczne jest rozumiane jako wymiana idei politycznych i informacji o polityce. Ta ogólna definicja jest rozwijana poprzez akcentowanie podmiotów uczestniczących w owej wymianie. Podkreśla się w szczególności udział liderów politycznych, mediów i obywateli⁷. Władza (politycy), media i opinia publiczna uczestniczą w permanentnym procesie komunikacji, na ogół wedle ustalonych reguł prawnych, obyczajowych i zwyczajowych.

Podobnie ujmuje komunikowanie polityczne Grażyna Ulicka. W jej rozumieniu jest to przestrzeń, w której spotykają się różnorodne poglądy i stanowiska trzech grup aktorów, którzy mają prawo wypowiadać się publicznie w kwestiach politycznych. Aktorami tymi są politycy z jednej strony i opinia publiczna z drugiej. Między nimi sytuuje się grupa trzecia, czyli dziennikarze⁸. Wyróżnione komunikujące się podmioty mają

⁵ E. Hałas, *Obywatelska socjologia szkoły...*

⁶ Komunikację polityczną w tym tomie definiują również O. Annusewicz w artykule: *Komunikowanie polityczne w okresie przedwyborczym* i A. Bejma w artykule: *Bariery, błędy i zakłócenia procesu komunikowania politycznego*.

⁷ S. Michalczyk, *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005, s. 17.

⁸ G. Ulicka, *Wpływ marketingu politycznego na zmiany w życiu publicznym państwa demokratycznych*, „Studia Politologiczne” vol. 1, Warszawa 1996.

określone zadania, których część można określić jako wspólne: informowanie i tworzenie opinii na temat polityki, socjalizacja polityczna, a część jako odmienne, lecz komplementarne, np. media przedstawiają ofertę partii politycznych, ustalają hierarchię ważności spraw publicznych, sprzyjają podtrzymywaniu więzi polityków z obywatelami; media i opinia publiczna mogą legitymizować działania i decyzje władzy, sami zaś politycy, poprzez aktywność komunikacyjną, konstruują obraz polityki, wyjaśniają decyzje polityczne, dzielą się opiniami ze społeczeństwem.

Rozumie się też komunikowanie polityczne jako „proces wzajemnych oddziaływań informacyjnych pomiędzy podmiotami polityki połączonymi relacjami władzy, walki i współpracy”⁹. W tej definicji uwzględniona jest wzajemność w relacjach politycznych, którą należy interpretować jako zdolność do rozumienia, akceptacji, negacji i/lub modyfikowania przekonań, poglądów własnych i cudzych. Tak rozumiana komunikacja polityczna dotyczyłaby działających w przestrzeni publicznej partii politycznych i ich liderów, a także innych aktorów politycznych.

Zatem o komunikowaniu politycznym mówić można w dwóch aspektach: gdy przedmiotem wymiany są treści relewantne politycznie i/lub gdy w procesie wymiany uczestniczą politycy.

Te powszechnie stosowane określenia, odnoszące się do dwukierunkowości przepływu informacji od nadawców politycznych do odbiorców za pośrednictwem mediów, mają pewne ograniczenia. Komunikacja bowiem może być czymś więcej niż wymianą. Podmioty w niej uczestniczące nie tylko dzielą się informacjami, ale wytwarzają pewną więź, a nawet wspólnotę, są zdolne do współdziałania. Wymiana informacji jest zatem jedynie warunkiem wstępnym, ale nie wystarczającym komunikowania. W spluralizowanym świecie polityki wytwarzanie i podtrzymywanie wspólnoty nabiera szczególnego znaczenia w obrębie wspólnoty ideologicznej (partii), a współdziałanie jako rezultat podjętej komunikacji jest niezbędnym procesem w utrzymywaniu relacji opartych na współpracy czy rywalizacji między wspólnotami ideologicznymi. Co oznacza zarazem, że jest niezbędnym warunkiem tworzenia i utrzymania demokracji.

Komunikacja polityczna jest sytuowana w obszarze debaty publicznej¹⁰. Jest to szerokie ujęcie komunikacji choćby ze względu na uczestniczące w niej, nie tylko instytucjonalne, podmioty. Komunikacja jest

⁹ L. Sobkowiak, *Komunikacja polityczna*, [w:] A.W. Jabłoński, L. Sobkowiak (red.), *Studia z teorii polityki*, t. I, Wrocław 1998.

¹⁰ Szerzej na ten temat: J. Fras, *Komunikacja polityczna*, Wrocław 2005, s. 33.

w tym ujęciu niejednorodna, wieloaspektowa i świadczy o tym, że „coś się dzieje” między podmiotami polityki, zwłaszcza między indywidualnymi aktorami politycznymi – politykami. Janina Fras zwraca uwagę na to, iż we współczesnych ujęciach badawczych najistotniejszą cechą komunikacji jest jej interakcyjność. Oznacza to, że ujęcia, w których eksponuje się transmisję komunikatów istotnych politycznie (informacyjnych i perswazyjnych), nie wyczerpują całej złożoności i bogactwa komunikacji politycznej. Postrzeganie komunikacji jako związku między komunikującymi się podmiotami, oznacza istotność jakości i charakteru relacji pomiędzy uczestnikami aktów komunikacji¹¹. Bogusława Dobek-Ostrowska stwierdza, iż trudno jest wypracować jednolite rozumienie komunikacji politycznej ze względu na wielość podejść badawczych i rozległą tematykę badań¹². Źródłem takiego stanu rzeczy upatrywać należy m.in. we wpływie nauki o komunikowaniu masowym i politologii na sposób uprawiania komunikacji politycznej. Wiąże się on z przyjmowanymi różnorodnymi strategiami badawczymi, koncepcjami teoretycznymi, a także obszarami badań. Autorka wymienia użyteczność np. teorii funkcjonalnych, hipotez: „użytkowania i korzyści”, różnicy wiedzy oraz porządku dziennego, dramaturgicznej koncepcji E. Goffmana czy systemowo-pragmatycznej teorii komunikowania. Badacze komunikacji politycznej inspirowani są również perspektywami typowymi dla nauk o polityce, m.in. teorią systemów czy teorią konfliktów¹³. Ów konglomerat teoretyczno-metodologiczny skutkuje pewnym rozproszeniem badań i na całościowe syntezujące ujęcia być może jest jeszcze za wcześnie. Podejmowane są jednakowoż liczne wysiłki na rzecz konceptualizacji komunikacji politycznej, a ich rezultatem są monografie cytowanych profesorów: Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Janiny Fras, Stanisława Michalczyka.

Podjęte w niniejszym artykule rozważania zmierzają do zbadania użyteczności tych koncepcji komunikacji politycznej, które – dotąd – są wykorzystywane w mniejszym stopniu. Mowa tu o perspektywie interpretacyjnej, mieszczącej się w tzw. jakościowym nurcie badań nad komunikacją polityczną. Rozróżnienie ilościowych i jakościowych badań jest rezultatem zakorzenionych w tradycji naukowej paradygmatów: pozytywistycznego i humanistycznego (interpretacyjnego).

¹¹ Tamże, s. 18.

¹² B. Dobek-Ostrowska, *Rozwój studiów nad komunikowaniem politycznym w Polsce na tle badań światowych – główne obszary badawcze i perspektywy rozwojowe*, „Global Media Journal – Polish Edition”, Spring 2006, nr 1.

¹³ Tamże.

Właściwością interpretacyjnego nurtu badań jest m.in.: formułowanie otwartych pytań badawczych, ograniczanie prekonceptualizacji czy wręcz unikanie przedzałożeń, docieranie do głębi zjawisk, do ich znaczeń. Badania jakościowe są kontekstualne, co oznacza, że zjawiska bada się w ich społecznym (politycznym i kulturowym) kontekście, uwzględniając jego różnicowanie i dynamikę. Zainteresowanie kontekstem wynika z faktu jego wpływu na badane zjawiska. Jak zauważa M. Straś-Romanowska, celem badania interpretacyjnego jest rozpoznawanie zjawisk, wyodrębnienie ich z tła, przybliżenie ich przez zrozumiały, gwarantujący porozumienie opis, następnie zaś rekonstruowanie zachodzących między zjawiskami związków znaczeniowych, czyli przypisywanie im sensu¹⁴. Badania interpretacyjne pozwalają na ukazywanie faktów społecznych w nowym uaktualnionym sensie. Mogą więc przyczyniać się do poszerzania świadomości badacza, pogłębiać autorefleksję, tym samym wpływać na jego rozwój¹⁵.

Przyjmuje się, iż świat społeczny jest nieustannie tworzony przez działające w nim jednostki, a przez to subiektywny i zmienny. Krzysztof Konecki we wstępie do książki Davida Silvermana *Interpretacja danych jakościowych* podkreśla, że socjologia jakościowa nie sprowadza się wyłącznie do stosowania swoistych dla siebie metod badań. Jest to jakościowy sposób myślenia o ludzkim doświadczeniu, drogą naukowej oraz intersubiektywnej empatii, która pozwala dotrzeć do znaczenia doświadczeń indywidualnych i grupowych tak zwanego zewnętrznego świata¹⁶.

Procedura badawcza sprowadza się do interpretacji, której przedmiotem czyni się niepowtarzalne, dynamiczne zdarzenie (zjawisko), mające swoją dramaturgię, formę, logikę i sens. Aby je rozszyfrować i w konsekwencji zrozumieć, należy poddać je interpretacji, uwzględniając konteksty, perspektywy np. ideologiczne czy biograficzne. Zdarzenia komunikacyjne mają własną strukturę, dynamikę, genezę, są wynikiem aktywności komunikacyjnej aktorów politycznych. Interpretacja czyni je zrozumiałymi. Również sami aktorzy polityczni przypisują swoim działaniom subiektywne znaczenia i interpretują sytuację swoją i innych.

¹⁴ M. Straś-Romanowska, *O metodzie jakościowej w kontekście rozważań nad tożsamością psychologii*, [w:] M. Straś-Romanowska, *Metody jakościowe w psychologii współczesnej*, Wrocław 2000, s. 24.

¹⁵ Takiej funkcji nie można odmówić również badaniom realizowanym w nurcie pozytywistycznym.

¹⁶ K.T. Konecki, *Wprowadzenie do polskiego wydania*, [w:] D. Silverman, *Interpretacja danych jakościowych*, Warszawa 2007, s. 12.

Podkreślić trzeba, że perspektywa interpretacyjna jest wewnętrznie zróżnicowana, co może stanowić o jej atrakcyjności, a czasami być źródłem nieuprawnionego eklektyzmu, w przypadku, gdy uogólnia się orientacje teoretyczne i metodologiczne, nie dostrzegając ich subtelności teoretycznej i metodologicznej. Perspektywa interpretacyjna obejmuje hermeneutykę (i bywa wyłącznie z nią utożsamiana), teorię ugruntowaną, symboliczny interakcjonizm, konstruktywizm, etnometodologię.

Poszczególne dyscypliny i subdyscypliny nauki wykorzystują w mniejszym lub większym stopniu perspektywę interpretacyjną. Komunikacja polityczna jest zjawiskiem kontekstualnym, dynamicznym, niepowtarzalnym, wieloznaczeniowym. Te właśnie cechy sprawiają, że metoda jakościowa pozwala na dotarcie do tych aspektów komunikacji politycznej, które w perspektywie – na przykład – systemowej czy behawioralnej są niedostrzegalne. Zadając pytania: jakie „to” jest?, po co „to” jest?, w jakim celu? odkrywa się sens zdarzeń komunikacyjnych i ich wzajemne powiązania, jakość komunikacji ujętą w kontekście biograficznym, ideologicznym czy pragmatycznym. Zainteresowanie kontekstem jest w tych badaniach szczególnie ważne. Przy czym nie chodzi tu o tzw. całościowy kontekst, bo taki nie daje się w pełni określić, lecz o jego różnorodne odmiany, choćby te wymienione powyżej. Badania interpretacyjne przynoszą w rezultacie nowe, czasami zaskakujące wyniki. Problematyzują rzeczywistość, która wydawała się oczywista, stereotypowa, otwierają perspektywy poznawcze. I na tym polega ich zasadnicza wartość. Sięgać można do specyficznych aspektów komunikowania politycznego, przykładowo, źródeł, istoty i konsekwencji komunikacji defensywnej polityków w debacie telewizyjnej czy w toku udzielanego wywiadu (ofensywne wzorce są stosunkowo dobrze zbadane); wzorów komunikowania o polityce na poziomie mikrospołecznym (w życiu rodzinnym, sąsiedzkim, zawodowym); związku między stylami komunikowania się polityków i codziennymi rozmowami o polityce w jakimś środowisku społecznym.

Perspektywa interpretacyjna pozwoliłaby na zrozumienie ewolucji i doskonalenia kompetencji komunikacyjnych aktorów politycznych, autonomiczności działań komunikacyjnych polityków oraz indywidualizacji tychże działań. Interpretacja i reinterpretacja debat telewizyjnych kandydatów na prezydenta, jakość relacji komunikacyjnych między podmiotami polityki, sens obecności medialnej byłych polityków (prezydentów, premierów, posłów) – to tylko niektóre pomysły na jakościowe badania komunikowania politycznego.

Nie wdając się w dyskusję na temat przewagi paradygmatu ilościowego nad jakościowym czy ich komplementarności, chcę wskazać wybrane

orientacje interpretacyjne: symboliczny interakcjonizm, konstruktywizm oraz systemowo-pragmatyczną koncepcję komunikowania, zwaną inaczej teorią relacji jako ważne z punktu widzenia docierania do istoty procesów komunikacyjnych w obszarze polityki.

Komunikowanie polityczne z perspektywy symbolicznego interakcjonizmu

Symboliczny interakcjonizm kładzie nacisk na symboliczną naturę życia społecznego. Jeden z twórców tego nurtu, H. Blumer, wyodrębnił następujące elementy konstytuujące tę perspektywę. Po pierwsze, czynności istot ludzkich w stosunku do rzeczy zasadzają się na znaczeniach, które te rzeczy mają dla nich. Po drugie, przypisywanie znaczeń do przedmiotów dokonuje się poprzez symbole i jest procesem ciągłym. Po trzecie, przypisywane znaczenia są wynikiem interakcji społecznych. Znaczenia te mogą być modyfikowane poprzez proces interpretacyjny¹⁷. Pojawiają się dwa kluczowe pojęcia: interakcja i symbole.

Interakcja jest możliwa, gdy jej uczestników łączy pewna wspólnota. Może być to np. wspólnota **symboli** podzielanych przez uczestniczące w interakcji podmioty, która umożliwia tworzenie jakichś stosunków i/lub korygowanie już istniejących. Innymi słowy, działanie społeczne określonych podmiotów odznacza się w działaniu grupy podmiotów czy nawet całej wspólnoty¹⁸. Symbole to znaki, gesty lub cokolwiek, co przekazuje znaczenia, te zaś są konstruowane w toku interakcji społecznej. Symboliczna interakcja jest twórczym procesem komunikacji, przekazywania znaczeń między nadawcą i odbiorcą. Poprzez interakcję życie grupowe nabiera cech rozwijającego się procesu, dzięki któremu ludzie wzajemnie modyfikują zachowania. Interakcja jest otwarta na redefinicje, te zaś prowadzą do powstania nowych typów zachowań, nowych koncepcji i nowych relacji. W toku interakcji jej uczestnicy starają się zrozumieć nawzajem znaczenia swoich działań.

Interakcja jest bytem dynamicznym, a jej fundamentem jest nie tylko zgoda, ale również inne rodzaje relacji m.in.: konfrontacja, konflikt, obojętność. Cechą konstytuującą interakcje jest sprawczość – ludzie nie są pionkami, ale mogą stosunkowo swobodnie i aktywnie działać. E. Hałas

¹⁷ A. Mattelart. M. Mattelart, *Teorie komunikacji. Krótkie wprowadzenie*, Warszawa–Kraków 2001, s. 103.

¹⁸ I. Krzemiński, *Interakcjonizm symboliczny i socjologia*, Warszawa 1986, s. 52.

podkreśla, że uczestnicy komunikacji nie reagują na wymieniane przekazy symboliczne, ale interpretują je i – na podstawie tych interpretacji – konstruują własne koncepcje, będące podstawą działania każdego z nich¹⁹. Tym samym odrzuca pogląd, że interakcję można rozumieć w kategoriach reaktywnych zachowań.

Z perspektywy symbolicznego interakcjonizmu dostrzec można, że działania społeczne mają szanse powodzenia, kiedy uwzględniają realną sieć stosunków wzajemnych i wyobrażeń na swój temat. Osiąganie celów musi respektować istniejące interakcje społeczne, a komunikacja polityczna musi uwzględniać ten fakt. Społeczne wyobrażenia na temat działających w przestrzeni publicznej polityków i partii politycznych, wzajemne wyobrażenia o sobie aktorów politycznych, interpretowanie przez nich sytuacji, mogą być nie tylko przedmiotem refleksji naukowej, ale również stanowią o jakości komunikacji politycznej.

H. Blumer mówi, że symboliczna interakcja odnosi się do takiej formy wzajemnego oddziaływania, do której wprowadzony został proces interpretacji²⁰. Przestrzeń komunikacji politycznej jest wypełniona różnorodnymi interpretacjami wydarzeń. To samo wydarzenie czy decyzja władz np. o podwyższenie podatków może być interpretowana np. jako zapobieganie kryzysowi finansów publicznych lub jako działanie wymierzone przeciwko jakiejś grupie zawodowej. Interpretacja nadaje znaczenia faktom. Tworzy system oceniania, wartościowania, jednoczy i dzieli społeczeństwo. Twórcy symbolicznego interakcjonizmu podkreślali, że to nie fakty są źródłem nieporozumień, lecz ich interpretacje.

Użyteczność interakcyjnego podejścia do badań procesów komunikowania politycznego zauważono pod koniec lat siedemdziesiątych XX wieku. Odnotowuje to m.in. B. Dobek-Ostrowska, która analizując liczne podejścia do badań nad komunikowaniem politycznym, uwzględnia m.in. perspektywę interakcyjną. „Dla interakcjonistów komunikowanie jest procesem wymiany symbolicznych znaczeń i opiera się na analizie wzajemnych oddziaływań uczestników komunikowania”²¹. W podejściu tym zwraca się uwagę – jak podkreśla Autorka – nie tylko na symbole i znaczenia, ale także na kody, znaki, przeżycia i poglądy komunikujących się jednostek. Zauważyć trzeba, że komunikacja wymaga pewnej wspólnoty

¹⁹ E. Hałas, *Interakcja symboliczna a hermeneutyczna kategoria przed-rozumienia*, Warszawa 2003, s. 28.

²⁰ H. Blumer, *Społeczeństwo jako symboliczna interakcja*, [w:] E. Mokrzycki (red.), *Kryzys i schizma*, t. 1, Warszawa 1984, s. 74.

²¹ B. Dobek-Ostrowska, *Porozumienie czy konflikt? Politycy, media i obywatele w komunikowaniu politycznym*, Warszawa 2009, s. 15.

kulturowej, stosowania podobnych schematów interpretacyjnych, podobnego rozumienia symboli i uzgadniania znaczeń, jakie mają owe symbole. Uczestnicy polityki są zdolni do interakcji i rozumienia swoich poglądów, gdy stosują podobne schematy interpretacyjne. Ludzie nie wykazują zbyt dużego zainteresowania polityką. Nie interesują się jej mechanizmami, procesem politycznym. Spostrzegają politykę „po swojemu”, raczej jako działalność pozainstytucjonalną, nieodwołującą się do struktur i mechanizmów politycznych. W związku z tym nadawcy polityczni (politycy) podejmują zabiegi interpretacyjne ukierunkowane na upraszczanie polityki i upodobnianie jej do sfery doświadczeń codziennych oraz do sfery rozrywki, czyli do tego, co ludzie mogą zrozumieć. Dzięki tym zabiegom schematy interpretacyjne uczestników komunikowania stają się podobne i tworzą podstawę do budowania wspólnoty znaczeń nadawanych zjawiskom, wydarzeniom dziejącym się w obszarze polityki. Komunikacja staje się możliwa. Zainteresowanie polityką rośnie.

Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest depolityzacja sposobu relacjonowania polityki. Polityka jest walką, konfliktem, rywalizacją, skandalem obyczajowym, aferą, a nie pracą, debatą publiczną, poszukiwaniem kompromisu czy rozwiązań problemów społecznych. Kolizja światów interpretacyjnych musi być zniwelowana poprzez przrzucanie pomostów interpretacyjnych czy szerzej – kulturowych.

Do kogo mówią politycy? W jaki sposób jest wytwarzana wizja polityki przez szeroko rozumiane społeczeństwo? „Interakcyjne” rozpoznanie adresatów polityki wiązać należy m.in. z ich codzienną rozmową o polityce, którą toczą i poprzez którą konstruują rzeczywistość. Styczność społeczna – czyli idea działań połączonych (założenie symbolicznego interakcjonizmu) – kształtuje sądy i przekonania o polityce. Właśnie w wyniku codziennych interakcji aktualizowany jest stosunek do polityki, ustalana hierarchia problemów w „domowym” dyskursie politycznym.

Z owego dyskursu wyłania się obraz polityki dominujący w społeczeństwie²². Znaczenia nabiera tutaj ogólna intelektualna kondycja społeczeństwa, sposób rozumienia rzeczywistości społecznej, status społeczny. Koncepcja kolistej interakcji wyjaśnia proces tworzenia interpretacji rzeczywistości społecznej. Odnosi się głównie do sytuacji niepokoju społecznego, jednakże jej analiza pozwala na dostrzeżenie kilku uniwersalnych cech. Kolistą interakcją jest procesem wzajemnego wzmacniania swoich działań poprzez wielokrotne interakcje. Polega na wzajemnym

²² W codziennych interakcjach odzwierciedla się sfera polityki poprzez to, jakimi słowami ludzie o polityce i politykach opowiadają.

stymulowaniu zachowań uczestników interakcji, którzy doprowadzają do jej wzmocnienia i ujednolicenia. Wzajemne interakcje subiektywnie postrzegających się jednostek i przypisujących wszystkiemu, co dookoła, sobie tylko właściwą ocenę, prowadzą w bardzo dużym stopniu do nieprzewidywalnych przekształceń świata życia społecznego²³.

H. Blumer twierdzi, że kolista interakcja służy zdefiniowaniu spraw będących przedmiotem zainteresowania uczestników – rozwinięciu takich określeń, jak przeciwnicy, osoby autorytetu, prawa indywidualne, praktyki instytucjonalne²⁴. Wytwarzanie i rozprzestrzenianie znaczeń w wyniku kolistej interakcji w obszarze komunikowania politycznego jest ważnym i znaczącym (w rozumieniu symbolicznego interakcjonizmu) procesem. Interakcje te zachodzą w rozmaitych układach, w rodzinie, w miejscu pracy, grupie rówieśniczej. Przyjmują wiele różnych form – od niezobowiązującej rozmowy poprzez udział w interaktywnych audycjach telewizyjnych, po bardziej zorganizowane formy typu protest. Kolista interakcja wykorzystuje pewien psychologiczny mechanizm wywierania wpływu – regułę społecznego dowodu słuszności. Zgodnie z nią, to, co mówią lub czynią inni ludzie, jest słuszne. Ludzie ulegają funkcjonującym w przestrzeni komunikacyjnej poglądom, opiniom. S. Michalczyk używa pojęcia *spotkaniowa opinia publiczna*. Powstaje ona w wyniku interakcji między ludźmi, w których każdy uczestnik może być źródłem określonych informacji i opinii. Opinia na tym poziomie ma charakter spontaniczny, tworzy się na ulicy, w miejscach pracy, mieszkaniach²⁵. W rezultacie dyskusji i refleksji, które wywołują zdarzenia polityczne czy wypowiedzi polityków, ludzie rozwijają sposoby widzenia świata, które ich dotyczą. Kształtuje się także poczucie własnego miejsca w tych zdarzeniach. Interakcje mają zatem charakter definiujący, w tym sensie, że ludzie tworzą konkretne definicje i pojęcia tego, czego doświadczają, ustosunkowują się do rzeczywistości, w której działają. Tak ugruntowuje się określony obraz polityki i polityków. Ich działania mogą być interpretowane jako budzące sprzeciw, zgodne z interesami ludzi czy też jako takie, które służą wyłącznie zaspokojeniu egoistycznych potrzeb polityków. Rozszerzające się definicje polityki prowadzą do jej akceptacji lub odrzucenia, co uwidacznia się m.in. w zachowaniach wyborczych.

²³ D. Staniszewski, *Interakcjonizm symboliczny Herberta Blumera w ujęciu makrostrukturalnym*, [w:] <http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6994>, dostęp: październik 2011.

²⁴ H. Blumer, *Niepokój społeczny i protest zbiorowy*, [w:] E. Hałas, *Obywatelska szkoła socjologii chicagowskiej*, Lublin 1994, s. 103–104.

²⁵ S. Michalczyk *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005, s. 159.

Podejście konstruktywistyczne

Koncepcja konstruktywistyczna jest epistemologicznie bliska symbolicznemu interakcjonizmowi. Jej podstawowe założenie zawiera się w twierdzeniu, że procesy poznawcze nie polegają na odzwierciedlaniu rzeczywistości, lecz na jej interpretacji i nadawaniu znaczeń²⁶. Ludzie tworzą w swoich umysłach poznawczą reprezentację rzeczywistości, swoiste fotografie świata społecznego, kultury, gospodarki, polityki oraz samego siebie. Podstawowe znaczenie mają tzw. konstrukty osobiste. Ich koncepcję sformułował G. Kelly²⁷.

W toku życia człowiek nieustannie przyjmuje i przetwarza informacje płynące ze środowiska zewnętrznego. Informacje te przetwarzane są w charakterystyczny, właściwy dla jednostki sposób. Właśnie tego dotyczy teoria konstruktów osobistych Kelly'ego. Wyjaśnia ona, jak w specyficzny dla siebie sposób ludzie spostrzegają, interpretują i kategoryzują świat. W koncepcji tej człowiek ujmowany jest jako badacz, który tworzy teorię (system konstruktów), aby nadać swojemu otoczeniu sens i móc przewidywać zdarzenia.

Z. Nęcki, przywołuje *credo* konstruktywistów: „Człowiek jest istotą komunikującą się, uczestniczącą w stałym procesie tworzenia, dzięki któremu zachodzi proces zmian społecznych; rzeczywistość społeczna jest definiowana i redefiniowana dzięki komunikowaniu się [...]. Istoty ludzkie są aktywne i kreatywne, nie zdeterminowane przez swe doświadczenia ubiegłe, lecz we współdziałaniu z innymi dokonują interpretacji sytuacji codziennych w kontekście bardziej stabilnych układów wartości społecznych i kulturowych”²⁸.

Jak podkreśla Nęcki, konstruktywizm przyjmuje w swojej skrajnej wersji, że człowiek odnosi się do rzeczywistości jedynie poprzez proces komunikowania wzajemnego, podczas którego dochodzi do interpretacji obiektów fizycznych, społecznych i kulturowych²⁹. Do interpretacji używa się schematów interpretacyjnych, czyli pewnych konstruktów umysłowych wytworzonych na podstawie doświadczenia i wiedzy.

Na walory koncepcji konstruktywistycznej w odniesieniu do komunikowania politycznego szczególną uwagę zwrócił Ralph Negrine³⁰. Dokonał systematyki tych badań, uwzględniając dorobek innych uczonych.

²⁶ Z. Nęcki, *Komunikacja międzyludzka*, Kraków 1996, s. 34.

²⁷ E. Aronson, T.D. Wilson, R.M. Akert, *Psychologia społeczna*, rozdz. 4, Poznań 1997.

²⁸ Cyt. za: Z. Nęcki, *Komunikacja...*, s. 35.

²⁹ Tamże.

³⁰ R. Negrine, *The Communication of Politics*, London–New Delhi 1996, s. 127–145.

Badanie komunikowania politycznego, jak twierdzi autor, sprowadza się do badania zdolności rozumienia przez publiczność rezultatów interakcji aktor polityczny – odbiorca³¹. Oznacza to, że proces komunikowania politycznego musi uwzględniać kwestię rozumienia politycznej treści przekazów medialnych. Negrine uznaje, że jedynym użytecznym podejściem do studiowania tego, jak ludzie rozumieją komunikowanie polityczne i prezentują poglądy polityczne, jest podejście konstruktywistyczne.

Wiadomości są rozumiane w obrębie indywidualnych interpretacji podobnych tematów, osobistych doświadczeń, innych informacji itd. Takie podejście – zakładające, że przekaz mediów może być odbierany na różne sposoby i że społeczeństwo może „negocjować znaczenie tego, co zostało przekazane” – jest obecne w długiej tradycji badań nad komunikowaniem politycznym. Publiczność odbiera przekaz medialny „po swojemu”, tworząc jego ramy interpretacyjne³². Tworzą je również media. Ramy publiczności i ramy mediów mogą być podobne bądź odmienne. Interesujące wydaje się odkrywanie obszaru, w którym te ramy zbiegają się lub różnią.

Perspektywa konstruktywistyczna daje możliwość badania roli mediów w pomaganiu (lub przeszkadzaniu) w procesie rozumienia wydarzeń politycznych przez społeczeństwo. Ponadto pozwala na rozwiązywanie innych problemów badawczych, np.: czy i w jakim stopniu różni ludzie rozumieją polityczne wiadomości, jeśli tak to, co z tego wynika. Czy media komunikują oszczędnie i efektywnie? Czy jedne media są lepsze od drugich pod względem pomagania w zrozumieniu przez jednostki przekazywanych tematów? Czy publiczność może przekroczyć granice mediów i rozumieć dany temat na zupełnie odmienne sposoby?

R. Neuman opisuje to jako „nową teoretyczną perspektywę”, która „ukazuje subtelną interakcję między tym, co media przekazują, a tym, jak ludzie rozumieją świat poza ich najbliższą przestrzenią”³³.

W ten sposób podejście konstruktywistyczne wydaje się perspektywą pozwalającą na badanie wpływu mediów na rozumienie polityki oraz kształtowanie tego, co Neuman nazywa „wiedzą powszechną” lub tego, „co ludzie wiedzą o sprawach publicznych”³⁴.

Badania, w których przyjmuje się podejście konstruktywistyczne, akcentują, że jednostki polegają na ramach, które porządkują wydarzenia,

³¹ Tamże, s. 127.

³² G. Philo, *Seeing and Believing*, London: Routledge, 1990, s. 154.

³³ R. Neuman, M. Just and A. Crigler, *Common Knowledge*, Chicago 1992, cyt. za: R. Negrine, *The Communication of Politics...*, s. 128.

³⁴ R. Negrine, *The Communication of Politics...*, s. 130.

czyniąc z nich coś, o czym można rozmawiać; mają władzę, ponieważ sprawiają, że świat jest sensowny³⁵. Zaawansowane badania nad problematyką ramowania prowadził Gamson. Wskazuje on, jak rama prowadzi do: a) definiowania problemu; b) diagnozowania przyczyny; c) tworzenia moralnych osądów i d) sugerowania środków zaradczych. Podaje przykład ramy zimnej wojny, która podkreśla „pewne zagraniczne wydarzenia, wojnę cywilną – jako problem, zidentyfikowane źródło (komunistyczni buntownicy), zaoferowany moralny osąd i podyktowanie szczegółowych rozwiązań (wsparcie USA dla drugiej strony)”³⁶.

Z przykładów tych wynika, że ramy są konceptualnymi narzędziami i że upraszczają złożony temat, by umożliwić jego zrozumienie i wydawanie sądów. Owo zrozumienie jest możliwe w procesie konstruowania znaczenia informacji przez pryzmat indywidualnych doświadczeń jednostki.

Systemowo-pragmatyczna szkoła komunikowania, czyli teoria relacji

Istota systemowo-pragmatycznej teorii komunikowania zawiera się w stwierdzeniu P. Watzlawicka, który akcentuje, że piąta część komunikacji ludzkiej służy wymianie informacji, podczas gdy reszta dotyczy niekończącego się procesu definiowania, potwierdzania, negocjowania i redefinicji istoty naszych relacji z innymi³⁷.

Z tego stwierdzenia wynika przede wszystkim to, że w toku komunikacji określany jest charakter relacji między podmiotami, a zawartość merytoryczna komunikatów odgrywa mniejsze znaczenie. Prekursorzy tego nurtu podkreślają, że komunikacja nie odnosi się tylko do przekazywania wiadomości słownych, jawnych i intencjonalnych. Obejmuje zespół procesów, przez które jednostki wywierają na siebie wzajemny wpływ³⁸.

Czym jest ów zespół procesów? Tworzą go pozajęzykowe aspekty komunikacji, do których zalicza się przede wszystkim kontekst wypowiedzi, wskaźniki wyrażanych emocji, organizację przestrzeni. Kontekst jest tym, co znacząco wpływa na rozumienie i interpretację wypowiedzi,

³⁵ D.R. Kinder, *Komunikacja i polityka w epoce informacji*, [w:] D.O. Sears, L. Buddy, R. Jervis (red.), *Psychologia polityczna*, Kraków 2008, s. 326.

³⁶ W. Gamson, *Talking Politics*, Cambridge 1992, cyt. za: R. Negrine, *The Communication of Politics...*, s. 130.

³⁷ Z. Nęcki, *Komunikacja...*, s. 28.

³⁸ G. Bateson, J. Reusch, *Communication: the Social Matrix of Psychiatry*, New York, 1951, s. 6.

która wyabstrahowana z kontekstu, traci konwersacyjny sens. Dla badaczy komunikacji w obszarze polityki analiza kontekstu nabiera wręcz fundamentalnego znaczenia. Ten sam tekst wypowiedziany na przykład w toku konferencji prasowej czy posiedzenia rządu, czy też przy okazji podniosłej uroczystości państwowej ma odmienne implikacje polityczne. Wydaje się to dość oczywiste, jednak nie można pominąć faktu, że to właśnie twórcy systemowo-pragmatycznej szkoły docenili znaczenie kontekstu dla procesu komunikacji. Bateson trafnie określił, że „kontekst, to jest różnica, która czyni różnicę”³⁹. Odniósł to do wpływu kontekstu na rozumienie informacji. Jego zdaniem kontekst oznacza wszystkie wydarzenia, które wskazują, z jakich możliwości powinno się wybierać następnym razem. Kontekst dostarcza zatem pewnych danych, na podstawie których można analizować skuteczność przyszłych zachowań komunikacyjnych. Badanie kontekstu w komunikacji politycznej sprowadza się do analiz momentu historycznego, charakteru sytuacji politycznej (np. przed wyborami, po wyborach), aktywności komunikacyjnej oponentów politycznych i własnej obecności medialnej określonej kwestii itp.

Kolejnym aspektem systemowo-pragmatycznej teorii komunikacji jest akcentowanie jakości stosunku między komunikującymi się podmiotami. Stosunek ów jest demonstrowany poprzez sposób mówienia i formę komunikatu. To tzw. relacyjny aspekt komunikatu, w którym istotną rolę odgrywają zachowania nieleksykalne, takie jak: gesty, mimika, odległość między rozmówcami.

Stosunek może wyrażać się w akceptacji bądź odrzuceniu czy też w braku potwierdzenia, w obojętności. Proces komunikowania jest nie tylko wymianą informacji o faktach, zdarzeniach; jest zarazem odniesieniem, które może mieć wartość integrującą, podtrzymującą lub dezintegrującą.

Teoria systemowo-pragmatyczna pozwala również na badanie dwóch głównych systemów relacji: symetrycznych i komplementarnych. Cechą pierwszego systemu jest minimalizacja różnicy oraz tendencja do przejawiania zachowań naśladowczych, drugi zaś system oznacza uruchamianie zabiegów sprzyjających tworzeniu dwubiegunowej całości. Symetria przejawia się we wzroście natężenia jakiegoś zachowania. Może być wymianą uprzejmości, szacunku, ale również inwektyw, złośliwości, wrogich domniemań itp.

Relacja jest symetryczna, ale na ogół niefunkcjonalna, zwłaszcza w przypadku, gdy ma charakter permanentny. Wzajemne schlebianie

³⁹ G. Bateson, *Umysł i przyroda. Jedność konieczna*, Warszawa 1996, s. 158.

sprawia, że relacja traci swoją kreatywną moc, nie rozwija się, wzajemne inwektywy skutkują tym samym, ale oprócz tego psują kulturę komunikacyjną. Fundamentem relacji komplementarnych jest schemat dominacja – submisja. W tym przypadku ich wrogiem jest również stałość. Można sobie wyobrazić relacje między dwoma politykami, z których jeden jest permanentnie autorytetem w jakiejś sprawie, a drugi permanentnie przyjmuje jego perspektywę interpretacyjną. Taka relacja jest również niefunkcjonalna. Jak widać, esencja dysfunkcji jest zawarta w stałości miejsca, jakie zajmują podmioty w tych systemach relacji. Można zatem powiedzieć, że „zdrowa” jest dynamika w obrębie relacji. W zależności od kontekstu uczestnicy komunikacji zmieniają swoje pozycje, doświadczając szanse zarówno na dominację, jak i submisję czy też na naśladowanie. Obszar komunikacji politycznej jest na tyle bogaty treściowo, że każdy z jej uczestników może współtworzyć różne systemy relacji.

To, co się dzieje między komunikującymi się podmiotami, ma znaczenie nie tylko dla nich samych. Owe podmioty jako elementy szerszego systemu komunikowania wpływają na jego funkcjonowanie. Gdy wziąć pod uwagę komunikowanie się polityków w toku np. debaty, to będą oni – jako jeden element systemu – wpływali nie tylko na siebie wzajemnie w toku „tu i teraz” realizowanej interakcji, ale również na system komunikowania w ogóle.

Jak pisze P. Watzlawick, „zachowanie każdej osoby wpływa na zachowanie wszystkich pozostałych i jest jednocześnie nimi uwarunkowane”⁴⁰. Bowiem wszystkie ludzkie zachowania mają wartość komunikacyjną. Nie można się nie komunikować, tak jak nie można się nie zachowywać. Każde zachowanie jest rodzajem komunikacji. Ponieważ zachowanie nie ma przeciwieństwa (nie ma antyzachowania), nie jest możliwe, aby się nie komunikować⁴¹.

Każde obserwowalne zachowanie ma wartość komunikacyjną, milczenie jest również komunikatem. W założeniu tym widać odwołanie do powszechności komunikowania. Funkcjonowanie polityków w sferze publicznej skutkuje tym, że każde ich zachowanie ma wymiar komunikacyjny, czyli jest możliwe do interpretacji przez otoczenie społeczne bez względu na poziom i rodzaj aktywności komunikacyjnej bądź jej zaniechanie.

⁴⁰ E.G. de Torres, *Szkola Palo Alto*, [w:] B. Dobek-Ostrowska (red.), *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, Wrocław 2001, s. 101.

⁴¹ P. Watzlawick, J.H. Beavin, D.D. Jackson, *Pragmatics of Human Communication*, New York 1968.

Stosunki, które wzajemnie sobie odpowiadają i wzajemnie zawierają się w sobie, mogą być postrzegane jako szeroki system komunikacji. Poprzez obserwowanie następstwa przekazów w horyzontalnym kontekście (następstwo kolejnych przekazów) i wertykalnym kontekście (stosunki pomiędzy elementami systemu) można osiągnąć logikę komunikacji⁴². Proces komunikowania ma charakter permanentny. Oznacza to, że zachowania komunikacyjne należy spostrzegać w pewnym ciągu (sekwencji) zdarzeń. Nie należy ich izolować, wręcz odwrotnie, należy je postrzegać jako wzajemnie warunkujące się, na zasadzie pozytywnego lub negatywnego sprzężenia zwrotnego. Warto podkreślić, iż wyjaśnianie własnych zachowań komunikacyjnych wyłącznie w kategoriach reakcji na zachowanie przeciwnika politycznego, bez uwzględnienia własnego udziału w jakimś zdarzeniu, jest źródłem barier i nieporozumień w procesie komunikowania. Skutkuje pobudzaniem sporu o polityczne sprawstwo. Wiązać to należy z selektywnością percepcji, co na gruncie tej koncepcji jest równoznaczne z przerywaniem sekwencji i ujmowaniem własnego zachowania komunikacyjnego jako wyłącznie przyczyny lub wyłącznie skutku. Nie bierze się pod uwagę wpływu własnych zachowań (decyzji) na zachowania (decyzje) innych podmiotów uczestniczących w systemie komunikacji politycznej. Oznacza też minimalizowanie albo odrzucanie własnej odpowiedzialności za działania w sferze publicznej w myśl zasady, że co złego, to nie my.

Systemowo-pragmatyczna szkoła wyrosła z jednej strony z koncepcji klinicznych, z drugiej zaś z antropologii, językoznawstwa, socjologii, matematyki. Jej potencjał tkwi w postrzeganiu komunikacji jako zjawiska złożonego na wielu poziomach, kontekstualnego i nielinearnego, w nadaniu znaczenia odbiorcy w procesie komunikacji. Ważna jest też konceptualizacja komunikacji jako nieustannie toczącego się procesu. W obszarze polityki mamy do czynienia z wielością procesów komunikacyjnych, ich złożony charakter również wydaje się oczywisty. Badanie relacyjnych i interaktywnych zachowań w przestrzeni komunikacji politycznej stanowić może uzupełnienie dotychczasowych obszarów badań.

Przedstawione perspektywy badawcze pozwalają na dotarcie do indywidualnych interpretacji świata polityki przez polityków i zwykłych obywateli oraz do rozpoznawania charakteru relacji tworzonych w toku procesu komunikowania.

⁴² A. Mattelart, M. Mattelart, *Teorie komunikacji...*, s. 59.

STRESZCZENIE

W artykule podjęto próbę rekonstrukcji podstawowych sposobów definiowania komunikacji politycznej, ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy interpretacyjnej. Wskazano na użyteczność kilku podejść jakościowych, akcentując fakt, iż pozwalają one na rozumienie istoty komunikowania politycznego, zwłaszcza z punktu widzenia adresatów komunikatów politycznych. Omówione zostały: symboliczny interakcjonizm, konstruktywizm oraz systemowo-pragmatyczna koncepcja komunikacji

Ewa Maria Marciniak

POLITICAL COMMUNICATION IN INTERPRETATIVE APPROACHES

This article attempts to reconstruct the basic ways of defining political communication, with particular emphasis on interpretative perspective. Indicates the usefulness of a number of qualitative approaches, stressing the fact that they allow to understand the nature of political communication, especially from the point of view the recipients of political messages. The article discusses: symbolic interactionism, constructivism and system-pragmatic concept of communication.

KEY WORDS: *political communication, symbolic interactionism, constructivism, system-pragmatic theory of communication*

Bartosz Abramowicz

Jürgena Habermasa koncepcja polityki deliberacyjnej jako zastosowanie jego teorii działania komunikacyjnego do projektu obywatelskiego samo-rządzenia

SŁOWA KLUCZOWE:

Jürgen Habermas, teoria działania komunikacyjnego,
deliberacja, dyskurs, liberalizm

STUDIA I ANALIZY

„Wierzę, iż mogę wykazać, że gatunek, którego przetrwanie zależy od struktur komunikacji językowej i kooperatywnego, celowo-racjonalnego działania, musi z konieczności opierać się na rozumie”¹.

Wstęp

Jürgen Habermas pozostaje ostatnim żyjącym spadkobiercą i kontynuatorem tzw. szkoły frankfurckiej – nowego podówczas nurtu w niemieckiej socjologii (zapoczątkowanego przez Maxa Horkheimera i Theodora W. Adorno), której instytucjonalnym ucieleśnieniem stał się Instytut Badań Społecznych utworzony w 1924 roku we Frankfurcie nad Menem. W swej naukowej działalności Habermas łączy wiele nurtów humanistyki i porusza się po różnych poziomach abstrakcji w swych analizach. Nie stroni także od publicystyki politycznej, tyczącej się najbardziej aktual-

¹ J. Habermas, *Ideologies and Society in the Post-War-World. Interview with Gad Freudenthal*, [w:] P. Dews (ed.), *Habermas. Autonomy and Solidarity (interviews)*, London 1986, s. 51, [za:] A. Szahaj, *O komunikacyjnym zwrocie w teorii krytycznej Jürgena Habermasa*, [w:] L. Witkowski (red.), *Dyskursy rozumu: między przemocą a emancypacją. Z recepcji Jürgena Habermasa w Polsce*, Toruń 1990, s. 150.

nych zagadnień współczesności (m.in. kwestii integracji europejskiej, wielokulturowości, obywatelstwa i przemian pojęcia suwerenności). Bogaty dorobek naukowy i inspirujący charakter jego – w założeniu – całościowej teorii (rezonującej daleko poza wąskie kręgi filozofów akademickich i teoretyków socjologii), zadecydowały o istotnej roli Habermasa – począwszy od drugiej połowy XX wieku, aż po czasy obecne – jako czołowego przedstawiciela szeroko rozumianej filozofii społecznej.

W niniejszym artykule podjęta zostanie – sygnalizowana już w samym jego tytule – próba prezentacji najważniejszych wątków teorii komunikacji Jürgena Habermasa. Teoria ta stanowi tylko część projektowanej przez niemieckiego uczonego, szeroko zakrojonej „krytycznej teorii społecznej”, której wszystkich założeń nie ma tu miejsca i potrzeby przedstawiać². Przedmiot rozważań zawężony zostanie do teorii działania komunikacyjnego, co stanowić będzie punkt wyjścia – prezentowanej w dalszej kolejności – Habermasowskiej wizji polityki deliberacyjnej, jako konceptu mieszczącego się w ramach jego teorii dyskursu. Ta ostatnia uznawana jest za jedną z najważniejszych i najbardziej inspirujących teorii odnoszących się do współczesnych społeczeństw późnokapitalistycznych oraz podstawowy element demokracji deliberacyjnej, stanowiącej „[...] analityczny trzon współczesnej nam myśli liberalnej”³.

Działanie komunikacyjne: zarys teorii i kluczowe pojęcia

Znaczną część pierwszego tomu⁴ swego *opus magnum: Teorii działania komunikacyjnego*, jak również istotne fragmenty tomu drugiego⁵ – w których rozwija i nadaje precyzyjną formę intuicjom pojawiającym się już w jego wczesnej pracy⁶ – Habermas poświęcił metateoretycznym rozważaniom (w duchu – przywoływanych przez siebie – Maxa Webera i Talcotta Parsonsa), dotyczącym konceptualizacji pojęcia działania i racjonal-

² Takie próby były i są podejmowane w polskich opracowaniach, zob. np.: A.M. Kaniowski, *Filozofia społeczna Jürgena Habermasa. W poszukiwaniu jedności teorii i praktyki*, Warszawa 1990.

³ M. Czyżewski, *Wprowadzenie do wydania polskiego*, [w:] J. Habermas, *Strukturalne przeobrażenia sfery publicznej*, Warszawa 2007, s. VII.

⁴ J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1: *Racjonalność działania a racjonalność społeczna*, Warszawa 1999.

⁵ J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 2: *Przyczynek do krytyki rozumu funkcjonalnego*, Warszawa 2002, s. 351–421.

⁶ J. Habermas, *Strukturalne przeobrażenia...*, (wyd. oryg. 1962).

ności. Filozof wprowadza tam rozróżnienie dwóch podstawowych typów działania. Pierwsze z nich to (1) działanie racjonalne ze względu na cel/działanie celowe („ukierunkowane na sukces”), które dzieli się następnie na: (1a) działanie instrumentalne – ukierunkowane na interwencje w świat fizyczny, które to działanie daje się opisać z punktu widzenia skuteczności; oraz (1b) działanie strategiczne, którego istotą jest możliwość wpływania na innych. Również ten typ działania można opisać pod kątem skuteczności. Relacja między działaniem (1a) i (1b) prezentować się ma następująco: wiele działań instrumentalnych może być jednocześnie działaniami strategicznymi, a niektóre działania strategiczne mogą być uznane za instrumentalne⁷. Odrębny typ działania (postulowany przez Habermasa) stanowić ma – urzeczywistniane poprzez akty mowy – (2) działanie komunikacyjne („ukierunkowane na zgodę”), gdzie *telos* wyraża się i realizuje nie przez próbę wpływania na innych, lecz poprzez wzajemne zrozumienie; porozumienie w kwestii wspólnych interpretacji świata. Można jednakże uznać, iż także ten typ działania – jak zresztą jakiegokolwiek działanie (por. dwuznaczność celowości u samego Habermasa, dającą się zauważyć w cytacie-motcie poprzedzającym niniejszy tekst) – w szerokim ujęciu także zorientowane jest na cel; w tym wypadku, ów cel nadrzędny stanowić ma uzyskanie/wytworzenie – poprzez proces wzajemnej interpretacji – podzielanej przez każdą ze stron, definicji sytuacji⁸.

Skoro – jak zasygnalizowano powyżej – pojęcie działania powiązane jest z pojęciem racjonalności, koniecznym jest wskazać, iż Habermas przenosi uwagę z „[...] racjonalności kognitywno-instrumentalnej ku racjonalności komunikacyjnej. Paradygmatem dla tej ostatniej jest nie odniesienie samotnego podmiotu do czegoś w świecie obiektywnym, co można przedstawiać i czym można manipulować, lecz stosunek intersubiektywny, w jaki podmioty zdolne do działania i mówienia wchodzą wówczas, gdy się ze sobą co do czegoś porozumiewają [podkr. oryg.]”⁹. Tym samym, niemiecki uczony zrywa z wielowiekową – sięgającą Arystotelesa – tradycją sprowadzania działania jako takiego do działania instrumentalnego, a racjonalności – do zdolności precyzyjnego definiowania celu, jaki chce się osiągnąć wraz z efektywnym/celowym doбором środków

⁷ K. Baynes, *Habermas*, [w:] D. Boucher, P. Kelly (eds.), *Mysliciele polityczni. Od Sokratesa do współczesności*, Kraków 2008, s. 640. Por. J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, tabela 13 na s. 472 oraz rozwinięcie podtypów działania strategicznego: rysunek 2 na s. 547.

⁸ K. Baynes, *Habermas...*, s. 640.

⁹ J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, s. 639–640.

prowadzących do jego osiągnięcia (takie podejście do działania społecznego rdzeniem swej teorii uczynił Max Weber)¹⁰.

Dlaczego w przypadku działań komunikacyjnych wszystkie cele przyświecające osobie podejmującej działanie podporządkowane są uzyskaniu/ wytworzeniu wzajemnie podzielanej z innymi definicji sytuacji? Odpowiedź na to pytanie stanowić ma stwierdzenie, iż komunikacja językowa cechuje się strukturą roszczeniową, a w sam proces komunikacji wbudowany jest potencjał racjonalności, który służyć może – i powinien – tworzeniu bardziej sprawiedliwego, otwartego społeczeństwa, gdzie porządek społeczny (re)produkowany jest na sposób nieopresyjny. To w języku bowiem – a nie w sferze stosunków produkcji, jak przyjmował Marks i wczesna szkoła frankfurcka – zawarty ma być ideał ładu społecznego, a stosunki między podmiotami tegoż winny opierać się na uzgadnianiu. Językowe akty porozumiewania się – w takim ujęciu – służyć mają nie tylko przedstawianiu wizji świata i wyrażaniu przeżyć jednostek, ale także ustanawianiu (bądź też odnawianiu) stosunków społecznych. Jak wskazuje M. Żardecka-Nowak, referująca główne założenia teorii Habermasa, „rozum komunikacyjny – w odróżnieniu od rozumu praktycznego lub rozumu czystego – nie przysługuje żadnemu pojedynczemu aktorowi sceny społeczno-politycznej. Jest to forma rozumności, która polega na praktyce intersubiektywnego ustanawiania, rewidowania i przekazywania sensów. To nie jednostki są warunkiem komunikacji, to komunikacja jest warunkiem wyłonienia się podmiotów”¹¹; i dalej: „racjonalność komunikacyjna nie jest po prostu dana, nie wynika ze struktury naszego języka, lecz musi być przedmiotem świadomych starań”¹².

Koncepcja rozumu komunikacyjnego, będąca autorskim wkładem Habermasa – m.in. jako przeciwwaga dla pesymistycznej historiozofii późnej teorii krytycznej w wydaniu Horkheimera i Adorno¹³ – zastępując argument przymusu koncepcją „przymusu lepszego argumentu” (o czym dalej), właśnie w języku sytuuje „siłę emancypacyjną”, będącą „bezkrwawym zamiennikiem” przemocy: „Realizacja rozumu w dziejach staje się zaś przynajmniej potencjalnie możliwa i to nie opierając się na bolesnej dialektyce przemocy, lecz przez wykorzystanie szansy, która jest nam z góry dana jako istotom posługującym się językiem – posłuszeństwa

¹⁰ J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej (Wydanie nowe)*, Warszawa 2002, s. 930. Zob. J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, s. 259–279.

¹¹ M. Żardecka-Nowak, *Rozum i obywatel. Idea rozumu publicznego oraz koncepcja jednostki we współczesnej filozofii polityki*, Rzeszów 2007, s. 267.

¹² Tamże, s. 271.

¹³ Zob. J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, s. 597–651.

wobec wewnętrznej racjonalności mowy”¹⁴. Działaniem komunikacyjnym sterują więc inne kryteria, aniżeli w przypadku działania celowo-racjonalnego; przede wszystkim eliminowane są tu wszelkie presje i zakłócenia związane z działaniem, które mogłyby doprowadzić do wystąpienia motywacji innych, niż gotowość do uzyskania porozumienia¹⁵.

Działające jednostki swoje interpretacje świata odnoszą do trzech ogólnych typów roszczeń ważnościowych¹⁶, konstytuujących trzy podstawowe typy aktów mowy: (1) roszczenie do prawdy, podnoszone w konstatujących czynnościach językowych; (2) roszczenie do normatywnej sprawiedliwości, podnoszone w regulatywnych czynnościach językowych; oraz (3) roszczenie do prawdziwości, podnoszone w ekspresywnych czynnościach językowych¹⁷. Owe roszczenia to nic innego jak normatywne zobowiązania wynikające z pewnej przyjętej konwencji, które działający podmiot winien wypełnić, jeśli chce, aby użyta przez niego wypowiedź posiadała status działania komunikacyjnego (to znaczy liczyła się w interakcjach społecznych). Chodzi tu o to, że na wypowiedź/roszczenie/zobowiązanie składać się ma nie tylko wyartykułowanie czegoś, lecz także dokonanie pewnej czynności¹⁸: „W tym sensie ktoś, kto mówi »przysięgam« nie tylko opisuje czynność przysięgania, co jej dokonuje, podobnie jak nasz znajomy, który zdejmując kapelusz, po prostu kłania się nam, a nie opisuje czynność kłaniania się”¹⁹.

Jedno z centralnych pojęć teorii Habermasa – dyskurs – dotyczyć ma sytuacji gdy: (1) dialogujące podmioty odnoszą się nawzajem do swoich

¹⁴ A. Szahaj, *O komunikacyjnym zwrocie...*, s. 142.

¹⁵ A.M. Kaniowski, *Filozofia społeczna Jürgena Habermasa...*, s. 467.

¹⁶ J. Kmita opowiada się za polskim tłumaczeniem „roszczenie do prawomocności” w miejsce niepoprawnego, jego zdaniem, „roszczenia do ważności/ważnościowego”. Zaleca on także, w miejsce terminów: „roszczenie prawdy/do prawdy”, „roszczenie szczerości/do szczerości” i „roszczenie słuszności/do słuszności”, przekłady – odpowiednio – „roszczenie do prawomocności z uwagi na prawdę”, „roszczenie do prawomocności z uwagi na szczerść” i „roszczenie do prawomocności z uwagi na słuszność”; zob. jego uwagi w tej kwestii: J. Kmita, *Racjonalność „uwolniona od hipoteki metafizycznej”*, posłowie [do:] J. Habermas, *Działanie komunikacyjne i detranscendentalizacja rozumu*, Warszawa 2004, s. 83–84.

¹⁷ Zob. J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, s. 535–536. Interesujące przykłady konkretnych wypowiedzi/poszczególnych roszczeń, podaje L. Morawski; zob. L. Morawski, *Dyskurs w ujęciu Jürgena Habermasa a inne koncepcje argumentacji*, [w:] L. Witkowski (red.), *Dyskursy rozumu: między przemocą a emancypacją...*, s. 122–123.

¹⁸ Zauważalne są tu inspiracje badaniami lingwistycznymi twórców filozofii analitycznej, przede wszystkim J.L. Austina i J. Searle’a.

¹⁹ L. Morawski, *Dyskurs w ujęciu Jürgena Habermasa a inne koncepcje argumentacji*, [w:] L. Witkowski (red.), *Dyskursy rozumu...*, s. 121.

roszczeń, przedstawiając argumenty „za” i „przeciw” oraz używając istniejących definicji sytuacji (lub też tworząc nowe) oraz (2) stanu rzeczy, kiedy to każdy akt mowy wiąże się każdorazowo z wszystkimi wymienionymi typami roszczeń ważnościowych. Odnośnie punktu (1) powiedzieć należy, iż z wypełnieniem tego warunku mamy do czynienia tylko wtedy, gdy spełnione są pewne strukturalne i proceduralne cechy sytuacji, podczas której zachodzi proces wymiany argumentów; ów czynnik uznaje się za ważny wkład Habermasa do teorii argumentacji. Zasadniczo chodzi tu o faktyczną równość każdej ze stron i symetryczny podział szans, w zakresie wyboru i dokonywania aktów mowy (kiedy warunki takie nie zaistnieją, roszczenia ustanawiane są przez odniesienie do siły i/lub władzy, czemu przysługuje miano uzurpacji²⁰). Habermas używa w tym kontekście określenia „idealna sytuacja mowy”, w której spełnione muszą zostać następujące warunki: (a) potencjalni uczestnicy dyskursu muszą mieć równe szanse otwarcia i kontynuacji dyskursu; (b) muszą oni mieć równe szanse powoływania się na konstatywy, tj. wysuwania i kwestionowania wszystkich twierdzeń, wyjaśnień i interpretacji; (c) muszą mieć równe szanse powoływania się na reprezentatywy, tj. szczerego wyrażania swoich przekonań, intencji i postaw; oraz (d) muszą mieć równe szanse powoływania się na regulatywy, tj. wysuwania żądań i roszczeń²¹. Konstytytywnym elementem idealnej sytuacji mowy jest też założenie, że żadne przywileje – zarówno ekonomiczne, polityczne czy kulturalne (inaczej mówiąc: żadne ograniczenia zewnętrzne, głównie narzucone przez strukturę społeczną, ani też żadne ograniczenia wewnętrzne, tkwiące w jednostce, takie jak nerwice czy zinternalizowana ideologia) – nie przesądzają o wykluczaniu grup czy jednostek z dyskursu i nie zmuszają ich do milczenia. Zakłada się tu również, iż sami interlokutorzy są w stanie abstrahować od swych prywatnych interesów, a zasadą organizującą mowę argumentacyjną – nazywaną przez Habermasa dyskursem – jest tzw. przymus lepszego argumentu.

Postawić można teraz pytanie: jakież to argumenty dotyczące spraw życia społecznego zasługują na miano *lepszyc*. Habermas, odrzucając ideę monizmu argumentacyjnego wraz z dominującym w naukach przyrodniczych scjentyistycznym modelem argumentacji (redukującym prawomocność argumentu do zasadności logicznej i empirycznej), sytuuje się bliżej modelu retoryczno-topicznego, który stanowi dla

²⁰ J.H. Turner, *Struktura teorii socjologicznej* (Wydanie nowe), Warszawa 2004, s. 655.

²¹ L. Morawski, *Dyskursy rozumu: między przemocą a emancypacją...*, s. 130–131. Por. J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, tabela 15 na s. 539.

niego bazę sformułowania konsensualnej teorii prawdy, utożsamiającej prawdę z metodą uzyskiwania prawdziwych twierdzeń. Opowiedzenie się przez niego za taką a nie inną techniką uzasadniania zdań i norm, ma niebagatelne konsekwencje; „w tym właśnie sensie wybór określonej metody argumentacji jest wyborem określonej logiki racjonalizowania życia społecznego”²². O tym, czy argumentacja jest perswazyjnie skuteczna, rozstrzyga okoliczność, czy argumenty stanowią dostateczny motyw (bodziec psychologiczny) do zaakceptowania danego wniosku przez drugą stronę. Z kolei w modelu scjentyistycznym, o skuteczności argumentacji rozstrzyga związek logiczny łączący przesłanki z wnioskiem, a uzasadnianie pojmowane jest jako zespół relacji logicznych na zbiorze empirycznie potwierdzonych zdań²³. W modelu przyjętym przez Habermasa, o prawdzie decydować ma przede wszystkim tok argumentacji; prawda jest tym samym tożsama z osiągnięciem racjonalnego – ergo osiągniętego na drodze argumentowania – porozumienia. Teoretyk argumentacji Ch. Perelman pisze na ten temat wprost: „W istocie rzeczy uzasadnienie nigdy bezpośrednio nie dotyczy twierdzenia, lecz jest skierowane na postawę, decyzję lub działanie. Uzasadnienie twierdzenia polega faktycznie na uzasadnieniu czyjejs jego akceptacji, bez względu na to, czy chodzi o podlegające weryfikacji zdanie, czy o nieweryfikowalną normę”²⁴. Moc tkwiąca w argumentowaniu zdolna doprowadzić do konsensusu zasadza się na przekonaniu, że siła i trafność argumentu zależy w prostej linii od tego, czy język zastosowany w procesie argumentacji jest zbieżny z odpowiadającym mu systemem pojęciowym, do którego się odwołuje: „Chodzi tu o to, by zarówno stwierdzenie, co do którego chcemy przekonać, że jest prawdziwe, jak również opis przyczyn oraz obserwacje i prawidłowości, do których się odwołujemy przy argumentowaniu, były wyrażone w tym samym systemie językowym. Dopiero wtedy możemy uznać, że argument jest zadowalający”²⁵. Na pytanie: dlaczego jednorodność systemu językowego, który jednostka wykorzystuje w procesie argumentacji, ma tak duże znaczenie, Habermas odpowiada: „Wraz z wyborem systemu językowego przyporządkowujemy zjawisko wymagające wyjaśnienia, względnie usprawiedliwienia, określonemu obszarowi przedmiotowemu [...]. Wybrany system językowy decyduje również

²² L. Morawski, *Dyskursy rozumu: między przemocą a emancypacją*, s. 114. Por. J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, s. 29–89.

²³ L. Morawski, *Dyskursy rozumu: między przemocą a emancypacją...*, s. 113–117.

²⁴ Cyt. za: L. Morawski, *Dyskursy rozumu: między przemocą a emancypacją...*, s. 117.

²⁵ A.M. Kaniowski, *Filozofia społeczna Jürgena Habermasa...*, s. 476–477.

o tym, jakie klasy doświadczeń mogą w danym kontekście argumentowania pełnić funkcje oczywistych dowodów”²⁶.

Z kolei wspomnianą powyżej okoliczność opisaną w punkcie (2) – a więc każdorazowe współwystępowanie wszystkich typów roszczeń w danym akcie mowy – Habermas także uznaje za element konstytutywny dyskursu. Jednakże zdaje on sobie sprawę, iż w empirii trudno o taką prawidłowość²⁷. Najczęściej zadowolici się więc przychodzi tzw. derywatami dyskursu; stajemy wówczas przed koniecznością wyboru roszczeń, które w danym akcie mowy pragniemy zrealizować, co zawsze odbywa się kosztem roszczeń innego typu (ich eliminacji lub ograniczenia). Za typowy przykład derywatu dyskursu Habermas uznaje np. proces sądowy²⁸. Podobnie jest w przypadku idealnej sytuacji mowy, i tu mamy do czynienia z pewnym modelem idealizacyjnym, w realiach praktyki społecznej substytuowanym przez derywaty (np. rozstrzygnięcie przez bezstronnego arbitra w miejsce postulowanego przez Habermasa *consensusu*)²⁹. Innymi słowy, idealna sytuacja komunikacyjna to u Habermasa raczej pewien wzorzec, a nie odbicie realnych sytuacji: „[...] nie jest ani fenomenem empirycznym, ani też czystym konstruktem, lecz nieuniknioną, wzajemnie w dyskursie czynioną supozycją. Założenie to może, ale nie musi być kontrfaktyczne; lecz wtedy, gdy jest ono kontrfaktyczne, to jest ono *skutecznie działającą fikcją* w trakcie procesu komunikacji. Dlatego też mówię raczej o antycypowaniu, o wybiegającym w przyszłość odwoływaniu się do idealnej sytuacji komunikacyjnej [...]. Do struktury porozumiewania się, jakie jest potencjalnie możliwe, przynależy to, że w trakcie spełniania aktów językowych czynimy tak, jakby idealna sytuacja komunikacyjna nie była czysto fikcyjna, lecz rzeczywista – to właśnie nazywamy supozycją. Normatywna podwalina językowego porozumienia jest przeto jednym i drugim: czymś antycypowanym, ale jako antycypowana podstawa również czymś *efektywnie działającym*” [podkr. – B.A.]³⁰.

²⁶ J. Habermas, *Wahrheitstheorien*, [w:] *Wirklichkeit und Reflexion. Walter Schulz zum 60. Geburtstag*, H. Fahrenbach (Hrsg.), Pfullingen 1973, s. 245, [za:] A.M. Kaniowski, *Filozofia społeczna Jürgena Habermasa...*, s. 477.

²⁷ Na marginesie warto dodać, iż cel teorii krytycznej w wydaniu Habermasa to ni mniej, ni więcej tylko ujawnianie takich warunków społecznych, które o owej „niemożności” decydują. Zob. J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 2, s. 669–726.

²⁸ Zob. L. Morawski, *Dyskursy rozumu: między przemocą a emancypacją*, s. 127.

²⁹ Tamże, s. 131.

³⁰ J. Habermas, *Wahrheitstheorien...*, s. 258–259, [za:] A.M. Kaniowski, *Filozofia społeczna Jürgena Habermasa...*, s. 481.

Oddając raz jeszcze głos Habermasowi, jako rekapitulację dotychczasowych rozważań zacytować warto następujący fragment *Teorii działania komunikacyjnego*: „[...] scharakteryzowaliśmy racjonalną strukturę wewnętrzną procesów dochodzenia do porozumienia poprzez: (a) potrójne odniesienie aktorów do świata oraz korespondujące z tym pojęcia świata obiektywnego, świata społecznego i świata subiektywnego; (b) ważnościowe roszczenia do propozycjonalnej prawdziwości, normatywnej słuszności oraz szczerości bądź autentyczności; (c) pojęcie zgody motywowanej racjonalnie, czyli zgody opierającej się na intersubiektywnym uznaniu poddawanych krytyce roszczeń ważnościowych; (d) koncepcję dochodzenia do porozumienia jako kooperatywnego negocjowania wspólnych definicji sytuacji”³¹.

Wszystko to decydować ma o znacznie większym „ładunku” racjonalności działań komunikacyjnych, aniżeli w przypadku działań celowych. Tym samym, fenomenologiczna – a także pragmatyczna – koncepcja intersubiektywności, staje się dla Habermasa punktem wyjścia dla jego koncepcji polityki deliberacyjnej, wysuwającej postulat prowadzenia – nieskrępowanych ograniczeniami ekonomicznymi i politycznymi – dysput nad sprawami o publicznej doniosłości.

Polityka deliberacyjna: władza komunikacyjna a władza administracyjna

W swej dużo późniejszej pracy, zatytułowanej *Faktyczność i obowiązywanie*³², Habermas postawił pytanie (przychylając się zresztą do odpowiedzi twierdzącej) o aktualność w społeczeństwach późnokapitalistycznych normatywnego rdzenia starożytnego ideału obywateli samorządnych, cechujących się równością i wolnością. Odrzucając zarówno pozytywizm prawny (wedle którego jedynie ustanowienie – zgodnie z legalnymi procedurami – czyni prawo ważnym), jak również ideę prawa naturalnego, filozof ten opowiada się za kluczową rolę procesów komunikacji w stanowieniu prawa³³. Jak sam wskazuje, „[...] w nowoczesnych społeczeństwach prawo może pełnić funkcję stabilizowania oczekiwań co do zachowań tylko wtedy, gdy zachowuje wewnętrzny związek ze społecznie integrującą

³¹ J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, s. 250.

³² J. Habermas, *Faktyczność i obowiązywanie. Teoria dyskursu wobec zagadnień prawa i demokratycznego państwa prawnego*, Warszawa 2005.

³³ K. Baynes, Habermas, [w:] D. Boucher, P. Kelly (eds.), *Mysliciele polityczni...*, s. 642–643.

mocą działań komunikacyjnych”³⁴. I dalej także: „Praktyce samookreślenia się obywateli nie jest z góry dane nic poza zasadą dyskursu, która jest wpisana w warunki komunikacyjnego uspołecznienia w ogóle, z jednej strony, i medium prawa z drugiej”³⁵.

Zmierzając ku prezentacji – opartej na imperatywie instytucjonalizacji procesów społecznego komunikowania – autorskiej wersji zasad państwa praworządnego i ich uzasadnienia, Habermas przywołuje Kantowski system praw wraz z problematycznym napięciem/dwuznacznością pojęcia autonomii (samowładztwa), które w wymiarze jednostkowym zasadniczo zbieżne jest z moralnością, w wymiarze społecznym/zbiorowym zaś utożsamiane jest z ideą umowy społecznej. Tym samym, występować ma u Kanta pewna wewnętrzna dialektyka między prawem obiektywnym jako nakazem suwerena a prawem naturalnym, kładącym nacisk na „wolności subiektywne”, co niemożliwym czynić może zabezpieczenie prawowitości legalności³⁶.

Odwołanie do Kanta stanowi dla Habermasa punkt wyjścia prezentacji swej teorii dyskursowej, poprzez którą próbuje on zestroić system praw z zasadami demokracji w taki sposób, aby oba te komponenty były równie pierwotne i wyjaśniały się wzajemnie, a ten pierwszy stanowiłby odwrotność drugiego. Filozof zaznacza jednocześnie, iż „zasada demokracji może się przeto pojawić tylko jako jądro pewnego systemu praw [podkr. oryg.]”³⁷. Innymi słowy, chodzi Habermasowi o próbę pogodzenia systemu demokratycznego z wolnościami i prawami obywatelskimi, które we współczesnych społeczeństwach – jego zdaniem – nie może dokonać się na innej drodze, aniżeli poprzez regulacje prawne. Przy czym zakłada on, że wszelkiego rodzaju przepisy normujące życie ludzi we wspólnocie państwowej wydedukować można na drodze dyskursu, czyli procesów językowej komunikacji podmiotów społecznych, czyniących zadość wymogom racjonalnej argumentacji (por. wcześniejsze wywody). Inaczej mówiąc: „Zasada dyskursu może tylko wtedy przybrać, poprzez medium prawa, postać zasady demokracji, gdy obie się zągębiają i wykształcają do postaci systemu praw, który umieszcza autonomię prywatną i publiczną w stosunku obustronnego zakładania się. I odwrotnie, wszelka realizacja autonomii politycznej oznacza zarazem jakieś interpretowanie i kształtowanie tych praw, z zasady nienasyconych, przez histo-

³⁴ J. Habermas, *Faktyczność i obowiązki...*, s. 100.

³⁵ Tamże, s. 143.

³⁶ K. Baynes, *Habermas*, [w:] D. Boucher, P. Kelly (eds.), *Mysliciele polityczni...*, s. 643–644.

³⁷ J. Habermas, *Faktyczność i obowiązki...*, s. 137.

rycznego ustawodawcę”³⁸. Pewien paradoks tak zaprojektowanego modelu ujawnia się w tym, iż „[...] jurydyfikacja wolności komunikacyjnej odsłania fakt, że prawowitości tego, co legalne, nie gwarantuje sama forma prawna, ale zależy ona od źródeł leżących poza jej kontrolą, mianowicie od urzeczywistnienia racjonalnej opinii publicznej i ukształtowania woli w autonomicznej sferze publicznej [...]. Prawowitość prawa wywodzi się [...] z tego, że posiada ono swoją własną racjonalność, zabezpieczoną wzajemną gwarancją prywatnej i publicznej autonomii obywateli, która ostatecznie odsyła do łączącej i wiążącej mocy illokucyjnej, będącej nieodłączną częścią rozumu i działania komunikacyjnego”³⁹. Tytułowe samo-rządzenie (samowładztwo), odbywać się ma więc poprzez przemianę – z prawem jako „ogniwem pośrednim” – władzy komunikacyjnej (społeczeństwo „patrzące władzy na ręce”) na władzę administracyjną⁴⁰. Ta pierwsza „[...] wypływa z interakcji między praworządnie zinstytucjonalizowanym kształtowaniem woli i kulturowo uruchamianymi sferami publicznymi, które ze swej strony znajdują podstawę w zrzeczeniach społeczeństwa cywilnego, równie oddalonego od państwa jak od ekonomii”⁴¹.

Pojęciem, którym posługuje się w tym kontekście Habermas w ramach projektowanej przez siebie wizji demokracji zwanej proceduralną, jest *polityka deliberacyjna*⁴², oznaczająca, najogólniej mówiąc, pewien proces – procedurę właśnie – na drodze której obywatele sami mogą sprawować nad sobą władzę. Jeśli chodzi o konotacje normatywne, rozwijana przez uczonego teoria dyskursowa sytuować się ma między modelem liberalnym a republikańskim, wykorzystując elementy obu z nich i łącząc je w nowy sposób⁴³. Jak pisze Habermas, „teoria dyskursowa uzależnia powodzenie polityki deliberatywnej nie od obywatelstwa zdolnego do kolektywnego działania, lecz od instytucjonalizacji odpowiednich procedur i założeń

³⁸ Tamże, s. 143–144.

³⁹ K. Baynes, *Habermas*, [w:] D. Boucher, P. Kelly (eds.), *Mysliciele polityczni...*, s. 647.

⁴⁰ J. Habermas, *Faktyczność i obowiązki...*, s. 184.

⁴¹ Tamże, s. 320.

⁴² Jestem skłonny przychylić się do tezy M. Czyżewskiego o mylącym polskim przekładzie terminu *deliberative democracy/politics* jako *demokracja/polityka deliberatywna*. Poprawną formą miałby stanowić przymiotnik *deliberacyjna*, podobnie jak od *integracji* pochodzi słowo *integracyjny*, a nie *integratywny* itd.; zob. M. Czyżewski, *Esej recenzyjny*, „Przegląd Socjologiczny” 2008, t. LVII/2, s. 179. Termin *demokracja deliberatywna* utrwalił się jednak w polskiej literaturze przedmiotu; autor artykułu stara się konsekwentnie stosować przymiotnik *deliberacyjna/-y*, jednakże przytaczane (tłumaczone na polski) cytaty zawierają częstokroć przymiotnik *deliberatywna/-y*.

⁴³ J. Habermas, *Faktyczność i obowiązki...*, s. 317.

komunikacyjnych, jak i od współgrania zinstytucjonalizowanych debat z nieformalnie wytwarzanymi opiniami”⁴⁴. Podejście dyskursowe stanowi (warto powtórzyć w tym miejscu raz jeszcze) propozycję ujęcia relacji: rządu prawa – suwerenność ludu, bez odwoływania się do transcendentnego pojęcia rozumu. Decyzje dotyczące polityki, winny być – w tym świetle – podejmowane bezpośrednio w wyniku „działania” rozumu praktycznego, transponowanego przez Habermasa z wersji Kantowskiej w autorską wersję rozumu komunikacyjnego.

W polityce deliberacyjnej chodzi nie tyle o same preferencje, co o proces ich uzgadniania, w taki sposób, by pierwotne stanowisko danej jednostki ulegało w toku dyskusji przekształceniu i uwzględniało punkt widzenia innych. U podstaw takiego założenia daje się zauważyć grecki z ducha – a dziś obecny przede wszystkim w nurcie komunitariańskim – model obywatela, który swój indywidualny los postrzega zawsze w obrębie losu wspólnego. Sam akt dyskusji/deliberacji tworzyć ma ramy dla ukształtowania się wspólnoty-grupy, w obrębie której zachodziłoby ograniczanie zbioru preferencji politycznych. Może dojść do tego pod warunkiem, że jednostki posiadają zdolność do poddania się racjonalnym argumentom i odsunięcia na bok partykularnych opinii i interesów, z szacunku dla „ogólnej sprawiedliwości”⁴⁵. Ma to eliminować preferencje zarówno niemoralne, jak i nacechowane wąskim egoizmem. Nie oczekuje się tu, że deliberacja przewycięży wszelkie moralne i polityczne spory, ale że pozwoli zmniejszyć – w większym bądź mniejszym stopniu – niezgodę między jednostkami i wypracować rozwiązania, które skłonni byłiby przyjąć wszyscy. Niekiedy pisze się w tym kontekście o konieczności „wyprania i odprasowania” preferencji jednostek w taki sposób, aby na zewnątrz wyrażane były jedynie te, które zorientowane są na społeczne dobro⁴⁶,

⁴⁴ Tamże.

⁴⁵ Zdolność tę w koncepcji demokracji deliberacyjnej utożsamia się właśnie z racjonalnością: „Debata (deliberation) ma charakter racjonalny o tyle, o ile od stron wymaga się podawania racji na rzecz wysuwanych propozycji, wspierania ich lub krytykowania [...]. Racje przedkłada się po to, by skłonić innych do przyjęcia propozycji, zakładając, że mają rozbieżne cele i są zaangażowani w regulowanie warunków swego zrzeszenia poprzez swobodną debatę między równymi”; J. Cohen, *Deliberation and Democratic Legitimacy*, [w:] A. Hamlin, B. Pettit (eds), *The Good Polity*, Oxford 1989, s. 22, [za:] J. Habermas, *Faktyczność i obowiązywanie...*, s. 324.

⁴⁶ Zob. R. Goodin, *Laundering Preferences*, [w:] J. Elster, A. Hylland (eds), *Foundations of Social Choice Theory*, Cambridge 1986, [za:] D. Miller, *Demokracja debatująca a teoria wyboru społecznego*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Przyszłość demokracji. Wybór tekstów*, Warszawa 2005, s. 242.

lub też postawę taką nazywa się „cnotą demokratycznego samoograniczenia”⁴⁷.

Jak już wspomniano, zdaniem Habermasa, polityka deliberacyjna „żyje więc ze współgrania demokratycznego kształtowania woli z nieformalnym kształtowaniem opinii”⁴⁸; rozciąga się poza formalnie zorganizowany system polityczny na rozległą sieć procesów komunikowania, zwaną przez filozofa „sferą publiczną”. Habermas zakłada, że ze strony obywateli – uczestników procesów komunikowania społecznego (tzw. słabej publiczności – prywatnych stowarzyszeń, ale także mediów), formułowane będą pod adresem władzy (tzw. silnej publiczności – ciał parlamentarnych i innych formalnie zorganizowanych instytucji systemu politycznego) określone postulaty, które – co prawda – nie będą dla niej wiążące, lecz z którymi winna się liczyć i znaleźć dla nich proceduralno-prawną wykładnię, jeśli pragnie usunąć źródła potencjalnych społecznych konfliktów⁴⁹. Według uczonego, „znaczna bowiem część oczekiwań normatywnych, które są związane z polityką deliberatywną, przypada teraz na peryferyjne struktury kształtowania opinii. Oczekiwania dotyczą ich zdolności dostrzegania problemów ogólnospołecznych, interpretowania ich i prezentowania w sposób jednocześnie budzący uwagę i innowacyjny”⁵⁰. Daje się tu zauważyć więc pewną dwutorowość: postulowane, z zachowaniem idealnych procedur obradowania (por. wcześniejsze wywody o idealnej sytuacji mowy) zorganizowane dyskursy publiczne, do których państwo winno się jakoś odnieść, zasilane są nieustannie strumieniami niezorganizowanej komunikacji ze świata życia. Strumienie te tworzą tzw. dziki kompleks o „anarchicznym” charakterze, w obrębie którego zachodzi żywiołowa – nierespektująca zasad otwartej i równej debaty⁵¹ – oraz pełna konfliktów i napięć walka o uznanie między kon-

⁴⁷ Zob. A. Gutmann, *Cnota demokratycznego samoograniczenia*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie. Wybór tekstów*, Warszawa 2004.

⁴⁸ J. Habermas, *Faktyczność i obowiązywanie...*, s. 328.

⁴⁹ Jak pisze Habermas, „opinia publiczna, doprowadzona zgodnie z procedurą demokratyczną do postaci komunikacyjnej władzy, nie może sama »panować«, może tylko określać *kierunki* użycia władzy administracyjnej” [podkr. – B.A.]; tamże, s. 319.

⁵⁰ Tamże, s. 379.

⁵¹ Jak pisze Habermas, z uwagi na ową „anarchiczną” strukturę, niezorganizowana sfera publiczna jest co prawda narażona na wykluczenia i represje, jakie niesie z sobą ewentualna strukturalna przemoc i wypaczona komunikacja, to jednak „[...] ma ona tę zaletę, że jest medium komunikacji *nieograniczonej*, w której z większą wrażliwością postrzega się nowe problemy, szerzej i z większą ekspresją prowadzi się dyskursy zmierzające do samoporozumienia, swobodniej artykułuje się zbiorowe tożsamości i interpretacje potrzeb niż w sferach publicznych uregulowanych proceduralnie [podkr. oryg.]”; tamże, s. 327.

kurującymi z sobą podmiotami społecznymi, których sporne interesy (po takowej wstępnej obróbce) mogą się stać przedmiotem zainteresowania właściwych instancji publicznych⁵².

Polityka deliberacyjna w państwie demokracji parlamentarnej to zatem nic innego, jak ciągły sproceduralizowany dialog/dyskurs z różnymi grupami społecznymi, przynoszący w efekcie rozwiązania konsensualne, stanowiące efekt prowadzonych negocjacji i uzyskanych porozumień. Rolą państwa jest angażowanie się w różnorakie dyskursy toczone w obrębie sfery publicznej, uznawanie wypracowywanych tam rozwiązań i – w następstwie – wprowadzenie (lub modyfikacja istniejących) procedur prawnych i administracyjnych⁵³. Nieodłącznym elementem teorii dyskursowej Habermasa jest jednocześnie przekonanie, iż „[...] przebiegający zgodnie z odpowiednimi regułami dyskurs wytwarza wśród jego uczestników poczucie istnienia jakiegoś »wspólnego dobra«, implikuje zatem, że odpowiednia racjonalna »forma« owego dyskursu jest w stanie wyprodukować określone »treści« uniwersalnej natury, będące podstawą spistości danej społeczności”⁵⁴.

Podsumowanie

Teoria dyskursowa Jürgena Habermasa stanowi jedną z najbardziej inspirowanych teorii społeczeństwa demokratycznego w ramach nurtu myśli liberalnej. I to mimo głosów krytyki, dostrzegających w niej wiele słabych punktów, dotyczących m.in. naiwnej wiary jej autora w oświeceniowy rozum publiczny, nie zauważania przez niego podatności procedur na manipulacje ze strony polityków, demagogów czy ekspertów oraz zawężenia kanałów artykulacji potrzeb do dyskursu, przy pomijaniu palety działań nieformalnych (bojkotu, lobbingu, kampanii informacyjnych, szantażu etc.)⁵⁵. Rzetelne zreferowanie opinii krytycznych zasługuje na odrębny, wnikliwy artykuł i przekracza zakres przedmiotowy niniejszego tekstu. Można tylko wspomnieć o trzech przykładowych kwestiach

⁵² Tamże, s. 327–328, 334.

⁵³ P. Dybel, S. Wróbel, *Granice polityczności. Od polityki emancypacji do polityki życia*, Warszawa 2008, s. 444.

⁵⁴ Tamże, s. 448.

⁵⁵ Zob. T. Buksiński, *Dylematy demokracji deliberatywnej Johna Rawlsa i Jürgena Habermasa*, [w:] R. Marszałek, E. Nowak-Juchacz (red.), *Rozum jest wolny, wolność – rozumna*, Warszawa 2002; A. Krzynówek, *Państwo i sfera publiczna w modelu demokracji dyskursowej*, [w:] D. Pietrzyk-Reeves (red.), *Pytania współczesnej filozofii polityki*, Kraków 2007.

spornych, przy świadomości faktu, iż sam Habermas zastrzega, że jego propozycja teoretyczna ma charakter modelu idealizującego.

Tak więc, po pierwsze – normatywny charakter teorii działania komunikacyjnego, jak również teorii dyskursowej, powoduje, że wcielenie w życie wszystkich jej założeń związane byłoby z użyciem przymusu w zakresie niedopuszczalnym przez samą tę teorię⁵⁶. Po drugie, Habermas – w ramach swej idealizacji sfery komunikacji wolnej od zakłócających wpływów – abstrahuje od tego, co zdaje się w późnokapitalistycznych społeczeństwach najsilniej na nie oddziaływać, tj. od gospodarki i państwa, kształtujących opinie poprzez właściwe im media – odpowiednio: pieniądze i władzę⁵⁷. Po trzecie zaś – a jest to zarzut padający bodaj najczęściej – wizja komunikacji wolnej od zakłóceń uważana jest za ze wszech miar utopijną; nie ma bowiem mowy o istnieniu stanowisk filozoficznych czy politycznych neutralnych aksjologicznie, które nie wspierałyby się na jakimś pierwotnym wyborze czy milcząco przyjętych przesłankach. Jak pisze A. Szahaj: „Jedno wydaje mi się pewne: oczekiwania, że kiedykolwiek partnerzy dyskusji staną naprzeciwko siebie oczyszczeni z wszelkich przesądzeń ideologicznych, należy uznać za całkowicie utopijne, tym bardziej że sprawa ta ściśle wiąże się z najczęściej antagonistycznymi interesami całych grup społecznych. Zatem pozbycie się przesądzeń ideologicznych musiałoby się łączyć z wyrzeczeniem się owych interesów, co wydaje się nierealistyczne. O czym zresztą mieliby dyskutować partnerzy debaty, jeżeli zasadnicze różnice zdań (ich źródło) zostałyby *de facto* usunięte jeszcze przed jej podjęciem?”⁵⁸. Realną perspektywę stanowić miałyby więc zaangażowanie podmiotów społecznych, poprzedzone dostępnymi im racjami, zawsze lokalnymi, kulturowo uwarunkowanymi i historycznie określonymi. W podobnym tonie wypowiada się belgijska filozofka Ch. Mouffe, wskazując, że teoretycy deliberacyjnej demokracji – uznając za centralną kwestię polityki nie interes i układ preferencji, a rozum i racjonalną argumentację – w prosty sposób zastępują model ekonomiczny modelem moralnym i pomijają specyfikę

⁵⁶ M. Żardecka-Nowak, *Rozum i obywatel. Idea rozumu publicznego oraz koncepcja jednostki...*, s. 265; zob. T. Buksiński, *Dylematy demokracji deliberatywnej Johna Rawlsa i Jürgena Habermasa*, [w:] R. Marszałek, E. Nowak-Juchacz (red.), *Rozum jest wolny...*, s. 355–356.

⁵⁷ A. Honneth, *The Critique of Power. Reflective Steges in a Critical Social Theory*, Cambridge 1993, s. 318, [za:] M. Żardecka-Nowak, *Rozum i obywatel. Idea rozumu publicznego oraz koncepcja jednostki...*, s. 273.

⁵⁸ A. Szahaj, *Czy potrzebujemy konsensu?*, [w:] B. Sierocka (red.), *Przełom komunikacyjny a filozoficzna idea konsensu*, Wrocław 2003, s. 195.

polityczności⁵⁹: „[...] jedyną alternatywą, jaką deliberacyjni demokraci mogą przeciwstawić opartemu na ekonomii modelowi agregacyjnemu, jest model, który likwiduje politykę, przekształcając ją w etykę”⁶⁰.

Ponieważ spór o ideowe imponderabilia towarzyszy polityce od zarania – a kategoria polityczności rozumiana jako nieusuwalność „ożywczych” antagonizmów, dekretna jest współcześnie jako ze wszech miar pożądana (m.in. przez wspomnianą Mouffe) – kończąc niniejsze rozważania, warto oddać ponownie głos aktywnemu badaczowi myśli Habermasa, który w następujący sposób rekapitułuje wątek związany z naczelnym imperatywem niemieckiego uczonego: „[...] nie wydaje się [...], aby ideał konsensu wart był kruszenia kopii, tym bardziej, że jest to ideał w gruncie rzeczy antypolityczny [...]. To nie idea dążenia do konsensu powinna rządzić naszymi zachowaniami politycznymi, ale banalna idea kompromisu (odrzucona jak wiadomo przez Habermasa); nie wyspekulowany projekt nieosiągalnego nieba wzajemnego zrozumienia i porozumienia, ale przyziemna idea chęci słuchania innych i wzajemnego szacunku oraz wyzbycia się przemocy w relacjach międzyludzkich”⁶¹.

STRESZCZENIE

W swym artykule autor przedstawia główne założenia teorii działania komunikacyjnego Jürgena Habermasa oraz – rozwijaną głównie w oparciu o nią – jego koncepcję polityki deliberacyjnej, stanowiącą element projektowanej przez tego niemieckiego uczonego teorii dyskursu. W ramach tej ostatniej, Habermas formułuje idealizujący model sfery komunikacji wolnej od wszelkich zakłóceń, kiedy to uczestnicy procesów społecznej komunikacji czynią zadość wymogom racjonalnej (w rozumieniu Habermasa) argumentacji, władni są wpływać na procesy decyzyjne w skali państwa.

Koncepcja polityki deliberacyjnej Habermasa stanowi przy tym element szerszego, bardziej zróżnicowanego teoretycznego projektu, a mianowicie koncepcji demokracji deliberacyjnej, rozwijanej przez rozmaitych autorów od lat 80. XX w. i uznawanej współcześnie za inspirujące źródło rozwiązań (także w wymiarze praktycznym) dla niwelowania dysfunkcji demokracji w wydaniu przedstawicielskim.

⁵⁹ Ch. Mouffe, *Paradoks demokracji*, Wrocław 2005, s. 65.

⁶⁰ Tamże, s. 116.

⁶¹ A. Szahaj, *Czy potrzebujemy konsensu?...*, s. 190–191.

Bartosz Abramowicz

**JÜRGEN HABERMAS CONCEPTION OF DELIBERATIVE POLITICS
AS AN APPLICATION OF HIS THEORY OF COMMUNICATIVE ACTION
FOR THE PROJECT OF CIVIC SELF-GOVERNMENT**

In his article the author deals with main principles of Jürgen Habermas theory of communicative action and – developed mainly on the grounds of mentioned theory – his conception of deliberative politics, being a component of discourse theory created by the German philosopher. Within discourse theory, Habermas formed the model of ‘ideal speech situation’, within which participants of social communication processes – satisfying demands of ‘rational’ (according to Habermas) communication, are able to exert influence on decisive processes on the national level.

The concept of deliberative politics is a main part of deliberative democracy – more heterogeneous conception, being developed by various authors since 80s last century and regarded nowadays as inspiring source of solutions (also in practical aspects) for correcting the inadequacies of narrowly proceduralist, representative democracy.

KEY WORDS: *jürgen Habermas, theory of communicative action, deliberation, discourse, liberalism*

Artur Lipiński

Między komunikacją a kontestacją. Kultura, ramy interpretacyjne i ruchy społeczno-polityczne

SŁOWA KLUCZOWE:

ramy interpretacyjne, ruchy społeczne, komunikowanie polityczne, kultura, metody badawcze

Badacze późnej nowoczesności wielokrotnie wskazywali na znaczenie wzrastającej liczby informacji oraz postępującej za tym refleksyjności, które zmieniają mechanizmy funkcjonowania współczesnych społeczeństw¹. Pojawienie się nowych technologii komunikowania, procesy globalizacji, wpływowość pozapolitycznych aktorów wywołujących istotne politycznie efekty to elementy, które nie tylko pozwalają mówić o rosnącym znaczeniu wymiany informacji. Pośród wielu możliwych metod i technik badania procesów komunikowania politycznego rośnie znaczenie tych, które zwracają uwagę nie tyle na treści komunikatów, ile na zróżnicowanie sposobów prezentacji tematów w dyskursie publicznym czy też politycznym. Szczególną rolę odgrywa tutaj analiza ramowa, która wywodzi się z socjologii, psychologii oraz lingwistyki i zyskuje coraz większe znaczenie w naukach politycznych oraz studiach nad mediami². Doskonałym na to dowodem jest wzrost liczby tekstów dotyczących tej problematyki

¹ U. Beck, A. Giddens, S. Lash, *Modernizacja refleksyjna*, Warszawa 2009; A. Giddens, *Konsekwencje nowoczesności*, Kraków 2008; M. Castells, *Spółczesność sieci*, Warszawa 2011.

² D. Chong, J.N. Druckmann, *Identifying frames in political news*, [w:] E.P. Bucy, R. Lance Holbert (eds.), *The sourcebook for political communication research: methods, measures, and analytical techniques*, Routledge 2011.

na łamach prominentnego „Political Communication” o siedemdziesiąt procent w latach 2001–2011 w porównaniu z latami 1990–1999. Na najbardziej ogólnym poziomie, badania te orientują się na eksplorację dwóch podstawowych pól. Po pierwsze, badają efekty określonych sposobów ramifikacji po stronie odbiorców. Po wtóre, analizują mechanizmy tworzenia ram przez nadawców komunikatów.

Niniejszy tekst koncentruje się na mechanizmach konstruowania komunikatów przez szczególny typ aktorów społecznych, których rola rośnie nie tylko w państwach autorytarnych, lecz także w reżimach demokratycznych. W porównaniu z innymi aktorami zbiorowymi, ruchy społeczne są szczególnie uzależnione od komunikacji w sferze publicznej. Nie mając innych zasobów wpływania na system polityczny, takich jak pieniądze, władza czy dostęp do decydentów politycznych, bądź dysponując nimi w ograniczonym jedynie stopniu, zmuszone są odwoływać się do mobilizacji jak największej liczby ludzi gotowych do protestu³. Aby była możliwa mobilizacja, niezbędna jest stosowna konstrukcja przekazów komunikacyjnych. B. Klandermans pisał w tym kontekście o „mobilizacji konsensusu”, związanej z tworzeniem potencjału mobilizacyjnego, którego warunkiem było stworzenie wspólnego punktu widzenia na dany problem czy inkryminowane zjawisko. Kolejnym krokiem mogła być „aktywacja konsensusu”, a więc przekonanie tych członków społeczeństwa, którzy podzielają wspólny punkt widzenia, do działania, które rozwiąże dany problem. Obydwa mechanizmy wiążą się z procesami komunikacji podejmowanymi przez członków ruchu społecznego. O ile w przypadku „mobilizacji konsensusu” chodzi o definicję kwestii (ang. *issues*) czy problemów, a następnie przyczyn odpowiedzialnych za problem podmiotów oraz adresatów, o tyle „aktywacja konsensusu” oznacza dla ruchu społecznego konieczność skonstruowania definicji celów oraz środków do ich osiągnięcia⁴. Ruchy społeczne są więc takimi podmiotami zbiorowymi, które doskonale pozwalają na analizę procesów społecznego konstruowania komunikacyjnie efektywnego przekazu, niezbędnego dla zdobycia zwolenników. Stanowiąc istotny element konfliktu społecznego oraz dążąc do zmiany społecznej, pozwalają prześledzić strukturę oraz procesy społecznego i politycznego komunikowania się, budowanie skutecznych ram interpretacyjnych, ich dyfuzję, zdobywanie zwolenników,

³ J. Gerhards, *Framing dimensions and framing strategies: contrasting ideal – and real-type frames*, „Social Science Information” 1995, nr 34, s. 225.

⁴ B. Klandermans, *The formation and mobilization of consensus*, [w:] B. Klandermans, H. Kriesi, S. Tarrow (eds.), *International Social Movement Research 1*, Jai Press, s. 173–198.

budowanie kontrram, prezentację nowych sposobów interpretacji rzeczywistości, które uruchomiłyby zmianę. Zadaniem niniejszego tekstu jest prezentacja różnorodnych problemów teoretycznych oraz pomysłów analitycznych, które pojawiały się w kulturowych wyjaśnieniach fenomenu ruchów społeczno-politycznych i wiązały się z kategorią ramy interpretacyjnej. Bardziej ogólnym celem jest nie tylko wskazanie na znaczenie wyjaśnień kulturowych w ramach problematyki ruchów społeczno-politycznych, lecz także prezentacja narzędzi analitycznych, które dadzą się z powodzeniem zastosować do badań klasycznych tematów politologicznych, np. zachowania państw i innych podmiotów na arenie międzynarodowej⁵, partii politycznych w polityce wewnętrznej⁶ czy komunikowania politycznego⁷.

Wyjaśnienia kulturowe, ruchy społeczne i nauki polityczne

Wyjaśnienia kulturowe uwzględniające rolę idei, norm oraz schematów interpretacyjnych (ram) dostępnych aktorom społecznym i politycznym przez długi czas nie były szczególnie popularnym sposobem eksplanacji w naukach politycznych. Faktu tego na długo nie zmieniła nawet popularność koncepcji „kultury politycznej” S. Verby i A. Powella, która już w latach 70. spotkała się z poważnymi zarzutami związanymi z jej tautologicznym charakterem⁸ oraz przechodzeniem z poziomu mikro na poziom makro, bez wyjaśnienia praktyk intersubiektywnego tworzenia znaczeń⁹. Dopiero „przełom kulturowy” lat 80. skierował uwagę bada-

⁵ Zob. np: A. Mintz, S.B. Redd, *Framing effects in international relations*, „Synthese” 2003, nr 135.

⁶ Zob. np: M. Caiani, D. della Porta, *The elitist populism of the extreme right: A frame analysis of extreme right-wing discourses in Italy and Germany*, „Acta Politica” 2011, t. 46, nr 12.

⁷ Zob. np: Z. Pan, G.M. Kosicki, *Framing as a strategic action in public deliberation*, [w:] S.D. Reese, O.H. Gandy, A.E. Grant (eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social word*, Taylor and Francis 2008.

⁸ C. Parsons, *Constructivism and interpretive theory*, [w:] D. Marsh, G. Stoker (eds.), *Theory and methods in political science*, Palgrave 2010, s.82.

⁹ S. Berman, *Ideas, Norms and Culture in Political Analysis*, „Comparative Politics” 2001, t. 33, nr 3, s. 242. Jak wskazuje Myron Aronoff, tradycyjne podejścia definiowały kulturę polityczną w kategoriach postaw i wartości, bardziej współczesne wskazują na znaczenie kulturowych scenariuszy oraz dyskursów. Zob. M.J. Aronoff, *Political Culture*, [w:] *International Encyclopedia of the Social and Behavior Sciences*, N.J. Smelser, P. Baltes (eds.), Elsevier 2001, s. 11643.

czy na znaczenie procesów interpretacyjnych, społecznego oraz politycznego konstruowania rzeczywistości oraz stopnia, w jakim kluczowe kategorie analizy politologicznej: interes, racjonalność, pozycja strukturalna są zakorzenione w praktykach tworzenia znaczeń i komunikacji. Jak podkreśla M.H. Ross, pojęcie kultury rozumianej jako zespół intersubiektywnie podzielanych znaczeń oraz mechanizmów ich tworzenia pozwoliło wyjść poza ograniczenia behawioryzmu oraz teorii racjonalnego wyboru¹⁰. Dzięki niemu dostrzeżono, że kultura hierarchizuje wagę spraw, o które toczy się walka polityczna i określa jej kontekst, definiuje interesy oponentów, dostarcza reguł, wedle których się ona toczy oraz kto jest prawomocnym jej uczestnikiem. Wskazane elementy nie wyczerpują listy kwestii ważnych dla politologii, których zrozumienie ułatwia pojęcie kultury. To kultura łączy tożsamości indywidualne i zbiorowe, to kultura definiuje granice grup społecznych i politycznych oraz organizuje działania wewnątrz grup społecznych jak i między nimi, to kultura umożliwia interpretację działań oraz motywów aktorów społecznych i politycznych, to kultura wreszcie dostarcza zasobów pozwalających na polityczną organizację oraz mobilizację. Wszystko to pozwala myśleć o kulturze nie tylko jako o aspekcie tego, co konstytuuje życie społeczne/polityczne i wiąże się ze znaczeniami, ale także jako o swoistej „skrzynce z narzędziami” (określenie A. Swidler), składającej się z nawyków, umiejętności, symboli, rytuałów czy narracji, z których budowane są strategie działania¹¹.

Innym ważnym, choć zaniedbywanym przez nauki polityczne obszarem działań, który w sposób szczególnie wyrazisty ujawnia znaczenie kultury dla procesu politycznego, są ruchy społeczne. Choć z pola nauk politycznych wypłynęło szereg inspiracji teoretycznych i metodologicznych (np. pojęcie „mobilizacji zasobów” M. Lipsky’ego czy „struktury możliwości politycznych” P. Eisingera), to socjologia polityki konsekwentnie zajmowała się tym przedmiotem badań, tocząc spory, podważając kolejne paradygmaty, proponując nowe pomysły analizy ruchów społecznych¹². Skoncentrowanie na tradycyjnie pojmowanej sferze polityki zredukowanej do polityk publicznych, rządu czy ogólnie, instytucjonalnego

¹⁰ M.H. Ross, *Culture in comparative political analysis*, [w:] M.I. Lichbach, A.S. Zuckerman (eds.), *Comparative politics. Rationality, culture and structure*, Cambridge 2009, s. 137.

¹¹ A. Swidler, *Culture in action: symbols and strategies*, „American Sociological Review” 1986, t. 57, nr 2, s. 277.

¹² D.S. Meyer, L. Lupo, *Assessing the politics of protest: political science and the study of social movements*, [w:] B. Klandermans, C. Roggeband (eds.), *Handbook of social movements across disciplines*, Springer 2007, s. 152.

oprzyrządowania państwa, utrudniło dostrzeżenie znaczenia, jakie dla procesu politycznego mają ruchy społeczne¹³. Nie bez przyczyny wielu autorów zwraca uwagę, że współcześnie możemy mówić o „społeczeństwie ruchów społecznych”¹⁴. Literatura wskazuje na szereg funkcji, których obecność pozwala twierdzić, że ruchy społeczne „mają znaczenie”¹⁵. Wpływają one na debatę publiczną, określają hierarchię spraw ważnych, pozwalają podmiotom politycznym rozpoznawać niedostrzegane dotąd problemy, wyrażają interesy, oddziałują na ustawodawstwo i polityki publiczne, są niejednokrotnie odpowiedzialne za gwałtowne zmiany, przewroty czy rewolucje¹⁶. Najbardziej fundamentalnym sposobem oddziaływania ruchów społecznych byłaby ich zdolność do wpływania na metapoziom związany z określaniem granic tego, co polityczne. Sfera polityki nie jest po prostu instytucjonalną przestrzenią, rozciągniętą między zespołem wejść i wyjść, ale podlegającym zmianie obszarem zmagania o zakres polityki, zakres prawomocnych roszczeń oraz uczestnictwa w procesie decyzyjnym. Jest to także obszar walk o legitymizację określonych strategii, taktyk oraz instrumentów wywierania presji na podmioty podejmujące decyzje, za którymi stoi sankcja państwa. W procesie tym ruchy społeczne odgrywają niebagatelną rolę, szczególnie w sytuacji, w której zwiększył się zakres ingerencji państwa oraz organizacji ponadpaństwowych (np. Unii Europejskiej) i wzrosła potrzeba legitymizacji ich działań¹⁷. Szczególnie duża zależność ruchów społecznych od publicznej komunikacji jako najpoważniejszego kanału wpływu na politykę pozwala na wgląd w procesy społecznego i politycznego kon-

¹³ C. Hay zwraca uwagę na możliwość dwoistego pojmowania polityki: po pierwsze, jako sceny bądź zespołu instytucji, po drugie, jako procesu, tego, *co polityczne* (ang. *the political*), związane z władzą i dotyczące wielu obszarów życia społecznego. W tym drugim sensie ruchy społeczne są nieodłączną częścią przestrzeni politycznej. Zob. C. Hay, *Political analysis. A critical introduction*, Palgrave 2002, s. 71.

¹⁴ F. Neidhart, D. Rucht, Towards a “Movement Society”? On the possibilities of institutionalizing social movements, „Social Movement Studies” 2002, nr 1.

¹⁵ M. Giugni, *How social movements matter: past research, present problems, future developments*, [w:] M. Giugni, D. McAdam, Ch. Tilly (eds.), *How social movements matter?*, University of Minnesota Press 1999.

¹⁶ D. Della Porta, M. Diani, *Ruchy społeczne. Wprowadzenie*, Kraków 2009, s. 255–266; D.S. Meyer, *Introduction. Social movements and public policy: Eggs, chicken and theory*, [w:] D.S. Meyer, V. Jennes, H. Ingram (eds.), *Routing the opposition. Social movements, public policy and democracy*, University of Minnesota Press 2005.

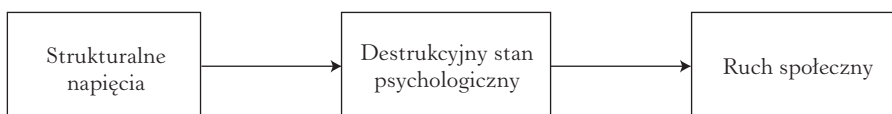
¹⁷ C. Offe, *Challenging the boundaries of institutional politics: social movements since the 1960*, [w:] Ch.S. Meyer (ed.), *Changing boundaries of the political. Essays on the evolving balance between the state and society, public and private in Europe*, Cambridge 1994.

struowania definicji rzeczywistości, a więc na procesy, których wyjaśnianie jest możliwe dzięki sięgnięciu do zmiennych przynależnych do sfery kultury.

Tradycja badań nad działaniami zbiorowymi a ramy interpretacyjne

Zanim doszło do zainteresowania kulturą, procesami interpretacji, definiowaniem sytuacji, a więc pojęciami z arsenału konstruktywistycznego,¹⁸ badania nad działaniami zbiorowymi koncentrowały się na szeregu innych zmiennych, które wyjaśniać miały powstanie, rozwój, trwanie bądź upadek ruchów społecznych. Wczesne badania nad kolektywnymi działaniami zbiorowymi posługiwały się psychologicznymi raczej niż strukturalno-społecznymi wyjaśnieniami kontestacyjnego działania zbiorowego. Tzw. klasyczne modele, pośród których wymienić można teorię społeczeństwa masowego, działania zbiorowego, niespójności statusu, rosnących oczekiwań, relatywnej deprivacji i teorię rewolucji Daviesa, zwaną też teorią krzywej J, mimo wielu odmiennych założeń w swoich wyjaśnieniach genezy ruchów społecznych wskazywały na dość podobną zależność przyczynową¹⁹. Sekwencja rozwoju ruchu społecznego rozpoczynała się od ustalenia jakiejś specyficznej strukturalnej słabości w społeczeństwie, poprzez związane z jej obecnością, destrukcyjne, zakłócające spokój efekty psychologiczne. Te ostatnie rodzące się napięcia przenosiły na poziom zagregowany niezbędny do powstania ruchu społecznego (ryc. 1).

Rycina 1.



Źródło: D. McAdam, *Political process...*, s. 6.

¹⁸ P. Roberts, *Constructivism*, [w:] *Encyclopedia of political theory*, M. Bevir (ed.), Sage 2010, s. 297–301; C.E. Zirkazadeh, *Social movements in politics. A comparative study*, Palgrave 2006, s. 3–20 (rozdz. *Recent traditions in social movement theorizing*).

¹⁹ D. McAdam, *Political process and the development of black insurgency 1930–1970*, University of Chicago Press 1999, s. 6–18.

Mimo różnic pomiędzy nimi, wszystkie wymienione koncepcje wskazywały na poprzedzające ruchy społeczne strukturalne napięcia, łączone przyczynowo z ruchami społecznymi poprzez różnego rodzaju zakłócenia stanów świadomości jednostek. Podstawowe problemy powyższych stanowisk, jak choćby przekonanie o stabilności systemu, nieobecność kontekstu, nadmierna koncentracja na indywidualnym niezadowoleniu, a więc eksponowanie czynników psychologicznych kosztem politycznych usiłowała rozwiązać teoria mobilizacji zasobów, silnie zakorzeniona w paradygmacie racjonalnego wyboru²⁰. Co istotne, jej pojawienie się w połowie lat 60. przełamało przekonanie o irracjonalnym, wspartym na instynktach, patologicznym charakterze ruchów społecznych. W nowym ujęciu nie były one owocem zaburzenia, nieprzystosowania, problemów socjalizacyjnych jednostek, ile efektem kalkulacji, która wymaga podjęcia niekonwencjonalnych strategii dla osiągnięcia określonych celów. Stąd też niezadowolenie czy napięcie, traktowane przez zwolenników modelu klasycznego jako ostateczne źródło przyczynowości postrzegane było w tym paradygmacie jako niewystarczająca przyczyna powstania ruchów społecznych. Niezadowolenie było traktowane jako zmienna trwale obecna oraz przenikająca społeczeństwa niezależnie od czasu i miejsca. W często cytowanym (zwłaszcza przez krytyków tego podejścia) fragmencie J. McCarthy i M. Zald podkreślając wagę zasobów, stwierdzali, że „w każdym społeczeństwie istnieje zawsze wystarczająco wiele niezadowolenia” i to nie ono jest kluczem do powstania ruchu społecznego²¹. Zasadnicze znaczenie miały mieć zasoby społeczne posiadane przez działające podmioty. To nie wzrost niezadowolenia, ale gwałtowny wzrost zasobów, głównie zasobów organizacyjnych, prowadzić miał do narodzin ruchów kontestacyjnych. Racjonalizm i konkretność postulatów analizowanego paradygmatu wyrażały się w zainteresowaniu instrumentalno-racjonalnymi aspektami działań zbiorowych, kalkulacją kosztów i zysków, tworzeniem i wykorzystywaniem zasobów, wreszcie rozwojem badań nad organizacyjnymi aspektami działania zbiorowego.

Inną odpowiedzią na klasyczne teorie kontestacyjnych działań zbiorowych był model procesu politycznego, czy też szerzej, ujęcie strukturalno-polityczne, które podkreślało znaczenie kontekstu dla powstania

²⁰ Istotną inspiracją dla powyższego stanowiska była wydana w 1965 r. *Logika działania zbiorowego* M. Olsona z jego słynnym dylematem gapowicza. Zob. J. Kubik, *Polityka kontestacji, protest, ruchy społeczne: logika rozwoju teorii*, „Societas/Communitas” 2007–2008, nr 2(4)–1(5), s. 47.

²¹ J. McCarthy, M.N. Zald, *Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory*, „American Journal of Sociology” 1977, nr 82, s. 1215.

i rozwoju ruchu społecznego, jak i wpływ tego ostatniego na sposób funkcjonowania kontekstu²². Model ten, rozwijając się od początku lat 60., obrastał szeregiem wersji, uzupełnień i korekt, w zasadniczym jednak zrębie podstawowe jego założenia dają się wyrazić w postaci schematu analitycznego składającego się z trzech elementów: struktury możliwości politycznych, struktur mobilizacyjnych oraz ram interpretacyjnych. To właśnie współistnienie oraz współzależność pozostających ze sobą w dynamicznej relacji elementów katalizować miały powstanie oraz rozwój ruchów społecznych. Niezwykle istotne w przypadku tego paradygmatu było nie tylko dostrzeżenie roli instytucjonalnego kontekstu, czy, ogólnie, zewnętrznych uwarunkowań wpływających na możliwość zaistnienia zbiorowych działań kontestacyjnych, ale także sposobów jego interpretacji, które D. McAdam nazwał „wyzwoleniem poznawczym”²³.

Ten ostatni interpretacyjny aspekt działania jest kamieniem węgielnym nurtu konstruktywistycznego. Odegrał on istotną rolę w badaniach ruchów mniejszości seksualnych, pozwalając dostrzec znaczenie procesów definiowania problemów dotąd w najlepszym razie marginalizowanych oraz analizować mechanizmy konstruowania tożsamości indywidualnych i zbiorowych. Konstruktywizm zyskał też na znaczeniu w badaniach ruchów nacjonalistycznych za sprawą pracy B. Andersona *Wspólnoty wyobrażone*²⁴. Nurt ten zakładał, iż ludzie, aby byli gotowi do zbiorowego działania, niezależnie od tego, czy istnieją strukturalne napięcia, polityczne możliwości czy odpowiednie zasoby, muszą zdefiniować sytuację oraz swoją własną tożsamość w określony sposób. Przekonanie o tym, że problemy społeczne i polityczne nie są zjawiskiem obiektywnym, a raczej efektem procesów definiowania, nazywania czy interpretacji oraz że ruchy społeczne są istotnymi nośnikami znaczeń, z całą mocą postawione zostało dopiero w drugiej połowie lat 80. Z mniej lub bardziej konsekwentnymi koncepcjami konstruktywistycznymi rozwijanymi na polu badań nad działaniami ruchów społecznych związane były różne kategorie. Pisano o wspomnianym już wyzwoleniu poznawczym (D. McAdam), dyskursie publicznym i sponsorowaniu ideologicznych pakietów (W. Gamson), tworzeniu i mobilizacji konsensusu (B. Klandermans), ramie interpretacyjnej (W. Gamson, D. Snow, R. Benford),

²² D. McAdam, S. Tarrow, Ch. Tilly, *Comparative perspectives on contentious politics*, [w:] M.I. Lichbach, A.S. Zuckerman (eds.), *Comparative politics...*, s. 266.

²³ D. McAdam, *Political process...*, s. 48 i nast.

²⁴ B. Anderson, *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, Kraków 1997.

tożsamości zbiorowej (A. Melucci)²⁵. Pojęcie ramy interpretacyjnej, choć współcześnie coraz częściej wypierane przez kategorię dyskursu właściwą dla ujęć postpozytywistycznych²⁶, stało się bodaj najbardziej popularnym pojęciem nie tylko wśród konstruktywistycznie zorientowanych badaczy ruchów społeczno-politycznych.

Po raz pierwszy użyte w 1954 r. przez G. Batesona zawędrowało do badań nad działaniami kontestacyjnymi za sprawą D.A. Snowa, R.D. Benforda, W. Gamsona oraz B. Klandermansa, którzy pozostawali pod wpływem E. Goffmana i jego *Analizy ramowej* opublikowanej w 1974 r. W ujęciu E. Goffmana rama miała być metapoziomem kategoryzacji obiektów doświadczenia, wpływającym na znaczenie tych obiektów, a wtórnie na działania wobec nich podejmowane. Nie ma wątpliwości, że jej użycie przez D. Snowa i R. Benforda miało charakter polemiczny względem już istniejących sposobów wyjaśniania. Jak zwracali uwagę sami autorzy, zainteresowanie ramami oraz procesami ramifikacji było efektem ignorowanej przez długi czas problematyki znaczenia i związanej z nią walki o prawomocną definicję sytuacji, zwaną również „polityką znaczenia”²⁷. Ruchy społeczne nie były nośnikami idei i znaczeń, które niejako automatycznie płynęły z istniejących urzędzeń instytucjonalnych czy układów strukturalnych. To nie kontekst automatycznie stwarzał wyobrażenia ludzi co do działania, jego celów oraz kierunków. Nie stwarzało ich też niezadowolenie z konkretnych stanów rzeczy, bo mogło ono się wiązać z wielością różnorodnych interpretacji. Ludzie postrzegają te same sytuacje w różny sposób, ustalają wielorakie przyczyny specyficznych sytuacji, a w efekcie różnią się poziomem mobilizacji oraz kierunkiem projektowanych działań. Niezadowolenie nie jest więc, jak zakładały poprzednie ujęcia, czymś oczywistym, będąc samo ściśle powiązane z procesami interpretacji. Jak pisał B. Klandermans: „Transformacja kwestii społecznych w ramy zbiorowego działania nie dokonuje się sama z siebie. Jest to proces, w toku którego aktorzy społeczni, media oraz członkowie społeczeństwa wspólnie interpretują, definiują oraz redefiniują stany rzeczy”²⁸.

²⁵ B. Klandermans, *The social construction of protest and multiorganizational field*, [w:] A. Morris, C. McClurg Mueller (eds.), *Frontiers in social movement theory*, New Haven 1992, s. 78–81.

²⁶ H. Johnston, *A methodology for frame analysis: From discourse to cognitive schemata*, [w:] H. Johnston, B. Klandermans (eds.), *Social movements and culture*, University of Minnesota Press 1995, s. 217 i nast.

²⁷ D. Snow, R. Benford, *Master frames and cycles of protest*, [w:] A. Morris, C. McClurg Mueller (eds.), *Frontiers in social...*, s. 136.

²⁸ B. Klandermans, *The social psychology of protest*, Oxford 1997, s. 44.

Zespół przekonań podzielanych przez członków ruchu, nie będąc strukturalnym efektem zewnętrznych, materialnych aspektów sytuacji, nie był również prostą reprodukcją ideologicznych systemów myślenia. Pojęcie ideologii tradycyjnie ujmowanej jako niezmienny, koherentny twór wydawało się zdecydowanie nieadekwatne i domagało się zastąpienia kategorią pozwalającą w większym stopniu ukazać procesualny oraz podmiotowy charakter tego wymiaru działania zbiorowego.

Rama a inne kategorie ideacyjne

W ujęciu D. Snowa oraz R. Benforda rama jest rodzajem interpretacyjnego schematu, który upraszcza i kondensuje świat istniejący „na zewnątrz” „poprzez selektywne uwypuklanie i kodowanie obiektów, sytuacji, wydarzeń, doświadczeń i sekwencji działań w obecnym lub przeszłym otoczeniu jednostki”²⁹. Odwołując się do E. Goffmana, wskazywali oni, że w jego ujęciu rama pozwala jednostkom na lokowanie, postrzeganie, identyfikację oraz nazywanie różnych wydarzeń obecnych w świecie ich życia codziennego czy ogólnie – w świecie. Pojęcie ramy, odnosząc się do wymiaru idei, wyobrażeń, pojęć i znaczeń, będąc równocześnie związane z paradygmatem konstruktywistycznym, skłania do stawiania pytań o jego związki z innymi kategoriami, ważnymi dla orientacji konstruktywistycznej. W grę wchodzi przede wszystkim pojęcie ideologii oraz dyskursu, których stosunek wobec pojęcia ramy wymaga ustalenia, choćby z tego względu, że wielu badaczy posługuje się tymi pojęciami zamiennie.

D. Snow i R. Benford opisują relację ramy wobec ideologii w następujący sposób. Ideologia ma być zasobem kulturowym dla aktywności ramifikacyjnej. Ujmowanie w ramę polega w ich ujęciu na artykulacji oraz wzmacnianiu elementów wydarzeń, doświadczeń, istniejących przekonań i wartości, które w większości dają się powiązać z istniejącymi ideologiami. Ramy zbiorowego działania składają się z elementów wielu ideologii, z których korzysta się tak, jak z innych kulturowych zasobów. Ponadto istniejące ideologie bądź ich aspekty mogą stanowić negatywny układ odniesienia, przeciwko któremu mogą być konstruowane kontramy. Po drugie, proces konstruowania ramy może przybierać charakter naprawczego działania ideologicznego. Oznacza to, że ujmowanie w ramy pozwala myślowo uchwycić sytuacje, w których dana wspólnota

²⁹ D. Snow, R. Benford, *Master frames...*, s. 137.

interpretacyjna zмага się z rozbieżnością pomiędzy przekonaniem a doświadczeniem. Zniwelowanie tej rozbieżności polega na konstrukcji nowych połączeń między aspektami rzeczywistości (wydarzenia, problemu), a więc produkowaniu nowej ramy interpretacyjnej. Po trzecie, ideologia w przeciwieństwie do ramifikacji jest znacznie bardziej narażona na urzeczowienie, traktowanie zespołu wyobrażeń jako niezmiennego, zewnętrznego wobec działających podmiotów wymiaru. Pojęcie ramy czy ramifikacji jest doskonalszym narzędziem, bo odnosi się do czynności społecznego konstruowania znaczeń, która ma w dodatku charakter selektywny, czerpiąc z materiału kulturowego w postaci ideologii. Po czwarte wreszcie, ramifikacja ma być czymś znacznie łatwiejszym do empirycznej obserwacji, będąc wynikiem procesu konstrukcji, który ma charakter grupowej, możliwej do zaobserwowania i zbadania aktywności³⁰. W takim ujęciu ideologia reprezentowałaby trwający w czasie, spójny system myślowy, rama zaś odnosiłaby się do efektu grupowo podejmowanego wysiłku interpretowania rzeczywistości, który korzystałby z istniejących zasobów ideologicznych w sposób funkcjonalny względem własnych celów społecznych czy politycznych. Istotne jest również wprowadzenie pojęcia ramifikacji, na konieczność uwzględnienia którego zwrócili uwagę Oliver i Johnston³¹. Akcentując procesualny charakter i czynnościowy wymiar schematu interpretacyjnego, zabieg ów pozwalał oddalić zarzuty o reifikację, problem znacznie częściej przypisywany ideologii.

Z kolei M.M. Ferree i D.A. Merrill zwrócili uwagę na konieczność uzupełnienia dychotomii rama – ideologia o pojęcie dyskursu, wyobrażając sobie relację pomiędzy analizowanymi kategoriami w postaci odwróconej piramidy³². Pojęciem o najszerszym zakresie (szczyt odwróconej piramidy) byłby dyskurs, opisywany jako system komunikacji łączący pojęcia w sieć relacji rządzącą się określoną logiką (np. dyskurs nacjonalistyczny z jego specyficznymi pojęciami, systemem argumentacji, dychotomiami czy regułami wykluczeń). Nieodłączną cechą dyskursów są wewnętrzne napięcia, kontrowersje i ambiwalencja otwierająca pole do negocjacji znaczeń. Dzieje się tak, gdyż dyskursy obejmują wielu użytkowników

³⁰ D. Snow, R. Benford, *Clarifying the relationship between framing and ideology*, „Mobilization”, t. 5, nr 1, s. 55–60.

³¹ P.E. Oliver, H. Johnston, *What a good idea! Ideologies and frames in social movements research*, „Mobilization” 2000, t. 4, nr 1, s. 42.

³² M.M. Ferree, D.A. Merrill, *Hot movements, cold cognition: Thinking about social movements in gendered frames*, [w:] *Rethinking social movements. Structure, meaning and emotion*, Rowman and Littlefield Publishers 2004, s. 248–250.

o różnych interesach i orientacjach. Na niższym poziomie znajdować się mają ideologie jako znacznie bardziej spójne i uporządkowane systemy idei oraz twierdzeń normatywnych. Szczególnie istotny byłby ów drugi komponent, bowiem ideologie są traktowane jako systemy znaczeń ściśle powiązane z wymiarem normatywnym, który pozwala forsować interesy polityczne. Podstawę odwróconej piramidy stanowią ramy, które są rodzajem kognitywnego narzędzia pozwalającego uporządkować wydarzenia, czy szerzej, bodźce zmysłowe płynące ze świata. Ramy są sposobem myślenia oraz mówienia o rzeczach, który służy łączeniu różnych wydarzeń i aspektów świata w większe pakiety. O ile ramy mówią, jak myśleć o danym wydarzeniu, nie odpowiadają na pytanie, dlaczego specyficzny sposób myślenia ma znaczenie. Ramy są tylko poznawczym narzędziem, ideologie zakorzeniają myślenie w wymiarze dobra i zła bądź zakładają pewne cele. M.M. Ferree i D.A. Merrill odróżniają również pojęcie ramy od ramifikacji, eksponując społeczny oraz strategiczny, bo wsparty na decyzjach i działaniach, charakter ramy. Ramifikacja jest mechanizmem, poprzez który dyskursy, ideologie oraz ramy są wzajemnie ze sobą połączone. Pojęcie to, koncentrując się na ideach, ich wprowadzaniu na agendę przez różnych aktorów oraz łączeniu w specyficzne konstelacje, pozwala również uchwycić ograniczenia, którym ten proces podlega, a które wynikają z pluralizmu podmiotów oraz istnienia zinstytucjonalizowanych dyskursów³³. Pojęcie ramy, choć zakłada pewną przestrzeń swobody interpretacyjnej, nie implikuje w żaden sposób dowolności czy pełnej wolności działających podmiotów. Ich wypowiedzi, pomysły interpretacji sytuacji czy systemy znaczeń są zawsze uwikłane w skomplikowane interakcje z innymi aktorami społecznymi czy politycznymi, w tym z dyskursami regulującymi działanie instytucji oraz decyzje instytucjonalne. Nie bez powodu spór między zwolennikami i przeciwnikami ustawodawstwa penalizującego dokonywanie aborcji wyrażany jest szczególnie często w języku uprawnień jednostki (prawo matki, prawo dziecka, prawo do życia etc.), który jest nie tylko częścią kultury i tradycji wielu państw, lecz także ustawodawstwa. Odwołania do moralności, mocnych systemów aksjologicznych nie zawsze dają rezultaty, zwłaszcza w przypadku państw, w których mamy do czynienia ze znacznym zróżnicowaniem w tym względzie (np. Stany Zjednoczone).

³³ Tamże, s. 251.

Funkcje i wymiary ram zbiorowego działania

Analiza ram zbiorowego działania stała się użytecznym narzędziem badania ruchów społecznych ze względu na jej zdolność do odzwierciedlenia wielu funkcji, które wymiar ideacyjny pełni w społecznym i politycznym życiu ruchów. R. Benford oraz D. Snow wskazują na trzy kluczowe poznawcze funkcje ramy: ogniskująca, artykulacyjna oraz transformacyjna. Pierwsza z nich oznacza koncentrowanie uwagi czy specyfikację tego, co jest istotne, a co nie, w obszarze doświadczeń jednostek oraz grup. Jest ona najbliższa dosłownemu rozumieniu ramy, która również poprzez „wycięcie” i obramowanie konkretnego fragmentu płótna dokonuje selekcji oraz ogniskuje uwagę na określonych aspektach rzeczywistości. Funkcja artykulacyjna ramy oznacza łączenie oraz koordynowanie wydarzeń, doświadczeń oraz wątków ideologicznych tak, że tworzą one znaczącą, relatywnie spójną całość. Na przykład ugrupowania ekologiczne, które łączą swoją koncentrację na sprawach środowiska z przekonaniami socjalistycznymi. Ramy mogą także pełnić funkcję transformacyjną, to znaczy zmieniać znaczenie obiektów rzeczywistości oraz ich relację względem aktorów społeczno-politycznych³⁴. W gruncie rzeczy transformacja zachodzi prawie zawsze, gdyż każdy ruch społeczny i polityczny interpretuje codzienne krzywdy, troski czy niezadowolenie w taki sposób, który pozwoli dostrzec za indywidualnymi doznaniem systemowe przyczyny, wymagające grupowego działania oraz możliwe do zmiany wskutek takiego działania. Z transformacją możemy mieć też do czynienia wtedy, kiedy to stare ramy, adekwatne do warunków, w których powstawały, tracą swoją wiarygodność. Na przykład, ruchy alterglobalistyczne, które choć odwołują się do haseł marksistowskich, dokonują korekty, która odpowiadałaby zmianom zachodzącym w gospodarkach kapitalistycznych. Dobrym przykładem są również prawicowe ruchy populistyczne, które dokonują takiej redeskrpcji sytuacji, w której głównym winnym stają się środowiska muzułmańskie, a nie, jak wcześniej, Żydzi, Cyganie czy kraje sąsiedzkie. Na funkcje ramy można też spojrzeć z perspektywy mobilizacyjnej, która łączy ramifikacyjne zabiegi z ich efektami dla członków oraz otoczenia ruchu społecznego. Ramy bowiem, oprócz tego, że są ważnymi instrumentami postrzegania i konstruowania rzeczywistości, mają również wpływać na postawy oraz zachowania aktorów. Jak piszą

³⁴ D. Snow, *Framing processes, ideology, and discursive fields*, [w:] D.A. Snow, S.A. Soule, H. Kriesi (eds.), *The Blackwell companion to social movements*, Blackwell Publishing, s. 384.

F. Polletta i M. Kai Ho, ramy są zwykle konceptualizowane jako interpretacyjne pakiety rozwijane przez aktywistów ruchu dla zmobilizowania potencjalnych zwolenników, utrzymania uwagi oraz przekonania otoczenia społecznego, wywarcia wpływu na władze, wreszcie zdemobilizowania oponentów³⁵.

Wszystko to jest możliwe dzięki odpowiedniej strukturze znaczeniowej ramy, nadającej rzeczywistości oraz działaniom kontestatorów specyficzny sens. Struktura ta związana jest z kilkoma zadaniami: diagnozą sytuacji, prognozą oraz motywacją do działania. Odpowiednio wyróżnić więc można aspekt diagnostyczny, prognostyczny oraz motywacyjny ramy³⁶. Aspekt diagnostyczny wiąże się z przekształceniem zjawiska, które dotąd było traktowane jako niewłaściwe, ale możliwe do tolerowania, bądź będące efektem jednostkowych problemów czy też naturalnych czynników, w problem społeczny i potencjalny przedmiot zbiorowego działania. Samo jednak przekształcenie danego aspektu rzeczywistości, wydarzenia bądź sekwencji wydarzeń w problem nie wystarczy, by określić kierunek oraz charakter działania. Potrzebne jest również określenie aktorów odpowiedzialnych za krytykowany stan rzeczy oraz atrybucja odpowiedzialności. W efekcie ustalone zostają związki przyczynowo-skutkowe między zjawiskami. Ta operacja wiąże się z wyznaczaniem granic pomiędzy „nami” a „nimi”, a więc zwolennikami oraz przeciwnikami ruchu. Podział ów może mieć różną podstawę, częstokroć odnosząc się do wymiaru moralnego. W takiej sytuacji konflikt społeczny czy polityczny może być reprezentowany jako konflikt „dobra” i „zła”. Dla mobilizacji do działania niezbędne jest wyjście poza taki sposób identyfikacji przyczyn problemu, który sprowadza się do ustalania odpowiedzialności własnej. Jeśli jednostka bądź dana grupa czuje się odpowiedzialna za niepożądany stan rzeczy, nie ma wystarczających bodźców do mobilizacji. Staje się ona możliwa dopiero z chwilą eksternalizacji problemu, a więc znalezienia wroga zewnętrznego, którego można obarczyć odpowiedzialnością. J. Gerhards wymienia kilka elementów składających się na eksternalizację przyczyn niekorzystnej sytuacji. Personalizacja pozwala na łączenie problemu z konkretnymi sprawcami czy podmiotami. Przepisanie intencji byłoby środkiem jeszcze wzmacniającym mobilizacyjny potencjał zabiegu. Dalsze wzmocnienie może wynikać z tego, że owe

³⁵ F. Polletta, M. Kai Ho, *Frames and their consequences*, [w:] R.E. Goodwin, Ch. Tilly (eds.), *The Oxford handbook of contextual political analysis*, Oxford 2006, s. 190.

³⁶ D.A. Snow, R.D. Benford, *Master frames*, s. 137; D. Della Porta, M. Diani, *Ruchy społeczne. Wprowadzenie*, Kraków 2009, s. 71–97.

intencje ściśle wiąże się z indywidualnymi, materialnymi interesami, stojącymi w opozycji do dobra wspólnego. Dalsza stygmatyzacja zewnętrznego podmiotu sprawczego wiąże się z moralizacją, która polega na wykluczeniu partnera debaty ze wspólnoty jej prawomocnych uczestników. Możliwość skonstruowania przeciwnika politycznego w sposób, który uwzględniac będzie wszystkie wskazane elementy, wzmacnia szanse na skuteczną mobilizację³⁷.

Aspekt prognostyczny wykracza poza wskazywanie problemów, odnosząc się do przedstawiania potencjalnych rozwiązań, a przynajmniej planu ataku czy strategii działania. Obejmuje on również wizję przyszłych układów społecznych, sposobów sprawowania władzy czy scenariuszy rozwoju sytuacji. Ponadto aspekt ten uwzględnia wszelkiego rodzaju utopijne idee, których zaletą może być rozbijanie schematów myślenia o *status quo*, przyczyniających się do jego reprodukcji. Aspekt motywacyjny obejmuje przesłanki działania, informacje na temat motywów działania. W swoich badaniach nad amerykańskim ruchem na rzecz rozbrojenia nuklearnego R. Benford pisał o swoistych słownikach motywów – uzasadnieniach i powodach działania rozwijanych w procesie interakcji. Zadaniem schematu interpretacyjnego w tym wymiarze jest przekonanie uczestników, że działanie jest konieczne, uzasadnione oraz przyniesie pozytywne rezultaty³⁸. W analizowanym przypadku słowniki motywów wiązały się z kategoriami pilnej potrzeby, przyzwoitości, powagi sytuacji oraz wydajności³⁹. Członkowie ruchu kładli nacisk na krytyczny charakter sytuacji czy na możliwe skutki użycia broni, wzmacniając ich wymowę i wskazując na związki między najgorszymi aspektami sytuacji. R. Benford podkreślał również obecność ram, które wskazywały na możliwość skutecznego działania i to w trzech wymiarach: indywidualnym, organizacyjnym oraz na poziomie ruchu społecznego. Nie bez znaczenia pozostawało również poczucie moralnego obowiązku jako istotny motyw działania aktywistów analizowanego ruchu⁴⁰.

³⁷ J. Gerhards, *Framing...*, s. 231–232.

³⁸ R.D. Benford, D.A. Snow, *Framing processes and social movements: An overview and assessment*, „Annual Review of Sociology” 2000, nr 26, s. 615–616.

³⁹ R.D. Benford, *You could be the hundredth monkey: Collective action frames and vocabularies of motive within the nuclear disarmament movement*, „Sociological Quarterly” 1993, nr 34.

⁴⁰ Tamże, s. 207.

Ramy w polu konfliktów i mobilizacji – dostosowanie ram, kontrramy i rezonans kulturowy

Ramy zbiorowego działania nie powinny być traktowane jako grupowe, a tym bardziej indywidualne produkty swoistego solipsyzmu. Choć ich zadaniem jest konstruowanie świata społecznego, który pozwalałby spojrzeć na obiekty, zjawiska i procesy w nowy sposób bądź dostrzec elementy wcześniej niedostrzegane, muszą one uwzględniać inne konstrukcje rzeczywistości, czy mówiąc inaczej, założenia o świecie, które forsują inni uczestnicy życia społecznego. Relacje, które ruchy kształtują z owymi uczestnikami, mogą rozciągać się od w pełni konsensualnych, opierających się na analogicznych założeniach o świecie, po skrajnie konfliktowe, kiedy to zadaniem ruchu staje się obrona swoich ram zbiorowego działania, narzucenie ich otoczeniu, wreszcie kompromitacja oraz podważenie ram, w oparciu o które działa podmiot antagonistyczny. Wśród badaczy nie ma wątpliwości, że tworzenie ram jest procesem interakcyjnym, co więcej, w znacznym stopniu rywalizacyjnym. Ruchy nie są w stanie narzucić takiej wizji rzeczywistości, jaką chcą, zawsze będąc uwikłane w wewnętrzne dysputy, spory z mediami, napięcia wynikające z relacji z otoczeniem oraz z innymi ruchami społecznymi. Co więcej, już samo pojawienie się ruchu wskazuje na wewnętrzne różnice dotyczące znaczenia pewnych aspektów rzeczywistości. Trudno więc abstrahować od intersubiektywnego oraz kontestacyjnego charakteru ram.

Proces tworzenia ram przez ruchy musi więc uwzględniać istniejące otoczenie społeczne. Ramy są przecież konstruowane, aby zdobywać zwolenników, utrzymywać poparcie swoich zwolenników czy też demobilizować przeciwników. Nie polega on jednak na mechanicznym dostosowywaniu się do zewnętrznych wymogów kulturowych, społecznych czy politycznych, bo ograniczałoby to całkowicie możliwości podważania sposobów interpretacji rzeczywistości dominujących w społeczeństwie i odpowiedzialnych za reprodukcję zjawisk, przeciw którym ruchy społeczne występują⁴¹. W tym sensie proces ramifikacji ma charakter strategiczny i wiąże się z tym, co określono mianem „dostosowywania ram”⁴². W grę wchodzi tutaj cztery strategiczne procesy. Po pierwsze, łączenie ram, polegające na wiązaniu dwóch lub więcej ideologicznie podobnych,

⁴¹ S. Tarrow, *Power in movement. Social movements and contentious politics*, Cambridge University Press 2008, s. 110.

⁴² D. Snow, E. Rochford, E. Worden, R.D. Benford, *Frame alignment processes, micromobilization and movement participation*, „American Sociological Review” 1986, nr 51 (4).

ale strukturalnie niepowiązanych ram poprzez wskazanie, że coś je łączy. Przykładem może być przedstawianie tradycjonalistycznie zorientowanej grupie wejścia Polski do Unii Europejskiej jako procesu zagrażającemu kulturze zbiorowości. Po drugie, wzmacnianie ram, czyli uwypuklanie lub też naświetlanie pewnych kwestii czy wierzeń. Przykładem są amerykańskie sufrażystki, które w walce o prawo do głosowania decydowały się używać dwojakich argumentów. Te, podkreślające kwestie równości praw, domagały się praw politycznych takich samych, jakie mieli mężczyźni. Te, które posługiwały się argumentacją „reformatorską”, wskazywały na specyficzność kobiecego doświadczenia, która uzupełni sferę publiczną i polityczną oraz wpłynie na jakość stanowionego prawa⁴³. Po trzecie, rozszerzenie ramy to takie jej rozwinięcie, które obejmuje również kwestie pozostające poza pierwotnymi zainteresowaniami, ale mające znaczenie dla potencjalnych zwolenników ruchu⁴⁴. Celem jest oczywiście poszerzenie bazy ruchu, ale tego typu zabieg może wywołać kontrowersje wśród członków ruchu, postrzegających takie przedsięwzięcie jako rozmiękczenie ruchu, naruszanie jego spójności, ideologicznej czystości. Po czwarte, transformacja ramy polega na zastąpieniu starych znaczeń nowymi. To zastąpienie wynikać może z działań podmiotu sprawczego bądź z wydarzeń w otoczeniu, które zmianę wymuszają. Doskonałym przykładem byłaby transformacja ramy ruchu Białych Separatystów w Stanach Zjednoczonych. Chęć przyciągnięcia bardziej umiarkowanych zwolenników haseł wymuszała rezygnację z otwartego głoszenia rasistowskiej mowy nienawiści. Rasistowski przekaz został wyczyszczony z nienawistnych emocji oraz ujęty w ramy kulturowego pluralizmu. Idee dumy, miłości, zachowania dziedzictwa oraz kultury, a także zrównanie białej rasy z mniejszościami etnicznymi transformowało ramę starego rasizmu w przekaz, który mógł zmobilizować większą grupę potencjalnych zwolenników⁴⁵. Podobny mechanizm dotyczy również zjawiska prawicowego populizmu w Europie, często artykułowanego przy pomocy języka multikulturalizmu⁴⁶.

Procesom strategicznej modyfikacji ram podejmowanej po to, by odpowiadały one kontekstowi kulturowemu (np. jakie problemy, kwestie

⁴³ H. McCammon, L. Hewitt, S. Smith, „No weapon save the argument”. *Strategic frame amplification in the U.S. woman suffrage movements*, „The Sociological Quarterly”, t. 45, nr 3, s. 530.

⁴⁴ N. Crossley, *Making sense of social movements*, Open University Press 2002, s. 135.

⁴⁵ M. Berbrier, „Half the battle”: *cultural resonance, framing processes and ethnic affectations on contemporary White Separatist Rhetoric*, „Social Problems” 1998, t. 45, nr 4, s. 436 i nast.

⁴⁶ C. Mudde, *Populist radical right parties in Europe*, Cambridge 2007.

są w ogóle istotne) czy powszechnie podzielanym założeniom normatywnym (np. określającym, jaki typ zachowań jest dopuszczalny bądź jakie poglądy nie wykraczają poza zakres politycznej poprawności), zawsze towarzyszą debaty i spory pomiędzy ruchami społecznymi. Ruchy nie są samotnymi wyspami, ale grupami osób, które odmiennie interpretują rzeczywistość i reagują na własne interpretacje, często występując przeciwko sobie, postrzegając siebie wzajemnie jako np. zagrożenie dla swobód demokratycznych czy praw obywatelskich (np. ruchy rasistowskie i antyrasistowskie). Już samo istnienie ruchu społecznego wskazuje na różnice występujące w społeczeństwie, dotyczące znaczenia określonych aspektów rzeczywistości⁴⁷. Ponadto jedną z funkcji ram jest, oprócz pozyскиwania zwolenników, demobilizacja przeciwników. Dlatego też analiza konstruowania ram interpretacyjnych musi brać pod uwagę ich uwikłanie w dynamikę relacji z kontrruchami oraz alternatywnymi ramami, które te kontrruchy proponują. D. McCaffrey i J. Keys w swojej analizie ramifikacyjnych wysiłków Nowojorskiej Stanowej Organizacji na Rzecz Kobiet (NYSNOW), wskazują, iż w debatach dotyczących aborcji stosowane były trzy strategie: polaryzacji – dyskredytacji, ochrony ram oraz podważania ram⁴⁸. Pierwsza ze wspomnianych strategii składa się z dwóch elementów. Polaryzacja to ustanowienie dystansu poprzez dychotomię my–oni oraz wyolbrzymiony, czarno-biały obraz wydarzeń. Dyskredytacja czy też szkalowanie to strategia polegająca na eksponowaniu negatywnych cech oponenta, jego nieszczerości, hipokryzji, niekompetencji, skorumpowania, etc. W przypadku analizowanej przez badaczki organizacji Nowa Prawica i przeciwnicy dopuszczalności aborcji byli przedstawiani jako nienawidzący kobiet fanatycy i ekstremiści. Wskazywano także na zagrożenia dla życia i zdrowia oraz społeczne zło powodowane przez nielegalne kliniki dokonujące aborcji. Druga strategia, ochrona ramy, polega na próbach utrzymania bądź przywrócenia jej wiarygodności. W analizowanym przykładzie chodziło o staranny wybór terminologii pozwalający uniknąć etykiety tych, którzy popierają aborcję lub nawet do niej zachęcają. Stąd termin *pro-choice* (*za wyborem*), zamiast *pro-abortion* (*proaborcyjni*), którymi posługiwali się przedstawiciele prawicy dla dyskredytacji przeciwnika. Trzecia ze wspomnianych strategii, podważanie ramy, polega na konstruowaniu własnego przekazu w sposób, który kwe-

⁴⁷ R.D. Benford, *Frame disputes within the nuclear disarmament movement*, „Social Forces” 1993, t. 71, nr 3, s. 680.

⁴⁸ D. McCaffrey, J. Keys, *Competitive framing processes in the abortion debate: Polarization – vilification, frame saving, frame debunking*, „The Sociological Quarterly” 2000, t. 41, nr 1, s. 44 i nast.

stionuje oraz osłabia potencjał mobilizacyjny przekazu oponenta. Chodzi na przykład o dekonstrukcję przekazu oponenta bądź też o sprawdzenie trafności czy prawdziwości jego twierdzeń.

Zarówno strategie dostosowywania ram, jak i walki z kontrramami muszą uwzględniać schematy interpretacyjne oraz kulturowe układy odniesienia, które organizują myślenie, postrzeganie oraz działanie otoczenia społeczno-politycznego, w którym funkcjonuje ruch. Jego efektywność, a więc zdolność do mobilizowania zwolenników, zależy od rezonansu kulturowego. Kategoria ta pozwala odpowiedzieć na pytanie, dlaczego pewne ramy stają się szczególnie popularne i znacznie łatwiej uruchamiają pokłady społecznego protestu. R.D. Benford oraz D. Snow wskazują na dwa podstawowe czynniki składające się na rezonans kulturowy: wiarygodność ramy oraz jej relatywna istotność. Wiarygodność wynika ze stopnia spójności pomiędzy przekonaniem, żądaniem oraz działaniem. Im większa jest niespójność między przekonaniem a ramifikacjami ruchu bądź działaniem, tym większe prawdopodobieństwo jego ograniczonej skuteczności. Istotna jest także empiryczna wiarygodność, a więc odpowiedniość między wydarzeniami, rzeczywistością, a twierdzeniami ruchu⁴⁹. Jeśli twierdzenia oraz żądania mogą być empirycznie zweryfikowane, jeśli istnieje cokolwiek w rzeczywistości, co może zostać uznane za dowód prawdziwości stwierdzeń zawartych w ramie, wówczas prawdopodobieństwo poparcia dla ruchu będzie większe. Kluczowa jest także wiarygodność formułujących roszczenia. Stąd tak ważne dla wszystkich podmiotów społecznych i politycznych jest odwoływanie się do wszelkiego rodzaju postaci, tytułów i tradycji, które nadają wypowiedzi status solidności i pewności. Jej źródłem może być tradycja (np. odwoływanie się do „Solidarności” w Polsce czy do przedwojennych partii politycznych), wiedza ekspercka (np. powoływanie się na znane nazwiska świata akademickiego, ważne lektury, niekiedy na same tytuły

⁴⁹ Choć nie jest to przedmiotem rozważań niniejszego tekstu, warto podkreślić, że takie stwierdzenie ma sens o tyle, o ile pozostajemy w paradygmacie pozytywistycznym. Z perspektywy konstruktywizmu, szczególnie mocnego, rzeczywistość zawsze już dostępna jest jako interpretacja, a empiryczna wiarygodność jest co najwyżej rodzajem odpowiedniości między narracjami/społecznymi reprezentacjami różnych wspólnot interpretacyjnych, w analizowanym przypadku ruchu społecznego i danego społeczeństwa. Na ten problem koncepcji ram zwrócił już uwagę W. Gamson, pisząc, że R. Benford i D. Snow stopami mocno trzymają się konwencjonalnej pozytywistycznej episteologii, podczas gdy ich głowa „buja w obłokach postpozytywistycznego, konstruktywistycznego świata”. Zob. W. Gamson, *Social psychology of collective action*, [w:] A. Morris, C. McClurg Mueller (eds.), *Frontiers in social...*, s. 69.

naukowe), wyróżniona pozycja określonych postaci ważnych dla partykularnej wspólnoty. Wiarygodność nie wystarcza jednak do tego, by ujęte w ramy roszczenia ruchu zyskały na popularności. Kwestie poruszane przez dany ruch muszą być także istotne dla danej zbiorowości. Mogą być one źródłem kłopotu, przedmiotem trosk, kwestią z którą każdy bądź większość się styka, ale muszą zajmować w miarę wysoką pozycję w hierarchii istotności spraw danej zbiorowości. Istotność dla podmiotów mobilizacji może obejmować trzy wymiary. Pierwszym byłby stopień centralności, związany z odpowiedzią na pytanie, do jakiego stopnia dane przekonania, wartości oraz idee związane z ramami są znaczące dla obiektów mobilizacji. Na przykład, w kraju niedemokratycznym postulaty równouprawnienia płci mogą trafić na znacznie mniej podatny grunt niż traktowane jako bardziej istotne kwestie związane ze zmianą stosunków politycznych⁵⁰. Drugim jest wspólnota doświadczeń między ruchami społecznymi a codziennymi doświadczeniami członków mobilizowanej wspólnoty. Trzecim, narracyjna wierność dotycząca związku ram ruchu z narracjami, mitami, ideologiami czy przekonaniami kulturowymi społeczności. W odniesieniu do wszystkich powyższych wymiarów zakłada się bezpośredniość związku między potencjałem mobilizacyjnym a natężeniem któregośkolwiek z nich. Jak przekonuje wiele badań, im wyższe parametry wymiaru, tym większa zdolność ruchu do zmobilizowania obywateli⁵¹.

Zakończenie

Ruchy społeczne są niezwykle ważnymi podmiotami zbiorowymi, pozwalającymi śledzić mechanizmy procesów społecznego konstruowania komunikacyjnie efektywnego przekazu, niezbędnego dla zyskania poparcia społecznego czy politycznego. Zapoczątkowana przez S. Benforda analiza ram otworzyła przestrzeń dla badania kulturowego wymiaru działań zbiorowych. Kolejne badania w znacznie większym stopniu podkreślały kulturowy, a nie strukturalno-strategiczny charakter ram, zwracały uwagę na ich dialogiczny charakter, wreszcie eksponowały rolę procesów budowania tożsamości, a więc publicznie komunikowanych, wspólnie podzielanych narracji o pochodzeniu, odrębności oraz źródłach trwałości danej grupy.

⁵⁰ Zob. na ten temat: S. Penn, *Podziemie kobiet*, Warszawa 2003.

⁵¹ Stosowne badania przywołują: R.D. Benford, D.A. Snow, *Framing processes...*, s. 622.

Zarysowane w niniejszym tekście kwestie stanowią jedynie wycinek problematyki związanej z ramami interpretacyjnymi. Bardziej otwierają one pole do dalszej eksploracji niż wyczerpująco omawiają wszystkie pojawiające się na nim problemy. Krytyka analizy ramowej wyprowadzona z pozycji konstruktywistycznych, kwestie budowania oraz strategicznej manipulacji tożsamościami ruchów społecznych, metodologia badania ram, problemy związane ze strukturą oraz podmiotowością to tylko niektóre zagadnienia domagające się rozwinięcia. Zadanie tekstu było nieco skromniejsze. Chodziło raczej o zwrócenie uwagi na znaczenie dla analiz politologicznych wymiaru komunikacyjnego, a więc związanego z interpretacją oraz stosowanym językiem i wskazanie na możliwe do wykorzystania narzędzia analityczne.

STRESZCZENIE

Artykuł przyjmuje założenie o szczególnej roli, jaką w społeczeństwach późnej nowoczesności odgrywają procesy komunikacji politycznej. Analizowany problem wiąże się z ujmowaniem w ramy przekazów komunikacyjnych promowanych w sferze publicznej przez ruchy społeczne. Jako istotny element konfliktu społecznego oraz promotor zmiany społecznej ruchy społeczne pozwalają prześledzić strukturę oraz procesy społecznego i politycznego komunikowania się, strategie budowania ram interpretacyjnych, ich dyfuzję, zdobywanie zwolenników, budowanie kontrram oraz prezentację nowych sposobów interpretacji rzeczywistości, które uruchomiłyby zmianę. Zadaniem niniejszego tekstu jest prezentacja różnorodnych problemów teoretycznych oraz pomysłów analitycznych, które pojawiały się w kulturowych wyjaśnieniach fenomenu ruchów społeczno-politycznych i wiązały się z kategorią ramy interpretacyjnej.

Artur Lipiński

BETWEEN COMMUNICATION AND CONTENTION. CULTURE, INTERPRETIVE FRAMES AND SOCIO-POLITICAL MOVEMENTS (SOCIAL-POLITICAL U AUTORA)

The article is based on the assumption of crucial role played by the political communication processes in the societies of late modernity. The problem under scrutiny pertains to framing of the messages promoted in the public sphere by various social movements. As a crucial component of the social conflicts and the promoters of change social movements provide perfect case for studying

the structure and processes of social and political communication, frame and counterframe building strategies, their diffusion, winning supporters and the promotion of new ways of reality interpretation necessary to ignite a change. The aim of the paper is to present theoretical dilemmas and analytical ideas which constituted a part of cultural approaches to the study of social movements and used the concept of frame to explain this phenomenon.

KEY WORDS: *social movements, communication, culture, frames, ideology, discourse*

Nartsiss Shukuralieva

Wypowiedzi publiczne Bakijewa w ujęciu dyskursywnym

SŁOWA KLUCZOWE:

Azja Centralna, Kirgistan, rewolucja tulipanowa

Wprowadzenie

Wydarzenia z marca 2005 r., gdy wskutek protestów społecznych ówczesny prezydent Askar Akajew pospieszenie opuścił Kirgistan, zyskały miano tulipanowej rewolucji. Procesy mobilizacji obywatelskiej, obalenia starej władzy i ustanowienia nowej wpisywano w ciąg wydarzeń wyznaczanych przez wydarzenia w Gruzji (rewolucja róż z 2003 r.) i na Ukrainie (pomarańczowa rewolucja z 2004 r.). Wydarzenia w Kirgistanie miały być kolejną kolorową rewolucją, która miała wprowadzić upragnioną demokrację¹.

Obok powyższych entuzjastycznych głosów nie brakowało również sceptycznego oglądu, wątpiącego w szansę wprowadzenia jakichkolwiek poważnych zmian². W tej rywalizacji o prawomocne narracje, a więc konstruowanie obrazu zaistniałych wydarzeń, istotną pozycję zajmowała również nowa władza Kirgistanu. W wywiadach, artykułach prasowych, w przemówieniach do ludu czy społeczności międzynarodowej budowała ona własną opowieść o zachodzących zmianach.

¹ Np. *Bravo for Bishkek: More good news for former U.S.S.R. outpost*, „Houston Chronicle”, 25.03.2005; A. Cohen, *Helping Kyrgyzstan's democratic revolution*, 24.03.2005, <http://www.heritage.org/research/reports/2005/03/helping-kyrgyzstans-democratic-revolution>, 12.10.2011.

² Np. E. Burkett, *Democracy Falls on Barren Ground*, „The New York Times”, 29.03.2005; S. Juraev, *Kyrgyz democracy? The Tulip Revolution and beyond*, „Central Asian Survey” 2008, vol. 27, Nos. 3–4, September–December, s. 253–264.

Celem artykułu jest analiza podstawowych struktur dyskursywnych, z których zbudowane były wypowiedzi jednego, ale jednocześnie najważniejszego aktora w latach 2005–2010 – prezydenta Kurmanbeka Bakijewa. Dochodząc do władzy, na drodze obalenia swego poprzednika Askara Akajewa, K. Bakijew nie mógł nie odwoływać się do początków swej prezydentury. Co więcej, większą część jego rządów zdominowały odniesienia do wydarzeń marcowych 2005 r., będąc podstawowym ogniwem determinującym zarówno kwestie polityki krajowej, jak i zagranicznej.

Do studiów nad dyskursem prezydenta, budującym reprezentację rewolucji tulipanowej, skłania również stan badań wyrażający się w dostępnej literaturze przedmiotu. Jeśli rewolucja tulipanowa doczekała się wielu opracowań, analizujących problem z perspektywy ruchów społecznych, czynników instytucjonalnych czy też strukturalnych, to aspekt ideacyjny pozostawał dotąd poza orbitą zainteresowań naukowców. Wynikało to po części z bariery językowej, a więc nieznaności języka kirgiskiego, utrudnionego dostępu do źródeł oraz ogromu materiału empirycznego, który w przypadku K. Bakijewa w okresie jego panowania obejmował wiele różnych gatunkowo tekstów, w tym między innymi: książki, wywiady-rzeki czy też przemówienia. Wybór tematu wiąże się także z ograniczoną liczbą prac autorów zagranicznych oraz całkowitym brakiem krajowych, które poruszałyby problem politycznego komunikowania prezydentów już nie tylko Kirgistanu, lecz także innych krajów Azji Centralnej. Znaczenie analizy treści publicznych wypowiedzi prezydenta jest o tyle istotne, iż w przypadku Kirgistanu mamy do czynienia z krajem o hybrydalnym systemie politycznym. Proces przekształcania tego porządku, łączącego w sobie komponenty autorytarne i demokratyczne w kierunku autorytarnym wymagał dostarczenia pewnej puli uzasadnień. Tak więc w warunkach zawłaszczania państwa i ograniczanego pluralizmu siła prezydenckiego przekazu znacząco rosła. To wypowiedzi prezydenta jako dominującego podmiotu miały kluczowy wpływ na treści pojawiające się w sferze publicznej. Wyznaczały one kierunki działania oraz dostarczały oficjalnych schematów interpretacyjnych zarówno instytucjom należącym do systemu władzy państwowej czy lokalnej, jak i politykom, dziennikarzom oraz innym aktorom reprodukującym oficjalną linię.

Rewolucja tulipanowa w dyskursie K. Bakijewa nie była wyrażana w postaci spójnego obrazu. Napięcia i sprzeczności panujących wówczas warunków krajowych oraz międzynarodowych odzwierciedlały się także w sferze publicznego komunikowania. Będąc z natury złożonymi, procesy komunikacji politycznej nie sprowadzały się do transmisji jednoznacznych stanowisk, poglądów czy opisów rzeczywistości. Stąd wydarzenia

marcowe w dyskursie K. Bakijewa pełne są sprzeczności i naznaczone ambiwalencją. Z jednej strony obficie czerpał z figur dyskursu demokratycznego. Mówił o wartościach demokratycznych, krytykował autorytarne rządy panującej rodziny i gloryfikował rewolucyjną walkę ludu w imię odzyskania władzy. Z drugiej natomiast strony, korzystał z elementów dyskursu autorytarnego. Przywoływał tęsknotę za stabilnością oraz rządami twardej ręki. Rezygnował z nawoływań do natychmiastowych reform na rzecz konserwacji systemu, a przypisując członkom swej rodziny zasługi przeszłych dokonań, odbierał je narodowi³.

Podejście teoretyczno-metodologiczne

Niniejszy tekst za punkt wyjścia obiera interpretatywną perspektywę w badaniach politologicznych, która koncentruje się na procesach komunikacji między aktorami społecznymi czy politycznymi. Komunikacja polityczna nie jest tutaj jednak analizowana z perspektywy skuteczności jej oddziaływania czy efektów dla publiczności. Przedmiotem badań są treści transmitowane przez nadawcę, który dokonuje interpretacji ciągu określonych wydarzeń, denotowanych jako rewolucja i systematycznie wyposażanych w konotacje, które w zależności od kontekstu niosą demokratyczne bądź autorytarne treści. Pojawiające się w przestrzeni publicznej interpretacje, dominującego podmiotu – prezydenta, tworzą rodzaj poznawczego budulca, przy pomocy którego interpretowane są przeszłe wydarzenia. Takie stwierdzenie nie pociąga za sobą założenia o braku jakiegokolwiek społecznej opozycji względem definicji rzeczywistości przez prezydenta promowanej. Treści obecne w sferze publicznej mogą być negocjowane, przyjmowane bądź odrzucane, jest to jednak inny przedmiot badań empirycznych od tego przyjętego w niniejszym artykule.

Istotnym pojęciem w ramach przyjętej perspektywy jest kategoria dyskursu pojmowanego jako system językowych reprezentacji rzeczywistości. Dyskurs jest praktyką nie tylko reprezentowania świata, lecz także jego konstruowania. Dyskurs określonych aktorów politycznych nie jest po prostu językowym korelatem obiektywnej rzeczywistości, istniejącej niezależnie od języka, ale aktem konstrukcji. W tym sensie partykularne sposoby opisu wydarzeń, aktorów oraz procesów promowane przez K. Bakijewa były konstruowaniem rewolucji tulipanowej, a nie jedynie

³ M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski, *Wprowadzenie*, [w:] *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, Aureus: Kraków 1997, s. 7–8.

jej reprezentacją. N. Fairclough wskazywał na kilka aspektów związanych z konstrukcyjną funkcją dyskursu. Po pierwsze, dyskurs przyczynia się do konstruowania społecznych czy politycznych tożsamości. Po drugie, dyskurs pozwala konstruować relacje między aktorami społecznymi. Po trzecie, dyskurs przyczynia się do konstruowania systemów wiedzy oraz wierzeń⁴. Adaptując te stwierdzenia do analizowanego przypadku, niniejszy artykuł pyta o kluczowych aktorów, relacje między nimi oraz budowanie wiedzy na temat wydarzeń z marca 2005 r. w Kirgistanie. Dyskurs w niniejszym tekście jest więc pojmowany jako społeczna i polityczna praktyka tworzenia znaczeń i działania w świecie. Przedmiotem badania będzie wewnętrzny porządek dyskursu, ale i napięcia oraz ambiwalencje uzależnione od legitymizacyjnych wymogów oraz warunków kontekstu. Stosowana metoda nie oznacza jednak analizy językowej *sensu stricto*, a więc badania formalnych właściwości języka, a raczej analizę oznakową, w której odpowiednio interpretuje się treści zarówno te bezpośrednio dane, jak i te implikowane⁵. Prezentowana w niniejszej pracy analiza dyskursu próbuje wyjść z jego wnętrza, ma charakter immanentny, usiłując zrekonstruować jego wewnętrzną logikę, tzn. sposób uporządkowania poszczególnych elementów wchodzących w jego skład, a więc kategorii pojęciowych oraz sądów dotyczących rzeczywistości społeczno-politycznej.

Na najbardziej ogólnym poziomie celem artykułu jest ustalenie porządku dyskursu, jego kluczowych elementów, schematów argumentacyjnych i linii interpretacyjnych w części odnoszącej się do wydarzeń z marca 2005 r. Bardziej szczegółowe pytania badawcze, na które artykuł usiłuje odpowiedzieć, dotyczą trzech kwestii. Po pierwsze, jakie miejsce rewolucja tulipanowa zajmowała w dyskursie K. Bakijewa. Po drugie, co było demokratycznego, a co autorytarne w reprezentacji wydarzeń marcowych. Po trzecie, jakie czynniki uwarunkowywały zmienność w komunikowaniu politycznym K. Bakijewa.

1. Zmienność wizji Bakijewa

Konstruowana przez K. Bakijewa narracja o rewolucji była niewątpliwie niejednoznaczna. W opisywaniu wydarzeń przemawiał on wieloma głosami oraz zajmował różne pozycje. Różne wersje wydarzeń marcowych, które obficie wykorzystywał prezydent, miały jednak krótki żywot.

⁴ N. Fairclough, *Analyzing discourse*, Routledge 1995, s. 15.

⁵ Podział ów stosując za: M. Głowiński, *Nowomowa po polsku*, Warszawa 1990, s. 7.

Charakteryzowała je zmienność wynikająca z różnic w typie odbiorcy, czasu i kontekstu. Z jednej strony, obraz rewolucji był nierozdzielnie związany z bieżącą sytuacją. Był dopasowywany i zmieniany w zależności od zapotrzebowania. Z drugiej strony, ten sam typ przekazu zachowując swoją formę, jednocześnie zmieniał swoje znaczenie, co związane było z różnymi kontekstami oraz czasem wypowiedzi. Powyższy, dwubiegowy wpływ na wypowiedzi o rewolucji był determinowany silną bądź słabą pozycją nadawcy – K. Bakijewa oraz odbiorcy.

Pięcioletnie rządy charakteryzowała wyjątkowa zmienność, w których zawartość i forma oficjalnego stanowiska były głęboko uwarunkowane bieżącą sytuacją. Dużą rolę odgrywały w niej warunki międzynarodowe i lokalne, społeczno-kulturowe i polityczne. Reagowanie na powyższe bodźce, przy jednoczesnej chęci zachowania *status quo*, w sposób nieunikniony wytwarzały polifonię stanowisk jednego aktora. Każdy głos miał swoje konkretne zadanie. Czasami wypowiadano je dla jednorazowego użytku. Zwykle krótkotrwałe, po wykorzystaniu zastępowano je nowym. Mimo swego niestałego i urywającego się charakteru opowieści reprezentowały rewolucję w wersji demokratycznej lub autorytarnej. Analizowany w części empirycznej dualizm był rezultatem polityki dopasowywania się do oczekiwań odbiorców.

Na szczeblu międzynarodowym dychotomię wyznaczał typ odbiorcy. Gdy prezydent wypowiadał się dla mediów rosyjskich, w jego dyskursie dominował motyw autorytarny. Gdy z kolei adresatem jego publicznych wypowiedzi byli odbiorcy zachodni – dominować zaczynały wątki demokratyczne. Ten podział był wyraźny zwłaszcza w pierwszym okresie po rewolucji. Wówczas K. Bakijew nie miał dużych wpływów i silnej pozycji. Niepewność w utrzymaniu władzy przekładała się na groteskową wręcz labilność przekazu. W wypowiedziach dla rosyjskich mediów przyczyn rewolucji upatrywał w „korupcji zalewającej republikę”⁶. To ona miała być odpowiedzialna za wszystkie kłopoty. Zgodnie z tym, zadaniem nowego rządu było naprawienie tego, co uprzednio zdefiniowano jako naganne i godne potępienia. Oprócz walki z korupcją zadaniem priorytetowym miało być rozwiązanie problemów socjalnych i zabezpieczenie wzrostu gospodarczego. Nowy rząd miał również konserwować instytucje. Do rangi zadań kluczowych wyniesiono też zachowanie równowagi sił politycznych i stabilizację sytuacji. K. Bakijew stanowczo dystansował się od rewolucji róż w Gruzji oraz rewolucji pomarańczowej na Ukrai-

⁶ К. Бакиев, *Во всем виновата коррупция*, Беседовала В. Панфилова, „Независимая газета” [Москва], 08.04.2005, Выпуск 70 (3466).

nie. Zaprzeczał jakimkolwiek powiązaniom między tymi wydarzeniami a wydarzeniami w Kirgistanie, podkreślając ich specyficzny, lokalny charakter. Zapewniał partnerów, nie tylko zresztą rosyjskich (ale też np. kazachskich i uzbeckich), o konieczności zachowania *status quo*, próbując łagodzić obawy przed efektem domina wywołanym wydarzeniami w innych krajach. Kwestie ekonomiczne oraz jak najszybsza stabilizacja polityczna miały tu szczególne znaczenie. Były one również najczęściej poruszonymi wątkami w rozmowach z dziennikarzami⁷.

Zamiary wprowadzenia pośpiesznych i gruntownych zmian ustroju politycznego były natomiast motywem przewodnim dla odbiorców zachodnich. Tutaj K. Bakijew pozował na zwolennika zmian. Przyczyn rewolucji upatrywał w kryzysie systemu politycznego, do którego miało dojść wraz z odejściem władzy od pryncypiów demokracji i sukcesywnym wzmacnianiem autorytaryzmu. Demontowanie mechanizmów demokratycznych, a wraz z nim ograniczanie wolności słowa, prasy i zgromadzeń miały doprowadzić do niezadowolenia społecznego. W wypowiedziach prezydenta lud często występował jako suweren – aktor słabo obecny w wywiadach udzielanych mediom rosyjskich. Różnice widoczne były również w opisie rewolucji. Gdy odbiorcą były media rosyjskie, opisywana była przez K. Bakijewa jako „ciężkie czasy”⁸. Zachodni odbiorca z kolei miał ją postrzegać jako „pozytywne przemiany”⁹. Choć nacjonalizował

⁷ К. Бакиев, *Во всем...*; К. Бакиев, *В Киргизии сильный президент, сильный парламент, сильное правительство*, Беседовал В. Аверин, Радио «Маяк» [Москва] 15.11.2006; К. Бакиев, *Эксклюзивное интервью радио „Маяк”* [Москва], 11.05.2005; К. Бакиев, *В республике были и есть деструктивные силы*, Беседовала Н. Попова, „Известия” [Москва] 06.04.2005; К. Бакиев, *Нам удалось обеспечить политическую стабильность и сохранить макроэкономическую устойчивость*, Интервью агентству „Интерфакс”, 24.06.2005, [w:] *Кыргызстан: Элдик революция. 24 март 2005. Народная революция*, түзгөндөр П.Ш. Казыбаев, Б.О. Орунбеков, Л.А. Рудь, Г. Асанова, К. Болотканов, Бишкек 2006, s. 358; К. Бакиев, *Экономику можно исправить за два-три года*, Интервью журналу „Евразия”, 10.06.2005, <http://www.president.kg/ru/press/interview/396/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *Приоритетов не меняю*, Беседовали Д. Евлашков, П. Негоица, „Российская газета” [Москва] 27.01.2006, Федеральный выпуск, nr 3982; К. Бакиев, *Я не ездил ни в Грузию, ни на Украину*, Беседовал Михаил Зыгарь, „Коммерсантъ” [Москва], 30.03.2005, nr 55 (3139).

⁸ Patrz np. К. Бакиев, *Во всем...*; К. Бакиев, *Исламский экстремизм к событиям в Киргизии отношения не имеет*, „Interfax”, 01.04.2005.

⁹ К. Бакиев, *БУУнун башкы ассамблеясынын жогорку деңгээлдеги пленардык жыйынында (БУУнун саммити) сүйлөгөн сөзү*, 16.09.2005, [w:] *Кыргызстан...*, s. 87–90.

rewolucję jako wydarzenie wyłącznie lokalne i kirgiskie, to osadzał je w kontekście szerszego, międzynarodowego procesu demokratyzacji¹⁰.

Podobnie jak na poziomie międzynarodowym, lokalne użycie reprezentacji rewolucji również modyfikowane było przez rodzaj audytorium, do którego przemawiał prezydent. Kiedy przemawiał do rządu, parlamentu, Rady Bezpieczeństwa czy do innych przedstawicieli instytucji państwa, którzy względem niego znajdowali się w pozycji zależnej, silnie dominowały wątki autorytarne. Wypowiedź ulegała diametralnej zmianie, gdy odbiorcą był lud. Wówczas rewolucję przedstawiał w pełnych demokratycznej retoryki tonacjach. Przyczyna dualizmu narracji była związana z kilkoma czynnikami. Z jednej strony był to wpływ bieżącej walki politycznej. Z drugiej natomiast było to oddziaływanie lokalnej specyfiki społeczno-kulturowej. Permanentna mobilizacja społeczna, strajki, protesty, rozmaite akcje polityczne oraz spektakularne zamachy na polityków i dziennikarzy nie wytwarzały stabilnego środowiska dla działających aktorów. Skupiając uwagę na rozładowywaniu aktualnych napięć, K. Bakijew zwracał się do funkcjonariuszy państwa oraz do ludu. Do pierwszych występował jako legalny kontynuator reżimu i konstytucyjny następca A. Akajewa. Nie przemawiał w imieniu rewolucji oraz nie wzywał do realizacji jej idei. Mówił natomiast w imieniu własnym jako „legalnie wybrany prezydent”¹¹ oraz nawoływał do wprowadzania w życie swoich „wielkich celów”¹². To nie rewolucja wyznaczała początek, a raczej moment, gdy został on przywódcą kraju. Generalnie *rewolucja* była słowem rzadko obecnym w jego retoryce. Niekiedy nawet całkowicie z niego rezygnował na korzyść „zmiany władzy”¹³ czy „wydarzeń marcowych”¹⁴. W ten oto sposób sygnalizował ciągłość władzy, własną pozycję władczą oraz niechęć do zmian. Wraz ze wzmocnieniem pozycji prezydenta coraz rzadsze były również odwołania do woli ludu, a wyraźniejsze zabiegi per-

¹⁰ К. Бакиев, *Если власти будут глухи к голосу народа, революций не избежать*, Беседовала Н. Нугайред, <http://www.inopressa.ru/lemonde/2005/04/06/10:28:05/bakiev,06.04.2005>; Стенограмма пресс-конференции в ОБСЕ с участием Исполняющего обязанности Президента КР, Премьер-министра КР К. Бакиева, 30.05.2005, <http://www.president.kg/ru/press/interview/362/>, 25.07.2009; Стенограмма пресс-конференции Президента КР К. Бакиева в ИА «Итар-ТАСС», 06.09.2005, [w:] *Кыргызстан...*, s. 368.

¹¹ К. Бакиев, *Выступление на заседании Правительства КР* (Перевод с кыргызского Пресс-службы Президента КР), 21.02.2007, „МСН” [Бишкек], 24.02.2007.

¹² Тамże.

¹³ К. Бакиев, *Заключительное слово на расширенном заседании правительства*, 14.02.2006, [w:] *Кыргызстан...*, s. 305–315.

¹⁴ Тамże.

sonalizujące władzę. To prezydent był władzą, a władza była utożsamiana z prezydentem¹⁵.

K. Bakijew nie występował jednak w izolacji od społeczeństwa. Zwracając się do ludu za pośrednictwem wywiadów, orędzi, wystąpień i przemówień uwzględniał specyfikę społeczno-kulturową oraz długoletnie praktyki populizmu demokratycznego. Po pierwsze, potwierdzał zakładaną wiedzę odbiorców o wydarzeniach marcowych. Podtrzymywał wszystkie popularne mity suwerennego ludu. Osadzał je w centralnym miejscu. Przypominał o zajęciu budynków administracji państwowej oraz rządu w Biszkeku, a więc o wydarzeniach, które na wzór zburzenia Bastylli symbolizowały obalenie starego porządku. Odwoływał się do momentu euforii, poczucia siły, ale również lęku i niepewności, która błyskawicznie rozpowszechniła się za pomocą cyfrowych mediów. Uwodził, starając się rozładować napiętą rzeczywistość oraz zmobilizowane masy. Po drugie natomiast, modyfikował, gdy temat dotyczył realizacji celów rewolucyjnych. Wypowiedzi ulegały zmianie w zależności od czasu i kontekstu. Mówił o niezbędności reform systemowych, zaprzeczał im, żeby później z powrotem do nich wrócić. Przypominanie głównych postulatów rewolucji oraz zamiarów jej urzeczywistnienia nie oznaczało jednak zawsze demokratyzacji systemu. W zależności od siły czy słabości pozycji prezydenta były one flirtowaniem z oponentami politycznymi i/lub maskowaniem arbitralnych decyzji zamykających system. Podobnie było z konstruowaniem obrazu rewolucji w demokratycznych tonacjach. Mimo nieustannego powtarzania w trakcie pięcioletnich rządów

¹⁵ Patrz na przykład: К. Бакиев, *Нам надо было принимать политическое решение*, Из выступления в здании ЖК КР 28.03.2005, [w:] *Кыргызстан...*, s. 253–255; К. Бакиев, *Биз тазаланып, коомдо калыстык орнотпосок – эл ишеничине айрылабыз*, КР Президенти К. Бакиевдин аткаруу бийлик жетекчилери менен жолугушууда сүйлөгөн сөзү, 15.08.2005, [w:] *Кыргызстан...*, s. 74–80; К. Бакиев, *Жогорку Кеңештин жыйналышында сүйлөгөн сөз*, 03.02.2006, [w:] *Кыргызстан...*, s. 108–117; К. Бакиев, *Заключительное слово на заседании Совета безопасности*, 09.02.2006, [w:] *Кыргызстан...*, s. 300–304; К. Бакиев, *Заключительное слово на расширенном...*, s. 305–315; К. Бакиев, *Выступление на встрече с новым составом Правительства*, 09.02.2007, <http://president.kg/ru/press/statements/817/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *Выступление на заседании Правительства...*; К. Бакиев, *Выступление на встрече с руководителями загранучреждений КР*, 26.03.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/826/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *Выступление на заседании ЖК*, 05.06.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/844/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *Вступительное слово на обучающем семинаре для заместителей губернаторов областей, акимов районов и мэров городов КР* (7.06.2007), <http://www.president.kg/ru/press/statements/845/>, 25.07.2009.

tej samej formy, jej sens ulegał zmianie. Choć początkowo wzbudzała nadzieję, stopniowo przeradzała się w fasadę systemu. Przez cały czas przypominała jednak, że suwerenny lud może ponownie strząsnąć okowy ucisku i obalić władzę. Tak więc, mimo iż retoryka rewolucyjna sprzyjała utrzymaniu władzy, zawierała również w sobie potencjał, który mógł być w stosownym momencie wykorzystany do obalenia posługującej się nim władzy¹⁶.

Tabela 1. Tulipanowa rewolucja w dyskursie K. Bakijewa

| Wymiary zróżnicowania | Dyskurs autorytarny | Dyskurs demokratyczny |
|-----------------------|---|---|
| wizja przeszłości | hierarchiczny | egalitarny |
| przyczyny rewolucji | kwestie socjalne naśladowanie obcych wzorców (zachodnich modeli demokracji) wprowadzenie gospodarki wolnorynkowej | kwestie polityczne pogwałcenie reguł demokratycznych uzurpacja władzy przez rodzinę prezydencką |
| wizja rewolucji | zaprzeczenie rewolucji ciągłość władzy chaos, czas kryzysu i niepewności władza została przywrócona rodzinie Bakijewów | rewolucja narodowa czas odnowy i początku pokojowe zwycięstwo ludu nad bezprawiem i niesprawiedliwością władza została przywrócona ludowi |
| bohaterowie rewolucji | rodzina Bakijewów | suwerenny lud |

¹⁶ Patrz na przykład: K. Бакиев, *Кыргызстандагы ыңкылап накта кыргызча өттү, Маектешкен К. Молдокасымов, Радио „Азаттык”* [Прага], 28.04.2005; K. Бакиев, *Государство должно служить народу, Телевизионное обращение к общественности КР, 02.05.2005, „МСН”* [Бишкек], 04.05.2005; K. Бакиев, *КР Президенттик кызматына киришүүдө сүйлөгөн сөз, 14.08.2005; K. Бакиев, Инаугурационная речь Президента КР, 14.08.2005, „МСН”* [Бишкек], 16.08.2005; K. Бакиев, *УТРК жана „Азаттык” радиосунун журналисттеринин суроолоруна жооптор, 25.08.2005, [w:] Кыргызстан..., s. 84; K. Бакиев, О партиях без галстуков и обиняков, Беседовал Т. Джаналиев, „МСН”* [Бишкек], 06.12.2005; K. Бакиев, *Выступление на торжественном собрании посвященном 15-летию образования Чуйской области, 16.12.2005, [w:] Кыргызстан..., s. 288–290; K. Бакиев, Возврата к прежним порядкам не будет, „Общественный рейтинг”* [Бишкек], 29.12.2005; K. Бакиев, *Кыргызстандын элине жаңы жылыдык куттуктоо, 31.12.2005, [w:] Кыргызстан..., s. 107–108; K. Бакиев, Жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдарынын жетекчилери менен өткөрүлгөн республикалык кеңешмедеги сөз, 10.03.2006, [w:] Кыргызстан..., s. 120–121, 134.*

| Wymiary zróżnicowania | Dyskurs autorytarny | Dyskurs demokratyczny |
|-----------------------|--|--|
| wizja ludu | hierarchiczny pozbawiony podmiotowości pełen brutalnej siły i niebezpieczeństwa rozszalały tłum lub bierna masa | jednolita wspólnota suweren podmiot posiadający prawo oporu podmiot walczący o wolność i ustanowienie ideałów demokracji |

Źródło: opracowanie własne.

2. Co poprzedzało rewolucję?

Każdy akt rewolucyjny jest zawsze efektem istniejącego układu sił w społeczeństwie i elitach politycznych, bezpośrednich warunków kontekstu oraz cech struktury społecznej i politycznej. Stąd to, co poprzedza moment wybuchu, odgrywa ważną rolę w wyjaśnianiu zjawiska rewolucji. Stwierdzenia te nie odnoszą się tylko do zdań analitycznych pochodzących z dyskursu naukowego, ale mają również swoje zastosowanie dla dyskursu politycznego, poprzez który aktorzy budują swoje interpretacje rzeczywistości. Stąd mówić o rewolucji oznacza zawsze mówić o warunkach ją poprzedzających i aktorach na nią wpływających. Reprezentacja czasów przedrewolucyjnych nie mogła się obejść bez wzmiankowania roli A. Akajewa. Przywołanie postaci i działań byłego prezydenta miało pokazać, oczywiście w negatywnym świetle, okres poprzedzający rząd nowego prezydenta. Przyczyny wybuchu rewolucji nie układają się w jedną spójną opowieść opatrzoną jednoznacznie negatywnym znakiem wartości. W wizji K. Bakijewa występuje ambiwalencja w ocenie analizowanego czasu.

K. Bakijew za podstawową przyczynę protestu społecznego uznawał odejście prezydenta A. Akajewa od norm demokratycznych. Wprawdzie pierwszy prezydent miał niemałe zasługi dla ustanowienia niepodległego Kirgistanu, wprowadzenia gospodarki wolnorynkowej i rozwoju demokracji, jednak ostatni okres jego prezydentury cechuje oderwanie się od ludu. A. Akajew miał zdradzić pryncypia demokracji i umożliwić bogacenie się swojej rodziny. W zdominowanym przez prezydenta kraju szerzyła się korupcja. Doszło nawet do tego, że „w skład rządu wchodziło 70%–80% skorumpowanych osób”¹⁷. W tych warunkach panowała rodzina i najbliżsi prezydenta. Byli oni grupą uprzywilejowaną, jeśli chodzi o prowadzenie

¹⁷ К. Бакиев, *Во всем...*

interesów w kraju. Prawa pozostałych obywateli były natomiast „chamsko i bezczelnie deptane”¹⁸. Prześladowano niewygodnych działaczy i niepokorne media. Zamiast rozwiązywać realne problemy kraju, A. Akajew uciekał się do budowania fasady i podtrzymywania jej przy pomocy pięknych frazesów. Wszystko to doprowadziło do kryzysu gospodarczego. W efekcie rosło niezadowolenie społeczne, co wzmagало brak zaufania do władzy. Wszystkie te pogłębiające się problemy polityczno-ekonomiczne zdaniem K. Bakijewa, okazały się katastrofalne dla kwestii najważniejszej – kirgiskiej tożsamości obywatelskiej. Autorytarne rządy szczególnie mocno uderzały w kulturę i moralność społeczeństwa. „Naród stanął na granicy utraty swych tradycyjnych, kulturowych i moralnych wartości, utraty swej tożsamości”¹⁹ – wspominał K. Bakijew, mając na myśli wartości demokratyczne²⁰.

Tej wizji porządku społeczno-politycznego, który dopiero wraz z naruszeniem reguł demokracji przestaje być funkcjonalny i podlega ostrej krytyce, przeciwstawiona była wizja porządku od początku zasługującego na negatywną ocenę. Kryterium polityczne zastąpione jest w dyskursie kryterium ekonomicznym. Narracja nie zawiera już wzmianek dotyczących walki o wolność i wartości demokratyczne. Zdominowana została ona natomiast przez kwestię socjalną i problem dobrobytu ludzi. Czasem gloryfikowanym, opisywanym jako najlepszy, czasem, za którym nie tylko tęskniono, ale który stawiano za układ odniesienia, był okres Związku Radzieckiego. Wówczas „szczególną uwagę poświęcano socjalnym problemom zwykłych ludzi, zapewnieniem im mieszkań. [...] Domy kultury istniały w nawet najbardziej odległych wsiach. Podnoszono pensje dla nauczycieli, pracowników kultury”²¹. Zapomniane historie i liderzy tamtych lat znów znalazły się w orbicie zainteresowania władzy. Stawiano im pomniki, a ich nazwiska, którymi nazywano ulice, przeplatały się z nazwiskami bohaterów rewolucji marcowej. Według K. Bakijewa wraz z upadkiem komunizmu w Kirgistanie nastąpił wielki smutek. O zmianie

¹⁸ К. Бакиев, *Эксклюзивное...*

¹⁹ К. Бакиев, *Государство...*

²⁰ К. Бакиев, *Курс на обновление страны*, 24.03.2009, <http://www.president.kg/ru/press/statements/3590/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *Во всем...*; К. Бакиев, *Биз тазаланып...*, s. 74–75; К. Бакиев, *Эксклюзивное...*; К. Бакиев, *УТРК жана „Азаттык”...*, s. 84.

²¹ К. Бакиев, *Выступление при открытии памятников известным государственным деятелям – Масалиеву Апсамату Масалиевичу, Суйумбаеву Ахматбеку Суттубаевичу и Дуйшееву Арстанбеку Дуйшеевичу*, 30.06.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/851/>, 25.07.2009.

ustroju zdecydowali inni, obcy, a nie obywatele republiki. „Próbowano żyć według obcych wzorów. Wzorowano się na obcych przykładach. Wyniki nie były zadowalające”²². Zgromadzone w czasach radzieckich bogactwa narodowe zostały rozgrabione i zniszczone. Zaniechano regiony. Szerzyła się korupcja i zachowania kryminalne. Przyczyn ich wzrostu K. Bakijew upatrywał w przejściu kraju do systemu rynkowej gospodarki, wprowadzeniu własności prywatnej oraz osłabieniu roli państwa. Jego zdaniem również wprowadzenie elementów demokracji bezpośredniej i reprezentacyjnej nie przyniosło niczego dobrego. „15 lat bez przerwy ogłaszaliśmy wybory do władz wsi, rejonu, obwodu i Dżogorku Kenesz i wybieraliśmy siebie nawzajem. Co 2–3 lata przeprowadzaliśmy referenda. Czy przyniosły nam one pomyślność? Czy poprawiły one nasze życie? Ostatecznie lutowe wybory parlamentarne połknęły głowę starej władzy”²³.

3. Główni aktorzy rewolucji

W retoryce K. Bakijewa najważniejszym bohaterem rewolucji był suwerenny lud. Lud ten, mimo wewnętrznych różnic, był opisywany jako jednolita wspólnota, walcząca o wolność i ustanowienie ideałów demokracji. Z jednej strony był nieśmiertelnym, zbiorowym ciałem, swoistym połączeniem przeszłości, teraźniejszości i przyszłości, który interweniował w politykę i podejmował działanie. Jak twierdził prezydent: „Od czasów pradawnych wartości demokratyczne były częścią naszej krwi i duszy”²⁴. Kirgizi od 2–3 wieków mieli walczyć o ustanowienie wolności. Byli reprezentowani jako bohatersko przeciwstawiający się samowoli władzy i autorytaryzmowi. Z drugiej natomiast strony, lud był postrzegany jako populacja śmiertelnych jednostek. Był on prostą sumą obywateli Kirgistanu.

²² К. Бакиев, *Выступление на встрече с профессорами, преподавателями, студентами и работниками высших и средних профессиональных учебных заведений города Бишкек*, 28.09.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/865/>, 25.07.2009.

²³ К. Бакиев, *Биз тазаланып...*, s. 77; К. Бакиев, *Вступительная Речь на Форуме развития: Кыргызстан 2007–2010*, 31.05.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/842/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *Выступление при открытии памятников...*; К. Бакиев, *Заключительное слово на заседании Совета...*, s. 300; К. Бакиев, *Көрүнүктүү коомдук жана мамлекеттик ишмер Турдакун Усубалиевдин 90 жылдыгына арналган салтанаттагы сөз*, 07.11.2009, <http://www.president.kg/press/vistup/4756/>, 20.12.2009.

²⁴ К. Бакиев, *КР Президенттик кызматына...*

Obejmował tych, którzy polegli w protestach antyrządowych w 2002 r., tych którzy odnieśli obrażenia i tych, którzy tryumfowali w 2005 r. Suwennym ludem byli również mieszkańcy wszystkich regionów (Dżalalabad, Talas, Naryn, Ysykkul, Batken, Czuj, Biszkek i Osz²⁵), którzy podnieśli się przeciwko niesprawiedliwości. Jak wskazywał K. Bakijew, ich liczba sięgała dziesiątek tysięcy ludzi, którzy uczestniczyli w bojkotowaniu antynarodowej władzy podczas mityngów rozlewających się po całym kraju. Reprezentacja aktorów rewolucji nacechowana była patosem i emfazą podkreślającą liczbę uczestników, głębokość zaangażowania oraz przełomowość osiągniętych efektów. Rewolucja obejmować miała dziesiątki tysięcy ludzi, którzy pamiętnego 24 marca „szli w szeregach” czy też „ramię w ramię”. Lud to ci, którzy „wytrwali pod naciskiem prowokatorów i usunęli zgniłą władzę”²⁶. Naród był przedstawiany jako homogeniczna i niepodzielna całość. Wszyscy razem i każdy z osobna był zwycięzcą²⁷.

Wypowiedzi K. Bakijewa nie da się jednak sprowadzić wyłącznie do gloryfikacji ludu. Te same wydarzenia, uczestnicy oraz ich zachowania opisywani są z użyciem przeciwnego znaku wartości. Bunt ludu w drugiej wersji byłby więc nie tyle prawomocnym sprzeciwem wobec ucisku, ale siłą podważającą autorytet władzy i prawa. W tym sensie zbiorowość nie była wyłącznie ostoją mądrości i sprawiedliwości. Lud opisywany był przy użyciu szeregu epitetów. Był on zagrożeniem: „buszującym tłumem, tysiącami ludzi gromiącymi [...] centra handlowe, pawilony i sklepy”²⁸.

²⁵ Szyk wymieniania regionów za K. Bakijewem pozostawiono w oryginale. Kolejność ta, jak łatwo się domyśleć, nie była przypadkowa. Dżalalabad to pierwszy z regionów, w którym administracja A. Akajewa straciła kontrolę. Jest to również obszar, z którego pochodzi K. Bakijew.

²⁶ К. Бакиев, *Телевизионное обращение по случаю 2-й годовщины Народной революции 24 марта 2005 года*, 23.03.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/824/>, 25.07.2009.

²⁷ M. Canovan, *Lud*, Warszawa 2008, s. 111–114; К. Бакиев, *КР Президенттик кызматына...*; К. Бакиев, *Инаугурационная...*; К. Бакиев, *Телевизионное обращение по случаю 2-й годовщины...*; К. Бакиев, *Аксы алааматы эч качан кайталанбасын. Аксы каргашасынын жети жылдыгына байланыштуу КР Президенти К. Бакиевдин эскерүү сөзү, „Кыргыз туусу”* [Бишкек], 17.03.2009, nr 18; К. Бакиев, *Выступление на торжественном мероприятии, посвященном 24 марта – Дню Народной революции*, 24.03.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/825/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *БУУнун башкы ассамблеясынын...*, s. 89; К. Бакиев, *Биз тазаланып...*, s. 72–73; *Стенограмма пресс-конференции Исполняющего обязанности Президента КР, Премьер-министра КР К. Бакиева в агентстве „Интерфакс” в Москве*, 08.05.2005, <http://www.president.kg/ru/press/interview/362/>, 25.07.2009.

²⁸ К. Бакиев, *Возврата...*

Był czymś pełnym brutalnej siły i niebezpieczeństwa. Czymś, co bez lidera przeistaczało się w niepohamowaną, niszczycielską moc zmiatającą ze swej drogi władzę, porządek i autorytety. Takie metaforyczne ujęcie nieuchronnie podawało w wątpliwość możliwość oddolnego wpływu na władzę. Zaprzeczało również idei, że naród w tym wyjątkowym momencie odnawia swoją założycielską umowę. Wizja szalejącego tłumu, który trzeba uspokoić i opanować, implikowała paternalistyczną politykę. Usprawiedliwiała marginalizację ludu jako głównego bohatera rewolucji²⁹.

Powyższa interpretacja uwypuklała pozycję K. Bakijewa. W wypowiedziach publicznych dotyczących rewolucji motyw przywództwa był starannie konstruowany, nasycony szczegółami i pełen niuansów. W jednej z wersji namaszczenie przyszłego przywódcy narodu odbyło się jeszcze przed wydarzeniami marcowymi. Jego pozycja lidera wynikała z zaufania, którego udzielił mu lud. „Prości ludzie chcieli widzieć we mnie lidera, co stało się dla mnie impulsem”³⁰. Jak wspominał, kiedy w 2002 r. spotykał się z wyborcami okręgu Ala-Buka, lokalna starszyzna wręcz postawiła mu warunek, że musi wystartować w kolejnych wyborach prezydenckich. W jego opowieści okres wyborów parlamentarnych 2005 r. to czas, kiedy władze utrudniały praktycznie wszystkie działania K. Bakijewa. Utrudniały nawet spotkania z elektoratem. Przeciwno niemu walczyć miała cała machina państwowa. Co ciekawe, K. Bakijew przedstawia się jako ten, który nie rozumiał powodów niechęci do niego ze strony starej władzy. „Tyle lat pracowałem we władzach wykonawczych. Gdybym dostał się do parlamentu, czy byłoby źle? Dla kogo? Dlaczego? Wobec A. Akajewa zawsze zachowywałem się powściągliwie”³¹. Jego konstrukcja własnego przywództwa unika frontalnego ataku na byłego prezydenta. To nie starcie i otwarta opozycja, ale niespodziewany obrót wydarzeń otworzył dla niego przestrzeń, w której wystąpił jako przywódca. „Nawet w koszmarnej śnie nie mógłbym sobie wyobrazić, że prezydent nie rozpocznie negocjacji ze swoim ludem, lecz ucieknie. Gdy zobaczyłem, że już nie można powstrzymać ludu, że jego oburzenie nie ma granic, nie mogłem stać z boku”³². K. Bakijew buduje więc wizję sytuacji, w której to osierocony i opuszczony lud potrzebował przywódcy. Zaufanie ludu do jego osoby nadawało mu atrybut naturalnego pretendenta do władzy.

²⁹ К. Бакиев, *Во всем...*

³⁰ К. Бакиев, *Возврата...*

³¹ К. Бакиев, *Выборы будут свободными*, Беседовал А. Гладилов, „Вечерний Бишкек” [Бишкек], 29.04.2005, nr 80 (8754).

³² Tamże.

Co bardzo ważne, taka interpretacja czyniła z niego wybawcę, nie tyle od niesprawiedliwych rządów i autorytaryzmu, ile od nieokiełznanej siły zbiorowych działań. Co paradoksalne, wybawiał on państwo od wściekłego i niebezpiecznego ludu³³.

Obok K. Bakijewa występowałi również inni wzmacniający jego pozycję aktorzy. Byli to z jednej strony przedstawiciele ugrupowań opozycyjnych, a z drugiej członkowie jego rodziny. Ugrupowania opozycyjne, którymi miał przewodzić K. Bakijew, zajmowały szczególną pozycję w wypowiedziach tuż po wydarzeniach 2005 r. Wielokrotnie podkreślał on swoje przewodnictwo w radzie koordynacyjnej Narodowego Ruchu Kirgistanu (NRK)³⁴. Opozycyjne ruchy i partie polityczne pod jego przywództwem miały rozpowszechniać i rozwijać demokrację oraz zabezpieczać przejrzyste przeprowadzenie wyborów do parlamentu. Miały także aktywnie działać na rzecz konsolidacji ludu. To właśnie dzięki wysiłkom NRK, która „zjednoczyła siły opozycyjne oraz ich współpracy z ludem, dokonała się rewolucja narodowa”³⁵. Ruch skupiał dziewięć partii, w tym około czterdzieści znanych działaczy. Wyeksponowanie jego działań miało istotne znaczenie dla legitymizacji władzy. „W wyniku wystąpień ludowych oraz przyjęciu odpowiedzialności za los kraju przez siły opozycyjne został rozwiązany długotrwały i wieloletni kryzys”³⁶. Miało to świadczyć o tym, że K. Bakijew jako lider zjednoczonej opozycji posiadał własny gabinet cieni. Jako przywódca „realnej siły politycznej”³⁷ mógł pretendować do władzy. Użyteczność powyższej retoryki miała jednak swoje granice. Dość szybko wczorajsi towarzysze rewolucyjni stali się zagrażającymi stabilności „radykalnymi demokratami”³⁸. K. Bakijew na ich tle prezentował się najpierw jako ten poskramiający aspiracje radykałów, następnie zaś jako ten, kto stoi na straży prawa i porządku. Pierwotnie uwypuklona, donio-

³³ К. Бакиев, *Выборы...*

³⁴ Narodowy Ruch Kirgistanu ukonstytuował się w wrześniu 2004 r. Zjednoczył on partie „Asaba”, Demokratyczny Ruch Kirgistanu, „Dżany Kyrgyzstan”, „Kajran El”, ErK, „Erkindik” oraz Partię Republikańską. W jego skład weszły również lojalne dotychczas wobec prezydenta A. Akajewa partie komunistyczne: Partia Komunistów Kirgistanu i Komunistyczna Partia Kirgistanu.

³⁵ Стенограмма пресс-конференции Исполняющего обязанности Президента КР, Премьер-министра КР К. Бакиева в агенстве „Интерфакс”...

³⁶ К. Бакиев, *Государство...*

³⁷ К. Бакиев, *О партиях...*

³⁸ К. Бакиев, *Жогорку Кеңештин жыйналышында сүйлөгөн сөз*, 03.02.2006..., s. 108; К. Бакиев, *Выступление на заседании ЖК*, 3.02.2006, в: *Кыргызстан...*, s. 290.

sła rola NDK, na długo jednak uległa zapomnieniu, by być reaktywowaną ponownie w 2010 r. przed rewolucją kwietniową³⁹.

Drugim ze wspomnianych aktorów rewolucji była rodzina Bakijewych. Choć początkowo prawie nieobecna, jej obraz zaczynał się stawać wyraźniejszy wraz ze wzmacnianiem pozycji prezydenta. Podejmował on ten temat kilkakrotnie, głównie w wywiadach z dziennikarzami. Co więcej, w książce O. Tolobekowa *Życie poświęcone rewolucji a bracia Bakijewowie*⁴⁰ oraz własnego autorstwa *Rewolucja marcowa: historyczny wybór narodu*⁴¹ gronu bliskich mu ludzi poświęcił szczególną uwagę. Byli oni gloryfikowani za pośrednictwem przypisywania wyjątkowych cech osobistych, chwalebnych czynów, sytuowania siebie w roli ofiary niesprawiedliwych rządów A. Akajewa.

4. Moment przełomu

Dosyć oczywiste wydaje się, że w wystąpieniach publicznych K. Bakijewa rewolucja była momentem przełomowym, a więc początkiem nowego czy przywróceniem pierwotnych zasad. Jest kwestią dalszej analizy, jaka była relacja pomiędzy kluczowymi kategoriami definiowania rzeczywistości: przełomem, rewolucją oraz wydarzeniami marcowymi. Tezy, że rewolucja była przełomem, że przełom może być uznany za rewolucję, a co więcej, że wydarzenia marcowe powinny być uznawane za rewolucję, są zasadniczą częścią definicji sytuacji i jako takie wymagają szczegółowej interpretacji.

Pierwsza z rozwijanych przez K. Bakijewa wersji zakładała, że 24 marca miała miejsce rewolucja narodowa. Czas ten nasycony był symbolicznymi znaczeniami. Lokalizował i przydawał charakteru narodowego zjawisku nowoczesnemu i uniwersalnemu. Według prezydenta rewolucja

³⁹ K. Бакиев, *Возврата...*; K. Бакиев, *Это воля народа, он должен победить*, Беседовала Р. Приживойт, „МСН” [Бишкек], 22.03.05; K. Бакиев, *О партиях...*; Стенограмма пресс-конференции Исполняющего обязанности Президента КР, Премьер-министра КР К. Бакиева в агенстве „Интерфакс”...; Стенограмма пресс-конференции в ОБСЕ...; K. Бакиев, *Телевизионное обращение по случаю 2-й годовщины...*; K. Бакиев, *Выступление на торжественном мероприятии...*; K. Бакиев, *Чтобы поднять экономику, нужна железная дисциплина*, Президент Киргизии о причинах политического кризиса в стране, Беседовала Н. Асадова, „Коммерсант-Ъ” [Москва], 15.02.2006, nr 27 (3358).

⁴⁰ Ө. Төлөбеков, *Революцияга арналган өмүр же биртууган Бакиевдер (Даркетүү көркөм баян)*, Бишкек 2007.

⁴¹ K. Бакиев, *Мартовская революция: исторический выбор народа*, Бишкек 2010.

nieprzypadkowo wybuchła w pierwszych dniach nowego roku wedle tradycyjnego kalendarza, zgodnie z którym żyli i pracowali przodkowie. „Właśnie w te dni, po długiej i chłodnej zimie, gdy zaczynała ożywiać się przyroda, dążący do ustanowienia wolności przodkowie zaczynali orać pierwsze bruzdy”⁴². Tworzyli oni podstawy dla spokojnego i normalnego życia swoich wnuków. Wedle jego interpretacji, dokładnie w tym czasie, kilka wieków później, na placu centralnym Biszkeku i w całym Kirgistanie wolni ludzie stanęli ramię w ramię. Uzbrojony wyłącznie we własną wiarę i przekonania lud pokojowo zwyciężył nad bezprawiem i niesprawiedliwością. Zwycięstwo to było przedstawiane jako akt historyczny, moment unikatowy i przełomowy o głębokim znaczeniu, który na zawsze pozostanie częścią wielowiekowych dziejów Kirgistanu⁴³.

Narracja polemizowała również z zarzutami wskazującymi na zewnętrzzną inspirację. Tezy tego typu są zdecydowanie odrzucane. Według K. Bakijewa rewolucja nie zależała od zagranicznej pomocy finansowej. Nie była produktem z importu, lecz wyłącznym rezultatem działania narodu. Nie była również kontynuacją czy naśladowaniem rewolucji róż w Gruzji czy rewolucji pomarańczowej na Ukrainie. Prezydent podkreślał jej wyłącznie lokalny charakter. Stąd w ciągu pięcioletnich rządów ani razu nie użył popularnego określenia rewolucja „tulipanowa”, zastępując je przymiotnikiem „marcowa”. Swoista nacjonalizacja rewolucji wpisywana była w historię wielowiekowej walki ludu – narodu z niesprawiedliwością. Wyrażać ona również miała przywiązanie do ideałów wolności i rozwoju demokratycznego. Według K. Bakijewa naród Kirgistanu udowodnił to stanowczo. Pokazał całemu światu, że jest w stanie z oddaniem i całym sercem bronić tych wartości. Podkreślanie lokalności oraz dystansowanie się od kolorowych rewolucji, nie przeszkadzało jednak retorycznemu podłączeniu się do procesów demokratyzacyjnych na obszarze postkomunistycznym⁴⁴.

Jednak w narracji K. Bakijewa momentem przełomowym nie była wyłącznie rewolucja. Miało nim zostać wydarzenie o wiele bardziej znaczące dla nowego lidera. Najważniejszym momentem historycznym, niekiedy równie ważnym jak data 24 marca, stały się wybory prezydenckie.

⁴² К. Бакиев, *Выступление на торжественном мероприятии...*

⁴³ К. Бакиев, *КР Президенттик кызматына..*; К. Бакиев, *Инаугурационная...*; К. Бакиев, *Телевизионное обращение по случаю 2-й годовщины...*; К. Бакиев, *Выступление на торжественном мероприятии...*; К. Бакиев, *БУУнун башкы ассаблясынын...*, s. 89; К. Бакиев, *Если...*

⁴⁴ К. Бакиев, *Кыргызстандагы ыңкылап...*

Wprowadziły one K. Bakijewa na stanowisko głowy państwa. Uwalniając od gorsetu rewolucyjnej legitymizacji, wybory te obdarzyły go uprawomocnieniem bardziej pewnym i trwałym. Szczególnie ważnym zwłaszcza w warunkach braku realizacji żądań rewolucyjnych oraz odpowiadających idei zachowania mechanizmów poprzedniego ustroju. W warstwie retorycznej prezydent uwypuklał doniosłość wyborów oraz ich znaczenie dla „zatwierdzenia uznanych norm demokratycznych”⁴⁵. Rewolucja w takim ujęciu zredukowana została do roli służebnej względem tego fundamentalnego wydarzenia. Nie była traktowana jako wartość autonomiczna, a raczej uzupełnienie ciągu wydarzeń, które nadawały jej sens. Chodzi o to, że to wyborcze zwycięstwo K. Bakijewa, a nie wprowadzenie reform systemowych miały być owocem rewolucji. Moment przełomowy osadzony był więc nie w rewolucji, lecz w wygranych przez K. Bakijewa w 2005 r. wyborach prezydenckich. Znaczenie wyborów jako momentu przełomowego miało tymczasowy charakter. Jednak wraz z zapotrzebowaniem politycznym atrybut przełomowości przydawany był kolejnym, przesuwającym się w czasie wydarzeniom. Były nim sukcesywnie inicjowane przez prezydenta reformy konstytucyjne czy wybory. To one były traktowane jako nowy początek⁴⁶.

W wystąpieniach K. Bakijewa pojawia się jeszcze trzecia interpretacja. Rozwijając ją, prezydent unikał korzystania ze słowa „rewolucja”, zastępując je zwrotami „wydarzenia marcowe”⁴⁷ lub „zmiana władzy”⁴⁸. Nawet jeśli stosował kategorię „rewolucja” – to nie była ona rozumiana jako akt sprzeciwu suwerennego ludu. Nie była także osadzona w kontekście wyjątkowego uniesienia emocjonalnego i rozbudzonej nadziei⁴⁹. Wręcz przeciwnie, czasy rewolucyjne to mroczne czasy kryzysu i niepewności. „Możecie zapytać każdego, ale nikt wam nie powie, że przygotowywałem się do zagarnięcia władzy czy szturmowania budynku rządu”⁵⁰. Według K. Bakijewa nikt nie oczekiwał takiego obrotu wydarzeń. Tego, że w taką ciężką chwilę prezydent A. Akajew porzuci swój kraj i naród na pastwę losu. Tego, że poda rząd do dymisji. W efekcie powstać miała próżnia

⁴⁵ К. Бакиев, *КР Президенттик кызматына...*

⁴⁶ К. Бакиев, *Кыргызстандын элине Ынтымак курултайдын чакыруу жөнүндө телекайрылуусу*, 2010.01.21, <http://www.president.kg/press/vistup/5124/>, 03.02.2010; К. Бакиев, *Кыргыз Республикасынын эгемендүүлүк күнүндө сүйлөгөн сөз*, 2009.08.31, <http://www.president.kg/ru/press/statements/4318/> 25.09.2009.

⁴⁷ К. Бакиев, *Заключительное слово на расширенном...*, s. 305–315.

⁴⁸ Тамże.

⁴⁹ E. Matyńia, *Demokracja performatywna*, Wrocław 2008, s. 11–13.

⁵⁰ К. Бакиев, *Выборы...*

władzy, a kraj opanował chaos. W takiej sytuacji, „parlament jako jedyny legalny organ”⁵¹ zatwierdził go na stanowisku pełniącego obowiązki premiera i prezydenta. Co ciekawe, „nie proponował on sam siebie”⁵², lecz był wybrany. Nie był inicjatorem zmian, lecz konserwacji. Nie przemawiał w imieniu ludu, lecz reprezentował władzę⁵³.

Wielokrotnie później opowiadał, jak został zaproszony do DżK o drugiej w nocy i postawiony przed faktem dokonanym. Jak deklaruje, był jednak świadom nielegalności tej decyzji. Sam twierdził, że „nie miał prawa⁵⁴” obejmować najwyższego stanowiska w kraju w ten sposób. Dylemat między podporządkowaniem się prawu a pełnieniem wobec narodu i kraju misji lidera z łatwością rozstrzygnął na korzyść drugiej opcji. Tym bardziej uzasadnionej, że nie mógł przecież pozostawić swego narodu w niepewności i odejść, gdy „państwo było na krawędzi rozpadu”⁵⁵. Figura męża opatrnościowego wyraziście przeciwstawiała jego osobę postaci A. Akajewa, który opuścił kraj w najtrudniejszym momencie. W tej interpretacji przeznaczenie nie stawiało łatwych zadań. Jako świeżo mianowany premier i prezydent w jednej osobie ku swemu zaskoczeniu dowiedział się, że nie ma ani jednego ministra resortów siłowych. „W dniach kryzysu na ulicach buszował czterdziestotysięczny tłum, a nie było widać ludzi w mundurach. Nie było ani milicji, ani wojska. To był sygnał alarmowy”⁵⁶. Opis działań własnych po objęciu urzędu podlegał regułom wyznaczanym przez wspomnianą wizję męża opatrnościowego. Prezydent swoją władzę miał sprawować wyłącznie w ramach konstytucji. To on uspokajał wzburzonych ludzi. Nie poprzestawał na wysiłkach stabilizacji kraju. Nieprzerwanie pracował i prawie nie spał, by ostatecznie ciężkimi wysiłkami ustabilizować społeczno-polityczną sytuację w kraju oraz utrzymać polityczną równowagę. W powyższym ujęciu brak było miejsca na jakiegokolwiek reformy. Więcej nawet, jakiegokolwiek zmiany systemu politycznego czy wprowadzanie zmian do konstytucji były oceniane jako zabójcze dla państwa. Zabiegi takie destabilizowałyby sytuację. Brakowałoby silnej władzy, królowałaby zaś zupełna anarchia. Stąd płynęła troska o zachowanie istniejącego porządku. Tak więc proces zmiany władzy odbył się z poszanowaniem zasad legalności. Ponadto, oświadczenie

⁵¹ К. Бакиев, *Возврата...*

⁵² К. Бакиев, *Выборы...*

⁵³ К. Бакиев, *Выборы...*; К. Бакиев, *Во всем...*; К. Бакиев, *Исламский...*; К. Бакиев, *Возврата...*

⁵⁴ К. Бакиев, *Выборы...*

⁵⁵ К. Бакиев, *Выступление на встрече с профессорами...*

⁵⁶ К. Бакиев, *Во всем...*

A. Akajewa, według K. Bakijewa, całkowicie pozbawiło jego oponentów wszystkich podstaw do oskarżania go o dokonanie przewrotu⁵⁷.

5. Następstwa rewolucji

Następstwa rewolucji, działania i decyzje nowej władzy budowane były w wypowiedziach K. Bakijewa w oparciu o dychotomię zmiany oraz konserwacji. Z jednej strony, władza próbowała zawładnąć wyobraźnią demokratyczną rozbudzoną w wyniku wydarzeń marcowych. Usiłowała obrócić na swoją korzyść zbiorową pamięć, uczucia i namiętności. Deklarując wierność postulatом rewolucyjnym, dążyła do zastąpienia autorytarnej rzeczywistości iluzjami demokratyzacji. W praktyce, dążąc do zachowania instytucji poprzedniego reżimu, na poziomie retorycznym, wprowadzała ideę całkowitej oraz natychmiastowej zmiany ustroju politycznego. Iluzja ta była podtrzymywana również przez reprezentację rewolucji jako wielkiego historycznego zwycięstwa. Duma i optymizm to uczucia, które miały być nieodłącznie związane z tym wydarzeniem. W wypowiedziach K. Bakijewa nowa władza niemal od pierwszych dni swojego urzędowania definitywnie zrywała z przeszłością. Wykorzystywała tę niepowtarzalną szansę na ustanowienie nowego porządku. „Natychmiast zaczęliśmy przeprowadzać reformę konstytucyjną. Rozumieliśmy potrzebę ograniczenia władzy jednego człowieka i jednego stanowiska. Pracowaliśmy nad zabezpieczeniem niezależności i samodzielności wszystkich gałęzi władzy”⁵⁸. Według K. Bakijewa, już po dwóch latach rządów nastąpiły poważne zmiany. Nikt nie mógł negować, że było więcej wolności i demokracji. Społeczeństwo uwolniło się od lęku i obojętności. Prezydent oraz wszystkie organy władzy byli gotowi do reagowania na każdy problem. Władza prowadziła dialog z narodem, z siłami politycznymi, w tym również ze skrajną opozycją. K. Bakijew był pewien, że prowadzić polityczny dialog można nie tylko strajkując, stawiając ultimatum i naciskając. Mechanizmy systemu politycznego miały zapewniać możliwość przenoszenia rozmów politycznych na bardziej spokojne i niezagrażające stabilności tory. Był on „przekonany i zawsze tak twierdził, że ustanowienie demokracji nie

⁵⁷ К. Бакиев, *Во всем...*; К. Бакиев, *Выступление на заседании ЖК*, 3.02.2006; К. Бакиев, *Возврата..*; К. Бакиев, *Выборы...*; К. Бакиев, *О партиях...*; К. Бакиев, *Интервью агентству «Кабар» и НТРК*, 04.04.2005, [w:] *Кыргызстан...*, s. 327–328; К. Бакиев, *Исламский...*; К. Бакиев, *Заключительное слово на расширенном...*, s. 305–306; К. Бакиев, *Выступление на встрече с профессорами...*

⁵⁸ К. Бакиев, *Обращение к народу Кыргызстана*, 2007.04.10, <http://www.president.kg/ru/press/statements/829/>, 25.07.2009.

byłoby możliwe bez nowelizacji konstytucji”⁵⁹. Tak jak większość ludu, dobrze rozumiał, że kraj wymagał zdecydowanego skoku reformatorskiego, w tym zmian politycznych i kadrowych. Deklarował, że „jest i będzie zwolennikiem reform, zwolennikiem demokracji”⁶⁰.

Z drugiej strony, K. Bakijew kreował siebie na kontynuatora polityki poprzedniego rządu. Rezygnował z retoryki zmiany, a rewolucyjną legitymację zastępował legitymacją legalną oraz kompilacją rozmaitych argumentów zachowawczych. Opisywał A. Akajewa jako zdrajcę, a nie jako uzurpatora. Według niego problem leżał nie w aspekcie instytucjonalno-prawnym, lecz w osobowości A. Akajewa. Podstawowe zarzuty dotyczyły dwóch kwestii. Po pierwsze, niezdolności A. Akajewa do dialogu z ludem. Po drugie, jego decyzji o ucieczce i pozostawieniu kraju w ciężkim stanie. Nie budził natomiast większych zastrzeżeń system polityczny, kumulujący władzę w rękach głowy państwa. Więcej nawet, K. Bakijew dostrzegał pewne zalety tego systemu. Jak otwarcie przyznawał: „ta konstytucja mi się podoba”⁶¹. Szerokie uprawnienia, które przejął po obalonym prezydencie, miały być dużym zasobem. Pozwalały na podjęcie szeregu środków służących na przykład zapewnieniu wzrostu gospodarczego czy obniżaniu poziomu korupcji. W takiej wizji systemu, wszystko byłoby realizowane i otoczone osobistą troską i opieką nowego, zaangażowanego w sprawę kraju lidera. W tej perspektywie K. Bakijew przedstawiał siebie samego jako obrońcę. Miał chronić lud od chaosu i niepewności, państwo od rozpadu, system natomiast od zmian. Jako prezydent miał być

⁵⁹ К. Бакиев, *Нам сегодня как никогда необходимо национальное единство, национальный капитал согласия и созидания*, Послание Президента КР Курманбека Бакиева народу Кыргызстана, 19.09.2007, „Слово Кыргызстана” [Бишкек], 19.09.2007.

⁶⁰ К. Бакиев, *Телевизионное обращение по случаю 2-й годовщины...*; К. Бакиев, *Обращение...*; К. Бакиев, *Государство...*; К. Бакиев, *О партиях...*; К. Бакиев, *Кыргызстандын элине жаңы жылдык куттуктоо*, 31.12.2005, [w:] *Кыргызстан...*, s. 107; К. Бакиев, *Возврата...*; К. Бакиев, *Выступление на заседании Правительства...*; К. Бакиев, „Нооруз” майрамында сүйлөгөн сөз, 21.03.2007, <http://www.president.kg/ru/press/statements/823/>, 25.07.2009; К. Бакиев, *Выступление на торжественном мероприятии...*; К. Бакиев, *Нам сегодня...*; Стенограмма пресс-конференции в ОБСЕ...; К. Бакиев, *Процесс движения страны вперед и стремление людей к прогрессу невозможно остановить*, Обращение Президента КР К. Бакиева к кыргызстанцам по случаю праздника 5 мая дня Конституции КР, 05.05.2007, <http://www.bpc.kg/news/1435-12-05-07>, 25.07.2009.

⁶¹ К. Бакиев, *Реализм и последовательность*, Встреча корреспондентами зарубежных информационных агентств, 21.12.2005, „Слово Кыргызстана” [Бишкек], 21.12.2005.

również gwarantem konstytucji. Nakładało to na niego obowiązek zapewnienia jedności władzy państwowej, zgodnego współdziałania i funkcjonowania organów państwowych oraz ich odpowiedzialności przed narodem. Takie pozycjonowanie samego siebie pozwalało również budować wizerunek oponenta. „Inni” tej wizji, to przede wszystkim Ci, którzy chcieliby „naruszyć ustanowiony balans sił politycznych i zdestabilizować sytuację w republice”⁶². W ten sposób wszyscy ci, którzy domagali się zmian systemowych, mogli być przedstawiani jako burzyciele ładu, pozbawieni poczucia odpowiedzialności za los kraju⁶³.

Według K. Bakijewa naród był zmęczony wstrząsami politycznymi. Miał mieć dość eksperymentów kopiowania gotowych szablonów oraz naśladowania zachodnich ustrojów demokratycznych. Miał dość wyborów i zmian konstytucyjnych, którymi notorycznie był nękanym w czasach akademickich i które prowadziły donikąd. Nowe rządy miały więc porzucić szkodliwą praktykę wzorowania się na obcych modelach ustrojowych. Kirgistan miał obrać drogę, która opierała się na lokalnych zasobach. Postęp miał być osiągany w oparciu o własną wizję przyszłości. Modernizacyjne wysiłki miały wrócić do lokalnych tradycji i potrzeb. Idea zmian odwoływała się do działań stopniowych, a nie natychmiastowych. Wizja modernizacji wspierała się na specyficznej diagnozie stanu społeczeństwa. W jej ramach formułowano tezy, które ogół żądań i problemów społecznych redukowało do kwestii socjalnych, przy abstrahowaniu od kwestii politycznych. Zadaniem priorytetowym dla władzy było rozwiązanie bolączek ekonomicznych. Po zwycięstwie rewolucji lud potrzebował nie nowej konstytucji, lecz dobrej pracy, stabilnych dochodów, możliwości studiowania, godnych emerytur i rozwiązania wielu innych, elementarnych problemów. To właśnie w ich lekceważeniu K. Bakijew upatrywał głównej przyczyny protestów społecznych z wiosny 2005 r. Wówczas to lud miał się domagać wyzwolenia od biedy i konieczności życiowych.

W narracji K. Bakijewa trudności natury ekonomicznej nie były jednak rozpatrywane jako efekty problemów systemowych. Dla udowodnienia tej tezy odseparowywano od siebie kwestie społeczne, polityczne i prawne. Negowano ich wzajemne oddziaływanie i powiązanie. Stąd do rangi najważniejszych zadań, do rozwiązania których został powołany nowy

⁶² К. Бакиев, *Тандем с премьером Куловым монолитен*, „Interfax”, 28.11.2005.

⁶³ К. Бакиев, *Во всем..*; К. Бакиев, *Тандем..*; К. Бакиев, *Выступление на заседании ЖК*, 3.02.2006; К. Бакиев, *Чтобы...*; К. Бакиев, *Акимдердин эл менен болгон мамилесине ичим чыккан жок*, Маектешкен К. Молдокасымов, Радио „Азаттык” [Прага], 23.08.2005; К. Бакиев, *В Киргизии...*

rząd, wynoszono kwestie socjalne. Podnoszenie stopy życiowej miało się udać bez wprowadzania zmian systemowych. Prezydentowi, jak twierdził, udało się ustabilizować sytuację w kraju i wejść na ścieżkę wzrostu ekonomicznego. Już po dwóch i pół roku nowych rządów gospodarka kraju utrzymywała takie tempo wzrostu, jakiego nie było przez wiele lat. Podnoszono pensje pracownikom uczelni wyższych, nauki, organów spraw wewnętrznych, tytularnym pracownikom kultury i sztuki. Po raz pierwszy w ciągu ostatnich lat państwo przeznaczało o wiele więcej środków na sferę socjalną. Stopa życiowa ludzi wyraźnie się poprawiła. Zniknęła trwoga, lęk przed przyszłością. Pojawiła wiara we własne siły. Motorem zmian ekonomicznych i przyczyną poprawy sytuacji miała być skuteczna, zakończona sukcesem walka z korupcją. Teza taka uzasadniała przekonanie, że dla zmiany sytuacji nie są konieczne zmiany na poziomie systemu politycznego. Pośrednio mówił o tym sam K. Bakijew, twierdząc, że już w trakcie półtora roku rządów udało mu się „pozbyć rządów autorytarnych, nie czekając na wprowadzenie zmian i uzupełnień do konstytucji”⁶⁴. Tym samym nawet zmiana polityczna nie wymagała przekształceń systemowych⁶⁵.

Podsumowanie

Zadaniem artykułu było naświetlenie, jak w dyskursie prezydenta Kurmanbeka Bakijewa była reprezentowana rewolucja tulipanowa. Retoryka K. Bakijewa nie była wyrazem jakiegóż szczególnie usystematyzowanej

⁶⁴ K. Бакиев, *Выступление на встрече с представителями политических сил и гражданского общества*, 27.10.2006, <http://www.president.kg/ru/press/statements/865/>, 25.07.2009.

⁶⁵ K. Бакиев, *Биз тазаланып...*, s. 77–79; K. Бакиев, *Тандем...*; K. Бакиев, *Реализм...*; K. Бакиев, *Возврата...*; K. Бакиев, *Выступление на заседании ЖК*, 03.02.2006; K. Бакиев, *Заключительное слово на расширенном...*, s. 310–315; В. Пожарский, *„Я не кровожадный и не мстительный” заверил президент Бакиев и призвал начать согласительные процедуры*, „Delo N” [Бишкек], 08.11.2006, nr 38 (660); K. Бакиев, *Нам сегодня...*; K. Бакиев, *Выступление на торжественном мероприятии...*; K. Бакиев, *Максатыбыз- элдин турмушун жакшыртуу*. Маектешкен А. Капай уулу, Радио Би-Би-Си Дүйнөлүк кызматынын Кыргыз тилиндеги берүүсү [Лондон], 17.03.2006; K. Бакиев, *Выступление в прямом эфире*, ГТРК [Бишкек], 20.12.2006; K. Бакиев, *Кыргызстан элинин Ынтымак Курултайына Кайрылуу*, Радио „Азаттык” [Прага], 23.03.2010; K. Бакиев, *Жогорку Кеңештин жыйналышында сүйлөгөн сөз*, 01.09.2009, <http://www.president.kg/press/vistup/4377/>, 10.11.2009.

ideologii. Funkcjonowała ona raczej w kontekście elastycznej reakcji na bodźce wewnętrzne i międzynarodowe. Polityka nieustannego manewrowania owocowała demokratyczno-autorytarną ambiwalencją w opisywaniu rewolucji. Z jednej strony rewolucja była przedstawiana jako kulminacja umowy społecznej. Moment, w którym doszło do ponownego, demokratycznego określenia roli ludu, władzy i państwa. Z drugiej natomiast strony, odwoływanie do rewolucji było wykorzystywane do realizacji dążeń autorytarnych i zachowania *status quo*.

STRESZCZENIE

Protesty społeczne ogarniające republiki postsowieckie, a niedawno kraje Bliskiego Wschodu i Afryki Północnej, ponownie skierowały uwagę na zjawisko rewolucji. Przedmiotem zainteresowania niniejszego artykułu są wydarzenia w Kirgistanie w marcu 2005 r. określane mianem tulipanowej rewolucji. Chodzi jednak nie o obiektywizujący opis zaistniałych wydarzeń czy poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, czym naprawdę była rewolucja tulipanowa z 2005 r. w Kirgistanie. Celem artykułu jest próba pokazania, jak zachodzące wydarzenia były konstruowane w procesie publicznej komunikacji przez beneficjenta tych wydarzeń, dochodzącego na szczyty hierarchii władzy i obejmującego stanowiska prezydenta Kirgistanu Kurmanbeka Bakijewa.

Nartsiss Shukuralieva

BAKIYEV'S PUBLIC STATEMENTS IN DISCURSIVE APPROACH

Protests in the postsoviet republics and, very recently, in Middle East and North African countries have focused attention again on the subject of the revolution. This paper is interested in events which happened in Kyrgyzstan in March 2005 commonly labeled as "the tulip revolution". However, the aim of the article is not to provide objective depiction of the events or the answer the question what really was "the Tulip revolution". Instead, it seeks to reveal the mechanisms of the interpretation and discursive construction of the events of March 2005 in the acts of public communication addressed to the people by the major beneficiary of these events, the incumbent president Kurmanbek Bakiev.

KEY WORDS: *Central Asia, Kyrgyzstan, Tulip Revolution*

Maria Urban, Agnieszka Zdanowicz

Manipulacja polityczna w mediach – mit czy rzeczywistość

SŁOWA KLUCZOWE:

*komunikacja polityczna, media, manipulacja,
techniki manipulacji politycznej*

Problem bezstronności mediów w sytuacji silnego konfliktu na polskiej scenie politycznej stał się przedmiotem debaty w kręgach polityków i medialnych profesjonalistów, a także na forum publicznym. Politycy oskarżają środki masowego przekazu o wspieranie lub ataki skierowane przeciwko partiom i ich osobom, społeczeństwo zagubione w sporach na szczytach władzy dystansuje się od problemów życia społeczno-politycznego, media zapewniają o swojej bezstronności. Spór zaostrza się zwłaszcza w trakcie trwania kampanii wyborczych, kiedy media grają rolę głównego pośrednika między wyborcami a politykami. Celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie postawione w tytule: czy media za pośrednictwem przekazów o charakterze politycznym manipulują wyborcami? Jeśli tak, to jak szeroki zakres manipulacji stosują? Jakie techniki w tym celu wykorzystują?

Media a polityka

We współczesnym świecie media stanowią niezwykle ważny czynnik warunkujący funkcjonowanie w różnych sferach życia społeczno-politycznego. Dla większości społeczeństwa stare media – telewizja, radio, prasa, a obecnie również Internet stanowią podstawowe źródła informacji. Wyobrażenia ludzi o otaczającej ich rzeczywistości, także politycznej,

zależą w znacznej mierze od tego, co i w jaki sposób zostanie przez media zaprezentowane. To, czego media nie dostrzegają, zdaje się nie istnieć. W sferze działań politycznych, komunikowanie między aktorami politycznymi a obywatelami stanowi proces wymiany informacji dotyczących wydarzeń dziejących się w sferze polityki publicznej. Komunikowanie polityczne może występować na dwóch poziomach – interpersonalnym oraz masowym¹.

W systemie demokratycznym komunikowanie władzy z obywatelami stanowi narzędzie legitymizacji rządzących przez społeczeństwo oraz wyznacznik skutecznego rządzenia. Politycy informują obywateli o swych działaniach, starają się kierować wolą ogółu i czekają na sprzężenie zwrotne w postaci wyników sondaży czy wyborów. W większości przypadków ta wymiana komunikatów nie ma charakteru bezpośredniego, dominującą rolę odgrywają w tym procesie struktury pośrednie, czyli media masowe. Winfried Schulz nazywa to zjawisko „efektem mediatyzacji”². Polega ono na znacznym wpływie mediów na samą możliwość zaistnienia komunikowania politycznego, na jego przebieg, na zachowania uczestników tego procesu, na treść przekazywanych informacji. Centralnym elementem komunikowania politycznego są media masowe, czyli środki techniczne utrwalania i transmisji informacji, pozwalające na ich szybkie zwielokrotnienie i rozpowszechnienie³. Komunikowanie masowe spośród innych typów komunikowania wyróżniają specyficzne cechy jego trzech podstawowych składników. Nadawcą jest zorganizowana instytucja, w skład której wchodzi ludzie profesjonalnie przygotowani do roli komunikatora. Przekaz ma charakter publiczny (jest kierowany do nieograniczonej liczby odbiorców), zwielokrotniony, cykliczny, nietrwały oraz schematyczny. Innymi cechami wyróżniającymi masowy poziom komunikowania są szybkość i równoczesność docierania przekazów, personalne relacje między nadawcą a odbiorcą oraz jednokierunkowość przepływu informacji⁴. Wraz z rozwojem technicznym i społecznym środków przekazu, komunikowanie masowe, jak wskazuje Bogusława Dobek-Ostrowska, zmierza w kierunku komunikowania interaktywnego, symetrycznego. Pojawiają się nowe możliwości przewyższania technicz-

¹ Szerzej: S. Michalczyk, *Komunikowanie polityczne*, Katowice 2005, s. 17; B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie publiczne i polityczne*, Warszawa 2006, s. 116.

² W. Schulz, *Komunikacja polityczna: koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006, s. 30.

³ M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem: człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991, s. 42.

⁴ Tamże, s. 44–48.

nych ograniczeń i doprowadzenia do dialogu między nadawcą a publicznością, co motywuje polityków do korzystania z mediów jako pośrednika umożliwiającego dotarcie z programem politycznym do ogromnej rzeszy wyborców. Jednakże media poza rolą nadawcy wtórnego mogą się stać również znaczącym nadawcą pierwotnym, kierującym własne przekazy, decydującym o pojawieniu się lub wyeliminowaniu danego komunikatu czy przekazaniu informacji w określonej formie. Media z jednej strony pośredniczą w komunikowaniu między organizacjami politycznymi a obywatelami poprzez przekazywanie programów politycznych, reklam politycznych, publikowanie sondaży, a z drugiej strony do obydwu tych podmiotów wysyłają własne komunikaty w postaci reportaży, komentarzy i analiz⁵.

Badacze komunikowania politycznego opisują różne modele stosunków między mediami i politykami.

Media i politycy mogą występować jako rywale, których interesy znajdują się w konflikcie lub kooperanci, którzy powiązani są wzajemnymi zależnościami, potrzebami, celami⁶. Środki masowego przekazu również mogą być postrzegane wyłącznie jako kanały komunikowania między politykami a opinią publiczną, wtedy ich rola ogranicza się do przekazywania wiadomości. Przeciwnieństwem wyżej przedstawionego poglądu jest myślenie o polityce jako wytworze mediów, istniejącym tylko w dwustronnych relacjach obydwu podmiotów. Politycy podporządkowani są regułom narzucanym przez media, współpracują z nimi, tworząc programy, które pozwalają na korzystne zaprezentowanie w prasie czy telewizji. Znacznie większy stopień podporządkowania polityki mediom prezentuje model komunikacji, w którym przypisuje się założenie, że politycy zostają zmuszeni do przyjęcia wartości mediów. Polityka staje się widowiskiem, teatrem, który naśladuje logikę środków masowego przekazu – liczy się tylko show, znikają wartości⁷.

Autorzy analiz relacji mediów i polityki wskazują na udział mediów w sprawowaniu władzy państwowej, traktując media jako czwartą niezależną władzę, która kontroluje trzy pozostałe wymieniane przez Monteskiusza⁸.

⁵ Opisany proces wpisuje się w model komunikowania Briana McNaira. Szerzej: B. McNair, *Wprowadzenie do komunikowania politycznego*, Poznań 1998, s. 27.

⁶ Szerzej: B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie publiczne...*, s. 190.

⁷ Szerzej: T. Olczyk, *Politrozrywka i pop perswazja: reklama telewizyjna w polskich kampaniach wyborczych XXI wieku*, Warszawa 2009, s. 87–97.

⁸ Szerzej: M. Kolczyński, M. Mazur (red.), *Mediatyzacja kampanii politycznych*, Katowice 2009, s. 11–12.

Jak wynika z powyższych rozważań, zdania na temat wzajemnych relacji mediów i polityki są podzielone⁹.

Mimo trwających na forach naukowych dyskusji na temat dominującej czy też nie roli mediów w stosunku do polityki, nie ulega wątpliwości, że środki masowego przekazu mają znaczny wpływ na przekonania i decyzje polityczne społeczeństwa. Wpływ ten nasila się zwłaszcza w okresach kampanii wyborczych. W świetle dyskusji o roli mediów w polityce należy zadać pytanie, czy wpływ ten wywierany jest wyłącznie drogą perswazji, czy również manipulacji¹⁰.

Manipulacja w mediach

Rozróżnienie perswazji i manipulacji ze względu na brak ostrej granicy między tymi zjawiskami nastęrcza badaczom problemu pewnych trudności. Niektórzy autorzy twierdzą wręcz, że rozgraniczenie jest niemożliwe i używają tych pojęć zamiennie¹¹. Inni używają neutralnego terminu *perswazja niejawna*, stawiając w ten sposób znak równości między tymi zjawiskami¹².

⁹ Hans. M. Kepplinger wskazuje wręcz na demontaż polityki wobec środków masowego przekazu. Marek Graszewicz, podobnie jak Tomasz Goban-Klas opowiadają się przeciwko uznaniu mediów za którąkolwiek władzę i podkreślaniem ich przewagi nad światem polityki. Goban-Klas twierdzi, że wpływ i kierowanie to nie władza, a media można uznać za co najwyżej składnik systemu politycznego. Szerzej: T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna: geneza, ewolucja, eksplozja*, Warszawa 2005, s. 217; T. Goban-Klas, *Media od czwartej do pierwszej władzy?*, [w:] M. Magoska (red.), *Media, władza, prawo*, Kraków 2005, s. 20.

¹⁰ Szerzej na temat mediów w kształtowaniu rzeczywistości społecznej na przestrzeni XX i XXI w. piszą: M. Karwat, *Medialna mitologia faktów*, [w:] J. Marszałek-Kawa, *Współczesne oblicza mediów*, Toruń 2007; T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 1999, s. 243–247; M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 375–377; M. Filipiak, *Homo comunicans: wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*, Lublin 2003, s. 68–84; M. Graszewicz, *Media a polityka. System i praktyka*, [w:] M. Sokołowski (red.) *Media w Polsce: pierwsza władza w IV RP*, Warszawa 2007, s. 84; I. Hofman, *Czy czwarta władza staje się pierwszą. Wpływ mediów na przebieg kampanii wyborczych w Polsce w 2005 roku*, [w:] T. Sasińska-Klas (red.), *Media w wyborach, kampanie wyborcze, media w polityce*, Toruń 2007, s. 157.

¹¹ G. Demczak, *Perswazja i manipulacja w środkach masowego przekazu*, <http://www.profesor.pl/mat/na/8/na/8/gdemczak/0309201.Php>, dostęp: kwiecień 2011.

¹² M. Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja – wykłady z teorii komunikacji*, Gdańsk 2006, s. 295.

Zarówno perswazja, jak i manipulacja stanowią formę nacisku, który ma na celu skłonić odbiorcę przekazu do myślenia i zachowania korzystnego z punktu widzenia wywierającego wpływ. Żadna z tych metod jednakże nie daje pewności osiągnięcia zaplanowanego rezultatu, gdyż pozostawiają one drugiej stronie możliwość wyboru. Mirosław Karwat proponuje kryteria rozróżnienia tych form nacisku, umieszczając je w schemacie liniowym. Kryteria te to: stosunek do drugiej strony, gotowość do działania wbrew innym, nastawienie na osiąganie własnych celów, stopień szkodliwości wywieranego nacisku. Zdaniem autora perswazja opiera się na równoważnym stosunku stron, wzajemnym zrozumieniu i świadomości wywieranego wpływu ze strony odbiorcy. Natomiast podstawę manipulacji stanowi nieświadomość podmiotu, na który wywierany jest nacisk, lub jego niezdolność opanowania własnych emocji czy odruchów. Manipulator działa w taki sposób, aby ukryć własne intencje, a nawet działania. Szkodliwość jego zachowań ma charakter ograniczony i zawalowany¹³.

Definicje leksykalne przedstawiają manipulację jako kształtowanie poglądów, postaw, zachowań i emocji bez wiedzy i woli człowieka. Jest to metoda zakamuflowanego oddziaływania na świadomość i zachowania jednostek i grup społecznych¹⁴. Marian Golka dodaje, że efektem tego typu skrytych, celowych oddziaływań jest kształtowanie fałszywego wizerunku rzeczywistości u podmiotów manipulowanych¹⁵. Jadwiga Puzyńska o manipulacji pisze jako o wyszukanej formie zniewolenia¹⁶.

Skuteczność manipulacji zależy zatem od tego, czy osoby na nią narażone mają świadomość bycia na nią narażonymi. W powszechnym odczuciu odbiorców medialnych komunikatów, mimo zaprzeczeń ich nadawców, manipulowanie przez media jest zjawiskiem niezaprzeczalnym. Jak podaje Maciej Iłowiecki, manipulacja w mediach ma na celu wywarcie wpływu na nastroje, poglądy czy opinie ludzi oraz możliwości kierowania ich zachowaniem, aby osiągnąć własne zamierzone cele i korzyści¹⁷. Możliwości wywierania na społeczeństwo tego typu wpływu wynikają ze znacznej asymetrii między mediami a opinią publiczną na

¹³ M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1999.

¹⁴ Definicja podana przez Romana i Marka Smolskich, [w:] *Edukacja obywatelska: słownik encyklopedyczny*, M. Smolski, R. Smolski, E.H. Stadtmüller (red.), Wrocław 1999, s. 223.

¹⁵ M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo(dez)informacyjne*, Warszawa 2008.

¹⁶ J. Puzyńska, *Język wartości*, Warszawa 1992, s. 203.

¹⁷ M. Iłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin 2009, s. 83.

korzyść tych pierwszych¹⁸. Przewaga ta wiąże się z kwalifikacjami dziennikarzy lepiej znających tajniki procesu komunikowania, jak i z autorytetem, jakim cieszą się środki masowego przekazu w społeczeństwie. Przeciętny odbiorca nie jest w stanie zweryfikować prawdziwości podawanych informacji. Opinii publicznej trudno jest ocenić cel działania dziennikarza, który w określony sposób przedstawia fakty lub je przeinacza. Ponadto media coraz częściej i skuteczniej oddziałują na emocje odbiorców, którzy odczuwają zamiast analizować docierający do nich przekaz, to ogranicza zdolność krytycznego myślenia i pozwala łatwiej pokierować adresatem bez jego świadomości. To, czy medialna manipulacja okaże się skuteczna, zależy zatem od właściwości poglądów czy sytuacji, w której znajdują się odbiorcy. Autorzy analiz zarzucają czytelnikom, słuchaczom, widzom lenistwo i naiwność, które powodują bezrefleksyjność odbioru informacji, a nawet chęć i gotowość do bycia kierowanym przez podmioty zewnętrzne¹⁹. Warunki skuteczności manipulacji leżą także po stronie nadawców; są nimi przede wszystkim treść, budowa, kolejność czy powtarzanie przekazów oraz wybór środka nadawania komunikatu.

Manipulacja decyzjami wyborczymi nie różni się co do istoty od stosowania tego rodzaju wpływów w innych sferach życia społecznego. Tu także mamy do czynienia przede wszystkim z ukrywaniem intencji lub nawet działań manipulatora oraz utrzymywaniem nieświadomości wśród podmiotów tych nacisków. Specyfika manipulacji politycznej polega na wykorzystaniu określonych narzędzi dla wzmocnienia lub osłabienia danego środowiska politycznego. W literaturze przedmiotu opisywane są różne narzędzia medialnego manipulowania²⁰.

¹⁸ M. Karwat, *Mit niezależności i obiektywizmu mediów*, [w:] J. Adamowski, D. Waniek (red.), *Media masowe w praktyce społecznej*, Warszawa 2007.

¹⁹ Szerzej: M. Karwat, *Medialna...*, M. Golka, *Bariery...*, s. 114, 118–120; P. Legutko, D. Rodziewicz, *Mity czwartej władzy: dla widzów, słuchaczy i czytaczy*, Kraków 2002, s. 131–134, 199–200.

²⁰ M. Hłowiecki, *Krzywe zwierciadło...*, s. 123, 128–129, 131–132; P. Legutko, D. Rodziewicz, *Mity czwartej...*, s. 124, 141–143; A. Pyzikowska, *Teoria agenda setting i jej zastosowanie*, [w:] B. Dobek-Ostrowska (red.), *Nauka o komunikowaniu: podstawowe orientacje teoretyczne*, Wrocław 201, s. 75–78; R. Dyoniziak, *Sondaż a manipulowanie społeczeństwa*, Toruń 2003; M. Mrozowski, *Media masowe...*, s. 383; T. Olczyk, *Politrozrywka...*, s. 234; M. Golka, *Bariery...*, s. 126; W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny – perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 266, 273; G. Abramczyk (kierownictwo naukowe) *Przeгляд technik manipulacji mediów na tle relacjonowania newsów. 100 dni rządu K. Marcinkiewicza i kampanii prezydenckiej 2005*, [w:] <http://www.proto.pl/PR/Pdf/pracadyplomowa/PDF>, Warszawa 2006, dostęp: kwiecień 2011; A. Król, *Leksykalne środki perswazji w przekazy „Radia Maryja”*, [w:] M.M. Balowski (red.), *W świecie mediów*, Opole 1999, s. 74–75.

Na podstawie przeglądu literatury współautorka artykułu – Agnieszka Zdanowicz – stworzyła katalog narzędzi manipulacji²¹.

- Przemilczanie, blokowanie, opóźnianie informacji niewygodnych. Metoda prosta, najczęściej spotykana ze względu na trudność udowodnienia, że z premedytacją nadawca nie poinformował opinii publicznej o konkretnej sprawie. Przemilczanie wiadomości dokonywane jest w interesie samego środka przekazu, jego dysponentów politycznych czy poszczególnych grup interesu, którym rozpowszechnianie danych informacji może zaszkodzić. Do tego typu manipulacji można również zaliczyć przekazywanie informacji bardzo ważnych jako mało ważnych czy wręcz bez znaczenia.
- Nagłaśnianie informacji niesprawdzonych. To narzędzie manipulacji medialnej opiera się na podaniu informacji niesprawdzonej czy prawdopodobnej bez podania komentarza dotyczącego jej charakteru. Celem takich zabiegów może być odwracanie uwagi odbiorców od innego tematu. Nagłaśnianie niesprawdzonej informacji może też służyć rzuceniu podejrzeń na konkretnego polityka czy środowisko. W takim przypadku można mówić o stosowaniu insynuacji, czyli umyślnego, kłamliwego sugerowania czegoś złego w celu zniszczenia czyjegoś wizerunku. Choć w Polsce istnieje obowiązek publikowania sprostowań, gdy wcześniej podane informacje okazują się nieprawdziwe, to media nie czynią tego rzetelnie.
- Manipulacja tytułami i leadami. Zadaniem tytułu oraz akapitu wprowadzającego, a także zapowiedzi materiału w telewizji, jest przyciągnięcie uwagi i kształtowanie nastawienia odbiorców. Istnieje zatem możliwość tworzenia takich tytułów i leadów, aby zachować w pamięci odbiorców pozytywne lub negatywne odczucia, niezależnie od rzeczywistego przebiegu sprawy.
- Powoływanie się na autorytety i ekspertów. Dziennikarze, omawiając różne kwestie, powołują się na zdanie osób znanych lub posiadających tytuł naukowy, ponieważ odbiorcy chętnie słuchają osób, które są przez nich obdarzane szacunkiem lub uważane za znawców tematu. Ufają wiedzy ekspertów i kierują się ich wypowiedziami w kreowaniu własnych sądów. Na manipulację w tych przypadkach wskazać może sposób doboru ekspertów. Dobór ekspertów kierowany jest w przypadkach manipulacji chęcią potwierdzenia wiedzy dzien-

²¹ A. Zdanowicz, *Manipulowanie decyzjami wyborczymi przez media na podstawie prezydenckiej kampanii wyborczej w Polsce w 2010 roku*, Warszawa, maj 2011, niepublikowana praca magisterska, s. 77–93.

nikarza wiedzą eksperta, który zdaniem odbiorców zapewnia fachową bezstronność. Media mogą także manipulować odbiorcami poprzez jedynie częściowe, wybiórcze publikowanie opinii fachowców.

- Operowanie lękiem. Skuteczną metodą manipulacji jest wzbudzanie lęków społecznych w stosunku do środowisk, które chce się zdyskredytować. Poczucie zagrożenia można wywołać przez przesadne eksponowanie negatywnych skutków działań przeciwników politycznych.
- Schlebianie. Technika zwana ingracją stanowi przeciwieństwo poprzedniej metody. Polega na wywoływaniu u odbiorców pozytywnych uczuć, które następnie przenoszą oni na wspierane przez dany ośrodek medialny środowisko polityczne.
- Symulacja obiektywizmu. Stosując tę technikę manipulacji, środek masowego przekazu, chcąc wywierać wpływ, stara się za wszelką cenę przedstawić siebie jako neutralny. Czyni to poprzez spełnianie formalnych wymagań obiektywizmu, takich jak: zapraszanie różnych stron sporu czy pozostawianie im jednakowej ilości czasu na wypowiedź, przy jednoczesnym przeciwstawianiu się wymogom tej zasady w głębszych znaczeniach przekazu, na przykład przy sposobie formułowania pytań.
- Ustalenie agendy. Media mają zdolność ustawiania tak zwanego porządku dziennego, co oznacza, że poruszając określone kwestie i pomijając inne, tworzą hierarchiczną strukturę informacji. Ilość, częstotliwość, ekstensywność eksponowania przez dziennikarzy konkretnych tematów powoduje, że opinia publiczna uznaje dane kwestie za ważne lub nie. Ustalenie agendy jest szczególnie istotne w czasie kampanii wyborczych, gdy partie starają się dotrzeć do społeczeństwa ze swoimi programami.
- Priming oznacza torowanie pewnych kwestii w świadomości wyborców, co wpływa na zmianę standardów ocen wystawianych przez nich osobom publicznym. Media mogą, przez zwrócenie uwagi na pewne kwestie, a pomijanie innych, „pomagać” wyborcom przywołać wybrane problemy bardziej lub mniej korzystne dla danego środowiska politycznego i tworzyć w ten sposób standardy i kryteria oceny kandydatów w wyborach. Dokonują tego przez powtarzanie tematu, odpowiednie umiejscawianie w programie oraz użycie autorytetu komentatorów analizujących torowany problem.
- Framing oznacza tworzenie przez media i promowanie konkretnej definicji omawianego problemu, jego ram interpretacyjnych. Najczęściej stosowane w przekazach ramy interpretacyjne to: rama konfliktu, rama koncentracji na człowieku, rama konsekwencji ekonomicznych,

rama moralności oraz rama odpowiedzialności. Narzędziami wykorzystywanymi we framingu są schematy, symbole, przykłady, metafory, słowa, struktura czy gatunek komunikatu.

- Manipulacja obrazem. Obraz można skutecznie wykorzystać w celu manipulacji, ponieważ istnieje przekonanie, że obraz nie kłamie. Dlatego dziennikarze, zarówno prasowi, jak i telewizyjni chętnie umieszczają zdjęcia i materiały filmowe w swoich reportażach. Odpowiednio dobrana fotografia czy materiał filmowy może znacząco zmienić odbiór obiektywnego tekstu i zmodyfikować sens opisywanego wydarzenia.
- Wzmacnianie proaktywne i interferencja retroaktywna. Wzmacnianie proaktywne jest procesem zachodzącym w sferze zapamiętywania treści. Polega ono na tendencji do zapamiętywania materiałów występujących po informacjach wzbudzających emocje. Ludzki umysł skłonny jest do większej koncentracji na tym, co wywołuje negatywne emocje, niż na zjawiskach powodujących wystąpienie pozytywnych emocji. Dlatego też prezentowanie treści neutralnych emocjonalnie w nieznacznej odległości czasowej od treści wywołujących negatywne emocje powoduje lepsze zapamiętanie tych drugich. Jednocześnie wiadomości podawane przed tego typu materiałem pamiętane są gorzej, czyli następuje interferencja retroaktywna. Przeciętny odbiorca środków masowego przekazu nie zna takich mechanizmów reakcji swojego organizmu na bodźce emocjonalne. Przy wykorzystaniu opisanych mechanizmów, skuteczną metodą manipulacji może być układanie kolejności materiałów tak, aby widz czy słuchacz lepiej zapamiętał konkretne informacje.
- Efekt czystej ekspozycji polega na tym, że im częściej odbiorcy mają kontakt z danym obiektem czy też osobą poprzez eksponowanie jej w przekazach medialnych, tym bardziej staje się ona dla nich atrakcyjna. Dzięki powtarzającym się prezentacjom odbiorcy oswiają się z obiektem, co przekłada się na wzrost sympatii do niego. Mechanizm ten wykorzystywany jest poprzez publikowanie większej liczby wystąpień i zdjęć, dłuższy czas prezentacji oraz większą powierzchnię przeznaczoną do przedstawiania konkretnych polityków w mediach.
- Manipulacja językowa. Przez odpowiedni dobór środków leksykalno-frazeologicznych media mogą nakłaniać do przyjęcia pożądanej postawy lub zachowania. W tego rodzaju manipulacjach wykorzystuje się formy przeczące, które świadczą o negatywnej postawie autora tekstu wobec opisywanych zjawisk i mogą wywołać podobne emocje u odbiorców. Również stosowanie odpowiednich przymiotników może podświadomie sugerować ocenę konkretnego zdarzenia lub osoby.

Efekt perswazji wzmacnia forma pytająca, a także używanie wyrazów nacechowanych emocjonalnie, które dają jasny obraz sytuacji. Specyficzne użycie zaimków osobowych również wpływa na stosunek odbiorców do opisywanych zdarzeń. Do najbardziej sugestywnych środków przekazu zalicza się metafory. Umożliwiają one wydobycie wybranych cech zjawiska i ułatwiają odejście od dosłowności, co zdejmuje z nadawcy konieczność udowadniania prawdziwości wypowiedzi.

- Zachowanie prezenterów jako narzędzie manipulacji stosowane może być jedynie w radiu i telewizji. Odpowiednia modulacja głosu dziennikarza, mimika jego twarzy oraz cały język ciała gospodarzy programów mogą wpływać na to, jak publiczność oceni ich rozmówców.
- Manipulacja wypowiedziami. Dziennikarz może dowolnie manipulować wypowiedziami polityka, ograniczać je lub narzucać ich dowolną interpretację, opatrzyć ją odpowiednim komentarzem. Prezentowany polityk ma małe szanse na udowodnienie rzeczywistej treści wypowiedzi, ponieważ to, czy jego wyjaśnienie dotrze do opinii publicznej, zależy przede wszystkim od mediów.
- Przeniesienie. Metoda ta polega na sztucznym kojarzeniu z opisywanym zdarzeniem lub osobą elementów niezwiązanych logicznie z tematem podstawowym, ale wywołujących pozytywne lub negatywne odczucia.
- Manipulacja sondażami przedwyborczymi. Sondaże przeprowadzane są w celu wnioskowania na podstawie próby o poglądach i postawach całej zbiorowości. Aby takie uogólnienie miało sens, badania muszą być przeprowadzone na próbie reprezentatywnej. Zdarza się jednak, że dziennikarze powołują się na wyniki sond ulicznych, sond wśród internautów, badań telefonicznych czy prawyborów. Są to badania zniekształcające obraz poglądów społecznych i ich prezentacja może wprowadzać wyborców w błąd. Poznanie wyłącznie opinii wyrażanych w sondażach nie pozwala przewidzieć przyszłych zachowań. Co więcej, większość opinii wyrażanych w sondażach charakteryzuje się słabością, ulotnością, przydatkowością i efektem odbicia. Może się zdarzać, że sondaże tworzone są na zamówienie danego środka przekazu, by otrzymać materiał do walki politycznej. Wtedy media pośrednio mają wpływ na manipulowanie elementami kwestionariusza na etapie jego przygotowania. Media mają możliwość różnego wykorzystania sondaży. Mogą wybierać badania, których wyniki są najkorzystniejsze dla danego środowiska politycznego, mogą cytować tylko wybrane wyniki, tendencyjnie zestawiać wyniki sondaży przeprowadzonych w różnym czasie i opatrywać je komentarzami, które wpływają na ich

interpretację, rzadko podają tak zwaną metryczkę badań. Manipulacja sondażami daje możliwość wpływania zwłaszcza na wyborców niezdecydowanych, którym media sugerują, na kogo należy głosować. Sondaże dostarczają odbiorcom „społecznego dowodu słuszności”, który stanowi jeden z podstawowych mechanizmów wywierania wpływu nie tylko w sferze życia politycznego.

W jakim stopniu media wykorzystują opisane narzędzia manipulacji – badania empiryczne

Badanie przeprowadzono przy użyciu jakościowej metody badawczej, jaką jest analiza treści²². Analizie treści poddano dwa dzienniki prasowe – „Gazetę Wyborczą” i „Rzeczpospolitą”. Te dwa dzienniki Instytut Monitorowania Mediów uznał za najbardziej opiniotwórcze media w Polsce, o najwyższym średnim nakładzie jednorazowym i sprzedaży wydań drukowanych w Polsce. Opinie prezentowane w nich są reprezentacją dwóch biegunów przekonań politycznych – prawicowo-centrowego oraz lewicowo-liberalnego.

Analizie poddano wydania z okresu między pierwszą a drugą turą wyborów prezydenckich 2010 roku, wydania od 21 czerwca do 4 lipca 2010 roku. Wybrany do analizy materiał wydawał się szczególnie odpowiedni do sprawdzenia działań manipulacyjnych mediów, które miały ogromne potencjalne możliwości kierowania opinią publiczną zszokowaną po tragedii smoleńskiej. Podstawową jednostkę analizy stanowił pojedynczy artykuł, który obejmował tytuł, lead, treść oraz zdjęcie. Badano tylko te artykuły, które bezpośrednio lub pośrednio wiązały się z tematyką wyborów prezydenckich. Materiały prasowe analizowano pod względem stosowania opisywanych wyżej technik manipulacyjnych.

Ze względu na ograniczoną objętość artykułu zostaną zaprezentowane tylko wnioski z badań z pominięciem szczegółowych wyników.

Okazało się, iż z analizowanych szesnastu technik manipulacji tylko część została wykorzystana. W przypadku kilku metod (manipulacja wypowiedziami, symulowanie obiektywizmu, schlebianie, nagłaśnianie niesprawdzonych informacji, wzmacnianie proaktywne) nie znaleziono dowodów na ich obecność w zebranych materiale badawczym. Manipulacja tytułami i leadami, agenda setting, priming, framing, manipulacja językowa oraz „przeniesienie” w „Gazecie Wyborczej” stosowane były

²² Szerzej: A. Zdanowicz, *Manipulowanie...*, s. 93–111.

przeciwko Jarosławowi Kaczyńskiemu i na korzyść Bronisława Komorowskiego, natomiast w porównywalnym stopniu w „Rzeczpospolitej” wystąpiła odwrotna sytuacja.

Operowanie lękiem występowało częściej w „Gazecie Wyborczej” i służyło odstraszeniu czytelników przed powrotem do PiS-u. Manipulacja obrazem częściej stosowana była w „Rzeczpospolitej” i ukazywała w negatywnym świetle kandydata PO. Interesujący wniosek płynie ze stosowania efektu czystej ekspozycji – w obydwu tytułach częściej był pokazywany Jarosław Kaczyński, jego zaś przewaga w „Rzeczpospolitej” była niewielka w porównaniu z „Gazetą Wyborczą”. Obydwa dzienniki w sposób umiarkowany publikowały sondaże wyborcze, ograniczając w ten sposób wpływ na wyborców przez wykorzystywanie społecznego dowodu słuszności. Prezentowane w prasie sondaże obarczone były wskazanymi w artykule nieprawidłowościami. Technikę powoływania się na autorytety i ekspertów znacznie częściej stosowała „Rzeczpospolita” niż „Gazeta Wyborcza”. „Rzeczpospolita” często powoływała się na opinie tych samych ekspertów, ale prezentowali oni różne punkty widzenia, komentarze najczęściej miały charakter neutralny. Publikowane w „Gazecie Wyborczej” nieliczne opinie ekspertów miały charakter krótkich komentarzy.

Schlebianie nie znalazło szerszego zastosowania w żadnym z analizowanych tytułów. Podobnie nie wykorzystano techniki symulowania obiektywizmu. Agendę setting i priming obydwie dzienniki wykorzystywały w podobnym zakresie. Najczęściej omawiano tematy o charakterze politycznym dotyczące przebiegu kampanii i zachowania konkretnych kandydatów bądź partii. W „Gazecie Wyborczej” nie zauważono zjawiska torowania konkretnego punktu widzenia u swoich czytelników przez eksponowanie danego problemu ze sfery pozapolitycznej. Można było natomiast zauważyć próby pośredniego wpływu przez sugerowanie, komu winni przekazać głosy zwolennicy Grzegorza Napieralskiego. Również poruszenie problemu wycofania wojsk z Afganistanu sprzyjało Bronisławowi Komorowskiemu. „Rzeczpospolita” oprócz tematów odnoszących się, podobnie jak w „Gazecie Wyborczej”, do przebiegu kampanii wyborczej, konkurencji kandydatów i walki o głosy lewicowych wyborców, podnosiła oceny posunięć rządu i zachowań premiera, a także sprawy katastrofy smoleńskiej, co, biorąc pod uwagę napięcie społeczne wokół tej sprawy, mogło sprzyjać kandydatowi PiS-u.

W „Gazecie Wyborczej” częściej niż w „Rzeczpospolitej” pojawiała się rama interpretacyjna konfliktu, chętnie na pierwszych stronach podkreślano różnice i spory między kandydatami, czyniono z tych kwestii tematy przewodnie. Znacznie rzadziej pojawiała się rama koncentracji

na człowieku i rama moralności. Wszystkie artykuły ujęte w tych ramach mówiły o kłamstwie stosowanym przez Jarosława Kaczyńskiego. Inaczej proporcje stosowanego framingu rozkładały się w „Rzeczpospolitej”. Występowała tu większa różnorodność stosowanych ram i mniejsza różnica ilościowa dotycząca ich występowania. Konflikt kandydatów nie był tak ważnym tematem, jak w „Gazecie Wyborczej”, choć tu również pojawiały się określenia opisujące stosunki obu kandydatów.

Unikano manipulacji obrazem. Obydwa dzienniki porównywalną liczbę razy zamieszczały fotografie obydwu kandydatów jako komentarz do artykułów na temat ich poczynań. Nie można stwierdzić, aby zdecydowanie faworyzowały któregoś z uczestników kampanii.

Zwrócić uwagę należy na kilka komentarzy rysunkowych zamieszczonych w „Rzeczpospolitej”, które ukazywały Bronisława Komorowskiego w krzywym zwierciadle satyry.

Manipulacja językowa występowała z dużym nasileniem w obydwu tytułach. Najczęściej wtedy, gdy autorzy tekstów opisywali pretendenta do fotela prezydenckiego, używając samych nazwisk, czasami dodając imiona lub funkcje.

Nagromadzenie słów zabarwionych negatywnymi emocjami nie występowało zbyt często, jeśli się pojawiało, to głównie w tych artykułach, w których podejmowano manipulację operowania lękiem. Częściej w „Gazecie Wyborczej” niż w „Rzeczpospolitej” używano słów: *straszy, nieufny, podejrzane, niszczyć, wieczna wojna* oraz *nihilizm*. Słowa takie, jak: *koszmar, ugrzęźnięcie, nieufność, pogarda, atak, walka, zawłaszczenie* miały wzbudzać w czytelnikach strach czy wręcz negatywne uczucia do państwa rządzonego przez Jarosława Kaczyńskiego i jego osoby. W „Rzeczpospolitej” pojawiały się także artykuły, w których słowa nacechowane negatywnie miały negatywnie wpływać na wizerunek Bronisława Komorowskiego.

Przykłady przeniesienia – wtrącanie odniesień niezwiązanych bezpośrednio z kampanią – jako nieliczne odnaleźć można w obydwu dziennikach, dotyczą one obydwu kandydatów do urzędu prezydenta.

Zamiast zakończenia

W świetle przedstawionych teorii i badań jednoznaczne rozstrzygnięcie problemu: czy manipulacja polityczna w mediach jest mitem czy rzeczywistością, nastrocza wiele trudności.

Stosowaniu manipulacji nie można zaprzeczyć, natomiast nie jest to praktyka, która zdominowałaby przekazy medialne. Większość artykułów

opublikowanych w analizowanych tytułach prasowych miało charakter neutralny i nie ujawniło prób zakamuflowanego wpływu na decyzje wyborców, wydaje się, że poziom wiedzy politycznej, zdolność do analitycznego myślenia wyborców (o czym świadczyć może stale rosnący poziom wykształcenia społeczeństwa) ograniczają możliwość nacisku na postawy i zachowania ludzi poza ich świadomością. Coraz szerszy dostęp do informacji pochodzących z różnych źródeł stwarza także warunki dla rozwoju samodzielnej, krytycznej oceny rzeczywistości społeczno-politycznej. Jednocześnie niezaprzeczalnym pozostaje fakt, że media mają ogromną siłę perswazyjną w oddziaływaniu na społeczeństwo, co jak się wydaje, winny wykorzystywać raczej dla pobudzenia aktywności społeczno-politycznej obywateli niż wywierania wpływu przez próby uprzedmiotowienia innych, preferując własne korzyści.

STRESZCZENIE

Przedstawiony artykuł ma na celu weryfikację tezy o manipulacyjnym charakterze działania mediów w sferze kształtowania postaw i zachowań wyborczych społeczeństwa. Poddano analizie proces podejmowania decyzji w sferze zachowań politycznych w świetle funkcjonowania mediów we współczesnym społeczeństwie. Z przedstawionych analiz wynika, iż komunikacja polityczna mediów z odbiorcami przekazów wykazuje pewien zakres działań manipulacyjnych. Jednakże stosowanie technik manipulacji medialnej jest wybiórcze i w ograniczonym zakresie.

Maria Urban, Agnieszka Zdanowicz

POLITICAL MANIPULATION IN MEDIA: MYTH OR REALITY

The aim of the article is to verify the opinion upon media manipulative character in the sphere of forming social attitudes and electoral behavior. Political decision process were analyzed in the light of media's social functioning. The research has showed that communication process on line media – receivers contains manipulation marks. However the manipulation techniques were employed selectively and only in some domains.

KEY WORDS: *political communication, media, manipulation, techniques of political manipulation*

Robert Staniszewski

Opinia publiczna – teoretyczny sens i zakres pojęcia

SŁOWA KLUCZOWE:

*opinia publiczna, komunikowanie społeczne,
proces opiniotwórczy, metodologia*

Termin *opinia publiczna* jest używany bardzo często, ale nie oznacza to, że mamy do czynienia z pojęciem jednoznacznie zdefiniowanym i o tożsamym zakresie. Można stwierdzić, że występuje swoisty paradoks, tzn. popularności pojęcia wcale nie towarzyszy zrozumienie jego treści, istoty, znaczenia, cech konstytutywnych czy funkcji, jakie pełni w życiu społecznym. Analizy opinii publicznej na tle funkcjonowania różnych zbiorowości społecznych najczęściej są podejmowane fragmentarycznie i przede wszystkim w kontekście badań empirycznych. Jest to tym bardziej zastanawiające, że opinia publiczna jest zjawiskiem wpływającym na szereg aspektów życia społecznego, politycznego, kulturalnego, a także gospodarczego.

Analiza literatury przedmiotu wskazuje, że termin *opinia publiczna* funkcjonuje w różnych dyscyplinach naukowych, takich jak politologia, socjologia, filozofia czy psychologia społeczna. Termin ten wykorzystywany jest także w życiu codziennym.

Geneza pojęcia opinia publiczna – problemy definicyjne

W nauce o komunikowaniu, która w sposób najbardziej kompleksowy porusza problematykę opinii publicznej, nie ma zgody co do momentu pojawienia się po raz pierwszy tego terminu. E. Młyniec w książce *Opinia*

publiczna. *Wstęp do teorii* stwierdza, że pewnym przyczynkiem do ukonstytuowania się tego pojęcia było wykształcenie się władzy politycznej ze stosunków społecznych tj. pojawienie się podziału na rządzących i rządzonych, który stworzył naturalne procesy kontestacji decyzji władzy i jednocześnie sprzyjał szukaniu sojuszników dla takiej postawy¹. Pierwsze odwołania do opinii publicznej można dostrzec już w czasach biblijnych, kiedy to asyryjski król Szamaszi-Adad (1815–1782 p.n.e.) w liście wysłanym do wicekróla ostrzega go, iż nie należy zabierać ziemi ludziom żyjącym w dolinie Eufratu, ponieważ spowoduje to „publiczne oburzenie”. Do opinii publicznej odwoływali się także: Cynceron w jednym ze swoich listów, używając określenia „publicam opinionem”, Erazm z Rotterdamu – „opiniones publicae”, Montaigne – „l’opinion publique”, a także Machiavelli, Szekspir oraz Hume, którzy myśląc o opinii publicznej, używali określeń „climat of opinion”, „law of opinion”, „law of reputation”, „law of fashion”².

Termin *opinia publiczna* wszedł do powszechnego użycia pod koniec XVIII w., kiedy to został utożsamiony z opinią ludu. Zdaniem E. Noelle-Neumann możemy mówić o ukształtowaniu się w tamtym okresie tzw. integracyjnej roli opinii publicznej³, która będąc niepisanym prawem, stała się regulatorem stosunków międzyludzkich odzwierciedlającym obowiązujące powszechnie normy oraz wzorce zachowań.

Powstawanie masowych ruchów politycznych charakterystyczne dla XIX w., na co zwraca uwagę S. Kuśmierski w publikacji *Opinia publiczna. Wprowadzenie do teorii*, spowodowało, że analizowane pojęcie było identyfikowane wyłącznie w obrębie teorii polityki⁴. Upatrywano w nim „wszechobowiązującej woli ludu”, który wyrażał swoje opinie poprzez zgromadzenia oraz petycje. Przedstawiciel tego nurtu J. Mosley widział w opinii publicznej główne narzędzie, które umożliwić miało przeprowadzenie reform parlamentarnych w Anglii oraz doprowadzić do emancypacji kobiet⁵.

Na inny wymiar opinii publicznej w społeczeństwie zwracał uwagę A. Comte – jeden z głównych przedstawicieli pozytywizmu. Zdaniem A. Comte’a istniała potrzeba funkcjonowania instytucji, która wyrażałaby opinię publiczną i jednocześnie nią kierowała. Źródłem tej opinii miał być organ filozoficznej władzy, który powinien „ujawniać opinię

¹ Zob. E. Młyniec, *Opinia publiczna. Wstęp do teorii*, Poznań–Wrocław 2002.

² Tamże, s. 13–21.

³ Tamże, s. 35–36.

⁴ Zob. S. Kuśmierski, *Opinia publiczna. Wprowadzenie do teorii*, Warszawa 1997.

⁵ Tamże, s. 10.

publiczną wspólnie z proletariatem”⁶. Tym samym funkcja polityczna opinii publicznej została wzmocniona przez moralną.

Istotny wkład w definiowanie terminu *opinia publiczna* włożył G. Tarde, określając jej podstawowe kategorie, takie jak publiczność oraz audytorium. Tym samym zostały stworzone podstawy dwustopniowego rozumienia przekazu informacji. G. Tarde zwracał szczególną uwagę na łatwą podatność opinii publicznej na zmiany, dość często występujący brak racjonalności oraz hermetyczność wewnątrzwarstwową. Opinia publiczna w jego rozumieniu to „chwilowa, mniej lub bardziej logiczna grupa sądów odpowiadających zagadnieniom doby bieżącej, które w licznych odbitkach kursują wśród ludzi zamieszkujących wspólnie jeden i ten sam kraj, należących do jednej i tej samej warstwy społecznej”⁷.

Kontynuatorem myśli G. Tarde’a był W. Lippmann, który odnosił się do opinii publicznej w kontekście efektywności funkcjonowania systemu politycznego Stanów Zjednoczonych. Przyjęcie powyższego założenia spowodowało, że opinia publiczna nie była definiowana przez W. Lippmanna jako proces, lecz jako zewnętrzna reakcja wobec powstających problemów, która wyrażała się w głosowaniu, demonstracjach, przyzwoleniu dla rządowych inicjatyw lub ich bojkocie⁸. Opinię publiczną zdaniem W. Lippmanna stanowią „obrazy wzajemnych stosunków między ludźmi, ich potrzeby i zamierzenia oraz obrazy samych ludzi powstałe w ich umysłach”⁹. W. Lippmann wyróżnił także jedyny, jak twierdził, składnik opinii publicznej, a mianowicie stereotyp. Przez stereotyp rozumiał uproszczony sposób widzenia świata¹⁰. Tym samym ograniczał kompetencje poznawcze opinii publicznej.

W okresie międzywojennym zostało podjętych szereg prób mających na celu jednoznaczne zdefiniowanie istoty opinii publicznej. Okres ten zapoczątkował trwający do dziś spór pomiędzy zwolennikami a przeciwnikami rozpatrywania opinii publicznej w kategoriach ilościowych. Z jednej strony opinię publiczną identyfikowano w kategoriach sumarycznych jako zbiór opinii jakiejś zbiorowości, z drugiej zaś postrzegano ją jako całość jednorodną¹¹. Zwolennikiem podejścia ilościowego był m.in. F.H. Allport. Odmiennego zdania był E. Bogardus, który sądził, że „opinia publiczna

⁶ S. Kuśmierski, *Teoretyczne problemy propagandy i opinii publicznej*, Warszawa 1980, s. 206.

⁷ E. Młyniec, *Opinia publiczna...*, s. 20.

⁸ Zob. B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 67.

⁹ E. Młyniec, *Opinia publiczna...*, s. 20.

¹⁰ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 14.

¹¹ Tamże, s. 15.

nie stanowi sumy indywidualnych opinii, lecz jest produktem dyskusyjnego procesu¹².

Powyższy spór należy rozpatrywać w kontekście jednego z najistotniejszych problemów metodologii nauk społecznych, który sprowadza się do pytania o stosunek całości i części, a więc o to, czy każda właściwość całości (tzn. społeczeństwa czy grupy) jest całkowicie uwarunkowana przez ilość, jakość i wzajemne oddziaływanie elementów owej całości (czyli jednostek ludzkich), czy też owa całość charakteryzuje się własną specyfiką działania, której nie można wyprowadzić tylko z praw działania składających się na nią elementów. W literaturze przedmiotu można wyodrębnić dwa podstawowe typy stanowisk w sporze holizm vs. indywidualizm¹³. Pierwszym z nich jest tzw. indywidualizm metodologiczny, który zakłada, że wszelkie cechy całości zależą (przyczynowo) tylko od cech i zachowań poszczególnych jednostek ludzkich. Drugim typem stanowiska w omawianym sporze jest tzw. holizm metodologiczny. Podejście to zakłada, że całości społeczne nie są prostą sumą działań jednostkowych, ponieważ zarówno zbiorowości społeczne, jak i zachowania ludzi są nawzajem od siebie uzależnione. W praktyce oznacza to, że nie można wyjaśnić wszystkich cech całości poprzez odwołanie się do zachowań jednostkowych, lecz także nie można zrozumieć pewnych elementów zachowań jednostkowych bez odwołania się do prawidłowości działania całości, szczególnie, że wiele cech elementów nie występuje poza całością.

Spór pomiędzy holizmem a indywidualizmem w odniesieniu do opinii publicznej sprowadza się przede wszystkim do przedstawienia zarzutów empirycznie zorientowanym badaczom, że nie można traktować społeczeństwa jako zbiorowości autonomicznych jednostek, a tym samym należy zwracać szczególną uwagę na czynniki sytuacyjne, będące efektem interakcji międzyludzkich.

Argumentem opowiadającym się za holizmem metodologicznym w definiowaniu opinii publicznej są obserwacje poczynione przez E. Noelle-Neumann w trakcie realizacji badań nad zachowaniem grup i konformizmem, które następnie złożyły się na tzw. efekt „spirali milczenia”¹⁴. Koncepcja ta, jak pisze T. Goban-Klas, głosi, „iż aby uniknąć izolacji społecznej w ważnych kwestiach, jednostki kierują się w swych

¹² Tamże, s.16.

¹³ Zob. J. Szmatka, *Zagadnienia redukcji teoretycznej w filozofii nauki i socjologii*, „Studia Filozoficzne” 1975, nr 3.

¹⁴ Zob. T. Goban-Klas, *Hipoteza „spirali milczenia” w ramach teorii opinii publicznej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1984, nr 2, s. 48–49.

publicznie wypowiedzianych opiniach tym, co sądzą, że dominuje lub zanika w ich otoczeniu społecznym. Ludzie ukrywają swe poglądy, gdy czują, że są w mniejszości, a chętniej mówią to, co sądzą, iż ma za sobą większość. W rezultacie poglądy, które są głośnie, zdobywają więcej publicznych zwolenników, a ich alternatywy stają się jeszcze cichsze¹⁵. Przyjmując za jedynie prawdziwe założenia indywidualizmu metodologicznego, należałoby wyprowadzić konstatację, że efekt „spirali milczenia” nie powinien zaistnieć. Tymczasem, jak dowiodła E. Noelle-Neumann, istnieją pewne odrębne i nieredukowalne prawidłowości na poziomie ponadjednostkowym. Jedną z nich jest następujący element spirali milczenia: „jeśli istnieje różnica między oceną obecnego i przyszłego rozkładu opinii, to oczekiwanie przyszłej pozycji będzie determinowało stopień, w jakim jednostka jest gotowa przedstawić własne poglądy. Wynika to z założenia, iż przyczyną różnego stopnia gotowości wyrażania własnych poglądów jest lęk jednostki przed izolacją, a jej pewność jest mniejsza, gdy jej poglądy nie są potwierdzone przez większość lub przez trend opinii”¹⁶.

Reasumując rozważania dotyczące definiowania opinii publicznej w kontekście sporu pomiędzy realizmem a nominalizmem, należy stwierdzić, że podstawowym składnikiem społecznej rzeczywistości są jednostki samokształtujące własne działania. Jednostki te kierują się społecznie ukształtowanymi i nabytymi w trakcie socjalizacji wzorcami postępowania, dostosowując się do społecznie ukształtowanych warunków otoczenia i do stosunków społecznych będących układami działań ludzkich, które są od nich jako jednostek niezależne. Tylko uwzględniając ten fakt, można należycie zrozumieć sens jednostkowych działań ludzkich.

Próba zdefiniowania opinii publicznej została także podjęta przez przedstawicieli polskiej myśli społecznej. W rodzimej literaturze przedmiotu zwraca się uwagę przede wszystkim na zbiorowe reagowanie na określone treści oraz czynnik kontrowersyjności w ocenie zjawisk społecznych¹⁷. Najbardziej znane definicje opinii publicznej zostały opracowane przez F. Ryszkę oraz J.J. Wiatra. Zdaniem F. Ryszki opinia publiczna jest „orzekaniem o polityce” i ściśle jest powiązana z funkcjonowaniem władzy. Poprzez opinię publiczną rozumie on „reakcję zbiorowości ludzkich (w skali mikro i makro) na globalne i pojedyncze działania polityczne wyrażające się w aprobachie lub dezaprobachie działań politycznych albo

¹⁵ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków 2002, s. 270.

¹⁶ T. Goban-Klas, *Hipoteza „spirali milczenia”...*, s. 49.

¹⁷ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 24.

zjawisk, które w tej opinii decydują o polityce, o jej kierunku i przebiegu”¹⁸. J.J. Wiatr inaczej definiuje podmiot opinii publicznej, którym jego zdaniem są „wielkie grupy społeczne”, a także zwraca uwagę na przedmiot opinii publicznej, który jest nierozzerwalnie związany z „kontrowersjami” bądź „konfliktem” wokół „spraw publicznych”. Opinia publiczna w rozumieniu J.J. Wiata to „historycznie określany i zmienny stan świadomości wielkich grup społecznych dotyczący spraw publicznych i wyrażanej w sposób artykułowany (publiczny) w odniesieniu do kwestii będących przedmiotem kontrowersji, które mieszczą się w ramach systemu. Opinia publiczna jest świadomościowym komponentem zbiorowego działania w warunkach publicznie ujawniającego się konfliktu. Jest zawsze obliczona na oddziaływanie na władzę, decyzje publiczne, politykę”¹⁹.

Podsumowując rozważania dotyczące definiowania opinii publicznej, należy odnieść się do klasyfikacji różnych koncepcji opinii publicznej, która została opracowana przez G.W. Allporta na podstawie cech, które pojawiały się u większości autorów i najbardziej precyzyjnie charakteryzują to zjawisko²⁰. Według schematu Allporta opinia publiczna jest to rodzaj zachowania ludzkiego dostatecznie silnego i licznego, które powoduje werbalizację przekonań ludzi i może wywierać określone skutki. W wyniku tego zachowania, tj. działania lub gotowości do działania, ludzie uświadamiają sobie, że inni myślą i zachowują się w sposób podobny, co prowadzi do aprobaty lub dezaprobaty obiektu opinii publicznej. Głównymi czynnikami wpływającymi za zachowania ludzi jest posiadana przez nich wiedza, obiekty lub wytworzone sytuacje. Opinia publiczna dotyczy z reguły spraw bieżących, gdy problem mija, znika wywołana nim opinia.

Mając powyższe cechy na względzie, G.W. Allport wyprowadził następującą definicję opinii publicznej, zwracając jednocześnie uwagę, że opinia publiczna jest produktem powszechnej edukacji i wytworem nowoczesnego systemu komunikowania masowego. Opinia publiczna „odnosi się do multiosobowych sytuacji, w których poszczególne jednostki wyrażają swoje stanowiska na temat tego, co jest w określonych warunkach pożądane lub popierane, lub niepożądane, niepopierane w stosunku do osób lub propozycji o szerszym znaczeniu, które stwarzają prawdopodobieństwo nieobojętnych działań wobec obiektu zain-

¹⁸ F. Ryszka, *Wstęp do nauki o polityce (uwagi metodologiczne)*, Warszawa–Poznań 1978, s. 139–140.

¹⁹ J.J. Wiatr, *Spoleczeństwo. Wstęp do socjologii systematycznej*, Warszawa 1981, s. 532.

²⁰ Zob. B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, *Teoria i praktyka...*, s. 68.

teresowań.”²¹. Na szczególną rolę środków masowego przekazu zwraca również uwagę T. Goban-Klas określając warunki, w jakich pojawiła się opinia publiczna: „dla powstania opinii publicznej nie trzeba mediów masowych, wystarczają środki prostsze, interpersonalne, jednak połączenie środków masowych i interpersonalnych jest dla powstania opinii publicznej najskuteczniejsze”²².

Proces kształtowania się opinii publicznej

Proces kształtowania się opinii publicznej jest zjawiskiem wielowymiarowym, co oznacza, że może rozmaicie przebiegać w tych samych społecznościach w zależności od obiektu (problemu), który zogniskuje na sobie uwagę znacznej grupy osób. Chcąc właściwie zdefiniować elementy składowe procesu opiniotwórczego oraz zachodzące pomiędzy nimi relacje, należy zacząć od określenia czynników, które determinują powstanie i ujawnienie się opinii publicznej.

W literaturze przedmiotu możemy znaleźć odwołanie do szeregu rozmaitych czynników, które wpływają na kształtowanie się opinii publicznej. Większość z nich możemy zaklasyfikować do tzw. podejścia socjologicznego bądź psychologicznego²³. W analizie socjologicznej podejście to jest bardzo zróżnicowane. Z jednej strony wskazuje się na takie czynniki opiniotwórcze, jak tradycja kulturowa, instytucje społeczne czy normy grupowe. Z drugiej zaś akcentuje się znaczenie organizacji ekonomicznej społeczeństwa oraz zbiorowości drugiego stopnia (klasy, warstwy, stowarzyszenia zawodowe, etc.). Zwolennicy psychologii społecznej dostrzegają w kształtowaniu się opinii publicznej szczególną rolę zbiorowości pierwszego stopnia (rodzina, krąg przyjaciół, środowisko pracy, etc.) oraz postaw.

Analizując postawy jako składnik procesu opiniotwórczego, należy odnieść się do trwającego sporu dotyczącego determinantów ludzkich postaw i opinii. Możemy tutaj wyróżnić dwa antagonistyczne podejścia²⁴. Pierwsze z nich nawiązuje do racjonalnej tradycji europejskiej myśli społeczno-filozoficznej i zakłada, że władze umysłowe człowieka mają właściwości ponadczasowe, a on sam kieruje się krytycyzmem

²¹ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 15–16.

²² T. Goban-Klas, *Encyklopedia psychologii*, W. Szewczuk (red.), Warszawa 1998.

²³ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 30–31.

²⁴ S. Kuśmierski, *Teoretyczne problemy...*, s. 31–32.

oraz autokrytycyzmem w swoich działaniach. Zwolennicy tego nurtu posługują się takimi określeniami konstytuującymi istotę ludzką, jak: zdolność logicznego myślenia czy umiejętność racjonalizowania swego stosunku do świata. Drugie podejście szczególnie eksponowane przez psychologię freudowską, nawiązujące do irracjonalnego modelu osobowości ludzkiej, akcentuje – jak sama nazwa wskazuje – wpływ irracjonalnych uwarunkowań na kształtowanie się ludzkich opinii. Myślenie w tych kategoriach opiera się na przekonaniu, że ludzkie władze umysłowe i zdolności racjonalnej refleksji są bardzo ograniczone przez siły emocji i egotyzmu oraz dążenie do zaspokajania irracjonalnych potrzeb. Tym samym nie możemy mówić o ponadczasowych właściwościach umysłu człowieka, ponieważ ludzie są co najwyżej zdolni do uproszczonej samooceny.

Próbą pogodzenia tych dwóch przeciwstawnych stanowisk jest koncepcja zaproponowana przez E. Katza, który podjął się próby określenia i usytuowania składników irracjonalnych postaw i opinii w grupie pozostałych składników o charakterze racjonalnym. E. Katz postawił tezę, że interpretacja irracjonalna jest w niektórych przypadkach uzasadniona, a w szczególności, „gdy sytuacja narzuca jakiejś zbiorowości ciężkie restrykcje, które wywołują zachowania alternatywne. Tam, gdzie jednostka jako członek zbiorowości musi szybko uzewnętrznic reakcję bez możliwości zbadania problemu, kiedy silnie pobudzone są jej emocjonalne potrzeby, tam może ona zareagować, jak gdyby była w stanie hipnozy. Z drugiej jednak strony, kiedy jednostka ma liczne realistyczne szanse wyboru, lepiej jest związana z okolicznościami układu, w którym funkcjonuje, gdy ma czas na odwołanie się do własnego życiowego doświadczenia, wówczas jej zachowanie stanowić będzie odbicie jej racjonalnych władz umysłowych”²⁵.

Analiza procesu tworzenia opinii publicznej w aspekcie poznawczym, afektywnym oraz wartościującym przeprowadzona przez S. Kuśmierskiego pozwoliła wyodrębnić następujące główne składniki uczestniczące w jej formowaniu tj.: wyobrażenia o interesach grupowych, wzory kulturowe, stereotypy, mity, przesady i uprzedzenia, pogłoski i plotki oraz wiedza o faktach²⁶.

Jak wynika z analizy literatury przedmiotu, opinia publiczna jest zbiorem wszystkich wymienionych składników, które są związane z ludzką percepcją. Układ tych elementów, ich wzajemne relacje oraz proporcje

²⁵ Tamże, s. 33–35.

²⁶ Zob. S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 34–59.

są zdeterminowane przez specyfikę problemu, który konstytuuje genezę opinii publicznej oraz wielowymiarowe otoczenie, w którym powstaje.

Mając zdefiniowane składniki procesu opiniotwórczego, możemy przejść do jego omówienia. Jak zaznaczono, wiele definicji opinii publicznej odnosi się do poszczególnych etapów procesu jej kształtowania, ale żadna z nich nie podchodzi do tego zagadnienia w sposób systemowy. Kompleksowe ujęcie mechanizmu formowania się opinii publicznej prezentuje K. Young, którego zdaniem, analizując dynamikę tworzenia się opinii publicznej, musimy zwrócić uwagę na następujące etapy jej formowania się²⁷.

Etap pierwszy. Zdeterminowany jest przez pojawienie się problemu, który będzie postrzegany w tych kategoriach przez znaczną część społeczeństwa. Jeżeli jest to problem, który można rozwiązać według pewnych, wcześniej już utartych zwyczajów, istnieje możliwość osiągnięcia konsensusu w tradycyjny sposób. Środkiem służącym do realizacji tego celu jest często prawo. W przypadku, kiedy problem staje się problemem o charakterze publicznym, następuje jego identyfikacja w takich terminach, które pozwolą na zwerbalizowanie środków mogących w przyszłości posłużyć do jego rozwiązania w toku dyskusji grupowych.

Etap drugi. W jego trakcie w toku rozmów prywatnych, debat publicznych, rozważań w środkach masowego komunikowania następuje identyfikacja doniosłości problemu, jego zakresu oddziaływania, potencjalnych skutków oraz preferencji dotyczących czasu jego artykulacji. Podczas tej fazy prezentowane są wstępnie także różne, często rozbieżne rozwiązania problemu. W dyskusji dotyczącej problemu biorą udział nie tylko osoby, które są nim żywotnie zainteresowane, lecz także specjaliści, którzy dostarczają dodatkowych informacji mogących pomóc w jego użyciu.

Etap trzeci. Ma miejsce, kiedy następuje przedstawienie alternatywnych rozwiązań problemu oraz środków, przy pomocy których ma to nastąpić. Równocześnie z prezentowanymi rozwiązaniami następuje wykrystalizowanie się problemu oraz ujawnienie się czynników racjonalnych jak i irracjonalnych, wpływających na zajmowane stanowisko. W trakcie tego etapu formowania się opinii publicznej podziały społeczne są najbardziej widoczne, co skutkuje zajęciem trwałego stanowiska przez uczestników sporu. Ostatecznie jednostki dochodzą do konsensusu bądź, jeżeli istnieje wyraźny podział na większość oraz mniejszość, ta ostatnia podporządkowuje się woli większości, akceptując zaproponowane przez nią rozwiązanie problemu. Często akceptacja ma charakter

²⁷ Tamże, s. 63–67.

tymczasowy, a przeciwnicy rozwiązania problemu akceptowanego przez większość poszukują środków, przy pomocy których chcieliby wywrzeć wpływ na decyzje publiczne.

Analizując model K. Younga, należy zwrócić uwagę, że przedstawia on proces kształtowania się opinii publicznej w drodze dyskusji czy wręcz debaty publicznej, która może być zróżnicowana ze względu na typ zbiorowości, w której występuje.

Analizę kształtowania się opinii publicznej można przeprowadzić także, nawiązując do podstawowych poziomów struktury społecznej. Jak pisze S. Kuśmierski „jako kryterium tego wyróżnienia, odgrywające rolę fundamentum divisionis, można wówczas przyjąć „nową jakość opinii” uwarunkowaną emergentnymi własnościami każdego z tych trzech poziomów.

Pierwszym etapem, w którym formuje się opinia publiczna, są grupy pierwotne, wśród których pojawiają się, a następnie są dyskutowane określone sprawy. Jednakże, aby kwestia wywołująca opinię publiczną zyskała walor powszechności, musi poruszać umysł nie jednej, ale wielu grup pierwotnych.

Drugi etap formowania się opinii publicznej odpowiada procesom zachodzącym na mezopoziomie struktury społecznej. Stopień złożoności zjawisk społecznych jest tu wyższy niż na poziomie małych grup, równowagę go jednak tendencja do krystalizowania opinii publicznej, nadawania jej bardziej jednoznacznego charakteru.

Trzeci etap formowania się opinii publicznej jest związany z makropoziomem społecznym. Obejmuje ona wówczas całe społeczeństwo, dlatego tak ogromną rolę odgrywają na tym poziomie środki masowego przekazu”²⁸.

Podsumowując rozważania dotyczące procesu kształtowania się opinii publicznej, należy stwierdzić, że jest to zjawisko wielowymiarowe. Pomimo rozbieżności w literaturze przedmiotu dotyczących jego charakterystyki, można wskazać na kilka elementów, które wydają się szczególnie istotne.

Po pierwsze, żeby doszło do wykrystalizowania się opinii publicznej, musi pojawić się problem, który będzie za taki uważany przez znaczną część społeczeństwa. Problem ten musi być na tyle doniosły (dotyczyć ogółu społeczeństwa), aby w wyniku artykulacji sposobów jego rozwiązania doprowadził do podziału na tych, którzy opowiadają się za danym rozwiązaniem systemowym oraz na tych, którzy go nie akceptują, pre-

²⁸ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 79.

ferując jednocześnie własne. Dyskusja dotycząca sposobów rozwiązania problemu jak i jego samego zostaje zapoczątkowana w grupie pierwotnej, aby na końcu procesu doszło do sformułowania opinii publicznej na makropoziomie społecznym. W przypadku równego rozkładu opinii pomiędzy zwolennikami a przeciwnikami określonego rozwiązania problemu, zazwyczaj dochodzi do konsensusu, a jeżeli zwolennicy jednej z opcji przeważają, mniejszość formalnie podporządkowuje się większości, szukając demokratycznych sposobów wywarcia wpływu na decyzje większości. Na kształtowanie się opinii publicznej wpływa szereg czynników o charakterze poznawczym, afektywnym oraz wartościującym, które można interpretować w kategoriach racjonalnej tradycji europejskiej myśli społeczno-filozoficznej bądź irracjonalnego modelu osobowości ludzkiej, ale jak wskazuje E. Katz, w odniesieniu do opinii publicznej są to konstrukcje komplementarne.

Cechy opinii publicznej

Jak wykazano, proces kształtowania się opinii publicznej jest wieloetapowy, co oznacza, że identyfikacja problemu oraz decyzje dotyczące sposobu jego rozwiązania zapadają na różnych poziomach zbiorowości. Przyjmując założenie, że przejście przez poszczególne poziomy struktury społecznej jest procesem wieloetapowym, można stwierdzić, że kształtowanie się opinii publicznej na każdym z tych poziomów będzie charakteryzowało się cechami emergentnymi, tzn. specyficznymi wyłącznie dla danego poziomu oraz cechami uniwersalnymi dla wszystkich poziomów łącznie. Poprzez cechy emergentne należy rozumieć „takie cechy, w odniesieniu do których nie możemy stosować odpowiedniego twierdzenia empirycznego stwierdzającego korelację określonych wyników obserwacji prowadzonych na różnych poziomach”²⁹. Cechy uniwersalne oznaczają, że „niektóre zmienne nie są orzekane np. w mikro- lub makrozbiorowościach, lecz mogą być używane do charakteryzowania obu zbiorowości”³⁰.

Wprowadzenie podziału na cechy emergentne oraz uniwersalne jest uwarunkowane trwającym w naukach społecznych sporem pomiędzy indywidualizmem a holizmem metodologicznym³¹. Formułowanie założeń poszczególnych metod badawczych sprowadza się do określenia, czy

²⁹ S. Nowak, *Metodologiczne problemy teorii socjologicznych*, Warszawa 1971, s. 203.

³⁰ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 85.

³¹ Zob. S. Nowak, *Metodologiczne problemy teorii socjologicznych*, Warszawa 1971.

i w jakim stopniu przypadek czy klasa przypadków, wobec których te metody były stosowane, spełniają te założenia. Założenia te mogą określać zasadność stosowania określonej metody w ogóle lub do pewnej kategorii przedmiotów bądź też do pewnych tylko sytuacji. Metoda właściwa dla jednych warunków, dla innych może być bezwartościowa. Podstawowa kategoria takiego wnioskowania to pewne założenia o naturze rzeczywistości badanej. Przyjmuje się bowiem, że badana rzeczywistość charakteryzuje się specjalnym rodzajem dyspozycji. Są to dyspozycje pewnych przedmiotów i stanów rzeczy do reagowania na określoną sytuację. Dyspozycje te mogą mieć charakter bezwarunkowy, tj. działać we wszystkich możliwych układach odniesienia (warunkach), bądź warunkowy, tj. działać tylko w pewnych układach odniesienia (warunkach). Tak więc, chcąc dobrać właściwy wskaźnik, musimy posiadać określoną wiedzę na temat badanej rzeczywistości oraz znać zależności, którym ona podlega.

Analizując problematykę cech charakteryzujących opinię publiczną, należy stwierdzić, że podejścia emergentystyczne jak i uniwersalne są względem siebie komplementarne. Można zatem wyodrębnić cechy, które są zróżnicowane wobec cech uniwersalnych, ale jednocześnie charakterystyczne dla każdego z poziomów struktury społecznej, tj. mikro, mezo oraz makro. Chcąc jednak całościowo ująć zjawisko społeczne, jakim jest opinia publiczna, musimy poddać analizie następujące cechy uniwersalne, warunkujące jej wewnętrzną strukturę i stanowiące przesłankę jej ogólnej charakterystyki, które zostały zdefiniowane przez S. Kuśmierskiego³². Cechami tymi są: 1) dynamika i zmienność, która uwarunkowana jest takimi czynnikami, jak: aktualność i sytuacyjność; 2) kierunkowość i konkretność uzależniona od uwarunkowań społecznych; 3) wielopostaciowość i wielowątkowość, która jest nierozzerwalnie związana z różnorodnością aspektów życia społecznego; 4) dyskusyjność i kontrowersyjność, która oznacza, że problemy będące genezą powstania opinii publicznej i stymulujące jej kształtowanie się nie są zjawiskami prostymi i jednoznacznymi

Funkcje opinii publicznej

Opinia publiczna, jak wielokrotnie stwierdzono, odgrywa istotną rolę w kształtowaniu życia publicznego. Pełni tym samym wiele funkcji, które można wyróżnić ze względu na rodzaj wzajemnych interakcji pomiędzy

³² S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 88.

opiniami różnych grup interesu oraz instytucji. W literaturze przedmiotu zazwyczaj wyróżnia się pięć podstawowych funkcji opinii publicznej: eksplikacyjną, integracyjną, konsultatywną, kontrolną oraz kreacyjną.

Rozważania dotyczące cech charakterystycznych dla każdej z funkcji opinii publicznej należy poprzedzić kilkoma uwagami dotyczącymi specyfiki systemu politycznego, w którym dana opinia publiczna jest artykułowana. Jak pisze G. Sartori, konstytutywną cechą opinii publicznej jest jej autonomiczność bądź brak autonomiczności. Autonomiczność opinii publicznej powinno się rozpatrywać w kontekście wolności jej wypowiedzenia. Ważna zatem jest odpowiedź na pytanie: „czy państwo kontroluje, czy też nie, wszystkie narzędzia społeczeństwa oraz wszystkie środki przekazu – przy czym „kontroluje” oznacza, że tylko jeden głos, głos państwa, ma prawo mówić”³³. W systemach totalitarnych, a więc takich, w których mamy do czynienia z całkowitą kontrolą życia społecznego we wszystkich jego wymiarach, proces tworzenia się autonomicznej opinii publicznej jest zastąpiony przez odgórnie sterowany i kontrolowany proces rozpowszechniania opinii akceptowanych przez podmiot sprawujący władzę. Nie istnieje zatem możliwość artykulacji opinii, które byłby niezgodne z opinią akceptowaną przez monocentryczną władzę. Opinię publiczną w systemach totalitarnych można więc utożsamić z odgórnie powstającym „monopolistycznym głosem reżimu”³⁴, a proces jej „kształtowania” sprowadza się wyłącznie do efektu wzmacniającego.

Pełnemu kształtowaniu się opinii publicznej sprzyja wyłącznie współcześnie rozumiany system demokratyczny, w którym media nie są podporządkowane jednemu ośrodkowi władzy, a pomiędzy poszczególnymi podmiotami generującymi informacje istnieje rozwijająca się konkurencja. Dopiero w przypadku tego typu systemu możemy mówić o eksplikacyjnej, integracyjnej, konsultatywnej, kontrolnej oraz kreacyjnej funkcji opinii publicznej.

Pierwotną, konstytucyjną funkcją opinii publicznej jest funkcja eksplikacyjna (wyjaśniająca). Dzięki niej społeczeństwo stara się zrozumieć zaobserwowane prawidłowości, sprawy bądź sytuacje, a więc znaleźć dla nich wyjaśnienie.

Kolejną funkcją szczególnie istotną z socjologicznego punktu widzenia jest funkcja integracyjna. Umożliwia ona powstanie silnej więzi grupowej, która łączy jednostki w społeczne całości. W nowoczesnych modelach morfologii społeczeństw uprzemysłowionych proces ten przed-

³³ G. Sartori, *Teoria demokracji*, Warszawa 1994, s. 116.

³⁴ Tamże, s. 126.

stawiany jest na dwóch płaszczyznach: wertykalnej oraz horyzontalnej³⁵. Integracyjna funkcja opinii publicznej identyfikowana na płaszczyźnie wertykalnej oznacza akceptację autorytetów politycznych oraz ogólnospołecznych w porządku statusowym oraz kulturowym, a także pozytywną relację między symbolami pierwszego i drugiego stopnia (relacja między makropoziomem i mikropoziomem małych grup społecznych). Integracja na płaszczyźnie horyzontalnej rozpatrywana jest w kategoriach procesu zachodzącego w poszczególnych grupach i między grupami społecznymi. Integracyjna funkcja opinii publicznej ma szczególne znaczenie dla zbiorowości politycznej, skupionej w sformalizowanej strukturze, jaką jest państwo. Wpływa mianowicie na wykształcenie się elektoratów związanych z ugrupowaniami politycznymi dzięki powstaniu silnej więzi grupowej oraz zwiększonemu poczuciu więzi politycznej. W tego typu przypadkach możemy mówić o „integracji różnych grup społecznych wokół symboli, poglądów czy wartości, powodujących polaryzację socjologiczno-polityczną [...]”. Publiczność integruje się także przeciw komuś lub czemuś, niekiedy od tego zależy trwałość grupy, jej zwartość, a także polityczny wizerunek i odbiór³⁶.

Opinia publiczna pełni także funkcję konsultatywną. Dzięki niej, przy wykorzystaniu mediów masowych oraz wszystkich form, które umożliwiają bezpośrednie wyrażanie swoich opinii, przedstawiciele różnych grup społecznych doradzają, artykułują sposoby rozwiązania różnych, nurtujących społeczeństwo problemów. W wymiarze politycznym funkcja konsultatywna sprowadza się do uzyskania odpowiedzi na pytanie, jak społeczeństwo ocenia to, co władza zrobiła oraz jaką wykaże postawę wobec zamiarów podmiotów sprawujących władzę. W praktyce funkcja konsultatywna jest realizowana poprzez badania opinii publicznej oraz instytucje referendum.

Jedną z najbardziej istotnych funkcji opinii publicznej jest jej kontrola nad bardzo szerokim zakresem spraw, które są obiektem zainteresowania danej społeczności. Jak pisze S. Kuśmierski, „społeczeństwo zawsze reaguje swoimi ocenami na różne zachowania, zjawiska i fakty, które dotyczą jego najszerzej rozumianych potrzeb oraz interesów zarówno politycznych i ekonomicznych, jak i psychologicznych, moralnych, informacyjnych itp.”³⁷. Geneza kontrolnej funkcji opinii publicznej w wymiarze polityczno-prawnym wywodzi się z zasady suwerenności, a więc uznania

³⁵ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 101–103.

³⁶ E. Młyniec, *Opinia publiczna. Wstęp...*, s. 37–38.

³⁷ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 104.

społeczeństwa za najwyższego suwerena, od którego pochodzi wszelka władza. Specyfika opinii publicznej jako organu kontrolnego polega na tym, że w przeciwieństwie do innych instytucji nie ma ona przeważnie formalnego charakteru. Istnieją jednak sformalizowane formy kontroli opinii publicznej, które przejawiają się m.in. w wyborach oraz instytucji referendum. W porównaniu z zinstytucjonalizowanymi formami kontroli opinia publiczna charakteryzuje się także spontanicznością i żywiołowością.

W wymiarze praktycznym funkcja kreacyjna opinii publicznej może przyczynić się do budowy bądź niszczenia ładu społeczno-politycznego, a w szczególności grup społecznych i politycznych oraz jednostek wchodzących w ich skład. Dlatego też podmioty życia politycznego, takie jak instytucje oraz osoby publiczne, podejmując określone działania, muszą uwzględniać reakcje opinii publicznej.

Podsumowanie

Wyprowadzając ostateczną oraz jednoznaczną definicję opinii publicznej, należy wziąć pod uwagę argumenty, które przemawiają na rzecz holizmu metodologicznego, a tym samym należy analizować ją wielowymiarowo, a nie jedynie jako przekrojowe uogólnienie opinii jednostkowych identyfikowanych na podstawie wyniku badań empirycznych.

Precyzyjne zrozumienie istoty opinii publicznej nie jest możliwe bez odniesienia się do procesu jej kształtowania oraz weryfikacji szerokiego zakresu cech oraz funkcji, które pełni w demokratycznym społeczeństwie. Mając na względzie genezę tego pojęcia oraz jego ewolucję na przestrzeni wieków, należy mieć świadomość, że podjęty przez nas wysiłek w zakresie doprecyzowania znaczenia opinii publicznej może mieć charakter tymczasowy, niemniej jednak jest to zabieg niezwykle konieczny.

Dokonując analizy opinii publicznej w odniesieniu do wyników badań sondażowych, należy wziąć pod uwagę fakt, że zmiana w czasie wartości tego wskaźnika może być uwarunkowana szeregiem zjawisk i procesów społeczno-ekonomicznych, takich jak m.in.: uwarunkowania historyczne, zjawiska ze sfery polityki, procesy demograficzne czy sytuacja gospodarcza na rynku. Zależność tę szczególnie widać w przypadku identyfikacji opinii publicznej odnoszącej się do przekształceń własnościowych w Polsce w okresie transformacji ustrojowej³⁸. Analiza wyników badań opinii

³⁸ Zob. Robert Staniszewski, *Społeczna percepcja prywatyzacji w okresie transformacji systemowej*, „Studia Politologiczne”, vol. 11, Warszawa 2007.

publicznej oraz czynników makroekonomicznych wpływających na przebieg transformacji gospodarczej pokazuje, że percepcja prywatyzacji jest w dużej mierze skorelowana z tymi czynnikami. Zależność ta jest szczególnie widoczna w odniesieniu do tzw. zjawisk i procesów realnych, takich jak: tempo wzrostu gospodarczego, dynamika nakładów inwestycyjnych w gospodarce, a przede wszystkim stopa bezrobocia. Pomiędzy dynamiką wskaźników makroekonomicznych a wskaźnikami opinii publicznej dotyczącymi prywatyzacji zachodzi naturalna relacja, polegająca na tym, że społeczeństwo pozytywnie ocenia korzystny wpływ prywatyzacji w okresach, w których wskaźniki makroekonomiczne odnotowują wartości sprzyjające rozwojowi gospodarki, tzn. tempo wzrostu gospodarczego jest dodatnie, nakłady inwestycyjne w gospodarce rosną, a stopa bezrobocia maleje. Prywatyzacja jest negatywnie oceniana w momencie, kiedy wymienione procesy wpływają niekorzystnie na stan gospodarki. Świadczy to o tym, że prywatyzacja nie jest przez społeczeństwo oceniana autotelicznie, lecz jej percepcja w dużej mierze jest zbieżna z percepcją sytuacji gospodarczej całego kraju.

Tym samym należy stwierdzić, że analiza oraz interpretacja wyników badań opinii publicznej powinna być realizowana zgodnie z założeniami holizmu metodologicznego, a więc wielowymiarowo w odniesieniu do szeregu zjawisk i procesów, które ją determinują.

Postulat ten wydaje się szczególnie zasadnym, jeżeli weźmiemy pod uwagę, że wskaźniki opinii publicznej identyfikowane na podstawie badań empirycznych mogą ulegać zmianie w czasie, a przyczyna tego stanu rzeczy nie zawsze jest powodowana argumentami racjonalnymi i możliwymi do identyfikacji za pośrednictwem dostępnej aparatury naukowej.

Reasumując, najbardziej zbieżna z powyższymi założeniami jest definicja zaproponowana przez S. Kuśmierskiego, który poprzez opinię publiczną rozumie „dynamicznie zmieniający się stan świadomości dużych grup społecznych, składający się z poglądów i przekonań mniej lub bardziej trwałych, odnoszący się do kwestii zazwyczaj dyskusyjnych, których rozwiązanie ma bezpośredni lub pośredni wpływ na aktualne bądź przyszłe interesy społeczeństwa”³⁹. Definicję tę należałoby uzupełnić o wskazanie dla badaczy, które nakazywałoby identyfikację pojęcia możliwie wielowymiarowo w odniesieniu do szeregu zjawisk i procesów społecznych, kulturowych, politycznych, gospodarczych, etc. Analizując opinię publiczną w odniesieniu do konkretnego obiektu (problemu), należy mieć świadomość, że wartość wskaźnika dla tego obiektu może

³⁹ S. Kuśmierski, *Opinia publiczna...*, s. 26.

ulegać zmianie, stąd tak ważna jest identyfikacja trendów zachodzących w czasie oraz podjęcie *a priori* próby prognozowania wartości tego wskaźnika w przyszłości.

STRESZCZENIE

W artykule dotyczącym teoretycznych aspektów opinii publicznej autor przedstawia genezę oraz ewolucję tego pojęcia. Rozważania dotyczące definiowania opinii publicznej prowadzone są na tle jednego z najistotniejszych problemów metodologii nauk społecznych, tj. sporu pomiędzy holizmem a indywidualizmem. W artykule autor charakteryzuje także proces kształtowania się opinii publicznej oraz definiuje czynniki, które wpływają na to zjawisko. Rozważania dotyczące teoretycznych aspektów opinii publicznej kończy charakterystyka jej cech oraz funkcji.

Robert Staniszewski

PUBLIC OPINION – THE THEORETICAL MEANING AND SCOPE OF THE TERM

In the article on the theoretical aspects of public opinion, the author presents the origins and evolution of this concept. Considerations for defining the public opinion are conducted on the background of one of the most important problems of social science methodology, ie a dispute between holism and individualism. In this article the author characterizes also the process of shaping public opinion and identifies factors that influence this phenomenon. Considerations concerning the theoretical aspects of the public opinion ends characteristic of its features and functions.

KEY WORDS: *public opinion, social communication, opinion-forming process, methodology*

Jacek Ziółkowski

Opinia publiczna jako obiekt zainteresowania propagandy politycznej

SŁOWA KLUCZOWE:

komunikacja polityczna, propaganda polityczna, opinia publiczna, ewolucja

STUDIA I ANALIZY

Zjawisko propagandy często staje się obiektem badań różnych dyscyplin naukowych. Pomimo iż współcześnie triumfy święci marketingowe pojmowanie procesów kształtowania politycznych postaw, propaganda nie jest tylko analizowana przez nauki historyczne, wiele mają tu do powiedzenia: socjolodzy, psychologodzy, politolodzy czy językoznawcy. Zjawisko propagandy możliwe jest do badania w różnych wymiarach. Jako obiekt analizy służyć może: aparat propagandy, cele i funkcje tych działań, wykorzystywane narzędzia, efekty oddziaływania itd. Można także propagandę badać od strony podmiotu docelowego. W takim właśnie kontekście pojawia się opinia publiczna. Prześledźmy pokrótce obydwie zjawiska, aby następnie poszukać między nimi relacji zależności. Jako punkt wyjścia autor przyjął definicje robocze: pojęcia propagandy oraz opinii publicznej. Ważne jest tu także dookreślenie historycznej zmienności modelu komunikacji politycznej wraz ze wzrostem znaczenia mediów masowych.

Propaganda jako forma komunikacji politycznej

Etymologia pojęcia *propaganda* – łac. *propagatio* – ‘rozkrzewianie’ i n. łac. *Congregatio de propaganda fide* – ‘kongregacja szerzenia wiary’, organizacja założona przez papieża Grzegorza XV w 1622 r. dla opieki nad misjami

(z łac. ablativu l. poj. r. ź. od *propagandus*, gerundivum) od *propagare* – ‘szczepić winorośl’; ‘krzewić’; ‘szerzyć’, z *propāges* – ‘latorośl winna’. Kopalinski podaje następujące asocjacje: *propaganda*: rozpowszechnianie, szerzenie, wyjaśnianie (idei, poglądów itd.); rozsiewanie, szerzenie idei, informacji a. pogłosek w celu dopomożenia a. zaszkodzenia instytucji, sprawie a. osobie; doktryny, idee, argumenty, doniesienia o prawdziwych a. rzekomych faktach, rozpowszechniane dla poparcia własnej sprawy a. zaszkodzenia sprawie przeciwnika; działalność publiczna mająca na celu poparcie jakiejś sprawy a. zaszkodzenie jej¹.

W podobnym wymiarze wyglądają asocjacje encyklopedyczne: „Propaganda to szerzenie jakichś poglądów, haseł politycznych itp. mające na celu pozyskanie zwolenników, technika sterowania poglądami i zachowaniami ludzi polegająca na celowym, natarczywym, połączonym z manipulacją oddziaływaniu na zbiorowość; specjalna komórka, zespół ludzi realizujący takie cele; też: tekst, wystąpienie, film itp. realizujące takie cele”².

W ujęciu potocznym propaganda jest pojęciem nacechowanym negatywnie, jako działania podstępne, manipulacyjne, kierowane partykularnym interesem a. szkodliwe dla odbiorców. Propaganda jest traktowana jako element uprzedmiotowienia i zniewolenia społeczeństwa. Na taki obraz zjawiska złożyły się przede wszystkim tragiczne doświadczenia propagandy systemów totalitarnych, a w polskich realiach także doświadczenia realnego socjalizmu. Potoczna wizja propagandy dobrze koresponduje z szeroko podzielanymi stereotypami dotyczącymi samej polityki, jako sfery działań partykularnych, nieetycznych, zakłamanych. W gruncie rzeczy o pejoratywnym wydźwięku pojęcia decyduje jej atrybut polityczności, choć działania takie są szeroko podejmowane przez szereg innych ośrodków niebędących *stricto* politycznymi³.

Ewolucja w definiowaniu propagandy

Od lat 30. XX wieku propaganda stała się przedmiotem badań naukowych⁴. Samo pojęcie pojawiło się dość późno: „Propaganda nie czekała

¹ <http://www.slownik-online.pl/kopalinski/77EB2DC8954E31DB4125658100190EFD.php>, 12.09.2011.

² <http://sjp.pwn.pl/slownik/2508812/propaganda>, 12.09.2011.

³ Co ciekawe, dla określenia wpływu instytucji niepolitycznych: szkoły, kościoła, organizacji biznesowych itp. pojęcia propagandy nie jest używane.

⁴ Za pierwszy podręcznik propagandy uznaje się: L.W. Doob, *Propaganda. Its Psychology and Technique*, New York 1935.

swej nazwy, aby zacząć istnieć i działać”. Propaganda jest jedną z form komunikowania się ludzi, którzy wymieniają się informacjami, silne są tu jednak akcenty imperatywne. Spójrzmy na podstawowe sposoby jej definiowania. W.W. Bidelle (1931) – „propaganda to zakamuflowany sposób zmuszenia innych do określonego zachowania”. D. Krech, R. Cruchfield (1948): „propaganda – forma pobudzeń za pomoc sugestii”. W. Schramm (1954) – „propaganda: kreowanie postaw”. L. Fraser: „propaganda: sztuka zmuszania innych do czegoś w sytuacji braku pełnej informacji”. G.S. Jowett, V. O'Donnell (1986): „propaganda jest celową i systematyczną próbą kształtowania percepcji, manipulowania myślami i bezpośrednimi zachowaniami w celu osiągnięcia takich reakcji, które są zgodne z pożądanymi intencjami propagandzisty”⁵. Jak widać, naukowe definicje propagandy także nie uciekają od wartościowania, etycznego wymiaru. Stąd pojęcia „uczciwej propagandy”, „propagandy w słusznej sprawie” tak naprawdę są oksymoronami.

Przyjmijmy jako definicję roboczą następujące ujęcie propagandy: propaganda (polityczna) to celowy proces komunikowania politycznego, gdzie poza wymianą informacji, duże znaczenie ma funkcja perswazyjna (oddziaływanie). Dążeniem jest tu przede wszystkim kształtowanie postaw i zachowań masowego odbiorcy, promocja danego podmiotu i dyskredytacja podmiotów rywalizujących na forum społecznym.

Propaganda jako proces komunikacyjny

Znamienne, iż opracowania naukowe bardzo często ujmują propagandę w formule komunikacyjnej. Jest to zatem przekazywanie informacji (często jednokierunkowe) od nadawcy do odbiorców. W ujęciu funkcjonalnym liczy się tu jednak nie tylko przekaz danych, lecz przede wszystkim element perswazyjny, czyli w szerokim rozumieniu tego słowa nacisk kształtujący opinie, postawy, zachowania odbiorców⁶. W ujęciu procesualnym można wyróżnić etapy działań propagandowych: przekazywanie treści propagandowych → procesy analizy tych danych → oraz reakcje na propagandowe treści.

⁵ Źródła podają za: B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997 s. 8 i nast.

⁶ M. Szulczewski jako dwa elementy komunikatu propagandowego podaje: argumenty (składnik racjonalny) i wezwanie (apel mobilizacyjny odnoszący się do warstwy emocjonalnej lub etycznej). Por. M. Szulczewski, *Propaganda polityczna*, Warszawa 1972, s. 23 i nast.

Komunikowanie to proces wymiany informacji między podmiotami w dwóch wymiarach idealnych⁷:

- Komunikacja bezpośrednia: nadawca → przekaz → odbiorca: to forma propagandy bezpośredniej (np.: *face to face*), współcześnie nadal wykorzystywana nie odgrywa decydującej roli, choć rozwój kanałów internetowych może taką sytuację zmienić. Zaletą jest tu brak modyfikacji treści propagandowych przez pośredników. Wada to niewielki zasięg.
- Komunikacja pośrednia: nadawca → przekaz pierwotny → media masowe → przekaz zmodyfikowany → odbiorca: współcześnie dominuje. Media stały się nie tylko niezbędnym kanałem rozpowszechniania przekazu, lecz kluczowym ośrodkiem decydującym o charakterze treści propagandowych⁸. Główną zaletą jest tu możliwość dotarcia do licznej grupy odbiorców ze zunifikowanych przekazem (niższe koszty *per capita*). Główną wadą jest brak kontroli nad treściami, które faktycznie docierają do odbiorcy końcowego⁹.

Rozważania na temat skuteczności oddziaływania propagandowego do dnia dzisiejszego bardzo często opierają się na klasycznych założeniach H.D. Lasswella¹⁰. Jego teoria „sukcesu propagandowego” zakłada, iż determinantami skutecznego oddziaływania są: nadawca przekazu → treści przekazu → medium pośredniczące (jeśli jest) → odbiorca przekazu → efekt oddziaływania. Analiza i projektowanie poszczególnych ogniw wzmaga potencję sprawczą propagandzisty. Wszystkie elementy tego procesu są ze sobą powiązane, np.: treści powinny być dostosowane do odbiorców itp. W schemacie tym opinia publiczna może być odbiorcą treści, obiektem docelowym, a także pośrednikiem, jako środek nacisku na jednostkę.

⁷ Przedstawiam tu schemat modelu linearnego, który należy uznać za teoretyczny. W praktyce działań propagandowych, zwłaszcza w systemach otwartych, istnieje wiele nadawców treści propagandowych, mnogość pośredników, a odbiorcy podzieleni są na grupy docelowe. Skutkiem takiej sytuacji jest wysoka konkurencyjność, interferencja działań poszczególnych podmiotów, turbulentny charakter środowiska.

⁸ Schematy za: B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, *Teoria...*, s. 7.

⁹ Prowadzi to do sytuacji, gdzie nadawca treści propagandowych, który nie posiada kontroli nad pośrednikami, musi stworzyć taki przekaz, aby przyciągnąć media, licząc, że część materiału dotrze do widzów/czytelników. W polskim środowisku „ofiara” tego procederu padł choćby Janusz Palikot. Okazało się w jego przypadku, iż przyciągnięcie uwagi mediów masowych metodą skandalu ustawiło nadawcę w roli, które nie ułatwiła budowy autorytetu politycznego, a przypięła łatkę błazna.

¹⁰ H.D. Lasswell, *The Structure and function of communication in society*, [w:] L. Bryson (ed.), *The Communication of Ideas*, New York, 1948.

Propaganda jako komunikowanie perswazyjne

Propaganda jest procesem przekazu informacji. Informowanie nie służy tu tylko wymianie wiedzy, lecz zawiera akcenty imperatywne. W takim ujęciu propaganda jest nie tyle wymianą informacji, ile kontrolą procesu wymiany informacji¹¹. Pomimo stereotypów przypisujących propagandzie manipulacyjny charakter, trzeba mieć świadomość, iż jest to w znacznej mierze uproszczenie. W oddziaływaniu tym odgrywają rolę wszystkie metody socjotechnicznego wpływu; perswazja, sugestia, manipulacja, a także przymus i przemoc¹². W zależności od uwarunkowań, celów i posiadanych do dyspozycji zasobów ośrodek propagandowy może wykorzystywać wybraną metodę lub też kilka z nich. Pełne spectrum narzędzi sprawczych było eksploatowane w reżimach totalitarnych. Propaganda nie zawsze musi być działaniem ściśle zaprogramowanym, w wielu sytuacjach może mieć charakter żywiołowy, spontaniczny, zawsze jednak ważny jest aspekt oddziaływania: modelowanie postaw i zachowań.

Ewolucja modelu propagandy

Działania propagandowe w trakcie swej historii przechodziły liczne zmiany, ewoluowały. Przy traktowaniu propagandy jako formy komunikacji politycznej, szczególne znaczenie mają tu przeobrażenia związane ze środkami przekazu informacji. Oczywiście ewolucja modelu komunikacji politycznej skorelowana była z innymi determinantami, takimi jak: model władzy, poziom alfabetyzacji, typ kultury, system gospodarczy itd. Działania propagandowe dostosowywały się także do procesów kreacji opinii publicznej i wzrostu jej znaczenia. Sensowne jest wyróżnienie następujących etapów działań propagandowych ze względu na model komunikacyjny¹³.

¹¹ B. Dobek-Ostrowska przyjmuje, że propaganda jest syntezą: informowania i perswadowania i składa się z trzech podstawowych działań: kontroli przepływu informacji, kierowania opinią publiczną i manipulowania zachowaniami. Por. B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepa, *Teoria i praktyka...*, s. 10.

¹² Szerzej na temat poszczególnych metod oddziaływania [w:] M. Karwat. *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1998, część I. Na temat sugestii jako formy wpływu [w:] J. Ziółkowski, *Socjotechnika autorytetu politycznego*, Warszawa 2007, rozdz. 5 i 6.

¹³ Por. S. Kuśmierski, *Teoretyczne problemy propagandy i opinii publicznej*, Warszawa 1980, s. 62 i nast.

Etap form bezpośrednich opierających się na słowie mówionym: do XV wieku (gdy wynaleziono druk). Komunikowanie ma charakter interpersonalny (*face to face*). W czasach antycznych to rozwój retoryki i erystyki, np.: Sofiści (Protagoras, Gorgiasz, Izokrates, Demostenes). Już w tym okresie pojawiają się inne formy przekazu informacji, które ze względu na niski poziom techniki i powszechny analfabetyzm nie miały większego znaczenia: prototypy gazety „Acta Diurna” od 209 n.e. (wiadomości o senacie, igrzyskach itp.), ręcznie pisane ulotki (zwłaszcza w okresie wyborów do różnych instytucji), napisy na murach, plakaty (np.: karykatury). Okres średniowiecza, z dominacją aksjologii teologicznej, nie sprzyjał rozwojowi technicznemu. W kontekście europejskim do dominacja propagandy kościoła, której apogeum były tendencje uniwersalistyczne papiestwa, wyprawy krzyżowe itp.

Etap zróżnicowanych form propagandowych (od XV wieku):

- **Faza propagandy nowożytnej (XVI–XVIII wiek).** Impuls dał tu wynalazek druku Gutenberga. To okres rozwoju (zrazu powolnego) prasy: 1609 – „Avisé Relation oder Zeitung”, Niemcy. Gazety ukazywały się nie częściej niż raz w tygodniu. Odbiorcy to elity społeczne, kulturowe. Pojawia się także reklama (głównie prasowa). Od początku XVIII wieku prasa wykorzystywana była w monarchiach oświeceniowych jako oręż budowy wizerunku władcy, np. Maksymilian I w Niemczech, Ludwik XIV we Francji. Rozwijają się inne formy kształtowania wizerunku władzy: mecenat, medale i order, sponsorowanie prasy, uroczystości państwowe itp.
- **Faza prasy masowej (XIX wiek).** Głębokie przewartościowania sfery ekonomicznej, społecznej, kultowej, politycznej i medialnej. Liczne wynalazki zrewolucjonizowały sferę komunikacyjną: maszyna parowa, telegraf, telefon, kolej itp. Do 1884 r. szybkość druku wzrosła stukrotnie. Powstają pierwsze agencje prasowe: „Associated Press” w 1848 r. i „Reuter” w 1851 r. Prasa stała się podstawowym pośrednikiem medialnym: była środkiem dotarcia do szerokiego grona odbiorców. Rozwój prasy korespondował ze zmianami politycznymi: partie (zwłaszcza nowe) wykorzystywały prasę jako narzędzie walki o poparcie wyborcze. To także okres budowy i znaczenia opinii publicznej we współczesnym rozumieniu tego pojęcia.
- **Faza kina i radia (1. połowa XX wieku).** Rok 1895, pierwszy film braci Lumière; rok 1926, pierwszy film dźwiękowy. Kino jest szczególnie chętnie wykorzystywane przez propagandę totalitarną. Radio: rok 1911, pierwsza transmisja. W 1922 r. nadaje BBC, w tym samym roku

w USA nadaje już ponad 500 stacji radiowych, w 1929 r. w USA liczba odbiorników radiowych to 10 mln. Radio zostało zaprzęgnięte do propagandy politycznej tak w demokracjach, jak i totalitaryzmach: np. od 1933 r. F.D. Roosevelt występuje w „Rozmowach przy kominku”, Hitler wygłasza swe ekspresyjne przemówienia. Radio stało się także narzędziem czarnej propagandy – zwłaszcza w okresie wojennym (np.: radio Stuttgart czy radio Gustaw Zygfryd 1). W okresie tym powstają pierwsze prace na temat propagandy: propaganda staje się działem nauki o praktycznych walorach.

- **Faza dominacji telewizji (2. połowa XX wieku).** Rozwój od lat 50. Powstaje wysoce konkurencyjny rynek różnych mediów: telewizja, radio, prasa, film. Środowisko propagandowe jest zdominowane dwubiegunowym światem zimnej wojny. Rozwija się marketing polityczny – „utowarowienie” polityki. Rozwijają się i rozbudowują profesjonalne agencje wspierające działania propagandowe. Następuje gwałtowny rozwój naukowego zainteresowania procesami propagandy przy wykorzystaniu nauk społecznych: psychologia, socjologia, politologia, prakseologia. Wzrost znaczenia zainteresowania propagandą wywołany był także doświadczeniami państw totalitarnych, stąd liczne analizy genezy sukcesów nazizmu czy postępów komunizmu.
- **Początek XXI wieku.** Rozwój nowych technik komunikacyjnych: Internet, bezprzewodowa telefonia, gry komputerowe, portale społecznościowe itp. Mnogość różnych kanałów informacyjnych. Nowe media mogą mieć charakter sieciowy, zdecentralizowany. Cały system jest daleko bardziej spluralizowany. Partie polityczne i inne grupy interesu tracą monopol na pozycji kreatorów przekazu politycznego. Rozwija się także propaganda pozioma, np.: fora dyskusyjne w Internecie, własne strony, blogi (niekoniecznie samych polityków), profile na portalach społecznościowych. Nowe kanały informacyjne powoli wypierają lub uzupełniają stare. Budowa wizerunku politycznego (kandydata, grupy, idei) jest uzależniona od telegeniczności: wrodzonej, nabytej, wykreowanej. Propaganda polityczna nie tyle forsuje idee, lecz opiera się na kreacji (lub zawłaszczaniu) symboli – deideologizacja. Przekaz polityczny często przypomina konwencję reklamy towarowej. Zacierają się tradycyjne podziały socjoekonomiczne – partie już nie reprezentują określonych segmentów społeczeństwa. Dominuje marketingowe postrzeganie polityki i rywalizacji politycznej.

Opinia publiczna jako podmiot systemu politycznego

Problematyka opinii w różnych kontekstach pojawiała się od czasów antycznych. W licznych pracach z zakresu filozofii politycznej wykorzystywane były wątki opinii publicznej. Pojęcie te możemy spotkać choćby u N. Machiavellego, D. Huma, J.J. Rousseau, E. Burke'a czy we wnikliwych analizach A. de Tocqueville'a. Najczęściej przyjmuje się, iż pojawienie (rozumianej współcześnie) opinii publicznej zaczęło się kształtować w okresie Oświecenia, a nasiliło w XIX wieku oraz do II wojny światowej¹⁴. Jako taka jest traktowana za przestrzeń artykulacji, gdzie społeczeństwo wyzbywa się roli poddanych, a nabiera atrybutu podmiotowości. Pojawienie się opinii publicznej było odrzuceniem porządku teocentrycznego i tradycyjnego oraz elementem budowy społeczeństwa obywatelskiego, kultury demokratycznej, uczestniczącej. Od XIX wieku pod wpływem presji zmian systemu politycznego i umasowienia mediów wrasta zainteresowanie naukowe tym zagadnieniem. Współcześnie demokracja bywa wręcz definiowana jako rządy opinii publicznej. Za kluczowe determinanty kreacji opinii publicznej należy uznać: zmiany sfery gospodarczej (kapitalizm), rozwój instytucji i praw demokratycznych, przewartościowania sfery kulturowej (indywidualizm, kultura miejska), w tym wymiaru kultury politycznej, rozwój systemów edukacyjnych (alfabetyzacja), rozkwit funkcjonowania mediów (zwłaszcza pojawienie się nowych form przekazu masowego: prasa, radio, telewizja) itd. XX wiek otworzył nowe możliwości metodologiczne badań nad opinią publiczną. Od początku XX wieku opinia publiczna stała się przedmiotem badań empirycznych (sondaże) i ten trend w postrzeganiu zjawiska współcześnie dominuje. Obecnie, zwłaszcza w ujęciu publicystycznym, opinia publiczna to nic innego, jak opublikowane nastroje społeczne.

Definiowanie opinii publicznej

Nie wdając się tu w istotę sporów nad definiowaniem pojęcia, możemy przyjąć na potrzeby tego artykułu definicję roboczą, w której opinia publiczna jest dynamiczną formą świadomości społecznej (zespół mniej lub bardziej trwałych poglądów) wyrażaną w postaci sądów, ocen, podej-

¹⁴ Warto tu nadmienić, że do XIX wieku opinia publiczna rozumiana była raczej w kontekście elitarnym. Tu opinia publiczna to sądy, postawy klas kulturowo, politycznie i ekonomicznie uprzywilejowanych.

mującą ważne (często kontrowersyjne) z punktu widzenia społeczeństwa kwestie, w szczególności dotyczące spraw politycznych.

Za wyznaczniki definicyjne opinii publicznej można uznać: 1) rzeczywistą artykulację poglądów – ma charakter opinii zmanifestowanej (*external public opinion*); 2) odnoszenie się do spraw społecznie ważnych, kontrowersyjnych, a zwłaszcza nowych; 3) wyrazicielem są duże grupy, agregaty społeczne (społeczeństwo, klasy, warstwy)¹⁵; 4) dynamiczny charakter, zmienność i doraźność¹⁶. Opinia publiczna powinna być traktowana jako podsystem szerszej opinii społecznej¹⁷. Opinia publiczna jest częścią zjawiska świadomości społecznej; o ile jednak ta druga ma charakter względnie stały, o tyle ta pierwsza jest elementem dynamicznym¹⁸. Stąd liczne analizy podnoszą wątek ulotności postaw tworzących opinię publiczną¹⁹.

Opinia publiczna a system polityczny

Przyjmując powyższe kwalifikacje, należy uznać, iż funkcjonowanie opinii publicznej jest charakterystyczne dla systemu władzy demokratycznej. Czynniki determinującymi są tu: wolność słowa, funkcjonowanie niezależnych od władz mediów, a także wypracowane zasady odpowiedzialności społecznej władzy. W takich systemach opinia publiczna winna być traktowana jako element współkształtujący decyzje polityczne władzy. Opinia publiczna jest źródłem bodźców dla systemu politycznego: w formie żądań i poparcia²⁰.

¹⁵ E. Młyniec, *Opinia publiczna*, [w:] A.W. Jabłoński, L. Sobkowiak, *Studia z teorii polityki*, t. 1, Wrocław 1999.

¹⁶ Por. J.J. Wiatr, *Społeczeństwo. Wstęp do socjologii systematycznej*, Warszawa 1981, s. 532 i nast.

¹⁷ Por. *Wybrane zagadnienia teorii i praktyki propagandy. Materiały do dyskusji*, Warszawa 1971, rozdz. 2.

¹⁸ Świadomość społeczna może być rozumiana jako intrapersonalna wiedza. Jednostki mają w pewnym stopniu świadomość tej wspólnoty przekonań, czego skutkiem są dyspozycje behawioralne. Por. M. Ziółkowski, *Wiedza, jednostka, społeczeństwo. Zarys koncepcji socjologii wiedzy*, Warszawa 1989, s. 141 i nast.

¹⁹ Szerzej na temat definiowania opinii publicznej i problemów metodologicznych oraz jej badania [w:] J. Zaller, *Definicje opinii publicznej*, [w:] J. Szczupaczyński (wybór i opracowanie), *Władza i społeczeństwo*. t. 2, Warszawa 1998.

²⁰ Por. D. Easton: *Analiza systemów politycznych*, [w:] *Socjologia Polityki. Wybór tekstów pomocniczych do konwersatorium*, autorzy wyboru: B. Gołębiowski, J. Szczupaczyński, Warszawa 1993.

W systemach niedemokratycznych (autorytarnych, a zwłaszcza totalitarnych) społeczeństwo nie ma możliwości swobodnej artykulacji swych postaw i sądów, a same badania opinii publicznej nie są przeprowadzane lub też ich reprezentatywność jest nader wątpliwa. Można jednak mówić tu o „ukrytej opinii publicznej” (*internal public opinion*) wyrażanej w formie prywatnych rozmów (trudnej jednak do pomiaru) lub wręcz o dwóch wymiarach opinii publicznej: oficjalnej (publicznie manifestowanej, rytualizowanej) i prywatnej (stanowiącej bardziej wiarygodne odzwierciedlenie społecznych ocen), trudnej do dokładnego opisan²¹.

Współcześnie opinia publiczna – postrzegana przez pryzmat wyników badań empirycznych – jest traktowana jako niezbędny element funkcjonowania demokracji. Pozwala na wyrażenie preferencji i woli społeczeństwa w ważnych sprawach. Jest elementem oceny działań rządzących i jako taka pełni funkcję legitymizującą (uzupełnia legitymację normatywną, wyborczą). Powszechnie wyniki badań opinii publicznej są traktowane przez władzę jako kierunek (lub wręcz imperatyw) w kształtowaniu bieżącej polityki. W takim rozumieniu opinia publiczna jest elementem bezpośredniego wpływu społeczeństwa na decyzje polityczne. Krytyczne podejścia do roli opinii publicznej w demokracji wskazują, że „zdanie większości” jest czynnikiem powtórnego ubezwłasnowolnienia jednostki – człowieka masowego, w ramach zatowarowanego społeczeństwa.

Jednocześnie wskazuje się na ułomności i dysfunkcje badań opinii publicznej. Podnosi się tu wątki: braku kompetencji osób wyrażających sądy, emocjonalnego charakteru ocen (labilność), podatności na manipulację, ulotności i zmienności (problem trwałości badanych postaw), licznych wad procesu badawczego (niedokładność, kreacyjny i sugerujący charakter), tendencji do polaryzacji, krystalizacji lub wręcz kreacji poglądów społecznych. Wszystko to może być przesłanką do kwestionowania zasadności badań opinii publicznej, a przynajmniej ostrożności w nadawaniu jej charakteru imperatywu opiniotwórczego lub sprawczego²². Jednocześnie proces „badania” opinii publicznej może się stać elementem działań propagandowych. Jako środek nacisku na postawy społeczne

²¹ W aspekcie tym pojawia się szereg ciekawych problemów badań systemów władzy niedemokratycznej np. jak ocenić wskaźniki opinii publicznej, postawy kultury politycznej. Który z wymiarów manifestacji poglądów społeczeństwa jest bliższy rzeczywistości: oficjalny (np. udział w pochodzie pierwszomajowym) czy nieoficjalny (w formie prywatnych rozmów)?

²² Por. K.R. Popper, *Opinia publiczna a zasady liberalne*, [w:] *Socjologia Polityki...*

można tu uznać choćby czas prowadzenia badań, podjęty temat, okoliczności upublicznienia wyników oraz szereg niuansów metodologicznych o sugerującym charakterze²³.

Proces propagandowej kreacji opinii publicznej

Uwzględnivszy znaczenie opinii publicznej dla procesów zdobycia władzy, rządu, nie dziwi zainteresowanie nią praktyków wpływu propagandowego. Skuteczne kształtowanie postaw politycznych obywateli zapewnia mandat wyborczy, obniża realne koszty sprawowania władzy, umożliwia skuteczność jej działań. Współcześnie coraz częściej widać wśród elit politycznych (rządzącej i nierządzącej) fetyszyzację wysokich wskaźników poparcia w badaniach opinii publicznej. Opublikowane sondaże są w dyskusjach publicystycznych traktowane jako ostateczny wyznacznik moralności, prawdy obiektywnej i imperatyw sprawczy. Ponieważ legitymizacja wyborcza elit rządzących ma charakter cykliczny (kadencyjny), jako wyraz bieżącego poparcia (lub oporu) dla decyzji politycznych służą rozliczne badania opinii publicznej. Wskaźniki te są szeroko (i manipulacyjnie) wykorzystywane zarówno przez rządzących, jak i opozycję²⁴.

Propagandowe czynniki kształtujące opinię publiczną

W zależności od przyjętej dominanty czynniki kształtujące opinię publiczną mogą wynikać ze sfery socjologicznej, psychologicznej, kulturowej, ekonomicznej, politycznej itd. W praktyce wymiary te interferują. Wszystkie poniższe elementy, właściwie zidentyfikowane lub kreowane, mogą wyznaczać porządek działań propagandowych²⁵. Za główne czynniki kształtujące opinię publiczną można uznać: 1) Wyobrażenia o interesach grupowych – jednostki wyrażają w formie sądów swe potrzeby,

²³ M. Czyżewski, *Opinia publiczna czy opublikowane nastroje? O niektórych warunkach społeczeństwa obywatelskiego*, „Przegląd Socjologiczny”, t. XLV, 1996.

²⁴ Zjawisko to jest wykorzystywane także przez grupy interesu niekoniecznie o politycznym charakterze. Kształtowanie opinii publicznej w danym wycinku jest traktowane jako element działań lobbingsowych, nacisk na procesy decyzyjne, zwłaszcza wtedy, gdy kanały bezpośredniego dostępu do procesu legislacyjnego są zamknięte lub nieskuteczne.

²⁵ Por. S. Kuśmierski, *Świadomość społeczna, opinia publiczna, propaganda*, Warszawa 1987, s. 91 i nast.

cele, racjonalnie i indywidualnie kalkulując własną opłacalność. 2) Tradycje kulturowe: dominujące schematy aksjologiczne, normy, konwencje przyjęte w danej społeczności. 3) Identyfikacje polityczne – czynniki określające identyfikację grupową: rasowe, etniczne, religijne. Ważnym czynnikiem jest tu poczucie identyfikacji ideologicznej: konserwatyzm, liberalizm, socjalizm, komunizm, myśl chadecka, ekologizm czy obrona praw mniejszości (np.: seksualnych). 4) Instytucje społeczne, a współcześnie przede wszystkim media, które urastają do pierwszorzędnej roli kreatora opinii publicznej. Funkcja ta doskonale koresponduje z mediatyzacją (teatralizacją) sceny politycznej. 5) Strategie liderów i marketing polityczny – w takim socjotechnicznym ujęciu politycy nie tyle wsłuchują się w sądy społeczne, ile raczej je kreują. Opinia publiczna staje się (paradoksalnie) elementem uprzedmiotowienia i zmanipulowania społeczeństwa. 6) Stereotypy, mity, przesady i uprzedzenia – jako elementy konstytuujące (trwale zakorzenione) świadomość społeczną, wyznaczające sposób myślenia i formułowania ocen²⁶. 7) Wiedza o faktach oraz plotki i pogłoski – te ostatnie jako elementy nieweryfikowalne, często fałszywe, ich zakres wpływu jest zdecydowanie większy, gdy stają się elementem przekazu medialnego (tabloidyżacja życia społeczno-politycznego) na zasadzie sugestii zbiorowej²⁷.

Odtwórczy charakter opinii publicznej

Ważną kwestią dla propagandowego kształtowania opinii publicznej jest uznanie, iż zdecydowana większość postaw tych ma charakter odtwórczy. Jednostki jako nosiciele opinii publicznej nie tworzą nowych postaw, ocen, lecz wpisują się w – zazwyczaj zamknięty – katalog możliwości, alternatyw. „Biorą je z inwentarza poglądów znajdujących się pod ręką, nieznacznie je tylko modyfikując”²⁸. Tego rodzaju determinacja może wynikać z porządku kulturowego: tradycji, stereotypów, mitów. Takie elementy wykazują znaczną inercyjność. Katalog postaw, ocen może być jednak narzucany przez ośrodki kształtujące opinię publiczną; tu szczególnie rolę należy przypisać instytucjom kultu religijnego, szkołom, orga-

²⁶ Warto tu wspomnieć o klasycznej już pracy na temat opinii publicznej, gdzie eksponowane zostały wątki stereotypizacji. Por. W. Lippmann, *Public opinion*, New York 1922 i nast. wyd.

²⁷ A.W. Jabłoński, *Opinia publiczna*, [w:] B. Szmulik, M. Żmigrodzki, *Wprowadzenie do nauki o państwie i polityce*, Lublin 2007.

²⁸ S. Kuśmierski, *Świadomość społeczna...*, s. 87–88.

nizacjom zawodowym, organizacjom politycznym, a przede wszystkim mediom i grupom interesu, które za nimi stoją²⁹. Oddziaływanie tych podmiotów może tworzyć u odbiorców fałszywe przekonanie o samodzielności procesu oceno-wartościującego. Taka złudna podmiotowość usypia ostrożność i krytycyzm oraz wzmacnia, potęgując internalizację propagandowych treści, utrwała zaabsorbowany materiał na zasadzie dyspozycji wewnętrznych. Kształtowanie opinii publicznej polega tu aktywowaniu wcześniej zinternalizowanych treści względnie na ich modyfikacji.

Cyrkulacja informacji w procesie tworzenia opinii publicznej

Z punktu widzenia porządku chronologicznego wymiany informacji jednostki z otoczeniem ważne są dwa podstawowe etapy procesów absorpcyjno-analitycznych: internalizacja i przetwarzanie. Pierwszy z nich jest elementem styku jednostki ze środowiskiem zewnętrznym, drugi odpowiada za analizę wchłoniętych informacji. Niezwykle ważne z punktu widzenia działań propagandowych jest dostrzeżenie ścisłej korelacji między wiedzą już przyswojoną, „związaną”, a nowymi treściami, czyli informacjami wolnymi. Procesy poznawczo-analityczne zazwyczaj bazują na apriorycznej wiedzy przyswojonej, która staje się względnie stałym odnośnikiem wobec świata. Wiedza ta (np. wartości, normy, stereotypy, mity itp.) w znacznej mierze determinuje proces internalizacji informacji bieżących, nowych. Opinia publiczna – jako agregat opinii, postaw – jest syntezą informacji związanych i wolnych. Nowe informacje zazwyczaj mogą tylko modyfikować już istniejące postawy, dyspozycje, rzadko jednak prowadzą do radykalnych ich przewartościowań³⁰. Sprawne działania propagandowe nieczęsto stawiają sobie za cel całkowitą i rewolucyjną zmianę schematów percepcji rzeczywistości. Nawet najbardziej ambitne w tym wymiarze reżimy totalitarne zawsze odnajdywały utrwalone stereotypy, mity, adaptując je twórczo do nowych warunków. Nie inaczej wygląda sytuacja w przypadku współczesnych systemów demokratycznych. Skuteczne oddziaływanie na sferę opinii publicznej musi znajdować zawsze punkt podparcia, wiedzę uznaną za oczywistość niekwestionowaną, zinternalizowaną w formie map poznawczych.

²⁹ Por. H.I. Schiller, *Sternicy świadomości*, Kraków 1976, s. 13–49.

³⁰ S. Kuśmierski, *Świadomość społeczna...*, s. 115.

Formowanie opinii publicznej

W zależności od przyjętych pozycji metodologicznych proces formowania się opinii publicznej, a tym samym jej sterowności, można podzielić na dwa główne stanowiska. Pierwsze z nich decydujące znaczenie przypisuje formułowaniu postaw, ukrytych dyspozycji w ramach grup społecznych (religijnych, zawodowych, towarzyskich itp.). Grupy społeczne (zwłaszcza pierwotne o charakterze wspólnotowym) są tu traktowane jako czynnik silnego oddziaływania na jednostkę. Ci ostatni wykazują znaczny konformizm wobec dyspozycji płynących w ramach kontaktów grupowych (uwewnętrzniają przypisane im role, powielają normy i wartości). Tego rodzaju instytucje tworzą ukryte dyspozycje wobec określonych elementów życia publicznego. W pewnych sytuacjach, dyspozycje te przekształcają się w zmanifestowane sądy, deklaracje będące podstawą opinii publicznej³¹. W takim ujęciu propagandowe kształtowanie opinii publicznej polegałoby na dotarciu do tych grup, które w największym stopniu oddziałują na społeczną osobowość jednostek. Mogą być to grupy pierwotne: rodzina, grupy wyznaniowe, kręgi rówieśnicze, zabawowe itp. Mogą być to też grupy o charakterze wtórnym: szkoła, miejsce pracy, organizacje o charakterze politycznym itp. To także tworzenie wzorców zachowań, schematów ról społecznych; np. prawdziwy patriota, komunist, żołnierz itp. Druga koncepcja podważa bezpośredni związek między sądami prywatnymi a publicznymi deklaracjami. Podkreślany jest tu dynamiczny charakter formowania publicznych sądów. K. Young wspomina o trzech stadiach ich tworzenia: pojawienie się problemu → dyskusja nad problemem → osiągnięcie zgody³². Dynamiczny konsens jest tu wynikiem działania zinstytucjonalizowanych mediów. Tylko one posiadają narzędzia (w skali makro) skutkujące krystalizacją opinii publicznej z formy utajonej do wyartykułowanej. Tu też jest miejsce na działania propagandowe. W takim ujęciu widoczna jest sprzeczność między poziomem grup pierwotnych i wtórnych. W praktyce obydwaj poziomy: mikro- i makrospołeczny interferują. Na poziomie grupowym mogą przybierać postać utajoną, by zostać zaktywizowanymi przez bodźce przekazywane w ramach zinstytucjonalizowanego wpływu mediów masowych³³.

³¹ Por. L.W. Doob, *Public Opinion and Propaganda*, New York 1956, s. 35 i nast.

³² Podają za: S. Kuśmierski, *Świadomość społeczna...*, s. 124.

³³ Tamże, s. 133 i nast.

* * *

Bez względu na sposób definiowania opinii publicznej (podmiotowy, przedmiotowy, funkcjonalny itp.) ostatnie dwa wieki są procesem wzrostu jej znaczenia dla praktyki propagandy politycznej. Wpływ na opinię publiczną jest elementem budowy poparcia wyborczego oraz legitymizacji bieżącej. Szczególną rolę w tych procesach można przypisać masowym mediom. Są one kreatorem postaw składających się na opinię publiczną, są także przestrzenią społeczną, gdzie opinia publiczna powstaje, klaruje się, rozpowszechnia i reprodukuje. Sądy opinii publicznej mogą być traktowane jako bodźce dla systemu politycznego. Nierzadko jednak są elementem nacisku na jednostkę na zasadzie konformizmu, rytualizmu, ostracyzmu. Jako niebezpieczne dla wolności jednostek i samej demokracji należy uznać zjawisko fetyszyzacji opinii publicznej, która poddana procesom manipulacji, staje się jednym z podstawowych czynników opresyjnych. Tym skuteczniejszym, im mniej uświadomionym.

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest ukazanie zależności między propagandą a opinią publiczną. Autor przyjął, iż model ewolucji zjawiska propagandy polityczny jest skorelowany z procesami formowania opinii publicznej. Opinia publiczna jest tu traktowana jako odbiorca propagandowych treści, a także jako pośrednik pomiędzy podmiotem sterującym a społeczeństwem. Szczególne znaczenie kształtowania opinii publicznej w działaniach propagandowych jest charakterystyczne dla współczesności: masowych mediów, mediatyzacji polityki, wzrostu znaczenia badań empirycznych (sondaży). W takim przypadku opinia publiczna może być czynnikiem nacisku na elity rządzące. Urasta też często to roli autorytetu będącego wyznacznikiem światopoglądowym dla społeczeństwa.

Jacek Ziółkowski

PUBLIC OPINION AS AN OBJECT OF INTEREST IN PROPAGANDA

This article aims to show the relationship between propaganda and public opinion. The author assumed that the model of the evolution of political propaganda is correlated with the process of forming public opinion. Public opinion is here treated as a recipient of propaganda content, as well as intermediary on the line: steering subject – society. Particular importance in shaping public opinion in the

activities of propaganda is characteristic of modernity: mass media, mediatisation of politics, the growing importance of empirical research (surveys). In such case the public may be a factor in pressure on the ruling elite. It grows too often is the role of authority, which is the determinant of worldview to the public.

KEY WORDS: *political communication, public opinion, political propaganda, evolution*

Daniel Mider, Olgierd Borówka

Internet – medium bez cenzury?

SŁOWA KLUCZOWE:

socjologia Internetu, komunikowanie polityczne, cenzura polityczna, typologia cenzury politycznej, wolność słowa

STUDIA I ANALIZY

W prezentowanym artykule przeanalizowano przebieg i efekty walki o wolny dostęp do informacji i komunikowanie się w Internecie. Walka o wpływy rozgrywa się pomiędzy obywatelami, organizacjami trzeciego sektora i ruchami społecznymi – z jednej strony, a państwami – z drugiej. W tym kontekście konieczne wydaje się postawienie następujących pytań badawczych: w jakim więc stopniu i w jakich formach podstawowa demokratyczna wartość, jaką jest wolność słowa, podlega w Internecie ograniczeniom? Jakie podmioty nakładają ograniczenia i jakie treści oraz kanały komunikacji tym ograniczeniom podlegają? Jakie pojawiły się metody oporu użytkowników Internetu wobec prób ograniczania wolności słowa w Internecie? Tak sformułowane pytania lokują problem w ramach rodzącej się subdyscypliny socjologii – socjologii Internetu¹.

Zastosowanie Internetu w sferze komunikowania politycznego rozbudziło wprawdzie nadzieje na wdrożenie ładu politycznego nowego typu – wyeliminowanie słabości współczesnych demokracji, stworzenie systemu rządów opartego na równorzędności stosunków pomiędzy rządzonymi i rządzącymi, zwiększeniu uczestnictwa obywateli w sprawowaniu rządów, a przede wszystkim transparentności władzy². Andrew L. Shapiro

¹ R. Kling, *The Internet for Sociologists*, „Contemporary Sociology”, 1997, nr 26 (4), s. 434–444.

² B.R. Barber, *Three Scenarios for the Future Technology and Strong Democracy*, „Political Science Quarterly”, 1998–1999, nr 113 (4), s. 581–582; M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003; R.K. Moore, *Democracy*

ogłosił entuzjastyczną tezę o „rewolucji kontroli” (*control revolution*) – wskazywał, że dzięki potencjałowi komunikacyjnemu Internetu władza się rozprasza i przekazywana jest od elit do „końcowych użytkowników”, czyli obywateli³. Internet pozwala przeciwstawić się władzy, umożliwia agregację i mobilizowanie podobnie myślących, wspomaga tworzenie i dystrybucję niezależnej od władzy informacji, daje obywatelom poczucie mocy, słowem – istotnie narusza dotychczasową asymetrię sił pomiędzy władzą państwową a obywatelami⁴. Wielu badaczy wyraża obawy, że istnieją trwałe tendencje do monopolizacji każdego medium masowego przez elity rządzące ze względu na fakt, że media te stanowią istotne źródło dochodów oraz władzy; to w początkach istnienia nowożytnej demokracji środki masowego przekazu nazwano czwartą władzą⁵. Wszystkie media masowe podlegają – w jakimś stopniu – kontroli, nawet w systemie demokratycznym⁶. Koncepcję dotyczącą uzależniania i stopniowego zagarniania środków masowego przekazu przez elity władzy rozwinęto na gruncie ekonomii neoklasycznej⁷. Wraz z rozwojem różnych sposobów zapisu i rozpowszechniania myśli wykształciła się w społeczeństwach europejskich cenzura – praktyka kontrolowania i ograniczania informacji. Oznacza ona systematyczną kontrolę treści masowego medium komunikacyjnego za pomocą środków prawnych, administracyjnych, finansowych, kulturowych lub przemocy fizycznej. Na ogół współistnieje i jest wspomagana przez system propagandy; zazwyczaj cenzury dokonują rządzący lub elity polityczne, mogą też jej dokonywać inne podmioty. Cechą konstytutywną pojęcia cenzury jest sformułowanie *systematyczna* – na jego podstawie orzekamy, czy mamy do czynienia z cenzurą⁸. W literaturze przedmiotu istnieją dwa sposoby rozumienia pojęcia cenzury – wąskie

and cyberspace, [w:] B.N. Hague, B.D. Loader (eds.), *Digital Democracy. Discourse and Decision Making in the Information Age*, Routledge, Londyn, Nowy Jork 1999; A. Rothert, *Technopolis. Wirtualne sieci polityczne*, Warszawa 2003, s. 22.

³ A.L. Shapiro, *The Control Revolution*, Nowy Jork 1999, s. 13.

⁴ P. Gulda, *Internet w stosunkach między władzą a obywatelami*, [w:] P. Żuk (red.), *Media i władza*, Warszawa 2006, s. 280–293.

⁵ Pojęcie czwartej władzy wprowadził szkocki pisarz i historyk Tomasz Carlyle nawiązując do wypowiedzi Edmunda Burke’a podczas debaty parlamentarnej w Izbie Gmin w 1787 roku: J. Schultz, *Reviving the fourth estate*, Cambridge 1998, s. 49.

⁶ T. Goban-Klas, *Granice wolności mediów*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Warszawa 2008, s. 411.

⁷ M.E. Price, *Television: The Public Sphere and National Identity*, Nowy Jork 1995.

⁸ K.H. Youm, *Hasło: Freedom of the Press*, [w:] *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, N.J. Smelser, P.B. Baltes (eds.), Amsterdam 2001, s. 5775.

i szerokie. W węższym rozumieniu pojęcie to oznacza wyłącznie działania instytucji państwowych, natomiast rozumienie szersze – przyjęte na potrzeby niniejszego artykułu – obejmuje każde ograniczenie wolności słowa, niezależnie od podmiotu, który go dokonuje⁹.

Słowo *cenzura* pochodzi z sanskrytu, w którym oznaczało ‘wylizować, odczytywać listę, ogłaszać, oznajmiać, zawiadamiać’; zaadaptowano je w postaci łacińskiego *ensēre* w znaczeniu ‘oceniać, szacować’ lub ‘osądzać’. W starożytnym Rzymie, od 443 roku p.n.e., funkcjonował obieralny i kadencyjny urząd cenzora (*ensor*). Cenzor odpowiedzialny był za wykonywanie spisów ludności, szacowanie majątku obywateli oraz czuwanie nad ładem moralnym i obyczajowym (tzw. *regimen morum*)¹⁰. Cenzurę można określić mianem prawdy selektywnej. Jest to zjawisko odmienne od kłamstwa, bowiem kłamstwo wprowadza w błąd poprzez kreowanie fałszywych faktów. Natomiast prawda selektywna jest bardziej subtelna, polega na manipulowaniu kontekstem informacji oraz odpowiednio dobranymi i uporządkowanymi prawdami cząstkowymi¹¹. W teorii demokracji przyjmuje się powszechnie, że pojęciem korelatywnym dla pojęcia cenzury jest pojęcie wolności słowa¹².

W literaturze przedmiotu spotyka się rozmaite typologie cenzury. Najczęściej rozróżnia się **cenzurę prewencyjną** i **cenzurę post facto**¹³. Cenzura prewencyjna (uprzednia) oznacza ingerowanie w informację przed jej upowszechnieniem (*formal prepublication review*). Krytyczne dane są eliminowane, zanim zostaną udostępnione odbiorcom¹⁴. Jest to bardzo skuteczny sposób ograniczania wolności ekspresji, jednak ze względu na liczbę wytwarzanych we współczesnych społeczeństwach informacji, ta forma kontroli wolności słowa jest niemal niemożliwa do wdrożenia. Cenzura prewencyjna może być jednak stosowana efektywnie w odniesieniu do informacji z wąskich tematycznie obszarów. Ma ona swoją długą

⁹ C. Munro, Hasło: *Censorship*, [w:] *The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions*, V. Bogdanor (ed.), Oxford 1987, s. 78.

¹⁰ *The Encyclopedia of Censorship*, J. Green (ed.), Nowy Jork, Oxford, Sydney 1990, s. 7.

¹¹ T. Strzyżewski, *Matrix czy prawda selektywna. Antycenzorskie retrospekcje*, Wrocław 2006, s. 16–17.

¹² C. Munro, *Censorship*, [w:] *The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions*, V. Bogdanor (ed.), Oxford 1987, s. 78.

¹³ H.J. Abraham, *Censorship*, [w:] *International Encyclopedia of the Social Sciences*, W.A. Darity (ed.), Nowy Jork 1968, s. 356.

¹⁴ G.T. Marx, hasło: *Censorship and Secrecy: Legal Perspectives*, [w:] *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, N.J. Smelser, P.B. Baltes (eds.), Amsterdam 2001, s. 1584–1585.

tradycję, praktykowano ją już w starożytności. Współcześnie korzysta się z niej doraźnie i wówczas motywuje się jej użycie zagrożeniem ładu społecznego, tzw. *clear and present danger*. W Stanach Zjednoczonych zasada ta została na gruncie prawa sformułowana w 1919 roku przez Sąd Najwyższy. Jest to usprawiedliwienie zakazu rozpowszechniania publikacji, jeśli państwo uzna je za niebezpieczne¹⁵. Amerykański system prawny przewiduje również możliwość utajniania przez państwo informacji. Tę kwestię reguluje prezydencki *Dekret 13526 o tajnych informacjach bezpieczeństwa narodowego* z 2009 roku¹⁶. Utajnienie informacji jest szczególnym rodzajem cenzury prewencyjnej, ponieważ podmiot rozpowszechniający naraża się nie tylko na wycofanie publikacji z obiegu, ale również na sankcje z zakresu prawa karnego. Istnieją również dwa inne sposoby dokonywania cenzury prewencyjnej: zmonopolizowanie kanałów przekazu przez rządzących, a także licencjonowanie i rejestracja kanałów przekazu lub jednostek zajmujących się obrotem informacji (redaktorów, dziennikarzy)¹⁷. Natomiast cenzura *post facto* obejmuje działania podejmowane po opublikowaniu informacji. Jej istotą jest negatywne sankcjonowanie podmiotów rozpowszechniających niedozwoloną informację. W państwach demokratycznych największe możliwości ograniczania treści prezentowanych w mediach zapewniają uregulowania dotyczące tajemnicy państwowej¹⁸. Kryterium sposobu dokonywania cenzury pozwala wyodrębnić **cenzurę bezpośrednią i pośrednią**. W pierwszym przypadku mamy do czynienia z jawną ingerencją w treść przekazu lub z jego blokowaniem. W przypadku cenzury pośredniej na przekaz wpływa się za pomocą miękkich technik oddziaływania – przykładem mogłoby być subsydiowanie prasy¹⁹. Tego typu cenzurę T. Goban-Klas nazywa pozacenzuralnymi

¹⁵ T. Goban-Klas, *Granice wolności mediów*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Warszawa 2008, s. 412, 414.

¹⁶ *Executive Order – Classified National Security Information*, <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/executive-order-classified-national-security-information>, 01.09.2011.

¹⁷ G.T. Marx, *Censorship and Secrecy: Legal Perspectives*, [w:] *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, N.J. Smelser, P.B. Baltes (eds.), Amsterdam 2001, s. 1584–1585; K.H. Youm, *Freedom of the Press*, [w:] *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Elsevier Science, N.J. Smelser, P.B. Baltes (eds.), Amsterdam 2001, s. 5776.

¹⁸ T. Goban-Klas, *Granice wolności mediów...*, s. 419.

¹⁹ K.H. Youm, *Freedom of the Press...*, s. 5776. Niektórzy badacze wskazują, że zjawisko to nosi znamiona cenzury, jednak doświadczenia szwedzkie wykazały, że istnieje nikła zależność pomiędzy subsydiowaniem prasy przez rząd, a niechęcią do jego krytykowania przez tę prasę.

formami kontroli mediów. Wskazuje, że są one zazwyczaj skuteczniejsze i w większym stopniu niż cenzura bezpośrednia obecne w państwach demokratycznych. Typowymi jej przejawami są naciski zorganizowanych grup (politycznych, wyznaniowych, kulturalnych) mające się prezentować jako spontaniczne oburzenie, lecz faktycznie będące zorganizowaną, uporządkowaną akcją. Może także przyjmować formę uzależniania mediów poprzez reklamodawców – szantażowanie wycofaniem drogich reklam. Tę drogę przyjmują najczęściej wielkie korporacje²⁰. Rolę cenzury pośredniej odgrywają często przepisy dotyczące zniesławienia (*libel law*); badacze zauważają, że około 2/3 pozwów do sądów z tego tytułu dotyczy mediów masowych²¹.

Z punktu widzenia potrzeb analizy zjawiska cenzury w Internecie najbardziej adekwatne wydaje się kryterium podmiotowe klasyfikacji cenzury. Według tego kryterium można wyróżnić **cenzurę publiczną i prywatną (państwową i pozapaństwową)**²². W pierwszym przypadku podmiotem dokonującym ingerencji w informację dystrybuowaną przez środki komunikowania masowego są instytucje państwowe w postaci specjalnie powołanych do tego wyspecjalizowanych organów lub instytucji sądowych i organów ścigania. W Polskiej Rzeczpospolitej Ludowej instytucją dokonującą cenzury wstępnej był Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk funkcjonujący od 1945 do 1990 roku²³. Cenzury drugiego typu dokonują podmioty prywatne: podmioty drugiego sektora – firmy, podmioty trzeciego sektora – stowarzyszenia oraz jednostki. Można wyróżnić trzy grupy tych podmiotów: dystrybutorów informacji dokonujących cenzury, twórców informacji dokonujących cenzury oraz odbiorców informacji dokonujących cenzury. Ze względu na podmiot dokonujący cenzury istotne jest także rozróżnienie między ingerencją w treści dokonywaną z zewnątrz (przez instytucję państwa, grupy społeczne, inne jednostki, etc.) a sytuacją, w której jednostka sama dokonuje ograniczenia swoich wypowiedzi w kanałach masowego przekazu z obawy przed możliwymi sankcjami prawnymi, politycznymi, społecznymi lub finansowymi. Takie zjawisko możemy nazwać **autocenzurą**.

²⁰ T. Goban-Klas, *Granice wolności mediów...*, s. 419.

²¹ K.H. Youm, *Hasło: Freedom of the Press...*, s. 5777.

²² H.J. Abraham, *Censorship...*, s. 356.

²³ T. Goban-Klas, *Granice wolności mediów...*, s. 417–418.

Metody ograniczania wolności słowa w Internecie

Szacuje się, że około jednej czwartej populacji internautów (25,3 proc., 1,72 miliarda) na całym świecie podlega jakimś formom cenzury²⁴. Cenzura Internetu jest przede wszystkim praktykowana przez państwa totalitarne i autorytarne, jednak niektóre formy ograniczania wolności słowa występują również w demokracjach. Doroczny raport Reporterów Bez Granic (*Reporters Sans Frontiers, Reporters Without Borders*) dotyczący cenzury Internetu wymienia dwie kategorie krajów. Pierwszą kategorię nazywa wrogami Internetu, zaliczając do nich reżimy niedemokratyczne: Arabię Saudyjską, Birmę, Chiny, Egipt, Iran, Koreę Północną, Kubę, Syrię, Tunezję, Turkmenistan, Uzbekistan i Wietnam). Druga kategoria to kraje, w których społeczeństwa są nadzorowane (*under surveillance*), zaliczono do nich w 2010 roku także niektóre państwa uznawane za demokratyczne; społeczeństwa nadzorowane znajdują się w Australii, Bahrajnie, Białorusi, Erytrei, Korei Południowej, Malezji, Rosji, Sri Lance, Tajlandii, Turcji oraz Zjednoczonych Emiratach Arabskich²⁵. Organizacja Reporterzy Bez Granic stosuje od 2002 roku Indeks Wolności Prasy (*Press Freedom Index*), przy tworzeniu którego cztery spośród 43 wskaźników poświęca Internetowi: stopień kontroli dostawców Internetu pośrednio lub bezpośrednio przez władze, odnotowane przypadki blokowania dostępu do stron lub interwencji w mechanizmy filtrowania w Internecie, przypadki zatrzymań twórców informacji w Internecie (bloggerów, niezależnych dziennikarzy) oraz występowanie ataków lub kampanii dezinformacyjnych w stosunku do stron niezależnych i blogów²⁶.

²⁴ A. Lupetti, *Internet Censorship Report*, <http://woorkup.com/2010/06/27/internet-censorship-report/>, 07.2011.

²⁵ *Enemies of the Internet – Countries Under Surveillance*, Reporterzy Bez Granic, http://en.rsf.org/IMG/pdf/Internet_enemies.pdf, dostęp: lipiec 2011, s. 4, 39–62.

²⁶ Indeks Wolności Prasy (*Press Freedom Index*) mierzony jest na skali od 0 do 100, wartość najniższa oznacza najwyższą wolność prasy, a najwyższa – całkowite ograniczenie tej wolności. Indeks tworzony jest przez organizacje zrzeszone i korespondentów, obejmuje 178 państw świata. Indeks ten opiera się na subiektywnych odczuciach badaczy, dlatego mogą występować znaczne różnice w corocznych pomiarach. W ciągu ośmiu lat prowadzenia pomiarów średnia wyniosła 10,34 punktu; najlepszy wynik Polska uzyskała w 2003 roku (6,17 pkt.), najgorszy – w 2007 roku (18,50). W 2010 roku Polska uzyskała 8,88 pkt. Sytuację w Polsce uważa się za „satysfakcjonującą” pod względem wolności mediów. Reporters Without Borders, *Europe Falls From Its Pedestal, No Respite in the Dictatorships*, <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2010,1034.html>, 07.2011; Reporterzy Bez Granic, *Questionnaire for Compiling the 2010 Press Freedom Index*, http://en.rsf.org/IMG/pdf/cm_questionnaire_2010_gb.pdf, 07.2011.

Najbardziej rozpowszechnioną formą cenzury w Internecie jest cenzura instytucjonalna – państwowa²⁷. Dokonuje się ona poprzez bezpośrednią ingerencję instytucji państwa w Internet, jak również ingerencję pośrednią – z użyciem rozmaitych sankcji. Obejmuje zarówno cenzurę prewencyjną, jak i cenzurę *post facto*. Analiza przypadków cenzury w Internecie pozwala na stworzenie klasyfikacji obejmującej następujące formy cenzury: 1) techniczne ograniczanie dostępu do Internetu (polegające na całkowitym lub częściowym zablokowaniu dostępu do Internetu); 2) penalizacja korzystania z określonych internetowych usług lub kanałów przekazu oraz zakaz rozpowszechniania określonych treści; 3) tworzenie finansowych, biurokratycznych i polityczno-społecznych barier dostępu do Internetu (poprzez wymóg rejestracji treści zamieszczanych przez użytkowników, zawyżanie cen dostępu do Internetu, a także działania pozaprawne – włamania na strony internetowe i blokowanie lub kasowanie ich treści oraz zastraszanie aktywnych użytkowników Internetu – blogerów, niezależnych dziennikarzy). Należy podkreślić, że cenzura w Internecie ma charakter przede wszystkim techniczny, znacznie mniejszą rolę odgrywają ograniczenia prawne oraz bariery finansowe, biurokratyczne i polityczno-społeczne oraz działania bezprawne, jak na przykład zastraszanie.

Spośród technicznych sposobów ograniczania dostępu do Internetu najmniejszych nakładów wymaga **całkowite zablokowanie dostępu do Internetu**. Jest to forma cenzury o najwyższym natężeniu²⁸. Najgłośniejszym tego typu przypadkiem było odcięcie dostępu do egipskiego Internetu przez Muhammada Hosni Saida Mubaraka w czasie osiemnastodniowych protestów Egipcjan rozpoczętych Dniem Gniewu na przełomie stycznia i lutego 2011 roku przeciwko sytuacji społecznej i politycznej w kraju. Internet został odcięty na pięć dni, począwszy od 26 stycznia 2011 roku. Całkowite odcięcie dostępu do Internetu okazało się nieskuteczne, bowiem Egipcjanie użyli alternatywnych, starszych, niewymagających pod względem technicznym kanałów przekazu – Sieci 1.0²⁹. Podobną tak-

²⁷ Porównaj: *Press Freedom on the Internet*, materiały zaprezentowane na *A Groundbreaking Conference Examining Issues of Press Freedom in the Internet Age*, 26–28 czerwca 2003, Nowy Jork, <http://www.wpfc.org/site/docs/pdf/Publications/Working%20Papers-Conf%20Booklet.pdf>, 07.2011, s. 1–39.

²⁸ K.H. Youm, hasło: *Freedom of the Press...*, s. 5775.

²⁹ E. Rauhalam, *Did Egypt Really 'Shut Off' the Internet?*, „Time NewsFeed”, <http://news.feed.time.com/2011/01/28/did-egypt-really-shut-off-the-internet>, 28.01.2011; R. Singel, *Egypt Shut Down Its Net With a Series of Phone Calls*, „Threat Level. Privacy, Crime And Security Online”, <http://www.wired.com/threatlevel/2011/01/egypt-isp-shutdown/>,

tyką posłużył się rząd chiński w czerwcu 2009 roku, odcinając dostęp do Internetu autonomicznemu regionowi Xinjiang w północno-zachodnich Chinach³⁰. Analogiczny sposób postępowania wobec społeczeństwa stosuje Erytrea, gdzie całkowicie odcina się dostęp do Internetu w sytuacjach zaburzeń ładu politycznego. Przypadki takie odnotowano także w Syrii – w trwających od marca zmaganiach, rząd zdecydował się 3 czerwca 2011 roku na odcięcie wszystkich usług internetowych³¹. Tymczasowe blokowanie dostępu do sieci może przerodzić się w stan permanentnego oddzielenia danej sieci od ogólnoswiatowego Internetu. Takie tendencje występują w Korei Północnej. Jest ona praktycznie odcięta od Internetu, dostęp do niego mają poprzez łącza satelitarne tylko wysocy rangą uprzywilejowani urzędnicy. Na potrzeby studentów funkcjonuje Intranet, odcięty jednak od ogólnoswiatowej sieci. Korea Północna nie wykorzystuje połączeń z ogólnoswiatowym Internetem – pomimo że ICANN³² asygnowała dla tego kraju kilkadziesiąt adresów IP i domenę .kp, to nie jest ona używana, nawet hosting strony rządowej Korei odbywa się na serwerze jednej z amerykańskich firm. Z analogiczną sytuacją mamy do czynienia na Kubie, gdzie istnieją równoległe dwie sieci: pierwsza z nich to niewielki, kubański (znajdujący się w domenie .ca) i składający się z nielicznych stron rządowych oraz internetowej encyklopedii Intranet, a druga to ogólnoswiatowy Internet. Dostęp do ogólnoswiatowej sieci możliwy jest na terenie zaledwie kilku hoteli (poprzez sieć bezprzewodową) oraz dla niektórych zaufanych funkcjonariuszy systemu. Podobna sytuacja dotyczy także Chin – chiński Internet jest fizycznie częściowo odcięty od reszty świata; funkcjonuje system przekierowań, który utrudnia użytkownikom korzystanie z zasobów zewnętrznych³³. Tego typu zjawisko określa

28.01.2011; R. Szpunar, *Egipt blokuje Internet, aktywiści szukają alternatyw*, „IDG News Service”, <http://www.idg.pl/news/366773/egipt.blokuje.internet.aktywisci.szukaja.alternatyw.html>, 31.01.2011; W. Szpunar, *Mubarak odszedł. Ile było w tym Facebooka?*, „IDG News Service”, <http://www.idg.pl/news/367157/mubarak.odszedl.ile.bylo.w.tym.facebooka.html>, 14.02.2011.

³⁰ R. Heacock, *China shuts down Internet in Xinjiang region after riots*, „OpenNet Initiative”, <http://opennet.net/blog/2009/07/china-shuts-down-internet-xinjiang-region-after-riots>, dostęp: 06.07.2009.

³¹ M. Chrobot, *Syria kolejnym krajem „wolnym od Internetu”*, „Komputer Świat”, <http://www.komputerswiat.pl/novosci/wydarzenia/2011/22/syria-kolejnym-krajem-wolnym-od-internetu-internet!po-prostu-wyciagnieto-wtyczke.aspx>, 04.06.2011.

³² *The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* – Internetowa Korporacja ds. Nadawania Nazw i Numerów zajmująca się przyznawaniem nazw domen internetowych.

³³ Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet – Countries Under Surveillance*, http://en.rsf.org/IMG/pdf/Internet_enemies.pdf, 07.2011, s. 11, 13, 22, 45.

się w literaturze przedmiotu mianem splinternetu (ang. *splinter* – ‘rozszczepiać, rozłupywać’), a więc Internetu podzielonego pod względem technicznym, politycznym lub społecznym. W tym kontekście używa się także określenia wirtualnej kontrrewolucji lub bałkanizacji Internetu³⁴. Jako przyczynę takiego podziału wskazuje się na ogół czynniki kulturowe, przede wszystkim niedostosowanie, w przeważającym stopniu anglojęzycznego Internetu, do potrzeb użytkowników używających alfabetów innych niż łaćński, przede wszystkim pisma chińskiego, w mniejszym stopniu alfabetu arabskiego oraz cyrylicy³⁵. Potrzeby te to przede wszystkim zapisy nazw domen w wymienionych językach oraz brak znajomości przeważającego w Internecie języka angielskiego (87 proc. informacji zawartej w Internecie zostało zapisane w tym języku), a także zróżnicowane potrzeby techniczne oraz odmienne style użytkowania usług internetowych. Kraje takie jak Arabia Saudyjska, Bahrajn, Katar, Kuwejt i Zjednoczone Emiraty Arabskie opracowały eksperymentalne sieci niedostępne przez ogólnosiwiatowy Internet³⁶. Na przykład Chiny oraz członkowie Ligi Państw Arabskich, a także Turcja utworzyły swoje własne domeny internetowe, których nazwy zapisywane są w alfabetach narodowych, przez co sieci te nie są dostępne dla przeciętnego europejskiego użytkownika. Podziały kulturowe są często tylko pretekstem – jak w wyżej opisanych przypadkach. Decydującą rolę odgrywają względy polityczne i ideologiczne. Jednakże, niezależnie od przyczyn podziału Internetu na mniejsze części, jednym z jego skutków jest utrata jednej z ważnych cech Internetu – transgraniczności. Efektem rozwoju tego zjawiska może być bałkanizacja całkowita, polegająca na podziale Internetu na odizolowane od siebie, zupełnie niezależne i wzajemnie niedostępne sieci. Techniczne ograniczanie dostępu do Internetu może polegać także na **blokowaniu kanałów przekazu, pojedynczych stron internetowych (konkretnych adresów), a także manipulowaniu słowami kluczowymi internetowych wyszukiwarek**. Taka forma cenzury ma bardziej subtelny

³⁴ *A virtual counter-revolution*, „The Economist”, <http://www.economist.com/node/16941635>, 02.09.2010; R. Cichowlas, *Bałkanizacja Internetu*, „Gazeta.pl”, http://www.kapitalizm.org/?action=show_article&art_id=472, 11.10.2011.

³⁵ D. Kulbaka, *Internet może się rozpaść na mniejsze sieci?*, „Webinside.pl”, <http://webmade.org/wiadomosci/rozlam-internetu-onz.php>, 12.10.2006. Wskazuje się także na politykę Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej w zakresie administrowania siecią jako przyczynę możliwego rozpadu Internetu: S. Butler, *The Evolution of Internet Interconnections*, <http://www.2sparrows.org/Sean/rit/final%20thesis.pdf>, 2000, s. 49 i nast.

³⁶ A. Mitraszewska, *Jak zapobiec bałkanizacji sieci*, „Gazeta.pl”, <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,33211,3125403.html>, 22.01.2006.

charakter, jest mniej dostrzegalna i przez to stwarza większe możliwości do nadużyć ze strony państw. Jest ona nazywana cenzurą selektywną lub częściową (*selective*)³⁷. Tego typu ograniczeń wolności słowa używają nie tylko państwa totalitarne i autorytarne, lecz także demokratyczne. Takie ograniczanie wolności słowa w Internecie może odbywać się na trzy sposoby³⁸. Pierwsza z metod polega na uniemożliwieniu korzystania użytkownikom z wybranych kanałów internetowej komunikacji (na przykład z mikroblogów). Drugi sposób jest o wiele mniej zauważalny dla użytkowników – blokowane są pojedyncze strony internetowe lub fora dyskusyjne. Trzeci sposób jest niemal niewidoczny dla użytkownika i polega na takim filtrowaniu określonych haseł i słów kluczowych, w efekcie którego użytkownik nie otrzymuje w wynikach wyszukiwania żadnych danych na interesujący go temat lub uzyskuje nieadekwatne, spreparowane przez cenzorów.

Blokowanie kanałów internetowej komunikacji stosują w głównej mierze reżimy totalitarne i autorytarne. Działania takie polegają na uniemożliwieniu korzystania z określonego kanału komunikacji internetowej. Najczęściej blokowane są tak zwane serwisy społecznościowe oraz inne kanały komunikacji klasyfikowane jako Sieć 2.0, rzadziej fora internetowe. Wybór kanałów komunikowania nie jest przypadkowy – niektórych kanałów, a w szczególności mikroblogów oraz serwisów społecznościowych reżimy niedemokratyczne obawiają się ze względu na ich duży potencjał więziotwórczy i komunikacyjny. Irańskie protesty wywołane reelekcją Mahmouda Ahmadinejada zyskały swój niezwykle duży potencjał mobilizacyjny właśnie dzięki tym kanałom komunikacji; wydarzenia te określane są w świecie arabskim mianem „twitterowej rewolucji”. Tego typu blokady zastosował także rząd egipski podczas protestów w Egipcie w styczniu 2011 roku. Zablokowane wówczas zostały: mikroblog Twitter, portal społecznościowy Facebook oraz usługa poczty elektronicznej dostępna przez strony www – Hotmail, co miało utrudnić lub nawet uniemożliwić – w zamysle władz – sprawną mobilizację uczestników

³⁷ K.H. Youm, *Freedom of the Press...*, s. 5775.

³⁸ W literaturze przedmiotu najczęściej stosuje się techniczną klasyfikację sposobów blokowania treści i kanałów komunikacyjnych w Internecie (wyróżnia się najczęściej: blokowanie adresów IP, filtrowanie DNS i przekierowania, filtrowanie adresów URL, filtrowanie pakietów, resetowanie połączeń), jednak z punktu widzenia celów analizy postawionych w niniejszym artykule takie porządkowanie zjawisk uznano za nieprzydatne, proponując własne. Global Internet Freedom Consortium (GIFC), *Internet Censorship: Overview of Advanced Technologies and Products*, http://www.internetfreedom.org/.../Defeat_Internet_Censorship_White_Paper.pdf, 21.10.2007, s. 3–4.

protestów³⁹. W Chinach cyklicznie zdarzają się blokady określonych usług, głównie masowe odcinanie dostępu do wszystkich czatów i forów dyskusyjnych, zazwyczaj w czasie rocznie rozmaitych wydarzeń politycznych i społecznych, które potencjalnie mogą zmobilizować do działania przeciwników systemu. Rząd chiński może w łatwy sposób kontrolować i blokować zamieszczane w chińskim Internecie treści. Udało się to uzyskać w wyniku wdrożenia w 2000 roku projektu Złota Tarcza (potocznie zwanego Wielką Chińską Ścianą Ogniwą, *The Great Firewall of China*)⁴⁰. Złota Tarcza uważana jest za najlepiej rozwinięty na świecie państwowy system blokowania i nadzoru sieci Internet. Sporadycznie zjawisko blokowania internetowych kanałów przekazu zdarza się w demokracjach. Na przykład niemiecka sieć telefoniczna T-Mobile ogłosiła zablokowanie usługi Skype, grożąc klientom, którzy spróbują z niej korzystać, zerwaniem umowy⁴¹. Jednak działanie to nie miało podłoża politycznego, lecz było podyktowane chęcią operatora do osiągnięcia wyższych zysków. Jednym ze sposobów ograniczania dostępu do niektórych usług, szczególnie usług Sieci 2.0, wymagającej większej przepustowości łączy, jest obniżanie przez rządy szybkości łączy internetowych. Taka sytuacja miała miejsce w Iranie, gdzie obniżono szybkości łączy internetowego do zaledwie 256 kbit/s⁴².

Częściej stosowanym zabiegiem jest **blokowanie stron internetowych**. W przypadku takich zabiegów użytkownikom trudniej rozpoznać manipulację ze strony władzy. Pierwsze przypadki blokowania dotyczą

³⁹ E. Rauhalam, *Did Egypt Really 'Shut Off' the Internet?*, „Time NewsFeed”, <http://news.feed.time.com/2011/01/28/did-egypt-really-shut-off-the-internet/>, 28.01.2011; R. Singel, *Egypt Shut Down Its Net With a Series of Phone Calls*, „Threat Level. Privacy, Crime And Security Online”, <http://www.wired.com/threatlevel/2011/01/egypt-isp-shutdown/>, 28.01.2011; R. Szpunar, *Egipt blokuje Internet, aktywiści szukają alternatyw*, „IDG News Service”, <http://www.idg.pl/news/366773/egipt.blokuje.internet.aktywisci.szukaja.alternatyw.html>, 31.01.2011; W. Szpunar, *Mubarak odszedł. Ile było w tym Facebooka?*, „IDG News Service”, <http://www.idg.pl/news/367157/mubarak.odszedl.ile.bylo.w.tym.facebooka.html>, 14.02.2011.

⁴⁰ Potoczna nazwa Złotej Tarczy – Wielka Chińska Ściana Ogniwą pochodzi od skojarzenia urządzenia nazywanego *Firewall* (zapora lub ściana ogniowa) stanowiącego rodzaj systemu obronnego dla sieci i systemów komputerowych z Wielkim Murem Chińskim. Więcej na temat tego projektu: G. Walton, *China's Golden Shield. Corporations and the Development of Surveillance Technology in the People's Republic of China*, http://www.dd-rd.ca/site/_PDF/publications/globalization/CGS_ENG.PDF, 2011.

⁴¹ *T-Mobile blokuje Skype'a*, http://tech.wp.pl/kat,1009781,title,T-Mobile-blokujeSkypea,wid,11008032,wiadomosc.html?ticaid=180ce&_tictsrn=5, 03.04.2009.

⁴² P. Drabik, *Cenzura w Internecie – tak to wygląda na świecie*, „Wiadomości24.pl”, http://www.wiadomosci24.pl/artukul/cenzura_w_internecie_tak_to_wyglada_na_swiecie_124081-2-1-d.html, 07.2011.

Chin i zaistniały pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Obecnie blokowane są między innymi serwisy Voice of America i BBC News. Blokowane są także setki tysięcy stron internetowych należących do rządowej opozycji⁴³. W Arabii Saudyjskiej zablokowano dotąd około pół miliona stron internetowych dotyczących religii oraz praw człowieka, w Turcji – blisko cztery tysiące. Z kolei w Syrii blokowane są strony pornograficzne, kurdyjskie oraz izraelskie⁴⁴. Analogiczne praktyki stosują Zjednoczone Emiraty Arabskie oraz Egipt. Irańscy internauci nie mają dostępu do wielu serwisów, między innymi Amazon.com i IMDB.com⁴⁵. Zdarzają się także przypadki blokowania pojedynczych stron. Na przykład w Turcji zablokowano serwis YouTube w maju 2008 roku wskutek rozpowszechniania przez ten kanał materiałów obrażających Mustafę Kemala Atatürka. Z kolei w Rosji zablokowano stronę Partii Narodowych Bolszewików (Nazbol.ru). W grudniu 2009 roku odcięta została czasowo strona rosyjskiego Ruchu Solidarność (www.rusolidarnost.ru)⁴⁶. Na mocy prawa ustanowionego w 2008 roku australijski rząd przekazał swojej agencji Australian Communications and Media Authority (ACMA) pieczę nad treściami znajdującymi się w Internecie. Prowadzona jest konsekwentna polityka blokowania stron „na rzecz poprawy bezpieczeństwa w Internecie dla rodziny”⁴⁷. Cenzurowane są informacje na temat dobrowolnej eutanazji, gry wideo (blokowane są strony z grami *online flash* oraz możliwość zakupu gier o zbyt dużej skali przemocy), a także inne treści. Prowadzony jest rejestr zakazanych stron⁴⁸. Najczęstszym argumentem przemawiającym za blokowaniem poszczególnych stron internetowych jest hasło walki z terroryzmem. Podobnymi uzasadnieniami posługują się politycy europejscy. Komisarz sprawiedliwości i bezpieczeństwa Unii Europejskiej Franco Frattini w 2007 roku wezwał dostawców usług internetowych, by blokowali dostęp do stron, które uczą, jak konstruować

⁴³ Ze względu na liczbę stron internetowych i blogów blokowanych przez chiński rząd utworzono wyszukiwarki tych zablokowanych. Dzięki stronie <http://www.greatfirewall.biz/> można sprawdzić, czy dana strona jest w Chinach blokowana. Patrz także: Global Internet Freedom Consortium (GIFC), *Defeat Internet Censorship: Overview of Advanced Technologies and Products...*; P. Drabik, *Cenzura w Internecie – tak to wygląda na świecie*, „Wiadomości24.pl”, http://www.wiadomosci24.pl/artypk/cenzura_w_internecie_tak_to_wyglada_na_swiecie_124081-2--1-d.html, 07.2011.

⁴⁴ Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet – Countries Under Surveillance*, http://en.rsf.org/IMG/pdf/Internet_enemies.pdf, 07.2011, s. 24, 26, 58.

⁴⁵ P. Drabik, *Cenzura w Internecie...*

⁴⁶ Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet...*, s. 5, 49, 58.

⁴⁷ P. Drabik, *Cenzura w Internecie...*

⁴⁸ Tamże.

bomby, a w Wielkiej Brytanii minister spraw wewnętrznych Jacqui Smith wezwała do zwalczania stron terrorystycznych⁴⁹.

Najtrudniejszym do wykrycia sposobem cenzurowania treści zamieszczanych w Internecie jest **zjawisko manipulowania słowami kluczowymi internetowych wyszukiwarek**. Ocenzurowane w ten sposób treści istnieją, nie są blokowane, lecz wyniki wyszukiwarek nie pokazują ich. Użytkownik, który nie zna ich adresu, nie może w żaden sposób zapoznać się z ich treścią⁵⁰. Tego typu cenzurę rozwija Chińska Republika Ludowa. Liczne słowa kluczowe, wyszukiwane w chińskim Internecie, nie zwracają żadnych wyników lub zwracają niewłaściwe. Niektóre ze słów blokowane przez władze Chin to: demokracja, prawa człowieka, dyktatura, despotyzm, antykomunizm, bandyci komunistyczni, genocyd, czerwony terror, Dalai Lama, Tiananmen⁵¹. Analogiczne rozwiązania techniczne stosuje Iran⁵². Eksperci uważają, że technologie cenzury Internetu proliferują pomiędzy krajami niedemokratycznymi. Za głównego ich eksportera uważa się Chiny, które zaopatrują w oprogramowanie między innymi Białoruś, Kubę i Zimbabwe⁵³. Za główną przyczynę takiego stanu rzeczy uważa się jednak współpracę pomiędzy chińskim rządem a amerykańskimi koncernami, które sprzedając ChRL nowoczesne technologie, umożliwiają rozwijanie coraz skuteczniejszych narzędzi cenzorskich. Tego rodzaju zarzuty stawia się od lat między innymi firmie Cisco Systems. Najnowsze oskarżenia pojawiły się w sierpniu 2011 roku. Wysunięte zostały przez pełnomocnika chińskiego dysydenta Du Daobina. Powód zarzucza korporacji współudział w tworzeniu systemu Złota Tarcza. Radca prawny firmy odpiera te zarzuty, twierdząc, że urządzenia sprzedawane przez Cisco do Chin w żaden sposób nie różnią się od tych, które oferowane są klientom w innych krajach⁵⁴.

⁴⁹ P. Kościński, *Czy w Internecie grozi nam cenzura*, „Rzeczpospolita”, <http://www.rp.pl/artukul/153063.html>, 24.06.2008.

⁵⁰ J. Zittrain, B. Edelman, *Empirical Analysis of Internet Filtering in China*, <http://cyber.law.harvard.edu/filtering/china>, 20.03.2003.

⁵¹ Zainteresowany Czytelnik może się zapoznać z obszerniejszą, aczkolwiek nieenumeratywną listą słów filtrowanych przez system chińskiej internetowej cenzury pod adresem: *List of blacklisted keywords discovered by ConceptDoppler*, [w:] <http://www.conceptdoppler.org/badwords.html>, 19.09.2007.

⁵² Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet...*, s. 18.

⁵³ C. Voeux, J. Pain, *Going Online in Cuba: Internet Under Surveillance*, http://www.rsf.org/IMG/pdf/rapport_gb_md_1.pdf, 07–08.10.2006, s. 1–6.

⁵⁴ J. Moe, *Suit says Cisco is helping China commit crimes*, <http://marketplace.publicradio.org/display/web/2011/08/29/tech-report-lawsuit-says-cisco-helping-china-commit-crimes>, 01.09.2011.

Rozpowszechnionym sposobem cenzurowania Internetu przez państwa jest **penalizacja używania określonych form internetowej komunikacji**. Z tego rozwiązania korzystają niemal wyłącznie reżimy autorytarne i totalitarne. Na przykład obowiązujące w Chinach prawo zakazuje użytkownikom Internetu korzystania z zagranicznych serwisów informacyjnych, dozwolone jest przeglądanie tych tylko stron internetowych, które są przez władze licencjonowane, ponadto chiński internauta nie może też założyć konta użytkownika na mikroblogu Twitter. Chińskie prawo nakłada też obowiązki na dostawców informacji w Internecie – są oni odpowiedzialni za zapewnienie zgodności z prawem wszelkich rozpowszechnianych informacji⁵⁵. Z kolei w Birnie zakazane jest używanie usług poczty elektronicznej innych niż dostarczane przez rząd, w Syrii nie wolno korzystać z Facebooka, w Tunezji natomiast niedozwolone jest używanie takich serwisów, jak Youtube czy Dailymotion⁵⁶.

Innym sposobem ograniczania wolności słowa jest **zakaz rozpowszechniania informacji na określone tematy lub w określonej formie**. W tym przypadku trudno jest nakreślić granicę, po przekroczeniu której ochrona wartości kulturowych, religijnych oraz bezpieczeństwa państwa staje się cenzurą. Wydaje się, że z ewidentną sytuacją mamy do czynienia w Chinach i Egipcie. W ChRL liczba uwięzionych internautów w 2010 roku wyniosła 72 osoby; zostali oni oskarżeni o dywersję lub naruszenie tajemnicy państwowej. Z kolei w Egipcie nastąpiły w 2008 roku masowe aresztowania blogerów – do więzień trafiło ponad pięciuset internautów na podstawie ustawy o bezpieczeństwie państwa. Większość aresztowanych została zwolniona, jednak w więzieniu pozostaje znany bloger Abdel Kareem Suleiman posługujący się nickname’em Kareem Amer. Z kolei w Iranie w 2006 roku uchwalono prawo przeciwko przestępczości w Internecie, poddając penalizacji wypowiedzi godzące w islam, inne uznane przez państwo religie bądź pogwałcające wartości rodzinne. W Malezji obowiązuje drakońskie prawo pozwalające na przetrzymywanie podejrzanego bez procesu do dwóch lat na podstawie prawa o bezpieczeństwie wewnętrznym. Ponadto przewidywane są wysokie grzywny za naruszenie dóbr osobistych w Internecie – jest to równowartość około trzech tysięcy dolarów amerykańskich⁵⁷. Na całym świecie odnotowywane są przypadki ograniczania wolności słowa wskutek **nadinterpretacji przepisów prawa lub mechanizmów postępowania sądowego**. Na przykład

⁵⁵ P. Drabik, *Cenzura w Internecie...*

⁵⁶ Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet...*, s. 5, 58.

⁵⁷ Tamże, s. 11, 15, 48.

w Tunezji w 2005 roku prawnik Mohamed Abbou został skazany na trzy i pół roku więzienia za opublikowanie w Internecie raportu, w którym oskarżył rząd tunezyjski o torturowanie więźniów⁵⁸; na Kubie natomiast podjęto działania przeciwko „nieprawomyślnemu” blogerowi Orlando Luisowi Prado⁵⁹. Z kolei prawo australijskie (na szczeblach lokalnych) nakazuje podpisywanie się pod komentarzami zamieszczanymi w Internecie imieniem i nazwiskiem – w przeciwnym razie orzekana jest grzywna w wysokości równej od tysiąca do prawie pięć tysięcy dolarów amerykańskich⁶⁰. W tym kontekście niepokój polskich internautów wzbudziło powołanie na początku lutego 2011 roku Parlamentarnego Zespołu ds. Promocji Wolności Przekazu i Poszanowania Zasad Dialogu Społecznego w Komunikacji. Użytkownicy Internetu obawiają się, że instytucja ta służy cenzurze w Internecie⁶¹. Według regulaminu Zespół ma na celu przeciwdziałanie ograniczaniu wolności słowa i swobody prezentowania opinii oraz ograniczenie agresji w Internecie i innych mediach. Członkowie zespołu będą powiadamiać organy ścigania o wypowiedziach internautów naruszających prawo; ochronie będą podlegać nie tylko politycy, lecz także na przykład lekarze i przedsiębiorcy. Tak spreparowana formuła działania zespołu jest w istocie próbą skuteczniejszego egzekwowania obowiązującego w Polsce prawa obecnego na gruncie konstytucji oraz kodeksu cywilnego⁶². Jednym ze sposobów ograniczania wolności słowa w Internecie jest **wymóg rejestracji treści zamieszczanych przez użytkowników**. Działania takie umożliwiają sprawowanie kontroli nad internautami i zapobiegają wywarzaniu się poczucia anonimowości. Skrajny wymóg rejestracji wprowadzono na przykład w Bahrajnie; od 2007 roku należy rejestrować wszystkie strony internetowe. Szczególny niepokój internautów wzbudzają próby regulowania przez państwo zasad

⁵⁸ P. Drabik, *Cenzura w Internecie...*

⁵⁹ Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet...*, s. 14.

⁶⁰ Według badań niemal wszyscy Australijczycy (96 proc.) nie akceptują wprowadzonego w 2009 roku prawa. W dniach 28–29 stycznia 2010 roku odbył się masowy protest w australijskim Internecie przeciwko tym uregulowaniom – nastąpiło „zaćmienie Internetu”. Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet...*, s. 39–40.

⁶¹ K. Jasiołek, *Posłowie ocenzurują Internet*, <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/internet/2011/05/poslowie-ocenzuruja-internet.aspx>, 03.02.2011; L. Kolarska-Bobińska, *Jak PiS chce uporządkować Internet*, http://www.tokfm.pl/Blogi/1,110587,9040503,Jak_PiS_chce_porzadkowac_Internet.html, 02.02.2011.

⁶² *Regulamin Zespołu Parlamentarnego ds. Promocji Wolności Przekazu i Poszanowania Zasad Dialogu Społecznego w Komunikacji*, [http://orka.sejm.gov.pl/opinie6.nsf/nazwa/dialog_spoleczny/\\$file/dialogspoleczny.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/opinie6.nsf/nazwa/dialog_spoleczny/$file/dialogspoleczny.pdf), 07.2011.

funkcjonowania jednostek i grup w Internecie; postrzegane są na ogół jako formy cenzurowania. Tak zinterpretowane zostały przez polskich internautów zmiany wprowadzone w nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji nazywanej potocznie ustawą medialną⁶³. Szczególny niepokój wzbudził nowy przepis głoszący, że każdy użytkownik prowadzący działalność gospodarczą i zamieszczający w Internecie materiały audio-wizualne musi zarejestrować je w Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji (KRRiT). Polscy internauci podjęli protest przeciwko temu prawu na początku 2011 roku. Obrońcy zmian w ustawie twierdzą, że zakres podmiotowy obowiązywania przepisu jest bardzo wąski i obejmuje wyłącznie dostawców programów telewizyjnych na żądanie (tzw. *Video on Demand*, VOD), a nie wszystkich, którzy zamieszczają materiały wideo⁶⁴.

Za formę cenzury państwowej uważa się także **zawyżanie cen dostępu do Internetu**. Zabieg ten stosują przede wszystkim Chiny oraz Kuba. Opłata za godzinę korzystania z cyberkafejki z dostępem do Intranetu narodowego wynosi na Kubie ponad półtora dolara amerykańskiego, a sieci międzynarodowej około sześciu dolarów amerykańskich przy średniej miesięcznej pensji nieprzekraczającej dwudziestu jeden dolarów amerykańskich⁶⁵.

W ramach działań pozaprawnych stosowane są **włamania na strony internetowe i usuwanie lub zmiana ich treści**. Reporterzy Bez Granic donoszą o stosowaniu takich praktyk w Federacji Rosyjskiej. W styczniu 2010 roku dokonano ataku na stronę *ingushetiyaru.org* po tym, jak zamieszczono na niej ostatni wywiad z zamordowaną w lipcu 2009 roku aktywistką na rzecz praw człowieka Natalią Estemirową. Pojawiają się też informacje o przejmowaniu adresów e-mail dysydentów, a treści wiadomości przekierowywane są na nieznane adresy. Również w Chinach odnotowano tego typu przypadki – zlikwidowano wszelkie informacje na temat chińskiego dysydenta Liu Xiabao, po tym, gdy została przyznana mu Pokojowa Nagroda Nobla⁶⁶. Innym sposobem ograniczania wolności słowa jest **zastraszanie aktywnych użytkowników Internetu – blogerów i niezależnych dziennikarzy**. O praktyki zastraszania internautów

⁶³ Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. z 1993 r., Nr 7, poz. 34.

⁶⁴ Szczegóły na stronie: *Wszystko o polityce w Polsce. Podziękuj premierowi*, <http://www.podziekujpremierowi.pl/>, 24.01.2011.

⁶⁵ Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet...*, s. 8, 13.

⁶⁶ ga, PAP, *Z chińskiego Internetu znika Liu Xiabao. W prasie propaganda*, http://wiadomosci.gazeta.pl/Wiadomosci/1,80569,8492635,Z_chinskiego_internetu_znika_Liu_Xiaobo__W_prasie.html, 11.10.2010.

oskarża się Rosję, Sri Lankę oraz Uzbekistan⁶⁷. Jako próbę zastraszenia odebrała internetowa społeczność Finlandii sytuację, w której internauta krytykujący działania fińskich organów ścigania i uregulowania prawne dotyczące ograniczeń w Internecie został umieszczony na policyjnej liście zakazanych stron internetowych zawierającej dystrybutorów pornografii dziecięcej⁶⁸.

Cenzura w Internecie dokonywana jest nie tylko przez instytucje państwa, lecz także przez dystrybutorów informacji (administratorów portali i wortalii internetowych, forów dyskusyjnych, czatów, etc.), twórców informacji (bloggerów, niezależnych dziennikarzy, aktywnych uczestników forów i czatów) oraz konsumentów internetowej informacji. Niektóre kanały internetowego przekazu podlegają cenzurowaniu przez administratorów, są to przede wszystkim moderowane (regulowane) fora i grupy dyskusyjne; w mniejszym stopniu takiej zdecentralizowanej regulacji podlegają treści zamieszczane w serwisach społecznościowych oraz na serwerach stron www. Moderacja oznacza, że administrator (moderator) ma prawo i obowiązek dokonywania ingerencji w treść komunikatów zamieszczanych przez dyskutujących. Ingerencja ta może się odbywać przed lub po opublikowaniu wypowiedzi użytkownika. W pierwszym przypadku wypowiedź nie jest udostępniana dyskutującym, dopóki nie zostanie zaakceptowana przez moderatora, a w drugim przypadku zmiany dokonywane są *ad hoc* na upublicznonym już materiale. Zakres moderacji w Internecie ogranicza rolę administratora do egzekwowania zasad przestrzegania tak zwanej netykiety⁶⁹ oraz regulaminu danego forum dyskusyjnego, grupy dyskusyjnej czy serwisu społecznościowego. Zasady dokonywania ingerencji w wypowiedzi użytkowników są ściśle określone na mocy wzorów subkultury Internetu: użytkownicy danego forum muszą być poinformowani, kto moderuje daną grupę, jakie są zasady jej moderowania (kryteria merytoryczne i formalne, jakie muszą spełniać zamieszczane informacje) oraz jakie są ewentualne przyczyny niezamieszczenia wypowiedzi lub

⁶⁷ Reporterzy Bez Granic, *Enemies of the Internet...*, s. 11, 35, 49.

⁶⁸ P. Kościński, *Czy w Internecie grozi nam cenzura*, <http://www.rp.pl/artykul/153063.html>, 24.06.2008.

⁶⁹ Netykieta stanowi zbiór zasad technicznych i wzorców kulturowych obowiązujących w interakcjach pomiędzy użytkownikami Internetu. Jest ona niezbyt konsekwentnie przestrzegana, rozmaicie interpretowana, częściowo tylko sformalizowana. Szerzej na ten temat: S. Hambridge, *RFC 1855. Netiquette Guidelines*, <http://www.stanton.dtcc.edu/stanton/cs/rfc1855.html>, 10.2010, strony nienumerowane; M. Moares, M. Horton, *Rules for posting to Usenet*, <http://www.faqs.org/faqs/usenet/posting-rules/part1>, 07.2010, strony nienumerowane.

ukazania się jej w formie okrojonej. W sytuacji, gdy moderator przekracza tak zdefiniowaną rolę, działa ekspansywnie – na przykład jako redaktor treści lub wychowawca użytkowników – wówczas można mówić o cenzurze. Motywacją takiego postępowania mogą być własne poglądy moderatora lub obawa przed poniesieniem sankcji rozproszonych lub formalnych, w szczególności ze strony państwa. Zwykli użytkownicy serwisów społecznościowych również mogą dokonywać swoistej cenzury. Takie wydarzenia miały miejsce na polskim Facebooku w przypadku konta blogerki Katarzyny (Katarzyny Sadło) oraz kont krytycznych wobec prezydenta Bronisława Komorowskiego – „Wtopa Bronka”, „Nie dla prezydentury Bronisława Komorowskiego”, a także konta „Gówno prawda – nie czytam Gazety Wyborczej”. Przeciwnicy zamieszczanych na wymienionych kontach treści masowo skorzystali z mechanizmu „Zgłoś nadużycie” i doprowadzili do ich zablokowania lub skasowania.

Zjawisko autocenzury dotyka również twórców informacji w Internecie; bardzo trudno określić jest jego skalę. Powstrzymywanie się od ekspresji swoich poglądów dotyczy wszystkich przejawów aktywności publicznej we współczesnych społeczeństwach – nie ogranicza się ono tylko do Internetu. Zjawisko autocenzury w demokracjach jest problemem nowym. W klasycznych teoriach demokracji nie brano pod uwagę tej kwestii, bowiem za głównego wroga wolności słowa uważano państwo; uważa się je za zagrożenie wolności słowa w demokracjach: „Cenzura może przybrać całkiem inną formę. Może odzywać się w nas echem, może się zagnieździć w nas, szpiegować nas niby prywatny, piszący pod dyktando sekretarz, który przypomina, aby nie posunąć się za daleko. Wewnętrzny cenzor ostrzega nas, że zbyt wiele ryzykujemy – naszą reputacją, rodziną, karierą, pracą czy postępowaniem prawnym przeciwko naszej firmie”⁷⁰. We współczesnych demokracjach zjawisko autocenzury manifestuje się w ortodoksyjnie, dogmatycznie pojmowanych i często doprowadzanych *ad absurdum* działaniach społecznych określanych mianem politycznej poprawności (*political correctness*)⁷¹, niekiedy

⁷⁰ J. Keane, *Media a demokracja*, Londyn 1992, s. 31, 33.

⁷¹ Wprowadzenie do języka dyskursu publicznego i analiz politycznych pojęcia *polityczna poprawność* przypisywane jest w literaturze przedmiotu wielu autorom: Leaf Van Boen przyznaje pierwszeństwo Bolszewikom, u których politycznie poprawny oznaczało zgodny z linią partii, następnie zostało przyswojone w świecie zachodnim, zyskując przy tym wydźwięk ironiczny (określano nim ortodoksyjnych działaczy politycznych), aby w końcu zostać w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku przyswojone już w całkowicie poważnym znaczeniu przez ruch społeczny przeciwdziałający dyskryminacji ze względu na płeć, rasę i orientację seksualną. Patrz: L. Van Boven, *Pluralistic*

też nazywanych kulturową wrażliwością (*cultural sensitivity*)⁷². Polityczna poprawność, początkowo jako forma ruchu społecznego, a następnie jako konsekwentnie wdrażana polityka, pojawiła się w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku. Szczególnego znaczenia nabrała ona na politycznym forum publicznym oraz w środowisku akademickim, wpływając silnie również na inne dziedziny życia społecznego⁷³. Polityczna poprawność jest rozumiana przede wszystkim jako pewien zbiór reguł użycia języka na forum publicznym⁷⁴, ale także jako zachowania i postawy wobec mniejszości narodowych, etnicznych, religijnych, seksualnych i innych⁷⁵. Polityczna poprawność ma na celu wyeliminowanie określeń i zachowań znieważających lub poniżających wymienione grupy społeczne. Radykalna polityczna poprawność prowadzi do zjawiska, które określane jest mianem pluralistycznej ignorancji (*pluralistic ignorance*), to znaczy przeceńnienia jedynomyślności otoczenia społecznego w zakresie oceny danej kwestii społecznej, podczas gdy dany pogląd podziela zaledwie mniejszość⁷⁶.

Ignorance and Political Correctness: The Case of Affirmative Action, „Political Psychology”, 2000, nr 21 (2), s. 268. Odmienne poglądy na historię powstania tego pojęcia prezentują Jacek Bartyzel, a także Jadwiga Witek i Zbigniew Żmigrodzki, uważając za autora tego pojęcia antropologa kulturowego Franza Boasa, a popularyzatora (w znaczeniu ironicznym) – Dinesh D’Souza. Patrz: J. Bartyzel, *Polityczna poprawność*, http://konserwatywizm.pl/archiwum/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=1592, 07.2010, strony nienumerowane, a także J. Witek, Z. Żmigrodzki, *Polityczna poprawność w III Rzeczypospolitej*, Radom 2003, s. 12.

⁷² E. Andrews, *Cultural Sensitivity and Political Correctness: The Linguistic Problem of Naming*, „American Speech”, 1996, nr 71 (4), s. 389.

⁷³ C.R. Sunstein, *Sprzeciw w życiu społeczeństw*, Warszawa 2006, s. 159–161.

⁷⁴ Słowniczki politycznie poprawnych słów i ich niepoprawnych politycznie odpowiedników zawierają artykuły: C. Ardelean, *The Challenge of Political Correctness in the Translation of „Sensitive” Texts*, „Nauczni trudowie na Rusenskiej Uniwersytecie”, 2008, nr 47 (5.3), <http://conf.ru.acad.bg/bg/docs/cp/5.3/5.3-4.pdf>, 07.2009, s. 27–28; L.N. Szapina, *Efemerydy w społecznych sferach dejatelności: politkorrektonst’ i «dieriewiannyj jazyk» (na primierie francuzkowo jazyka)*, „Bulletin of Adyghe State University: Internet Scientific Journal”, 2008, nr 2 (677), http://vestnik.adygnet.ru/files/2008.2/677/Shapina2008_2.pdf, 07.2009, strony nienumerowane; E. Andrews, *Cultural Sensitivity and Political Correctness: The Linguistic Problem of Naming*, „American Speech”, 1996, nr 71 (4) s. 389.

⁷⁵ A. Szahaj, *E pluribus unum? Dylematy wielokulturowości i politycznej poprawności*, Universitas, Kraków 2004; C.R. Sunstein, *Sprzeciw w życiu społeczeństw*, Warszawa 2006, s. 159–161; J. Cohen, *Freedom of Expression*, „Philosophy and Public Affairs”, 1993, nr 22 (3).

⁷⁶ L. Van Boven, *Pluralistic Ignorance and Political Correctness: The Case of Affirmative Action*, „Political Psychology”, 2000, nr 21 (2), s. 268.

Powstawanie zjawiska pluralistycznej ignorancji może zostać przedstawione według następującego schematu: 1) w ramach danej społeczności jej członkowie pragną pozostawać w dobrych relacjach i cieszyć się dobrą reputacją swoich współziomków; 2) zasadą realizowaną w danej społeczności jest wykluczanie lub pozbawianie dobrej reputacji tych jej członków, którzy wspólnie podzielane wartości podważają; 3) zatem jeśli dana jednostka oceni, że dany pogląd może być niepopularny, a więc pozbawić ją dobrej reputacji, to pomimo posiadania skryzalizowanych poglądów na daną kwestię nie wypowie ich⁷⁷. Schemat procesu autocenzury jest tożsamy z konkluzjami płynącymi z klasycznych eksperymentów przeprowadzonych przez Salomona E. Ascha, a także Muzafera Sherifa, dotyczących informacyjnego konformizmu grupowego. Mechanizm działania radykalnej politycznej poprawności polega na stosowaniu etykietowania *ad hominem* – na podstawie wypowiedzi jednostki wnioskujemy, kim jest, a więc na przykład przeciwnik afirmatywnej akcji to zapewne rasista, niezależnie od tego, czy jego argumenty przeciw mają charakter racjonalny czy nieracjonalny, rasistowski czy nierasistowski, nie ma on prawa uczestniczyć w dyskursie⁷⁸. Jednostki w obawie przed utratą reputacji, przed etykietowaniem, nie biorą udziału w publicznej dyskusji, autocenzurują swoje wypowiedzi, oddzielają publicznie prezentowane poglądy od tych wyrażanych prywatnie. Opisany wyżej mechanizm doprowadza do atrofii sfery publicznej, upadku dyskursu, niszczy więź społeczną i kulturę zaufania w społeczeństwie, a także doprowadza do stanu, w którym nie widać głębokich być może podziałów i polaryzacji, bo nie są one ujawniane w trakcie publicznej debaty w danym społeczeństwie⁷⁹.

Metody oporu wobec ograniczeń wolności słowa w Internecie

Cenzura prowadzona w Internecie przez państwa wywołuje żywe reakcje internautów. Społeczność użytkowników Internetu stara się na różne sposoby odzyskać kontrolę nad wolną ekspresją i przepływem informacji w Internecie. Wyróżnić można trzy grupy podejmowanych działań:

⁷⁷ S. Morris, *Political Correctness*, „The Journal of Political Economy”, 2001, nr 2, s. 233.

⁷⁸ G.C. Lory, *Self-Censorship in Public Discourse: A Theory of ‘Political Correctness’ and Related Phenomena*, http://www.econ.brown.edu/fac/Glenn_Lory/loryhomepage/teaching/Ec%20137/Ec%20137%20new%20material/material_2004/Ratsocyt.pdf, 07.2009, s. 8.

⁷⁹ C.R. Sunstein, *Sprzeciw w życiu społeczeństw...*, s. 159–161.

po pierwsze, tworzenie i rozpowszechnianie narzędzi informatycznych umożliwiających łamanie cenzury Internetu oraz bezpieczną i efektywną wymianę poglądów i informacji; po drugie, tworzenie w Internecie miejsc umożliwiających zamieszczanie i przechowywanie niecenzurowanych informacji oraz łamanie ograniczeń wolności słowa poprzez ujawnianie cenzurowanych informacji oraz – po trzecie – działania o charakterze propagandowym i edukacyjnym, promującym wolność słowa w Internecie, ujawniającym przypadki cenzury i innych nadużyć ograniczających wolność słowa. Podstawowym sposobem łamania cenzury w Internecie jest tworzenie i rozpowszechnianie narzędzi informatycznych umożliwiających znoszenie blokad informacyjnych oraz umożliwiających anonimową i efektywną wymianę poglądów i informacji. Do tego celu służą przede wszystkim programy zapewniające bezpieczeństwo użytkowników, pozwalające na ukrycie tożsamości i szyfrowanie danych. Istnieje wiele tego typu narzędzi – większość z nich jest dedykowana przez ich twórców społeczeństwu znajdującym się w państwach autorytarnych i totalitarnych. Jednym z najbardziej godnych zaufania narzędzi jest Freenet. Jest to darmowe oprogramowanie, które pozwala na anonimowe udostępnianie i ściąganie plików, publikowanie stron i blogów dostępnych wyłącznie dla użytkowników Freenetu (to znaczy niedostępnych w otwartym Internecie) oraz używanie czatów bez obawy przed cenzurą. Zasada działania Freenetu polega na udostępnianiu własnej przepustowości łącza i miejsca na dysku innym użytkownikom. Sieć jest całkowicie zdecentralizowana i nie ma żadnych instancji administracyjnych; dzięki temu jest ona odporna na próby identyfikacji użytkowników i ich lokalizacji. Ponadto jest ona niewrażliwa na zagrożenia wewnętrzne – uczestnik sieci Freenet nie jest w stanie stwierdzić, jakiego rodzaju treści przechowuje na swoim twardym dysku, oraz czego dotyczą transmisje przechodzące przez jego komputer. Sieć Freenet mogą zainstalować i obsługiwać nawet początkujący użytkownicy Internetu, jej obsługa nie wymaga zaawansowanych umiejętności informatycznych; tryb instalacji opatrzony został licznymi komentarzami pozwalającymi użytkownikowi uniknąć błędów grozących utratą bezpieczeństwa. Zasoby informacyjne dostępne we Freenecie nie są dostępne przez popularne wyszukiwarki lub katalogi internetowe, jak na przykład Google lub Yahoo. Freenet jest oprogramowaniem o otwartym źródle – jego kod źródłowy jest w całości dostępny⁸⁰. Obecnie może on

⁸⁰ I. Clarke, *The Philosophy Behind Freenet*, http://www.meetopia.net/virus/pdf-ps_db/freenet-project_philosophy.pdf, 17.09.2008.

działać w dwóch trybach: Opennet i Darknet⁸¹. W pierwszym przypadku połączenia dokonywane są przez dowolnych użytkowników należących do sieci – zarówno tych znanych, jak i nieznanymi użytkownikowi nawiązującemu połączenie, a droga przekazu wybierana jest automatycznie. Specyficznym trybem działania Freenetu jest Darknet polegający na ograniczeniu kontaktów wyłącznie do zaufanych, znanych uczestników; połączenia konfiguruje sam użytkownik i dlatego taka aktywność jest bardzo trudna do wykrycia. Sieć Darknet jest odizolowana od reszty sieci Freenetu; wymaga jednak co najmniej pięciu użytkowników, by ją utworzyć; wszelkie przekazy podlegają szyfrowaniu za pomocą mechanizmów kryptografii asymetrycznej. W tym celu łączące się ze sobą węzły muszą przed podjęciem komunikacji posiadać swoje wzajemne klucze publiczne oraz dane dotyczące położenia i konfiguracji; połączenia zarządzane są ręcznie, a nie automatycznie. Dzięki takiemu rozwiązaniu możliwe jest ukrycie faktu funkcjonowania Freenetu na danym komputerze. Freenet jest programem skutecznym, jak dotąd z powodzeniem używany jest on przez chińskich dysydentów; rząd chiński nie znalazł sposobu na monitorowanie takich połączeń. Jedynym sposobem zablokowania transmisji z użyciem Freenetu jest fizyczne odcięcie dróg przekazu. Podobnym programem, kompatybilnym z Freenetem (aczkolwiek stanowiącym odrębną sieć i niezależnym z nim danych), był program Entropy⁸². Miał on większe możliwości techniczne i był szybszy w działaniu od Freenetu. Projekt ten nie jest już jednak rozwijany. Innym tego typu programem jest TOR (*The Onion Routing*) początkowo finansowany przez rząd Stanów Zjednoczonych; w 2004 roku pracę nad nim przekazano organizacji pozarządowej – Electronic Frontier Foundation, a następnie Tor Project. Program TOR minimalizuje ryzyko podsłuchu oraz ujawnienia tożsamości użytkowników. Informacje przesyłane są losowymi drogami z użyciem mechanizmu zacierania śladów; nie jest to jednak w pełni bezpieczny mechanizm – niektóre sposoby komunikacji zwiększają ryzyko zlokalizowania użytkowników⁸³. Program ten jest szeroko stosowany przez dysydentów w państwach autorytarnych i totalitarnych na całym świecie,

⁸¹ Omówienie technicznych aspektów funkcjonowania Freenetu zawierają artykuły: P. Bijata, *Odkryj tajny Internet*, „PC Format”, <http://www.pcformat.pl/Odkryj-tajny-internet,a,1736,strona,1>, 07.06.2011; I. Clarke, S.G. Miller, T.W. Hong, O. Sandberg, B. Wiley, *Protecting Free Expression Online with Freenet*, IEEE Internet Computing, styczeń-luty 2002, s. 40–49; M. Mahdian, *Fighting Censorships with Algorithms*, <http://www.mahdian.org/censorship.pdf>, 07.2011.

⁸² Nazwa Entropy jest to akronim *Emerging Network To Reduce Orwellian Potency Yield*.

⁸³ *The Onion Router (TOR)*, <https://www.torproject.org/about/overview.html>, 08.2011.

używany jest też przez Stany Zjednoczone jako narzędzie prowadzenia białego wywiadu, a także – coraz częściej – w celach przestępczych⁸⁴. Inne, niekiedy polecane programy i sposoby szyfrowania danych i ukrywania swojej tożsamości, nie są tak bezpieczne jak wyżej wymienione. Na przykład popularny i prosty sposób łączenia komputerów poprzez tunelowanie VPN (*Virtual Private Network*), co prawda utrudnia znacznie podsłuchiwanie danych, ale ujawnia ilość, chronologię komunikacji oraz geolokalizację użytkowników. Wśród licznych narzędzi służących do zapewniania bezpieczeństwa i dostępu do cenzurowanych informacji w sieci można wymienić również programy i sieci takie jak Gnutnet, I2P, MUTE Network czy Triangle Boy (w tym ostatnim przypadku władze chińskie opracowały sposób jego blokowania) oraz co najmniej kilkanaście innych programów anonimowych serwerów *proxy*. Na uwagę zasługuje w tym kontekście także projekt rządu amerykańskiego rozpowszechniania systemu alternatywnych połączeń z Internetem omijających cenzurę miejscowych sieci telekomunikacyjnych. Opracowano niewielkich gabarytów, przenośne zestawy umożliwiające przekazywanie szyfrowanych danych poza systemem sieci nadzorowanym przez dane państwo⁸⁵.

Ważnym aspektem walki z cenzurą jest **możliwość dostarczania informacji bez ujawniania tożsamości i lokalizacji nadawcy**. Można tego dokonać dzięki wykorzystaniu programów nazywanych anonimowymi remailerami, jak na przykład Cypherpunk, Mixmaster, Mixminion lub pseudoanonimowymi remailerami, jak na przykład Penet. Programy te zapewniają twórcom możliwość całkowitej lub częściowej anonimowości (przesyłanie lub publikowanie pod pseudonimem) przy przesyłaniu informacji i publikacji pocztą e-mail.

W walce z cenzurą wykorzystywane są także **techniki ukrywania informacji w przesyłanych przekazach**: fotografiach, plikach dźwiękowych i filmach. Niewidoczny komunikat może być w zasadzie umieszczony w każdym przekazie cyfrowym⁸⁶. Technika ukrywania komunika-

⁸⁴ Przestępcze zastosowania sieci TOR były przyczyną interpelacji skierowanej do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji przez posła Platformy Obywatelskiej Krzysztofa Brejzę: K. Brejza, *Interpelacja (nr 13631) do ministra spraw wewnętrznych i administracji w sprawie przeciwdziałania rozpowszechnianiu dziecięcej pornografii w Internecie*, https://pibn3ueheubjxv2z.tor2web.org/wiki/index.php/Interpelacja_Brejzy, 25.11.2009.

⁸⁵ prot, PAP, „NYT”: *Internet w walizce oszuka cenzorów w krajach dyktatorskich*, http://www.tokfm.pl/Tokfm/1,103086,9771618,_NYT___Internet_w_walizce_oszuka_cenzorow_w_krajach.html, 12.06.2011.

⁸⁶ Krótkie wprowadzenie do techniki steganografii prezentuje Dorothy E. Denning: D.E. Denning, *Wojna informacyjna i bezpieczeństwo informacji*, Warszawa 2002, s. 355–359.

tów w przekazach wizualnych nazywana jest steganografią (gr. *steganos* – ‘ukryty’ oraz gr. *graphos* – ‘piszę’), a w przekazach dźwiękowych – steganofonią⁸⁷. Deszyfrowanie takich komunikatów nazywane jest steganalizą, przez analogię do kryptoanalizy. Istnieją w sieci Internet liczne darmowe i odpłatne programy służące do szyfrowania i deszyfrowania tego typu informacji, jednak ich funkcjonalność jest niezadowolająca w porównaniu z innymi narzędziami zapewniającymi bezpieczeństwo.

Omijanie blokad nakładanych przez państwa na określone usługi i witryny stanowi popularny sposób walki z cenzurą w Internecie. W najprostszy sposób można tego dokonać za pomocą programu Web2Mail. Program ten pełni funkcję pośrednika pomiędzy zakazaną stroną internetową a użytkownikiem. Użytkownik wysyła list elektroniczny na adres serwera Web2Mail z wpisanym w treści listu adresem zakazanej strony oraz specjalną instrukcją. Stronę internetową o podanym adresie otrzymuje w liście zwrotnym. Program ten oparty został na założeniu, że o ile zablokowanie dostępu do strony internetowej jest łatwe, o tyle przeskanowanie zawartości poczty elektronicznej i tam wykrycie blokowanych informacji jest o wiele trudniejsze, bardziej pracochłonne i czasochłonne. Drugi sposób polega na dostępie do blokowanych stron internetowych za pośrednictwem neutralnych (to jest nieblokowanych) adresów internetowych. Wiele organizacji oferuje taką możliwość z myślą o walce z cenzurą informacji w Internecie. Najpopularniejsze są programy Peekabooty oraz Psiphon. Program Peekabooty został udostępniony społeczności internautów w lipcu 2001 roku przez cenione postacie subkultury hakerów – członków grupy Cult of the Dead Cow: pomysłodawcy programu OxBlooda Ruffina oraz programistów Paula Baranowskiego i Joey’a De Villa. Zasada działania Peekaboty opiera się na zdecentralizowanej sieci dobrowolnych uczestników, którzy na swoich komputerach uruchamiają specjalne oprogramowanie. Droga przesyłania informacji pomiędzy uczestnikami takiej sieci wybierana jest losowo, a informacje dotyczące drogi przepływu informacji nie są w przesyłanych danych przechowywane. Taki system zapewnia anonimowość wszystkich użytkowników – zarówno pobierających daną informację, jak też uczestniczących w ich przekazywaniu oraz uniemożliwia rozpoznanie, z jakich zasobów Internetu korzystają końcowi jej użytkownicy (tę właściwość zapewnia system

⁸⁷ Warto wspomnieć o polskim wkładzie w rozwój tej techniki. Inżynierowie z Instytutu Telekomunikacji Politechniki Warszawskiej Krzysztof Szczypiorski i Wojciech Mazurczyk opracowali oryginalny sposób ukrywania treści w komunikatach VoIP (*Voice over Internet Protocol*). M. Minta-Kobus, *Sposób na tajne rozmowy w sieci*, <http://nauka.dziennik.pl/hitech/artykuly/129063,sposob-na-tajne-rozmowy-w-sieci.html>, 04.06.2008.

szyfrowania danych). Rozwiązania techniczne zastosowane w programie Peekabooty uniemożliwiają również blokowanie programów przez stosujących cenzurę, ponieważ program ten wykorzystuje porty używane przez popularne usługi internetowe. Ich zablokowanie byłoby tożsame z całkowitym odcięciem od Internetu⁸⁸. Peekabooty od początku swego istnienia budził wielkie nadzieje na złamanie cenzury w krajach, w których Internet jest blokowany. Z kolei Psiphon działa na podobnych zasadach. Ideą jego twórców – Citizen Lab działającego na Uniwersytecie w Toronto było stworzenie darmowego, łatwego w instalacji oprogramowania zapewniającego użytkownikowi bezpieczeństwo, anonimowość i możliwość omijania filtrów nakładanych na treści w Internecie. Zasada działania programu Psiphon opiera się na mechanizmie pośrednika, to jest komputera, na którym zainstalowany jest specjalny program. Zainteresowani uzyskaniem anonimowego połączenia łączą się z tym komputerem i za jego pomocą uzyskują dostęp do dowolnych zasobów sieci. Połączenie jest szyfrowane, zatem cenzorzy wiedzą tylko, że dany komputer jest połączony z innym, nie wiedzą natomiast, jakie treści są pobierane⁸⁹.

Innym sposobem zwalczania ograniczeń wolności słowa w Internecie jest **tworzenie w nim miejsc umożliwiających bezpieczne zamieszczanie i przechowywanie niecenzurowanych informacji**. Takie miejsca określane są mianem rajów informacyjnych lub cyberrajów (*data haven, cyberhaven*) przez analogię do rajów podatkowych lub rajów korporacyjnych. W rajach informacyjnych użytkownicy mogą bezpiecznie przechowywać swoje dane niezależnie od przepisów prawa obowiązujących w ich własnych krajach. Najczęściej służy on do przechowywania treści politycznych zakazanych przez władze państwowe, a także produktów informatycznych (programów użytkowych i gier) lub artystycznych (filmów, zdjęć) chronionych prawami autorskimi, względnie innej działalności uznawanej za nielegalną na określonym obszarze (na przykład wirtualne gry hazardowe lub pornografia). Raj informacyjny może być wykorzystywany zarówno w celach działalności politycznej, jak też celach przestępczych (terroryzm, pranie brudnych pieniędzy, handel narkotykami, pornografia dziecięca, łamanie praw autorskich). Raj informacyjny musi się charakteryzować trzema parametrami: bezpieczeństwem fizycznym, bezpieczeństwem prawno-politycznym oraz bezpieczeństwem informatycznym. Bezpieczeństwo fizyczne oznacza takie ulokowanie serwerów rajów informacyjnych, które uniemożliwia fizyczny dostęp do nich organom

⁸⁸ *Cult of the Dead Cow*, <http://w3.cultdeadcow.com/cms/>, 07.2011.

⁸⁹ *Psiphon*, <http://psiphon.ca/>, 07.2011.

ścigania, oddziałom wojskowym lub sabotażystom. Z kolei stworzenie bezpieczeństwa prawnopolitycznego wymaga ulokowania rajów informacyjnych w miejscu, w którym istnieją uregulowania prawne umożliwiające gromadzenie i przechowywanie określonego rodzaju informacji, a także wystarczający stopień odporności na naciski dyplomatyczne. Osiągnięcie bezpieczeństwa informacyjnego wymaga odpowiedniego poziomu zabezpieczeń czyniącego serwery rajów informacyjnych niewrażliwymi na ataki lub infiltrację. Przykładem rajów informacyjnych jest mikropaństwo Sealandia utworzone 2 września 1967 roku na opuszczonej platformie na Morzu Północnym u wybrzeży Wielkiej Brytanii przez emerytowanego majora armii brytyjskiej Roya Batesa. Państwo to, nieuznawane przez żadne inne, służyło jako raj informacyjny dzięki współpracy właściciela amerykańskiej firmy HavenCo Seana Hastingsa i Michaela Batesa – syna R. Batesa. Taka lokalizacja Sealandii – poza jurysdykcją państw związanych umowami międzynarodowymi – umożliwiła firmie oferowanie na serwerach treści o tematyce erotycznej, hazardowej oraz swobodne działanie społeczności hakerów⁹⁰. Na przełomie 2006 i 2007 roku grupa Piratebay.org negocjowała zakup Sealandii w celu ominięcia obowiązującego w innych krajach – ich zdaniem nieadekwatnego dla doby Internetu – prawa autorskiego. Transakcja ta nie doszła do skutku. Sealandia została jednak sprzedana w 2007 roku, planowane jest wykorzystanie jej jako wirtualnego kasyna⁹¹.

Wyjątkowy przykład rajów informacyjnych stanowi serwis-organizacja WikiLeaks. Jej celem jest wspieranie idei jawności działań rządów i innych instytucji, w tym korporacji ponadnarodowych. Swoje działanie opiera na anonimowej skrzynce odbiorczej, z której skorzystać może każdy, kto ma dostęp do niejawnych dokumentów i informacji, które powinny, jego zdaniem, zostać upublicznione ze względu na szczególną wagę dla spo-

⁹⁰ Warto wspomnieć, iż na zaproszenie władz Sealandii na serwerach umieściła swoje strony organizacja Tibet Online, co tworzy interesującą sytuację z punktu widzenia prawa międzynarodowego. Żądania kierowane do Wielkiej Brytanii ze strony Chińskiej Republiki Ludowej nie odnoszą skutku, bowiem Sealandia leży poza jej terytorium. Z kolei oficjalne naciski skierowane do Sealandii uczyniłyby ją *de facto* państwem w rozumieniu prawa międzynarodowego. Więcej na ten temat: L.K. Talko, *Sealandia. Królestwo za koniak*, <http://serwisy.gazeta.pl/df/1,34467,1811006.html>, 08.12.2003 oraz tenże, *Raj cyberanarchistów*, <http://serwisy.gazeta.pl/swiat/1,34174,1814216.html>, 07.12.2003, a także oficjalna strona Księstwa Sealandii: <http://www.sealandgov.org/>, 07.2011.

⁹¹ B. Hansen, *Sealand seeks to cash in on online casino bonanza. Fictitious nation to thumb nose at Cheney administration*, http://www.theregister.co.uk/2007/08/02/sealand_online_casino/, 02.08.2007; Ch.W. Moore, *Sealand Launches Offshore Online Casino*, http://www.applelinks.com/index.php/more/sealand_launches_offshore_online_casino/, 03.08.2007.

leczeństwa. WikiLeaks sprawdza ich autentyczność, dokonuje obróbki danych, a następnie, przy pomocy dziennikarzy z przychylnych organizacji redakcji, tworzy na ich podstawie raporty, które pozwalają zwykłemu odbiorcy, to jest takiemu, który nie posiada fachowej wiedzy, zrozumieć czego dotyczą i dlaczego są istotne. Domena wikileaks.org zarejestrowana została w 2006 roku. Pomysłodawcą i głównym inicjatorem powstania WikiLeaks był australijski haker Julian Assange. Wiadomo o tym od 2007 roku, choć twórcy serwisu dbają o własną anonimowość na równi z anonimowością swych informatorów. Archiwa WikiLeaks zawierają w znacznej mierze dokumenty obnażające działania rządów, agencji wywiadowczych oraz wielkich koncernów. Upubliczniane przez organizację raporty niejednokrotnie stawały się przyczyną skandali politycznych i dyplomatycznych, a także katalizatorami rozwoju ruchów pacyfistycznych.

Do najgłośniejszych publikacji należy zaliczyć: nagranie z 12 lipca 2007 roku, ukazujące atak powietrzny na Bagdad, w którym śmierć poniosło wielu cywilów i dwóch dziennikarzy agencji Reutersa, zbiór dokumentów *Dziennik z wojny afgańskiej* (*Afgan War Diary*), prezentujący przekrój działań militarnych podejmowanych przez amerykańskie wojska w tym kraju, analogiczny zbiór dotyczący wojny w Iraku, zatytułowany *Iraq War Logs*, na podstawie którego dziennikarze śledczy „The Guardian” stworzyli tak zwaną „mapę śmierci” (*death map*) oraz upubliczniane stopniowo, począwszy od listopada 2010 roku, archiwa amerykańskiej korespondencji dyplomatycznej wykradzonej z Departamentu Stanu, demaskującej negatywny lub lekceważący stosunek amerykańskiej dyplomacji względem sojuszników (tzw. *Cablegate*). WikiLeaks jest szczególnym przykładem cyberraju, ponieważ charakterystyczne dla tego typu miejsc parametry uzyskane zostały tu wyłącznie za sprawą szeregu działań w świecie wirtualnym oraz zabiegów prawnych, nie zaś, jak w przypadku Sealandii, dzięki fizycznemu istnieniu miejsca niepodlegającego jurysdykcji żadnego z państw. Warto bliżej się przyjrzeć, w jaki sposób WikiLeaks udało się spełnić kryteria definicyjne. O WikiLeaks jako cyberraju mówić można od 1 grudnia 2010 roku, kiedy archiwa organizacji przeniesiono z ulokowanych na terytorium Stanów Zjednoczonych serwerów firmy Amazon. Bezpieczeństwo fizyczne uzyskano dzięki lokalizacji danych na serwerach firmy Bahnhof, ulokowanych w bunkrze przeciwlotniczym Pionen na terytorium Szwecji. Status tego państwa na arenie międzynarodowej, głęboko zakorzeniona w jego polityce zewnętrznej idea neutralności oraz położenie geograficzne to najistotniejsze czynniki gwarantujące fizyczne bezpieczeństwo przechowywanych i upublicznianych informacji. Bezpieczeństwo prawno-polityczne osiągnięto również w konsekwencji

fizycznej lokalizacji danych na szwedzkich serwerach. W myśl zasad obowiązującego prawa wewnątrzpaństwowego, działalność WikiLeaks regulowana jest przez prawo Królestwa Szwecji, w którego systemie prawnym wolność słowa zajmuje szczególną pozycję – aż dwa z czterech aktów składających się na konstytucję tego kraju poświęcono swobodzie wypowiedzi. Są to: *Akt o wolności druku* z 1949 roku oraz *Akt o wolności wypowiedzi* z 1991 roku. Nie wynika z tego jednak, że Szwecja sama w sobie jest cyberrajem. Kraj ten ma bowiem bardzo restrykcyjne regulacje dotyczące ochrony praw autorskich i własności intelektualnej. Obostrzenia tego rodzaju nie mają jednak wpływu na działalność WikiLeaks, która nie zajmuje się piractwem komputerowym. Bezpieczeństwo informatyczne serwisu jest zaś efektem dwóch czynników. Pierwszy stanowi fakt, że założyciele i administratorzy wikileaks.org to w większości hakerzy, osoby doskonale znające się na zagrożeniach bezpieczeństwa danych, a zatem również na metodach walki z nimi. J. Assange już jako nastolatek włamywał się na serwery Pentagonu. Drugim czynnikiem jest z kolei ogromna liczba rozsianych po świecie kopii całych archiwów – tak zwanych *mirrors* – dzięki którym, w razie uszkodzenia serwerów z Pionen, dane pozostają dostępne w sieci.

Brak podmiotowości prawnomiędzynarodowej WikiLeaks może rodzić zastrzeżenia co do słuszności twierdzenia, że jest to cyberraj. Spełnianie kryteriów bezpieczeństwa oraz charakter działalności prowadzonej przez organizację zdają się być jednak mocnymi argumentami przemawiającymi za tą tezę.

Przyszłość WikiLeaks jest niepewna ze względu na wewnętrzny rozłam, jaki miał miejsce w szeregach organizacji. Część współpracowników J. Assange'a z byłym rzecznikiem WikiLeaks – Danielem Domscheit-Bergiem na czele postanowiła kontynuować działalność demaskatorską na własną rękę. Zarzucają oni J. Assange'owi zbyt duże zaangażowanie polityczne. Uważają, że uczynił on z WikiLeaks narzędzie gry politycznej, przy pomocy którego realizuje interesy własne i sprzyjających mu podmiotów. D. Domscheit-Berg założył na początku 2011 roku konkurencyjny dla WikiLeaks serwis – OpenLeaks⁹². Jest także autorem książki *Inside WikiLeaks: My time with Julian Assange at the World's Most Dangerous Website*. Niezależnie jednak od dalszych losów WikiLeaks, tendencja do

⁹² H. Blodget, *WikiLeaks Defector Explains What's Wrong With WikiLeaks And Why He's Creating A New Site Called "OpenLeaks"*, <http://www.businessinsider.com/wikileaks-defector-explains-whats-wrong-with-wikileaks-and-why-hes-creating-a-new-site-called-openleaks-2011-1>, 08.2011.

powstawania podobnych cyberrajów jest wyraźnie zauważalna i pozwala przypuszczać, że ta forma walki o wolność słowa w Internecie nie stanowiła jednostkowego fenomenu.

Innym sposobem ochrony wolności słowa jest **dokonywanie ataków w proteście przeciwko cenzorom Internetu**. Najczęściej celem ataków stają się instytucje państwowe i korporacje. Najbardziej znanymi grupami działającymi na rzecz wolności słowa w Internecie w taki sposób są Anonymous oraz Lulz Security (LulzSec). Anonymous powstał w 2006 roku, należy traktować go jako swoisty ruch protestu, obecny w internetowych kanałach przekazu, który wykształcił własną, specyficzną subkulturę. Jego wartości ogniskują się przede wszystkim na wolności przepływu informacji w Internecie. Działania przyjmują przede wszystkim formę ataków typu odmowa dostępu usługi – DDoS (*Distributed Denial of Service*), włamań na serwery www i podmian stron internetowych (*web defacements*), kradzieży i rozpowszechniania wykradzionych informacji. Najpoważniejszymi ze względu na konsekwencje działaniami była rozpoczęta przez Anonymous w grudniu 2010 roku akcja poparcia na rzecz WikiLeaks. Początkowo działania odbywały się w ramach operacji „Odplata” (*Payback*), a następnie pod kryptonimem „Pomścić Assange’a” (*Operation Avenge Assange*) w postaci ataków DDoS przeciwko serwisom Amazon, PayPal, MasterCard, Visa oraz szwajcarskiemu bankowi PostFinance⁹³. Cele zostały wybrane ze względu na politykę tych firm wobec J. Assange. Na skutek ataków serwisy MasterCard i Visa przestały czasowo funkcjonować. Anonymous grozili także podjęciem działań przeciwko personelowi Quantico, gdy w tym więzieniu został osadzony w lipcu 2010 roku amerykański żołnierz Bradley E. Manning, prawdopodobnie odpowiedzialny za udostępnienie tajnych danych wojskowych serwisowi WikiLeaks⁹⁴. 15 czerwca 2011 roku Anonymous zaatakowała blisko sto stron internetowych malezyjskiego rządu w odwecie za zablokowanie stron WikiLeaks i The Pirate Bay⁹⁵. Celem ataku stały się także strony Zimbabwe i Tunezji na przełomie grudnia 2010 roku

⁹³ Oświadczenie zawierające wyjaśnienie motywów postępowania grupy znajduje się w: *Operation Avenge Assange*, <https://uloadr.com/u/4.png>, 08.2011.

⁹⁴ A. Greenberg, *Anonymous Hackers Target Alleged WikiLeaks Bradley Manning's Jailers*, <http://blogs.forbes.com/andygreenberg/2011/03/07/anonymous-hackers-target-alleged-wikileaks-bradley-mannings-jailers/>, 07.03.2011; S. Ragan, *Anonymous plans defense for Bradley Manning – promises a media war*, <http://www.thetechherald.com/article.php/201109/6905/Anonymous-plans-defense-for-Bradley-Manning-promises-a-media-war?page=1>, 04.03.2011.

⁹⁵ Ch. Albanesi, *Hackers Target Malaysian Government Sites*, „PC Magazine”, 16 czerwca 2011, [w:] <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2387108,00.asp>, 07.2011.

i stycznia 2011 roku⁹⁶. Zablokowanie stron rządowych w Zimbabwe było odpowiedzią na pozew żony prezydenta Grace Mugabe, która zażądała od miejscowej gazety odszkodowania za opublikowanie pochodzących z WikiLeaks materiałów na temat nadużyć finansowych pochodzących z WikiLeaks⁹⁷. G. Mugabe zażądała od gazety „The Standard” 15 milionów dolarów zadośćuczynienia za szkody, jakie miał ponieść jej wizerunek wskutek postawienia jej fałszywych zarzutów. Pełnomocnik żony prezydenta określił oskarżenia padające na łamach gazety jako „fałszywe, skandaliczne i złośliwe”⁹⁸. W tym miejscu warto zwrócić uwagę na fakt, że w rankingu Press Freedom Index z 2010 roku, Zimbabwe znajduje się na 123 pozycji (spośród 178 uwzględnionych państw), a gazeta „The Standard” była już przez lokalne władze represjonowana⁹⁹. Anonymous byli również aktywni podczas wydarzeń na Bliskim Wschodzie określanych mianem arabskiej wiosny rozgrywających w 2011 roku. W ramach „Operacji Tunezja”, 5 stycznia 2011 roku, za pomocą DDoS zaatakowano

⁹⁶ Ataki typu DDoS wykorzystują nieusuwalną słabość sieci Internet – możliwość wysyłania w krótkich odstępach czasu cyklicznych zapytań z jednego komputera do drugiego. Takie zapytania angażują zasoby komputera, który je otrzymuje. Jeśli zapytania pochodzą z wielu komputerów i wysyłane są w jednym czasie, wówczas generowany sztucznie ruch zajmuje zasoby komputera i w efekcie doprowadza do znacznego spowolnienia działania komputera, zawieszania się lub uniemożliwiania innym użytkownikom dostępu do jego zasobów. Sieć komputerów służąca do dokonywania tego typu działań, a uprzednio przejęta w sposób nieuprawniony, nazywana jest *botnetem* (jest to zbitek angielskich słów *bot* od robot oraz *net* od sieć). Pojedyncze komputery należące do takiej sieci określane są w języku użytkowników sieci *zombie* (żywe trupy). Szacuje się, że liczba komputerów *zombie* wykorzystywana do przeprowadzania ataków tego typu stanowi około 10 proc. wszystkich komputerów w Internecie. Najistotniejszą cechą tego rodzaju działania jest to, że może je z łatwością podjąć pojedynczy użytkownik, skutecznie uniemożliwiając funkcjonowanie nawet największych instytucji. Działania takie skierowane przeciwko instytucjom finansowym lub rządowym mogą spowodować znaczne straty. Potencjalnie atak DDoS jest łatwy do przeprowadzenia nawet przez średniozaawansowanego użytkownika za pomocą darmowego programu – na przykład LOIC autorstwa Praetox Technologies (*Loic Orbit Ion Cannon*) lub wersji tego programu, na przykład JS LOIC. Program dostępny jest pod adresem: *LOIC*, <https://github.com/NewEraCracker/LOIC/>, dostęp: lipiec 2011. Więcej na temat ataków typu DDoS: M. Furst i in., *Emerging Cyber Threats. Report for 2008 Leading technology experts share thoughts on top emerging Internet threats for 2008*, Georgia Tech Information Security Center, 02.10.2007, s. 3.

⁹⁷ W. Szpunar, *Grupa Anonymous atakuje strony rządowe*, <http://www.idg.pl/news/365763/grupa.anonymous.atakuje.strony.rzadowe.html>, 05.01.2011.

⁹⁸ BBC, *Wikileaks: Grace Mugabe sues over diamond claims*, <http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-12007142>, 02.09.2011.

⁹⁹ Tamże.

tunezyjski rząd. W efekcie wielu Tunezyjczyków przyłączyło się do cyberataków podczas tak zwanej jaśminowej rewolucji. Grupa ta jest także odpowiedzialna za ataki na egipskie strony rządowe podczas protestów na przełomie stycznia i lutego 2011 roku. Spośród innych aktywności Anonymous warto wymienić przyłączenie się do protestów przeciwko nadużyciom wyborczym w Iranie w czerwcu 2009 roku. Wraz z irańskimi hakerami oraz grupą The Pirate Bay umożliwili wolną od cenzury wymianę informacji pomiędzy Iranem a resztą świata na temat protestów, które wystąpiły po ogłoszeniu wyników wyborów. Podjęto także działania przeciwko wprowadzeniu cenzury Internetu w Australii – w lutym 2010 roku zaatakowano strony australijskiego parlamentu oraz niektórych ministerstw. Atak ten nie był tak silny jak typowe ataki DDoS, miał znaczenie przede wszystkim symboliczne. Aktywność Anonymous ma przede wszystkim charakter polityczny, ale podejmowane są również działania o charakterze społecznym, na przykład 20 maja 2009 roku grupa zorganizowała happening YouTube Porn Day, podczas którego w odwecie za usunięcie plików muzycznych z serwisu zamieściła w nim liczne filmy pornograficzne oznaczone jako przeznaczone dla dzieci, w 2008 roku zaatakowano Kościół Scjentologiczny a rok wcześniej doprowadzono za pomocą działań w cyberprzestrzeni do aresztowania pedofila Chrisa Forcanda. W czerwcu 2011 aresztowano w Hiszpanii trzech członków Anonymous, jednak nie przerwało to działalności ruchu¹⁰⁰ – 21 lipca zgłoszono, że Anonymous zaatakowali serwery Narodowej Agencji Bezpieczeństwa Stanów Zjednoczonych, wchodząc w posiadanie tajnych danych Paktu Północnoatlantyckiego¹⁰¹, a na początku sierpnia grupa Anonymous w odwecie za aresztowanie swoich członków włamała się na strony internetowe kilkudziesięciu instytucji rządowych w Stanach Zjednoczonych, wykradając jednocześnie dane¹⁰².

Grupa Lulz Security powstała w efekcie opuszczenia grupy Anonymous przez jednego z jej członków Ryana Cleary'ego; jest to jej domniemany lider i założyciel. LulzSec deklaruje obronę praw człowieka, w tym przede wszystkim obronę wolności słowa, występują przeciwko korupcji i nadużyciom rządów państw oraz korporacji. Formuła działań grupy

¹⁰⁰ A. Steliński, *Trzech hakerów z grupy Anonymous w areszcie*, <http://www.networld.pl/news/371871/Trzech.hakerow.z.grupy.Anonymous.w.areszcie.html>, 13.06.2011.

¹⁰¹ OneIndia News, *Hacker group Anonymous attacks NASA servers*, <http://news.oneindia.in/2011/07/21/tech-hacker-group-anonymous-attacks-nasa-servers-aid0102.html>, 21.07.2011.

¹⁰² POg, PAP, *USA: atak hakerów na 70 agencji i służb*, <http://wiadomosci.onet.pl/swiat/usa-atak-hakerow-na-70-agencji-i-sluzb,1,4815000,wiadomosc.html>, 07.08.2011.

zgodnie z jej nazwą przyjmuje charakter żartobliwy¹⁰³. W swojej działalności skupiają się głównie na włamaniach na strony internetowe rozmaitych instytucji i podmianie ich treści, a także kradzieży informacji. Zamieszczane treści mają charakter surrealistycznych parodii. W mniejszym stopniu korzystają z ataków typu DDoS. Ofiarą ich ataków padły między innymi systemy informatyczne Senatu Stanów Zjednoczonych, Centralnej Agencji Wywiadowczej (CIA), Federalnego Biura Śledczego (FBI), tunezyjskiego i brazylijskiego rządu oraz brytyjskich instytucji państwowych: policji oraz Urzędu Statystycznego, a także licznych korporacji (m.in. Sony, HBGary). LulzSec nawiązali współpracę z Anonymous i innymi grupami w obronie J. Assange’a, tworząc koalicję Anti-Sec (*Operation Anti-Security*)¹⁰⁴. Niektóre grupy subkultury hakerów postrzegają LulzSec nie jako obrońców wolności słowa, lecz jako zagrożenie dla tej wartości. Grupa TeaMp0isoN uważa, że LulzSec niepotrzebnie drażni władze państwowe, co może doprowadzić do ograniczenia swobody wymiany danych i działalności w Internecie. Lulz Security ogłosiła zakończenie swojej działalności po kilkudziesięciu dniach aktywności – w czerwcu 2011 roku¹⁰⁵. Okazało się to jednak nieprawdą – działalność została wznowiona; włamano się na stronę internetowego wydania „The Sun” i zamieszczono tam w formie artykułu informację o śmierci właściciela koncernu medialnego Ruperta Murdocha¹⁰⁶.

Istotną rolę w walce z ograniczeniami wolności słowa w Internecie odgrywają **działania o charakterze propagandowym i edukacyjnym, promującym wolność słowa w Internecie, ujawniającym przypadki nadużyć**. Można mówić o wyłanianiu się swoistej kontestacyjnej, kontrkulturowej

¹⁰³ Źródłostów nazwy Lulz Security to modyfikacja skrótu LOL – *Laughing Out Loud* – ‘śmiać się na głos’ lub *Lots of Laughs* – ‘kupa śmiechu’, a *for lulz* oznacza ‘dla śmiechu’.

¹⁰⁴ A. Golański, *Z frontu cyberwojny: LulzSec przeciwko władzy, hakerskie podziemie przeciwko LulzSec, niewinnym się dostaje*, <http://webhosting.pl/Z.frontu.cyberwojny.LulzSec.przeciwko.wladzy.hakerskie.podziemie.przeciwko.LulzSec.niewinnym.sie.dostaje?page=1>, 22.06.2011; K. Jaskuła, *Grupa hakerska Lulz Sec zaatakowała stronę CIA*, <http://www.pcworld.pl/news/372103/Grupa.hakerska.Lulz.Sec.zaatakowala.strone.CIA.html>, 16.06.2011; kaizen, *USA: hakerzy z LulzSec znów atakują*, <http://tvp.info/informacje/swiat/usa-hakerzy-z-lulzsec-znow-atakują/4764198>, 25.06.2011.

¹⁰⁵ J. Weisenthal, *Notorious Hacker Group LulzSec Just Announced That It's Finished*, <http://www.webcitation.org/5ziS1EJcn>, 25.06.2011, patrz także: *Mowa końcowa LulzSec*, http://hacking.pl/pl/news-16482-Mowa_koncowa_LulzSec.html, 08.2011.

¹⁰⁶ M. Gajewski, *Lulzsec włamali się do ‘The Sun’, sfabrykowali informacje o śmierci Ruperta Murdocha*, <http://www.chip.pl/news/bezpieczenstwo/monitorowanie-i-szyfrowanie-danych/2011/07/lulzsec-wlamali-sie-do-the-sun-sfabrykowali-informacje-o-smierci-rupert-murdocha>, 19.07.2011.

wobec wszelkich sił próbujących dokonać regulacji, subkultury Internetu. Najczęściej przyjmuje ona charakter organizacji, wokół której skupia się liczne, masowe grono sympatyków mobilizujące się na jej wezwanie. Najdłużej istniejącą tego typu organizacją jest Electronic Frontier Foundation (EFF). Założona została w 1990 roku przez Mitcha Kapora, Johona Gilmore'a i Johna Perry'ego Barlowa. Obecnie zrzesza kilkadziesiąt tysięcy członków i sympatyków; angażuje się w działania na rzecz wolności obywatelskich, prawa do anonimowości, prywatności i wolności słowa w Internecie; na przykład w 2005 roku wydała podręcznik dla blogerów umożliwiający im orientację w kwestiach prawnych związanych z publikacją wypowiedzi. Organizacja uczestniczy w licznych działaniach, w tym prawno-sądowych, na rzecz wolności słowa, w szczególności przeciwko korporacjom i rządowi Stanów Zjednoczonych. W grudniu 2010 roku wyraziła poparcie dla WikiLeaks i zaoferowała pomoc finansową oraz techniczną, sponsorowała również prace nad oprogramowaniem umożliwiającym bezpieczne komunikowanie się i omijanie cenzury¹⁰⁷. Prawnicy EFF oraz ACLU (*American Civil Liberties Union*) chcieli dowieść, że pozbawianie konkretnej strony domeny internetowej stoi w sprzeczności z 1. poprawką do konstytucji USA. Znaczącą organizacją jest OpenNet Initiative – przeciwdziała ona cenzurze w sieci oraz nadzorowaniu internautów. Zrzesza liczne instytucje akademickie, głównie amerykańskie. Finansuje narzędzia służące do bezpiecznego zdobywania i rozpowszechniania informacji w Internecie, prowadzi działalność edukacyjną i promocyjną oraz analityczną. Organizacja ta sfinansowała wykonanie opisanego wcześniej w tekście narzędzia Psiphon, efektem jej działalności analitycznej są zaś publikacje na tematy związane z cenzurą w sieci¹⁰⁸. Na uwagę zasługuje polska inicjatywa – powstała w 2009 roku Fundacja Panoptikon. Działa ona na rzecz ochrony praw człowieka, przeciwstawiając się obecnemu i nasilającemu się współcześnie zjawisku społeczeństwa nadzorowanego (*surveillance society*). Według statutu organizacja stawia sobie za cel podejmowanie debaty publicznej na temat mechanizmów i technologii umożliwiających nadzorowanie społeczeństwa, a także prowadzenie badań nad trendami rozwojowymi społeczeństwa nadzorowanego oraz analiz społecznych konsekwencji tego procesu.

¹⁰⁷ Więcej na temat EFF: *Electronic Frontier Foundation*, <https://www.eff.org/>, 08.2011.

¹⁰⁸ Są to następujące dzieła: *Access Denied – The Practice and Policy of Global Internet Filtering*, R.J. Deibert, J.G. Palfrey, R. Rohozinski, J. Zittrain (eds.), Cambridge 2008; *Access Controlled – The Shaping of Power, Rights, and Rule in Cyberspace*, R.J. Deibert, J.G. Palfrey, R. Rohozinski, J. Zittrain (eds.), Cambridge 2010. Więcej na temat organizacji: *OpenNet Initiative*, <http://opennet.net/>, 08.2011.

Istotnymi elementami działań Panoptykonu są działania edukacyjne służące podniesieniu poziomu świadomości społecznej na temat zagrożeń związanych z nowymi technologiami w kontekście nadzoru i inwigilacji. Wymienione cele realizowane są w postaci przygotowywania ekspertyz, analiz i opracowań, monitorowania prawa, uregulowań prawnych, a także propozycji zmian legislacyjnych i pomocy prawnej. Organizacja Panoptykon podejmuje liczne przedsięwzięcia – warto wymienić działania przeciwko projektom blokowania stron internetowych, rozmowy z rządem na temat regulacji Internetu i inne¹⁰⁹.

* * *

Cenzura treści internetowych przekazów dokonywana jest zarówno w państwach demokratycznych, jak i niedemokratycznych. W przypadku państw niedemokratycznych – autorytarnych i totalitarnych – stosowane są przede wszystkim techniki, które można określić mianem twardych. Polegają one na odcinaniu lub utrudnianiu dostępu do Internetu oraz blokowaniu niedozwolonych i niebezpiecznych zdaniem cenzurujących treści, a także penalizacji poszukiwania niektórych informacji w Internecie lub korzystania z określonych kanałów przekazu. Natomiast w systemach demokratycznych dominuje cenzura, którą można określić mianem miękkiej. Polega ona na tym, że użytkownicy Internetu sami nakładają na siebie ograniczenia, nie całkiem zdając sobie z tego sprawę – jest to autocenzura. Zjawisko tego typu niebezpieczne stanowi niebezpieczeństwo przede wszystkim dlatego, że jest ono trudne do dostrzeżenia. Internauci nie zauważają go, skupiając swoją aktywność na obronie przed „twardymi” formami cenzury. Nasilanie się tego trendu doprowadzić może w demokracjach do swoistego paradoksu – z jednej strony nieskrępowanych technicznych możliwości wyrażania opinii, a z drugiej – autocenzury na gruncie ideologicznym. Problem autocenzury wykracza poza komunikowanie polityczne w Internecie, obejmuje wszelkie formy komunikacji we współczesnych społeczeństwach. Pierre Bourdieu, analizując to zjawisko, wprowadził kategorię przemocy symbolicznej (*symbolic violence, la violence symbolique*), oznaczającą władzę narzucania członkom danej wspólnoty wzorców kulturowych jako niekwestionowanych, uniwersalnych, obowiązujących i to w taki sposób, że ukrywają one faktyczne układy sił¹¹⁰. Przemoc symboliczna manifestuje się poprzez działania socjalizacyjne i komunikacyjne, jej efektem jest kształtowanie i wdrażanie jako bez-

¹⁰⁹ Więcej na temat organizacji: *Fundacja Panoptykon*, <http://panoptykon.org/>, 08.2011.

¹¹⁰ P. Bourdieu, J.-C. Passeron, *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, tłum. E. Neyman, Warszawa 2006, s. 73, 118.

alternatywnych określonych wzorców kulturowych: wartości, symboli, obyczajów, postaw. Władza kształtuje i narzuca posłuszeństwo nie w sposób mechaniczny, lecz manipulując siatką ludzkiej percepcji, kształtując miary, jakimi się posługujemy, interpretując to, co postrzegamy, w szczególności świat społeczny. Władza, ustanawiając taką matrycę percepcyjną, wpływa na system naszych ocen i utrwala go, a jednocześnie pozostaje niewidzialna i niekwestionowana przez obywateli. Tworzy ona pewien system, swoistą przestrzeń symboliczną, która pełni funkcję narzędzia służącego do narzucania i legitymizowania dominacji¹¹¹.

Internet zwielokrotnił możliwości komunikacji i wpływu zarówno rządzących, jak i rządzonych. Z jednej strony rządzeni uzyskali dzięki Internetowi nieposiadany dotąd i trudny do ograniczenia potencjał wymiany informacji, ekspresji myśli i mobilizacji. Efekty arabskiej wiosny 2011 roku i osłabiania chińskiego oraz kubańskiego reżimu to zasługa w dużej mierze Internetu. Z drugiej strony Internet wyposaża współczesne państwa i inne organizacje w niespotykany dotąd potencjał kontroli i inwigilacji jednostki. Wielu współczesnych badaczy rozwija tezę Michela Foucaulta, że nowoczesne państwo rezygnuje z przemocy fizycznej wobec obywateli na rzecz ich nadzorowania¹¹². Wskazują oni, że Internet jest narzędziem, które mogłoby zaspokoić największe apetyty władzy na wszechwiedzę o obywatelach. W tym kontekście rozwijane są w literaturze przedmiotu alarmujące koncepcje państwa nadzoru czy Superpanoptikonu¹¹³. Odsłania się janusowe oblicze Internetu: jest jednocześnie narzędziem służącym realizacji wolności słowa i ograniczania tej wolności.

STRESZCZENIE

W prezentowanym artykule przeanalizowano przebieg i efekty walki o wolny dostęp do informacji i komunikowanie się w Internecie. Walka o wpływy rozgrywa się pomiędzy obywatelami, organizacjami trzeciego sektora, i ruchami społecznymi

¹¹¹ P. Bourdieu, L.J.D. Wacquant, *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, tłum. A. Sawisz, Warszawa 2001, s. 167.

¹¹² M. Foucault, *Nadzorować i karać*, tłum. T. Komendant, Warszawa 1998.

¹¹³ T. Bringall III, *The New Panopticon: The Internet Viewed as a Structure of Social Control*, <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/APCITY/UNPAN003570.pdf>, 07.2011; N. Chomsky, *Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies*, Londyn 1989; D. Lyon, *The Electronic Eye. The Rise of Surveillance Society*, Minneapolis 1994, s. 37; E. Morozov, *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*, Nowy Jork 2011; M. Poster, *Critical Theory and Poststructuralism: In Search of a Context*, Nowy Jork 1989 oraz tenże, *The Mode of Information*, Cambridge 1990.

– z jednej strony, a państwami – z drugiej. W pierwszej części tekstu oceniono, w jakim stopniu, w jakich formach i wskutek działań jakich podmiotów podstawowa demokratyczna wartość – wolność słowa – podlega w Internecie ograniczeniom. Druga część artykułu zawiera analizę metod służących użytkownikom Internetu do stawiania oporu ograniczaniu wolności słowa. Przeprowadzona analiza wykazała, że rywalizacja pomiędzy tymi dwoma rodzajami podmiotów ma charakter dynamiczny i ewolucyjny. Rola inicjatorów działań przypada głównie państwom, z kolei obywatele na ogół jedynie reagują na wprowadzane ograniczenia. Obydwie strony podejmują przede wszystkim działania o charakterze technicznym: instytucje państwa wdrażają rozwiązania umożliwiające filtrowanie i blokowanie treści, a obywatele konstruują oprogramowanie pozwalające bezpiecznie wykorzystywać informacje niedostępne wskutek zabiegów cenzorskich. Państwa ponadto posiłkują się w ograniczaniu wolności słowa rozwiązaniami legislacyjnymi, takimi jak cenzura prewencyjna oraz inne pośrednie i bezpośrednie formy nacisku lub ograniczeń. Obywatele, broniąc się przed cenzurą, podejmują działalność o charakterze edukacyjnym, która realizowana jest zwykle przez organizacje pozarządowe.

Daniel Mider, Olgierd Borówka

INTERNET – MEDIUM WITHOUT CENSORSHIP?

In this article the process and consequences of the struggle for influences on the Internet that takes place between citizens (individuals, NGO's, social movements) and government institutions were analyzed. In the first part of the text, the degree to which basic democratic values such as freedom of speech are subject to Internet restrictions was investigated. The second part of the reading constitutes an analysis of the methods which are used to resist Internet limits on freedom of speech. It can be concluded from the analysis conducted that the rivalry between these two types of subjects is of a dynamic character. Governments usually take action whereas citizens react solely to the introduced restrictions. Both sides undertake action of a technical character which is based on implementing the solutions enabling filtering and blocking the content or allowing safe browsing and use of information which because of censorship has become unavailable. Moreover, governments make use of legislative solutions to restrict freedom of speech such as preventative censorship or other direct and indirect forms of repression. Society, however while defending itself from censorship, undertakes activities of an educational character which are implemented by NGO's.

KEY WORDS: *sociology of the Internet, political communication, political censorship, typology of political censorship, freedom of speech*

Jan Garlicki, Daniel Mider

Wykorzystanie Internetu w komunikowaniu politycznym elit z wyborcami

SŁOWA KLUCZOWE:

*marketing polityczny, kampania permanentna,
marketing w Internecie, kultura polityczna*

STUDIA I ANALIZY

Wykorzystanie nowych mediów – istotna cecha nowoczesnych kampanii wyborczych

Badacze marketingu politycznego i specjaliści z zakresu komunikowania politycznego zgodni są co do tego, że zarówno w Stanach Zjednoczonych, jak i w wielu państwach europejskich można zaobserwować zjawisko powstania i rozwoju kampanii permanentnej¹. Jej istotą jest tworzenie korzystnego wizerunku ugrupowania politycznego, zwłaszcza sprawującego aktualnie władzę, i działanie na rzecz utrzymania popularności. Ze względu na natężenie działań marketingowych i ustawiczne zabieganie o skuteczność w procesie komunikowania politycznego traci znaczenie rozróżnienie pomiędzy kampanią wyborczą a kampanią polityczną prowadzoną w trakcie kadencji. Jak sugerują Norman J. Ornstein i Thomas E. Mann, kampania łączy się z samym procesem rządzenia². Wśród istotnych zjawisk współwystępujących i – w pewnym sensie – determinujących charakter kampanii permanentnej wymienić można rozwój metod i działań z zakresu *public relations* oraz rosnącą rolę mediów w komuni-

¹ Zob. J. Garlicki, *Komunikowanie polityczne – od kampanii wyborczych do kampanii permanentnej*, „Studia Politologiczne”, t. 16, Warszawa 2010, s. 26 i nast.

² Zob. N.J. Ornstein, T.E. Mann (red.), *The Permanent Campaign and Its Future*, Waszington 2000, s. 231.

kowaniu politycznym, a czasem kreowaniu polityki. Nowego impulsu w działaniach w sferze PR oraz permanentnej kampanii politycznej dostarcza intensywny rozwój nowych mediów, a zwłaszcza możliwości stwarzane przez Internet. Wielu ekspertów zajmujących się badaniem komunikowania politycznego twierdzi wręcz, że dopiero Internet stwarza nieograniczone pole do prowadzenia kampanii permanentnej i wprowadza komunikowanie polityczne w erę kampanii postmodernizacyjnej³. Z oczywistych względów, w okresie poprzedzającym wybory, a zatem w trakcie właściwej kampanii wyborczej, działania komunikacyjne także w nowych mediach ulegają intensyfikacji. W Stanach Zjednoczonych w kampanii prowadzonej przez sztab Baracka Obamy w 2008 roku nowe media wykorzystane zostały na niespotykaną dotąd skalę⁴. Internetu i jego możliwości użyto nie tylko do prowadzenia komunikowania politycznego. Przy pomocy nowych mediów stworzono wręcz ruch społeczny składający się z wolontariuszy działających na rzecz wyboru Baracka Obamy. Internet stał się także instrumentem, który umożliwił zebranie rekordowej sumy funduszy na kampanię wyborczą. Niewątpliwie cechą komunikowania politycznego *via* Internet jest większa interaktywność i personalizacja przekazu. To sprawia, że rośnie jego rola. Wśród badaczy komunikowania politycznego prowadzony jest dyskurs dotyczący tego, czy i w jakim stopniu nowe media przełamały monopol mediów tradycyjnych, a zwłaszcza oddziaływania telewizji. Niewątpliwie jest to, że Internet stwarza możliwości bycia nadawcą informacji. Inaczej mówiąc, dotychczasowy odbiorca może się stać kreatorem informacji o treściach politycznych. Takie możliwości istniały już w Sieci 1.0 (*Web 1.0*), na przykład umożliwiała to wymiana poglądów na forach dyskusyjnych. Jednak zupełnie nowe warunki stworzył rozwój Sieci 2.0 (*Web 2.0*). Nazw *Sieć 1.0* i *Sieć 2.0* po raz pierwszy użyto w październiku 2004 roku podczas konferencji zorganizowanej przez kompanię medialną *O'Reilly Media* (dawniej: *O'Reilly & Associates*) oraz *MediaLive International*. Terminy zaproponował Tim O'Reilly, a w toku burzy mózgow uczestnicy konferencji nadali im określone treści⁵. Za cezurę powstania Sieci 1.0 powszechnie przyjmuje

³ Por. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006, s. 247 i nast.

⁴ Zob. I. Grzywińska, *Zastosowanie nowych mediów w procesie komunikacji politycznej na przykładzie kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych w 2008 r.*, „*Studia Politologiczne*”, t. 16, Warszawa 2010, s. 136 i nast.

⁵ T. O'Reilly, *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, [w:] <http://www.oreilynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>, O'Reilly, 2005, dostęp: grudzień 2011, s. 1–2.

się opublikowanie w 1993 roku pierwszej specyfikacji języka HTML (*Hyper Text Markup Language*) umożliwiającego stworzenie World Wide Web (www, ang. 'ogólnoświatowa sieć'), której cechą definicyjną stanowi działanie oparte na stronach internetowych połączonych odnośnikami (*hyperlinks*). Z kolei Sieć 2.0 powstała w następstwie ekonomicznego kryzysu Sieci 1.0 wywołanego paniką giełdową i w efekcie załamaniem rynku w branży technologii informacyjnych w 2001 roku. W publicystyce wydarzenie to określane jest mianem pęknięcia bańki internetowej (*burst of dot-com bubble*). W najogólniejszym rozumieniu Sieć 2.0 stanowi rozwinięcie cech Sieci 1.0 na płaszczyźnie technicznej oraz społecznej zapoczątkowane na przełomie 2003 i 2004 roku⁶. Sieć 1.0 i Sieć 2.0 obecnie współistnieją obok siebie w Internecie.

Warunki stwarzane przez Web 2.0 doprowadziły z jednej strony do rozwoju serwisów społecznościowych typu Facebook czy Nasza Klasa. Z drugiej zaś strony w tej sieci doszło do powstawania dziennikarstwa obywatelskiego i tworzenia mediów niezależnych w Internecie. Do tego można dodać zakładanie blogów czy mikroblogów.

Wszystkie te zjawiska w znaczący sposób wpływają na procesy komunikowania politycznego. Elitom politycznym stwarzają nowe możliwości, ale także nowe wyzwania. Sterowanie procesami komunikowania staje się znacznie trudniejsze. Umiejętne wykorzystanie nowych mediów wymaga profesjonalizmu. Czy aktorzy polityki potrafią podołać nowym zadaniom w sferze komunikowania? Trawestując opinie przedstawione przez N.J. Ornsteina i T.E. Manna, można postawić też hipotezę, że „większa interaktywność w komunikowaniu politycznym stworzona dzięki Internetowi, to pozór kryjący wzrost oddziaływania elit politycznych na wyborców poprzez profesjonalnie zarządzanie i wykorzystanie nowych mediów”. Wydaje się, że w kampaniach prowadzonych w Stanach Zjednoczonych można zaobserwować takie zjawisko. Pytanie, które należy zatem postawić, dotyczyć będzie tego, jak owe procesy przebiegają w Polsce.

Nowe możliwości i rozwiązania stwarzane przez Internet zostały w Polsce zauważone przez elity polityczne. Politycy, kandydaci w wyborach prezydenckich i parlamentarnych oraz ich sztaby wyborcze wykorzystują nowe media w komunikowaniu politycznym. Warto poddać analizie zagadnienie, czy Internet w Polsce rzeczywiście doprowadził do rewolucji w marketingowym komunikowaniu. Ważnymi płaszczyznami analizy są

⁶ G. Cormode, B. Krishnamurthy, *Key Differences between Web 1.0 and Web 2.0*, Nowy Jork 2008, [w:] <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.145.3391&rep=rep1&type=pdf>, dostęp: grudzień 2011, s. 6.

kwestie dotyczące tego, na ile elity polityczne wykorzystują nowe media profesjonalnie, a także, w jakim stopniu Internet jest medium wiarygodnym i skutecznym. Istotne również staje się to, z jakich form i środków komunikowania politycznego w Internecie politycy korzystają.

Nowe kanały komunikowania w Internecie – rewolucja w kampaniach?

Zastosowanie Internetu w komunikowaniu politycznym elit z wyborcami wytworzyło paradoksalną sytuację. Z jednej strony rozwój tego medium doprowadził do permanentnej, samopodtrzymującej się rewolucji w sferze komunikowania. Z drugiej strony dostrzegamy liczne przejawy swoistej „pełzającej kontrewolucji” w sferze komunikacji politycznej, której autorem i pierwszoplanowym aktorem są elity polityczne. Zjawisko to ma charakter globalny i uwidacznia się na rozmaitych płaszczyznach. Najwyraźniejszym przejawem są próby ograniczenia wolności słowa w Internecie przez decydentów. Od wielu lat pomiędzy obywatelami, organizacjami trzeciego sektora i ruchami społecznymi – z jednej strony, a państwami – z drugiej rozgrywa się bezpardonowa walka o wpływy w Internecie. Rywalizacja pomiędzy tymi podmiotami ma charakter dynamiczny i ewolucyjny. Rola inicjatorów działań przypada głównie państwom, z kolei obywatele na ogół jedynie reagują na wprowadzane ograniczenia. Obydwie strony podejmują przede wszystkim działania o charakterze technicznym: instytucje państwa wdrażają rozwiązania umożliwiające filtrowanie i blokowanie treści, a obywatele konstruują oprogramowania pozwalające bezpiecznie wykorzystywać informacje niedostępne wskutek zabiegów cenzorskich. Państwa ponadto posiłkują się w ograniczaniu wolności słowa rozwiązaniami legislacyjnymi, takimi jak cenzura prewencyjna oraz inne pośrednie i bezpośrednie formy nacisku lub ograniczeń. Egzemplifikacją takich zmagają są próby państw, a z drugiej strony negatywne reakcje społeczne przeciwko porozumieniu *Anti-Counterfeiting Trade Agreement* (ACTA, czyli umowie handlowej dotyczącej zwalczania obrotu towarami podrabianymi)⁷.

Innym przejawem „pełzającej kontrewolucji” jest wyraźnie widoczna niechęć polskich elit politycznych do korzystania z Internetu w ramach reguł, jakie się w nim wytworzyły i jakie na mocy zwyczaju obowiązują.

⁷ Szerzej na ten temat: D. Mider, O. Borówka, *Internet – medium bez cenzury?* w niniejszym numerze.

Mamy do czynienia z samoograniczaniem się, swoistą próbą dostosowania Internetu do działań mediów typu „jeden do jednego”. W efekcie stworzona jest niejako polityczna kultura pozorów, politycy, nie chcąc korzystać z Internetu na zasadach równorzędności z obywatelami, zajmują się budowaniem *potiomkinowskich wiosek* komunikacji⁸.

W różnym stopniu zjawisko to dotyczy poszczególnych kanałów komunikowania w Internecie. W każdym z tych kanałów wykształciły się i utrwaliły w toku społecznych interakcji odmienne subkultury, w każdym wypracowano zróżnicowane wzory i reguły aktywności. W Internecie dają się wyróżnić dwie odmienne subkultury: Sieć 1.0 (*Web 1.0*) i Sieć 2.0 (*Web 2.0*). Podział ten ma charakter umowny, a jednocześnie historyczny. Podstawą tego podziału są cechy ilościowe, a nie jakościowe – kanały komunikacyjne w ramach obu sieci charakteryzują się tożsamymi parametrami, jednak występują one w różnym natężeniu.

Wdrażane na przełomie 2003 i 2004 roku rozwiązania techniczne nadały kanałom internetowej komunikacji Sieci 2.0 odmienne w stosunku do Sieci 1.0 charakterystyki. Kanały składające się na Sieć 2.0 cechuje znacznie silniejszy potencjał więziotwórczy, bowiem stosowane technologie umożliwiają **tworzenie i działanie inkluzywnych oraz ekskluzywnych sieci społecznych** połączonych wspólnymi poglądami, zainteresowaniami prywatnymi lub zawodowymi, a także problemami bądź asocjacją na zasadzie tożsamości społecznej lub etnicznej. W socjolekcie znawców Internetu mówi się o sieciach społecznych (*social networks*). Przykładem kanałów komunikacji Sieci 2.0 są liczne popularne serwisy społecznościowe – między innymi: Facebook, Nasza Klasa, Goldenline oraz Grono. W Sieci 1.0 możliwość tworzenia sieci społecznych ma charakter ograniczony pod względem technicznym, na przykład grupy dyskusyjne Usenetu, listy dystrybucyjne, *newslettery* lub *webrings* dostarczają istotnie uboższych możliwości konstruowania sieciowej tożsamości oraz zróżnicowanego komunikowania się.

Sieć 1.0 odróżnia od Sieci 2.0 **odmienny sposób klasyfikowania treści zamieszczanych w Internecie**. W Sieci 1.0 treści porządkowane są hierarchicznie i odgórnie przez niewielką liczbę ośrodków. Klasyfikacja odbywa

⁸ Wnioski dotyczące „pełzającej kontrrewolucji” potwierdzono na podstawie serii badań ilościowych i jakościowych podjętych w ramach programu (N N 116 280338) finansowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego *Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku* realizowanym pod kierownictwem prof. dra hab. Jana Garlickiego. Część wyników tych badań została opublikowana w tomie 21 „Studiów Politologicznych” w 2011 roku zatytułowanym *Kultura polityczna Internautów w Polsce*.

się na podstawie jednolitych, predefiniowanych kluczy kodowych. Archetypowym przykładem jest uruchomiony w 1995 roku katalog internetowy Yahoo!⁹ – jest to zbiór uporządkowanych według klucza tematycznego internetowych odnośników. Z kolei struktura zasobów informacyjnych w ramach Sieci 2.0 ma charakter rozproszony, oddolny i amorficzny. Ponadto użytkownicy posługują się dowolnymi słownikami w celu kategoryzowania treści. Klasyfikacje dokonywane przez użytkowników nie muszą być rozłączne ani wyczerpujące. Użytkownicy przyporządkowują opublikowanym treściom słowa lub związki frazeologiczne (*tagi*) tym treściom odpowiadające. Klasyfikacja taka najczęściej przedstawiana jest w formie graficznej – tak zwanej chmury znaczników lub chmury *tagów* (ang. *tag cloud*). Im więcej użytkowników wykorzystało do sklasyfikowania określonej treści dany termin, tym mocniej w chmurze znaczników jest on eksponowany (pogrubioną lub powiększoną czcionką, lokalizacją w centrum chmury, a nie na jej obrzeżach). Jednocześnie znaczniki te są odnośnikami do tożsamyh tematycznie treści. Ten sposób klasyfikacji nazwany jest najczęściej folksonomią¹⁰, rzadziej etnoklasyfikacją (*ethn classification*) lub społeczną klasyfikacją (*social classification, social benchmarking*).

Istotną cechą odróżniającą Sieć 2.0 od Sieci 1.0 jest masowe, **oddolne tworzenie i udostępnianie treści przez użytkowników**. W Sieci 1.0 tworzone i prezentowane treści mają na ogół charakter komunikatów „jeden do wielu” i „jeden do jednego”, natomiast Sieć 2.0 ma zaawansowane technicznie możliwości wdrażania komunikacji „wielu do wielu”, zachowując również tryb przekazu Sieci 1.0. Wdrożone w ramach Sieci 2.0 technologie (określane nietłumaczonym na język polski mianem *mashup*) umożliwiają łatwe kreowanie różnorodnych treści i form oraz dzielenie

⁹ Obecnie Yahoo! Jest tyleż wyszukiwarką, co katalogiem internetowym. W toku rozwoju katalog internetowy Yahoo! został uzupełniony o nowe funkcjonalności. Obecnie sam katalog nazywa się Yahoo! Directory.

¹⁰ Folksonomia (*folksonomy*) jest to neologizm stanowiący zlepek dwóch słów: angielskiego *folk* oraz greckiego *taxonomy*. Tłumaczyć można go na język polski jako ludowa (w rozumieniu: zbiorowa) klasyfikacja informacji. Polega na oznaczaniu przez użytkownika, czyli tzw. tagowaniu, w specjalnych katalogach obejranych stron. Oznaczenia takie zawierają słowa kluczowe odpowiadające treści opisywanej strony. Istotne jest także to, że im więcej użytkowników oznaczy jakąś stronę tym samym słowem, tym lepiej dana strona jest w katalogu widoczna, a więc jest to nie tylko klasyfikacja, lecz również ranking popularności. T. Hammond, T. Hannay, B. Lund, J. Scott, *Social Bookmarking Tools (I). A General Review*, „D-Lib Magazine”, 2005, 11 (4), [w:] <http://www.dlib.org/dlib/april05/hammond/04hammond.html>, dostęp: grudzień 2011.

się nimi. Z kolei Sieć 1.0 stwarza bariery w tym zakresie spowodowane wymogiem opanowania określonych umiejętności informatycznych. Zawartość Sieci 2.0 tworzona jest głównie przez użytkowników, a nie przez nieliczne ośrodki. Technologią charakterystyczną w tym kontekście dla Sieci 1.0 są strony www oraz przeniesione do sieci tradycyjne serwisy informacyjne, a dla Sieci 2.0 – blogi, a także serwisy dziennikarstwa obywatelskiego (na przykład serwis ohmynews.com lub rodzime wiadomości24.pl). Podstawowa zasada dziennikarstwa uczestniczącego wyrażana jest formułą: „Każdy jest reporterem, każdy jest świadkiem”. W literaturze przedmiotu używane są także na określenie zjawiska dziennikarstwa obywatelskiego zwroty jak *We-media* (My – media) oraz *Grassroots Reporting* (oddolne dziennikarstwo).

Kolejną cechą różnicującą Sieć 1.0 i Sieć 2.0 jest **indywidualizacja otrzymywanych treści oraz integracja wykorzystywanych kanałów komunikacji**. W ramach Sieci 1.0 użytkownik posługuje się każdym kanałem komunikacji odrębnie: czatem, pocztą elektroniczną lub stroną internetową. Z kolei w Sieci 2.0 obserwujemy silną tendencję do integracji rozmaitych kanałów internetowego przekazu w jednym miejscu sieci dla wygody użytkownika, co oznacza, że w jednym miejscu, za pomocą jednego loginu i hasła użytkownik otrzymuje możliwość korzystania ze wszystkich wymienionych kanałów naraz. Przykładem tego typu zjawiska jest na przykład Google Buzz, który umożliwia integrację wykorzystywanych już innych serwisów w jednym miejscu – Twittera, Flickr czy Picasy, a także zapewnia usługi takie jak e-mail i czat. W takich zintegrowanych kanałach komunikacji użytkownik ma możliwość decydowania, jakie treści, o jakiej tematyce i z jakich źródeł mają do niego stale docierać, a jakie mają być pomijane (egzemplifikację stanowią czytelniki kanałów oparte na technologii Atom lub RSS – *Really Simple Syndication*¹¹).

Sieć 1.0 odróżniają od Sieci 2.0 odmienne wymagania dotyczące kompetencji użytkowników. Aktywne **użytkowanie Sieci 1.0 wymaga wyższych kwalifikacji technicznych** (na przykład umiejętności tworzenia strony www i zamieszczania jej na serwerze z użyciem protokołu FTP). Konieczność posiadania wyższych kompetencji technicznych tworzy w Sieci 1.0 barierę dla aktywnego uczestnictwa (dotyczy to tylko niektórych – choć najważniejszych kanałów przekazu w ramach tej sieci – na przykład posiadanie własnych stron www). Z kolei w **Sieci 2.0 większą rolę odgrywają kompetencje społeczne niż umiejętności techniczne**. Są

¹¹ L.B. Mills, *The Next Wave Now. Web 2.0*, „The School Administrator”, 2007, 64 (8), s. 4.

to między innymi zdolność do tworzenia i utrzymywania sieci społecznych, nawiązywania relacji, umiejętność odnalezienia się w przestrzeni wirtualnej wśród innych użytkowników Sieci 2.0. Sieć 2.0 może być tworzona i rozwijana niemal niezależnie od umiejętności technicznych użytkownika, zamieszczanie treści w tej sieci ma charakter intuicyjny, jej kanały wyposażone są w odpowiednie interfejsy i gotowe szablony. Oznacza to znacznie mniejsze ograniczenia w dołączeniu do grona aktywnych użytkowników.

Wymienione i opisane powyżej charakterystyki tworzą kluczową cechę Sieci 2.0 – jest nią **kultura partycypacji i dynamicznej interakcji**, w której brak jednolitego ośrodka informacyjnego, a każdy może być potencjalnie nadawcą i odbiorcą komunikatu na równorzędnych zasadach. Sieć 1.0 może być utożsamiana przede wszystkim ze zbiornikiem informacji, a w Sieci 2.0 nastąpiło jakościowe przekształcenie w medium komunikacji i tworzenia wspólnot. W tabeli zamieszczonej w aneksie dokonano autorskiej klasyfikacji kanałów internetowej komunikacji w podziale na Sieć 1.0 i Sieć 2.0, opierając się na wyżej opisanych cechach.

Prognozy dotyczące Internetu przewidują kolejne stadia jego rozwoju w wymiarze technicznym i społecznym. Jesteśmy świadkami tworzenia się zrębów Sieci 3.0, która – w pełni rozwinięta – będzie funkcjonować, wykorzystując mechanizmy sztucznej inteligencji zdolnej do wyszukiwania i kategoryzacji informacji nie tylko na podstawie słownikowego ich znaczenia, lecz także kontekstów kulturowych, co określane jest w literaturze przedmiotu mianem sieci semantycznej (*Semantic Web*)¹². Aplikacje i rozwiązania uznawane za pierwszych przedstawicieli Sieci 3.0 już funkcjonują. Zalicza się do nich sieciowe gry, takie jak Second Life, Entropia Universe czy Google Lively.

Internetyzacja kampanii wyborczych – doświadczenia lidera

Szczególne znaczenie dla zastosowań Internetu w sferze komunikacji politycznej mają trzy następujące daty: dla Sieci 1.0 – 1996 rok, a dla Sieci 2.0 – 2004 i 2008 rok. Zaszły wówczas istotne, jakościowe zmiany związane z prowadzeniem kampanii wyborczej z użyciem Internetu. W 1996 roku dokonał się przełom w postawach amerykańskich polityków

¹² Obszernie na ten temat: T. Berners-Lee, J. Hendler, O. Lassila, *Sieć semantyczna*, „Świat Nauki”, lipiec 2001, s. 41–49.

wobec wykorzystania Internetu, a konkretnie głównego przedstawiciela Sieci 1.0 – stron internetowych – w kampanii wyborczej¹³. Wśród kandydatów republikańców i demokratów do Kongresu Stanów Zjednoczonych swoje strony internetowe przygotowało wówczas blisko 70 proc. kandydatów na senatorów i trzecia część kandydatów do Izby Reprezentantów. Powszechnie wykorzystali strony internetowe także kandydaci na gubernatorów – posiadało je 95 proc. kandydatów wielkich partii¹⁴. Wzrostowy trend w wykorzystaniu stron internetowych utrzymywał się w kolejnych latach. Z kolei kampania prezydencka prowadzona w tym samym roku zaowocowała przełomem innego rodzaju – powszechnie zaczęto wykorzystywać Internet jako narzędzie służące do zdobywania funduszy na kampanię wyborczą. Zebrane w ten sposób fundusze określa się powszechnie mianem *soft money*, co dosłownie oznacza „lekkie pieniądze” i jest rozumiane jako drobne, lecz na ogół liczne wpłaty. Nazwa ta związana jest z uregulowaniami prawnymi dotyczącymi wpłat na konta kandydatów – według prawa federalnego każdy obywatel amerykański ma prawo wesprzeć swojego kandydata maksymalną kwotą dwóch tysięcy trzystu dolarów w prawyborach i taką samą w wyborach¹⁵. W literaturze przedmiotu wskazuje się, że zjawisko to porównywalne jest z rewolucją w amerykańskiej polityce, jaką wywołało rozpoczęcie transmisji debat prezydenckich przez telewizję¹⁶. Gromadzenie funduszy za pośrednictwem Internetu zainicjował kandydat republikańców na urząd prezydenta Robert Bob Dole. Za pośrednictwem strony internetowej jego zwolennicy wpłacili dwieście tysięcy dolarów¹⁷. W prawyborach prezydenckich w 2000 roku Bill Bradley stał się pierwszym politykiem, który w Internecie zebrał aż milion dolarów. W wyborach prezydenckich w 2000 roku George W. Bush gromadził w ten sposób około dwustu do trzystu tysięcy

¹³ Wykorzystanie stron internetowych – głównych przedstawicieli Sieci 1.0 – w toku kandydowania na obieralne stanowisko polityczne po raz pierwszy zaistniało w kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych w 1992 roku. Bill Clinton był wówczas pierwszym i w tej kampanii jedynym kandydatem, który wykorzystał ten kanał komunikacji.

¹⁴ B. Bimber, R. Davis, *Campaigning Online. The Internet in U.S. Elections*, Oxford University Press, Nowy Jork 2003, s. 25.

¹⁵ C. Kush, *Cybercitizen. How to Use Your Computer to Fight for ALL the Issues You Care About*, Martin's Griffin, Nowy Jork 2000, s. 24–25.

¹⁶ J. Trippi, *The Revolution Will Not Be Televised. Democracy, The Internet, and The Overthrow of Everything*, ReganBooks, Nowy Jork 2005, s. XVI–XVII.

¹⁷ A. Rice, *Campaigns Online: The Profound Impact of the Internet, Blogs, and E-Technologies in Presidential Political Campaigning*, Center for the Study of American Government at Johns Hopkins University, styczeń 2004, [w:] <http://www.campaignsonline.org/reports/online.pdf>, dostęp: grudzień 2011, s. 43.

dolarów po każdej akcji rozsyłania elektronicznych listów w Internecie. Jednakże najbardziej skutecznym okazał się kontrkandydat G.W. Busha w prawyborach w Partii Republikańskiej – John McCain, który w obliczu wyczerpania się funduszy na kampanię wyborczą skorzystał z tej formy partycypacji politycznej w Internecie i dzięki niej zgromadził aż 25 proc. funduszy podczas całej kampanii wyborczej¹⁸. W wyborach prezydenckich 2004 roku z możliwości dokonania wpłat *online* skorzystało cztery miliony Amerykanów¹⁹. Absolutnym rekordzistą okazał się Barack Obama – spośród zgromadzonych na cele kampanii środków aż 500 milionów pochodziło z donacji dokonanych za pośrednictwem Internetu²⁰. W kontekście zastosowania Sieci 2.0 przełomowe stały się wybory prezydenckie w 2004 roku w Stanach Zjednoczonych, podczas których pojawiło się zjawisko nazywane przez badaczy „internetyzacją kampanii”, polegające na zastosowaniu przez kandydatów różnorodnych środków internetowej komunikacji (przede wszystkim blogów) i uznaniu Internetu za niezbędne medium komunikowania politycznego²¹. Kolejny szczebel „internetyzacji kampanii” został osiągnięty w 2008 roku, kiedy B. Obama zwyciężył w kampanii prezydenckiej przede wszystkim dzięki konsekwentnemu, zaplanowanemu i wieloaspektowemu wykorzystaniu w kampanii wyborczej kanałów Sieci 2.0 (głównie serwisów społecznościowych: Facebook, MySpace, LiveJournal, LinkedIn oraz YouTube). W tym przypadku faktycznie można mówić o swoistej rewolucji – mamy do czynienia z nową jakością prowadzenia kampanii wyborczych: inspirowanych odgórnie, lecz opartych na masowym, acz krótkotrwałym uczestnictwie sympatyków, skracających dystans pomiędzy politykiem a wyborcą, dynamicznych, wykorzystujących marketing szeptany i wirusowy.

¹⁸ S. Davis, L. Elin, G. Reeher, *Click on Democracy. The Internet's Power to Change Political Apathy into Civic Action*, Westview, Cambridge 2002, s. 56–57.

¹⁹ L. Rainie, M. Cornfield, J. Horrigan, *The Internet and Campaign 2004*, The Pew Research Center, 2005, [w:] http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_2004_Campaign.pdf, dostęp: grudzień 2011.

²⁰ T. Machała, *Kampania wyborcza w Internecie*, „Kampania na żywo”, 21.01.2010, [w:] <http://kampanianazywo.pl/opinie/kampania-wyborcza-w-internecie/>, dostęp: grudzień 2011.

²¹ A. Rice, *Campaigns Online: The Profound Impact of the Internet...*, s. 5.

Internet na tle mediów tradycyjnych – wiarygodność, atrakcyjność, skuteczność

Nowe media różnią się od tradycyjnych nie tylko w sensie technologicznym. Ważniejsze są różnice w społecznym ich postrzeganiu, sposobie wykorzystania oraz skali identyfikacji odbiorców – choć w przypadku nowych mediów bardziej właściwe byłoby określenie „użytkowników” – z danym środkiem komunikowania. Jednym z istotnych aspektów postrzegania oddziaływania nowych mediów jest ocena ich wiarygodności. Z badań przeprowadzonych wśród Internautów przez zespół pracowników Zakładu Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, a realizowanych w ramach projektu badawczego *Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku* wynika, że dla większości z nich Internet jest bardziej wiarygodny niż telewizja (tabela 1.)²². Natomiast ocena jego wiarygodności na tle radia oraz prasy skłania do wniosku, że poziom wiarygodności tych rodzajów mediów jest porównywalny. Większość osób, choć nieprzekraczająca połowy, wyraża pogląd, że obydwa

Tabela 1. Opinie na temat wiarygodności Internetu w porównaniu z mediami tradycyjnymi (N=720)

| Lp. | Wskazania w %: | | | |
|-----|---|------------------------------|----------------------------|---------------------------|
| | Wiarygodność Internetu a wiarygodność innych środków przekazu | | | |
| | Środek przekazu | Internet bardziej wiarygodny | Internet równie wiarygodny | Internet mniej wiarygodny |
| 1 | prasa | 40,7 | 41,8 | 17,5 |
| 2 | radio | 33,9 | 42,6 | 23,5 |
| 3 | telewizja | 44,3 | 39,8 | 15,9 |

Źródło: *Kultura Polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów prezydenckich 2010*, INP UW.

²² Dane z badania *Kultura polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów prezydenckich w 2010 roku*, które przeprowadzono w dniach od 10–14 czerwca 2010 roku na próbie 720 pełnoletnich polskich Internautów. Badanie realizowano w ramach programu (N N 116 280338) finansowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wzwyższego *Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku* pod kierownictwem prof. dra hab. Jana Garlickiego. Badanie zostało przeprowadzone online, czyli metodą wywiadów internetowych wspomaganych komputerowo CAWI (*Computer Assisted Web Interviews*) – J. Garlicki, *Kultura polityczna polskich Internautów*, „Studia Politologiczne”, vol. 21, Warszawa 2011, s. 13–50.

z mediów w porównaniu z Internetem są w podobnym stopniu wiarygodne. Jednak, gdy spojrzeć na kwestię przez pryzmat ocen zdecydowanych i jednoznacznych, okaże się, że więcej osób uznaje za bardziej wiarygodny Internet niż jest zwolenników poglądu, że to radio lub prasa są bardziej wiarygodne²³. Na tej podstawie można wysnuć wniosek, że coraz lepsze oceny otrzymuje Internet za wiarygodność informacji. W tym zakresie nie ustępuje mediom tradycyjnym, ale wręcz je przewyższa. Choć trzeba także przyznać, że ta przewaga nie jest bardzo wysoka.

Bardziej, i to w stopniu znaczącym, doceniana jest przez Internautów przewaga Internetu nad innymi mediami pod względem atrakcyjności (tabela 2.). Nowe medium postrzegane jest jako zdecydowanie atrakcyjniejsze od prasy i radia i porównywalnie tak atrakcyjne, jak telewizja, choć w tym względzie opinie użytkowników Internetu są wyraźnie podzielone.

Tabela 2. Opinie na temat atrakcyjności Internetu w porównaniu z mediami tradycyjnymi (N=720)

| Lp. | Wskazania w %: | | | |
|-----|---|------------------------------|----------------------------|---------------------------|
| | Atrakcyjność Internetu a atrakcyjność innych środków przekazu | | | |
| | Środek przekazu | Internet bardziej atrakcyjny | Internet równie atrakcyjny | Internet mniej atrakcyjny |
| 1 | prasa | 57,3 | 27,2 | 15,5 |
| 2 | radio | 51,8 | 29,7 | 18,5 |
| 3 | telewizja | 34,9 | 37,6 | 27,5 |

Źródło: *Kultura Polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów prezydenckich 2010*, INP UW.

Ten sposób postrzegania Internetu jako wiarygodnego i atrakcyjnego medium niewątpliwie wpływa na objawioną w trakcie ostatnich wyborów w Polsce skłonność polityków do coraz szerszego wykorzystania go w kampanii politycznej. Odrębnym zagadnieniem jest analiza, w jakim stopniu sztaby wyborcze w Polsce czynią to profesjonalnie i skutecznie.

Wyniki badania przeprowadzonego w trakcie wyborów parlamentarnych w 2011 roku²⁴ potwierdzają wcześniej uzyskane informacje – mię-

²³ Por. J. Garlicki, *Kultura polityczna polskich Internautów*, „Studia Politologiczne”, t. 21, Warszawa 2011, s. 42–43.

²⁴ Badanie *Kultura polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów parlamentarnych w 2011 roku*, w którym zebrano dane analizowane w niniejszej publikacji, przeprowadzono w dniach od 27 września do 5 października 2011 roku na próbie 757 respondentów indywidualnych. Badanie przeprowadzono w ramach programu (N N 116 280338)

dzy innymi dzięki badaniom zrealizowanym w toku kampanii wyborów prezydenckich²⁵, dotyczące tego, że Internet nie jest dla jego użytkowników głównym źródłem wiedzy o polityce. Polacy korzystają z niego z wielu różnych powodów, ale polityka nie jest pierwsza pod tym względem. W październiku 2011 roku połowa internautów zadeklarowała, że w celu zdobywania informacji o polityce korzysta w równym stopniu z mediów tradycyjnych, jak i z Internetu (tabela 3.). Ponad jedna czwarta pozyskuje wiedzę na tematy polityczne z mediów tradycyjnych, 23 proc. twierdzi, że preferuje nowe media. Na podstawie powyższych danych można wyciągnąć przynajmniej dwa wnioski. Po pierwsze – nowe media także w Polsce niewątpliwie doprowadziły do zmian w zakresie pozyskiwania informacji o polityce, ale prymat mediów tradycyjnych, a zwłaszcza telewizji, nie został jeszcze przewyżniony. Po drugie – dynamika procesów przeobrażeń w sferze oddziaływania mediów jest znaczna i wyraźna. W trakcie kampanii parlamentarnej dwukrotnie więcej internautów poszukiwało informacji o działaniach politycznych partii niż podczas wyborów prezydenckich (90 proc. do 40 proc.).

Tabela 3. Media tradycyjne i Internet jako środek informacji o polityce (N=757)

| Lp. | W jakim stopniu Internet służy Panu(i) do zdobywania informacji na temat polityki w porównaniu z tak zwanymi „tradycyjnymi” mediami – telewizją, radiem i prasą? | Wskazania w %: |
|-----|--|----------------|
| 1 | Informacje na temat polityki zdobywam głównie w „tradycyjnych” mediach. | 26,0 |
| 2 | W równym stopniu korzystam dla zdobywania informacji z mediów „tradycyjnych”, jak też z Internetu. | 50,5 |
| 3 | Informacje na temat polityki zdobywam głównie w Internecie. | 23,5 |

Źródło: *Kultura Polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów prezydenckich 2011*, INP UW.

finansowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego *Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku* realizowanego pod kierownictwem prof. dr hab. Jana Garlickiego. Rekrutacja dokonywana była poprzez panel internetowy – Inetpanel.pl oraz mailing w portalu Wirtualna Polska (wp.pl). Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI (*Computer Assisted Web Interviews*).

²⁵ J. Garlicki, *Kultura polityczna polskich Internautów*, „*Studia Politologiczne*”, t. 21, Warszawa 2011, s. 19–22.

Po analizie wyników można powtórzyć sformułowaną na podsumowanie badań zrealizowanych w 2010 roku tezę, że poszukiwanie informacji o polityce w Internecie wymaga zaangażowania, a wiadomości przekazywane w telewizji, radiu i prasie wyborcy przyswajają do pewnego stopnia mimochodem, przy wykonywaniu innych codziennych czynności. A poza tym, choć internauci – jak wynika z całego cyklu badań – bardziej interesują się polityką niż pozostali obywatele, to jednak poprzez Internet realizują różnorodne zainteresowania, a polityka zwykle nie jest wśród nich na pierwszym miejscu.

Porównanie wyników badań z kampanii 2010 roku i 2011 roku prowadzi do wniosku, że internauci tracą przekonanie, że kampania wyborcza i komunikowanie polityczne elit skutecznie wpływa na dokonywane przez obywateli wybory. Sondaż zrealizowany w przededniu wyborów prezydenckich w 2010 roku pokazał, że większość obywateli korzystających z Internetu była zdania, iż komunikowanie prowadzone w mediach nie wpłynie na zachowania wyborcze lub jego wpływ będzie nieznaczny. Największe możliwości wpływu dostrzegali internauci w oddziaływaniu „starych” mediów, a konkretnie prasy. Jedna trzecia z nich uważała, że materiały ukazujące się w tym medium wpłyną na wybór konkretnego kandydata (tabela 4.). Uczestnicy badania prawdopodobnie mieli na myśli raczej publicystykę na tematy polityczne niż reklamy wyborcze zamieszczane w prasie.

Po upływie roku w trakcie badań prowadzonych podczas kampanii wyborów parlamentarnych przekonanie użytkowników Internetu co do roli mediów w kształtowaniu zachowań wyborczych znacznie się obniżyło. Spadek wskazań dotyczących wpływu komunikowania w mediach na decyzje wyborcze objął właściwie wszystkie środki przekazu. Jedynie telewizja została oceniona jako mająca względnie największy potencjał wpływu. Jedna czwarta badanych stwierdziła, że to jest medium, które może wywierać wpływ. To jest grupa mniejszościowa, ale najliczniejsza spośród zwolenników poglądu sugerującego, że kampania w mediach będzie miała wpływ. W dodatku wskazania na telewizję wzrosły o kilka punktów procentowych w porównaniu do danych z kampanii prezydenckiej. Internauci w większości nie są przekonani, że skuteczne może być komunikowanie w nowych mediach. W przypadku radia i prasy liczebny spadek grup przekonanych o wpływie tych mediów na zachowania wyborcze jest wręcz dramatyczny, czyli kilkukrotny.

Interesującym aspektem badania roli Internetu w komunikowaniu politycznym elit z wyborcami jest poznanie opinii internautów dotyczących zastosowania nowego medium w sferze polityki. Blisko dwie trzecie

Tabela 4. Wpływ kampanii w mediach na zachowania wyborcze (2010 – N=720, 2011 – N=757)

| Lp. | W jakim stopniu kampania prowadzona w wymienionym środku przekazu wpłynęła na wybór konkretnego kandydata | Wskazania w %: | |
|--|---|----------------|---------|
| | | 2010 r. | 2011 r. |
| Kampania w prasie, tygodnikach i miesięcznikach | | | |
| 1 | Nie wpłynęła | 55,2 | 71,4 |
| 2 | Oddziaływać będzie w sposób niejednoznaczny | 11,0 | 17,6 |
| 3 | Wpłynęła | 33,8 | 11,1 |
| Razem | | 100 | 100 |
| Kampania w radiu | | | |
| 1 | Nie wpłynęła | 57,4 | 67,1 |
| 2 | Oddziaływać będzie w sposób niejednoznaczny | 12,7 | 21,8 |
| 3 | Wpłynęła | 29,8 | 11,1 |
| Razem | | 100 | 100 |
| Kampania w telewizji | | | |
| 1 | Nie wpłynęła | 65,1 | 55,0 |
| 2 | Oddziaływać będzie w sposób niejednoznaczny | 13,3 | 19,8 |
| 3 | Wpłynęła | 21,6 | 25,2 |
| Razem | | 100 | 100 |
| Kampania w Internecie | | | |
| 1 | Nie wpłynęła | 61,4 | 54,8 |
| 2 | Oddziaływać będzie w sposób niejednoznaczny | 12,8 | 23,0 |
| 3 | Wpłynęła | 25,8 | 22,2 |
| Razem | | 100 | 100 |

Źródło: *Kultura Polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów prezydenckich 2010*, INP UW; *Kultura Polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów parlamentarnych 2011*, INP UW.

użytkowników Internetu jest zdania, że dobrym pomysłem było wprowadzenie możliwości kontaktowania się wyborców z politykami, i *vice versa*, poprzez nowe media (tabela 5.). Podobna liczebnie grupa obywateli aktywnych w świecie wirtualnym uważa za dobry pomysł wprowadzenie możliwości odbywania referendów *via* Internet. Ponad połowa uczestników badania jest przekonana, że Internet powinien się stać głównym środkiem prowadzenia kampanii wyborczych zamiast telewizji, prasy, radia i billboardów. Jednocześnie grupy liczące nieco powyżej jednej

czwartej środowiska internautów obawiają się, że wykorzystanie Internetu w polityce sprawi, iż będzie on kontrolowany przez media i polityków, a nie przez obywateli oraz, że prowadzenie polityki w Internecie spowodowałyby manipulację informacją polityczną na ogromną skalę.

Tabela 5. Opinie na temat zastosowania Internetu w polityce

| Lp. | Twierdzenie | Wskazania w %: | | | | |
|-----|---|--|----------------------------------|--|------------------------------------|--|
| | | Zdecydowanie nie/ zdecydowanie zły pomysł | Raczej nie/ raczej zły pomysł | Ani się zgadzam, ani się nie zgadzam/ ani dobry, ani zły pomysł | Raczej tak/ raczej dobry pomysł | Zdecydowanie tak/ zdecydowanie dobry pomysł |
| 1 | Wprowadzenie możliwości kontaktowania się wyborców z politykami przez Internet uważam za | 2,8 | 5,0 | 27,5 | 46,2 | 18,5 |
| | | 7,8 | | 27,5 | 64,7 | |
| 2 | Wprowadzenie możliwości odbywania referendum przez Internet uważam za | 6,5 | 7,8 | 21,5 | 38,0 | 26,2 |
| | | 14,3 | | 21,5 | 64,2 | |
| 3 | Wprowadzenie możliwości odbywania publicznych debat wyborców i polityków nad ważnymi kwestiami przez Internet uważam za | 5,0 | 7,4 | 31,8 | 41,6 | 14,1 |
| | | 12,4 | | 31,8 | 55,7 | |
| 4 | Internet powinien stać się głównym środkiem prowadzenia kampanii wyborczych zamiast telewizji, prasy, radia i billboardów | 4,1 | 10,8 | 32,5 | 31,2 | 21,4 |
| | | 14,9 | | 32,5 | 52,6 | |
| 5 | Internet to przyszłość polityki | 5,7 | 13,5 | 28,9 | 38,2 | 13,7 |
| | | 19,2 | | 28,9 | 51,9 | |
| 6 | Zastosowanie Internetu w polityce uczyni politykę bardziej przejrzystą | 6,3 | 18,4 | 36,9 | 30,8 | 7,7 |
| | | 24,7 | | 36,9 | 38,5 | |

Tabela 5. cd.

| | | | | | | |
|----|---|------|------|------|------|------|
| 7 | Dzięki zastosowaniu Internetu w polityce zwykli ludzie będą mieli większy wpływ na politykę | 8,7 | 24,3 | 30,1 | 30,9 | 5,9 |
| | | 33,0 | | 30,1 | 36,8 | |
| 8 | Politycy powinni wprowadzić oprócz głosowania w lokalu wyborczym także możliwość głosowania przez Internet | 31,3 | 27,5 | 12,9 | 15,3 | 19,9 |
| | | 58,8 | | 12,9 | 28,2 | |
| 9 | Internet powinien stać się głównym środkiem komunikacji pomiędzy obywatelami i politykami | 9,2 | 25,1 | 37,4 | 22,3 | 5,9 |
| | | 34,3 | | 37,4 | 28,2 | |
| 10 | Wykorzystanie Internetu w polityce sprawi, że będzie on kontrolowany przez media i polityków, a nie przez obywateli | 9,1 | 31,8 | 32,4 | 20,2 | 6,5 |
| | | 40,9 | | 32,4 | 26,7 | |
| 11 | Prowadzenie polityki w Internecie spowodowałoby manipulację informacją polityczną na ogromną skalę | 9,0 | 30,3 | 34,1 | 18,6 | 8,1 |
| | | 39,3 | | 34,1 | 26,7 | |
| 12 | Prowadzenie polityki w Internecie obniżyłoby jej jakość | 11,2 | 32,2 | 38,3 | 11,9 | 6,3 |
| | | 43,4 | | 38,3 | 18,2 | |
| 13 | Zastosowanie Internetu w polityce to zagrożenie dla demokracji | 24,4 | 37,9 | 26,9 | 7,1 | 3,6 |
| | | 62,3 | | 26,9 | 10,7 | |

Źródło: *Kultura Polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów prezydenckich 2011*, INP UW.

Można zatem dostrzec pewne rozdzielenie opinii osób korzystających z nowych mediów. Z jednej strony dostrzegają nowe możliwości i szanse tworzone w komunikowaniu politycznym przez Internet. Z drugiej – część z nich, choć mniej liczna, obawia się kontroli nad Internetem

przez polityków. Te odmienne nastawienia nie muszą być sprzeczne. To raczej świadectwo rosnącej świadomości Internautów, którzy zaczynają dostrzegać, że rozwiązanie i możliwości techniczne i technologiczne to jedno, a kwestia tego, kto, do czego i jak może wykorzystywać je to drugie, odrębne zagadnienie. Szanse na zastosowanie Internetu do symetrycznego i spersonalizowanego komunikowania między elitami a obywatelami są obecnie duże i niewątpliwie stwarza to nową jakość w polityce i prowadzonych kampaniach wyborczych. Pokusa do wykorzystania nowych mediów, do zwiększenia siły oddziaływania polityków, ekspertów i sztabów wyborczych na wyborców jest także olbrzymia. To, jak procesy będą się kształtowały, zależy od obu stron sceny politycznej. Nie należy zapominać także o dziennikarzach. Chodzi zarówno o tych z mediów tradycyjnych, które coraz częściej i śmielej wkraczają w sferę Internetu, tworząc portale i serwisy w nowym medium, jak i rozwijające się dziennikarstwo obywatelskie i tworzenie mediów niezależnych właśnie w Internecie. Warto jeszcze przypomnieć, że choć polscy internauci nie ocenili nowego medium jako skutecznego podczas ostatnich wyborów, to w większości są przekonani, iż Internet powinien się stać głównym środkiem prowadzenia kampanii wyborczych zamiast telewizji i innych mediów tradycyjnych. Ukształtował się zatem pogląd, że wykorzystanie nowego medium to przyszłość polityki.

Komunikowanie elit w Polsce – początki zastosowania Internetu w kampaniach wyborczych

Spośród licznych kanałów komunikacji w Internecie elity polityczne wykorzystują do komunikacji z wyborcami tylko niektóre z nich. Do kanałów komunikacji w ramach Sieci 1.0 zaliczamy tradycyjne strony www, grupy dyskusyjne (Usenet), listy dystrybucyjne i *newslettery*, fora dyskusyjne, serwisy informacyjne, czaty, komunikatory internetowe, e-mailing. Nie wszystkie wymienione kanały Sieci 1.0 wykorzystywane są przez elity w toku komunikacji politycznej. W komunikacji politycznej najpowszechniej i najpełniej wykorzystywane są **strony www**. Niekiedy strony te są prowadzone w formie **serwisów informacyjnych**. W ograniczonym zakresie wykorzystywane są także: **e-mailing** oraz *newslettery*, a także **fora dyskusyjne**. Sporadycznie zdarza się użycie **komunikatorów** oraz **czatów**. Całkowicie poza sferą zainteresowania elit politycznych pozostają: **tradycyjne grupy dyskusyjne** (Usenet) oraz **listy dystrybucyjne**. Z kolei kanałami komunikowania Sieci 2.0 są przede wszystkim serwisy społecznościowe

(towarzyskie: Facebook, NaszaKlasa, Google+, MySpace, Grono; networkingowe: Profeo, Goldenline, LinkedIn; kontentowe: YouTube, Flickr, Fotka), występujące w różnorodnych odmianach komunikacyjno-technicznych blogi (tekstowe, fotoblogi i wideoblogi, audioblogi, linklogi) oraz mikroblogi (Twitter, Blip, Identi.ca), a także serwisy dziennikarstwa obywatelskiego. Spośród kanałów komunikacji Sieci 2.0 wykorzystywane są przez polskie elity polityczne przede wszystkim **serwisy społecznościowe** oraz – w nieco mniejszym stopniu – **blogi**. Serwisy dziennikarstwa obywatelskiego nie są wykorzystywane w komunikacji politycznej elit z wyborcami.

Sieć 1.0 dominowała w komunikowaniu elit politycznych z wyborcami w latach 1995–2007. Etapy ilościowego i jakościowego rozwoju zastosowań Internetu w komunikowaniu się z wyborcami były wyznaczone głównie przez kolejne kampanie wyborcze. W okresie między wyborami rzadko odnotowywano istotne zmiany w zakresie internetowej komunikacji z wyborcami. W 1995 roku zaistniały pierwsze próby wdrożenia Internetu w komunikowaniu wyborczym podczas kampanii prezydenckiej – były one akcydentalne przede wszystkim ze względu na niewielkie rozpowszechnienie Internetu w społeczeństwie polskim. Pojawiły się wówczas pierwsze strony internetowe kandydatów. W większym stopniu wykorzystano Internet w kampanii parlamentarnej 1997 roku. Próby te oceniane są jako pionierskie, ubogie i niewystarczające. Została jednak przełamana pewna bariera. Politycy dostrzegli nowe medium i zaczęli je wykorzystywać – szacuje się, że na początku 1997 roku z Internetu korzystało około 900 000 osób²⁶. Spośród 22 zarejestrowanych wówczas komitetów wyborczych zaledwie 14 stworzyło własne strony internetowe, a spośród kandydatów do parlamentu kilkunastu miało własne strony internetowe²⁷. Sztaby wyborcze popełniały wówczas – obecnie już dobrze rozpoznawane i uznawane za elementarne – błędy: niepodawanie adresu kontaktowego e-mail na stronie www czy brak logicznego związku nazwy domeny z nazwiskiem kandydata. Warto przypomnieć, że 11 września 1997 roku przeprowadzona została pierwsza polityczna debata w Internecie. Debatę zorganizowały trzy podmioty: Telewizja Wisła, Centrum Nowych Technologii oraz Wirtualna Polska²⁸. Jakościowe wzbogace-

²⁶ S. Zembrzusi, *Milion Polaków w sieci*, „Teleinfo”, 1997, 14.

²⁷ J. Żurawski, *Internet jako współczesny środek elektronicznej komunikacji wyborczej i jego zastosowanie w polskich kampaniach parlamentarnych*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2010, s. 124; M. Nowina Konopka, *Rola Internetu w rozwoju demokracji w Polsce*, Kraków–Nowy Sącz 2008, s. 174–175.

²⁸ J. Rafa, *Wyborczy Internet*, [w:] <http://www.wsp.krakow.pl/papers/news-wyb.html>, dostęp: grudzień 2011.

nie komunikacyjnego repertuaru elit wyborczych przyniosła kampania samorządowa w 1998 roku. Podczas jej trwania politycy eksperymentowali z nowym kanałem komunikacji politycznej – czatami. Szczególnie aktywni w tym zakresie byli politycy Akcji Wyborczej „Solidarność” oraz Sojuszu Lewicy Demokratycznej²⁹. Kampania prezydencka w 2000 roku przyniosła zauważalną techniczną i estetyczną standaryzację stron www. Ustalił się swoisty wzorzec strony kandydata obejmujący biogram, okolicznościowe zdjęcia polityka (często rodzinne), program wyborczy i hasła wyborcze, czasami także elementy ludyczne (np. karykaturę). Ze względu na zwiększenie przepustowości łącz internetowych w większym stopniu prezentowano materiały filmowe. Z komunikacyjnego punktu widzenia kampania prowadzona w Internecie uznawana jest za nieudaną, pomimo zapowiedzi sztabów wyborczych, że Internet stanowi strategiczny element gry wyborczej³⁰. Internet wbrew tym deklaracjom został potraktowany marginalnie, brakowało unikalnych, tworzonych tylko na potrzeby internetowej kampanii treści, a także kampania ta była w małym stopniu przemyślana pod względem marketingowym i technicznym³¹. Spośród kanałów komunikacji Sieci 1.0 wykorzystywano niemal wyłącznie strony internetowe. Rodzimi politycy zapożyczyli z amerykańskich doświadczeń zwyczaj proszenia na stronach internetowych o wsparcie finansowe. Jed-

²⁹ M. Nowina Konopka, *Rola Internetu w rozwoju demokracji w Polsce*, Kraków–Nowy Sącz 2008, s. 178.

³⁰ P. Dębek, *Klikanie na władzę*, „Chip”, 11.2000.

Należy zdawać sobie sprawę, że dane dotyczące liczby internautów podawane przez rozmaitych badaczy nie są ze sobą porównywalne. Brak jest wypracowanego standardu dotyczącego pomiaru tej wielkości. Główny problem stanowi zakres pomiaru. Przyjmowane są różne cezurę wieku w badaniach liczebności internautów. Na przykład Główny Urząd Statystyczny bada osoby w przedziałach od 16 do 74 lat. Z kolei w ramach Diagnozy Społecznej badani są Polacy powyżej 16 roku życia. Z kolei CBOS i ComScore badają osoby powyżej 15 roku życia, a Megapanel PBI/Gemius oferuje najszerszą formułę – podaje, że liczba internautów określana jest dla osób, które ukończyły 7 lat. Istotnym dylematem jest także rozstrzygnięcie, kogo należy uznać za internautę. Większość wymienionych podmiotów uznaje, że internautą jest ten, kto ma dostęp do Internetu. Niektóre koncepcje badawcze stawiają wymóg (choć liberalny) aktywnego korzystania z Internetu. Na przykład Net Track MB SMG/KRC za internautę uznaje tego, kto korzystał z Internetu choć raz w ciągu 30 dni. Powyższe rozbieżności, a także różnorodność prób i metod badawczych skutkuje zróżnicowanymi wynikami liczebności internautów. I tak World Internet Project Polska podaje, że w 2011 roku 62 proc. Polaków powyżej 15 roku życia to internauci, CBOS wskazuje na liczbę 59 proc., a GUS – 65 proc.

³¹ Ż. Połowczyk, *Internet – media – edukacja – polityka*, Wydawnictwo „Forum Naukowe”, Poznań 2004, s. 98.

nakże w przeciwieństwie do polityków amerykańskich żaden z kandydatów nie umożliwił dokonywania wpłat *via* Internet³². Prośbom o wpłaty towarzyszyły zazwyczaj dane rachunku bankowego. Po raz pierwszy również zastosowano masową wysyłkę listów elektronicznych. Dokonał tego sztab wyborczy Aleksandra Kwaśniewskiego, wykupując jednorazową dystrybucję listu do kont pocztowych użytkowników w portalu Onet.pl. Wybory parlamentarne 2001 roku oraz wybory samorządowe 2002 roku utrwaliły nakreślony wyżej techniczny i komunikacyjny standard.

Wybory prezydenckie 2005 roku wzmocniły pozycję Sieci 1.0 jako nieodłącznego elementu budowania wizerunku politycznego kandydata. Spośród szesnastu zarejestrowanych przez Państwową Komisję Wyborczą kandydatów tylko dwóch nie miało własnej strony internetowej. Połowa ze stron kandydatów na prezydenta (osiem z nich) nadal funkcjonowała trzy lata po wyborach, a znaczna ich część (sześć stron internetowych) była na bieżąco aktualizowana. W tej kampanii zaczął się upowszechniać wzorzec strony internetowej jako swoistego centrum informacyjnego, zawierającego aktualności, dokumentującego bieżącą aktywność kandydata, dostarczającego unikalnych, bo na ogół niepojawiających się nigdzie indziej informacji. Ważnym kanałem wykorzystanym powszechnie w tej kampanii stał się także mailing³³. Wykorzystanie przez polityków kanałów komunikacji zaliczonych do Sieci 1.0 w kampanii parlamentarnej 2007 roku miało charakter standaryzowany i sprofesjonalizowany. Znakomita większość wybranych do Sejmu VI kadencji w 2007 roku potraktowała strony internetowe jako warunek *sine qua non* kampanii wyborczej. Spośród 460 posłów Sejmu VI kadencji strony internetowe zaprojektowane specjalnie na czas kampanii wyborczej miało 66,7 proc. (307 posłów). Najlepiej pod względem liczby stron internetowych wypadli posłowie Platformy Obywatelskiej – strony www posiadało 77 proc. z nich, a najgorzej posłowie Polskiego Stronnictwa Ludowego (54,8 proc.) oraz Prawa i Sprawiedliwości (57,8 proc.). Należy podkreślić, że chociaż kampania parlamentarna 2007 roku prowadzona była przede wszystkim z użyciem kanałów komunikacji zaliczanych do 1.0, jednakże pewną rolę odgrywały w niej po raz pierwszy kanały komunikacji Sieci 2.0, takie jak blogi³⁴.

³² M. Nowina Konopka, *Rola Internetu w rozwoju demokracji...*, s. 179–182.

³³ J. Żurawski, *Internet jako współczesny środek elektronicznej komunikacji wyborczej i jego zastosowanie w polskich kampaniach parlamentarnych*, Kraków 2010, s. 156.

³⁴ Pomimo że Sieć 1.0 w każdych kolejnych wyborach traci na znaczeniu na rzecz Sieci 2.0, to jednak jej badanie dostarcza nadal wartościowych poznawczo wniosków, szczególnie gdy zastosowane zostaną nowe metody. Przykładem jest przeprowadzone podczas ostatniej parlamentarnej kampanii wyborczej badanie za pomocą programu INPSpider

Komunikowanie elit w kampanii wyborów parlamentarnych i prezydenckich w Polsce w Sieci 1.0 i Sieci 2.0.

Nowy trend w zakresie komunikowania elit politycznych z wyborcami zaczął być widoczny w kolejnych kampaniach wyborczych – do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku, prezydenckiej w 2010 roku oraz kampanii parlamentarnej w 2011 roku. Rozpoczęła się wówczas powolna marginalizacja Sieci 1.0 w komunikowaniu politycznym na rzecz Sieci 2.0. W latach 2010-2011 równolegle obok siebie egzystowały kanały przekazu Sieci 1.0 i 2.0, przy czym stopniowo zwiększał się zakres i jakość wykorzystania kanałów sieci 2.0. Jako pierwsze spośród kanałów komunikacyjnych Sieci 2.0 zaczęto wykorzystywać blogi polityczne. Pomysł wykorzystania blogów w polityce pojawił się stosunkowo późno, pierwsze z nich tworzono już w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych. W 1996 roku powstał prablog twórcy Internetu Tima Bernersa-Lee zatytułowany *What's new*. Za pierwsze polskie blogi powszechnie uznaje się felietony publikowane od 1997 roku w dziale *Wolna Pagina* serwisu *Chip Online*³⁵. Jednakże popularność zyskały dopiero blogi w latach 2001-2002 – wówczas uruchomiono pierwsze serwisy internetowe umożliwiające ich tworzenie. Do komunikacji politycznej podczas kampanii wyborczych użyto masowo blogów w Stanach Zjednoczonych w 2004 roku, a w Polsce w 2010 roku. Pierwszym polskim blogiem politycznym był blog lokalnego polityka Sławomira Wasia założony 13 marca 2003 roku³⁶.

W Sejmie VI kadencji (wybory w 2007 roku) blogi cieszyły się umiarkowaną popularnością wśród posłów i budziły powściągliwe zainteresowanie mediów tradycyjnych skupione na innych kanałach komunikowania politycznego. W najpopularniejszym serwisie blogerskim blog.onet.pl zarejestrowano 23 blogi polskich polityków szczebla centralnego. Dziesięć z nich powstało tuż przed samorozwiązaniem Sejmu lub tuż po nim (nastąpiło 7 września 2007 roku), co oznacza, że miały bezpośredni związek z nadchodzącą kampanią wyborczą, natomiast pozostałe powstawały od listopada

służącego do badań topografii sieci www. Autorem programu jest mgr Artur Strzelecki, a jego pomysłodawcą i kierownikiem projektu – D. Mider. Badanie zostało zrealizowane w ramach projektu badawczego *Kultura polityczna Internautów w Polsce* kierowanego przez prof. dra hab. J. Garlickiego.

³⁵ M. Kowalkiewicz, *Glob blogów*, „Gazeta IT”, [w:] <http://gazeta-it.pl/pl/internet/5396>, dostęp: grudzień 2011.

³⁶ P. Kołodziejczyk, *Blog jako instrument komunikowania politycznego, czyli raport z sejmowej blogosfery* [w:] *Mediatyzacja kampanii politycznych*, M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk (red.), Katowice 2009, s. 268.

2006 roku. Na dwunastu blogach politycy *explicitie* zachęcali do oddawania głosów na siebie i swoją partię, a także omawiali swoje programy wyborcze, pozostali zaś ograniczali się do komentowania bieżących wydarzeń politycznych, ignorując bezpośredni aspekt mobilizacyjny elektoratu. Najbardziej aktywnymi blogerami pod względem liczby wpisów dotyczących kampanii okazali się Waldemar Pawlak i Janusz Piechociński (PSL) oraz Grażyna Ciemniak (SLD). Znamienny wydaje się brak blogów liderów dwóch największych ugrupowań: Donalda Tuska i Jarosława Kaczyńskiego, a także liderów partii koalicyjnych Sejmu V kadencji: Romana Giertycha oraz Andrzeja Leppera. Może to sugerować, że blogi w polskiej polityce potraktowano jako zastępczy kanał komunikacji, używany wówczas, gdy polityk ma ograniczony dostęp do tradycyjnych mediów. Należy podkreślić, że ten kanał jako jedyny spośród wszystkich został zaadaptowany przez polityków z przyczyn innych niż na potrzeby kampanii wyborczych. Powstał on jako narzędzie permanentnego – a więc nie ograniczającego się li tylko do czasu kampanii wyborczej – komunikowania swoich przemyśleń i krytyki konkurentów. Zwłaszcza dotyczy to mikroblogów, które stały się ważnym instrumentem komunikowania politycznego, począwszy od wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku. Politycy upodobali sobie zagraniczny serwis Twitter, ignorując polski serwis Blip oraz serwis Identi.ca³⁷. Zamieszczane przez polityków w serwisie mikroblogowym Twitter wiadomości były pilnie śledzone i powielane przez tradycyjne media, często stając się wiadomościami dnia. Twitter jako narzędzie komunikacji politycznej został wypromowany przez doradcę politycznego i publicystę Eryka Mistewicza – nazywa się go w publicystyce „ojcem chrzestnym” polskiego Twittera (*notabene*: on sam aktywnie korzysta z tego mikrobloga, publikując w języku polskim oraz francuskim jako komentator polskiej polityki). Nakłonił on polityków PiS, by używali tego narzędzia

³⁷ Popularności tego serwisu należy doszukiwać się w działaniach promocyjnych E. Mistewicza, ale także w zainteresowaniu światowych mediów tą platformą w kontekście ataków dokonanych na nią przez irańskich hakerów. Zobacz: BBC News, PAP, Reuters, tvn24.pl, *Twitter i Facebook zablokowane*, [w:] <http://www.tvn24.pl/12692,1613522,0,1,twitter-i-facebook-zablokowane,wiadomosc.html>, 6 sierpnia 2009, dostęp: grudzień 2011; New York Times, Reuters, *Twitter ofiarą wojny na Kaukazie*, [w:] <http://www.tvn24.pl/-1,1613610,0,1,twitter-stal-sie-ofiara-wojny-na-kaukazie,wiadomosc.html>, dostęp: grudzień 2011; tvn24.pl, techcrunch.com, *Twitter zaatakowany przez „Irańską Cyberarmię”*, [w:] <http://www.tvn24.pl/-1,1634244,0,1,twitter-zhakowany-przez-iranska-cyberarmie,wiadomosc.html>, dostęp: grudzień 2011. Serwis Blip wykorzystywany jest w znacznie mniejszym stopniu, najintensywniej w 2009 roku, kiedy politycy SLD i PO prowadzili między sobą debatę.

komunikacji podczas wyborów do Parlamentu Europejskiego. Serwis ten zyskał wśród polityków ogromną popularność – przed wyborami prezydenckimi w 2010 roku Twittera używało już ponad stu polskich polityków szczebla centralnego. Swoistym fenomenem był fakt, że w tym serwisie mikroblogowym obecna była blisko połowa ówczesnej Rady Ministrów. Użytkownikami Twittera stali się także kandydaci na prezydenta: Janusz Korwin-Mikke, Andrzej Olechowski i Jerzy Szmajdziński. Należy także wymienić innych aktywnych użytkowników: Bartosza Arłukowicza, Adama Bielana, Marka Kamińskiego, Pawła Poncyliusza, Sławomira Nitrasa. Ponadto z mikrobloga korzystał Rzecznik Praw Obywatelskich Jan Kochanowski, rzecznik prasowy rządu Paweł Graś oraz rzecznik Ministerstwa Obrony Narodowej Jacek Sonta. Znalazły się tam także oficjalne konta: PO, PiS, PSL, Młodych Demokratów oraz Polska Jest Najważniejsza³⁸. Warto zwrócić także uwagę na brak dystansu otoczenia społecznego i samych polityków do tego medium, co skutkuje licznymi nieporozumieniami lub błędami wizerunkowymi. W lipcu 2009 roku jeden z internautów założył w serwisie Twitter konto @jarkacz, wprowadzając w błąd między innymi TVN24 i serwis Gazeta.pl, które były przekonane, że jest to profil Jarosława Kaczyńskiego, komentowały i publikowały niektóre z zamieszczanych tam wiadomości. Wątpliwości co do autentyczności konta rozwiął dopiero wpis odsłaniający żart: „Kto jutro wybiera się na Motorhead?”. Fatalną pomyłkę popełnił Paweł Poncyliusz, zamieszczając po zakończeniu 3. posiedzenia II Kongresu Prawa i Sprawiedliwości jako publiczną wiadomość mającą pozostać prywatną: „Kongres potwierdził schyłek. Szkoda PiS-u”³⁹. Największą uwagę spośród polityków użytkujących Twittera przyciągnął Radosław Sikorski. Jest on autorem licznych kontrowersyjnych wpisów, powielanych następnie i komentowanych w mediach masowych.

Blogi w polskiej polityce nie stały się jednak standardem. Są one przeznaczone dla najbardziej wytrwałych, systematycznych i interaktywnych przedstawicieli klasy politycznej. Narzucają reżim regularności i wymagają większych niż mikroblogi lub tradycyjne strony www nakładów czasowych i informacyjnych. Ponadto atrakcyjność blogów uzależniona jest nie tylko od treści tam publikowanych, lecz przede wszystkim od formy prezentacji informacji – musi być ona podana błyskotliwie, literacko, znajdować równowagę pomiędzy poprawnością językową a regułami inter-

³⁸ D. Uhlig, *Uwaga, Twitter: „Będą ćwierkać, świstać, kwilić...”*, „Gazeta Wyborcza”, 11.03.2010.

³⁹ M. Gajewski, *Być jak Barack Obama, czyli polscy politycy na Twitterze*, „Chip”, 21.06.2010.

netowego socjolektu. Blogi stanowią uzupełniający kanał komunikowania politycznego. Jak wskazano, często są zastępczym środkiem komunikacji dla marginalizowanych w mediach tradycyjnych (*vide*: J. Korwin-Mikke), a fakt ich prowadzenia lub nieprowadzenia nie jest silnie skorelowany z sukcesem wyborczym. Ponadto tradycyjne blogi mogą być atrakcyjne pod względem informacyjnym, lecz na ogół nie są pod względem wizualnym, są zatem przeznaczone dla internautów poszukujących informacji politycznej, a nie multimedialnej rozrywki politycznej. Stąd można sformułować przypuszczenie, że brak bloga łatwiej wybaczyć politykom niż brak profilu w mediach społecznościowych.

W wyborach prezydenckich 2010 roku oraz w wyborach parlamentarnych 2011 roku pojawiła się nowa jakość: po raz pierwszy jako instrument komunikowania politycy powszechnie wykorzystali serwisy społecznościowe. Spośród kilkudziesięciu serwisów społecznościowych dostępnych w Polsce politycy skupili się na dwóch najpopularniejszych: Naszej Klasie i Facebooku. Serwisy te zdobyły ogromną popularność, szczególnie wśród młodzieży (indeks nadreprezentacji w przypadku kategorii wiekowej 15–24 lata wyniósł w 2010 roku 129,5 proc., a w grupie wiekowej 25–39 lat – 102,1 proc. Najbardziej niedoreprezentowani byli użytkownicy w wieku 60 i więcej lat – indeks przyjął wartość 58,2 proc. oraz w przedziale 40–59 lat – 71,2 proc.). Serwis społecznościowy Nasza Klasa został odwiedzony przynajmniej jednokrotnie przez 92 proc. polskich internautów. Nasza Klasa posiada najwyższą liczbę użytkowników (*real users*) spośród wszystkich serwisów społecznościowych – 12 057 100 (jest to 67,6 proc. polskich internautów). Drugie miejsce spośród serwisów społecznościowych zajmuje Facebook – w 2010 roku serwis ten miał 8 074 148 użytkowników (45,3 proc. internautów). Serwis Facebook kiedykolwiek odwiedziło 72 proc. polskich internautów, a posiada na nim swój profil – 59 proc.⁴⁰ Najpopularniejszy na Facebooku jest profil Janusza Korwin-Mikkego – w 2010 roku 52 000 użytkowników Facebooka wskazało „Lubię to!”⁴¹, a w grudniu 2011 roku miał ich już 74 311. Pozostali politycy pozostali daleko w tyle za J. Korwin-Mikkem – na przykład Bronisław Komorowski posiadał w grudniu 2011 roku zale-

⁴⁰ Internet Standard, *Social Media 2010*, grudzień 2010, [w:] <http://www.internetstandard.pl/whitepapers/1594/Raport.Social.Media.2010.html>, dostęp: grudzień 2011, s. 15, 27.

⁴¹ W lutym 2011 roku funkcja Facebooka „Udostępnij” umożliwiająca dołączenie odnośnika na swoim profilu do określonego materiału została wchłonięta przez funkcję „Lubię to!”, która pozwala użytkownikowi wskazać tylko pozytywne asocjacje z daną treścią. Rezygnację z funkcji „Udostępnij” należy uznać za nietrafioną, bowiem umożliwia neutralne sygnalizowanie treści.

dwie 19 413 głosów „Lubię to!”, Donald Tusk – 5916, Jarosław Kaczyński – 4393, a Radosław Sikorski 7250. Jedna trzecia kandydatów w wyborach 2011 roku, która została wybrana posłami na Sejm VII kadencji, miała swoje profile na Facebooku, a 57 miało nawet swój *fanpage*⁴². Podane liczby są nieznaczące (nawet wzięwszy pod uwagę zróżnicowane liczby bezwzględne internautów w Polsce i w USA) w porównaniu z liczbą użytkowników w sieci społecznej B. Obamy na Facebooku liczącej 24 275 207 użytkowników i dodatkowo 355 960 na koncie „Students for Barack Obama”. Serwis społecznościowy Nasza Klasa, powstały w listopadzie 2006 roku, przyciągał polityków początkowo jako osoby prywatne, dopiero w wyborach do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku stał się jednym z kanałów internetowego komunikowania politycznego. Z Naszej Klasy korzystają między innymi Bronisław Komorowski (w grudniu 2011 75 277 znajomych), Waldemar Pawlak (58 334), Grzegorz Napieralski (27 614), Radosław Sikorski (1270), Wojciech Olejniczak (3349), Janusz Korwin-Mikke (26 065). Komunikowanie polityczne w tym serwisie społecznościowym zaburzane jest przez dwa czynniki. Po pierwsze przez administratorów serwisu, którzy konsekwentnie eliminują przekaz wyborczy (materiały wyborcze) z kont polityków będących użytkownikami jako niezgodny z regulaminem, bo zawierający treści komercyjne, oraz przez samych użytkowników, którzy tworzą liczne konta fikcyjne – prześmiewcze, a nawet obraźliwe.

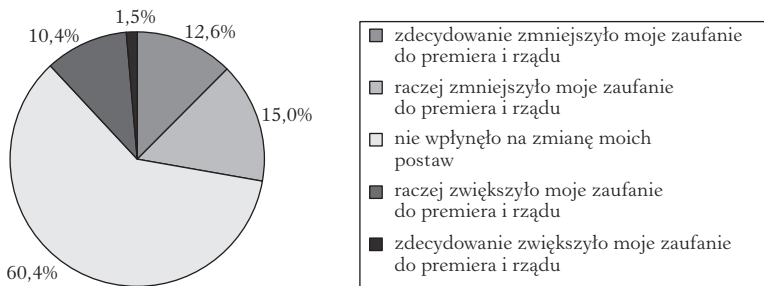
Elity a internauci **– komunikowanie w sprawie umowy ACTA**

Istotnym wskaźnikiem sposobu komunikowania ośrodka decyzyjnego z internautami, a zarazem nastawienia tej grupy społecznej do rządu i premiera była sprawa umowy ACTA. Decyzją rządu umowa została podpisana, ale zdaniem większości środowisk internautów – wbrew temu, co twierdziła strona rządowa – konsultacji nie było bądź były jedynie fasadowe. Podpisanie umowy spotkało się z szerokim protestem wielu środowisk internautów. Odpowiedzią rządu była organizacja spotkania premiera i ministrów z zaproszonymi do publicznej debaty internautami. Reakcję internautów zarówno na decyzje rządu, jak i na późniejszą debatę

⁴² J. Halcewicz-Pieskaczewski, *Kto ma Internet, ten ma władzę?*, „Gazeta Wyborcza”, 08.07.2011.

zbadano metodą *on-line* (CAWI)⁴³. Poglądy internautów w kwestii umowy ACTA są jednoznaczne. W większości uważają oni, że nie powinna stać się ona w Polsce obowiązującym prawem. Odrzuca ją blisko trzy czwarte internautów (70,9 proc.). Umowę tę popiera zaledwie 15,1 proc. internautów, a 8,3 proc. nie ma zdania na ten temat⁴⁴. Warto zwrócić uwagę na fakt, że odpowiedzi skrajnej – „zdecydowanie nie” udzieliła ponad połowa badanych (51,2 proc.). Warto także wskazać, że fakt podjęcia dialogu ze społeczeństwem w postaci debaty oraz zapowiedzi dalszych rozmów zarówno bezpośrednich, jak również za pośrednictwem Internetu, nie poprawił istotnie wizerunku premiera i rządu. Debata – paradoksalnie – zmniejszyła zaufanie do premiera i rządu u blisko jednej trzeciej internautów (27,6 proc.). Jest to jednak paradoks pozorny – wyjaśniają go liczne wypowiedzi aktywnych internautów w mediach – szczególnie tych, którzy nie skorzystali z zaproszenia premiera. Uznali oni, że debata zorganizowana została naprędce, *ad hoc*, a także na warunkach, które upewniały o wyłącznie marketingowych motywach premiera – chęci szybkiego poprawienia wizerunku niewielkim kosztem, stworzenia pozorów dialogu i porozumienia.

Wykres 1. Ocena debaty w sprawie ACTA z udziałem premiera polskiego rządu



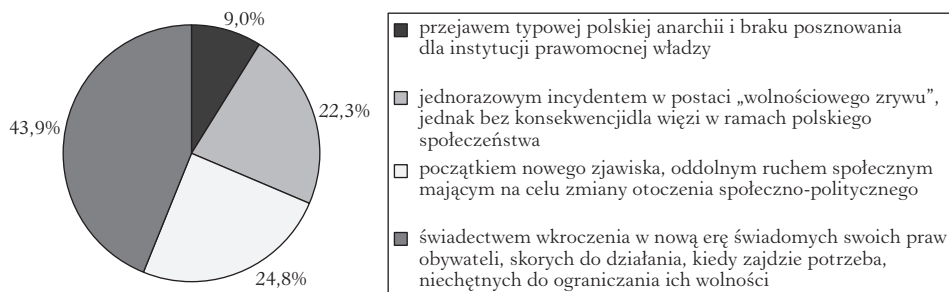
Protestujący przeciwko podpisaniu umowy ACTA w większości uznawali swoje działania jako ważne i rozpoczynające nową epokę w życiu polskiego społeczeństwa. Niemalże 44 proc. internautów uznało, że protesty są świadectwem wkroczenia w nową erę świadomych swoich praw

⁴³ W dniach 6–7 lutego 2011 roku Centrum Badań Marketingowych INDICATOR przeprowadziło *on-line* badanie metodą CAWI (*Computer Assisted Web Interview*) na próbie N=500 panelistów zarejestrowanych w Inetpanel.pl.

⁴⁴ D. Mider, P. Marzec, *Zdaniem Internautów: ACTA to zamach na demokrację*, [w:] <http://www.indicator.pl/index.php?id=331>, dostęp: luty 2012.

obywateli, skorych do działania, kiedy zajdzie potrzeba, a jedna czwarta z nich (24,8 proc.) była zdania, że to początek nowego zjawiska w postaci formowania się oddolnego ruchu społecznego mającego na celu wywarcie wpływu na politykę i decyzje zmiany otoczenia społeczno-politycznego.

Wykres 2. Opinie internautów na temat znaczenia protestów przeciwko umowie ACTA



Uwagi końcowe

Przedstawiony zarys analizy komunikowania politycznego elit z wyborcami przy zastosowaniu nowego medium wymaga krytycznego uzupełnienia. Nasuwają się następujące wnioski na temat charakterystyk komunikowania elit politycznych w Internecie.

Po pierwsze – rozwój komunikowania politycznego elit z wyborcami za pośrednictwem Internetu ma tylko częściowo charakter kumulatywny. Politycy i ich sztaby, podążając głównie za modą, porzucają lub zaniedbują kanały komunikowania na rzecz nowo pojawiających się instrumentów. W każdej z kampanii wyborczych prowadzonych w latach 1995–2011 politycy korzystali z innej konfiguracji kanałów komunikowania w Internecie, czynili to jednak niekonsekwentnie, zaniedbując czynność usuwania starych treści. Szczególnie zjawisko „porzuceń” dotyczy stron www⁴⁵ oraz forów dyskusyjnych, a w mniejszym stopniu blogów i kont na serwisach społecznościowych. Najlepszym tego przykładem jest porzucenie Sieci 1.0 na rzecz Sieci 2.0 w wyborach parlamentarnych 2011 roku. Aktywność kandydatów na posłów oraz ugrupowań wyraźnie zwiększyła się na obszarze serwisów społecznościowych, a zmniejszyła w odniesieniu do tradycyjnych stron www. Wiele ze stron posłów pozostawiono samym

⁴⁵ Skalę tego zjawiska przedstawia Aleksander Cyrkulewski: A. Cyrkulewski, *Polscy posłowie a Internet. Raport z badań*, [w:] <http://www.cyrkulewski.pl/images/Polscy-poslowie-a-Internet-raport-z-badan-Documentum-pl.pdf>, dostęp: grudzień 2011.

sobie, nie aktualizując ich i nie usuwając. Analogicznie, posłowie w coraz mniejszym stopniu od 2005 roku korzystają z czatów (wówczas zapanaowała swoista moda na ten kanał komunikowania) w moderowanych dyskusjach z wyborcami. Najbardziej niekorzystnie pod tym względem wypadają tradycyjne fora dyskusyjne tworzone przez partie polityczne. Na ogół animacja aktywności na nich się nie udaje. Ubogie we wpisy fora są pozostawiane w Internecie. Zjawisko to powoduje tworzenie się swoistego „smogu informacyjnego”, gdzie obok treści aktualnych pojawiają się nieaktualne, co wpływa negatywnie na wizerunek danej partii lub polityka, a także utrudnia dotarcie do informacji mniej biegłym w kodzie kulturowym Internetu użytkownikom. Takie zachowanie nie przekonuje internautów do partii i polityków. Tym bardziej że, jak wynika z badań, użytkownicy nowego medium uważają, że obok „zadbanych” przez polityków blogów to właśnie tradycyjne strony internetowe oraz fora i czaty powinny być głównymi sposobami komunikowania elit w dobie kampanii permanentnej. Blisko dwie trzecie (65,8 proc.) badanych wskazuje właśnie na strony www jako środek komunikowania niezbędny dla partii i polityków⁴⁶. Jest to najczęściej wskazywany przez internautów kanał komunikacji. Ponad połowa wymienia fora internetowe, a dopiero na trzecim miejscu znalazły się blogi. Jak widać, użytkownicy Internetu wcale nie uważają, że cała komunikacja w sprawach polityki powinna się przenieść do Sieci 2.0.

Po drugie – polskie elity polityczne charakteryzuje brak biegłości w internetowym kodzie kulturowym, zarówno w odniesieniu do przekazów zamieszczanych w Sieci 1.0, jak też Sieci 2.0. Ze strony ekspertów formułowane są liczne zarzuty w tym względzie. Problemy dotyczą dwóch płaszczyzn: komunikacyjnej i technicznej. Politycy rozpoczynają korzystanie z nowych kanałów komunikowania na ogół z opóźnieniem, siłą rzeczy znajdują się tam wówczas na prawach nowicjuszy, co utrwała ich wizerunek jako amatorów⁴⁷. Daje się zauważyć brak rozmachu, odwagi i kreatywności. Jak dotąd nie zastosowano w żadnej kampanii wyborczej kanałów przekazu powstającej Sieci 3.0. W szczególności wykorzystanie wirtualnych światów w polityce (obietujące byłoby użycie na przykład

⁴⁶ Dane z badania *Kultura polityczna Polaków w Internecie w kampanii wyborów parlamentarnych w 2011 roku*, które przeprowadzono w dniach od 27 września do 5 października 2011 roku na próbie 757 respondentów indywidualnych metodą CAWI (Computer Assisted Web Interviews).

⁴⁷ Zobacz na przykład: I. Włodkowska, *Ćwierkając bez strategii*, [w:] <http://www.proto.pl/PR/Pdf/cwierki.pdf>, dostęp: grudzień 2011; P. Bratkowski, *Czemu nikt nie lubi polityków na Facebooku?*, „Newsweek”, 30.06.2011.

Second Life) mogłoby być dobrym pomysłem. Podobnie rzecz ma się z wpłatami na kampanię przez Internet. Ten sposób finansowania w Polsce udaje się zastosować marginalnie.

Po trzecie – na płaszczyźnie komunikacyjnej wykształciła się swoista taktyka zaniechania: „informuję, prezentuję poglądy, lecz nie przekonuję i nie agituję”. Potencjał mobilizacyjny Internetu wykorzystywany jest w sposób śladowy. Szczególnie widoczne jest to zjawisko w Sieci 1.0 na tradycyjnych stronach www. Uległy one hybrydyzacji i stały się centrami informacyjnymi, na których prezentowane są przede wszystkim informacje o bieżącej działalności polityków (i to nie zawsze aktualne), a nie agitacja, próby zdobycia zwolenników. Ponadto elity polityczne utrzymują dystans komunikacyjny wobec wyborców wbrew interaktywnej naturze Internetu. Partie polityczne i politycy preferują komunikację jednostronną, komunikacja dwustronna ma charakter marginalny, atrapowy. Politycy stosują raczej komunikowanie w stylu „jeden do wielu”. W przypadku kanałów opartych na zasadzie komunikacji dwustronnej, horyzontalnej politycy ograniczają interaktywność. Na przykład na blogach i w serwisach społecznościowych czynią to poprzez blokowanie umieszczania komentarzy, podawanie adresów kontaktowych pośrednich – do biur poselskich, a nie do nich samych. Sposób formułowania wypowiedzi przez polityków pogłębia dystans komunikacyjny. Przekaz formułowany jest częściej w trzeciej, a nie w pierwszej osobie, komunikaty nie są adresowane do konkretnych grup obywateli, mają charakter zdepersonalizowany. To są poważne powody sprawiające, że internauci oceniają nisko możliwości wpływania przez elity na wyborców przy wykorzystaniu Internetu. Potencjał komunikacyjny i mobilizacyjny nowego medium nie jest właściwie ani nawet poprawnie wykorzystywany.

Po czwarte – poważnym zarzutem jest wtórny charakter prezentowanych treści merytorycznych. W większości przypadków treści zamieszczane w Internecie są zapożyczone ze źródeł cechujących się dłuższą tradycją komunikacyjno-marketingową jak telewizja, radio, a także prasa elektroniczna. Zamieszczanie zapożyczonych treści w postaci surowej, nieprzetworzonej oraz nieopatrzonej komentarzem jest powszechną praktyką elit politycznych.

Uzyskane wyniki zdają się wskazywać, że zinstytucjonalizowane podmioty wywierające największy wpływ na politykę w Polsce traktują Internet przede wszystkim jako narzędzie informacji, ze szczególnym wskazaniem na komunikowanie jednostronne, typu „jeden do wielu”, nie pokładają zaś w nim większych nadziei jako medium, przez które można mobilizować opinię publiczną lub zwolenników do określonych działań albo prowa-

dzić rekrutację nowych członków. Przedstawione obserwacje zdają się potwierdzać wnioski sformułowane przez zachodnioeuropejskich badaczy o minimalistycznym wykorzystaniu Internetu według modelu „eleganckiej wystawy sklepowej”⁴⁸. Przedstawiona na początku artykułu hipoteza głosząca, że zwiększona interaktywność w komunikowaniu politycznym stworzona dzięki Internetowi jest tylko pozorem kryjącym wzrost oddziaływania elit politycznych na wyborców wskutek zwiększonych możliwości inżynierii społecznej – na gruncie polskim nie znalazła potwierdzenia. Zaobserwować można raczej swoisty pragmatyzm niż zdolności i działania manipulatorskie. Podejście polityków i ich sztabów podyktowane jest pewnym konserwatyżmem poznawczym i dążeniem do zachowania komunikacyjnego *staus quo*. Taką bierną postawę trafnie oddaje zapożyczone z języka angielskiego pojęcie *slacktivism*, stanowiące zbitek wyrażań – *slacker* oznaczającego ‘leń’ oraz *activism*, czyli ‘aktywizm’. Sformułowanie to odnieść należy do apatycznego nastawienia ugrupowań politycznych do podejmowania proaktywnej działalności.

⁴⁸ L. Porębski, *Elektroniczne oblicze polityki. Demokracja, państwo, instytucje polityczne w okresie rewolucji informacyjnej*, Kraków 2001, s. 127.

Aneks. Klasyfikacja kanałów komunikacji w Internecie

| Sieć 1.0 (<i>Web 1.0</i>) | Sieć 2.0 (<i>Web 2.0</i>) |
|---|---|
| Strony WWW (tradycyjne) | Serwisy społecznościowe (ogólne, zawodowe, tematyczne, encyklopedyczne (oparte o mechanizm <i>wiki</i>)) |
| Grupy dyskusyjne (USENET) (narodowe, tematyczne) | Blogi (tekstowe, wideoblogi, fotoblogi, audioblogi, linklogi) |
| Listy dystrybucyjne i <i>newslettery</i> | |
| Fora dyskusyjne (fora w serwisach informacyjnych, fora dyskusyjne niezależne) | |
| Serwisy informacyjne (wydawnictwa papierowe w wersji internetowej, wydawnictwa internetowe, televizja, radio) | Dziennikarstwo obywatelskie/oddolne i media niezależne (dziennikarstwo obywatelskie/oddolne, <i>newfeeds</i>) |
| Czaty / IRC | Mikroblogi |
| Komunikatory internetowe | |

Źródło: Opracowanie własne D. Mider.

STRESZCZENIE

W niniejszym artykule poddano analizie sposoby i zakres wykorzystania Internetu w komunikacji z wyborcami przez polskie elity. Ewaluacji tej dokonano przez pryzmat tezy o wykształceniu się zjawiska kampanii permanentnej oraz porównania polskich doświadczeń z kampaniami zagranicznymi (USA). Model analizy wzbogacono o autorską klasyfikację i przegląd kanałów politycznego komunikowania w Internecie. W tym kontekście poddano krytyce tezę o rewolucji komunikacyjnej w polityce w Polsce na skutek zastosowania Internetu w kampaniach wyborczych. Ważnym wymiarem analiz było porównanie mediów tradycyjnych (telewizji, radia i prasy) z medium nowym – Internetem pod względem wiarygodności, atrakcyjności i skuteczności tych środków przekazu w świadomości społecznej. Przeprowadzona analiza wskazuje na szereg niedomagań związanych z komunikowaniem politycznym polskich elit w Internecie. Są to przede wszystkim: nieumiejętne podążanie za technologiczną modą, brak wystarczającej biegłości w internetowym kodzie kulturowym, taktyka zaniechania polegająca na porzucaniu internetowych projektów komunikacyjnych oraz zamieszczanie wtórnych i niepogłębianych treści merytorycznych.

Jan Garlicki, Daniel Mider

USE OF THE INTERNET IN POLITICAL COMMUNICATION BETWEEN ELITES AND VOTERS

The article analyzes the ways and extent of use of the Internet to communicate with voters by the Polish political elites. The evaluation was done from the perspective of the thesis of so called permanent campaign phenomenon. An important part of the evaluation was also comparison of the Polish experience and abroad campaigns (the USA). The model of analysis was enriched by an original classification and the review of political channels of communication on the Internet. In this context, the idea of communication revolution in Polish political campaigns was strongly criticized. The article compares also the traditional media (television, radio and press) with a new medium – the Internet in terms of their credibility, attractiveness and effectiveness in public awareness. The analysis identified a number of problems related to the political communication of Polish elites on the Internet. These are: lack of competence in following the technological bandwagon, insufficient abilities in the Internet cultural code, abandonment of Internet communication projects, and publishing derivative and superficial political information.

KEY WORDS: *political marketing, permanent campaign, marketing on the Internet, political culture*

Olgierd Annusewicz

Komunikowanie polityczne w okresie przedwyborczym

SŁOWA KLUCZOWE:

*komunikowanie polityczne, kampania wyborcza,
instrumenty komunikowania politycznego*

Komunikowanie polityczne

Jeśli komunikowanie będziemy rozumieć jako proces wymiany informacji, którego elementami są uczestnicy: nadawcy i odbiorcy, komunikat zawierający treść informacji oraz medium, czyli środek komunikowania, to komunikowanie polityczne będzie ciągłym procesem wymiany informacji pomiędzy aktorami politycznymi a obywatelami, immanentną częścią polityki jako takiej. W takiej definicji niezwykle łatwo jest zidentyfikować nadawców komunikatu – są to wszyscy politycy zabierający głos w publicznej debacie na tematy polityczne, i odbiorców, którymi są obecni i przyszli wyborcy. Nie mamy też wątpliwości, że komunikat to wszelkie wygłaszane przez aktorów politycznych treści. Ciekawe jest natomiast pytanie o środki komunikowania. Nie chodzi tu bowiem tylko o język i jego werbalne i niewerbalne postaci. Możemy wskazać także na wszelkie znaki i symbole (gesty, znaki graficzne, rysunki, emblematy i ikony), różnego rodzaju kody (jak alfabet, kod Morse’a, systemy sygnalizacji świetlnej i dźwiękowej), nośniki komunikatów (fale radiowe, papier, taśma filmowa i magnetofonowa, wszelkiego rodzaju płyty, strony internetowe, pliki komputerowe w formatach video i dźwiękowych), instrumenty pozwalające na powielanie, transmisję lub odbiór przekazu (nadajniki radiowe, telefoniczne i telewizyjne, odbiorniki, telefony, drukarki, kopiarki)

oraz instytucje, które tworzą, formatują i przekazują komunikaty (prasa, radio, telewizja, portale internetowe)¹. Przyjmijmy za B. Dobek-Ostrowską, iż komunikowanie polityczne jest częścią szeroko rozumianego procesu komunikowania w społeczeństwie jako całości, jednocześnie stanowi strukturę elementów takich jak instytucje polityczne i politycy, media masowe i obywatele, które tworzą system komunikowania politycznego. Pomiędzy poszczególnymi elementami występują relacje, które odbijają się w zawartości komunikowania². Komunikowanie polityczne będzie zatem pojęciem bardzo szerokim, jednak skoncentrowanym na osiągnięciu określonego rezultatu w wyborach i stąd bezpośrednio związanym z instytucją kampanii wyborczej.

Okresy komunikowania politycznego

Dokładne oznaczenie początku kampanii wyborczej jest niezwykle trudne. Przede wszystkim dlatego, iż w dobie kampanii permanentnej wszelkie działania polityków można i należy kwalifikować jako elementy wyborczej agitacji. O takim stanie rzeczy decyduje kilka elementów.

- Istnienie medialnych kanałów informacyjnych koncentrujących swój przekaz na polityce – dziennikarze starając się utrzymać wysoką oglądalność programów stacji, nieustannie relacjonują większość wydarzeń i pseudowydarzeń politycznych. W ten sposób widzowie nieustannie obserwują scenę polityczną i modyfikują ocenę jej aktorów.
- Coraz większa rola informacyjna internetowych kanałów komunikacyjnych, w szczególności portali oraz mediów społecznościowych, których użytkownicy na bieżąco nie tylko śledzą politykę, ale też angażują się w jej komentowanie.
- Wysoka częstotliwość realizacji i publikowania wyników sondaży poparcia społecznego dla partii politycznych, która sprawia, że politycy, starając się zajmować w nich jak najwyższe miejsca, podporządkowują im swoją działalność, nieustannie zabiegając o poparcie wyborców.
- Nienakładanie się na siebie kadencji poszczególnych instytucji wybieralnych w wyborach powszechnych, co w efekcie powoduje, że kolejne

¹ Por. P. Pawełczyk, D. Piontek, *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, Poznań 1999, s. 47.

² Por. B. Dobek-Ostrowska, *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wrocław 2004, s. 58.

wybory odbywają się nie co 4 lata, ale częściej – w Polsce po 1989 roku wybory odbywały 20 razy, co daje średnio wybory co jeden rok i niecałe dwa miesiące³ i sprawia, że w zasadzie cały czas politycy przygotowują się do wyborów, a zatem nieustannie zabiegają o poparcie. Być może fakt, iż kolejne po 2011 roku wybory przypadają na 2014 (do Parlamentu Europejskiego oraz samorządowe), co daje politykom trzy lata przerwy pomiędzy elekcjami, wpłynie na uspokojenie aktywności politycznej. Niemniej należy zwrócić uwagę na procesy rekonstrukcji sceny partyjnej oraz rywalizację o przywództwo w partiach politycznych, co związane jest z kadencyjnością organów zarządczych ugrupowań. Innymi słowy, zawsze na bliskim horyzoncie polityka będą znajdowały się wydarzenia, w których będzie on weryfikował swoją popularność i odnawiał legitymację do rządzenia państwem czy choćby partią polityczną.

W powyżej zarysowanej sytuacji, każde działanie polityków może (a nawet powinno) być traktowane jako prowadzenie agitacji związanej z wyborami. Można stwierdzić, że kampania wyborcza zaczyna się następnego dnia po ogłoszeniu wyników wyborów. Taka teza jest jednak konfrontowana przepisami, które wyraźnie mówią o rozpoczęciu kampanii wyborczej wraz z ogłoszeniem terminu wyborów przez odpowiedni organ. To, co jest wszakże najistotniejsze, to łatwa do zaobserwowania zmienność zachowań aktorów politycznych. Przede wszystkim można zauważyć, że działania polityków tuż po wyborach różnią się od ich zachowania przed elekcją. Różna jest emocjonalność dyskursu, różna hojność w składaniu obietnic, różna intensywność, z jaką politycy pojawiają się w mediach oraz spotykają z wyborcami.

Jednocześnie w literaturze przedmiotu pojawiają się różne pomysły na oznaczenie początku kampanii wyborczej:

- początek społecznej lub publicystycznej dyskusji o czyjejs kandydaturze;
- ogłaszanie o kandydowaniu przez najważniejszych kandydatów;

³ W Polsce po 1989 a do 2011 roku wybory prezydenckie, parlamentarne, samorządowe oraz do Parlamentu Europejskiego odbywały się w latach: 1989 (parlamentarne), 1990 (samorządowe, prezydenckie), 1991 (parlamentarne), 1993 (parlamentarne), 1994 (samorządowe), 1995 (prezydenckie), 1997 (parlamentarne), 1998 (samorządowe), 2000 (prezydenckie), 2001 (parlamentarne), 2002 (samorządowe), 2004 (PE), 2005 (parlamentarne, prezydenckie), 2006 (samorządowe), 2007 (parlamentarne), 2009 (PE), 2010 (prezydenckie, samorządowe), 2011 (parlamentarne).

- narastanie sporów, w których coraz częściej padają argumenty o „polityczności”: zarzutów, argumentów, działań;
- zarejestrowanie list wyborczych⁴.

Wydaje się, że podanie dokładnego momentu rozpoczęcia kampanii jest niezwykle trudne. Żadne z powyższych kryteriów nie pozwoli nam na precyzyjne oznaczenie początku kampanii: kandydaci w różnych momentach ogłaszają decyzje o wyborczym stracie. W różnych dniach dokonują rejestracji list, nie ma też jednego punktu w czasie, w którym rozpoczyna się zbieranie podpisów popierających listę lub kandydata. Przychylając się zatem do teorii o funkcjonowaniu w permanentnym stanie „kampanijnym”, należałoby zauważyć istotne różnice w natężeniu pewnych działań i przede wszystkim w częstotliwości wykorzystywania przez polityków poszczególnych narzędzi marketingu politycznego czy szerzej – komunikowania politycznego.

Jeśli uznamy, że kampania wyborcza ma charakter permanentny, to przyjmując za punkt odniesienia natężenie, z jakim wykorzystuje się instrumenty marketingowego oddziaływania, możemy zaproponować jej podział na dwa okresy:

- kampanię międzywyborczą (okres międzywyborczy);
- kampanię przedwyborczą (okres przedwyborczy).

Wyznaczenie początku okresu międzywyborczego i końca przedwyborczego nie przysparza większych problemów. Zgodnie z przytoczonym wyżej stwierdzeniem, punktem zwrotnym jest okres ciszy wyborczej i sam dzień wyborów. W tym czasie, zgodnie z prawem, nie wolno prowadzić żadnych działań agitacyjnych⁵. Podobnie jak trudno wyznaczyć początek kampanii wyborczej, tak będziemy mieli problemy z dokładnym wyznaczeniem punktu, w którym kończy się kampania międzywyborcza i zaczyna przedwyborcza. Należy raczej przyjąć, że mamy do czynienia z płynnym przechodzeniem jednego okresu w drugi. Każda partia i kandydaci w różnym czasie rozpoczynają przygotowania do wyborów (w tym także przechodzą proces decydowania o kandydowaniu) czy też publicznie deklarują chęć wyborczego startu. Można jednak wskazać istotne cechy okresu przedwyborczego, które pozwalają na stwierdzenie, że kampania wyborcza weszła w tę fazę.

⁴ A. Wardęga, *Kampania przed kampanią czyli przedwyborcze napinanie muskułów*, „Studia Politologiczne”, vol. 6, Warszawa 2002, s. 233 i nast.

⁵ Należy tu zauważyć, że egzekwowanie ciszy wyborczej następuje pewnych problemów. Bowiern mimo iż polskie prawo zakazuje prowadzenia działalności agitacyjnej, to jednak na ulicach miast przez cały ten okres widnieją wizerunki kandydatów i ich hasła – plakaty i billboardy z kampanii nie są zdejmowane.

- Korzystanie przez partie i kandydatów z możliwości nadawania płatnych ogłoszeń wyborczych już od momentu ogłoszenia daty wyborów parlamentarnych przez Prezydenta RP.
- Nadawanie nieodpłatnych audycji wyborczych przez nadawców telewizyjnych i radiowych (na kilkanaście dni przed terminem wyborów).
- Publikowanie plakatów, programów i ulotek wyborczych.
- Umieszczenie w Internecie oficjalnej strony kandydata, pojawienie się lub zwiększenie aktywności w mediach społecznościowych, a także pojawienie się na stronie internetowej partii politycznej treści o charakterze agitacji przedwyborczej.
- Zwiększenie częstotliwości wykonywania i publikowania w mediach badań opinii publicznej dotyczących poparcia udzielanego poszczególnym partiom i kandydatom. Jednocześnie partie polityczne zaczynają aktywnie poszukiwać informacji o szczegółowych preferencjach i postawach wyborców – zamawiają (lecz ich potem oczywiście nie publikują) tzw. badania prywatne (*private pools*).
- Pojawienie się w mediach publicznych i prywatnych specjalnych audycji publicystycznych poświęconych zbliżającym się wyborom.

Strategie komunikowania politycznego w okresie przedwyborczym i międzywyborczym

Istotne różnice pomiędzy dwoma okresami odnoszą się również do przyjmowanych w danym czasie celów politycznych, obieranych strategii komunikowania i wykorzystywanych narzędzi marketingu politycznego. Główne cele polityków w okresie przedwyborczym to zdobycie największej liczby głosów w zbliżających się wyborach. Przyjmowana strategia związana jest przede wszystkim z mobilizacją istniejącego już elektoratu i przekonaniem do głosowania na określoną partię lub kandydata możliwie największej rzeszy niezdecydowanych. Z trzech możliwych rodzajów celów komunikowania: przekonywania, przypominania i informowania, najważniejsze są dwa pierwsze. W tym okresie politycy posługują się głównie takimi instrumentami komunikowania, jak:

- reklama polityczna;
- kampania osobista;
- marketing bezpośredni;
- marketing wirusowy (*Viral Marketing*), w tym także oparty o komunikację poprzez sieci społecznościowe.

Nie oznacza to, że pozostałe instrumenty nie są wykorzystywane. W okresie przedwyborczym kładzie się jednak dużo większy nacisk na wskazane właśnie narzędzia, pozostałe traktując jako narzędzia uzupełniające.

Okres międzywyborczy charakteryzuje się inną hierarchią celów politycznych. Mając wybory w dalszej perspektywie, politycy koncentrują się na budowaniu swojego wizerunku⁶, ich celem pozostaje w tym czasie to, aby wyborcy wiedzieli (lub się dowiedzieli) o danej partii lub kandydacie i mieli o nich jak najlepsze zdanie. Zwykle perspektywa wyborów jest na tyle odległa, że cele przypominania i przekonywania ustępują celowi informacyjnemu. Politycy mniej chętnie prowadzą debaty nad problemami czy dyskutują o sposobach rozwiązywania kwestii społecznych, uważają prawdopodobnie, że mając świeży mandat, nie muszą się o nic pytać. Można także zaobserwować zjawisko ograniczania elektoratu poprzez koncentrowanie działań komunikacyjnych i politycznych na ustrukturyzowanym elektoracie partii. Podczas gdy zwykle okres przedwyborczy obok mobilizacji sympatyków polega przede wszystkim na intensywnym zdobywaniu nowych wyborców (tych, którzy dotąd głosowali na inne komitety wyborcze oraz tych, którzy w ogóle nie uczestniczyli w elekcji), w okresie międzywyborczym chodzi o – zgodnie ze strategią ograniczania elektoratu – dowartościowanie tych najwierniejszych. Dzieje się tak najczęściej poprzez radykalizację programu politycznego oraz retoryki jego prezentacji i interakcji z innymi aktorami politycznymi⁷. Celem takiej strategii może być chęć mobilizacji najbardziej zagorzałego elektoratu, co ma umożliwić z jednej strony utrzymanie struktur partyjnych, z drugiej dodatkowo wewnętrznie integrować wyborców w imię jakiejś idei lub przeciw określonemu wrogowi. Warto zauważyć, że taka strategia ma szansę sprawdzić się przede wszystkim w przypadku partii opozycyjnej.

⁶ Określenie pożądanego wizerunku partii politycznej jest jedną z podstawowych decyzji marketingowych, podejmowaną w początkowych etapach planowania marketingowego. Por. O. Annusewicz, *Reklama a reklama polityczna, czyli projektowanie politycznych kampanii reklamowych*, „Studia Politologiczne”, vol. 6, Warszawa 2002, s. 137 i nast.

⁷ Za przykład realizacji strategii ograniczania elektoratu mogą posłużyć wydarzenia, które miały miejsce wkrótce po przegranych przez Jarosława Kaczyńskiego wyborach prezydenckich w 2010 roku – program i retorykę „prawego centrum” zastąpiła radykalna i ograniczająca liczbę sympatyków walka programowa i retoryczna z Platformą Obywatelską i jej politykami, jednocześnie z Prawa i Sprawiedliwości zostały wykluczone lub same odeszły osoby kojarzone z umiarkowanymi poglądami i umiarkowanymi formami ich prezentowania, co w konsekwencji doprowadziło do powstania partii Polska Jest Najważniejsza.

Narzędzia kampanii przedwyborczej pozwalają na uzyskanie przekazu niezwykle intensywnego, są wszakże stosunkowo drogie. Gdyby ugrupowanie polityczne prowadziło kampanię wyborczą przez cztery lata, cały czas korzystając z takich narzędzi reklamy jak plakaty wielkoformatowe czy filmy reklamowe, to po pierwsze budżet takiej kampanii byłby bardzo wysoki, po drugie aktywna, intensywna i wyrazista kampania mogłaby się mimo wszystko znudzić odbiorcom lub, co chyba gorsze – doprowadzić ich do irytacji.

Istotne znaczenie dla specyfiki okresu międzywyborczego ma zagadnienie formy komunikowania się polityków z wyborcami. Jak zauważono wyżej, obok klasycznej komunikacji opartej o słowne treści przekazywane odbiorcom w sferze polityki można także mówić o komunikowaniu poprzez działanie. Szczególnie w przypadku ugrupowań sprawujących władzę dla opinii publicznej ważne jest nie tyle to, co się mówi, ile to, co się robi. Komunikowanie następuje zatem poprzez decyzje i działania, które przyczyniają się do pozytywnych zmian w otoczeniu i życiu wyborców. Nawet partie opozycyjne, które w większym stopniu uprawnione są do komunikowania treściami, próbują w ramach swoich możliwości prawnych i ekonomicznych działać. Owe działania to np. korzystanie z inicjatywy ustawodawczej, zgłaszanie *votum* nieufności w stosunku do członków rządu, formowanie tzw. gabinetów cieni, powoływanie zespołów programowych, przygotowywanie studiów i analiz, organizowanie i branie udziału w konferencjach i seminariach, etc. W tej sytuacji komunikowanie poprzez treść będzie się koncentrowało na właściwym relacjonowaniu podjętych działań i ich efektów. Można zaryzykować stwierdzenie, iż w okresie międzywyborczym dominującymi instrumentami komunikowania politycznego jest kampania permanentna rozumiana jako połączenie procesów decydowania politycznego oraz działań politycznego *public relations*, marketingu wirusowego, narzędzi komunikacji w Internecie i marketingu bezpośredniego.

Elementy komunikowania politycznego w okresie przedwyborczym

Analizując uczestników komunikowania politycznego, warto przytoczyć definicję systemu komunikowania politycznego sformułowaną przez B. Dobek-Ostrowską. Autorka uważa za uzasadnione posługiwanie się takim właśnie terminem, gdyż na skutek interakcji pomiędzy systemami medialnym i politycznym, a także społecznym powstaje pewna wyraźna struktura, którą tworzą trzy grupy elementów.

- Podsystem polityczny, czyli partie, organizacje polityczne, instytucje władzy publicznej oraz osoby pełniące w nich funkcje kierownicze, politycy i osoby aspirujące do takiej roli.
- Podsystem medialny, do którego zalicza się organizacje medialne (redakcje, wydawnictwa, rozgłośnie radiowe, stacje telewizyjne czy portale internetowe) oraz ludzi w nich pracujących.
- System społeczny, czyli obywatele będący jednocześnie odbiorcami mediów oraz wyborcami. Mogą oni funkcjonować jako jednostki, często jednak organizują się, tworząc różnego rodzaju inicjatywy obywatelskie, społeczne, pozarządowe⁸.

Podstawowym zadaniem systemu jest wymiana informacji o polityce. Proces komunikowania jest integralną częścią systemu i odbywa się na wszystkich poziomach: grupowym, interpersonalnym i masowym. Procesowi komunikowania politycznego towarzyszy działanie komunikacyjne i polityczne poszczególnych uczestników systemu⁹.

Najprostszy schemat procesu komunikacji składa się z trzech elementów: nadawcy, odbiorcy i komunikatu. Nadawca, który chce dotrzeć z jakąś treścią do odbiorcy, najpierw – przy pomocy języka, jego frazeologii, różnorodnych metafor i klisz semantycznych – koduje ową treść i nadaje w formie komunikatu, który musi dotrzeć do odbiorcy. Ten, analizując słowa, które do niego dotarły, odkodowuje odebraną informację. Skuteczna komunikacja występuje wtedy, gdy treść zakodowana przez nadawcę będzie tożsama z tą, którą odkodował odbiorca. W komunikowaniu politycznym nadawcy to politycy i ich komitety wyborcze, odbiorcami są wyborcy, komunikat zaś to ustrukturyzowany w formę tekstową, dźwiękową lub wizualną program wyborczy.

Ten bardzo prosty schemat pomija kilka istotnych, a występujących w komunikowaniu politycznym, elementów. Po pierwsze należy odpowiedzieć sobie na pytanie o to, w jaki sposób komunikat przemieszcza się od nadawcy do odbiorcy. Mamy do czynienia z wielością rozmaitych kanałów komunikacyjnych, za pomocą których przekazywane są informacje; oczywiście polityczni komunikatorzy starają się z większości skorzystać, aby w możliwie najskuteczniejszy sposób dotrzeć ze swoim przekazem do grup docelowych. Charakterystycznym elementem okresu przedwyborczego są w Polsce **programy komitetów wyborczych** emitowane nieodpłatnie przez telewizję i radio publiczne. Powstają więc kilkuminutowe programy telewizyjne i audycje radiowe, które – w różnych konwencjach:

⁸ Por. B. Dobek-Ostrowska, *Media masowe i aktorzy polityczni...*, s. 113.

⁹ Tamże.

od gadających głów po dynamiczne teledyski i piosenki – prezentują partie, kandydatów i ich programy. Dla podniesienia skuteczności docierania do grup docelowych komitety wyborcze często korzystają z możliwości emitowania audycji o charakterze agitacyjnym w ramach płatnego czasu reklamowego. W tym przypadku nadawane są materiały znacznie krótsze, kilkunasto- kilkudziesięciosekundowe nazywane często **spotami wyborczymi**.

Istotnym kanałem komunikacyjnym jest organizowanie przez polityków wydarzeń i pseudowydarzeń, które przyciągają zainteresowanie mediów i w efekcie decydują o **obecności w programach i kanałach informacyjnych**, zarówno telewizyjnych, jak i radiowych, ale także w prasie oraz na portalach internetowych.

Jeszcze jednym instrumentem odgrywającym istotną rolę w kampaniach telewizyjnych są **debaty przedwyborcze** z udziałem liderów partii, kandydatów czy przedstawicieli komitetów wyborczych. Jest to narzędzie niezwykle ciekawe, tym bardziej że debaty przedwyborcze od czasów Johna Kennedy'ego i Richarda Nixona w 1960 roku, cieszą się – często zasłużoną – opinią, iż ich przebieg ma duży wpływ na ostateczny wynik wyborów¹⁰. Co więcej, już sama decyzja o uczestnictwie (lub nieuczestniczeniu) w debacie i związana z tym dyskusja stanowią element strategii kampanii i mogą kształtować preferencje wyborcze – tak było m.in., gdy przygotowywano się do debat przed wyborami prezydenckimi w 2010 roku, a szczególnie było to widoczne w 2011 roku, kiedy to debata pomiędzy Donaldem Tuskiem a Jarosławem Kaczyńskim nie doszła do skutku pomimo wielokrotnych deklaracji o gotowości do debaty z jednej strony (Tusk) oraz zapewnień o ewentualnej wygranej, gdyby do spotkania doszło (Kaczyński). Wydaje się jednak, że strategia obu stron polegała na unikaniu bezpośredniej dyskusji – Donald Tusk ryzykowałby powtórzenie scenariusza z 2007 roku, gdy lider opozycji (wtedy on sam) postawił premiera (Kaczyńskiego) w ogniu trudnych pytań i doprowadził do wygrania przez PO wyborów. Jednocześnie Jarosław Kaczyński prawdopodobnie obawiał się ponownej przegranej z Donaldem Tuskiem, który nauczył się dobrze wykorzystywać możliwości, jakie daje telewizyjna debata na żywo.

¹⁰ Por. W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 359–368, O. Annusewicz, *Kreowanie wizerunku polityka w sytuacji konfliktu politycznego na przykładzie debat przedwyborczych 2007 roku*, „Studia Politologiczne”, vol. 16, Warszawa 2010, s. 158–160, 181–182.

Kolejną interesującą kwestią związaną z debatami i ich wpływem na preferencje wyborcze jest dyskusja o wygranej. Włączają się do niej dziennikarze, publicyści oraz eksperci – często politolodzy – których głos jest słyszany długo po zakończeniu spotkania i dociera do osób, które nie oglądały debaty. Tej grupie komentarze po debacie zastępują ją samą i mogą wpłynąć na późniejszą decyzję wyborczą.

Materiały emitowane w Studiu Komitetów Wyborczych w TVP, a także w ramach płatnego czasu reklamowego są wykorzystywane w **agitacji internetowej** prowadzonej równolegle do kampanii telewizyjnej. Oczywiście Internet należy do stałego arsenału środków komunikacji politycznej, jednak w okresie przedwyborczym jego popularność rośnie: partie polityczne uaktualniają **strony internetowe**, także większość kandydatów otwiera swoje witryny, na których znaleźć można zarówno informacje o charakterze programowym, jak i obrazy z życia prywatnego, część polityków prowadzi blogi¹¹. Coraz bardziej popularna staje się także **aktywność w serwisach społecznościowych**. I choć istnieje grupa polityków stale korzystających z tego typu nowych mediów, to w okresie kampanii przedwyborczej wzrasta liczba kandydatów, których można „spotkać”, gdy prowadzą dyskusje za pomocą kont użytkowników takich serwisów, jak Facebook, Tweeter czy NK.pl (dawniej Nasza Klasa)¹². A że tego typu stron i portali przybywa, należy się spodziewać, że znaczenie tego kanału komunikacyjnego będzie rosło.

Istnienie Internetu, a w szczególności serwisów społecznościowych oraz forów dyskusyjnych doprowadziło do znacznego wzmocnienia pozycji, jaką zajmuje wśród narzędzi komunikowania politycznego **marketing wirusowy**. Politycy, członkowie i sympatycy partii politycznych produkują tzw. virale (memy) – zdjęcia, grafiki, animacje czy filmy, a następnie wymieniają się nimi i promują je za pośrednictwem dedykowanych portali. Ich cechą charakterystyczną jest duża wyrazistość – mogą mieć charakter humorystyczny, prześmiewczy, poważny oraz zdolność do angażowania poprzez wzbudzanie silnych emocji. Przed wyborami do parlamentu w 2011 roku niezwykłą popularność zdobyły m.in. spoty wyborcze kandydatów Sojuszu Lewicy Demokratycznej – Łukasza Naczasa (jego *Song o Naczasie* miał ponad 70 tysięcy odsłon w popularnym serwisie

¹¹ Por. Olgierd Annusewicz, *Funkcje komunikowania politycznego w Internecie*, „Studia Politologiczne”, vol. 14, Warszawa 2009, s. 268 i nast.

¹² Por. I. Grzywińska, *Zastosowanie nowych mediów w procesie komunikacji politycznej na przykładzie kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych w 2008 r.*, „Studia Politologiczne”, vol. 16, s. 133 i nast.; S. Trzeciak, *Marketing polityczny w Internecie*, Warszawa 2010.

youtube.com), Jędrzeja Wijasa (około 500 tysięcy odsłon) czy Katarzyny Lenart, której spot obejrzano ponad milion razy! Warto jednak zwrócić uwagę, że w przypadku tych trojga kandydatów wysoka popularność nie przyniosła sukcesu wyborczego – żadna z tych osób nie uzyskała mandatu poselskiego. Został jednak posłem np. Tadeusz Aziewicz z Platformy Obywatelskiej, który reklamował się abstrakcyjnym, ale popularnym spotem *Śledź w Gdyni* (obejrzanym ponad 100 tysięcy razy).

Cele komunikowania politycznego w okresie przedwyborczym

Analizując zagadnienie celów komunikowania politycznego, warto powrócić do przyjętej wcześniej definicji pojęcia. Zgodnie z nią proces odbywa się w układzie politycy – media masowe – obywatele, a każda z grup może pełnić funkcję nadawcy. Politycy – co jest najbardziej oczywiste – są zainteresowani docieraniem do wyborców ze swoim przekazem perswazyjnym zabiegającym o poparcie społeczne. Wyborcy, choć rzadziej, także mogą zostać nadawcami – poprzez wypowiedanie się w badaniach społecznych, ale także przeróżne akcje społeczne i manifestacje mające zmusić polityków do określonego działania. Wreszcie media także będą odgrywać – nie tylko dosłownie – rolę nadawcy. Mamy bowiem często do czynienia z – nie tyle ideologicznym, ale co najmniej społecznie zaangażowanym – działaniem dziennikarzy, poprzez które starają się z jednej strony wpływać na decyzje polityków, a z drugiej kształtować postawy obywateli. W tym już multistronnym procesie rola inicjatora komunikacji jest więc zmienna. Skoro można bez większego ryzyka przyjąć, że każdemu nadawcy komunikatu przyświeca jakiś cel i każdemu inny, to chcąc ustalić możliwe cele komunikowania politycznego, powinniśmy na chwilę przyjąć perspektywę każdego z uczestników procesu.

W przypadku polityków cel komunikowania należy ściśle wiązać z istotą polityki, jaką jest dążenie do zdobycia lub utrzymania władzy (metodami demokratycznymi). W tym przypadku chodzi o odpowiednie ukształtowanie preferencji wyborczych obywateli, aby zmaksymalizować wynik wyborczy: dojść do władzy lub chociaż przekroczyć próg wyborczy pozwalający na uzyskanie reprezentacji w parlamencie lub innym ciele prawodawczym, w ostateczności przekroczyć próg uprawniający (w polskim systemie politycznym) do uzyskiwania przez partię polityczną dotacji z budżetu państwa. Realizacja celu może być zakładana w krótkiej bądź długiej perspektywie. Dla partii aktualnie sprawujących władzę lub

znajdujących się w opozycji parlamentarnej ważna będzie krótkookresowa perspektywa najbliższych wyborów, podczas gdy osoby wchodzące dopiero na scenę polityczną zakładają raczej konieczność długofalowego zabiegania o poparcie, które może zostać udzielone dopiero kolejnych wyborach¹³. Operacyjnie może chodzić o:

- zdobycie jak największej liczby głosów w wyborach, przy czym cele mogą dotyczyć utrzymania wyborców już popierających daną partię, ale przede wszystkim pozyskania nowych – tych, którzy w poprzednich wyborach głosowali na przedstawicieli innej partii lub w ogóle nie brali udziału w elekcji;
- zbudowanie określonego, pożądanego wizerunku partii i polityków wśród obywateli;
- przekonanie obywateli do racji programowych, czasem ideologicznych;
- przedstawienie obywatelom nowego polityka lub organizacji politycznej, przypomnienie o swoim istnieniu przez osoby długo nieobecne na scenie politycznej;
- przedstawienie i zdobycie poparcia dla określonych działań władzy wykonawczej i nowego prawa;
- przedstawienie i uzyskanie akceptacji dla planowanych rozwiązań programowych i ideologicznych.

Cele, które w procesie komunikowania powodują działaniem obywateli, są najczęściej związane z potrzebą reagowania na sytuację społeczną i działania polityków. Zgłaszane są więc rozmaite postulaty, organizowane protesty lub akcje poparcia.

Dużo trudniej opisać cele mediów w procesie komunikowania politycznego. Oczywiście jest cel naturalny – związany z informowaniem obywateli o wszystkim, co jest relewantne dla procesów zachodzących w społeczeństwie. Media będą zatem informować, przypominać i edukować. Jednak dziennikarze nie zawsze w dyskusji publicznej zachowują pozycje neutralne, zdarza się niekiedy, że otwarcie bądź nie opowiadają się po jednej ze stron publicznego sporu politycznego¹⁴. Niekiedy celem

¹³ Ciekawym przykładem takiego działania było długodystansowe podejście A. Leppera i jego Samoobrony – kampania kandydata na prezydenta z 2000 roku nie przyniosła mu wyborczego sukcesu (nawet znaczącego poparcia procentowego). Była jednak istotnym elementem kampanii parlamentarnej, która uczyniła z Samoobrony liczące się ugrupowanie, dysponujące nawet przez chwilę stanowiskiem wicemarszałka Sejmu.

¹⁴ Tak było między innymi w przypadku kampanii poprzedzającej referendum w sprawie przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Większość mediów w tym czasie miała bardzo czytelną opinię – od otwarcie pozytywnych (np. „Gazeta Wyborcza”) do skrajnie

przedstawicieli środków masowego przekazu jest wsparcie wybranej idei lub formacji politycznej w realizacji jej celów.

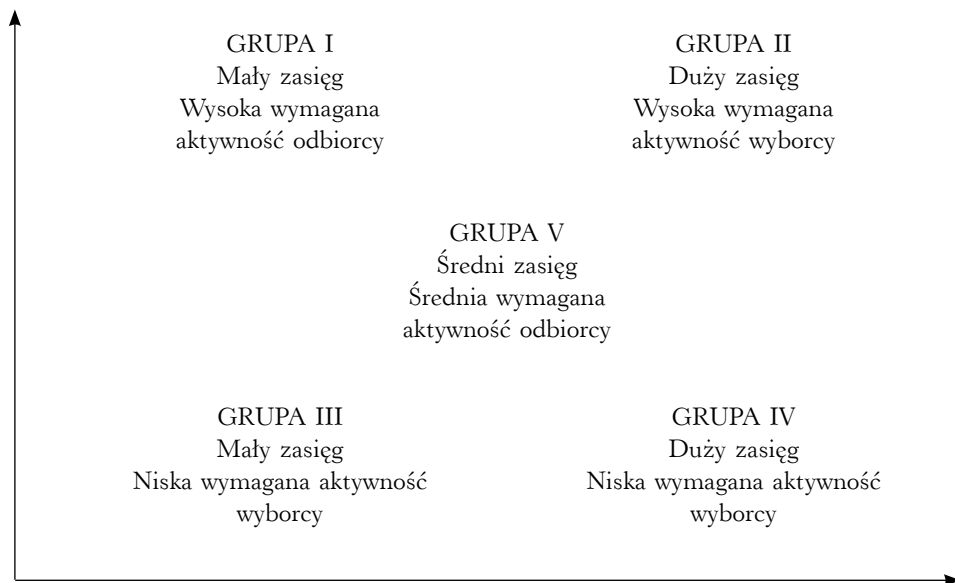
Przestrzeń komunikowania politycznego w okresie przedwyborczym

Przestrzeń komunikowania stale się poszerza, aktorzy polityczni wraz z rozwojem nowych technologii komunikacyjnych starają się je adaptować na swoje potrzeby. Dawniej procesy komunikowania politycznego korzystały z bezpośrednich, interpersonalnych kanałów komunikacyjnych – były to z jednej strony spotkania polityków z grupami wyborców, z drugiej indywidualne rozmowy przeprowadzane w ramach konwencji kampanii „od drzwi do drzwi”. Kolejno, wraz ze wzrostem liczby potencjalnych odbiorców komunikacji, konieczne było posługiwanie się metodami pośrednimi, które byłyby bardziej efektywne, jeśli chodzi o liczbę osób, do których może jednocześnie dotrzeć komunikat. Było to też związane z odchodzeniem od kampanii prowadzonych lokalnie na rzecz działań ogólnokrajowych.

P. Norris przedstawiła typologię kanałów komunikacyjnych wykorzystywanych w komunikowaniu politycznym. Cechami, które stanowiły o przyporządkowaniu danego medium do określonego typu kanału komunikacyjnego, był wymagany poziom aktywności odbiorcy, aby komunikat do niego dotarł, oraz potencjalny zasięg. W ten sposób powstał układ współrzędnych, na którym autorka umiejscowiła poszczególne sposoby komunikowania¹⁵.

negatywnych („Nasz Dziennik”, „Radio Maryja”). Zdarzały się też przypadki dyskretnej wspierania strony proeuropejskiej przez dziennikarzy relacjonujących kampanię czy prowadzących debaty polityków nad przystąpieniem. Przykładem takiego działania jest debata poprzedzająca referendum prowadzona przez red. A. Kwiatkowskiego, który z jednej strony oficjalnie zachowywał neutralność, jednak miejscami przy pomocy retoryki dyskredytował jedną ze stron. Pisałem o tym więcej wraz z B. Biskupem w artykule *Oblicza manipulacji*, oczekującym na wydanie w „Studiach Medioznawczych”, w numerze po konferencji naukowej pt. „Wizja wspólnej Europy w mediach państw wstępujących do Unii Europejskiej”, 22–24 kwietnia 2004, publikacja dotąd nie została wydana.

¹⁵ P. Norris, *Political Communications and Democratic Politics*, [w:] J. Bartle, D. Griffiths, *Political Communication Transformed: From Morrisom to Mandelson*, Basingstoke 2000.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: P. Norris, *Political Communications and Democratic Politics*, [w:] J. Bartle, D. Griffiths, *Political Communication Transformed: From Morrisom to Mandelson*, Basingstoke 2000

Z punktu widzenia efektywności ilościowej komunikowania najcenniejsze są te elementy przestrzeni komunikacyjnej, które pozwalają na dotarcie do możliwie największej grupy odbiorców przy ich minimalnym zaangażowaniu w odbiór komunikatu. Z kolei takie kanały komunikacyjne, które mają mniejszy zasięg, ale też wymagają zwiększonej aktywności słuchaczy, możemy określić jako efektywne jakościowo. Jeśli przekaz skierowany jest do wąskiego i zmotywowanego do odbioru grona, można liczyć, że jego efekt będzie stosunkowo silny.

Do grupy I zaliczyć możemy:

- bezpośrednie spotkania z wyborcami (indywidualne i grupowe);
- kontakt telefoniczny;
- osobisty kontakt poprzez pocztę elektroniczną;
- spotkania i narady partyjne.

W grupie II znalazłyby się z kolei:

- portale, serwisy i strony internetowe partii politycznych;
- blogi (dzienniki internetowe) polityków;
- aktywność w serwisach społecznościowych;
- publicystyka o tematyce politycznej i społecznej (publikowana w poważnej prasie, rozgłośniach radiowych typu informacyjnego i publicystycznego czy w tematycznych blokach telewizyjnych).

Grupę III stanowią:

- elektroniczne media lokalne i regionalne;
- materiały drukowane: foldery, ulotki i gadzety reklamowe;
- grupy dyskusyjne w sieci Internet.

W grupie IV znajdziemy za to:

- ogólnokrajowe rozgłośnie radiowe i stacje telewizyjne;
- plakaty wielkoformatowe i mobilne (przy założeniu wysokiego nakładu);
- internetowe narzędzia reklamowe (np. bannery, pop-up'y);
- seryjnie rozsyłana poczta elektroniczna.

W V grupie znalazłyby się ogólnokrajowe dzienniki i tygodniki, które z jednej strony są łatwo dostępnym i popularnym medium, z drugiej jednak strony wymagają od czytelnika zaangażowania dwójakiego rodzaju: nie tylko czasu, ale i pieniędzy potrzebnych do zakupu gazet.

* * *

Z rozważań na temat definicji komunikowania politycznego i elementów systemu komunikowania politycznego interesujące wydają się instrumenty, przy pomocy których komunikowane są treści o charakterze politycznym w okresie kampanii przedwyborczej. Które z elementów komunikowania politycznego (nadawcy, odbiorcy, treści i instrumenty) mają charakter pierwotny wobec pozostałych? Które są wtórne?

Pierwotnie w polityce mieliśmy do czynienia z podejściem, że to polityk, nadawca komunikacji ma największy wpływ na jej kształt, pozostałe elementy mają albo charakter wtórny – jak treść i dobór instrumentów – albo są jedynie biernymi odbiorcami komunikatów. Inne – bardziej nowoczesne, marketingowe – podejście w centrum zainteresowania ustawia odbiorcę, dopasowując do jego potrzeb samego polityka, ale też treści i instrumenty ich przekazywania¹⁶. Można wyobrazić sobie też podejście ideologiczne – dominować zaczyna treść reprezentująca jakąś ideologię, nadawca jej podporządkowuje siebie, odbiorcę i dobór instrumentów. Wśród tych podejść nie będzie raczej takiego, które wskazywałoby na prymat instrumentów.

Instrumenty komunikowania politycznego mają bowiem w całym procesie rolę służebną: służą nadawcom do jak najlepszego przekazania ich

¹⁶ Por. O. Annusewicz, *Marketing polityczny – pytania i kontrowersje. Główne zagadnienia podejmowane w angielskiej i amerykańskiej literaturze przedmiotu*, [w:] E. Pietrzyk-Zieniewicz (red.), *Scena polityczna i media: miraż sukcesu, ryzyko autoprezentacji*, Warszawa 2004, s. 104–105.

odbiorcom określonych treści. Instrumenty są więc najbardziej „elastycznym” elementem systemu. Ich rodzaje, dobór, zastosowanie zmienia się bardzo często, praktycznie każde kolejne kampanie wyborcze przynoszą nowe narzędzia lub nowe zastosowania tych już istniejących.

STRESZCZENIE

Wychodząc od przyjęcia założenia, iż współcześnie komunikowanie polityczne funkcjonuje w trybie kampanii permanentnej, autor wskazuje na cechy charakterystyczne okresu pomiędzy wyborami i czasu bezpośrednio poprzedzającego elekcję. Autor skupia się na zaprezentowaniu specyfiki kampanii przedwyborczej, zarysowuje strategie i mechanizmy stosowania instrumentów komunikowania politycznego w tym okresie.

Olgierd Annusewicz

POLITICAL COMMUNICATION IN PRE-ELECTION PERIOD

Starting from the assumption that modern political communication operates in permanent campaign mode, the author points out the characteristics of the period between the elections and the period preceding the election. Author focuses on presenting the specifics of the pre-election campaign, outlines the strategies and mechanisms for applying the tools of political communication in this period.

KEY WORDS: *political communication, electoral campaign, instruments of political communication*

Tomasz Godlewski

Sondaże polityczne jako forma komunikowania polityka z wyborcą

SŁOWA KLUCZOWE:

sondaże polityczne, kampania wyborcza, komunikacja polityczna

Sondaże polityczne pozostają nieodłączną częścią procesu komunikacji polityków z wyborcami. Szczególnie istotną rolę odgrywają one w kampaniach wyborczych, choć i poza nimi, w dobie tzw. kampanii permanentnej politycy chętnie i z wielką uwagą wsłuchują się w głos opinii publicznej, dostosowując działania polityczne do preferencji większości obywateli. Dla prawidłowego zrozumienia istoty oddziaływania badań wyborczych niezbędne jest zdefiniowanie pojęcia opinii publicznej. W literaturze przedmiotu spotkać można szereg definicji opisujących w szerszym lub węższym zakresie to zjawisko. Mnogość podejść definicyjnych najlepiej ilustruje F.G. Wilson, który w swojej książce „A Theory of Public Opinion” pisał: *Wątpliwe jest, czy może być jedna uzgodniona definicja opinii publicznej, można przyjąć raczej za fakt, że istnieje na to mała szansa*¹. W istocie, trudno nie zgodzić się z przytoczoną tezą szczególnie, biorąc pod uwagę mnogość kontekstów, w których analizowane pojęcie używane jest przez przedstawicieli wielu profesji: polityków, komentatorów, publicystów czy też dziennikarzy. Prowadzi to do specyficznej sytuacji, w której z jednej strony termin ten jest powszechnie używany w języku dnia codziennego, z drugiej zaś brak jest powszechnej zgody naukowców co do zakresu definicyjnego tego pojęcia. Dla potrzeb niniejszego artykułu opinię publiczną zdefiniowano za G.W. Allportem jako zachowania ludzkie pociągające za sobą werbalizację przekonań wielu ludzi. Zachowania te:

¹ F.G. Wilson, *A Theory of Public Opinion*, Chicago 1962, s. 74.

1. są stymulowane i kierowane przez określoną wiedzę, pewne obiekty lub wytworzoną sytuację, które są ważne dla dużych grup ludzi,
2. reprezentują działanie lub gotowość do działania w postaci aprobaty lub dezaprobaty obiektu opinii publicznej. Ludzie uświadamiają sobie, że ich towarzysze mają podobny punkt widzenia i zachowują się w podobny sposób,
3. zmierzają raczej do postulowania czegoś doraźnego lub tymczasowego – gdy problem mija, znika wywołana nim opinia publiczna. Zachowania są dostatecznie silne i liczne, by wywierać określone skutki².

Przyczyny wzrostu zainteresowania sondażami politycznymi

Rola i znaczenie sondaży politycznych na świecie systematycznie rośnie. Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat dokonał się w tym zakresie olbrzymi postęp. Ośrodki demoskopijne doskonałą narzędzia i techniki dotarcia do respondentów, wkraczając w coraz to nowe dziedziny życia i wykorzystując do tego celu coraz nowocześniejsze technologie. Tradycyjny wywiad papierowy zaczyna być przeżytkiem w czasach, gdy liczy się szybkość uzyskania informacji. Politycy w kampanii wyborczej oczekują szybkiej i rzetelnej informacji, pozwalającej na modyfikowanie strategii wyborczej niemalże w czasie rzeczywistym. Tak dynamiczny rozwój badań rynku wyborczego skorelowany jest ściśle z postępem technologicznym wraz z którym, jak pisze Marek Mazur pojawiły się instrumenty, umożliwiające niemalże doskonałe poznanie społeczeństwa, rozpoznanie rynku wyborczego³. Umasowienie środków komunikacji nie pozostało bez znaczenia dla rozwoju mediów. Rozwój zarówno tradycyjnych (telewizja, radio, prasa), jak i nowoczesnych (Internet, portale społecznościowe) środków komunikacji sprawił, że media w chwili obecnej stanowią dominujący instrument kreowania opinii publicznej, wykorzystujący w tym celu sondaże opinii.

Drugim czynnikiem mającym wpływ na rozwój badań rynku politycznego jest zmiana systemowa roku 1989 oraz zapoczątkowana wówczas transformacja nie tylko w sferze gospodarczej, ale także politycznej i społecznej⁴. Spowodowała ona aktywizację polityczną obywateli spr-

² B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepa, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997, s. 68.

³ M. Mazur, *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i Polsce*, Warszawa 2002, s. 24.

⁴ C. Mojsiewicz, *Rola opinii publicznej w polityce*, Poznań 1999, s. 10.

wiając, że opinia publiczna urosła do rangi jednego z najistotniejszych elementów przestrzeni społecznej. System demokratyczny daje szansę każdemu obywatelowi na udział w sprawowaniu władzy, na wyrażanie swoich preferencji, potrzeb i oczekiwań w referendum, plebiscytach, a wreszcie w wyborach. To z kolei determinuje konieczność uzyskania przez polityków wiedzy na temat opinii publicznej, jej stanu, stosunku do danej decyzji, kwestii, osoby czy ugrupowania oraz metod wpływania na nią. Warto w tym miejscu nadmienić, że wspomniane wcześniej media także nie miałyby szansy rozwoju w systemie niedemokratycznym. Media publiczne, w warunkach wolnego rynku i konkurencji pomiędzy poszczególnymi środkami przekazu, dają społeczeństwu szansę artykulacji swoich interesów, mają za zadanie reprezentować w równej mierze poglądy wszystkich obywateli – przestrzegać pluralizmu opinii⁵.

Kolejną determinantą zainteresowania opinią publiczną jest także wzrost poziomu wykształcenia obywateli we wszystkich niemal krajach rozwiniętych gospodarczo. Wprowadzenie obowiązku szkolnego, popularyzacja słowa pisanego oraz mediów, zwiększony kontakt ze sztuką i kulturą przyczyniły się do wzrostu świadomości społecznej oraz poziomu umysłowego przeciętnego obywatela. Konsekwencją tego był wzrost aspiracji ludzi wywołujący potrzebę ekspresji swoich poglądów, obaw, propozycji zmian⁶.

O sukcesie sondaży przesądziły także względy czysto pragmatyczne. Politycy dostrzegli znaczenie opinii publicznej jako instrumentu, który jest użyteczny w procesie rządzenia. Początkowo źródłem informacji o społeczeństwie była prasa, z biegiem czasu rozwinęły się profesjonalne techniki badawcze mierzące nastroje i opinie obywateli. Tym samym sondaże polityczne stały się swoistym barometrem nastrojów społecznych. Politycy muszą bowiem wiedzieć, czego oczekują od nich wyborcy, by mogli sformułować taki program wyborczy, który przybliży ich do zdobycia władzy, by nie podjęli niepopularnych decyzji, nie postąpili wbrew oczekiwaniom swoich zwolenników. Opinia publiczna w dyskursie politycznym często jest przywoływana jako argument za bądź przeciw – poprzez odniesienie się do stanowiska opinii publicznej, politycy mogą przeforsować swoje projekty (opinia się tego domaga) lub ich zaniechać (opinia nigdy by na to nie pozwoliła). Zbagatelizowanie głosu wyborców może łączyć się z szybką utratą władzy. Znać opinię publiczną i umiejętnie na nią wpłynąć to swoiste być albo nie być dla polityka. Współcześni

⁵ B. Dobek Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka, *Teoria i praktyka...*, s. 74.

⁶ C. Mojsiewicz, *Rola opinii publicznej...*, s. 17.

reprezentanci sceny politycznej doskonale zdają sobie z tego sprawę, czego dowodem mogą być nieustannie zwiększane sumy wydawane na kampanie wyborcze oraz rosnący zakres organizowanych badań⁷.

Klasyfikacja badań sondażowych rynku politycznego

Spośród wielu dostępnych metod i technik socjologicznych podstawowym narzędziem badania rynku w kampanii wyborczej pozostają tzw. sondaże polityczne. Wojciech Cwalina i Andrzej Falkowski proponują podział badań sondażowych ze względu na charakter podmiotu zamawiającego. Wyróżniają oni:

1. sondaże standardowe,
2. sondaże medialne,
3. sondaże prywatne⁸.

AD 1. Ogólnodostępne standardowe badania sondażowe wykonywane są przez wyspecjalizowane w tej dziedzinie instytucje demoskopijne najczęściej jako element badań wielotematycznych tzw. badań omnibusowych. Sondaże te zazwyczaj są dostępne opinii publicznej. Pod względem zawartości merytorycznej ograniczają się one jednak z reguły do podstawowych wskaźników takich jak deklarowana chęć uczestnictwa w wyborach czy poparcie dla partii/polityków. W ramach tych badań można wyróżnić tzw. badania panelowe, które testują reprezentatywne próby populacji w regularnych odstępach czasowych. Ich założeniem jest określenie dynamiki rynku politycznego i zachowań wyborczych w czasie. Zaznaczyć należy jednak, że większość tego typu badań w Polsce wykonywana jest na próbach dobranych co prawda w sposób metodologicznie poprawny, lecz w rzeczywistości obejmujących inne osoby w ramach każdego pomiaru. Prowadzić może to do pewnego wypaczenia wyniku sondażu wynikającego z procedury doboru jednostek do badania.

AD 2. Społeczeństwo nieustannie jest adresatem wyników sondaży medialnych, które realizowane są zwykle na zlecenie mediów (telewizji, redakcji prasowych). Dla dziennikarzy sondaże mają rolę wyłącznie informacyjną – nowe, szczególnie odbiegające od spodziewanych, wyniki sondażu zwiększają oglądalność (czytelność), przyciągają uwagę innych

⁷ A. Jabłoński, *Opinia publiczna*, [w:] B. Szmulik, M. Żmigrodzki (red.), *Wprowadzenie do nauki o państwie i polityce*, Lublin 2007, s. 481–483.

⁸ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 516–519.

mediów i konsumentów – a to jest kluczowe z punktu widzenia stacji czy redakcji czasopisma, przekłada się bowiem wprost na przychody z reklamy. Marek Mazur wyróżnia kilka przyczyn siły medialnego oddziaływania sondaży na decyzje wyborcze. Po pierwsze, sondaże mają charakter cykliczny. Publikowane w regularnych odstępach czasu (nawet co kilka dni) powodują chęć śledzenia przez obywateli „gonitwy wyborczej”, podgrzewając temperaturę kampanii. Po drugie, sondaże przeprowadzane są wyłącznie w celu wypełnienia kolumn, czy zapełnienia czasu antenowego. Ich wartość informacyjna czy też rzetelność pozostaje wątpliwa. Celem nadrzędnym jest zgodność z programową linią danej stacji czy gazety oraz dostarczenie nowych, nieznanych, często zaskakujących widzów czy czytelników informacji⁹. Po trzecie, media mają wpływ na przekazywaną wyborcom rzeczywistość polityczną poprzez sposób formułowania pytań oraz dobór ugrupowań partyjnych, o które respondenci są pytani w sondażu, wykluczając z niego (a co za tym idzie także świadomości wyborców) partie, które np. nie zasiadają w chwili obecnej w parlamencie. W konsekwencji wyborca kierowany obawą przed stratą głosu odrzuci takie ugrupowanie przy podejmowaniu decyzji wyborczej. Po czwarte, wyniki badań w kampanii wyborczej są w sposób świadomy lub niezamierzony manipulowane przez samych dziennikarzy, którzy mają za zadanie wyłapanie jak najświeższych wiadomości i tendencji (kto prowadzi, a kto przegrywa w wyścigu wyborczym; funkcja predykcyjna)¹⁰.

AD 3. Na zlecenie sztabów wyborczych realizowane są także sondaże prywatne zwane także sondażami „na wyłączność”. Głównym celem tego typu sondaży jest dostarczenie użytecznych informacji, dotyczących obecnego i potencjalnego elektoratu, testowanie propozycji strategii, którą konstruuje się na potrzeby kampanii, a także dostarczanie wskazówek do segmentacji i pozycjonowania kandydata¹¹.

Badania standardowe i medialne zwykle mają charakter retrospektywny – stawiają sobie za cel znalezienie wytłumaczenia postaw/poglądów elektoratu, przy czym sondaże prywatne są raczej prospektywne i badają, jak zdefiniowany na potrzeby kampanii elektorat zareaguje na dane decyzje czy posunięcia partii, czy kandydata¹².

⁹ M. Mazur, *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych...*, s. 295–296.

¹⁰ E. Młyniec, *Opinia publiczna. Wstęp do teorii*, Poznań–Wrocław 2002, s. 133–134.

¹¹ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny...*, s. 516–519.

¹² M. Mazur, *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych...*, s. 56.

Kolejnym kryterium klasyfikacyjnym jest charakter sondażu. Barbara i Stephen Salmore, mówiąc o badaniach rynku politycznego, proponują określenie „pakiet sondażowy”, odnosząc się do zestawu podstawowych celów oraz wykorzystywanych technik badawczych. Autorzy wyróżniają sondaże: (1) bazowe, (2) zmiany trendów opinii publicznej i (3) kroczące (tropiące)¹³.

Sondaże bazowe (*benchmark pools*) to badania planowe, mające na celu zdiagnozowanie podstawowych celów kampanii, określenie silnych i słabych stron kandydata, zdefiniowanie ewentualnych trudności, które mogą pojawić się w kampanii. Bazują one na jak największej ilości zebranych szczegółowych informacji, wykorzystywanych następnie na użytek działań promocyjnych. Sondaż zmiany trendów opinii publicznej (*trend pools*) ma na celu zbadanie skuteczności taktyki przyjętej w kampanii, nastawionej na zmianę preferencji wyborców. Na wszystkich etapach kampanii realizowane są sondaże tropiące (*tracking pools*), które na bieżąco rejestrują pojawiające się trendy, wszelkie wahania poparcia, nastroje społeczne. Według Anny Pokorskiej sondaże te charakteryzują następujące cechy:

- powtarzalność pomiaru: punktowego – w określonych odstępach czasu – lub ciągłego – badania są realizowane stale bez żadnych przerw;
- identyczność narzędzia pomiarowego przy każdym kolejnym badaniu;
- identycznie zachowana próba, chociaż z udziałem innych osób;
- taki sam sposób doboru próby i przeprowadzania badania za każdym razem;
- porównywalne odstępy czasu pomiędzy poszczególnymi badaniami¹⁴.

Sondaże w kampanii wyborczej

Rozwój technik sondażowych nierozłącznie związany jest ze wzrostem znaczenia marketingu politycznego definiowanego za Grażyną Ulicką jako *zespół teorii, metod, technik i praktyk społecznych mających na celu przekonanie obywateli, by udzielili poparcia człowiekowi, grupie lub projektowi politycznemu*¹⁵. Celem marketingu jest zaspokojenie potrzeb i preferencji wyborców zatem proces wyborczy sprowadza się do transakcji – dostarczenie wyborcom utożsamianych z obietnicą realizacji programu korzyści

¹³ Tamże.

¹⁴ A. Pokorska, *Badania panelowe i trackingowe*, [w:] Z. Sawiński, P.B. Sztabiński, F. Sztabiński (red.), *Podręcznik ankietera*, Warszawa 2000, s. 199.

¹⁵ G. Ulicka, *Wpływ marketingu politycznego na zmiany w życiu publicznym państwa demokratycznych*, „*Studia Politologiczne*”, vol. 1, Warszawa 1996, s.157.

w zamian za poparcie konkretnego polityka czy ugrupowania. Kluczem do sukcesu polityka/partii staje się zatem orientacja na nabywców, zespolona z nieustannym monitorowaniem potrzeb, interesów, opinii, poziomu zadowolenia etc. osób, których poparcie chce się uzyskać oraz, co najważniejsze, kreowaniem propozycji działań, będących atrakcyjną odpowiedzią na powyższe oczekiwania¹⁶. Najskuteczniejszym i w zasadzie jedynym sposobem masowej diagnozy oczekiwań społecznych w tym zakresie są sondaże wyborcze. To na ich podstawie możliwe jest wyznaczenie atrakcyjnych dla wyborców celów politycznych, przy wykorzystaniu akceptowalnych metod i środków działania¹⁷. Znaczenie i rola sondaży ewoluowała na przestrzeni ostatnich kilku dziesięcioleci. Prekursor masowych badań demoskopijnych G.H. Gallup upatrywał w sondażach szansę na poprawę jakości demokracji, pisząc: *sondaże mogą pomóc rządowi być bardziej czułym na głos opinii publicznej, mogą poprawić jakość kandydatów ubiegających się o stanowiska publiczne, mogą uczynić demokrację prawdziwszą*¹⁸. Z kolei N. Postman, opisując istotę sondaży, dostrzegał, że wraz z doskonaleniem się metod badawczych, ewoluuje także ich rola w systemie politycznym. W książce „Technopol. Triumf techniki nad kulturą” autor przekonuje, że współczesna polityka całkowicie zdeterminowana jest przez sondaże, których wyniki wyznaczają ramy dla działalności partii, kandydatów. Te dwa jakże odrębne stanowiska pokazują ewolucję celów oraz sposobów wykorzystania sondaży politycznych. Wyjściowym ich zadaniem było zwiększenie partycypacji politycznej społeczeństwa. Badania miały więc być orężem w rękach obywateli, wykorzystywanym do wywierania wpływu na rząd, w myśl zasady: *opinia rządzonych jest najlepszą podstawą każdego rządu*¹⁹. Finalnie rozwój badań sondażowych doprowadził do sytuacji, w której politycy zaprzestają samodzielnych działań i w każdym swoim postępowaniu kierują się tym, co sugerują wyniki sondaży²⁰. Polskim przykładem tego typu postaw jest rząd PO-PSL często krytykowany za politykę realizowaną pod dyktando sondaży opinii, nazwaną nieco prześmiewczo „polityką sondażową”. Można więc – na

¹⁶ M. Mazur, *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych...*, s. 16.

¹⁷ M. Jaśniak, *Strategie marketingowe na rynku politycznym*, Kraków 2007, s.21.

¹⁸ J.F. Pontuso, *Czy badania opinii publicznej zagrażają demokracji?*, „Zeszyty prasoznawcze” 1994, nr 3–4, s. 34.

¹⁹ G. Satori, *Teoria demokracji*, Warszawa 1994, s. 116.

²⁰ N. Postman, *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*, Warszawa 1995, s. 162, za: W. Adamczyk, *Media masowe w procesie budowania demokracji w Polsce (1989–1990)*, Poznań 1999, s. 107.

podstawie analizowanych przykładów – pokusić się o sformułowanie tezy, mówiącej o kreującym, a nie wyłącznie opisowym charakterze współczesnych sondaży politycznych. Sondaże w dużej mierze wpływają na zachowania polityków/partii oraz na zachowania wyborców, stając się swoistego rodzaju pośrednim medium komunikacji. Na potwierdzenie tezy przytoczyć można słowa Herberta Nashera wypowiedziane w 1992 i jakże odpowiadające dzisiejszym realiom: *sondaże są integralną częścią politycznego i społecznego krajobrazu, i prawdopodobnie staną się jeszcze bardziej prominentne w przyszłości. Sondaże mogą dostarczyć użytecznych informacji dla obywateli i przywódców politycznych; mogą wprowadzać w błąd i być niedokładne. Sondaże mogą przyczynić się do większego wpływu obywateli, jak również mogą służyć manipulacji publiczności*²¹.

Funkcje sondaży politycznych

Sondaże polityczne, wpisując się proces komunikacji zachodzący pomiędzy politykiem a wyborcą, odgrywają istotną rolę w kształtowaniu zachowań politycznych obywateli. Za Antonim Sułkiem wyróżnić można trzy podstawowe funkcje sondaży w ustroju demokratycznym: 1) funkcję poznawczą, 2) funkcję perswazyjną oraz 3) funkcję polityczną²².

AD 1. Funkcja poznawcza sondaży ma na celu dostarczenie obywatelom oraz elitom władzy wzajemnego obrazu siebie samych. Sondaże w tym kontekście mają za zadanie w sposób jak najszerszy i najbardziej szczegółowy dostarczyć informacji na różnorodne tematy, począwszy od zwerbalizowania potrzeb i pragnień obywateli, poprzez ich poglądy, aż do określenia stosunku do demokracji czy też zaufania do instytucji państwowych. Waler poznawczy badań opinii publicznej jest wykorzystywany na potrzeby kampanii. Zebrany materiał umożliwia sztabom wyborczym na dopasowanie strategii do potrzeb i oczekiwań elektoratu docelowego, pomaga w dookreśleniu stanowisk programowych i inicjowaniu zachowań, które mogą pomóc w zdobyciu poparcia jak najbardziej licznego elektoratu. W. Cwalina i A. Falkowski zwracają uwagę na fakt, że wszelkiego rodzaju badania opinii publicznej nie stanowią jedynie instrumentu dostarczania informacji politykom. Dzięki badaniom społeczeństwo

²¹ M. Mazur, *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych...*, s. 296–297.

²² W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny...*, s. 512.

może dowiedzieć się dużo o sobie samym, zarówno jako o wspólnocie, jak i zbiorze jednostek i grup, które mają zróżnicowane poglądy²³.

AD 2. Funkcje polityczne sondaży politycznych mają charakter pragmatyczny. W tym kontekście sondaże nie są traktowane jedynie jako źródło informacji, ale także jako narzędzie, wykorzystywane do budowania demokracji. Niektórzy badacze mówią już wręcz o przejmowaniu przez sondaże funkcji polityki, w warunkach słabości reprezentantów sceny politycznej i wzrostu znaczenia wpływu mediów na preferencje elektoratu²⁴. Dość zauważyć, że za każdym razem, gdy powstaje jakaś partia czy ugrupowanie, szanse na sukces inicjatywy ocenia się na podstawie wyników sondaży. Znając je, politycy mogą tak pokierować swoimi poczynaniami, by spotkać się z aprobatą wyborców lub uniknąć niechęci z ich strony. Z omawianym aspektem ząębia się także inny walor sondaży – mianowicie możliwość prognozowania na ich podstawie zachowań masowych, poprzez analizę ogólnych tendencji panujących w społeczeństwie²⁵. Zaznaczyć należy jednak, że sondaże polityczne, podobnie jak i inne badania, bazujące na deklaracjach ludzi, mają ograniczoną siłę predykcyjną. Ludzie bowiem często działają spontanicznie, irracjonalnie, kierują się emocjami, czy też zmieniają zdanie. Nie można zatem wyników sondaży traktować jako przesądających i ostatecznych. Wyniki badań sondażowych różnić mogą się znacząco od rzeczywistych rezultatów wyborów. I tak na przykład w roku 2005 w wyborach parlamentarnych różnice pomiędzy wynikami badań, a rzeczywistym poparciem sięgnęła 21 punktów procentowych²⁶, zaś w pierwszej turze wyborów prezydenckich 2010 r. rozbieżność niektórych renomowanych ośrodków sięgnęła poziomu 12,5 punktu procentowego²⁷.

Przykładem efektywnego wpływu badań opinii publicznej na działania polityków i ich sztabów może być kampania z roku 1995. Opisując tę kampanię Lena Kolarska-Bobińska wyróżnia następujące funkcje sondaży:

1. wyniki sondaży umożliwiły i ułatwiły legitymizację startu w wyborach osób nie popieranym przez żadne partie i nie posiadającym tak zwanego zaplecza partyjnego,

²³ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny...*, s. 512–514.

²⁴ Tamże, s. 515.

²⁵ Tamże, s. 516.

²⁶ *Ocena zgodności wyników sondaży z rzeczywistymi wynikami wyborów, wrzesień-październik 2005*, Centrum im. Adama Smitha, 3.11.2005

²⁷ Sondaż MB SMG/KRC dla Faktów TVN. Podobną rozbieżność zauważyć można w wynikach Homo Domini dla TV Polsat (10,2 p.p.)

2. wyniki badań umożliwiały selekcję kandydatów do wyborów prezydenckich, dokonaną przez partie polityczne. Co więcej były podstawą do wycofania swojego poparcia dla jednego kandydata (czynnikiem decydującym był spadek notowań) i poparcia drugiego (czynnikiem decydującym były wysokie notowania),
3. wyniki sondaży umożliwiały związkom zawodowym i ruchom społecznym podjęcie decyzji o poparciu poszczególnych kandydatów,
4. wyniki badań, w sytuacji braku mechanizmów rozwiązywania konfliktów wewnątrzpartyjnych i między partiami, ułatwiały zawieranie porozumień i umów między kandydatami a partiami politycznymi (funkcja tzw. sondażowego arbitrażu),
5. dane sondażowe ułatwiły strukturyzację sceny politycznej (na przykład poprzez wycofywanie się kandydatów z rywalizacji wyborczej ze względu na ich notowania w sondażach),
6. sondaże i ich wyniki stanowiły część dyskursu politycznego, bowiem na ich podstawie politycy namawiali się do wycofania się z rywalizacji wyborczej,
7. wyniki badań kształtowały scenę polityczną poprzez dostarczenie informacji do podejmowania decyzji na temat zarówno programów, jak i wizerunku poszczególnych kandydatów²⁸.

AD 3. Sondaże polityczne mogą także efektywnie wpływać na opinię publiczną. Przekonanie o tym, że ktoś jest popierany przez większość, może stanowić wystarczający argument przemawiający za tym, że także należy go poprzeć. Wola powszechna staje się motorem pojedynczych działań. Wyjaśnia to po części fenomen pojawiania się w mediach licznych sondaży w okresie kampanii wyborczej. Dobre wyniki sondażowe wzmacniają partię lub kandydata, uprawdopodobniając oddanie głosu na to ugrupowanie przez osoby niezdecydowane. Partie wiodące są zatem zainteresowane jak najszerszą publikacją korzystnych dla siebie sondaży. Z kolei ugrupowania lub kandydaci balansujący na progu wyborczym lub znajdujący się poniżej robią co mogą, aby zdyskredytować dany sondaż lub/i ośrodek go wykonujący.

²⁸ L. Kolarska-Bobińska, *Polityczna rola sondaży w kampanii wyborczej 1995*, [w:] L. Kolarska-Bobińska, R. Markowski (red.), *Prognozy i wybory. Polska demokracja '95*, Warszawa 1997, s. 170–173.

Spółeczna ocena sondaży politycznych

Opisując funkcję komunikacyjną sondaży politycznych, należy także spojrzeć na nie z punktu widzenia odbiorcy – konsumenta danych, podejmującego niejednokrotnie na ich podstawie decyzję wyborczą. Kluczową z tego punktu widzenia kwestią jest ich wiarygodność. Warto zatem odpowiedzieć na pytanie czy wyborcy postrzegają publikowane w trakcie kampanii sondaże jako rzetelne i dostarczające prawdziwej wiedzy, czy też traktują je jako próbę manipulacji i wpłynięcia na losy kampanii przez tą czy inną redakcję czy partię polityczną. Odpowiedzi na tak zdefiniowane pytania dostarcza sondaż przeprowadzony przez Centrum Badania Opinii Publicznej²⁹. Z uzyskanych danych wynika, że blisko trzy czwarte (70,0 %) Polaków interesuje się wynikami sondaży prowadzonymi przez ośrodki badania opinii publicznej. Jest to wysoki wynik, szczególnie jeśli interpretować go w kontekście kampanii roku 2005, w których sukces odnieśli kandydat i partia typowana przez wszystkie renomowane ośrodki demoskopijne jako drugi/druga. Brak zainteresowania sondażami deklaruje co czwarty ankietowany (tabela 1).

Tabela 1. Deklarowany poziom zainteresowania sondażami politycznymi

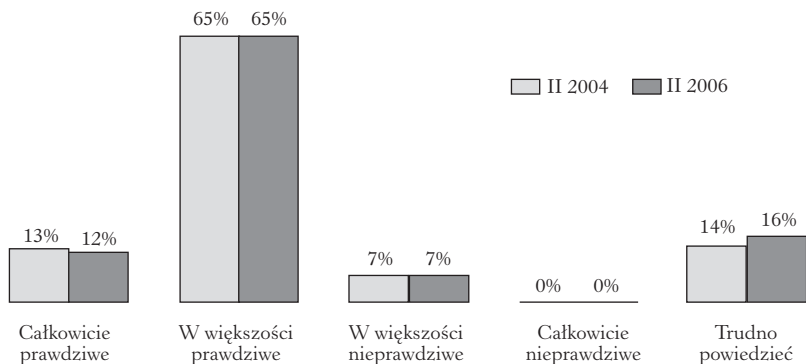
| Czy interesują Pana(ią) wyniki sondaży prowadzonych przez ośrodki badania opinii publicznej? | Wskazania respondentów według terminów badań | | | |
|--|--|----------|---------|---------|
| | VI 1993 | III 1999 | II 2004 | II 2006 |
| | w procentach | | | |
| Tak | 65 | 65 | 70 | 70 |
| Nie | 32 | 30 | 25 | 24 |
| Trudno powiedzieć | 3 | 5 | 5 | 6 |

Źródło: Centrum Badania Opinii Społecznej.

Kolejna ważna z punktu widzenia artykułu kwestia dotyczyła wiarygodności badań. Badacze CBOS poprosili respondentów o odpowiedź na pytanie: *Czy Pana(i) zdaniem, badania opinii publicznej przynoszą prawdziwe, czy też nieprawdziwe rezultaty?* Uzyskane wyniki jednoznacznie wskazują na wysoką wiarygodność badań. Ponad trzy czwarte (77,0%) badanych deklaruje wiarę w prawdziwość informacji dostarczanych przez sondaże. Przeciwnego zdania jest co czternasty (7,0%) uczestnik. Zauważyć należy także, że nikt spośród respondentów nie określił badań jako przynoszących całkowicie nieprawdziwe informacje (wykres 1).

²⁹ http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2006/K_043_06.PDF, dostęp: maj 2012.

Wykres 1. Ocena prawdziwości rezultatów badań opinii publicznej



Źródło: Centrum Badania Opinii Społecznej.

Tabela 2. Ocena przydatności badań sondażowych

| Jak Pan(i) sądzi, w jakim stopniu wyniki sondaży są przydatne: | Wskazania respondentów według terminów badań | | | |
|--|--|----------|---------|---------|
| | X 1993 | III 1999 | II 2004 | II 2006 |
| | w procentach | | | |
| dla ludzi nauki badających nasze społeczeństwo | | | | |
| W wysokim stopniu | 35 | 60 | 49 | 47 |
| W średnim stopniu | 48 | 29 | 36 | 40 |
| W niskim stopniu | 4 | 3 | 4 | 3 |
| W ogóle nie są przydatne | 1 | 0 | 2 | 1 |
| Trudno powiedzieć | 11 | 8 | 9 | 9 |
| dla rządzących, sprawujących władzę | | | | |
| W wysokim stopniu | 33 | 41 | 38 | 40 |
| W średnim stopniu | 39 | 28 | 31 | 39 |
| W niskim stopniu | 10 | 14 | 12 | 9 |
| W ogóle nie są przydatne | 7 | 9 | 8 | 3 |
| Trudno powiedzieć | 12 | 9 | 11 | 9 |
| dla przeciętnych obywateli | | | | |
| W wysokim stopniu | 9 | 10 | 12 | 15 |
| W średnim stopniu | 32 | 40 | 38 | 46 |
| W niskim stopniu | 24 | 30 | 23 | 21 |
| W ogóle nie są przydatne | 22 | 11 | 17 | 9 |
| Trudno powiedzieć | 13 | 9 | 10 | 9 |

Źródło: Centrum Badania Opinii Społecznej.

W kolejnym kroku dokonano społecznej oceny przydatności badań sondażowych. Zdaniem badanych sondaże mają znaczenie przede wszystkim dla celów poznawczych i naukowych (87,0%). Badania jako pomocne w sprawowaniu władzy wskazuje blisko cztery piąte (79,0%), zaś jako źródło informacji dla przeciętnego obywatela postrzega je trzy piąte (61,0%) biorących udział w badaniu (tabela 2).

W badaniu poruszono także aspekt komunikacyjny sondaży. Na podstawie uzyskanych odpowiedzi badacze CBOS-u są zdania, że Polacy nie tylko nie postępują sondaży, jak czynią to niektórzy politycy, ale są przekonani, że stanowią one skuteczne narzędzie komunikacji pomiędzy klasą polityczną a obywatelami. Pełnią one także funkcję wentyla bezpieczeństwa, umożliwiając wyrażenie opinii zwykłym ludziom (92,0%). Polacy są także przekonani, że rządzący powinni czerpać wiedzę z sondaży, ponieważ jest ona konieczna dla podejmowania korzystnych społecznie decyzji (90,0%) oraz pozwala politykom zorientować się w opiniach społeczeństwa na różne tematy (86,0%). Jednocześnie ankietowani Polacy są przeświadczeni o lekceważeniu przez polityków opinii społeczeństwa wyrażanej w sondażach (86,0%) – tabela 3.

Tabela 3. Opinie społeczne na temat badań sondażowych

| Proszę powiedzieć, czy zgadza się Pan(i) z następującymi poglądami na temat badań opinii? | Zgadzam się | Nie zgadzam się | Trudno powiedzieć |
|---|--------------|-----------------|-------------------|
| | w procentach | | |
| Sondaże dają okazję zwykłym ludziom powiedzieć, co myślą o różnych sprawach | 92 | 3 | 5 |
| Trzeba wiedzieć, co ludzie myślą, żeby podejmować decyzje dobre dla społeczeństwa | 90 | 3 | 7 |
| Powinno się brać udział w badaniach, bo jak inaczej powiedzieć, co się myśli | 89 | 4 | 7 |
| Szkoda, że politycy nie dbają o to, co mówią o nich obywatele w badaniach opinii publicznej | 87 | 6 | 8 |
| Sondaże przydatne są politykom, bo pozwalają im zorientować się w opiniach społeczeństwa | 86 | 7 | 7 |
| Badania robi się, żeby władza wiedziała, co ludziom dokucza | 83 | 9 | 8 |
| Badania robi się, żeby coś zmienić, ulepszyć | 81 | 9 | 11 |
| Wyniki sondaży dają dobrą podstawę do oceny działalności polityków, instytucji państwowych, działań rządu | 78 | 9 | 13 |

Tabela 3. cd.

| | | | |
|--|----|----|----|
| Ośrodki badawcze rzetelnie informują o poglądach obywateli | 72 | 8 | 19 |
| Podejmowanie decyzji dotyczących społeczeństwa wymaga wiedzy pochodzącej z badań | 71 | 14 | 15 |
| Politycy korzystają z badań, żeby mówić potem to, co obywatele chcą usłyszeć | 57 | 25 | 18 |
| Zwykły człowiek nie ma nic z tych badań | 55 | 34 | 11 |
| Badania są naprawdę potrzebne przed wyborami, żeby wiedzieć, na kogo głosować | 49 | 37 | 13 |
| W ankietach poruszane są problemy ważne tylko dla polityków, a nie dla zwyczajnych ludzi | 39 | 50 | 12 |
| Badania potrzebne są politykom, żeby mogli potem manipulować obywatelami | 36 | 45 | 20 |
| Badania robi się po to, żeby kontrolować obywateli | 22 | 61 | 17 |
| Sondaże są manipulowane, a ich wyniki nie oddają tego, co ludzie myślą naprawdę | 20 | 56 | 24 |
| Do wyników sondaży nie można mieć zaufania, gdyż są one prowadzone tak, aby dobrze wypadli ci, którzy za nie płacą | 20 | 58 | 22 |
| Większość ludzi kłamie, kiedy odpowiada na pytania ankiety | 16 | 58 | 26 |
| Zwykli ludzie nie wiedzą, co jest dobre dla kraju, więc nie ma po co ich o to pytać | 15 | 75 | 10 |

Źródło: Centrum Badania Opinii Społecznej.

Podsumowanie

Rola sondaży w przestrzeni komunikacji politycznej systematycznie wzrasta, stając się jednym z ważniejszych, jak nie najważniejszym z punktu widzenia masowości kanałem komunikacji, zachodzącej pomiędzy politykami a ich elektoratem. Sondaże polityczne pełnią ważną funkcję w przestrzeni publicznej, dostarczając wiedzę oraz wywołując określone postawy zarówno wśród polityków, jak i wyborców. Nie bez znaczenia jest też ich funkcja komunikacyjna. Sondaże jako pośrednie medium dialogu pomiędzy elitami władzy a wyborcami stają się swoistego rodzaju kanałem wyrażania krzywd i ocen. Efektywność sondaży potwierdza także ich społeczna ocena. Polacy wierzą sondażom jako wiarygodnemu nośnikowi

informacji, śledzą ich wyniki oraz wykorzystują informacje w nich zawarte w procesie kształtowania postaw i decyzji politycznych.

STRESZCZENIE

Sondaże polityczne pozostają nieodłączną częścią procesu komunikacji polityków z wyborcami. Szczególnie istotną rolę odgrywają one w kampaniach wyborczych, choć i poza nimi, w dobie tzw. kampanii permanentnej politycy chętnie i z wielką uwagą wsłuchują się w głos opinii publicznej, dostosowując działania polityczne do preferencji większości obywateli.

Rola i znaczenie sondaży politycznych na świecie systematycznie rośnie. Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat dokonał się w tym zakresie olbrzymi postęp. Ośrodki demoskopijne doskonałą narzędzia i techniki dotarcia do respondentów, wkraczając w coraz to nowe dziedziny życia i wykorzystując do tego celu coraz nowocześniejsze technologie. Podstawowym celem badań opinii jest zebranie i opracowanie jak największej ilości informacji, dzięki którym można scharakteryzować rynek polityczny i dokonać analizy, zachodzących zjawisk i ujawniających się trendów. Z tej perspektywy są one jednym z najlepszych narzędzi diagnozowania opinii i przekonań społeczeństwa.

O sukcesie badań opinii społecznej przesądziły także względy czysto pragmatyczne. Politycy dostrzegli znaczenie sondaży jako instrumentu, który jest użyteczny w procesie rządzenia. Tym samym sondaże polityczne stały się swoistym barometrem nastrojów społecznych. Sondaże polityczne cieszą się także wysokim zaufaniem wyborców, którzy traktują je jako wiarygodne i opiniotwórcze źródło preferencji politycznych Polaków.

Tomasz Godlewski

POLITICAL POLLS AS A FORM OF COMMUNICATION BETWEEN POLITICIANS AND VOTERS

Political polls are an integral part of the communication process that takes place between politics and voters. They play particularly important role in election campaigns, though, apart from them, in the era of so-called permanent campaign politicians willingly and attentively listen to the voice of the public opinions adapting their political actions to the preferences of majority of citizens.

The role and importance of political polls in the world is steadily growing. Over the last several years there has been a great progress in this field. Demoscopy centres improve the tools and techniques to reach the respondents and enter into

new areas of life using an increasingly modern technologies. The primary objective of public opinion research is to collect and develop as much information to help in order to characterize the political market and analyse the on-going phenomena and reveal trends. From this perspective, they are one of the best tools for the diagnostic of opinion and beliefs of society.

The success of public opinion research depended on purely realistic reasons. Politicians recognized the importance of surveys as a tool that is useful in the process of governance. Thus, political polls have become a barometer of public sentiment. Political polls are highly trusted by the voters who regard them as credible and influential source of political preferences of Poles.

KEY WORDS: *political polls, election campaign, political communication*

Ewa Maria Marciniak

Zachowania komunikacyjne uczestników telewizyjnych debat prezydenckich

SŁOWA KLUCZOWE:

debaty telewizyjne, systemowo-pragmatyczna teoria komunikowania, emocjonalizacja polityki

Debata z perspektywy systemowo-pragmatycznej¹

Debata telewizyjna polityków są przedmiotem wielu badań, głównie amerykańskich. W ostatnich latach również w Polsce wzrasta zainteresowanie tą problematyką².

Debatę traktuje się jako typ przekazu politycznego kierowanego do publiczności telewizyjnej, którego celem jest informowanie o stanowiskach polityków wobec ważnych kwestii, podtrzymanie pozytywnego wizerunku kandydata oraz wpływ na decyzje wyborcze.

Można też analizować debaty w kategoriach publicznych zachowań komunikacyjnych polityków. Jak podkreśla U. Jakubowska, wystąpienia publiczne spełniają różnego rodzaju funkcje. Politycy prezentują programy działania, wyrażają własne opinie, dokonują oceny zdarzeń i osób, stawiają prognozy, propagują wyznawany przez siebie system wartości³. Debata jest interakcyjnym wydarzeniem, którego istota zawiera się we wzajemnym wpływie na zachowania. Ów wpływ ma miejsce bez względu

¹ Szerzej na temat systemowo-pragmatycznej teorii komunikowania, E.M. Marciniak, *Komunikowanie polityczne w ujęciach interpretacyjnych*, w tym tomie.

² Refleksja na temat stanu badań nad debatami telewizyjnymi polityków [w:] M. Piasecki, *Prezydenckie debaty telewizyjne w USA w 2008 r. Analiza zawartości*, „Studia Medioznawcze” 2009, nr 2.

³ U. Jakubowska, *Preferencje polityczne. Psychologiczne teorie i badania*, Warszawa 1999, s. 93.

na przyjętą konwencję debaty i sposób jej organizacji. Zachowania komunikacyjne, zwłaszcza w bezpośrednim kontakcie, nie tylko ujawniają obszary myśli i ocen, lecz są także ekspresją emocji.

Analizując zachowania komunikacyjne w toku debat, można odnosić się do ich merytorycznego (poznawczego) bądź emocjonalnego aspektu. Merytoryczny aspekt komunikacji to odpowiedź na pytanie: **o czym politycy rozmawiają?** Przykładowo Marek Piasecki, dokonując analizy zawartości debat amerykańskich z 2008 roku, weryfikuje tezę, iż głównym tematem debaty jest gospodarka⁴. Oczywiście nie jest to jedyny temat czy to amerykańskich, czy polskich debat. Politycy poruszają kwestie społeczne, międzynarodowe, odnoszą się do aktualnych problemów, opisują swój stosunek do wartości. Emocjonalny aspekt zachowania komunikacyjnego to odpowiedź na pytanie: **jak politycy rozmawiają?** W pytaniu tym zawiera się szereg wskaźników klimatu emocjonalnego rozmowy. Oba aspekty debat (poznawczy i emocjonalny) są ze sobą nierozzerwalnie związane, stanowią o jakości debaty, wywierają wpływ na jej społeczną recepcję.

Zaproponowana w tym artykule perspektywa analizy debat telewizyjnych uwzględnia te dwa aspekty, dodając do nich inne – wynikające z przyjęcia systemowo- pragmatycznej teorii komunikowania.

Schultz von Thun⁵, inspirowaną się tą teorią, podkreśla, że przekazanie informacji nie jest wyłącznym zadaniem wypowiedzi. Każda wypowiedź mówi coś o nadawcy, (na przykład – o zaletach, wadach, zasługach, porażkach), wyraża również jego postawę wobec odbiorcy (za kogo go uważa, co o nim myśli). Odbiorca może się czuć lekceważony, pouczany, dyskredytowany, doceniany itd. Jest jeszcze – zdaniem autora – jedna warstwa komunikatu – mianowicie poprzez każdą wypowiedź nadawca chce wyrzucić jakiś wpływ na odbiorcę (pragmatyczny aspekt). Chodzi tu nie tylko o to, co odbiorca ma zrobić, jak się zachować, ale również, co ma pomyśleć i odczuć.

Kontynuując trop von Thuna, można zatem – oprócz stosunkowo powszechnego podziału poziomów komunikowania na merytoryczne (rzeczowe) i emocjonalne – zaproponować rozszerzoną klasyfikację, wyodrębniając następujące poziomy komunikowania: rzeczowy (merytoryczny), osobowościowy (ujawnianie cech osobowości), relacyjny (odnoszący się do wzajemnych relacji) i pragmatyczny (odnoszący się do wzajemnego wpływu). W odniesieniu do komunikowania politycznego odkrywaniem

⁴ M. Piasecki, *Prezydenckie debaty telewizyjne...*, s. 65.

⁵ F. Schultz von Thun, *Sztuka rozmawiania*, Kraków 2007, s. 25–44.

tych poziomów jest możliwe w różnorodnych sytuacjach komunikacyjnych. W takich, w których istnieje konieczność uzyskania przewagi, definiowania sytuacji na własną korzyść są one szczególnie widoczne. Dotyczy to debat polityków.

Debata telewizyjna jest stosunkowo silnie sformalizowaną sytuacją komunikacyjną, choćby poprzez ustalenie szczegółowego scenariusza, ram czasowych czy omawianej problematyki. Nie stanowi to przeszkody w dostarczaniu informacji na temat tego, **jacy ludzie** w niej uczestniczą. Oto przykład: „dwa słowa: *that one* (ten tam) – to słowa z drugiej debaty Obama – McCain, które opinia publiczna zapamiętała najlepiej. Republikański kandydat na prezydenta rzucił to określenie pod adresem swojego przeciwnika. Mówiąc to, nawet na niego nie spojrział, ale za to pokazał palcem, jakby chodziło o przedmiot. [...]. Bill Burton – rzecznik kampanii Obamy – natychmiast wysłał do dziennikarzy e-maila, zwracając uwagę na lekceważący ton McCaina. Uznał, iż taki sposób wyrażania się o kandydacie na prezydenta, to nie tylko impertynencja, ale również złamanie protokołu”⁶.

Polskie debaty telewizyjne dostarczają podobnych w wymowie wypowiedzi, gestów oraz innych zachowań.

Deбаты pozwalają na dostrzeżenie nie tylko merytorycznego rozeznania się w kwestiach polityki, jej mechanizmów czy zdolności do prezentowania wizji politycznej, ale również pozwalają zobaczyć emocjonalno-osobowościowy obraz polityków. Debata jest bezpośrednią konfrontacją idei i osobowości. Z badań przytaczanych przez Cwalinę i Falkowskiego wynika, że przede wszystkim pełni ona funkcję informacyjną⁷. Ma za zadanie dostarczyć jak najwięcej informacji. Stwarza też szansę oceny uczestników debaty w trakcie ich jednoczesnego porównywania⁸.

To porównanie dotyczy zarówno problematyki poruszanej w debatach, jak i wizerunku polityków. Obecne w literaturze przedmiotu badania debat telewizyjnych prezentują je w kategoriach wygranej–przegranej, a także obrazują ich wpływ na preferencje wyborców. Chciałabym zwrócić uwagę – zgodnie z postulatami omawianej teorii – na fakt, iż w toku tych debat politycy komunikują również swój stosunek do interlokutora, ujawniają własne cechy osobowości, wpływają wzajemnie na swoje zachowanie. Bo czyż nie jest wyrazem jakiegoś ustosunkowania wielokrotne użycie zwrotu: „pan mija się z prawdą”, lub „pan nie jest symbolem

⁶ A. Schroeder, *Ta ostatnia debata*, „Forum”, 13 października 2008.

⁷ W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 355–358.

⁸ Tamże.

dialogu, cieszę się, że nie ma pan tych wilczych oczu, co zwykle”, czy też cytowane w debacie sformułowanie „dyplomatofki”. Zatem, oprócz prezentowania stanowisk wobec dyskutowanej problematyki, prezentowania siebie i własnych cech osobowości politycy komunikują, jakimi są ludźmi w relacji z innymi. Klimat rozmowy jest dla publiczności dowodem nieufności, wzajemnej dyskredytacji lub też – rzeczowej rozmowy o różnicach ideologicznych, prowadzonej w klimacie wzajemnego poszanowania.

Moim zamiarem jest przedstawienie zachowań komunikacyjnych polityków w toku debat z 2007 i 2010 roku. W 2007 roku przed wyborami parlamentarnymi odbyły się debaty: Jarosława Kaczyńskiego z Aleksandrem Kwaśniewskim, tegoż z Donaldem Tuskiem oraz pomiędzy Donaldem Tuskiem i Jarosławem Kaczyńskim. W 2010 roku – przed wyborami prezydenckimi odbyły się dwie debaty między Jarosławem Kaczyńskim a Donaldem Tuskiem. Jakie ustosunkowanie wobec siebie prezentowali uczestnicy debat? Jak można określić typ relacji między politykami? Jakie ujawniali cechy osobowości? Jak wpływali wzajemnie na siebie?

Odniosłam się do kilku kategorii, które pozwalają opisać relacyjny i osobowościowy aspekt komunikowania⁹. Koncentrowałam się nie tyle na meritum wypowiedzi, lecz na tym, jak politycy ustosunkowują się wobec siebie. Do analiz wykorzystałam również te wypowiedzi, w których politycy wprost odnoszą się do sposobu pełnienia ról, kariery politycznej czy wręcz fizyczności.

Wyodrębniłam cztery grupy zachowań komunikacyjnych. Częściowo wykorzystałam pomysł Urszuli Jakubowskiej, która badała style komunikowania się polityków¹⁰. Przy czym wzięłam pod uwagę ten fragment kwestionariusza, który dotyczył ustosunkowania wzajemnego rozmówców, ujawnianych przez nich cech osobowości. Badaniu poddałam następujące zachowania komunikacyjne:

- dyskwalifikację osiągnięć, deprecjację osoby i programu;
- wypowiedzi znieważające interlokutora, oskarżenia o mówienie nieprawdy, kłamstwa, przypisywanie żądzy władzy;
- wypowiedzi podkreślające własne zasługi i pozytywną rolę własną i partii w reformowaniu gospodarki, ustroju;
- wypowiedzi wyrażające wzajemny szacunek, uznanie osiągnięć.

Przyjęłam założenie, że wypowiedzi w sposób istotny wpływają na budowanie wzajemnego ustosunkowania, na charakter relacji. Są bowiem

⁹ Pominęłam pragmatyczny aspekt, gdyż analiza wzajemnego wpływu na myśli, emocje i zachowania mogłaby być jedynie domniemaniem.

¹⁰ U. Jakubowska, *Preferencje polityczne...*, s. 227–228.

zamierzone, czyli są wynikiem świadomej intencji. Ponadto, zawierają informacje o ich nadawcy. W odniesieniu do wszystkich grup treści dokonałam analizy frekwencji, przypisując wypowiedzi polityków do określonej grupy zachowań. Wykorzystane cytaty są jedynie ilustracją poszczególnych zachowań komunikacyjnych. Oznacza to, że nie są wyczerpującą, całościową ich prezentacją. Niektóre wypowiedzi polityków są niejednoznaczne, stąd ich kwalifikacja do określonej grupy może być dyskusyjna.

Debata Donald Tusk – Jarosław Kaczyński

W roku 2007 głównymi siłami politycznymi uczestniczącymi w walce wyborczej były Prawo i Sprawiedliwość i Platforma Obywatelska. W kampanii wyborczej eksponowano najbardziej rozpoznawalnych polityków. I mimo że nie były to wybory prezydenckie, uwagę opinii publicznej zaczęły przyciągać liczne debaty telewizyjne.

Debata Donalda Tuska z Jarosławem Kaczyńskim przez oceniających ją ekspertów i politologów została oceniona jako wygrana przez D. Tuska. W sondażu telefonicznym przeprowadzonym przez GfK Polonia, 67% respondentów wskazywało lidera PO jako zwycięzcę, a 33% Jarosława Kaczyńskiego. Liderowi PiS zarzucano oderwanie od rzeczywistości, nieznajomość problemów zwykłych ludzi, a w odniesieniu do D. Tuska podkreślano jego dynamikę, znajomość realiów, inteligencję.

Jaki obraz debaty, a przede wszystkim uczestniczących w niej polityków, wyłania się w wyniku przeprowadzanych analiz?

Pierwszym kryterium analizy jest **dyskwalifikacja osiągnięć**. Kategoria ta jest szeroko omawiana na gruncie systemowo-pragmatycznej teorii. Chodzi tu o takie zachowania, w których nadawca prezentuje sztywny, oceniający punkt widzenia. Nie jest w stanie docenić osiągnięć interlokutora i jego formacji, a wręcz obniża ich wartość. Do analizy tych zdarzeń stosuje aktualną wiedzę, sytuuje je w aktualnym kontekście, pomijając uwarunkowania społeczne i polityczne, które im towarzyszyły. „Wyprawdano z Polski wojska radzieckie. Jesteśmy w NATO” – podkreśla osiągnięcia rozmówca, w odpowiedzi pada: „Oczywiście z Polski wyprawdano wojska radzieckie, ale z jakiego kraju ich nie wyprawdano. Polska jest w NATO, ale jakiego kraju nie przyjęto z tego kręgu”. To klasyczny przykład dyskwalifikacji pochodzący z analizowanych debat.

Donald Tusk w toku omawianej debaty nie stronił od wypowiedzi typu: „w ciągu dwóch lat, kiedy rządzicie, blisko 2 miliony Polaków wybrało gospodarkę liberalną, niestety nie u nas, lecz w Irlandii, Wielkiej

Brytanii, Szkocji”. Podkreślał nieudolną politykę wobec Stanów Zjednoczonych oraz „drastyczną niekompetencję dyplomacji i najgorsze w ostatnich 16 latach stosunki z Rosją i Niemcami”.

Jarosław Kaczyński wyraźnie dyskwalifikował np. system partnerstwa publiczno-prywatnego, w wyniku działania którego „autostrad nie ma, a są miliarderzy”. J. Kaczyński, omawiając kwestie KRUS, twierdził: „chcecie uderzyć w polskich rolników, bo zawsze żeście chcieli uderzać w słabszych. Cała wasza polityka, to było uderzanie w słabszych i dawanie mocniejszym”. Ta wypowiedź jest zarazem dyskredytacją programu Platformy Obywatelskiej.

Być może wyrazem szacunku ze strony J. Kaczyńskiego było stwierdzenie: „ja nawet pana lubię za to, że jest pan taki konsekwentny, że jest pan takim konsekwentnym liberałem”. Choć szybko dodaje – „są to straszne poglądy”. Taka surowa ocena liberalnych poglądów pojawia się w kolejnych wypowiedziach ówczesnego premiera.

Druga grupa wypowiedzi to **akty deprecjonujące** interlokutora. D. Tusk użył nieco mniej aktów deprecjonujących w porównaniu z J. Kaczyńskim. Odnosiły się one do konkretnych działań ówczesnego rządu, a także do ogólnej jego oceny. D. Tusk mówił: „Pan nie jest dzisiaj symbolem dialogu z grupami społecznymi. Wręcz przeciwnie, pańska władza stała się dialogiem buty i arogancji. [...] Pan wysłał policję na pielęgniarki”. Padały konkretne liczby obrazujące wzrost wydatków na kancelarie premiera i prezydenta.

Deprecjonujący charakter ma również wypowiedź: „zasugerował pan, że chce pan budować mieszkania poprzez rozbijanie układu [...], niech mi pan wierzy, że dom buduje się z cegieł, a nie przy pomocy walki z układami”. I dodaje – „nie zrobiliście dokładnie nic [...]”. „Zrobiliśmy bardzo dużo” – odpowiada J. Kaczyński. Takie wzajemne zaprzeczanie jest często stosowanym zabiegiem.

Tusk nawiązywał do szerzej nieznanego zdarzenia z przeszłości: „wiele lat temu w Sejmie, w windzie sejmowej, był pan wtedy szefem PC i chodził pan z bronią. Z bronią krótką. Nie wiem do dzisiaj, dlaczego. [...] Pan wyciągnął broń i powiedział: *dla mnie ciebie zabić, to jak splunąć*. To później funkcjonowało jako anegdota. Ale chciałbym, żebyście państwo zapamiętali, z prezesem Jarosławem Kaczyńskim znaleźć dialog i porozumienie, to trzeba mieć w sobie niewiarygodną cierpliwość. I ja ją mam i będę miał”. Naturalnie J. Kaczyński twierdzi, że „nie było takiego wydarzenia”. D. Tusk ujawnił publicznie zachowania, które dotychczas nie były znane opinii publicznej. Usiłował w ten sposób pokazać interlokutora jako groźnego, nieobliczalnego człowieka. Jednocześnie zaakcento-

wał, że co prawda takie zdarzenie miało miejsce, lecz należy je interpretować w konwencji anegdoty. Deprecjacja ze strony J. Kaczyńskiego ma nieco inną wymowę. Gdy mówił: „cieszę się, że nie ma pan tych wilczych oczu, co zwykle” lub „pan powinien być mniej ambitny i zgodzić się na koalicję z nami”, dotykał nie tylko kwestii programowych, konkretnych działań, ale oceniał wizualność. W analizach psychologicznych odwołanie się do wizualności interlokutora interpretowane jest jako zachowanie destrukcyjne, wywołujące konflikt. J. Kaczyński w odpowiedzi na pytanie, o ile podrożały podstawowe artykuły i ile dostaje na rękę pielęgniarka, odpowiadał wprost i konkretnie, choć – jak się okazało – mylnie. Bowiem, Donald Tusk zadał pytanie, na które znakomicie znał odpowiedź. Intencją lidera PO było zatem przyłapanie Jarosława Kaczyńskiego na nieznamomości życia codziennego.

Jarosław Kaczyński, w kolejnym fragmencie debaty odniósł się krytycznie do rządów Jana Krzysztofa Bieleckiego i reformy Balcerowicza, wskazując na wzrost bezrobocia. Dodał: „pan realizował zawsze zupełnie inne interesy niż interesy pielęgniarek”.

Jak mogła się dalej toczyć debata, gdy na jej początku politycy przyłapują się na niewiedzy, dokonują – moim zdaniem – nieuzasadnionych porównań wskaźników ekonomicznych. Deprecjonujący charakter ma stwierdzenie, że „trzeba zapobiec powrotowi do polityki, która była nastawiona wyłącznie na interesy grup najlepiej sytuowanych. Trzeba odrzucić ten typ polityki, która kiedyś doprowadziła do masowego bezrobocia”.

W innej części debaty ówczesny premier mówi: „w politycznych gescheftach to wy jesteście znakomici i te geschefty na poziomie wojewódzkim znakomicie robicie, tylko nie daj Panie Boże, żeby te geschefty zostały zrobione w Polsce. Natomiast gescheft z LiD-em macie tu w Warszawie”. To swoista supozycja nieczystych interesów politycznych z udziałem PO jest niewątpliwie aktem obniżającym wartość formacji reprezentowanej przez D. Tuska.

W **podkreślaniu własnych zasług** Jarosław Kaczyński zdominował interlokutora. Mówił o „bardzo dobrych wszelkich wskaźnikach społecznych, doskonałym wzroście gospodarczym, świetnej sytuacji w finansach publicznych”. Konkretyzował wypowiedź, podkreślając sukcesy już osiągnięte w czasie dwóch lat rządów, np. 30% wzrostu płac pielęgniarek, przygotowanie 300 mln m² powierzchni pod budownictwo mieszkaniowe oraz o zasługi potencjalne jak np. „uruchomienie wielkiego programu budownictwa autostrad, uczciwego programu, nie takiego, żeby ktoś miał na tym zrobić miliardowe fortuny”. Prezentował się jako orędownik walki z korupcją: „my walczymy z korupcją wszędzie i zaczynają się w końcu

bać. Bać ci, którzy bać się powinni...”. Odwoływał się do patriotyzmu: „chcemy budować Polskę patriotyczną, w której są wartości związane z naszą tradycją, narodem, Kościołem”.

Kategorię **wyrażanie szacunku** ilustruje niewielka liczba wypowiedzi. Można do nich zaliczyć żartobliwo-grzecznościową konwencję: „panie Jarku”, „panie Donaldku”, „panie Donku” oraz wypowiedź D. Tuska: „cieszę się, że pan prezes ociepla nasze relacje. Drogi panie Jarosławie”.

Zachowania komunikacyjne w debacie telewizyjnej Jarosław Kaczyński – Donald Tusk – 2007 rok

| Zachowanie komunikacyjne | Jarosław Kaczyński | Donald Tusk |
|--|--------------------|-------------|
| Dyskwalifikacja osiągnięć | 8 | 7 |
| Deprecjonowanie osób, idei, ironizowanie | 12 | 10 |
| Podkreślanie własnych zasług i osiągnięć | 13 | 7 |
| Wyrażanie szacunku | 1 | 2 |

Z powyższych ilustracji wyłaniają się dominujące zachowania polityków. W przypadku Jarosława Kaczyńskiego, takim zachowaniem jest podkreślanie własnych zasług. W 2007 roku, po dwóch latach sprawowania rządów, w sprzyjających okolicznościach makroekonomicznych, stosunkowo łatwo można było przywoływać te fakty, które wskazywały na osiągnięcia rządu i premiera. Ponadto zachowania te należy rozpatrywać w kontekście deprecjonujących wypowiedzi konkurenta politycznego. Donald Tusk deprecjonował rządzącą formację, odwołując się raczej do klimatu politycznego IV RP, a rzadziej do konkretnych wskaźników ekonomicznych.

Debate Jarosław Kaczyński – Aleksander Kwaśniewski – 2007 rok

W opiniach komentatorów Kwaśniewski zlekceważył Kaczyńskiego i nie odniósł sukcesu w tej debacie. Zarzucano byłemu prezydentowi miałość i operowanie banałami, a obu politykom – nieprzygotowanie do debaty, którą oceniono raczej jako walkę, a nie debatę. Jarosław Kaczyński zdominował interlokutora we wszystkich kategoriach, z jednym wyjątkiem kategorii „wyrażanie szacunku”.

Dyskwalifikacja osiągnięć. Najważniejszy spór toczył się o III i IV RP. J. Kaczyński negatywnie opisywał III RP, posługując się m.in. określe-

niami, że „to był system, w którym pełniła się korupcja na niebywałych po prostu rozmiarach, to był system korporacji, które uniemożliwiały awans zawodowy młodym ludziom”. Użył określenia: „to były południowe Włochy”. Według A. Kwaśniewskiego IV RP to „próba przejścia władzy, skłócenia społeczeństwa oraz takiego zniszczenia dorobku i przeszłości, żeby można było na tych gruzach budować rzeczywiście świetlaną przyszłość, ale dla bardzo niewielkiej grupy społecznej. To nieprawda, że jesteście partią zwykłych ludzi”.

J. Kaczyński umniejszał rangę zasług A. Kwaśniewskiego w procesie akcesji do UE, twierdząc: „panie prezydencie, pan załatwił to, co by załatwił każdy”.

Z kolei A. Kwaśniewski zarzuca PiS-owi niewłaściwą politykę budżetową, np. obniżenie składki rentowej i tym samym zmniejszenie tego podatku o 19 mld zł: „to był gruby błąd pana premiera”, brak dialogu ze służbą zdrowia – „pan w ten sposób traktuje pielęgniarki, lekarzy, dlatego z nimi nie ma dialogu, dlatego pan z nimi nie rozmawia”. W dalszej części wypowiedzi odnosi się do niewłaściwej polityki zdrowotnej. Pojawiają się w wypowiedziach oceniające sformułowania typu „bardziej zdemoralizowanej ekipy rządowej to ja jeszcze nie widziałem” – powiedział A. Kwaśniewski w odniesieniu do podejrzeń wobec m.in. ministra spraw wewnętrznych, ministra sportu.

Akty **deprecjonujące** użyte przez J. Kaczyńskiego czasami były uogólnieniem odnoszącym się do przyszłości, np.: „koalicja PO z LiD-em będzie straszliwym nieszczęściem, bo to będzie powrót do tego, co było, do tego całego nieszczęścia, do tego służenia ludziom, tak jak wyście służyli”; innym razem premier wskazywał na konkretne zachowania, np. „panowie rozmawiali z pielęgniarkami, ciągnąc je za włosy na ulicy, jak to się zdarzyło we Wrocławiu”. A kiedy indziej premier wprost odnosił się do osoby A. Kwaśniewskiego: „radzę panu z ekonomistami porozmawiać, bo chyba ma pan z tym kłopoty, naprawdę radzę, [...] pan jest tutaj całkowicie nieuleczalny, jeśli wolno użyć takiego określenia. W dalszym ciągu pan broni tego, czego bronić się nie da”. W innym miejscu pyta, „po której stronie pan jest, po stronie przestępców, czy po stronie uczciwych ludzi”, sugerując, że jest po stronie przestępców.

Kwaśniewski przypominał obietnice, że „nigdy w życiu nie będzie koalicji z Samoobroną, że K. Marcinkiewicz będzie premierem przez 4 lata” i w ich kontekście mówił: „PiS skutecznie nas oszukuje od dwóch lat. Mamy do czynienia z dzieleniem społeczeństwa polskiego, z obrażaniem ludzi, brakiem szacunku dla ciągłości państwa polskiego [...]”.

Podkreślanie własnych zasług. Jarosław Kaczyński mówi wprost: „mamy najlepszy okres polskiej gospodarki. Jesteśmy pierwszym uczciwym rządem” – to riposta na wypowiedź A. Kwaśniewskiego w sprawie podejrzeń wobec ministrów rządu J. Kaczyńskiego. „Do trudnych koalicji zostaliśmy zmuszeni, ale jest wielką polityczną sztuką doprowadzić do tego, żeby w takiej koalicji Polskę zmieniać”. Kaczyński: „gospodarka rozwija się dzisiaj naprawdę bardzo szybko i rozwija się przy bardzo dobrych wszystkich wskaźnikach. [...] Te dwa lata, to były najlepsze dwa lata w dziejach polskiej gospodarki”. A. Kwaśniewski ripostuje, że sukcesy gospodarcze pana premiera Kaczyńskiego w dużej mierze to zasługa poprzedniej ekipy.

Podkreślając własne zasługi w obszarze bezpieczeństwa, J. Kaczyński odniósł się do działań, które oceniał jako sukces – 24-godzinne sądy, ale również opisywał potencjalne zasługi: „Będziemy radykalnie ograniczać drobną przestępczość, która ludziom tak na co dzień najbardziej zagraża, a z drugiej strony rozwalimy, przepraszam, że używam takiego słowa, ale rozwalimy po prostu przestępczość zorganizowaną i dotrzemy do układu, panie prezydencie”.

Wyrażanie szacunku przez obu polityków znalazło swój wyraz w podziękowaniu za możliwość odbycia debaty. Kwaśniewski akcentował również, „że osiągnięcia gospodarcze przez 18 lat są tak znaczące, że powinniśmy być z tego razem dumni”. Deklarował współpracę Lewicy i Demokratów ponad podziałami w sprawach ważnych dla Polski. „W sprawach ważnych dla państwa trzeba budować ponadpartyjne porozumienia”. Wielokrotnie podkreślał potrzebę dialogu politycznego. J. Kaczyński docenił osiągnięcia A. Kwaśniewskiego w okresie pomarańczowej rewolucji. A Kwaśniewski zrewanżował się pozytywną opinią na temat inteligencji premiera.

Zachowania komunikacyjne w debacie telewizyjnej Jarosław Kaczyński – Aleksander Kwaśniewski – 2007 rok

| Zachowanie komunikacyjne | Jarosław Kaczyński | Aleksander Kwaśniewski |
|--|--------------------|------------------------|
| Dyskwalifikacja osiągnięć | 13 | 8 |
| Deprecjonowanie osób, idei, ironizowanie | 15 | 10 |
| Podkreślanie własnych zasług i osiągnięć | 12 | 8 |
| Wyrażanie szacunku | 2 | 3 |

Dominującymi zachowaniami Jarosława Kaczyńskiego było deprecjonowanie rozmówcy i dyskwalifikowanie osiągnięć. Można to wytłumaczyć oczywistym sporem ideologicznym między dwiema formacjami reprezentowanymi przez debatujących polityków. Prezes PiS swoją narrację budował na zdecydowanie negatywnej ocenie byłego prezydenta, nie unikał podkreślania własnych zasług dla przemian w Polsce. W wypowiedziach A. Kwaśniewskiego przeważała deprecjacja rozmówcy, choć w stosunkowo mniejszym zakresie. Ogólnie podtrzymał on wizerunek koncyliacyjnego, rozważnego polityka.

Debata Aleksander Kwaśniewski – Donald Tusk – 2007 rok

W komentarzach publicystów i politologów przewijała się opinia o zwycięstwie Donalda Tuska w tej debacie. Pierwsza jej część dotyczyła spraw gospodarczych, druga – godności i honoru w polskiej polityce zagranicznej. Na koniec dyskutowano o relacji państwo – Kościół. Ogólnie rzecz ujmując, debata przebiegała dość dynamicznie, politycy wielokrotnie przerywali wzajemnie wypowiedzi, ironizowali, stosunkowo ostro ripostowali.

Dyskwalifikacja osiągnięć – Donald Tusk w części debaty dotyczącej przedsiębiorczości używał określenia „pan komplikował ludziom życie”. Jest to nawiązanie do polityki gospodarczej, pozornych ułatwień dla przedsiębiorców. Dyskwalifikujący charakter miały wypowiedzi D. Tuska typu: „Pan całe swoje dorosłe życie budował socjalizm, czy wtedy, kiedy był pan przed rokiem ’89 w partii wiadomej i wtedy, kiedy był pan przez 10 lat prezydentem”. Tusk wskazuje, że „socjaliści z PiS-u i pan, to dwie strony tego samego medalu”. Słowo „socjalista” w intencji Tuska miało obrazić, tak tę intencję odczytał Kwaśniewski, jednak ripostując podkreślił, „dla mnie słowo socjalista nie jest obraźliwe. To od razu muszę pana wyprowadzić z błędu”. Tusk, kontynuując ten ton, dodał: „obecność socjalizmu, zawsze wygania ludzi z granic państw, gdzie rządzi socjalizm, gdzie rządzą tacy ludzie jak pan, stamtąd ludzie zawsze uciekali do takiej Irlandii [...]”.

Deprecjonowanie osoby, idei – D. Tusk, podkreśla, że „nie jest jasne, kto bierze dzisiaj odpowiedzialność za lewicę, jaka jest rola liderów tych skłóconych partii”. Wypomina A. Kwaśniewskiemu, że był w trzech partiach lewicowych, co spotyka się z natychmiastową ripostą. A. Kwaśniewski przypomniał, że nie był członkiem SLD. Kwaśniewski podkreśla brak różnic pomiędzy PiS i PO: „jesteście starymi towarzyszami broni,

jesteście ludźmi, którzy mają te same korzenie i czasami zachowujecie się trochę jak pokłóceni koledzy, ale z tej samej piaskownicy”. Można to uznać za akt deprecjonujący ze względu na fakt, iż D. Tusk te różnice eksponuje. To zresztą było myślą przewodnią całej kampanii. Polityk ten przytacza kilka danych z głosowań w Sejmie, z których wynika, że to SLD i PiS są do siebie bliźniaczo podobne, zwłaszcza w sprawach gospodarczych i społecznych. „Naprawdę socjalizm – dwie strony medalu”. A. Kwaśniewski odnosząc się do propozycji podatku liniowego, określił ją jako „nierealistyczną, nieodpowiedzialną” i „niesprawiedliwą”. Tusk nie omieszczał wspomnieć Kwaśniewskiemu jego niewiedzy dotyczącej procedur zakładania firmy. Ten wątek w wypowiedzi D. Tuska powraca kilka razy. Pojawiają się też zarzuty wobec byłego prezydenta dotyczące koncentrowania się na „robieniu dobrego wrażenia, a nie na podejmowaniu twardych decyzji”. W innym fragmencie D. Tusk mówi: „Panie prezydencie, minęły czasy, że pańska formacja przesłuchiwała takich ludzi jak ja”.

Podkreślanie własnych zasług – „ja jestem człowiekiem, który przekonuje Polaków i polityków do tego, żeby szanować wysiłek przedsiębiorców” – podkreśla Donald Tusk.

Do kategorii podkreślanie zasług zaliczam też wypowiedź Kwaśniewskiego, odnoszącą się do sfery gospodarki: „Rządy lewicowe zdecydowały się na obniżenie podatku CIT do 19%, co było historyczną decyzją, wspomagającą przedsiębiorców i dającą szansę rozwojową”. Z kolei D. Tusk opisuje siebie jako gotowego „zostać premierem. Wiem, o czym mówię, jestem szefem partii, która stanęła do bardzo poważnego boju”. Eksponowanie własnej wartości i jednocześnie postrzeganie siebie jako odpowiedzialnego polityka – to istota tej wypowiedzi. Taki sens pojawia się również w innych częściach debaty, w których D. Tusk podkreśla własną zdolność do podejmowania twardych, ważnych decyzji, np. wejście do strefy euro.

Wyrażanie szacunku. A. Kwaśniewski rozpoczął swoją wypowiedź w tonie, który można uznać za wyrażanie szacunku wobec PO: „wrażam radość z tej formuły debaty, bo jak widać z PiS-em się siedzi, a z nami można stać i to z głową podniesioną. To jest dobra wiadomość dla Polski”. Zawarta tu dyskredytacja PiS-u i akredytacja PO, miała – moim zdaniem – za zadanie zbudowanie wrażenia pewnego podobieństwa między dwiema formacjami, reprezentowanymi przez rozmówców, postrzegania ich jako zapewniających bezpieczeństwo i spokój, w odróżnieniu od PiS, z którym się „siedzi”. Były prezydent podkreślał współuczestnictwo w polskiej transformacji wszystkich opcji. Podobny ton pojawia się w wypowiedzi: „Polsce potrzebna jest lewica i centrolewica jako jedyna

wyrazista alternatywa dla PiS i PO”. Wskazuje, że „Polska odniosła sukces gospodarczy i pan powinien być z tego dumny i ja jestem z tego dumny. I tu nie ma co się specjalnie różnić”.

Zachowania komunikacyjne w debacie telewizyjnej Donald Tusk – Aleksander Kwaśniewski – 2007 rok

| Zachowanie komunikacyjne | Donald Tusk | Aleksander Kwaśniewski |
|--|-------------|------------------------|
| Dyskwalifikacja osiągnięć | 12 | 5 |
| Deprecjonowanie osób, idei, ironizowanie | 15 | 6 |
| Podkreślanie własnych zasług i osiągnięć | 12 | 8 |
| Wyrażanie szacunku | 2 | 3 |

W debacie tej D. Tusk zaprezentował zdecydowanie większą liczbę zachowań deprecjonujących interlokutora, równie często ironicznie komentował jego wypowiedzi. W korzystnym świetle przedstawiał własne wizje rozwoju Polski. Debatę można określić jako dynamiczną wymianę poglądów, w toku której D. Tusk promował siebie jako polityka zdolnego do kierowania rządem, przyjmującego odpowiedzialność za rozwój kraju. Jednocześnie podkreślał słuszność proponowanych rozwiązań, ich wyjątkowość i bezalternatywność.

Debata Jarosław Kaczyński – Bronisław Komorowski – 2010

Przedmiotem analiz będzie debata Komorowski – Kaczyński, która odbyła się przed II turą wyborów. Przebiegała ona w dwóch częściach. Zgodnie z opiniami komentatorów, w pierwszej debacie korzystniej wypadł B. Komorowski, w drugiej zaś J. Kaczyński.

W sondażu przeprowadzonym przez GfK Polonia dla „Rzeczpospolitej” 41% badanych wskazało B. Komorowskiego jako zwycięzcę debaty, a dla 37% badanych debatę wygrał J. Kaczyński. 18% uznało remisowe rozstrzygnięcie¹¹.

Dyskwalifikacja osiągnięć przejawiała się w wypowiedziach obu polityków. Jarosław Kaczyński negatywnie ocenił działania MSW, na terenach zagrożonych powodzią, „które nie uwzględniło ostrzeżeń, nie wykonałszy zaleceń Unii Europejskiej, nie było inwestycji, które były zaplano-

¹¹ D. Uhlig, *Kaczyński lepiej przygotowany do debaty*, http://wyborcza.pl/1,76842,8085813,Kaczynski_lepiej_przygotowany_do_debaty.html dostęp: 01.07.2010.

wane, które mogły wiele pomóc”. Odnosił się do kwestii braku realizacji programu modernizacji policji i że „nie są wykonywane zobowiązania ustawowe wobec wojska”. Polityk ten zarzucał PO słabe wykorzystanie funduszy unijnych, odnosił się do „bardzo niedobrego stanu armii”. Twierdził, że „formacja, którą reprezentuje pan Komorowski, jest bardzo minimalistycznie nastawiona. My rzeczywiście byliśmy nastawieni mniej minimalistycznie i uważam, że to było dobre, bo jeśli się chce coś w polityce znaczyć, to trzeba pewne działania podejmować i one przynoszą efekty”. Skrytykował też umowę gazową z Rosją. Prezes PiS widzi perspektywy rozwoju Polski, pod warunkiem, że zostanie wyzwolona ogromna energia Polaków, która „jest dzisiaj hamowana bardzo często przez różnego rodzaju patologie funkcjonowania państwa”. Przykładem wypowiedzi dyskwalifikującej osiągnięcia Bronisława Komorowskiego było odniesienie się do planu dotyczącego polityki prorodzinnej minister Kluzik-Rostkowskiej: „państwo są specjalistami od planów niezrealizowanych, od zamierzeń, które nigdy nie były przekute w żadne działania”.

Deprecjonowanie osób, idei. Ilustracją tego rodzaju zachowań komunikacyjnych ze strony Jarosława Kaczyńskiego mogą być wypowiedzi, w których określa on ogólnie konieczność wzmocnienia odpowiedzialności polskiej klasy politycznej i odrzucenie ideologii liberalnej, która „kompromituje się dzisiaj w skali światowej”.

B. Komorowski określał politykę ekonomiczną PiS jako nierealistyczną, twierdząc, że „plany rządu PiS były bez pokrycia. Na nie nie było pieniędzy i pan o tym najlepiej wie”. Wypowiedź ta dotyczyła inwestycji m.in. na Podkarpaciu. Skrytykował także pomysł Kaczyńskiego, by w sprawie Białorusi rozmawiać z Moskwą. „To jakby Białorusini mieli rozmawiać o sprawach Polski z Rosją czy Berlinem”.

Podkreślanie zasług, wyrażanie szacunku. Jarosław Kaczyński prezentuje siebie jako zwolennika zrównoważonego rozwoju kraju, co należy rozumieć jako alternatywę wobec polityki koncentrowania środków w obszarach, które są już zamożne. Przypomina sprawność działania aparatu państwowego, podając przykład sprawy Olewnika: „za naszych rządów jednak tych morderców złapano”. Chwalił się, że Polska dzięki obniżkom podatków wprowadzonych przez PiS mogła uniknąć kryzysu ekonomicznego.

Własne zasługi podkreślał również B. Komorowski, szczególnie dla emerytur wojskowych, twierdząc, że wszyscy wiedzą w wojsku, że jest jednym z twórców obecnego systemu emerytalnego dla służb mundurowych. A także, że 1,95% PKB na wojsko to „jego dziecko”. „Te ustawy zawsze będę z dumą wspominał”. Akcentował zasługi własnej formacji:

„my zdołaliśmy uratować polski wzrost gospodarczy. Jesteśmy krajem, który cały czas się rozwija i to coraz szybciej”.

Wyrażanie szacunku. W debacie pojawiło się kilka wypowiedzi pojedynczych, wyrażających konieczność porozumienia i współpracy.

Zachowania komunikacyjne w debacie telewizyjnej Jarosław Kaczyński – Bronisław Komorowski – 2010 rok

| Zachowanie komunikacyjne | Jarosław Kaczyński | Bronisław Komorowski |
|--|--------------------|----------------------|
| Dyskwalifikacja osiągnięć | 10 | 6 |
| Deprecjonowanie osób, idei, ironizowanie | 8 | 6 |
| Podkreślanie własnych zasług i osiągnięć | 12 | 10 |
| Wyrażanie szacunku | 2 | 3 |

W toku dwóch debat przeważały zachowań dyskwalifikujące, deprecjonujące a także koncentrujące się na prezentowaniu siebie i własnej formacji w korzystnym świetle. Zachowania te były częściej eksponowane przez Jarosława Kaczyńskiego. Nie jest to przewaga znacząca, dotyczy liczby użytych aktów komunikacyjnych, a nie ich zawartości merytorycznej. Nie mniej ilościowe nasycenie wypowiedzi tego typu komunikatami oraz wyraziste, dosadne sformułowania, argumenty *ad personam* mogą uprawniać do wnioskowania o ofensywnym stylu komunikowania się tego polityka.

Formułując odpowiedź na zadane w części wstępnej artykułu pytania, należy podkreślić, że po pierwsze, politycy przystępując do debaty, nie mieli intencji redefiniowania charakteru łączących ich relacji. Wnioskować można raczej, że debata miała służyć potwierdzeniu dotychczasowego wzajemnego ustosunkowania. Po drugie, prezentowane zachowania komunikacyjne ukierunkowane są na uzyskanie przewagi, czy to poprzez dyskredytację, czy dyskwalifikację osiągnięć. Takie zachowania – zgodnie z nomenklaturą systemowo-pragmatyczną – nazywane są relacjami komplementarnymi. Ich cechą jest dominacja jednej ze stron oraz maksymalizowanie różnicy tak, by była zauważalna. Kreowana różnica w wizji politycznej ma za zadanie stworzyć wyborcom alternatywę, dzięki której możliwy będzie wybór. Wpisuje się w dychotomiczne myślenie o polityce, której przejawem jest budowanie relacji ja – on. Jednakże warto zapytać, czy prezentowaniu odmienności musi towarzyszyć deprecjacja konkurenta politycznego, a nie na przykład życzliwe zainteresowanie jego

przekonaniami? Są to relacje inwazyjne, polegające na narzucaniu własnej perspektywy poznawczej, której towarzyszy żądanie podporządkowania. Sprzyja temu przedmiotowy, instrumentalny stosunek i oceniająca postawa.

W odniesieniu do osobowościowego aspektu zauważyć można, że debaty, zdominowane są przez egocentryczną perspektywę. Politycy ujawniali raczej takie cechy, które definiują osobowość charakteryzującą się wiarą w słuszność swoich przekonań, niezdolność do realnego przyjęcia odmienności. Trudno było dostrzec aprobatę przekonań rozmówcy, a wypowiedzi wyrażających szacunek było znacząco mniej w porównaniu z innymi wypowiedziami¹². Klimat emocjonalny debat jest negatywny, budowany poprzez dominację zachowań obniżających wartość rozmówców. Wpisuje się to w postrzeganie polityków w kategoriach rywalizacji, a nie kooperacji.

STRESZCZENIE

Bezpośrednie formy komunikowania między politykami są okazją do przyjrzenia się ich zachowaniom komunikacyjnym. Debata telewizyjna jest szczególnym przypadkiem interakcji typu *face to face*. Daje możliwość poznania nie tylko programów politycznych kandydatów, utrwalenia ich wizerunków, jest także obrazem osobowości polityków, charakteru relacji, jaka jest tworzona między rozmówcami. Widzowie są obserwatorami wzajemnej życzliwości czy niechęci, czasem konfrontacji czy wręcz agresji. Debata jest okazją do przyjrzenia się politykom jako osobom we wzajemnej relacji.

Ewa Maria Marciniak

COMMUNICATION BEHAVIORS OF PARTICIPANTS TELEVISION PRESIDENTAL DEBATES

Direct forms of communication between policy makers an opportunity to look at their communication behavior. TV debate is a special case of the interaction face to face. It gives an opportunity to learn not only the political agendas of candidates,

¹² Na łączną liczbę 191 wypowiedzi branych pod uwagę w tym artykule, jedynie 15 to wypowiedzi wyrażające wzajemny szacunek.

the fixation of their images, but also shows the image of the personality of politicians, the nature of the relationship which is created between the interlocutors. Spectators are observers of mutual goodwill or unwillingness, sometimes confrontation or even aggression. The debate is an opportunity to look at politicians as individuals in mutual relationships.

KEY WORDS: *TV debates, system-pragmatic theory of communication, political emotionalization*

Justyna G. Otto

Style komunikowania się polityków

SŁOWA KLUCZOWE:

komunikowanie polityczne, personalizacja polityki, mediatyzacja polityki, styl komunikacji, kłamstwo

STUDIA I ANALIZY

R. Perloff definiuje komunikowanie polityczne jako proces polegający na wymianie informacji między liderami politycznymi, mediami i obywatelami o wydarzeniach oraz sprawach zachodzących w sferze polityki publicznej. Tak więc zdaniem autora w komunikowaniu politycznym biorą udział trzy typy aktorów: politycy, media i społeczeństwo, a wymiana znaczeń i informacji między nimi ma charakter ciągły¹. „Komunikowanie polityczne jest centralnym mechanizmem formułowania, łączenia, odnawiania i realizacji społecznie uwarunkowanych decyzji. Przy czym jest nie tylko środkiem polityki, lecz samo w sobie jest polityką”².

Uproszczone definiowanie komunikowania politycznego zasada się na stwierdzeniu, że jest to celowe komunikowanie o polityce. Na proces ten składają się wszystkie formy komunikowania podejmowane przez aktorów politycznych dążących do osiągnięcia władzy, komunikowanie adresowane do aktorów od niepolityków (np. wyborców, dziennikarzy), komunikowanie o aktorach politycznych zawierające się w różnych formach medialnej

¹ S. Michalczyk, *Komunikowanie polityczne: teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005, s. 17.

² U. Saxer, *System, Systemwandel und politische Kommunikation*, [w:] O. Jarren, U. Sarcinelli, U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*, Opladen-Wiesbaden 1998, s. 25.

dyskusji o polityce. Specyfika komunikacji politycznej tkwi między innymi w tym, że na komunikowanie polityczne oprócz komunikatów pisemnych i werbalnych, składa się także cała gama komunikowania niewerbalnego, które tworzą znaki wizualne, takie jak chociażby makijaż, fryzura, ubranie polityka, logo, a zatem wszystkie te elementy, które wpływają na wizerunek politycznego aktora i kształtują jego tożsamość³. Tak więc komunikowanie towarzyszy szeroko rozumianej aktywności politycznej. W tym artykule autorkę interesuje komunikowanie polityczne w tym aspekcie, w jakim jest nade wszystko procesem kreowania, przekazywania, odbierania i interpretowania treści politycznych między nadawcą i odbiorcą. Nadawcą jest polityk, a odbiorcą społeczeństwo bądź grupa społeczna czy jednostka ludzka znajdująca się w sferze politycznego oddziaływania. Jednostką tą może być także drugi polityk.

Mediatyzacja i personalizacja polityki determinantem stylu komunikacji

W kontekście komunikowania politycznego mediatyzacja polityki oznacza między innymi niewątpliwie rosnące zlewanie się rzeczywistości medialnej z rzeczywistością społeczną i polityczną, a także zwraca uwagę na rosnące doświadczanie polityki *via* media. Niejako odrębnym zagadnieniem jest mediatyzacja kampanii wyborczych. Mediatyzacja jest istotna z punktu widzenia obywatela, któremu dostarcza podstawowych informacji potrzebnych do podejmowania decyzji wyborczych. Mediatyzacja kampanii powoduje symbolizację polityki, mniejszą rolę odgrywa w niej racjonalny dyskurs, a większą dramaturgia wydarzeń, powodowanie różnego typu napięć emocjonalnych, które spychają na dalszy plan programy polityczne. Mediatyzacja niesie ze sobą m.in. wzajemne oskarżanie się kandydatów, dążenie do manipulowania informacją, personalizację kampanii⁴. W literaturze amerykańskiej i niemieckiej politologiczne aspekty komunikowania politycznego analizuje się najczęściej poprzez wstępne rozróżnienie trzech pojęć: *polity*, *politics* i *policy*. W wymiarze *politics* ogląd politologiczny objawia się nade wszystko w analizowaniu komunikacji wyborczej i jej wpływie na podejmowane decyzje wyborcze. W Niemczech w centrum komunikacji wyborczej stawia się partie,

³ B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2002, s. 121–122.

⁴ S. Michalczyk, *Komunikowanie polityczne: teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005, s. 27.

tu istnieje orientacja tematyczna, z kolei w USA w centrum stawia się kandydatów i istnieje orientacja personalna. W Niemczech zasadniczy ciężar finansowania kampanii spoczywa na partiach, w USA na kandydatach. Ale nawet walka wyborcza w Niemczech nie ustrzegła się przed amerykańską. Przejawami owej amerykańskiej są udział stereotypów w kształtowaniu opinii; eksponowanie kandydatów kluczowych, a zatem personalizacja polityki; utrata znaczenia partii na rzecz personalizacji i inscenizacji; profesjonalizacja przejawiająca się znacznym udziałem doradców wyborczych; badania opinii publicznej; realny wpływ mediów, inscenizacja wydarzeń⁵. M.G. Müller jako jedną z czterech cech fizycznych takich kampanii wymienia wypieranie dyskusji tematycznych przez dyskusje personalne⁶.

170-letnia tradycja masowych kampanii wyborczych w USA wypracowała szereg różnego rodzaju szczegółowych strategii wizualnych. Najbardziej bowiem charakterystyczną cechą amerykańskich wyborów jest tak zwana strategia obrazów. Agitacja wyborcza odbywa się za pomocą wizualizacji. Operuje się różnymi obrazami jako środkami wyrazu. Mamy strategię rodową, w której kandydat odwołuje się do funkcji sprawowanych wcześniej przez swoich przodków. Mamy strategię bohatera: kandydat przedstawiony jako wyjątkowy, nietuzinkowy człowiek. Strategia milczenia z kolei zakłada, iż kandydat prezentuje się jako małomówna czy niema ikona, a zatem w znacznym stopniu stroni od mediów. Kolejne typy strategii to: strategia rodzinna – kandydat podkreśla określone wartości społeczne, przykładowo rodzinę jako podstawową strukturę społeczną; strategia edukacyjna – kandydat eksponuje swoje wartości etyczne i stara się o nich mówić wyborcom; strategia ekonomiczna – kandydat jako człowiek gospodarny, w pierwszej kolejności stawiający na rozwój gospodarczy; strategia *Common-Man* – kandydat prezentuje się jako człowiek pospolity, prosty. Istota strategii emocjonalnej i strategii negatywnej zasadza się na ich oddziaływaniu w pierwszym rządzie na emocjonalne strony życia wyborców⁷.

⁵ K. Voss, *Amerikanisierung? – Die USA in der Berichterstattung zum Bundestagswahlkampf*, [w:] H.J. Kleinsteuber (Hrsg.), *Aktuelle Medientrends in der USA*, Wiesbaden 2001, s. 252–279.

⁶ M.G. Müller, *Vor Bild Amerika? Tendenzen amerikanischer und deutscher Wahlkampfkommunikation*, [w:] H.J. Kleinsteuber (Hrsg.), *Aktuelle Medientrends in der USA*, Wiesbaden 2001, s. 230.

⁷ M.G. Müller, *Vor Bild Amerika? Tendenzen amerikanischer und deutscher Wahlkampfkommunikation*, [w:] H.J. Kleinsteuber (Hrsg.), *Aktuelle Medientrends in der USA*, Wiesbaden 2001, s. 240; M. G. Müller wymienia dziewięć typów strategii wizualnych.

Personalizacja stanowi element strategii wyborczej i polega na eksponowaniu konkretnych kandydatów – tzw. koni wyborczych. Jej istota zawiera się w tworzeniu ich pozytywnego wizerunku, co doprowadzić ma do osiągnięcia dobrego rezultatu przez całe ugrupowanie. Personalizacja współgra z mediatyzacją komunikacji wyborczej, ponieważ przedstawianie kandydatów jest prostsze i skuteczniejsze niż przedstawianie programów partyjnych. Jest także łatwiejsze w odbiorze. Współgra również z negatywizmem kampanii, który jest bardzo medialny. Dużo prościej jest przecież krytykować konkretnych ludzi, aniżeli polemizować z ich programami. Patrząc z perspektywy celów polityków, niewątpliwym plus personalizacji stanowi jej łatwy związek z inscenizacją, a więc teatralizacją polityki.

Polityk perswaduje i manipuluje

Nie istnieje jeden system „uwodzenia wyborców”. Politycy próbują przekonywać swój elektorat na różne sposoby. Jedną z niewątpliwie najczęściej stosowanych form wywierania wpływu w relacjach społecznych jest komunikacja. W obszarze działań politycznych szczególnie dostrzegalny jest perswazyjny typ komunikowania, który w odróżnieniu od informacyjnego typu komunikowania nie dąży do obiektywnego przekazania prawdziwych treści. Jego celem jest wpłynięcie na postawę odbiorcy, zgodnie z intencją nadawcy. Źródłosłów terminu *persuadeo* – ‘nakłonić, przekonać, namówić’. A zatem perswazyjność jest oddziaływaniem, które ma na celu pozyskanie akceptacji albo chociaż przychylności odbiorcy dla prezentowanych mu sformułowań⁸. Osoba perswadująca dąży do zmiany, modyfikacji lub ukształtowania pożądanych postaw adresata komunikatu. Komunikowanie perswazyjne ma charakter interaktywny, tworzone są przeciwieństwo specyficzne relacje pomiędzy uczestnikami, ponieważ nadawca realizuje potrzeby odbiorcy, a odbiorca akceptuje wpływy nadawcy⁹. Zwykle się wyróżniać trzy zasadnicze rodzaje perswazji: perswazję przekonującą, perswazję nakłaniającą oraz perswazję pobudzającą. Pierwsza zasadza się na dialogu pomiędzy uczestnikami, którzy dążą do porozumienia, nawet kosztem ustępstw. Istotą drugiej jest przyciągnięcie jednostki do preferowanych przez nadawcę idei. Trzecia ma na celu narzucenie odbiorcy określonego

⁸ J. Fras, *Język propagandy politycznej*, [w:] B. Dobek-Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1997, s. 91.

⁹ B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2002, s. 33.

wzoru zachowań. Skuteczne działania perswazyjne stanowią kwintesencję procesu sprawowania władzy.

Do podstawowych metod wpływania na postawy i zachowania odbiorców obok perswazji należy manipulacja, której istota zasadza się na „ukrytym, zakamuflowanym – bez wiedzy i woli odbiorców przekazu – kształtowaniu postaw i zachowań. Odbiorcy traktowani są w sposób instrumentalny”¹⁰. Najstarsze przejawy manipulacji to prawdopodobnie wszelkie ideologie, a więc przekonania zawierające jakieś gry interesów oraz wszelka indoktrynacja religijna, a zatem uporczywe wpajanie przekonań religijnych, nawracanie, przymusowe konwersje. Fabrice d’Almeida jest zdania, iż manipulacja pojawiła się dopiero w XVIII wieku, gdy narodziło się pojęcie podmiotu politycznego¹¹. Herbert Schiller podkreśla, że manipulację zaczęto wykorzystywać wtedy, kiedy z różnych powodów musiano zrezygnować ze zwykłego fizycznego ucisku, a zatem całkowitego skrepowania i podporządkowania jednych ludzi drugim¹².

Zachowania werbalne i niewerbalne a styl komunikacji

Na styl komunikowania rzutują dwie zasadnicze formy procesu komunikowania: werbalna i niewerbalna, które współwystępują ze sobą i operują jako składowe procesu porozumiewania się. Zachowania werbalne i niewerbalne różnią się zarówno właściwościami, jak i pełnionymi funkcjami. Komunikaty słowne są ważniejsze w odniesieniu do znaczeń opisowych, abstrakcyjnych i perswazyjnych. Zachowania niewerbalne uważa się za szczególnie istotne dla działań atrybucyjnych, emocjonalnych, związanych z postawami. Praktycy marketingu politycznego podkreślają, jak ważna jest u polityka mowa ciała. Zawieszenie głosu w odpowiednim momencie, gestykulacja. Zwracają także uwagę, iż polityk musi być nade wszystko liderem. Osobą, która posiada determinację i charyzmę, której komunikaty słowne i pozasłowne winny pozostawać zborne i klarowne¹³.

Nie każdy polityk potrafi umiejętnie kierować swoją mimiką. Były prezydent Egiptu Anwar Sadat opisał, jak będąc dziesięciolatkiem, uczył się kontrolować swoje mięśnie twarzy: „Moim hobby była polityka. W tym

¹⁰ L. Sobkowiak, *Komunikacja polityczna*, [w:] A.W. Jabłoński, L. Sobkowiak (red.), *Studia z teorii polityki*. Tom I, Wrocław 1999, s. 186.

¹¹ F. d’Almeida, *Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości*, Gdańsk 2005, s. 9, 24.

¹² M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008, s. 113.

¹³ C. Łazarkiewicz, *Wkuwanie prawdy na pamięć*, „Przekrój” 2004, nr 17.

czasie we Włoszech u władzy był Mussolini. Oglądałem jego zdjęcia i starałem się zrozumieć, w jaki sposób zmieniał swoje wyrazy mimiczne podczas przemówień publicznych, przyjmując w różny sposób pozę siły lub agresji, tak, że ludzie mogli patrzeć na niego i odczytywać władzę i siłę z samych jego ruchów twarzy. Byłem tym zafascynowany. Stałem w domu przed lustrem i próbowałem naśladować tę imponującą ekspresję, ale wyniki, które osiągnąłem, były bardzo niezadowolające. Skończyło się na tym, że odczuwałem silne zmęczenie mięśni na twarzy. To bolało¹⁴.

Idealny polityk powinien być atrakcyjny, dynamiczny, ma wyglądać jak zwycięzca, powinien także wywoływać sympatię. Ma bić z niego pewność siebie i twardość, ponieważ ważny jest człowiek, a nie słowa. Oceniamy bowiem ludzi po ich stylu i wyglądzie. Słowa odchodzą w niepamięć znacznie szybciej aniżeli wrażenie, jakie wywarł na nas wygląd człowieka¹⁵. Z tym wiązać należy wyraźny wzrost dbałości polityków o własny wygląd. Umiejętność zapanowania nad własnym ciałem jest łączona z umiejętnością panowania nad emocjami. Zdrowy, zadbane polityk sprawia wrażenie skuteczniejszego. Moda na „bycie fit” przyszła do polskiej polityki z demokracji zachodnich. Ronald Reagan poddał się operacji plastycznej i regularnie farbował włosy, Angela Merkel wyraźnie zadbała o sylwetkę i jej wygląd w odpowiednich strojach, francuski premier Dominique de Villepin prezentował sylwetkę wysportowanego poety i dandysa. Nie wspominając już o skrajnym fanatyku dobrego wyglądu – Silvio Berlusconi¹⁶. Warto zwrócić uwagę na fakt, jak wielu politycznych przywódców uprawia jogging – choćby George Bush junior czy Nicolas Sarkozy. To sposób zmanifestowania nie jedynie zdrowia, ale uświadomienie otoczeniu przewagi – niewątpliwie dotrzymanie kroku prezydentowi Francji nie jest rzeczą łatwą. Biegający, w otoczeniu ochroniarzy, już były prezydent USA, komunikował głośno i wyraźnie jeszcze coś innego. Kiedyś dużo piłem, dziś skutecznie narzucam sobie dyscyplinę fizyczną, która demonstruje potęgę samokontroli – „Jestem panem samego siebie, tak jak i świata”¹⁷.

Analizując obszar komunikacji niewerbalnej, należy podkreślić, jak dużą rolę w życiu publicznym odgrywa proksemika, a zatem wykorzystanie przestrzeni. Przestrzenią można oddziaływać na usprawnienia procesów komunikacyjnych bądź wręcz odwrotnie. Franciszek Starowieyski

¹⁴ Anwar Sadat – *in his own words*, „San Francisco Examiner”, 11 października 1981.

¹⁵ A. Kasińska-Metryka, *Od propagandy do public relations, Zarys komunikacji politycznej w Polsce w latach 1980–2005*, Kielce 2007, s. 120-121.

¹⁶ M. Fita-Czuchnowska, *Sylwetka prestiżu*, „Wprost” 2006, nr 16.

¹⁷ M. Ostrowski, *Ciało polityczne*, „Polityka” 2008, nr 51/52 (2685), s. 136.

w swoim czasie krytycznie odniósł się do tła, na którym występują polscy politycy: „W telewizji politycy na całym świecie występują na tle wspa- niałych mebli. U nas na ścianach wiszą kicze, jakieś ludowe scenki z cza- sów chłopomanii. To, co widzimy u nas, jest przerażające”¹⁸. Badacze przypominają, iż proksemika jest nierzadko wykorzystywana, by podnieść status władzy. Przykładowo, wysokie oparcia krzeseł zarezerwowane są dla osób szczególnie ważnych. Ale przestrzeń to oczywiście nie tylko sposób aranżacji wnętrza, odległość od drzwi, lokalizacja źródła światła, lecz także oddziaływanie za pomocą koloru. W tak zwanej demokracji obrazkowej operowanie kolorem zyskuje na znaczeniu. Kolor w polityce to zarówno tła wnętrz, w których występują aktorzy polityczni, jak i kolo- rystyka spotów telewizyjnych, stron internetowych, kolor ulotek, plaka- tów, barwy gadżetów oraz noszonych przez polityków ubrań¹⁹.

Dobry wizerunek polityka to taki, który łączy elementy komunika- cji werbalnej i niewerbalnej i jest budowany na dwustronnych relacjach pomiędzy politykiem a grupami docelowymi. *Image* ma stanowić rezultat kompromisu pomiędzy cechami, które polityk realnie posiada, a tymi, na które zapotrzebowanie zgłaszają wyborcy. Tylko tak kreowany styl komu- nikacji ma szansę na bycie skutecznym.

Style komunikacji: ideologiczny vs pragmatyczny

Polityków można klasyfikować, biorąc pod uwagę stopień, w jakim w swym działaniu kierują się racjami ideologicznymi, a w jakim wzglę- dami pragmatycznymi. Rozróżnienie to ma charakter *continuum*. Nie istnieją bowiem politycy w pełni ideologiczni, którzy wcale nie zważają na racje praktyczne. Nie ma także polityków w stu procentach prag- matycznych, którzy byliby całkowicie obojętni na racje ideowe. Jest to rozróżnienie wynikające z faktu, jak wielką rolę w postępowaniu polityka gra ideologia, w jakiej mierze o jego postępowaniu decydują przesłanki ideowe, a w jakiej względ na pragmatyczną skuteczność²⁰.

Polityk ideologiczny charakteryzuje się tym, iż w swoim działaniu kie- ruje się w wysokim stopniu racjami wynikającymi z przyjmowanej przez niego ideologii. Nie chodzi tu jednak po prostu o kierowanie się jakąś ideą

¹⁸ „Polityka” 2004, nr 5.

¹⁹ Szerzej zob. A. Kasińska-Metryka, *Symbolika. Rola i funkcje koloru w komunikacji politycz- nej*, [w:] A. Kasińska-Metryka (red.), *Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego po roku 1989. Próba oglądu i analiza zjawiska*, Kielce 2006.

²⁰ J.J. Wiatr, *Przywództwo polityczne. Studium politologiczne*, Łódź 2008, s. 46.

centralną, ale o kierowanie się systemem ideologicznym zawierającym skonkretyzowane zasady i założenia doktrynalne. Taki polityk to człowiek o niezwykle sztywnych przekonaniach, charakteryzujący się zamknięciem na świat i bodźce płynące z otoczenia. W psychologii, socjologii i politologii wyrażany jest pogląd, iż ideologia stanowi wytwór ludzkiego umysłu. „Jest zbiorem wyobrażeń o rzeczywistości, które uporządkowane w określony system poglądów pozbawione są cech indywidualności, przyjmując masowy charakter. Centralnym składnikiem tak rozumianej ideologii jest pewien system wartości, cechami swoistymi – jednostronność i skrajność w ujmowaniu zjawisk, zaś walka – stanowi wpisana w ideologię metodę jej upowszechniania”²¹. Polityk zorientowany na ideologię ma skłonność do interpretowania rzeczywistości w sposób uproszczony: my–oni, białe–czarne, odwieczny wróg i przyjaciel, Polak–Niemiec, zawsze–nigdy. Myślenie zdominowane przez ideologię ma tendencję do swoistego odrywania się od rzeczywistości, staje się nieracjonalne, opierając się o wiarę. Kategoryczność przekonań i ocen powoduje jednocześnie, iż w działaniu politycy o orientacji ideologicznej wykazują bezkompromisowość i emocjonalność. Skłonni są zdecydowanie bardziej do narzucania swoich poglądów aniżeli do pójścia na kompromis. W przeciwieństwie do tak postrzeganego polityka ideologa pragmatyczny polityk elastycznie traktuje zasady doktrynalne, na pierwszy plan wysuwając skuteczność działania. Jego poglądy mają charakter swoiście eklektyczny. Nigdy żadnej doktryny nie traktuje szczególnie poważnie, w tym sensie, że zawsze na pierwszy plan wysuwa pragmatycznie pojmowane racje polityczne. Jest zdolny do raptownych wolt politycznych, gdy to wynika z układu sił i kalkulacji politycznej. Polityk pragmatyczny to polityk zorientowany zadaniowo. Rzeczywistość pojmuje głównie z perspektywy jej praktycznej użyteczności dla poszczególnych jednostek, tworzących narodową zbiorowość. Wartością naczelną jest dla niego skuteczność działania, której podstawę stanowi racjonalizm myślenia. Jego spojrzeniem na świat kieruje paradygmat realizmu, obserwacji życia. Jego rozumowanie podlega regułom logiki. Wystrzega się zatem przyjmowania ekstremalnych rozwiązań, preferuje dialog i kompromis, podejmując decyzje cały czas bierze pod uwagę zmieniającą się rzeczywistość, rady innych, bliska jest mu postawa otwartości na świat²². I idąc za tokiem rozumowania Maxa Webera, bliższe są mu w działaniu ideały etyki odpowiedzialności aniżeli etyki przekonań.

²¹ U. Jakubowska, *Preferencje polityczne. Psychologiczne teorie i badania*, Warszawa 1999, s. 94.

²² Tamże, s. 95–96.

Czasy spokojne, w których dominuje polityka kontynuacji, sprzyjają politykom pragmatykom. Czas przełomu, zmiany, objawia przewagę polityka ideologa, który skuteczniej przejmując władzę nad masami. Co jednak charakterystyczne, politycy ideolodzy często wyzbywają się swojej ideologicznej sztywności, gdy dochodzą do władzy i muszą się zmierzyć z praktycznymi problemami rządzenia²³.

Wyżej wymienione dwa przeciwstawne wzajemnie sposoby mentalnego ujmowania rzeczywistości, mogą znaleźć wyraz w odpowiadających im stylach komunikowania się polityków. Inny będzie rodzaj poruszanych zagadnień, sposób budowania argumentacji, inna będzie wreszcie ekspresja językowa, a także stopień otwartości w wyrażaniu własnych motywów i zamysłów.

Do cech charakterystycznych ideologicznego stylu komunikowania się polityków należy po pierwsze niewątpliwie nacechowany afektem język. Argumentacja ma charakter idealistyczny, nawołuje do podporządkowania się konkretnemu systemowi wartości. Argumentacja, jaką posługuje się polityk, ma charakter opinii i sądów wywodzących się z doktryny, etosu. Polityk postrzega świat przez jego pryzmat. Argumentacja bazuje na ufności w słuszność przyjętych poglądów. Na wierze w ideologię. Wywód nade wszystko podporządkowany jest warunkowi spójności z zasadami normatywnymi. Z tym wiąże się bezpieczniejszy – mały zakres podawanych informacji. Polityk w komunikatach kładzie nacisk na jeden, ważny z powodu wyznawanego systemu wartości aspekt rzeczywistości. Jego rozważania ogniskują się wokół systemu etyczno-normatywnego. Treść komunikatu mieści w sobie domyślnie, w sposób uwikłany informacje o intencjach nadawcy. Poza tym treści komunikatów cechuje psychologiczna niespójność, to znaczy, że uwidaczniane są intencje wzajemnie sprzeczne na poziomie jednej i tej samej wypowiedzi, na poziomie wypowiedzi wygłaszanych na ten sam temat w różnym czasie, a także na poziomie treści formułowanych werbalnie poglądów w relacji do rodzaju przejawianych zachowań niewerbalnych²⁴. Wręcz modelowy przykład polityka, którego charakteryzuje ideologiczny styl porozumiewania się, stanowi Jarosław Kaczyński.

Do cech dystynktywnych pragmatycznego stylu komunikowania się polityków zdaniem Urszuli Jakubowskiej przyjęło się zaliczać: *primo* deskryptywny język; *secundo* duży zakres podawanych informacji; *tertio* wywód spełniający warunki logiczności i równocześnie niesprzeczności

²³ J.J. Wiatr, *Przywództwo polityczne...*, s. 47.

²⁴ U. Jakubowska, *Preferencje polityczne...*, s. 97.

w rozumowaniu oraz stawianiu prawdziwych wniosków w stosunku do przesłanek; *quarto* treść komunikatu wskazującą wiele różnorodnych i złożonych aspektów rzeczywistości i jawnie, bez osłonek, informującą o motywach nadawcy. Rozważania polityka o pragmatycznym stylu porozumiewania się dotyczą realiów społeczno-politycznych, stosowana przez niego argumentacja stanowi prezentację samodzielnego wywodu myślowego, jest utylitarna, a więc odwołuje się do praktycznej użyteczności proponowanych rozwiązań. Co ważne, argumentacja bazuje na faktach, a zatem stanach rzeczy stwierdzalnych intersubiektywnie. Przekaz jest spójny treściowo w płaszczyźnie werbalne–niewerbalne, konsekwentnie wyrażane są także te same zamysły na ten sam temat w różnym czasie. Obserwowana jest zgodność słów z politycznymi działaniami²⁵.

Styl publicznego komunikowania się polityka jest jednym z ważnych elementów tworzących jego społeczny wizerunek. Polityk, w którego stylu komunikowania przeważają cechy utożsamiane ze stylem ideologicznym, postrzegany jest przez wyborców jako „polityk walczący”²⁶. Polityk, którego styl porozumiewania się opisuje się w kategoriach w większości immanentnych dla stylu pragmatycznego, jawi się jako „polityk z programem”. Przekaz ideologiczny, który odwołuje się do uczuć wyborcy, powszechnie szanowanych wartości, historyczno-religijnych ideałów łatwiej nadaje sens i ład zdarzeniom społecznym i politycznym aniżeli komunikat pragmatyczny, który dostarcza elektoratowi całą paletę informacji, którym jednostki samodzielnie nadać muszą znaczenie.

Obserwacja i analiza publicznych zachowań komunikacyjnych polityków dowodzi, iż w toku porozumiewania się można zauważyć względną transsytuacyjną stałość w akcentowaniu określonego rodzaju problemów i specyficznym sposobie ich werbalnego oraz niewerbalnego wyrażania. Stałość tę, której emanację stanowi styl publicznego komunikowania się,

²⁵ Tamże.

²⁶ 2005 rok – kampania prezydencka Lecha Kaczyńskiego skupiła się na biografiach, kombatanckiej przeszłości; M. Janicki, *Kto lepszy*, „Polityka” 2005, nr 40. Model surowej prezydentury promowany przez Kaczyńskiego był kontrowany przez jego rywala wizją głowy państwa z „zaciśniętymi pięściami”. To miało sugerować nie tylko ideologiczny rygoryzm kandydata, lecz także perspektywę rozliczeń z porachunków z przeszłością, teraz w IV RP. Na scenie politycznej w sferze języka politycznej debaty, miejsce rzeczowych argumentów zastąpiły stereotypy i prymityzowane uogólnienia typu: „kto jest za liberalizacją aborcji, ten jest antyklerykalnym lewakiem, przeciwnik lustracji to oczywiście agent, a każdy, kto kwestionuje działania orlenowskiej komisji śledczej, staje się uczestnikiem złowieszczy spisku”; M. Janicki, *Randka w ciemno*, „Polityka” 2005, nr 38.

łączyć należy ze sposobem konstruowania w umyśle rzeczywistości społeczno-politycznej oraz własnej w nim roli.

Oczywiście wyróżnienie stylów pragmatycznego i ideologicznego stanowi zabieg teoretyczny. W życiu codziennym z rzadka obserwujemy je w czystej postaci. Zauważamy natomiast dominację elementów pragmatycznych lub ideologicznych w różnym nasileniu, w różnym czasie. Mowa o dwóch stylach komunikacji oznacza względnie stałą tendencję do skłaniania się w kierunku ideologicznego lub pragmatycznego sposobu publicznej ekspresji. Gdy obserwujemy u polityka względną wzajemną równowagę między kategoriami właściwości porozumiewania się, chodzi o styl pragmatyczno-ideologiczny²⁷.

Style komunikacji: zjednujący, metaforyczny, prowokatywny

Style komunikacyjne polityka to coś więcej niż tylko kilka technik mających pozwolić mu osiągnąć zamierzony cel. To pewne określone strategie i konsekwencja w działaniu. Ciągłe posługiwanie się przez polityka jednym stylem komunikacji staje się nudne zarówno dla społeczeństwa, jak i dla niego samego. Każdy styl pomaga realizować inne cele. Styl winien zależeć od kontekstu oraz od danej chwili w tym kontekście. W komunikacji odmienne potrzeby można zaspokoić metodami z różnych stylów. Gdy moment wymaga od polityka pogłębienia poczucia więzi z odbiorcami, to skupia się na zastosowaniu metod z zakresu stylu zjednującego. W końcu nie bez powodu Abraham Lincoln twierdził, iż „kropla miodu przywabi więcej pszczół niż beczka dziegciu”²⁸.

Wydaje się, iż dla polityka korzystniejsza jest tzw. komunikacja silna, która stanowi o umiejętnym budowaniu głębokiej więzi i zjednywaniu sobie ludzi dzięki znalezieniu wspólnych wartości, następnie warto zastosować przynajmniej dwie szybkie prowokacje, kilka celnych pytań, które oddziałują na obywatela oraz trafną metaforę. Style w skrajnych przypadkach mogą następować po sobie, przykładowo styl prowokatywny po nawiązaniu głębokiego kontaktu za pomocą stylu zjednującego, ale raczej rzadko metody charakterystyczne dla tych stylów występują równocześnie. Polityk nie stosuje zjednywania, szukając wspólnych wartości, jeżeli w danej chwili skupia się na korzystaniu z technik stylu prowokatywnego.

²⁷ U. Jakubowska, *Preferencje polityczne...*, s. 126, 98.

²⁸ D. Carnegie, *Jak zdobyć przyjaciół i zjednać sobie ludzi*, Warszawa 2005, s. 180.

Styl zjednujący to dla polityka najważniejszy styl komunikowania się, chyba że politykowi nie zależy na zdrowych relacjach ze swoimi wyborcami. To ten styl decyduje, czy odbiorca odniesie wrażenie płytkiego podobieństwa do polityka, czy może wręcz zniechęci się dzielącymi go z politykiem różnicami, a może właśnie poczuje, iż są pokrewnymi duszami. To droga do tworzenia głębokich więzi z elektoratem. Jest to styl, którym polityk będzie zaczynał komunikowanie się. Sprawi on, iż prowokacje będą odebrane niczym wesoła sprzeczka przyjaciół, trudne pytania czy wręcz ich nadmiar nie będą uznane za wścibstwo, a metafory zostaną wysłuchane dużo chętniej i w związku z tym lepiej trafią do rozmówcy. W ten sposób polityk uzyskuje wyższą reaktywność na swoje techniki komunikacyjne oraz wywierania wpływu.

Istotę stylu stanowią następujące konstatacje. Ludzie kierują się żądzą bycia ważnymi. Dążą do zaspokojenia swojego *ego*. Odbiorca czuje się komfortowo w obecności osób, które zaspokajają jego potrzebę ważności. Działa to zresztą również w drugą stronę. Ludzie ufają osobom, które postrzegają jako autorytety. W obrębie tego stylu polityk zwiększa reaktywność emocjonalną obywateli poprzez:

- zaspokojenie potrzeby ważności u odbiorców – to tworzy u nich poczucie komfortu;
- wzbudzenie poczucia podobieństwa – to wywołuje poczucie więzi;
- wzbudzenie autorytetu – to wywołuje poczucie zaufania.

Budowane jest intymne wręcz porozumienie między politykiem a jego wyborcami. Wiąże ich dalej wymiana tajemnic, dostępnych niewielkiej i wtajemniczonej grupie osób. Ważne jest, by poczucie porozumienia dotyczyło jak najszerszego zakresu dziedzin życia.

W stylu metaforycznym – stylu wielkich mówców i liderów, ale też sprzedawców marzeń – używa się języka symboliki, kreatywności, innowacji. Odpowiedniego inspirowania obywateli nie da się przecenić. Celna metafora pomaga w komunikacji. Komunikacja wysokiej jakości powinna wykorzystywać zarówno język analityczny, szczegółowy, jak i systemowy, ukazujący całościowy obraz, obiektywny i symboliczny. Metafora wprowadza w światopogląd, to jeden z najprostszych i jednocześnie najskuteczniejszych sposobów masowego oddziaływania. By przekazać pewne idee dużej grupie słuchaczy, najlepiej jest opowiedzieć historyjkę przystępnym językiem, aby była ona zrozumiała dla najmniej wykształconej osoby, później powtórzyć ją w inny sposób, a następnie po jakimś czasie znowu. Polityk winien posługiwać się metaforami zawsze, zwłaszcza, gdy planuje stworzyć coś „wielkiego”, co będzie łączyło wielu ludzi przez wspólną dla nich ideę.

William Shakespeare pisał, iż świat jest teatrem, aktorami ludzie, którzy kolejno wchodzą i znikają. Dobry wirtuoz ludzkich umysłów – skuteczny polityk – musi znać wiele metafor i mieć wprawę w ich opowiadaniu. Dlaczego metafory, do których należą anegdota, alegorie, przypowieści, mity, bajki, są ważnym elementem stylu komunikowania się polityka? Philip Barker stwierdził, iż są użyteczne, gdyż pozostawiamy słuchaczowi prawo do wyboru i samodecydowania przy równoczesnym naświetleniu sprawy tak, by miał większą świadomość konsekwencji różnych decyzji. Jest to metoda nieinwazyjna, pobudza zrozumienie, motywuje do zmian, wspomaga procesy uczenia się. Odbiorca metafory czuje, iż to on decyduje, co jest dla niego dobre. Poza tym każda metafora jest nieco inaczej odbierana przez różnych słuchaczy, za pomocą tej samej metafory polityk może zatem wpływać różnie na różnych odbiorców jednocześnie. Znaczenia są pośrednie i przez to wywierany wpływ jest odbierany jako mniej zagrażający. W konsekwencji odbiorca będzie chętniej podążał za wskazówkami. Możemy w prosty sposób przedstawić odmienne punkty widzenia i tym samym zmienić opinie rozmówcy w różnych sprawach – metoda zwana przeramowaniem lub przeformułowaniem. Co także ważne, metaforą oddziałujemy na podświadomość. Pomijamy racjonalną świadomość i w związku z tym możemy dokonywać zmian w innych „u źródeł”. Do zalet stosowania metafor należy fakt, iż można przekazać coś nie wprost – uwaga trafi w sedno, a nie wywoła poczucia zagrożenia atakiem. Metafory są użyteczne, bo ułatwiają nawiązanie kontaktu, na przykład z ludźmi z różnych grup społecznych o charakterystycznej subkulturze, specyficznym doświadczeniu i słownictwie. Przekazujesz to, co chcesz, za pośrednictwem języka zrozumiałego dla odbiorców²⁹.

Styl prowokacyjny komunikacji jest sposobem na błyskawiczne radzenie sobie z wymówkami innych ludzi, dziennikarzy, wyborców i motywowaniem ich do działania. Tworzy olbrzymie pokłady energii. Oburzenie jest emocją bardzo negatywną, ale może mieć bardzo pozytywne i potężne skutki. Prowokowanie i głoszenie przeciwnych poglądów pobudza i generuje u odbiorcy dodatkową energię. Ten styl komunikacji początkowo powstał jako metoda terapeutyczna, ale dosyć szybko znalazł swoje zastosowanie w przywództwie, także politycznym. W wielkim skrócie, polityk z ludzi pogrążonych w marazmie, którzy wymówkami usprawiedliwiają swój brak działania, tworzy pełnych energii, zaangażowanych, gotowych do robienia nowych rzeczy, reanimuje ich. Sposób komunikacyjny polityka stosującego styl prowokacyjny w najlepszy sposób opisuje

²⁹ P. Barker, *Metafory w psychoterapii*, Gdańsk 1997, s. 29–32.

stwierdzenie, iż wciela się on w rolę adwokata diabła. Styl ten stanowi przeciwagę stylu zjednującego. U podstaw stylu prowokatywnego leżą następujące założenia:

- Odbierasz człowiekowi wyzwania, tworzysz życiowego kalekę i nieudacznika. Ludzie rozwijają się i zmieniają w odpowiedzi na wyzwania.
- Pogląd mówiący, iż psychika człowieka jest krucha, jest wielką przesadą.
- Ludzie mają o wiele większy potencjał realizowania przystosowawczych, produktywnych i prospołecznych modeli życia niż zakładają oni sami.
- Człowiek kieruje się doskonałą logiką i co z tego wynika, człowieka da się zrozumieć.
- Postawa swoistej „wymagającej miłości” w stosunku do ludzi może dawać wyraźne korzyści.
- Naprawdę ważne komunikaty wędrują między ludźmi niewerbalnie. (Prowokuje się słowem, na poziomie mowy ciała trzeba jednocześnie wyrażać akceptację odbiorcy).

Korzystając ze stylu prowokatywnego, polityk musi czynić to z humorem i uśmiechem. W przeciwnym wypadku nie stosuje prowokacji, lecz posługuje się atakiem słownym i jest agresywny. Prowokacja bez serdeczności odpycha. Nie ma dobrej prowokacji, gdy nie było śmiechu u odbiorców.

Do zalet tego stylu niewątpliwie należy zaliczyć fakt, iż błyskawicznie skraca dystans, prowokatywna interakcja należy także do bardzo szybkich, co warunkuje żywą i dynamiczną komunikację.

Każdy z tych stylów stanowi umiejętność, którą polityk może opanować. Styl prowokatywny oczywiście najszybciej i najbardziej naturalnie opanują ci, którzy już na wyjściu są wygadani i lekko bezczelni, pewni siebie i przekonani o własnej wartości. Styl ten jest naturalnym stylem komunikacji przywódcy³⁰.

Kłamstwo jako immanentny składnik stylu komunikowania się polityków

Osiem lat po ustąpieniu z fotela prezydenta Richard Nixon zaprzeczył, że kłamał, ale przyznał się, iż tak jak inni politycy musiał udawać. Stwierdził, iż jest to konieczne, jeżeli ktoś chce zdobyć i zachować urząd publiczny.

³⁰ M. Czekał, *Komunikacja naprawdę skuteczna*, Gliwice 2011, część II.

„Nie możesz powiedzieć, co myślisz o tej lub tamtej osobie, ponieważ nie jest wykluczone, że będziesz musiał skorzystać z jej pomocy [...], nie możesz ujawnić swoich opinii na temat liderów polityki międzynarodowej, ponieważ prawdopodobnie będziesz musiał się z nimi spotkać w przyszłości”³¹.

Jak podkreślał Jody Powell, rzecznik prasowy prezydenta Cartera, rząd ma prawo kłamać, a w pewnych okolicznościach polityk ma nie tylko prawo, ale i obowiązek skłamać³². Rzeczywiście u *homo politicus*a umiejętność kłamania jest atutem. Hannah Arendt twierdziła: „kłamstwa mogły być uważane za narzędzia użyteczne i uzasadnione, nie tylko w zawodzie polityka, lecz również męża stanu”³³. Niccolò Machiavelli zalecał swojemu Księciu, by stał się „dobrym kłamcą i obłudnikiem”³⁴, nauczył się „chytrze usidlać mózgi ludzkie”³⁵ gdyż „ten, kto oszukuje, znajdzie zawsze takiego, który da się oszukać”³⁶.

Adolf Hitler w tajemnicy rozkazał już armii niemieckiej zaatakować Czechosłowację. Osiągnięcie pełnej gotowości wymagało jednak jeszcze kilku tygodni. Chcąc wykorzystać przewagę ataku z zaskoczenia, ukrył swoją decyzję rozpoczęcia wojny i powiedział Chamberlainowi, iż pragnie żyć w pokoju, jeśli Czesi uwzględnią jego żądania zmiany granic między obydwoma państwami. Brytyjski premier uwierzył w kłamstwo Hitlera i próbował przekonać Czechów, by nie mobilizowali swojej armii, póki jest jeszcze szansa na pokój.

Adolf Hitler czy John F. Kennedy byli urodzonymi aktorami, pomysłowymi i sprytnymi w tworzeniu fikcji, gładkimi mówcami, mającymi przekonujący sposób bycia. Wydaje się, iż każdy polityk, który dochodzi do władzy częściowo dzięki umiejętności publicznego przemawiania i spierania się, który potrafi z łatwością radzić sobie z pytaniami na konferencjach prasowych, ma efektowny wizerunek telewizyjny czy radiowy – obdarzony jest komunikacyjnymi predyspozycjami do bycia urodzonym aktorem. Tacy politycy są przekonujący: to jest jeden z atrybutów ich zawodu. Niezależnie od tego, czy decydują się na kłamstwo, czy też nie, mają niezbędne predyspozycje do tego, by kłamać dobrze. Niewątpliwie kłamcy pomaga druga strona, odbiorca, który bardziej lub mniej świadomo-

³¹ „San Francisco Chronicle”, 28 października 1982, s. 12.

³² Szerzej na ten temat zob. J. Powell, *The Other Side of the Story*, New York 1984.

³³ H. Arendt, *O kryzysie w kulturze i jego społecznej oraz politycznej doniosłości*, „Res Publica” 1991, nr 1, s. 137–156.

³⁴ N. Machiavelli, *Książę*, Kęty 2005, s. 70.

³⁵ Tamże, s. 69.

³⁶ Tamże, s. 70.

mie chce być oszukiwany. Dotyczy to zarówno pojedynczych rozmówców, jak i całej opinii publicznej, społeczeństwa. W pewnym sensie premier brytyjski Neville Chamberlain był chętną ofiarą oszustwa Adolfa Hitlera w sprawie Czechosłowacji, ofiarą, która pragnie być oszukiwana, gdyż w przypadku poznania prawdy musiałby uświadomić sobie klęskę całej własnej polityki wobec Niemiec i to, jak bardzo naraził bezpieczeństwo swojego kraju. Chamberlain tak się zaangażował w ideę uniknięcia wojny za wszelką cenę, że desperacko pragnął wierzyć Hitlerowi i przeceniał swoją zdolność przejrzenia jego charakteru, a przecież nie należał do ludzi głupich, nie był także nieświadomy tego, że Hitler mógł kłamać. Miał jednak bardzo silny motyw, by chcieć wierzyć Hitlerowi. Stawka była bardzo wysoka – gdyby nie mógł mu wierzyć, oznaczałoby to natychmiastową perspektywę wojny.

Nie każdy polityk potrafi kłamać i nie każdy chce to robić. Większość przywódców politycznych gotowa jest jednak kłamać, przynajmniej wobec pewnych osób, w pewnych okolicznościach. Nawet Jimmy Carter, który swoją kampanię prezydencką oparł na obietnicy, iż nigdy nie okłamie Amerykanów i demonstracyjnie potwierdził to zobowiązanie, przyznając się w wywiadzie dla „Playboya” do własnych fantazji erotycznych, później skłamał, ukrywając plany uwolnienia siłą zakładników w Iranie.

Istnieją publiczne kłamstwa, które znajdują usprawiedliwienie. Kłamanie przez przywódcę dla zdobycia przewagi nad wrogiem nie jest samo w sobie i samo przez się złe. W czasie prezydenckiej kampanii wyborczej Carter obiecał przywrócić przestrzeganie zasad moralnych w Białym Domu po trudnych i kompromitujących latach Watergate. Znakiem rozpoznawczym jego kampanii było mówienie bezpośrednio do kamery telewizyjnej, dość prosto, że nigdy nie okłamie obywateli. Jednak trzy lata później skłamał wiele razy. Carter okłamał Amerykanów, gdyż wiedział, iż jego słów słuchają Irańczycy i w ten sposób pragnął uśpić czujność irańskich bojowników pilnujących zakładników poprzez wzbudzenie w nich fałszywego poczucia bezpieczeństwa. Podczas gdy misja ratunkowa była już realizowana, zgodnie z wolą Cartera, jego sekretarz prasowy zaprzeczył, iż rząd planuje operację odbicia zakładników. Prezydent napisał w swoich wspomnieniach: „Jakiegokolwiek podejrzenia bojowników, że zostanie podjęta próba akcji ratunkowej, skazywałyby te działania na niepowodzenie [...]. Warunkiem sukcesu było całkowite zaskoczenie”³⁷. Zasadniczym adresatem kłamstw Cartera byli Irańczycy, którzy dopuszczając się uwięzienia pracowników ambasady amerykańskiej, pogwałcili

³⁷ J. Carter, *Keeping Faith: Memoirs of a President*, New York 1982, s. 511.

prawo międzynarodowe. Nie było możliwości wprowadzenia ich w błąd, nie wprowadzając jednocześnie w błąd Amerykanów i Kongresu. Motyw stanowiło chronienie własnych żołnierzy. Nie bez znaczenia dla oceny tego zabiegu komunikacyjnego pozostaje także fakt, iż kłamstwo miało zostać wkrótce wyjaśnione. Niektórzy członkowie Kongresu podnosili problem, czy prezydent miał prawo do podjęcia działań bez ich uprzedzenia, którego wymaga rezolucja o prerogatywach wojennych, ale Carter twierdził, że operacja ratunkowa miała charakter humanitarny, a nie była aktem wojennym. Cartera poddano ostrej krytyce, ponieważ misja ratunkowa się nie powiodła, a nie dlatego, że złamał swoje przyrzeczenie mówienia prawdy³⁸.

Wysiłki dyplomatyczne zmierzające do rozwiązania kryzysu – uwolnienia sześćdziesięciu zakładników – ciągnęły się miesiącami bez żadnych rezultatów. W wiadomościach codziennie odliczano, ile upływa dni, potem miesiące. Wkrótce po zajęciu ambasady prezydent w tajemnicy wydał siłom zbrojnym rozkaz rozpoczęcia ćwiczenia operacji uwolnienia zakładników. Nie ograniczono się jedynie do samego ukrywania tych przygotowań. Administracja raz za razem wydawała fałszywe oświadczenia, które miały osłabić wszelkie podejrzenia. Przez wiele miesięcy Biały Dom, Departament Stanu oraz Pentagon powtarzały, że misja odbicia zakładników z powodów logistycznych jest niemożliwa. 8 stycznia 1980 roku Carter skłamał podczas konferencji prasowej, twierdząc, iż akcja zbrojna mająca na celu uratowanie więzionych skończyłaby się niemal na pewno niepowodzeniem i niemal na pewno śmiercią zakładników. Gdy wypowiadał te słowa, wojskowa jednostka Delta ukryta na pustyni w południowo-zachodniej części USA, ćwiczyła operację ratunkową³⁹.

Gdy Lyndon Johnson startował w wyborach prezydenckich w 1964 roku, jego republikański przeciwnik, senator z Arizony, Barry Goldwater, powiedział, iż byłby gotów użyć broni atomowej, aby wygrać wojnę. Johnson twardo twierdził, że nie zamierza wysłać „amerykańskich chłopców” dziewięć czy dziesięć tysięcy mil od domu, żeby zrobili to, co „azjatyccy chłopcy” powinni zrobić sami dla siebie. Kiedy go jednak wybrano i przekonano, iż wojnę można wygrać, wysyłając wojsko, prezydent wysłał do Wietnamu w ciągu kilku następnych lat pół miliona amerykańskich

³⁸ Zgodnie z nauką Makiawela „Niech więc książę tak kalkuluje, aby zwyciężać [...], wtedy środki będą zawsze uważane za godziwe i przez każdego chwalone, gdyż tłum pójdzie zawsze za pozorami i będzie sądził według wyniku”; N. Machiavelli, *Książę...*, s. 71.

³⁹ P. Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie w biznesie, polityce i małżeństwie*, Warszawa 2010, s. 273–275.

żołnierzy, a Ameryka zrzuciła na Wietnam więcej bomb niż podczas II wojny światowej⁴⁰.

Prezydent był zdania, iż jego ewentualna silna pozycja negocjacyjna, by mógł w odpowiedni sposób zakończyć wojnę, jest warunkowana faktem, czy Wietnamczycy z Północy są przekonani, iż ma on za sobą amerykańską opinię publiczną. Tak więc Johnson poddawał ostrej selekcji to, czego obywatele dowiadywali się na temat postępów w wojnie. Jego dowódcy wojskowi otrzymali komunikat, iż prezydent chce możliwie najkorzystniejszego obrazu sukcesów amerykańskich i porażek ponoszonych przez Wietnamczyków z Północy i Wietkong. Po pewnym czasie już tylko takie meldunki dostawał od dowództwa polowego w Wietnamie. Mistryfikacja dobiegła jednak końca, gdy w styczniu 1968 roku niszcząca ofensywa Wietnamczyków z Północy i Wietkongu w czasie świątecznej pory Tet odsłoniła Amerykanom i światu, jak dalekie od zwycięstwa jest USA. Trwała wtedy kolejna kampania prezydencka i senator Robert Kennedy, który stanął do walki z Johnsonem o nominację Demokratów, podsumował, iż ofensywa Tet wstrząsnęła fasadą oficjalnie podtrzymywanej iluzji, za którą Amerykanie skrywali swoje realne położenie nawet przed samymi sobą. Johnson zrezygnował z ubiegania się o reelekcję.

W demokracji nie ma łatwego sposobu wprowadzenia w błąd innego kraju bez oszukiwania swoich własnych obywateli i powoduje to, iż oszukiwanie, jeżeli praktykowane jest przez długi czas, stanowi szczególnie niebezpieczną politykę. Johnson zaszczepił obywatelom alternatywną rzeczywistość, której nie było. Partia polityczna u władzy budowała niezgodny z zasadami demokracji monopol na informację, która docierała do elektoratu. Do tego sam prezydent i przynajmniej część jego doradców prawie zagubiła się w sieci własnych kłamstw, zaczynając w nie wierzyć⁴¹.

Łatwo jest potępić przeciwnika politycznego, o którym wiadomo, że skłamał, określając go mianem psychopaty. Prawda jest jednak taka, że tak jak Nixon jest bohaterem albo łajdakiem w zależności od tego, kto jakiej polityki jest zwolennikiem, tak każdy inny polityk może się wydawać psychopatą lub zręcznym i skutecznym w swoim fachu w zależności od tego, czy jego kłamstwa służyły celom zgodnym z czymś systemem wartości, czy też nie.

⁴⁰ Tamże, s. 276.

⁴¹ Tamże.

Kończąc...

Stosunek człowieka do polityki ma charakter wielostronny. Można podać go analizie w płaszczyźnie poznawczej, emocjonalnej i behawioralnej. Komunikowanie polityczne wywiera bezpośredni wpływ na postawy i zachowania polityczne jednostek, gdyż m.in. tworzy wyobrażenia i wizerunki polityków oraz określa preferencje i nastawienie jednostek w stosunku do konkretnych polityków. Komunikowanie polityczne jako zjawisko i proces zewnętrzny wchodzi w określone relacje z wewnętrznym światem jednostki, czego finalnym rezultatem są określone zachowania i praktyczne działania. Magia słowa towarzyszyła rządzącym od zawsze. Ponieważ celem każdej władzy jest wzbudzenie uznania oraz posłuchu wśród rządzonych, zatem dążenie do komunikacyjnej efektywności można uznać za cel niezmienny na politycznym rynku. Niezależnie od czasów i szerokości geograficznej, wyborcy chcą służyć obietnic i wierzyć, że zostaną one zrealizowane.

STRESZCZENIE

Komunikowanie polityczne jako zjawisko i proces zewnętrzny wchodzi w określone relacje z wewnętrznym światem jednostki, czego finalnym rezultatem są określone zachowania i praktyczne działania. Magia słowa towarzyszyła rządzącym od zawsze. Ponieważ celem każdej władzy jest wzbudzenie uznania oraz posłuchu wśród rządzonych, zatem dążenie do komunikacyjnej efektywności można uznać za cel niezmienny na politycznym rynku. Na styl komunikacji polityka rzutują dwie zasadnicze formy procesu komunikowania: werbalna i niewerbalna, które współwystępują ze sobą i operują jako składowe procesu porozumiewania się.

Justyna G. Otto

COMMUNICATION STYLES OF POLITICIANS

Political communication as a phenomenon and an external process interrelates in a particular manner with an internal world of an individual, which brings a final result in a form of particular behaviours and practical actions. The magic of a word has always been accompanying politicians. Since the goal of each authority is to win recognition and exact obedience among the governed, aiming at effectiveness of communication can be deemed a permanent aim on the political market.

A politician's communication style is influenced by two fundamental forms of communication process: verbal and non-verbal, which coincide with each other and function as elements of communication process. Politicians can be classified in terms of a degree to which they follow ideological or pragmatic justification in their actions. Such a distinction is regarded as *continuum*. Fully ideological politicians, who give scant attention to practical arguments, do not exist. There are no absolutely pragmatic politicians who would be completely indifferent to ideological arguments, either. This distinction results from the size of ideology's role in a politician's behaviour and the degree to which his behaviour is influenced by ideological arguments or pragmatic effectiveness. These two opposing manners of mental formulation of reality can be expressed in politicians' communication styles which correspond to these manners. The type of raised issues and the way of constructing arguments will be different, so as the language expression and the degree of openness in expressing one's own motives and intentions.

KEY WORDS: *political communication, political personalization, political mediatization, the style of communication, lie*

Jerzy Szczupaczyński

Etyczny wymiar przywódczej komunikacji

SŁOWA KLUCZOWE:

przywództwo transformacyjne, przywództwo transakcyjne, etyczne standardy przywództwa, przywódcza komunikacja

Badania przywództwa tworzą na styku psychologii, socjologii, politologii i nauk o zarządzaniu domenę o bogatych tradycjach i wyraźnie wyodrębnionej tożsamości. Instytucjonalizacja naukowych zainteresowań przywództwem, obserwowana szczególnie po II wojnie światowej, jest konsekwencją znaczenia, jakie przypisuje się skutecznemu przewodzeniu we wszystkich dziedzinach życia społecznego, szczególnie w biznesie i polityce. W tym artykule zajmiemy się zagadnieniem, które coraz częściej pojawia się zarówno w refleksji teoretycznej, jak i badaniach empirycznych: etycznymi aspektami przywódczego wpływu. Zostanie ono potraktowane w szczególny sposób. Po pierwsze, będziemy je rozpatrywać, starając się kłaść nacisk na proces przewodzenia rozumiany jako proces komunikacyjny. Po drugie, ograniczymy się do dyskusji dwóch ogólnych modeli przywództwa: transformacyjnego i transakcyjnego. Postawione pytanie brzmi: w jaki sposób na gruncie prezentowanych modeli można określić kryteria etyczne przywódczej komunikacji?

W drugiej części zaprezentowane zostaną częściowe wyniki jakościowych badań standardów moralnych przywództwa organizacyjnego, jakie przeprowadzone zostały na celowej próbie polskich menedżerów i przedsiębiorców. We współczesnych przedsiębiorstwach standardy etyczne stały się ważnym elementem regulacji zachowań organizacyjnych¹.

¹ Por. A. Crane, D. Matten, *Business Ethics. Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the age of Globalization*, Oxford 2007.

Firmy wprowadzają kodeksy etyczne, różnorakie programy i szkolenia, specjalistyczne stanowiska ds. etyki, audyty etyczne. Centralnym obszarem tej regulacji jest sfera zachowań przywódczych, od których przede wszystkim zależy etyczny wymiar kultur korporacyjnych. Wzrastające znaczenie etycznych standardów znajduje wyraz nie tylko w instytucjonalizacji „zarządzania etyką” i „odpowiedzialnością społeczną organizacji”, lecz także w oczekiwaniach wobec osób sprawujących funkcje kierownicze. Badania prowadzone w różnych kontekstach kulturowych pokazują, że od menedżera oczekuje się nie tylko skuteczności, lecz także działania zgodnie z zasadami etyki².

Przywództwo jest procesem komunikacyjnym ze swojej natury, choć trudno w tym miejscu powołać się na powszechnie akceptowaną definicję. Jak to określił R.M. Stogdill, próbując uporządkować pojęciowe zaplecze badań nad przywództwem: „Jest prawie tyle definicji przywództwa, ile osób, które próbują określić treść tego pojęcia”³.

Z drugiej jednak strony, można bez trudności wskazać wątki, które tworzą podstawy wspólnego rozumienia zjawiska przywództwa w języku zarówno naukowym, jak i potocznym. Chociaż nie składają się one na powszechnie aprobowaną definicję, tworzą element paradygmatyzujący badania nad przywództwem. Do takich wątków należy wizja przywództwa jako procesu komunikacyjnego. Ponadto, jak słusznie zauważa Ciulla, różnice pomiędzy odmiennymi ujęciami przywództwa w dużej mierze dotyczą nie tyle rozumienia samego zjawiska, ile społecznych mechanizmów, które za nim stoją, a więc dominujących wyobrażeń i teorii, w jaki sposób przywódcy skutecznie oddziałują na zwolenników, i w jaki sposób konstruowane są cele tego wpływu⁴. Różnice te więcej mówią o kulturowej zmienności procesu przewodzenia niż braku semantycznego porozumienia pomiędzy badaczami. Swoją tezę Ciulla ilustruje zestawieniem definicji przywództwa – zaczerpniętych z pracy J. Rosta⁵ – które, w jej przekonaniu, ilustrują ewolucję poglądów na temat charakteru relacji przywódczych⁶. Przesunięcie znaczeń następowało w dwóch płaszczyznach: środków, które zapewniają skuteczne przywództwo i sposobu określania celów. Na przykład, najwcześniejsze z definicji mówią o „zdol-

² W. Bennis, *The Crucibles of Authentic Leadership*, [w:] J. Antonakis, A.T. Cianciolo, R.J. Sternberg (eds.), *The Nature of Leadership*, London 2004.

³ R.M. Stogdill, *Handbook of leadership: A survey of the literature*, New York 1974, s. 259.

⁴ J.B. Ciulla, *Leadership Ethics: Mapping the Territory*, [w:] J.B. Ciulla (ed.), *Ethics, the Heart of Leadership*, London 2004.

⁵ J. Rost, *Leadership for the Twenty-First Century*, New York 1991.

⁶ J.B. Ciulla, *Leadership Ethics...*, s. 10–11.

ności realizowania woli przywódcy”, „zagwarantowaniu posłuszeństwa”, bez precyzowania, w jaki sposób zdolność ta może być realizowana. W późniejszych definicjach pojawiają się konkretyzujące określenia: przekonywanie, inspirowanie, zindywidualizowane oddziaływanie. Natomiast w płaszczyźnie celów następuje wyraźne przesunięcie w stronę wspólnych celów, a więc celów uzgadnianych pomiędzy przywódcą a zwolennikami. W obu przypadkach mamy do czynienia ze zwiększonym naciskiem na rozumienie przywództwa jako specyficznego procesu komunikowania.

Dla wielu autorów punktem wyjścia poszukiwań modelu przywództwa jest pojęcie charyzmy, które ma w naukach społecznych – dzięki M. Weberowi – ugruntowaną pozycję⁷. Niemiecki socjolog analizował zjawisko charyzmy na tle bardzo różnych uwarunkowań historycznych, ale rola tego pojęcia jest szczególnie widoczna w kontekście jego socjologii religii oraz poglądów na naturę nowoczesności. W znanej typologii prawomocnego panowania charyzma jest przez Webera postrzegana jako jedna ze społecznych formuł legitymizujących władzę (Herrschaft). W *Wirtschaft und Gesellschaft* Weber definiuje charyzmę jako „uznaną za niepowszednią [...] cechę jakiejś osoby, z racji której uważana jest ona za obdarzoną nadprzyrodzonymi, nadludzkimi lub przynajmniej rzeczywicie niezwykłymi, nie każdemu dostępnymi siłami czy właściwościami, albo za osobą posłaną przez Boga, za wzorzec i dlatego za „przywódcę”. Dla pojęcia tego całkowicie obojętne jest naturalnie to, jak wyglądałaby „obiektywnie” trafna ocena tej cechy z etycznego, estetycznego lub innego punktu widzenia, chodzi wyłącznie o to, jak jest ona faktycznie oceniana przez osoby podlegające charyzmatycznemu panowaniu, przez „zwolenników”⁸. Tak więc, atrybucja nadzwyczajnych właściwości jednostki, która występuje w roli charyzmatycznego przywódcy, stanowi dla Webera wiodący motyw uprawomocnienia władzy w jednym z typów prawomocnego panowania. Charyzmatyczna formuła legitymizacji władzy przywódczej powołuje do życia własną mitologię i sakralizujące formuły.

Już z przytoczonej definicji wynika, że poglądów Webera na naturę charyzmy nie można zredukować do zestawu nadzwyczajnych cech, które obdarzają jednostkę szczególnym statusem i możliwościami władczymi. W przeciwieństwie do wielu obiegowych interpretacji, Weber w swoich pracach nadaje przywództwu charyzmatycznemu sens społeczny w sze-

⁷ Obok dorobku M. Webera wymienić należy także prace Edwarda Shilsa. Por. E. Shils, *Charisma, order, and status*, „American Sociological Review” 1968, vol. 30.

⁸ M. Weber, *Gospodarka i społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej* (tłumaczenie Doroty Lachowskiej), Warszawa 2002, s. 181.

rokiem tego słowa znaczeniu, nie tylko poprzez wskazanie jego relacyjnej natury, lecz także koniecznych warunków, które ten typ stosunków społecznych reprodukuje.

Po pierwsze, charyzma rozumiana jako władcze roszczenie, oparte na poczuciu misji i gotowości zwolenników do jej akceptacji, musi być, zdaniem Webera, nieustannie weryfikowana. Przy różnych okazjach Weber zaznacza, że niepowodzenia mogą prowadzić do opuszczenia charyzmatyka przez jego zwolenników. Interpretując myśl Webera, A. Bryman twierdzi, że można wyróżnić dwa komponenty tego procesu: charyzmatyk traci zdolność realizacji wizji, która jest podstawą jego przywództwa, lub też wizja przestaje przynosić korzyści jego stronnikom⁹. Obie ewentualności są zgodne z Weberowską koncepcją charyzmatycznego przywództwa jako zjawiska niestabilnego – w porównaniu z legalnym i tradycyjnym typem panowania – i mającego tendencję do przekształcania się w inne formy społecznych związków.

Po drugie, w swoich pracach Weber opisuje różne formy wsparcia panowania charyzmatycznego ze strony skupionych wokół przywódcy najbliższych zwolenników. Na ludzi tych może spływać część charyzmy, a także tworzą oni „sztab administracyjny” charyzmatycznej wspólnoty, dobierany na podstawie charakterystycznych kryteriów. Procesy tego typu – stanowiące w przekonaniu Webera naturalny element charyzmatycznego przywództwa – mają swoją własną dynamikę, która wraz z upływem czasu może modyfikować kształt i podstawy osobistej władzy przywódcy. Zjawisko to jest szczególnie dobrze widoczne w kontekście Weberowskiego pojęcia rutynizacji charyzmy. Ponieważ genezę przywództwa charyzmatycznego wyznaczają specyficzne warunki społeczne, stwarzające zapotrzebowanie na różne formy heroicznych wzorców, zbiorowe kultury lub wizje, zachowania zwolenników, jakie są wymagane przez przywódcę, muszą być poddane trwalszej dyscyplinie niż ta, która wynika z wiary w jego nadzwyczajne predyspozycje. Wyjątkową sytuację w tym zakresie stwarza problem sukcesji, czyli kontynuacji związków wspólnotowych uformowanych poprzez charyzmatycznego przywódcę po jego śmierci. Weber pisze o poszukiwaniach nowego charyzmatyka, namaszczeniu następcy lub odwoływaniu się do objawienia jako techniki selekcji¹⁰. Pisze także o roli „sztabu administracyjnego” i materialnych interesach, które zapewniają kontynuację stworzonych związków i struktur. W każ-

⁹ A. Bryman, *Charisma and Leadership in Organizations*, London–Newbury–New Delhi 1992, s. 25.

¹⁰ M. Weber, *Gospodarka...*, s. 185–186.

dym przypadku związek pierwotnie oparty na osobistej charyzmie ulega przeobrażeniom i depersonalizacji. Punktem docelowym są zazwyczaj bardziej zinstytucjonalizowane, a przez to stabilne odmiany panowania. W *Wirtschaft und Gesellschaft* Weber pisze o dwóch formach takiej instytucjonalizacji: charyzma przeniesiona zostaje na krewnych przywódcy lub urząd, który przywódca zajmuje. W obu przypadkach zatarciu ulega osobisty charakter władzy przywódczej, a także zmienia się sposób reprodukcji stosunków społecznych, charakterystycznych dla związków opartych na zdepersonalizowanej charyzmie.

Weber przypisuje charyzmatycznemu przywództwu ważne społeczne funkcje. Jest ono siłą, która przeobraża rzeczywistość. W wielu historycznych momentach przywódcza misja i wiara zwolenników decydują o rewolucyjnym zerwaniu z tradycją i racjonalnymi normami¹¹, stają się sprawczym impulsem innowacyjnych rozwiązań i społecznych przeobrażeń. Panowanie charyzmatyczne, choć nietrwałe, jest więc, zdaniem Webera, mechanizmem zmian. Chociaż niemiecki socjolog wskazywał na zmniejszającą się rolę związków panowania opartych na charyzmie we współczesnym świecie, w swoich analizach podaje przykłady transformującej roli charyzmy także w odniesieniu do nowoczesnych instytucji, np. systemów parlamentarnych¹². Wiąże się z tym przekonanie Webera, że jednym z czynników, który stwarza społeczne zapotrzebowanie na przywództwo charyzmatyczne, są sytuacje kryzysowe, rozumiane jako napięcia i niepokoje wynikające z zaburzeń ładu społecznego. Niosą one na szeroką skalę różnorodne deprivacje, poczucie alienacji i bezradności. W takich przypadkach rolą misji przywódczej staje się przeprowadzenie zwolenników przez trudny okres oraz stabilizacja, którą daje bezwarunkowa wiara w przywódczy charyzmat.

Etyczne ramy przywództwa transformacyjnego

Idea przywództwa transformacyjnego zaproponowana została na gruncie nauk politycznych przez Jamesa MacGregora Burnsa, jako typ przeciwstawny wobec przywództwa transakcyjnego¹³. W tym drugim przypadku przesłanką przywódczego wpływu jest wymiana pomiędzy przywódcą i jego zwolennikami, która, zdaniem Burnsa, nie może być podstawą

¹¹ Tamże, s. 821.

¹² Tamże, s. 856.

¹³ J.M. Burns, *Leadership*, New York 1978.

trwałych więzi grupowych, choć pozwala realizować przywódcze cele dzięki zasobom umożliwiającym zaspokojenie indywidualnych potrzeb zwolenników. Cele te mają charakter jednostronny, co oznacza, że są elementem wymiany jako stany wartościowe wyłącznie dla przywódcy. Jak pisze Burns, akt przywództwa nie zespala „lidera i jego zwolenników we wspólnym i nieprzerwanym dążeniu do wyższego celu”¹⁴. Przywództwo transakcyjne ma charakter doraźny w tym sensie, że przeprowadzone transakcje nie muszą być replikowane. Przykładem definiowania warunków transakcji jest komunikowanie przez polityka korzyści, jakie przypadną w udziale wyborcom w przypadku udzielenia mu mandatu politycznego, lub komunikowanie przez menedżera nagród, które uzyskają pracownicy firmy po zrealizowaniu ambitnego przedsięwzięcia biznesowego. W pierwszej sytuacji najważniejszym elementem kontekstu instytucjonalnego są procedury wyborcze, w drugim przypadku – formalny system zarządzania firmą, strukturalizujący pole przywódczego wpływu i określający najważniejsze przywódcze zasoby (możliwości materialnego wynagradzania). Konfrontując swoje motywacje, cele i zasoby z motywacjami, celami i zasobami podwładnych, przywódca transakcyjny może skutecznie wpływać na proces zaspokajania ich potrzeb, realizując w ten sposób organizacyjne priorytety. Dążeniem przywódcy jest osiągnięcie porozumienia wokół równowagi korzyści obu stron – organizacji i pracowników.

Przywództwo transformacyjne ma odmienną charakterystykę. Po pierwsze, przywódca i zwolennicy wchodzi w trwałą relację, której podstawą jest oddziaływanie przywódcy na emocje, przekonania i postawy zwolenników. Celem przywódcy jest pobudzenie zaangażowania przekraczającego motywacje egoistycznego instrumentalizmu. Po drugie, przywództwo transformacyjne ma charakter procesu, przekształcającego moralną kondycję podmiotów tworzących relację przywódczą. Moralne wartości – rozumiane przez Burnsa jako wartości powiązane z dobrem wspólnoty politycznej – stanowią zarówno przesłankę, jak i konsekwencję tej relacji.

Aby zawiązać stosunek przywództwa transformacyjnego, powinien istnieć jakiś rodzaj wspólnoty wartości, która umożliwia przywódcy skuteczne przekazanie wizji celów opartej na zbiorowym rozumieniu tego, co pożądane i właściwe. Ich mianownikiem jest, zdaniem Burnsa, moralny rozwój wspólnoty. Chociaż cele mogą mieć różny charakter, realizacja musi się wiązać z podniesieniem zwolenników na wyższy poziom zaan-

¹⁴ Tamże, s. 20.

gażowania, rozumienia i moralnych aspiracji. Mając na myśli przywództwo polityczne, Burns pisze: „Celem przywództwa jest zaangażowanie zwolenników, a nie jedynie ich aktywizacja, połączenie potrzeb, aspiracji i celów we wspólnym przedsięwzięciu i w procesie, którego celem jest uczynienie lepszymi obywatelami zarówno przywódców, jak i tych, którzy za nimi podążają.”¹⁵. Podsumowując, podstawową cechą tego typu przywództwa jest transformacja potrzeb, wartości i aspiracji zwolenników, zakładająca przejście od orientacji egoistycznych w kierunku zaangażowania na rzecz dobra wspólnego i wartości moralnych to dobro reprezentujących. Burns twierdzi, nawiązując do psychologicznych koncepcji potrzeb, że przywództwo transformacyjne – w przeciwieństwie do przywództwa transakcyjnego – odwołuje się do „wyższych” potrzeb jednostki, takich jak potrzeba moralnej legitymizacji działań i „uczestniczenia w życiu szerszych zbiorowości”.

Etyczne podstawy modelu Burnsa znajdują mocne uzasadnienie na gruncie normatywnej teorii polityki. Wywodzące się od Arystotelesa rozumienie polityki zakłada nie tylko zabezpieczenie interesów wspólnoty politycznej, związanych z przetrwaniem i sprawnym administrowaniem *polis*, lecz także zapewnienie dobrego, wartościowego życia, opartego na cnotach i wolności¹⁶. Podstawę polityki stanowią nie tyle państwowy przymus i instytucje osławiające partykularne dążenia jednostek, ile cnoty obywatelskie i rozumienie wspólnego dobra. Renesans komunitaryzmu we współczesnej filozofii politycznej – reprezentowany przez takich autorów, jak Amitai Etzioni, Alasdair MacIntyre czy Michael Walzer – w którym podkreśla się znaczenie więzi społecznych i podzielanych przez wspólnotę wartości¹⁷, wyznacza dobrze pasujący do koncepcji Burnsa szerszy kontekst teoretyczny. Aksjologiczna wspólnota, zakorzeniona w kulturze i tradycji, definiuje etyczny horyzont społecznych wyborów, którego pozbawiona jest – przynajmniej w opinii najbardziej radykalnych krytyków liberalizmu – wizja społeczeństwa zatomizowanego, opartego wyłącznie na kontraktualnych zasadach¹⁸. Określa także – jak to zakłada Burns – ramy społecznej roli przywódców. Reprezentują oni wspólnotowe wartości – i są zarazem przez ich autorytet ograniczani.

¹⁵ Tamże, s. 461.

¹⁶ K. von Beyme, *Współczesne teorie polityczne*, Warszawa 2005, s. 38.

¹⁷ A. Etzioni, *Wspólnota responsywna: perspektywa komunitariańska*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie. Wybór tekstów*, przeł. P. Rymarczyk i T. Szubka, Warszawa 2004, s. 190–191.

¹⁸ M. Sandel, *Republika proceduralna i nieuwarunkowana jaźń*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie. Wybór tekstów*, przeł. P. Rymarczyk i T. Szubka, Warszawa 2004.

W tym punkcie dostrzec można istotną różnicę pomiędzy koncepcjami Webera i Burnsa. Posługując się skrótem myślowym, powiemy, że w koncepcji przywództwa charyzmatycznego wspólnotowe wartości pojawiają się jako efekt przywódczej komunikacji, a w koncepcji Burnsa są one zarówno efektem, jak i przesłanką tej komunikacji. Koncepcja Burnsa ma wbudowane normatywne założenia, pozwalające złagodzić paradoks, który w literaturze przywódczej określany bywa „paradoksem Hitlera”. Polega on na braku gwarancji, że komunikacja przywódcza oparta będzie na wartościach, które można opatrzyć pozytywną kwalifikacją etyczną.

Zwróćmy uwagę, że założenie dotyczące integrującej roli wspólnych wartości jako podstawy komunikacji przywódczej, dotyczy tylko wartości dla wspólnoty politycznej podstawowych. Burns nie ignoruje roli podziałów i konfliktów społecznych wyrosłych na gruncie odmiennych dążeń obywateli. Wprost przeciwnie, twierdzi, że stwarzają one zapotrzebowanie na przywództwo transformacyjnego typu; jak pisze Burns, „przywództwo działa jako pobudzająca i inicjująca siła w przekształcaniu rozbieżnych roszczeń, wartości i celów [...]”¹⁹. Pojawia się jednak wątpliwość dotycząca potencjalnego niebezpieczeństwa, jakie transformacyjne przywództwo stwarza dla mniejszości pozostającej – z różnych powodów – poza relacją przywódczego wpływu. Moralna inspiracja uruchomić może proces mobilizacji skierowany nie tylko przeciwko ewentualnym przeciwnikom, lecz także outsiderom. Jak słusznie zauważa Kelley, nie wszyscy obywatele są podatni na argumentację odwołującą się do wyższych potrzeb i transcendentnych, wyidealizowanych celów²⁰. Tym samym przywództwo transformacyjne, które burzy równowagę władzy wewnątrz wspólnoty, może prowadzić – wbrew założeniom Burnsa – do zwiększenia potencjału konfliktowości.

Problem ten, zasygnalizowany w kontekście koncepcji przywództwa transformacyjnego, jest znany przynajmniej od czasów Platona, a we współczesnej myśli politycznej jego rozwiązaniem są stosowane w demokracjach instytucjonalne zabezpieczenia przed tyranią większości: system podziału władzy i konstytucyjne gwarancje praw mniejszości.

Książka Burnsa stała się w latach 80. ważną inspiracją koncepcji z kręgu *New Leadership*. Adaptacja idei przywództwa transformacyjnego na gruncie badań organizacyjnych wiązała się jednak z wyraźną zmianą

¹⁹ J.M. Burns, *Leadership*, s. 38.

²⁰ M. Keeley, *The Trouble with Transformational Leadership: Toward a Federalist Ethic for Organizations*, [w:] J.B. Ciulla (red.) *Ethics, the Heart of Leadership*, Westport, Connecticut, London 2004, s. 159.

akcentów. Po pierwsze, nacisk położono na realizację organizacyjnych celów, a nie moralny rozwój jednostek związanych przywódcą relacją. Po drugie, wysiłek badaczy zwrócony został w stronę specyfikacji empirycznych treści przywództwa transformacyjnego. Są one konceptualizowane jako zbiór zachowań przywódczych i psychospołecznych mechanizmów wpływu, w wyniku których następuje identyfikacja z przywódcą, akceptacja jego wizji i zmiana systemu wartości zwolenników. W przeciwieństwie do tradycyjnych teorii przywódczych, w których dużą wagę przywiązuje się do racjonalnych zachowań, w modelach przywództwa transformacyjnego istotną rolę odgrywają wartości i emocje kształtowane przez zachowania przywódcy zorientowane na kreowanie znaczeń²¹.

Bass i Steidlmeier twierdzą, że etyczne ramy komunikacji przywódczej wyznaczają trzy filary: moralne cnoty przywódcy, etyczna legitymizacja wartości, które są podstawą jego wizji, i etyczny charakter wyborów oraz działań podejmowanych w ramach relacji przywódczej²². Punktem odniesienia jest empirycznie zorientowana wersja przywództwa transformacyjnego, której autorami są Bass i Avolio²³. Na podstawie serii badań przeprowadzonych w grupach zarządzających organizacjami różnego typu – i powtarzanych w różnych kontekstach kulturowych – Bass i Avolio zdefiniowali cztery podstawowe wymiary przywództwa transformacyjnego, proponując jednocześnie narzędzie ich pomiaru²⁴. Są to: (a) wyidealizowana identyfikacja z przywódcą (*idealized influence*); (b) inspirująca motywacja (*inspirational motivation*); (c) intelektualna stymulacja (*intellectual stimulation*), (d) indywidualne podejście (*individualized consideration*). W stosunku do każdego wymiaru Bass i Steidlmeier określają specyficzne kryteria etyczności, definiując we wzajemnej opozycji „autentyczne przywództwo” i „pseudoprywództwo”.

Wyidealizowana identyfikacja z przywódcą oznacza, że przywódca jest postacią wzorcową dla swoich zwolenników. Osobista identy-

²¹ G. Yukl, *An evaluation of conceptual weaknesses in transformational and charismatic leadership theories*, „Leadership Quarterly”, Summer 1999, vol. 10, nr 2.

²² B.M. Bass, P. Steidlmeier, *Ethics, character, and authentic transformational leadership behavior*, [w:] J.B. Ciulla (ed.) *Ethics, the Heart of Leadership*, Westport, Connecticut, London 2004.

²³ B.M. Bass, *Leadership and Performance Beyond Expectations*, New York 1985; B.M. Bass, *A new Paradigm of Leadership: An Inquiry into Transformational Leadership*, Alexandria 1996; B.J. Avolio, *Full leadership development: Building the vital forces in organizations*, Thousand Oaks 1999.

²⁴ Por. B.J. Avolio, *Full leadership development: Building the vital forces in organizations*, Thousand Oaks 1999.

fikacja z przywódcą powoduje, że zwolennicy pragną go naśladować. Przesłanką identyfikacji z liderem jest podziw, szacunek i jego wiarygodność. Bass twierdzi, że cele określone przez przywódcę stają się dla zwolenników ważne, o ile są zgodne z jego wizerunkiem jako członka organizacji²⁵. Zaangażowanie w realizację proponowanych przez przywódcę celów jest efektem wewnętrznych mechanizmów motywacyjnych, a nie zewnętrznych nagród i kar.

Aby nastąpiła wyidealizowana identyfikacja, przywódca powinien zwracać uwagę na potrzeby pracowników, wykazując gotowość poświęcenia – w razie potrzeby – własnych korzyści. Ponadto, przywódca musi się zachowywać konsekwentnie, zgodnie z własnymi deklaracjami. Innym czynnikiem wspierającym wyidealizowaną identyfikację jest poczucie wspólnie ponoszonego ryzyka inicjowanych przez lidera przedsięwzięć. Na identyfikację z przywódcą jako ważny mechanizm przywódczego wpływu wskazują autorzy prawie wszystkich znaczących koncepcji nowego przywództwa²⁶.

Kryteria etycznego przywództwa – wskazane przez Bassa i Steidlmeiera – które odnoszą się do wyidealizowanej identyfikacji, mają charakter zarówno treściowy, jak i motywacyjny. Komunikat przywódczy powinien być oparty na etycznych wartościach, a zarazem pozbawiony elementów manipulacyjnych (na przykład narzucania zwolennikom antagonizującej matrycy poznawczej my–wy). Natomiast pseudotransformacyjni przywódcy są zorientowani na umacnianie władzy i własnej pozycji. Jak twierdzą Bass i Steidlmeier, nie musi się to wiązać z niemoralnymi intencjami – może wynikać z fałszywej oceny własnych kompetencji przywódczych i/lub braku odpowiedzialności.

Inspirująca motywacja obejmuje wachlarz przywódczych zachowań, których istotą jest kształtowanie znaczeń związanych z procesem pracy, a także określanie celów stanowiących dla pracowników inspirujące wyzwania. Inspirująca motywacja zakłada demonstrowanie entuzjazmu i optymizmu, kształtowanie u zwolenników pozytywnego myślenia. Także i w tym przypadku probierzem etycznego przywództwa jest koncentracja na wartościach powszechnie uznawanych za pożądane i etyczne. Szczególne znaczenie ma tu podmiotowe traktowanie zwolenników. Po pierwsze, upodmiotowienie wyklucza jednokierunkową komunikację.

²⁵ B.M. Bass, *Transformational leadership...*, s. 24.

²⁶ B. Shamir, R.J. House, M.B. Arthur, *The motivational effects of charismatic leaders: A self-concept based theory*, „Organization Science” 1993, nr 4; J.A. Conger, R.N. Kanungo, *Charismatic leadership in organizations*, Thousand Oaks 1998.

W ramach asymetrycznej relacji przywódczej zwolennicy powinni mieć możliwość uczestnictwa w rozwijaniu wizji i podejmowaniu decyzji. Po drugie, przywódca powinien się komunikować ze zwolennikami w sposób, który motywuje ich do rozwoju własnego potencjału, przejścia kontroli nad własnym życiem i „doskonalenia świata”²⁷.

Trzecim składnikiem transformacyjnego przywództwa jest **intelektualna stymulacja**, czyli pobudzanie zwolenników do kwestionowania dotychczasowych sposobów myślenia i działania oraz do niezależności i kreatywności. Kryterium etyczności intelektualnej stymulacji konstytuuje otwartość wizji przywódczej, umożliwiająca kulturowe i instytucjonalne transgresje. Narzuca to dyskursywny, otwarty na argumenty i krytykę model komunikacji przywódczej.

Komponent **zindywidualizowanego podejścia**, zawierający działania przywódcze zorientowane na wspieranie zwolenników, zakłada altruistyczną postawę przywódcy – autentyczni przywódcy wspomagają rozwój zwolenników, podczas gdy pseudoprywódcy starają się ich uzależnić.

Etyczne odniesienia przywództwa transakcyjnego

Źródła koncepcji przywództwa transakcyjnego odnaleźć można w socjologicznych i psychologicznych teoriach wymiany. W tej perspektywie relacje przywódcze konceptualizowane są w taki sam sposób, jak inne procesy wymiany: opierają się na swobodzie zawierania kontraktów, kalkulacji korzyści/kosztów i negocjowaniu wzajemnych zobowiązań. Istotnym elementem są procesy percepcji oraz atrybucji tych właściwości uczestników wymiany, które mają wpływ na jej przebieg i rezultaty.

Jako przykład starszych koncepcji przywództwa transakcyjnego wskazać można model E. Hollandera²⁸. Centralną ideą jest tu proces tworzenia kredytu zaufania dla przywódcy, jako rezultatu dokonywanej przez podwładnych oceny wsparcia, jakiego przywódca udziela grupie, oraz respektowania przez przywódcę grupowych norm i wartości. Z drugiej strony stawką wymiany jest legitymizacja władczych dążeń przywódcy, które przekraczają formalne zobowiązania pracowników i ustalone standardy. Kredyt zaufania (*idiosyncrasy credit*), jaki przywódca zyskuje dzięki

²⁷ Por. także J.B. Ciulla, *Leadership and the Problem of Bogus Empowerment*, [w:] J.B. Ciulla (ed.) *Ethics, the Heart of Leadership*, Westport, Connecticut, London 2004.

²⁸ Por. E.P. Hollander, *Conformity, status, and idiosyncrasy credit*, „Psychological Review” 1958, nr 65.

wymianie, oznacza zgodę podwładnych na podporządkowanie, uwarunkowane równowagą uzyskiwanych przez obie strony korzyści. Idiosynkrazyczny charakter kredytu zaufania oznacza przyzwolenie na modyfikację przez przywódcę dotychczasowych norm i rutynowych sposobów działania grupy, a więc jest elementem dynamizującym środowisko organizacyjne.

Podobną konceptualizację przywództwa proponuje diadyczny model wymiany, rozwijany od lat 70. przez grupę badaczy skupionych wokół George'a Graena²⁹. Idea diadycznego definiowania relacji przywódczych, którą odnaleźć można w niektórych klasycznych pracach z dziedziny zarządzania i teorii organizacji – na przykład pracach Ch. Barnarda i H. Simona³⁰ – opiera się na założeniu, że możliwości przywódcze są efektem cyklu interakcji pomiędzy kierownikiem i podwładnym, w trakcie którego obie strony ustalają wzajemne oczekiwania i powinności związane z organizacyjnymi rolami. Uwaga jest skoncentrowana nie na przywódcy, lecz procesie tworzenia się przywódczej relacji, który przechodzi różne fazy. Zaletą koncepcji jest diachroniczne ujęcie procesu wymiany, a także rozszerzenie modelu interakcji przywódca–podwładny na poziom efektów w skali całej organizacji.

W przeciwieństwie do popularnych koncepcji stylów przewodzenia, w diadycznym modelu wymiany efektywne przywództwo jest zjawiskiem grupowym dopiero w końcowej fazie cyklu, jako wynik agregacji efektów wymiany pojawiających się na poziomie indywidualnym. Posiadając ograniczone zasoby, menedżerowie w odmienny sposób strukturalizują swoje relacje z każdym z podwładnych. Z tego punktu widzenia można wyróżnić dwie podstawowe kategorie diadycznych relacji: „wewnętrzne” (*in-group*) i „zewnętrzne” (*out-group*). Pierwszą kategorię tworzą relacje oparte na poszerzonej i negocjowanej definicji roli organizacyjnej pracownika; podstawą relacji należących do drugiej kategorii są formalne obowiązki pracownicze wynikające z umowy o pracę. Podwładni, którzy są zainte-

²⁹ Por. G.B. Graen, J. Cashman, *A role-making model of leadership informal organization: A developmental approach*, [w:] J.G. Hunt, L.L. Larson (ed.), *Leadership frontiers*, Kent 1975; G.B. Graen, M. Uhl-Bien, *Relationship-based approach to leadership: Development of leader-member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level Multi-domain perspective*, „Leadership Quarterly” 1995, vol. 6, nr 2; G.B. Graen, T. Scandura, *Toward a psychology of dyadic organizing*, „Research in Organizational Behavior” 1987, vol. 9. Model ten jest w literaturze określany także jako model LMX (leader-member exchange).

³⁰ Ch.I. Barnard, *Funkcje kierownicze*, Kraków 1997; H.A. Simon, *Administrative Behavior*, New York 1965.

resowani zwiększonym zaangażowaniem na rzecz organizacji, wchodzą w wymianę z przełożonym, inwestującymi w ten proces swoje przywódcze zasoby. Grupa „zewnątrzna” natomiast pozostaje poza procesem budowania przywódczych relacji. Ustanowienie tej relacji może dla pracownika wiązać się ze zwiększonym zakresem odpowiedzialności, większym prestiżem i autorytetem, szerszym dostępem do informacji i procesów decyzyjnych, dodatkowym wynagrodzeniem, korzystnym przydziałem zadań itp. W zamian zwiększona zostaje gotowość podporządkowania przywódcy, lojalność i ponadprzeciętne zaangażowanie na rzecz organizacyjnych zadań. Wymiana ma charakter powtarzalnego samo wzmacniającego się procesu, którego wyniki są korzystne zarówno dla przywódcy, jak i podwładnego. Ważną rolę odgrywa akumulacja wzajemnego zaufania, które stabilizuje i napędza wymianę, a także rodzi zwiększone zobowiązania przywódcy, który dostarcza pracownikowi wsparcia, konsultacji, jest w większym stopniu zorientowany na jego potrzeby i emocje.

Spróbujmy teraz odpowiedzieć na pytanie, w jaki sposób można określić etyczny horyzont przywództwa transakcyjnego. Wyznacza go uniwersalna etyka kontraktu oparta na założeniu swobody decyzyjnej, kalkulacji własnego interesu, wolności zawierania umów i dążeniu do ich dotrzymania.

Etyczne standardy kontraktów odnoszą się do wszelkich relacji, które postrzegane są jako dobrowolne porozumienie zawierane pomiędzy autonomicznymi podmiotami. Za przykład służyć może regulatywna koncepcja warunków kontraktu Kapteina i Wempego³¹. Badacze ci formułują pięć normatywnych zasad; ich przestrzeganie jest niezbędne, aby zabezpieczyć strony kontraktu przed niszczącymi skutkami ograniczeń poznawczych, polegających na fragmentaryczności wiedzy; skutkami oportunistycznego stron kontraktu, czyli „wyrachowanych działaniach, które mają na celu zwodzenie, przeinaczanie i ukrywanie informacji, zaciemnianie prawdy lub innego typu gmatwanie”³², a także skutkami tendencji do niedotrzymywania umów przez strony kontraktu, jeżeli zmienia się sytuacja i związany z tym rachunek korzyści.

Podstawową cechą każdego kontraktu jest jego zobowiązujący charakter. Zdaniem Kapteina i Wempego właściwość ta opiera się na relacji wzajemnych korzyści pomiędzy stronami i wierze w efektywność kon-

³¹ M. Kaptein, J. Wempe, *The Balanced Company. A Theory of Corporate Integrity*, New York 2002.

³² O.E. Williamson, *Market and Hierarchies. Analysis and Antitrust Implication*, New York 1985, s. 47.

traktu³³. Wzajemność korzyści zakłada antycypację zysków, które przypadną w udziale wszystkim stronom kontraktu. Dodatkowym warunkiem jest swoboda zawierania kontraktów (strony muszą być upoważnione do zawierania kontraktu). Efektywność natomiast zależy od skłonności stron do podporządkowania się ustaleniom kontraktu. Wiara w efektywność kontraktu jest więc fundamentalnym warunkiem zawarcia kontraktu oraz jego trwania³⁴. Na podstawie postulatów teorii kosztów transakcyjnych i teorii agencji³⁵ można wyróżnić cztery rodzaje barier zawierania kontraktów i przestrzegania ich ustaleń.

- Przykładem **ograniczeń poznawczych** może być nierozpoznanie korzyści, jakie z kontraktu wynikają dla potencjalnych partnerów. W rezultacie strony nie są w stanie przełożyć własnych interesów na język wiążącej umowy. Ograniczenia poznawcze dotyczyć mogą niewłaściwej percepcji interesów stron kontraktu lub nieporozumień komunikacyjnych.
- **Oszukiwanie *ex-ante*** oznacza różnego typu manipulacje informacjami i ukrywanie prawdziwych intencji podczas porozumiewania się stron przed zawarciem kontraktu, co może także owocować niezawarciem kontraktu ze względu na brak zaufania lub błędną kalkulację korzyści, jakie przypadają stronom w jego następstwie.
- **Wygaśnięcie wiary w efektywność kontraktu** może wynikać z radykalnie zmieniających się warunków, które uniemożliwiają dotrzymanie kontraktu, a które ze względu na poznawcze ograniczenia stron nie zostały przewidziane w treści kontraktu.
- **Oszukiwanie *ex-post* (*defection*)** polega na łamaniu ustaleń kontraktu zgodnie z przewidywaniami odnoszącymi się do zachowań partnera (jako ilustracja służyć może sytuacja dylematu więźnia). Bariery tego typu wynikają z ogólnej tendencji do niedotrzymywania kontraktu, nawet wówczas, gdy nie pojawiają się przesłanki jednoznacznie przemawiające za partykularnymi korzyściami, jakie można uzyskać z oszukiwania.

Kaptein i Wempe formułują pięć normatywnych zasad zawierania kontraktów, które przeciwdziałając wymienionym trudnościom, regulują wzajemne zobowiązania stron kontraktu.

³³ M. Kaptein, J. Wempe, *The Balanced...*, s. 205–208.

³⁴ Zwróćmy uwagę, że odniesienie teorii Kapteina i Wempego do modelu przywództwa transakcyjnego narzuca na ten model przesłankę traktowania wymiany jako efektu kontraktu, którego warunki są nie tylko negocjowane, lecz także *explicite* określone.

³⁵ Por. R.H. Coase, *The nature of the firm*, „*Economica*” 1937, nr 4; O.E. Williamson, *Ekonomiczne instytucje kapitalizmu*, Warszawa 1998.

- W warunkach oportunistycznego i ograniczonej racjonalności stron podstawową zasadą zabezpieczającą równowagę wzajemnych korzyści i wiarę w efektywność kontraktu jest **zasada otwartości**. Zasada otwartości zawiera cztery zasady niższego rzędu: **zasadę transparentności**, która umożliwia stronom zebranie potrzebnych informacji dotyczących interesów i możliwości potencjalnych partnerów, **zasadę prawdomówności (uczciwości)**, która zakłada powstrzymanie się od przeinaczania faktów i oszukiwania, **zasadę wrażliwości** na opinie drugiej strony kontraktu oraz **zasadę gotowości poddania się krytyce lub sankcjom** w sytuacji złamania ustaleń kontraktu.
- **Zasada empatii** wymaga postawienia się w sytuacji partnera w celu lepszego zrozumienia jego interesów i potrzeb. Przestrzeganie zasady empatii umożliwia ocenę rzeczywistych i potencjalnych efektów kontraktu z punktu widzenia pozostałych partnerów, a w związku z tym pozwala uwzględnić tę wiedzę przy zawieraniu i realizacji kontraktu. Zasada empatii jest rozumiana szeroko, także jako aktywne testowanie rozwiązań i ustaleń pod kątem poszerzenia wiedzy na temat potrzeb partnerów.
- **Zasada sprawiedliwości** wymaga pełnej dobrowolności zawierania kontraktu i zgody na jego wszystkie warunki, a także równego traktowania stron. Ma ona szczególne znaczenie w sytuacji znaczącej nierównowagi sił pomiędzy partnerami.
- **Zasada solidarności** nakazuje uwzględnianie potrzeb i praw partnera przy zawieraniu kontraktu, a także powstrzymanie się od renegeacji kontraktu w sytuacji zmiany zewnętrznych warunków, która polepsza potencjalne korzyści, jakie może uzyskać jedna ze stron kontraktu (powinna ona w imię solidarności z drugą stroną kontraktu powstrzymać się od renegeacji kontraktu).
- **Zasada rzetelności** wymaga dotrzymywania w praktyce warunków kontraktu.

Moralne standardy transformacyjnego przywództwa oraz ideał etycznej komunikacji w relacjach menedżerów i przedsiębiorców

W pierwszej części artykułu przedstawione zostały – w kontekście dwóch najważniejszych modeli przywództwa – zagadnienia związane z określaniem etycznych kryteriów przywództwa i przywódczej komunikacji. W drugiej części artykułu zaprezentowane zostaną wybrane wyniki eksploracyjnych badań jakościowych dotyczących moralnych standardów

przywództwa deklarowanych przez organizacyjnych decydentów³⁶. Analiza wykonana została na zbiorze 37 wywiadów z menedżerami wyższego szczebla i 28 wywiadów z przedsiębiorcami, którzy kierują przedsiębiorstwami w różnych rejonach Polski. Jednym z celów projektu było zbadanie standardów moralnych obu grup, formułowanych w kontekście kierowania przedsiębiorstwem. Standardy zostały zrekonstruowane przy wykorzystaniu różnych schematów kodowania zebranego materiału w programie NVIVO8. Zaprezentowane zostaną standardy, które dotyczą dwóch obszarów przywództwa: komunikacji i kierowania zespołami. Zaletą badań eksploracyjnych jest możliwość rekonstrukcji standardów, jakie się pojawiają w przywódczych narracjach, na podstawie wypowiedzi – zarówno opisowych, jak i normatywnych – formułowanych na różnych poziomach ogólności i wyrazistości. Analiza wypowiedzi badanych upoważnia do sformułowania kilku interesujących wniosków, które pozwalają ocenić, w jakim zakresie analityczne modele etycznej komunikacji przywódczej przystają do moralnych przekonań osób występujących w rolach przywódców organizacji gospodarczych.

Moralne standardy komunikacji przywódczej okazały się kategorią standardów najczęściej artykułowanych w wypowiedziach dotyczących stosunków wewnętrznych przedsiębiorstwa (por. tabela nr 1). Zrekonstruowano 5 podstawowych standardów: wszechstronnego informowania o sprawach ważnych dla pracowników i firmy, precyzyjnego i jednoznacznego przekazywania informacji, dialogowego charakteru komunikacji przywódczej, nieinwazyjnego komunikowania się i dążenia do rzetelności komunikatów.

Analiza frekwencyjna ujawniła interesujące różnice pomiędzy grupą menedżerów i przedsiębiorców. Po pierwsze, różnice w częstości artykulacji sugerują, że **ideały etycznej komunikacji przywódczej są mocniej osadzone w moralnym etosie polskich menedżerów niż przedsiębiorców**. Po drugie, **standard dotyczący zakresu informacji jest w obu grupach najczęściej artykułowaną regułą etycznej komunikacji** (prawie dwukrotnie częściej w grupie menedżerów niż w grupie przedsiębiorców). Standard pojawia się w kontekście różnych sytuacji przywódczych:

- komunikowania celów i zadań;
- informowania pracowników o trudnych decyzjach i złej sytuacji firmy;

³⁶ Badania zostały zrealizowane w 2009 roku w ramach projektu badawczego „Etyczne standardy przywództwa organizacyjnego polskich menedżerów i przedsiębiorców”, finansowanego ze środków na naukę w latach 2008–2010 jako grant N N116 1240 35 oraz 2836/02/E-560/S/2009.

Tabela 1. Częstotliwość występowania standardów etycznej komunikacji w wypowiedziach menedżerów i przedsiębiorców³⁷

| Moralny standard [uwzględniono standardy, które sformułowane zostały w co najmniej w pięciu wywiadach] | Grupa menedżerów [N=37] | | Grupa przedsiębiorców [N=28] | |
|--|-------------------------------|----|------------------------------------|----|
| | | % | | % |
| Wszechstronne informowanie o sprawach ważnych dla pracowników i firmy (zakres informacji) | 24 | 65 | 10 | 36 |
| Precyzyjny i jednoznaczny przekaz (jakość komunikatu) | 8 | 22 | 5 | 18 |
| Dialogowy charakter komunikacji | 5 | 14 | 0 | 0 |
| Nieinwazyjny sposób komunikowania się | 5 | 14 | 2 | 7 |
| Dążenie do zapewnienia rzetelności komunikatów i intencja prawdomówności (szczerość i prawdomówność) | 4 | 11 | 4 | 14 |

Źródło: opracowanie własne [wielkości procentowe zaokrąglone].

- komunikowania ocen pracowniczych i decyzji dotyczących istotnych spraw pracowniczych;
- integracji pracowników firmy i budowaniu pozytywnej atmosfery;
- poszukiwania źródeł innowacyjności w firmie;
- reagowania położonego na potrzeby pracowników.

Standard wszechstronnego informowania można sformułować jako **moralny nakaz przekazywania wszelkich informacji niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania firmy i informacji ważnych z punktu widzenia pracowników**. Jest to standard obowiązujący zarówno zarządzającego, jak i podwładnego, choć formułowany jest przede wszystkim w kontekście etycznych powinności menedżera/ przedsiębiorcy. W obu grupach w większości przypadków standard wszechstronnego informowania odnosi się do stylu komunikacji diadycznej (menedżer/ przedsiębiorca – pracownik), a w małym stopniu do rozwiązań organizacyjnych (procedury i formalne normy organizacyjne).

Etyczny przywódca powinien informować pracowników o celach firmy. Uzasadnienia standardu formułowane przez badanych koncentrują się wokół przesłanek etycznych i instrumentalnych. Informowanie o strategicznych celach firmy jest elementem podmiotowego traktowania pracownika, które postrzegane jest w kategoriach etycznych. Ponadto,

³⁷ Uwzględnione zostały tylko standardy formułowane w kontekście relacji wewnętrznych przedsiębiorstwa.

wskazywane są korzyści zarządcze płynące z przestrzegania standardu, takie jak wyższy poziom motywacji pracowników i możliwość zarządzania przez cele.

Po trzecie, znaczącą różnicą pomiędzy menedżerami i przedsiębiorcami jest **brak standardu dialogowego charakteru komunikacji w grupie przedsiębiorców**. Standard ten określa zobowiązanie do bardziej symetrycznego, demokratycznego podziału uprawnień komunikacyjnych w firmie. Jako ilustrację potraktować można następującą wypowiedź jednego z badanych menedżerów:

„Bo u nas to jest taka zasada, że naprawdę każdy pracownik może wejść bezpośrednio do zarządu czy do prezesa, czy do kogokolwiek innego zgłosić tam jakieś swoje uwagi. [...] Oni doskonale o tym wiedzą [pracownicy – przyp. J.S.], naprawdę mogą mi wszystko powiedzieć i że ja oczywiście, jeżeli uznam, że jednak to, co zaproponowaliśmy jest lepsze, to dotąd im będę tłumaczyć, aż się ich przekona” [prezes przedsiębiorstwa średniej wielkości działającego na rynku paliw].

Brak standardu dialogowego charakteru komunikacji w grupie przedsiębiorców uznać należy za interesujący rezultat badawczy. Fakt ten nie może być jednak potraktowany jako wyraźny wskaźnik patriarchalno-autokratycznego stylu kierowania firmą, dominującego, zdaniem niektórych badaczy, wśród polskich przedsiębiorców³⁸. Chociaż częstotliwość artykułowania standardu „partnerski styl kierowania zespołem” jest w obu badanych grupach podobna, brak standardu dialogowego charakteru komunikacji w grupie przedsiębiorców dowodzi, że **rozumienie partnerskiego stylu kierowania zespołem jest wśród menedżerów i przedsiębiorców inne. Dla przedsiębiorców standard partnerskiego stylu kierowania zespołem nie zawiera nastawienia na dialog z pracownikiem**.

Dialogowy wzorzec komunikacji w firmie, formułowany w kategoriach moralnej powinności, w niektórych wypowiedziach jest uzasadniany poprzez wskazanie powiązań z innymi standardami, np. standardem współuczestnictwa.

„Kolejna zasada, jaką przyjmuję – uważam, że też jest to zasada etyczna – to jest zasada, którą można by nazwać zasadą współuczestnictwa. Czyli nikt nie ma monopolu na prawdę i [...] każdy może coś wnieść do działania firmy. Jest to kwestia stworzenia pewnych instytucji – chodzi oczywiście o te instytucje w sensie socjologicznym, czyli sposobów komunikacji, sposobów wypowiedzi, dyskusji, które pozwalają na to,

³⁸ Por. np. B. Glinka, *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*, Warszawa 2008.

żeby dane osoby mogły ten swój wkład w jakiś sposób zaprezentować” [dyrektor firmy świadczącej usługi marketingowe dla firm farmaceutycznych].

Dążenie do zapewnienia rzetelności komunikatów i intencja prawdomówności (szczerłość i prawdomówność) to standard, który nakazuje nie kłamać w kontaktach z innymi pracownikami przedsiębiorstwa i wykazywać dbałość o to, aby przekazywane były sprawdzone informacje. Biorąc pod uwagę ilość przykładów nieuczciwego przekazywania informacji w kontaktach biznesowych, które znaleźć można w relacjach respondentów, szczególnie w grupie przedsiębiorców, istotne wydają się dwie charakterystyki standardu. Po pierwsze, odległe miejsce w hierarchii częstości występowania (zaledwie po 4 wskazania w zbiorach wywiadów z menedżerami i przedsiębiorcami). Po drugie, jest to standard formułowany przeważnie w warunkowy sposób, obudowany zastrzeżeniami ograniczającymi jego obowiązywanie. Przykładowo, jeden z badanych mówi o „pewnym wymiarze prawdomówności”.

[Badacz: Jak wyróżnić człowieka, który w biznesie zachowuje się etycznie, od człowieka, który w biznesie zachowuje się nieetycznie, na czym by te różnice mogły polegać?] „Myślę, że to jest osoba, która jest, znaczy niewątpliwie jest to pewien wymiar prawdomówności, jest to pewien wymiar jasnego oceny sytuacji, więc niezależnie od tego, czy [...] to leży w moim interesie czy nie, i to mówię szczególnie o relacjach wewnątrz firmowych, przy czym oczywiście tu są jakieś elementy typu negocjacje czy jakieś wyższe regulacje, nie wiem jakieś szersze kontrakty, gdzie pewne są wybiegi z definicji, które się stosuje”³⁹ [dyrektor agencji reklamowej].

Obie charakterystyki sugerują, że standard ten, choć formułowany w charakterze postulatu, nie jest powszechnie przestrzegany ani w grupie menedżerów, ani przedsiębiorców.

Drugie interesujące nas zagadnienie, które poddano empirycznej weryfikacji, to nastawienie badanych na specyficzny komponent przywództwa transformacyjnego, jakim jest promowanie wśród pracowników etycznego postępowania poprzez osobiste działania, relacje interpersonalne i dwustronną komunikację. Punktem odniesienia przeprowadzonej rekonstrukcji etycznych standardów transformacyjnego przywództwa

³⁹ Zwraca uwagę trudność, z jaką badany formułuje ograniczenia standardu szczerości i prawdomówności. Jest to prawdopodobnie wynik siły oddziaływania aprobaty społecznej, jaką cieszy się ten standard w odniesieniu do relacji wewnętrznych w przedsiębiorstwie.

uczyniono badania Browna i Treviño⁴⁰, którzy analizowali pogłębione wywiady z członkami zarządów amerykańskich organizacji gospodarczych i menedżerami odpowiedzialnymi za przestrzeganie etycznych zasad korporacji. Podstawowym celem była rekonstrukcja sylwetki etycznego przywódcy – w kategoriach charakterystycznych zachowań, cech i motywów. W badaniach Browna i Treviño połowa respondentów twierdziła, że etyczny przywódca podejmuje działania mające na celu modelowanie cech i zachowań podwładnych, a spośród czterech podstawowych kategorii, do jakich zaklasyfikowano poszczególne wątki wypowiedzi respondentów, kategoria „etyczne działania i cechy widoczne dla otoczenia” należy do najliczniejszych. Etyczny przywódca jest przywódcą transformacyjnym w tym sensie, że ustanawiając w środowisku organizacyjnym etyczne standardy, podejmuje działania mające na celu przyswojenie tych standardów przez osoby, którymi kieruje i z którymi współpracuje.

Okazało się, że etyczne standardy przywództwa transformacyjnego są także obecne w relacjach polskich menedżerów, a także – choć zdecydowanie słabiej – wśród przedsiębiorców. **Badani przedsiębiorcy znacznie rzadziej definiują etyczny ideał przywództwa w kategoriach powinności wobec moralnych postaw pracowników** (43,2% badanych menedżerów i tylko 17,8% badanych przedsiębiorców). Analiza treści zrekonstruowanych standardów pozwoliła sformułować dwa ogólne wnioski.

Po pierwsze, w grupie menedżerów podstawą etycznego przywództwa jest komunikowanie pracownikom wartości i standardów obowiązujących w firmie oraz dawanie świadectwa tym wartościom przez kadrę menedżerską (por. tabela nr 2). W grupie przedsiębiorców nie rysuje się żaden wyraźny wzór w tym zakresie.

Po drugie, etyczny ideał transformacyjnego przywództwa różni się w obu grupach ze względu na złożoność artykulacji. W wypowiedziach przedsiębiorców pojawia się w większości przypadków jako standard pojedynczy; w wypowiedziach menedżerów częściej jako standard podwójny lub nawet potrójny. W grupie menedżerów, którzy formułowali standardy odnoszące się do transformacyjnego przywództwa, zostało wyartykułowanych 27 standardów (1,69 standardu na jeden wywiad); w grupie przedsiębiorców tylko 6 standardów (średnia=1,2). Potwierdza to sformułowany w pierwszym punkcie wniosek – etyczny ideał przywództwa transformacyjnego jest znacznie głębiej osadzony w poglądach moralnych menedżerów niż przedsiębiorców.

⁴⁰ M.E. Brown, L.K. Treviño, *Ethical leadership: A review and future directions*, „The Leadership Quarterly” 2006, nr 17.

Tabela 2. Treść standardów przywództwa transformacyjnego

| Etyczny przywódca powinien: | M [N=16] | P [N=5] |
|---|-------------|------------|
| komunikować pracownikom etyczne wartości i standardy, które obowiązują w firmie, dbając o jednoznaczność i efektywność przekazu | 10 | 1 |
| być przykładem przestrzegania wartości i standardów etycznych, które obowiązują w firmie | 10 | 2 |
| być przykładem cnót i zachowań, które są uznane za społeczny wzorzec moralności | 2 | 2 |
| wykorzystywać środki kierowania (np. polecenia, organizacyjne nagrody i kary) w celu motywowania pracowników do przestrzegania etycznych standardów | 2 | 1 |
| nie powinien tolerować nieetycznych zachowań | 3 | 0 |

Źródło: badania własne [N = liczebność wywiadów, w których sformułowane zostały etyczne standardy transformacyjnego przywództwa].

Podsumowanie

Skuteczność nie jest uważana za jedyną miarę przywódczego oddziaływania. W badaniach przywództwa organizacyjnego dostrzec można w ostatnich dekadach wyraźne zainteresowanie etycznymi wymiarami przywódczego wpływu i komunikacji. Jak pisze J.B. Ciulla: „Przywódcstwo to nie osoba, ani stanowisko. To splot moralnych relacji pomiędzy ludźmi, opartych na zaufaniu, wzajemnych zobowiązaniach, zaangażowaniu, emocjach i podzielanej wizji wspólnego dobra”⁴¹. Problem etycznych standardów przywództwa poruszany jest zarówno na płaszczyźnie badań empirycznych, jak i normatywnych modeli. Zwykle rozpatrywane są trzy wymiary etycznego przywództwa: realizowane cele, wykorzystane środki i cechy, które posiada przywódca. Wymiarów tych nie można traktować substytutynie. Przykładowo, szlachetne cele przywódcy nie mogą usprawiedliwiać nieszlachetnych środków. Następuje także zmiana akcentów w normatywnych modelach przywództwa. Podkreśla się, że przywództwo w XXI wieku musi być oparte na dialogu i współuczestnictwie. Z drugiej strony rodzą się pytania, czy w świecie polityki i biznesu, którymi rządzi

⁴¹ J.B. Ciulla, *Introduction*, [w:] J.B. Ciulla (ed.) *Ethics, the Heart of Leadership*. Westport, Connecticut, London 2004, s. XV.

niepodzielnie imperatyw skuteczności, modele etycznego przywództwa mają szansę pełnej instytucjonalizacji.

W artykule zostały omówione próby wskazania etycznych podstaw dwóch najbardziej popularnych modeli przywództwa: transformacyjnego i transakcyjnego. W charakterze empirycznego uzupełnienia zaprezentowano także częściowe wyniki badań standardów moralnych polskich menedżerów i przedsiębiorców. Upoważniają one do sformułowania ogólnego wniosku. W przekonaniach menedżerów i przedsiębiorców przywództwo ma swój wymiar moralny, choć w obu badanych grupach występują różnice w wyobrażeniach na ten temat. W postawach menedżerów znacznie silniej zakorzeniony jest ideał przywództwa transformacyjnego, oparty na komunikowaniu pracownikom wartości i standardów etycznych, a także demonstrowaniu przywiązania do tych wartości przez kadrę zarządzającą. Wyraźniej zaznaczone są także standardy etycznej komunikacji, w szczególności dotyczące zakresu informowania pracowników i dialogowego charakteru tego procesu.

STRESZCZENIE

W artykule podjęte zostały dwa zagadnienia. Po pierwsze, zaprezentowano etyczne aspekty komunikacji przywódczej w kontekście dwóch ogólnych modeli: przywództwa transformacyjnego i transakcyjnego. Po drugie, przedstawione zostały częściowe wyniki badań standardów etycznych, którymi kierują się kierownicy wyższego szczebla i przedsiębiorcy. Analizę wykonano na zbiorze 37 wywiadów z menedżerami wyższego szczebla i 28 wywiadów z przedsiębiorcami, którzy kierują przedsiębiorstwami w różnych rejonach Polski. Za pomocą kodowania wypowiedzi badanych zrekonstruowano etyczne standardy dotyczące przywództwa transformacyjnego i komunikacji przywódczej. Stwierdzono różnice pomiędzy standardami artykułowanymi w obu badanych grupach. W grupie menedżerów znacznie silniej zakorzeniony jest ideał przywództwa transformacyjnego oparty na komunikowaniu pracownikom wartości i standardów etycznych, a także demonstrowaniu przywiązania do tych wartości przez kadrę zarządzającą. Wyraźniej zaznaczone są także standardy etycznej komunikacji, w szczególności dotyczące zakresu informowania pracowników i dialogowego charakteru tego procesu.

Jerzy Szczupaczyński

THE ETHICAL DIMENSION OF LEADERS' COMMUNICATION

In the article two issues are taken into consideration. First, the ethical aspects of leaders' communication are discussed in the context of two general models of leadership: transformational and transactional. Second, the partial results of the analysis of are ethical standards followed by Polish CEO's and entrepreneurs are presented. The qualitative analysis was based on a sample of interviews with 37 CEO's and 28 entrepreneurs, who manage middle and large sized companies located in different regions of Poland. Ethical standards were reconstructed regarding the transformational leadership and the leaders' communication. The intergroup differences have been uncovered. In the CEOs' group the ideal of transformational leadership, based on a sense of obligation to communicate moral values and ethical standards, was much more rooted, as well on the employee role-modeling of ethical conduct through visible adherence to ethics. The standards of the ethical mode of communication were more evident in the CEOs' group than in *entrepreneurs*, especially as far as the scope and the 'dialogic' way of communication are concerned.

KEY WORDS: *transformational leadership, transactional leadership, ethical standards of leadership*

Urszula Kurcewicz

Programowanie neurolingwistyczne – NLP. Zarys zjawiska, kontrowersje, potencjalne implementacje polityczne

SŁOWA KLUCZOWE:

*programowanie neurolingwistyczne, NLP, manipulacja,
komunikacja polityczna*

Koniec XX wieku przyniósł zainteresowanie nowymi metodami wywierania wpływu na człowieka. Jednym z kierunków, który wzbudzał u jednych fascynację, a u innych zdecydowaną krytykę, było programowanie neurolingwistyczne – NLP.

Choć w swoich założeniach NLP stanowiło nowatorską formę psychoterapii, stało się polem oddziaływań na ludzką świadomość w innych sferach życia – pedagogice, biznesie, reklamie. W Polsce nurt NLP stał się również popularny szczególnie w postaci treningów kształtowania i podnoszenia różnych kompetencji psychicznych jednostek. Założenia teoretyczne modelu NLP pobudzają także rozważania na temat możliwości wykorzystania technik NLP w sferze wywierania wpływu na społeczeństwo w procesie komunikacji politycznej.

Za prekursorów programowania neurolingwistycznego NLP (z ang. *neuro-linguistic programing*) uznaje się Johna Thomasa Grindera i Richarda Bandlera, którzy na początku lat siedemdziesiątych XX wieku podjęli badania nad modelem komunikowania i technikami zmiany osobistej stosowanymi przez uznanych amerykańskich psychoterapeutów.

John Thomas Grinder jako absolwent Wydziału Psychologii Uniwersytetu w San Francisco prowadził w latach sześćdziesiątych ubiegłego wieku badania z zakresu lingwistyki. W młodości pracował dla Central-

nej Agencji Wywiadowczej (CIA) w Europie. Tytuł doktora językoznawstwa uzyskał w 1971 r. na Uniwersytecie Kalifornijskim w San Diego. Jego dysertacja doktorska *On Deletion Phenomena In English* ukazała się w 1976 r. Kolejno zatrudniony był w Kresge College na stanowisku młodszego asystenta profesora lingwistyki Gregory'ego Batesona. Podczas pracy na Wydziale Lingwistyki Uniwersytetu Kalifornijskiego w Santa Cruz zaczął współpracę z ówczesnym studentem psychologii Richardem Bandlerem.

Richard Wayne Bandler urodził się w New Jersey, dorastał natomiast w Kalifornii w okolicy San Francisco. Jako nastolatek został zatrudniony przez psychiatrę Roberta S. Spitzera, prowadzącego wydawnictwo Science & Behavior Books w Palo Alto. Do obowiązków młodego Bandlera należało m.in. przygotowywanie nagrań magnetofonowych i video dla warsztatów terapeutycznych Spitzera. Bandler początkowo studiował w Foothill College w Altos Hills, a następnie rozpoczął naukę w Uniwersytecie Kalifornijskim w Santa Cruz, uczęszczając na kursy filozofii, matematyki i informatyki. Kolejno jego zainteresowanie przeniosło się na nauki badające ludzkie zachowania¹. Opiekun Bandlera Spitzer w 1969 r. zajął się wydaniem prac twórcy terapii Gestalt Fritza Perlsa, który w rok później niespodziewanie zmarł. Notatki, zapisy wykładów oraz nagrania filmów z sesji terapii Gestalt prowadzonej przez Perlsa zostały powierzone do opracowania Bandlerowi. Prace te stały się inspiracją dla działalności eksperymentalnej Bandlera – wówczas studenta wyższego rocznika studiów z uprawnieniami do prowadzenia ćwiczeń dla studentów. W 1972 r. Bandler zorganizował ćwiczenia nastawione na analizę oddziaływania terapeutycznego teorii Gestalt w ramach grupy. Superwizorem jego zajęć akademickich w Kresge College został Grinder i od tego momentu zaczęła się ich kooperacja prowadząca do stworzenia pierwszych modeli programowania neurolingwistycznego.

Współpraca J. Grindera i R. Bandlera zakończyła się w latach osiemdziesiątych XX wieku. Od 1996 r. toczył się proces o prawa autorskie do nazwy i stworzenia założeń NLP, zakończony w 2001 r. ugodą, w wyniku której obaj zostali uznani za równoprawnych współtwórców programowania neurolingwistycznego. Grinder kolejno współpracował z Judith DeLozier, Michaeliem McMasterem i Genie Laborde, koncentrując się głównie na zastosowaniu modeli NLP w świecie biznesu. Zainteresowania Bandlera skoncentrowały się natomiast na zmianie przekonań jed-

¹ W. Walker, *Przygoda z komunikacją*, Gdańsk 2001, s. 20–21.

nostki pod wpływem tzw. stanu dezorientacji. Wyniki tych badań opisane zostały w książkach: Steva i Connirae Andreasów oraz samego Bandlera².

Założenia teoretyczne programowania neurolingwistycznego

Teoretyczne podstawy NLP powstały pod wpływem prac i teorii stworzonych przez Gregory'ego Batesona, Noama Chomsky'ego, Karla H. Pribrama, Eugene Galantera, Georga A. Millera, Alberta Bandurę oraz Alfreda Korzybowskiego.

Koncepcje opiekuna naukowego Grindera, antropologa kultury Gregory'ego Batesona, silnie oddziaływały na powstające w latach siedemdziesiątych XX w. modele NLP. Jego systemową koncepcję komunikacji i cybernetyczną teorię poznania odnajdujemy u podstaw modelu komunikacyjnego NLP. Biorąc pod uwagę fakt, że początkowo NLP rozwijało się jako forma psychoterapii, należy wspomnieć, że to właśnie Bateson stworzył koncepcję podwójnego wiązania jako czynnika schizofreniogenego. Prace nad tymi teoriami prowadziła tzw. grupa Palo Alto powstała w wyniku współpracy Batesona z chemikiem Johnem H. Weaklandem oraz psychiatrami Williamem F. Fry'em i Jayem Halleyem oraz Don D. Jacksonem. Podejście grupy Palo Alto było kontynuowane w badaniach założonego w listopadzie 1958 r. przez Jacksona, Julesa Riskina i Virginie Satir Mental Research Institute (MRI), mającego siedzibę również w miejscowości Palo Alto w Dolinie Krzemowej. Celem prac badawczych MRI przeprowadzanych na bazie modeli cybernetycznych było diagnozowanie i leczenie dolegliwości psychicznych³.

W badaniach lingwistycznych Grinder inspirował się dorobkiem naukowym Avrama Noama Chomsky'ego współtwórcy wraz Morrisem Hallem teorii gramatyki transformacyjno-generatywnej. Chomsky przedstawił wyniki badań w książce *Zagadnienia teorii składni*⁴. Rozróżnienie Chomsky'ego między poziomami języka mówionego: poziomem powierz-

² C. Andreas, S. Andreas, *Serce umysłu: jak przewyciężyć trudności, z którymi borykamy się na co dzień?* Gdańsk 2001; C. Andreas, S. Andreas, *Submodalności: niezwykła droga do Twojego umysłu*, Gliwice 2009; S. Andreas, *Przebudowa twojego ja: stań się tym kim pragniesz*, Wrocław 2003; R. Bandler, *NLP twoich zmysłów*, Gliwice 2009; R. Bandler, *Magia w działaniu: sesje NLP Richarda Bandlera*, Gliwice 2008.

³ Szerzej prace Batesona, grupy Palo Alto i MRI omawia W. Walker w pracy *Przygoda z komunikacją...*, s. 46–83.

⁴ N. Chomsky, *Zagadnienia teorii składni*, Wrocław 1982.

chownym i głębokim odzwierciedliło się w stworzeniu tzw. Meta Modelu Grindera i Bandlera.

Koncepcje Grindera i Bandlera w dużej mierze opierają się o model Test–Operacja–Test–Wyjście (T.O.T.E. z ang. *Test-Operate-Test-Exit*) stworzony przez Georga A. Millera, Eugene’a Galantera i Karla H. Pribrama i przedstawiony w książce *Plany i struktura zachowania*. Według ich teorii motywacji motyw składa się z dwóch niezależnych części, są to wartości odnoszące się do obrazu i intencje odnoszące się do planu. Obrazy stanowią całość zgromadzonej wiedzy jednostki o samej sobie i o otaczającym ją świecie. Plany natomiast to hierarchiczne procesy zachodzące w organizmie wykonywane na podstawie sekwencji operacyjnych. Aktualizacja i weryfikacja prawidłowości planów pochodzi od obrazów, gdyż zmiany w planach mogą pojawiać się tylko w następstwie informacji dostarczanych przez obrazy. Podstawową jednostką, na podstawie której człowiek buduje zarówno plany, jak i obrazy, jest model T.O.T.E. W fazie pierwszej (Test) dane porównywane są z posiadaniem przez jednostkę standardem, jeśli występuje niezgodność, to następuje aktywność, czyli faza druga (Operacja). W fazie trzeciej (Test) sprawdzane jest, czy aktywność wywołała stan przywrócenia zgodności ze standardem. Jeśli tak jest, to następuje ostatnia faza (Wyjście). Jeżeli natomiast zgodność nie nastąpiła, to jednostka powraca do fazy drugiej (Operacji), czyli podjęcia innej formy aktywności⁵.

Kolejnym źródłem inspiracji dla twórców NLP była teoria uczenia się Alberta Bandury. Jej założenia Grindera i Bandlera przeniesli na proces modelowania, który w programowaniu neurolingwistycznym zajmuje kluczowe miejsce. Według Bandury człowiek uczy się nie tylko poprzez warunkowanie reaktywne i warunkowanie sprawcze, lecz także poprzez obserwowanie zachowań innych jednostek. Proces uczenia w tej koncepcji obejmuje cztery etapy: skierowanie uwagi na kluczowe elementy tego, co ma zostać przyswojone, zapamiętanie obserwowanego zachowania, powtórzenie zaobserwowanego zachowania, wykształcenie się motywacji i chęci do powtarzania danego zachowania⁶.

Warto również wspomnieć o niearystotelesowskim systemie semantyki ogólnej Alfreda Korzybskiego opisanym w pracy z 1933 r. *Science and Sanity: an Introduction to Non-aristotelian System and General Semantics* jako o teorii przejętej przez NLP. Główną myślą książki był teza, że wiedza ludzka i jej przekazywanie są ograniczone, z jednej strony przez strukturę

⁵ G.A. Miller, E. Galanter, K.H. Pribram, *Plany i struktura zachowania*, Warszawa 1980.

⁶ A. Bandura, *Teoria społecznego uczenia się*, Warszawa 2007.

systemu nerwowego człowieka, a z drugiej przez strukturę języka. Z teorii Korzybskiego Grinder i Bandler przejęli również porównanie ludzkiego poznania do tworzenia mapy rzeczywistości⁷.

Tworząc pierwsze modele NLP, Grinder i Bandler korzystali z doświadczeń i obserwacji pracy terapeutycznej trzech amerykańskich terapeutów: twórcy szkoły terapeutycznej Gestalt Fritza Perlsa, Virginii Satir zajmującej się terapią rodzin oraz hipnoterapeuty Milтона H. Ericksona. Studiując przebieg sesji terapeutycznych, Grinder i Bandler dążyli do zidentyfikowania metod stosowanych podczas terapii, starali się wyodrębnić wzorce językowe terapeutów i ułożyć je w system komunikacyjny wywołujący zmiany u pacjentów.

Jak już zostało wspomniane, z dorobkiem pochodzącego z Niemiec psychiatry i psychoanalityka F. Perlsa Bandler zaznajomił się pośrednio z notatek, zapisów wykładów i nagrań magnetofonowych i video. Perls – twórca technik psychoterapii Gestalt – w centrum uwagi umieścił spotkanie i interakcje między terapeutą a pacjentem. Perls już w latach czterdziestych XX w. prezentował krytyczny stosunek do psychoanalizy opartej na pracach Zygmunta Freuda. W pracy, mającej stanowić rewizję psychoanalizy, pod tytułem *Ego, głód i agresja* nakreślił ramy psychologii Gestalt. Cechą charakterystyczną terapii Gestalt jest przywiązanie wagi do tego, co dzieje się w czasie terażniejszym – skupieniu się na doświadczanych emocjach oraz doznaniach zmysłowych. Terapia Gestalt dąży do poszerzania wglądu w przyczyny aktualnych problemów. Perls uważał, że każdy organizm zmierza do osiągnięcia stanu pełnej funkcjonalności (Gestaltu). Z terapii Gestalt twórcy NLP przejęli główne techniki terapeutyczne, opierające się na tzw. dialogu egzystencjalnym między terapeutą i pacjentem. Podczas terapii pacjent ma się nauczyć rozpoznawania własnych emocji i sposobów, w jaki powstają. Swoje koncepcje Pearls testował, pracując w pierwszej grupie terapeutycznej Gestalt, w skład której weszli m.in. Elliot Shapiro, Paul Weisz, Isadore Fromm i Paul Goodman. Wynikiem tej współpracy było opublikowanie książki *Gestalt Therapy. Excitement and Growth In Human Personality (Terapia Gestalt. Pobudzenie i wzrost w ludzkiej osobowości)*⁸.

Z poglądu Perlsa, iż celem psychologii i psychoterapii nie jest objaśnianie sposobów powstawania zachowań, lecz raczej powinno być udzie-

⁷ A. Korzybski, *Science and Sanity: an Introduction to Non-Aristotelian System and General Semantics*, New York 2000.

⁸ W. Walker, *Przygoda z komunikacją...*, s. 92–120. Szerzej: J. Mellibruda, *Teoria i praktyka terapii Gestalt*, Warszawa 2009; G. Houston, *Gestalt: terapia krótkoterminowa*, Gdańsk 2006; S. Ginger, *Gestalt: sztuka kontaktu*, Warszawa 2004.

lanie pomocy w osiągnięciu samopoznania, zaspokojenia i samodzielności, Grinder i Bandler uczynili jeden z podstawowych filarów NLP. Wzorując się na grupach Perlsa, Grinder i Bandler zaczęli prowadzić pierwsze grupy Gestalt na Uniwersytecie Kalifornijskim. W okresie tym stosowali tzw. modelowanie czyli proces, „w którym głównie chodzi o to, by nauczyć się, jak specyficzne zdolności jednego człowieka przekazać drugiemu, żeby ten mógł je praktycznie wykorzystać. To proces, w którym najpierw wybiera się odpowiednie wzorce, a później, podczas przedstawiania interesujących zachowań, analizuje się je systematycznie oraz wnikliwie i zadaje pytania. W końcowej fazie za pomocą pokazów modelowych określa się podstawowe reguły oraz wzorce zachowań i naśladuje się je, testując ich oddziaływanie”⁹.

W 1972 r. poprzez swojego opiekuna Spitzera, Bandler poznał pracującą wówczas w MRI terapeutkę zajmującą się problemami występującymi w rodzinie, Virginie Satir. Przez kolejne dwa lata Bandler uczestniczył w jej szkoleniach i warsztatach, rejestrując je na taśmach magnetofonowych i video. Satir, twórczyni Terapii Całej Rodziny, w swojej pracy terapeutycznej łączyła tezy psychologii humanistycznej i komunikacyjno-teoretyczne koncepcje grupy Palo Alto. Prowadzona przez nią terapia rodzin miała charakter systemowy i stanowiła próbę znalezienia zależności między częścią procesów intrapsychicznych a komunikacją. W stosunkach ludzkich – według Satir – zasadą podstawową było uznanie szacunku dla samego siebie i dla innych za priorytet. Podkreślała istnienie wzajemnych międzyludzkich zależności i niemożności uniknięcia przez jednostkę wchodzenia w relacje z innymi ludźmi. Zgodnie z założeniami grupy Palo Alto odrzucała hierarchiczny model kary i nagrody dla modelu wzrostu mówiącego, że człowiek dorastający i żyjący w pozytywnych i wspierających wzrost warunkach, jest zasadniczo dobry, kreatywny i w serdecznych relacjach z otoczeniem. Pod pojęciem kompleksowości własnego „ja” rozumiała ciągle zmieniające się, dynamiczne współgranie różnych płaszczyzn egzystencji człowieka: intelektualnej, duchowej, emocjonalnej, cielesnej, społecznej itp. Płaszczyzny te powinny być utrzymywane w stanie ciągłej równowagi¹⁰.

Ważne miejsce wśród koncepcji Satir zajmowało pojęcie własnej wartości, obejmujące wszystkie uczucia, których człowiek doznaje w ciągu życia wobec samego siebie. Źródła większości problemów egzystencjalnych upatrywała w niskiej samoocenie jednostek, która w wielu przypad-

⁹ W. Walker, *Przygoda z komunikacją...*, s. 25.

¹⁰ Tamże, s. 137–142.

kach wpływała z wzorców komunikacyjnych powielanych w rodzinach. Komunikację rozumiała jako kompleksowe procesy interakcji, które przyczyniają się do uwypuklenia danych aspektów wiadomości (komunikatu), kiedy inne aspekty pozostają mniej widoczne. Każdy komunikat, który człowiek odbiera, kształtowany jest przez jego oczekiwania, wartości i doświadczenia. Brak powszechnej świadomości złożoności procesu komunikacji był – według Satir – źródłem nieporozumień w stosunkach międzyludzkich. Celem stosowanej przez Satir Terapii Całej Rodziny miało być zbudowanie między członkami rodziny komunikacji zawierającej cykle komunikacyjne zwrotnie sprzężone¹¹.

Kwestią podejmowaną przez Satir, a będącą przedmiotem zainteresowania Grinder i Bandler, był problem komunikacji niespójnej prowadzącej do dużej części zaburzeń w relacjach interpersonalnych. Niespójność komunikacji Satir wyjaśniała jednak na innej płaszczyźnie niż sprzeczne komunikaty werbalne i niewerbalne z uznaniem większej prawdziwości informacji płynącej z tych ostatnich. Satir opracowała typologię niespójnych form komunikacji, wyróżniając sposób komunikacji i odpowiadający mu sposób zachowania niewerbalnego: „winowajcy”, „oskarżyciela”, „racjonalisty” i „odwracającego uwagę”. Postawom błędnej, niespójnej komunikacji Satir przeciwstawiła wzorec płynnej formy reakcji, w której wszystkie aspekty komunikowania są ze sobą spójne¹².

Ostatnim terapeutą, którego metody Grinder i Bandler poddali obserwacji, był Milton H. Erickson, prezes i założyciel Amerykańskiego Towarzystwa Hipnozy Klinicznej, który w swojej pracy koncentrował się na wzorcach komunikacyjnych wywołujących u pacjentów zmiany. Erickson wywarł istotny wpływ na opracowanie tzw. krótkoterminowych strategii terapeutycznych praktykowanych w Mental Research Institute oraz na późniejszą stosowaną w NLP tzw. komunikację, powodującą efektywne zmiany problematycznych wzorców zachowań i przeżyć.

Erickson uznawał każdą jednostkę za niepowtarzalną – zatem w kwestii psychoterapii twierdził, że powinna zawsze być ona indywidualnie dopasowana do potrzeb jednostki. Konsekwencją tego podejścia było odrzucenie przez Ericksona funkcjonujących teorii osobowości. Erickson łamał również zasadę niewchodzenia terapeuty w relacje z pacjentami. Jedną z głównych zasad jego psychoterapii było tzw. wykorzy-

¹¹ R. Bandler, J. Grinder, V. Satir, *Zmieniamy się wraz z rodzinami. O zdrowej komunikacji*, Gdańsk 1999, s. 73–86.

¹² S. Andreas, *Jak pracowała Virginia Satir. Zapis sesji terapeutycznej z komentarzem*, Gdańsk 2001, s. 16–52.

stanie, czyli nawiązanie do systemu przekonań wartości i oczekiwań, z którymi pacjent przychodził na terapię. Podczas sesji terapeutycznych Erickson starał się również dopasować język werbalny i mowę ciała do zaprezentowanych przez pacjenta w celu nawiązania z nim głębokiego kontaktu.

Erickson odrzucał założenie Freuda, że świadomy wgląd w przyczyny zaburzenia psychicznego był jedyną drogą jego uzdrowienia. Erickson dążył do uzyskania kontroli nad pacjentem tak, aby pacjent poddał się jego przewodnictwu. Poglądy Ericksona na temat nieświadomości były również przeciwieństwem panujących w jego czasach. Według niego nieświadomość przewyższa ludzką świadomość pod względem orientacji i mądrości, a człowiek powinien jej zaufać i oczekiwać po niej wielu korzyści. Za Ericksonem Grinder i Bandler przejęli do NLP myśl, że nieświadomość człowieka to głównie procesy psychofizyczne, zachodzące poza świadomą uwagę jednostki. Procesy te widoczne są w mimowolnych ruchach, jak i w doborze słów i składni dokonywanych przez ludzi w określonych sytuacjach. Ich obserwacja zatem miała dostarczać terapeutcie informację o nieświadomie podejmowanych przez pacjenta decyzjach. Erickson uważał za szkodliwe zgłębianie negatywnych przeżyć z przeszłości jako stanowiących barierę w koncentrowaniu się ludzi na rozwiązywaniu ich aktualnych problemów. Erickson chciał mieć wpływ na pacjentów, by prowadzić ich w działaniu, mającym na celu rozwiązanie ich problemów. Celem jego zabiegów terapeutycznych była bezpośrednia zmiana ich symptomatycznego zachowania i przeżycia¹³.

Pod wpływem Ericksona w latach siedemdziesiątych XX w. Grinder i Bandler obok grup terapii Gestalt i grup Meta Modelu, zaczęli organizować spotkania poświęcone zmianom terapeutycznym i komunikacji hipnotycznej. Wyniki prac z tego okresu opublikowali w trzech kolejnych pracach: *Struktura magii część 1 i 2*, *Z żab w książniczki. Jak za pomocą słowa przeobrazić siebie i swoje życie*¹⁴.

¹³ Szerzej: J. Zeig, *Spotkania z Ericksonem: niezwykły człowiek, niezwykła terapia, strategiczna terapia krótkoterminowa*, Gdańsk 1997; J. Haley, *Niezwykła terapia: techniki terapeutyczne Miltona H. Ericksona. Strategiczna terapia krótkoterminowa*, Gdańsk 1995.

¹⁴ R. Bandler, J. Grinder, *Struktura magii. Kształtowanie ludzkiej psychiki czyli więcej niż NLP, część I*, Gliwice 2008; R. Bandler, J. Grinder, *Struktura magii. Kształtowanie ludzkiej psychiki czyli więcej niż NLP, część II*, Gliwice 2008; R. Bandler, J. Grinder, *Z żab w książniczki. Jak za pomocą słowa przeobrazić siebie i swoje życie*, Gdańsk 1995.

Podstawowe założenia programowania neurolingwistycznego jako procesu komunikowania

Nadanie nazwy *programowanie neurolingwistyczne* – NLP – nowemu podejściu do procesu komunikowania miało nastąpić dopiero wiosną 1976 r. już po stworzeniu podstawowych składników NLP. W literaturze przedmiotu zdarzenie to najczęściej relacjonowane jest jako wielogodzinna burza mózgow Grindera i Bandlera. Joseph O'Connor i John Seymour opisują historię powstania nazwy NLP następująco: „...w chacie gdzieś wśród wzgórz w okolicy Santa Cruz, John i Richard układali w jedną całość wszystkie spostrzeżenia i odkrycia, których dokonali. Pod koniec trzydziestosześciodzinnej maratony, siedząc przy butelce czerwonego kalifornijskiego wina, zadali sobie pytanie: «I jak my to teraz nazwiemy?» Określili to programowaniem neurolingwistycznym”¹⁵.

W nazwie NLP zawarte są trzy idee. Część *neuro* NLP wyraża podstawowe założenie Grindera i Bandlera, iż wszystkie nasze zachowania wpływają z naszych neurologicznych procesów widzenia, słyszenia, węchu, smaku oraz dotyku i uczuć. Świat odbierany jest przez jednostkę dzięki pięciu zmysłom, następnie nadaje ona tym informacjom określony sens i w efekcie podejmuje do tego stosowne działania. Równie ważna jest obserwacja, iż system nerwowy człowieka obejmuje zarówno niewidzialne procesy myślowe, jak i widoczne, fizjologiczne reakcje na idee i wydarzenia. Te drugie stanowią odzwierciedlenie pierwszych na poziomie fizycznym. W podręcznikach nastawionych na masowego odbiorcę NLP idea pierwszego składnika NLP została bardzo uproszczona np. Sue Knight podaje następujące wyjaśnienie: „Neuro – w drodze coraz lepszego uświadamiania sobie wzorów obecnych w naszym myśleniu możemy nauczyć się, w jaki sposób wywierają one wpływ na wyniki pracy czy sukcesy życiowe. Klucz do osiągnięcia sukcesu osobistego i zawodowego znajduje się przede wszystkim w nas samych, a poznanie własnego sposobu myślenia umożliwia nam wykorzystanie wewnętrznych zasobów”¹⁶.

Część *lingwistyczna* odnosi się do języka i sposobów, w jaki jest on używany przez człowieka oraz wpływu, jaki to na niego wywiera. S. Night stwierdza wręcz: „nasz język to nasze życie. To, co możemy powiedzieć, jest tym, co możemy zrobić”¹⁷.

¹⁵ J. O'Connor, J. Seymour, *NLP. Wprowadzenie do programowania neurolingwistycznego*, Poznań 1996, s. 23.

¹⁶ S. Knight, *NLP w biznesie. Techniki skutecznego przekonywania*, Gliwice 2006, s. 18–19.

¹⁷ Tamże, s. 19.

Ostatni człon nazwy – programowanie – odnosi się do schematów ludzkiego zachowania i ustalanych celów. Odzwierciedla również zafascynowanie teoriami systemowymi i cybernetycznym oraz rozwojem informatyki w okresie, kiedy Grinder i Bandler rozpoczęli swoje badania. I kolejno Knight pisze: „w życiu wykorzystujemy strategie, podobnie jak komputer wykorzystuje program do osiągnięcia określonego rezultatu”¹⁸.

W polskich tłumaczeniach światowej literatury z zakresu NLP dominuje nazwa *programowanie neurolingwistyczne* przyjęta w pierwszych przekładach z tematyki problemu wydanych przez Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. W języku angielskim szyk wyrazów jest odwrotny – nazwa stworzona przez Grindera i Bandlera to *neurolingwistyczne programowanie (neuro-linguistic programming)*. Ze względu na historię powstania NLP ta nazwa ma wielu zwolenników jako bardziej adekwatna merytorycznie, nawiązująca do pierwotnych badań nad powiązaniem zależności lingwistycznych i neurologicznych¹⁹.

Wraz z pojawianiem się nowych jakości w nauce dąży się do zdefiniowania badanych zjawisk. Dokonując przeglądu literatury poświęconej NLP – funkcjonującemu już od czterdziestu lat – praktycznie nie można odnaleźć wspólnego mianownika pojęcia. Co więcej, wraz ze wzrostem zainteresowania i liczbą osób zajmujących się programowaniem neurolingwistycznym można zauważyć zjawisko bagatelizowania innych niż własne ujęcie NLP. Harry Alder i Beryl Heather stwierdzają: „Z biegiem lat w NLP pojawiło się szereg koncepcji, które traktuje się jako założenia. W przeciwieństwie jednak do założeń nauk ścisłych, nie trzeba ich traktować jako sztywnych i niezmiennych reguł. [...] Nie istnieje żaden oficjalny kanon założeń NLP. W zależności od wersji i szkół NLP ich liczba waha się od sześciu do ponad dwudziestu czterech”²⁰. Warto zatem pokusić się o zestawienie stwierdzeń, które z punktu formalnego trudno jest uznać za *stricte* definicje, jednakże dających choć przybliżoną wiedzę na temat tego, co twórcy i kontynuatorzy metod NLP za nie uważają.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ Nazwa *programowanie neurolingwistyczne* występuje również w przekładach prac J. O'Connor'a i J. Seymour'a wydanych przez Wydawnictwo Zysk i S-ka czy S. Knight Wydawnictwa Helion.

²⁰ H. Adler, B. Heather, *NLP w 21 dni*, Poznań 2010, s. 16.

W jednej z najnowszych książek R. Bandlera czytamy: „programowanie neurolingwistyczne – zestaw wskazówek wyjaśniających, jak można posiąść wiedzę sprawdzoną już przez innych w praktyce”²¹.

Cytowana już Knight w pierwszym rozdziale *Co to jest NLP?* swojej książki: *NLP w biznesie. Techniki skutecznego przekonywania* odpowiada na postawione pytanie następująco: „to badanie tego, co sprawdza się w dziedzinie myślenia, języka i zachowania. Jest to sposób kodowania i odtwarzania doskonałości, pozwalającej nam stale osiągać oczekiwane wyniki, dotyczące zarówno nas samych, jak i naszej pracy i życia”²².

O'Connor i Seymour we *Wprowadzeniu do programowania neurolingwistycznego* określają NLP zarówno sztuką, jak i nauką: „NLP jest sztuką i nauką tworzenia indywidualnej doskonałości. Sztuką, ponieważ każdy wnosi swoją niepowtarzalną osobowość i styl do tego, co robi, i nigdy nie uda się zamknąć tego w słowa czy techniki. Nauką, ponieważ istnieje metoda i proces odkrywania zasad stosowanych na danym polu przez jednostki wybitne do osiągnięcia wybitnych rezultatów”²³. W innej pozycji tych autorów odnajdujemy z kolei uznanie NLP za dziedzinę psychologii: „NLP jest systemową i eklektyczną psychologią generatywną, gdzie obserwuje się związki między różnymi częściami twojej osobowości i ich wzajemny wpływ. Nie jest to linearny model zachowania. Natomiast behawioryzm jest psychologią sztucznej inteligencji, gdzie impuls bezpośrednio wywołuje odpowiedź”²⁴.

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie pewnego fenomenu popularności NLP jak i krytyki tego podejścia, przytoczona zostanie zatem charakterystyka tylko głównych, pierwotnych modeli NLP, na których bazują późniejsze prace, wpisujące się w nurt programowania neurolingwistycznego.

Pierwszy model, poprzedzający samo powstanie NLP, nosi nazwę Meta Modelu, co oznaczać miało model kształtowania modeli przez człowieka. Inaczej ujmując, Meta Model to sposoby tworzenia przez ludzi ich subiektywnych światów i podtrzymywania barier znajdujących się w nich. Źródłem powstania Meta Modelu była przeprowadzona przez Grinder'a i Bandlera obserwacja pracy terapeutów oraz analiza lingwistyczna zadawanych przez nich pytań. Wyodrębnione pytania terapeutyczne

²¹ R. Bandler, *Sekret NLP, czyli poznaj siebie, uporaj się ze złymi nawykami i zacznij prawdziwie żyć*, Gliwice 2010, s. 19.

²² S. Knight, *NLP...*, s. 17.

²³ J. O'Connor, J. Seymour, *NLP Wprowadzenie...*, s. 21–22.

²⁴ Tenże, *NLP. Szkolenie menedżerów i trenerów*, Poznań 2002, s. 42.

były następnie testowane w grupach eksperymentalnych. Ich członków Grinder i Bandler zapoznali z podstawami semantyki ogólnej Korzybowskiego oraz gramatyki transformacyjno-generatywnej Chomsky'ego. Celem badania było poznanie modelu subiektywnie stworzonego świata wyobrażeń i wyodrębnienie barier, które doprowadzają do powstania bólu i konfliktów. Grinder i Bandler uznali, że to nie rzeczywisty świat jest ograniczony, lecz że to sama jednostka zamyka się przed alternatywnymi możliwościami i wyborem innej drogi. Dzieje się tak dlatego, że w modelach świata tych jednostek one nie występują. Celem stosowania Meta Modelu miało być dotarcie przez terapeutę do ograniczeń w modelu badanej jednostki poprzez zadawanie pytań nastawionych na wywołanie zmiany²⁵.

O ile wypracowanie Meta Modelu wpływało głównie z analizy prac Perlsa i Satir, to kolejny model został stworzony pod wpływem M.H. Ericssona i na jego cześć nazwany przez Grindera i Bandlera Modelem Milтона. Stwierdzili oni, że hipnotyczne wzorce językowe Ericksona polegały głównie na przekraczaniu Meta Modelu jego pacjentów, pomimo iż język, którym się posługiwał, był w znacznym stopniu nieprecyzyjny pod kątem konkretnych treści – jak pokazały badania lingwistyczne. W oparciu o analizy sesji Ericksona Grinder i Bandler stworzyli koncepcję poszukiwań transderywacyjnych, która badała, w jaki sposób ludzie przypisują specyficzne znaczenia wypowiedziom językowym pomimo braku ich występowania w słowach. Aby tego dokonać, człowiek, słysząc dany komunikat, musi – zdaniem Grindera i Bandlera – aktywować doświadczenia ze swojego tzw. spichlerza pamięci. I tak jak celem Meta Modelu było poszerzenie możliwości świadomego wyboru jednostki postawionej w konieczności radzenia sobie w danej sytuacji, tak Model Milтона miał umożliwić konstruowanie zdań beztreściowych, których konkretne znaczenie miało być nadane dopiero przez osobę badaną poprzez stworzenie indywidualnych i wielowarstwowych odniesień do sensu nadanego słowom terapeuty. Erickson używał języka w świadomie niejasny sposób, uznając, że jednostki podejmą najlepsze, dostępne w danym momencie wybory; sednem jego pracy było dostarczenie jednostce jak największej liczby alternatywnych opcji. Model Milтона w NLP stanowi sposób użycia języka, który po pierwsze, umożliwia dopasowanie do czyjś świata, czyli odtworzenie jego doświadczenia zmysłowego; po

²⁵ R. Bandler, J. Grinder, *Struktura magii...*, część I, s. 58, 81–104. W. Walker, *Przygoda z komunikacją...*, s. 196–198.

drugie, służy rozpraszaniu i angażowaniu świadomego myślenia pacjenta; po trzecie, udostępnia nieświadome zasoby jednostki²⁶.

Impulsem do stworzenia przez Grindera i Bandlera koncepcji systemów reprezentacji i odpowiadających im predykatów było stwierdzenie, że Perls, Satir i Erickson konsekwentnie wyróżniali systemy zmysłowe w swojej pracy terapeutycznej. Grinder i Bandler założyli, że jednostka zapisuje wspomnienia w jakościowo różny sposób: wizualny, słuchowy i kinestetyczny (czuciowy). Tak doszło do wyodrębnienia różnych sposobów kontynuowania doświadczenia pod mianem systemów reprezentacji, co zapoczątkowało badania nad późniejszym kluczowym dla NLP Modelem Czwórkowym. Człowiek używa wszystkich wymienionych podstawowych systemów cały czas, choć nie jest ich świadomy w równym stopniu. Różne osoby mają tendencję do koncentrowania się bardziej na konkretnym systemie określanym w NLP jako preferowany system reprezentacji. Odzwierciedla się on w doborze słów, którymi jednostka się posługuje. Oparte na doznaniach zmysłowych przymiotniki, przysłowki i czasowniki w NLP nazwane zostały predykatami²⁷. Analiza stosowanych predykatów przez Perlsa, Satir i Ericksona pokazała, że największy stopień porozumienia z pacjentem osiągalni wtedy, gdy dopasowywali wypowiedziane predykaty do preferowanego przez pacjenta systemu reprezentacji. Blokada w procesie komunikowania występowała natomiast wtedy, gdy używane predykaty pochodziły z innego systemu niż preferowany przez pacjenta.

Kolejnym istotnym składnikiem założeń NLP są tzw. wskazówki dostępu, odnoszące się do nieświadomych ruchów gałek ocznych. Jak podaje W. Walker, koncepcja wskazówek dostępu głosi, „że wyszkolony obserwator na podstawie ruchu gałek ocznych i innych niewerbalnych wzorców zachowań może rozpoznać, czy człowiek w danym momencie przeżywa wewnętrzne obrazy (przypominane lub konstruowane), wewnętrzne dźwięki, wewnętrzny dialog czy uczucia”²⁸.

Ostatnim z pierwszych modeli NLP jest Model Czwórkowy (4-Tupel). U ego podstawy leży przekonanie, że każde przeżycie w świecie doświadczenia zmysłowego składa się z informacji, przyjętych przez jakościowo całkowicie różne systemy zmysłów. W Modelu Czwórkowym wyróżniono następujące składniki doświadczenia: wizualne (V visual), kinestetyczne (K kinesthetic), słuchowo-tonowe (A auditory) oraz węchowo-smakowy

²⁶ J. O'Connor, J. Seymour, *NLP. Wprowadzenie...*, s. 139–153.

²⁷ R. Bandler, J. Grinder, *Struktura magii...*, część II, s. 9–40.

²⁸ W. Walker, *Przygoda z komunikacją...*, s. 207.

(O G olfatory, gustatory). Grinder i Bandler założyli, że ludzie nieświadomie pamiętają wszystko, co widzieli, słyszeli, odczuwali, wąchali i smakowali. W praktyce jednak człowiek nie uświadamia sobie jednocześnie wszystkich składników Modelu Czwórkowego²⁹.

Kontrowersje wokół technik NLP

Wśród głosów krytycznie odnoszących się do programowania neurolingwistycznego szczególnie ważne wydają się zarzuty po pierwsze dotyczące braku badań empirycznych jednoznacznie potwierdzających słuszność podstaw NLP oraz głosy poruszające kwestie niejasności i zapożyczeń terminologicznych z innych dziedzin nauki.

Analiza powstania technik NLP przy użyciu metodologii badań stosowanej w psychologii społecznej pokazuje lukę w metodzie Grindera i Bandlera. Tomasz Witkowski porównał etapy powstania głównych założeń programowania neurolingwistycznego z metodą pełnego koła zaproponowaną przez Roberta Cialdiniego. Proces badawczy w metodzie pełnego koła obejmuje cztery fazy: pierwsza to obserwacja ludzi w ich naturalnym środowisku, druga to eksperymentalna weryfikacja zjawisk odnotowanych w pierwszym etapie, w trzeciej następuje przypisanie psychologicznego mechanizmu, który wyjaśniłby dane zjawisko oraz etap ostatni, w którym w sposób kontrolowany implementuje się dany mechanizm, sprawdzając jego trafność. Tworząc NLP, Grinder i Bandler pominęli fazę weryfikacji empirycznej wypracowanych założeń. Jak konkluduje Witkowski: „Uznali oni tę część procesu za zbędną, przechodząc do sformułowania systemu i zastosowania go w praktyce. Bandler, znany z otwarcie demonstracyjnej pogardy dla testowania naukowego hipotez NLP, twierdził, że jego system to sztuka, a nie nauka, więc testowanie jej założeń mija się z celem lub jest w ogóle niemożliwe. Z pełnego koła psychologii społecznej zrobił się nagle trójkąt”³⁰.

Próby weryfikacji empirycznej założeń NLP podjęły się jednak środowiska akademickie. Zbiorczą analizę wyników tych prac przeprowadził Witkowski, porównując badania prowadzone w latach 1977–2005. Z prac poświęconych tematyce programowania neurolingwistycznego wyodrębnił publikacje najbardziej rzetelne, które opublikowane były głównie w cza-

²⁹ J. Bandler, J. Grinder, *Z żab...*, s. 13–33.

³⁰ T. Witkowski, *Teoria i praktyka NLP w oczach psychologa społecznego*, „Nauka” 2006, nr 4, s. 57.

sopismach wpisanych na listę Instytutu Informacji Naukowej w Filadelfii (tzw. lista filadelfijska). Wśród czterdziestu sześciu analizowanych prac dwadzieścia dziewięć donosiło, iż testowanie eksperymentalne założeń NLP ich nie potwierdziło. W siedmiu publikacjach wyniki były niejednoznaczne. Potwierdzenie założeń NLP zaobserwowano w dwudziestu dwóch przypadkach. Witkowski zwraca również uwagę na fakt, że badania, które jednoznacznie odrzucały prawdziwość założeń NLP, koncentrowały się na zagadnieniach kluczowych, takich jak: możliwość eksperymentalnego potwierdzenia istnienia czterech różnych systemów reprezentacji przedstawionych w Modelu Czwórkowym, możliwość określenia dominującego systemu reprezentacji na podstawie nieświadomych ruchów gałek ocznych. Większość badań empirycznych przypadła na lata osiemdziesiąte XX w. kiedy NLP zaczęło zdobywać popularność. Wyniki swojej analizy Witkowski podsumowuje: „Prace szczególnie mocno uderzające w podstawowe założenia NLP to prace przeglądowe. W świetle takich rezultatów większość naukowców powinna uznać hipotezy Bandlera i Grindera jako mające niewielką lub żadną moc wyjaśniającą”³¹.

W krytyce programowania lingwistycznego podnosi się również kwestię tworzenia przez teoretyków NLP własnej terminologii w miejsce uznanych terminów z zakresu psychologii i lingwistyki. Należy przyznać, iż niejasność definicyjna zjawiska jest znaczna, co zostało już zilustrowane w części tekstu poświęconej nazwie programowania neurolingwistycznego. Oprócz terminologii NLP włącza do swoich technik zapożyczenia z innych systemów terapeutycznych lub – jak ostrzej formułuje to Witkowski – kradnie: „Prawdopodobnie wiele metod stosowanych przez NLP-erów jest skuteczna, ale nie dlatego, że zostały wypracowane w ramach koncepcji, lecz dlatego, że zostały zapożyczone lub – precyzując to określenie – ukradzione. O ile bowiem w nauce powszechne jest wykorzystywanie dokonań poprzedników i korzystanie z osiągnięć innych i nikt nie protestuje przeciwko takiej racjonalnej praktyce, o tyle przypisywanie sobie autorstwa odkrytych przez innych zjawisk czy prawidłowości i naklejanie własnych nań etykiet jest w najlepszym wypadku plagiatem”³².

Zjawisko niekontrolowanego rozrastania się założeń NLP i tworzenia nowych szkół, propagujących programowanie neurolingwistyczne w granicach znacznie odbiegających od pierwotnych wzorów Grindera i Ban-

³¹ Tamże, s. 61.

³² Tamże, s. 65.

dlera, wpłynęło na próbę standaryzacji zjawiska³³. W pierwszej kolejności proces ten można zaobserwować w sferze pierwotnego zastosowania NLP, czyli w działalności psychoterapeutycznej. Stosunkowo szybko programowanie neurolingwistyczne znalazło zwolenników w Europie. W 1995 r. w Wiedniu zostało utworzone Europejskie Stowarzyszenie Neurolingwistycznej Psychoterapii (EANLPt), stanowiące platformę narodowych organizacji i instytutów szkoleniowych, stosujących w psychoterapii metody NLP. EANLPt zostało uznane 3 lipca 1999 r. przez Europejskie Stowarzyszenie Psychoterapii (EAP) posiadające status doradczy w Unii Europejskiej. Głównym celem EANLPt jest czuwanie nad standardami szkoleń i terapii prowadzonej w ośrodkach narodowych, które mogą się ubiegać o akredytację komitetu ds. standardów szkoleniowych tej instytucji. EANLPt zajmuje się również wymianą doświadczeń między krajowymi organizacjami poprzez organizację konferencji i seminariów międzynarodowych³⁴.

W Polsce działa szereg instytucji propagujących idee NLP w środowiskach psychoterapeutycznych i biznesu. Wśród najważniejszych należy wymienić: Polskie Stowarzyszenie Neuro-Lingwistycznej Psychoterapii, Polski Instytut NLP oraz Stowarzyszenie Programowania Neuro-Lingwistycznego w Polsce³⁵.

Potencjalne implementacje polityczne programowania neurolingwistycznego

NLP w swoich założeniach służyć ma pomocy człowiekowi w rozwoju jego twórczych kompetencji, przy pełnym świadomym zaangażowaniu jednostki w proces programowania neurolingwistycznego. Podstawowe założenia teoretyczne NLP to przyjęcie, że „elementami, z których formułuje się ludzki wzorzec zachowań, są systemy postrzegania, dzięki

³³ Pozytywny aspekt NLP przedstawia m.in. dyrektor Polskiego Instytutu NLP Benedykt Peczeko, polemizując jednocześnie z zarzutami stawianymi metodzie. Szerzej: B. Peczeko, *Różne oblicza NLP*, „Charaktery” 2006, nr 5. Tenże, *NLP w profesjonalnej pomocy psychologicznej*, „Remedium” 2003, nr 7-8.

³⁴ Oficjalna strona EANLPt: <http://eanlpt.org/html>, dostęp: sierpień 2011.

³⁵ Oficjalne strony organizacji NLP w Polsce: Polskie Stowarzyszenie Neuro-Lingwistycznej Psychoterapii: <http://www.nptt.org.pl/html>, dostęp: sierpień 2011. Polski Instytut NLP: <http://econlp.com/html>, dostęp: sierpień 2011. Stowarzyszenie Programowania Neuro-Lingwistycznego w Polsce: <http://www.nlppolska.pl/html>, dostęp: sierpień 2011.

którym ludzie oddziałują na swe otoczenie: zmysł wzroku, zmysł słuchu, kinestezja, zmysł węchu i zmysł smaku”³⁶. Zewnętrzne i wewnętrzne otoczenie człowieka może być przedstawione za pomocą pojęć z zakresu tych systemów postrzegania. A zatem przekonania dotyczące otaczającego świata i samego siebie, emocje, motywacje czy aktualne doświadczenia można odpowiednio zakodować w umyśle, a także tworzyć, wykorzystując kombinacje tych klas postrzegania. Każda klasa postrzegania rzeczywistości jest aktywnym sensomotorycznym kompleksem, odpowiedzialnym za określone klasy zachowań. Jak przedstawiono, ten sposób interpretacji odbioru i przetwarzania rzeczywistości wykorzystywany był w praktyce psychoterapeutycznej, z czasem znalazł zastosowanie w innych dyscyplinach kształtowania człowieka takich, jak pedagogika, ochrona zdrowia, rozwój organizacji, dystrybucja, reklama.

W tym miejscu należy postawić pytanie o udział świadomości człowieka w procesie kreowania jego osobistego rozwoju podczas oddziaływań NLP. Czy oddziaływania NLP nie mogą być wykorzystywane jako techniki manipulacji? Pytanie to ma szczególne znaczenie w sferze kształtowania przekonań i zachowań politycznych. Czy odbiorcy komunikatów politycznych mają świadomość wpływu na nich za pomocą określonych mechanizmów oddziaływań znanych nadawcom? Uznanie wpływu społecznego, a zatem też politycznego za pośrednictwem procesu komunikowania, szczególnie komunikowania medialnego, zostało wielokrotnie udokumentowane. Jakie możliwości manipulacji przy pomocy NLP mają zatem specjaliści od reklamy politycznej, którzy działają na rzecz określonych ugrupowań politycznych i osób, których aktywność nasila się szczególnie w okresach kampanii wyborczych? Aby odpowiedzieć na to pytanie, podejmę próbę przedstawienia technik programowania neurolingwistycznego w świetle metod manipulacji politycznej stosowanych przy użyciu procesu komunikowania.

Definicje leksykalne podają, że przez manipulację rozumiemy kształtowanie poglądów, postaw, zachowań i emocji bez wiedzy i woli człowieka. Jest to metoda zakamuflowanego oddziaływania na świadomość, na zachowania jednostek i grup społecznych dla realizacji określonych przez nadawcę celów³⁷. Inni autorzy wskazują, iż manipulacja ma na celu wywarcie wpływu na poglądy czy opinie ludzi oraz uzyskanie możliwości kierowania ich zachowaniem, aby osiągnąć własne zamierzenia,

³⁶ W. Walker, *Przygoda z komunikacją...*, s. 210–211.

³⁷ Definicja podana przez Romana i Marka Smolskich, [w:] *Edukacja obywatelska: słownik encyklopedyczny*, M. Smolski, R. Smolski, E.H. Stadtmüller (red.), Wrocław 1999, s. 223.

cele, korzyści³⁸. Mirosław Karwat podaje, że manipulacja zachodzi wtedy, gdy następuje:

- wykorzystywanie cudzych słabości, własnej przewagi taktycznej oraz sprzyjającej sytuacji dla uprzedzenia w czymś drugiej strony lub narzucenia jej swojej woli;
- ukrywanie celów działania lub/i samego działania;
- wykorzystywanie i podtrzymywanie nieświadomości lub ograniczonej i fałszywej świadomości adresatów oddziaływać;
- osiąganie własnych korzyści przez uprzedmiotawianie innych³⁹.

W świetle przedstawionych definicji, jeśli techniki programowania neurolingwistycznego mają zastosowanie w sferze polityki, można sądzić, że mają one charakter manipulacyjny. Jakże zatem techniki tej metody mogą być wykorzystywane w procesie komunikowania politycznego?

Po pierwsze, znajdujemy w NLP odpowiedni sposób komunikowania się słowami, brzmieniem głosu i ciałem: postawą, gestami, ekspresją. Zachowanie człowieka jest różne w różnych sytuacjach, a przejrzysty język ciała i tonalność głosu powodują różnicę w znaczeniu i oddziaływaniu tego, co mówimy. Połączenie języka niewerbalnego z treścią przekazu tworzy znaczenie komunikacji.

Inną sferą oddziaływania jest tworzenie kontaktu. Dobry kontakt sprzyja zaufaniu. Harmonizowanie nadawcy z odbiorcą jest warunkiem osiągnięcia dobrego kontaktu. Również podobieństwo, tworzenie przeświadczenia wspólnoty punktów widzenia na problem daje możliwość porozumienia. Dopasowując się do kogoś, można budować most przez kontakt i poważanie, stwarzanie wrażenia poszanowania dla drugiej osoby.

Świat zewnętrzny nie jest obiektywną rzeczywistością – spostrzegamy to, na co zwracamy uwagę. Te informacje są następnie filtrowane przez nasze przekonania, zainteresowania i założenia. Jednym ze sposobów, w jaki myślimy, jest świadome lub nieświadome przypominanie sobie kształtów, dźwięków, odczuć, smaków i zapachów, których doświadczyliśmy. Za pomocą języka możemy tworzyć rozmaite wrażenia zmysłowe niedoświadczane aktualnie. Zgodnie z teorią NLP do wewnętrznej reprezentacji doświadczeń wykorzystujemy te same neurologiczne ścieżki, co do ich bezpośredniego używania. Wytworzenie skojarzeń, pobudzenie wspomnień powodują bezpośrednie efekty fizyczne. Za pośrednictwem zmysłów tworzymy zmysłowe systemy reprezentacji świata. Większość ludzi nie jest w pełni świadoma wykorzystywania tych systemów repre-

³⁸ M. Hłowiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Lublin 2009, s. 83.

³⁹ M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1999, s. 223.

zencji świata. Używamy słów, aby opisać nasze myśli. Oparte na różnych doznaniach zmysłowych słowa odzwierciedlają subiektywny odbiór rzeczywistości.

NLP wykorzystuje także możliwość wywoływania u innych nastrojów przez przypominanie w sposób żywy i pełny stanów emocjonalnych, sytuacji, doświadczeń, w których określone stany występowały. Ponieważ stany emocjonalne mają silny wpływ na myślenie i zachowanie, NLP wprowadza technikę zakotwiczenia przez tworzenie skojarzeń między stanem obecnym a pozytywnymi lub negatywnymi wspomnieniami. Ten bodziec, który połączony jest ze stanem fizjologicznym i który go wyzwala, nazwany został kotwicą. Za każdym razem, gdy proces się powtarza, skojarzenie się umacnia. Zakotwiczenie często występuje poza świadomością człowieka⁴⁰.

Innym mechanizmem stosowanym w NLP jest rzutowanie w przyszłość, polegające na doświadczaniu w teraźniejszości sytuacji, która dopiero ma się wydarzyć. Wizja przyszłego zdarzenia jest kreowana w jak najpomyślniejszy dla jednostki sposób, ma jej dostarczyć pozytywnego obrazu sukcesu⁴¹.

Ważne miejsce w programowaniu neurolingwistycznym zajmuje dostęp do nieświadomej uwagi człowieka. W tej technice wykorzystuje się specjalizację półkul mózgowych i wyróżnienie półkuli dominującej. Dostęp do nieświadomej uwagi wykorzystuje fakt, iż u około 90% ludzi prawa półkula jest wrażliwsza na takie aspekty procesu komunikacji, jak ton głosu, natężenie i kierunek dźwięku. Prawa półkula przyjmuje proste formy językowe drogą ominięcia półkuli lewej i świadomego rozpoznania znaczenia tych krótkich komunikatów⁴².

Specjaliści NLP dużą wagę przywiązują do stosowania prostych i złożonych metafor. Metafory proste to zwięzłe porównania, które stały się kliszami językowymi np. *chudy jak patyk*. Metafory złożone są to natomiast wielopoziomowe historie opowiadane w celu naświetlenia innych niż uświadamiane przez jednostkę znaczeń, zjawisk bądź w celu uruchomienia zasobów, których istnienia jednostka u siebie nie podejrzewa. Metafory złożone zawierają w sobie na początku stan obecny, a na końcu stan pożądany, do którego jednostka ma dążyć⁴³.

⁴⁰ J. O'Connor, J. Seymour, *NLP. Wprowadzenie...*, s. 76–82.

⁴¹ Tamże, s. 89.

⁴² Tamże, s. 146.

⁴³ Tamże, s. 148–153.

Jak zatem opisane techniki NLP mogą być stosowane w komunikowaniu politycznym? Często stosowanymi technikami komunikowania politycznego mającymi charakter manipulacji, które w znacznej mierze bazują na procesach psychicznych wykorzystywanych w NLP, są manipulacje tytułami i słowami, tworzenie określonych ram informacji zaprezentowanych w mediach pisanych i audiowizualnych. Zabiegi te mają na celu zwrócenie uwagi odbiorcy na określone treści, w których za pomocą kilku odpowiednio dobranych słów przedstawiony zostaje wyłącznie wybrany aspekt poruszanego problemu.

Technika odwołująca się do emocji i pobudzania określonych stanów poprzez skojarzenia z sytuacjami ocenianymi negatywnie jest techniką operowania lękiem. Technikę primingu można również uznać za sposób pobudzania określonych procesów psychicznych przez torowanie pewnych kwestii za pośrednictwem przywoływania ich do pamięci.

Często wykorzystywaną techniką manipulacji politycznej jest oddziaływanie na zmysł wzroku przez prezentowanie obrazów w taki sposób, aby tworzyły określone znaczenia. Operowanie kolorem, perspektywą, formą ujęcia obrazu, częstością ekspozycji tworzy szerokie pole do manipulacji. Dobór środków leksykalno-frazeologicznych również może narzucać przyjęcie przez odbiorcę preferowanych przez nadawcę wizji rzeczywistości społeczno-politycznej.

Programowanie neurolingwistyczne jako metoda wpływania na ludzkie zachowania i przeżycia znajduje implementację w coraz to nowych wymiarach życia zbiorowego. Kolejnym polem, na które „wkroczy”, są bez wątpienia relacje polityczne. Słusznym zatem wydaje się pogląd, iż w miejsce katerycznego odrzucania programowania neurolingwistycznego przez badaczy z tradycyjnych dyscyplin nauki, powinny nad nim być prowadzone dalsze wnikliwe studia.

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest pokazanie programowania neurolingwistycznego – NLP – jako nowego nurtu wśród teorii odnoszących się do procesu komunikacji. W przeciągu czterdziestu lat NLP, pierwotnie mające stanowić nowatorską formę psychoterapii, zaczęło się cieszyć ogromną popularnością, znajdując zwolenników również w środowiskach biznesu i polityki. Z drugiej strony programowanie neurolingwistyczne zostało zakwestionowane przez środowiska akademickie jako podejście pozbawione podstaw naukowych. Artykuł przedstawia założenia teoretyczne oraz podstawowe techniki stosowane w NLP, relacjonuje również

główne kontrowersje, które NLP wywołuje. Na koniec autorka rozważa potencjalne implementacje polityczne programowania neurolingwistycznego w odniesieniu do zjawiska manipulacji politycznej.

Urszula Kurcewicz

**NEURO-LINGUISTIC PROGRAMMING NLP. OUTLINE OF PHENOMENON,
DILEMMAS AND POSSIBLE POLITICAL USE**

The aim of the article is to show neuro-linguistic programming – NLP – as a new approach to communication process. During the last forty years NLP (primary a system of alternative therapy) has become very popular on different fields like business and politics. On the other hand its techniques and methods were questioned by academic circle as using pseudoscientific concepts and terminology. The article presents NLP history and founding, its main techniques as well as the voices of criticism. In last chapter the author is mainly interested in political possible use of neuro-linguistic programming. NLP is also analyzed in the light of political manipulation phenomenon.

KEY WORDS: *neuro-linguistic programming, NLP, manipulation, political communication*

Agnieszka Bejma

Bariery, błędy i zakłócenia procesu komunikowania politycznego

SŁOWA KLUCZOWE:

komunikowanie polityczne, komunikowanie publiczne, środki masowego komunikowania, zakłócenia, szum informacyjny

STUDIA I ANALIZY

Wstęp

Przyjęta w artykule – za Marianem Golką – typologia barier, błędów i zakłóceń procesu komunikowania, skutkuje dla całości prowadzonej analizy pewnymi ograniczeniami badawczymi. Dlatego w mniejszym stopniu zostały w nim ujęte bariery pojawiające się pomiędzy elementami systemu komunikowania politycznego – politykami i mediami. Skoro jednak, według wspomnianego autora, błędy i zakłócenia mają charakter powszechny, to z powodzeniem można je zastosować także przy opisie trudności i nieprawidłowości zachodzących w procesie komunikowania politycznego.

W ujęciu systemowym komunikacja polityczna jest elementem systemu politycznego, zaś w ujęciu procesualnym jest „procesem wzajemnych oddziaływań informacyjnych pomiędzy podmiotami polityki połączonymi relacjami władzy, walki i współpracy”¹. Proces ten jest uzależniony od wielu oddziałujących na siebie czynników, w tym między innymi od zachodzących w społeczeństwie i systemie politycznym procesów i zjawisk społeczno-politycznych, ukształtowanego typu kultury

¹ L. Sobkowiak, *Komunikacja polityczna*, [w:] A. Jabłoński, L. Sobkowiak (red.), *Studia z teorii polityki tom I*, Wrocław 1999, s. 181.

politycznej, prezentowanych przez główne podmioty polityki – w tym zwłaszcza przez organy władzy – strategii komunikacyjnych, upowszechnionych wśród obywateli postaw i zachowań politycznych oraz posiadania przez nich zdolności do przyswojenia bądź odrzucenia informacji napływających różnymi kanałami. Podobnego zdania jest Bogusława Dobek-Ostrowska, która definiuje komunikowanie polityczne jako „dwukierunkowy proces, który zachodzi w konkretnym otoczeniu społecznym (system społeczny), politycznym (system polityczny), medialnym (system medialny) i kulturowym (system kulturowy)”², obejmującym swym zasięgiem wszystkie podejmowane przez podmioty polityki formy komunikowania skierowane do aktorów politycznych: przedstawicielei klasy politycznej (posłów, senatorów), komentatorów sceny politycznej – dziennikarzy i publicystów – oraz obywateli, wykorzystujące do realizacji postawionych celów politycznych zaawansowane i zróżnicowane techniki oraz narzędzia marketingowe, reklamę polityczną i public relations oraz badania opinii publicznej.

Podstawowym celem procesu komunikowania politycznego, niezależnie od przyjętych i stosowanych w nauce definicji, akcentujących zróżnicowane jego aspekty, jest przekazywanie informacji i wiedzy o polityce, zjawiskach i procesach politycznych, kształtowanie opinii, poglądów, postaw i zachowań obywatelskich przy użyciu zróżnicowanych kanałów transmisji oraz krążenie i wymiana tych komunikatów pomiędzy uczestnikami systemu politycznego.

Skuteczność procesu komunikowania uzależniona jest od wielu czynników, pochodzących zarówno od jego aktywnych uczestników: nadawcy i adresata przekazu, mediów pośredniczących w transmisji, jak i cech/ atrybutów samych przekazywanych komunikatów. Złożoność tego procesu sprawia, iż na każdym jego etapie pojawiają się liczne bariery i zakłócenia, które utrudniają zrozumienie treści przekazu, jego odkodowanie i właściwe, zgodne z intencją nadawcy zinterpretowanie. Mianem barier komunikacyjnych określa się w literaturze przedmiotu wszelkie nieprawidłowości i przeszkody, które obniżają bądź uniemożliwiają prawdopodobieństwo podjęcia i podtrzymywania komunikacji³. Natomiast przez zakłócenia (szumy) należy rozumieć czynniki i elementy naruszające ustalone ramy procesu komunikowania. Najczęstszymi przyczy-

² B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007, s. 129.

³ K. Skarżyńska, *Bariery komunikacji: indywidualne, grupowe, społeczne*, [w:] J. Bartmiński, U. Majer-Baranowska (red.), *Bariery i pomosty w komunikacji językowej Polaków*, Lublin 2005, s. 49.

nami ograniczającymi skuteczność aktu komunikowania są bariery natury społeczno-kulturowej oraz osobowościowe dyspozycje i kompetencje poznawcze uczestników komunikacji. Osobną kategorię stanowią bariery formalne związane z właściwościami komunikatów, błędy językowe oraz zakłócenia wynikające z wysyłania kanałami werbalnymi i niewerbalnymi sprzecznych komunikatów. Przyjęty w artykule podział na kulturowe, psychospołeczne, formalne i językowe utrudnienia w podjęciu i podtrzymaniu komunikacji ma wyłącznie umowny i porządkujący charakter, wynikający z faktu, iż wspomniane bariery współwystępują, stąd niezwykle trudno jest wyznaczyć pomiędzy nimi precyzyjne granice.

Bariery i zakłócenia wynikające z uwarunkowań kulturowych

Będąca z jednej strony wytworem ludzkich działań, z drugiej mocno te działania determinująca, kultura jest jednym z najważniejszych czynników kształtujących społeczno-polityczną rzeczywistość oraz nośnikiem charakterystycznych dla danej społeczności wzorów, wartości, zasad i idei. Zinternalizowane w procesie socjalizacji normy wpływają na charakter, sposób postrzegania, rozumienia i analizowania zachodzących w świecie zjawisk i procesów społeczno-politycznych, rozwijają system poznawczy oraz kształtują kompetencje kulturowe, umożliwiające pełne i swobodne uczestnictwo w społeczeństwie. Pojawiające się w interpretacji tej samej wypowiedzi różnice wynikają z faktu, iż każdy z odbiorców posiada swój własny kontekst kulturowy, oparty na indywidualnych przeżyciach i doświadczeniach, który bezpośrednio wpływa na sposób myślenia, reagowania i interpretowania otaczającej rzeczywistości.

Proces komunikowania jest znacznie bardziej utrudniony, gdy jego uczestnicy reprezentują odmienne kultury. Prowadzone przez E.T. Halla badania nad kontekstowością kultur umożliwiły wyróżnienie na skali kontinuum kultur: uzależnionych od kontekstu (*high-context cultures*), które wymagają od odbiorców zinternalizowania katalogu zasad i wartości umożliwiających zrozumienie treści przekazu, oraz słabo uzależnionych od kontekstu (*low-context cultures*), w których przeważa element werbalny. Do wysokokontekstowych kultur zalicza się kultury Dalekiego Wschodu: japońską, koreańską i chińską, a następnie kulturę: arabską, grecką, hiszpańską, włoską, niemiecką i skandynawską.

Kulturowymi uwarunkowaniami procesu komunikowania, decydującymi o jego skuteczności, są także utrwalone w świadomości społecznej stereotypy. Nie dotyczą one wyłącznie uprzedzeń związanych z innymi

grupami etnicznymi czy narodowymi, ale odnoszą się do różnorodnych grup społecznych funkcjonujących w obrębie danego społeczeństwa. Posługiwanie się w komunikacji stereotypami stanowi część wiedzy kulturowej jednostki, organizuje jej sposób myślenia o zjawiskach i sytuacjach społecznych oraz ułatwia odnalezienie się i funkcjonowanie w rzeczywistości społecznej. Rozpoczyna także proces kategoryzacji, przypisywania osobom – np. o innych społecznych, politycznych czy obyczajowych poglądach – dodatkowych, często nieprawdziwych cech. Tego rodzaju stygmatyzacja nie tylko blokuje przebieg procesu komunikowania, lecz także z pewnością znacząco ograniczania jego podjęcie.

Psychospołeczne bariery komunikowania politycznego

O skuteczności procesu komunikowania w największym stopniu decydują indywidualne cechy jego uczestników, ich aktualne psychofizyczne dyspozycje, motywacje do podjęcia i podtrzymywania komunikacji, wzajemne relacje emocjonalne oraz stosunek względem przedmiotu komunikacji. Istotny wpływ na przebieg komunikowania wywierają także kompetencje poznawcze jednostek, zwłaszcza kompetencje komunikacyjne i językowe, uwarunkowane posiadanym wykształceniem, pochodzeniem, wcześniejszymi doświadczeniami, etc. Kompetencja komunikacyjna w zakresie polityki to umiejętność trafnego formułowania i odczytywania treści komunikatów politycznych oraz posługiwania się charakterystycznymi dla tego obszaru systemami znaków. W komunikowaniu politycznym musi istnieć – na co zwraca szczególną uwagę Janina Fras – wspólna partnerom interakcji płaszczyzna komunikacji, która umożliwia adresatowi zgodny z intencjami nadawcy odbiór komunikatu⁴. Realizacji tego celu służy – jedna z ważniejszych kompetencji komunikacyjnych – sprawność językowa, która musi uwzględniać kompetencje językowe przeciętnych odbiorców przekazów politycznych⁵.

Zdolność do właściwego kodowania i dekodowania przekazów politycznych jest uwarunkowana osobowościowymi i społeczno-demograficznymi cechami nadawcy i adresata komunikatu. Kompetencje merytoryczne, wiedza, wiarygodność, obiektywność w formułowaniu sądów i opinii lub ich brak z jednej strony oraz niska/ wysoka podatność na oddziaływa-

⁴ J. Fras, *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław 2005, s. 60.

⁵ Tamże, s. 63.

nie technik perswazyjnych, spójność, siła i złożoność poglądów, postaw i przekonań politycznych z drugiej, istotnie wpływają na przebieg procesu komunikowania. Badania pokazują, iż osoby z wyższym wykształceniem są z jednej strony mniej podatne na oddziaływanie przekazów medialnych i bardziej wobec nich krytyczne niż osoby z wykształceniem podstawowym, z drugiej zaś są one także bardziej otwarte na przyjmowanie nowych informacji i odmiennych poglądów. W przeciwieństwie do osób gorzej wykształconych, które częściej stają się biernymi odbiorcami, osoby z wyższym wykształceniem charakteryzuje odbiór aktywny nastawiony na twórcze jego przetwarzanie, wyciąganie wniosków i przekazywanie innym osobom. Osoby te, analizując napływające różnymi kanałami informacje, łatwiej modyfikują swoje postawy, zachowania i opinie.

Badacze zajmujący się problematyką komunikacji coraz częściej zwracają uwagę, iż jedną z istotnych osobowościowych barier procesu komunikowania jest odmienna płeć uczestników aktu komunikowania. Podkreślają przy tym w szczególności różnice w budowie mózgu, które powodują inne przetwarzanie informacji, sprawiając, że nawet w odniesieniu do tych samych zdarzeń, na podstawie tych samych danych, formułowane są odmienne komunikaty. O ile mniejszy mózg kobiet nie ma wpływu na ich inteligencję i sposób komunikowania, o tyle faktem jest specjalizacja półkul mózgowych. Kobiety mają lepiej rozwiniętą prawą półkulę, która jest odpowiedzialna między innymi za całościowe ujmowanie rzeczywistości i intuicję, natomiast u mężczyzn bardziej rozwinięta jest półkula lewa, odpowiedzialna między innymi za abstrakcyjne myślenie, racjonalistyczne podejście. Socjolingwistka Deborah Tannen proponuje, aby komunikowanie kobiet i mężczyzn traktować jako komunikację międzykulturową, przy założeniu, że uczestnicy tego procesu nie uświadamiają sobie faktu przynależności do odrębnych kultur. Zwraca uwagę, iż kobiety i mężczyźni starają się ze sobą rozmawiać, lecz często wydaje im się, że komunikują się innymi językami czy dialektami⁶. Według Tannen kobiety częściej posługują się językiem porozumienia, szukania akceptacji i sympatii, nawiązywania i podtrzymywania więzi, tworzenia atmosfery wspólnoty, podczas gdy język mężczyzn nastawiony jest na przekazywanie i zdobywanie informacji oraz na utrwalanie szacunku, potwierdzającego status i pozycję w grupie⁷. Źródłem występujących różnic w stylu i sposobie komunikowania nie są zatem różnice fizjologiczne,

⁶ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, Gdańsk 2003, s. 475.

⁷ D. Tannen, *Asymetrie: on swoje, ona swoje*, [w:] J. Stewart (red.), *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, Warszawa 2003, s. 306 i nast.

tylko kulturowe, będące efektem oddziaływań socjalizacyjnych, w wyniku których kobiety i mężczyźni internalizują odmienne wzorce wyrażania emocji i zachowań. Bardzo często – co można zaobserwować zwłaszcza w komunikowaniu politycznym – dochodzi do zamiany stylów komunikowania pomiędzy nimi. Kobiety coraz częściej zaczynają posługiwać się sprawozdawczym, konkretnym językiem, przyjmując męski, bardziej dyskusyjny styl komunikowania.

Poważnymi osobowościowymi barierami ograniczającymi skuteczność procesu komunikowania politycznego są także utrudnienia wynikające z niedostatków inteligencji emocjonalnej uczestników komunikacji, takich jak: wybiórczość i rozproszenie uwagi, brak koncentracji, brak emocjonalnego zaangażowania, pomniejszanie roli partnera interakcji, monologizowanie, lekceważenie, udawane zaangażowanie, maskowanie się, tworzenie fałszywego wrażenia i manipulowanie nim, świadome niszczenie struktury przebiegu komunikacji (rozwlekłość wypowiedzi – nieumiejętność precyzyjnego i konkretnego wyrażania opinii, przerywanie łańcucha pytań), moralizowanie, atakowanie partnera.

Barier formalne i językowe

Jedną z formalnych przyczyn ograniczających skuteczność procesu komunikowania jest posługiwanie się przez uczestników aktu komunikowania odmiennymi kodami językowymi. W komunikowaniu – jak słusznie zauważa Marian Golka – nie ma mowy o pełnym: dokładnym i całościowym tłumaczeniu czy przełożeniu znaczeń, bowiem z formalnej natury środków wypowiedzi wynika, iż są one w istocie rzeczy nieprzekładalne⁸. Dokonując przekładu nawet najbardziej zgodnego z intencjami twórcy, zawsze mamy do czynienia z pewną częściową, ukształtowaną w oparciu o własne doświadczenia interpretacją znaczeń.

Pośród wielu formalnych utrudnień destrukcyjnie wpływających na komunikację polityczną wymienić należy przede wszystkim: naruszenie kanonów wypowiedzi – ostre i niegrzeczne zaprzeczanie, przerywanie, negowanie, sygnalizowanie znużenia bądź lekceważenia, insynuowanie innych, zazwyczaj negatywnych motywów wypowiedzi. Nie pomijając

⁸ M. Golka, *Barier i zakłócenia w komunikowaniu – przegląd zagadnień*, [w:] M. Golka (red.), *Barier w komunikowaniu*, „Człowiek i społeczeństwo”, vol. XVIII, s. 19. Więcej na temat sygnalizowanych trudności w komunikowaniu można znaleźć [w:] M. Golka, *Barier w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2007, zwłaszcza w rozdziale trzecim i piątym.

wagi i znaczenia wymienionych powyżej utrudnień komunikacyjnych, chciałabym jednak w tym miejscu w większym stopniu skoncentrować się na dwóch istotnych dla omawianego zagadnienia aspektach – cechach nadawanego komunikatu oraz niezgodności komunikatów wyrażanych werbalnie i niewerbalnie.

Właściwości komunikatu politycznego

Oprócz kompetencji komunikacyjnych i językowych uczestników procesu komunikowania politycznego, niewątpliwie ważnym jego elementem, warunkującym skuteczność przebiegu, są cechy przekazu politycznego. Odpowiednia zawartość komunikatu uzależniona jest od wnikliwej analizy profilu osób, do których przekaz jest kierowany, ich politycznego i społecznego położenia, przede wszystkim zaś określenia celów, potrzeb, interesów i oczekiwań. Nieuwzględnienie wymienionych aspektów przy konstruowaniu wypowiedzi zdecydowanie zmniejsza możliwość podjęcia komunikacji oraz ogranicza jej powodzenie. Trafne rozpoznanie potrzeb, poglądów i motywacji odbiorców pozwala dostosować argumenty i język wypowiedzi do możliwości poznawczych adresatów. Klarowny i zrozumiały komunikat sprzyja także przyjęciu i zapamiętywaniu jego treści, zapobiegając powstawaniu konfliktów i nieporozumień.

Zrozumieniu przekazu nie służy natomiast konstruowanie wypowiedzi wielokrotnie złożonych, o nieczytelnej strukturze. Utrudniają one odbiorcy podążanie za tokiem myślenia nadawcy. Bariery może być również celowe szyfrowanie wypowiedzi, które powoduje niezrozumienie treści przekazu zarówno przez potencjalnych jego odbiorców, jak i przez rzeczywistych adresatów wypowiedzi, do których przekaz jest w istocie kierowany⁹.

Barierą utrudniającą porozumiewanie się jest nieprecyzyjność użytych w przekazie znaczeń¹⁰. W przypadku wypowiedzi werbalnych naturalna niejednoznaczność i nieostrość używanych wyrazów sprawia, iż nadawca komunikatu nie może w pełni przekazać swojej myśli odbiorcy, uniemożliwiając tym samym adresatowi jej odebranie i należyte odkodowanie. W dużym uproszczeniu można stwierdzić, iż przejawem tej nieostrości jest niedopasowanie relacji myślenia i próby jego słownego zobrazowania. Dotyczyć może ona w szczególności czynności związanych z nazywa-

⁹ Zob. M. Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo dezinformacyjne...*, s. 46.

¹⁰ Por. L. Sobkowiak, *Komunikacja polityczna...*, s. 184.

niem wrażeń zmysłowych, wystawianiem ocen moralnych i estetycznych. Niektórzy badacze zwracają uwagę, iż jedynym sposobem uniknięcia powyższych sytuacji i wynikających z nich nieporozumień jest stworzenie języka formalnego. Przeciwnicy tego poglądu podkreślają jednak, iż nieostrość i pewnego rodzaju nieprecyzyjność jest normalnym wyrazem stosunku językowo-myślowego¹¹.

Istotną barierą procesu komunikowania politycznego znacząco ograniczającą jego skuteczność jest niezgodność komunikowanych werbalnie i niewerbalnie treści. Przekazy niespójne, sygnalizujące odmienne – często także sprzeczne ze sobą – emocje z wyrażanymi słowami, są poważnym problemem dla wszystkich uczestników komunikowania. Przede wszystkim tworzą negatywny wizerunek ich nadawców, którzy postrzegani są jako osoby nieautentyczne, niewiarygodne, nieszczerze, nieuczciwe, zakłamane bądź dwulicowe. Utrudnione zadanie mają także i odbiorcy, którzy przy dekodowaniu tego rodzaju komunikatów mogą odczuwać niepokój i zakłopotanie związane z trafnym określeniem najrzetelniejszego źródła otrzymanej wiadomości, umożliwiającym właściwe odkodowanie informacji¹². Płynące różnymi kanałami sprzeczne bądź całkowicie wykluczające się treści osłabiają przyjęcie i zrozumienie przekazu, ograniczając powodzenie komunikacji. Przykładem dobrze ilustrującym omawiane zagadnienie jest przemówienie premiera Leszka Millera po referendum akcesyjnym z czerwca 2003 roku. Niedostosowana do treści wystąpienia gestykulacja zakłóciła odbiór przekazu i – co istotniejsze – także jego trafne odkodowanie.

Badania pokazują, iż największy wpływ na osobę dekodującą przekaz wywierają niewerbalne zachowania: postawy, gesty, mimika twarzy, kontakt wzrokowy, ton głosu, etc. – większy niż słowna treść przekazu. Jeśli docierające różnymi kanałami informacje w równym stopniu wzbudzają wśród odbiorcy zaufanie, to wówczas w pierwszej kolejności o ich wiarygodności decyduje kontakt wzrokowy, następnie brzmienie głosu, na końcu zaś werbalna zawartość przekazu. Istnieje wiele przyczyn niespójnego komunikowania, pośród których szczególnie istotnymi wydają się: 1) niejasne bądź niemożliwe do odszyfrowania intencje nadawcy; 2) rozbieżności pomiędzy deklarowaną a rzeczywistą intencją przekazu; 3) sprzeczne cele i motywacje nawiązywania i podtrzymywania komunikacji; 4) złe/nieprzyjemne do zakomunikowania informacje powodujące u nadawcy odczuwanie dyskomfortu; 5) napięcia pomiędzy wra-

¹¹ M. Golka, *Barrierey w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne...*, s. 46.

¹² D. Leathers, *Komunikacja niewerbalna*, Warszawa 2007, s. 325 i nast.

żeniem, które nadawca stara się wyrzucić, a odczuwanymi przez niego emocjami¹³.

Także badacze oceniający współwystępowanie komunikatów werbalnych z warstwą wizualną zwracają uwagę, iż niespójność treści z obrazem zmniejsza zapamiętywanie oglądanych treści z 80% do 30%. W literaturze przedmiotu zjawisko niedopasowania komunikatów werbalnych i wizualnych określa się mianem *efektu nożyc*. Niezgodność ta zwiększa skuteczność oddziaływania przekazów perswazyjnych, ponieważ rozprasza koncentrację odbiorcy, odciągając uwagę od komunikatu werbalnego, przez co utrudnia zapamiętywanie pojawiających się treści¹⁴.

Szumy i zakłócenia procesu komunikowania politycznego

W literaturze przedmiotu, oprócz wspomnianych we wcześniejszym fragmencie tekstu barier i błędów blokujących proces komunikowania, występuje także pojęcie zakłócenia (ang. *noise*). Do nauki o komunikowaniu pojęcie to zostało wprowadzone w 1948 roku w pracy zatytułowanej *The Mathematical Theory of Communication* przez Claude'a Elwooda Shannona, badacza z Instytutu Bella, zajmującego się telegrafią, telefonią i radiofonią. Stworzony przez Shannona model transmisji sygnałów pokazywał drogę, jaką informacja musi pokonać od źródła, z którego pochodzi, aż do celu, do którego ma dotrzeć. Poszczególne etapy komunikowania, a więc kodowanie, przesyłanie i ostatecznie odbiór informacji przez adresata narażone są na liczne deformacje, w wyniku których treść nadanego komunikatu może zasadniczo odbiegać od treści wiadomości otrzymanej przez odbiorcę. Schannona i jego ucznia Warrena Weavera interesowały w szczególności zakłócenia wynikające z mechanicznych uszkodzeń kanałów pośredniczących w procesie komunikowania, wpływające na jakość przekazu aniżeli społeczno-kulturowe zdolności jednostek niezbędne do trafnego zanalizowania jego treści. Intencją badaczy było stworzenie takiego modelu komunikowania, w którym sygnał odebrany byłby jak najbliższy nadanemu, i w którym zniekształcenia ograniczone zostałyby do minimum.

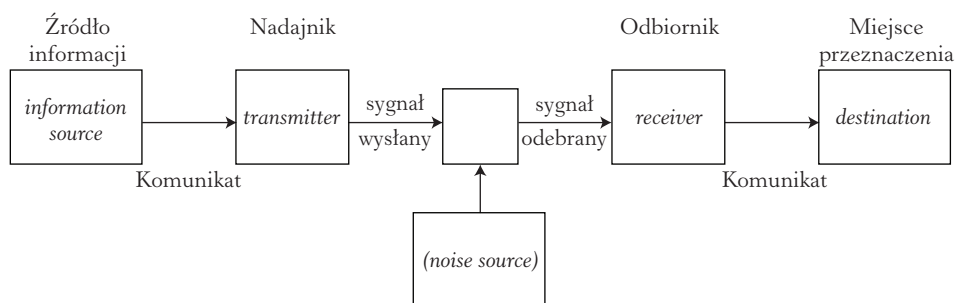
Prowadzone przez C.E. Schannona i W. Weavera badania pozwoliły na wyodrębnienie trzech poziomów zagadnień związanych z procesem

¹³ Tamże, s. 335–337.

¹⁴ Por. J. Fras, *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunku i języka wypowiedzi...*, s. 70.

komunikowania. Pierwszy z nich – techniczny – koncentruje się na dokładności, z jaką zakodowana informacja jest przesyłana przez urządzenia transmitujące i w jakiej formie/w jakim stanie dociera ona ostatecznie do odbiorcy. Drugi poziom – semantyczny – dotyczy precyzyjności, z jaką adresat odszyfrowuje znaczenie użytych w komunikacji kodów. Natomiast trzeci poziom skupia się na badaniu efektywności komunikowania, a więc sprawdzeniu, czy adresat właściwie, zgodnie z intencją nadawcy, odczytał znaczenia zawarte w komunikacie¹⁵.

Model przekazu sygnałów C.E. Schannona



Źródło: C.E. Shannon, *The Mathematical Theory of Communication*, [w:] <http://cm.bell-labs.com/cm/ms/what/shannonday/shannon1948.pdf>, dostęp: 20.10.2011, s. 2.

Powyższy model przekazu sygnałów stał się inspiracją dla wielu badaczy, którzy przenieśli wyniki badań prowadzonych przez Schannona i Weavera na grunt nauk społecznych, poszukując jednocześnie innych przyczyn zakłócających proces komunikowania. Współcześnie w nauce o komunikowaniu pojęcie zakłócenia utożsamiane jest z pojęciem szumu. W zależności od źródła, z którego pochodzi, wyróżnia się szumy o charakterze: „zewnętrznym, wewnętrznym i semantycznym”¹⁶. Pierwszy rodzaj zakłócenia, nazywany także w literaturze przedmiotu szumem fizycznym lub mechanicznym, dotyczy nie tylko – jak w przypadku modelu C.E. Schannona – technicznych uszkodzeń sprzętu: radiowego, telewizyjnego czy komputerowego, ale obejmuje zasięgiem także inne czynniki pochodzące z otoczenia zewnętrznego. Utrudniać komunikację mogą między innymi warunki atmosferyczne – zbyt wysoka lub niska temperatura środowiska; niedogodna dla uczestnika interakcji pora dnia

¹⁵ Por. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, op. cit., s. 39.

¹⁶ Zob. B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004, s. 17.

(bardzo wczesne lub bardzo późne godziny); nieodpowiednie miejsce: zbyt hałaśliwe, zbyt zadymione, etc. Zakłócać mogą ją również pewne atrybuty interlokutora, np. ciemne okulary, bądź właściwości przekazu, np. nieczytelność tekstu. Drugi typ zakłócenia – szum wewnętrzny (psychiczny) – związany jest z osobowościowymi predyspozycjami, kompetencjami i uczuciami jednostek – nadawców i odbiorców komunikatów, takimi jak: np. brak merytorycznego przygotowania, brak wiedzy i kompetencji poznawczych do odkodowania komunikatu, brak umiejętności słuchania, znużenie zbyt monotonną wypowiedzią, lekceważenie rozmówców i słuchaczy, poczucie wyższości, kompleks niższości, zmęczenie, roz-targnienie, złe samopoczucie, bóle głowy, etc. Zakłóceniem wewnętrznym

Tabela 1. Zakłócenia procesu komunikowania

| Rodzaje szumów | | |
|--|--|--|
| Zewnętrzny | Wewnętrzny | Semantyczny |
| hałas, dym papierosowy, nieodpowiednia temperatura otoczenia (mróz – upał), nieodpowiednie miejsce, presja czasu | dyspozycje i motywacje uczestnika interakcji: - nastawienie (pozytywne – negatywne) do interlokutora, - poczucie wyższości/ kompleks niższości | błędne (wieloznaczne) zakodowanie przekazu |
| uszkodzenia i awarie odbiorników radiowych i telewizyjnych, problemy techniczne ze sprzętem komputerowym, kłopoty z nawiązywaniem połączenia internetowego, zrywanie połączeń, | stereotypy, uprzedzenia, utarte schematy poznawcze, | posługiwanie się gwarą, żargonem, specjalistyczną: techniczną, naukową terminologią, |
| atomybuty interlokutora, np. ciemne okulary, bądź właściwości komunikatu: nieczytelny tekst, kiepska jakość dźwięku | brak merytorycznego przygotowania do prowadzenia rozmowy na dany temat/ brak wiedzy, i znajomości zagadnień poruszanych w przekazie | konstruowanie wypowiedzi w oparciu o liczne zapożyczenia z języków obcych |
| | złe samopoczucie (choroba, ból głowy, zęba) | |
| | nieumiejętność słuchania | |

Źródło: opracowanie własne.

są także istniejące w świadomości jednostek stereotypy, uprzedzenia oraz inne utarte schematy myślenia, do których się odwołują i na podstawie których formułują swoje poglądy i opinie uczestnicy interakcji. Duża zmienność nastrojów oraz wyrażanie na przemian skrajnie pozytywnych (sympatia, uwielbienie) i negatywnych (złość, agresja) emocji jest także niewątpliwie psychologicznym czynnikiem utrudniającym przebieg komunikacji. Natomiast szum semantyczny jest najczęściej wynikiem błędnego zakodowania informacji przez nadawcę, którego efektem jest niezrozumienie jej treści przez odbiorcę. Deformacja komunikatu może być jedynie drobną, dającą się naprawić przeszkodą w kontynuowaniu interakcji, ale może również stać się bezpośrednią przyczyną jej zablokowania i przerywania. Niezrozumiałość czyni komunikację także nadmierne stosowanie zapożyczeń z innych języków obcych, posługiwanie się gwarą, żargonem oraz specjalistyczną – niezrozumiałą dla przeciętnego obywatela – terminologią: naukową, techniczną.

Zdaniem badaczy zajmujących się problematyką komunikowania masowego błędne odczytywanie przekazów lub ich niedostrzeżenie może być także wynikiem zbyt dużej ilości różnorodnych informacji płynących do odbiorców, których nie są w stanie przyswoić czy zapamiętać. W literaturze przedmiotu zjawisko to określane jest mianem szumu informacyjnego (*ang. clutter*), oznaczającego nadmiar informacji, wiadomości, komunikatów, zaburzających proces komunikowania¹⁷. Zakłócają one przebieg procesu komunikowania z jednej strony poprzez utrudnianie wyodrębnienia informacji istotnie ważnych i prawdziwych, z drugiej zaś blokują go, deformując i zniekształcając nadawane treści. W ten sposób dochodzi do obniżenia poziomu skuteczności komunikacji, którego konsekwencją może być całkowite jej zaprzestanie. Komunikolodzy zwracają uwagę, iż na gruncie nauk społecznych zagadnienie szumu informacyjnego rozpatrywane jest jako zagadnienie kontekstu, określającego społeczno-psychologiczno-kulturowe uwarunkowania procesu komunikowania¹⁸. Może on być niwelowany poprzez redundancję, czyli kilkukrotne powtarzanie komunikatu o tej samej lub zbliżonej treści.

Problematyką zachodzących w procesie komunikowania zakłóceń zajmował się także austriacki psychoterapeuta Paul Watzlawick, który zwrócił uwagę na dwa kluczowe aspekty skutecznej, czyli prowadzącej do

¹⁷ D. Piontek, *Bariery w komunikowaniu masowym*, [w:] M. Golka (red.), *Bariery w komunikowaniu*, „Człowiek i społeczeństwo”, vol. XVIII, s. 131.

¹⁸ M. Mieć, *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Warszawa 2010, s. 36.

porozumienia, komunikacji: treść przekazu – zawartość informacyjną oraz wzajemne relacje zachodzące pomiędzy partnerami interakcji¹⁹. Zdaniem P. Watzlawicka efektywność interakcji może zostać zablokowana zarówno na płaszczyźnie treści przekazu, jak również na płaszczyźnie stosunków uczestników aktu komunikowania. Zdecydowanie łatwiejsze do rozwiązania są zakłócenia występujące na płaszczyźnie treści przekazu, dotyczące najczęściej zawartości informacji, które na drodze spokojnej i rzeczowej argumentacji w większości przypadków można w miarę bezproblemowo rozwiązać, osiągając porozumienie. Dużo trudniej natomiast poradzić sobie z zaburzeniami powstałymi na płaszczyźnie relacji parterów rozmowy. Przede wszystkim wynika to z faktu, iż indywidualne dyspozycje jednostek, ich poglądy i opinie oraz przeżywane emocje są uwarunkowane wieloma – nie zawsze dostępnymi poznawczo dla współrozmówcy – czynnikami.

* * *

Podsumowując zawarte w artykule rozważania, stwierdzić należy, iż występujące w procesie komunikowania politycznego bariery, błędy i zakłócenia mają charakter uniwersalny – są one bowiem charakterystyczne także dla innych rodzajów komunikowania, zwłaszcza społecznego, interpersonalnego i międzykulturowego. I choć nie sposób ich wszystkich wyeliminować, to z pewnością, mając świadomość ich występowania, można się starać ich unikać.

Poza scharakteryzowanymi w artykule kulturowymi, psychologicznymi, formalnymi i językowymi barierami utrudniającymi proces skutecznego i efektywnego komunikowania politycznego, ograniczają go także przeciążenia informacyjne. Nadmiar płynących różnymi kanałami informacji sprawia, że adresaci komunikatów politycznych, mając ograniczoną zdolność do ich selekcjonowania, analizowania i przyswajania, tworzą filtry, które odrzucają wiadomości zbędne i nieprzydatne, przepuszczając jedynie treści zaspokajające indywidualne potrzeby i oczekiwania.

¹⁹ E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, Gdańsk 2003, s. 183.

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest wskazanie czynników: barier, błędów i zakłóceń ograniczających proces skutecznego komunikowania politycznego. Są to przede wszystkim uwarunkowania kulturowe, psychospołeczne dyspozycje i kompetencje poznawcze uczestników aktu komunikowania oraz bariery formalne i językowe. Efektywność komunikowania politycznego utrudniają także niespójne werbalnie i niewerbalnie komunikaty. Zakłócenia procesu komunikowania politycznego określane są w literaturze przedmiotu mianem szumów. W zależności od źródła, z którego pochodzą, wyróżnia się trojakiemu rodzaju szumy: zewnętrzne, wewnętrzne i semantyczne.

Agnieszka Bejma

BARRIERS, ERRORS AND DISTURBANCES IN POLITICAL COMMUNICATION

The main aim of this article is a description of the barriers, errors and noises, that occur in the process of political communication. The factors that disturb effective process of political communication are: cultural, psychosocial, formal and linguistic barriers. Political communication is also made difficult by wrong use of verbal or nonverbal messages. In the literature on the subject the barriers in the process of political communication are referred to as a noise. Depending on the source from which it comes, there are three types of noises: external, internal and semantic.

KEY WORDS: *political communication, noises, barriers, errors, clutter*

DOROTA PIONTEK

*Komunikowanie polityczne i kultura popularna.
Tabloidyzacja informacji o polityce*Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM,
Poznań 2011, 240 s.*(Bartłomiej Biskup)*

RECENZJE

Praca Doroty Piontek z Uniwersytetu Adama Mickiewicza wpisuje się w jej dotychczasowe zainteresowania badawcze skupione na obszarze komunikowania politycznego, a w szczególności roli mediów jego ramach. Już sam tytuł książki kieruje nas w obszary, które mogą zainteresować potencjalnego czytelnika. O ile bowiem wiele napisano już w Polsce o komunikowaniu politycznym, to o jego związkach z kulturą popularną nadal nie wiemy zbyt wiele, a nasze dywagacje często bywają intuicyjne. Podtytuł staje się zatem clue pracy. Zmieniający się charakter mediów zmienia również informowanie o polityce. Stąd użyte w tytule – i wyjaśnione w książce – słowo tabloidyzacja.

Rozdział pierwszy *Komunikowanie polityczne i media* poświęcony jest przedstawieniu podstawowych definicji i porównaniu istniejących modeli komunikowania politycznego oraz

roli mediów w tym procesie. Autorka szczególną wagę przywiązuje do ukazania roli marketingu politycznego, co znajduje uzasadnienie w dalszych rozdziałach pracy. Szczególnie istotne jest dostrzeżenie problemu zmiany roli mediów masowych w komunikowaniu politycznym. Dorota Piontek, dostrzegając zwiększoną wagę Internetu, nie poddaje się jednak obiegowym i publicystycznym rozważaniom i nie przecenia znaczenia tego medium w polskich warunkach politycznych. Palmę pierwszeństwa autorka słusznie przyznaje telewizji.

Rozdział drugi traktuje w całości o zjawisku mediatyzacji polityki. Poświęcony jest wyjaśnieniu tego pojęcia oraz umiejscowieniu go w ramach teorii mediów i nauk społecznych. Kolejny rozdział to *Funkcje mediów masowych w komunikowaniu politycznym*. Autorka prezentuje w nim takie funkcje, jak agenda setting, priming i fra-

ming. Wszystkie one są wynikiem stałej komunikacji pomiędzy mediami masowymi (dziennikarzami) a politykami. Od tego, jak stworzony jest porządek wydarzeń w programach informacyjnych i jak znaleźć się na pierwszych miejscach, zależy czasami polityczny byt. Podobnie ze zjawiskiem primingu, którego w języku polskim nie da się łatwo zastąpić innym słowem (torowanie nie jest właściwym określeniem, a pozycjonowanie kojarzy się zdecydowanie z marketingowym positioning), czy też ramowania (framing) polegającego na tworzeniu tła interpretacyjnego. Sporo miejsca Dorota Piontek poświęca funkcji tworzenia widzialności medialnej, wprowadzając również pojęcie osoby politycznej. Wiąże się to z bardzo popularnymi, a jednocześnie często nierozumianymi właściwie, koncepcjami kreowania wizerunku polityków. Autorka drobniawo naświetla te zjawiska, korzystając z bogatej literatury przedmiotu i wniosków płynących z badań własnych. Interesujący, nie tylko z punktu widzenia politologa, ale też polityka, jest również podrozdział dotyczący kryteriów selekcji informacji przez media.

Rozdział czwarty dotyczy kultury popularnej i jej związków z komunikowaniem politycznym. Wychodząc od takich zjawisk, jak konsumeryzm polityczny czy celebryzacja, autorka dokonuje istotnego rozróżnienia pomiędzy kulturą popularną a kulturą masową. Następnie podaje przykłady zjawisk kultury popularnej, w tym w szczególności gatunków rozrywkowych, które odnoszą się do polityki. Zestawienie tych gatunków i zjawisk

znakomicie uświadamia czytelnikowi, z jak wielu narzędzi rozrywkowych mogą korzystać zarówno politycy, jak i dziennikarze.

Kolejny rozdział to analiza zjawisk intymizacji i personalizacji polityki na przykładzie prasy kobiecej. Autorka prezentuje tu interesujące badania własne, definiując zarówno przyczyny zainteresowania prasy kobiecej politykami i na odwrót, techniki wykorzystywane przez prasę przy prezentowaniu polityków oraz analizuje wzajemne relacje pomiędzy dwoma typami podmiotów, jakimi są media rozrywkowe i politycy. Duże znaczenie analityczne ma również kategoria politycznych celebrytów, którą autorka posługuje się w trakcie opisu badań, starając się dostrzec podobieństwa i różnice pomiędzy znanym aktorem lub sportowcem a znanym politykiem.

W rozdziale szóstym Politycy i media. Wzajemne relacje Dorota Piontek stara się odpowiedzieć na pytanie, czy to czasem nie ogon macha psem, próbując wychwycić, kto właściwie i w jaki sposób kreuje polityczne informacje. Pomocne są tutaj kategorie spin doctoringu i kampanii permanentnej. Ta pierwsza odnosi się do osób kreujących i podrzucających mediom informacje (czasami nieprawdziwe) i jest raczej kategorią publicystyczną, nieopisaną szerzej w literaturze przedmiotu, tym bardziej ta część rozdziału warta jest przeczytania. Z pojęciem kampanii permanentnej stykamy się znacznie częściej; w książce autorka skupia się na jednej z konstytutywnych cech tego pojęcia, a mianowicie na systematycz-

nym i planowym kształtowaniu relacji z mediami.

Ostatni rozdział dotyczy, wspomnianej w tytule, tabloidyzacji. Autorka definiuje to pojęcie, a następnie, posługując się badaniami własnymi – analizą zawartości treści polskich telewizyjnych programów informacyjnych – odpowiada na pytanie, czy z taką tabloidyzacją mamy do czynienia obecnie. Odpowiedź, co nie będzie pewnie zaskoczeniem, jest pozytywna. Tabloidyzacja dyskursu politycznego w Polsce wzrasta. Zdaniem autorki jednak, jak zwykle patrzącej na opisywane przez siebie zjawiska z dystansem, nie musi to być zjawisko wyłącznie negatywne. „Tabloidyzacja, która obecna jest w publicznym dyskursie, choć zgodnie potępiana, przez sam fakt obecności jest jakoś legitymizowana i oswojona” – pisze Dorota Piontek (s. 212). Autorka, dokonując analiz zaprezentowanych w książce, daje również nadzieję, że wszelkie opisywane zjawiska medialne nie muszą się skończyć upadkiem mediów lub dominującym wpływem polityków na nie, a paradoksalnie mogą zwiększyć wpływ obywateli na to, co się w mediach dzieje. Przykład nowego zjawiska, jakim jest dziennikarstwo obywatelskie, może bowiem nastrajać optymistycznie.

Książka Doroty Piontek warta jest przeczytania z kilku powodów. Po pierwsze, zawiera badania własne, analizujące współczesne zjawiska. Praca zatem nosi istotny walor aktualności. Po drugie, dotyka nowych zjawisk i wprowadza nowe kategorie pojęciowe, niekiedy obecne tylko w literaturze anglojęzycznej. Dostęp do światowej literatury i jej adekwatne i świadome użycie w sposób znaczący wzbogaca zawartość publikacji. Po trzecie, jest pracą porządkującą siatkę pojęć z obszaru komunikowania politycznego i marketingu politycznego, ale także wiedzy o mediach. Poza tym uwagę zwraca syntetyczność publikacji – nie jest ona „przegadana”, rozdmuchana niepotrzebnymi dygresjami i nieaktualnymi teoriami. Konstrukcja wewnętrzna jest klarowna i spójna. Sprawia to, że czyta się ją warto i z zainteresowaniem zarówno w całości, jak i sięgając tylko po zagadnienia szczegółowe. Dlatego warto polecić ją koleżankom i kolegom politologom, medioznawcom, socjologom i psychologom społecznym, jak również adeptom tych kierunków, dla których fragmenty będą bardzo dobrą lekturą przed zajęciami. Nie tylko z komunikowania politycznego.

Bartłomiej Biskup

MARIAN GOLKA

*Bariery w komunikowaniu
i społeczeństwo (dez)informacyjne*Wydawnictwo Naukowe PWN,
Warszawa 2008, 281 s.*(Bartosz Mazurek)*

RECENZJE

Problematyka komunikowania społecznego i interpersonalnego stanowi jeden ze sztandarowych obszarów badawczych nauk społecznych. Większość istniejących publikacji, poruszających zagadnienie komunikacji międzyludzkiej, kładzie nacisk na zasady i formy skutecznego komunikowania. Recenzowana książka została wydana w serii Wydawnictwa Naukowego PWN „Komunikowanie”, w której autorami poszczególnych tomów są uznane autorytety w dziedzinie szeroko pojętej komunikacji społecznej. Jej zakres stanowią pozycje poruszające problem komunikowania interpersonalnego i społecznego, przedstawione ze strony czterech głównych dziedzin: psychologii, socjologii, politologii i językoznawstwa.

Książka Mariana Golki *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne* odkrywa przed czytelnikami ciekawą, lecz mniej znaną stronę

procesu komunikowania. Autor na początku swoich rozważań stawia tezę, iż „komunikowanie jest niedoskonałe, wiele w nim barier, porażek, trudności, kłamstw i manipulacji”. Teza ta jest podstawą jego dalszych rozważań. Autor przekonuje czytelników, iż kłamstwo, błąd czy manipulacja nie stanowią jedynie utrudnień w skutecznej komunikacji, lecz często są jej świadomymi strategiami. W swojej książce zwraca także uwagę na fakt, iż rozwój kultury i techniki odebrał ludziom prostotę i naturalność procesu komunikowania, stawiając pytanie: czy rozwój środków ludzkiego komunikowania przyczynił się do bardziej efektywnego komunikowania, czy wręcz przeciwnie, stworzył jeszcze więcej barier i problemów zakłócających cały proces komunikowania.

Recenzowana książka składa się z trzech zasadniczych części, z których każda została podzielona na kil-

ka rozdziałów. Pierwsza część zatytułowana *Komunikowanie czy nie-komunikowanie* zawiera rozważania o naturze teoretycznej. Czytelnik znajduje w niej informacje dotyczące zjawiska komunikowania, jego barier i zakłóceń. W drugiej części książki *Spółeczeństwo informacyjne czy (dez)informacyjne* autor prezentuje historię powstania społeczeństwa informacyjnego, jego cechy oraz mankamenty pojawiające się na przestrzeni lat. Ostatnia część recenzowanej książki *Przekaz czy przymyt* prezentuje konkretne przykłady komunikacji społeczno-kulturowej, w której występuje zniekształcenie informacji bądź jej celowe przekłamanie. Publikację uzupełnia zamieszczony na końcu *Mały słownik blefów i blefowania*, w którym autor opisuje kilka aspektów zniekształceń komunikacji występujących w życiu społecznym. Ważnym aspektem książki Mariana Golki jest fakt, iż analizuje on wiele stron procesu komunikowania, nie skupiając się na pojedynczym zagadnieniu. Sam autor we wstępie podkreśla, iż książka powstała na bazie pojedynczych artykułów, uzupełnionych na potrzeby niniejszej publikacji.

Książkę rozpoczynają *Dociekania z Wittgensteinem (zamiast przedmowy)*. Autor odnosi się do *Dociekań filozoficznych* Ludwiga Wittgensteina¹. Prezentując wybrane paragrafy jego książki, Golka stara się wprowadzić czytelnika w świat gier językowych. Autor

podkreśla dwie metafory odnoszące się do procesu komunikacji. Pierwszą z nich jest metafora starego miasta, w którym mieszają się stare, zabytkowe uliczki z nowymi przedmieściami i domami. Drugą jest labirynt ścieżek, w którym do tego samego miejsca można dojść kilkoma drogami. Marian Golka odnosi te metafory do procesu komunikowania, który nie jest jednoznaczny, zawiera wiele niedopowiedzeń, blefów i manipulacji.

Pierwsza część książki *Komunikowanie czy nie-komunikowanie* została podzielona na kilka rozdziałów. Pierwszy z nich odnosi się do samego procesu komunikowania, autor zwraca uwagę na istotę tego procesu, jego fazy, funkcje oraz problem społeczno-kulturowego funkcjonowania środków przekazu. Prezentuje także aspekt niedoskonałości komunikowania oraz problemów, jakie powstają na ich skutek. Zakończenie rozdziału stanowią rozważania dotyczące sposobów znieszenia barier i nieporozumień w komunikacji międzyludzkiej. Drugi rozdział odnosi się do historii i znaczenia rozwoju mediów we współczesnej komunikacji. Autor wprowadza pojęcie metafory ekranu, odnoszące się do nowych środków komunikacji, które z jednej strony wzmacniają efektywność komunikowania, z drugiej natomiast powodują oddzielenie szklanym ekranem ludzi od otaczającej ich rzeczywistości. Rozważania kończy próba oceny współczesnej medialności, jednak autor nie określa jednoznacznie przewagi plusów czy minusów nowych mediów. Kolejny rozdział poświęcony został barierom i zakłóceńiom w komunikowaniu. Autor pre-

¹ Ludwig Wittgenstein – filozof zajmujący się przede wszystkim kwestiami języka i logiki. W książce *Dociekania filozoficzne (Philosophische Untersuchungen)* zaprezentował koncepcję gier językowych.

zentuje w tym miejscu rozważania dotyczące efektywności komunikowania oraz przedstawia trzy podstawowe przyczyny zakłóceń w komunikacji: bariery społeczno-kulturowe, zakłócenia osobowościowe oraz bariery formalne. Zakończenie rozdziału stanowi analiza możliwości stworzenia języka sztucznego, pozwalającego na prowadzenie jasnej komunikacji. Następny rozdział książki poświęcony został fazom i filtrom występującym w odbiorze przekazów. Autor prezentuje w nim podstawowe czynniki wpływające na odbiór przekazu, takie jak: postrzeżenia zmysłowe, przeżycia estetyczne, odczytanie przekazu. Przedstawia także zagadnienie interpretacji, ocen i zapamiętania przekazu oraz skuteczności przekazu w utrwaleniu lub zmianie postaw odbiorcy. Zakończeniem części pierwszej książki jest rozdział odnoszący się do problemu komunikowania międzykulturowego. Marian Golka przedstawia cechy komunikacji międzykulturowej oraz prezentuje podstawowe źródła trudności w komunikowaniu międzykulturowym.

W drugiej części książki *Spółczesność informacyjna i (dez)informacyjna* Marian Golka zaprezentował kluczowe w tej publikacji problemy. Autor zwraca uwagę na cechy społeczeństwa informacyjnego, jego niedoskonałości oraz problemy. Pierwszy rozdział tej części odnosi się do samej teorii społeczeństwa informacyjnego. Autor przedstawia historię powstania nowego typu społeczeństwa oraz rolę, jaką odegrał Internet w jego tworzeniu. Wymienia także bogate spektrum cech społeczeństwa in-

formacyjnego. Rozważania w tym rozdziale zostały zakończone próbą oceny nowego typu społeczeństwa. Autor na równi zaprezentował oceny entuzjastów oraz skrajnych sceptyków. Kolejny rozdział książki prezentuje problem wirtualności w społeczeństwie informacyjnym. Autor przedstawia zjawisko iluzji w świecie rzeczywistym i wirtualnym. Dogłębnie opisuje i definiuje problemy cyberprzestrzeni i świata wirtualnego. Autor zwraca również uwagę na istniejący spór dotyczący wad i zalet rzeczywistości wirtualnej oraz możliwości jej istnienia bez styczności ze światem fizycznym. Następny rozdział *Manipulacja w społeczeństwie informacyjnym* prezentuje zagadnienia manipulacji w środkach masowego przekazu oraz prezentuje przejawy tego typu działań. Marian Golka zwraca szczególną uwagę na aspekt manipulacji medialnej, podkreślając problemy z brakiem możliwości weryfikacji informacji, zniekształceniem przekazu oraz selekcją informacji dokonywaną przez same media. W rozdziale *Szansa demokratyzacji w społeczeństwie informacyjnym* autor skupił uwagę na roli Internetu w mechanizmach przekazywania informacji, starając się odpowiedzieć na pytanie dotyczące wiarygodności Internetu jako źródła informacji. Druga część rozdziału to analiza wpływu nowych środków przekazu na procesy demokratyzacji. Autor prezentuje kilka argumentów, starając się odpowiedzieć na pytanie, czy Internet ma realny wpływ na mechanizmy demokratyczne, czy stanowi jedynie formę pozornej demokracji. Ostatni rozdział drugiej części książki poświęcony jest

niedostatkom społeczeństwa informacyjnego. Autor twierdzi, iż społeczeństwo informacyjne przedstawiane jest w zbyt pozytywnym świetle, bez odniesienia się do jego licznych wad. Po pierwsze autor zwraca uwagę na zróżnicowanie i nierówności w społeczeństwie informacyjnym. Odnosi się do podstawowych problemów związanych z dostępem do Internetu, takich jak wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie czy ograniczenia językowe. Wprowadza także kategorię podziału cyfrowego, który może doprowadzić do wykluczenia społecznego pewnej części społeczeństwa. Autor wskazuje również nowe formy nierówności spowodowane wzrostem znaczenia nowych technologii, takie jak: niepiśmienność cyfrowa czy nierówny dostęp do pracy. Rozdział ten porusza także problem kontaktów międzyludzkich, starając odpowiedzieć na pytanie, czy w dobie Internetu kontakty międzyludzkie ulegają wzmocnieniu czy osłabieniu. Ostatnią część rozdziału stanowi prezentacja coraz bardziej znaczącego problemu uzależnienia od Internetu. W ostatnim rozdziale drugiej części książki autor prezentuje zagadnienie zalewu informacji i deficytu mądrości. Marian Golka zwraca uwagę na problem tworzenia obrazu współczesnego świata z chaosu otaczających nas informacji. Autor podkreśla potrzebę rozwijania umiejętności selekcji, oceny i hierarchizacji informacji, pozwalających na obronę przed coraz większym zalewem informacji.

Trzecia część książki *Przekaz czy przemyt* prezentuje zjawisko celowego zniekształcenia informacji w procesie

komunikacji. W pierwszych dwóch rozdziałach tej części autor opisuje znaczenie stereotypu oraz mitu w komunikowaniu. Definiuje oba pojęcia, przedstawia ich cechy oraz prezentuje konkretne przykłady wykorzystania stereotypów i mitów do przekazywania zniekształconych informacji. Kolejny rozdział stanowią rozważania dotyczące graffiti jako przejawu bezradności komunikacyjnej. Autor na podstawie swoich badań empirycznych przeprowadzonych w Poznaniu definiuje pojęcie graffiti oraz przedstawia jego rodzaje i formy. Zwraca także uwagę na uwarunkowania powstania graffiti, podkreślając, iż często samo graffiti jest przejawem niewydolności komunikowania w społeczeństwie. Zakończeniem tego rozdziału jest ciekawa próba odpowiedzenia na pytania: kto, co, do kogo i za pomocą jakich środków mówi poprzez graffiti. Ostatni rozdział w książce stanowią rozważania dotyczące ładu społecznego w społeczeństwie informacyjnym. Autor definiuje w nim pojęcia ładu społecznego, nieufności i zaufania oraz prezentuje wpływ zaufania bądź nieufności na przebieg procesu komunikowania.

Reasumując, można z przekonaniem stwierdzić, iż recenzowana publikacja wnosi wielki wkład w prowadzoną dyskusję dotyczącą funkcjonowania społeczeństwa informacyjnego. Autor w każdym z rozdziałów przedstawił grupę zagadnień, które mogą się stać inspiracją do dalszych badań nad społeczeństwem informacyjnym, wpływem Internetu na życie ludzi, skutecznością komunikacji czy powodami i skutkami blefowania

i manipulacji. Książka ta nie wyczerpuje tematyki prezentowanych w niej zagadnień, lecz jedynie zwraca uwagę na wiele problemów, które w codziennej dyskusji pozostają niezauważone. Książka Mariana Golki jest doskonałą publikacją, pozwalającą czytelnikowi na poszerzenie wiedzy i spojrzenie

na problem komunikacji w społeczeństwie informacyjnym z innej strony – ze strony barier, kłamstw czy manipulacji, które od zawsze występowały w procesach komunikowania.

Bartosz Mazurek

GRZEGORZ ROCH BAJOREK

*Władcy ust. Granice swobody wypowiedzi polityków
i wypowiedzi o politykach w świetle orzecznictwa
Europejskiego Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu*

Wydawnictwo Adam Marszałek,
Toruń 2010, 455 s.

(Alicja Jaskiernia)

RECENZJE

Problematyka swobody wypowiedzi i jej granic ma fundamentalne znaczenie dla systemu ochrony praw i wolności obywatelskich. Ma też kluczowe znaczenie dla funkcjonowania mediów masowych. Standardy wypracowywane przez Radę Europy¹, a zwłaszcza przez Europejski Trybunał Praw Człowieka w oparciu o *Europejską konwencję praw człowieka*, wyznaczają sposoby i drogi interpretacji, zakres swobody wypowiedzi i jej granice oraz przyczyny, z jakich może ona być ograniczana.

Autor podjął to zagadnienie w odniesieniu do swobody wypowiedzi polityków i wypowiedzi o politykach w świetle orzecznictwa Europejskie-

go Trybunału Praw Człowieka. Niewątpliwie jest to ważne zagadnienie i wdzięczne pole do analizy dla politologów i językoznawców, choć już na wstępie można podnieść wątpliwość, czy zawężenie do orzecznictwa ETPCz jest tutaj zasadne. Przecież organ ten jest tylko częścią systemu Rady Europy i logicznie Autora powinny zainteresować również standardy tworzone przez inne człony systemu instytucjonalnego RE. EKPCz stanowi co prawda perłę w koronie systemu konwencyjnego RE, ale niewątpliwie jest tylko częścią tego systemu. Można oczywiście uznać, że Autor ograniczył się tylko do EKPCz ze względu na objętość książki, ale nawet przy tym założeniu należało odnotować, że standardy orzecznicze ETPCz są tylko częścią standardów dotyczących swobody wypowiedzi, tworzo-

¹ Zob. A. Jaskiernia, *Rada Europy a problemy mediów masowych*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2002, s. 142.

nych przez Radę Europy. W kręgu zainteresowania muszą się bowiem znaleźć również standardy kreowane przez Komitet Ministrów i Zgromadzenie Parlamentarne. Nawet jeśli niektóre z nich mają tylko charakter miękkiego prawa, to jednak nie pozostają bez znaczenia w systemie funkcjonowania RE określanej jako „organizacja wartości”. Liczy się bowiem w niej cały system aksjologiczny, uzgodniony i przyjęty przez przedstawicieli państw członkowskich, który powinien stanowić podstawę praktyki ustrojowo-politycznej w państwach członkowskich.

Podjęte przez Autora studia nad zagadnieniem granic wolności słowa polityków i wobec polityków polegały na analizie orzeczeń ETPCz z lat 1976–2008 dokonanej za pomocą metody komparatystycznej. Główna hipoteza, poddana następnie analizie, była następująca: „Politycy mogą sobie pozwolić na dużo większą swobodę wypowiedzi w zakresie korzystania z wolności słowa, ponieważ wypowiedź w debacie politycznej podlega w demokratycznym społeczeństwie szczególnej ochronie. Ale też polityków można dużo ostrzej krytykować niż zwykłego obywatela. Ochrona ich życia prywatnego również jest mniejsza”. Udowodnieniu powyższej hipotezy miała służyć przyjęta przez Autora struktura pracy (s. 12).

W rozdziale I zaprezentowana została wolność słowa na tle rozwoju praw człowieka, w ujęciu dwuwymiarowym: uniwersalnym (s. 34) i regionalnym (s. 40).

W rozdziale II został zaprezentowany został system Rady Europy,

przy czym szczególny nacisk Autor położył na *Europejską konwencję praw człowieka*, zarówno przed wejściem, jak i po wejściu w życie *Protokołu nr 11*. Konstrukcja tego rozdziału wzbudza wątpliwości. Nie dotyczą one samej konwencji (s. 64) czy jej mechanizmu kontrolnego (s. 67), ale sekwencji dotyczącej Rady Europy. Z tytułu rozdziału wynikało wprost, że zostanie zaprezentowany system Rady Europy. Faktycznie natomiast na trzech stronach (w pracy liczącej ponad 450 stron) zaprezentowane zostały tylko podstawowe informacje dotyczące Rady Europy, a zwłaszcza jej genezy. Nie nastąpiła natomiast prezentacja struktur i form działania oraz dorobku Komitetu Ministrów czy też Zgromadzenia Parlamentarnego, co jest istotne w sytuacji, gdy organy te tworzą (obok Trybunału) standardy dotyczące swobody wypowiedzi. Czytelnik nie dowiaduje się więc, jak wygląda kompleksowy system tych standardów, gdyż zawężone zostały one tylko do – choć istotnie szczególnie ważnych – standardów orzeczniczych ETPCz.

W rozdziale III przedstawione zostały orzeczenia w pierwszych sprawach dotyczących artykułu 10. *Konwencji*. Chodzi tu o orzeczenia *Handyside przeciwko Wielkiej Brytanii* (1976) oraz *Sunday Times (1) i inni przeciwko Wielkiej Brytanii* (1979). W końcowej części tytułu rozdziału znajduje się ujęcie *Rodzaje wypowiedzi i ich ochrona przez Europejski Trybunał Ochrony Praw Człowieka*. Nie bardzo wiadomo, czy podstawą wyodrębnienia tego rozdziału było kryterium temporalne („pierwsze sprawy”), czy przed-

miotowe („rodzaje wypowiedzi i ich ochrona”). Jeśli ten czynnik charakteryzujący miał dotyczyć wszystkich kolejnych rozdziałów, to powinien być również uwzględniony w tytule. Niewątpliwie tworzy on bowiem klucz do analizy kazusów, niezawężony tylko do pierwszego etapu. Jeśli tak, to wymienianie go w tytule tego rozdziału może być uznane za zbędne, a nawet mylące.

W rozdziale IV Autor koncentruje się na wypowiedziach o politykach. Zaznacza przy tym, że chodzi o „studium przypadków”. W rozdziale V przedmiotem analizy są „wypowiedzi o politykach, które zagrażają ich karierze oraz inne wypowiedzi prowokujące pod ich adresem”. Tym razem nie ma oznaczenia, że chodzi o „studium przypadków”, choć można odnieść wrażenie, że metoda zastosowana w rozdziale IV nie różni się od tej, którą zastosowano w rozdziale V. W rozdziale VI, poświęconym wypowiedziom polityków, znów wraca oznaczenie „studium przypadków”. Nie ma go natomiast w rozdziale VII, prezentującym wypowiedzi o politykach i wypowiedzi polityków, które dotyczą sporu o historię, choć metoda *case studies* ma niewątpliwie zastosowanie również w tym rozdziale. To samo można powiedzieć o rozdziale VIII dotyczącym prawa polityków do wypowiedzi kwestionujących porządek demokratyczny i prawa władz krajowych do rozwiązania partii politycznej, której liderzy negocjują zasady ustrojowe państwa w debacie politycznej.

Nie wiadomo dokładnie, jakie kryterium zostało zastosowane w kon-

strukcji merytorycznej rozdziału IX. Ujęcie *Trybunał na rozstajach* może sugerować, że chodzi tu o głębszą refleksję teoretyczną lub nową tendencję interpretacyjną bądź dylematy polityki orzeczniczej. Wiele jednak wskazuje, że chodzi tu – zwłaszcza w ostatnim podrozdziale – po prostu o analizę najnowszych orzeczeń ETPCz.

Sygnalizowane wątpliwości mogą świadczyć o tym, że Autor miał pewne trudności z uporządkowaniem bogatego materiału orzeczniczego. Nie zastosował konsekwentnie kryterium „wypowiedzi o politykach” – „wypowiedzi polityków”, o czym świadczy rozdział VII. Z kolei wypowiedzi o politykach znalazły się w rozdziałach: IV, V i VIII, a częściowo także w VII. Może obraz byłby bardziej klarowny, gdyby podstawą podziału na rozdziały było kryterium: „wypowiedzi o politykach” – „wypowiedzi polityków”, a w ramach tych kategorii dokonano wyróżnienia przedmiotowego (np. spory o historię, kwestionowanie porządku demokratycznego itp.).

Podstawowym walorem pracy jest to, że Autor, szczegółowo przytaczając poszczególne *casusy*, dostarcza bogatego materiału dla analiz dokonywanych przez osoby zainteresowane tym zagadnieniem. Z tego punktu widzenia praca ta jest swoistym przetworzeniem metody stosowanej w pracach Ireneusza Kamińskiego i Marka A. Nowickiego, którzy już wcześniej opisywali większość z uwzględnionych w pracy orzeczeń. Analiza dokonana przez G.R. Bajorka jest niewątpliwie bardziej wnikliwa, stosownie do monograficznego ujęcia zagadnienia swobody wypowiedzi polityków.

Oparcie się Autora głównie na metodzie *case studies* zubożyło jednakże warstwę teoretyczną pracy. Nawet bowiem, gdy metoda ta była nieodzowna, to jednak powinna być wzbogacona – zwłaszcza w części końcowej – o głębszą refleksję syntetyczną, która kompleksowo uwypukliłaby najważniejsze elementy składające się na standard orzeczniczy wypracowany przez ETPCz w tej dziedzinie. Poniekąd funkcję tę spełnia podrozdział *Próba podsumowania orzecznictwa ETPCz w latach 1976–2007, dotyczącego granic wypowiedzi polityków i o politykach*, ale i tu brakuje konsekwentnego uporządkowania problemowego. Mimo wszystko jednak podrozdział ten spełnia funkcję zakończenia, w którym umieszczone są konkluzje. Z tego punktu widzenia kolejne podrozdziały nie stanowią konsekwentnie takiej analizy, ale raczej niosą pewne obserwacje porządkujące.

W konkluzji Autor stwierdza, że jego hipoteza badawcza znalazła potwierdzenie w świetle przeprowadzonych badań: „żaden inny podmiot praw i obowiązków, o których mówi *Konwencja*, nie jest równie pozbawiony osłony przed napastliwymi słowy i równie silnie chroniony, kiedy ze swobody wypowiedzi korzysta” (s. 392). Zwraca on uwagę na pewnego rodzaju dwuznaczność personifikacji wiążącej się z osobą polityka w porównaniu z dziennikarzem. Dziennikarz również szeroko może korzystać ze swobody wypowiedzi. Poza tym jednak, kiedy odłoży pióro, jest osobą prywatną. W tym sensie będzie on obywatelem, który w sądzie, broniąc swojego dobrego imienia, nie

różni się niczym w świetle prawa od innych osób. Natomiast politykowi jako osobie publicznej dużo trudniej jest oddzielić swoje życie prywatne od publicznego. Ponieważ obecnie politykę uprawia się głównie za pośrednictwem mediów i to w dodatku permanentnie przez okrągłą dobę, postulat pełnej prywatności polityka jest trudny do zrealizowania. Trybunał, nakładając na polityka konieczność posiadania „grubszej skóry”, tłumaczy tę nierówność dobrowolnością uczestnictwa przez polityków w grze politycznej. W tym sensie specyficzna pozycja polityka – jako podmiotu praw i obowiązków – jest prostą konsekwencją ich zaangażowania się w debatę publiczną. Przyczyn powyższego określenia pozycji polityka przez Trybunał należy szukać w liberalnej koncepcji demokracji, do której w przeszłości ETPCz się odwoływał (s. 392). Tendencja ta była widoczna pomiędzy orzeczeniami *Lingens i Lindon i inni przeciwko Francji* (2007). W okresie tym ETPCz akcentował znaczenie wolności słowa dla utrzymania i rozwoju demokracji. „Nowy” Trybunał, co widać w orzeczeniach *Standard, Sanocki, Radio France, Keller*, odszedł od takiej liberalnej linii orzekania. Prawu do swobodnej informacji przeciwstawia bowiem prawo osoby publicznej do ochrony reputacji. Jednym z powodów usztywnienia stanowiska Trybunału – jak domniemywa Autor – jest rozwój techniki i globalna tabloidyżacja mediów. Taką linię orzeczniczą szczególnie eksponuje sędzia Lucaides, który w zdaniu konkurencyjnym (popierając tezy wyroku *Lindon*), sprzeciwił

się tezie o potrzebie ochrony swobody wypowiedzi ze względu na wartość, jaką jest swoboda dyskusji w społeczeństwie (s. 396–397). Autor uznał linię zawartą w orzeczeniu *Lindon* za „niczym nieusprawiedliwioną”. Wyraźnie sympatyzuje ze zdaniem odrębnymi sędziów Rozakisa, Bratzy, Tulkensa i Sikuty, którzy uznali, że wyrok w sprawie *Lindon* jest sprzeczny z dotychczasowym orzecznictwem ETPCz (s. 397).

Wątek ten wydaje się jednym z najciekawszych w książce. Może on świadczyć o ewolucji odczytania EKPCz przez Trybunał, w związku ze zmieniającymi się uwarunkowaniami, w których przyszło działać współczesnym politykom. Trudno więc w takiej sytuacji sugerować, że nowa linia Trybunału jest „niczym nieusprawiedliwiona”. Można co najwyżej pytać, czy Trybunał nie poszedł zbyt daleko w modyfikacji tej linii, nieproporcjonalnie do uwarunkowań, które zachęcały do jej modyfikacji.

Dodać należy, że konflikt związany z przenikaniem się sfery publicznej i prywatnej polityków potęguje także fakt personalizacji sceny politycznej, na której to scenie aktorzy indywidualni odgrywają główne role i to poprzez nich samych, ich postawy i zachowania postrzega się instytucje oraz programy ugrupowań, które reprezentują². Wzrasta też poziom autonomii polityków wobec samych ugrupowań, co skutkuje przywiązywaniem większej wagi do ich całości-

wego wizerunku, w tym także wzbogaconego elementami życia prywatnego. W Europie pod tym względem mamy do czynienia z przekształcaniami wzorców zachowań politycznych, związanych nie tylko z większą personalizacją polityki, lecz także permanentną kampanijnością polityki, w tym tzw. amerykanizacją kampanii wyborczych.

Praca napisana jest jasnym, potoczystym językiem. Momentami nawet świadczy o temperamencie publicystycznym Autora, co może poszerzyć krąg odbiorców książki. Autor wykazał też niewątpliwie dobre rozeznanie w analizowanym materiale, czyli orzecznictwie ETPCz. Bibliografia pozostawia jednakże pewien niedosyt. Autor nie tylko pominął publikacje poświęcone standardom międzynarodowym tworzonym przez Radę Europy w odniesieniu do swobody wypowiedzi polityków, np. w kampaniach wyborczych, powstające w ramach ciał statutowych Rady, ale również istotne publikacje dotyczące standardów wolności wypowiedzi w świetle orzecznictwa ETPCz, autorstwa prof. Jacka Sobczaka³. Sięgnięcie po szersze piśmiennictwo naukowe podniosłoby walor teoretyczny opracowania, poprzez możliwość konfrontacji ocen orzecznictwa dokonywanej przez fachowców z różnych dziedzin. Intencja Autora, iż w pracy zostały wykorzystane „monografie i publikacje naukowe poświęcone wolności słowa,

² Zob. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007, s. 177–178.

³ Np. *Swoboda wypowiedzi w orzecznictwie Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu*, cz. I, „Ius Novum” 2007, nr 4; cz. II, „Ius Novum” 2007, nr 4.

które ukazały się w kraju i za granicą” (s. 12), zrealizowana została dość selektywnie. Pomimo tego książka G.R. Bajorka, zwłaszcza w warstwie informacyjnej, niesie bogaty materiał. Interesująco ujawnia dylematy związane z potrzebą wyważonego określenia swobody wypowiedzi polityków

i o politykach. Z zainteresowaniem mogą sięgnąć po nią osoby, które obserwują i analizują życie polityczne i zachowania aktorów współczesnej politycznej agory.

Alicja Jaskiernia

Adrianna Chibowska, Karolina Brylska

*Sprawozdanie z konferencji
„Political Communication
in the Era of New Technologies”,
Warszawa, 22–23 września 2011 r.*

SPRAWOZDANIA

W dniach 22–23 września 2011 r. na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego odbyła się konferencja naukowa zatytułowana *Political Communication in the Era of New Technologies*. Konferencję zorganizowały wspólnie Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, Instytut Nauk Politycznych i Instytut Dziennikarstwa UW. Wydarzenie zgromadziło prawie 100 badaczy komunikacji politycznej z 25 krajów i 6 kontynentów.

Konferencja podzielona była na dwie części: sesję plenarną, podczas której swoje prezentacje przedstawili światowej sławy specjaliści komunikacji publicznej, oraz część panelową, w której w 15 sesjach tematycznych badacze dyskutowali nad fenomenem nowych mediów. W kilku panelach organizatorzy konferencji wprowadzili nowe, rzadko dotąd wykorzystywane rozwiązanie technologiczne – miano-

wicie łączenie przez komunikator internetowy skype. Umożliwił on prelegentom nieobecny na konferencji wygłoszenie referatów oraz udział w dyskusji.

Konferencję rozpoczęła prezes zarządu PTKS prof. dr hab. Bogusława Dobek-Ostrowska, witając przybyłych gości i przedstawiając ideę wydarzenia. Następnie słowa powitania do obecnych skierowali: prorektor UW ds. badań naukowych i współpracy z zagranicą prof. dr hab. Włodzimierz Lengauer, wiceprezes Polskiego Towarzystwa Nauk Politycznych prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas oraz Garegin Chugaszyan, członek Komitetu Sterującego ds. Mediów i Nowych Usług Komunikacyjnych (CMDC) Rady Europy.

Podczas ceremonii otwarcia wręczono dwa istotne wyróżnienia. Dr Agnieszka Turska-Kawa otrzymała nagrodę PTKS za Najlepszą Pracę

Doktorską 2010 z zakresu nauki o komunikowaniu, natomiast dr Karol Jakubowicz został wyróżniony honorowym członkostwem Political Communication Association. Dr Jakubowicz, ekspert w dziedzinie mediów elektronicznych wielu instytucji badawczych i organizacji międzynarodowych (m.in. Rady Europy i Unii Europejskiej), wygłosił wykład inauguracyjny dotyczący fundamentalnego zagadnienia wpływu nowych mediów na kondycję demokracji. Dr Jakubowicz zwrócił uwagę na łatwo dostrzegalne zjawisko osłabienia instytucji demokratycznych. Zaznaczył jednak, że Internet nie stanowi na ten problem remedium – nie jest bowiem w stanie ani naprawić, ani ustanowić nowych demokratycznych mechanizmów i procesów.

Po wykładzie odbyły się dwie sesje plenarne. Pierwsza, prowadzona przez prof. dr. hab. Jerzego Olędzkiego poświęcona była znaczeniu nowych technologii dla nowoczesnych procesów komunikowania. W jej ramach wygłoszone zostały dwa interesujące wystąpienia. Profesor Barbara Pfetsch z Wolnego Uniwersytetu Berlina analizowała demokratyczny potencjał komunikacji internetowej w zachodnich demokracjach. Zaznaczyła, że Internet może wzmacniać aktorów politycznych wykluczonych z dyskursu, ale jedynie pod warunkiem interakcji z mediami tradycyjnymi. Zdaniem badaczki Internet jako taki powieła jedynie struktury władzy ustalone w mediach tradycyjnych. Związki między tradycyjnymi a nowoczesnymi mediami profesor Pfetsch opisała, relacjonując wyniki ostatnich ba-

dań empirycznych i najnowsze modele teoretyczne (jak choćby koncepcję hybrydyzacji mediów A. Chadwicka).

W kolejnej prezentacji profesor Frank Esser z Uniwersytetu w Zurychu skoncentrował się na zagadnieniu wpływu kontekstu i otoczenia polityczno-społecznego na praktyki kampanijne i strategie wyborcze kandydatów i partii. Analizował słabe punkty realizowanych obecnie badań komparatywnych w tej sferze, wskazując analizę *Global Political Consultancy Survey* autorstwa F. Plasser i G. Plasser jako najlepszą metodologicznie i jednocześnie dowodzącą, że kontekst narodowy i polityczny odgrywa istotną rolę w kształtowaniu komunikacji politycznej. Frank Esser skonstruował, że ten rodzaj badań byłby łatwiejszy, jeśli analitycy wykazywaliby więcej konsekwencji, kumulatywności i dążenia do standaryzacji tak na poziomie projektowania, jak i realizowania eksperymentów.

Druga sesja plenarna zatytułowana była *Nowe technologie jako narzędzie i wyzwanie dla komunikacji politycznej*. W tej części jako pierwszy głos zabrał Wolfgang Donsbach z Drezdeńskiego Uniwersytetu Technologicznego. Jego wystąpienie poświęcone było istocie procesu deliberacji w dobie coraz szerszego zastosowania Internetu. Profesor Donsbach argumentował, iż deliberacja wymaga społecznego zaangażowania, potrzebuje uczestnictwa obywateli zainteresowanych sprawami publicznymi, ale także obywateli dysponujących odpowiednim zasobem informacji. Akcentując właściwości nowych mediów, zaproponował trójwymiarową analizę roli Internetu, od-

wołując się do prowadzonych przez siebie badań dotyczących świadomości, wiedzy i źródeł informacji politycznych pozyskiwanych przez społeczeństwo niemieckie. Na tym etapie badań sformułował on dwa wstępne wnioski. Po pierwsze, świadomość wydarzeń politycznych i wiedza na ich temat są ściśle powiązane z wiekiem badanych. Po wtóre, rola Internetu jako źródła pozyskiwania konkretnych, szczegółowych informacji bywa przeceniana. Należy jednocześnie zaznaczyć, iż Wolfgang Donsbach wraz z zespołem kontynuuje przedsięwzięcie badawcze, realizując dalsze cele projektu, m.in. dokonując analiz jakościowych.

Drugim mówcą tej części konferencji był Philippe J. Maarek (University Paris Est – UPEC). Swoje wystąpienie poświęcił analizie próby ujednolicenia polityki komunikacyjnej francuskiego rządu i ściślejszego związania jej z Pałacem Elizejskim. W ocenie profesora Maareka poszczególne działania firmowane bądź inicjowane przez samego prezydenta Nicolasa Sarkozy'ego, nie tylko nie przyniosły poprawy wizerunku głowy państwa, ale go wręcz pogorszyły. Negatywny efekt tych zabiegów wzmocniony rażąco siłą Internetu Philippe Maarek określił mianem *efektu rollercoastera (rollercoaster effect)*. Ponadto, prelegent zwrócił uwagę na fakt, iż silna personalizacja politycznej komunikacji Nicolasa Sarkozy'ego, która przyniosła mu zwycięstwo w wyborach prezydenckich 2007 r., jest obecnie nieefektywna. Zdaniem Philippe Maareka Nicolas Sarkozy nie znalazł jeszcze odpowiednio wyważonej stra-

tegi komunikowania się z obywatelami.

Ostatnim mówcą w tej sesji była Katrin Voltmer z Uniwersytetu w Leeds, rozważająca rolę technologii komunikacyjnych w procesie demokracji. Analizując korzyści i zagrożenia wynikające z adaptowania różnych technologii dla potrzeb komunikowania politycznego, badaczka posłużyła się perspektywą historyczną. Przemiany demokratyczne w Europie Środkowo-Wschodniej następujące na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych Katrin Voltmer określiła mianem pierwszych rewolucji telewizyjnych. Opisując zaś wydarzenia Pomarańczowej Rewolucji na Ukrainie, zwracała uwagę na marketingowy wydźwięk tych działań, mający na celu zwrócenie uwagi międzynarodowych mediów na sytuację w Kijowie. Analiza irańskiego powstania pozwoliła natomiast prelegentce uwypuklić kwestię potencjału informacyjnego Internetu i mediów społecznościowych, jak i zagadnienie wiarygodności nowych mediów. Katrin Voltmer przedmiotem swojego badania uczyniła także wydarzenia w Tunezji, Egipcie i Syrii. Tak szeroka analiza pozwoliła badaczce wysnuć wnioski, iż dysydenci, posługując się zróżnicowanymi formami komunikacji, podejmują aktywności o zróżnicowanym charakterze, a także, że efekty stosowania technologii komunikacyjnych nie są uniwersalne i niezmiennie w czasie. Niezwykle istotne jest zdaniem Katrin Voltmer badanie wzajemnego oddziaływania pomiędzy starymi i nowymi mediami w kontekście aktywizowania różnorodnych grup i jednostek.

Następna sesja plenarna poświęcona była prezentacji celów działania, struktury i historii międzynarodowych stowarzyszeń grupujących badaczy zajmujących się komunikacją polityczną. Jak zaznaczyła na wstępie Bogusława Dobek-Ostrowska – przewodnicząca obrad tej sesji – wymiana doświadczeń, śledzenie dokonań naukowych i postępów badawczych czynionych przez bardziej dojrzałą naukę zachodnią, cieszącą się zasłużonym prestiżem i uznaniem, z pewnością przyczyni się do rozwoju badań politycznego komunikowania w Europie Środkowej i Wschodniej. Swoimi spostrzeżeniami w tej sesji podzielili się Philippe Maarek reprezentujący IAMCR (International Association for Media and Communication Research), Dominic Wring przedstawiciel władz IPSA (International Political Science Association) oraz Katrin Voltmer z ECREA (European Communication Research and Education Association). Ponadto głos zabrała Agnieszka Stępińska, referując zagadnienia związane z funkcjonowaniem Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej.

Ostatnim punktem programu czwartkowych obrad była prezentacja książki *Making Democracy in 20 years. Media and Politics in Central and Eastern Europe*, przygotowanej pod redakcją Bogusławy Dobek-Ostrowskiej i Michała Głowackiego.

Drugi dzień konferencji upłynął uczestnikom pod znakiem dyskusji panelowych zogniskowanych wokół poszczególnych zagadnień tematycznych. I tak oś panelu 1. stanowiło zgaszenie wpływu nowych mediów na od-

biorców. Paneliści podjęli próbę ujęcia tego problemu, wskazując potrzebę modyfikacji tradycyjnej perspektywy badawczej – tak, aby sprostać wyzwaniom związanym z przemianami komunikowania politycznego dyktowanymi obecnością nowych technologii. Ewa Nowak, jedna z panelistek, zwróciła uwagę na następującą stopniowo zmianę relacji pomiędzy agendą polityczną a mediami, która nie ma już jej zdaniem charakteru jednokierunkowej zależności. Inny wątek poruszyli natomiast Michał Meina i Wojciech Walczak – analitycy skupili swoją uwagę na zagadnieniach metodologicznych związanych z prowadzeniem badań Internetu.

Uczestnicy panelu 2. analizowali kwestie strategii komunikacyjnych stosowanych przez posłów Parlamentu Europejskiego, zwłaszcza rolę Internetu w prowadzeniu kampanii wyborczych. W swojej prezentacji Karolina Koc-Michalska i Darren G. Lilleker przedstawili wyniki prowadzonych przez siebie badań komunikacji online, polegających na analizie stron internetowych europarlamentarzystów. Jürgen Wilke zaś, referując niemieckie doświadczenia w tym zakresie, wskazywał na rosnącą rolę Internetu w kampaniach wyborczych do Parlamentu Europejskiego.

Równie ciekawą wymianę spostrzeżeń i wniosków przyniosły obrady panelu 3., poświęconego wpływowi kultury popularnej na życie polityczne. Jego uczestnicy mieli doskonałą okazję, by skonfrontować obserwowane w swoich krajach zjawiska i prawidłowości. I tak, odwołując się do koncepcji R. Entmana i K. Riegerta,

Dorota Piontek i Karolina Churska-Nowak przeprowadziły studium przypadku dwóch popularnych polskich programów telewizyjnych: *Szymon Majewski Show* i *Kuba Wojewódzki*. David Jackson w oparciu o przeprowadzone badanie studentów Uniwersytetu Bowling Green State w Ohio podjął próbę odpowiedzi na pytania, dotyczące wpływu celebrytów na aktywność polityczną młodych ludzi. Jakub Nowak analizował zaś zmiany komunikowania politycznego w zakresie cyrkulacji informacji pomiędzy tradycyjnymi mediami a mediami społecznościowymi. Z kolei Renata Matkeviciene swoją uwagę skupiła na wizerunku polityków startujących w wyborach do władz lokalnych na Litwie w lutym 2011 roku.

W drugim dniu obrad konferencji ponownie tematem dyskusji była rola nowych mediów w procesie demokratyzacji. Kwestię tę szeroko analizowali uczestnicy panelu 4A i 4B. Przedmiot rozważań stanowiły nie tylko niedawne wydarzenia w Tunezji, Egipcie czy Syrii, ale także doświadczenia obywateli Zimbabwe, o których mówił Tendai Joseph Chari, problemy związane z funkcjonowaniem mediów w Zjednoczonych Emiratach Arabskich, które przedstawił w swoim wystąpieniu David Burns oraz refleksje Wijayanto dotyczące roli indonezyjskich mediów w ograniczaniu korupcji. Jednakże pytania, które zrodziła analiza poszczególnych przypadków, dotyczyły także zagadnień i zjawisk o szerszym zasięgu, w tym kwestie odpowiedzialności mediów (stanowiące przedmiot rozważań Michała Głowackiego i Michała Kusia), ich wiarygodności, roli

dziennikarstwa online, jego znaczenia jako alternatywnego źródła informacji oraz rozwoju technologii komunikacyjnych jako czynnika sprzyjającego zmianom politycznym (temu problemowi poświęcone było wystąpienie Roberta Imre).

Ideą panelu 5A i 5B było stworzenie uczestnikom przestrzeni do spojrzenia na zagadnienie nowych mediów z różnorodnych perspektyw badawczych, obejmujących perspektywę retoryczną, zagadnienia z obszaru psychologii polityki czy ról społecznych. W ramach tych dyskusji swoje wystąpienie zaprezentowali m.in. badacze ze Słowacji – Lucia Spálová, Peter Szabo i Peter Mikuláš, Węgier – Petra Aczél, jak i polscy badacze – Magdalena Basiak oraz Jacek Wyszyński.

W drugim dniu konferencji nie zabrakło także okazji do przyjrzenia się prawidłowościom z zakresu komunikowania politycznego na poziomie lokalnym. Te zagadnienia w swoich wystąpieniach poruszali badacze biorący udział w panelu 6. Dimitra Milliona przedstawiła wyniki badań swojego zespołu, które ujmowały aktywności komunikacyjne Internautów w kategoriach praktyk obywatelskich. Zaprezentowano kilka interesujących przypadków komunikacji politycznej zrealizowanych na poziomie lokalnym z uwzględnieniem kontekstu narodowego (Anna Przybylska zreferowała doświadczenia polskie, Ewa Krzątała-Jaworska francuskie, natomiast Ilo-na Biernacka-Ligięza norweskie). Eugenia Lazaricheva natomiast przedstawiła krótką analizę porównawczą narzędzi e-demokracji stosowanych w Europie Wschodniej i Zachodniej.

Panel 7A poświęcony był praktyce komunikacji politycznej w erze nowych technologii i koncentrował się wokół prezentacji badań empirycznych w tym obszarze. Bartłomiej Biskup omówił wyniki swoich badań nad doradztwem w zakresie komunikacji politycznej – wskazał jego specyfikę i efektywność w polskich warunkach. Monika Kaczmarek-Śliwińska i Jacek Pyżalski prześledzili szanse i zagrożenia aktywności polityków w sferze *social media*, opierając się na obserwacjach działań polskich polityków na portalu Facebook.

Podczas prezentacji i dyskusji w ramach panelu 7B omawiano specyfikę komunikacji politycznej w Rosji i Uzbekistanie. Alina Vladimirova opisała rolę blogów jako narzędzia marketingu politycznego w Rosji, wskazując jednocześnie, że ich miejsce i funkcję coraz częściej wypełniają profile polityków w serwisach społecznościowych. Juldiz Zarimbetova natomiast przeanalizowała, jak skomplikowane i ścisłe więzi łączą partie polityczne i mass media w Uzbekistanie.

Panele 8A i 8B stały się zaś prestrzeżeniem dyskusji nad procesami wyborczymi prowadzonymi w warunkach rosnącej roli nowych mediów. Część referatów poświęcona była omówieniu wyników badań nad witrynami internetowymi partii i polityków (Andrea Burmester, Norbert Merkovity), niektóre natomiast analizowały prowadzenie kampanii wyborczej w nowych mediach w kontekście doświadczeń amerykańskich (German Espino Sanchez wskazywał na *efekt Obamy* w kampanii wyborczej w Meksyku, a Monika Koźdoń-

Dębecka porównywała kampanie prezydenckie w Polsce i w USA w latach 2003–2005). Inni referenci oceniali znaczenie Internetu jako źródła informacji wyborczej w rozmaitych aspektach (Rui Novais, Branislav Ondrášik, Leslie Tkach-Kawasaki).

Paneliści ostatniej sesji – 9A i 9B – zastanawiali się nad uwarunkowaniami prowadzenia kampanii wyborczych w Internecie w poszczególnych kontekstach narodowych. Paweł Baranowski analizował witryny internetowe polskich partii politycznych podczas kampanii parlamentarnej 2011 r. w aspekcie technologicznych funkcjonalności i merytorycznej zawartości. Dwóch badaczy odniosło się w swoich referatach do doświadczeń rumuńskich: Adriana Stefanel mówiła o typie *obywatela 2.0*, który, dokonując swoich wyborów politycznych w kreatywny sposób, posługuje się nowymi technologiami, natomiast Antonio Momoc analizował marketing mediów społecznościowych ujęty jako narzędzie kandydatów posługujących się dyskursem populistycznym.

W sesji plenarnej zamykającej obrady konferencji zaprezentowano dwa wystąpienia. Nico Carpentier scharakteryzował rolę European Communication Research and Education Association (ECREA) w europeizacji studiów nad mediami i komunikacją, a Garegin Chugaszyan omówił zagadnienie nowej architektury demokracji oraz znaczenie szerokiego rozumienia polityki i roli mediów społecznościowych w tym kontekście.

Na koniec warto podkreślić, że uczestnicy konferencji nie tylko wyrazili aprobatę i radość z racji tego

naukowego spotkania, ale także zadowolenie z jego owoców – wysoko oceniono poziom merytoryczny obrad i dyskusji, a także precyzję organizacyjną. Badacze niemal jednomyślnie wskazywali, że wydarzenie to było dla nich doskonałą okazją do wymiany

doświadczeń, ale również, iż dało ono nowe impulsy do badań nad mediami i komunikacją polityczną.

*Adrianna Chibowska,
Karolina Brylska*

Autorzy

BARTOSZ ABRAMOWICZ, doktor nauk humanistycznych w zakresie socjologii; adiunkt w Zakładzie Socjologii Katedry Nauk Humanistycznych na Uniwersytecie Medycznym w Łodzi. Rozprawę doktorską dotyczącą zagadnienia samorządności i uczestnictwa obywatelskiego na poziomie lokalnym w województwie łódzkim obronił w 2010 roku. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół filozofii polityki, teorii demokracji oraz nauki o polityce.

OLGIERD ANNUSEWICZ, dr nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, jest adiunktem w Zakładzie Socjologii i Psychologii Polityki w Instytucie Nauk Politycznych UW. Jego głównym obszarem zainteresowań badawczych są instrumenty i formy komunikowania politycznego.

AGNIESZKA BEJMA, dr nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, absolwentka Instytutu Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego (specjalizacja marketing polityczny). Zajmuje się zagadnieniami z zakresu socjologii i psychologii polityki.

BARTŁOMIJ BISKUP, dr nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, absolwent i wykładowca Instytutu Nauk Politycznych WDiNP UW. Zajmuje się zagadnieniami marketingu politycznego. Prowadzi zajęcia m.in. z public relations, marketingu politycznego, kreowania wizerunku, strategii kampanii wyborczych.

OLGIERD BORÓWKA, absolwent politologii w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Jego zainteresowania naukowe obejmują marketing polityczny w Internecie oraz teorię demokracji.

KAROLINA BRYLSKA, doktorantka na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW, absolwentka Instytutu Stosunków Międzynarodowych oraz Instytutu Dziennikarstwa WDiNP UW. Zajmuje się analizą retoryczną przekazów medialnych oraz analizą dyskursu publicznego.

ADRIANNA CHIBOWSKA, dr nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, asystent w Zakładzie Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Jej zainteresowania badawcze obejmują metodologię badań społecznych, marketing polityczny, public relations oraz zagadnienie partycypacji politycznej i feminizmu.

JAN GARLICKI, profesor doktor habilitowany, kierownik Zakładu Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Zajmuje się zagadnieniami z zakresu socjologii polityki, metodologii badań społecznych oraz marketingu politycznego. Specjalizuje się między innymi w badaniach kultury politycznej i partycypacji politycznej oraz badaniach marketingowych. Członek założyciel Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii (PTBRiO), a od 2003 roku członek honorowy Towarzystwa. Członek Polskiego Towarzystwa Socjologicznego. Autor wielu publikacji. Ostatnio m.in. *Demokracja i integracja europejska* (2005) i redaktor kolejnych numerów „Studiów Politologicznych”: *Strategie i mechanizmy marketingu politycznego* (t. 16., 2010) oraz *Kultura polityczna Internautów w Polsce* (t. 21., 2011).

TOMASZ GODLEWSKI, dr nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, adiunkt w Zakładzie Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Kierownik Pracowni Zachowań Politycznych Polaków. Członek Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i Opinii (PTBRiO). W pracy naukowej zajmuje się m.in. problematyką świadomości politycznej, identyfikacją czynników warunkujących proces kształtowania się opinii publicznej w Polsce oraz społeczną percepcją kampanii wyborczych.

ALICJA JASKIERNIA, dr hab., adiunkt w zakładzie Zagranicznych Systemów Medialnych w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Autorka książek i artykułów dotyczących problemów mediów w kontekście działalności Unii Europejskiej i Rady Europy, w szczególności europejskich standardów dziennikarskich i międzynarodowego monitoringu mediów, a także zagadnień związanych z funkcjonowaniem systemów medialnych.

ARTUR LIPIŃSKI, doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce. Absolwent Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM w Poznaniu. W latach 2008–2009 stypendysta Freie Universität Berlin. Jest członkiem projektu MEDIVA koordynowanego przez EUI we Florencji. Jego zainteresowania badawcze obejmują: polską politykę, socjologię polityki, analizę dyskursu oraz pamięć zbiorową.

URSZULA KURCEWICZ, doktor nauk politycznych, adiunkt w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego.

EWA MARIA MARCINIAK, doktor, adiunkt w Zakładzie Socjologii i Psychologii Polityki Instytut Nauk Politycznych Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, specjalizuje się w badaniu zagadnień komunikowania politycznego, psychologii polityki.

BARTOSZ MAZUREK, absolwent Instytutu Nauk Politycznych, doktorant na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW.

DANIEL MIDER, doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, adiunkt w Zakładzie Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. W dydaktyce specjalizuje się w socjologii, metodach i technikach badań życia politycznego, metodologii badań politologicznych oraz marketingu w Internecie. Jego zainteresowania badawcze obejmują socjologię Internetu, teorię demokracji oraz metodologię ilościowych i jakościowych badań społecznych, w szczególności politologicznych. Autor nagrodzonej przez Rektora UW publikacji *Partycypacja polityczna w Internecie. Studium politologiczne* (2008).

JUSTYNA GRAŻYNA OTTO, doktor nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce, adiunkt w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Absolwentka Instytutu Nauk Politycznych (specjalizacja studia europejskie) oraz Instytutu Dziennikarstwa (specjalizacje telewizyjna i agencyjna) UW, a także Studium Pedagogicznego w INP UW. M.in. stypendystka Uniwersytetów w Moguncji i w Konstancji.

ROBERT STANISZEWSKI, doktor nauk humanistycznych, adiunkt w Zakładzie Socjologii i Psychologii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Specjalizuje się w metodologii badań społecznych, socjologii polityki, badaniach społecznych i marketingowych, marketingu politycznym, promocji i reklamie oraz przekształcaniach własnościowych w Polsce w okresie transformacji.

NARTISS SHUKURALIEVA, adiunkt w Kujawsko-Pomorskiej Szkole Wyższej w Bydgoszczy, studiowała dziennikarstwo w Kirgiskim Uniwersytecie Narodowym im. Dżusupa Balasagyna w Biszkeku oraz nauki polityczne na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Specjalizuje się polityce państw Azji Centralnej oraz kwestiach związanych z kulturą polityczną krajów regionu.

JERZY SZCZUPACZYŃSKI, docent w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Zajmuje się problematyką przywództwa organizacyjnego i socjologii polityki.

MARIA URBAN, dr hab., adiunkt w Instytucie Nauk Politycznych. Specjalizuje się w problematyce psychologii społecznej i politycznej.

AGNIESZKA ZDANOWICZ, absolwentka Instytutu Nauk Politycznych. W czerwcu 2011 roku uzyskała dyplom magistra z wyróżnieniem.

JACEK ZIÓŁKOWSKI, adiunkt w Zakładzie Filozofii i Teorii Polityki Instytutu Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Prowadzi badania nad fenomenem powstawania i funkcjonowania autorytetu politycznego, problematyką teorii i praktyki działań psychotechnicznych i socjotechnicznych oraz specyfiką propagandy politycznej w systemach demokratycznych i niedemokratycznych.

STUDIA POLITOLOGICZNE

Wytyczne dla Autorów

Forma przekazania tekstu: e-mail'em, w edytorze Word (na adres: jacekzalesny@o2.pl) oraz w postaci wydruku (na adres: Redakcja „Studiów Politologicznych”, Instytut Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, ul. Nowy Świat 67, 00-927 Warszawa, pok. 211).

Do wydruku tekstu dołącza się oświadczenie o oryginalności pracy oraz o tym, że aktualnie nie uczestniczy ona w innym postępowaniu wydawniczym.

Redakcja tekstu

Układ analizy:

Autor

Tytułu analizy w języku polskim i angielskim

Kluczowe słowa: 5 (w języku polskim i angielskim)

Tekst artykułu

Abstract: w języku polskim (do 600 znaków) i w języku angielskim (do 600 znaków)

Nota o Autorze (w tym: nazwa instytucji, w której jest zatrudniony, tytuł naukowy, stopień naukowy).

Czcionka: Times New Roman „13”

Akapit: wyrównanie do prawej i lewej, wcięcie: 1,25 cm pierwszy wiersz, 1,5 odstępu między wierszami.

Przypisy polskie: na dole strony, numeracja ciągła, czcionka „10”, według wzoru:

¹ S. Huntington, *Trzecia fala demokratyzacji*, Warszawa 1995, s. 206.

Tamże, s. 27.

¹ M. Cichosz, *Transformacja demokratyczna – przyczyny, przebieg i efekty procesu*, [w:] A. Antoszewski (red.), *Systemy polityczne Europy Środkowo-Wschodniej*, Wrocław 2006, s. 52.

S. Huntington, *Trzecia fala...*, s. 176.

¹ T. Kowalski, *Formy i przesłanki obecności kapitału zagranicznego w mediach drukowanych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998, Nr 1–2, s. 37.

¹ M. Górak, *Cyfrowa prasa: chwilowa moda czy przyszłość*, <http://internetstandard.pl/artukuły/45301.html>, 6.12.2004.

Tekst podstawowy i przypisy: wyjustowane.

Ustawienia strony: standardowe

Objętość: 25–50 tys. znaków (wraz ze spacjami)

Bibliografia: brak.

Recenzja

Układ: w pierwszym wierszu – imię i nazwisko Autora recenzowanej publikacji, w drugim – pełny tytuł wraz z podtytułem (kursywą), w trzecim – nazwa wydawnictwa, miejsce wydania, rok wydania i liczba stron.

Tekst recenzji

Nota o Autorze recenzji (w tym: nazwa instytucji, w której jest zatrudniony, tytuł naukowy, stopień naukowy) jako nienumerowany pierwszy przypis

Objętość: 5–15 tys. znaków (wraz ze spacjami)

W celu przeciwdziałania *ghostwriting* i *guest authorship* Redakcja „Studiów Politologicznych” wprowadziła procedury związane z zaporą *ghostwriting*.

Ghostwriting oraz *guest authorship* są przejawem nierzetelności naukowej. Wszelkie wykryte przypadki będą demaskowane, włącznie z powiadomieniem odpowiednich podmiotów (instytucje zatrudniające Autorów, towarzystwa naukowe, stowarzyszenia edytorów naukowych itp.).

Z *ghostwriting* mamy do czynienia wówczas, gdy ktoś wniósł istotny wkład w powstanie publikacji, bez ujawnienia swojego udziału jako jeden z Autorów lub bez wymienienia jego roli w podziękowaniach zamieszczonych w publikacji.

Z *guest authorship* (*honorary authorship*) mamy do czynienia wówczas, gdy udział Autora jest znikomy lub w ogóle nie miał miejsca, a pomimo to jest Autorem/współautorem publikacji.

Autor publikacji jest zobligowany poinformować o źródłach finansowania publikacji, wkładzie instytucji naukowo-badawczych, stowarzyszeń i innych podmiotów (*financial disclosure*).

Redakcja „Studiów Politologicznych” wymaga od Autorów publikacji ujawnienia wkładu poszczególnych Autorów w powstanie publikacji (z podaniem afiliacji oraz informacji, kto jest Autorem koncepcji, założeń, metod, protokołu itp. wykorzystywanych przy przygotowaniu publikacji). Autor ponosi odpowiedzialność za zgłoszoną publikację.

Redakcja „Studiów Politologicznych” dokumentuje wszelkie przejawy nierzetelności naukowej, zwłaszcza łamanie i naruszanie zasad etyki obowiązujących w nauce.

