



2005 nr 2

Państwo i Społeczeństwo

MEDIA I POLITYKA

POD REDAKCJĄ STANISŁAWA KILIANA

Kraków
2005

**„Państwo i Społeczeństwo” – czasopismo Krakowskiej Szkoły Wyższej
im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego**

Rada Wydawnicza:

Klemens Budzowski, Andrzej Kapiszewski, Zbigniew Maciąg, Jacek M. Majchrowski

Redaktor naczelny:

Andrzej Kapiszewski

Sekretarz redakcji:

Halina Baszak-Jaroń



Adres redakcji:

ul. Kanonicza 9

31-002 Kraków

tel. (012) 292 74 00, 433 99 00

e-mail: wydawnictwo@kte.pl

Redakcja nie zwraca materiałów nie zamówionych. Decyzja o opublikowaniu tekstu uzależniona jest od opinii recenzentów. Redakcja zastrzega sobie prawo skracania tekstów przeznaczonych do druku. Teksty powinny być przesyłane w dwóch egzemplarzach wraz z wersją elektroniczną.

**© Copyright Krakowska Szkoła Wyższa im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego,
2005**

ISBN 83-7188-906-2

KSIĘGARNIA AKADEMICKA

ul. św. Anny 6, 31-008 Kraków

tel./faks 43 127 43, 422 10 33 w. 11-67

akademicka@akademicka.pl

www.akademicka.pl

Recenzent:

prof. AE dr hab. Jerzy Kornaś

Adiustacja:

Barbara Grabka

Skład i łamanie:

Margerita Krasnowolska



PAŃSTWO I SPOŁECZEŃSTWO

MEDIA I POLITYKA

POD REDAKCJĄ STANISŁAWA KILIANA

Stanisław Kilian: Wprowadzenie	5
Barbara Krauz-Mozer: Polityka i informacja w dobie globalizacji	9
Agnieszka Gałkowska, Stanisław Gałkowski: Oportunizm i społeczeństwo otwarte	17
Stefan J. Rittel: Relewancja i redundancja w tekstach o treści politycznej	25
Katarzyna Pokorna-Ignatowicz: Polskie media w czasach „Solidarności”	35
Mateusz Nieć: Cyceroński ideał kampanii politycznej (ze współczesnej perspektywy)	51
Andrzej Nowosad: Metody i techniki pozyskiwania i przetwarzania informacji medialnej na potrzeby białego wywiadu	59
Agnieszka Kasińska-Metryka: Wizerunek polityczny – tworzenie, oddziaływanie, skuteczność. Analiza na podstawie współczesnej sceny politycznej	71
Tomasz Płudowski: Telewizyjna reklama polityczna w amerykańskich wyborach prezydenckich	79
Małgorzata Winiarska: Obraz polskiej polityki na łamach prasy austriackiej	91
Agnieszka Szymańska: Spiegłowski wizerunek polskiej polityki	105
Beata Romiszewska: III czy IV Rzeczpospolita – spór o Polskę na łamach prasy opiniotwórczej	115
Grzegorz Tokarz: Lustracja w publicystyce polskich konserwatystów	123
Agnieszka Sznajder: Wizerunek kobiety aktywnej politycznie	131
Stefan Stępień: Państwo a gospodarka w koncepcjach programowych głównych ugrupowań politycznych III RP	139
Piotr Borowiec: Naród a społeczeństwo obywatelskie – konflikt czy zgodne współistnienie?	155

VARIA

Maciej Malinowski: Siła „czwartej władzy”: mit czy rzeczywistość	173
Agnieszka Proszak, Joanna Kawalec, Joanna Konopka, Michał Pawłowski, Joanna Rudek: Miejsce tradycyjnych wartości rodzinnych w reklamie telewizyjnej ..	183

RECENZJE

Stanisław Kilian: Witold Wojdyło, <i>Stanisław Grabski (1871-1949)</i>	191
Agnieszka Walecka-Rynduch: <i>Rewolucja bez rewolucji</i>	195

Stanisław Kilian

WPROWADZENIE

Nie ulega wątpliwości, iż media są jednym z ważniejszym czynników kształtujących współczesne społeczeństwo informacyjne. Za pośrednictwem prasy, radia, telewizji czy Internetu kształtują się bowiem nie tylko sympatie i wybory polityczne elektoratu, ale także wzrasta poziom kultury politycznej społeczeństwa. Wydaje się, że tradycyjne podmioty edukacji obywatelskiej nie wytrzymują konkurencji ze strony mediów. Dla licznej grupy osób lokalna prasa czy regionalna telewizja są najważniejszym źródłem wiedzy o życiu samorządowym i problemach wspólnoty lokalnej. Media są także ważnym czynnikiem identyfikacji grupowej, etnicznej, narodowej i państwowej. Co więcej, bez ich udziału wytworzenie klimatu społecznego zaufania wobec organów władzy państwowej oraz integracja jednostki ze zbiorowością byłyby niemożliwe. Stąd też zagadnienia roli mediów w życiu społecznym, etyki dziennikarskiej i misji tego zawodu stają się tematem licznych dyskusji i sporów, którym towarzyszą obawy przed społecznie destrukcyjną rolą mediów, które nierzadko ze względów utylitarnych manipulują faktami życia publicznego i zniekształcają jego obraz. W tym kontekście rodzi się pytanie, jakie czynniki kształtują medialny obraz życia politycznego – czy jest on pozbawioną retuszu emanacją rzeczywistości, czy też dziennikarską projekcją powstałą w redakcjach gazet, czasopism, radiu czy telewizji, a dalej – na ile pojedyncze kadry z życia społecznego przekazywane przez media potrafią wiarygodnie odzwierciedlić jego dynamikę i złożoność, wreszcie – jakim stopniu komercyjny charakter mediów wpływa na styl i etyczny charakter dziennikarstwa?

Pytania te stały się inspiracją intelektualną i przedmiotem badań naukowych podjętych na Wydziale Politologii i Komunikacji Społecznej Krakowskiej Szkoły Wyższej im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. Celem tych badań jest wyjaśnienie roli mediów w społeczeństwie informacyjnym oraz udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy społeczeństwo polskie spełnia wymagania społeczeństwa otwartego, wspólnoty moralnie zintegrowanej, gotowej sprostać wyzwaniom XXI wieku, a dalej – jaką rolę w formowaniu społeczeństwa otwartego mogą odegrać środki masowej komunikacji. Wy-

bór problematyki badań wiąże się z planem rozwoju naukowego Wydziału Politologii przyjętym na najbliższe lata, który przewiduje diagnozę życia społecznego oraz prognozowanie możliwych kierunków jego rozwoju. Ważnym etapem realizacji tego projektu była V Międzynarodowa Konferencja Naukowa zorganizowana w Krakowskiej Szkole Wyższej w dniach 15-17 maja 2005 roku. Wiodącym tematem obrad sekcji politologicznej stała się analiza obrazu polskiego życia politycznego naszkicowanego w środkach masowego przekazu. Dla wielu uczestników obrady stały się dobrą okazją do przedstawienia wyników badań naukowych w tym zakresie, prowadzonych w instytutach prasoznawczych oraz ośrodkach akademickich, nieliczni wykorzystali swój udział jedynie do zasygnalizowania kierunków badań lub przedstawienia etapowych rezultatów w formie krótkich komunikatów.

Niemniej ważnym etapem badań naukowych poświęconych życiu politycznemu współczesnej Polski była konferencja naukowa na temat „Media i polityka, wybory 2005 – Sejm, Senat, Prezydent” (Kraków 17-18 listopada 2005), zorganizowana wspólnie przez Polskie Towarzystwo Nauk Politycznych, Uniwersytet Jagielloński oraz Krakowską Szkołę Wyższą im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. Wydział Politologii i Komunikacji Społecznej przedstawił na forum tej konferencji trzy projekty badawcze odnoszące się do kampanii parlamentarnej 2005 roku:

1. Debiuty polityczne,
2. Kobiety na scenie politycznej,
3. Wizerunek Polaka-tradycjonalisty w kampanii parlamentarnej 2005.

Na podkreślenie zasługuje fakt, iż projekty te zostały zrealizowane przez studentów, którzy zapowiadają kontynuację badań w formie prac magisterskich. Stąd też w prezentowanej monografii pt. *Media i polityka* odzwierciedla się nie tylko stan badań naukowych prowadzonych na Wydziale Politologii i Komunikacji Społecznej KSW, ale także kierunek pracy naukowej prowadzonej przez studentów w ramach zajęć Koła Naukowego Politologii i Komunikacji Społecznej.

Zamieszone w prezentowanej monografii artykuły można podzielić na trzy grupy wedle obranej przez autorów perspektywy, z której opisują życie polityczne współczesnej Polski oraz kreślą relacje między mediami a polityką. W pierwszej grupie znalazły się publikacje (Andrzeja Nowosada, Agnieszki Kasińskiej-Metryki, Beaty Romiszewskiej, Grzegorza Tokarza, Joanny Kawalec, Michała Pawłowskiego, Joanny Rudek, Agnieszki Sznajder), które obrazują życie polityczne z perspektywy prasy krajowej, w drugiej zaś (Agnieszki Szymańskiej, Małgorzaty Winiarskiej) ukazujące tę problematykę z perspektywy prasy zagranicznej (niemieckiej i austriackiej). W trzeciej grupie znalazły się publikacje ukazujące relacje między mediami a życiem politycznym ujęte w kontekście historycznym (Mateusza Niecia i Katarzyny Pokornej-Ignatowicz).

Kolejność artykułów została określona stopniem ogólności i zakresem rzeczowym prezentowanych zagadnień. Stąd też zbiór otwierają artykuły Barbary Krauz-Mozer oraz Stanisława i Anny Gałkowskich, a zamykają go publikacje studentów i dziennikarzy (Joanny Konopki, Agnieszki Prostack, Macieja Malinowskiego) oraz recenzje autorstwa Stanisława Kiliana i Agnieszki Waleckiej.

Zawarta w prezentowanej monografii problematyka zostanie rozwinięta na forum VI Międzynarodowej Konferencji Naukowej organizowanej w Krakowskiej Szkole Wyższej w maju 2006 roku. Wydział Politologii i Komunikacji Społecznej przygotowuje się do dyskusji na temat społecznej roli mediów.

Barbara Krauz-Mozer

POLITYKA I INFORMACJA W DOBIE GLOBALIZACJI

Żyjemy w świecie tworzonym przez ludzi. Mamy wiele różnorodnych interesów i potrzebę takiego planowania przyszłości, aby były one możliwie osiągalne. Mamy też doświadczenia i dorobek przeszłości (kulturę), które na wiele różnych sposobów modelują naszą wyobraźnię wybiegającą w przyszłość. Wszystko to uniemożliwia zgodę na porządek społeczny tworzony za pomocą polityki, który moglibyśmy uznać za absolutny ideał, powszechnie akceptowany. Jednak możemy o taki ideał nieustępliwie i świadomie zabiegać.

Globalizacja opierająca się na wizji światowej wspólnoty bez granic dla przepływu kapitału i produktów, w konsekwencji pociąga za sobą globalizację relacji między ludźmi, instytucjami i państwami oraz – być może – wymusza demokratyzację tych ostatnich. Jest to więc proces domagający się redefinicji ładu społecznego, który ulega przekształceniom pod wpływem zmiany sposobu funkcjonowania współczesnej gospodarki rynkowej podporządkowanej wiedzy i informacji, umożliwiającym stosowanie coraz to doskonalszych technologii. Wiedza teoretyczna oraz informacja – ich wytwarzanie, przetwarzanie, rozpowszechnianie i wykorzystywanie – stanowią obecnie bezcenny „surowiec” strategiczny, będący siłą napędową zachodzących zmian, składających się na nową jakość, już nie tylko gospodarczą, ale też społeczną i polityczną¹. Procesy globalizacyjne zostają w niej sprzęgnięte ze zjawiskami sygnalizującymi powstawanie społeczeństwa informacyjnego, a determinizm technologiczny – przede wszystkim w jego węższej, medialnej wersji – staje się czynnikiem najwyższej wagi w stymulowaniu zmiany społecznej. Ten do końca nie rozpoznany światowy megatrend nie jest ani dobry, ani zły, będzie taki, jakim uczynią go ludzie, a będzie to między innymi zależeć od tego, jak zostanie przez nich zdefiniowana polityka i jaką jej wizję zechcą urzeczywistniać zbiorowym wysiłkiem.

¹ M. Castells, *The rise of the Network Society*, Oxford 1996, s. 112; por. także: D. Bell, *An Introduction to Cybercultures*, New York – London 2001, s. 189.

Współczesne procesy globalizacji świata łatwiej opisać i zrozumieć, jeżeli się je obserwuje w trzech zasadniczych, warunkujących się wzajemnie płaszczyznach, na których toczy się życie społeczne: techniczno-ekonomicznej, kulturowej i politycznej². Niekiedy badacze – jak np. Edmund Wnuk-Lipiński – wskazują jeszcze jedną arenę globalizacji, która do tej pory nie była rozpoznawana, a mianowicie transnarodową działalność terrorystyczną oraz przestępczość zorganizowaną, odnotowywaną zarówno ponad, jak i poniżej poziomu państwa narodowego³. Każda z wymienionych płaszczyzn opiera się na innej podstawie, składającej się z odrębnych form ludzkich zachowań i działań; co więcej – odmienne dominują w nich wartości, które – jak widać – nie mają wspólnej skali. A jednak zachowanie względnej równowagi między nimi wydaje się warunkiem koniecznym stabilności zasad określających porządek społeczny dowolnej zbiorowości. Wydaje się, że warunek ten zachowuje swoją ważność także i wtedy, gdy dotyczy zmian społecznych zachodzących w skali globalnej.

Gospodarka wolnorynkowa jako system społeczno-ekonomiczny nastawiona jest na wytwarzanie towarów w zgodzie z racjonalnym rachunkiem kosztów i cen oraz na akumulację kapitału, aby go dalej reinwestować. Wartością autoteliczną, wyznaczającą w tym obszarze cel ludzkim działaniom, jest maksymalizacja zysku. Oczywiście chodzi tu o „zysk” w ekonomicznym znaczeniu, mowa tu o korzyściach płynących z wydajnego wykorzystywania zasobów, a nie ze spekulacji.

W opinii wielu teoretyków, na czele z Immanuelem Wallersteinem, zmiany obserwowane w płaszczyźnie gospodarczej oraz towarzyszący im wzrost złożoności procesów ekonomicznych wraz z szybkim rozprzestrzenianiem się nowych technologii, wywołujących gwałtowne zmiany społeczne, a w konsekwencji kulturowe – stały się pierwotnym i głównym motorem tendencji globalizacyjnych w pozostałych płaszczyznach⁴. Tempo oraz rozległość i złożoność procesów społecznych i ekonomicznych sprawia, że są one coraz trudniejsze do ogarnięcia, zaś zachowania jednostek, wyznaczane przez role, jakie pełnią w danym segmencie świata społecznego, składają się na globalizację relacji między ludźmi, instytucjami i państwami.

W dziedzinie polityki, jeżeli przyjmiemy, że jej zadaniem jest zapobieganie i rozładowywanie konfliktów zagrażających (globalnej) wspólnotocie, należałoby oczekiwać zabiegów mających na celu obronę zasady równej reprezentacji, a także równej partycypacji obywateli we wszystkich obszarach życia społecznego. Taki stan rzeczy można by uznać za globalizację polityki w duchu wartości właściwych demokracji, wszakże w globalnej płaszczyźnie politycznej aktorami są przede wszystkim państwa narodowe. To one są stronami konfliktu, nośnikami sprzecznych, partykularnych interesów. Nie jest to więc przestrzeń funkcjonowania globalnej polityki, w której abstrahuje się od narodowych interesów, lecz raczej arena

² D. Bell, *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, tłum. S. Amsterdamski, Warszawa 1994, *passim*.

³ E. Wnuk-Lipiński, *Świat międzyepoki. Globalizacja, demokracja, państwo narodowe*, Kraków 2004, s. 54 i nast.

⁴ I. Wallerstein, *Geopolitics and Geoculture. Essays on the Changing World System*, Cambridge 1991; por. także: I. Wallerstein, *Koniec świata jaki znamy*, tłum. M. Bilewicz, A. W. Jelonek, K. Tyszką, Warszawa 2004.

stosunków międzynarodowych⁵. Arena globalna, na której rywalizujące między sobą podmioty są osłabiane z jednej strony wzrostem siły ponadnarodowych, ekonomicznych korporacji, z drugiej zaś słabnięciem legitymizacji udzielanej państwom przez społeczeństwa. Sytuacja nie wygląda lepiej także wtedy, gdy przez politykę rozumie się sztukę konstruowania wspólnych celów, wokół których następuje integracja ludzkich mas, zmobilizowanych i gotowych do ich realizacji. Jak dotąd, takiego celu (lub celów) uniwersalnego i ważnego dla całej ludzkości nie udało się w sposób bezdyskusyjny ustalić.

Skomplikowana sytuacja w płaszczyźnie politycznej wydaje się pozostawać w bliskim związku z kulturowym wymiarem globalizacji życia społecznego, gdzie odbywa się zarówno recepcja, jak i emisja wartości i dóbr kultury będących w obiegu globalnym. Warto przy tym zauważyć, że – podobnie jak w płaszczyźnie politycznej – globalizacja w wymiarze kulturowym, przynajmniej na razie, nie prowadzi do spotkania i dialogu głównych kręgów kulturowych świata, z których mogłaby się wyłonić nowa, kosmopolityczna czy też globalna jakość kulturowa, będąca mieszkanką różnych wzorów kulturowych, lecz oznacza dominację kultury euroatlantyckiej, a dokładniej – amerykańskiej⁶. W konsekwencji „nowoczesność” stała się synonimem „westernizacji” w sensie kulturowym, zarówno w wymiarze jednostkowym jak i grupowym.

Od niedawna zadziwiające zmiany i wyraźne przyspieszenie procesów globalizacji daje się zaobserwować w związku z pojawieniem się wśród technologii informacyjno-komunikacyjnych Internetu, zdecentralizowanej przestrzeni dyfuzji kulturowej i globalnego obiegu informacji. Dzięki niemu została stworzona cyberprzestrzeń – wirtualne środowiska i wirtualne społeczności w rodzaju cyfrowych miast – w której dokonują się realne akty komunikacji międzykulturowej, operacje finansowe, nawiązywane są nowe formy interakcji wykraczających poza tradycyjnie pojmowane ramy czasowe i przestrzenne. Internet stał się podstawowym środkiem przekazywania informacji, a nawet propagowania określonego stylu życia. Obok takich mediów, jak kino, telewizja, telefony komórkowe Internet „napędza” dyfuzję idei i wzorów kulturowych, ci zaś, którzy mają dostęp do mediów elektronicznych i stają się odbiorcami (ale i nadawcami) ich przekazów, zaczynają być postrzegani jako publiczność globalna, „globalni ludzie”. Nowe technologie zmieniają status ich użytkowników i wywołuje nowe podziały społeczne. To bowiem, co dla jednych staje się poszerzeniem wolności i możliwości wyboru, dla drugich stanowi ograniczenie wynikające z braku dostępu do technologii⁷.

Gwałtowny rozwój technik informacyjnych i komunikacyjnych traktuje się współcześnie jako najważniejszy bodziec globalizacyjny, dzięki któremu możliwe jest zwielokrotnienie zasięgu i szybkości interakcji międzyludzkich⁸, a w konsekwencji coraz bardziej staje się widoczne sprzężenie procesu globalizacji z procesem wyłaniania się społeczeństwa informacyjnego, a więc społeczeństwa opartego

⁵ E. Wnuk-Lipiński, *op. cit.*, s. 53.

⁶ *Ibidem*, s. 50-51.

⁷ K. Matuszek, *Zmiana społeczna*, [w:] *Słownik społeczny*, red. B. Szlachta, Kraków 2004, s. 1612-1613.

⁸ A. Giddens, *Socjologia*, Warszawa 2004, s. 74.

na „przemysłach informacyjnych”⁹. W takim społeczeństwie złożoność oraz stopień komplikacji interakcji i stosunków społecznych wyraźnie wzrasta, a jakość informacji – maleje. Media elektroniczne traktują siebie i przekazywaną informację jak towar; pozwalają oglądać świat po to, aby bawić i ekscytować odbiorcę, dają to, czego konsumenci oczekują, czyli przede wszystkim rozrywkę, a nie informację. Polityka jest w tej sytuacji bardziej teatrem niż budowaniem wspólnoty i rozwiązywaniem problemów; dzieje się na oczach społeczeństwa, a taka sceneria zachęca ludzi do ingerowania w nią. Dają o sobie znać zarówno jej apologety, jak i krytycy, często ze skłonnością do łatwego moralizatorstwa, a cały ten zgiełk – dzięki coraz silniejszym mediom – może równie dobrze budzić w ludziach nierealne nadzieje, nierealne aspiracje społeczne bądź niechęć i brak zaufania do rządzących. Politycy zaś często czują się w tych okolicznościach zwolnieni z tłumaczenia obywatelom zawilości życia publicznego, nie potrafią przeciwstawić się roszczeniom, mnożą polityczne obietnice bez pokrycia. Tym bardziej, że wyborcy ochocho ulegają łatwym, prostym hasłom, propagandowym sztuczkom, a wynik wyborów w coraz większym stopniu zależy od reklamy i marketingu. Taki stan rzeczy w ostateczności przesądza o słabości polityki i polityków, których programy kończą życie wraz z końcem kampanii wyborczej i którzy pozostają bezradni wobec ważkich wydarzeń współczesności (np. procesów globalizacji).

Niepokój budzi również jeszcze innego rodzaju konsekwencja związana z dominacją mediów, a polegająca na możliwości modelowania świadomości milionów odbiorców w skali globu. Wszak świat ukazywany w mediach to dla wielu świat rzeczywisty i jedyny. Utożsamianie treści przekazów medialnych z rzeczywistością (potwierdzone w badaniach empirycznych) prowadzi w konsekwencji do wniosku, że media stanowią jej (tj. rzeczywistości) ekwiwalent¹⁰. Dla działań w płaszczyźnie politycznej ta konkluzja ma kapitalną wagę; oto przekazy medialne wywierają znacznie większy wpływ na ludzkie zachowania niż rzeczywistość określona bardziej obiektywnie. Mamy tu więc do czynienia z istotnym faktem: to, co tylko wydaje się prawdziwe, ma dla nas o wiele większe znaczenie niż to, co jest prawdziwe¹¹.

Tymczasem treści niesione przez media, tę globalną infostradę, są coraz bardziej zunifikowane, tworzone na skalę masową przez międzynarodowe koncerny skupiające wiele różnych środków przekazu. One decydują jakie treści są przekazywane, gdzie i jak rozpowszechniane. Kierują się przy tym przede wszystkim bezwzględna, logicznie zracjonalizowaną chęcią zysku, jak najtańszym i jak najszybszym produkowaniem informacji, na drugi plan spychając jej rzeczywistą wartość poznawczą. Pociąga to za sobą niebezpieczeństwo zaniku Habermasowskiej sfery publicznej¹², znajdującej swój wyraz w dyskursie prowadzonym w mediach, który zamiast wspierać interes publiczny, wspólne dobro, działania na rzecz

⁹ T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spółczesność informacyjna: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków 1999, s. 33; por. także: P. Tobera, *Spółczesność informacyjna a przyszłość społeczeństwa globalnego*, [w:] *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, red. L. Haber, Kraków 2002, s. 49.

¹⁰ B. Reeves, C. Nass, *Media i ludzie*, tłum. H. Szczerkowska, Warszawa 2000, s. 293 i nast.

¹¹ *Ibidem*, s. 296.

¹² J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, tłum. A. M. Kaniowski, t. 2, Warszawa 1999.

rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, coraz bardziej kieruje się racjonalnością ekonomiczną.

Globalna, coraz gorszej jakości kultura może zdominować politykę, może spowodować, że interes mediów stanie się czymś odrębnym od interesu publicznego i sfery publicznej. Co więcej, rozwój technologii przekazywania informacji, zwłaszcza technologii cyfrowych oraz Internetu, sprawia, że kontrolowanie tego procesu staje się coraz trudniejsze¹³. Technologia mediów może zepchnąć globalizacyjne procesy na tory wszechogarniającej komercjalizacji informacji i doprowadzić do sytuacji, w której treści niesione przez media będą służyć nie odbiorcom, ale samym mediom, zorientowanym na politykę zysku. Odbiorca tych treści z obywatela zmienia się w konsumenta, ale czy do pomyslenia jest demokracja, w której lud ma sprawować suwerenną władzę w imię wolności i wspólnego dobra, bez obywateli?

Z drugiej wszakże strony zwraca się uwagę, że społeczeństwo informacyjne równie dobrze może umacniać pozycję obywatela względem państwa. Tworząc bowiem cyberprzestrzeń, a więc obszar interakcji opartych na wirtualnym i cyfrowym kontakcie, zmieniono w istotny sposób relacje między obywatelem a państwem, poszerzając sferę autonomii obywatela w zakresie korzystania z wolności wypowiedzi (anonimowość) oraz dostępu do informacji i wiedzy, co może oznaczać większą kontrolę władzy¹⁴. Oczywiście użyteczność wiedzy i informacji zależy od wielu czynników: od kontekstu, w jakim się ją wykorzystuje, od tego kto, w jakim celu i jak potrafi ją spożytkować. Szeroki dostęp do informacji zyskuje także władza państwowa, która wyposażona we wszystkie informacje dotyczące obywateli może w pełni kontrolować ich życie nawet bez wiedzy i przyzwolenia zainteresowanych.

Ciekawym aspektem pojawienia się coraz to szybszych i doskonalszych nośników informacji i wiedzy jest wpływ międzynarodowej opinii publicznej na państwo. Posiada ona informacje dotyczące sytuacji konkretnych krajów i w niektórych przypadkach może wymusić podjęcie odpowiednich działań. Jest to widoczne zwłaszcza na międzynarodowym rynku finansowym, który może wpływać na decyzje podejmowane przez rządy suwerennych państw, lub manifestuje się w działalności różnych międzynarodowych grup nacisku, potępiających na przykład notoryczne łamanie praw człowieka w niektórych państwach, podejmujących masowe akcje wysyłania listów z żądaniem uwolnienia więźniów politycznych (Birna), organizujących protesty przeciwko okupacji Iraku. Uczestniczą w tym procesie również globalne organizacje pozarządowe w rodzaju Amnesty International, Lekarze bez Granic, Transparency International czy wreszcie Kościół katolicki. Dla niektórych badaczy są to przykłady na tworzenie się międzynarodowej wspólnoty obywateli różnych krajów, którzy solidarnie działają na rzecz urzeczywistnienia warunków dla zaistnienia społeczeństwa obywatelskiego w skali ponadpaństwowej, „globalnego społeczeństwa obywatelskiego”.

¹³ B. R. Barber, *Dżihad kontra McŚwiat*, tłum. H. Jankowska, Warszawa 1997, s. 174-176.

¹⁴ L. Porębski, *Revolucja informacyjna a suwerenność państwa*, [w:] *Polskie doświadczenia w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego...*, s. 152.

Taki stan rzeczy wydaje się potwierdzać coraz powszechniej podzielane przekonanie, że partycypacja w polityce może być znacznie częstsza i uprawiana na znacznie większą skalę, a w skrajnym ujęciu przez każdego, kto tylko ma odpowiednią motywację i dostęp do Internetu.

Gwałtowna ekspansja technik informacyjnych i komunikacyjnych (ICT, tj. *Information and Communication Technologies*) zaowocowała ważnymi przełomami w każdej dziedzinie życia społecznego w tych rejonach świata, gdzie społeczeństwa mają do nich dostęp – przynajmniej, ale przecież nie tylko! Nie można na razie przewidzieć i zrozumieć wszystkich skutków, jakie przyniesie wprowadzanie nowoczesnych technik, o których mowa, zarówno w skali globu, jak w społeczeństwach lokalnych.

Wydaje się wszakże, że tam gdzie możemy obserwować rezultaty tego procesu, następuje wyparcie z ludzkiego myślenia takiego definiowania polityki, w którym byłaby ona rozumiana jako oparte na zasadzie równości, celowe i świadome budowanie wspólnoty. Cały ten wielki, historyczny proces globalizacji i wyłaniania się nowej formacji społecznej – czego jesteśmy świadkami i w czym współuczestniczymy – jest projektowany pod kątem gospodarki, w konsekwencji cała nasza wyobraźnia, kreatywność oraz inicjatywa skupiły się właśnie na tym obszarze życia społecznego. Ludzką świadomością zaczyna rządzić niepodzielnie gospodarka, niemożliwe staje się rozwiązywanie problemów, które nie mają gospodarczego wymiaru, lub których skutki znajdują się poza czasowym horyzontem gospodarczego myślenia. Słabe państwo, słabi politycy nie są w stanie podjąć decyzji i wykreować wizji politycznej zdolnej zawładnąć i ukierunkować ludzkie marzenia – zamiast polityków często decydujący jest wzgląd ekonomiczny, a korporacje gospodarcze i finansowe dyktują rządowi politykę.

Prymat gospodarki sprawia, że konkurencja ekonomiczna i zysk stają się ważniejsze od wspólnoty (tj. polityki), a konsumpcja od autoekspresji (tj. kultury). Słabość wobec gospodarki odnotowywana w płaszczyźnie politycznej skutkuje wzrostem społecznych nierówności, wykluczeniem i powstawaniem nowych obszarów biedy, które stają się naturalnymi źródłami populizmu i ekstremizmu. Z kolei napięcia w społeczeństwie wymuszają ograniczenie wolności i nasilają represje by utrzymać porządek.

Antyglobaliści, którzy twierdzą, że decyzje dotyczące przyszłości świata społecznego podejmowane są na potrzeby wielkich korporacji, jawią się tu jako ci, którzy pragną przywrócić polityce właściwą jej rangę. W publicznych wystąpieniach (np. w Seattle w 1999 roku) stawiają pytania o kształt globalizacji i jej model społeczny jak również o stan i przyszłość demokracji, domagając się po prostu upolitycznienia globalizacji, jej demokratyzacji. Bronią konsekwentnie przekonania, że globalny porządek potrzebuje więcej równości i sprawiedliwości, zaś przywództwo oparte na sile należy zastąpić przywództwem opartym na konkurujących wizjach przyszłej globalnej wspólnoty. Twierdzą dalej, że tak sformułowane cele będą osiągalne wówczas, gdy płaszczyzna działań politycznych uwolni się od międzynarodowych zobowiązań oraz nadmiernej presji czynników ekonomicznych.

W związku z tym wydaje się, że poziom konfliktów generowanych przez ten globalny trend w pewnym stopniu zależy od „przystawalności” do siebie trzech wymienionych wcześniej płaszczyzn, tworzących tzw. „trójkąt” Daniela Bella, na których dokonują się procesy globalizacyjne. Przyjęcie takiego założenia sugeruje, że całość układu może funkcjonować względnie zadowalająco, gdy między tymi płaszczyznami utrzymuje się równowaga, natomiast trwająca przez dłuższy czas dominacja jednej z tych sfer nad pozostałymi grozi kryzysem.

Nie bez znaczenia jest tu samo rozumienie terminu „polityka”. Powinno ono brać swój początek z akceptacji faktu koegzystencji różnych grup o odmiennych interesach i odmiennej tradycji, pozostających we wspólnocie, w której polityka jest akceptowana jako odpowiedź na problem zarządzania taką całością, tj. na problem utrzymania ładu politycznego w ogóle; co nie oznacza stworzenia jakiegokolwiek określonego ładu lecz ładu demokratycznego, wyrażającego interesy przynajmniej większości. Polityka oznacza wówczas stworzenie warunków sprzyjających przynajmniej częściowej tolerancji dla odwiecznych prawd, umożliwiających otwartą konkurencję sprzecznych interesów. Zgodnie z twierdzeniem wielkiego Arystotelesa – polityka rodzi się we wspólnotach złożonych w całość z wielu części, a nie w grupie wyznawców tych samych przekonań ideologicznych, złączonej wspólnym interesem czy wspólną tradycją; jednorodność prowadzi do unicestwienia wspólnoty i czyni zbędną politykę w powyższym sensie¹⁵.

¹⁵ Arystoteles, *Polityka*, tłum. L. Piotrowicz, Kraków 1964, s. 38 i nast.

Agnieszka Gałkowska, Stanisław Gałkowski

OPORTUNIZM I SPOŁECZEŃSTWO OTWARTE

W swojej klasycznej i niezwykle wpływowej książce *Społeczeństwo otwarte i jego wrogowie* Karl Popper rozróżniał społeczeństwo otwarte, „które wyzwala władze krytyczne człowieka”¹, i społeczeństwo zamknięte, uniemożliwiające, a przynajmniej bardzo utrudniającym osobisty rozwój. „Społeczeństwo magiczne, plemienne czy kolektywne nazywam społeczeństwem zamkniętym, a społeczeństwo, w którym jednostka ma prawo do osobistych decyzji – społeczeństwem otwartym”². Równocześnie Popper wskazywał na myślicieli (Platona, Hegla i Marksa), którzy według niego stworzyli systemy filozoficzne uzasadniające wrogość wobec społeczeństwa otwartego. Mimo wielu różnic ich dzielących wszyscy trzej uważali (w interpretacji Poppera), że udało się im dotrzeć do wiedzy o tym, jak powinno wyglądać społeczeństwo doskonałe i pozycja jednostki w nim. W ich przekonaniu to dawało im mandat do sprawowania władzy i nadzoru nad życiem innych ludzi.

Kultura obywatelska

Społeczeństwo otwarte stawia znacznie wyższe wymagania swoim obywatelom niż zamknięte. Stwierdzenie takie na pierwszy rzut oka może wydawać się paradoksalne. Tradycja liberalna, której znaczącym przedstawicielem jest właśnie Popper, głosi wszak zdecydowane pierwszeństwo jednostki przed państwem i społeczeństwem. „Jednostka wraz z innymi tworzy społeczeństwo i powołuje państwo; to ostatnie ma zatem odpowiadać jej potrzebom nie zaś odwrotnie. Jest to kanon metodologiczny powszechnie obowiązujący w myśli politycznej liberalizmu, począw-

¹ K. R. Popper, *Społeczeństwo otwarte i jego wrogowie*, t. 1: *Urok Platona*, przeł. H. Krahelska, oprac. A. Chmielewski, Warszawa 1993, s. 21.

² *Ibidem*, s. 196.

szy od Johna Locke'a, a skończywszy na Rowlsie"³. Paradoks, o którym wspomnieliśmy, okazuje się pozorny. W społeczeństwie zamkniętym zwykły człowiek może pozwolić sobie na bierność obywatelską i oportunistyczne podporządkowanie się względem danych mu z góry norm postępowania i to zarówno w sferze prywatnej, jak i publicznej. Jednostka, gdy ma już gotowe wzorce zachowania, może czuć się zwolniona z obowiązku własnych poszukiwań takowych, społeczeństwo zamknięte promuje więc wśród obywateli postawę bierną. Odwrotnie jest ze społeczeństwem otwartym. Liberalizm przyjmuje, że jedyną rolą państwa jest ochrona wolności obywateli i dlatego programowo odmawia dostarczania wzorów, przerywając tym samym na jednostki konieczność ich znalezienia, uzasadnienia i ugruntowania we własnych postawach. Społeczeństwo otwarte nie tylko więc „wyzwala władze krytyczne człowieka”, ale używanie ich czyni wręcz powinnością każdego obywatela. A jest to ciężki obowiązek. Jak pisze sam Popper:

Ciężar cywilizacyjny zaczyna dawać znać o sobie. To napięcie, to uczucie niezadowolenia jest konsekwencją upadku społeczeństwa zamkniętego. Daje się ono odczuć i dziś, szczególnie w okresach zmian społecznych. Napięcie to ma swe źródło w wysiłku, jakiego wymaga od nas na co dzień życie w otwartym społeczeństwie – wysiłku stania się istotą rozsądną, zapomnienia o niektórych przynajmniej potrzebach społecznych, pilnowania siebie i przyjęcia na siebie odpowiedzialności. To jest cena, jaką musimy płacić za każdy postęp wiedzy, racjonalności, idei współpracy i wzajemnej pomocy, a w konsekwencji za szansę przetrwania nas i całej ludzkości. Cena jaką musimy płacić za to, że jesteśmy ludźmi⁴.

Życie w społeczeństwie otwartym stawia więc przed nami szereg konkretnych wymagań, sprowadzających się do przesunięcia kontroli zachowań ze społeczeństwa na jednostkę, poczucia odpowiedzialności za wspólnotę oraz aktywności politycznej. Postawy takie są, jeżeli nie wymagane, to przynajmniej wyrażnie preferowane w społeczeństwie otwartym, a ich zanik prędzej czy później doprowadzi do powrotu do społeczeństwa zamkniętego. Największym zagrożeniem dla społeczeństwa otwartego jest więc zanik kultury obywatelskiej oraz – pośrednio – stanowisko teoretyczne, które by taki zanik uzasadniało.

Fanatyzm i fundamentalizm

Co jest więc największym zagrożeniem dla społeczeństwa otwartego? Standardowo obowiązująca dzisiaj odpowiedź brzmi: fundamentalizm. „Fundamentalizm wierzy w ostateczną prawdę i w to, że jest ona w jego posiadaniu”⁵, co zwalnia jego wyznawców z obowiązku krytycznego stosunku do własnych przekonań oraz usprawiedliwia narzucanie (w skrajnych przypadkach nawet przemocą) własnych poglądów ludziom, którzy nie mogą lub nie chcą dostrzec tej prawdy. W potocznym rozumieniu (któremu początek dał właśnie Popper) tego typu postawa leży u podłoża totalitaryzmów dwudziestego wieku.

³ Z. Rau, *Jakich obywateli potrzebuje państwo liberalne?*, [w:] *Cnoty polityczne – dawniej i obecnie. Moralne źródła polityki*, red. R. Piekarski, Gdańsk 1997, s. 333.

⁴ K. Popper, *op. cit.*, t. 1 s. 200.

⁵ E. Gellner, *Postmodernizm rozum i religia*, przeł. M. Kowalczyk, Warszawa 1997, s. 11.

Należy jednak zauważyć, że potoczne użycie słowa „fundamentalizm” zawiera w sobie dwa, bynajmniej nie tożsame, pojęcia.

Kto to taki fundamentalista? „Ktoś, kto odmawia dyskursu, fanatyk, z którym nie da się rozmawiać” – tak zapewne brzmiałaby odpowiedź z perspektywy krytycznej wobec fundamentalizmu. Apologetyczna autodefinicja byłaby może taka: „Człowiek, dla którego istnieje coś świętego i który nie godzi się, aby traktować to dyspozycyjnie”⁶.

Wydaje się jednak, że nie są to dwie różne definicje tego samego pojęcia, lecz określenia odnoszące się do osobnych zjawisk, wprawdzie często ze sobą łączonych, a nawet mylonych, ale jednak odrębnych. W pierwszym znaczeniu fundamentalizm jest zjawiskiem psychologicznym, zbliżonym czy wręcz utożsamianym z fanatyzmem⁷. W drugim przypadku – to pogląd filozoficzny i/lub światopoglądowy, uznający za sensowne szukanie prawdy i przyjmujący, iż powinna ona stanowić fundament podejmowanych decyzji moralnych. Przy takim rozróżnieniu okazuje się, że właściwie żadne z pojęć nie jest kontrowersyjne; panuje bowiem powszechna zgoda, że fanatyzm jest postawą, której należy unikać zarówno w życiu prywatnym, jak i publicznym. Ponieważ nikt nie przyznaje się do fanatyzmu, więc nie ma on też obrońców. Z kolei problem szukania prawdy (jej statusu, sposobów dojścia do niej) jest raczej domeną metafizyki i epistemologii. Nie osiągnięto tu jednomyślności (i raczej nie można na nią liczyć), jest to obszar sporów akademickich, nie mających szerszego społecznego oddźwięku.

Fanatyzm nie odnosi się do treści wyznawanej doktryny, jest sposobem ustosunkowania się do uznawanych twierdzeń. To postawa bezkrytyczna, z góry odrzucająca wszelkie możliwe poglądy alternatywne, jak również potępiająca tych, którzy je głoszą. Skoro już „wiemy, jak jest” cały świat możemy opisywać w kategoriach czarno-białych; możemy oprzeć na posiadanej wiedzy całe nasze życie, wszelkie decyzje, zarówno prywatne jak i publiczne, wszelkie relacje międzyludzkie, zaś jakiegokolwiek wahania, kompromisy czy ustępstwa są czymś niewłaściwym. Fanatyzm nie jest doktryną a postawą⁸, i w tym sensie staje się domeną psychologii lub pedagogiki, na pewno nie filozofii. Może pojawiać się w różnych kontekstach ludzkiego życia, fanatyczną postawę można zająć wobec każdego problemu, z którym przychodzi nam się uporać. Dzieje się tak, gdyż fundamentalizm-fanatyzm to nie kwestia konkretnych przekonań, lecz tego, jaką rolę w naszym życiu odgrywają uznane już przekonania, oparcie całego życia na jednej idei i patrzenie (w najlepszym wypadku) z politowaniem na tych, którzy jej nie zrozumieli⁹.

⁶ R. Spaemann, *Uwagi o pojęciu fundamentalizmu*, przygotował i przedmową opatrzył K. Michalski, Kraków 1996, s. 151.

⁷ „Fanatyzm – zaślepienie, zarliwość, zagorzałość (zwl. religijna) nie uznająca tolerancji, ustępstw, kompromisu: bezkrytyczna wiara w słuszność sprawy, idei: namietność do szerzenia, choćby i gwałtem, własnych przekonań i do zwalczania odmiennych”. W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Warszawa 1967, s. 163.

⁸ Por. A. Szahaj, *Jednostka czy wspólnota. Spór liberalów z komunitarystami a „sprawa polska”*, Warszawa 2000, s. 214.

⁹ To rozumienie fanatyzmu koresponduje w dużej części z pojęciem dogmatyzmu, jako cechy, typu umysłu wprowadzonym przez Rokeacha i określającym m.in. sposób nabywania i utrwalania przekonań na zasadzie

Relatywizm i oportunizm

Brak wspomnianego rozróżnienia, utożsamienie fanatyzmu z fundamentalizmem (rozumianym jako szukanie prawdy) powoduje, że widząc zagrożenie w fanatyzmie, bardzo często bronimy się nie przed nim samym, a przed prawdą. Rozumowanie takie w wersji popularno-gazetowej przebiega następująco: Jeżeli fundamentalizm jest jednym z większych zagrożeń współczesności, być może czymś dobrym będzie jego przeciwieństwo, czyli relatywizm. W końcu, jak pisał Russell „Na świecie jest zbyt wielu ludzi wierzących w zbyt wiele rzeczy i, być może, najwyższa mądrość zawiera się w zdaniu, że im mniej spraw bierzemy serio, tym mniej wyrządzimy zła”¹⁰.

Grozi więc nam to popadaniem w drugą skrajność, polegającą na uznaniu, że lekarstwem na fundamentalizm jest relatywizm i konformizm (a nawet oportunizm) społeczny¹¹. Skoro – jak twierdzą relatywiści – szukanie prawdy obiektywnej jest zabiegiem jałowym, nie możemy uzasadnienia dla naszych wyborów i postaw szukać w rzeczywistości transcendentnej wobec podmiotu działającego, a tylko w nim samym¹². Adam Chmielewski twierdzi, że „broniąc praw indywidualnych jednostek przed zamachem ze strony uniwersalizmów i fundamentalizmów” – tym samym stajemy się relatywistami¹³.

Taka antyfundamentalistyczna postawa nie będzie całkowitym sceptycyzmem i nihilizmem odrzucającym wszelkie wartości. Według jej rzeczników jest czymś znacznie łagodniejszym – intelektualną ironią i niekonsekwencją w działaniu.

Leszek Kołakowski opisywał ją w ten sposób:

[...] tylko dzięki niekonsekwencji ludzkość przetrwała jeszcze na ziemi. [...] Rasa chwiejnych, miękkich, rasa niekonsekwentnych, tych właśnie, którzy z łatwością jedzą kotlety na obiad, ale dla których zarżnięcie kury jest wyczynem absolutnie niewykonalnym; którzy nie chcą zachować się niejako wobec ustaw państwowych, ale nie piszą donosów do tajnej policji; którzy udają się również na wojnę, ale w sytuacji beznadziejnej raczej idą do niewoli, niż giną na pozycji utrzymanej do końca; którzy cenią prawdomówność, ale bynajmniej nie mówią znajomemu malarzowi, że namalował kicz, lecz przeciwnie – wypowiadają niepewnym głosem pochwały, w które nie bardzo wierzą; słowem – rasa ludzi niekonsekwentnych jest nadal jednym z głównych

przede wszystkim uznania autorytetu, który je głosi lub wyraża, i odrzucania poglądów konkurencyjnych na podstawie nikłych informacji o nich, bez pojmowania wysiłku w celu ich poznania. M. Rokeach, *The Open and Closed Mind*, New York 1960.

¹⁰ B. Russell, *Przedmowa*, [w:] S. Themerson, *Wykład Profesora Mmaa*, przeł. F. Themerson, Warszawa 1994, s. 6.

¹¹ Zarówno konformizm jak o oportunizm mają różne odcienie znaczeniowe. By uniknąć nieporozumień trzeba uściślić ich znaczenie. „Konformizm – postawa bezkrytycznego podporządkowania się normom, wartościom i poglądom uznanym za obowiązujące w danej grupie społecznej; zgadzanie się z czymś, przystosowanie się do czegoś”. *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, t. 1, Warszawa 1978, s. 987; „oportunista – człowiek bez stałych zasad, przystosowujący się do okoliczności dla osobistych korzyści”, *ibidem*, t. 2, s. 531.

¹² Należy jednak zauważyć że jest to sprzeczne z poglądami samego Poppera, który wyraźnie dystansował się wobec relatywizmu: „Główną chorobą naszych czasów jest intelektualny i moralny relatywizm, ten ostatni przynajmniej w części oparty na tym pierwszym”. K. R. Popper, *Spoleczeństwo otwarte i jego wrogowie*, t. 2: *Wysoka fala następstw: Hegel, Marks i następstwa...*, s. 378.

¹³ A. Chmielewski, *Niewspółmierność, nieprzekładalność, konflikt. Relatywizm we współczesnej filozofii analitycznej*, Wrocław 1997, s. 208.

źródeł nadziei na to, iż być może gatunek ludzki zdoła się jeszcze utrzymać przy życiu. [...] Innymi słowy, konsekwencja zupełna jest identyczna z praktycznym fanatyzmem, niekonsekwencja jest źródłem tolerancji¹⁴.

Właściwie jest to opis ludzkich zachowań, pod którym mógłby podpisać się każdy arystotelik, głoszący pochwałę umiaru i złotego środka opartego na roztropności. Zgodność ta dotyczy jednak tylko poziomu opisu pożądanych zachowań, gdyż w kwestii ich uzasadnienia różnice są kolosalne. Dla Arystotelesa umiar jest możliwy dzięki poznawczemu dotarciu do rzeczywistości i określeniu tego, co jest dobre, a co złe, dla Kołakowskiego zaś niekonsekwencja jest konieczna, gdyż wynika z braku możliwości ostatecznego rozstrzygnięcia między konkurującymi wartościami.

Popularny zarzut wobec tej koncepcji jest taki, że ludzie kształtowani w ten sposób będą reprezentować osobowości miałkie i konformistyczne, a więc nie sprostają wysokim wymaganiom stawianym przez społeczeństwo obywatelskie¹⁵. Zwolennicy relatywizmu są świadomi tego niebezpieczeństwa, uważają jednak, że: „nawet gdyby typowy reprezentant liberalnej demokracji miał być nijaki, wyrachowany, małostkowy i niebohaterski, to przewaga ludzi tego pokroju może okazać się rozsądną ceną za wolność polityczną”¹⁶.

Twierdzenie takie byłoby kontrowersyjne, nawet gdyby było prawdziwe. A prawdziwe nie jest. Zakłada bowiem, że demokracja i wolność polityczna są całkowicie statyczne, że to dany raz na zawsze „koniec historii”; raz osiągnięty będzie trwać sam z siebie. A więc nie wymagałby od obywateli walki i poświęcenia dla ich podtrzymania, a jedynie łagodnego podporządkowania się powszechnie przyjętym regułom.

Trzeba jednak pamiętać, że są sytuacje, gdy jedynym dopuszczalnym moralnie zachowaniem jest niezłomne i nie baczące na nic trwanie przy swojej racji. Wtedy, mówiąc językiem Arystotelesa, złoty środek jest czymś skrajnym. Kołakowski również uważa, że niekiedy trzeba postulować konsekwencję całkowitą, „gdzie zamiera taktyka”¹⁷ (choć utożsamia ją z fanatyzmem). „W elementarnych sytuacjach wartości niekonsekwencji przestają odgrywać rolę. Tu nagle spotykamy świat dwuwartościowy”¹⁸ – pisze wspomniany wyżej autor. Podstawowe pytanie, które tutaj natychmiast się nasuwa, brzmi: kiedy mamy do czynienia z takimi sytuacjami? Teoretycznie łatwo je wskazać: tortury, ludobójstwo, głód¹⁹. Kłopot w tym, że sytuacje takie są zawsze stopniowalne, zarówno w czasie, jak i przestrzeni, a również pod względem jakości. Kiedy zaczyna się głód, wobec którego ja muszę zająć bezkompromisowe stanowisko? Człowiek

¹⁴ L. Kołakowski, *Pochwała niekonsekwencji*, [w:] idem, *Pochwała niekonsekwencji. Pisma rozproszone z lat 1955-1968*, przedmowa, wybór, opracowanie Z. Mentzel, Warszawa 1989, t. 2, s. 155.

¹⁵ Por. m.in. A. Bloom, *Umysł zamknięty. O tym, jak amerykańskie szkolnictwo wyższe zawiodło demokrację i zubożyło dusze dzisiejszych studentów*, wstęp S. Bellows, tłum. T. Biedroń, Poznań 1996.

¹⁶ R. Rorty, *Obiektywność, relatywizm i prawda...*, s. 284, por. również: idem, *That Old-Time Philosophy*, „The New Republic” 1988, nr 4, s. 28-30.

¹⁷ L. Kołakowski, *op. cit.*, s. 160.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ *Ibidem*.

niekonsekwentny jest oczywiście przeciw głodowi, ale nie jedzie do Afryki na misje. Bezkompromisowość Schweitzera czy Matki Teresy może mu się wręcz jawić jako rodzaj fanatyzmu. Którym więc konkretnie głodnym muszę się zająć? Każdy z nas ma oczywistą tendencję, by moment podjęcia decyzji odwlekać jak najdłużej, z nadzieją, że w ogóle nie nadejdzie.

Podobnie przedstawia się problem sprzeciwiania się złu. Kiedy uczciwy człowiek musi zaangażować się w politykę, by przeciwstawić się totalitaryzmowi? Kiedy dbanie o swoją prywatność zmienia się w „milczący współudział” w zbrodni ludobójstwa? Mało kto deprawuje się od razu, przeważnie są to małe kroki, z których każdy różni się tylko nieznacznie od poprzedniego. Trzeba naprawdę wielkiej konsekwencji, aby wyraźnie wyznaczyć sobie granice, których pod żadnym pozorem i w żadnych warunkach przekroczyć nie wolno. I trzeba naprawdę silnej woli, by tak uczynić. Człowiek niekonsekwentny, przyzwyczajony do nieustannych kompromisów i podążania za innymi, nie jest przygotowany na podjęcie takiej decyzji.

Niekonsekwencja i konformizm stanowią więc być może rozsądny przepis na życie w ramach stabilnego i ugruntowanego ustroju demokratycznego²⁰, lecz w sytuacjach trudnych mogą bardzo łatwo prowadzić do oportunistu i koniunkturalizmu. Dzieje się tak dlatego, że nie można wskazać ostrej granicy między np. niekonsekwentnym patriotyzmem a kolaboracją z okupantem. Brak norm zewnętrznych w propozycji Kołakowskiego powoduje, że pozostaje tylko indywidualne poczucie smaku, co jednak, jak uczy doświadczenie, przeważnie nie wystarcza w sytuacji wymagającej poważnego zaangażowania czy wręcz poświęcenia.

Co niszczy kulturę polityczną

W toczonej dzisiaj dyskusji na temat fundamentalizmu pomija się przeważnie fakt, że to nie fundamentalizm sam w sobie jest zagrożeniem, ale jego ewentualne skutki. Najważniejszym zagrożeniem dla każdego społeczeństwa demokratycznego (nie licząc wroga zewnętrznego) jest upadek i zanik kultury obywatelskiej i politycznej, poczucia zaangażowania oraz odpowiedzialności za państwo i społeczeństwo. Należy więc zadać sobie pytanie, czy przyczyn obserwowanego dzisiaj zniknięcia kultury obywatelskiej należy upatrywać w fanatyzmie, czy raczej w oportunizmie społecznym, oraz które z tych zjawisk jest w dłuższej perspektywie czasowej groźniejsze dla społeczeństwa.

Celem społeczeństwa otwartego jest jednostka, społeczeństwo powinno być tak zorganizowane, by jak najwięcej miejsca pozostawić dla autonomicznych decyzji poszczególnych ludzi. Chodzi o zachowanie właściwej miary między autonomią własnego sumienia a lojalnością wobec wspólnoty i społeczeństwa, do którego się należy.

²⁰ Por. E. Aronson, *Człowiek istota społeczna*, przeł. J. Radzicki, Warszawa 1995.

Autonomia sumienia polega między innymi na tym, że muszę iść za wskazaniami swojego sumienia również w wypadku, gdy jego nakazy występują przeciwko woli demokratycznej większości i ustanowionemu przez nią prawu. „Osobiste sumienie nie jest także w demokracji dyspozycyjne”²¹. Dlatego też każdy obywatel ma obowiązek wypowiedzieć posłuszeństwo państwu, wtedy gdy gwałcone są jego fundamentalne i podstawowe przekonania moralne. „Cywilne nieposłuszeństwo” jest czymś dopuszczalnym (a nawet obowiązkowym) w sensie moralnym nie tylko w ustrojach totalitarnych i autokratycznych, ale również demokratycznych (działalność Martina Lutera Kinga czy wcześniej abolicjonistów jest tego doskonałym przykładem), musi jednak pozostać wyjątkiem, a nie stać się regułą. „Gdzie «cywilne nieposłuszeństwo» staje się regułą, wspólnota się rozpada”²². Najważniejsze więc jest rozróżnienie między zasadami, których przekroczenie byłoby pogwałceniem przekonań moralnych najwyższej rangi, a w rezultacie przekreśleniem autonomii sumienia, i kwestiami moralnymi dopuszczającymi etyczny kompromis. Ponieważ polityka polega na m.in. uzgodnieniach pomiędzy wieloma konkurującymi punktami widzenia i systemami wartości, zatem brak takiego rozróżnienia uniemożliwia właściwie uczestnictwo w życiu politycznym.

Charakterystyczne, że przeprowadzenie takiego rozróżnienia jest niemożliwe zarówno na gruncie fanatyzmu, jak i oportunizmu. Dla fanatyka wszystkie przekonania są równie ważne, wszystkie mają charakter fundamentalny i niepodważalny, a odstępstwo od jakiegokolwiek z nich równa się zdradzie. W tej sytuacji pole możliwego kompromisu nie istnieje.

Oportunista z kolei nie ma przekonań, które byłyby dla niego bezsporne i niepodważalne. Wskutek tego jest gotów do ustępstw i kompromisu w każdej sytuacji. Niewątpliwie stanowisko takie ułatwia dyskusje polityczne, z drugiej jednak strony twierdzenie, że nie mamy obowiązku kierować się w życiu (także społecznym i politycznym) własnymi przekonaniem, że społeczny konsensus ma pierwszeństwo przed indywidualnym sumieniem może prowadzić do równie niebezpiecznych skutków.

Złowieszczy dr Otto Bradfisch, który kierował [...] wymordowaniem co najmniej 15 tysięcy ludzi, powiedział przed sądem niemieckim, że zawsze był „wewnętrznie przeciwny” temu, co robił. [...] Tego samego argumentu użył [...] były gaulaitner Okręgu Warty Artur Greiser: za popełnione przezeń zbrodnie, za które został powieszony w 1946 roku, ponosiła odpowiedzialność wyłącznie jego „dusza urzędowa” – „dusza prywatna” zawsze była im przeciwna²³.

Co groźniejsze

Fundamentalizm (pojmowany jako szukanie prawdy) jest stanowiskiem teoretycznym, jego przeciwieństwem jest więc również stanowisko teoretyczne – relaty-

²¹ B. Sutor, *Etyka polityczna, Ujęcie calościowe na gruncie chrześcijańskiej etyki społecznej*, tłum. A. Marcol, Warszawa 1994, s. 135.

²² *Ibidem*, s. 135.

²³ H. Arendt, *Eichman w Jerozolimie*, przeł. A. Szostkiewicz, Kraków 1998, s. 165.

wizm twierdzący, że nie istnieje prawda obiektywna i tym samym negujący sensowność jej szukania. Fanatyzm z kolei jest postawą polegającą na całkowitym, lecz zupełnie niekrytycznym, zaangażowaniu się w jakąś „sprawę” i poświęceniu się jej realizacji nawet kosztem własnych (i cudzych) interesów. Przeciwnieństwem fanatyzmu wobec być również postawa, polegająca na całkowitym braku zaangażowania, programowej odmowie uznania czegokolwiek za wartość, obojętności wobec jakichkolwiek przekonań i podporządkowaniu interesom (przeważnie tylko własnym) swoich przekonań. I jest to oportunizm społeczny w czystej postaci.

Problem polega jednak na tym, że o ile fanatyzm jest możliwą konsekwencją fundamentalizmu, to sam fundamentalizm może mieć także skutki owocujące „słabszą” postawą, a mianowicie zaangażowaniem w sprawy społeczne, wyrażającym się m.in. gotowością do rezygnacji z własnych interesów w imię dobra ogólnego. Jest to właściwie warunek przetrwania społeczeństwa, wymaga jednak uznania istnienia jakichś zasad i wartości (które są „niedyspozycyjne”) o charakterze ponadjednostkowym. Z drugiej jednak strony prymat autonomii własnego sumienia musi być uzupełniony gotowością do współpracy i podporządkowania się regułom społecznym. „Jakkolwiek jednak i społeczeństwa, i jednostki mogą zupełnie nieźle, choć raczej nudno, żyć bez twórczości, jest mało prawdopodobne – aby mogły żyć bez jakiejś postaci konformizmu, choćby to miał być konformizm buntu”²⁴.

O ile więc „mocne” konsekwencje fundamentalizmu i relatywizmu, czyli fanatyzm i oportunizm, są nie do pogodzenia i nawzajem się wykluczają, to ich „słabsze” wersje, tzn. zaangażowanie społeczne i pewien konformizm, nie tylko się nie wykluczają, ale mogą wręcz ze sobą harmonijnie współistnieć, manifestując się w najbardziej pożądanej postawie społecznej.

Problem, przed którym stajemy, gdy zastanawiamy się, jakie wnioski wyciągnąć z tragicznej lekcji dwudziestego wieku, polega między innymi na tym, że środki zaradcze mogą nawzajem się wykluczać, lekarstwo może być gorsze od choroby. Jeżeli koncentrujemy się (jak to teraz ma miejsce) na zwalczaniu fundamentalizmu, grozi nam promowanie oportunizmu społecznego, gdy z kolei zaczniemy przeciwdziałać oportunizmowi możemy doczekać się powrotu fanatyzmu. Ta banalna konstatacja jest jednak ważna dzisiaj, gdy media, dostrzegając tylko jedno z tych zagrożeń starają się mu przeciwdziałać, ale zamiast promować postawy umiarkowane, *de facto* odwołują się do skrajnego przeciwieństwa fanatyzmu, jakim jest oportunizm, ze wszystkimi negatywnymi konsekwencjami.

²⁴ D. Riesman i N. G. R. Denney, *Samotny tłum*, przeł. J. Strzelecki, Warszawa 1996, s. 28.

Stefan Jerzy Rittel

RELEWANCJA I REDUNDANCJA W TEKSTACH O TREŚCI POLITYCZNEJ

Analiza redundancji i relewancji wymaga przyjęcia dwojakiego rodzaju założeń interpretacyjnych, wynikających po pierwsze z określenia semantyki tych pojęć, i po drugie – z ustalenia modelowych relacji między nimi. Uzgodnienie tych charakterystyk daje możliwość zastosowania odpowiednich procedur do charakterystyki mechanizmu współwystępowania obu pojęć w tekstach określanych jako polityczne, tj. odnoszonych podmiotowo do osób określanych jako „politycy” (przedstawiciele władzy publicznej, przedstawiciele mediów, odbiorcy treści politycznych) i tych ich realizacji werbalnych i niewerbalnych, które spełniają ogólne warunki tekstowości w rozumieniu A. Beaugrande’a i W. U. Dresslera¹ oraz szczególnie, które oznaczają polityczne nacechowanie.

W sensie genetycznym relewancja jest terminem rodem z językoznawstwa strukturalistycznego. Oznacza jedną „z zasad językoznawstwa strukturalistycznego – postulującą wyodrębnienie w opisie językowym elementów i cech istotnych, tzn. cech pełniących określone funkcje w komunikacji językowej od elementów i cech nieistotnych dla komunikacyjnej funkcji języka [...]”². Relewantne w tym ujęciu jest spełnianie warunków przeciwstawienia (istotne : nieistotne) oraz komunikatywności (komunikatywność : niekomunikatywność).

¹ R. A. Beaugrande, W. U. Dressler, *Wstęp do lingwistyki tekstu*, Warszawa 1992, s.8-30.

² K. Polański, hasło: *Relewancja*, [w:] *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K. Polański, Wrocław-Warszawa-Kraków 1993, s. 452; O. S. Achmanowa, *Słownik lingwistycznych terminów*, Moskwa 1969 podaje: „relewantność” ang. relevance, fr. Pertinence, niem. Relevanz, hisp. Pertinencia. Suszcz. po znac. prił. relewantnyj. Relewantnost abstraktywnaja, ang. abstractive relevance, niem. Abstractive Relevanz. Swojstwo differencjalnoj funkcji, sostojaszcze w tom, czto eta funkcja wypolniajetsia nie wsiej edinicej eticzeskogo urownia (nie eticzeskaj jednicej w celom), a lisz jejo czastiej, kotoraja wystupajet kak sobstwiennno differencjalnyj priznak etoj jednicy [...], s. 383, tamże definicja terminu „relewantnyj”. Por. też A. Heinz, *Dzieje językoznawstwa w zarysie*, Warszawa 1978, s. 280: *abstrahująca relewancja* jako zjawiska nieistotne z punktu widzenia języka.

Specjalistyczna charakterystyka relewancji umożliwia jednocześnie konfrontacyjny sposób ujmowania redundancji jako pewnej operacji, która dzięki zdolności bycia redundancją (nadmiarem) może być wprowadzicie tzw. szumem informacyjnym, ale w innych okolicznościach drogą dochodzenia do identyfikowania i rozróżniania (istotne : nieistotne treści; skuteczność : nieskuteczność komunikacyjna). Jeśli rozważyć pojęcia komunikatywność: niekomunikatywność tekstu, to istnieje uzasadnienie dla wprowadzenia „relewancji” do słownika ogólnego, *Słownik współczesnego języka polskiego*³ nie zawiera takiego hasła. W słowniku angielsko-rosyjskim⁴ znajdujemy: „relevance – umiestność” (być właściwym w danym przypadku) oraz „relevant – umiestnyj, odnosiaszczyjsia k diełu” (tj. *ad rem*).

Przeniesione do języka ogólnego pojęcie relewancji umożliwia przyjęcie, że istnieje kwalifikator wypowiedzi (ustnej, pisanej), na podstawie którego można oceniać właściwość relewancji z punktu widzenia tego, czy odnosi się ona do danej sprawy, czy też nie, przy czym charakter tej sprawy może być ujmowany „w alternatywie”: istotą sprawy jest jej rozwiązanie: istotą sprawy nie jest jej rozwiązanie, tj. cele o określonej motywacji.

Można także wskazać trzecie użycie terminu lingwistycznego „relewancja”, które występuje w specjalistycznym słowniku analizy systemowej⁵. Zacytujmy dwa podane tam znaczenia tego leksemu:

- (1) *relevance* ‘umiestność, relewantność, sootwietswie, sootnoszenie’ (właściwy, relewantny, odpowiedni, będący w stosunku do)
applied r. przykładnoje znaczenie (sens aplikacyjny); *game* r. relewantnyje igry (granie znaczeniami)
theoretical r. teoreticzeskie znaczenie (znaczenie teoretyczne)
- (2) *relevant* ‘umiestnyj, odnosiaszczyjsia k diełu, sootwiestwujuszczij, nieobchodimyj, relewantnyj’ (właściwy, odnoszący się do sprawy, odpowiedni do (dla), niezbędny, relewantny)

Taki status terminologiczny relewancji wymaga korelacji z pojęciem redundancji, której charakter jest tu wyznaczony przez współwystępowanie obu zjawisk (procesów), odnoszonych do zdarzeń polityczno-komunikacyjnych, interpretowanych w oparciu o teksty o treści politycznej. Ich producentami są tu: ustawodawca, który w drodze ustawowej powołał ciało „sejmowa komisja śledcza”, uczestnicy tej komisji oraz interpretatorzy sprawy zwanej aferą Orlenu (publicyści, komentatorzy, analitycy). Tekst, który spełnia wszystkie wymagania definicyjne relewancji, to Ustawa o komisji śledczej⁶, która stanowi:

art. 1.1. Ustawa reguluje tryb działania sejmowej komisji śledczej, zwanej dalej „komisją”;

2. Komisję powołuje się do zbadania określonej sprawy [...]

art. 19.1. Komisja przekazuje Marszałkowi Sejmu sprawozdanie ze swojej działalności [...].

³ *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1998, t. 2, s. 234.

⁴ *Anglo-russkij słowar' English-Russian Dictionary*, by prof. V. K. Müller, Moskwa 1965, s. 635.

⁵ *Anglo-russkij słowar' po sistemnomu analizu*, Moskwa 1982, s. 122.

⁶ Ustawa z dnia 21 stycznia 1999 o sejmowej komisji śledczej (Dz.U. z dnia 22 kwietnia 1999, poz. 35). Postępowanie w sprawie Orlenu jest prowadzone na takiej podstawie.

Ustawowa regulacja z natury rzeczy nie może określać poszczególnych spraw, tym bardziej, że określenie „sprawa” ma sens przedmiotowy, nie zaś podmiotowy „przeciw komuś”, gdyż ustalenie istoty sprawy jest celem działania komisji, Sygnałem rozpoczynającym jej działanie staje się konkretne wydarzenie polityczne, które implikuje dwutorowość postępowania (komisja śledcza, postępowanie prokuratorskie), co oznacza, że z punktu widzenia rodzaju tekstów politycznych można wyróżniać:

- a) teksty mówione i pisane powstające zanim komisja wyprodukuje sprawozdanie (ustawa nie zakłada możliwości wielu sprawozdań, lecz ich powstanie jest możliwe, jak to miało miejsce w przypadku tzw. afery Rywina),
- b) tekst oficjalnego sprawozdania komisji, które może być przyjęte albo jedno-głośnie (z uwagi jednak na skład komisji odzwierciedlający strukturę sejmową) koalicja rządząca, opozycja, można założyć przyjęcie (odrzućcie) tekstu większością głosów, co może oznaczać, że istota sprawy, dla której została powołana komisja zostanie/nie zostanie ustalona (nie zostanie ustalona – w trybie głosowania, nie zaś na podstawie dowodów i argumentów),
- c) tekst, który może powstać po zakończeniu postępowania nie tylko w sprawie, lecz przeciw komuś, ustalający relację między działaniem środkami politycznymi i prawnymi, jednakże procedury odwoławcze są tego rodzaju, że wyniki badania stają się odległe od meritum sprawy, która miała być doprowadzona do końca.

Tego rodzaju rozróżnienie tekstów, których autorami są członkowie komisji, otwiera przestrzeń takiego rodzaju redundancji, jaka służy formalnie do ustalania relewancji (prawdy o mechanizmach działania wbrew prawu, celem osiągnięcia korzyści materialnych), zarazem mechanizm ten nadaje redundancji status autonomizacji, z wykorzystywaniem środków werbalnych, określonych przez I. Kamińską-Szmaj jako „słowa na wolności”⁷. Proces ten zostaje pogłębiony taką interpretacją art. 19.1. cytowanej ustawy o sejmowej komisji śledczej z 21 stycznia 1999, że zamiast jednolitego stanowiska komisji do obiegu politycznego są przekazywane indywidualne wersje reporterów o istocie badanej sprawy. W związku z tym można przyjąć, że w tym przypadku redundancja służy innym celom. Interpretując te raporty politycy prezentują własny (partyjny) punkt widzenia. Oceniają stanowiska w komisji w następujący sposób, por. wybrane przykłady z „Gazety Wyborczej” z 16 grudnia 2004:

Wacław Martyniuk (SLD): „Działalność tej Komisji ma wybitny walor poznawczy. Jak w najlepszym laboratorium macie pokazane jak na dłoni, jak będą wyglądać przyszłe rządy prawicy, jak będzie wyglądać IV Rzeczpospolita i postulowana przez PiS Komisja prawa i pięści. Celem prawnej strony w Komisji jest zabicie lewicy, ale przede wszystkim zabicie własnych śladów z przeszłości”.

Marek Kotlinowski (LPR): „Nie jest dobrze, że ci którzy chcą ukryć ciemne interesy, dążą do tego, aby ich nieczne czyny były rozpatrywane wyłącznie przez ich kolegów”.

Jarosław Kaczyński (PiS): „Ta Komisja odpowiada na pytania odnoszące się do najbardziej podstawowych kwestii w naszym kraju. To kwestia polskiej niepodległości. Jeśli teza dotycząca planów sprzedaży polskiego przemysłu naftowego Rosjanom jest prawdziwa, to jest to bardzo poważna

⁷ I. Kamińska-Szmaj, *Słowa na wolności*, Wrocław 2001, s. 7-11.

przesłanka do tego, żeby uznać, że SLD – partia powołana w 1990 r. w oczywistym związku z Moskwą i z pomocą moskiewskich pieniędzy – jest partią, której ośrodki dyspozycyjne, przynajmniej do pewnego stopnia, są poza krajem”.

Jan Rokita (PO): „Jeśli założymy, że większość parlamentarna może w dowolny sposób zmieniać członków Komisji w trakcie śledztwa, to doprowadzimy instytucję Komisji do absurdu, bo to oznacza, że śledztwa mogą być prowadzone tylko przeciw mniejszości, bo większość, jak jej się nie podoba, może zmienić – śledczego. W sporze dwóch grup [wewnątrz SLD] o to, czy Rafinerię Gdańską oddać, zorganizowano prowokację. Teraz komisja ma rozstrzygnąć, kto dopuścił się prowokacji. To, co dzisiaj wyprawia SLD, ma na celu by uniemożliwić komisji odpowiedź na to kluczowe pytanie”.

W wydaniu „Gazety Wyborczej” z 4–5.12.2004 wypowiedział się Marek Belka, premier Rady Ministrów:

Pytanie: Pan rozumie, o co chodzi w aferze Orlenu? Nie wiem, co to jest ta afery, poza samą sprawą zatrzymania prezesa Modrzejewskiego”; „Pytanie: Komisja śledcza musi być ciałem politycznym, bo jest organem Sejmu [...] Tylko, że komisja to pokazuje w sposób taki, że zaciemnia rzeczywistość. Ale ta Komisja jest tak niewiarygodna, że jak może prawdę odkrywać? Jej szefem jest człowiek, którego doradca został właśnie aresztowany w związku z mafią paliwową, jej wiceszef kłamał w sprawie swego jasnogórskiego spotkania z przyszłym świadkiem, drugi wiceszef mówi, że lepiej by było, żeby świadek Kulczyk do kraju nie wracał, a o innych mówi się lub im się insynuuje różne sprawy. Toż to jedna wielka kompromitacja! Wszystko, co ta komisja odkryje, będzie pod znakiem zapytania, skoro sami śledczy są niewiarygodni”.

Wypowiedzi (teksty) polityków, uznane tu za reprezentatywne dla oceny samej komisji mają charakter wartościujący. Na ich podstawie można wyróżnić:

- kwalifikację, że idzie tu o konstytutywne, fundamentalne problemy kraju, z czego wynikać by mogło, że cała jej działalność mieści się w pojęciu relewancji,
- kwalifikujące komisję jako mechanizm ukrycia prawdy, co może oznaczać także relewancję rozumianą jako istotowość, ale ze znakiem przeciwnym do poprzedniego (negatywną),
- kwalifikujące obie strony jako podmiot polityki, ale z przeciwstawieniem argumentacji i ocen,
- oceniające działania ideologicznie, nie zaś z punktu widzenia „sprawy” w sensie wymaganym przez ustawę o komisji śledczej.

Sformułowanie tezy o istnieniu układu „polityczno-biznesowego” jest istotne w tym sensie, że nie ogranicza działania Komisji, która zamiast „w sprawie” może zajmować się wątkami, jej zdaniem, rudymmentarnymi, według innych ocen – ubocznymi. W tym sensie pojęcie relewancji okazuje się szczególnym organizatorem pola semantycznego. W jego centrum można umieścić „interes publiczny”, określony bliżej w cytowanej wcześniej wypowiedzi J. Kaczyńskiego, zaś sprawy szczegółowe są do niego „wciągane” jako poszczególne sprawy konkretne (np. wątek kontaktów z przedstawicielami innych państw, ustanie terminu spotkania gremiów o charakterze decyzyjnym, prowadzenie konfrontacji ich uczestników itd.).

Przytoczone fragmenty wskazują na występowanie znacznej „rozciągłości” relewancji jako obszaru zainteresowania poszczególnych osób. Staje się ona *per se* nadmiarą (redundancją) w stosunku do zadań postawionych przed komisją

przez ustawodawcę. Obszar obu zjawisk (procesów) poszerzają także teksty, określone uprzednio jako interpretatorskie.

Można wyróżnić w zasadzie dwa typy tekstów: zajmujące się analizami prac komisji w sposób syntetyczny oraz reakcje na poszczególne rodzaje przypadków w toku jej prac.

Przykładem analiz diagnostycznych jest własne stanowisko publicysty, który przyjmuje, że komisja to teren starcia „pomiędzy siłami chcącymi obronić Układ, kontrolujący gospodarcze i polityczne życie kraju, a tegoż Układu przeciwnikami. Starcie dla przeciwników Układu jest trudne. Gołym okiem widać bowiem, że Komisja orlenowska ugrzęzła i że trudno jej będzie wydostać się z grzęzawiska” („Fakt”. Idee 6.12.2004 r.).

Innego rodzaju ocenę zawiera tekst, który, porównując poprzednio działającą komisję badającą tzw. aferę Rywina z komisją ds. Orlenu, stwierdza, iż ta ostatnia to „modelowy przykład brudnej walki politycznej”, zgadzając się zarazem z poprzednio prezentowaną oceną publicystyczną, że „ustawicznie karmi się opinią publiczną pomówieniami i fałszerstwami” („Gazeta Wyborcza” 18–19 grudnia 2004 r.).

Tego rodzaju teksty diagnostyczne są motywowane potrzebą demokracji, są cechą jej działania, mimo że „Komisja nie tylko kłamie, lecz także upowszechnia bezprawie” (*ibidem*). Sytuacja ta przekłada się na „tekstowy obraz polityki”, oceniany na podstawie wypowiedzi publicystów, dotyczących prof. Jana Widackiego. Fragmenty oceny przynoszą następujący obraz polityki. Krzysztof Burnetko w artykule *Zyskuje SLD* („Tygodnik Powszechny”) mówi:

Do wczoraj można było mieć jeszcze nadzieję. Sejmowa Komisja śledcza, mimo wszystkich swych niedoskonałości wynikających z niekompetencji jednych członków oraz politycznych ambicji i cynizmu innych, przyczyniła się do mozolnego odkrywania coraz to nowych obszarów patologii na styku polityki, biznesu, służb specjalnych i innych grup interesu w III RP.

Z kolei w *Ataku na oślepa* Janusz Majcherek („Rzeczpospolita”) zauważa: „Komisja ugrzęzła w proceduralnych trikach i formalnych sztuczkach. Po wczorajszym nieudanym przesłuchaniu wizerunek Komisji mocno więc ucierpiał. Nie tracę jednak nadziei, że nie skompromituje się ona ze szczętem i jej praca przyniesie jeszcze jakieś efekty. Choć przyznam, że nadzieja słabnie”. Maciej Łętowski w *Pogubionych ekspertach* („Życie”) konkluduje:

W państwie prawa nikt nie obejdzie się bez adwokata. Jeśli chcemy, by cel Komisji został osiągnięty, nie mamy innego wyboru. Możemy oczywiście wykorzystać potknięcie ekspertów, by wykpić posłów i wykazać im brak kompetencji oraz rozumu. Można, tylko po co? Po to, by ukreślić łeb sprawie? Zwłaszcza, że to wszystko rozgrywa się na oczach opinii publicznej, na której Kulczykowski zależy.

Tomasz Sakiewicz w artykule *Sprawki Widackiego* („Gazeta Polska”) wyraża mocno swoją opinię: „Od paru tygodni trwają próby rozwalenia tej Komisji” (za: „Gazeta Wyborcza” 1.12.2004 r.).

Obok interpretacji medialnych ustalanie relewancji jest przedmiotem zainteresowania profesjonalistów. Dla charakterystyki tych stanowisk przytoczymy wypowiedzi prawnicze i socjologiczno-politologiczne, por.:

Ujęcie prawnicze:

Oświadczenie: W myśl art. 31 ust. 2 Konstytucji każdy jest obowiązany szanować wolność i prawa innych. Nakaz ten obowiązuje szczególnie posłów, którzy ślubowali „przestrzegać Konstytucji i innych praw Rzeczypospolitej Polskiej” (art. 104 ust. 2 Konstytucji). Niestety, reguły te nie są respektowane przez niektórych członków Komisji śledczej Sejmu RP. Członkowie ci naruszają zasady obiektywizmu oraz uczciwego procesu. W toku postępowania dochodzi bowiem do rażących naruszeń dóbr osobistych świadków i innych osób wbrew postanowieniom art. 47 Konstytucji i art. 7 ust. 2 Ustawy o Komisji Śledczej, por. następujące wypowiedzi: „Uważam, że Komisja śledcza została powołana do wyjaśnienia istotnych spraw. Jej celów nie można jednak osiągnąć, gdy dochodzi do naruszenia praw i wolności obywatelskich, przekraczania mandatu Komisji oraz podporządkowania działalności jej członków interesom partyjnym”. (*Komisja śledcza a państwo prawa*, „Gazeta Wyborcza”, 10.12. 2004, oświadczenie podpisane przez 40 sygnatariuszy – 40 profesorów prawa).

Ujęcie socjologiczne Jadwigi Staniszkis, por. jej wypowiedź:

Grę swoim przeciwnikom Komisja ułatwia w jeszcze jeden sposób: mimo iż dociera do coraz ważniejszych informacji, zdobywa lepszy wgląd w mechanizmy i pokazuje zaangażowanie służb specjalnych, które manipulują politykami, to wciąż nie ma planu. Nagle widzimy snop światła rzucony na jakąś sprawę, za chwilę światło się przesuwają, a Komisja zapomina o napoczętym właśnie wątku. Nie ma osoby, która te wszystkie wątki trzymałaby w garści.

W spektaklach sejmowych, komisji nadzwyczajnych, mimo ich różnych zalet, nie tylko czasami nie przestrzega się podstawowych standardów prawnych. Ta sama polityka, która doprowadziła do ich powstania, skutecznie blokuje egzekucję ich ustaleń czy postanowień. I ludzie to obserwują, co nie pozostaje bez wpływu na ich zaufanie do polityki. Z jednej strony niepotrzebne błędy Komisji prowadzą do karykaturalnej sytuacji, kiedy ci, którzy zniszczyli prawo, etykę i demokrację w Polsce – tak jak SLD w ciągu ostatnich kilku lat – zaczynają odzyskiwać poparcie społeczne, kreując się na obrońców prawa i ofiary procedur nadzwyczajnych. A jednocześnie te procedury nadzwyczajne są bezradne, bo wszystkie procesy patologiczne trwają cały czas („Fakt”, nr 283/340 z 3.12.2004).

Ujęcie politologiczne: Paweł Smoleński: „O czym nie mówią polscy politycy?” Prof. Wiktor Osiatyński:

W zasadzie nie mówią o niczym istotnym, choć na pozór mówią bardzo dużo. Natomiast prawie w ogóle nie dostrzegam politycznej debaty publicznej, a przecież taka debata stanowi istotę demokracji. Naszych polityków interesuje krótki horyzont czasowy. Już nawet nie chodzi im o następne wybory, lecz o to, by dobrze wypaść w kolejnym sondażu opinii publicznej. Nie zależy im na niczym poza doraźnymi sukcesami. I to tylko własnymi, bo o sukcesach kraju, społeczeństwa, całej transformacji niemal w ogóle nie mówią. Zwłaszcza gdy mielibyśmy uznać sukces swoich poprzedników („Gazeta Wyborcza”, 6–7.03.2004).

Obok wyróżnionych uczestników sprawy Orlenu należy także uwzględnić stanowisko obserwatorów, którymi są w tym wypadku odbiorcy przekazów medialnych, którzy stanowią znaczącą część opinii publicznej. W tym wypadku relacja relewancja-redundancja tekstów politycznych jest swego rodzaju wypadkową trzech torów powstawania.

Jednym z nich jest oficjalna dokumentacja (komunikaty), które winny reprezentować stanowisko komisji, jednakże warunek ten nie jest przez komisję spełniony, w związku z tym odbiorca staje wobec dylematu merytorycznego. Po-

mocny może się tu okazać drugi tor informacyjny, tj. kreowany głównie w elektronicznych środkach przekazu (telewizja, radio: publiczne, prywatne, społeczne), które mogą kształtować przekonania i postawy zamierzone przez środek przekazu, jego operatorów czy też interes uczestników różnych debat i prezentacji. O ich skuteczności można się przekonać na podstawie trzeciego kanału informacji, tj. badań opinii publicznej. Według prezentowanych na początku grudnia wyników badań CBOS-u 64% respondentów uznało, że komisja śledcza ds. Orłenu nie odkryje prawdy, której ustalenie było celem jej powołania.

Zaprezentowana koncepcja interpretacji relewancji i redundancji w tekstach o treści politycznej, oparta na ich występowaniu *hic et nunc*, jest autorską wersją wprowadzenia tych narzędzi analitycznych do badania wypowiedzi i form ich rejestracji na gruncie politologii. Nie używano ich dotychczas do analizy np. komunikacji politycznej, ale ich użyteczność jest obserwowana empirycznie, tak w życiu politycznym, jak i w jego medialnym odwzorowaniu. W praktyce politycznej poza stosowaniem reguł autoprezentacji (relewancja z punktu widzenia podmiotu politycznego) obowiązują (winny obowiązywać) reguły komunikatywności, które z kolei wymagają posługiwania się redundancją, jako celowym nadmiarem, chyba że niekompetencja werbalna i merytoryczna polityka sprawia, że tego rodzaju „quasi-redundancja” staje się dla niego relewancją jako efekt treści zakomunikowanej w taki właśnie sposób.

W pewnym sensie jest to powodowane szczególnym charakterem mediów, które z racji ograniczeń formalnych (ramówki, relacje rejestrowane, czas antenowy itp., ramy prasowe itd.) wymuszają stosowanie relewancji w myśl formuły „maksimum treści w minimum czasu”, zgodnie z reklamowo-marketingowymi regułami „obrazu języka na sprzedaż”.

Uwzględnienie tego czynnika wiąże się z „urynkowaniem” tekstu politycznego (obejmuje to: polityków, naukowców, publicystów, komentatorów, a nawet satyryków), co uzasadnia rozważenie tekstu politycznego jako szczególnego „towaru” (w terminologii marketingowej – produktu), zaś sfery obrotu tekstów politycznych jako „rynku politycznego”, gdyż tego rodzaju interpretacje wynikają z marketingu politycznego. Zakłada to formalnie orientację na odbiorcę, uwzględnianie jego potrzeb w tym zakresie (istniejących lub do zaspokojenia w drodze marketingu, albo też kształtowanych pod jego wpływem). Zarówno wykorzystane fragmenty tekstów politycznych, jak również wszelkiego rodzaju prezentacje, w tym także telewizyjne, ujawniają zgodność ocen na temat zasadniczego wpływu tego kanału przekazu na odbiorcę. Ujawniają też szczególną strukturę adresatów tekstu politycznego będącego „towarem”. Z obserwacji tekstów wynika, że można tu wyróżnić:

- a) autonomizację, w której teksty mówione są w istocie adresowane do własnych struktur partyjnych,
- b) autonomizację, zgodnie z którą teksty polityczne są obliczone na komunikację w obrębie tzw. klasy politycznej,
- c) autonomizację, która jest uprawniona dwupoziomowo, tj. „na pokaz”, np. w elektronicznych mediach, i przy równoczesnym istnieniu innego kanału formalnego

porozumienia się, np. w obrębie członków komisji śledczej, którzy inaczej formułują teksty polityczne jako wypowiedzi oficjalne, zaś inaczej jako teksty na użytek własny,

- d) procedury adresatywne, w których adresat jest: domniemany (potencjalny odbiorca tekstów mówionych w telewizji), przypadkowy (badania opinii publicznej) lub bezpośrednio wskazany (teksty wygłaszane w ramach formuły „do wszystkich”),
- e) procedury adresatywne, wynikające z dyskursu wtórnego, w którym „adwersarze” za pośrednictwem np. organów prasowych kierują na siebie teksty typu konfrontacyjnego,
- f) procedury, w których ani adresat, ani nadawca nie są zindywidualizowani, np. wypowiedzi typu „Od redakcji”, „Jak się dowiadujemy”, itp.,
- g) procedury, w których występuje adresatywność polegająca na autokorekcie własnego stanowiska lub recenzowaniu samego siebie, gdzie autor tekstu politycznego „wyjaśnia co miał, a czego nie miał na myśli”,
- h) procedury adresatywne, w których tekst polityczny jest zastępowany przez jego nieobecność, por. formuły „No comment”,
- i) procedury, w których powstanie tekstu politycznego jest niemożliwe (por. np. unikanie zajmowania stanowiska poprzez uzasadnianie niemożliwości ich zajmowania, braku podstaw, ostrożności, oraz uzasadnień typu „racja stanu” itp.

Przyjmując tego rodzaju przykładowe formy właściwego adresata, wymaganego przez marketing polityczny (tzw. elektorat nie jest brany pod uwagę wcześniej niż w trakcie kampanii wyborczej), można wskazać sytuację komunikacyjną (formalny obieg tekstów politycznych) ocenić z punktu widzenia współzależności relewancji i redundancji, gdyż właściwe/niewłaściwe posługiwanie się tym mechanizmem działa/przeciwdziała deklarowanemu statusowi tekstu politycznego jako „towaru”. Efekt stymulacyjny treści tekstu politycznego może być w związku z tym różny.

Jeśli przyjąć, że zgodnie z wymogami rynku celem działania jest orientacja na odbiorcę, to należy także uznać, że teksty polityczne, jako komunikaty użyte w ciągu komunikacyjnym od nadawcy – do odbiorcy, są „towarem” szczególnym (brak np. ceny, gwarancji, a za wady ukryte nikt nie odpowiada, brak też możliwości wymiany itd.), którego „sprzedaż” jest wyrażona przez oceny.

Prasa podaje, że 60-80% respondentów nie wierzy, aby komisja (tu: ds. Orlenu), była zdolna do ustalenia prawdy, tj. zakładana relewancja jest tu minimalizowana mimo maksymalnej redundancji (przekazy telewizyjne, komentarze, raporty). W innym wymiarze natomiast można ten proces oceniać w autoobiegach tekstów politycznych. Idzie tu o wyrażane przekonanie, że poszczególni członkowie komisji wiedzą coś, czego nie można udowodnić, w związku z czym ich wysiłki (przesłuchania, opinie, ekspertyzy itp.) nie mają procesowego waloru dowodu, gdyż „prawda” (raport komisji) jest ustalana w drodze głosowania. W podobnej sytuacji znajdują się dziennikarze śledczy. W tej sytuacji istota relewancji w tekście politycznym i związana z nią redundancja mogą niejako zamienić się rolami. I jako środek manewru politycznego (świadomie lub nieświadomie stosowany)

mają moc strategiczną. Stan rzeczy sprzed sprawy Orlenu, w trakcie prac komisji i po ich zakończeniu wskazuje, że tego rodzaju spostrzeżenia mogą się stać metodą działania.

Relewancja i redundancja w tekstach politycznych realizuje się w „przestrzeni komunikacyjnej” i w „przestrzeni politycznej”. Ten pierwszy wymiar jest swoistym regulatorem komunikacji politycznej, ten drugi wyznaczają ramy konstytucyjne określone w art. 1 (jako „demokratyczne państwo prawa”) i art. 20 (jako „gospodarka rynkowa”), które tworzą strukturę pod nazwą „demokracja rynkowa”. Łącząc przestrzeń komunikacyjną z tak rozumianą przestrzenią, uzyskujemy lokalizację relewancji i redundancji w „rynkowej przestrzeni politycznej”, która podlega takim samym mechanizmom jak wszystko to, co charakteryzuje ten rynek.

Bibliografia

- Dobek-Ostrowska B. (2003), *Media masowe w systemach demokratycznych. Teoretyczne problemy i praktyczny wymiar komunikowanie politycznego*, Wrocław.
- Dobek-Ostrowska B., Wiszniowski R. (2001), *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*, Wrocław.
- Laskowska E. (1999), *Skuteczność słowa w działaniach politycznych i społecznych*, Bydgoszcz.
- Laskowska E. (2004), *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Bydgoszcz.
- Ożóg K. (2004), *Język w służbie polityki*, Rzeszów.
- Rittel S. J. (2002), *Strategia dyskursu w marketingu politycznym*, [w:] *Marketing polityczny a postawy i zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego*, red. D. Walczak-Duraj, Płock-Łódź 2002, s. 27-43.
- Rittel S. J. (2003), *Komunikacja polityczna. Dyskurs polityczny. Język w przestrzeni politycznej*, Kielce.

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz

POLSKIE MEDIA W CZASACH „SOLIDARNOŚCI”

Czasy „Solidarności”, czyli okres między sierpniem 1980 a grudniem 1981, jest jednym z najbardziej niezwykłych momentów w historii PRL, ważnym również dla polskich mediów i tworzącego je środowiska dziennikarskiego. Pojawienie się na politycznej scenie nowego podmiotu, jakim był Niezależny Samorządny Związek Zawodowy „Solidarność” spowodowało konieczność reorganizacji dotychczasowego systemu medialnego, gdyż „Solidarność” organizowała własne środki masowej komunikacji, a środowisko dziennikarskie i decydenci polityczni musieli ustosunkować się do tej nowej, nieznanej w systemie realnego socjalizmu sytuacji, polegającej na oficjalnym funkcjonowaniu niezależnej od partyjnego nadzoru prasy związkowej.

Okres ten – nazywany też często Polską posierpniową – odznaczał się niezwykłą intensywnością wydarzeń w kraju, co wpływało na dużą zmienność nastrojów społecznych, a to z kolei powodowało wzmożone zapotrzebowanie na informację, więc i większą aktywność w korzystaniu z mediów, zarówno oficjalnych, jak i alternatywnych. Był to również okres gorących dyskusji publicznych i środowiskowych, w czasie których poszukiwano nowych rozwiązań i zasad działania w zmienionej sytuacji politycznej kraju. W tych dyskusjach kluczową rolę odgrywały same media, które z jednej strony inicjowały je na swoich łamach i antenach, a z drugiej, często stanowiły ich przedmiot. Spierano się w nich o rolę mediów w PRL, o ich powinności wobec społeczeństwa i państwa, w końcu o nowe rozwiązania prawne regulujące funkcjonowanie prasy, radia i telewizji.

Dziedzictwo przeszłości

W tę nową sytuację społeczną i polityczną, zapoczątkowaną strajkami na Wybrzeżu, polskie media weszły ukształtowane przez poprzednią dekadę, w której doko-

nała się istotna zmiana w modelu komunikowania masowego – to telewizja stała się w Polsce najpopularniejszym źródłem informacji i rozrywki, a tym samym najważniejszym z punktu widzenia decydenta politycznego środkiem przekazu. U progu dekady lat 80. odbiór radia i telewizji w Polsce był prawie powszechny, badania odbioru pokazywały jednak rosnący, choć ciągle jeszcze umiarkowany krytycyzm odbiorców w stosunku do TVP. Jednak coraz powszechniej i coraz bardziej otwarcie zarzucano jej brak obiektywizmu w relacjonowaniu wydarzeń w kraju i za granicą, przemilczanie niewygodnych faktów i stronniczość w komentarzach, co powodowało spadek zaufania do jej przekazu, zwłaszcza do programów informacyjnych na czele z „Dziennikiem Telewizyjnym”. Prasa, radio i telewizja podlegały ścisłej cenzurze sprawowanej przez Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk oraz nadzorowi kierownictwa partyjnego. To w KC PZPR zapadały kluczowe decyzje dotyczące zawartości i formy przekazów medialnych, tu tworzone „wytyczne”, które podporządkowywały praktycznie cały przekaz medialny wymogom aktualnie realizowanej strategii propagandowej, tu też decydowano o obsadzie kluczowych stanowisk w mediach oraz rozliczano redakcje z realizacji „wytycznych”.

Najbardziej charakterystyczną cechą propagandy lat 70. była tzw. propaganda sukcesu, polegająca na ciągłym propagowaniu polskich sukcesów, osiągnięć w różnych dziedzinach oraz snuciu optymistycznych wizji przyszłości. Z przekazu wyeliminowano informacje o niepowodzeniach, kłopotach, a nawet zdarzeniach, które mogły, jak sądzono, obniżyć optymizm społeczny (wypadki, katastrofy czy klęski żywiołowe). Propagandę sukcesu uprawiano przede wszystkim w telewizji, która uznana została przez kierownictwo partyjne za medium najważniejsze i wymagające szczególnego nadzoru. W TVP nie zauważano problemów, z ekranu wiało optymizmem i pewnością siebie, nawet wówczas, gdy powszechnie widoczne były sygnały nadciągającego kryzysu. Partyjni decydenci mediów wierzyli jednak, że brak informacji o problemach spowoduje, że nie zostaną one zauważone przez odbiorców, którzy będą wierzyć, że rzeczywistość jest taka jak w „Dzienniku”, a nie taka, jaką znają z autopsji.¹

Nową sytuację polityczną w kraju rozpoczęły strajki pracownicze w sierpniu 1980 roku. Telewizja, radio i prasa ogólnopolska, kontrolowane w pełni przez partię, zachowały wobec władzy politycznej całkowitą lojalność – zgodnie z wytycznymi z KC nie informowano w nich o rozlewającej się po kraju fali protestów. Kiedy milczenie nie było dłużej możliwe, marginalizowano problem: informowano o „przerwach w pracy”, gdyż słowo „strajk” było skutecznie eliminowane przez cenzurę. Owe „przerwy w pracy”, według ówczesnej propagandy, miały charakter incydentalny i lokalny, władza panowała nad sytuacją, a społeczeństwo i kraj żyły innymi sprawami, np. przygotowaniem i przebiegiem festiwalu piosenki w Sopocie. W okresie największych napięć – w drugiej połowie sierpnia 1980 roku – wykorzystano znaną już, bo zastosowaną w czasie pierwszej pielgrzymki do ojczyzny Jana Pawła II w czerwcu 1979 roku tzw. strategię odciągania, polegającą na maksymalnym uatrakcyjnieniu oferty obu programów TVP, licząc na to, iż lu-

¹ *Komunikowanie masowe w Polsce. Bilans lat siedemdziesiątych*, red. W. Pisarek, „Zeszyty Prasoznawcze” 1981, nr 1.

dzie zamiast uczestniczyć w wydarzeniach będą woleli pozostać przed telewizorami. A ponieważ stan napięcia społecznego przeciągał się, w kilka tygodni wykorzystano prawie cały zapas atrakcyjnych filmów przygotowanych do emisji na jesień².

Media w debacie publicznej

Podpisanie Porozumień Społecznych w końcu sierpnia 1980 roku otworzyło nowy rozdział w dziejach polskich mediów. Strajk w Stoczni Gdańskiej i toczące się negocjacje rządu z Międzyzakładowym Komitetem Strajkowym wzbudziły duże zainteresowanie mediów. Władza w pełni panowała nad przekazami w radiu i telewizji, ale prasa zaczęła wymykać się spod kontroli. Do Gdańska w te gorące politycznie dni zjechało bardzo wielu dziennikarzy, również z prasy lokalnej, którzy stali się nie tylko świadkami, ale często i uczestnikami dziejących się tam wydarzeń. Dla wielu z nich był to moment przewartościowania, bardziej lub mniej otwartego opowiedzenia się po stronie strajkujących robotników lub choćby odkrycia systemu manipulacji informacją, w którym dotąd uczestniczyli. Warto przypomnieć w tym miejscu, że punkt trzeci Porozumień dotyczył bezpośrednio mediów, gdyż żądano w nim respektowania zagwarantowanej w Konstytucji PRL wolności słowa, przez co rozumiano złagodzenie cenzury i dopuszczenie do środków społecznego przekazu przedstawicieli wszystkich podmiotów życia publicznego. Choćby tylko częściowa realizacja tego postulatu oznaczała, że kierownictwo PZPR straci monopol na politykę informacyjną prowadzoną w tym czasie w kraju.

Intensywność wydarzeń i rozpoczęcie autentycznej debaty na wszystkich szczeblach życia, od rodzinnego przez środowiska pracownicze i twórcze, aż po najwyższe szczeble władzy powodowała zwiększone zapotrzebowanie na informację, a tym samym większe korzystanie z mediów. Jednym z częściej poruszanych problemów w tych dyskusjach były same środki przekazu: ich zadania wobec społeczeństwa, partii i państwa, ocena działalności, spadająca wiarygodność. Kwestionowano niepodważalne dotąd zasady: partyjnego nadzoru nad mediami, konieczności cenzury prewencyjnej czy nomenklaturowej obsady kierowniczych stanowisk w redakcjach. Poglądy takie pojawiały się co oczywiste głównie w środowiskach solidarnościowych, ale nie tylko tam, również tzw. partie sojusznicze, czyli SD i ZSL oraz organizacje społeczne i zawodowe deklarowały bardziej lub mniej otwarcie wolę prowadzenia własnej, niezależnej od PZPR polityki informacyjnej. Krytyka bieżącej polityki partii wobec mediów, postulaty zwiększenia pluralizmu poglądów w przekazach medialnych i rzetelności w informowaniu społeczeństwa były też stałym elementem deklaracji i dokumentów Kościoła katolickiego i Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich³.

² Por. T. Piłulski, *Prywatna historia telewizji publicznej*, Warszawa 2002, s. 206.

³ *Raport o komunikacji społecznej w Polsce*, red. W. Pisarek, „Zeszyty Prasoznawcze” 1991, nr 1-2, s. 17-27.

W tej niezwyklej debacie publicznej na temat mediów szczególnie wiele uwagi poświęcano telewizji. Niezadowolenie z niej było prawie powszechne: społeczeństwo wyrażało je w postaci najpopularniejszego wówczas hasła obecnego na murach „Telewizja kłamie”, a potwierdzeniem społecznych odczuć były pogarszające się wyniki zadowolenia z pracy TVP potwierdzone w badaniach. Kierownictwo partyjne też nie było z telewizji zadowolone, obciążało ją odpowiedzialnością za przyczynienie się do kryzysu poprzez rozbudzanie aspiracji konsumpcyjnych i propagandę sukcesu w poprzedniej dekadzie. Środowiska intelektualne precyzowały listę zarzutów: polityczne uwikłanie, brak obiektywizmu, jednostronność w przekazywaniu informacji, manipulowanie faktami. W debacie tej zrodził się postulat „uspołecznienia telewizji”, przez który rozumiano wyrwanie jej spod ścisłego nadzoru KC PZPR, dopuszczenie do anteny przedstawicieli innych niż partia podmiotów życia publicznego, choćby tylko w postaci prawa do odpowiedzi na zarzuty czy możliwości przedstawiania własnych racji. „Uspołecznienie telewizji” uważano za niezbędny warunek wypełnienia postulatów Sierpnia, a nawet realizację programu partii, która zadeklarowała gotowość „socjalistycznej odnowy”⁴.

Prasa

Nowy nurt w debacie publicznej po Sierpniu polegający na większej otwartości w wyrażaniu poglądów, formułowaniu postulatów i żądań oraz krytyki spraw w kraju zaczął uwidaczniać się na łamach polskiej prasy, która powoli acz systematycznie zaczęła wymykać się spod ścisłego partyjnego nadzoru. Prawdziwym przełomem było jednak uaktywnienie się niezależnych od partii podmiotów polityki informacyjnej, szczególnie Kościoła katolickiego i „Solidarności”, które jako legalnie działające skutecznie konkurowały z lojalnymi wobec partii źródłami informacji. Ówczesny rynek oficjalnej prasy (tzw. pierwszy obieg) można podzielić na:

- 1) tytuły konsekwentnie prezentujące „linię partii” i nie dopuszczające na swe łamy argumentów innych niż prezentowane przez władze, np. „Trybuna Ludu”, „Żołnierz Wolności”, „Głos Pracy”. W pismach tych uprawiano agresywną propagandę antysolidarnościową, obciążano Związek odpowiedzialnością za wszystkie problemy w kraju, straszono konsekwencjami nieodpowiedzialnych działań oraz ukazywano partię jako jedyną siłę mającą prawo i możliwości ustabilizowania sytuacji,
- 2) tytuły sympatyzujące z „Solidarnością” lub przynajmniej starające się przedstawić jej poglądy i argumenty, np. niektóre dzienniki regionalne na czele z „Gazetą Krakowską”. W tytułach tych starano się wyważyć racje obu stron konfliktu i w miarę rzetelnie, licząc się jednak z realiami systemu, przedstawiać czytelnikom sytuację w kraju,
- 3) prasę katolicką, która choć uboga w liczbę tytułów i nakłady, była traktowana jako opiniotwórcza i cieszyła się uznaniem. Szczególną rolę w tej grupie od-

⁴ K. Pokorna-Ignatowicz, *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL*, Kraków 2003, s. 163-180.

- grywał krakowski „Tygodnik Powszechny”. Prasa katolicka otwarcie opowiadała się za potrzebą demokratyzacji kraju i przypominała o zobowiązaniach podjętych przez władze w momencie podpisania Porozumień Społecznych,
- 4) prasę „Solidarności”, obejmującą w sumie około 2-3 tysiące tytułów wydawanych przez prawie wszystkie struktury Związku. Część z tych wydawnictw nie do końca można było uznać za legalne z punktu widzenia obowiązującego prawa, gdyż wydawane były dzięki popularyzującej się wówczas technice „małej poligrafii”, wprowadzanej do większych zakładów pracy i instytucji. Dzięki niej oraz kupowanemu na „czarnym rynku” papierowi możliwe było drukowanie dużo większej ilości tytułów i egzemplarzy tych wydawnictw niż wynikało to z oficjalnych ustaleń. Czołowym tytułem prasy związkowej był „Tygodnik Solidarność” nazywany potocznie „Tysolem”, który ukazywał się od 3 kwietnia do 13 grudnia 1981 roku (w sumie 37 wydań). Nakład tygodnika wynosił pół miliona egzemplarzy, redaktorem naczelnym został Tadeusz Mazowiecki, dziennikarz związany z warszawskim środowiskiem inteligencji katolickiej. Na łamach Tygodnika publikowano teksty autorstwa wybitnych dziennikarzy i autorzytetów tamtego okresu m.in. Stefana Kisielewskiego, Tomasza Strzembosza, Bohdana Cywińskiego, Kazimierza Dziewanowskiego, Waldemara Kuczyńskiego, Wandy Falkowskiej, Zbigniewa Romaszewskiego. Publikowano też dyskusje na ważne tematy z udziałem autorzytetów z środowisk opozycyjnych, materiały dotyczące działań związku, relacje z ważnych wydarzeń.

Do tego oficjalnego „pierwszego obiegu” dodać trzeba rozwój wydawnictw nieoficjalnych, (tzw. prasy drugiego obiegu) ukazujących się bez zezwolenia i poza zasięgiem cenzury⁵. Stały dostęp do tego typu gazetek i biuletynów wydawanych przez różnego rodzaju niezależne od władzy podmioty deklarowało w połowie 1981 roku 15-17% dorosłych Polaków, zaś 22% badanych deklarowało pełne zaufanie do zawartych w nich treści.

To zróżnicowanie prasy dawało odbiorcom nieznaną dotąd możliwość porównywania poglądów, komentarzy i interpretacji, a władze PZPR musiały w swojej polityce informacyjnej uwzględniać ten fakt i starać się, aby własny przekaz był bardziej przekonujący.

Pojawienie się prasy „Solidarności” miało istotne znaczenie dla całego ówczesnego systemu medialnego, oznaczało bowiem powstanie legalnie działających, ale niezależnych od PZPR wydawnictw, co czyniło wyłom w konsekwentnie dotąd realizowanym modelu mediów, polegającym na ścisłym partyjnym nadzorze nad wszystkimi mediami, a tym samym dawało możliwość pełnej kontroli informacji docierających do społeczeństwa.

⁵ Por. K. Łabędź, *Spory wokół zagadnień programowych w publikacjach opozycji politycznej w Polsce w latach 1981-1989*, Kraków 1997.

Badania odbioru mediów

W Polsce realnego socjalizmu badaniami nad odbiorem mediów zajmowały się dwie instytucje badawcze. Pierwszą z nich był istniejący od 1958 roku Ośrodek Badania Opinii Publicznej (OBOP), w latach 80. funkcjonujący pod nazwą OBO-PiSP (Ośrodek Badania Opinii Publicznej i Studiów Programowych), który działał jako placówka badawcza Komitetu ds. Radia i Telewizji i zajmował się głównie odbiorem radia i telewizji.

Drugą instytucją był krakowski Ośrodek Badań Prasoznawczych – placówka badawcza koncernu wydawniczego RSW P-K-R (Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa-Książka-Ruch”), zajmujący się od 1957 roku badaniami prasy, ale niejako przy okazji tych badań również odbiorem radia i telewizji oraz badaniami opinii publicznej.

Dekadę lat 80. rozpoczęto badaniami nad zasięgiem i odbiorem mediów. W burzliwych dniach końca sierpnia 1980 roku po raz kolejny OBOPiSP przeprowadził badania nad głównym programem informacyjnym – „Dziennikiem TV”, którego średnia widownia w pierwszych miesiącach dekady obejmowała około 50% dorosłych Polaków. W końcu sierpnia oglądalność „Dziennika” wzrosła do średnio 61%; najwyższy odsetek widzów (67%) odnotowano 27 sierpnia, kiedy to emitowano w nim obszernie fragmenty homilii prymasa Stefana Wyszyńskiego wygłoszonej tego dnia w Częstochowie.⁶

„Dziennik” nie cieszył się uznaniem widzów, mimo wysokiej oglądalności. Odsetek ocen pozytywnych wynosił wówczas średnio 30%. Wyjątkowo wysoko (53% ocen pozytywnych) oceniono jedynie wydanie „Dziennika” z dnia 31 sierpnia, w którym przedstawiono relację z podpisania porozumień z Komitetami Strajkowymi w Gdańsku i Szczecinie. W następnych tygodniach jesieni 1980 wskaźnik oceny spadł do średniego poziomu (ok. 30% ocen pozytywnych), natomiast odsetek widzów utrzymywał się w granicach 60%⁷, co świadczyło o dużym zainteresowaniu społeczeństwa dziejącymi się w kraju wydarzeniami.

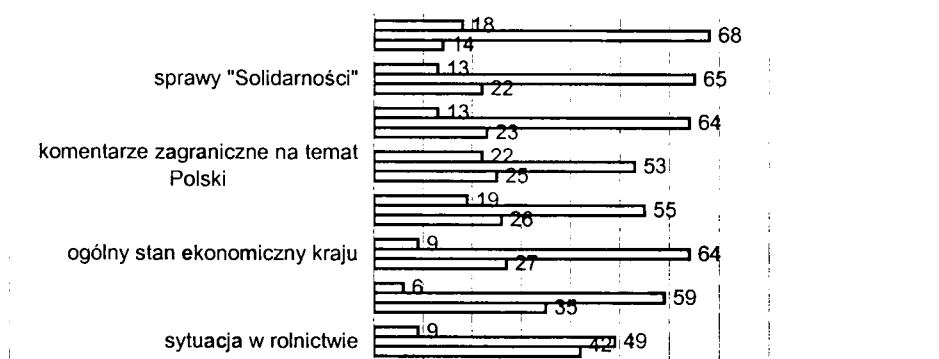
Po sierpniu 1980 roku odnotowujemy dwie istotne zmiany: po pierwsze ogólny wzrost aktywności medialnej Polaków oraz stały wzrost krytycyzmu wobec oficjalnych mediów. Wiosną 1981 roku poproszono widzów o wyrażenie opinii na temat wiarygodności TVP oraz rzetelności prezentowanych przez nią informacji. Wyniki tego badania okazały się fatalne, szczególnie gdy porówna się je z wynikami uzyskiwanymi wcześniej. Główne zarzuty widzów dotyczyły celowego ograniczania informacji, jej stronniczości i małej aktualności. Wyniki te warto uzupełnić informacją, że w kwietniu 1981 roku zaufanie do telewizji deklarowało 45% badanych, natomiast 49% nie ufało jej (6% nie miało zdania na ten temat).

⁶ H. Rudnik, *Publiczność głównego wydania Dziennika Telewizyjnego w okresie od 25 VIII do 14 IX 1980*, „Aktualności Radio-Telewizyjne” 1980, nr 20, s. 5-8.

⁷ *Ibidem*, s. 5-8.

W maju 1981 roku OBOP zbadał wiarygodność informacji telewizyjnych, dotyczących ośmiu wybranych tematów. Widzowie uznali, że żaden z tych tematów nie był przez TVP prezentowany w sposób wiarygodny. Największą nierzetelność odbiorcy przypisali informacjom na temat PZPR i „Solidarności”.

Oceny wiarygodności relacji TVP w wybranych tematach w maju 1981 r.
(dane w procentach)



Źródło: wszystkie dane pochodzą z publikacji *Z prac OBOPiSP – Zaufanie do telewizji jako źródła informacji* (brak nazwiska autorów). „Aktualności Radiowo-Telewizyjne” 1981, nr 13, s. 10-12.

Wyniki badań nad odbiorem telewizji przeprowadzone jesienią 1980 roku i wiosną roku następnego były najbardziej krytyczne w dotychczasowej historii badań OBOP nad obiórem telewizji w Polsce.

Jeszcze gorsze wyniki, świadczące o niewątpliwym kryzysie zaufania do TVP dały badania przeprowadzone przez Ośrodek Badań Prasoznawczych w połowie 1981 roku. Odnotowano w nich rekordowo niski stopień zaufania do telewizji, a szczególnie do „Dziennika”, do którego zaufanie deklarowało jedynie 3,3% odbiorców, zaś brak zaufania aż 38% widzów⁸. Były to najgorsze wyniki w historii Telewizji Polskiej.

Warto wszakże pamiętać, iż ten brak zaufania do informacji telewizyjnych i złe oceny wystawiane TVP nie przełożyły się na rezygnację z jej odbioru, co wynikało z kilku przyczyn: braku alternatywy, podwyższonej aktywności medialnej, wynikającej z dużej dynamiki wydarzeń, czemu zawsze towarzyszy wzrost korzystania z mediów oraz z nawyku oglądania telewizji, a zwłaszcza głównego wydania „Dziennika”.

Badania nastrojów społecznych tego okresu prowadzone systematycznie przez OBOP pokazywały, że „Okres między sierpniem 1980 a grudniem 1981 jest

⁸ Por. W. Pisarek, *Raport o komunikacji społecznej w Polsce. Sierpień 1980 – grudzień 1981*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1982, nr 3, s. 17-27.

typową huśtawką nastrojów, uzależnioną od następujących po sobie szybko wydarzeń – od euforii do strachu i przygnębienia”⁹. W tej sytuacji rzeczą naturalną było większe zapotrzebowanie na informację, i to nie tylko tę oficjalną. Ten głód informacji zaspokajano także słuchając „zagranicznego radia”, czyli stacji radiowych nadających w języku polskim z zagranicy.

Tabela 1. Globalny zasięg korzystania z mediów wśród Polaków powyżej 14 roku życia (dane w procentach).

Odbiór ogółem	1974	1977	1980 II połowa	1981 II połowa	1982 I połowa
Telewizja	92	97	98	97	94
Polskie Radio	93	94	96	95	92
Prasa (gazety i czasopisma)	93	94	90	95	81
Radio zagraniczne w j. polskim	ok. 23	31	59	56	65

Źródło: Z. Bajka, *Opinie o mediach w minionym dziesięcioleciu*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1985, nr 1.

Z badań OBP w okresie między sierpniem 1980 a grudniem 1981 wynika, że spośród oficjalnych środków przekazu stosunkowo dużym zaufaniem odbiorców cieszyła się regionalna prasa codzienna, radio plasowało się w środku, a najgorzej wypadła telewizja. Postawy wobec oficjalnej prasy, radia i telewizji w tym okresie warunkowane były przez kilka czynników, wśród których najważniejsze to: częstotliwość kontaktów, wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie, aktywność polityczna. Analiza wyników badań społecznych tamtego okresu pozwala na wysunięcie następujących wniosków:

- 1) im większa wiedza o mediach i intensywniejsze z nich korzystanie, tym bardziej krytyczny do nich stosunek. Innymi słowy, im ktoś więcej korzysta, zwłaszcza z różnych mediów, tym bardziej niezadowolony jest z ich oferty i tym mniejszym darzy je zaufaniem,
- 2) bardziej ufali mediom ludzie starsi, młodzi ujawniali bardziej sceptyczne wobec nich postawy,
- 3) lepsze oceny wiarygodności wystawiali mediom mieszkańcy wsi i małych miejscowości, niż osoby zamieszkałe w dużych miastach,
- 4) wyżej wykształceni odbiorcy byli na ogół bardziej krytyczni od tych z wykształceniem podstawowym i średnim,
- 5) stosunek do prasy, radia, a zwłaszcza telewizji wiązał się też zazwyczaj z postawami politycznymi odbiorców. Osoby popierające politykę władz, lub przynajmniej akceptujące ją, nazwane w badaniach orientacją prorządową były bardziej skłonne do ufania mediom oficjalnym niż przeciwnicy władzy, tworzący tzw. orientację prosolidarnościową¹⁰.

⁹ Z. Bajka, *Opinie o mediach w minionym dziesięcioleciu*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1985, nr 1, s. 7.

¹⁰ Wnioski na podstawie badań OBP: Z. Bajka, *Postawy wobec mediów – opinie o mediach*, Raporty OBP, Kraków 1981 i 1982 i tegoż autora *Zmiany świadomości społecznej ze szczególnym uwzględnieniem postaw wobec mediów*, OBP, Kraków 1982 oraz *Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce (sierpień 1980 – 13 grudnia 1981)*, red. W. Pisarek, OBP, 1981, t. I i 2.

Nowe regulacje prawne

Do lat 80. funkcjonowanie prasy regulował dekret o Głównym Urzędzie Kontroli Prasy Publikacji i Widowisk z 1946 roku, natomiast radio i telewizja działały na podstawie ustawy o Komitecie ds. Radia i Telewizji (zwanym w skrócie Radiokomittem) z 1960 roku.

Wśród 21 postulatów Międzyzakładowego Komitetu Strajkowego w Stoczni Gdańskiej, trzecim w kolejności był postulat, w którym domagano się przestrzegania zagwarantowanej w Konstytucji PRL wolności słowa i druku, nierepresjonowania niezależnych wydawnictw oraz dopuszczenia do mediów przedstawicieli wszystkich wyznań.

Podpisanie porozumień zapoczątkowało prace nad nowymi regulacjami prawnymi dotyczącymi działalności prasy, radia i telewizji. Rząd zobowiązał się do przygotowania w ciągu trzech miesięcy stosownej ustawy, ale prace nad nią przeciągały się.

Dopiero 31 lipca 1981 uchwalono ustawę o kontroli publikacji i widowisk, która weszła w życie 1 października 1981 roku¹¹. Regulowała ona status Głównego Urzędu Kontroli Publikacji i Widowisk jako urzędu wykonującego cenzurę prewencyjną, precyzując jego kompetencje oraz czyniąc jego działalność bardziej jawną niż dotąd, gdyż opartą na stałych i znanych kryteriach. W jej artykule pierwszym stwierdza się, że PRL zapewnia wolność słowa i druku w publikacjach i widowiskach, ale już w artykule drugim ustala się „listę tematów zakazanych”, gdyż zabrania się:

- 1) godzić w niepodległość lub integralność terytorialną Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej oraz zagrażać bezpieczeństwu państwa,
- 2) nawoływać do obalenia, lżyć, wyszydzać lub poniżać konstytucyjny ustrój Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej,
- 3) godzić w konstytucyjne zasady polityki zagranicznej Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej,
- 4) uprawiać propagandę wojenną,
- 5) ujawniać wiadomości stanowiących tajemnicę państwową w tym tajemnicę gospodarczą oraz tajemnicę służbową dotyczącą obronności i sił zbrojnych, albo w inny sposób zagrażać obronności państwa,
- 6) nawoływać do popełnienia przestępstwa lub je pochwalać,
- 7) naruszać uczucia religijne i uczucia osób niewierzących,
- 8) propagować dyskryminację narodową lub rasową,
- 9) propagować treści szkodliwe obyczajowo, a w szczególności alkoholizm, narkomanię, okrucieństwo i pornografię.

¹¹ Ustawa z dnia 31 VII 1981 r. o kontroli publikacji i widowisk („Dziennik Ustaw” 1981, nr 20, poz. 99). W tej treści ustawa obowiązywała tylko 73 dni, czyli do 13 grudnia 1981 roku, kiedy to dekretem o stanie wojennym zawieszono jej obowiązywanie. Ponownie zaczęła obowiązywać (w nieco zaostrzonej formie) jako ustawa z 28 lipca 1983 roku („Dziennik Ustaw” 1983, nr 44). Por. Z. Radzikowska, *Z historii walki o wolność słowa w Polsce (cenzura w PRL w latach 1981-87)*, Kraków 1990.

Mimo utrzymania systemu państwowej cenzury i wprowadzenia katalogu tematów zakazanych ustawa ta wprowadzała jednak istotne zmiany w stosunku do dekretu z 1946 roku, ponieważ:

- 1) zwalniała niektóre publikacje z konieczności uzyskania aprobaty GUKPiW. Dotyczyło to zwłaszcza publikacji naukowych i druków do 100 egzemplarzy. Wiele wydawnictw nie musiało zatem przechodzić przez kontrolę, jeśli stwierdzono, że są one wydawane w małym nakładzie,
- 2) podporządkowywała GUKPiW Radzie Państwa, a nie Radzie Ministrów, jak to było poprzednio,
- 3) zabraniała ustanawiania zakazów publikacji określonych autorów (tzw. zapisów na nazwisko), co było bardzo uciążliwe dla autorów związanych ze środowiskami opozycyjnymi lub choćby tylko podejrzewanymi o takie związki,
- 4) przyznawała redakcjom prawo do zaznaczania w tekstach ingerencji organów cenzury. Z prawa tego nie mogły korzystać radio i telewizja. Również prasa koncernu RSW nie wykorzystywała tej możliwości, powołując się na porozumienie w tej sprawie zawarte między RSW a GUKPiW. Korzystała z niego natomiast prasa katolicka i solidarnościowa¹². Dzięki temu czytelnicy otrzymywali możliwość poznania całej procedury kontrolnej i patrząc na niezadrukowane miejsce w piśmie mogli zastanawiać się co też tam mogło być, skoro cenzura to „zdjęła”. Dotychczas redakcja miała obowiązek takiego przeredagowania tekstu, aby nie było śladu po jej ingerencji,
- 5) stwarzała możliwość zaskarżania decyzji GUKPiW zakazującej publikacji do Naczelnego Sądu Administracyjnego. Dotychczas decyzja Urzędu była ostateczna i nie istniała możliwość prawnego rozwiązania sporu między urzędem cenzorskim a redakcją.

Zawarte w tej ustawie regulacje dotyczące środków masowej komunikacji zostały potwierdzone w ustawie o prawie prasowym, uchwalonej w styczniu 1984 (weszła w życie 1 VII 1984)¹³.

Telewizja Polska i problem jej „uspołecznienia”

Dekada lat 70. kończyła się pod znakiem postępującego kryzysu zaufania do mediów i spadku ich wiarygodności; jak zwykle odczucia te w największym stopniu dotyczyły telewizji. Wynikało to z konfrontacji „rzeczywistości”, czyli własnego doświadczenia odbiorcy z „rzeczywistością propagandową”, która wylewała się z ekranu telewizora. Wydarzenia, które nastąpiły po podpisaniu Porozumień Społecznych oraz zmiany na rynku prasowym, spowodowane nie tylko pojawieniem się prasy solidarnościowej, ale i znacznym wymknięciem się spod partyjnej kontroli części tytułów dotąd lojalnych wobec KC, spowodowały nasilenie czujności władz partyjnych wobec telewizji. TVP miała nadal pełnić funkcję głównego ka-

¹² Por. W Pisarek, *Uwarunkowania prawne*, [w:] *Komunikowanie masowe w Polsce: lata osiemnastowieczne*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1991, nr 1-2.

¹³ Ustawa z 26 stycznia 1984 roku, Prawo Prasowe, „Dziennik Ustaw” 1984, nr 5, poz. 24.

nału oddziaływania na społeczeństwo poprzez prezentowanie „linii partii”. Partyjni decydenci z jednej strony krytykowali TVP za jej działalność w poprzedniej dekadzie, a z drugiej, zobowiązali ją do realizacji własnej polityki informacyjnej. Nie zmienił się więc w niczym dotychczasowy model relacji między decydentami z KC a telewizją – w dalszym ciągu miała ona być „orzędem partii”, zasadniczej zmianie uległy jednak prezentowane na jej antenie treści: propagandę sukcesu zamieniono bowiem na tzw. propagandę klęski. Po okresie wielkiego optymizmu i wręcz sie-lankowych wizji przyszłości, którą prezentowano w poprzedniej dekadzie, nastąpiła radykalna zmiana. „Obraz Polski posierpniowej w optyce *Dziennika* był szary i przygnębiający. Informacje o strajkach, paraliżu gospodarczym, pustych sklepach i coraz to nowych żądaniach „Solidarności”, tworzyły nastrój nieuchronnej katastrofy, której zapobiec mogły jedynie rozstrzygnięcia radykalne”¹⁴.

W Telewizji Polskiej nowy rozdział historii PRL rozpoczęto odwołaniem Macieja Szczepańskiego, zwanego „Krwawym Maćkiem”, który został aresztowany (mimo immunitetu posła). Szczepański stał się negatywnym bohaterem nowych czasów, stał się uosobieniem „błędów i wypaczeń” poprzedniej ekipy, a jego przykładne ukaranie miało świadczyć o uczciwości i dobrych intencjach nowej władzy.

Funkcję prezesa Radiokomiteu powierzono Józefowi Bareckiemu, oddelegowanemu z „Trybuny Ludu”, który sprawował ją tylko przez trzy miesiące. W listopadzie 1980 roku zastąpił go Zdzisław Balicki, nieznany bliżej w warszawskim dziennikarskim środowisku działacz partyjny z Wrocławia. Tymczasem w Radiokomitacie, podobnie jak w całym kraju, trwały nieustające dyskusje nad nową sytuacją. Zastanawiano się nad powinnościami telewizji wobec władzy, a przede wszystkim wobec odbiorców, dyskutowano na temat aresztowania Szczepańskiego i nowych władz, opracowywano koncepcję reorganizacji instytucji. Niezadowolenie z działalności telewizji objęło również jej pracowników oraz środowiska twórcze współpracujące z nią na co dzień (SFP, ZAKR, SDP). Domagano się zmiany dotychczasowego modelu relacji z decydem politycznym, tak, aby nie podważając zasad systemu, programy radia i telewizji służyły „pełnej informacji społeczeństwa o wszystkich ważnych problemach kraju oraz rozwojowi kultury narodowej”¹⁵. Zdawano sobie bowiem sprawę z pogarszających się ocen wystawianych TVP przez jej odbiorców, zasadności ulicznego hasła „Telewizja kłamie” oraz własnej bezsilności wobec tej sytuacji.

27 listopada 1980 roku ponad 400 dziennikarzy radiowych i telewizyjnych przyjęło przygniatającą większość głosów (tylko 9 wstrzymujących się) rezolucję, w której dziennikarze domagali się większej autonomii w podejmowaniu decyzji programowych, gdyż, jak stwierdzili, w obecnej sytuacji czują się ubezwłasnowolnieni przez zwierzchnictwo polityczne. Twierdzili też, iż obecny model relacji dziennikarzy z partyjnym kierownictwem „prowadzi do nieuzasadnionej blokady informacyjnej, niepełnego przedstawiania faktów, i tendencyjnego opóźniania wia-

¹⁴ A. Kozioł, *Programy informacyjne w TVP w latach 1958-1989*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 2, s. 72.

¹⁵ *Raport o dotychczasowym przebiegu prac Komisji do spraw Postulatów*, 18 listopada 1980, Dział Dokumentacji Aktowej Ośrodka Dokumentacji i Zbiorów Programowych TVP, Sekretariat Generalny, sygn. 1804/1.

domości w Radiu i Telewizji, wobec czego te podstawowe środki masowego przekazu nie mogą odzyskać wiarygodności. W rezultacie Radio i Telewizja są w dużym stopniu pozbawione skutecznego oddziaływania na opinię publiczną. Oświadczamy, że przyczyny te nie pozwalają nam wypełniać swoich obowiązków zawodowych w sposób rzetelny i zgodnym z sumieniem dziennikarskim”¹⁶. W rezolucji tej pojawił się po raz pierwszy oficjalnie wyrażony w tym gremium postulat „uspołecznienia telewizji” czyli dopuszczenia do anteny przedstawicieli wszystkich legalnie działających w kraju środowisk, czemu pomóc miało „powołanie Sejmowej Komisji ds. Środków Masowego Przekazu, która stanowiłaby ciało społecznej, parlamentarnej kontroli działania prasy, radia i telewizji, winnych – zgodnie z Konstytucją PRL – służyć całemu społeczeństwu”¹⁷.

Postulaty dziennikarzy, którzy domagali się prawa do uczciwego wykonywania swojego zawodu nie mogły być zrealizowane jako sprzeczne z zasadą kierowniczej roli partii, a zwłaszcza z powodu przekonania partyjnych decydentów o wyjątkowej roli telewizji. Choć prasa tego okresu uzyskała, czy też raczej wywalczyła sobie, znaczny stopień autonomii, to telewizja miała nadal pozostać pod silnym bezpośrednim wpływem KC i realizować wskazania propagandowe nowych władz partyjnych. Telewizja była bowiem dla decydenta politycznego zbyt ważna, aby dopuścić w niej do rozluźnienia kontroli partyjnej. To co stało się w prasie, nad którą nie w pełni panowano, nie mogło się zdarzyć w telewizji, więc żadne postulatu w tym względzie nie mogły zostać zrealizowane. Dalej „ręcznie sterowano”, ingerowano w treść i formę przekazów, realizowano własną strategię informacyjną, czyli tzw. „propagandę klęski” w postaci materiałów ukazujących poważne problemy społeczne, podsycające lęk przed przyszłością, poczucie niestabilności i zagrożenia (zimą, brakiem żywności, interwencją radziecką, itp.), za wszystkie te problemy winiąc „Solidarność” i jej nieodpowiedzialne działania, które nie tylko destabilizują sytuację w kraju, ale i uniemożliwiają partii przeprowadzenie „socjalistycznej odnowy”.

Działalność Telewizji Polskiej stała się jednym z głównych przedmiotów sporu między władzą a „Solidarnością”, a także wielkim problemem środowiska dziennikarskiego, w tym również samych pracowników tej instytucji. Od czasu podpisania Porozumień Społecznych pomiędzy władzą a „Solidarnością” toczyły się spory o dostęp do środków masowego przekazu. „Solidarność” zarzucała stronie rządowej niewywiązywanie się ze zobowiązań w tym zakresie, szczególnie mocno strona związkowa domagała się dostępu do radia i telewizji. Problem ten podnoszono wielokrotnie, tak w negocjacjach, jak i w postaci petycji kierowanych do władz państwowych przez liczne struktury związkowe, w tym również przez „Solidarność” w samym Radiokomitecie. Władza konsekwentnie odrzucała te postulaty i żądania, argumentując, że „Solidarność” posiada własną prasę, więc nie ma prawa domagać się dostępu do mediów elektronicznych.

¹⁶ *Rezolucja Forum Dziennikarzy Radia i Telewizji*, „Radio i Telewizja”, 8-14 grudnia 1980, s. 1-2.

¹⁷ *Ibidem*, s. 2.

Aby nie dopuścić w tym względzie do ustępstw, w lipcu 1981 roku stanowisko prezesa Radiokomiteu powierzono Władysławowi Lorancowi¹⁸, który miał stanowić gwarancję, że telewizja nie wymknie się spod wyłącznej kontroli partyjnego kierownictwa. Nowy prezes: „[...] ksywa „Piękny Lolo”, przez wielu uważany za symbol najbardziej dogmatycznego betonu, wyrażający każdym gestem, każdym słowem wierność partii aż do granic śmieszności”¹⁹, to „typowy przedstawiciel partyjnego betonu, autor jętrzących felietonów „Proste pytania”²⁰. Za nowego prezesa na antenie TVP wzmogła się nagonka propagandowa na „Solidarność”, która z kolei nasiliła akcję protestów przeciw uniemożliwianiu jej dostępu do radia i telewizji, choćby w celu odpowiedzi na liczne zarzuty i oskarżenia. Konflikt zaostriżł się jesienią 1981 roku w czasie przygotowań do Zjazdu „Solidarność”²¹.

Zjazd „Solidarność” stwierdził, że uniemożliwianie Związkowi dostępu do anten radia i telewizji jest pogwałceniem artykułu 83 Konstytucji PRL, Międzynarodowego Paktu Praw Politycznych i Porozumień Sierpniowych. W postulatach zjazdowych uszczegółowiono listę postulatów: konieczność zmiany ustawodawstwa medialnego, oddanie radia i telewizji pod nadzór Sejmu (co ma zapewnić „uspołecznienie telewizji”), prawo do nadawania własnych programów w Polskim Radiu i Telewizji Polskiej, prawo do tworzenia w przyszłości własnych stacji radiowych i telewizyjnych²².

Niezwykle ciekawym zjawiskiem była zbieżność oceny pracy telewizji i jej powinności względem odbiorców między „Solidarnością”, środowiskami twórczymi, Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich i działaczami organizacji partyjnej w samym Radiokomitecie. Ci ostatni okazali się bardzo aktywni w krytykowaniu dotychczasowego systemu medialnego, szczególnie telewizji. Już wiosną 1981 roku stwierdzili, że:

Funkcjonowanie nowoczesnego państwa i socjalistycznego społeczeństwa nie jest możliwe bez swobodnego obiegu opinii, poglądów i informacji. Dlatego środki społecznego komunikowania muszą przekazywać obywatelom aktualną i pełną informację o faktach i poglądach. [...] Zasadniczej zmiany wymaga sposób oddziaływania na środki społecznego komunikowania. Dotychczasowa praktyka polegająca na ingerencji aparatu partyjnego nie tylko w dobór i treść, ale nawet w sposób eksponowania publikacji jest zaprzeczeniem partyjnego kierowania. Praktyka ta wyrządziła niewymierne szkody zarówno w programach radiowo-telewizyjnych, jak i w środowisku dziennikarskim, zmuszała do służenia interesom klikowym, skłaniała do cynizmu, a w najlepszym wypadku bierności wobec wykrzywień w życiu partii²³.

¹⁸ Władysław Loranc (ur. 1930), polonista, dr nauk humanistycznych, w latach 1953-1957 pracownik naukowy Uniwersytetu Jagiellońskiego. W latach 1957-1968 pracownik aparatu KW PZPR w Krakowie, a od 1968 do 1971 redaktor naczelny Rozgłośni Polskiego Radia w Krakowie. 1971-1972 kierownik Wydziału Nauki i Oświaty KC PZPR, 1972-1973 zastępca przewodniczącego Radiokomiteu, 1974-1981 podsekretarz stanu w Ministerstwie Kultury i Sztuki. VII 1981 – XII 1982 przewodniczący Radiokomiteu. 1982-1987 kierownik Wydziału Ideologicznego KC PZPR, 1987-1989 minister – kierownik Urzędu do Spraw Wyznań. Na podstawie: T. Mołdawa, *Ludzie władzy 1944-1991*, Warszawa 1991, s. 388.

¹⁹ T. Pikulski, *op. cit.*, s. 217.

²⁰ J. Maziarski, *Telewizja w czasach PRL*, [w:] *Media w Polsce w XX wieku*, red. R. Gluza, Poznań 1999, s. 179.

²¹ Por. „Biuletyn Pism Związkowych i Zakładowych AS” 1981, nr 31 do 38.

²² Por. „Biuletyn Pism Związkowych i Zakładowych AS” 1981, nr 38, s. 36-37.

²³ *Uchwała Zakładowej Konferencji Programowo-Wyborczej organizacji partyjnej w Komitecie ds. Radia i Telewizji z dnia 23.05.1981*, „Antena”, 22-28 czerwca 1981, s. 4-5.

Działacze partyjni z Radiokomiteu stali się więc obok działaczy zakładowej „Solidarności” gorącymi orędownikami reform, które mogą zapewnić prawidłowe funkcjonowanie środków masowego przekazu w Polsce, a przede wszystkim „uspołecznienie telewizji”. Postulaty te partyjni reformatorzy zawarli w Uchwale przedzjazdowej na IX Zjazd PZPR, licząc iż partia zrewiduje dotychczasowe poglądy na rolę mediów w kraju socjalistycznym i zrezygnuje z dotychczasowych praktyk, czyli „ręcznego sterowania” i pełnego nadzoru nad treścią i formą przekazów medialnych. Oczekiwania te nie zostały co oczywiste zrealizowane, gdyż kierownictwo partii nie zamierzało zrezygnować z nadzoru nad mediami, a zwłaszcza telewizją, którą uważano za swoje najskuteczniejsze narzędzie pozwalające sterować świadomością społeczną.

Również kierownictwo Radiokomiteu z prezesem Lorancem nie zamierzało ulegać naciskom własnych pracowników zrzeszonych w zakładowej „Solidarności” i organizacji partyjnej. Nie zgadzało się z głoszonymi przez nich postulatami i pozostawało niewzruszone nawet wobec tak dramatycznych stwierdzeń, że dziennikarze wstydzą się, iż pracują w telewizji.

Brak reakcji władz Radiokomiteu, a właściwie reakcja w postaci całkowitego ich oddalenia doprowadziła do publicznego protestu pracowników Radiokomiteu w postaci listu otwartego do Sejmu PRL z dnia 22 października 1981 roku, który brzmiał: „My, przedstawiciele organizacji społecznych działających w Polskim Radiu i Telewizji, jako obywatele polskiej Rzeczypospolitej Ludowej i pracownicy tej instytucji, jesteśmy głęboko zaniepokojeni niezgodną z Konstytucją PRL i niebezpieczną społecznie działalnością programową Polskiego Radia i Telewizji, na którą nie mamy – mimo usiłowań – wpływu oraz sytuacją wewnętrzną Komitetu w zakresie polityki kadrowej, finansowej, technicznej i administracyjnej. Uważamy za swój obywatelski obowiązek zwrócić uwagę na te fakty. Domagamy się szybkiego rozpatrzenia sytuacji w polskim Radiu i Telewizji przez Komisję Kultury Sejmu PRL i wniesienie na forum Sejmu nowej ustawy regulującej status radiofonii i telewizji w naszym kraju”²⁴.

Pod listem podpisała się Komisja Porozumiewawcza Organizacji Społecznych i Politycznych w Komitecie ds. Radia i Telewizji, w tym przedstawiciel PZPR i delegat na Zjazd PZPR Jacek Snopkiewicz, przewodniczący „Solidarności” zakładowej Piotr Mroczyk oraz przedstawiciele innych związków zawodowych, stowarzyszeń twórczych i organizacji środowiskowych.

Rezultatem powszechnego niezadowolenia z działalności telewizji wyrażonej przez widzów w badaniach odbioru, przez przedstawicieli środowisk twórczych na łamach prasy (nie tylko branżowej), przez „Solidarność” w postulatach i protestach słanych do władz, a także przez samych jej pracowników było zorganizowanie 2 grudnia 1981 roku w Sejmowej Komisji Kultury debaty nad działalnością TVP. W sześciogodzinnej dyskusji z udziałem sygnatariuszy listu otwartego zarzucono telewizji iż jątrzy i podsycza konflikty społeczne, manipuluje faktami, jest stronnicza, nie służy społeczeństwu, ale wyłącznie kierownictwu partii. Sygnata-

²⁴ List otwarty do Sejmu PRL o sytuacji w Komitecie ds. Radia i telewizji, „Słowo Powszechne”, 2 listopada 1981.

riusze listu zwrócili się do Sejmu z prośbą o zajęcie się tą sprawą, a Komisja obiecała uczynić to w najbliższym czasie.

W czasie tych gorących wydarzeń w początku grudnia 1981 roku na antenie TVP prowadzono już przygotowania do wprowadzenia stanu wojennego: „trwał już bezpardonowy atak propagandowy, którego głównym celem było wywołanie psychozy strachu przed manifestacjami, jakie szykowała „Solidarność”, a w konsekwencji przed zimą, brakiem węgla, ropy i żywności. By podgrzać atmosferę, specjalnie potęgowano wiadomości o anarchii, rozróbach, niszczeniu grobów żołnierzy radzieckich, preparowano newsy o deptaniu narodowych flag (co, o wstydzie, w rzeczywistości uczynił przed kamerami jeden z redaktorów DTV)”²⁵. W ten sposób przygotowywano zdezorientowane, zmęczone i zdenerwowane społeczeństwo do akceptacji stanu wojennego, jako szansy na spokój i normalność. Znowu telewizja pełniła kluczową rolę w planach władzy, więc działania na rzecz zmiany dotychczasowego modelu nie mogły zostać zrealizowane.

Podsumowanie

Okres między sierpniem 1980 a grudniem 1981 charakteryzował się niezwykle aktywnością medialną Polaków oraz intensywnością dyskusji publicznej w mediach i o mediach. Z różnych stron, często o odmiennych poglądach w innych sprawach, domagano się większej otwartości, pluralizmu poglądów i opinii w środkach przekazu, rzetelności i obiektywizmu prasy radia i telewizji. Dyskusje te odbywały się na wszystkich poziomach życia Polaków, od rodziny i grup towarzyskich, poprzez grupy zawodowe, aż po oficjalne deklaracje największych podmiotów życia społeczno-politycznego kraju. Również dziennikarze domagali się zmiany dotychczasowego modelu medialnego, jedni w imię „socjalistycznej odnowy” zadeklarowanej przez partię, inni w imię realizacji Porozumień Społecznych, jeszcze inni po prostu domagali się prawa do zawodowej uczciwości. Mimo odmiennych postaw politycznych łączyło ich przekonanie o potrzebie zmian w dotychczasowym modelu, o konieczności redefinicji zadań i funkcji prasy radia i telewizji.

Ta nowa i niezwykle sytuacja spowodowała zmianę treści i charakteru przekazów medialnych. Po latach uciekania od spraw bliskich ludziom w poprzedniej dekadzie, ponownie w polskich mediach dominować zaczęła problematyka krajowa. Problemy i wydarzenia krajowe relacjonowano też z większym zaangażowaniem emocjonalnym (czasem wręcz agresywnie, niezależnie od prezentowanej opcji politycznej), w sposób bardziej spontaniczny i osobisty niż dotąd. „Podwyższona temperatura” rozdyktowanego społeczeństwa przeniosła się do mediów, które stały się nie tylko forum publicznej debaty o polskich sprawach, ale i aktywnym uczestnikiem tej ogólnonarodowej dyskusji, którą przerwano gwałtownie 13 grudnia 1981 roku.

²⁵ T. Piłkuński, *op. cit.*, s. 222.

Najwięcej emocji wzbudzała działalność Telewizji Polskiej. Powszechnie wyrażano niezadowolenie z jej politycznego uwikłania, z nieobiektywnego, jednostronnego przekazywania informacji, manipulowania faktami i uprawiania w niej propagandy partyjnej. Niezadowolenie społeczne przejawiało się zarówno w formie najpopularniejszego hasła ulicznego „Telewizja kłamie”, jak i w badaniach odbioru, które pokazywały coraz większe niezadowolenie odbiorców oraz, co szczególnie istotne, rosnącą kompetencję odbiorczą przejawiającą się w zarzutach stawianych telewizji. Z różnych stron politycznej sceny niezadowolenia z TVP wyrażano w formie postulatów i żądań wysyłanych na ręce władz państwowych, które przecież w porozumieniach sierpniowych zobowiązały się do konkretnych ustępstw na rzecz demokratyzacji kraju, co miało się odbywać w ramach zadeklarowanej przez partię „socjalistycznej odnowy”. Problem narastał i stawał się coraz bardziej nabrzmiały, zwłaszcza iż prasa tego okresu wyraźnie się zmieniała, więc na jej tle niezmiennosc telewizji była jeszcze bardziej widoczna.

Podsumowując ten niezwykle w dziejach PRL okres, trwający niespełna szesnaście miesięcy, warto zwrócić uwagę na wysiłki różnych środowisk, których celem była zmiana systemu komunikacji społecznej na bardziej demokratyczny, czego najlepszym przykładem był postulat „uspołecznienia telewizji” zgłaszany przez „Solidarność”, stowarzyszenia twórcze i zawodowe (zwłaszcza SDP), a nawet organizację partyjną pracowników Radiokomiteu. Ten niezwykle sojusz tak odmiennych grup w imię wspólnego celu, za jaki uznano „uspołecznienie telewizji” stanowi ewenement w polskim życiu politycznym, nie tylko tamtego okresu.

Mateusz Nieć

CYCEROŃSKI IDEAL KAMPANII POLITYCZNEJ (ZE WSPÓŁCZESNEJ PERSPEKTYWY)

Wyborcza kampania polityczna kojarzy się ze współczesną demokracją przedstawicielską, dlatego najczęściej poszukujemy jej początków w czasach nowożytnych, często nie zdając sobie sprawy, iż starożytność znała instytucję wyborów oraz miała prace teoretyczne na ten temat. W powszechnej świadomości dosyć sporej grupy środowisk zajmujących się naukami historycznymi, prawnymi czy społecznymi kampanie wyborcze w świecie starożytnym nie istniały. Przyczyniła się do tego, w mojej ocenie, powszechnie przyjęta analiza demokracji antycznej oparta na modelu staroateńskim doby klasycznej, sprowadzająca wybory polityczne do losowania lub głosowania w zgromadzeniu obywatelskim (*ekleżja demos*). Jeśli przyrównujemy model funkcjonowania demokracji bezpośredniej w Republice Rzymskiej to na zasadzie analogii, z podkreśleniem innej roli administracji (kolegialna, niezawodowa, nieobowiązkowa i niepłatna w okresie republiki, w cesarstwie płatna, zawodowa), armii (zawodowa, ale dopiero po reformie Gajusza Mariusza pod koniec II w. p.n.e.) i innego rozumienia obywatela, bez kampanii wyborczych. Co ciekawe, częściej wymienia się je w rozważaniach historycznych o reklamie politycznej, komunikowaniu politycznym¹.

Tekst prezentuje ujęcie politologiczne kampanii wyborczej w ostatnim wieku istnienia Republiki Rzymskiej, a szczególnie wskazania Cyserona zawarte w jego pismach politycznych (retorycznych), i odnosi je do współczesności. Ze względów niejako oczywistych, z powodu braku szerszej wiedzy o politycznej kampanii wyborczej w starożytnym Rzymie², autor skupia się głównie na jej przedstawieniu, a szczególnie charakterystyce wypowiedzi publicznych, określeniu specyficznych dla poszczególnych środowisk sposobów pozyskiwania głosów,

¹ Z. Bajka, *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1993, nr 3-4, s. 16-47.

² M. S. Popławski, *Polityczna publicystyka w dobie Cezara i Augusta*, Lublin 1935; Polibiusz, *Dzieje*, t. 1 i 2, Wrocław 1957, 1962; T. G. Swetoniusz, *Żywoty Cezarów*, Warszawa 1954, szczególnie żywot Cezara.

przychylności, stosunku do rywala wyborczego, pojawianie się w przestrzeni publicznej polityka (wizualizacja wyborcza). Warto podkreślić, iż wyborcza kampania polityczna była znana w starożytności tylko w Republice Rzymskiej.

I. Dostyc istotną cechą odróżniającą demokrację rzymską od ateńskiej jest występowanie instytucji wyborów politycznych na urzędy państwowe w republice, w tym na najważniejszy urząd konsula. Co prawda również w polis ateńskim wybierano dwóch najważniejszych urzędników państwowych: stratega, zajmującego się prowadzeniem wojny i polityki zagranicznej oraz zarządcę finansów³. To jednak ze względu na specyficzny charakter demokracji ateńskiej, religijno-polityczną wspólnotę (w takiej kolejności) z instytucją przymuszającą obywatela do udziału w życiu politycznym, z ideą losowania urzędów, z nakazem wypowiedzania się obywatela w każdej sprawie publicznej, słownie lub poprzez głosowanie, z brakiem stałej i zawodowej administracji państwowej oraz z zasadą dokonywania wyboru lub rozwiązywania sprawy na zgromadzeniu w ciągu jednego dnia, nie rozwinęła się instytucja wyborów politycznych. Nie wykształciła się na tyle silna opozycja między społeczeństwem jako wspólnotą moralno-polityczną a aparatem państwowym jako instytucją prawno-polityczną. Życie starożytnych Ateńczyków jest osadzone nie tyle w organizacji państwowej, ile we wspólnocie religijno-moralnej samoorganizującej się. Nie wytwarza się zatem antagonizm pomiędzy państwem i społeczeństwem, tym samym więc zajmowanie miejsc w aparacie państwowym nie przynosi dodatkowych korzyści, uznania dla poszczególnych frakcji, rodów. Polis ateńskie nie prowadzi kolonizacji, nie podbija innych terytoriów, nie istnieje system rozdziału łupów (takiej roli nie pełni skarb Związku Morskiego), beneficjentem jest cała wspólnota (kultura finansowana jest przez system świadczeń rzeczowych lub kopalnie srebra). Ponadto system zabezpieczeń wspólnoty przed nadużyciami ze strony jednostek jest dosyć szeroko rozbudowany – ostracyzm, kontrola działania urzędnika, postawienie urzędnika przed sądem nie tylko za malwersacje lub błędy, ale też za zaniechania, i to nawet po kilku latach. Dodatkowo instytucja losowania na urzędy według klucza terytorialnego, gdzie każda jednostka terytorialna (fyle, demy) i każdy obywatel mogą zostać wylosowani na urzędnika osłabiły znacznie więzi rodowych i nie sprzyjały wykształceniu się partykularnej wspólnoty celów/interesów⁴.

Republika Rzymska formułuje inny model demokracji⁵. Przede wszystkim kolonizacja na prawie rzymskim sprzyja tworzeniu wielkich posiadłości ziemskich i rodzin arystokratycznych (familii), których dalszy rozwój zależny jest od miejsca

³ R. Turasiewicz, *Myśliciele greccy IV w. p.n.e. a zasada równości w ustroju politycznym Aten*, „Meander” 1967, nr 5, s. 213. Zob. B. Bravo, E. Wipszycka, *Historia starożytnych Greków*, t. 1. *Do końca wojen perskich*, Warszawa 1988, tam literatura.

⁴ W. Kornatowski, *Zarys dziejów myśli politycznej starożytności*, Warszawa 1968, s. 100.

⁵ K. Koranyi, *Powszechna historia ustrojów państwowych i prawa*, t. 1: *Epoka niewolnictwa (Egipt, Babilonia, Grecja, Rzym do IV w.)*, Warszawa 1950; W. Ossuchowski, *Zarys rzymskiego prawa prywatnego*, Warszawa 1962.

w systemie władzy państwowej. Również zdobycie majątku, sławy uzależnione jest nierzadko od państwa. Tworzy to przekonanie, iż miejsce w aparacie państwowym jest ważne osobiście i społecznie. Pozycja w hierarchii społecznej w Republice Rzymskiej jest uzależniona nie tylko od osobistych zasług, lecz również od państwa, zdobycie zatem znaczącego miejsca w strukturze społecznej jest pożądaną.

II. Mały poradnik wyborczy Kwintusa Tulliusa Cicerona to pierwsza zachowana i znana publikacja dotycząca prowadzenia kampanii wyborczej⁶. Formalnie autorem poradnika jest brat Marka Tulliusa Cicerona – Kwintus, w rzeczywistości – sam Marek T. Cicero⁷. Przewodnik ma formę listu, w którym autor udziela kilku wskazówek na temat prowadzenia kampanii wyborczej. Marek Cicero stara się w 63 r. p.n.e. o urząd konsula Republiki Rzymskiej⁸, jeden z bardziej zaszczytnych urzędów w hierarchii politycznej Rzymu.

Kwintus T. Cicero rozpoczyna przewodnik od krótkiej charakterystyki urzędu, na który kandyduje jego brat. Podkreśla przede wszystkim znaczenie konsulatu dla pozycji społecznej w Rzymie i stawia pytanie o zasadność ubiegania się o urząd konsula Marka Cicerona. Jego zdaniem brak nabytego prestiżu rodzinnego, odpowiedniego pochodzenia równoważą dotychczasowe zasługi: sława świetnego mówcy oraz obrońcy sądowego. „Człowieka, którego uznaje się za godnego obrońcę mężów konsularnych, nie można uważać za niegodnego konsulatu” (I, 2)⁹ stwierdza Kwintus Cicero. Zatem legitymizacja do sprawowania urzędu wynika z dotychczasowych świetnych zasług Marka Cicerona, który broniąc mężów konsularnych, jak gdyby stał się członkiem tej prestiżowej grupy, nieformalnie, ale praktycznie. To ważne dla „człowieka nowego” w Rzymie, gdzie pochodzenie jest bardzo ważne i musi być równoważone innymi równie ważnymi czynnikami.

Następny krok, jaki zaleca Cicero w przewodniku to jest ukazanie grup i osób popierających kandydaturę. Kwintus zaleca, by podkreślać „jak wielu posiadasz przyjaciół i jacy są to przyjaciele” (I, 3). Nawołuje zatem do stwarzania wrażenia masowego poparcia społecznego dla kandydatury, odwołując się do figury retorycznej *ad auctoritatem* (czynnik ilościowy) oraz do podkreślenia znaczenia społecznego osób wspierających (czynnik jakościowy). Dokonuje podziału grup i osób popierających kandydaturę na grupy (publikanie, ekwici), których obiektywny interes niejako nakazuje wsparcie kandydatury „ludzi nowych”, tzn. takich, których rodziny nie mają jeszcze wielkich zasług *pro publico bono* i te, które wspierają kandydata ze względu na jego walory, dotychczasowe zasługi, korzyści, osobistą znajomość (municipia, stowarzyszenia-collegia, młodzież, osobiści przyjaciele). Również wskazuje tych, których pozyskanie poparcia jest wskazane (senatorzy oraz młodzież ze znanych rodzin).

⁶ K. T. Cicero, *Mały poradnik wyborczy*, „Meander” 1965, nr 9, s. 332-346.

⁷ W tekście używam zamiennie imion Marek i Kwintus, częściej jednak stosuję ogólniejszą formułę – Cicero.

⁸ K. Kumaniecki, *Ciceron i jego współczesni*, Warszawa 1989.

⁹ Ten fragment dobrze tłumaczy, dlaczego brat jest autorem listu, a nie sam zainteresowany urzędem.

Kolej teraz na charakterystykę przeciwników, należy zwrócić uwagę zarówno na ich osobiste wady (figura retoryczna *ad personam*), jak i obiektywne słabości. Co ciekawe, fakt, iż przeciwnicy Marka Cicerona pochodzą ze znakomitych rodów (Publiusz Galba, Lucjusz Kasjusz, Gajusz Antoniusz i oczywiście Lucjusz Katylina), interpretuje na jego korzyść. Marek Cicero może bowiem prowadzić kampanię, eksponując walory osobiste i zasługi dla Rzeczypospolitej, co zmusi rywali do przyjęcia rywalizacji na tym polu. Wytrąci to rywalom argument pochodzenia i zmusi do zaprezentowania wyników dotychczasowej działalności, a tu Cicero przewyższa ich z pewnością. Zniknie tu przewaga przeciwników wynikająca z wysokiego pochodzenia kontrkandydatów, którzy „nie tyle są znakomici urodzeniem, ile znamienici występami”. Głosowanie na nich byłoby głosowaniem przeciw Rzeczypospolitej. Taktyka Cicerona polega na osłabieniu znaczenia pochodzenia polityków, przygotowaniu starcia na korzystnym dla siebie gruncie i powiązaniu personalnym polityków z polityką¹⁰.

Paragraf 13 rozdziału IV Cicero tak rozpoczyna: „Skoro przedstawiłem już, jakie masz i jakie możesz mieć środki równoważące brak znakomitych przodków, pora teraz, jak się wydaje, omówić wielkie znaczenie kampanii wyborczej. Starasz się o konsulat i nie ma nikogo, kto by uważał, że jesteś niegodny tego zaszczytu, lecz wielu jest takich, co ci zazdroszczą (IV, 13).

Cicerona analiza polityki przez pryzmat jednostkowych zachowań, namiętności nie wynika tylko z braku wiedzy socjologiczno-politologicznej, przecież i wiedzy psychologicznej nie mamy wtedy rozwiniętej. Jest to raczej charakterystyczne dla myślenia starożytnych¹¹. Polityka jest ujmowana jako służba dla państwa, a awanse postrzegane jako osobiste sukcesy. Zatem stanowiska są przejawem osobistych osiągnięć, zalet, a nie wynikiem układu politycznego czy zwycięstwa grupy w walce o władzę i realizację interesów. Dlatego Cicero kładzie nacisk, tak jak szesnaście wieków później Niccolò Machiavelli czy William Szekspir, na psychologię polityka. Brak wiedzy o mechanizmach rządzenia, o funkcjonowaniu społeczeństwa w skali makro powoduje postrzeganie polityki jako personalnej realizacji idei dobra wspólnego, idei cnoty społecznej, a osobiście jako osiągnięcie wiecznej chwały, nieśmiertelności.

W liście Cicero zaleca, aby kampania była nakierowana na dwie grupy społeczne: przyjaciół, znajomych oraz obywateli Rzymu. „Gorliwość przyjaciół zyskiwać należy przez przysługi, wierność zobowiązaniom, długoletnią zażyłość, przez ujmującą naturalną uprzejmość” (V, 16). Przy czym do przyjaciół w czasie kampanii wyborczej zaliczają się też krewni, osoby należące do tego samego stowarzyszenia, związku. Ponadto należy pozyskać obywateli z tej samej *tribus*, sąsiadów, klientów, wyzwolenców, ważni są nawet niewolnicy, gdyż wszystkie wymienione osoby mają istotny wpływ na kształtowanie korzystnej dla kandydata opinii. W okresie kampanii wyborczej – mówi Cicero – „możesz bez niesławy” przy-

¹⁰ M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń 1998.

¹¹ Arystoteles, *Polityka. Pseudo-Arystotelesowe, Ekonomika*, Warszawa 1964; H. Arendt, *Kondycja ludzka*, Warszawa 2000.

mować do grona zwolenników (Cicerońskich „przyjaciół”) ludzi, których by w innych czasach uważano za towarzystwo niegodne twojej osoby („niedorzeczne” postępowanie), i konkluduje: „Gdybyś tak właśnie nie postępował i to w stosunku do wielu osób i z wielką starannością, uchodziłbyś za kiepskiego kandydata” (VII, 25).

Cicero ma pełną świadomość siły opinii publicznej, plotki w czasie kampanii. Stąd wielokrotnie przewija się w *Poradniku* problem kształtowania opinii publicznej. Jego zdaniem przede wszystkim należy pozyskać senatorów i ekwitów, czyli najbardziej wpływowe stany społeczne w Rzymie. Z pozostałych stanów najważniejsze są dla kampanii osoby aktywne i wpływowe. „Na Forum występuje czynnie wielu mieszkańców miasta, wielu też wyzwolenców wpływowych i aktywnych”, których również trzeba przyciągnąć do kandydatury, przez podkreślanie, „że ich usługi wysoko sobie cenisz” (VIII, 29). Następnie miej na uwadze – zdaniem autora poradnika – całe miasto, wszystkie stowarzyszenia, okręgi, środowiska. Jeżeli zawrzesz przyjaźń z przywódcami tych grup, łatwo pozyskasz przez nich resztę ludności” (VIII, 30). I znowu: „W każdej okolicy szukaj i znajdź ludzi, poznaj ich osobiście, odwiedzaj, zjednuj, staraj się, by w swoim otoczeniu zdobywali dla ciebie głosy, by w twoim niejako imieniu prowadzili kampanię wyborczą” (VIII, 31). Cicero wyraźnie odróżnia „przyjaciół” (w znaczeniu kampanii wyborczej) i „przyjaciół” (w sensie towarzysko-emocjonalnym) od wyborców. Jednych i drugich należy pozyskiwać.

Kandydat Cicerona to człowiek sprawdzony, żyjący sprawiedliwie i godnie, dowodzący swoim życiem, iż zasługuje na urząd. Jest mężem o dużych walorach moralnych. Zatem kampania takiego kandydata *de facto* rozpoczyna się już w momencie podjęcia przez niego kariery publicznej lub sądowej. Odwoływać się musi nie tylko do własnej grupy społecznej, ale przede wszystkim do tych grup, których głosy można zyskać. Poszerzanie oddziaływania społecznego jest naturalną umiejętnością polityczną, natomiast jej brak – poważnym błędem. Dobry polityk powinien nauczyć się tej sztuki.

Ważne jest nie tylko ilościowe powiększanie zaplecza, ale też dążenie do poznania „po imieniu” przyszłych zwolenników. „Dla mnie przynajmniej nic nie wydaje się bardziej niedorzeczne niż utrzymywać, że twoim zwolennikiem może być ktoś, kogo ty nie znasz” (VII, 28) – sądzi Cicero. Nie jest to co prawda współczesne rytualne podawanie sobie rąk w czasie kampanii, ale bliskie podpisywaniu kartek czy pisaniu dedykacji na spotkaniach z wyborcami. Są to działania zmierzające do budowania zaufania, tworzenia więzów bliskości, dzielenia idei, zachowań.

Cicero radzi, aby w czasie kampanii skorzystać z wdzięczności ludzi, którym uczyniliśmy jakąś przysługę. Mają wówczas możliwość odwzajemnienia się, mogą też liczyć na kolejne dobrodziejstwa. „Pozostaje ci więc – podpowiada Cicero – jedynie domagać się od nich, by właśnie teraz dotrzymali swych zobowiązań, często im przypominać, prosić, zapewniać, starać się” (V, 19). Odwołanie się do korzyści osobistych i gratyfikacji jest charakterystycznym zachowaniem wybor-

czym w Republice Rzymskiej. Nie jest sprzeczne z republikańską cnotą, wynika z systemu administracji i ówczesnych stosunków społecznych.

Z dużą znajomością psychiki ludzkiej, ale też doświadczenia społecznego wskazuje Cicero trzy sposoby pozyskania przychylności i głosów w wyborach: świadczenie przysług, budzenie nadziei oraz samorzutne i szczere przywiązanie. Przez świadczenie przysług Cicero rozumie niezbyt sprecyzowany system kupowania głosów i uzyskiwania korzyści osobistej („my z kolei będziemy winni im wdzięczność”). Budzeniem nadziei Cicero określa system wzajemnych świadczeń, darów (w rozumieniu antropologicznym) – „by zdawali sobie sprawę, że bacznie obserwujesz oddawane ci usługi” (VI, 22). Natomiast trzeci sposób pozyskiwania przychylności („samorzutne i szczere przywiązanie”) wymaga działań współcześnie określanych w *public relations* jako budowanie i umacnianie więzi z wyborcami¹². „W tym nastawieniu trzeba ich umacniać okazując im wdzięczność, dostosowując rozmowę do ich sposobu myślenia, do tego, co może mieć wpływ na stosunek uczuciowy każdego z nich do ciebie” (VI, 23) – podpowiada Marek Cicero. To zdanie jest zgodne ze współczesnymi zaleceniami z podręczników marketingu politycznego segmentowania wyborców, rynków, tworzenia ściśle określonej formy komunikowania, dobierania odpowiedniego przekazu. Cicero korzysta z osobistego doświadczenia mówcy i obrońcy sądowego oraz z dorobku antycznej kultury greckiej w dziedzinie retoryki¹³.

Cicero dosyć precyzyjnie określa grupy i sposoby dotarcia do zbiorowości w celu uzyskania poparcia dla konkretnej kandydatury. Jego działanie oparte jest w głównej mierze na „wzbudzeniu nadziei korzyści i przyjaźni”. Jako oczywiste praktyki wyborcze uważa hojność w obdarowywaniu przyjaciół, urządzenie uczt przez kandydata, jak i jego przyjaciół dla własnego, bliskiego grona, jak również dla całych dzielnic miejskich, świadczenie usług. Natomiast „jeżeli czegoś nie możesz spełnić, odmów w sposób uprzejmy, albo w ogóle nie odmawiaj” – radzi Cicero. I tak konkluduje: „Pierwsza postawa charakteryzuje dzielnego męża, druga jednak dzielnego kandydata” (XI, 45). Wyraźnie przychyliła się do postawy pierwszej (XII, 46), ale drugiej nie odrzuca. Na potwierdzenie skuteczności drugiego sposobu postępowania przytacza praktykę Gajusza Kotty, „mistrza kampanii wyborczej”, który „zwykł mawiać, że jeżeli tylko nie żądano czegoś, co sprzeciwiałoby się poczuciu obowiązku, usługi swoje przyrzekał zwykle wszystkim, świadczył zaś tym, na których najwięcej mógł liczyć; wobec tego nikomu nie odmawiał” (XII, 47). I puentuje Cicero cały ten wywód następująco:

Obietnica jest czymś niepewnym, odnosi się do przyszłości i do niewielu stosunkowo ludzi; natomiast odmowa zraża na pewno, zaraz, i to większą ilość osób [...] ludzie o wiele bardziej gniewają się na tych, którzy im odmawiają niż na tego, kto z wiadomej im przyczyny nie dotrzymuje obietnicy (XII, 48).

¹² W. Budzyński, *Public relations, zarządzanie reputacją firmy*, Warszawa 1998.

¹³ K. Kumaniecki, *Historia kultury starożytnej Grecji i Rzymu*, Warszawa 1964; T. Sinko, *Zarys historii literatury greckiej*, t. 1 i 2, Warszawa 1959.

Podobne sformułowania przeczytamy w *Księżu* Machiavellego i uznamy je za szczyt znajomości ludzkiej duszy i reguł socjotechnicznego działania¹⁴.

Tym co wpływa na korzystne postrzeganie społeczne osoby kandydata są zewnętrzne oznaki szacunku¹⁵, tak ważne i charakterystyczne dla kultury rzymskiej, zarówno doby republikańskiej, jak i cesarskiej. Społeczne znaczenie danej osoby odbijało się w jej ubiorze, tytułaturze itp.¹⁶ Jednym z ważniejszych oznak prestiżu był orszak towarzyszący osobie kandydującej lub pełniącej jakąś funkcję. Również w tej oznace uznania społecznego Cicero doszukuje się czynników sprzyjających wyborowi na urząd, gdyż mamy tu do czynienia ze stwarzaniem wrażenia masowego (ilościowo i jakościowo) poparcia społecznego.

A skoro wspomniałem o orszaku – pisze Kwintus – to także należy się troszczyć, aby codziennie ci towarzyszyli ludzie wszelkiego rodzaju, stanu i wieku. Bo z samej wielkości orszaku będzie można snuć przypuszczenia o twoich przyszłych siłach i możliwościach na Polu Marsowym (IX, 34).

Ważnym elementem kampanii wyborczej są relacje z masami ludowymi, obywatelami. „Akcja ta wymaga, by zwracać się do wyborców po imieniu, by schlebiać im, by być niestrudzonym, uprzejmym, by dbać o opinię, budzić nadzieje polityczne” (XI, 41) – uważa Cicero. I kontynuuje myśl: „[...] lecz bardzo ci potrzeba umiejętności schlebiania; w normalnym życiu jest to godne nagany i przynosi ujmę, jednak w kampanii wyborczej konieczne. Bo kiedy przez potakiwanie psuje się kogoś, jest wtedy schlebianie niedobre, kiedy pozyskuje czyjaś życzliwość, nie można go tak bardzo ganić, dla kandydata zaś, którego wyraz twarzy, mina, mowa musi się zmienić i dostosować do sposobu myślenia i charakteru osób, z którymi się styka, jest czymś naprawdę koniecznym” (XI, s. 42).

Cytowane wyżej stwierdzenia, sformułowane przez jednego z największych mężów stanu w dziejach, można odnieść do współczesnych rozważań o kampaniach wyborczych. Z tym jednak wyraźnym zastrzeżeniem, że tego typu wypowiedzi teraz traktowane są jako wyraz upadku współczesnej kultury politycznej, dyskusji publicznej, zamienianie polityki w teatr, spektakl¹⁷, natomiast ówczesnie były przejawem republikańskiego traktowania obywateli, równości politycznej.

Cicero za immanentną część kampanii wyborczej uznaje dotychczasowe osiągnięcia kandydata w polityce i działalności publicznej (sądowej). Przypominanie ich jest potwierdzeniem umiejętności politycznego postępowania. Sprawdzeniem dojrzałości politycznej jest też ograniczenie aktywności w senacie i na zebraniach ludowych w czasie kampanii, by przed wyborami nie doprowadzać do niepotrzebnych konfliktów.

¹⁴ N. Machiavelli, *Książę*, wstęp K. Grzybowski, Wrocław-Warszawa-Kraków 1969; A. Riklin, *Niccolo Machiavellego nauka o rządzeniu*, Poznań 2000.

¹⁵ M. Nieć, *Public relations a wizerunek medialny (relacje w kontekście dyskursu o komunikowaniu politycznym)*, [w:] *Rola wyborów w procesie kształtowania się społeczeństwa obywatelskiego w Polsce*, red. S. Drobczyński i M. Żyromski, Poznań 2004, s. 217-230.

¹⁶ K. Kumaniecki, *Demokracja ateńska*, Warszawa 1948, s. 19.

¹⁷ G. Satori, *Teoria demokracji*, Warszawa 1994.

Staraj się wreszcie, by cała kampania wyborcza była pełna blasku, okazała, świetna, miła ludowi, by odznaczała się wspaniałością i godnością, a także by twoim rywalom przyniosła niesławę – wykazując [...] zbrodnie, rozpustę albo przekupstwo”, jeśli takowe były (XIII, 52) – kończy wywody tą ogólną regułą postępowania Cicerona.

Mały poradnik wyborczy Cicerona nie tylko pokazuje, jak prowadzić kampanię wyborczą, ale też relacjonuje istniejące sposoby prowadzenia kampanii. Dlatego jest ważnym dokumentem historycznym. Wiele propozycji, które formułuje jest aktualnych do dzisiaj. Dotyczy to szczególnie zagadnień związanych z kształtowaniem wizerunku, zdobywaniem przychylności dla działań publicznych, instrumentalnym traktowaniem opinii publicznej czy traktowaniem przeciwników politycznych. Szczególnie ważne są kwestie związane z traktowaniem kampanii wyborczej jako szczególnego rodzaju aktywności, gdzie rządzą specjalne, krótkookresowe zasady. Cicero, wybitny mąż stanu, polityk, filozof, prawnik postrzegany jako symbol republikańskich cnót¹⁸, nie uważa za niezgodne z własnymi wskazaniem o powinnościach społecznych¹⁹ traktowanie instrumentalnie obietnicy wyborczej, korzystanie z form przekupstwa politycznego. Co jest tego przyczyną? Moim zdaniem wynika to z istoty demokracji bezpośredniej. Wielu autorów formułuje krytyczne uwagi do polis ateńskiego (H. Arendt, G. Satori). Wskazuje, iż bezpośrednie kontakty w zamkniętych społecznościach musiały wywoływać emocjonalizację przestrzeni publicznej. Cechą charakterystyczną była znajomość bezpośrednia osób, wiedza na temat ich życia, znajomość zachowań konkurentów. Zdaniem Ewy Wipszyckiej „życie w polis nie było sielanką”. Normą były spory i „powszechne wścibstwo”, zaglądano do garnków i niechętnie widziano odejście od obyczajowej normy²⁰. Niektórzy autorzy widzą w tym przejaw totalitarnego myślenia²¹. Tyczy to wszystko demokracji ateńskiej, najbardziej krytykowanej demokracji w dziejach, ale możemy rozważania te odnieść także do Republiki Rzymskiej.

¹⁸ K. Kumaniecki, *Ciceron i jego współcześni...*

¹⁹ M. T. Cicero, *O powinnościach*, [w:] *Pisma filozoficzne*, t. 2, Warszawa 1960.

²⁰ E. Wipszycka, *Miejsce dorobku antyku w dziedzictwie kulturowym cywilizacji europejskiej*, [w:] *Cywilizacja europejska. Wykłady i eseje*, red. M. Koźmiński, Warszawa 2004, s. 21.

²¹ P. Mazurkiewicz, *Chrześcijańskie korzenie Europy*, [w:] *Cywilizacja europejska...*, s. 64.

Andrzej Nowosad

METODY I TECHNIKI POZYSKIWANIA I PRZETWARZANIA INFORMACJI MEDIALNEJ NA POTRZEBY BIAŁEGO WYWIADU

Analiza informacji medialnej jest, jeśli nie podstawowym, to jednym z najważniejszych motorów pozyskiwania danych o krajach i regionach. Wyszczegółowane jednostki, które przeglądają obcą prasę, znajdują się praktycznie przy każdym rządzie i placówce dyplomatycznej. To, w jaki sposób lokalna prasa ocenia działalność swej władzy, ma ogromny wpływ nie tylko na to, co o rządzie danego kraju myśli jego społeczeństwo, ale też na decyzje obcych państw wobec tych krajów. Innymi słowy – to, co się mówi i pisze o Polsce w Polsce jest powszechnie analizowane i przetwarzane w wyszczegółowanych placówkach obcych krajów.

Aż 84 proc. ogółu mieszkańców Polski powyżej 15 roku życia negatywnie ocenia funkcjonowanie systemu politycznego w kraju. Tylko co dziesiąty Polak (10 proc.) nie ma zastrzeżeń co do funkcjonowania polskiego systemu politycznego. Także niewiele, bo 6 proc. osób nie ma wyrobionego zdania w tej sprawie. W Polsce, podobnie jak w innych krajach „młodej demokracji”, większość badanych niezmiennie wyraża niezadowolenie również ze sposobu, w jaki funkcjonuje demokracja

– wynika z badań IPPOS i CBOS (www.IPOSOS.pl, www.CBOS.com.pl). I nie należy mieć złudzeń. Taką samą opinię o Polsce usłyszymy od bazujących na źródłach jawnych analitykach obcych państw. 95 proc. informacji wywiady obcych państw czerpią bowiem ze źródeł ogólnodostępnych, 4 proc. z półjawnych, a tylko 1 proc. z tajnych (Doronin 2003, 28). Dziś, ze względu na koszty pozyskiwania informacji, to prasa powszechnie dostępna w Internecie stała się podstawowym źródłem informacji dla obcych rządów, a tym samym i ocen wystawianych za granicą polityce gospodarczej krajów, starających się o uzyskanie wiarygodności politycznej, kredytowej czy inwestycyjnej.

Nie jest tajemnicą, że w każdym kraju jedne media napędzają inne w spirali informacji, a dla „świadomości informacyjnej” społeczeństwa czy obcych państw nawet kaczka dziennikarska powtórzona kilka razy przez różne wiarygodne

źródła staje się „prawdą”. Tego typu „prawda” zwykle trafia do sprawozdań prasowych z ambasad obcych krajów za granicę i na jej podstawie w poszczególnych stolicach podejmuje się odpowiednie decyzje polityczne, choć w rzeczywistości może to być wielokrotnie powtarzana półprawda bądź kłamstwo. W marcu 2005 roku np. dziennikarze polscy cytowali wiadomości podawane na łamach innych mediów 6227 razy. Najwięcej nawiązań dotyczyło „Gazety Wyborczej”, na którą powoływano się 1086 razy, a na Rzeczpospolitą 1066 razy. „Rzeczpospolita” i „Gazeta Wyborcza” – liderzy w rankingu mediów najczęściej cytowanych poza przeglądami prasy (Witkowski, *Media cytowane*) – nie są jednak źródłami w pełni obiektywnymi a i zdarzają im się dość często kaczki dziennikarskie czy wręcz świadome przekłamania. Media te bowiem uczestniczą w Polsce w aktywnej grze politycznej, reprezentują interesy swych właścicieli oraz skupionych wokół nich grup lobbingu politycznego.

W pracy analityka informacji na potrzeby rządu najważniejsze jest ustalenie zarówno prawdziwości jak też i pierwoźródła informacji. Za Vriensem można uznać, że informacja to pojedyncze, odebrane sygnały i ich interpretacja, które w sposób jednostkowy mogą rozwijać się do danych i wprowadzać coś nowego dla analityka. Przy czym trzy sygnały można traktować już jako wiarygodne dane (Vriens 2004: 7). Warunkiem byłoby jednak, aby te trzy sygnały nie pochodziły z jednego źródła, bądź źródła opartego na pierwoźródle i – przede wszystkim – by informacja była wiarygodna.

Aby otrzymać pierwoźródło informacji można zastosować metodę Bradforda, który w 1934 r., będąc bibliotekarzem, opracował ogólną zasadę pozwalającą na porządkowanie dokumentacji w sposób racjonalny i ekonomiczny. T. Lafouge (1993: 26), a za nim Martinett (1999: 80-81) tak opisują prawo Bradforda:

Jeśliby czasopisma naukowe uporządkować rosnąco pod względem produktywności tematycznych materiałów, to istnieje liczba dodatnie k i jądro r_o periodyków publikujących $R(r_o)$ artykułów na dany temat w taki sposób, że jeśli chce się otrzymać $nR(r_o)$ (przy czym n oznacza jakąś całość) artykułów na ten sam temat, należy wziąć pod uwagę liczbę P periodyków, którą można obliczyć za pomocą wzoru:

$$P = r_o + K r_o + K^2 r_o + \dots + K^{(n-1)} r_o$$

Co oznacza, że ogół środków masowego przekazu można podzielić na grupy podstawowych przeglądów dotyczących r_o tzn.

$$K r_o, K^2 r_o, \dots, K^{(n-1)} r_o,$$

z których każdy dostarcza $R r_o$ artykułów na dany temat (Martinett 1999: 80 – 81, Lafouge T., 1993).

Metoda Bradforda może być szczególnie użyteczna w pracy z hipermediami w hipertekście oraz w wykrywaniu gazet, które bazują na nakręcaniu spirali informacyjnej „kaczek” prasowych.

Następnie źródła informacji można podzielić pod względem wiarygodności na:

- 1) wiarygodne – informacje z całą pewnością można uznać za prawdziwe,
- 2) wiarygodne, w przypadku których istnieje ryzyko pomyłki lub subiektywizmu – informacje są zwykle prawdziwe, ale mogą być subiektywnie interpretowane,

- 3) mało pewne – informacje są zawsze niepewne i winny być sprawdzone,
- 4) podejrzone albo subiektywne – informacje niepewne i wymagają ostrożności (Kwieciński 1999: 70, Wersig G., 2002; 2004).

Dla dyplomacji wiarygodność informacji zależy przede wszystkim od wiarygodności samego źródła informacji. Dla państwowych analityków Internet jest bardzo ważny, ale hipertekst wszelkie segmenty informacji i ich nośniki pod względem wiarygodności traktuje równorzędnie (Caching, K. Ch, Yahiko K. 2002: 276-290; Cooper M.D., 1983: 9-26; Cook, M. & Cook, C. 2000), zaś stosowanie metody Bradforda do setek tysięcy internetowych źródeł jest żmudne, czasochłonne i tym samym kosztowne. Pod tym względem zatem pozyskanie wiarygodnej informacji z taniego Internetu staje się więc nie tylko bardzo drogie, ale i niebezpieczne. W dyplomacji wysoki poziom entropii w opracowywanych informacjach jest o wiele bardziej niebezpieczny niż informacyjny głód (Doronin 2003, 185; Cronin B., Overfelt K., Fouchereaux K., Manzvanzvik T., Cha M., & Sona E., 1994).

Dlatego też w przypadku źródeł internetowych, zanim zastosuje się metodę Bradforda, najlepiej skorzystać wstępnie z innej kategorii klasyfikacji zawartości przekazów:

- 1) odnoszących się do treści (co się mówi),
- 2) odnoszących się formy (jak się mówi).

Inaczej mówiąc, informacje należy posegregować według: podziału materialnego – co odpowiada formie i podziału formalnego – co odpowiada treści. W klasie kategorii treściowych wyróżnia się kryterium tematyki. Taka kategoria znajduje się w każdym kluczu klasyfikacyjnym stosowanym w analizie zawartości informacji. Liczba kategorii tematycznych w takich kluczach waha się od kilku do kilkunastu (por. Pamula S. 1996; Pisarek W. 1983).

Zarówno w pozyskiwaniu, jak i przetwarzaniu oraz przekazywaniu informacji ważne jest, by robić to w sposób usystematyzowany, a nie chaotyczny, z wykorzystaniem zasady słów kluczowych, korzystając wyłącznie z profesjonalnie przesortowanych danych według komunikacyjnej klasyfikacji wagi informacji. Za Schiwelą można wyróżnić trzy sposoby przeprowadzenia pomiaru informacji:

- 1) pomiar nominalny – przyporządkowanie badanych jednostek do wyodrębnionych kategorii. Nie ma jednak tutaj mowy o tym, jakie relacje zachodzą między tymi kategoriami,
- 2) pomiar porządkowy – uporządkowanie kategorii ze względu na to, „ile” zmiennej w sobie zawierają. Dzięki temu osiągamy przybliżoną wizję skali, która reprezentuje naszą zmienną, a punktu przypisane jednostkom obrazują na jakim poziomie skali są one zlokalizowane,
- 3) pomiar interwałowy – jeżeli istnieje jednolita jednostka pomiaru dla skali, za pomocą której da się zmierzyć różnice pomiędzy wynikami (Schiwely 1997, wyd. polskie 2001: 89-90).

Adeptci sztuki zbierania i segregacji informacji oraz analizy zjawisk bardzo często niesłusznie rezygnują z danych na wyższym poziomie pomiaru, przechodzą na poziom niższy, aby ułatwić sobie opracowywanie raportów. Pomiaru należy dokonywać tak precyzyjnie, jak to tylko możliwe, aby nie tracić informacji. Do

tego celu w analizie informacji może posłużyć roboczy konspekt, znany między innymi z metod analizy zawartości prasy. Konspekt powinien brać pod uwagę cztery wskaźniki:

- 1) wskaźnik syntaktyczności i semantyczności ogranicza się do przedstawienia samej treści, ale nie posuwa się do bezpośredniego opisywania jej ukrytych intencji,
- 2) wskaźnik obiektywności – kategorie mają być tak precyzyjne, aby różni analitycy uzyskali takie same wyniki,
- 3) wskaźnik systematyczności ma zapewnić eliminację analizy cząstkowej i stroniczej,
- 4) wskaźnik ilościowy – najbardziej charakterystyczny dla analizy zawartości (por. Pisarek 1983: 29-30).

Pozostaje tu do spełnienia jeszcze jeden istotny warunek – źródła informacji i ich pochodne nie będą dublowane. Ogólnie rzecz ujmując, analiza zawartości ma być przydatną techniką służącą wnioskowaniu na podstawie systematycznego i obiektywnego identyfikowania precyzyjnie określonych informacji (por. Pamula 1996: 141). Pięć podstawowych zasad identyfikowania informacji i zjawisk to:

- 1) dać słowom (zjawiskom) właściwe znaczenie,
- 2) sprowadzić je do ich realnych proporcji,
- 3) stworzyć granice rozumowania aby nie zgubić się w zwodniczej przypadkowości,
- 4) określić wzajemne stosunki między informacjami (zjawiskami), aby ich koordynacja logiczna nie przekraczała analitycznych możliwości,
- 5) obserwować każdą informację (zjawisko) i wszystkie okoliczności (około-zjawiska) z całą ich relatywnością; unikać tworzenia kategorycznych wniosków i stwierdzeń, bo jest to tylko nieświadome pragnienie systematyzacji, czyli *de facto* dążenia do niepoznawalności badanych zjawisk. Konspekt bazy danych powinien zatem zawierać też Gerbnerowskie cztery podstawowe formy prezentacji informacji: istnienia, priorytetów, wartości i relacji zjawisk.

Tab. 1. Płaszczyzny analizy zawartości według G. Gerbnera

Płaszczyzny analizy	Istnienie	Priorytety	Wartości	Relacje
Założenia do zakresu analizy	Co jest?	Co jest ważne?	Co jest słuszne lub niesłuszne?	Co jest z czym i jak powiązane?
Pytania	Co jest dostępne dla publiczności, jak często i jak wiele?	W jakim kontekście lub porządku ważności?	W jakim świetle, z jakiej pozycji, z jakimi ocenami?	W jakiej całościowej strukturze logicznej, przyczynowej itp.?
Terminy i miary:	Uwaga (obecność, złożoność, frekwencja)	Nacisk (uporządkowanie, regenerowanie, skalowanie, intensywność)	Tendencja (krytyczna i różnicująca cechy i jakości)	Struktura (korelowanie, grupowanie, struktura akcji)

Źródło: G. Gerbner, L. Gross, W. Melody, *Communication Technology and Social Policy*, New York 1973, s. 565; [za:] T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa – Kraków 2002, s. 194.

Tomasz Goban-Klas podaje, że płaszczyzna pierwsza – istnienia – dotyczy tego „co jest?” przedstawiane. Płaszczyzna druga – priorytety – dotyczy ważności tematów, wątków, postaci w systemie ogółu przekazów. Mierzy się w niej nacisk, jaki został położony na prezentowane treści. Trzecia płaszczyzna – wartości – dotyczy systemu wartości i tendencji. Mierzy się zatem ukierunkowanie, tendencyjność oraz jakość cech przypisywanych różnym wątkom i zagadnieniom. Płaszczyzna czwarta – relacje – koncentruje się na najbardziej złożonych asocjacjach w obrębie analizowanego materiału, jak również i na syntezie rezultatów pozostałych wymiarów (Goban-Klas 2002: 194). Metodologia opracowania w ten sposób posegregowanych już materiałów powinna zawierać następujące kategorie w bazie danych:

- 1) informacja bazowa do dalszego opracowania analitycznego,
- 2) bieżąca informacja o faktach,
- 3) kategorie subiektywno-oceniające, zawierające ocenę i przestrogi, przy czym przy analizie artykułu należy zwrócić szczególną uwagę nie tylko na fakty, ale również na osobisty stosunek autora do opisywanego problemu.

Wobec tak skategoryzowanych danych można już zastosować podstawowe grupy sortowania informacji medialnej na potrzeby analizy pod kątem:

- 1) analizy przyczynowo-skutkowej – jeśli z a wynika b, a b wynika z c, to obserwując c, można określić a. Tego typu analiza przyczynowo-skutkowa prowadzi do tego, że obserwując zewnętrzne oznaki, można dojść do zrozumienia istotnych przyczyn obserwowanych zjawisk, których nie widzi się, ani nie odbiera w sposób bezpośredni.

- 2) analizy eksperckiej – szczególną grupę źródeł stanowią wypowiedzi prasowe ekspertów z jakiejś dziedziny. Praca z tą kategorią źródeł jest zawsze trudna, a to ze względu na przeciwstawne rezultaty. Tam, gdzie spotyka się trzech specjalistów, są co najmniej cztery zdania na temat omawianego zjawiska. Sąd eksperta pozwala jednak na nowo spojrzeć na istniejący problem, otrzymać materiały bazowe i dotrzeć do nieznanych do tej pory źródeł informacji. Ogólna ocena otrzymywanych przy tym danych, przy ogólnej trudności, zwykle jest bardzo wysoka.

- 3) analizy realnych powiązań i możliwości – jest to określenie sieci powiązań między źródłami informacji (ze sfer politycznych czy gospodarczych) konieczne do przeprowadzenia dokładnej analizy informacyjnych związków pomiędzy źródłami. Należy w tej analizie wybadać związki personalno-towarzyskie i biznesowe między np. właścicielami środków masowych informacji czy pracujących dla nich dziennikarzy z organami władzy, kręgami bankowymi, grupami lobbingsowymi, współpracownikami przedsiębiorstwa czy jego szefostwa itd. (Doronin 2003, 18-31, Gerbner, Gross, Melody 1973: 553-573, Hasanali, Leavitt 2004).

Korzystanie z informacji w Internecie

Wywiad analityczny za pomocą Internetu jest jednym z najbardziej perspektywicznych kierunków pracy służb bezpieczeństwa. Wielu nazywa już te działania wywiadem komputerowym (Hulnick 2004: 165-173). Wielkie zainteresowanie meto-

dami wywiadu analitycznego przejawiają zarówno państwowe, jak i niepaństwowe służby. Jest to związane z tym, że w Internecie znajdują się ogromne bazy informacji, które mogą być w orbicie zainteresowań zarówno pierwszych, jak i drugich. Według niektórych źródeł zasoby Internetu to dziś 550 mld dokumentów, z których 40 proc. jest dostępne bezpłatnie. Nawigację w tej sieci informacyjnych zasobów ułatwia ponad milion systemów wyszukiwawczych, katalogów i baz danych. Dlatego też w wielu krajach świata, a szczególnie w Rosji, USA, Niemczech i także i w Polsce utworzono specjalne wydziały analitycznego wywiadu w Internecie. Mają one za zadanie wyłapanie ważnych informacji w „cyfrowym oceanie”.

W Europie Zachodniej i USA pozyskiwanie informacji za pomocą Internetu staje się już bardzo dochodowym biznesem. Według danych prasowych tylko we Francji działa kilkadziesiąt firm, które zajmują się wyszukiwaniem dokumentów, w tym również tablic i rysunków istniejących w przestrzeni Internetu. Francuzi na przykład pracują w systemie inżynierii lingwistycznej MAAG, zorientowanej na informacyjno-analityczne zabezpieczenie takich kluczowych gałęzi francuskiej gospodarki, jak przemysł aerokosmiczny, transport i energetyka (Doronin 2003, 170).

Programy do globalnych przeszukiwań

Do globalnego wyszukiwania w Internecie wykorzystuje się specjalne procesory poboru danych. W tym kontekście termin „procesor” nie ma nic wspólnego z mikroprocesorem, jest to część programu, która określa, w jaki sposób sam program segreguje, zarządza i analizuje dane wg w/w kategorii. Procesor poboru danych wykorzystuje zabezpieczenie programowe, które otrzymało nazwę „robot”. „Robot” wyprowadza niezbędną informację, wykorzystując cały arsenał środków lingwistycznej, semantycznej i statystycznej analizy. Działając w sposób autonomiczny, procesory danych przechwytyują każdą informację, wobec której powstało zapytanie, gdy ta tylko pojawi się w Internecie (Doronin 2003, 171).

Dziś istnieją dziesiątki takich systemów na świecie, między innymi: LEXI-MAPPE, SAMPLER, CANDIDE (The Hume Machine), HENOCH, IRIT, NEURODOC, NEUROWEB, PÉRICLES, SEMIOMAP itd. (Ich opis patrz: *Outils d'analyse textuelle*).

Pierwszy tego typu odtajniony procesor to francuski TAIGA (*Traitement automatique d'information geopolitique d'actualite*) – automatyczne opracowanie aktualnej informacji geopolitycznej. Ten programowy kompleks opracowano pierwotnie dla potrzeb francuskiego wywiadu, służył tam 11 lat – do 1987 – po czym został przekazany do wykorzystania komercyjnego. Zadania, które stawiają mu dziś cywilni specjaliści, zostały takie same: „Buszować po Internecie w celu przechwycenia cennej informacji z baz danych o patentach, notatkach agencji informacyjnych i publikacjach konferencji naukowych” (TAIGA, *Traitement Automatique*).

Kolejny francuski program do analizy jakościowej przygotowany przez firmę Acetic i naukowców z Uniwersytetu w Paryżu znany jest jako program TROPES – *Une logique d'Intelligence Artificielle*.

Wybór poszukiwanej informacji w TROPES jest zsynchronizowany z kluczowymi słowami i pojęciami łączącymi się jeśli chodzi o sens ze sobą. Na przykład *mirage* łączy się ze słowami „myśliwiec”, „samolot”, a słowo premier ze słowami „minister”, „polityk”, „rząd”. TROPES, *L'analyse de textes haut de gamme à la portée de tous*, pozwala w tym samym czasie jednocześnie analizować na wielu płaszczyznach teksty informacyjne wielkości setek tysięcy stron znormalizowanego maszynopisu, daje możliwość tworzenia „scenariuszy” pracy informacyjnej, na podstawie których automatycznie dokonuje się nie tylko poszukiwanie, ale również ukierunkowane grupowanie wyszukanych danych na wielu płaszczyznach. (*Tropes, Analyse de textes*).

NOEMIC, *The search engines*, który zamienił system TAIGA, nie tylko skanuje, ale również automatycznie łączy źródła, opracowując otrzymaną informację z prędkością jednego miliarda znaków na sekundę, bez względu na to, czy jest ona podana w formie gotowej bazy danych, czy też na przykład przekazywana elektronicznie przez agencję informacyjną w jakimkolwiek języku (Guisnel 2004). Jeśli postawi się mu zadanie wychwycenia na przykład wszystkich związków pomiędzy firmami amerykańskimi i firmami w Hongkongu, funkcjonującymi w sferze mikroelektroniki w ciągu ostatnich 15 lat, to do wypełnienia zadania wystarczy mu kilka godzin – zwraca uwagę Doronin (Doronin 2003: 172).

Analogiczny amerykański system TOPIC również początkowo był przygotowany dla potrzeb wywiadu wojskowego. Pojawił się on w rezultacie długich prac badawczych pod kontrolą CIA. Dziś także ten system został sprzedany do wykorzystania komercyjnego, a wszystkie prawa z nim związane należą do kalifornijskiej firmy „Verity”, światowego lidera w zbieraniu dokumentów i danych (Guisnel 2004, Doronin 2003: 203).

Większość tych programów działa według kilku podstawowych modeli ustalania relacji między informacjami i ich źródłami. Podstawowe modele to:

- 1) model hierarchiczny,
- 2) model danych sieciowych,
- 3) model relacji,
- 4) model obiektów zorientowanych.

Model hierarchiczny funkcjonuje od początku lat 60. Przedstawia wszystkie elementy według klasyfikacji czasowej i klasyfikacji ważności w tzw. grafach i drzewach grafów. Opiera się on na zasadzie hierarchii typów obiektów, jeden typ obiektu jest główny, a pozostałe znajdują się niżej w hierarchii i są mu podporządkowane. Między obiektem głównym i obiektami podporządkowanym obiektami powstaje więź wzajemna „jeden w stosunku do wielu” (Gatnar 1998, Kraaij, Wesel 2004, *Outils d'analyse textuelle*, Schwab 2005).

Model danych sieciowych jest związany z działaniem sieci komputerowych i powstał w latach 60. W modelu tym pojęcia obiektu głównego i podporządkowanych są rozszerzone. Każdy obiekt może być zarówno główny, jak i podporządkowany. Tym samym każdy obiekt może tworzyć klasyfikację danych, jak też być członkiem zbioru. Sieciowy model bazy danych jest podobny do hierarchicznego, ale charakter związków między obiektami jest zasadniczo inny.

W sieciowym modelu przyjęto wolny związek pomiędzy elementami różnych poziomów, to znaczy dopuszcza się związki „wiele w stosunku do wielu”. Systemem takim jest np. Cronos Plus.

W modelu relacji (*relational*) każdy zapis w bazie danych zawiera informację odnoszącą się (*relatet*) tylko do konkretnego obiektu. Ponadto z danymi dwóch typów można pracować jak z jedną całością, zbudowaną na znaczeniach związanych między sobą danych. Niezależność fizyczna modelu relacyjnego polega na tym, że model danych nie posiada żadnych opisów fizycznych. W rzeczywistości fizyczne przedstawienie stosunku i dróg dostępu opisywane jest niezależnie od opisu logicznego schematu relacji.

Model obiektów zorientowanych, w odróżnieniu od wyżej opisanych, gdzie informacje i procedury chroniono oddzielnie (dane i związki między nimi w bazie danych, a procedury w programie), pozwala chronić procedury obróbk, wraz z danymi. Taka wspólna ochrona uważana jest za krok naprzód w metodologii zarządzania danymi. Model obiektywno-zorientowanych utrzymuje związki typu „wiele w stosunku do wielu” (Doronin 2003, 206-210).

Warto zaznaczyć, że w celu uzyskania informacji o zjawiskach w ruchu wykorzystuje się działania na zbiorach rozmytych, gdzie zachodzą:

- 1) dychotomia, gdzie $a = b$ i $a \neq b$,
- 2) kolejność, gdzie $a = b$, $a > b$ i $a < b$,
- 3) przechodniość, gdzie $a > b \wedge b > c \Rightarrow a > c$,
- 4) asymetria, gdzie $a > b \vee a < b$.

Metoda zagęszczeń w podzbiorach rozmytych pozwala na badanie zjawisk, należących do różnych skupień i na dodatek na sprawdzanie między nimi miar: odległości, asocjacji i korelacji według zasad taksonomii numerycznej.

Dla wyznaczenia sposobu działania układu wystarczy znajomość samej macierzy wyrażającej metody sposobu działania jego elementów (macierzy transformacji – t), oraz macierzy struktury układu, czyli sieci sprzężeń między elementami (s), od czego zależy działanie badanego układu jako całości.

W analizie informacji na potrzeby rządów należy pamiętać, że stałe zmiany stanów układu to proces ich rozwoju, a kształtująca się formacja polityczna czy społeczno-gospodarcza może być rozpatrywana i jako stan, i jako proces. Matematycznie przedstawione czasowe prawo ruchu układu wyraża się w postaci wektorowego równania, wyznaczającego relacje między stanami wejść i wyjść w jednej chwili (t) a stanem tych wejść i wyjść w chwilach późniejszych. W przypadku na przykład przebiegu działania mającego charakter jednorazowy w czasie, równanie algorytmiczne przybiera charakter:

$$X_{t+\theta} = TS(X_t)$$

$$Y_{t+\theta} = ST(Y_t)$$

(gdzie t oznacza chwilę początkową, a θ czas reakcji)” (por. Nowakowski, Sobczak 1971: 45-72).

Aby uniknąć błędów analitycznych można przyjąć sprawdzoną już metodę klasyfikacji danych Roberta T. Dattoli (1969) i założyć, że zbiór badanych obiektów jest

podzielony na K tzw. klas początkowych: $K_{1,1}, K_{1,2}, \dots, K_{1,k}$. Dla każdej z tych klas zostaje wyznaczony jej profil zgodnie z zasadą klasyfikacji dla klasy spójnej (por. eksperymenty Cambridge Language Research Unit z lat 60. Needhama i Parkera-Rhodos; Dąbrowski, Laus-Maczyńska 1978: 62-69).

Metodologia pracy ze źródłami ze środków masowej informacji powinna się opierać na:

- 1) określeniu celu zbierania danych,
- 2) określeniu źródeł informacji,
- 3) określeniu wiarygodności informacji
- 4) zbiorze informacji bazowej według kluczy kategoryzacyjnych i map semantycznych.

Cykl analityczny zaś powinien się rozpocząć od:

- 1) sformułowania tematu badawczego,
- 2) zebrania i przesortowania odpowiedniej informacji,
- 3) przetworzenia informacji według kluczy kategoryzacyjnych,
- 4) syntezy informacji kluczowych,
- 5) analizy informacji kluczowych,
- 6) zredagowaniu pod względem treści i kontekstu.

Jakie narzędzia w analizie informacji medialnej na potrzeby państwa wykorzystamy – czy tradycyjne „papier i nożyczki”, czy zaawansowane programy komputerowe, które przesortują materiał badany za analityka – nie ma to już tak istotnego znaczenia. Ważne, by analiza była rzeczowa i kompetentna, a analityk nie uległ informacyjnej entropii i faktów medialnych nie uznawał w całości za fakty rzeczywiste.

Bibliografia

- Caching K. Ch, Yahiko K. (2002), *A Semantic Model for Hypertext Data Caching*, [w:] *Lecture Notes In Computer Science*; vol. 2503, Proceedings of the 21st International Conference on Conceptual Modeling, London, s. 276-290.
- Cook M. & Cook C. (2000), *Competitive Intelligence*, London.
- Cooper M. D. (1983), *The structure and future of the information economy*, *Information Processing & Management*, vol. 19, s. 9-26.
- Cronin B., Overfelt K., Fouchereaux K., Manzvanzvik T., Cha M., & Sona E. (1994), *The Internet and competitive intelligence: a survey of current practice*, „International Journal of Information Management”, vol. 14 (3), s. 204-222.
- Dąbrowski M., Laus-Maczyńska K. (1978), *Metody wyszukiwania i klasyfikacji informacji*, Warszawa.
- Доронин А. (2001), *Аналитическая обработка материалов открытого доступа*, Стратегический менеджмент, www.smanagement.ru.
- Доронин А. (2003), *Бизнес – разведка*, 2 издание, „Ось-89”, Москва.
- Gatnar E. (1998), *Symboliczne metody klasyfikacji danych*, Warszawa.

- Gerbner G., Gross L., Melody W. (1973), *Communication Technology and Social Policy*, New York, s. 553-573.
- Goban-Klas T. (1997), *Public relations czyli promocja reputacji. Praktyka działania*, Warszawa.
- Goban-Klas T. (1999), *Media i komunikowanie masowe, teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa – Kraków.
- Guisnel J. (2004), *Espionage on the Internet*, „Primedius Views”, www.prime-dius.com.
- Hasanali F., Leavitt P. (2004), *Competitive Intelligence: A Guide for Your Journey to Best-practice Processes*, APQC, Houston.
- Hulnick A. S. (2004) *Espionage: Does It Have a Future in the 21st Century?*, „Brown Journal of World Affairs”, Winter/Spring, vol. XI, issue 1, s. 165-173.
- Kahaner L. (1997), *Competitive Intelligence*, New York.
- Kraaij, Wessel (2004), *Variations on Language Modeling for Information Retrieval*, Taaluitgeverij Neslia Paniculata/CTIT Ph.D. thesis series No. 04-62, Rotterdam.
- Kwieciński M. (1999), *Wywiad gospodarczy w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Warszawa-Kraków.
- Lafouge T. (1993), *Bibliométrie – Esquisse d'un panorama*, „Science dla la société”, № 29, mai.
- Martinet B., Marti Y. M. (1999), *Wywiad gospodarczy. Pozyskiwanie i ochrona informacji*, Warszawa (*L'Intelligence économique, Les yeux et les oreilles de l'entreprise*, Paris 1995).
- Nowakowski J., Sobczak W. (1971), *Teoria informacji*, Warszawa.
- Ocena systemu politycznego w Polsce*, www.ipsos.pl.
- Outils d'analyse textuelle – Outils "scientométriques, infométriques, bibliométriques"* *Searching, Mapping, Veille Stratégique – "Competitive Intelligence"*, <http://www.uhb.fr/>.
- Pamula S. (1996), *Metoda analizy zawartości prasy*, Częstochowa.
- Pisarek W. (1983), *Analiza zawartości prasy*, Kraków.
- Schiwely W. P. (1997), *The craft of political research*, wyd. polskie 2001: *Sztuka prowadzenia badań politycznych*, Poznań.
- Schwab D. P. (2005), *Research Methods for organizational Studies*, Mahwah, New Jersey, London.
- Sobczak W., Malina W. (1978), *Metody selekcji informacji*, Warszawa.
- TAIGA, Traitement Automatique de l'Information Géopolitique d'Actualité*, www.teaser.fr.
- Tan P. & Kumar V. (2002), *Discovery of web robot sessions based on their navigational patterns*, “Data Mining and Knowledge Discovery”, vol. 6, s. 9-35.
- Tropes, Analyse de textes & Sémantique*, <http://www.acetic.fr>.
- Vriens D. (2005), *The Role of Information and Communication Technology in Competitive Intelligence*, [w:] Vriens, Dirk *Information and Communication Technology for Competitive Intelligence*, Amsterdam-Nijmegen, s. 1-32.

- Wersig G. (2002), *Problemstellungen für die Organisation des Informationsaustausches*, [w:] *Spannungsfeld: Internationaler Informationstransfer – Chancen und Risiken globaler Vernetzung*, Berlin, www2.kommwiss.fu-berlin.de.
- Wersig G. (2004), *Überleben in der Informationsgesellschaft*, Vortrag auf der 21. Messe-Fachtagung „Ohne Fleiß kein Preis“, 16.-17. Juni 2004, Wiesbaden.
- Witkowski P. (2005), *Media cytowe w marcu*, www.medialink.pl.

Agnieszka Kasińska-Metryka

WIZERUNEK POLITYCZNY – TWORZENIE, ODDZIAŁYWANIE, SKUTECZNOŚĆ. ANALIZA NA PODSTAWIE WSPÓŁCZESNEJ SCENY POLITYCZNEJ

Gdzie wszyscy myślą tak samo, nikt nie myśli zbyt wiele
(W. Lippmann)

Współczesna demokracja liberalna bywa coraz częściej nazywana „mediokracją”, demokracją zmarketingowaną lub teledemokracją. Nie bez racji mówi się o scenie czy też arenie politycznej, a sami politycy to po prostu aktorzy polityczni. Owe teatralne odniesienia nie są bynajmniej jedynie zabiegami stylistycznym, lecz ukazują fasadowość podejmowanych działań.

Wspomniany proces mediatyzacji polityki, postępujący intensywnie od lat siedemdziesiątych, dotyczy zarówno demokracji skonsolidowanych, jak i państw będących na drodze do demokratyzacji systemu politycznego. Badania zachowań wyborczych dowodzą indywidualizacji (personalizacji) współczesnej polityki. Interesujące, iż zjawisko to dotyczy szczególnie Stanów Zjednoczonych – ze względu na specyfikę systemu politycznego – oraz państw Europy Środkowej i Wschodniej, gdzie kształtują się reżimy demokratyczne.

Amerykański „wyjątek” – zauważa Bogusława Dobek-Ostrowska – stał się modnym wzorem do naśladowania nie tylko dla stabilnych demokracji zachodnioeuropejskich. Praktyka polityczna ostatniego dziesięciolecia pokazuje, że znacznie szybciej „cenione amerykańskie produkty eksportowe” są wchłaniane przez rynki wyborcze demokratyzujących się systemów politycznych¹.

¹ B. Dobek-Ostrowska, *Konsultanci polityczni jako nowy typ aktora na profesjonalnym rynku wyborczym*, [w:] *Marketing polityczny – założenia teoretyczne, reguły działania, praktyka kampanijna*, red. M. Kolczyński, Katowice 2004, s. 101.

Czasy przełomu, kreowania nowego ładu wzmagają bowiem społeczne oczekiwania przywództwa charyzmatycznego, a zatem związanego z jednostką². Ponadto demokracje Europy Środkowej i Wschodniej zaczęły kształtować się w okresie nowoczesnych technologii komunikacyjnych, a kampanie wyborcze miały już charakter modernizacyjny, a zatem zdominowane zostały przez ekspertów z zewnątrz.

Obserwowane od lat przechodzenie od partii masowych do kadrowych również przyczynia się do tego, iż opinie i intencje wyborcze nie są formułowane pod wpływem kolektywu, lecz przez zastosowanie indywidualnego klucza poznania i zrozumienia rzeczywistości politycznej. Fluktuacyjność obszaru polityki, brak czytelnych i przestrzeganych reguł politycznych, zachwianie sfery aksjologicznej, a w końcu rotacyjność elit prowadzą do sytuacji, w której wzrasta społeczne zapotrzebowanie na uproszczone wzory poznawcze.

Przez 12 lat w Polsce – zauważa brytyjski historyk, publicysta i pisarz Timothy Gorton Ash – nie udało się stworzyć stabilnej sceny politycznej. To jest bardziej niepokojące niż jakkolwiek doraźna afera. Jeśli polska demokracja ma być stabilna i silna – stwierdza przywołany autor – to musi nastąpić wreszcie to, co stało się na początku lat 90. w Hiszpanii. Z rozproszonej, przejściowej sceny politycznej, która istniała tam od upadku dyktatury, wyłoniły się dwie trwale partie³.

W obecnych warunkach – „przegnębiającego spektaklu”⁴ – politykę zdominowały *labels* – etykiety. Wyborca kojarzy osobę polityka przez pryzmat własnych wyobrażeń, wzbogaconych wizerunkiem wykreowanym przez specjalistów. W tzw. erze komputera brakuje czasu na rzetelną prezentację programów i pogłębioną debatę publiczną.

Temperaturę naszemu środowisku – przyznaje dziennikarka Monika Olejnik – nadały tabloidy i teraz wszyscy ścigają się na ostrość. Nie ma finezji, która kiedyś była w gazetach opiniotwórczych. I one przestały być eleganckie, ścigają się o rynek, o czytelnika. Politycy zaś tworzą statek szaleńców [...] i chyba nikt już nie myśli o polskiej racji stanu⁵.

Programy wyborcze podlegają unifikacji, a wyborcy coraz wyraźniej dostrzegają brak adekwacji politycznej, tj. zgodności pomiędzy celami zakładanymi w programach, a późniejszymi działaniami swoich przedstawicieli. Autorzy poradnika dla przyszłych polityków piszą, iż programy wyborcze należą do

marzeń na jawie. Stanowią one upowszechnianą część strategii działania ugrupowań politycznych i reprezentujących je osób, które chcą utrzymać lub zmienić aktualną sytuację polityczną [...] Służą do zachowania zdobytej władzy lub jej przejęcia. [...] Są jakby reklamą biznesplanu partii i formacji⁶.

² Zob. A. Kasińska-Metryka, *Charismatic leadership – a gift or a curse. Political Science Yearbook*, Toruń 2002, s. 51-57.

³ *To czego wam trzeba*, rozmowa W. Smoczyńskiego z T. G. Ashem, „Przekrój”, nr 13 z 23 marca 2005.

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Oni zwariowali!*, rozmowa P. Najstuba z M. Olejnik, „Przekrój”, nr 12 z 17 marca 2005.

⁶ W. Gałązka, A. Krynicki, *Nie wystarczy być..., czyli od zera do lidera*, Wrocław 2002, s. 178.

Podobnie jak programy, politycy również podlegają unifikacji – coraz częściej szkoleni są przez wspólnych *image makers* – twórców tożsamości. Wyuczzone zachowania z obszaru wokality, kinezjetyki czy proksemiki mają zastąpić niedostatek tzw. naturalnego przywództwa. Owo naturalne przywództwo należy rozumieć jako kompozycję, w której dominującym składnikiem pozostaje osobowość lidera, zaś elementami ją dopełniającymi są: charakter grupy, której lider przewodzi, rodzaj więzi łączących lidera z otoczeniem, kontekst, w którym sprawowane jest przywództwo oraz wymierne efekty interakcji lider – zwolennicy⁷.

Jeżeli czasy nie obfitują w charyzmatycznych liderów, należy odpowiednio wykreować obraz przywódcy pożądanego. Analityk wizerunków politycznych podkreśla, iż

coraz mniej istotne stają się rozbudowane struktury partyjne i rzesze członków formacji, zaś tym, co decydująco wpływa na pozycję partii na scenie politycznej jest obecność lub brak „odpowiedniego” przywódcy – osoby, która będzie potrafiła oddziaływać na masy⁸.

Oferta polityczna coraz częściej bywa utożsamiana z osobą jej „dostawcy”, a więc kandydata lub partii, niż z programem politycznym i jego zawartością. Decyzja, którą podejmuje wyborca, jest bowiem determinowana zarówno identyfikacją partyjną, stosunkiem do poruszanych problemów, jak i postawą wobec kandydata. O ile jednak identyfikacja partyjna jest czynnikiem bardzo trudnym do zmiany (badania socjologiczne dowodzą jej dziedziczenia), o tyle postawę wobec osoby kandydata i poruszanych problemów można modyfikować.

W tym miejscu pojawiają się ogromne możliwości oddziaływania za pomocą technik marketingu politycznego. Wiedza marketingowa, tak obecnie eksploatowana, oprócz oczywistej profesjonalizacji zmagani wyborczych, może stwarzać również zagrożenie dla systemu politycznego, co jednakże jest dostrzegane tylko przez nielicznych badaczy. Jeden z nich – Robert Wiszniowski – odnotowuje, iż narzędzia marketingu politycznego stylizują nowe formy rywalizacji partyjnej. Punkt ciężkości tych zmagani zostaje jednak przesunięty z debaty merytorycznej na płaszczyznę oddziaływań reklamowych i wzmacnianie medialności przekazu. Ponadto dochodzi do zmian w funkcjonowaniu partii na rynku wyborczym – obserwuje się bowiem proces „zamykania” rynku⁹.

Kolejną zmianą wywołaną stosowaniem profesjonalnych narzędzi marketingowych jest lawinowy wzrost kosztów kampanii, a z tym wiąże się również organizacyjno-finansowe uzależnienia podmiotów politycznych od podmiotów zewnętrznych (negatywne oblicze lobbingu). Współczesne kampanie pochłaniają tak duże środki finansowe zarówno ze względu na cenę przestrzeni reklamowej, usług ekspertów, jak i wysokie koszty diagnozowania rynku. Amerykańska „święta

⁷ Zob. M. G. Hermann, *Elementy przywództwa*, [w:] *Władza i społeczeństwo*, wybór i oprac. J. Szczupaczyński, Warszawa 1998, s. 298.

⁸ M. Cichosz, *Wizerunek lidera politycznego*, [w:] *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, red. M. Jeziński, Toruń 2004, s. 79.

⁹ R. Wiszniowski, *Marketing polityczny. Kilka uwag krytycznych*, [w:] *Marketing polityczny*, red. M. Kolczyński, Katowice 2004, s. 56-57.

trójca” współczesnych systemów komunikowania to właśnie reklama, telewizja i sondaże. Badania preferencji i oczekiwań społecznych stanowią pierwszy etap działań w ramach kampanii, ale ich charakter i przebieg zależny jest od specyfiki oferowanego produktu politycznego. Jeżeli kreowany podmiot debiutuje na scenie politycznej, wtedy określenie profilu jego wizerunku powinno być poprzedzone badaniami opinii publicznej, które dostarczą odpowiedzi na pytanie: jakie cechy powinien mieć idealny kandydat na dane stanowisko? Po określeniu pożądanego wzorca można przystąpić do kreowania wizerunku, nawiązując oczywiście do naturalnych walorów kandydata.

Nieco odmiennie kształtują się działania marketingowe wokół produktu politycznego znanego wyborcom. W tym przypadku należy również zbadać rynek, ale ze względu na rozpoznawalność marki, a zatem określić „notowania” kandydata u potencjalnych wyborców i przystąpić do modyfikacji wizerunku. Badania takie przeprowadzane są najczęściej metodą dyferencjału semantycznego lub przy użyciu innych skali przymiotnikowych.

Mówiąc o badaniach rynku, nie można jednak przeceniać ich roli, gdyż, jak coraz częściej alarmują eksperci, badania opinii publicznej mogą być zarazem narzędziem wpływania na wyborców. Demokratyzacja opinii społecznej nie oznacza absolutnej władzy „przejrzystości, efektu cudownego ujawnienia – dzięki ankietom i sondażom – tego, co myślą obywatele”. Istnieją bowiem strategie reżyserowania ankiet i sondaży. „Celem jest determinowanie ludzkich zachowań, by uzyskać głosy wyborców, nawet wówczas, gdy brak z ich strony wewnętrznej akceptacji. [...] Od umiejętności posługiwania się pośrednikami zależy zdobycie głosów”¹⁰.

Odrębnym problemem pozostaje sposób wykorzystywania przez polityków wyników badań. Praktycy często stwierdzają, iż „badania wyborcze, nawet wtedy kiedy utrzymane są na wysokim poziomie i zawierają istotne dla kampanii informacje, często nie prowadzą do działań zgodnych z otrzymanymi wynikami, politycy zastępują profesjonalnie wykonane badania elektoratu własną intuicją”¹¹.

Konkludując, istotę tworzenia wizerunku (*image'u*) polityka można zdefiniować jako kreowanie szczególnego rodzaju wyobrażeń przydających podmiotowi politycznemu dodatkowych wartości. Zgodnie z opiniami takich badaczy, jak Walter Lippman czy Dan Nimmo wizerunek jest uproszczonym obrazem, konstruktem łączącym cechy rzeczywiste z wyobrażeniami postrzegającego. Aby zatem holistycznie potraktować istotę politycznego *image'u*, należy oddzielić wykreowaną wizję podmiotu od jego psychologicznego postrzegania przez odbiorcę. Jedynie taka perspektywa minimalizuje ryzyko porażki, mającej miejsce wówczas, gdy optymalny, zdaniem polityka i jego otoczenia (w tym ekspertów), wizerunek spotyka się z nikłym zainteresowaniem społecznym lub jest oceniany

¹⁰ F. d'Almeida, *Manipulacja*, Gdańsk 2005, s. 90.

¹¹ M. Wenzel, *Badania wyborcze, czyli jak słuchać elektoratu*, [w:] *Kampania wyborcza. Strategia, kampania, komunikacja*, Warszawa 2001, s. 15.

negatywnie. „Zadaniem image’u – stwierdzają badacze – jest zapewnienie emocjonalnego odbioru obiektu, bez zniekształcenia jego istoty”¹².

W tym miejscu należy różnicować działania promocyjne podejmowane na rynku komercyjnym i techniki stosowane w ramach marketingu politycznego. Produkt polityczny jest bowiem na tyle specyficzny, że nie można, by go sprzedawać, stosować bezpośrednio mechanizmów rynkowych. Próby takie podejmowano na polskiej scenie politycznej w początkowym okresie transformacji, jednakże porażki wyborcze zweryfikowały poglądy niektórych ekspertów, nie dostrzegających różnicy pomiędzy proszkiem do prania, a politykiem jako produktem.

Nowoczesna filozofia marketingu politycznego zakłada, iż wizerunek polityka kształtowany jest przez:

- a) samego polityka,
- b) ekspertów,
- c) współpracowników,
- d) konkurencję polityczną.

W tym ostatnim przypadku chodzi nie tylko o kampanię negatywną, ale również o to, że polityk jest porównywany do swoich rywali i postrzegany na ich tle. „Trzeba się odróżniać od przeciwników i trzeba pokazywać ich słabości, by móc zaistnieć na politycznej scenie” – stwierdza Fabryce d’Almeida¹³.

Konieczność pozycjonowania własnej oferty politycznej (na którą składa się program wraz z wizerunkiem) implikuje zarazem każdorazową zmianę strategii wyborczej (nawet jeżeli uprzednia strategia przyniosła sukces).

Ostatnim podmiotem współtworzącym wizerunek kandydata są jego wyborcy, a ściślej stały elektorat. Komunikacja interpersonalna jest bowiem niezwykle istotna, gdyż, jak dowodził w swych badaniach Joseph Klapper, wyborca bardziej skłonny jest zmienić decyzję pod jej wpływem niż na skutek jednokierunkowej komunikacji medialnej.

Na podstawie dotychczasowych rozważań można zatem przyjąć, iż tworzenie i promowanie wizerunku (ale nie produktu politycznego) podlega zasadom zbliżonym do promowania marki na rynku komercyjnym. „Marka pozwala identyfikować produkt, rozpoznawać go aksjologicznie (wartościowanie pozytywne lub negatywne), a wreszcie służy wytwarzaniu poczucia więzi u nabywcy”¹⁴. Politycy bez wyrazistego wizerunku, podobnie jak produkty *no name* nie mają szans na skuteczne „sprzedanie się” potencjalnemu nabywcy. Podobnie jak marki, wizerunki można zakwalifikować do pewnych ogólnych kategorii. Według badaczy zasadniczy katalog wizerunków obejmuje: herosów, zwykłych ludzi, amantów, ojców i ekspertów. Na zasadzie stereotypowych skojarzeń z każdą z tych kategorii wiążą się pewne dominujące cechy i zachowania, których wyeksponowanie pogłębia wizerunek polityka¹⁵.

¹² W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 153.

¹³ F. d’Almeida, *Manipulacja...*, s. 89.

¹⁴ Zob. B. Kwarcia, *Co trzeba wiedzieć o reklamie*, Kraków 1999, s. 17.

¹⁵ M. Jeziński, *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne. Przypadek III Rzeczypospolitej*, Toruń 2004, s. 131-132.

Ustabilizowany tzw. głęboki wizerunek stanowi swego rodzaju gwarancję dla nabywców, że określony produkt nie zawiedzie ich zaufania¹⁶. Jeżeli w polityce zaniecha się działań promocyjnych, to może to prowadzić, podobnie jak na rynku gospodarczym, do tzw. *variety seeking behaviour*, tj. poszukiwania nowych wrażeń przez klientów. Zjawisko to jest dobrze rozpoznane w marketingu politycznym, gdzie funkcjonuje pod nazwą wartości epistematycznej, będącej jednym z determinantów zachowań wyborczych.

Wskazana powyżej wartość, jest jedną z pięciu wymienionych przez Bruce'a Newmana i uznanych za czynniki determinujące zachowania wyborcze¹⁷. Cztery pozostałe to:

- 1) wartość emocjonalna (odczucia jakie kandydat wzbudza w wyborcach – zarówno pozytywne, jak i negatywne; oparte na przesłankach racjonalnych, jak i irracjonalnych; odnoszące się do cech zewnętrznych podmiotu politycznego, jak i głoszonych przez niego treści);
- 2) wartość funkcjonalna (dotyczy potencjalnych „korzyści” dla wyborcy płynących z faktu objęcia przez kandydata stanowiska. Wyborca oddaje kandydatowi swój głos, w zamian za co otrzymuje obietnicę realizacji programu);
- 3) wartość społeczna (z jaką grupą społeczną koresponduje najlepiej wizerunek kandydata. Opinia wyborcy formułowana jest w oparciu o postrzegany status społeczno-materiałny lidera, jego styl życia itp.);
- 4) wartość warunkowa (opiera się na wyobrażeniach wyborcy dotyczących przyszłości i przekonaniu, iż kandydat ma realne szanse wygrania wyborów)¹⁸.

Mając wyobrażenie o istocie wizerunku politycznego oraz funkcjach, jakie on pełni, należy zadać pytanie o techniki jego kreowania oraz skuteczność oddziaływania. Dwoma naczelnymi zasadami zalecanymi podczas tworzenia wizerunku podmiotu politycznego są: symplifikacja, tj. upraszczanie przekazu oraz pozycjonowanie oferty, czyli różnicowanie propozycji własnych od oferty rywali. Działania te mogą zostać skutecznie przeprowadzone wówczas, gdy wnikliwie przeanalizowano rynek wyborczy. Analiza powinna obejmować:

- 1) rozpoznanie potrzeb i preferencji wyborców,
- 2) dokonanie segmentacji rynku,
- 3) wybór grup docelowych,
- 4) wskazanie cech odróżniających własny produkt polityczny od produktu konkurentów¹⁹.

Tworzenie wizerunku jest zatem poszukiwaniem kompromisu pomiędzy tym, co lider ma realnie do zaoferowania, a oczekiwaniami potencjalnego klienta politycznego. Pracę nad wizerunkiem podejmuje się nie tylko w sytuacji, gdy „marka produktu” jest komponowana od podstaw. Podobnie bowiem jak w ekonomii, częstym zabiegiem na rynku politycznym jest korygowanie (ulepszanie) istnie-

¹⁶ M. Cichosz, *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*, Toruń 2003, s. 61.

¹⁷ Zob. B. Newman, *The Marketing of the President. Political Marketing as Campaign Strategy*, California 1994.

¹⁸ Zob. M. Mazur, *Marketing polityczny*, Warszawa 2002, s. 31-36.

¹⁹ M. Cichosz, *Wizerunek lidera politycznego...*, s. 86.

jącego wizerunku bądź radykalna zmiana dotychczasowego *image'u*. Wizerunek ma bowiem to do siebie, że może się zużyć. Należy zatem stale monitorować notowania kandydata, utrzymywać szczególnie istotne cechy jego obrazu, a także śledzić zmiany zachodzące w otoczeniu.

Odnosząc się w tym miejscu do polskiej sceny politycznej, można przywołać kampanię wyborczą, która miałaby wzmacniać rozmyślony wizerunek kandydata i w której zaprzepaszczone zostały naturalne walory lidera. Rzeczą dotyczy zmagania o fotel prezydencki w roku 2000 z udziałem m.in. Andrzeja Olechowskiego. Badania pokazywały, że naturalny potencjał przywódczy Olechowskiego powinien zostać wzmocniony w zakresie wrażliwości społecznej oraz dynamiki działania. Wizerunek kandydata u progu kampanii był bowiem pozytywny, ale z zauważalnymi słabymi stronami. Zignorowanie sygnałów płynących z badań opinii publicznej mogło spowodować, iż kandydat byłby w pełni akceptowany jedynie przez niewielki segment wyborców – osoby dobrze sytuowane i przedsiębiorcze, dla których wrażliwość na krzywdę społeczną nie była czynnikiem aż tak istotnym. Podczas określania tzw. mapy percepcji, a więc miejsca, jakie zajmuje kandydat na tle rywali, ważnym było również, iż uzyskał on bardzo dobre wyniki podczas sondaży, w których respondenci odpowiadali na pytania, kto jest ich kandydatem numer dwa oraz na kogo na pewno nie będą głosowali. Badania w ramach sondażu śledzącego, dowiodły jednak, iż potencjalni wyborcy Olechowskiego byli mało zdecydowani co do samego uczestnictwa w wyborach.

Można zatem powiedzieć, że kandydat nie miał stałego elektoratu i nie był realnie postrzegany jako zwycięzca, co znacznie osłabiło jego możliwość wygranej.

U progu wyborów jedynie 2 procent respondentów sądziło, że będzie on ich zwycięzcą [...] a spośród czterech najbardziej liczących się kandydatów miał wyborców najmniej pewnych, że będą głosować właśnie na niego²⁰.

Przykłady polskich kampanii wyborczych, w których zabrakło dobrze zaprojektowanej strategii można mnożyć. Wydaje się, iż winą za brak profesjonalnych działań marketingowych można obarczać zarówno podmioty zewnętrzne, podejmujące się współtworzenia kampanii, jak i samych polityków. Te pierwsze bądź to nie wyczuwają newralgiczności polityki bądź też nie rozumieją specyfiki polskiego społeczeństwa i bezkrytycznie implementują wzorce amerykańskie. Aktorzy polityczni z kolei dzielą się na zatwardziały przeciwników marketingowego kreowania wizerunku, oceniają te zabiegi jako quasi-socjotechnikę oraz na tych, którzy przeceniają możliwości promocyjne. Ci ostatni bezkrytycznie przyjmują zalecenia specjalistów dotyczące kształtu oprawek okularów, koloru garnituru czy mowy ciała. Zapominają przy tym, iż najważniejszą cechą wizerunku jest jego spójność.

²⁰ M. Wenzel, *Badania wyborcze, czyli jak słuchać elektoratu*, [w:] *Kampania wyborcza. Strategia, kampania, komunikacja*, Warszawa 2001, s. 22-23.

Jeden z uznanych praktyków politycznego PR twierdzi, że wyborca tworzy sobie wizerunek kandydata zaledwie w siedmiu procentach z tego, co mówi, na pozostałe 93 proc. składa się strój, gesty oraz ogólny wygląd²¹.

Inny ekspert dodaje: „kandydaci przeważnie nie mają nic do zaoferowania. Gdyby ludzie o tym wiedzieli, nikt nikogo by nie wybrał. Kreowanie polityka ma ten sam stopień uczciwości co uprawianie reklamy, PR”²².

Odnosząc się powściągliwie do powyższych stwierdzeń, należy podkreślić, iż sukces wizerunku polityka zależy zarówno od niego samego, ekspertów, którzy mu doradzają, jak również społeczeństwa – jego doświadczeń, uprzedzeń, stereotypów i racjonalnej wiedzy. W świecie zdominowanym przez informację, skuteczny jest uproszczony przekaz, wyzwajający automatyczne, pierwotne emocje i skojarzenia. Za tym komunikatem musi jednak iść działanie oparte o równie pierwotny i zasadniczy kodeks moralny, gdyż wykreowany wizerunek jest produktem łatwo „się psującym”.

²¹ J. Osiecki, *Kupmy sobie... mandat*, „Sukces” nr 5, [za:] „Angora” nr 20, 15 maja 2005.

²² *Cz@t Polityki*, [za:] „Polityka” nr 44, 1 listopada 2003.

Tomasz Płudowski

TELEWIZYJNA REKLAMA POLITYCZNA W AMERYKAŃSKICH WYBORACH PREZYDENCKICH

Historia amerykańskiej telewizyjnej reklamy politycznej sięga 5 października 1948 roku, kiedy to Harry Truman zakupił czas antenowy od stacji telewizyjnej, by skomunikować się z amerykańskimi wyborcami (Wood 1990)¹. W ten sposób nastąpiło symboliczne przejście od kontaktów bezpośrednich pomiędzy politykami i wyborcami do kontaktów zapośredniczonych, które wkrótce miały stanowić esencję każdej kampanii. Mimo że materiał nagrany przez Trumana spełnia wszystkie kryteria reklamy telewizyjnej, niewiele ma jednak wspólnego z rozpowszechnioną w dzisiejszej Ameryce trzydziesto- czy sześćdziesięciosiekundową reklamówką. Przede wszystkim dlatego, że jest po prostu zwykłym przemówieniem telewizyjnym, a więc nie wykorzystuje wszystkich możliwości, jakie oferuje telewizja. Aktualnie amerykańskie wybory prezydenckie traktowane są w bardzo dużym stopniu, być może przede wszystkim, jako przedsięwzięcia medialne (Denton 2002), gdzie naczelną rolę odgrywa ciągle jeszcze telewizja, a głównym sposobem komunikacji kandydatów i wyborców jest reklama. W epoce demokracji elektronicznej osłabieniu uległa rola partii politycznych, a komunikacja polityczna dla większości obywateli sprowadzona została do okazjonalnej trzydziestosekundowej reklamy telewizyjnej oraz kilkusekundowego *soundbite'a*².

Ten esej przedstawia wykorzystanie telewizyjnej reklamy w amerykańskich wyborach prezydenckich w ciągu ostatniego półwiecza, jej funkcje, formy i skutki oraz zmiany spowodowane wprowadzeniem telewizji do polityki.

¹ Nie udało się ustalić, czy materiał znaleziony w archiwach telewizyjnych został faktycznie nadany, czy nie. Tak czy inaczej uznawany jest za pierwszą znaną badaczom amerykańską reklamę telewizyjną. Zob. K. H. Jamieson (1996).

² Fragment oryginalnej wypowiedzi polityka zamieszczony w programie informacyjnym (w przeciwieństwie do dziennikarskiego wprowadzenia, opisu sytuacji i komentarza).

Regulacje prawne³

W przeciwieństwie do większości krajów europejskich, Stany Zjednoczone od początku właściwie posiadają czysto komercyjny system medialny⁴, a do obowiązków nadawcy elektronicznego nie należy bezpłatne dostarczanie czasu antenowego kandydatom. Z punktu widzenia kampanii wyborczej media dzielą się na płatne (reklama) i bezpłatne (programy informacyjne), a celem kampanii jest uzyskanie wpływu na przekaz obywateli. Amerykańskie media należą do najbardziej wolnych od regulacji treści. Pierwsza poprawka do konstytucji zapewnia swobodę wypowiedzi. Nie istnieje ciało oceniające reklamy pod kątem prawnym w celu zdecydowania o dopuszczeniu ich (lub nie) na antenę, a cenzura prewencyjna nie występuje. Nie istnieją także żadne ograniczenia dotyczące treści (jak np. polski przepis, że reklama nie może łamać praw, czy francuski zakaz wykorzystywania przez kandydatów flagi państwowej).

Działalność mediów reguluje *Federal Communications Commission* (FCC), w oparciu o ustawę z 1934 roku wraz z poprawkami, z których najważniejsze pojawiły się w latach 1996 i 2002. Paragraf 312 tej ustawy mówi, że nadawca elektroniczny ma obowiązek zezwolić wszystkim kandydatom w wyborach na urząd federalny na zakup czasu antenowego. Dodatkowo, paragraf 312b stwierdza, że stacje muszą udostępniać jednakowy czas wszystkim kandydatom (*Equal Time Provision*). Warunkiem jest tu oczywiście posiadanie przez kandydata środków na jego zakup. Stacja nie musi bowiem udostępniać żadnemu kandydatowi czasu antenowego bezpłatnie, ale nie może odmówić sprzedaży dodatkowej ilości jednemu kandydatowi, jeśli inny dokonał podobnego zakupu. Cena ustalana jest na poziomie najniższej ceny uzyskanej przez tego samego nadawcę od jakiegokolwiek reklamodawcy komercyjnego w okresie poprzednich 45 dni. Zasada ta nie cieszy się popularnością nadawców elektronicznych, gdyż czas antenowy często sprzedawany jest nadawcom komercyjnym po niższej stawce na zasadach sprzedaży związanej.

Pojawiały się propozycje nałożenia na nadawców elektronicznych obowiązku bezpłatnego udostępniania czasu antenowego kandydatom do najwyższego urzędu jako swego rodzaju wypełnienia przez nadawców misji, o której mowa w ustawie z 1934 roku, ale propozycje te nigdy nie zostały wprowadzone w postaci przepisów prawnych. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych eksperymentowano z takim rozwiązaniem i wydawało się, że Ameryka być może pójdzie tu w ślady Europy⁵. Tak się jednak nie stało. Co więcej, niektóre badania wskazują, że obecne rozwiązanie nie wzbudza sprzeciwu większości obywateli.

Regulacja treści przekazów o charakterze politycznym jest w USA znacznie bardziej ograniczona niż w Europie. Jak wspomniano, nadawcy nie mają możliwości cenzury treści reklamy politycznej. Nie istnieje także żadna komisja, która

³ Podrozdział ten w zasadniczej części oparty jest na T. Płudowski (2005a).

⁴ Telewizja publiczna (PBS) powstała w USA dwadzieścia lat po powstaniu telewizji komercyjnych (CBS, NBC, ABC), a nie odwrotnie, jak miało to miejsce w Europie, i do dziś pozostaje na marginesie rynku medialnego.

⁵ L. L. Kaid, komunikat, konferencja „Images of politics”, Uniwersytet w Amsterdamie, październik 1997.

sprawdzałyby czy treść przekazu nie łamie prawa. Zasada wolności słowa z pierwszej poprawki do konstytucji ma pierwszeństwo. Wolność mediów obejmuje również całkowitą swobodę zasad, na których i nadawcy elektroniczni, i prasa przekazują informacje w trakcie kampanii. Nie istnieje żaden przepis wymagający, by media informowały w sposób obiektywny czy zrównoważony, choć oczywiście zasada obiektywizmu jest podstawowym, przez niektórych uznawanym za niedoścignionym, celem etycznym dziennikarzy. Amerykańskie media należą do najbardziej wolnych od regulacji prawnych. Podczas wyborów w roku 2004 po raz pierwszy reklamy zobowiązane były przez FCC do ujawnienia osoby czy organizacji stojącej za nimi.

Rys historyczny

W roku 1952 telewizja została wykorzystana w wyborach przez Dwighta D. Eisenhowera, który nagrał 40 dwudziestosekundowych reklam nadanych w ostatnich tygodniach kampanii wyborczej. Pomimo że jego przeciwnik korzystał z usług innej agencji, powiedział: „Idea, że można reklamować kandydatów do najwyższych urzędów jak płatki śniadaniowe, że można zbierać głosy jak opakowania jest, jak sądzę, najwyższą zniewagą dla procesu demokratycznego” (Fox 1984: 310).

W początkowej fazie polityki telewizyjnej konsultanci od reklamy odgrywali mniejszą rolę, nadzorowali oświetlenie, makijaż oraz scenografię. Stopniowo uzyskali samodzielny status. W latach sześćdziesiątych byli już tak wpływowi jak konsultanci polityczni.

Republikański kandydat na urząd prezydenta z roku 1960 Richard Nixon był pierwszym amerykańskim prezydentem, który doświadczył zarówno pozytywnej, jak i destrukcyjnej siły telewizji. Zgodził się na wystąpienie w serii debat telewizyjnych ze swym demokratycznym oponentem, Johnem F. Kennedy, ale na ekranie sprawiał wrażenie jego całkowitego zaprzeczenia. JFK prezentował się jako młody, inteligentny, atrakcyjny i pewny siebie polityk. Opalony i zrelaksowany, JFK ubrany był w ciemnogrnatowy garnitur, który dobrze kontrastował z szarym tłem studia. Nixon, przeciwnie, ubrany w szary garnitur, odpychał wyborców niepewnym wzrokiem, silnym poceniem się i niedogoleniem (tzw. *five-o'clock shadow*, czyli wieczorny zarost). Słynne już dzisiaj jest to, że słuchacze radiowi wyżej oceniali Nixona (na podstawie samych argumentów), a telewidzowie przyznali zwycięstwo Kennedy’emu. Zwyciężył, jak wiemy, JFK, choć niewielką liczbą głosów.

Przy kolejnym podejściu do prezydentury osiem lat później Nixon wynajął ekspertów od mediów i reklamy, którzy pomogli mu wypracować przyjazny wizerunek. Śledzący od wewnątrz całą kampanię Nixona dziennikarz Joe McGinniss stwierdził, że bez wątpienia polityka amerykańska żywi się teraz wizerunkiem telewizyjnym, a nie kwestiami programowymi. McGinniss uważał, że kwestie czysto polityczne i programowe są zbyt specjalistyczne dla większości wyborców. Wymagają wysokiego stopnia koncentracji, wiedzy i dyscypliny oraz wysiłku in-

telektualnego, by mogli je zrozumieć i się do nich ustosunkować. McGinniss był zdania, że to dla przeciętnego wyborcy zbyt wiele. Richard K. Price, wcześniejszy redaktor „New York Herald Tribune” oraz autor najlepszych wystąpień Nixona w kampanii 1968 roku, stwierdził: „naturalnym ludzkim odruchem jest wspieranie uprzedzeń, nie formowanie opinii” (DiClerico 1989: 107). To nie poglądy polityka wyborcy chcą poznać, lecz raczej jego osobowość. W większości nie dbają o to, co myśli, tylko jak wygląda i jakie sprawia wrażenie. Telewizja jest więc doskonałym medium dla polityków, którzy są czarujący, ale brak im poglądów.

Osiem lat po słynnej porażce Nixona jego konsultanci zapewnili mu sukces. Podsunęli mu słowa, które pokazały jego emocjonalne zaangażowanie w kwestie o kluczowym znaczeniu dla wyborców, znaleźli (lub stworzyli) właściwe tło dla wystąpień, prezentując go w sytuacjach, które wyglądały naturalnie, mimo że takimi nie były. Można by sądzić, że pracownicy Nixona mieli ciężki orzech do zgryzienia – zmienienie pięćdziesięcioletniego człowieka nie może być łatwe. Chodzi jednak o to, że wcale nie musieli go zmieniać. Jak to wyraził Price:

Musimy to jasno powiedzieć: reakcja dotyczy wizerunku kandydata, nie jego samego [...] Nie liczy się to, co jest, ale to, co jest projektowane. Idąc krok dalej, liczy się nie to, co kandydat projektuje, ale co widz odbiera. To nie człowieka musimy zmienić, ale wrażenie odbiorców. A to wrażenie często zależy bardziej od samego środka przekazu i jego wykorzystania niż od kandydata (DiClerico 1989: 107).

Świadomość Amerykanów dotycząca tworzenia wizerunku kandydata w amerykańskich wyborach oraz dziennikarskie dociekania na ten temat sięgają czasu powstania książki McGinnissa. Wcześniej tylko wyjątkowo kontrowersyjne klipy zwracały na siebie uwagę dziennikarzy i wyborców. Wyprodukowana w 1964 roku przez słynnego Tony Schwartza dla Lyndona Johnsona *Stokrotka*, została nadana tylko raz. Protesty, jakie wzbudziła spowodowały usunięcie reklamówki z anteny, ale jej wpływ nie został ograniczony. Telewizyjne programy informacyjne zaczęły ją omawiać, a nawet przedstawiać w części lub całości jako *news*, a więc przeszła z mediów płatnych do bezpłatnych, co dla kampanii Johnsona było sukcesem: oznaczało bowiem nie tylko oszczędności, ale także szerszy oddźwięk i wiarygodność, łączoną tradycyjnie (przynajmniej wtedy) z programami informacyjnymi.

Z czasem konsultanci medialni zaczęli podejmować strategiczne decyzje dotyczące całych kampanii, spychając doradców politycznych na drugi plan. Klipy Reagana, np. słynny *Poranek w Ameryce* mistrzowsko kojarzyły go z dostatkiem, szczęściem, jednością i rodziną. Były bezbłędnie wyprodukowane i od strony wizualnej porównywalne z najlepszymi filmami hollywoodzkimi. Jednocześnie nie zawierały konkretnych treści merytorycznych, co – jak wskazują badania empiryczne – jest w przypadku amerykańskiej reklamy powszechne (Płudowski 2004a). Obraz brał górę nad treścią werbalną, niezwykle ogólnikową.

Tak jak reklama przyczyniła się do popularności Reagana w latach osiemdziesiątych, tak spowodowała upadek Dukakisa w roku 1988, podczas jednej z najbardziej nieuczciwych i negatywnych kampanii w powojennej historii USA. Na

początku kampanii Dukakis miał wyraźną przewagę w badaniach opinii publicznej, ale po serii ataków odwołujących się do strachu (reklamówki *Willie Horton*, *Revolving Door* i *Boston Harbor*) lub ośmieszających go (*Tank ad*) Bush wygrał z dużą łatwością. W jednej z najbardziej pamiętnych reklam wyśmiewano Dukakisa jako przyszłego dowódcę sił zbrojnych, pokazując zdjęcia, na których wystawia on niepewnie głowę z obracającego się bez końca czołgu. Obraz był zabawny i mógł łatwo utkwąć w pamięci.

Znacznie poważniejszym oskarżeniem była seria reklam związanych z Willie Hortonem, skazanym na dożywocie gwałcicielem i przestępcą o czarnym kolorze skóry. Dzięki polityce weekendowych przepustek wychodził on od czasu do czasu na wolność. Podczas jednej z tych przepustek zgwałcił białą kobietę i zabił jej chłopaka. Winą za wypuszczenie go na przepustkę obarczono Dukakisa jako gubernatora stanu. W tym samym czasie nadano reklamę „Drzwi obrotowe” ukazującą więźniów przechodzących przez tytułowe drzwi w więzieniu. Było to celowa zachęta do odczytania ich intertekstualnie z reklamą dotyczącą Willie Hortona. U widzów powstawało często nie całkiem uświadomione wrażenie, że na skutek polityki Dukakisa więzienia Massachusetts opuszczają setki Murzynów, którzy gwałcą białe kobiety, podczas gdy w rzeczywistości miał miejsce jeden taki przypadek i to całkowicie nie związany z Dukakisem, albowiem polityka przepustek weekendowych weszła w życie za sprawą podpisu złożonego przez jego republikańskiego poprzednika. Reklamy wykorzystywały rasistowskie uprzedzenia Amerykanów i strach przed przestępczością w sposób wyjątkowo umiejętny i perfidny, gdyż poprzez intertekstualność oskarżenie powstawało w głowie odbiorcy, nie padało *expressis verbis* z ust przeciwnika (Jamieson 1992).

Świadoma manipulacji prasa zaczęła po kampanii roku 1988 umieszczać stałą kolumnę zajmującą się analizą prawdziwości twierdzeń zawartych w reklamach kandydatów. Niektóre badania pokazują jednak, że poprzez powtarzanie nieprawdziwych twierdzeń media przyczyniają się jedynie do ich popularyzacji i uprawdopodobnienia.

Forma reklamy

Na przestrzeni pięćdziesięciu lat amerykańska telewizyjna reklama polityczna ewoluowała, także pod względem preferowanej przez kandydata i jego konsultantów formy (Devlin 1986). W roku 1960 Kennedy i Nixon wykorzystywali przede wszystkim reklamy typu „gadające głowy”. Wybory w 1964 roku w większości oparte były na reklamie negatywnej. Cztery lata później na skutek wprowadzenia telewizji kolorowej popularność zdobyła reklama oparta na atrakcyjnym obrazie (*visual ads*). W roku 1972 reklamy stosowały bardziej skomplikowane techniki produkcyjne, w tym częste szczególnie u McGoverna *cinema verite*. Kampania roku 1976 wykorzystywała całą gamę reklam, a cztery lata później Reagan posługiwał się przeważnie reklamami przypominającymi od strony formalnej film dokumentalny. Kampania roku 1988 znowu oparta była przede wszystkim na oskar-

zeniach, wykorzystywała przy tym manipulację kolorem (przejście od obrazu kolorowego do szarości i czerni i skonstrastowanie jej z kolorem) i dźwiękiem (np. złowieszcze odgłosy). Rok 1992 zapamiętany został przede wszystkim jako rok „info-reklam” (*infomercials*) Rossa Perota, co akurat stanowiło jeden z niewielu niekontrowersyjnych aspektów reklamy. Perot przemawiał po prostu na temat polityki społecznej, wspierając się trzymanymi w ręku wykresami (najdłuższa reklama trwała 30 minut). Każda następna kampania była już pełna reklamy negatywnej, często dotyczyła charakteru przeciwnika i/lub opierała się na kłamstwie (np. *Swift Boat Veterans for Truth* w roku 2004, zob. Płudowski 2005a).

Funkcja reklamy telewizyjnej

Bez względu na wysiłki kandydata nie jest on w stanie w trakcie kampanii spotkać się osobiście nawet z 1% wyborców (Nader 2002). Podstawowym sposobem komunikacji z elektoratem pozostają media ulegające radykalnej fragmentacji. Ponieważ czytelnictwo gazet oraz widownia programów informacyjnych nieustannie się zmniejszają (Płudowski 2005b), media elektroniczne nie zapewniają bezpłatnego czasu antenowego, a dodatkowo tzw. *soundbite* skurczył się w drugiej połowie XX wieku do prawie 10 sekund w kampanii roku 1988 (Hallin 1992), a w roku 1996 osiągnął nawet poziom 7,2 sekundy (Stephens 1996), kandydatowi pozostaje reklama telewizyjna. Dodatkowo, jako jedyna forma komunikacji masowej umożliwia mu ona całkowitą kontrolę nad treścią przekazu, a więc definiowanie kluczowych kwestii wyborczych. Obecnie profesjonalnie prowadzona kampania polityczna około 75% swojego budżetu przeznaczają na kontakt z wyborcami, najczęściej w postaci reklamy telewizyjnej (Strother 1999). Większość tej sumy pochłania zakup czasu antenowego od nadawców.

Badania pokazują, że kampanie wyborcze ulegają transformacji w kierunku zdobycia przez kandydatów coraz większej kontroli nad przekazem. Przed erą info-rozrywki⁶, polityki prowadzonej w programach typu talk show, w Internecie oraz poprzez wywiady satelitarne z małymi mediami lokalnymi, jedynym środkiem umożliwiającym całkowitą kontrolę przekazu była reklama telewizyjna. Do dziś pozostaje podstawowym środkiem porozumiewania się kandydatów z wyborcami.

Najbardziej oczywistym dowodem wagi tego środka komunikacji społecznej są rosnące z kampanii na kampanię wydatki. W roku 1980 Carter i Reagan wydali 16 mln dolarów na reklamę, w roku 1992 trzech kandydaci: Bush, Clinton i Perot wydali łącznie 133 mln (Devlin 1995). Cztery lata później suma wydatków kampanii trzech głównych kandydatów Clintona, Dole’a i Perrota sięgnęła 200 mln (Devlin 1997), a w roku 2000 kampanie Busha i Gore’a kosztowały 240 mln (Devlin 2001). Kampania roku 2004 z łatwością przekroczyła i ten pułap.

Co więcej, wydatki na reklamę w trakcie prawyborów także rosną lawinowo, co nie pozostaje bez konsekwencji dla całego procesu wyborczego. Ze swej

⁶ *Infotainment*, czyli połączenie informacji i rozrywki.

natury prawyборы obejmują wielu relatywnie słabo znanych kandydatów ubiegających się o poparcie niewielkiej grupy wyborców. Przebieg tych zawodów ma podstawowe znaczenie dla całej kampanii poprzez nadanie kandydatom etykietek, które z kolei decydują o ilości i tonie późniejszych relacji. Konkurencja w trakcie prawyborów jest tak silna, że kandydaci wydają kilkadziesiąt dolarów na uzyskany głos.

Poza stale rosnącymi wydatkami znaczenie reklamy znajduje odzwierciedlenie w pełnionych przez nią funkcjach. Od połowy lat siedemdziesiątych istnieje opracowana przez doradców republikańskich strategia wykorzystania reklamy telewizyjnej w kampanii (Bryant 1995).

Po pierwsze, reklama buduje markę kandydata, rozumianą jako szeroka rozpoznawalność nazwiska (*name recognition*). Funkcja ta ogranicza się jednak jedynie do wstępnych etapów kampanii.

Po drugie, reklama wykorzystywana jest do zdefiniowania lub przededefiniowania wizerunku kandydata rozumianego jako zespół cech z nim kojarzonych. W związku z wynikami badań wskazującymi, że w przypadku wielu wyborców wizerunek kandydata decyduje w większym stopniu o decyzji poparcia go lub nie niż prezentowany program, nie mogą dziwić wysiłki nakierowane na poprawę wizerunku. Decyzja wyborcza oparta na jego ocenie jest łatwiejsza niż decyzja oparta na analizie kwestii programowych. Ta pierwsza możliwa jest na podstawie komunikacji niewerbalnej, ta druga wymaga wysiłku intelektualnego, pewnego poziomu wiedzy, czasu i uwagi.

Po trzecie, mimo całej krytyki amerykańska reklama polityczna jest również wykorzystywana do przekazania wyborcom informacji o programie wyborczym kandydata. Większość wyborców nie pamięta ani jednego szczegółu programu wyborczego kandydata, na którego głosowała, ale kwestie programowe (*issues*) odgrywają pewną rolę w kampanii. Niektóre zagadnienia, np. aborcja czy dostępność broni, polaryzują elektorat do tego stopnia, że dla części wyborców wszystko inne przestaje się liczyć. Poglądy kandydata na temat zagadnień merytorycznych i wizerunek kandydata są ze sobą nierozzerwalnie związane, gdyż te pierwsze mogą się stać częścią wizerunku właśnie. W 1988 w trakcie konwencji George Bush obiecał z emfazą nie podnosić żadnych podatków, ani nie wprowadzać nowych, po czym wprowadził jedno z najwyższych podwyżek podatków w historii USA. Cztery lata później przeciwnik Busha, Bill Clinton, w swojej kampanii wyemitował całą serię reklam pokazujących Busha składającego tę obietnicę (*Read my lips, no new taxes*). W tym przypadku merytoryczna decyzja Busha wpłynęła na jego wizerunek jako osoby niewiarygodnej.

Po czwarte wreszcie, reklama telewizyjna służy atakowi na kontrkandydata. Mimo zdecydowanego braku aprobaty wyborców dla reklamy negatywnej badania wskazują, że jest ona przez nich dobrze pamiętana, a konsultanci twierdzą, że najczęściej działa. Niestety, reklama negatywna ma również szkodliwe skutki uboczne dla demokracji w postaci zwiększenia wśród obywateli cynizmu wobec polityki i najprawdopodobniej podwyższenia poziomu absencji wyborczej (Anslabehere & Iyengar 1995).

Reklama wykorzystywana jest także do odpowiedzi na atak, czyli obrony przeszłości czy poglądów kandydata. W ostatnich latach daje się odnotować wyraźny wzrost popularności tej funkcji reklamy w USA. Jeszcze w roku 1988 kandydatom doradzano, by ignorowali ataki przeciwników, bo poprzez ustosunkowanie się do nich jedynie je legitymizują. Wtedy właśnie, stosując się do tej zasady, Dukakis zbyt późno odpowiedział na oskarżenia Busha o to, że jest „liberalny w sprawach przestępczości”, co ostatecznie przyczyniło się do jego przegranej. Aktualnie odpowiedź polityka na atak poprzez reklamę jest powszechnie przyjęta; przyjmuje formę zaprzeczenia, wyjaśnienia, przeprosin lub kontrataku.

Skutki wprowadzenia telewizji do procesu politycznego

Telewizja pozostaje głównym źródłem informacji dla większości obywateli. Wśród badaczy istnieje zgoda co do głównych konsekwencji wkroczenia telewizji w amerykańskie procesy polityczne. Według Doris Graber (1997) cztery skutki tego zjawiska są szczególnie ważne. Otóż, era telewizji przyczyniła się, lub co najmniej towarzyszyła, schyłkowi znaczenia partii politycznych. Z racji bezpośredniego dostępu do wyborców poprzez telewizję oraz inne media kandydaci nie potrzebują już pomocy partii. Mogą sami zebrać pieniądze i zbudować własne struktury organizacyjne, co niewątpliwie przyczynia się do osłabienia wpływu partii. Szerokie poparcie można uzyskać relatywnie szybko (Howard Dean w 2004 lub Ross Perot w 1992), co zwiększa liczbę kandydatów oraz zachęca stosunkowo mało znane osoby do ubiegania się o urząd. Ambitni politycy nie potrzebują już latami wspinać się po drabinie struktury partyjnej, by uzyskać nominację. Z drugiej strony, w przeciwieństwie do lat czterdziestych, przynależność partyjna wyborców jest najmniej ważnym czynnikiem determinującym ich decyzję wyborczą. Większe znaczenie odgrywają osobowość kandydata oraz jego poglądy w sprawach kluczowych dla kampanii. Społeczny status wyborcy oraz jego ogólne zapatrywania polityczne zdają się odgrywać mniejszą rolę.

Media wpływają na selekcję kandydatów. By udratyzować kampanię oraz ułatwić sobie pracę poprzez zawężenie pola analizy, dziennikarze starają się na wczesnym etapie kampanii przewidzieć ostatecznych zwycięzców i przegranych. Te spekulacje często stają się później samosprawdzającymi się przepowiedniami, gdyż „zwycięzcy” uzyskują większe poparcie, a „przegranii” przestają się liczyć, co kończy się ich przedwczesnym wycofaniem się z kampanii.

Telewizja znacznie zmieniła też definicję „wybieralnego” kandydata. „Dostarczając” polityków wprost do domów wyborców, wprowadziła wymóg wizualny. Dobry kandydat musi teraz dobrze wyglądać, najlepiej by był przystojny, choć wygląd sam w sobie oczywiście nie gwarantuje sukcesu. Poza tym musi sprawiać wrażenie osoby pewnej siebie i silnej. Percepcja społeczna jest tu ważniejsza niż rzeczywistość. Mimo że cechy te zazwyczaj są wypracowywane wspólnie ze specjalistami od wizerunku i PR, wszystko ma wyglądać naturalnie. To także jednak jest wyuczone. Często mówi się na przykład, że wyglądający na zmęczonego Lin-

coln oraz poruszający się na wózku inwalidzkim Roosevelt nie mieliby w erze telewizji dużych szans. Porównanie fotografii obecnych kongresmanów z tymi sprzed lat dowodzi, że ci mniej fotogeniczni zostali już w większości wyeliminowani z polityki. Ponadto, gwiazdy filmu i estrady o przyzwoitych zdolnościach aktorskich mają dziś większe szanse niż kiedyś, czego oczywistym dowodem były wybory prezydenckie roku 1980 i 1984 oraz gubernatorskie w Kalifornii w roku 2003.

Telewizja zmieniła również sposób konstrukcji i prowadzenia kampanii wyborczych. Zaplanowane przede wszystkim z myślą o widzu telewizyjnym, współczesne kampanie są w dużym stopniu przeprowadzane w czasie największej oglądalności jako spektakle na żywo, których celem jest dotarcie do jak największej liczby odbiorców z przekazem kontrolowanym w możliwie największym stopniu przez kandydata. Konwencje dwóch największych partii, które kiedyś były miejscem prawdziwej debaty i starć ideologiczno-programowych, są obecnie zaplanowane w najdrobniejszych szczegółach i odbywają się w demograficznie pożądanym miejscu w *prime time*. Wszystkie kontrowersyjne czy krytyczne przemówienia przesuwają się na godziny niższej oglądalności, a kluczowe przemówienia pojawiają się, gdy przed telewizorami siedzi najwięcej widzów. Osoby, które mają „problem z wizerunkiem”, jak kandydat Demokratów w 1988 roku Michael Dukakis, w ogóle nie są na konwencje zapraszane.

Kierujący się chęcią zwiększenia ilości kontrolowanego przez siebie, lub choćby tylko przychylnego sobie, przekazu medialnego politycy dostarczają lokalnym stacjom telewizyjnym uważnie przygotowane, „lekkostrawne” oraz bezpłatne materiały video typu PR, dające się natychmiast i w całości wykorzystać jako programy informacyjne. Zjawisko to ma miejsce zarówno w trakcie wyborów, jak też w przypadku urzędującego prezydenta, który stara się zdobyć poparcie dla swojej polityki (Alterman 2005). Inną, nową, technologicznie uwarunkowaną wyborczą strategią komunikacyjną jest udzielanie przez kandydatów wywiadów małym, lokalnym stacjom telewizyjnym poprzez satelitę. Nie tylko obniża to koszty kampanii, ale także zapewnia przychylniejsze traktowanie przez dziennikarzy, którzy z reguły nie dostępują takiego zaszczytu, a także nie są tak dobrze przygotowani jak dziennikarze mediów ogólnokrajowych zajmujący się tą tematyką na bieżąco.

Wpływ reklamy

Analiza roli reklamy w amerykańskich wyborach nie byłaby kompletna bez przedstawienia wyników badań dotyczących skutków jej stosowania. Ostatecznym celem reklamy jest oczywiście wpłynięcie nie tylko poznawczo czy emocjonalnie na odbiorcę, ale przede wszystkim zmiana jego zachowania. Jednym ze sposobów badania skuteczności reklamy stosowanym szczególnie często na Madison Avenue było, i do pewnego stopnia nadal jest, badanie ile osób daną reklamę pamięta (*ad recall*). Według Swansona (1973) wynik takich badań w amerykańskich wyborach często sięgał 75%. Niestety, w powodzi sprzecznych przekazów i informacji po-

chodzących z różnych mediów, reklam i kontaktów osobistych wyizolowanie i zmierzenie wpływu pojedynczej reklamy nie jest właściwie możliwe w sposób miarodajny. Można oczywiście prowadzić badania w warunkach laboratoryjnych, ale ze względu na nienaturalność nie mogą one przynieść ostatecznej i rzetelnej odpowiedzi. Wpływ reklamy badany jest także poprzez analizę fluktuacji poparcia kandydatów w badaniach opinii społecznej, ale tu także nie da się oddzielić wpływu badanej reklamy od wpływu interpersonalnego czy wpływu mediów bezpłatnych.

Analizując kampanię roku 1972, Patterson i McClure (1973) odkryli, że wprawdzie reklama nie wpłynęła w znaczący sposób na wizerunek kandydatów, ale miała silny wpływ edukacyjny na tych, którzy mieli z nią częsty kontakt. Innymi słowy, wyborcy wiele dowiedzieli się z niej na temat kandydatów w kwestiach programowych. najwyraźniej było to widoczne w przypadku wyborców, którzy nie czerpali informacji z innych źródeł, a więc tych mniej zainteresowanych polityką.

Jednym z aspektów reklamy, który wywołał wiele krytyki w USA, było oskarżenie jej o promowanie wizerunku kandydatów kosztem kwestii programowych (zobacz Płudowski 2004b). Kaid i Sanders (1978) dowiedli, że reklama oparta na wizerunku jest lepiej zapamiętywana przez wyborców, a reklama merytoryczna skutkuje lepszą oceną kandydatów. Tak więc kandydaci często stosują tę pierwszą, by skutecznie oczernić przeciwnika, a tę drugą, by poprawić własny wizerunek. Obie ścieżki reklamy zazwyczaj idą całkiem osobno i mają innych narratorów. Informacji negatywnych dostarczają osoby trzecie, a kandydat występuje w reklamach pozytywnych, do pewnego stopnia merytorycznych, które podwyższają jego ocenę wśród wyborców i sprawiają, że wygląda „prezydencko”.

Podsumowując: z punktu widzenia polityka i jego doradców podstawową zaletą reklamy jest to, że może ona odwrócić tendencję wyborców do odbierania w większości jedynie przekazów, z którymi się zgadzają (tzw. *selective exposure*). Reklama jest również skutecznym środkiem przekazywania prostych informacji na temat kandydatów, pod warunkiem częstego ich powtarzania. Największy wpływ ma przy małej frekwencji oraz w odniesieniu do wyborców niezdecydowanych i nie czerpiących informacji z innych źródeł. Reklama jest też w stanie wpłynąć na zdefiniowanie agendy wyborczej (o co chodzi w tych wyborach?) zarówno dla wyborców, jak i dziennikarzy. Jest w tym niezastąpiona, w USA pozostaje jedynym środkiem na taką skalę. Środowisko medialne jest tak przesycone reklamą, zarówno komercyjną, jak polityczną, że żaden kandydat nie może jej zignorować. Posłużenie się reklamą nie zawsze przynosi zamierzony skutek, ale jej niestosowanie w kampanii na szczeblu prezydenckim jest nie do pomyślenia i byłoby potraktowane jako samobójstwo.

Bibliografia

- Alterman, E. (2005, May 9), *Bush's war on the press*, "The Nation", p. 11-20.
Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (1995), *Going negative: how ads shrink and polarize the electorate*, New York.

- Bryant, J. (1995), *Paid media advertising*, [w:] J. A. Thurber, & C. J. Nelson (eds.), *Campaigns and elections American style*, Boulder.
- Denton, R. E., Jr. (ed.) (2002), *The 2000 presidential campaign. A communication perspective*, Westport.
- Devlin, L. P. (1986), *An analysis of presidential television commercials, 1952-1984*, [w:] L. L. Kaid, D. Nimmo, & K. R. Sanders (eds.), *New perspectives on political advertising*, Carbondale.
- Devlin, L. P. (1995), *Political commercials in American presidential elections*, [w:] L. L. Kaid & C. Holtz-Bacha (eds.), *Political advertising in Western democracies. Parties and candidates on television*, Thousand Oaks, p. 186-205.
- Devlin, L. P. (1997), *Contrasts in presidential campaign commercials of 1996*, "American Behavioral Scientist" 40, p. 1058-1084.
- Devlin, L. P. (2001), *Contrasts in presidential campaign commercials of 2000*, "American Behavioral Scientist" 44, p. 2338-2369.
- Diamond, E., & Bates, S. (1993), *The spot*, Cambridge.
- DiClerico, R. (1989), *Points of view*, New York.
- Fox, S. (1984), *The mirror makers: A history of American advertising and its creators*, New York.
- Friedenberg, R. V. (1997), *Communication consultants in political campaigns*, Westport.
- Graber, D. A. (1997), *Mass media and American politics*, (5th ed.), Washington.
- Grossman, L. K. (1995), *The electronic republic*, New York.
- Hallin, D. (1992), *Sound bite news: Television coverage of elections, 1968-1988*, "Journal of Communication", vol. 42, p. 5-24.
- Jamieson, K. H. (1986), *The evolution of political advertising in America*, [w:] L. L. Kaid, D. Nimmo, & K. R. Sanders (eds.), *New perspectives on political advertising*, Carbondale, p. 1-20.
- Jamieson, K. H. (1992), *Dirty politics*, New York.
- Jamieson, K. H. (1996), *Packaging the presidency*, (3rd ed.), New York.
- Kaid, L. L. (1981), *Political advertising*, [w:] D. D. Nimmo & K. R. Sanders (eds.), *Handbook of political communication*, Beverly Hills, p. 249-271.
- Kaid, L. L. (2004), *Political advertising*, [w:] L. L. Kaid (ed.), *Handbook of political communication research*, Mahwah, p. 155-203.
- Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (eds.) (1995), *Political advertising in Western democracies. Parties and candidates on television*, Thousand Oaks.
- Kaid, L. L., & Sanders, K. R. (1978), *Political television commercials: An experimental study of type and length*, "Communication Research", vol. 5, p. 57-70.
- Maltese, J. A. (1994), *Spin control*, (2nd ed.), Chapel Hill.
- McGinniss, J. (1969), *The selling of the president 1968*, New York.
- Nader, R. (2002), *Crashing the party: How to tell the truth and still run for president*, New York.
- Patterson, T. E., & McClure, R. D. (1973), *Political advertising: Voter reaction to televised political commercials*, Princeton.

- Płudowski, T. (1999), *Political advertising in two cultures: A comparative content analysis of presidential campaign television broadcasts in the United States and Poland*, rozprawa doktorska, Instytut Socjologii, Uniwersytet Łódzki.
- Płudowski, T. (2004a), *How television serves the American electorate: The message of US political advertising*, "Studia Polityczne", vol. 16, p. 291-301.
- Płudowski, T. (2004b), *Televised political advertising research in the US*, "Ad Americam: A journal of American studies", Kraków, vol. 5.
- Płudowski, T. (2005a), *Media masowe w amerykańskich wyborach prezydenckich 2004 roku*, [w:] B. Dobek-Ostrowska, *Kampania wyborcza: marketingowe aspekty komunikowania politycznego*, Wrocław.
- Płudowski, T. (2005b), *Dziennikarstwo i środki masowego przekazu w rynkowym społeczeństwie demokratycznym: Krytyka modelu amerykańskiego*, [w:] S. Mocalek (ed.), *Dziennikarstwo, media, społeczeństwo*, Warszawa.
- Schwartz, T. (1973), *The responsive chord*, New York.
- Stephens, M. (1996, September/October), *On shrinking soundbites*, "Columbia Journalism Review".
- Strother, D. (1999), *Television ads*, [w:] D. D. Perlmutter (ed.), *The Manship School guide to political communication*, Baton Rouge, p. 186-195.
- Swanson, D. (1973), *Political information, influence and judgement in the 1972 presidential campaign*, "Quarterly Journal of Speech", vol. 59, p. 130-142.
- Wood, S. C. (1990), *Television's first political spot ad campaign. Eisenhower answers America*, "Presidential Studies Quarterly", vol. 20, p. 265-283.

Małgorzata Winiarska

OBRAZ POLSKIEJ POLITYKI NA ŁAMACH PRASY AUSTRIACKIEJ

Układy, znajomości, korupcja, oszustwa, afery i skandale – tak widzą polską politykę Polacy. By się o tym przekonać wystarczy sprawdzić wyniki badań opinii publicznej, które informują o niskim poziomie zaufania do polityków, niskiej ocenie działalności parlamentu i prezydenta oraz negatywnym stosunku do rządu i opozycji¹. Wystarczy też wziąć do ręki polską prasę, by dowiedzieć się, że Polska to „Łapówkoland” i że „Polityka sięgnęła bruku”, przeczytać o tym, „Kto i jak trzyma władzę” i zapoznać się z „Raportem o stanie afer”².

Warto teraz zadać pytanie, czy również za granicą też jest taki obraz polskiej polityki, czy i tam postrzegana jest równie negatywnie. W tym artykule spróbuję odpowiedzieć na te pytania. Przedmiotem moich rozważań jest wizerunek Polski w Austrii. Materiału do analizy dostarczyły mi dwa austriackie dzienniki – „Der Standard” i „Die Presse”. Są to tzw. dzienniki prestiżowe (*quality papers*) i mimo że ich udział w austriackim rynku prasowym jest niewielki, kształtują one w znacznym stopniu opinię publiczną³.

Dzienniki te stanowią ciekawy materiał do badań także dlatego, że na ich łamach często można znaleźć artykuły relacjonujące wydarzenia z Polski, chociaż Austria nie jest dużym państwem w Europie i nie sąsiaduje z Polską.

¹ <http://www.cbos.com.pl>. Szerzej na temat sondaży opinii publicznej odnośnie polskiej polityki – ich analiza i komentarz: K. Łabędź, *Społeczeństwo polskie wobec władzy*, [w:] *Media – władza – prawo*, red. M. Magoska, Kraków 2005, s. 75-88.

² Artykuły z takimi tytułami można kolejno przeczytać we „Wprost”, „Newsweek Polska”, „Polityce”, „Gazecie Wyborczej”.

³ Badania czytelnictwa – rok 2004: „Der Standard” – 5,4%, „Die Presse” – 4,4%; rok 2003: „Der Standard” – 5,8%, „Die Presse” – 5,1% (dane za <http://www.media-analise.at>). Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Fessel GfK oraz Till & Partner *Leseranalyse Entscheidungsträger* (2003) czytelnikami tych dzienników są osoby wykształcone, pracujące najczęściej na kierowniczym stanowisku w sektorze gospodarczym lub administracyjnym.

Kwerendę wybranych tytułów przeprowadzono w wydaniach z roku 2003 (w przededniu rozszerzenia Unii Europejskiej) i z pierwszej połowy 2005 (rok po poszerzeniu). Pierwszy przedział czasowy wiąże się z podpisaniem przez Polskę Traktatu Akcesyjnego (Ateny 16.04.2003), z referendum unijnym w Polsce (7–8.06.2003) i polskim „umieraniem za Niceę” (Bruksela 12–13.12.2003). Z kolei w pierwszej połowie 2005 r. Polska obchodziła pierwszą rocznicę członkostwa w UE (01.05.2005), a w UE trwały gorące debaty na temat ratyfikacji Traktatu ustanawiającego Konstytucję dla Europy; odrzucili ją w referendum Francuzi (29.05.2005) i Holendrzy (01.06.2005). Wymienione wydarzenia dotyczące integracji europejskiej w dużym stopniu wpłynęły zarówno na polską politykę zagraniczną, jak i wewnętrzną. W tym czasie inne wydarzenia w Polsce oddziaływały na percepcję za granicą (np. tzw. afera Rywina, sprawa PZU, Orlenu) i określały jej pozycję na arenie międzynarodowej (np. niestabilność rządów).

Analizie ilościowej i jakościowej poddane zostały wydania weekendowe „Die Presse” i „Der Standard” z uwagi na fakt, że są one z reguły kupowane przez większą liczbę osób i dłużej czytane niż te wydawane w tygodniu⁴. Jednostką analizy jest wypowiedź prasowa (np. reportaż, notatka, wywiad czy felieton). Pod uwagę wzięto wypowiedzi, w których pojawiły się słowa kluczowe, takie jak: „Polska”, „Polak”, „Polacy”, „polskie” itp., jak również nazwy polskich miast, regionów, instytucji oraz nazwiska znanych Polaków.

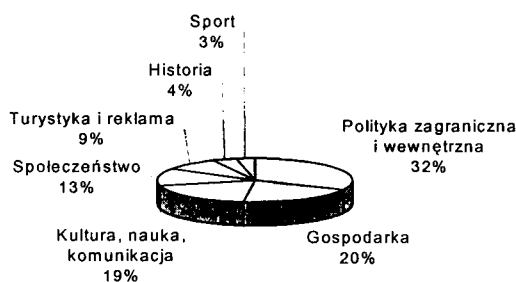
Obraz Polski

Przystępując do analizy wybranych tytułów można było oczekiwać, że Polska najczęściej będzie się pojawiać w kontekście jednoczenia się Europy, a więc jako członek jakiejś grupy (krajów Europy Środkowo-Wschodniej czy też państw kandydujących do członkostwa w Unii Europejskiej). Jednak jedynie 1/4 analizowanych wypowiedzi można zakwalifikować do tej kategorii. Reszta traktowała o Polsce jako odrębnym państwie, a nie jako części pewnego regionu. Gdy pisano o państwach przystępujących do UE, automatycznie przytaczano polskie dane ekonomiczne, opisywano polskie krajobrazy i społeczeństwo. Można powiedzieć, że Polska była przykładem wszystkich państw kandydujących do Unii, „uosabiała” Europę Środkową, a nie funkcjonowała jedynie jako część składowa tego regionu. To istotny aspekt, gdyż wynika stąd, że wizerunek Polski w istotny sposób wpływa na postrzeganie tej części Europy.

Najwięcej tekstów dotyczyło polskiej polityki zagranicznej (zwłaszcza stosunków polsko-europejskich) oraz polityki wewnętrznej. Następna pod względem liczby wypowiedzi jest tematyka gospodarcza. Kolejne miejsca zajmują informacje z dziedziny kultury, nauki, techniki. Średnie zainteresowanie budzą zagadnienia społeczne, a zamykają to spektrum historia oraz sport.

⁴ Ogółem przeanalizowano 156 numerów.

Rys. 1. Materiał prasowy analizowany ze względu na tematykę



Źródło: opracowanie własne.

Dla omawianego tematu istotne są dwie kategorie – polityka zagraniczna oraz polityka wewnętrzna (krajowa), dlatego też dalsza analiza dotyczyć będzie artykułów, które ukazały się w „Die Presse” i „Der Standard” na stronach tytułowych lub kolejnych tematycznych (Thema, International, Ausland, Europäische Union), bądź też w komentarzach w dalszych częściach tych gazet.

Analizując teksty na temat Polski, które ukazały się na łamach dzienników austriackich, można wyróżnić dwa rodzaje wypowiedzi:

- 1) obiektywne, wyważone, w których problematyka ukazana została wieloaspektowo (np. z dziedzin takich, jak kultura, nauka), lub w których przytoczone zostały argumenty obu stron (np. dotyczące historii lub gospodarki); są to z reguły materiały odredakcyjne;
- 2) stereotypowe (są to przeważnie materiały agencyjne, dotyczące problematyki społecznej i politycznej).

Większość informacji o Polsce w „Der Standard” pochodzi z agencji prasowych (APA, dpa, Reuters) oraz od korespondentów gazet niemieckich – Gabrielli Lesser i Aleksandry Föderl-Schmid. Teksty w „Die Presse” są w przeważającej mierze tworzone przez dziennikarzy tego dziennika (inaczej niż w „Der Standard”, gazeta ta posiada w Warszawie własnego korespondenta – Thomasa Rosera). Materiały ze źródeł niemieckich (agencji dpa i korespondentów niemieckich), które ukazały się w analizowanym okresie, posiadają wyraźnie negatywne zabarwienie i wysoki poziom stereotypizacji. Materiały ze źródeł austriackich – korespondenta

„Die Presse” oraz stosunkowo rzadko ukazujące się opracowania redakcyjne „Der Standard” (z reguły przygotowywane przez Josefa Kirchengasta) należą do bardziej wyważonych. Polska polityka zagraniczna gości na łamach tych dzienników porównywalnie często, jednak jeśli chodzi o politykę wewnętrzną Polski, „Die Presse”, co wynika z posiadania własnego korespondenta, zamieszcza więcej tekstów niż „Der Standard”. Tak więc można powiedzieć, że struktura redakcji obu dzienników wpływa na jakość i ilość dostarczanych informacji.

Według koncepcji Galtunga i Ruge’a przedstawianie obrazów o negatywnym zabarwieniu (*negativity*) to jeden z czynników, który zapewnia zainteresowanie daną wiadomością⁵.

Dlatego też wyraźna jest tendencja do pisania o wydarzeniach, które są negatywne – najpopularniejsze składniki sensacji prasowej to konflikt, kontrowersja, agresja, rozpad czy śmierć. Nie tylko treść, ale również forma przekazu jest tutaj istotna. Coraz rzadziej można dziś znaleźć w mediach przekazy, których język pozbawiony jest emocji, a ton relacji spokojny. Formułowanie wyważonych opinii mających nienaganną formę językową należy we współczesnej prasie do rzadkości, „odbiorca może więc odnieść wrażenie dominacji retoryki ostrego konfliktu [...], impulsywnych oskarżeń, jednoznacznych kwalifikacji, języka żywiącego się kontrastami i ostrymi opozycjami, sięganie po środki z najwyższego rejestru emocji i ocen⁶.”

Atrakcyjność materiałowi dziennikarskiemu zapewniają zatem tematy negatywne lub negatywnie wartościowane (w myśl zasady *bad news is a good news*) oraz odwoływanie się do emocji odbiorcy. Według tej zasady pisane są również teksty o Polsce w prasie austriackiej. Wystarczy spojrzeć na niektóre tytuły artykułów czy słownictwo, za pomocą którego opisuje się wydarzenia w Polsce.

Oto przykładowe tytuły artykułów o Polsce:

Beteiligung gegen Bestechung (Udziały za łapówkę)
Polen: Sejm untersucht Korruption (Polska: Sejm prowadzi dochodzenie w sprawie korupcji)
Regierungskrise in Polen (Kryzys rządowy w Polsce)
Unmut über US-Propaganda (Niezadowolenie z propagandy Stanów Zjednoczonych)
Kein Geld für die eigene Geschichte (Brak pieniędzy na własną historię)
Zu zweit gegen die Mafia (W dwójkę przeciwko mafii)
Polens Dauerkrise (Ciągły kryzys w Polsce)
Ein gelähmtes Land (Sparaliżowany kraj)⁷.

Obraz polskiej polityki zagranicznej

Artykuły o Polsce zdominowane były w 2003 r. przez dwa główne tematy: poparcie przez rząd polski amerykańskiej polityki wobec Iraku oraz rozszerzenie Unii Europejskiej (zwłaszcza polska walka o nicejski system głosowania w Radzie UE);

⁵ Por. D. McQuail, *Mass Communication Theory*, London 2000, s. 341 i nast. (primary news values in Western media: negativity, closeness, personification, drama and action, etc.).

⁶ G. Majkowska, *O języku mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków, 2000, s. 233.

⁷ Można powiedzieć, że średnio na dziesięć wypowiedzi o Polsce aż osiem ma tytuły o negatywnym zabarwieniu.

w 2005 r. – przez polską politykę wobec wschodnich sąsiadów (przede wszystkim wobec Ukrainy, ale też Białorusi i Rosji) oraz przez osobę Aleksandra Kwaśniewskiego.

Przed wstąpieniem Polski do Unii Europejskiej, w latach 90., bardzo silnie akcentowano w prasie austriackiej stosunki polsko-niemieckie. Teraz wypowiedzi na ten temat są bardzo sporadyczne. Problematyka polsko-niemieckich związków zastąpiona została prawie wyłącznie analizą powiązań polsko-amerykańskich. Już w 2000 roku „stosunkowo często pisano o specjalnym stosunku Polski do Stanów Zjednoczonych”, jednak wtedy „o polskiej polityce zagranicznej pisano jedynie sporadycznie, najczęściej przy okazji ważnych wydarzeń”⁸. Dopiero w następnych latach, gdy wejście Polski do Unii stało się faktem oraz gdy problematyka stosunków polsko-amerykańskich zaczęła być coraz istotniejsza w polityce europejskiej, polska polityka zagraniczna pojawia się na łamach austriackich gazet coraz częściej. Jest to związane ze znaną regułą, iż zagraniczne wiadomości dotyczą bliskich, bogatych i wpływowych państw, narodów⁹. Rozszerzenie Unii uczyniło z Polski państwo „bliskie”, którego problemami należy się zainteresować. Stosunki polsko-amerykańskie (rola i wpływ bogatych, silnych Stanów Zjednoczonych na polską politykę) były bardzo mocno eksponowane w austriackich gazetach.

Wiele tekstów poświęcono pozycji Polski na arenie międzynarodowej, zwłaszcza roli, jaką pełni bądź też będzie pełnić w polityce europejskiej. W niektórych artykułach pojawiały się nawet sformułowania o „powrocie” Polski na scenę polityki światowej. Jednakże relatywnie mało pisano na łamach „Die Presse” i „Der Standard” o Polsce w związku z pracami Konwentu Europejskiego, projektem ustawy konstytucyjnej czy reformą instytucji unijnych. Dopiero w grudniu 2003 r. pojawiły się obszerniejsze teksty na temat polskiego stanowiska wobec systemu podejmowania decyzji w przyszłej UE. Bardzo mało tekstów informowało o działaniach Polaków w Iraku, udzielanej przez nas pomocy i tamtejszej polskiej strefie. W kontekście wojny w Iraku pojawiały się raczej wypowiedzi mówiące o poparciu Stanów Zjednoczonych, a nie udziale w wojnie, czy też odbudowie Iraku, jak to miało miejsce w przypadku Wielkiej Brytanii i Hiszpanii.

Sojusz Polski ze Stanami Zjednoczonymi – list „nowej Europy”, list ośmiu – oraz poparcie wojny w Iraku i udział w działaniach militarnych spowodowały, iż w prasie austriackiej, a więc w prasie państwa należącego do „starej Europy”, zaczęły pojawiać się artykuły mówiące o Polsce w sposób krytyczny, a nawet ironiczny. Ilustracją mogą być materiały z wydania „Der Standard” z końca stycznia 2003. Pierwsze pięć stron zajmują obszerne teksty o stosunkach Stany Zjednoczone – Europa (specjalny temat wydania). Strony te przyciągały uwagę czytelnika, gdyż po raz pierwszy gazeta zastosowała nowy chwyt reklamowy: zamiast kolorowych zdjęć, które zazwyczaj ilustrują teksty pojawiły się puste ramki¹⁰. W artykule *Ein transatlantisches Drama in drei Akten* (Transatlantycki dramat w trzech ak-

⁸ A. Popko, *Wizerunek Polski w prasie austriackiej*, [w:] *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej*, red. M. Warchał, Warszawa 2002, s. 15 i nast.

⁹ Por. D. McQuail, *Mass Communication Theory...*, s. 322.

¹⁰ Zdjęcie można było zobaczyć na ekranie telefonu komórkowego, po wcześniejszym wysłaniu sms na podany numer. Była to wspólna akcja „MMS Special” „Der Standard” i „A1 – mobilkom austria”. Akcja ta otrzymała wiele nagród na międzynarodowych festiwalach reklamowych.

tach) w wydrukowanym bardzo dużymi literami lidzie czytamy: „W ciągu jednego tygodnia debata o wojnie w Iraku zamieniła się w solidną kłótnię między Waszyngtonem a «starą Europą» – Paryżem i Berlinem. Nowy partner NATO Polska zachowuje się jak wzorowy uczeń”¹¹. Na tej samej stronie kolejny duży tekst poświęcony jest tylko Polsce – jego tytuł to słowa Georga Busha *Unser bester Freund in Europa* (Nasz najlepszy przyjaciel w Europie)¹². Lid mówi o specjalnym, uprzywilejowanym traktowaniu Polski przez administrację Busha. Dalej można się dowiedzieć o bardzo częstych kontaktach polsko-amerykańskich, zwłaszcza wizytach polskich polityków w Stanach Zjednoczonych: „W Białym Domu w Waszyngtonie czołowi polscy politycy przytrzymują sobie nawzajem drzwi”. Jeden polski polityk wychodzi, drugi wchodzi – i tak „tylko w ostatnim półroczu prezydent Aleksander Kwaśniewski był w USA dwa razy; przed dziesięcioma dniami z wizytą w amerykańskiej stolicy był polski minister spraw zagranicznych Włodzimierz Cimoszewicz; a za dwa tygodnie odwiedzi prezydenta Busha premier Leszek Miller”¹³.

Dalej czytamy, że „Stany Zjednoczone widzą Polskę zarówno w roli przyszłego przywódcy (*Wortführer*) krajów Europy Środkowo-Wschodniej, które obecnie wstępują do UE, jak również uważają Polskę za szczególnie lojalnego partnera spośród członków rozszerzonego NATO”. Niemały wpływ na postrzeganie Polski jako ważnego gracza na europejskiej, i nie tylko, scenie miały wielokrotnie cytowane przez austriacką prasę słowa Georga Busha o tym, że Polska jest ważnym i równorzędnym partnerem Ameryki. Proamerykański kurs polskiej polityki zagranicznej tłumaczony jest tym, iż czym bliższe są stosunki Polski ze Stanami Zjednoczonymi, tym wyższą rangę ma Polska w stosunkach pomiędzy UE i Rosją. W omawianym artykule czytamy również, że Polska wysłała do Iraku swoje okręty wojenne, elitarną jednostkę specjalną „Grom” oraz swoich specjalistów. Te polskie działania zostały skomentowane przez korespondenta „Der Standard” poprzez przywołanie kolejnych faktów mówiących o tym, że Aleksander Kwaśniewski widziany jest jako kandydat na następcę Sekretarza Generalnego NATO Georga Robertsona, że Polska kupuje amerykańskie F-16 o wartości blisko 3,5 miliarda dolarów oraz że w Polsce planowane są inwestycje amerykańskie w wysokości około 6 miliardów dolarów. W innym tekście (redaktora naczelnego „Der Standard”) możemy znaleźć podobne sformułowania: „Mieszkańcy Europy Wschodniej, przede wszystkim Polacy, zmienili centrale dowódczą nie tylko z radości z upadku moskiewskiej dyktatury. Jako nowy członek NATO są lojalni wobec USA, skąd na różne sposoby płyną pieniądze i inwestycje. Będzie to prowadziło do poważnych komplikacji w Brukseli od 2004 roku”¹⁴.

Na łamach prasy austriackiej wielokrotnie pojawia się obraz Polski jako kraju, któremu jest (lub powinna być) przypisana rola proszącego, dziękującego, któremu się pomaga, który bierze, a nie daje. Tak widziana jest Polska w Europie.

¹¹ M. Bernath, *Ein transatlantisches Drama in drei Akten*, „Der Standard”, Thema, 25./26. Jänner 2003, s. 2.

¹² G. Lesser, *Unser bester Freund in Europa*, *ibidem*, s. 2.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ G. Sperl, *Die Zeichen stehen auf Sturm*, „Der Standard”, 8./9. Februar 2003, s. 32.

Do innego niż ten obrazu nie mogą przyzwyczaić się przede wszystkim Niemcy. Z niedowierzaniem zadawano w artykułach pytania typu: „a czy oni w ogóle to potrafią?”, gdy oficjalnie zostało ogłoszone przejście przez Polskę odpowiedzialności za jedną z trzech stref w Iraku.

Polska postrzegana jest również – co widać bardzo dobrze w różnych wypowiedziach „Der Standard” – jako służący, lizus i wzorowy uczeń (czy może uczeń) oraz wierny pies, hojnie wynagradzany za posłuszeństwo i lojalność w stosunku do Stanów Zjednoczonych¹⁵. W związku z polską polityką zagraniczną pojawiają się też artykuły o tytułach takich, jak: „Europa Wschodnia podąża na wezwanie USA”, „Polska nabiera sił dla Stanów Zjednoczonych”, czy „Polska jako nowy partner” – w których opisuje się (z nutą pewnego niedowierzania i powątpiewania) „nową rolę” Polski jako „*lead nation* obok Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych”. Parokrotnie przedstawiane były na łamach prasy austriackiej wysiłki (niezbyt udane) polskich polityków, którzy próbowali przyjąć na siebie rolę mediatora w stosunkach amerykańsko-europejskich.

Mimo że Polska należy do większych państw w Unii Europejskiej (biorąc pod uwagę liczbę ludności czy powierzchnię) nie jest uważana za kraj o równie dużym znaczeniu politycznym czy gospodarczym, który mógłby wywierać wpływ na unijną politykę. W europejskiej prasie, w tym i w prasie austriackiej, z pewną rezerwą komentuje się polską politykę wobec UE. Polskie poczynania nie do końca są akceptowane, a często zdarza się też, że i poddane ostrej krytyce. Przypomina się tu o „ciągle powracających wątpliwościach w związku z «europejską» pozycją Polski”. Wypomina się zachowanie Polaków: obrażanie się, upieranie się przy swoim, bezkompromisowość, niechęć do współpracy, brak zrozumienia innych. I tak na przykład w artykule *Irakgipfel der EU: Die Neuen fühlen sich brüskiert* (Unijne spotkanie na szczycie: nowi czują się dotknięci)¹⁶ przywołane zostało zachowanie polskiego premiera, który poczuł się dotknięty tym, iż nie został zaproszony na spotkanie w związku z uzgodnieniem wspólnego stanowiska państw Unii Europejskiej wobec wojny w Iraku. Piszono również o dużym rozczarowaniu Warszawy i polskich podejrzeniach, że takie zachowanie „piętnastki” spowodowane jest chęcią „ukarania” Polski za poparcie Stanów Zjednoczonych.

W związku z przyjęciem projektu konstytucji UE również wystąpiły „problemy” ze strony Polski. Jej „apodyktyczne stanowisko” i „groźby” odnośnie przydzielonych w Nicei głosów w Radzie przysporzyły wspólnej Europie wiele kłopotów, rozpoczęły długo trwający „spór o konstytucję” i doprowadziły do „porażki” projektu. „Tylko od zachowania Warszawy zależy sukces bądź też niepowodzenie negocjacji”, więc „konflikt skoncentrował się na Polsce i premierze Millerze”. Komentarzy do takiej sytuacji było wiele, oto jeden z nich: „Cóż za ironia [...], że sukces negocjacji w sprawie konstytucji UE ostatecznie zależy od zachowania

¹⁵ Oświadczenie solidarności, w którym państwa „nowej Europy” opowiedziały się po stronie Stanów Zjednoczonych, określone zostało jako „służalce” (*unterwürfig*). Słowa „lojalność”, „lojalny”, „wierny” pojawiało się w wypowiedziach dotyczących Polski bardzo często; opisywana sytuacja znalazła również wyraz w karykaturze Dietera Zehentmayra na łamach „Der Standard” (13./14. Dezember 2003).

¹⁶ K. Krawagna-Pfeifer, *Irakgipfel der EU: Die Neuen fühlen sich brüskiert*, „Der Standard”, 15./16. Februar 2003, s. 4.

jednego z Jeszcze-Nie-Członków Unii”¹⁷. Na „nieokrzestanie” Polaków zwraca się uwagę głównie w relacjach ze spotkań unijnych. Podobnie było w latach 2000-2001, gdy w austriackiej prasie wskazywano na agresywność i arogancję Polski w czasie negocjacji akcesyjnych. „[Polska jest kandydatem agresywnym i arogantym, stawiającym nierealistyczne, wygórowane żądania, niewspółmierne do własnych osiągnięć”¹⁸. Również w 2003 roku pojawiły się te mocno akcentowane już przed dwoma laty sugestie, że „postawa Polski szkodzi nie tylko jej samej, ale i innym krajom” – wcześniej wspomniane zostało to w kontekście negocjacji krajów kandydujących¹⁹, obecnie w kontekście przyjmowania konstytucji, gdy chodziło o losy całej zjednoczonej Europy. Pozostał wizerunek Polski jako „pierwszego łobuziaka”²⁰ – by posłużyć się określeniem Agnieszki Popko.

Później, w 2005 roku, dominowały już nie artykuły o Iraku i stosunkach polsko-amerykańskich, lecz o Ukrainie i stosunkach polsko-rosyjskich. Polityka wschodnia stała się istotnym elementem polskiej polityki zagranicznej. Jesienią 2004 roku Polska podjęła się roli mediatora na Ukrainie. Dążyła do zaistnienia na forum Unii Europejskiej odnośnie polityki wschodniej. Aleksander Kwaśniewski, nazywany przez austriackich dziennikarzy „advokatem Ukrainy na Zachodzie” miał w tym duży udział. Bardzo dobre kontakty z Ukrainą jednak nie wystarczyły. Wywołały pogorszenie stosunków z Rosją. Ilustracją tego mogą być komentarze prasowe: „To, że Kwaśniewski publicznie oświadczył, że «Rosja bez Ukrainy jest lepsza niż Rosja z Ukrainą» rozzłościło Putina. Kwaśniewski powinien raczej zająć się dużym bezrobociem w Polsce, brzmiała odpowiedź Putina”²¹. W kontekście polityki wschodniej wspomniany został również skandal dyplomatyczny pomiędzy Warszawą a Mińskiem, który skomplikował trudne już stosunki Polski z Białorusią²². W innym artykule przywołuje się słowa prezydenta Parlamentu Europejskiego Josepa Borrelli: „Polska działała na Ukrainie pod wpływem USA; czuje się bardziej związana z Kijowem niż z innymi członkami UE”; a w dalszej części tekstu: „Przyjęcie Turcji (do UE) nie stanowi żadnego zagrożenia dla jedności Unii – w końcu podołała ona już wstąpieniu Wielkiej Brytanii i Polski”²³. Na łamach prasy austriackiej te wypowiedzi interpretowane są dość negatywnie – „[...] świadczą nie tylko o ochłodzeniu stosunków [...], lecz również ilustrują głęboki sceptycyzm krajów UE wobec Warszawy po polskim (odosobnionym) zaangażowaniu w konflikcie irackim i podczas debaty nad konstytucją europejską. W Polsce coraz częściej słyszy się wyrazy niepokoju odnośnie wzrastającej izolacji w UE”²⁴. Stosunkowo często pisze się również o strachu Polski przed nowym podziałem Europy (w związku z ewentualną porażką projektu konstytucyjnego i podziałem Europy na

¹⁷ Ch. Prantner, J. Wojahn, *Polen im Beichtstuhlverfahren*, „Der Standard”, 13./14. Dezember 2003, s. 5.

¹⁸ *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej*, red. M. Warchała, Warszawa, 2002, s. 5.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ A. Popko, *Wizerunek Polski w prasie austriackiej*, [w:] *Wizerunek Polski w prasie krajów Unii Europejskiej...*, s. 13.

²¹ B. Bischof, *Moskau darf die EU nicht spalten*, „Die Presse”, 23./24. April 2005, s. 8.

²² T. Roser, *Polen-Weissrussland: Eiszeit am Bug zwischen zwei Nachbarn*, „Die Presse”, 21./22. Mai 2005, s. 8.

²³ T. Roser, *Borell: Polen steht Kiew näher als Brüssel*, „Die Presse”, 8./9. Jänner 2005, s. 6.

²⁴ *Ibidem*.

bogate i silne państwa oraz na „peryferie”, gdzie należałaby Polska). „Izolacja”, „rezerwa”, „chłodne”, „trudne”, „skomplikowane” stosunki, „pogorszenie stosunków”, „niepokój”, „troski”, „strach” to określenia najczęściej powtarzające się w artykułach prasy austriackiej z ostatniego półroczia.

Polska pojawia się na pierwszych stronach przeważnie wtedy, gdy opisywane są spotkania na szczycie, a więc tam, gdzie są też inne państwa, reprezentowane przez ważnych polityków, o których prasa często i chętnie pisze. Wówczas komentowana (można zauważyć, że coraz częściej) jest polska polityka i zachowanie polskich przywódców. Polska w kontekście polityki międzynarodowej to przede wszystkim prezydent Aleksander Kwaśniewski, który *nota bene* w ostatnim półroczu pojawiał się dość często, i to nie tylko w roli prezydenta Polski, lecz przede wszystkim jako znana osoba, kandydat na wysokie stanowiska w organizacjach międzynarodowych, m.in. (najczęściej) na stanowisko Sekretarza Generalnego ONZ. Premierów Leszka Millera oraz Marka Belkę wymieniano najczęściej w kontekście rozważań o polskiej polityce wewnętrznej. Stosunkowo rzadko cytowano ministrów spraw zagranicznych RP Włodzimierza Cimoszewicza i Adama Rotfelda. „Charakterystycznymi” dla Polski osobami są również Adam Michnik i Lew Rywin w związku z tzw. aferą Rywina oraz gen. Jaruzelski w związku z przyjęciem od Putina odznaczenia na moskiewskich obchodach 60. rocznicy zakończenia II wojny światowej. Do osób, które najczęściej pojawiają się na łamach prasy austriackiej zaliczyć trzeba również: Lecha Wałęsę, Jerzego Szmajdzińskiego, Lecha Kaczyńskiego, Jana Rokitę oraz Andrzeja Leppera²⁵. Najwyższą lokatę z tej grupy mają oczywiście dobrze znani na europejskiej scenie politycznej polscy politycy, przedstawiciele państwa – prezydent (który pojawił się często w wielu różnych tekstach) i premier (który pojawił się w stosunkowo niewielkiej liczbie artykułów, lecz ze znaczną częstotliwością w tekstach). Zastanowienie budzi małe zainteresowanie ministrem spraw zagranicznych i nieobecność polskiej minister do spraw europejskich – Danuty Hübner.

Obraz polskiej polityki wewnętrznej

Artykuły o polskiej polityce wewnętrznej zdominowały sprawy korupcyjne oraz kryzys rządowy. Na łamach prasy austriackiej pisano o serii skandali politycznych, ciągle trwającym kryzysie oraz o problemach z rozliczeniem z przeszłością. Ogólnie można powiedzieć, że wiadomości dotyczyły głównie negatywnych wydarzeń w Polsce. Wiele decyzji polskiego rządu było krytykowanych przez prasę austriacką. Pisano o obcięciu funduszy na Instytut Pamięci Narodowej, zmianie ustawy lustracyjnej, grupie trzymającej władzę i pracach nad ustawą medialną – zawsze w złym świetle. Skandale polityczne, kryzys rządowy, paraliż kraju to obraz polskiej polityki wewnętrznej. Gdy pisano o polskim rządzie, często używano odwołania do komunistów i dodawano określenie – komunistyczny. Aspekt ten pojawił

²⁵ Opuszczone zostały nazwiska osób, które pojawiły się tylko raz.

się nawet w kontekście przystąpienia Polski do UE: „Towarzysze, głosujcie na tak!, wzywał gen. Wojciech Jaruzelski swoich ciągle wiernych zwolenników z czasów realnego socjalizmu”.

Czytelnik prasy austriackiej z lektury artykułów mógł się dowiedzieć, jak wygląda polska scena polityczna. Mógł przeczytać o rządzie Millera i jego upadku, o „administrowaniu” Belki i niechęci do pozostania na stanowisku premiera (odrzucona rezygnacja z urzędu premiera ze względu na niekorzystny czas, grożące komplikacje i niebezpieczeństwo próżni władzy politycznej, destabilizacji)²⁶, o „katastrofalnych” sondażach opinii publicznej odnośnie oceny polityki wewnętrznej, o dążeniach do rozwiązania parlamentu i rozpisania nowych wyborów, o osłabieniu dotąd popularnego prezydenta (któremu opozycja zarzuca podejrzone kontakty ze światem biznesu), o rozpadzie lewicy i powstaniu nowych partii – SdPI (Socjaldemokracja Polska) oraz PD (Partia Demokratyczna). „Od ponad dwóch lat kraj ten jest sparaliżowany przez ciągły kryzys polityczny i niekończącą się serię skandali w szeregach SLD”, „nie ma tygodnia, w którym w Polsce nie eksplodowałaby nowa afera”; „[...] premier chce jak najszybciej opuścić tonący statek rządu”; „[...] przyklejeni do stołków, tkwią w Sejmie do ostatniego dnia kadencji, by zainkasować diety poselskie” – to tylko przykładowe opisy sytuacji wewnętrznej w Polsce. W ostatnich doniesieniach można przeczytać o tym, że następuje w Polsce zwrot w prawo²⁷. Informuje się o „zmianie frontu” przez polskich polityków. Coraz częściej wspominane są PO, PiS i LPR.

Na łamach prasy austriackiej relacjonowano atmosferę w Polsce przed referendum unijnym – mówiono o „nerwowości”, „czarnych scenariuszach” w przypadku „niepowodzenia” referendum oraz o kampanii polskich przeciwników Unii Europejskiej (tu cytowano hasło z jednego z plakatów: „Každy Polak dostanie po wejściu Polski do Unii mercedesa – do umycia”). Cytowano sondaże opinii publicznej, które od dłuższego czasu były stabilne, jednak zaznaczano, iż „polscy wyborcy są nieobliczalni”. Po wejściu Polski do Unii Europejskiej nastąpiła nieznaczna zmiana w ocenach polskich wyborców. Oczywiście pewne obawy co do pomyślnej ratyfikacji traktatu konstytucyjnego były wyrażane, jednak dość często zaznaczano, że Polacy popierają konstytucję UE („poparcie dla konstytucji według badań opinii publicznej wynosi ponad 70%; według najnowszych sondaży 60% Polaków chce głosować za nową konstytucją UE”). Zmiana ta najprawdopodobniej była związana z niepowodzeniem referendum we Francji i Holandii.

Sytuacja wewnętrzna w Polsce oceniana jest na łamach prasy austriackiej dość krytycznie. Nadal aktualny jest komentarz: „Austriacka prasa, pisząc o polskiej scenie politycznej, używa często określeń ironicznych, zabarwionych negatywnie. Píše się o chaosie na prawicy, bezideowości i konformizmie prezydenta, przepychankach w polskim Sejmie, zaniedbaniach poprzednich rządów SLD-PSL:

²⁶ T. Roser, *Ein Premier wider Willen: Belka muss weiterregieren*, „Die Presse”, 7 / 8. Mai 2005, s. 6.

²⁷ J. Kirchengast, *Startschuss zur Wende nach rechts in Polen*, „Der Standard”, 7 / 8. Mai 2005, s. 5.

«mieszanka etatyzmu, liberalizmu i narodowego klerykalizmu», «korupcja», «niekompetencja»»²⁸.

Ważnym elementem austriackich doniesień, nie związanym bezpośrednio z polską polityką, były relacje z procesu Jeremiasza Barańskiego. Proces ten ze względu na jego wagę omawiano szczegółowo i często. Pisano nie tylko o kolejnych zeznaniach, ale także o tym, jak postępują przesłuchania w Warszawie (proces był prowadzony równolegle w dwóch stolicach). Na bieżąco informowano, jak wygląda współpraca polskiej i austriackiej prokuratury. Sprawa Barańskiego została dokładnie wyjaśniona austriackim czytelnikom – przedstawiony został polski świat przestępczy, powiązania mafii z polską polityką i biznesem (śmierć byłego ministra sportu Jacka Dębskiego). Barański był chroniony przez specjalną jednostkę polskiego ministerstwa spraw wewnętrznych. „W bagnie mafijnych oskarżeń utonęła praktycznie cała jednostka specjalna ministerstwa spraw wewnętrznych”. Śledztwo, które objęło połowę Europy, trwało pięć lat. Artykuł zamykający całą sprawę ukazał się w połowie maja 2003 roku, gdy Barański popełnił samobójstwo w więzieniu zostawiwszy list – odczytywany jako „akt zemsty” – z oskarżeniami wobec sześciu wysoko postawionych funkcjonariuszy policji kryminalnej.

Wydaje się, że coraz mniej mówi się za granicą w kontekście Polski o czymś, co Warchał nazywa „zanurzeniem w przeszłości”, a chodzi tu o lata 1939-1980. Owszem, obecna jest tematyka związana z II wojną światową (np. kwestia Jedwabnego) czy problematyka odnosząca się do przeszłości komunistycznej (np. lustracja, archiwa SB), jednak ustępują one innym zagadnieniom – współczesnym tematom, bieżącej polityce, skandalom i kryzysom. Większość wypowiedzi na temat Polski zorientowana jest raczej na teraźniejszość i bliską przyszłość.

Podsumowanie

Z sondaży opinii publicznej w Austrii wynika, iż Polacy nie są tu lubiani, a Polska kojarzy się niezbyt pozytywnie²⁹. Wiedzę o Polsce czerpią Austriacy przede wszystkim z mediów, dużą rolę odgrywa prasa codzienna³⁰. „Die Presse” i „Der Standard” to dzienniki spełniające, jak już wspomnieliśmy, rolę informacyjną i opiniotwórczą. Przeprowadzona analiza ich zawartości pozwala wyróżnić dwie tendencje w sposobie pisania o Polsce: a) pozytywnie i wieloaspektowo ukazane są zagadnienia kulturalne czy też sprawy gospodarcze, gdzie można znaleźć różno-

²⁸ A. Popko, *Wizerunek Polski w prasie austriackiej...*, s. 15 (w odpowiednim miejscu zamienić należy jedynie prawicę na lewicę, bądź lewicę na prawicę; argumenty pozostają takie same).

²⁹ Por. P. A. Ulram, *Polen und Österreich: Wechselseitige Perzeption* [w:] *Der EU-Beitritt der Länder Ostmitteleuropas. Kontroversen in der Gesellschaft und die Rolle der Medien* (Akcesja państw Europy Środkowo-wschodniej do UE. Społeczne kontrowersje i rola mediów), red. A. Hess, E. Vyslonzil, Frankfurt a. Main, 2004, s.85-97; M. Sikorska, *Polska – Austria. Wzajemny wizerunek*, [w:] *Obraz Polski i Polaków w Europie*, red. L. Kolarska-Bobińska, Warszawa 2003, s. 85-111; oraz badania Meinungsforschungsinstitut IMAS z Linzu (<http://www.imas-international.com>) przytaczane przez: A. Hess, *Polska na łamach dzienników austriackich „Die Presse” i „Kurier”*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2002, nr 1-2, s. 84-94.

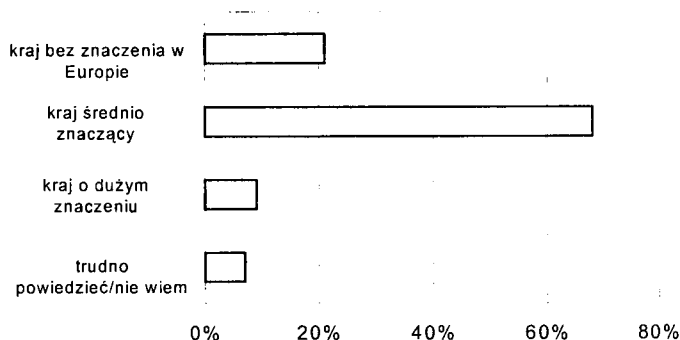
³⁰ Por. P. A. Ulram, *Polen und Österreich...*, s. 86.

rodne argumenty i wyważone opinie, b) raczej negatywnie, stereotypowo przedstawiana jest polska polityka – zarówno wewnętrzna, jak i zagraniczna.

Z tego ostatniego punktu wynika, że nie tylko w Polsce obraz polskiej polityki jest negatywny. Przejawy kryzysu odczuwalne na co dzień w Polsce – „korupcja, niewydolne urzędy, delegitymizacja polityków i upartyjnione państwo, w którym coraz trudniej odróżnić dobro od zła”³¹ – dostrzega także granica. I podobnie jak w Polsce, również w Austrii, polska „klasa polityczna oraz większość instytucji związanych ze sprawowaniem władzy oceniane są w sposób wyraźnie negatywny, a wyobrażenia tego rodzaju są coraz silniejsze i powszechniejsze”³². W tekstach o polityce wewnętrznej dominuje stereotyp polskiego nieporządku, mówi się o niestabilności rządów i licznych aferach korupcyjnych³³. W artykułach o polityce zagranicznej wskazuje się na awanturnictwo i upór Polaków. Wiele uwagi poświęcono dotychczas stosunkom polsko-amerykańskim oraz nowej roli Polski w polityce europejskiej.

Wyłania się nam z tej analizy Polska, której rola na arenie międzynarodowej wzrasta. Jednak widoczne jest niedopasowanie polskiej polityki do standardów europejskich (brak doświadczenia polskich polityków w sprawach międzynarodowych i przecenianie pozycji Polski), a także ignorancja Zachodu wobec Polski. Taki prasowy obraz ma duże znaczenie ze względu na postrzeganie roli i pozycji Polski wśród Austriaków. W latach wcześniejszych (1998-2001) Polska była dla Austriaków krajem o średnim znaczeniu w Europie; być może – po publikacjach które analizowane są w tym artykule – poniższe wielkości przedstawione na wykresie ulegną zmianie:

Rys. 2. Ocena znaczenia Polski przez Austriaków



Źródło: M. Sikorska, *Polska – Austria. Wzajemny wizerunek*, [w:] *Obraz Polski i Polaków w Europie*, red. L. Kolarska-Bobińska, Warszawa 2003, s. 95.

³¹ M. Magoska, *Kryzys polityki a prawo*, [w:] *Media – władza – prawo*, red. M. Magoska, Kraków 2005, s. 73.

³² K. Łabędź, *Spółczesność polskie...*, s. 75.

³³ Wśród państw Unii Europejskiej Polska zajmuje pierwsze miejsce, jeśli chodzi o zasięg korupcji – raport Transparency International 2004 (<http://www.transparency.org>). Zjawisko to w Polsce nasila się, a nie maleje. Por. Raport „Korupcja w Polsce”, Fundacja im. S. Batorego (<http://www.batory.org.pl>) oraz M. Magoska, *Kryzys polityki a prawo...*, s. 66.

Pocieszający jest fakt, iż negatywny obraz polskiej polityki równoważy w pewnej mierze prezentowany na łamach dzienników austriackich obraz polskiej kultury. Ta ostatnia spotyka się z bardzo pozytywnym odbiorem w Austrii. Jest to z pewnością w jakiejś mierze zasługą „Roku Polski w Austrii 2002/2003”³⁴.

Jeśli chodzi o zagadnienia ekonomiczne, spotkać można artykuły zarówno krytykujące sytuację gospodarczą w Polsce (zwłaszcza konkurencyjność polskich firm), jak i chwalcące polskie postępy i rozwój.

W porównaniu z badaniami przeprowadzonymi w latach wcześniejszych nie pojawiają się tak często wzmianki o złym stanie rolnictwa w Polsce, jednak stereotyp Polski jako kraju rolniczego, biednego pozostanie przypuszczalnie jeszcze długo nie zmieniony; zwłaszcza dzięki zdjęciom przedstawiającym w bardzo sugestywny sposób nędzę i zacofanie Polski – fotografiom rolnika bronującego pole koniem – gdyż obraz oddziałuje znacznie silniej niż słowo drukowane i w większym stopniu kształtuje wizerunek Polski.

Gdy mowa o Polsce w szerszym kontekście (jako członku grupy – Unii Europejskiej, krajów kandydujących do UE, NATO) to spojrzenie na nasz kraj jest przychylniejsze. Zwłaszcza region Europy Środkowej („Mitteleuropa”) na łamach prasy austriackiej przedstawiany jest w cieplejszych barwach, co jest związane z kulturową, historyczną i polityczną bliskością z krajami tego obszaru, do jakiej poczuwa się Austria: „najczęściej i w najcieplejszych słowach pisze się o krajach należących kiedyś do monarchii habsburskiej”³⁵. Tutaj warto wspomnieć o inicjatywach austriackiego ministerstwa spraw zagranicznych: „Plattform Mitteleuropa” i „Strategische Partnerschaft”, które przewidują współpracę państw tego regionu i które dość często były wspominane na łamach prasy austriackiej³⁶.

Austriaccy dziennikarze interesują się Polską przede wszystkim w okresie istotnych wydarzeń, i to one determinują styl pisanie o Polsce. Można jednak zauważyć pewne ogólne tendencje oraz kierunki zmiany wizerunku Polski na łamach prasy austriackiej. Od zachwyty wydarzeniami w Polsce na początku lat 90. austriaccy dziennikarze przeszli do krytyki i negatywnego nastawienia wobec Polski. Pozytywny jest jednak to, że Polski nie porównuje się już tylko z krajami postkomunistycznymi; teraz również z państwami Europy Zachodniej. Wizerunek państwa, zwłaszcza obraz prowadzonej polityki, odgrywa ważną rolę w kształtowaniu pozycji danego kraju. „Postrzeganie rzeczywistości odgrywa bowiem równie istotną rolę jak «twarde» fakty, wskaźniki i liczby”³⁷.

³⁴ Inicjatywa polskiego Ministerstwa Spraw Zagranicznych – zob. <http://www.polen2002.pl> oraz <http://www.polnischekultur.at>.

³⁵ A. Popko, *Wizerunek Polski w prasie austriackiej...*, s. 13.

³⁶ <http://www.bmaa.gv.at>.

³⁷ L. Kolarska-Bobińska, *Odmienność osławiana. Obraz Polski w krajach Unii Europejskiej*, [w:] *Obraz Polski i Polaków w Europie*, red. L. Kolarska-Bobińska, Warszawa 2003, s. 10.

Agnieszka Szymańska

SPIEGLOWSKI WIZERUNEK POLSKIEJ POLITYKI

Obecność mediów masowych odróżnia współczesną rzeczywistość społeczną i polityczną od przeszłej. Media operują informacją w obrębie społeczeństwa, stanowiąc niezwykle istotne źródło wiedzy o publicznej sferze życia, w tym o polityce. W wysokim stopniu to właśnie od jakości medialnego obrazu rzeczywistości, a więc również rzeczywistości politycznej, czyli od sposobu prezentowania przez środki masowego przekazu poszczególnych wydarzeń, od stosowanych przez nie kryteriów selekcji w zakresie doboru publikowanych treści zależy czy w ogóle¹, a jeśli, to jak postrzegana ona będzie przez opinię publiczną.

Stąd w literaturze fachowej coraz częściej i mocniej podkreśla się, iż rola współczesnych mediów przestała być wyłącznie informacyjna/opiniotwórcza, a związek przyczynowy pomiędzy wydarzeniem a przekazem na jego temat coraz częściej przybiera obecnie postać związku celowego². Poprzez swój management informacyjny (swoiste zarządzanie informacją, czy mówiąc wprost: manipulowanie wydarzeniami) dzisiejsze media biorą aktywny udział w kreowaniu rzeczywistości³, zaś kwestia relacji pomiędzy rzeczywistością a jej medialnym wizerunkiem od

¹ W razie zaniechania informowania przez środki masowego przekazu o pewnym wydarzeniu natury politycznej istnieje duże prawdopodobieństwo, że w ogóle nie zaistnieje ono w świadomości społecznej. I odwrotnie: niewspółmiernie obfity do skali wydarzenia przekaz medialny na jego temat może/musi przyczynić się do nadmiernego wzrostu jego znaczenia społecznego. Sytuacja taka miała miejsce w początkowej fazie istnienia zachodnioniemieckiej partii Zielonych (die Grünen), a w Polsce np. w przypadku partii Samoobrona i osoby jej lidera Andrzeja Leppera.

² W przeszłości przekaz mediów opierał się na prostej zależności przyczynowo-skutkowej, zachodzącej pomiędzy przekazem medialnym (skutkiem) a zajściem danego wydarzenia (przyczyną). Dzisiaj coraz częściej media informują nie tylko o tzw. wydarzeniach naturalnych, ale i o takich, na których przebieg wpływało istnienie mediów (wydarzenia mediatyzowane), albo które istnienie mediów w ogóle wywołało (wydarzenia inscenizowane). W takiej sytuacji uzyskanie przekazu medialnego jest celem działań poszczególnych aktorów. Patrz H.-M. Kepplinger, *Ereignismanagement*, Zurych 1992, s. 51-52.

³ Por. m.in. H.-M. Kepplinger, *op. cit.*, a także: W. Schulz, *Medienwirklichkeit und Medienwirkung*, [w:] H. Hoffmann, *Gestern begann die Zukunft*, Darmstadt 1994. Oczywiście polityka, aktorzy polityczni nie pozostają obojętni na ten rozwój; por. W. Clement, *Zur Mediatisierung der Politik und Politisierung der Medien*,

początku lat 50. zajmuje badaczy procesu komunikacji społecznej i stała się inspiracją wielu hipotez (m.in. *agenda setting*, *framing*, *priming*, *refraction*, *new bias*, koncepcja mediatyzacji, koncepcja kultywacji i wiele innych). W kontekście polityki media przejmują wreszcie także pewne funkcje, które w przeszłości zarezerwowane były wyłącznie dla polityki, jak choćby stwarzania forum debaty publicznej, wymiany opinii⁴, hierarchizacji (i kreowania) bieżących potrzeb społecznych⁵. Media uruchamiają w ten sposób mechanizm podejmowania decyzji politycznych, a następnie monitorują jego przebieg. Jako jedne z najważniejszych ośrodków przekazu informacji w wymiarze międzynarodowym media masowe przejęły również w pewnym zakresie tradycyjne zadania korpusu dyplomatycznego i służb specjalnych, które w swej pracy obecnie nierzadko same bazują na przekazie informacyjnym środków masowego przekazu⁶. Media masowe uczyniły to przy tym tak skutecznie, że wielu autorów mówi dziś o *dyplomacji mediów*⁷. Jak wynika z obserwacji ostatnich wydarzeń (wyraźne ochłodzenie w stosunkach niemiecko-polskich), nie zawsze dzieje się to z pożytkiem i ku zadowoleniu służb dyplomatycznych⁸. Dlatego bardzo ciekawym obszarem badawczym jest kwestia jakości medialnego wizerunku Polski (ze szczególnym uwzględnieniem polskiej klasy politycznej), w przekazie mediów opiniotwórczych innych krajów, a w tym zwłaszcza państw ościennych.

Celem niniejszego artykułu jest ilościowa i jakościowa analiza wizerunku polskiego życia politycznego, prezentowanego na łamach niemieckiego magazynu informacyjnego „Der Spiegel”, będącego jednym z największych pod względem nakładu⁹ i najważniejszych na niemieckim rynku tygodników opiniotwórczych. W pewnym zakresie rozważania te stanowią kontynuację wcześniejszych badań autorki¹⁰.

Tygodnik „Der Spiegel” jest tytułem opiniotwórczym, bardzo istotnym z punktu widzenia kreowania bieżącego dyskursu medialnego Niemiec, ponieważ z biegiem lat wypracował sobie pozycję tytułu-wyroczni, który podejmując na swych łamach pewien temat, powoduje, iż ten staje się powszechnie dyskutowany i przejmowany przez inne media¹¹.

[w:] *ibidem*; W. Schulz, *Politische Kommunikation*, Opladen 1997 [autor używa w odniesieniu do tego zjawiska terminu *podwójne dno*], oraz B. Baerns, *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus?*, Kolonia 1985.

⁴ Zwyczajowo funkcje tę wypełniał parlament. Tymczasem dzisiaj w dyskusjach toczonych w parlamencie niemal zawsze przytaczane są argumenty, które już wcześniej użyte i opublikowane zostały w mediach. Por. H.-M. Kepplinger, *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*, Freiburg & Monachium 1998.

⁵ Zagadnienie to szerzej przedstawiam [w:] A. Szymańska, *Between Politics and the Media. Political Communication – An Outline*, www.freesideeurope.com, issue 1/2005, (10.06.2005).

⁶ Zjawisko to bardzo ciekawie przedstawił A. Nowosad w referacie wygłoszonym na V Międzynarodowej Konferencji Naukowej Krakowskiej Szkoły Wyższej im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego (maj 2005).

⁷ W polskiej literaturze fachowej czyni tak m.in. B. Ociełka, *Opinia publiczna*, [w:] B. Dobek-Ostrowska, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999, s. 78.

⁸ Por. m.in. *Politycy stracili kontrolę nad dyplomacją*, „Newsweek”, 39/2004, s. 18-22.

⁹ Nakład „Der Spiegel” wynosił w I kwartale 2003 r. 1,14 mln egz. (dane IVW-Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), a jego zasięg czytelnictwa osiągał w 2003 r. poziom 10,6 mln czytelników (dane AWA-Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse).

¹⁰ Por. A. Szymańska, *Wizerunek Polski w Spiegelu w latach 1990-1999*, OBP UJ, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3-4.

¹¹ Por. C. Koch, *Meinungsführer. Die Intelligenzblätter der Deutschen*, Berlin 1989; L. Brawand, *Die Spiegel-Story. Wie alles anfing*, Düsseldorf 1995; H. Meyn, *Massenmedien in Deutschland*, Konstanz 1999, a także R. Bartoszcze, *Prasa, radio, telewizja w krajach Unii Europejskiej*, Kraków 1997.

Tabela 1. Ilościowy rozkład publikacji na temat poszczególnych krajów sąsiedzkich Republiki Federalnej Niemiec w tygodniku „Der Spiegel” w latach 1990-2003 (w przypadku Polski – 2004).

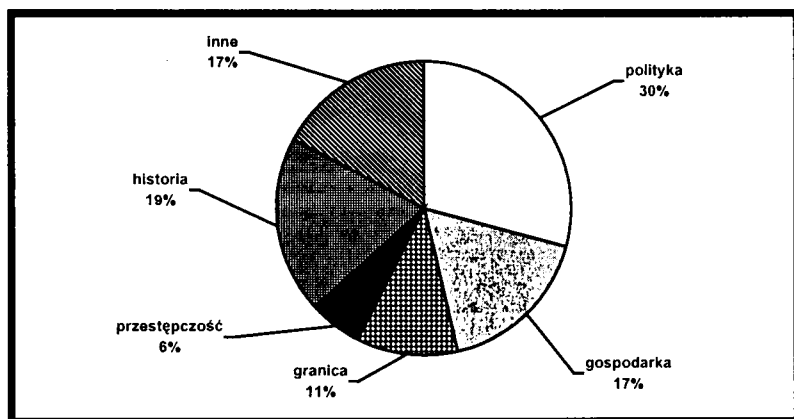
KRAJ	POLSKA		CZECHY		FRANCJA		BELGIA		HOLANDIA		LUKSEMBURG		DANIA		SZWAJCARIA		AUSTRIA	
Rok/liczba	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań	publikacji	wydań
1990	46	32	22	17	131	48	8	8	6	6	-	-	3	3	29	17	42	31
1991	49	31	17	14	126	46	4	4	3	3	1	1	5	5	41	26	31	26
1992	40	31	35	25	131	50	6	6	7	6	5	5	7	6	34	25	36	24
1993	43	28	5	4	127	47	14	11	6	5	7	6	9	8	31	26	43	31
1994	46	32	-	-	156	50	7	7	4	4	8	8	5	5	46	32	56	33
1995	33	27	3	3	108	40	6	6	5	5	9	6	-	-	24	20	25	17
1996	31	25	1	1	72	39	16	13	4	4	1	1	8	4	20	15	15	12
1997	23	22	3	3	63	38	9	7	6	6	8	6	1	1	34	25	25	19
1998	22	18	4	3	70	42	6	4	3	3	1	1	9	8	21	18	31	23
1999	19	17	1	1	44	30	6	6	2	2	2	2	1	1	9	9	9	7
2000	14	14	-	-	56	36	7	5	18	16	3	3	10	9	39	26	36	26
2001	25	22	3	2	42	33	7	5	14	12	8	7	8	8	45	32	12	12
2002	14	14	7	7	41	29	4	4	16	13	3	3	11	11	36	26	13	12
2003	20	18	6	6	25	20	2	2	9	6	3	3	2	2	17	15	10	8
2004	32	12	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd
Suma do 2003	425	331	107	86	1192	548	102	88	103	91	59	52	79	71	426	312	384	281

Spieglowski sposób przedstawienia Polski, Polaków, polskich elit politycznych ma więc, z uwagi na pozycję tego medium, istotne znaczenie z punktu widzenia stymulacji sposobu postrzegania naszego kraju przez społeczeństwo niemieckie, zwłaszcza w odniesieniu do jego elit¹². Stąd kwestia, jaki obraz Polski prezentowany jest na jego łamach, a także, jak kształtował się on na przestrzeni kilku, a nawet kilkunastu ostatnich lat, stanowi niezwykle interesującą perspektywę badawczą.

¹² Tygodnik „Der Spiegel” jest zarówno najdłużej – 62 minuty – jak i najczęściej (75%) czytany tygodnikiem opinii przez niemieckich deputowanych. Por. H. Puhe, G. Würzburg, *Lust und Frust. Das Informationsverhalten der deutschen Abgeordneten*, Köln 1989, s. 43.

Analizie poddano pięć kompletnych roczników¹³ „Der Spiegel”, począwszy od pierwszego wydania z 2000 roku, a skończywszy na ostatnim numerze roku 2004¹⁴. W tym czasie na temat naszego kraju publikowano w „Der Spiegel” 105 razy, w 80 wydaniach tygodnika. To oznacza, że temat Polski pojawiał się w – przeciętnie – co drugim numerze pisma¹⁵, zaś 15 wydań zawierało więcej niż jedną publikację na nasz temat. Jeśli porównamy te dane z częstotliwością spieglowskich publikacji na temat pozostałych sąsiadów Niemiec (tab. 1), to stwierdzić należy, że o Polsce pisało często (w porównaniu z Czechami, Belgią, Holandią, Luksemburgiem, czy Danią). Jedynie liczba publikacji dotyczących Francji, jedyne go sąsiada Niemiec porównywalnego z Polską pod względem liczby mieszkańców i powierzchni, jest prawie trzykrotnie wyższa. Nie budzi to jednak zdziwienia, jeśli zważyć na pozycję Francji na arenie międzynarodowej. Najbliższe polskim wartości uzyskały natomiast Szwajcaria i Austria. Należy przypuszczać, że przyczyną tego jest – w przypadku Austrii – przede wszystkim język, a Szwajcarii również jej znaczenie jako bardzo ważnego centrum bankowo-finansowego. Wśród zamieszczonych na łamach „Der Spiegel” treści o tematyce polskiej wyróżniono kilka kategorii tematycznych (rys. 1), które nawiązywały m.in. do zawartości klucza kategoryzacyjnego, wykorzystywanego przez autorkę do badań przekazu z lat 1990-1999¹⁶.

Rysunek 1. Rozkład publikacji dotyczących poszczególnych kategorii analizy wizerunku Polski na łamach „Der Spiegel” (2000-2004).



¹³ W poprzednim etapie badań analizą objęto treść przekazu w latach 1990-1999.

¹⁴ Wykorzystano wydania „Spiegla” 2000, 2001, 2002, 2003 na CD-ROM. Rok 2004 zbadano w oparciu o inny nośnik (wyszukiwarkę online), którego konstrukcja uniemożliwiła dokonanie porównania z innymi krajami.

¹⁵ Dokładnie taką samą częstotliwość publikacji na temat Polski stwierdzono również w badaniach poprzednich, tj. w latach 1990-1999.

¹⁶ Por. A. Szymańska, *Wizerunek Polski w Spieglu w latach 1990-1999*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 3-4.

Najwięcej publikacji dotyczyło kwestii politycznych, potem tych, które wiążą się z kwestią wspólnej granicy na Odrze i Nysie Łużyckiej, a następnie, kolejno: historycznych, gospodarczych i związanych z przestępczością. 83% wszystkich publikacji mieści się w pięciu wyróżnionych powyżej kategoriach tematycznych. Pelen zestaw tematów w pewnym koniecznym uproszczeniu ze względu na ich oczywistą – przy tej liczbie – różnorodność, zawiera poniższa tabela 2.

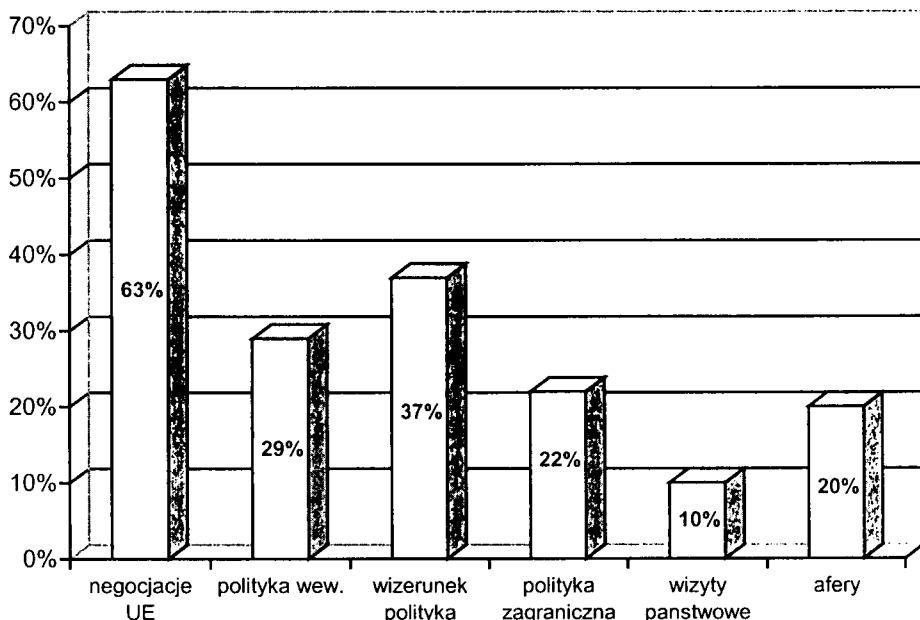
Tabela 2. Zawartość klucza kategoryzacyjnego – analiza „Der Spiegel”: wizerunek Polski 2000-2004.

KATEGORIA	PODKATEGORIA		suma	l.pub.
P <i>polityka</i>	S	struktury europejskie (polskie członkostwo w NATO, UE), negocjacje	26	41
	W	polityka wewnętrzna (posunięcia polityków)	12	
	P	wizerunek polityków	15	
	A	afery polityczne i korupcyjne (np. afera Rywina)	8	
	Z	polityka zagraniczna (np. stos. z USA)	9	
	B	wizyty państwowe	4	
E <i>gospodarka</i>	R	rolnictwo	7	24
	P	przemysł	4	
	Z	wizerunek / następstwa zmian (reform), w tym giełda	4	
	F	stan finansów państwa (m.in. „dziura budżetowa”)	3	
	B	obraz biedy społeczeństwa	3	
	G	polscy gastarbeiterzy i inne spos. walki z biedą (+bazy amerykańskie)	6	
G <i>granica</i>	D	stosunki dobrosąsiedzkie	10	16
	E	polska granica wschodnia wschodnią granicą UE	2	
	M	turystyka medyczna i inne usługi przygraniczne	4	
K <i>przestępczość</i>	Z	przestępczość zorganizowana	5	9
	S	kradzież samochodów	2	
	K	grabieże z kościołów, rabunki na księżach, przestępczość księży	2	
	M	przestępczość młodocianych	2	
	H	handel „skórami”	1	
	G	korupcja	1	
H <i>historia</i>	W	kwestia wypędzonych	13	27
	P	przełom roku 1989 (koniec ery „Solidarności”)	5	
	D	zwrot dóbr kultury	3	
	B	Prusy	1	
	Ś	II wojna światowa	5	
	J	Jedwabne – mord na Żydach	2	
	Z	znęcanie się Polaków nad Niemcami po II wojnie światowej	1	
	K	stan wojenny w Polsce	1	
I <i>inne</i>	K	kultura	3	25
	R	religia, religijność	4	
	W	papież Wojtyła (również jako tło prezentacji wydarzeń)	5	
	H	powódź	4	
	S	sport, w tym skoki narciarskie	1	
	I	inne (jasnowidz, neonaziści, test Deutsche Bahn, itp.)	7	

Z punktu widzenia tematu niniejszego artykułu najistotniejszym było zbadanie spieglowskiego wizerunku polskiej sceny politycznej.

W badanym okresie publikacje spieglowskie (w sumie 41 jednostek wypowiedzi prasowej) odnoszące się do polskiej polityki podzielić można na 6 kategorii. Ich procentowy¹⁷ rozkład prezentuje wykres 1.

Wykres 1. Rozkład tematyczny publikacji na temat polskiej polityki na łamach „Der Spiegel” w latach 2000-2004.



Najwięcej publikacji (63%) dotyczyło szeroko pojętej tematyki przyszłego polskiego udziału w strukturach europejskich. W 2000 r. na łamach hamburskiego pisma najczęściej spotykać można się było przy tym z krytyką pod adresem Polski. Nasz kraj karcono głównie za zapóźnienia w zakresie przygotowań do przystąpienia do UE oraz pewne uciążliwości negocjacyjne (ze względu na zacofanie polskiego rolnictwa, niestabilną sytuację polityczną). W 2001 r. do tych zarzutów dochodzi jeszcze kontrowersyjna kwestia nie szczelności polskiej granicy wschodniej, a w 2002 r. obawy związane z rozwojem przestępczości zorganizowanej w Polsce oraz stanem polskich finansów publicznych. W 2003 r. bardzo mocno zaznacza się na łamach „Spiegla” negatywna ocena polskich stosunków z USA¹⁸, które zdaniem hamburskiej redakcji mają zdecydowanie niekorzystny wpływ na nasze relacje z państwami UE. Wszystkie te kwestie stanowiły w opinii „Spiegla”

¹⁷ Publikacje często odnosiły się do kilku tematów, stąd suma przekracza 100%.

¹⁸ W jednym z artykułów Polska nazywana jest nawet bardzo wymownie: „Trojanischer Esel” (osłem trojańskim), J. Puhl, *Triumph der Träume*, „Der Spiegel” 2003, nr 20.

bardzo poważny hamulec w polskim dążeniu do pełnego członkostwa w UE, przy najmniej niektóre z nich zaś mogły Polsce wręcz (za)szkodzić. Dopiero w 2004 r., kiedy to mimo obaw tygodnika, Polska staje się członkiem UE na łamach „Spiegla” opublikowanych zostaje kilka artykułów poświęconych codziennym, praktycznym aspektom polskiego członkostwa w Unii.

Kolejnym najczęściej wyróżnionym w spieglowskich publikacjach (blisko 37% jednostek wypowiedzi prasowej) wątkiem była prezentacja postaci poszczególnych polskich polityków. Na ich obraz złożyły się udzielane przez nich wywiady oraz komentarze ich dokonań zawarte w treści spieglowskich artykułów.

W badanym okresie polscy politycy siedmiokrotnie byli rozmówcami „Der Spiegel”. W 2000 r. opublikowano wywiad z Jerzym Buzkiem („Der Spiegel” nr 30), w czwartym numerze 2001 r. bardzo obszerny i niezwykle ciekawy wywiad z Władysławem Bartoszewskim (gdzie bardzo czytelny był ogromny szacunek dla jego osoby), w 2002 r. z Januszem Reiterem (nr 27), Bronisławem Geremekiem (nr 40) i – po raz pierwszy od 1989 r. – z premierem nie pochodzącym z obozu post-solidarnościowego – Leszkiem Millerem (nr 36). Dwukrotnie gościem „Spiegla” był również Aleksander Kwaśniewski (18/2003, 2004¹⁹). Warto przy tej okazji zauważyć, że w przeciwieństwie do pierwszych 10 lat po przełomie (1989-1999), kiedy to najwyraźniej obecnym polskim politykiem na łamach hamburskiego tygodnika był Lech Wałęsa, w latach 2000-2004 najczęściej pojawiało się nazwisko Aleksandra Kwaśniewskiego. Klimat wszystkich wywiadów cechowała przede wszystkim daleko posunięta rzeczowość, zadawane pytania były dociekliwe, ale pozbawione agresji, stąd nastawienie redakcji nie jest jednoznacznie czytelne i służyło raczej przybliżeniu postaci polskich polityków niemieckiemu czytelnikowi.

W tym aspekcie najwyraźniej stanowisko Spiegla wobec polskiej sceny politycznej/polityków odczytać można było więc przede wszystkim w publikacjach zawierających komentarze do bieżących wydarzeń w Polsce. Nie jest to jednak niestety wizerunek pozytywny. Wnikliwy obserwator polskiej sceny politycznej musi zdawać sobie jednak sprawę, że nie działo się tak z winy redakcji hamburskiego tygodnika. Nawet, jeśli wziąć pod uwagę szczególnie krytyczny zwykle charakter publikacji „Spiegla”.

Tak oto w 2000 r. na łamach „Spiegla” pojawia się publikacja informująca o wprowadzeniu zakazu spożywania w polskim sejmie alkoholu (nr 8). Dwukrotnie zaprezentowany zostaje także dość nieprzyjemny obraz końca ery „Solidarności” (32/2000, 33/2001). Niedobłą prasą cieszyli się również polscy szefowie rządów. Premier Buzek ukazywany był jako twórca kryzysu budżetu państwa (34/2002), a Leszek Miller jako człowiek niezdolny do politycznego kompromisu (48/2002), a – sądząc po efektach pracy jego gabinetu – również sprawowania rządów w ogóle (30/2003, 41/2003). Bardzo szkodliwy dla wizerunku polskiej elity politycznej był w końcu intensywnie obecny na łamach „Der Spiegel” temat afer (głównie afery Lwa Rywina), który przewijał się w aż co piątej (*sic!*) publikacji na temat polskiej sceny politycznej. Polska elita polityczna jawiła się jako sitwa, rodzaj

¹⁹ Wydanie z 26 kwietnia.

koterii połączonej siecią nieformalnych układów z pogranicza prawa (świat przestępczy) i służb specjalnych. Wizerunku tego na pewno nie poprawił artykuł traktujący o fenomenie wschodnioeuropejskich populistów, rozpoczynający się od obszernej prezentacji postaci Andrzeja Leppera (2004²⁰).

Ten negatywny obraz dopełnia niestety dość krytycznie prezentowany zestaw dokonań poszczególnych ekip rządowych (odniesienie do polityki wewnętrznej znalazło się w blisko co trzeciej – 29% – jednostce wypowiedzi prasowej traktującej o polskiej polityce). Przekazy dotyczące zmian rządów (premierzy Buzek, Miller, Belka) i towarzyszących im posunięć politycznych liderów ugrupowań przejmujących lub przekazujących władzę składały się w sumie na obraz polityki uprawianej w sposób doraźny i bez wizji. „Der Spiegel” wskazywał także na zbyt wielki, zdaniem hamburskiej redakcji, wpływ kościoła katolickiego na polską politykę, zauważając jednocześnie, że nie przekłada się on na jakość życia społecznego (14/2000).

Obraz polskiej sceny politycznej w kontekście polityki zagranicznej (22% przekazów) zdominowała natomiast krytyka polskiego, nadmiernego w opinii zespołu redakcyjnego „Spiegla”, braterstwa z USA. Wszystkie publikacje w tej kategorii odnosiły się do tego tematu. Wyrażano m.in. obawy, iż ta nadgorliwa wdzięczność Polaków wobec Amerykanów może być przyczyną, dla której Polska jako członek UE nie będzie jej lojalna, lecz będzie pełnić rolę swoistego szpiega USA wewnątrz struktur unijnych (13/2000). Niezrozumiały dla redakcji „Spiegla” był też polski udział w operacji w Iraku (14/2003; 18/2003).

Niejakim pocieszeniem dla polskiego czytelnika może być natomiast fakt, że nieco mniej krytycznie, niżli miało to miejsce w przypadku badań przekazu w latach 1990-1999, tygodnik „Der Spiegel” informował o przebiegu polsko-niemieckich wizyt państwowych. W przypadku pierwszej wizyty kanclerza Gerharda Schrödera (50/2000) skupiono się głównie na analizie wielkości innego socjaldemokratycznego kanclerza RFN, Willy Brandta, i na wskazywaniu w tym kontekście deficytów Schrödera. W przypadku drugiej wizyty (2004²¹) akcentem przewodnim przekazu stała się kwestia kanclerskiej deklaracji w sprawie niemieckich ziomkostw wypędzonych i ich reakcji na ten akt. Bardzo korzystna dla Polski była natomiast relacja z pierwszej wizyty zagranicznej nowego wówczas prezydenta Niemiec Horsta Köhlera, celem której stał się nasz kraj (2004²²). Jej przebieg porównano (z korzyścią dla Polski) z kolejną prezydencką wizytą, we Francji, której klimat określono jako dużo chłodniejszy.

Reasumując zauważyć należy, że obraz polskiej sceny politycznej/polskich polityków na łamach hamburskiego tygodnika nie jest korzystny, a w pewnym sensie uległ nawet pogorszeniu. Dominujący w latach 1990-1999 wizerunek polskiego polityka, jako swoistego amatora-debiutanta na arenie politycznej, nie mającego wprawy i pozbawionego obycia ustąpił obecnie wizji polityka uwikłanego w sieć nieformalnych, na pograniczu legalności, powiązań, które są postrzegane

²⁰ Wydanie z 24 maja.

²¹ Wydanie z 9 sierpnia.

²² Wydanie z 19 lipca.

jako zagrożenie. Ten „poprzedni” polityk mógł budzić uśmiech, politowanie, „obecny” uzasadnione obawy partnerów. Także sposób uprawiania polityki w Polsce (przykłady prywaty, partyjniactwa, czy wreszcie zwykłego warcholstwa) budzi znaczne wątpliwości zespołu redakcyjnego „Der Spiegel”.

Pocieszający może być jedynie fakt, że w sumie, jeśli wziąć pod uwagę treść przekazów dotyczących Polski w odniesieniu do innych tematów, to poza sferą polityki nasz kraj coraz częściej postrzegany jest w kategoriach normalności. Jednak wizerunek polskiej elity politycznej jest zdecydowanie niekorzystny. Warto natomiast jeszcze raz podkreślić, iż nie wydaje się to wynikać z jakiejś „programowej” niechęci redakcji „Der Spiegel” wobec Polski. Być może należałoby wobec tego zaprosić przedstawicieli polskiej sceny politycznej do wnikliwszej lektury hamburskiego tygodnika?

Beata Romiszewska

III CZY IV RZECZPOSPOLITA – SPÓR O POLSKĘ NA ŁAMACH PRASY OPINIOTWÓRCZEJ

Trudno precyzyjnie ustalić, kiedy rozpoczęła się dyskusja o ewentualnych zmianach ustrojowych w państwie, które mogłyby doprowadzić do przekształcenia III Rzeczypospolitej w IV, oraz kto pierwszy użył sformułowania „IV Rzeczpospolita”. Z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że stało się to w polskim środowisku konserwatywnym. W „Kwartalniku Konserwatywnym” w 1997 r. czytamy: „W nowym parlamencie konserwatyści będą rzecznikami daleko idących zmian ustrojowych. Będą rzecznikami Czwartej Rzeczypospolitej”¹. Określono tam III RP jako zmarnowaną szansę, a w jednym z tekstów Kazimierz M. Ujazdowski napisał: „Formułujemy dziś hasło budowy Czwartej Rzeczypospolitej po to, by wskazać prawicy pożądany horyzont zmian ustrojowych, wykraczających poza obecne status quo”². Konieczność przygotowania projektu ustrojowego IV RP została też wyartykułowana w „Apelu Konserwatywnym” uczestników III Krajowego Zjazdu Koalicji Konserwatywnej, który odbył się w kwietniu 1997 r. w Katowicach³.

Przytoczone powyżej cytaty dowodzą, że spory o nowy kształt ustrojowy Polski rozpoczęły się wśród części polityków i publicystów w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych. Nie spotkały się jednak wtedy z szerszym odzewem w mediach, bowiem funkcjonowały w dość wąskich środowiskach konserwatywnych.

W opiniotwórczej wysokonakładowej prasie społeczno-politycznej dyskusja rozpoczęła się znacznie później. W tym przypadku też nie można z całkowitą pewnością określić, kiedy dokładnie to nastąpiło, tym bardziej, że na potrzeby niniejszego opracowania ograniczyłam się do analizy wybranych tytułów prasowych.

¹ *Konserwatyści – rzecznicy zmian*, „Kwartalnik Konserwatywny” 1997, nr 2, s. 3.

² K. A. Ujazdowski, *Konserwatyzm na prawicy*, „Kwartalnik konserwatywny” 1997, nr 2, s. 19.

³ Zob. „Apel Konserwatywny uczestników III Krajowego Zjazdu Koalicji Konserwatywnej” 20.04.1997, „Kwartalnik Konserwatywny” 1997, nr 2, s. 79.

Znalazły się tu artykuły publicystyczne z kilku tygodników społeczno-politycznych, reprezentatywnych dla różnych środowisk politycznych: z „Polityki”, „Wprost”, „Tygodnika Powszechnego” oraz z dzienników: „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”.

W wytypowanych przeze mnie artykułach sformułowania „IV RP” użył w marcu 2001 r. Piotr Gabryel w tygodniku „Wprost”. Apelowal: „Na szczęście już co piąty obywatel Polski ma dość tego stanu rzeczy – dowodzą badania poparcia dla Platformy Obywatelskiej. A gdyby dodać do tego elektorat Unii Wolności, okazałoby się, że zwolennikiem radykalnej zmiany jest aż co czwarty Polak! I to właśnie tych ludzi wzywam do obalenia siłą Rzeczypospolitej Polskiej Drugiej i Pół – siłą naszych umysłów! Jeśli polska gospodarka ma odzyskać wigor i dynamizm z pierwszej połowy lat 90., nie wystarczy następny *face lifting* – któreś z kolei reformowanie reform. Niezbędna jest rewolucyjna zmiana, która w istocie oznaczać musi zastąpienie Rzeczypospolitej Drugiej i Pół – Czwartą Rzeczpospolitą!”⁴. Także w marcu 2002 r., czyli rok później, Adam Szostkiewicz na łamach tygodnika „Polityka” w tekście analizującym potwierdzone badaniami złe nastroje społeczne napisał:

Projekt III Rzeczypospolitej jest spełniony. Główne cele polityczne zostały osiągnięte: suwerenność, NATO, funkcjonujący system prawno-polityczny. Członkostwo w Unii zwieńczy dzieło. Nawet jeśli starsze i średnie pokolenie zyska na tym mniej niż młodzi. Robimy do dla nich. Dla niezadowolonych z III RP jest pewna nadzieja. Nadchodzi czas IV Rzeczypospolitej⁵.

Te artykuły nie zapoczątkowały jeszcze dyskusji prasowej o szerszym zasięgu. Wydaje się, że rzeczywistym jej początkiem był artykuł Pawła Śpiewaka opublikowany w styczniowym numerze dziennika „Rzeczpospolita” z 2003 r., w którym czytamy m.in.: „Wiele wskazuje na to, że III Rzeczpospolita wyczerpała swoje możliwości samonaprawy. Czas zacząć myśleć o IV Rzeczypospolitej”⁶. Wziąwszy pod uwagę, że pierwsze teksty w tej dyskusji ukazały się w „Gazecie Wyborczej” w marcu 2003 roku, można z dużym prawdopodobieństwem założyć, że wtedy, na początku 2003 roku, rozpoczęła się ona na szerszą skalę, przynajmniej wśród publicystów. Nie bez znaczenia jest też fakt, że wiele zaczęto pisać o naprawie państwa po ujawnieniu tzw. afery Rywina pod koniec grudnia 2002 r.⁷ Do tej sprawy nawiązał także P. Śpiewak, pisząc m.in. że: „Politykę uprawia się w Polsce jak handel na Jarmarku Europa lub w pubie podmiejskim. Koniec złudzeń. Zmowa milczenia została zerwana. Jeszcze raz jawność życia publicznego zatriumfowała, co jest budujące i ważne⁸ oraz: „System polityczny Polski jest chory, podobnie jak chore są dziesiątki państw na wszystkich kontynentach. Okazało się, że ową chorobę przenieśliśmy razem z instytucjami i personelem z PRL. Z tą

⁴ P. Gabryel, *IV RP, czyli Polska Kisiela*, „Wprost”, 11.03.2001.

⁵ A. Szostkiewicz, *Rozstrojone nastroje*, „Polityka” 2002, nr 13.

⁶ P. Śpiewak, *Koniec złudzeń*, „Rzeczpospolita” (dalej RZ), 23.01.2003 (wszystkie cytaty za internetowym archiwum RZ).

⁷ Zob. P. Smoleński, *Ustawa za łapówkę, czyli przychodzi Rywin do Michnika*, „Gazeta Wyborcza” (dalej GW), 27.12.2002. (wszystkie cytaty za internetowym archiwum GW).

⁸ P. Śpiewak, *op. cit.*

jedną różnicą, że teraz sekretarze Komitetu Centralnego, funkcjonariusze komunistycznych służb specjalnych wraz z działaczami ZSL, mogą powoływać się na mandat demokratyczny, a nie jak dawniej na konieczność historyczną, geopolityczne racje lub wolę partii rządzącej. Sprawują jednak władzę tak samo, jak przed wielu laty, lekceważąc prawo, partnerów politycznych i obyczaj społeczny”⁹.

Jak już pisałam, do dyskursu o przyszłości Polski „Gazeta Wyborcza” włączyła się w marcu 2003 r. Przyczyny zła w III RP analizowała Teresa Bogucka:

To nie elity popsuly III RP. Jest o wiele gorzej – dogoniła nas zła przeszłość. Demoralizacja, w której społeczeństwo polskie tkwi od paru pokoleń, znalazła sobie nowe formy rozkwitu [...] Przyjmowanie, że wyszliśmy z PRL czyści, uczciwi, zapatrzeni w wartości i obojętni na pokusy materialne, jest najbardziej zdumiewającym założeniem, na którym wspiera się krytyka III RP, bo rzeczywistość była zupełnie inna. Przecież zwalczało się komunizm nie tylko z powodu odmiennych poglądów, ale przede wszystkim dlatego, że był to system niszczący wartości choćby takie, jak uczciwość, przyzwoitość, etos pracy. Ale cóż to znaczy? Że nieuczciwość i zła praca były rzeczami powszechnymi¹⁰.

Autorka tych opinii odżegnywała się od radykalnych zmian, choć uważała, że konieczna jest taka przebudowa struktur państwa, by obywatele wiedzieli, iż warto być uczciwym, w gospodarce opłaca się rzetelnie prowadzić interesy, a w polityce korupcja i sprzedajność są końcem kariery. W tym artykule nie padło jeszcze sformułowanie „IV Rzeczpospolita”; przeszukanie internetowego archiwum „Gazety Wyborczej” pozwala stwierdzić, że po raz pierwszy użyła go Dominika Wielowieyska, która w czerwcu 2003 r. napisała, iż to: „szkodliwa utopia”¹¹.

Podobne opinie można znaleźć w kilku publikacjach Waldemara Kuczyńskiego, który odniósł się negatywnie zarówno do totalnej krytyki 15 lat III RP, jak i do pomysłu zmian ustrojowych przekształcających Polskę w IV RP: „Dlaczego przeciwnicy III RP, mimo wielu dowodów wskazujących na sukces 15-lecia, muszą głosić ideologię klęski? Ano dlatego, że koncepcja IV RP jest w istocie programem rozprawy z tymi, którzy w Polsce doprowadzili do roku 1989, a nie programem naprawy państwa. Trzeba więc, aby demonicznie pokazywana porażka zaświadczała o ciężarze grzechu popełnionego przy Okrągłym Stole”¹². W. Kuczyński podkreśla też, że źródeł problemów życia politycznego i gospodarczego III RP nie należy szukać w ustaleniach okrągłostołowych, lecz w PRL-u. Uznał za naturalne, choć niekoniecznie sprawiedliwe, że ludzie władzy odnaleźli się lepiej w nowych warunkach niż ci, którzy byli im poddani. Podobnie życie polityczne i gospodarcze II RP tworzyli w dużym stopniu ludzie, którzy wcześniej służyli państwom zaborczym. Kuczyński konstatował:

Okrągły Stół nie jest też źródłem takich zjawisk jak korupcja, co się mu przypisuje wyłącznie po to, by go dyskredytować. Korupcja i szerzej, nieetyczne, sprzeczne z prawem zdobywanie korzyści, to skutek nagłego zetknięcia się społeczeństwa – wyposzczonego i zdemoralizowanego przez PRL-owską ekonomię „pustych pól” z olśniewającym powabem kapitalizmu konsumpcyjnego. Wszyst-

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ T. Bogucka, *Kto nam popsul Polskę?*, GW, 21.03.2003.

¹¹ D. Wielowieyska, *Najpierw poprawmy trzecią*, GW, 18.06.2003.

¹² W. Kuczyński, *Idea rewolucji niemoralnej*, GW, 18.03.2005.

ko można mieć, i to natychmiast, byle mieć pieniądze. Szok tego zetknięcia wywindował pieniądź na czoło hierarchii wartości – nie tylko w Polsce¹³.

Waldemar Kuczyński zabierał głos w tej dyskusji jeszcze kilkakrotnie, zawsze broniąc istnienia III RP. W jednym z artykułów wyraził to nawet w tytule: *Kocham III RP*¹⁴.

O potrzebie gruntownej naprawy państwa, ale nie o tworzeniu nowego ustroju pisał także Aleksander Hall¹⁵. Krytykowali pomysł tworzenia nowej RP na łamach „Gazety Wyborczej” publicyści „Tygodnika Powszechnego”, Andrzej Brzeziecki i Jarosław Makowski, którzy napisali między innymi: „Nie pomogą cudowne recepty: nowa konstytucja, oddanie władzy kobietom – zmienić muszą się Pola-cy”¹⁶, a swojemu tekstowi nadali ironicznie brzmiący tytuł *Zanim ogłoszą entę RP*.

Publicyści „Gazety Wyborczej” wydają się zgodni w swoich opiniach. Stanowisko tego dziennika można by krótko podsumować – trzeba naprawić zło, ale w ramach istniejącego ustroju państwa. Nie oznacza to, że „Gazeta Wyborcza” nie dopuszczała na swoje łamy odmiennych poglądów. Opublikowano między innymi tekst Kazimierza M. Ujazdowskiego, w którym bronił idei budowy IV RP, podkreślając, że nie ma ona wydźwięku rewolucyjnego¹⁷.

Nieco inaczej przebiegała ta dyskusja w „Rzeczpospolitej”, na której łamach można odnaleźć większą równowagę pomiędzy artykułami popierającymi pomysł nowej RP i krytykującymi go. Wypowiadali się tu też czasami ci sami publicyści, którzy publikowali w „Gazecie Wyborczej”. Jednym z nich był A. Hall, który pisał na łamach „Rzeczpospolitej”:

Jednak postawa rzeczników IV Rzeczypospolitej nie wynika ani z przekonania, że ustrój Polski opisany w obecnej konstytucji uniemożliwia uratowanie państwa i narodu przed wielkim kryzysem, ani z dysponowania przez ugrupowania zmierzające do władzy koherentną i – nade wszystko – wspólną i uzgodnioną przez nie wizją ustrojową nowej Rzeczypospolitej. Chcą IV Rzeczypospolitej z innych powodów: primo – aby dać Polakom poczucie „nowego” początku po „nieprawym” – ich zdaniem – początku III Rzeczypospolitej związanym z Okrągłym Stołem; secundo – aby zerwać z układem, w którym spadkobiercy PRL nie tylko zajmują pełnoprawne miejsce na scenie politycznej, ale także uprzywilejowane pozycje w hierarchii społecznej i życiu gospodarczym. Razi mnie ton pogardy i lekceważenia, z jakim zdarza się mówić o III Rzeczypospolitej liderom prawicowych ugrupowań aspirujących do władzy. Przecież ta właśnie Rzeczypospolita przy wszystkich swoich słabościach jest realnie istniejącym państwem polskim: demokratycznym i niepodległym. [...] Obecny kryzys państwa nie jest kryzysem konstytucyjno-ustrojowym, ale przede wszystkim moralnym i politycznym¹⁸.

Cytowany głos A. Halla był częścią większej dyskusji, którą zainicjowała „Rzeczpospolita” na łamach dodatku „Plus. Minus”, a w której uczestniczyli też: W. Kuczyński, Ernest Skalski, abp Józef Życiński, Jacek Moskwa, Janusz A. Majche-

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ W. Kuczyński, *Kocham III RP*, GW, 24.08.2004.

¹⁵ A. Hall, *Ostrożnie z konstytucją*, GW, 6-7.09.2003.

¹⁶ A. Brzeziecki, J. Makowski, *Zanim ogłoszą entę RP*, GW, 18.11.2003.

¹⁷ K. M. Ujazdowski, *Konstytucja, nie rewolucja*, GW, 25.04.2005.

¹⁸ A. Hall, *Odnova zamiast rewolucji*, RZ, 19.03.2005.

rek¹⁹. Jak już pisałam, wcześniej niż w dziennikach sformułowania „IV Rzeczpospolita” użył w tygodniku „Polityka” A. Szostkiewicz, ale tygodnik tak naprawdę przyłączył się do prasowej dyskusji także na początku 2003 r. Analizując negatywny stosunek obywateli do państwa, Zdzisław Pietrasik komentował: „Od wielu miesięcy Rzeczpospolita ma fatalną prasę, mówi się o niej źle lub bardzo źle. Opozycyjni politycy licytują się w oskarżeniach, wypominając grzeszne poczęcie (Okrągły Stół, Magdalenka) oraz brak rozliczeń z przeszłością”²⁰.

Janina Paradowska w artykule pod znanym tytułem *Rzeczpospolita Trzecia i Pół* pisała:

III RP niewątpliwie obrosła patologiami, ale nie jest państwem w stanie upadku i rozkładu. W Polsce instytucje państwa demokratycznego zostały zupełnie dobrze zaprojektowane, a rozkłada je praktyka i nieustannie podwyższona polityczna gorączka, wywoływana między innymi niestabilnością systemu partyjnego. Służby cywilnej, tej gwarancji profesjonalizmu i trwania pamięci państwa, nie ma przecież nie dlatego, że brak stanowiącego ją prawa. Prawo jest (pierwsza ustawa uchwalona została prawie jednogłośnie), utrwaliła się natomiast praktyka, że każda nowa ekipa je zmienia, by zainstalować swoich partyjnych urzędników. Nie ma konkursów na stanowiska nie dlatego, że prawo nie zezwala, ale dlatego że praktyka konkursowa jest taka, że wygrywają wedle politycznego klucza ci, którzy mają wygrać. Prokuratura nie dlatego kocha polityczne robótki, że brak jej gwarancji niezależności, a minister jest prokuratorem generalnym, ale dlatego że chęć do spełniania politycznych poleceń jest w niej głęboko zakorzeniona²¹.

Jej zdaniem problemy tkwią nie w strukturach państwa i prawie, ale w ludziach, którzy wypełniają te struktury, a których nazwała karierowiczami bez charakterów.

O patologii polskiej demokracji pisał też Jacek Żakowski w tekście pod ostro brzmiącym tytułem *Zgnile jaja polskiej demokracji*. Zdaniem autora są one w konstrukcji polskiego ładu medialnego, w nieuregulowanym lobbingu, w prawnym usytuowaniu prokuratury²². W konkluzji czytamy:

Zbuki na stół. Być może więc blisko 14 lat po zakończeniu obrad Okrągłego Stołu i rozpoczęciu budowy nowego systemu przyszedł czas, by stworzyć coś w rodzaju grupy remontowej. Może zebraliśmy już dość złych i dobrych doświadczeń, by wspólnie – w ponadpartyjnym i możliwie niepolitycznym gronie – poszukać odpowiedzi na trzy fundamentalne pytania:

- co zrobić, by w życiu politycznym interesy publiczne – a nie tylko grupowe – były skutecznie reprezentowane,
- jakim sposobem odzyskać dla społeczeństwa choćby część przestrzeni publicznej zawłaszczanej przez klasę polityczną,
- jak sprawić, byśmy się dalej nie staczali w przepaść nieufności, niestety coraz bardziej wiarygodnych podejrzeń, plotek oraz oskarżeń dotyczących niemal każdego, kto występuje na publicznej scenie²³.

¹⁹ Zob. W. Kuczyński, *Lament na wyrost*, RZ, 28-29.01.2005; E. Skalski, *Bo Stwórca straci cierpliwość*, RZ, 5-6.02.2005; abp J. Życiński, *Powszedni chleb wolności*, RZ, 19-20.02.2005; J. Moskwa, *Pożegnanie z mitami*, RZ, 5-6.03.2005; J. A. Majcherek, *W obronie kontraktu*, RZ, 12-13.03.2005.

²⁰ Z. Pietrasik, *Niekochana Rzeczpospolita*, „Polityka”, 2003, nr 35.

²¹ J. Paradowska, *Rzeczpospolita Trzecia i Pół*, „Polityka”, 2003, nr 36.

²² Zob. J. Żakowski, *Zgnile jaja polskiej demokracji*, „Polityka”, 2003, nr 9.

²³ *Ibidem*.

Zastanawiające, dlaczego „Tygodnik Powszechny” nie uczestniczył w debacie o ewentualnym przekształceniu III RP w IV RP, a swoje opinie w tej sprawie jego publicyści opublikowali, jak już pisałam, na łamach „Gazety Wyborczej”. Niemniej, także w „Tygodniku” można odnaleźć artykuły, których autorzy piszą o konieczności naprawy państwa. Na przykład po ujawnieniu afery Rywina tak pisał Krzysztof Kozłowski: „Spróbujmy zrozumieć, o co komu chodzi – i na czym polega nasz wspólny, publiczny interes. Prawdziwa naprawa Rzeczypospolitej zaczyna się od przejrzenia na oczy”²⁴. O koncepcji IV Rzeczypospolitej wspominał w jednym z tekstów J. A. Majcherek: „Niektórzy zachęcają więc, by nie już z dotychczasowych klocków nie układać, lecz zburzyć cały układ i zbudować coś zupełnie od nowa, może nawet jakąś całkiem inną IV Rzeczypospolitą”²⁵.

Była to jednak tylko wzmianka w artykule krytykującym działania rządu. Tak więc „Tygodnik Powszechny” właściwie nie uczestniczył w prasowej debacie o przekształceniu III RP w IV RP.

Do dyskusji o IV RP kilkakrotnie włączył się także tygodnik „Wprost”. Przeciwno gwałtownej zmianie występował w nim Jan Winiecki:

Apele o „radykalne zmiany”, o przynoszące (rzekomo) natychmiastową poprawę panacea, o odsunięciu obecnej klasy politycznej rażą naiwnością. Droga do lepszego państwa, do faktycznego zagwarantowania wolności politycznych, obywatelskich i gospodarczych nie prowadzi przez nie pogłębiony refleksją radykalizm gromko żądający „nowej zabawki”, lecz przez dziesiątki małych kroków, z których każdy posuwa naprzód sprawę uważaną w obecnych warunkach za niemal lub zupełnie beznadziejną²⁶.

W listopadzie 2004 r. krytykę III RP przedstawił Igor Zalewski²⁷, a jego tekst wprowadzał do opublikowanego zapisu dyskusji o IV RP, która została zorganizowana w redakcji tygodnika z udziałem: Jarosława Kaczyńskiego (Prawo i Sprawiedliwość), Tomasza Nałęcza (Socjaldemokracja Polska), Bronisława Komorowskiego (Platforma Obywatelska) oraz socjologa Pawła Śpiwaka i prawnika Janusza Kochanowskiego. Wprowadzeniem do debaty były zadane przez Zalewskiego następujące pytania:

Remont Polski. Zanim proklamujemy IV Rzeczypospolitą, warto się zastanowić, czy to, co powstało po 1989 r., można nazwać III Rzeczypospolitą. Czy obecną Polskę można nazwać Rzeczypospolitą Przejściową, czymś w rodzaju PRL po face liftingu, czyli RPRL (od połączenia RP i PRL)? Co wyróżnia Rzeczypospolitą Przejściową? Co należy zrobić, żeby powstała prawdziwa III Rzeczypospolita?²⁸.

Przedstawiona prasowa debata nad przyszłością Polski to tylko fragment nie zakończony jeszcze sporu o kształt ustrojowy państwa. Uczestniczą w nim przede wszystkim politycy, którzy będą bezpośrednio decydować o Polsce.

²⁴ K. Kozłowski, *To Polska oskarża*, „Tygodnik Powszechny”, 2003, nr 12.

²⁵ J. A. Majcherek, *Karesy i frazesy*, „Tygodnik Powszechny”, 2003, nr 15.

²⁶ J. Winiecki, *Gorący balon*, „Wprost”, 30.03.2003.

²⁷ Zob. I. Zalewski, *Rzeczypospolita przejściowa*, „Wprost”, 21.11.2004.

²⁸ *Ibidem*.

Niemniej jest bardzo istotne, że opiniotwórcza prasa włączyła się do tej debaty i w ten sposób umożliwiła uczestniczenie w niej swoim czytelnikom – części społeczeństwa.

Analizowane przeze mnie tytuły prasowe należą w swoim segmencie rynku prasowego do wysokonakładowych i opiniotwórczych. Prezentowały na swoich łamach różnorodne opinie, a ich autorzy byli zwolennikami odmiennych koncepcji przyszłości państwa. Publicyści analizowanych tytułów włączali się do sporu polityków, analizowali go, czasami inspirowali, tworząc w ten sposób ważne forum dyskusyjne.

Na zakończenie chcę podkreślić, że od lat w polskiej publicystyce nie było dyskusji pomiędzy tytułami prasowymi. Być może ten spór, wraz z wcześniejszą dyskusją nad przystąpieniem do Unii Europejskiej, a także toczącą się w prasie debatą wokół Traktatu Konstytucyjnego odmienia te tendencje.

Grzegorz Tokarz¹

LUSTRACJA W PUBLICYSTYCE POLSKICH KONSERWATYSTÓW

Lustracja należy do jednych z najbardziej kontrowersyjnych spraw w III Rzeczypospolitej. Była ona obecna po 1989 r. w szeregu nurtów, podejmowało ją wiele partii politycznych. Większość była za ujawnieniem współpracy Polaków z tajnymi służbami Polski Ludowej. Różnice dotyczyły tego, jak wielka liczba osób sprawujących wysokie urzędy w Polsce powinna zostać poddana sprawdzeniu, czy nie ma agenturalnej przeszłości. W społeczeństwie polskim i jego elitach politycznych pojawiły się obawy, że byli współpracownicy aparatu bezpieczeństwa Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej mogą działać wbrew interesom kształtującego się państwa demokratycznego. Niebagatelne znaczenie miał również wątek etyczny, uważano, że należy ujawnić prawdę związaną z systemem socjalistycznym. Prawnie sprawę tę rozwiązano w 1997 r., kiedy to parlament przyjął odpowiednią ustawę². Dzięki niej można było podjąć szereg trudnych i spornych kwestii, jak również ukrócić tzw. dziką lustrację, która często stawała się instrumentem w ręku polityków, mających nadzieję na polityczne zaistnienie po zajęciu się tymi sprawami. Pierwsza poważna próba lustracji miała miejsce w czerwcu 1992 r., kiedy to minister spraw wewnętrznych przedstawił listę współpracowników byłych służb specjalnych PRL zasiadających w rządzie i parlamencie³. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie stosunku polskich konserwatystów do procesu lustracyjnego. Środowiska konserwatywne w Polsce są bardzo zróżnicowane, po 1989 r. powstało szereg ugrupowań odwołujących się do idei konserwatywnych. W kraju, po latach ideologii komunistycznej, następowała swoistego rodzaju odbudowa koncepcji prawicowych. Często rozmaite ugrupowania określały się jako konserwatywne

¹ Grzegorz Tokarz, adiunkt, Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Studiów Międzynarodowych.

² Por. Ustawa lustracyjna (frag.), <http://www.ceo.org.pl/dokument.php?dzial=1987&id=33171>.

³ M. Pijarczyński, *Lustracja do poprawki*, <http://www.Polska.pl/specdla/polski/article.htm?id=150064>.

mimo nieznamości podstawowych zasad tej doktryny. Do najpoważniejszych środowisk czy ugrupowań konserwatywnych zaliczam osoby związane z periodykiem „Stańczyk”, polityków związanych z Unią Polityki Realnej oraz pismem *Najwyższy Czas*”. Interesującym konserwatywnym pismem jest również „Pro Fide Rege et Lege” czy „Nowe Państwo”⁴.

Konserwatyści polscy, analizując ideowe przesłanki lustracji, zauważają, że czasy Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej są przekłamywane. To dzieło współczesnych polityków wywodzących się z szeregów dawnej opozycji. Przedstawiają oni wydarzenia, jakie miały miejsce w systemie socjalistycznym w sposób jednoznaczny, wykazują, iż Polska Ludowa to okres, w którym odnotowano jedynie złe wydarzenia, nie znajdują żadnych pozytywnych aspektów tamtych czasów. Wynika to, zdaniem konserwatystów, z faktu, iż dawni działacze podziemia antykomunistycznego chcą przedstawić siebie w jak najlepszych barwach, ukazać, że byli jedyną nadzieją na poprawę sytuacji w Polsce. Pojawia się w tym przypadku manicheistyczny, jednoznaczny podział na dobro i zło, osoby współpracujące z reżimem socjalistycznym reprezentują zło, natomiast walczący z nimi stanowią siły dobra. Niewątpliwie powodem takiej optyki jest pragnienie polityków wywodzących się z obozu solidarnościowego uzasadnienia swojej aktywności politycznej, wykazania dodatkich stron kreowanej przez nich współczesnej sytuacji politycznej w Polsce. Polscy konserwatyści nie zgadzają się z takim sposobem myślenia, uznają, że ma ono charakter propagandowy. Podkreślają jednocześnie, że przedstawianie sytuacji tak jednoznacznie przez dawnych opozycjonistów świadczy o ich małym potencjale intelektualnym, zarzucają im, że nie są w stanie w sposób bardziej analityczny podejść do wydarzeń z okresu Polski Ludowej. Nie biorą oni bowiem pod uwagę złożonej sytuacji politycznej, motywów działania ludzi, którzy podejmowali trudne decyzje, jaką postawę przyjąć w takiej rzeczywistości, w tym między innymi w kwestii podejmowania współpracy z komunistycznymi służbami bezpieczeństwa. Konserwatyści odrzucają panujące, ich zdaniem, w Polsce myślenie o charakterze ideologicznym. Nie należy patrzeć na człowieka tylko przez pryzmat współpracy bądź nie ze służbami specjalnymi, opowiedzenia się po stronie zła czy dobra. Takie postrzeganie świata jest bardzo podobne do tego z przeszłości, kiedy próbowano zbudować „doskonałe” społeczeństwo, opierając się na jedynie słusznych twierdzeniach⁵.

Krytyka współczesnych polskich elit politycznych, które głoszą potrzebę lustracji, jest wśród konserwatystów polskich częsta. Podkreślają oni, że współcześni decydenci nie potrafią myśleć kategoriami racji stanu, co więcej, politykom polskim brak podstawowej wiedzy o etyce politycznej (która powinna hamować lustracyjne zapędy decydujących o losie państwa). Zamiast tego dominuje naiwność czy pozbawione większej wartości moralizowanie. Polscy konserwatyści próbują zrozumieć zachowania zwolenników lustracji, uważają, że wielu polityków,

⁴ Szerzej o strukturach konserwatywnych pisze K. Wandowicz w książce *Współczesny konserwatyzm polityczny w Polsce (1989-1998)*, Wrocław 2000, por. również G. Tokarz, *Polscy konserwatyści wobec chrześcijaństwa w latach 1989-1999*, Wrocław 2002.

⁵ T. Gabiś, *Lustracja*, <http://www.datapolis.pl//1.htm>.

którzy obecnie decydują o losach kraju, znajdowało się w Polsce Ludowej w opozycji. Nie nauczyli się myślenia kategoriami państwa, nie potrafili zerwać z przeszłością, zasklepili się w niej⁶.

Konserwatyści starają się zanalizować zachowanie dawnych tajnych agentów. Zauważają, że ideałem dla służb specjalnych minionego okresu były wysokie miejsca w hierarchii poszczególnych organizacji politycznych zajmowane przez współpracowników, im wyżej w szeregach opozycji znalazł się agent, tym był cenniejszy. Jednocześnie stawał się coraz bardziej niezależny od swoich mocodawców. Mógł pozwolić sobie na pewną niezależność, gdyż dla służb specjalnych stanowił zbyt cenne źródło, aby go zniszczyć za niesubordynację (pomijając już sens podejmowania takiego działania). Konserwatyści podkreślają również, że w pewnym momencie taki agent zaczynał prowadzić własną grę, której celem było osiągnięcie sukcesu. W czasie zmian systemowych może on stać się głównym graczem, dawni mocodawcy podporządkują się mu. Konserwatyści podkreślają również problemy natury moralnej, przed jakimi stoją dawni współpracownicy służb specjalnych, mają oni trudności z odróżnieniem dobra i zła. Jednak dla państwa są siłą bardziej pożyteczną (znają wszak tajniki działania politycznego) niż idealisci, których działania często przynoszą szkodę. Dawni tajni współpracownicy

potrafią rozpoznać stosunki władzy, są realistami, gdy chodzi o ocenę ludzi i ukryte motywy ich działań, nie wierzą w wielkie hasła, nawet jeśli je sami głoszą, bo wiedzą, że są one często kamuflażem używanym w walce o władzę [...] kto wie, czy w atmosferze politycznej panującej w Polsce, w zamęcie głupoty, dziwacznych ideologii, wojującego sentymentalizmu, radykalnych haseł i bełkotliwych programów, to właśnie byli agenci, obok konserwatywnej prawicy i niektórych środowisk prawicy narodowej, okazać się tymi, którzy potrafią zachować trzeźwość sądu, zimną krew i spokojną głowę⁷.

Myślenie konserwatystów, nietypowe jak na warunki polskie początku XXI w., nie wykrystalizowało się po obserwacji wydarzeń związanych z funkcjonowaniem ustawy lustracyjnej. Jeszcze kilka lat przed jej uchwaleniem wyrażali oni swój krytyczny stosunek do lustrowania dawnych współpracowników służb specjalnych PRL. Jednak należy przy tym pamiętać, że uchwałą sejmową w sprawie lustracji złożył polski konserwatysta Janusz Korwin-Mikke. Jednak jego koleldzy z nurtu konserwatywnego krytycznie ocenili ten akt. Stwierdzono, że kwestia lustracji nie była podejmowana na zebraniach Unii Polityki Realnej (partii, w której działał wówczas ten polityk). Co więcej, uważali, że propozycja wspomnianej wcześniej uchwały negatywnie odbiła się na postrzeganiu UPR przez Polaków. Partia utraciła status struktury niezależnej, która nie ulega nastrojom chwili w polityce. Istnieje niebezpieczeństwo, iż zatraci ona swój charakter ideowy, przyciąganie te osoby, które nie rozumieją idei konserwatywnych, uznające, że prawica to jedynie antykomunizm. Pojawiają się również wśród konserwatystów opinie, że UPR została wykorzystana instrumentalnie przez osoby nie związane ani z tą partią, ani z jej programem, osoby, którym zależało na przeprowadzeniu lustracji

⁶ K. Bąkowski, *Wstęp*, „Stańczyk” 1998, nr 2.

⁷ T. Gabiś, *op. cit.*

w Polsce. Zmieniła się również sytuacja polityczna UPR. Partia odeszła w dużej mierze od swoich prawicowych przekonań, przybliżyła się do centroprawicy, tym samym w porównaniu z przeszłością stała się bardziej lewicowa. Inną sprawą jest, że kwestie lustracyjne podejmowane przez konserwatystów z UPR doprowadziły do zaangażowania się, zdaniem innych konserwatystów, w niepotrzebne przepychanki polityczne, jakie miały miejsce w III Rzeczypospolitej⁸.

Przedstawiciele nurtu konserwatywnego poddają ostrej krytyce sam proces lustracyjny, ich sprzeciw wynika z przekonania, iż nigdy nie powinny zostać ujawniane dane dawnych współpracowników służb specjalnych. Podkreślają, że upublicznienie tych danych może przynieść szkodę państwu, przyczyni się do osłabienia jego możliwości obronnych. Nie mają znaczenia powody, dla których chce się lustrować, bo jeśli złamie się zasadę tajności danych, otworzy się tym samym drogę do ujawniania tajemnic państwowych w przyszłości. Dzisiaj upubliczniamy dane tajnych agentów w Polsce Ludowej, jutro będziemy odtajniać dane współpracowników służb specjalnych III Rzeczypospolitej, zostanie przełamane swoistego rodzaju tabu. Jednocześnie zmaleją możliwości efektywnej pracy współczesnych polskich służb specjalnych, co będzie mieć wymierny wpływ na ich skuteczną działalność. Konserwatyści polscy zauważają, że lustracja doprowadzi do sytuacji, w której Polacy nie będą chcieli w przyszłości współpracować z rodzimymi służbami specjalnymi, gdyż obawiać się będą, iż ich nazwiska w przyszłości zostaną ujawnione, a tym samym nie będą bezpieczni⁹.

Środowiska konserwatywne krytykują niechęć wielu środowisk politycznych do pracowników służb specjalnych Polski Ludowej. Porównują pracę w wywiadzie PRL do służby w wojsku polskim, jeśli udział w tej pierwszej strukturze jest naganny, to należałoby potępić również wszystkich żołnierzy. Konserwatyści podkreślają, że służby specjalne są narzędziem, nie ma znaczenia system, w jakim narzędzie jest używane. Należy dbać o nie, jednocześnie konserwatyści stwierdzają jednak, że agenci nie powinni sprawować wysokich urzędów w Polsce, które dałyby im władzę¹⁰.

Nie wszyscy konserwatyści tak krytycznie podchodzą do idei lustracji w III Rzeczypospolitej. Zdaniem wielu z nich wśród polskich elit politycznych jest wielu dawnych współpracowników służb bezpieczeństwa, J. Korwin-Mikke uważa, że 50% posłów współpracowało lub współpracuje z polskimi służbami specjalnymi, przy czym im wyższe stanowisko w państwie, tym większe niebezpieczeństwo, iż sprawująca je osoba ma związek z tajnymi służbami. Jednocześnie podkreśla, że uwaga ta odnosi się to głównie do ludzi, którzy w przeszłości działali w opozycji, J. Korwin-Mikke przypomina, że w Polsce Ludowej funkcjonował zakaz werbowania członków Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej¹¹.

Analizując stosunek prominentnych polityków polskich do lustracji, konserwatyści zauważają, że przeciwnicy tej idei stanowią wielką siłę wśród decy-

⁸ T. Gabiś, *O lustracji raz jeszcze*, „Stańczyk” 1993, nr 2.

⁹ K. Bąkowski, *Wstęp*, „Stańczyk” 1998, nr 2.

¹⁰ J. Korwin-Mikke, *Koniec lustracji*, „Najwyższy Czas” 2002, nr 41.

¹¹ J. Korwin-Mikke, *Jednak – sensacja...*, „Najwyższy Czas” 1999, nr 21.

dentów. Robią oni wszystko, żeby zatrzymać ten proces. Konserwatyści podają tu przykład wydarzeń, które rozegrały się w czasie ujawnienia danych współpracowników służb specjalnych przez Antoniego Macierewicza, ministra spraw wewnętrznych w rządzie Jana Olszewskiego. Przeciwnicy lustracji twierdzili, że A. Macierewicz wykorzysta lustrację do walki politycznej ze swoimi przeciwnikami. Zdaniem konserwatystów twierdzenie to było absurdałne, gdyż upubliczniając dane współpracowników służb specjalnych czynił sytuację polityczną w III Rzeczypospolitej przejrzystą, co uniemożliwiałoby jakiekolwiek manipulacje. Akcja lustracyjna spowodowała upadek rządu J. Olszewskiego, niechętni wobec niej politycy podgrzewali atmosferę polityczną, formułowali stwierdzenia, że Polsce grozi zamach stanu. Pojawiły się głosy, że Nadwiślańskie Jednostki Wojskowe Ministerstwa Spraw Wewnętrznych postawiono w stan podwyższonej gotowości. Dzięki pełnej dezinformacji przeciwnikom udało się zatrzymać proces lustracyjny. Konserwatyści zauważają, że współpraca ze służbami specjalnymi Polski Ludowej przedstawiana była wówczas jako powód do dumy, relatywizowano, w mediach polskich podkreślano, że chcąc uczynić w Polsce socjalistycznej coś dobrego należało iść na kompromis, że współpracą ze Służbą Bezpieczeństwa włącznie. Społeczeństwo miało uwierzyć w bezsensowność ujawniania nazwisk osób, które piastowały wysokie urzędy w państwie polskim po 1989 r¹².

Według konserwatystów w III Rzeczypospolitej działają silne środowiska przeciwstawiające się procesowi lustracyjnemu. Nie są to jedynie politycy związani w przeszłości z systemem socjalistycznym. Szczególną rolę w walce z lustracją odgrywają media, które w skuteczny sposób potrafią zatrzymać, a co najmniej opóźnić ten proces. Konserwatyści zauważają, że w III Rzeczypospolitej mamy do czynienia ze swoistego rodzaju zмовą najbardziej poczytnych, kształtujących opinię mediów, określając ją jako dziennikarski syndykat antylustracyjny¹³.

Problemy z rzetelnym przeprowadzeniem lustracji wynikają również z niechęci środowiska prawniczego do tej ustawy. Sędziowie orzekający w procesach lustracyjnych zbyt często, a co najważniejsze w sposób nieuzasadniony stosują domniemanie niewinności, tym samym czyniąc zapisy ustawy lustracyjnej martwymi. Konserwatyści podają przykłady takiego zachowania; np. w procesie Włodzimierza Cimoszewicza sąd uznał argumenty posądzonego o współpracę z tajnymi służbami, który twierdził, że z propozycją współpracy (dotyczyła zbierania informacji wywiadowczych w Stanach Zjednoczonych) zgłosili się do niego pracownicy Ministerstwa Spraw Zagranicznych (w rzeczywistości byli to oficerowie służb specjalnych – W. Cimoszewicz twierdził, że o tym nie wiedział). Sąd dał temu wiarę, konserwatyści zauważają natomiast, że w realiach ówczesnego systemu Cimoszewicz musiał zdawać sobie sprawę, kto go odwiedza. Innym przejawem bojkotowania lustracji przez sędziów jest stosowanie umorzenia ze względu na niemożność ustalenia prawdy. Na postawy sędziów wpływ mają również media,

¹² I. Zakrzewski, *Agenci, teczki i co dalej?*, „Bez Uprzedzeń” 1997, nr 5/6.

¹³ Z Joachimem Gauckiem, pełnomocnikiem rządu federalnego do spraw materiałów służb bezpieczeństwa państwa byłej NRD, rozmawiali P. Kuglarz i P. Legutko, „Nowe Państwo” 2000, nr 26.

które niechętnie lustracji, popierają środowisko prawnicze wrogo nastawione to tej ustawy; jej zwolennicy znajdują się zaś pod „ostrzałem” prasowym¹⁴.

Konserwatyści polscy za wzór rozwiązania problemu lustracyjnego podają Niemcy, gdzie po zjednoczeniu doszło do dokładnego rozliczenia z przeszłością. Ponad 91 tys. pracowników etatowych niemieckich służb specjalnych *Stasi* zostało zwolnionych z wysokich funkcji w urządach państwowych. Podobnie postąpiono z większością tajnych współpracowników niemieckich służb specjalnych. Osoby te nie wpływają już na politykę państwa niemieckiego, nie są w stanie mu zagrozić, zostały odsunięte na boczny tor. Jednocześnie konserwatyści podkreślają, że problemy związane z wprowadzeniem lustracji w Niemczech były podobne jak w III Rzeczypospolitej. Znaleźli się tam poważni przeciwnicy tego procesu, którzy mówili, że nie należy poruszać starych tematów, twierdzili, iż rozpoczyna się swoiste polowanie na czarownice. Niemcy jednak nie ulegli presji różnych polityków przeciwnych lustracji, którzy często później okazywali się współpracownikami tajnych służb, głuśi pozostali również na apele ludzi kultury (między innymi Günthera Grassa) przeciwnych powrotowi do przeszłości¹⁵.

Polskie środowiska konserwatywne analizują stosunek polskiego społeczeństwa do lustracji w III Rzeczypospolitej. Zauważają, że Polacy są już zmęczeni częstymi skandalami na polskiej scenie politycznej. Nie poruszają ich nawet oskarżenia najwyższych urzędników w państwie o współpracę ze służbami specjalnymi Polski Ludowej. „Wygłada na to, że temat albo się po prostu ludziom przejadł – albo też ludzie przyjęli do wiadomości, że polityk musi być agentem – i tyle. Podobnie, jak przyjęli do wiadomości, że musi się nakraść – i dopiero, gdy się nakradnie, będzie dobrym politykiem”¹⁶.

Środowiska konserwatywne zauważają, że lustracja nie spowodowała oczyszczenia życia politycznego w Polsce (co nie znaczy, że go w jakiś sposób nie uporządkowała). Przyczyny były dwie, przede wszystkim jej zwolennicy nie zdawali sobie sprawy z charakteru dokumentów, jakie znajdują się w archiwach służb specjalnych. Nastąpiło swoiste rozejście się między ideologicznymi pragnieniami zwolenników lustracji a jej rzeczywistym efektem. Lustracja nie mogła uzdrowić sytuacji w III Rzeczypospolitej również ze względu na podziały polityczne, szerzej, światopoglądowe w polskim społeczeństwie. Większość Polaków nie chce radykalnych zmian, a tak postrzega działania osób pragnących rozliczenia¹⁷.

Konserwatyści polscy dostrzegają problemy związane z funkcjonowaniem ustawy lustracyjnej, proponują dokonać w niej zmian, które ułatwiłyby ujawnienie dawnych współpracowników służb bezpieczeństwa. Jedna z nich dotyczy możliwości przesłuchania przez Rzecznika Interesu Publicznego osoby, która jest podejrzana o działania agenturalne w przeszłości. Z jednej strony wzmocniłoby to pozycję rzecznika, z drugiej – mógłby się on zorientować, czy osoba przesłuchiwana pragnie ukryć kompromitujące fakty.

¹⁴ Ł. Mohika, *Lustracyjny dołek i co dalej?*, „Nowe Państwo” 2001, nr 11.

¹⁵ J. Szarek, *Upiory już nie straszą*, „Nowe Państwo” 2000, nr 26.

¹⁶ J. Korwin-Mikke, *Jednak – sensacja...*, „Najwyższy Czas” 1999, nr 21.

¹⁷ Ł. Mohika, *Lustracyjny dołek i co dalej?*...

Należałoby również wyraźnie zdefiniować, co należy rozumieć pod pojęciem współpracy ze służbami specjalnymi Polski Ludowej, bo dzięki temu uda się zminimalizować arbitralność sędziów wyrokujących w procesach lustracyjnych.

Konserwatyści poruszyli również sprawę, która często się pojawia podczas procesów lustracyjnych: dawni oficerowie SB twierdzą, że fałszowali dane dotyczące współpracy z nimi określonego polityka. Należałoby ich za to karać finansowo (wszak oszukiwali system, któremu mieli służyć) np. w postaci cofnięcia im emerytur resortowych¹⁸. W tym przypadku konserwatyści nie widzą żadnego problemu etycznego, stosują prawo przeciwko tym, którzy nie przykładali się odpowiednio do inwigilacji opozycji.

Środowiska konserwatywne, którym bliska jest idea lustracji, negatywnie odnoszą się do niektórych zapisów ustawy lustracyjnej. Krytykują ujawnienie danych współpracowników polskiego wywiadu i kontrwywiadu wojskowego. Sprzeciw ten wynika z powodów czysto praktycznych, może to przynieść ogromne szkody polskim służbom specjalnym, osłabi się je na kilkadziesiąt lat¹⁹.

Konserwatyści zwracają również uwagę na przypadek, gdy dawny współpracownik peerelowskich służb specjalnych nadal jest czynnym agentem wywiadu czy kontrwywiadu III Rzeczypospolitej. Zauważają, że minister spraw wewnętrznych A. Macierewicz ujawnił dane byłych pracowników służb specjalnych. Interesująca jest ich opinia na temat konsekwencji nieprzeprowadzenia lustracji dawnych-obecnich pracowników wywiadu. Według nich, jeśli nie będzie wśród ujawnianych osób nazwisk prominentnych działaczy obozu solidarnościowego, to tym samym oznaczać to będzie, że wielu agentów służb specjalnych Polski Ludowej pracuje obecnie dla wywiadu czy kontrwywiadu III Rzeczypospolitej²⁰.

W III Rzeczypospolitej ciągle pojawiają się „sensacje” w postaci oskarżeń ważnych osób w państwie o współpracę ze służbami specjalnymi Polski Ludowej. Zarzut taki postawiono Aleksandrowi Kwaśniewskiemu i Lechowi Wałęsie. Polskie środowiska opiniotwórcze stwierdzają, że kompromituje to Polskę na arenie światowej. Konserwatyści uznają te argumenty, stwierdzają jednak, że nie byłoby problemu, gdyby wcześniej przeprowadzono rzetelną lustrację²¹.

Konserwatyści analizują lustrację na przykładach spraw polityków, którzy zostali oskarżeni o współpracę z peerelowskimi służbami specjalnymi. Klasycznym przejawem działania ustawy lustracyjnej w III Rzeczypospolitej jest sprawa agenturalnej przeszłości Janusza Tomaszewskiego, wicepremiera w rządzie Jerzego Buzka. Wyjście na jaw jego współpracy świadczyć może, zdaniem konserwatystów, że ustawa lustracyjna działa dobrze, dzięki jej zapisom można dociec prawdy, nawet jeśli dotyczy prominentnych polityków. Konserwatyści jednak zauważają, że niektóre osoby sprawujące ważne funkcje w państwie są pewne, że dowody dotyczące ich pracy dla służb specjalnych Polski Ludowej nie zostaną ujawnione. W związku z tym zadają pytanie, z czego ta pewność wynika.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ J. Korwin-Mikke, *Lustracja się rozpędza?*, „Najwyższy Czas” 1999, nr 17.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ T. M. Płużański, „*Bolek* i *Alek*”, „Najwyższy Czas” 2000, nr 32-33.

Lustracja dotknęła i zniszczyła człowieka, który zrobił najbłyszczącą karierę polityczną ostatnich lat. Okazało się także, że na lustrację nie ma mocnych. Ciekawe tylko, kto zapewnił Tomaszewskiego oraz kilkadziesiąt innych osób które skłamały w oświadczeniach lustracyjnych, że ich papiery nigdy nie wyjdą na jaw²².

Konserwatyści polscy są przekonani o potrzebie lustracji w Polsce, podkreślają, że istnieje realna groźba tzw. lustracji dzikiej, która może spowodować między innymi łamanie prawa w Polsce. Ustawa lustracyjna, nawet jeśli nie spełnia wszystkich pokładanych w niej nadziei, porządkuje sytuację prawną w Polsce²³. Mogą zdarzyć się przypadki skrzywdzenia ważni działacze opozycji. W tym kontekście konserwatyści przywołują tu przykład Mariana Jurczyka uznanego za współpracownika służb specjalnych Polski Ludowej. Polityk ten wiele przeszedł, był internowany, zginęli jego najbliżsi (syn i synowa). Zobowiązanie współpracy z SB podpisał pod groźbą śmierci). Marian Jurczyk jest niewątpliwie, zdaniem polskich konserwatystów, ofiarą lustracji w III Rzeczypospolitej²⁴.

Środowiska konserwatywne w Polsce są podzielone w kwestii stosunku do lustracji, część z nich bardzo ostro przeciwko niej występuje, odwołując się do racji stanu. Dla zwolenników ważną rolę pełnią argumenty o charakterze moralnym oraz obawy związane z obecnością w polskim życiu politycznym byłych współpracowników służb specjalnych PRL. Daje się również zauważyć, że środowiska konserwatywne dają się wciągać w swoistego rodzaju gry polityczne związane z lustracją.

²² T. Sommer, *Lustracja uderza*, „Najwyższy Czas” 1999, nr 37.

²³ A. Zambrowski, *Ofiary lustracji*, „Najwyższy Czas” 2000, nr 14.

²⁴ *Ibidem*.

Agnieszka Sznajder

WIZERUNEK KOBIETY AKTYWNEJ POLITYCZNIE

Wraz z upadkiem systemu komunistycznego Polska otworzyła się na Zachód. Rozpoczął się proces demokratyzacji, obejmujący każdą sferę życia społecznego. Zasadnicze zmiany dotyczyły także życia politycznego, miały przyczynić się do kształtowania nowej kultury politycznej, stanowiącej zarazem zaprzeczenie porządku obowiązującego w latach PRL-u. Proces demokratyzacji zakończyć się miał wypracowaniem nowych zasad wyłaniania władz państwowych, które we właściwy sposób reprezentować miały tak wszystkich, jak i poszczególnych obywateli kraju.

Szybko okazało się, że w nowej polskiej rzeczywistości politycznej brak mechanizmów sprzyjających udziałowi kobiet w gremiach decyzyjnych. Nieobecność wyraźnej reprezentacji kobiet w tych strukturach był zresztą typowy dla wszystkich krajów postkomunistycznych. Stanowiło to potwierdzenie zasady, iż udział kobiet w parlamencie jest odwrotnie proporcjonalny do wzrostu rzeczywistej władzy tego ciała ustawodawczego.

W roku 1989 okazało się, że nie dla wszystkich obywateli Polski ustrój demokratyczny oznacza przyjęcie rozwiązań ustrojowych tych państw z ustabilizowaną demokracją. Kwestią sporną okazała się aktywizacja polityczna kobiet, w tym także ich pełnego dostępu do wszystkich funkcji publicznych. Nie dostrzegano wówczas prostej zależności, że wykluczenie kobiet z życia politycznego pociągnie za sobą nie tylko brak właściwej reprezentacji wszystkich obywateli kraju. Męska władza w rezultacie doprowadzić miała do wykreowania rządów kalekich, co przejawiało się w niemożności szerszego spojrzenia na różnorakie kwestie społeczne, zwłaszcza te związane z codzienną sytuacją kobiet. Doświadczenie krajów zachodnich wskazywało, że w konsekwencji pewne problemy mogą stać się niewidoczne, niedostrzegane czy wręcz ignorowane.

W polskim społeczeństwie dosyć powszechna jest opinia, że niewielka reprezentacja kobiet w sferze politycznej wynika z ich samorealizacji w rodzinie. Okazuje się jednak, iż brak zaangażowania w sferze publicznej nie może być wyłącznie tłumaczony „wymuszonym” angażem na etat domowy. Działania skutkujące niską reprezentacją kobiet we władzy obserwuje się już na etapie działań przedwyborczych. Mała liczba kandydatek, umieszczanie ich na końcowych miejscach list, brak kobiet w organizowanych kampaniach wyborczych, promocja kobiet za pomocą wzorca matki-Polki (ewidentnie negującego potrzebę obecności kobiet na scenie politycznej) czy wreszcie brak działań promujących kobiety w gremiach partyjnych to zjawiska nader częste. Można zauważyć, że tylko niewielkie Polki mają poczucie, iż ich potrzeby są artykułowane w należyty sposób, zaś interesy właściwie reprezentowane. Zdaniem wielu Polek dyskusje na tematy związane z problemami kobiet często są dla nich obraźliwe, jak chociażby debaty na temat rozrodczości, macierzyństwa, przemocy domowej czy gwałtu.

Analiza polskiej sceny politycznej oraz miejsca na niej kobiet w ogromnym stopniu zależy od postrzegania kobiet w ogóle. Dla większości ugrupowań kobieta nigdy nie występuje jako niezależna jednostka, oderwana od spraw rodzinnych. Ugrupowania te dostrzegają problemy, z którymi borykają się kobiety, jednak są one związane wyłącznie z pełnieniem ról macierzyńskich i opiekuńczych. Odrębną grupę stanowią te ugrupowania, które w swych programach poświęcają uwagę kobietom, traktując je jako atrakcyjną grupę elektoratu. Głoszone programy są tu wyłącznie przynętą wyborczą, bowiem moment objęcia rzeczywistej władzy jest równoznaczny z odejściem od wcześniejszych deklaracji.

By zrozumieć bariery oraz przeszkody stojące na drodze aktywizacji politycznej kobiet w Polsce, trzeba odwołać się do bagażu historycznych doświadczeń oraz kształtowanego przez stulecia wyobrażenia kobiety i ról przez nią pełnionych. Literatura feministyczna znajduje przyczynę takiego stanu rzeczy w trzech zasadniczych czynnikach, tj. kulturze szlacheckiej, potędze Kościoła katolickiego w Polsce oraz powojennych przeobrażeniach. Każdy z tych czynników miał ogromny wpływ na kształt współcześnie występujących społecznych oczekiwań wobec ról odgrywanych przez kobietę. W okresie zniewolenia w kulturze szlacheckiej działania niepodległościowe były wyłącznie domeną mężczyzn; kobiety zajmowały się gospodarstwem domowym oraz wychowywaniem potomstwa. Polski katolicyzm z kolei w swoim nauczaniu na piedestale stawia wartości rodzinne, a kobiety wzywa do bezwzględного oddania się rodzinie. Kobietom przypada w udziale odpowiedzialność za dzieci oraz ich wychowywanie, zaś oczekiwania względem mężczyzn sprowadzają się głównie do zapewnienia bezpieczeństwa materialnego rodzinie. Kościół katolicki najwyższą wartość w przypadku kobiet przypisuje tzw. cnotom biernym, do których należy posłuszeństwo, poświęcenie, pogodzenie z losem, pokora. W tak stworzonym ideale brak miejsca na własne potrzeby, aspiracje czy marzenia wykraczające poza sferę domową. Ostatni rozważany czynnik – komunizm – to nieudane próby wprowadzenia pełnego równouprawnienia kobiet w każdej sferze życia. W rzeczywistości działania prorównościowe miały na celu maksymalne wykorzystanie istniejącej siły roboczej, bez względu na płeć. Szeroko zakrojona aktywizacja w sferze

zawodowej nie spowodowała jakichkolwiek zmian w sferze politycznej. Kobiety w tamtych czasach nie sprawowały faktycznej władzy, nie miały najmniejszego wpływu na decyzje o charakterze politycznym. Co więcej, wówczas wzmocnił się trend plasujący kobietę w hierarchii społecznej znacznie niżej od mężczyzny. Kobieta to była matka-Polka, bierna, posłuszna swemu fatalnemu przeznaczeniu.

Wszystkie wymienione czynniki sankcjonowały społeczne role przez wieki przypisywane wyłącznie kobietom. Przełożyło się to na stosowanie praktyk dyskryminacyjnych w dostępie kobiet do grup decydenckich oddziałujących na społeczeństwo, jak również rezygnację z próby weryfikacji społecznych oczekiwań względem kobiet. W konsekwencji tradycyjne wyobrażenie kobiety zostało przejęte przez różne media, co doprowadziło do promocji zafałszowanego obrazu życia społecznego.

Emancypacja kobiet w Polsce sprowadza się do społecznego przyzwolenie na angażowanie się w sferę zawodową, jeśli nie zostają zaniedbane obowiązki domowe. Należy do nich wychowywanie dzieci oraz prowadzenie domu. Oczywiście identyczne są oczekiwania w stosunku do kobiet angażujących się politycznie, z tą różnicą, że częściej podlegają one społecznej ocenie, ponieważ aktywność polityczna wiąże się z częstą obecnością w mediach.

Kobieta polityczka spotyka się z ostrą krytyką, bowiem wkracza na teren zarezerwowany wyłącznie dla mężczyzn. Polityka to sfera, w której toczą się męskie rozmowy wokół męskich spraw. Kobieta ze swoją kobiecością odbiera powagi funkcjom politycznym. Potwierdza to zresztą nasz język, w którym brak np. żeńskich odpowiedników zawodów cieszących się dużym prestiżem w społeczeństwie (językowo poprawne: polityczka, senatorka, premierka czy ministerka). Kobieta sukcesu nie może być poważnie traktowana, jeśli zgodzi się na takie żeńskie formy.

W polskiej świadomości męskość łączy się z takimi przymiotami, jak odwaga, dotrzymywanie obietnic, konsekwencja w działaniu; stąd też obecność mężczyzn w sferze politycznej jest czymś oczywistym, podczas gdy kobieta musi się z tego faktu tłumaczyć. Męskość jest z natury polityczna. Dowodem na zakorzenione głęboko w społecznej świadomości tego typu przekonania są wyrażenia typu: „mąż stanu”, „swój chłop”, „prawdziwy mężczyzna”, „załatwić sprawę po męsku”. W przypadku kobiety polityczki każde działanie zostanie wpisane w stereotyp i tłumaczone kobiecością: zmiana decyzji – kobiecą zmiennością, obstawanie zaś przy swoich racjach – kobiecym uporem. Kobieta bowiem i pełnione przez nią rolę zawsze i wszędzie kojarzyć się będą z cielesnością, która z kolei łączona jest z czymś nieprzyzwoitym. Stereotypowe postrzeganie rodzaju i jakości zadań wykonywanych przez kobiety występuje na szeroką skalę. Uważa się powszechnie, że mężczyźni są stworzeni do myślenia, zaś kobiety do odczuwania. Tym sposobem wszelkie zachowania kobiet tłumaczone są ich naturą. Stąd już tylko krok do stwierdzenia, że „panie do polityki się nie nadają”.

Biorąc pod uwagę (nie)reprezentację kobiet w polityce, można dojść do przekonania, że mężczyzna jest bardziej predysponowany do angażowania się w sferę publiczną i posiada kwalifikacje oraz umiejętności w tym zakresie. Podział

społeczeństwa wedle płci spowodował wytworzenie się postaw wartościujących przedstawicieli obydwu grup, co doprowadziło do wykreowania wizerunku mężczyzny jako osobnika, który posiada cechy bardziej pożądane społecznie oraz obrazu kobiety, nierozzerwalnie związanej z sferą domową.

Polskie społeczeństwo przyzwyczajone jest do stereotypu kobiety delikatnej i wrażliwej. Cechy te nie są kojarzone z silną pozycją i umiejętnością oddziaływania na innych. A wśród kobiet powszechnie występują zachowania składające się na stereotyp męski, jak: pewność siebie, konsekwencja w działaniu czy profesjonalizm. Nie przyjmuje się ich jednak jako coś oczywistego, tłumacząc te wykraczające poza stereotyp niecierpliwością, nieprzewidywalnością, ukierunkowaniem na karierę. To samo działanie podjęte przez przedstawicieli odmiennych płci tłumaczone może być w odmienny sposób. „Męskie” cechy są gwarancją sukcesu tylko w przypadku mężczyzn. Nieformalne załatwianie spraw to swoista męska solidarność, kobiety z kolei łatwo mogą zostać posądzone o plotkarstwo bądź wykorzystywanie walorów własnej płci. Nasuwa się tutaj prosty wniosek, iż w przypadku kobiet występuje brak spójnego, o pozytywnym zabarwieniu wzorca zaangażowanej społecznie polityczki.

Polskie partie polityczne nie traktują poważnie problemów kobiet i szeroko występującego zjawiska dyskryminacji. Na naszej scenie politycznej nie ma właściwie partii kierujących swój program polityczny bezpośrednio do kobiet czy dających równe szanse kobietom przy tworzeniu list wyborczych czy też w promocji swych kandydatek. Doskonałą ilustracją pozycji kobiet w świecie polityki są kampanie wyborcze. Mężczy kandydaci są wypytywani o programy gospodarcze, strategię działania oraz oceniani na podstawie dotychczasowych osiągnięć. Kandydatki odpowiadają na pytania o sytuację rodzinną, posiadane potomstwo, zgodę rodziny na ich aktywny udział w życiu politycznym kraju etc. Ponadto w wywiadach w prasie kobiecej pojawiają się szczegóły dotyczące ich życia prywatnego, które mają na celu nie tyle przybliżyć program danej kandydatki, ile sprawić, aby stała się „nasza”, czasami nawet bardziej kobieca. Podczas rozmów na temat wychowywania dzieci czy ulubionej potrawy męża zabraknie nieraz miejsca na prezentację programu politycznego i profesjonalną rozmowę o tym, czego tak naprawdę chce dokonać dana kobieta angażując się w sferę polityczną. Nasuwa się tu wniosek, że kobiety bez względu na posiadane predyspozycje, dotychczasowe doświadczenia oraz ambicje życiowe muszą się tłumaczyć ze swojego udziału w polityce, jakby było to jakieś odstępstwo od normalności. Te sympatyczne rozmowy o dzieciach, mężach czy sprawach domowych tak naprawdę wynikają z niechęci wobec kobiet aktywnych politycznie i zmuszają automatycznie do przyjmowania przez potencjalne polityczki pozycji obronnej i tłumaczenia się ze swoich aspiracji zawodowych.

O statusie rodzinnym męskiego kandydata przeciętny wyborca dowiaduje się jedynie z ulotek, które zazwyczaj są opatrzone tego typu wzmianką, i na tym wywiad środowiskowy się kończy. Nie padają pytania o zapatrywania żony kandydata na karierę polityczną męża oraz równego podziału obowiązków podczas pełnienia przez współmałżonka funkcji posła czy senatora. Oczekiwania wobec polityczek są zgoła odmienne. Z jednej strony oczekuje się, aby kandydatka kobiecą

nie była, bowiem to zaprzecza powadze i charakterowi sprawowanego urzędu. Z drugiej zaś strony rozlicza się ją z przymiotów mniej lub bardziej składających się na stereotyp kobiecy (np. oceniając jej wygląd).

Bezpłatny czas antenowy, przeznaczany w ramach kampanii wyborczej poszczególnym ugrupowaniom, zdominowany bywa przez mężczyzn, brak również takich punktów programu politycznego, z którego korzyść miałyby wyłącznie kobiety. Kobieta jest adresatką niektórych postulatów wyłącznie jako matka, żona, nie zaś istota posiadająca własne plany i aspiracje życiowe, a także specyficzne potrzeby. Generalnie, sposób prezentowania kobiet i ich spraw w konkretnych programach zawsze jest zgodny z wyobrażeniem ugrupowania politycznego na temat miejsca kobiety w społeczeństwie.

W audycjach radiowych prezentacji programu partyjnego zawsze dokonuje mężczyzna. Podobnie ma się rzecz w telewizyjnych reklamach nadawanych w ramach kampanii wyborczej. Same kandydatki stosunkowo rzadko – w porównaniu do mężczyzn – dopuszczane są do głosu, aby przedstawić program ugrupowania, które reprezentują.

Niezwykle istotna jest kwestia miejsca na listach wyborczych, o czym już wspominaliśmy. O ile elektorat ma faktyczny wpływ na to, kto z listy wyborczej zdobędzie stanowisko parlamentarzysty/-ki, o tyle nie ma jakiegokolwiek wpływu na to, jak zostanie skompletowana lista wyborcza. Każda partia ma wewnętrzny klucz obsadzania kolejnych pozycji na listach wyborczych, przy czym istnieje zbiorowy opór ze strony przedstawicieli poszczególnych partii, kiedy mowa jest o kluczu sprzyjającym wybieraniu kobiet do grup decyzyjnych. Argumentem przeciw takim praktykom – pomimo że zaprzecza temu doświadczenie krajów zachodnich – jest tworzenie władzy gorszej jakości.

Zakorzeniony w świadomości społecznej obraz matki-Polki jest utrzymywany oraz pielęgnowany przy użyciu dostępnych narzędzi medialnych. Bez względu na to, czy kobieta reprezentuje lewą, czy też prawą stronę sceny politycznej, bezustannie dawać musi opinii publicznej dowody swej „kobiecości” i wywiązywać się z ról, które społecznie zostały jej narzucone.

Polska prawica chętnie się reprezentacją kobiet w swych szeregach, negując tym samym zjawisko ich dyskryminacji w życiu publicznym. Kobiety budujące własne kariery polityczne po prawej części polskiej sceny politycznej, zgodnie z założeniami własnej partii nawołują inne kobiety do pełnienia tradycyjnych ról społecznych, czyli poświęcania się rodzinie i odchowywania jak najliczniejszego potomstwa. Taką rolę pełniła dla przykładu Hanna Gronkiewicz-Waltz podczas swej kampanii prezydenckiej; prezentowała niesłychanie patriarchalny i protekcyjny stosunek wobec elektoratu kobiecego. Kandydatka, odwołując się do tego elektoratu i wartości rodzinnych, w rzeczywistości zaprzeczała własnemu, kreowanemu na potrzeby mediów wizerunkowi wyborczemu. Kolejnym ciekawym przykładem jest Hanna Suchocka, której media usilnie chciały dodać „kobiecości”. W wywiadach polityczka ta przedstawiana była w środowisku domowym podczas przygotowywania obiadów czy innych czynności związanych ze sferą prywatną. To

podkreślanie, iż utożsamiała się ona z własną płcią i obowiązkami określanymi jako kobiece graniczyła z absurdem – Suchocka była kobietą niezamężną i bezdzietną.

Przedstawicielki lewicy zdają się bezustannie powtarzać, iż pełnienie poważnej funkcji nie koliduje z posiadaniem rodziny i dbaniem o jej dobro. Tego typu tłumaczenia są dowodem na to, iż godzą się one zarazem na stereotypowe postrzeganie sfery prywatnej i kobiecych obowiązków. W przypadku centrum sceny politycznej kwestia tożsamości płciowej jest zastępowana zagadnieniami ekonomicznymi, w związku z czym można odnieść wrażenie, jakoby zjawisko dyskryminacji występowało wyłącznie dlatego, że istnieje na nie popyt.

Polska kultura polityczna nie ma jeszcze wypracowanego modelu polityczki, kobiety z godnością piastującej swój urząd i budzącej zaufanie wyborców. Osoby żyjące w przekonaniu, że bezpłciowość w życiu publicznym jest normą, ulegają złudzeniu. W postulatach programowych lewicy, którym zdecydowanie bliżej ideowo do nurtu feministycznego niż prawej stronie sceny politycznej, brak konsekwencji. Zauważalne jest nierówne, a wręcz seksistowskie traktowanie kobiet przez przedstawicieli lewicy. Jako przykład niech posłuży wypowiedź jednego z liderów lewicy, Leszka Millera odnośnie posłanek z własnego klubu:

[...] pod względem merytorycznym biją na głowę posłanki AWS. Są mądrzejsze, bardziej pracowite i ładniejsze. Nieraz widziałem tęskne spojrzenia siedzących po drugiej stronie sali posłów AWS w stronę naszych pań [...]¹.

Zwrócić tutaj należy szczególną uwagę na fakt, iż skala porównawcza Leszka Millera dotyczy kobiet różnych ugrupowań, zabrakło odniesienia do przygotowania merytorycznego i formalnego polityków i polityczek.

We współczesnej Polsce płeć jest nie tylko wyznacznikiem poszczególnych ról społecznych, ale także podstawą do kształtowania hierarchii społecznej. Linie głównego podziału społecznego można poprowadzić między sferą zwaną publiczną oraz prywatną. Pierwsza z nich wiąże się z wszelkiego rodzaju aktywnościami wykraczającymi poza sferę domową, druga zaś sprowadza się wyłącznie do wykonywania zadań związanych z prowadzeniem domu oraz opieką nad osobami zależnymi, tj. dziećmi i starszymi członkami rodziny.

Gdzie zatem jest miejsce na poruszanie sprawy kobiet, skoro dla niektórych są one zbyt nieistotne i błahe, aby rozpocząć szerszy i dojrzały dyskurs społeczny na ten temat. Codzienne problemy Polek pojawiają się na łamach pism kobiecych, nie traktowanych zresztą nazbyt poważnie przez środowiska decydentów. Niestety, w czasopiśmie zauważalny jest brak analizy niedoskonałości systemowych, które w pierwszej kolejności uderzają w kobiety oraz problematyki związanej z dyskryminacją, tak na rynku pracy, jak i w życiu politycznym. Hasło „parytet” wywołuje na twarzach większości polityków, dziennikarzy i innych osób cieszących się dużym zaufaniem publicznym pobłażliwy uśmiech. A przecież trudno rozmawiać poważnie o kwestiach, które dla niektórych istnieją jedynie

1

„Gazeta Wyborcza”, 27–28 listopada 1999 r., s. 3.

w sferze dowcipów i zgryźliwych uwag. Co więcej, panuje powszechne przekonanie, że na tematy związane z udziałem kobiet w sferze publicznej brak popytu. Gdyby bowiem takowy istniał, udział w polityce przedstawicieli obydwu płci byłby równy, a przynajmniej porównywalny. A tak nie jest. Kobiety zatem – zdaniem niektórych – świadomie i dobrowolnie zrzekają się aktywnego udziału w sferze społecznej, ekonomicznej oraz politycznej, bowiem zagadnienia z tym związane są im kompletnie obce. Zawodowy angaż kobiet w politykę traktowany jest przez męskich przedstawicieli polskiego społeczeństwa jak anomalia, a nawet swego rodzaju fanaberia. W sporze o reprezentację kobiet nie chodzi – o czym się najczęściej zresztą wspomina – o sprawy kobiet, takie jak wychowywanie dzieci czy zdrowie kobiet, lecz o odmienną perspektywę spojrzenia na ogół spraw publicznych. Sprawiedliwa, tj. równa reprezentacja kobiet w ośrodkach decyzyjnych nie jest wyłącznie w interesie kobiet i nie powstaje, by reprezentować partykularne żeńskie interesy. Reprezentacja ta powinna powstać w szeroko pojętym interesie społecznym, gdyż wymaga współgrania dwóch różnych punktów widzenia – męskiego i żeńskiego.

Stefan Stępień

**PAŃSTWO A GOSPODARKA
W KONCEPCJACH PROGRAMOWYCH
GŁÓWNYCH UGRUPOWAŃ POLITYCZNYCH III RP**

Zagadnienie roli państwa w gospodarce, jak to pokazuje choćby przykład planu Balcerowicza, można rozpatrywać w dwóch płaszczyznach. W pierwszej przedmiotem analizy może być zakładany przez dane ugrupowanie kształt ustroju gospodarczego i sprawowane w nim funkcje państwa, zaś w drugiej, rola jaką ma ono do spełnienia w procesie budowania nowego ładu społeczno-ekonomicznego. W tym ostatnim przypadku wchodzimy w problematykę teorii transformacji systemu socjalistycznego w kapitalizm, teorii, której przed 1989 rokiem nie było. Ożywiona dyskusja na ten temat rozpoczęła się dopiero wówczas, gdy zmiana systemowa stała się zadaniem praktycznym. Uczestniczyli w niej głównie intelektualiści, a nie siły polityczne. W niniejszym tekście zajmiemy się przede wszystkim spojrzeniem na funkcje państwa wynikające z postulowanego przez poszczególne siły polityczne kształtu systemu gospodarczego.

Modele ustroju społeczno-gospodarczego w koncepcjach partii politycznych po 1989 roku

Dla partii politycznych określenie w programie roli państwa jest kwestią podstawową, albowiem od jej rozstrzygnięcia zależy kształt zakładanego ładu społeczno-ekonomicznego. Inspiracje w podejściu do tego zagadnienia partie III RP czerpią z liberalizmu, konserwatyzmu, socjaldemokracji, chadecji, agraryzmu, nauczania Jana Pawła II. Posiłkując się tym kryterium podziałów socjopolitycznych, możemy wyróżnić kilka modeli ustroju społeczno-gospodarczego, oferowanych Polakom w miejsce komunizmu. Na marginesie polskiego życia politycznego istnieją co prawda nadal organizacje odwołujące się do marksizmu i opowiadające się za socjalizmem, ale nie będziemy się

nimi tu zajmować. Pozostawiamy również na uboczu, ze względu na niewielką rolę, jaką odgrywają w polskim życiu publicznym, koncepcje ekstremistycznych ugrupowań nacjonalistycznych¹. Pominąwszy projekty ustrojowe wspomnianych wyżej nurtów, możemy wyróżnić następujące koncepcje (modele) ustroju społeczno-gospodarczego obecne w polskim dyskursie politycznym: 1) państwo „stróża nocnego”, 2) gospodarka prywatno-rynkowa z ograniczoną rolą państwa, 3) gospodarka prywatno-rynkowa z aktywną polityką państwa, 4) społeczna gospodarka rynkowa, 5) regulowana gospodarka rynkowa (trzecia droga). Spróbujemy te wymienione koncepcje tutaj omówić na przykładzie programów wybranych ugrupowań politycznych.

Państwo „stróż nocny”

W III RP partią, która opowiada się za ładem społeczno-gospodarczym opartym na założeniach klasycznej szkoły ekonomii jest Konserwatywno-Liberalna Partia „Unia Polityki Realnej”, dalej UPR. U podstaw formułowanej przez tę partię wizji ustroju ekonomicznego leży w sposób absolutny rozumiane prawo własności prywatnej i wolności gospodarczej. Prawo to jako przyrodzone człowiekowi jest „święte” i nienaruszalne, i może go nam ograniczyć tylko przez sąd². Wychodząc z tego założenia UPR dąży do wprowadzenia ustroju opartego na własności prywatnej i mechanizmach w pełni wolnego rynku. „Działalność gospodarcza – czytamy w programie – winna być prowadzona w oparciu o prywatną własność środków produkcji – osób fizycznych lub ich związków. Spółki nie będą mogły tworzyć holdingów. Niedochodowa działalność państwa może być prowadzona wyłącznie przez samodzielne agencje z ustalonym przez legislaturę budżetem”³.

W związku z tym postuluje się pełną likwidację sektora publicznego – zarówno państwowego, jak i samorządowego – w drodze prywatyzacji i reprivatyzacji mienia przejętego przez władzę komunistyczną; z wyjątkiem ziemi rozparcelowanej między chłopów w ramach reformy rolnej. Własność prywatna jest ostoją wolności człowieka, ma pozytywny wpływ na kształtowanie pożądanых cech jego charakteru i osobowości, takich jak np. odpowiedzialność, gospodarność, oszczędność, kreatywność, a cały system ekonomiczny czyni efektywnym. Wskazując na wyższość własności prywatnej nad publiczną, UPR zakłada docelowo sprywatyzowanie nie tylko całej produkcji (przemysłowej i rolnej), handlu, bankowości i usług, ale również służby zdrowia, oświaty oraz wszelkiego rodzaju ubezpieczeń; obowiązek ubezpieczeń ma być przy tym zniesiony. Także opieka społeczna nie powinna należeć do państwa, lecz

¹ Piszę o nich w tekście *Koncepcje polityczne ekstremizmu prawicowego w III Rzeczypospolitej na przykładzie wybranych organizacji*, [w:] *Doktryny i ruchy współczesnego ekstremizmu politycznego*, pod red. E. Olszewskiego, Lublin 2004, s. 297 i nast.

² Szerzej zob. S. Stępień, *Konserwatyści wobec zagadnień gospodarczych III RP*, [w:] *Konserwatyzm. Historia i współczesność*, pod red. S. Stępnia, Lublin 2003, s. 422. UPR krytykuje zapis w konstytucji dopuszczający możliwość wyłączenia na cele publiczne.

³ *Program Unii Polityki Realnej*, „Najwyższy Czas!”, nr 1 z 31 III 1990, s. VII.

być prowadzona przez prywatne organizacje, Kościoły, instytucje charytatywne i osoby prywatne; zapowiadano też zniesienie zasiłków dla bezrobotnych⁴.

Drugą obok własności prywatnej zasadą systemu ekonomicznego Polski powinna być pełna wolność gospodarcza, zabezpieczona odpowiednimi normami konstytucyjnymi. „Zakaz działalności gospodarczej – głosi program UPR – może wynikać jedynie z powodu szkodliwości jej dla otoczenia”⁵. Zniesieniu mają ulec wszelkie bariery krępujące swobodę umów między kontrahentami, tj. cła, ceny regulowane, płace minimalne, kodeks pracy, układy zbiorowe; związki zawodowe staną się stowarzyszeniami zwyczajnymi – ich rola zostanie ograniczona do obrony praw pracowniczych wynikających z umów cywilnych na poziomie zakładu pracy.

Państwo w projekcie ustrojowym UPR nie pełni funkcji gospodarczej ani też socjalnej. Nawet system podatkowy jest tak skonstruowany, aby państwo nie mogło oddziaływać na procesy gospodarcze; podatek VAT, obrotowy, dochodowy, od spadków i darowizn ma być zniesiony, pozostałby tylko podatek od gruntów i nieruchomości oraz dodatkowo ustanowiony podatek osobisty, zwany pogłównym⁶. Gospodarkę w tym programie pozostawiono obywatelom, którzy sami muszą zadbać o swój los. Głównym zadaniem tak pomyślanego systemu jest ochrona własności, wolności i bezpieczeństwa jednostki oraz kraju⁷.

Zredukowane w swych funkcjach państwo będzie miało znacznie mniejszą administrację. Program przewiduje istnienie tylko 6 ministerstw: Finansów (Skarbu), Sprawiedliwości, Policji, Gospodarki Terenami i Ochrony Środowiska, Obrony Narodowej (Wojny) oraz Spraw Zagranicznych (przejściowo, do czasu zakończenia prywatyzacji jeszcze Ministerstwo Gospodarki). Ponadto UPR opowiada się za decentralizacją i przekazaniem wielu uprawnień wykonywanych przez rząd samorządowi terytorialnemu⁸.

W odseparowaniu państwa od spraw społeczno-gospodarczych program UPR idzie nawet dalej niż doktryna neoliberalistów. Jeśli F. A. Hayek czy M. Friedman uważają, że z zasadami wolnego rynku można pogodzić sprawowanie funkcji opieki nad członkami społeczeństwa, których nie można uznać za jednostki „odpowiedzialne”, to partia Korwina-Mikkego jest temu przeciwna. Proponowany przez Friedmana system

⁴ Program gospodarczy Unii Polityki Realnej (uchwalony przez Radę Główną 11 grudnia 1990 r.), [w:] Programy partii i ugrupowań parlamentarnych 1989-1991, zebrała i opracowała I. Słodkowska, cz. 1, Warszawa 1995, s. 268-276. Program ten w niewielkim tylko stopniu został zmieniony 27 listopada 2004 roku. Zob. Program gospodarczy Unii Polityki Realnej <http://www.upr.org.pl>. Janusz Korwin-Mikke – przywódca UPR – w sposób bezceremonialny pisał o wycofaniu się państwa z funkcji socjalnej: „Model ten zakłada – czytamy w jednym z artykułów – że jeżeli ktoś nie potrafi zarobić na siebie pieniędzy – to musi odwoływać się do uczuć innych, nie mając żadnej osłony prawnej. Nikt nie gwarantuje kalece, że będzie miał jedzenie, mieszkanie i wózek inwalidzki. Wszystko to mogą – ale nie muszą – zapewnić prywatne organizacje charytatywne, kościoły lub znajomi i sąsiedzi. W ostateczności można zebrać”. J. Korwin-Mikke, *Nowy liberalizm*, „Najwyższy Czas!”, nr 3 z 18 I 1997, s. III.

⁵ Program Unii Polityki Realnej, „Najwyższy Czas!” nr 1 z 31 III 1990, s. VII.

⁶ Ulotka wyborcza UPR z 1993 r. *Unia Polityki Realnej proponuje*, [w:] *Wybory 1993. Partie i ich programy*, red. I. Słodkowska, Warszawa 2001, s. 379; Program gospodarczy Unii Polityki Realnej..., s. 274.

⁷ W okresie przejściowym, dochodzenia do nowego systemu zakładano pomoc publiczną dla oświaty i służby zdrowia, regulowanie przez władze lokalne czynszów mieszkalnych, a także wsparcie rolnictwa.

⁸ Program gospodarczy Unii Polityki Realnej..., s. 268-269, 272-274; J. Korwin-Mikke, *Wizja państwa w nowej konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej*, Warszawa 1994, s. 14-15.

bonów edukacyjnych⁹, jako sposób na urynkowanie finansowanego ze środków publicznych szkolnictwa, w założeniach jego polskich zwolenników jest traktowany jako rozwiązanie przejściowe, do czasu, gdy oświata stanie się takim samym dobrem rynkowym jak produkty przemysłu. Podziału dóbr ma dokonywać wyłącznie rynek. Stosunki między ludźmi w sferze gospodarczej regulowane są nie przez państwo, ale kształtowane w drodze umów cywilnych. UPR głosi ortodoksyjny, leseferystyczny liberalizm ekonomiczny.

Prywatna gospodarka rynkowa z ograniczoną rolą państwa

Ten kierunek transformacji reprezentował Kongres Liberalno-Demokratyczny, a potem ten nurt myślenia zagościł w Unii Wolności. W programie swym KL-D kreślił wizję demokratycznego kapitalizmu, w którym podmiotem działań gospodarczych jest jednostka. „Państwo i samorządy – czytamy w jednym z dokumentów – nie powinny bezpośrednio angażować się w działalność ekonomiczną. Ich zadaniem jest tworzenie jedynie sprzyjających warunków dla rozwoju tej działalności¹⁰. Państwo ma dokonać zmian w strukturze własnościowej – zrekonstruować własność prywatną i gospodarkę rynkową. Aby to osiągnąć, należy wyzwolić przedsiębiorczość obywateli, wprowadzając swobodę wejścia na rynek oraz dokonać szybkiej prywatyzacji majątku państwowego. Miała ona mieć szeroki zakres. „Obszarów podlegających prywatyzacji – pisano w programie – nie ograniczamy wyłącznie do produkcji i handlu; potrzeba również prywatnych szkół, uniwersytetów, służby zdrowia, ubezpieczeń i funduszy emerytalnych etc.”¹¹

KL-D, uznając wielość dróg przekształceń własnościowych, propagował ideę powszechnej prywatyzacji. W upowszechnieniu własności widział sposób na budowę demokratycznego kapitalizmu. Dodajmy, że członkowie Kongresu odgrywali dość znaczną rolę we władzach III RP (przykładowo J. Bielecki piastował funkcję premiera, J. Lewandowski – ministra przekształceń własnościowych, A. Zawisłak – ministra przemysłu), co dawało im możliwość przeforsowania pomysłu z bonami prywatyzacyjnymi. Doczekał się on urzeczywistnienia za rządów H. Suchockiej, kiedy to Sejm 30 IV 1993 roku uchwalił ustawę o narodowych funduszach inwestycyjnych i ich prywatyzacji. Z perspektywy 12 lat, które upłynęły od tamtego czasu, można stwierdzić, że idea powszechnej prywatyzacji poniosła fiasko; Tadeusz Kowalik, nawiązując do znanego powiedzenia, napisał, że „góra urodziła mysz”¹².

Za najważniejszy obowiązek państwa liberałowie z KL-D uważali troskę o wolność, w tym gospodarczą, i tworzenie warunków do rozwoju sektora prywatnego.

⁹ Por. M. Friedman, *Kapitalizm i wolność*, Warszawa 1993, s. 85 i nast.

¹⁰ *Deklaracja parlamentarnej grupy liberalno-demokratycznej, czerwiec 1990 roku*, [w:] *Programy partii i ugrupowań parlamentarnych 1989–1991...*, s. 194.

¹¹ *Polska: ku demokratycznemu kapitalizmowi*, [w:] *Programy partii i ugrupowań parlamentarnych 1989–1991...*, część 2, s. 107.

¹² T. Kowalik, *Współczesne systemy ekonomiczne. Powstanie, ewolucja, kryzys*, Warszawa 2000, s. 314. Do powszechnej prywatyzacji przeznaczono akcje 512 jednoosobowych spółek skarbu państwa, tj. 2% (wg wartości księgowej 5%) majątku skarbu państwa.

Wzorując się na neoliberalnych tezach F. Hayeka, M. Friedmana i J. Graya, głosili postulat ograniczonego rządu. Pomoc socjalna państwa powinna być zawężona do minimum, aby nie osłabiać inicjatywy jednostek. Na to minimum składać się ma ochrona osób upośledzonych, starych i pozostawionych bez pracy. W ustroju liberalnym pomoc ma służyć odzyskaniu przez jednostkę samodzielności ekonomicznej i być domeną instytucji społecznych oraz władz lokalnych. KL-D opowiadał się za decentralizacją władzy; samorząd, różnego rodzaju organizacje, stowarzyszenia i fundacje powinny stanowić podstawową tkankę społeczeństwa obywatelskiego¹³. W swych koncepcjach na państwo KL-D był wyrazicielem neoliberalizmu, pozostając blisko leseferyzmu; pozytywnie odnosił się do polityki Leszka Balcerowicza. Wierząc w kreatywną moc wolności, własności prywatnej i rynku prognozował, że do 1997 roku przybędzie w Polsce 1 milion miejsc pracy¹⁴. Dziś wielu z członków KL-D znalazło się w Platformie Obywatelskiej (np. Donald Tusk czy Janusz Lewandowski) i są w swych poglądach już bardziej umiarkowani.

Gospodarka prywatno-rynkowa z aktywną polityką państwa

Spośród partii III RP, których wpływ na proces przekształcania polskiej gospodarki był znaczący, jest Unia Wolności. Powstała z połączenia KL-D i Unii Demokratycznej nie była partią jednolitą ideowo, ścięrały się w niej dwie orientacje – neoliberalna i socjal-liberalno-chadecka. Przedstawiciele tej ostatniej byli otwarci na sprawy społeczne; postawę tę podzielał też pierwszy przewodniczący partii Tadeusz Mazowiecki. W programie uchwalonym na II Kongresie w 1995 roku obok *Karty Wolności Gospodarczych* znalazła się też *Deklaracja społeczna*. W pierwszej zapisano podstawowe zasady ładu gospodarczego: własność prywatna, swoboda działalności gospodarczej i zawierania umów, uczciwa konkurencja (demonopolizacja), stabilność reguł gry. Wolność nie jest tu jednakże absolutyzowana. Swoboda działalności gospodarczej może być przez państwo ograniczona w drodze ustawy „w celu ochrony praw innych obywateli i środowiska naturalnego, bezpieczeństwa państwa i wykonywania zobowiązań międzynarodowych”¹⁵. Dopuszczano też wywłaszczenie, gdy przemawiały za tym ważne względy publiczne. Jak przystało na partię liberalną, za konieczną uznawała ona szybką prywatyzację, tak by docelowo (około 2000 roku) państwo i gminy (samorząd terytorialny) nie występowały w roli właściciela i przedsiębiorcy; opowiadano się też za przeprowadzeniem reprivatyzacji. Interesy państwa w sprywatyzowanych przedsiębiorstwach o strategicznym znaczeniu miało zabezpieczać prawo do „złotej akcji”¹⁶.

¹³ *Deklaracja parlamentarnej grupy liberalno-demokratycznej...*, s. 195; *Polska: ku demokratycznemu kapitalizmowi...*, s. 108-109.

¹⁴ *Kongres Liberalno-Demokratyczny. Milion nowych miejsc pracy*, [w:] *Partie i ich programy. Wybory 1993*, red. I. Słodkowska, Warszawa 2001, s. 197 i nast.

¹⁵ *Dokumenty II Kongresu Krajowego Unii Wolności – Warszawa, 1–2 kwietnia 1995 r. Karta Reform Ustrojowych*, [w:] *Polskie partie polityczne. Charakterystyki, dokumenty*, pod red. K. Paszkiewicz, Wrocław 1996, s. 308.

¹⁶ *Ibidem*, s. 309; *Program wyborczy Unii Wolności*, (ogłoszony 22 czerwca 1997 r.), [w:] *Wybory '97. Partie i programy wyborcze*, pod red. S. Gebethnera, Warszawa 1997, s. 268 i nast.

Unia Wolności zmierzała do systemu społeczno-gospodarczego, w którym podmioty gospodarcze i obywatele mieliby równe szanse korzystania z wolności i tworzone byłyby warunki do jej wszechstronnego rozwoju. Wymagało to, zdaniem UW, aby państwo było w tych sferach aktywne. Do jego funkcji należałoby zatem: zwalczanie nieuczciwej konkurencji, korupcji i praktyk monopolistycznych, działanie na rzecz pluralizacji instytucji świadczących usługi i dobra publiczne (np. prywatne szkoły i placówki zdrowia czy instytucje ubezpieczeniowe), sterowanie podażą pieniądza przez niezależny od rządu bank centralny, wspieranie organizacji pozarządowych, rozwijanie przedsiębiorczości i przeciwdziałanie bezrobociu za pomocą różnych środków i instrumentów, wyrównywanie szans edukacyjnych, dbanie o rozwój nauki i kultury, dbałość o środowisko naturalne, rozwój infrastruktury kraju, likwidowanie różnic w rozwoju między regionami, bezpieczeństwo socjalne i zdrowotne obywateli, pomoc w rozwiązywaniu problemu mieszkaniowego, kształtowanie odpowiednich stosunków między uczestnikami życia gospodarczego, w tym między pracodawcami i pracownikami. Celem Unii Wolności jest społeczeństwo ludzi odpowiedzialnych, toteż w rozwiązywaniu tych problemów obok instytucji rządowych i samorządowych dużą rolę przypisuje się samej jednostce, rodzinie i instytucjom pozarządowym¹⁷.

Unia Wolności, nakładając na państwo obowiązek zapewnienia jednostce bezpieczeństwa socjalnego (renty, emerytury), zdrowotnego i edukacyjnego, nie uważa, aby te dobra publiczne musiało zaspokajać bezpośrednio samo państwo. Gwarantowałoby ono tylko środki finansowe, a usługi świadczyłyby zarówno placówki publiczne, jak i prywatne; postulowano oddzielenie finansowania od świadczenia usług, aby wprowadzić mechanizmy rynku i na tym obszarze. Kierując się tą przesłanką, unicy zakładają prywatyzację ZOZ-ów, powstanie prywatnych kas chorych, instytucji ubezpieczeniowych. Gwarancje państwa obejmowałyby w przypadku ochrony zdrowia i ubezpieczeń społecznych podstawowy pakiet świadczeń, które obywatel mógłby poszerzyć, ubezpieczając się sam. W ramach pomocy socjalnej zadaniem państwa jest dbałość o zapewnienie godziwych warunków życia osobom niepełnosprawnym, sierotom, dzieciom z rodzin patologicznych oraz przeciwdziałanie zjawiskom ubóstwa, czemu służyć mają zasiłki dla bezrobotnych, zasiłki mieszkaniowe i socjalne, ale tak skonstruowane, by nie prowadziły do uzależnienia jednostki¹⁸.

Podsumowując, można stwierdzić, że program UW kreśli wizję ładu społecznego, w którym państwo jest jednym z podmiotów, obok rodziny, instytucji pozarządowych i organizacji społecznych, działających na rzecz lepszego i godniejszego życia. Działania państwa w tym zakresie winny być racjonalnie podzielone między rząd i sa-

¹⁷ *Ibidem*, s. 265 i nast.; *Dokumenty II Kongresu Krajowego Unii Wolności...*, s. 309-312; *Deklaracja programowa V Kongresu Unii Wolności. 17 grudnia 2000 roku*, <http://www.prawica.polska.pl>.

¹⁸ W programie z 2000 roku zapisano: „Rozwój gospodarczy tworzy podstawę rozwiązywania problemów społecznych, lecz ich automatycznie nie rozwiązuje. Należy przeciwdziałać izolacji grup społecznych nie korzystających i nie współtworzących rozwoju gospodarczego. Jest to szczególnie ważne w obliczu globalizacji. Troska o zapewnienie godziwych warunków życia i równoprawnego uczestnictwa w życiu społecznym osobom niepełnosprawnym, a także dzieciom z rodzin zagrożonych oraz pozbawionych opieki rodzicielskiej jest poważnym wyzwaniem dla społeczeństwa. Nowoczesny system pomocy społecznej jest ważnym instrumentem przeciwdziałania marginalizacji. Nie może on polegać jedynie na dostarczaniu środków niezaradnym. Musi być wsparty systemem edukacyjnym, profilaktyką i indywidualną odpowiedzialnością za swój los”, *Deklaracja programowa V Kongresu Unii Wolności, 17 grudnia 2000 roku*, <http://www.prawica.polska.pl>.

morząd; ten ostatni, będąc najbliżej ludzi, najlepiej zna potrzeby i najefektywniej potrafi wykorzystać środki przeznaczone na ten cel. Polityka socjalna nie może bowiem być adresowana do całych grup społecznych, jak w państwie opiekuńczym, ale do ludzi jej potrzebujących. Unia Wolności jest za głęboką decentralizacją i nadaniem samorządom silnej pozycji ustrojowej.

Podobną do opisaną wyżej koncepcję roli państwa ma Platforma Obywatelska, w której znalazło się wielu prominentnych działaczy Unii Wolności; odeszli z niej po V Kongresie w grudniu 2000 roku. W sferze gospodarczej zadaniem państwa jest prowadzenie polityki makroekonomicznej oraz podejmowanie działań sprzyjających przedsiębiorczości, a tym samym i rozwiązywaniu problemu bezrobocia. Dużą wagę przywiązuje do realizacji zasady równości szans i wolności uczestników życia gospodarczego – producentów, konsumentów, pracodawców, pracobiorców; próby dominacji przynoszą szkodę gospodarce i całemu społeczeństwu. Obowiązkiem władz państwa jest przeciwdziałanie takim zjawiskom. Dbałość o rozwój gospodarczy i funkcjonowanie rynku wymaga aktywnej polityki państwa. Państwo to jednak nie tylko gospodarka, ale i człowiek. „Państwo – zapisano w programie – to więcej niż wspólne przedsiębiorstwo, w którym liczy się dochód wytwarzany przez poszczególnych obywateli; to także system pomocy i oparcia dla jego mieszkańców. Pomoc socjalna, edukacja, opieka zdrowotna i zapewnienie bezpieczeństwa to podstawowe powinności, jakie państwo ma świadczyć swoim obywatelom. Utrzymując państwo z naszych pieniędzy, oczekujemy, aby oferowało nam dobrej jakości usługi publiczne, opiekę i wykształcenie naszych dzieci oraz ochronę przed przestępcami”¹⁹. Państwo ma być „pomocne dla obywateli” i nie uchylać się od przeznaczania odpowiednich środków na przeciwdziałanie bezrobociu, łagodzenie skutków ubóstwa, pomoc najbiedniejszym i najsłabszym. Platforma, podobnie jak i Unia, przywiązuje dużą wagę do edukacji, równych szans w zdobywaniu wiedzy i uzyskaniu dobrego wykształcenia. We współczesnym świecie nowych technologii i informatyzacji szanse życiowe ludzi zależą jak nigdy od edukacji, chodzi zatem o to, aby dobra szkoła była dostępna dla wszystkich dzieci i całej młodzieży. Państwo, współdziałając z różnymi podmiotami społecznymi i prywatnymi, ma te warunki stwarzać. Platforma jest partią liberalną, której obok tradycyjnych dla tego nurtu wartości wolności i własności prywatnej nieobca jest zasada solidarności społecznej i pragmatyzm. W imię tej ostatniej jest za tym, aby wiele usług publicznych, ważnych dla rozwijania przedsiębiorczości (np. inspekcja pracy, inspekcja sanitarna, prowadzenie ksiąg wieczystych itp.) zostało sprywatyzowanych i by były one wykonywane przez zakontraktowane prywatne firmy. Należy też określić zakres bezpłatnej opieki publicznej („koszyk” usług), gdyż świadczenie jej w nieograniczonym wymiarze przekracza możliwości finansowe państwa²⁰.

W projektowanych rozwiązaniach szczegółowych propozycje Platformy niekiedy się różnią od propozycji Unii i środków zakładanych przez nią, tym niemniej możemy powiedzieć, że jest tu podobne spojrzenie na rolę państwa w gospodarce rynkowej. I Unia i PO są przeciwne traktowaniu podatków jako instrumentu redystrybucji

¹⁹ *Program. 2001 rok. [w:] Partie i ich programy. Wybory 2001*, red. I. Słodkowska, Warszawa 2002, s. 190.

²⁰ *Ibidem*, s. 177-181, 190-201.

dochodów, a tym samym zwiększonej roli budżetu i państwa w podziale produktu krajowego brutto. Socjalne zadania państwa widzą z perspektywy jego odpowiedzialności za harmonijne funkcjonowanie ładu społecznego, gdyż tylko wówczas liberalne wartości, jakimi są wolność, bezpieczeństwo człowieka i demokracja nie są zagrożone.

Spoleczna gospodarka rynkowa

System społecznej gospodarki rynkowej bliski jest partiom o różnych korzeniach ideowych. Występuje on w wersji socjaldemokratycznej, chadeckiej, liberalno-socjalnej, agrarystyczno-chadeckiej. Od wcześniej omawianego systemu prywatnej gospodarki z aktywną polityką państwa wymienione wersje różnią się tym, że indywidualizm jednostki próbują powiązać z zasadą dobra wspólnego i solidaryzmu, a niektóre z nich posługują się mało precyzyjną kategorią sprawiedliwości społecznej w odniesieniu do procesu dystrybucji dóbr. W dalszej części naszego wywodu poddamy krótkiej analizie poszczególne rodzaje społecznej gospodarki rynkowej.

A. Najbardziej ograniczoną odmianę społecznej gospodarki rynkowej projektowali socjalni liberałowie skupieni w Unii Demokratycznej powstałej w grudniu 1990 roku, z którą następnie połączył się Ruch Obywatelski–Akcja Demokratyczna (ROAD) i Forum Prawicy Demokratycznej (FDP). Była to więc formacja wielonurtowa, w której grupa wywodząca się z ROAD tworzyła frakcję społeczno-liberalną; ponadto doliczyć się w niej można jeszcze dwóch innych frakcji. Za ideową podstawę ustroju program UD przyjmował zasadę dobra wspólnego. „Zasada ta – czytamy w nim – nie pozwala nam wynosić żadnego interesu indywidualnego czy grupowego ponad dobro ogółu: państwa, społeczeństwa lub narodu”²¹. W dalszej kolejności wymieniano wolność i pomocniczość. Ta ostatnia cecha zawiera myśl o państwie, „które nie zastępuje obywateli w tym co oni oraz społeczności lokalne czy zawodowe mogą zrobić sami”, a także mówi o państwie, „które nie uchyla się od rozwiązywania istotnych problemów socjalnych”²².

Jeśli chodzi o strukturę własnościową gospodarki, to w docelowo zakładanym modelu obok dominującego sektora prywatnego miało być miejsce dla spółdzielczości, zakładów komunalnych a także w ograniczonym zakresie dla przedsiębiorstw należących państwu. „Państwo nie będzie zajmowało się działalnością gospodarczą poza nadzorem nad przemysłami i usługami zaliczanymi zwykle do strukturalnych, strategicznych, a także działających w warunkach monopolu”²³. Jednocześnie UD wypowiadała się przeciwko stosowanym praktykom dyskryminowania przedsiębiorstw państwowych i postulowała równoprawne ich traktowanie. Rolą państwa jest – pisano – „tworzenie powszechnych reguł działalności gospodarczej, opartych na poszanowaniu własności prywatnej, wolności gospodarczej i interesu publicznego”²⁴. Jak wszystkie proreformatorskie ugrupowania UD była zwolenniczką szybkiej prywatyzacji, doko-

²¹ *Stabilizacja i rozwój. Uchwała programowa II Kongresu Krajowego Unii Demokratycznej*. [w:] *Partie i ich programy. Wybory 1993*, Warszawa 2001, s. 259.

²² *Ibidem*, s. 260.

²³ *Ibidem*, s. 269-270.

²⁴ *Ibidem*, s. 270.

nywanej różnymi „ścieżkami” – kapitałową, bezpośrednią i powszechnych świadczeń udziałowych; mile widziała formę akcjonariatu obywatelskiego i pracowniczego.

W polityce społecznej państwo miało kierować się ideą solidarności i wyzwania aktywności ludzi. Unia Demokratyczna uważała, że rozwiązanie kwestii społecznych w równej mierze spada na jednostkę, społeczność w ramach których ona funkcjonuje, jak i państwo. Oprócz pomocy społecznej dla najłabszych, inwalidów, sierot, ludzi opuszczonych i bezrobotnych, do państwa należy zaspokajanie potrzeb edukacyjnych i zdrowotnych oraz zapewnienie – w ramach obowiązkowego systemu ubezpieczeń społecznych – bezpieczeństwa socjalnego na starość czy w razie utraty zdrowia. Obok instytucji publicznych we wszystkich wspomnianych dziedzinach życia ma rozwijać się inicjatywa prywatna. Jeśli w przypadku ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych państwo ma być gwarantem tylko podstawowego pakietu świadczeń, to kształcenie na wszystkich jego szczeblach, od podstawowego po wyższy, powinno być bezpłatne. Obok rozwiązywania spraw bezrobocia UD przywiązywała dużą wagę do zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych i budownictwa socjalnego²⁵.

Realizacja polityki społecznej wymaga odpowiednich środków, dlatego też władze muszą wspierać wzrost przedsiębiorczości, aby zapewnić odpowiednie wpływy z podatków do budżetu. W polityce gospodarczej Unia Demokratyczna dopuszczała stosowanie interwencjonizmu.

B. Socjaldemokratyczna społeczna gospodarka rynkowa

Ruch socjaldemokratyczny w życiu politycznym III RP reprezentują przede wszystkim postkomunistyczna Socjaldemokracja Rzeczypospolitej Polskiej (SdRP), a od 1999 roku Sojusz Lewicy Demokratycznej (SLD) oraz wywodząca się z lewicy solidarnościowej Solidarność Pracy, na bazie której po połączeniu z Ruchem Demokratyczno-Społecznym Zbigniewa Bujaka, postkomunistyczną Polską Unią Socjaldemokratyczną T. Fiszbacha powstała Unia Pracy. Koncepcje gospodarcze SdRP w czasie istnienia tej partii podlegały daleko idącej ewolucji, na którą nie miały wpływ miała dynamika zmian dokonujących się w Polsce i dyskusje programowe w socjaldemokracji zachodniej. W przygotowanych przez PZPR tezach programowych przyszłej nowej partii pisano, że celem jej będzie dążenie do demokratycznego socjalizmu²⁶. Po dwu miesiącach zrezygnowano z bezpośredniego wysuwania takiego celu. W założeniach programowych uchwalonych na zjeździe założycielskim SdRP 28 stycznia 1990 roku został on ukryty. Opowiedziano się wówczas za rozbudowanym systemem państwa opiekuńczego. Formułę społecznej gospodarki rynkowej wprowadzono do programu na początku 1991 roku, ale projektowany jej kształt będzie później zmieniany. Stopniowo postkomuniści będą otwierać coraz szerzej drzwi dla rozwiązań liberalnych, dostrzegać pozytywy zmian przeprowadzanych po 1989 roku.

Początkowo SdRP społeczną gospodarkę rynkową wyobrażała sobie jako „trzecią drogę” między centralnie planowaną gospodarką nakazowo-rynkową i orto-

²⁵ Ibidem. s. 280-291; *Uchwała programowa zjazdu zjednoczeniowego*, [w:] *Programy partii i ugrupowań parlamentarnych 1989-1991...*, s. 226-228.

²⁶ *Tezy deklaracji programowej* (uchwalone przez XVI Plenum KC PZPR 6 XI 1989 r.), [w:] *ibidem*, część 1, s. 18.

doksylnie pojmowanym kapitalizmem wolnorynkowym. Zakładano, że będzie miała wielosektorową strukturę własności, przy czym sektor państwowy zajmie znaczącą pozycję. Przedsiębiorstwa mające podstawowe znaczenie dla gospodarki powinny pozostać w ręku państwa; sprywatyzowaniu ulec miały w zasadzie drobne i średnie zakłady oraz te, które są nierentowne. Postulowano, aby o prywatyzacji decydowały załogi pracownicze w drodze referendum. W ten sposób chciano ograniczyć jej zasięg. Najlepiej gdyby prywatyzowane przedsiębiorstwa przybrały formę akcjonariatu pracowniczego, spółdzielni bądź stałyby się własnością samorządu pracowniczego. System zarządzania przedsiębiorstwami państwowymi miał być dostosowany do gospodarki rynkowej; miały one zostać skomercjalizowane. Programy socjaldemokracji z początku lat 90. miały rozbudowany program polityki społecznej, pokrywający się w zasadzie ze zdobyczami socjalnymi PRL. Państwo miało zapewnić opiekę społeczną ludziom potrzebującym pomocy oraz prawo do pracy, bezpłatną opiekę lekarską, oświatę, bezpieczeństwo socjalne, tanie kredyty mieszkaniowe, subwencjonowany z funduszy socjalnych wypoczynek. W polityce gospodarczej SdRP zakładała stosowanie różnych form interwencjonizmu i ingerencji w rynek. W podziale dochodu narodowego znaczna rola przypadała budżetowi. Uważano, że jednym z podstawowych instrumentów redystrybucji dochodów jest podatek progresywny²⁷.

W miarę upływu czasu SdRP, a następnie SLD nie będą już zakładały istnienia tak rozbudowanego sektora państwowego. W programie z 1997 roku SdRP opowiadała się za kontynuowaniem przekształceń własnościowych i ograniczeniem roli państwa w gospodarce, rozwijaniem mechanizmów rynku oraz wspieraniem prywatnej drobnej i średniej przedsiębiorczości. Zapowiadano reformę systemu usług publicznych przez wprowadzenie pewnych elementów konkurencji. Zmniejszeniu bezpośredniego uczestnictwa państwa w gospodarce miało towarzyszyć wzmocnienie funkcji regulacyjnej, realizowanej takimi narzędziami, jak: system podatkowy, cła, gwarancje i preferencje kredytowe, finansowanie wybranych badań naukowych, promocja eksportu, przyciąganie kapitału zagranicznego, zamówienia rządowe, interwencja na rynku rolnym, realizacja przedsięwzięć infrastrukturalnych. Postkomuniści, głosząc budowę państwa socjalnego i deklarując zapobieganie „nadmiernym rozpiętościom w poziomie dochodów i warunkach życia ludności”, przewartościowali rozumienie zasady sprawiedliwości społecznej i odeszli od interpretowania jej przez pryzmat egalitaryzmu.

Dla SdRP – czytamy w programie z 1997 r. – zasada sprawiedliwości społecznej to równość szans, równość praw i równość miar człowieka. Każdy człowiek ma równe prawo do godnego życia, a prawo do zabezpieczenia minimum socjalnego jest prawem człowieka²⁸.

²⁷ *Program społeczno-gospodarczy Socjaldemokracji Rzeczypospolitej Polskiej „Polska postępu, prawa i demokracji” Warszawa 23 marca 1991 r.*, [w:] *Programy partii i ugrupowań parlamentarnych 1989-1991...*, s. 23-28; *Deklaracja Socjaldemokracji Rzeczypospolitej Polskiej* uchwalona przez Kongres Założycielski w dniu 28.01.1990 r., [w:] *ibidem*, cz. 1, s. 96-97. Ze względu na bezpieczeństwo ekonomiczne kraju z prywatyzacji miała być wyłączona infrastruktura gospodarcza, w tym przemysł wydobywczy, transport kolejowy i lotniczy, poczta i telekomunikacja oraz przemysł zbrojeniowy, zob. *Socjaldemokracja Rzeczypospolitej Polskiej. Program społeczno-gospodarczy*, [w:] *ibidem*, s. 105.

²⁸ *Program Socjaldemokracji Rzeczypospolitej Polskiej* przyjęty na Radzie Naczelnej w dniu 1 marca 1997, „Polska scena polityczna: Vademecum partii i ugrupowań politycznych” 1997, nr 5, 1.03-16.03, s. 15.

Za sprawą SLD zapis o społecznej gospodarce rynkowej znalazł się w uchwalonej w roku 1997 Konstytucji RP. W sferze socjalnej proklamuje ona szereg praw i późniejsze programy tej formacji koncentrują się wokół zadań państwa z nich wynikających²⁹. Program wyborczy z 2001 roku zapowiadał dalsze zawężanie sektora własności państwowej i prywatyzacji w przyszłości przemysłu zbrojeniowego, stalowego, kopalni, elektrowni, elektrociepłowni, zakładów syntezy chemicznej. Państwo miało zachować w swym ręku przedsiębiorstwa infrastrukturalne, jak poczta, sieci telekomunikacyjne i energetyczne, gazociągi, naftociągi, linie kolejowe, porty morskie i lotnicze oraz kontrolę nad PKO BP SA i BGŻ, Bankiem Gospodarstwa Krajowego, PZU. Docelowo zakładano, że udział sektora publicznego w tworzeniu produktu krajowego brutto wyniesie w granicach 10–15%; w 2001 roku udział ten kształtował się na poziomie 28%³⁰.

Współcześnie zbliżoną do SLD koncepcję społecznej gospodarki rynkowej ma Unia Pracy, czego wyrazem była koalicja wyborcza w 2001 roku. Okres wspólnego rządzenia UP i SLD zdaje się świadczyć o tym, iż Unia wykazywała większą od swego partnera wrażliwość na sprawy socjalne i dążyła bardziej konsekwentnie do korzystania w polityce gospodarczej z instrumentów redystrybucyjnych. Początkowo różnice polityczne między SdRP a UP były bardzo znaczne.

C. Peeselowska społeczna gospodarka rynkowa

U podstaw koncepcji ustrojowych ludowców obok neoagraryzmu leży etyka chrześcijańska i nauka społeczna Kościoła katolickiego, a także „wybrane cechy doktryny socjaldemokratycznej i demokratycznego socjalizmu”³¹. Ideologia PSL odrzuca zarówno kolektywizm (socjalizm), jak i indywidualizm stanowiący istotę doktryny liberalnej. Model tej wersji społecznej gospodarki rynkowej uważać należy za system pośredni, który ma połączyć efektywność rynku z priorytetem pracy nad kapitałem. Uznając konkurencję i rynek za podstawę sprawnego systemu ekonomicznego, peeselowcy odrzucają jednocześnie głoszoną przez neoliberalistów tezę o doskonałości „niewidzialnej ręki rynku”. Dążenie do maksymalizacji zysku podmiotów występujących na rynku musi być harmonizowane z interesem i dobrem jednostki, rodziny, poszczególnych grup społecznych i całego narodu – twierdzą. Z rezultatów rozwoju gospodarczego korzystać ma całe społeczeństwo, a nie tylko część dysponująca kapitałem i własnością. „W podziale dochodu narodowego – czytamy w jednym z programów – powinna obowiązywać zasada solidaryzmu społecznego... Bogatsi powinni dzielić się z biednymi...”³² Wolność gospodarowania nie musi być sprzeczna z personalistyczną koncepcją człowieka i sprawiedliwością społeczną.

²⁹ Por. *Nowy wiek – Nowy Sojusz Lewicy Demokratycznej. Socjaldemokratyczny program dla Polski. Manifest programowy*, „Myśl Socjaldemokratyczna” 2000, nr 1 (35), s. 70 i nast.; *Przywróćmy normalność, wygrajmy przyszłość. Program wyborczy Sojuszu Lewicy Demokratycznej i Unii Pracy*, [w:] *Partie i ich programy. Wybory 2001...*, s. 14 i nast.

³⁰ *Ibidem*, s. 23–24; *Prywatyzacja według Kaczmarka. Strategia Ministerstwa Skarbu na lata 2002–2006*, „Gazeta Wyborcza” 2000, nr 114 17 maja, s. 30–31.

³¹ *Polskie Stronnictwo Ludowe. Dokumenty programowe na nadzwyczajny Kongres. Deklaracja ideowa Polskiego Stronnictwa Ludowego*, [w:] *Programy partii i ugrupowań parlamentarnych 1989–1991*, część 2, s. 35.

³² *Czas na zmianę. Program społeczno-gospodarczy PSL*, [w:] *Partie i ich programy. Wybory 2001...*, s. 130.

System, który zapewniłby sprawne funkcjonowanie gospodarki i godne życie wszystkim ludziom, wymaga regulacyjno-interwencyjnej funkcji państwa. Państwo jako dobro wspólne powinno dbać o stworzenie warunków do rozwoju duchowego i materialnego ludzi pracy i przeciwdziałać wyzyskowi. Wypełnianiu tej funkcji najlepiej sprzyja gospodarka o mieszanej strukturze własnościowej, w której na równych prawach występują przedsiębiorstwa prywatne, państwowe, społeczne, spółdzielcze, komunalne. Zakładając redukcję odziedziczonego po PRL sektora państwowego w drodze prywatyzacji³³, jednocześnie dodawano, że przedsiębiorstwa o kluczowym znaczeniu dla gospodarki i jej suwerenności powinny pozostać własnością skarbu państwa bądź znajdować się pod jego ścisłą kontrolą. Oczywiście miały one uzyskać samodzielnność, nie być zarządzane przez administrację państwową i występować na rynku na podobnych zasadach jak podmioty prywatne.

W ramach społecznej gospodarki rynkowej państwo winno spełniać następujące funkcje: a) stać na straży równych warunków konkurencji, b) tworzyć warunki do rozwoju przedsiębiorczości, w szczególności drobnej i średniej inicjatywy prywatnej, c) regulując oddziaływać na produkcję i alokację zasobów – inwestycje, d) przeciwdziałać negatywnym skutkom działania mechanizmów rynkowych, e) korygować podziały rynkowe, tj. dokonywać redystrybucji uzyskiwanych dochodów, f) sprawować opiekę socjalną nad ludźmi niezdolnymi do samodzielnego bytowania, g) kreować i zaspokajać dobra i usługi publiczne, takie jak: oświata, zdrowie, wypoczynek, powszechne ubezpieczenia emerytalne i rentowe. W 1991 roku pisano, że świadczenie usług społecznych winno odpowiadać standardom dotychczasowym³⁴.

Regulacyjno-interwencionistyczną funkcję państwo ma realizować, stosując takie narzędzia i instrumenty, jak: dotacje, subwencje, dopłaty do eksportu, poręczenia kredytowe, stopy procentowe, tani kredyt, inwestycje finansowane ze środków publicznych, cła, skup interwencyjny, progresywne opodatkowanie dochodów, zwolnienia i ulgi podatkowe, nakłady na edukację, naukę i postęp techniczny, uruchamianie popytowych narzędzi wzrostu (zasiłki dla bezrobotnych, roboty publiczne itp.), odpowiednie regulacje prawne. Szczególną rolę ludowcy przypisują regulacji i interwencji państwa w rynek rolny³⁵.

PSL przeciwstawia się koncepcji państwa minimum i neoliberalnej polityce gospodarczej. Na początku lat 90. opowiadało się za zbudowaniem w Polsce kapitalizmu zbliżonego do modelu skandynawskiego³⁶, natomiast w okresie prezesury Jarosława Kalinowskiego odwoływano się do tzw. „kapitalizmu nadreńskiego” (Niemcy, Holandia, Austria, Szwajcaria), w którym „oświata, zdrowie, mieszkanie, wyżywienie nie powinny być w pełni rynkowe i poddane jedynie kryterium zysku”³⁷.

³³ Prywatyzacja miała przynieść uwłaszczenie obywateli. Krytycznie odnoszą się ludowcy do ścieżek prywatyzacji realizowanych w III RP. W programie wyborczym z 2001 roku pisano, że „sprywatyzowano zyski, a uspołeczniono straty”. Zob. *ibidem*, s. 129.

³⁴ *Polskie Stronnictwo Ludowe. Dokumenty programowe na nadzwyczajny Kongres...*, s. 43.

³⁵ *Ibidem*, s. 39-46; *Program polityczny i społeczno-gospodarczy...*, s. 139-146; *Czas na zmianę...*, s. 130 i nast.; *Program społeczno-gospodarczy Polskiego Stronnictwa Ludowego* (uchwalony na VIII Kongresie, Warszawa, 23 października 2004 r.), s. 8 i nast.

³⁶ *Program polityczny i społeczno-gospodarczy...*, s. 136.

³⁷ J. Kalinowski, *Konserwatyzm agrarystyczny*, „Myśl Konserwatywna” 1998, nr 2/3, s. 97-98.

D. Społeczna gospodarka rynkowa Prawa i Sprawiedliwości

Projekt społecznej gospodarki rynkowej przedstawiany przez Prawo i Sprawiedliwość pozostaje w opozycji do tego, który został zapisany w konstytucji RP. W opinii tej partii jest on fikcją, a to dlatego, że pomiędzy wpisaną do konstytucji doktryną ekonomiczną neoliberalizmu (zapisy czyniące z Narodowego Banku Polskiego autonomiczną instytucję, normy dotyczące wielkości długu publicznego, zakaz finansowania deficytu z banku centralnego), a szeroko zakreślonym katalogiem uprawnień socjalnych zachodzi sprzeczność, która uniemożliwia ich realizację. Ponadto państwo w przypadku niewywiązywania się z nałożonych na niego obowiązków nie może być zaskarżone do sądu. Zatem konstytucyjne uprawnienia obywateli w sferze socjalnej nie powinny być za rozległe, gdyż będą rodziły niemożliwe do zaspokojenia roszczenia, z drugiej zaś strony nie można, jak to chcą liberałowie, umieszczać w ustawie zasadniczej zapisów ograniczających państwo w wyborze polityki ekonomicznej, gdyż to od niej zależy realizacja celów społecznych. Według PiS zadania państwa w sferze socjalnej należy ujmować w kategorii celów działania, a nie uprawnień obywatela³⁸.

W koncepcjach PiS nie formułuje się jakiegoś katalogu praw socjalnych – wyjątkiem jest tu prawo do bezpłatnej nauki na poziomie podstawowym i średnim – ale państwo ma w życiu społeczno-gospodarczym odgrywać ważną rolę. Zadania stawiane państwu przez PiS w obszarze społeczno-gospodarczym można podzielić na trzy grupy. W pierwszej znajdują się te, które wynikają z doktryny liberalizmu, a więc stworzenie dla obywateli możliwie szerokich możliwości korzystania z prawa do własności i wolności gospodarczej, równego traktowania podmiotów gospodarczych, co jest warunkiem funkcjonowania mechanizmów rynkowych. Chodzi tu o ograniczenie do niezbędnego minimum koncesji i licencji ograniczających wejście na rynek bądź wykonywanie zawodu, odbiurokratyzowanie czynności związanych z zakładaniem i prowadzeniem firm, ochronę uczestników życia gospodarczego przed praktykami monopolistycznymi, oczyszczenie go ze zjawisk patologicznych i czynników degenerujących. Głównym przesłaniem jest oddzielenie gospodarki od polityki, rynku od sfery publicznej (np. ograniczenie prawa funkcjonariuszy publicznych do prowadzenia działalności gospodarczej). Program PiS postuluje zwiększenie roli kontrolnej państwa i przeciwstawienia się w ten sposób zjawiskom wpływania grup przestępczych i grup interesu na życie ekonomiczne. Służyć temu ma powołanie urzędu antykorupcyjnego, jak i zwiększenie nadzoru już istniejących instytucji (NIK-u, banków). Państwo ma wzmocnić też nadzór nad własnością mu podlegającą.

Druga grupa zadań państwa wiąże się z podejmowaniem działań polegających na interwencji w gospodarkę rynkową w przypadku, gdy zostają naruszone zasady naczelne ładu państwowego, takie jak: godność człowieka, dobro wspólne, sprawiedliwość i solidarność, interes narodu. Własność w myśli politycznej PiS jest nie tylko prawem, ale i zobowiązaniem, korzystanie z niej nie może szkodzić dobru wspólnemu. Tam, gdzie tego wymaga interes narodu, państwo może ograniczyć swobodę działalności (np. w inwestowaniu za granicą pieniędzy zgromadzonych w Otwartych Funduszach Emerytalnych czy zakładaniu supermarketów); do obowiązków państwa należy

³⁸ Konwencja konstytucyjna Prawa i Sprawiedliwości. Wystąpienie prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego, Warszawa 20 września 2003, s. 12, 16.

ochrona krajowych producentów przed konkurencją z zewnątrz. W prywatyzowanych przedsiębiorstwach mających znaczenie dla bezpieczeństwa gospodarczego Polski państwo powinno zachować pakiet kontrolny akcji lub udziałów bądź prawo do tak zwanej „złotej akcji”.

Trzecia grupa działań państwa w gospodarce związana jest z realizacją celów społecznych i zapewnieniem wzrostu gospodarczego. Państwo ma: a) dbać o rozwój narodu, rodziny oraz chronić dzieci i młodzież przed odrzuceniem i demoralizacją, b) przeciwdziałać bezrobociu, bezdomności i innym postaciom wykluczenia społecznego, c) chronić godność pracy i sprawiedliwość w stosunkach między pracownikami a pracodawcami, d) tworzyć warunki należytej ochrony zdrowia obywateli oraz wdrożyć mechanizmy zabezpieczenia ich na starość lub na wypadek niezdolności do samodzielnej egzystencji, e) zapewnić powszechny i bezpłatny dostęp do oświaty publicznej, f) tworzyć warunki zrównoważonego rozwoju gospodarczego, g) chronić obszary wiejskie i ustrój rolny oparty na gospodarstwie rodzinnym³⁹. Aby zapewnić realizację wymienionych celów program PiS zapowiada centralizację dyspozycji i środków finansowych oraz zwiększenie nakładów⁴⁰. Partia braci Kaczyńskich w porównaniu do wcześniej omówionych koncepcji w szerszym zakresie zamierza korzystać z administracyjno-prawnych narzędzi oddziaływania na gospodarkę.

Regulowana gospodarka rynkowa (trzecia droga)

Istotę „trzeciej drogi” przedstawiliśmy wcześniej, omawiając poglądy PSL, partii w której tendencje antyliberalne są dość silne, a dążenia do regulowania rynku, w szczególności dawniej, znaczne. Z ważniejszych dziś partii ideę „trzeciej drogi” wyznają Liga Polskich Rodzin i Samoobrona. Obie te partie odrzucają istniejący system gospodarczy, krytycznie odnoszą się do dotychczasowej transformacji i akcesji Polski do Unii Europejskiej. Liga Polskich Rodzin jest zwolennikiem państwa z gospodarką maksymalnie autarkiczną, albowiem samowystarczalność kraju jest, według niej, najlepszym gwarantem suwerenności. Z tego też powodu opowiada się za silnym państwem w gospodarce. Takie dziedziny, jak energetyka, sieci energetyczne wysokiego i średniego napięcia, główne sieci przesyłowe gazu, magistrale telekomunikacyjne, kopalnie, lasy, transport lądowy (autostrady, koleje) i morski, główne porty, źródła wody pitnej, zasoby kopalne, złoża surowców energetycznych, kopaliny, wodociągi, systemy kanalizacji oraz inne zakłady uznane w odpowiedniej ustawie za strategiczne (np. przemysł zbrojeniowy) będą stanowić własność publiczną. LPR zapowiada nacjonalizację majątku państwowego sprzedanego obcym inwestorom z naruszeniem prawa i użytkowanego niezgodnie z przeznaczeniem i w sposób dyskryminujący polskie

³⁹ *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, Projekt Prawa i Sprawiedliwości, s. 9-10.

⁴⁰ *Program Prawa i Sprawiedliwości. Warszawa, sierpień 2001 roku*, [w:] *Partie i ich programy. Wybory 2001...*, s. 90 i nast.

podmioty gospodarcze. Drugim kierunkiem zmian będzie upowszechnienie własności wśród obywateli⁴¹.

LPR deklaruje dokonanie zmiany mechanizmów funkcjonowania gospodarki i ograniczenie roli rynku. Zdecydowany rozwój gospodarczy i społeczny Polski – głosi program – opieramy na zasadniczej zmianie dotychczasowych tendencji „prymatu ekonomii nad człowiekiem”⁴². Rada Polityki Pieniężnej zostanie zlikwidowana, a rząd względnie podległy mu Bank Centralny będą określały wysokość stopy procentowej i kurs walut na poziomie odpowiadającym interesowi gospodarki polskiej. Scentralizowanie wszystkich środków publicznych w budżecie umożliwi państwu (rządowi) finansowanie inwestycji w postaci zamówień rządowych, co pobudzi koniunkturę oraz pozwoli zwiększyć środki na politykę społeczną, oświatę, naukę i mieszkalnictwo. Rozwiązane zostaną problemy bezrobocia i bezdomności. Odpowiednie stosowanie instrumentów podatkowych i celnych będzie służyło ochronie polskiego rynku i producenta. Mechanizmy regulacyjne mają służyć obronie polskiego stanu posiadania, polskiej ziemi, polskiego przedsiębiorcy i polskiej suwerenności narodowej⁴³.

Jeszcze dalej niż LPR w krytyce systemu gospodarczego III RP, i dokonywanego przez cały okres jej trwania procesu transformacji, idzie Samoobrona RP. W ocenie Samoobrony neoliberalna polityka, realizowana przez Balcerowicza i następne rządy, doprowadziła do tego, że zapisana w Konstytucji RP zasada społecznej gospodarki rynkowej stała się fikcją. Odwołując się do wypowiedzi papieża Jana Pawła II, iż „nie do przyjęcia jest stwierdzenie, jakoby po klęsce socjalizmu realnego, kapitalizm pozostał jedynym modelem organizacji gospodarki”, proponuje Polakom koncepcję „trzeciej drogi”. „Samoobrona RP – brzmi fragment programu – opowiada się w polityce ekonomicznej za koncepcją Trzeciej Drogi i przyjmuje ją za podstawę swego programu gospodarczego. W ramach tego programu właściwą rangę i pełną realizację uzyskać muszą fundamentalne prawa człowieka: prawo do pracy, godziwej za nią zapłaty, prawo do zaspokajania potrzeb mieszkaniowych, prawo do zachowania zdrowia i opieki zdrowotnej, prawo do oświaty, nauki i równych szans życiowych”⁴⁴. Realizacja tych celów społecznych wymaga zmiany polityki gospodarczej („Balcerowicz musi odejść”) i wzmocnienia funkcji państwa w sferze gospodarczej. Musi ono odzyskać kontrolę nad strategicznymi działami gospodarki: przemysłem surowcowym i wydobywczym, energetyką, przemysłem zbrojeniowym, infrastrukturą transportową, bankowością i ubezpieczeniami. Państwo ponadto musi stać się aktywnym inwestorem, promotorem i organizatorem przedsięwzięć w takich obszarach gospodarki, jak: rolnictwo i przemysł rolno-spożywczy, budownictwo i infrastruktura, przemysł elektryczny, leśnictwo i przemysł drzewny, przemysł lekki oraz mała i średnia przedsiębiorczość⁴⁵.

⁴¹ *Skrót programu gospodarczego. Dla niepodległej Polski oraz suwerennego narodu polskiego. Liga Polskich Rodzin*, Warszawa-Kraków, kwiecień 2003, s. 8-9. Program można znaleźć w internecie: www.BiuLetynast.LPR.net.pl.

⁴² *Ibidem*, s. 5.

⁴³ *Ibidem*, s. 4 i nast.; *Liga Polskich Rodzin w Polsce – niepodległość. Polakom – praca, chleb, mieszkanie (program solidaryzmu narodowego Ligi Polskich Rodzin, [w:] Partie i ich programy. Wybory 2001...*, s. 240-243.

⁴⁴ *Program społeczno-gospodarczy Samoobrony RP*, <http://www.samoobrona.org.pl>, s. 3-4.

⁴⁵ *Ibidem*, s. 7.

W myśl założeń Samoobrony do funkcji państwa ma należeć: a) tworzenie podstaw prawno-instytucjonalnych rozwoju gospodarki, b) kierowanie polityką makroekonomiczną i mikroekonomiczną, c) inwestowanie w kapitał ludzki (edukację), infrastrukturę i usługi publiczne, d) zabezpieczenie najuboższych grup społecznych, e) ochrona środowiska naturalnego⁴⁶.

Podobnie jak LPR, tak i Samoobrona kładzie nacisk na działania i regulacje rządu mające chronić interes narodowy polskiej gospodarki (w tym różne ograniczenia w stosunku do inwestorów zagranicznych, rozliczenie „złodziejskiej” prywatyzacji i ewentualna renacjonalizacja). Jednym z głównych narzędzi polityki gospodarczej ma być ustalanie przez rząd stopy redyskontowej i kursu walut oraz wprowadzenie do obiegu pieniądza ze skarbów NBP i innych banków. Aktywna polityka społeczna, opiekuńcze państwo, interwencjonizm (roboty publiczne, minimalne ceny w rolnictwie, system kontraktacji, zakaz importu tanich produktów itp.), inwestycje publiczne – mają pobudzać rozwój i zwiększać zatrudnienie. Hasło programowe „Człowiek. Rodzina. Praca. Godne życie” propaguje wartości, na których ma być budowany nowy system gospodarczy.

Podsumowanie

Wyłączwszy skrajne siły polityczne, tak po lewej jak i prawej stronie, nietrudno założyć, że wszystkie siły polityczne III RP opowiadają się za gospodarką rynkową. Różnice stanowisk dotyczą wielkości sektora publicznego w strukturze własnościowej gospodarki, zasięgu stosowania instrumentów interwencyjnych i regulacyjnych oraz skali odpowiedzialności państwa za bezpieczeństwo socjalne i zdrowotne obywateli. Z wyjątkiem partii wyznających ortodoksyjny liberalizm, wszystkie inne ugrupowania akceptują obecność państwa w życiu gospodarczym. Niezależnie od preferowanego modelu systemu gospodarczego są one zgodne, że zadaniem państwa jest zwalczanie praktyk monopolistycznych, niezgodnych z ideą wolnej konkurencji, zapewnienie równości podmiotów gospodarczych i uczestników rynku, popieranie rozwoju drobnych i średnich firm, zapewnienie bezpłatnej oświaty publicznej, pomoc socjalna dla osób wykluczonych. Państwo nie może też nie czuć się współodpowiedzialne za zaspokojenie potrzeb zdrowotnych obywateli, bezpieczeństw socjalne na starość względnie na wypadek utraty zdrowia lub pracy. Aktywna polityka państwa w rozwiązywaniu problemów bezrobocia uważana jest za główną powinność. Większość partii działających na polskiej scenie politycznej, niezależnie od opcji ideowej, preferuje ustrój gospodarczy odpowiadający modelowi społecznej gospodarki rynkowej, jako ten, który najlepiej próbuje pogodzić wolny rynek z interwencjonizmem państwowym i łączy wymogi wolnego rynku z funkcją społeczną państwa.

⁴⁶ *Ibidem*, s. 2.

Piotr Borowiec

NARÓD A SPOŁECZEŃSTWO OBYWATELSKIE – KONFLIKT CZY ZGODNE WSPÓLISTNIENIE?

Wstęp

Społeczeństwa nie znajdują się w stanie stagnacji, ale nieustannie się zmieniają. Jest to szczególnie widoczne w obecnych czasach. Zmiany stały się czymś normalnym w naszym życiu społecznym, a tym samym zadomowiły się w naszej świadomości. Ich tempo przekracza często możliwości indywidualnego doświadczenia. Zaskakują nas, przygniatają, stanowią przyczynę zagubienia. Dotyczą prawie wszystkich idei, instytucji i struktur życia społeczno-politycznego. Wywołuje je człowiek swoim indywidualnym lub grupowym działaniem. Zmiany te są w większości wywoływane przez człowieka, przez jego indywidualne lub grupowe działania.

Zmiany te dotyczą również dwóch rodzajów zbiorowości zdolnych przyczynić się do tworzenia więzi społecznych. Są nimi naród (wspólnota narodowa) i społeczeństwo obywatelskie w aspekcie wspólnotowym, podkreślającym wagę więzi grupowych¹. Te dwie idee występują i dominują obecnie w społecznej świadomości. W analizowanym przypadku mamy do czynienia z socjologicznym podziałem na *Gemeinschaft* i *Gesellschaft*.

W literaturze naukowej występuje powszechne przekonanie, że idea społeczeństwa obywatelskiego należy do katalogu „idei krążących”, potencjalne jej „powroty” i „odwroty” są do przewidzenia, są nawet do zaakceptowania przez jednostkę czy przez środowiska naukowe. Inaczej przedstawia się status idei narodu. W ostatnim czasie głoszone powszechnie poglądy, że idea narodu przechodzi do historii, umiera. Takie stwierdzenie bez wątplenia może wywoływać zdecydowanie

¹ Odtworzenie zniszczonych przez komunizm więzi społecznych to było jedno z najważniejszych zadań jakie stawili przed społeczeństwem obywatelskim polscy intelektualiści. Zob. A. Michnik, *Szanse polskiej demokracji*, Londyn, 1984, s. 24.

negatywne konsekwencje dla kształtu społecznej świadomości jednostki, szczególnie w naszej szerokości geograficznej.

Wśród wielu podziałów narodów najbardziej rozpowszechniony jest podział na narody polityczno-wolicjonalne i narody definiowane przez cechy etniczne i kulturowe. Z pierwszymi mamy do czynienia we Francji i USA, z drugimi w Europie Środkowo-Wschodniej i w Niemczech². Społeczeństwa przywiązane głównie do więzi etnicznych, odwołujące się do tożsamości opartej na kulturze, jak np. polskie, miały w tzw. „świecie nowoczesnym” pozbyć się niepotrzebnych emocji, „które umożliwiały dominację idei narodowej w świadomości społecznej i polityce”³.

Niektórzy autorzy mocno podkreślali, że te dwie wspólnoty, o których mowa, nie mogą pokojowo współistnieć. Na dodatek twierdzili, że w „nowym świecie” miejsce narodu zajmie właśnie społeczeństwo obywatelskie i wypełni jego zadania. W sposób jednoznaczny wyraził to Shils, który fakt notorycznego pomijania narodu w dyskusjach nad społeczeństwem obywatelskim tłumaczył przekonaniem, iż naród reprezentuje przestarzały typ zbiorowości i w jego miejsce wchodzi społeczeństwo obywatelskie⁴.

Podkreśla się także to, że społeczeństwo obywatelskie odwołuje się do formy organizacji społecznej alternatywnej nie tylko wobec narodu, ale również w stosunku do wspólnoty religijnej, grupy etnicznej czy rodu⁵. W takim ujęciu naród, a tym bardziej nacjonalizm nie ma wiele wspólnego ze społeczeństwem obywatelskim, ten fakt zaś ma jakoby przemawiać za potencjalną wymianą: społeczeństwo obywatelskie zamiast narodu.

Celem niniejszego artykułu jest próba przedstawienia relacji pomiędzy narodem i społeczeństwem obywatelskim i odpowiedź na pytanie czy naród i społeczeństwo obywatelskie mogą razem współistnieć jako dwie wspólnoty zdolne do wytworzenia więzi niezbędnych do funkcjonowania jednostki, czy też skazane są na konflikt, wynikający z niemożności współistnienia obok siebie więzi charakterystycznych dla tych idei. Konflikt ten wynika również z przerostu ambicji niektórych zwolenników społeczeństwa obywatelskiego, pragnących monopolu dla swojej idei, chodzi tu także o wyłączość na budowanie więzi społecznej między ludźmi.

Ponadto postaram się wykazać, że występowanie we współczesnych społeczeństwach zarówno więzi narodowych jak i więzi tworzonych przez organizacje społeczeństwa obywatelskiego może je wzbogacić, a także, że taki układ jest nie tylko możliwy, ale wręcz wskazany. Istnienie bowiem uzupełniających się więzi na dwóch poziomach struktury społecznej wydaje się optymalnym rozwiązaniem. Tak też brzmi teza niniejszego artykułu.

² E. W. Bockenforde, *Naród – tożsamość w swych różnych postaciach*, [w:] *Tożsamość w czasach zmiany*, Kraków 1995, s. 118.

³ J. Szacki, *O narodzie i nacjonalizmie*, „Znak” 1997, nr 3, s. 4.

⁴ Zob. J. Szacki, *Wstęp. Powrót idei społeczeństwa obywatelskiego*, [w:] *Ani książkę, ani kupiec: obywatel. Idea społeczeństwa obywatelskiego w myśli współczesnej*, Kraków 1997, s. 41, oraz E. Shils, *The Virtue of Civil Society, „Government and Opposition”* 1991, vol. 26, nr 2, s. 7.

⁵ A. Malewska-Szałygin, *Złudne szaty króla* [w:] <http://www.opcja.pop.pl/numer23/23ma1.html>.

Naród uratowany?

W nieodległej przeszłości wydano wyrok na istnienie narodu. Naród został zaatakowany na wielu płaszczyznach. Niezwykle silnie była podkreślana tendencja „zerwania z mitem «wieczności» lub co najmniej «starożytności» narodów”⁶, któremu przeciwstawia się tezę, iż stanowią one nade wszystko «wynałazek» paru ostatnich stuleci, w niektórych zaś regionach – dopiero ostatnich dekad”⁷. Takie podejście miało podważyć znaczenie narodu i podkreślić nie tyle jego zmienność dziejową, ile schyłkowość. Z tym wiązało się automatycznie umniejszanie znaczenia więzi narodowej, tożsamości narodowej, świadomości narodowej, a przede wszystkim państwa narodowego.

Podważono wręcz konieczność istnienia we współczesnym świecie więzi narodowej. Wiąż ta miała ustąpić miejsca innej więzi, często zupełnie jeszcze nie zdefiniowanej. Natomiast więź narodowa czy etniczna miała być odizolowana, „odesłana” do sfery indywidualnej, prywatnej. Proces usuwania więzi narodowej miał się zakończyć całkowitym pozbawieniem jej aspektów integrujących.

Niektóre wydarzenia historyczne są dużym obciążeniem dla współczesnej idei narodu. Spadek po nacjonalizmie jest trudny do przezwyciężenia. Bez względu na to, czy narody są tworem nacjonalizmu czy odwrotnie, dotychczasowy związek narodu i nacjonalizmu miał dla narodu także negatywne konsekwencje. Oskarżanie nacjonalizmu o wszelkie zło, które wydarzyło się w Europie zaważyło także na wizerunku samego pojęcia narodu. Trudno się temu zresztą dziwić, jeśli weźmie się pod uwagę np. wydarzenia w byłej Jugosławii i ZSRR. Logika takiego podejścia jest następująca: jeśli uda się nam rozstać z narodami, a przede wszystkim z niszczącymi więziami narodowymi, to wyeliminujemy nacjonalizm. Wtedy zdecydowanie ograniczymy możliwość powtórzenia się historii, w której w roli głównej występuje nacjonalizm negatywnie rozumiany.

Jak podkreśla J. Szacki, jednym z istotnych elementów składających się na świadomość narodową jest „wyobrażenie własnego – co najmniej względnie niezależnego – państwa, w którym naród żyje (ewentualnie żył kiedyś w przeszłości) lub powinien żyć w możliwie bliskiej przyszłości”⁸. Państwo narodowe jest istotnym dopełnieniem narodu. Oczywiście nie jest tak, że narody nie mogą istnieć bez własnych państw. Historia wielokrotnie pokazała, że jest to możliwe, przy czym w większości przypadków narody posiadają przynajmniej jakieś własne marzenia o samostanowieniu państwowym. Trudno sobie wyobrazić naród tam „gdzie nie ma przynajmniej myśli o państwie i dążenia do jego utworzenia lub odtworzenia”⁹. Podkreślenie „wspólnoty” narodu a państwa narodowego jest istotne, bowiem twierdzenia o końcu narodu były łączone najczęściej z końcem państwa narodowego.

⁶ Wydaje się, że udało się do tego doprowadzić. Współcześnie poglądy o „wieczności narodów” nie są uznawane za prawomocne i naukowe. Zaliczane są bardziej do wiedzy potocznej.

⁷ J. Szacki, *O narodzie i nacjonalizmie...*, s. 29.

⁸ *Ibidem*, s. 16.

⁹ *Ibidem*, s. 23.

Pogląd o zaniku narodu, a tym samym państwa narodowego, nie był całkowicie bezzasadny. W wielu środowiskach intelektualnych wiązał się on z wydarzeniami historycznymi, które miały miejsce w Europie. Kryzysy wywołane przez państwa narodowe w XX wieku pokazały, że ich istnienie może prowadzić do konfliktów przede wszystkim między nimi samymi. Konflikty mogą także wystąpić między narodami tworzącymi jedno państwo wielonarodowe lub składające się z jednego narodu i wielu grup etnicznych.

Współcześnie prognoza zaniku państwa narodowego opiera się przede wszystkim na obserwowalnym regresie i zanikaniu wielu jego atrybutów¹⁰. Podkreśla się np. coraz mniejsze znaczenie gospodarczych rynków narodowych, podnosząc jednocześnie wagę kapitału międzynarodowego, zanikanie kultur narodowych w związku z tworzeniem się kosmopolitycznej kultury globalnej oraz przejmowanie czynnika integracji społeczeństw przez inne organizacje międzynarodowe. Na kondycję państwa narodowego mają także wpływać takie fakty, jak: zdolność łatwego przemieszczania się w przestrzeni, możliwość uzyskania wielu obywatelstw, relatywizowanie pojęcia „jednej ojczyzny” czy też możliwość zaskarżenia przez jednostkę własnego państwa przed organami międzynarodowymi¹¹. Otwartość współczesnego świata niesie ze sobą trudne do zahamowania procesy migracyjne. To zjawisko przyczynia się do wzrostu heterogeniczności i osłabienia znaczenia państw narodowych¹².

Drugim istotnym elementem przemawiającym przeciwko narodowi i państwu narodowemu są procesy integracyjne w ramach wspólnoty europejskiej¹³. Wydaje się, że już faktem bezspornym jest, iż u podstaw integracji społeczeństw Europy leży pogląd o możliwości odejścia od koncepcji samostanowienia państwa. Innymi słowy, doszło do częściowego zakwestionowania, przynajmniej na zachodzie Europy, tradycyjnego pojmowania zasady suwerenności państwa i narodu. J. Habermas pisał, że „wraz z przekształcaniem się Wspólnoty Europejskiej w unię polityczną – wyczerpała się również klasyczna forma państwa narodowego”¹⁴. Nie analizując szczegółowo, czy ta tendencja oznacza definitywną śmierć państwa narodowego, a tym samym narodu, należy zgodzić się, że miała ona miejsce. Bez przyjęcia założenia o ograniczeniu uprawnień państwa trudno byłoby myśleć o jakichkolwiek działaniach integrujących w Europie, a przynajmniej o takich, w których chodzi o budowanie europejskiego organizmu federacyjnego.

Prezentowane podejście zakłada częściowe ograniczenie władzy państwa narodowego na rzecz wspólnoty europejskiej. Niektóre uprawnienia państwa

¹⁰ E. Wnuk-Lipiński, *Świat międzyepoki*, Kraków 2004, s. 159 i nast.

¹¹ J. Gierus, *Globalizacja i państwo narodowe*, [w:] *Państwo w transformacji w perspektywie XXI wieku*, red. W. Materski, Warszawa 2000, s. 28.

¹² R. Suchocka, *Europejska tożsamość jako przedmiot naukowej dyskusji*, [w:] *Oblicza europejskiej tożsamości*, red. R. Suchocka, Poznań 2001, s. 12.

¹³ Nie jest to pogląd jednoznaczny. Są autorzy, którzy twierdzą, że Unia Europejska nie jest zagrożeniem dla państwa narodowego. Wprost przeciwnie: jest raczej ratunkiem, szansą ich umocnienia. „To Unia bierze na siebie rolę, której nie jest w stanie sprostać państwo narodowe, rolę mediatora między procesami globalnymi”; I. Czerwonogóra, *Czy zjednoczona Europa oznacza kryzys tożsamości?*, [w:] *Oblicza europejskiej tożsamości...*, s. 122.

¹⁴ J. Habermas, *Obywatelstwo a tożsamość narodowa*, Warszawa, 1993, s. 7.

narodowego zostają przejęte przez struktury Unii, ale nie tylko przez nią. Pretendują do tej roli także inne instytucje, np. związki zawodowe, instytucje międzynarodowe, europejskie grupy nacisku, międzynarodowe organizacje obywatelskie itd. Prowadzi to również do zacierania się granic i zakresów działania państwa narodowego i wspólnoty europejskiej. Problemy państwowe stają się nieuchronnie problemami europejskimi, zanika tak naprawdę granica między tym, co krajowe (narodowe) a tym, co europejskie.

W ostatnich latach Europa była centrum generowania nowych standardów społecznej i politycznej organizacji. Widzieliśmy to przy tworzeniu Unii Europejskiej. Zdaniem wielu autorów właśnie Europa wyznaczała nowe kierunki rozwoju społecznego i politycznego społeczeństw. „Europa pod względem posiadanej wiedzy i sprawowanej władzy stała się niekwestionowanym centrum nowoczesności [...] menadżerem nowoczesności”¹⁵. Wśród poglądów głoszących ową „nowoczesność” znajdują się też mówiące o tym, że procesy modernizacyjne zdecydowane wyeliminują i osłabią więzi narodowe. Nowoczesny świat ma się obyć bez więzi typu wspólnotowego w socjologicznym rozumieniu.

Andrzej Walicki pisał o specyficznym rodzaju umysłowości postmodernistycznej, charakterystycznej dla pewnej części intelektualistów świata zachodniego. Cechą tej umysłowości jest lęk przed tożsamością narodową.

Umysłowość taka ceni przede wszystkim autonomię jednostki i wielość wyborów, a więc musi lękać się tożsamości głęboko zakorzenionej, dającej wprawdzie poczucie pewności, ale nie pozostawiającej miejsca na swobodne samookreślenie. Preferuje tożsamość „konstruktywną”, „wymyśloną”, „przypadkową” i „chwiejną”, tożsamość, którą można świadomie kształtować i zmieniać, a więc nie dającą się pogodzić z pojęciem narodu jako nieuniknionej „wspólnoty losu”¹⁶.

To wszystko przemawiałoby za tym, że mamy do czynienia przynajmniej ze zmniejszeniem znaczenia narodu i państwa narodowego. Ale czy poza niewątpliwym ograniczeniem uprawnień współczesnego państwa (nie tylko narodowego) jest tak istotnie? Okazuje się, że obecnie naród ma się zdecydowanie dobrze. Jest wspólnotą, która w dalszym ciągu potrafi reprodukować się w skuteczny sposób. Bez wątpienia nie zamierza ustępować miejsca innemu sposobowi organizowania jedności społecznej, w tym także społeczeństwu obywatelskiemu. Należy się zgodzić ze zdaniem Jerzego Szackiego, iż obecnie „anachronizmem stał się pogląd, iż naród to coś staroświeckiego”¹⁷, a takie podejście jeszcze niedawno funkcjonowało w poglądach na temat „nowoczesnej Europy”.

Ten sam autor podkreśla, że „siła uczuć narodowych jest wprawdzie zmienna w czasie i ogromnie zróżnicowana w przestrzeni, ale nic nie wskazuje na to, byśmy mieli gdziekolwiek do czynienia z wyraźną tendencją zniżkową. Zmieniają się tylko (i to nie wszędzie) formy przejawiania się tych uczuć. Jeśli nawet przez

¹⁵ G. Therborn, *Drogi do nowoczesnej Europy*, Warszawa-Kraków 1998, s. 32.

¹⁶ A. Walicki, *Czy możliwy jest nacjonalizm liberalny?*, „Znak” 1997, nr 3, s. 39.

¹⁷ J. Szacki, *O narodzie i nacjonalizmie...*, s. 29.

dłuższy czas uczucia te mogą wydawać się uśpione, niewiele na ogół trzeba, aby je z uśpienia wyrwać”¹⁸.

Wniosek z tych rozważań jest oczywisty: „era narodów trwa i prawie nic nie zapowiada jej rychłego końca”¹⁹ i akceptowany przez tych, którzy jeszcze niedawno głosili koniec narodu. Podobnie wygląda sytuacja państwa narodowego. Wciąż w nim żyjemy, a pojawiające się alternatywy są mało wyraziste. Państwo narodowe, pomimo pewnych ograniczeń ze strony organizacji międzynarodowych (pozbawienie części suwerenności), odgrywa w dalszym ciągu istotną rolę w polityce międzynarodowej²⁰.

Dzisiaj wydaje się również, że z samego faktu istnienia świadomości narodowej nie wynika jednoznacznie i automatycznie fakt pojawienia się eskalacji nienawiści do innych zbiorowości narodowych. Identyfikowanie się z jakimś narodem wcale nie musi prowadzić do wniosku, że wrogiem jest inny naród, a szczególnie naród sąsiedni.

Skazani na konflikt?

Każda zbiorowość, jeżeli ma istnieć, rozwijać się, musi posiadać więź zapewniającą jej wewnętrzną spójność, umożliwiającą zaspokajanie potrzeb indywidualnych i zbiorowych. Musi być wewnętrznie zorganizowana i uporządkowana. Wszystkie te potrzeby są szczególnie w sytuacji, gdy imperia wielonarodowe przestają istnieć. Kiedy istniejące dotychczas wspólnoty tracą swoją skuteczność integracyjną, zaczyna się poszukiwanie zakotwiczenia w innych wspólnotach, np. we wspólnotach narodowych pozbawionych dotychczas własnego państwa, wspólnotach religijnych, sektach czy organizacjach obywatelskich. Wtedy także mamy do czynienia z próbami narzucenia przez niektóre środowiska swoich idei integrujących. Dochodzi w ten sposób do konkurencji idei, walki o wypełnienie wolnego miejsca. Zwycięska idea nie ma później wielu ograniczeń na drodze swojej ekspansji.

Niewątpliwie naród, narodowość należą do podstawowych idei integrujących społeczeństwa. Jednocześnie naród, świadomość narodowa czy tożsamość narodowa są twórcami historycznymi. A to oznacza, że mamy do czynienia z powstawaniem, rozwojem i ewentualnie zanikiem wymienionych zjawisk społecznych. Podobnie dzieje się z ideami, które te zjawiska opisują. Każdy naród zakorzeniony jest we własnej historii. Ma specyficzne i wyjątkowe przekonanie jak np. najlepiej urządzić własne państwo. Kolejnym elementem jego charakterystyki jest wytworzona kultura, rozumiana często jako dziedzictwo przekazywane z pokolenia na pokolenie. Jednocześnie zmienia się w czasie kształt tej wspólnoty. Posiada on charakter dynamiczny, płynny, co szczególnie widoczne jest właśnie dzisiaj. Procesy modernizacji odcisnęły swe piętno na obrazie współczesnego narodu.

¹⁸ *Ibidem*, s. 5.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ E. Wnuk-Lipiński, *Świat międzyepoki...*, s. 165.

Nowymi, interesującymi ujęciami narodu są obecnie koncepcje deterytorializacji państwa narodowego i „nacjonalizmu dalekiego zasięgu” (*Langstrecken-Nationalismus*), podyktowane zmianami jakie zachodzą obecnie pod wpływem procesu globalizacji. W globalnym świecie państwo narodowe będzie „deterytorializowane”, a przedstawiciele tego samego narodu będą mieszkali na terytorium całego świata. Wizja taka może być zrealizowana dzięki mediom elektronicznym, które staną się niezbędnym łącznikiem. Już obecnie, mieszkając na innym kontynencie, mamy możliwość aktywnego uczestnictwa w życiu politycznym kraju pochodzenia, a wiele narodów pozbawionych własnych państw przejawia ogromną sprawność organizacyjną. Potrafią na odległość kształtować wyobrażenie i obraz własnego narodu oraz skutecznie bronić jego interesów przed organizacjami międzynarodowymi. Biorąc to wszystko pod uwagę, badacze mówią o nowym zjawisku: „nacjonalizmie dalekiego zasięgu”²¹ wychodzącym poza dane terytoria państw narodowych.

Wydaje się, że na negatywny stosunek do siebie narodu i społeczeństwa obywatelskiego mieli wpływ niektórzy zwolennicy społeczeństwa obywatelskiego, właśnie ci, którzy na siłę chcieli stworzyć z idei społeczeństwa obywatelskiego megaideę, zdolną do wykorzystania i wytłumaczenia wszelkich aspektów współczesnego życia społecznego. Ideę, która miała zastąpić dużą część instytucji życia społecznego, ideę wynoszącą na piedestał jedną tylko rolę – rolę obywatela, pełnioną przez współczesnego człowieka. Dodatkowo nastawienie to wzmacniały tendencje do zastępowania – w imię nowoczesności – wszystkich „częściowo skompromitowanych” idei właśnie ideą społeczeństwa obywatelskiego.

Jeśli idea społeczeństwa obywatelskiego miałaby zastąpić naród, to co miałoby zastąpić etos narodowy? Jakie wartości mogą stanowić alternatywę dla wspólnoty narodowej? Bezsprzecznie taką wartością jest chęć działania na rzecz dobra wspólnego. Tym samym wylania się szansa na pojawienie się poczucia więzi między jednostkami zamieszkującymi jakieś terytorium. W tym przypadku „nie mamy już do czynienia z trudno wymiernym «poczuciem», ale z pewną postawą, czyli z przekonaniem wyrażającym się w czynach”²². Taka postawa to rzeczywiste zaangażowanie się w sprawy zbiorowości. Zaangażowanie, które ma konkretny wymiar w postaci powstającej sieci organizacji obywatelskich. Powstałe instytucje świadczą nie tylko o istnieniu postawy obywatelskiej, ale powodują zmianę rzeczywistości społecznej. W ten sposób jednostki stają się odpowiedzialne nie tylko za siebie, lecz także za los wszystkich członków danej zbiorowości.

Przeciwstawienie społeczeństwa obywatelskiego narodowi wpisuje po raz kolejny wpisaniem tę ideę w dychotomiczny układ – układ dwóch zwalczających się stanowisk, co oznacza nieuchronny konflikt. Potwierdza to słabość społeczeństwa obywatelskiego, jasno wskazuje fakt, że idea ta rozwija się najlepiej, gdy ma zapewnionego stałego „wroga”, z walki czyni sens własnego istnienia. Dla przykładu przytoczę tutaj klasyczny układ dychotomiczny: społeczeństwo obywatelskie –

²¹ J. Breidenbach, I. Zukrigl, *Widersprüche der kulturellen Globalisierung: Strategien und Praktiken*, „Aus Politik und Zeitgeschichte” 2002, nr 12, s. 24 i nast.

²² A. Małewska-Szałygin, *op. cit.*

państwo²³, w którym przez wiele lat funkcjonowało i niekiedy jeszcze funkcjonuje społeczeństwo obywatelskie.

Ujęcie społeczeństwa obywatelskiego w opozycji do narodu wydaje się działaniem zdecydowanie niekorzystne dla tego pierwszego. Wynika to z obecnej, faktycznej siły narodu i nacjonalizmu – zlekceważonej potęgi. Isaiah Berlin podkreślał, że nacjonalizm tak zdominował „ostatnią część naszego stulecia, że żaden niemal ruch i żadna rewolucja nie będą miały szans na sukces, jeśli nie sprzymierzą się z nacjonalizmem, a tym bardziej jeśli wejdą z nim w konflikt”²⁴. Współcześnie trudno bez odniesień do narodu przeprowadzić jakąkolwiek analizę wydarzeń społeczno-politycznych. Nieodległe wydarzenia szczególnie w Europie po 1989 roku potwierdzają tę opinię.

Często podnoszonym argumentem, który miałby świadczyć o wrogości społeczeństwa obywatelskiego wobec narodu, jest to, że skupianie się w różnorodne organizacje obywatelskie godzi w jedność, jednolitość i spójność wewnętrzną narodu. Organizacje obywatelskie mniejszości etnicznych, religijnych czy kulturowych mają być ciosem wymierzonym w podstawowy cel państwa narodowego – pielęgnowanie i kultywowanie jednolitego dziedzictwa większości. Organizacje obywatelskie miałyby godzić w ostatnie istniejące bastiony więzi społecznej, atomizować i tak już rozbite społeczeństwo. Społeczeństwo obywatelskie to nic innego, jak prawo obywateli do różnienia się, a takie działanie miałoby się przyczynić do rozkładu tożsamości narodowej.

Taki społeczny stan walki i eliminacji jest możliwy, gdy państwo narodowe dąży do stworzenia społeczności etnicznie czystej i nie uwzględnia praw mniejszości. Te procesy wydają się dla wielu autorów nieuchronne. Wynika to choćby z koncepcji E. Gellnera, podkreślającej konieczność kulturowej unifikacji państw narodowych. Odrzuca on możliwość występowania państw wielokulturowych, podważa multikulturalizm²⁵. W takiej sytuacji naród (realna większość) w danym społeczeństwie automatycznie musi stać się przeciwnikiem mniejszości, a tym samym przeciwnikiem organizacji społeczeństwa obywatelskiego reprezentującego te mniejszości.

Jest to jednak proces, którego nie można wyeliminować. Doświadczenia wielu krajów Europy Zachodniej, a przede wszystkim Stanów Zjednoczonych wskazują, że mogą istnieć mechanizmy prawne pozwalające w miarę sprawiedliwy sposób zachować prawa narodowe większości, jak i prawa mniejszości. Różnorodność kulturowa wielu krajów jest faktem. Nie ma żadnych ograniczeń w powstawaniu organizacji obywatelskich, zakładających kultywowanie odmiennych wartości kulturowych czy religijnych.

Konflikt między społeczeństwem obywatelskim a narodem widoczny jest w poglądach Edwarda Shilsa. Wynika on z przeciwstawienia społeczeństwa pierwot-

²³ Michael Walzer twierdzi, że społeczeństwo obywatelskie w Europie Środkowo-Wschodniej jest dalej okrzykiem bojowym. Domaga się bowiem w dalszym ciągu likwidacji demontażu totalitarnego państwa. Zob. M. Walzer, *Spór o społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Ani książe, ani kupiec: obywatel...*, s. 104.

²⁴ I. Berlin, *Dwie koncepcje wolności*, „Res Publica” 1991, s. 206.

²⁵ Ernest Gellner pisze, że „w nacjonalizmie odzwierciedla się po prostu obiektywna potrzeba homogeniczności”. E. Gellner, *Narody i nacjonalizm*, Warszawa 1991, s. 60 i 61.

nego obywatelskiemu, przy czym do społeczeństw pierwotnych zalicza także naród. W tego typu społeczeństwach przeważają więzi pierwotne, terytorialne i biologiczne. Więzi te oparte są przede wszystkim na wspólnym pochodzeniu, pokrewieństwie krwi i fakcie zamieszkiwania od pokoleń na ograniczonym terytorium. Shils podkreśla, że te więzi jeszcze nie zanikły i że trudno będzie je wyrugować ze społeczeństw. Co prawda grupy pierwotne jak np. rodzina, które są przesycone tego typu więziami, nie są we wszystkich sytuacjach nieobywatelskie, ale „stanowią stałe zagrożenie dla społeczeństwa obywatelskiego, a uniemożliwiają lub utrudniają jego rozwój tam, gdzie dotąd nie istniało”²⁶. Zarzut, jaki stawia Shils więziom pierwotnym, opiera się na tym, że są one często wykorzystywane (odgrywają negatywną rolę) w sytuacjach, w których wymagany jest pełny obiektywizm i fachowość. Podkreśla, że mogą one np. przyczyniać się do zatrudniania urzędników nie według kryteriów fachowości, ale wspólnego pochodzenia etnicznego. Urzędnicy tacy będą faworyzowali swoją grupę pierwotną.

Shils podkreśla, że naród generuje również poczucie patriotyzmu, miłość do ojczyzny, do konkretnego społeczeństwa posiadającego swą przeszłość i przyszłość. Jednocześnie zwraca uwagę na fakt, że patriotyzm stanowi istotne wzmocnienie społeczeństwa obywatelskiego. Bez znacznej dozy patriotyzmu społeczeństwo obywatelskie nie mogłoby istnieć²⁷. Wydaje się jednak, że nie jest tak do końca. W społeczeństwie zróżnicowanym, jakim jest społeczeństwo obywatelskie, uczucia patriotyczne wynikające z więzi narodowej mają raczej charakter negatywny. Patriotyzm ogranicza możliwość istnienia wielu grup, reprezentujących często sprzeczne interesy czy przekonania, walczy z pluralizmem, przyczynia się do utrwalania jedności i jednorodności wewnętrznej społeczeństwa. W niektórych dziedzinach sprzyja uniformizacji, np. w postawach światopoglądowych, religijnych, etnicznych.

Tak samo jest z więzią etniczną, lokującą się blisko więzi narodowej. Podobnie jak więź narodowa ma być ona wroga społeczeństwu obywatelskiemu. „Wzmacnianie więzi etnicznych osłabia więzi obywatelskie. Lecz podkreślić należy, że nie są one zawsze, nieuchronnie i całkowicie opozycyjne”²⁸. Współcześnie w wielu zachodnich społeczeństwach – wydawałoby się obywatelskich – mamy do czynienia z wystąpieniami etnicznymi, np. w Hiszpanii. Jednak te konflikty są racjonalnie rozładowywane przede wszystkim przez procedury konsensualne. E. Shils widzi zagrożenie dla powstania i funkcjonowania więzi obywatelskiej we wszystkich zbiorowościach i grupach o przewadze więzi *Gemeinschaft*.

W stronę współlistnienia

W Europie idea społeczeństwa obywatelskiego stała się wyjątkowo modna. Poza nielicznymi wyjątkami jest ona powszechna i wspólna wielu europejskim

²⁶ E. Shils, *Co to jest społeczeństwo obywatelskie?*, [w:] *Europa i społeczeństwo obywatelskie – rozmowy w Castel Gandolfo*, Kraków, 1994, s. 26.

²⁷ *Ibidem*, s. 30.

²⁸ *Ibidem*, s. 29.

społeczeństwom. Wydawać by się mogło, że nie będzie w stanie zbliżyć do siebie zróżnicowanych kulturowo narodów. Uniwersalizm tej idei na pewno zbliża do siebie jej głosicieli i zwolenników. Wątpliwe natomiast, by spajała całe społeczeństwa definiowane poprzez odrębną kulturę. Jednak w wielu miejscach Europy obywatele o różnych poglądach i przekonaniach religijnych jednoczą się, nie tyle pod tym wspólnym hasłem, ile w celu realizacji różnych zadań, budują tradycję wspólnych więzi. Realizują bardzo różnie rozumiane dobro wspólne.

Należy zaznaczyć, że idea społeczeństwa obywatelskiego nie jest wcale oczywista i jednoznaczna. Wielość często sprzecznych definicji powoduje teoretyczny chaos. Umieszczanie w definicji pojęcia społeczeństwa obywatelskiego różnorodnych organizacji, instytucji a przede wszystkim rodziny świadczy o braku jednoznacznej wyczerpującej teorii na ten temat. Większość badaczy jednak rezerwuje ten termin wyłącznie dla organizacji obywatelskich, jakichś szczególnych stosunków między ludźmi, w oderwaniu od sfery politycznej i gospodarczej.

Jak wygląda współpraca pomiędzy narodem a społeczeństwem obywatelskim, jakie są możliwe obszary tej współpracy?

Analizę problemu należy rozpocząć od znalezienia elementów wspólnych. Część z nich można by zastosować praktycznie, np. do potrzebnej obecnie integracji społecznej, niezbędnej dla obecnych społeczeństw. W końcu obie idee zakładają takie cele. Często podkreśla się, że są to dwie całkowicie różne rodzaje „wspólnot wyobrażeniowych”, które pojawiły się w Europie w ciągu ostatnich dwóch stuleci²⁹, nie jest jednak tak, że nie można mówić o ich połączeniu.

W literaturze przedmiotu istnieją ciekawe propozycje połączenia ról społecznych obywatela i członka narodu. Niezmiernie interesującym spojrzeniem na związki społeczeństwa obywatelskiego i narodu jest podejście E. Gellnera. Skrótowo związki takie można, według niego, określić następująco: „powstawanie homogenicznych społeczeństw narodowych pokrywa się w zasadzie z procesem kształtowania nowoczesnego społeczeństwa obywatelskiego [...] członkowie społeczeństwa obywatelskiego muszą być w jakiejś mierze nacjonalistami”³⁰. Wynika to z rozumowania zrekonstruowanego przez A. Walickiego, głoszącego, że „równość obywatelska wymaga bowiem równości kulturowej, a więc zlikwidowania dzielących społeczeństwo różnic językowych i kulturowo-obyczajowych. Jeżeli chcemy równości szans, równego dostępu do stanowisk pracy i wyzwolenia się w ten sposób od przytwierdzenia na całe życie do określonych ról społecznych, to musimy zaakceptować sytuację, w której ludność państwa składa się z anonimowych obywateli, porównywalnych ze sobą pod względem podstawowego wyposażenia kulturowego, a nie z odrębnych kulturowo grup społecznych i statycznych społeczności lokalnych”³¹.

Społeczeństwo obywatelskie zakłada równość ludzi, jednakowe prawa dla wszystkich. Analizowana idea zakładała jednak coś więcej, a mianowicie dopuszczenie do występowania procesu dochodzenia do innej równości, będącej wynikiem

²⁹ J. Szacki, *Wstęp. Powrót idei społeczeństwa obywatelskiego...*, s. 39.

³⁰ A. Walicki, *Czy możliwy jest nacjonalizm liberalny?*..., s. 41.

³¹ *Ibidem*; zob. również: E. Gellner, *Conditions of Liberty, Civil Society and its Rivals*, New York 1994.

zlikwidowania niektórych podziałów społecznych i ekonomicznych np. podziału na bogatych i biednych, wykształconych i niewykształconych itd. To doprowadziłoby do likwidacji potencjalnych przyczyn konfliktowych wystąpień przedstawicieli niedocenianych warstw. Takie ujęcie wynika z zadań, które stawiają lub stawiały sobie zarówno naród jak i społeczeństwo obywatelskie³² – chodzi o tłumienie i ograniczanie potencjalnych konfliktów.

Likwidacja niektórych różnic, szczególnie na polu kultury, wydaje się konieczne, by mogły funkcjonować organizacje obywatelskie. Według Edmunda Wnuka-Lipińskiego warunkiem ich funkcjonowania jest istnienie „minimalnego wspólnego mianownika kulturowego, na którym mogłyby spotykać się różnorakie inicjatywy obywatelskie i dzięki któremu zapewnione byłoby wzajemne respektowanie prawa do istnienia i działania inicjatyw wchodzących z sobą w konflikt”³³. Stworzenie takiego wspólnego mianownika w obywatelskim kontekście wydaje się realne. Ponadto ważnym jest także istnienie spójnej aksjologicznej podstawy działania tych organizacji. Taka podstawa to „elementarny zasób sensów zbiorowych oraz podstawowy zestaw uznawanych wartości, dzięki którym możliwa jest komunikacja społeczna, kolektywne definiowanie interesów i celów oraz możliwość w jakimś stopniu uzgodnionego klasyfikowania określonych działań publicznych na osi „zło-dobro”³⁴.

Próbą połączenia więzi obywatelskich i narodowych, wartości narodowych z wartościami liberalno-demokratycznymi jest propozycja nacjonalizmu liberalnego przywołana przez Andrzeja Walickiego. Ujęcie to zakłada brak sprzeczności pomiędzy społeczeństwem obywatelskim i narodem. Podkreśla, że naród

nie jest ograniczoną wspólnotą typu *Gemeinschaft*, wykluczającą pluralizm i ujednostkowienie. Wprost przeciwnie: jest on formą uspołecznienia odpowiadającą procesowi indywidualizacji”, jednocześnie „nie znaczy to jednak, że narody są czymś „wymyślonym”, skonstruowanym odgórnie pod wpływem przypadkowych okoliczności i że przynależność do nich można „wybrać”, tak jak wybiera się przynależność do stowarzyszeń”³⁵.

Podstawową cechą wspólną jest to, że naród, jak pisze Walicki, funkcjonujący na zasadzie „ładu spontanicznego” (w rozumieniu Freyderyka Hayeka) wykazuje podobieństwo do ekonomicznego wolnego rynku. To podobieństwo ma wynikać ze wspólnej genezy więzi rynkowych i więzi narodowych. W obu przypadkach bowiem występują więzi ponadlokalne, łączące anonimowe jednostki.

Nacjonalizm liberalny zakłada także różnice pomiędzy wspomnianymi ideami, jak również między charakterystycznymi dla nich więziami. Podstawowa różnica wynika z faktu, że naród posiada silnie ukształtowaną tożsamość zbiorową,

³² Wierzone, że „dzięki „rewolucji egzystencjonalnej i moralnej” powstaje społeczeństwo obywatelskie, wolne od jakichkolwiek wewnętrznych antagonizmów i skupione wokół wspólnych wartości – społeczeństwo, w którym jedyną formą walki będzie dyskusja wśród przyjaciół”; J. Szacki, *Liberalizm po komunizmie*, Kraków 1994, s. 135.

³³ E. Wnuk-Lipiński, *Świat międzyepoki...*, s. 109.

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ W tej koncepcji naród jest ujmowany jako historycznie ukształtowana realność społeczna a nie „wspólnota wyobrażeniowa”. A. Walicki odrzuca możliwość wyjaśnienia procesów narodotwórczych za pomocą teorii „konstruktywistycznej”. Zob. A. Walicki, *Czy możliwy jest nacjonalizm liberalny?*..., s. 43.

a takiej tożsamości trudno doszukać się w społeczeństwach rynkowych. Ponadto naród w porównaniu do społeczeństwa rynkowego jest wspólnotą mniej otwartą na jednostki z zewnątrz. A. Walicki proponuje w tym przypadku inaczej ujmować wspólnotę narodową:

Jest to bowiem wspólnota ujednostkowiona, pluralistyczna, maksymalnie pojemna, mieszcząca w sobie różne tożsamości, tradycje, różne rodzaje pamięci i różne systemy wartości. Nie jest to wspólnota jednorodna, akceptowana bezrefleksyjnie i wymuszająca posłuszeństwo dla właściwego sobie „ładu przedstawień zbiorowych”, ale wspólnota wewnętrznie zróżnicowanej świadomości historycznej i wewnętrznie zróżnicowanej kultury³⁶.

Jednak trudno określić, czy taka wspólnota może być jeszcze nazwana narodem i to zarówno w sensie kulturowym jak i etnicznym. Przy założeniu, że naród jako twór historyczny ulega zmianom – jak najbardziej. Bliżej też takiemu ujęciu do narodu politycznego. Jednocześnie oczywiste staje się stwierdzenie, że w takim ujęciu – bez przeszkód – może istnieć społeczeństwo obywatelskie. Wydaje się nawet, że jest ono niezbędne do sprawnego funkcjonowania narodu.

Koncepcja wspólnoty obywateli to także próba rozwiązania powyższego dylematu. To pomysł na połączenie bycia członkiem narodu z wypełnianiem obowiązków wynikających z faktu bycia obywatelem, a także najlepsza próba skojarzenia dwóch analizowanych idei: narodu i społeczeństwa obywatelskiego. Wspólnota obywateli to różnorodność grup, w tym grup etnicznych, z których każda posiada własną podmiotowość i równe prawa. Historia takiej wspólnoty składa się z historii poszczególnych grup, bez istnienia historii grupy dominującej. Taki stan rzeczy pociąga za sobą zrównanie wszystkich religii, języków, tradycji itd. Niestety w tym podejściu brak miejsca dla tradycyjnego rozumienia fundamentu tożsamości.

Z drugiej strony, czy analizując naród i społeczeństwo obywatelskie zawsze musimy wszelkimi sposobami doszukiwać się wspólnych elementów? Naród jest wspólnotą o ponadlokalnym i ponadgrupowym charakterze więzi społecznej. Jako pojęciem wykorzystuje się go do makrostrukturalnej analizy socjologicznej. Wiąż narodową charakteryzuje maksymalne natężenie na danym, określonym terytorium. Jest przypisana wynika głównie z urodzenia. „Wiąż narodowa oparta jest na świadomości narodowej – znajdującej swój wyraz w narodowej ideologii – w której naród, będący wspólnotą kulturową, traktowany jest historycznie, zarówno w wymiarze przeszłym, jak i – postulatycznie – w przyszłym, uważany za godny realizacji cel działań społecznych i opatrzonej silną, pozytywną oceną moralną”³⁷. Naród to również m.in. takie elementy jak historia, kultura, a przede wszystkim język i organizacja państwowa.

Spółeczeństwo obywatelskie to z kolei całkiem inne więzi, ograniczone głównie do mikrostruktur społecznych. Istnieją co prawda organizacje obywatelskie działające na terytorium państwa lub ponadpaństwowe, ale ich ilość i zakres działania są ograniczone. W organizacjach typowych dla omawianej idei więzi są słabsze i krótkotrwałe, często oparte na układach towarzyskich, przyjaźniach, występują

³⁶ *Ibidem*, s. 45.

³⁷ R. Radzik, *Co to jest naród?*, „Znak” 1997, nr 3, s. 80.

w układzie bezpośrednim – „twarzą w twarz”. Wydaje się, że w większości przypadków organizacje społeczeństwa obywatelskiego mają krótki żywot, ale istnieją także organizacje bardziej trwałe, np. związki religijne. Część tych organizacji ma charakter instrumentalny i doraźny. Doraźny cel powstawania może wpłynąć na kształt tych więzi. Zatem niekiedy z trudem budowane więzi nie mają szansy przetrwać, skoro ciągle są zrywane i zawiązywane na nowo. Organizacje społeczeństwa obywatelskiego to takie „do których się wchodzi i które bez przeszkód się opuszcza”³⁸. Więż ta pozbawiona jest czynnika tradycji, historii, świadomość „my”, posiada też ograniczony zakres. Marcin Król, biorąc pod uwagę i zakładając liberalny charakter społeczeństwa obywatelskiego, uwzględniający daleko posuniętą wolność jednostki, twierdzi, że „nie są to instytucje zmierzające do budowania trwałych wspólnot lub trwałych afiliacji”³⁹.

Różnice między społeczeństwem obywatelskim a narodem świadczą zarażem o ogromnej potrzebie uzupełniania się. Współczesne społeczeństwa, w związku z osłabieniem innych struktur więziotwórczych, np. rodziny, potrzebują każdej więzi mogącej przyczynić się do powstawania jedności społecznej, czy to na poziomie makro, czy mikrostrukturalnym. A w danym przypadku jest to tym bardziej cenne, że jedność może być tworzona przez naród i społeczeństwo obywatelskie na uzupełniających się poziomach struktury społecznej.

Charakter i rola więzi w społeczeństwie obywatelskim wynika w pewnej mierze również z roli, jaką widzą dla niej jej zwolennicy. Umieszczają oni cały sektor organizacji obywatelskich pomiędzy rodziną a państwem. Przypisują tej idei rolę pośrednika między dwoma zdecydowanie różnymi sferami życia społecznego. W tym ujęciu idea ta występuje nie na poziomie ogólnospołecznym, ale na innych poziomach ładu społecznego, przenika jego poziomy. Wypełnia powstałą w Polsce w czasach socjalizmu „socjologiczną próżnię”. Według Stefana Nowaka w socjalizmie nikt nie poczuwał się do jakichkolwiek więzi poza więziami na poziomie rodziny i narodu. Nie istniały w tamtym okresie organizacje między poziomem rodziny a narodem, które mogłyby taką więź generować.

Niektórzy mocniej podkreślają rozłączność analizowanych idei. J. Szacki analizując społeczeństwo obywatelskie i naród podkreśla, że pierwsza idea „przywołuje na myśl to, co wspólne wszystkim społeczeństwom cywilizowanym, druga (naród) – to, co tworzy jedyną w swoim rodzaju tożsamość każdego społeczeństwa”⁴⁰. Nie są ze sobą organicznie związane.

Podsumowanie

Bezsprzecznie podstawą świadomości narodowej jest aktywna działalność elit danej zbiorowości. Działalność świadoma, ukierunkowana na propagowanie wybranych wartości. W ten sposób poczucie narodowe budzi się wśród pozostałej części

³⁸ E. Gellner, *Conditions of Liberty, Civil Society and its Rivals*, New York 1994, s. 103.

³⁹ M. Król, *Liberalizm strachu czy liberalizm odwagi*, Kraków 1996, s. 68.

⁴⁰ J. Szacki, *Wstęp. Powrót idei społeczeństwa obywatelskiego...*, s. 39.

społeczeństwa. Narody są tworzone według określonego, mniej lub bardziej świadomego planu. Podobnie wygląda tworzenie społeczeństwa obywatelskiego. Przykładowo, doświadczenia historyczne ostatnich lat w Polsce pokazują identyczną drogę rozwoju tej idei. W przypadku tworzenia świadomości narodowej, jak i w przypadku rozpowszechniania idei społeczeństwa obywatelskiego decydującą rolę odgrywają elity intelektualne. Jest to cecha wspólna, właściwa nie tylko tym dwóm ideom. Z tego wynika istotny wniosek, że elity mogą skutecznie dążyć do ułożenia stosunków narodu i społeczeństwa obywatelskiego.

Potrzeba przynależności jednostki do grupy społecznej i zbiorowości uważana jest za naturalną jej cechą, pozwalającą znaleźć miejsce spełnienia. Udział w życiu wspólnotowym dla współczesnego człowieka jest nądał niezbędny, w analizowanym przypadku nie ma konieczności dokonywania wyboru, gdzie ta potrzeba ma być realizowana. Zresztą w przypadku narodu nie ma raczej miejsca na wybór. Osobowość społeczna jednostki od urodzenia kształtowana jest przez zbiorowość. Bez wątplenia istnieje możliwość przynależności jednostki zarówno do wspólnoty narodowej, jak i do organizacji społeczeństwa obywatelskiego. Przy czym przynależność do społeczeństwa obywatelskiego w głównej mierze zależy od wyboru jednostki.

Reasumując, wydaje się, że konflikt pomiędzy narodem a społeczeństwem obywatelskim jest do uniknięcia. Współczesny świat nie potrzebuje takiego konfliktu. Potrzebuje zarówno stowarzyszeń, jak i wspólnot w sensie socjologicznym. Jest w nim miejsce i na więzi narodowe czy etniczne (wspólnotowe) i na więzi obywatelskie.

Nie ulega wątpliwości, że naród jest jedną ze zbiorowości, w której żyje człowiek. Zbiorowością dla niego najważniejszą. Jednostki

nie da się ich zrozumieć w izolacji, bez odniesienia do takich atrybutów wspólnoty, jak: wspólne terytorium, zwyczaje, prawa, historia, przeświadczenia, język, sztuka i religia, instytucje społeczne, styl życia [...] te właśnie czynniki kształtują życie jednostek: ich cele i wartości⁴¹.

Całkowicie nieuzasadnionym jest to co podkreślał już E. Gellner: utożsamianie narodu ze wspólnotą zamkniętą bądź „społeczeństwem zamkniętym”, niemożliwym do pogodzenia z liberalnym „społeczeństwem otwartym”.

Występowanie tych dwóch zbiorowości jest istotne ze względu na kształtowanie życia politycznego, ma wpływ m.in. na praktyczne aspekty funkcjonowania demokracji, która potrzebuje wspólnych wartości, umożliwiających osiągnięcie jakiejś części jedności społecznej⁴². Więzy narodowe są w dalszym ciągu ważnym elementem w procesie osiągania społecznie założonych celów m.in. politycznych, sprzyjają bowiem integracji i mobilizacji społecznej.

Te dwie zbiorowości są tym bardziej potrzebne, że idea społeczeństwa obywatelskiego nie jest w stanie tworzyć ponadplemiennych i ponadgrupowych

⁴¹ I. Berlin, *Nationalism: Past Neglect and Present Power*, [w:] *Against the Current*, London 1979, s. 341.

⁴² Ch. Taylor, *Jak wiele wspólnoty potrzeba demokracji*, [w:] *Wspólnotowość wobec wyzwań liberalizmu*, red. T. Buksiński, Poznań 1995, s. 51 i nast.

organizacji integrujących. Brak jest obecnie idei, która byłaby zdolna przyczynić się do integracji np. społeczeństw europejskich. Niektórzy taką rolę przypisują społeczeństwu obywatelskiemu. Często słychać nawoływania do wiary w pogląd, że instytucje obywatelskie będą w stanie odrzucić i zwalczyć wszelkie postawy ksenofobiczne i nacjonalistyczne w procesie integracji.

Więzi obywatelskie mogą zaistnieć na niższym poziomie organizacyjnym społeczeństwa, co pozwala na pojawienie się poczucia przynależności na dwóch poziomach. Istnieje możliwość wzajemnego uzupełnienia się. Taka sytuacja miała już miejsce w Polsce, w innej co prawda sytuacji społeczno-politycznej. W nieodległym czasie idea narodu współistniała bez konfliktów z organizacjami idei społeczeństwa obywatelskiego, przede wszystkim z „Solidarnością”.

Wydaje się, że sprzeczności nie ma nawet na poziomie interesów, interesu narodowego i interesu lub interesów charakterystycznych dla społeczeństwa obywatelskiego. Interes narodowy może być w dalszym ciągu realizowany na poziomie międzynarodowym, możliwe są takie działania jak: „ochrona pokoju, urzeczywistnienia pełnego bezpieczeństwa narodowego państwa, podnoszenie dobrobytu jego obywateli”⁴³. Interes ten nie jest tak łatwo wyartykułować, zwłaszcza w państwach wielonarodowych. Kształtuje go przede wszystkim klasa polityczna pod wpływem różnych grup nacisku.

Jeszcze trudniejszy do zdefiniowania jest interes społeczeństwa obywatelskiego. Sądzę, że w odniesieniu do całego społeczeństwa trudno go nawet określić. Zdecydowanie łatwiej zrobić to na poziomie poszczególnych organizacji. Najczęściej jest on rozumiany jako poprawa własnego lub grupowego losu. Wydaje się jednak, że przy tak zdefiniowanych interesach nie ma możliwości konfliktu. Istnieje również możliwość wzajemnego uzupełniania się. Wynika to z definicji interesu narodowego. Pole do popisu dla organizacji obywatelskich jest tu ogromne.

Potrzeba istnienia opisanych w tym artykule dwóch rodzajów zbiorowości jest uzasadniona i możliwa. Jednak stanie się to rzeczywistością, gdy zostaną spełnione dwa podstawowe warunki. Po pierwsze, muszą zaistnieć wolne, autonomiczne jednostki – obywatele, realizujący dobro wspólne. Wówczas społeczeństwo obywatelskie będzie bytem realnym, zaistnieje niezliczoną liczbą oddolnych inicjatyw obywatelskich. Drugim niezbędnym warunkiem jest wyeliminowanie przyczyn przekształcania więzi narodowej w nacjonalizm. W taki nacjonalizm, jaki był społecznym doświadczeniem części jednostek w naszej szerokości geograficznej, nacjonalizm niosący ze sobą wojny, cierpienia i prześladowania.

⁴³ I. Grabowska-Lipińska, J. Stefanowicz, *Interes narodowy i racja stanu: definicje, postrzeganie, realizacja*, [w:] *Między tożsamością i wspólnotą*, red. J. Stefanowicz, Warszawa 1996, s. 13.

VARIA

Maciej Malinowski

SIŁA „CZWARTEJ” WŁADZY – MIT CZY RZECZYWISTOŚĆ?

Termin „czwarta władza” stosuje się dziś powszechnie w państwach demokratycznych do mediów masowych (ang. *mass* ‘masowy’ i *media* ‘środki przekazu’), czyli prasy, radia, telewizji, portali internetowych, których zadaniem jest kontrola instytucji życia publicznego. Definicję mediów wymyślono w USA w latach 40. XX w., określając masowy charakter produkcji i odbioru przekazu, a także jego stereotypowość, schematyzm, łatwą dostępność, połączone ze skłonnością do uproszczeń. Jednak ich funkcje, określane jako misja społeczna, sięgają czasów o wiele wcześniejszych (dwóch stuleci wstecz), co zostało zapisane w pierwszej poprawce do Konstytucji amerykańskiej w XVIII w.¹: „Kongres nie może stanowić ustaw wprowadzających religię albo zabraniających swobodnego wykonywania praktyk religijnych; ani ustaw ograniczających wolność słowa lub prasy, albo naruszających prawo do spokojnego odbywania zebrań i wnoszenia do rządu petycji o naprawę krzywd”. Ta pierwsza poprawka uważana jest w Stanach Zjednoczonych za fundamentalną gwarancję wolności słowa.

Idea trójpodziału władz na ustawodawczą, wykonawczą i sądowniczą, przyświecająca w 1746 r. jej twórcy, francuskiemu myślicielowi Monteskiuszowi² – wcze-

¹ Konstytucję amerykańską uchwalono w 1787 r., a poprawka weszła w życie w grudniu 1791 r.: „Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances”.

² K. Monteskiusz, *O duchu praw*, tłum. T. Boy-Żeleński, Kraków 2003, s. 149. Monteskiusz twierdził, że trzy władze trzeba przydzielić trzem odrębnym organom państwa: prawodawczą – legislatywie, wykonawczą – egzekutywie, a sądowniczą – judykatywie. Pisał: „Wszystko byłoby stracone, gdyby jeden i ten sam człowiek lub jedno i to samo ciało możnych albo szlachty, albo ludu sprawowało owe trzy władze. [...] Kiedy w jednej i tej samej osobie lub w jednym i tym samym ciełe władza prawodawcza zespolona jest z wykonawczą – nie ma wolności; ponieważ można się lękać, aby ten sam monarcha albo ten sam senat nie stanowił tyrańskich praw, które będzie sam wykonywał. [...] Nie ma również wolności, jeśli władza sądenia nie jest oddzielona od prawodawczej i wykonawczej. Gdyby połączona została władza prawodawczą, władza nad życiem i wolnością obywateli byłaby dowolna; sędzia bowiem byłby prawodawcą. Gdyby była połączona z władzą wykonawczą, sędzia mógłby mieć siłę ciemiężcyela”.

śniej, w 1682 r., angielskiemu filozofowi Johnowi Locke'owi³ – mająca zapewnić poszczególnym ogniwom ustrojowym niezależność, a zarazem sprawić, że instytucje te na siebie by oddziaływały (bez prymatu którejkolwiek z nich) – nie do końca się sprawdziła. Stało się tak dlatego, że w demokracji przestrzegającej wolności głoszenia wypowiedzi znacząco wzrosła rola opinii publicznej, której przyszły w sukurs właśnie mass media. Nic więc dziwnego, że stopniowo zaczęły one zyskiwać w życiu publicznym coraz wyższą pozycję i wpływać na wszystkie obszary działalności państwa. Szybko zorientowano się (dotyczy to głównie kręgów rządzących i polityków), że choć „czwarta władza” nie ma instytucjonalnego umocowania w konstytucji, to jednak w świetle jej przepisów jest siłą o potężnych możliwościach oddziaływania. Politycy, funkcjonariusze publiczni, przedstawiciele obozów rządzących uznali odtąd za rzecz nie podlegającą dyskusji, że środki masowego przekazu istnieją po to, by przekazywać im to, co mają do powiedzenia obywatele, a głównie, żeby dostarczać informacji na temat rządzących i rządzonych⁴.

Afera Watergate

Znaczenie mediów – postrzeganych dziś jako strażnik demokracji i praworządności – najlepiej oddaje tzw. afera Watergate, skandal polityczny sprzed ponad trzydziestu lat, ujawniony przez dziennikarzy „The Washington Post” (chodziło o nielegalne podsłuchiwanie przeciwników politycznych). W efekcie z urzędu prezydenckiego ustąpił Richard Nixon. W pamiętnej scenie z filmu „Wszyscy ludzie prezydenta”, zrealizowanego przez Alana J. Pakulę, zmartwiony Bob Woodward (w tej roli Robert Redford) mówi do zaaferowanego Carla Bernsteina (Dustin Hoffman): „Brak nam dowodów. Gdybyśmy mieli chociaż jakiś świstek z adnotacją, że Hunt wypożyczał książki...” Potem przez długie godziny obydwoj mozolnie wertują setki tysięcy rewersów w Bibliotece Kongresu USA, szukając podpisu tego jednego, niskiego rangą urzędnika. A wszystko po to, by podważyć jego zeznanie w innej sprawie, która doprowadziła do kolejnej, a ta do następnej. Po czterech latach dziennikarskiego śledztwa prowadzonego na łamach „The Washington Post” prezydent Stanów Zjednoczonych musiał się podać do dymisji. Z *mass mediami*, z ich siłą i znaczeniem zaczęto się od tej chwili na całym świecie poważnie liczyć.

Zdaniem dziennikarza Witolda Beresia, autora książki „Czwarta władza”. *Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*, mit afery Watergate i dziennikarzy, którzy ją wytypili, w krótkim czasie stał się żywym mitem globalnego dzienni-

³ J. Locke, *Dwa traktaty o rządzie* (II), przełożył, wstępem i komentarzem opatrzył Z. Rau, Warszawa 1992. Locke pierwszy podzielił władzę na: ustawodawczą, wykonawczą i federatywną. Władzę „federatywną” nazywa władzę uprawnioną do prowadzenia wojny i zawierania pokoju, przymierzy i aliansów oraz wszelkich spraw poza wspólnotą. Zasada ta została wręcz uświęcona w Wielkiej Deklaracji Praw Człowieka (1789 r., Francja); art.16 konstytucji Francji: „Nie ma konstytucji to państwo, które nie ustanawia trójpodziału władzy i praw człowieka”.

⁴ H. Łuczyno, *Zgłęb, [w:] Najsztub pyta: Świat według naczelnych*, „Przekrój” 2005, nr 6/3111, s. 4.

karstwa⁵, symbolem profesjonalnego *investigative journalism* (a przy tym dziennikarstwa skutecznego, bo przecież ustąpił z urzędu prezydent najpotężniejszego kraju na świecie), profesji uważanej za posłannictwo, odpowiedzialnej za patrzenie władzy na ręce. Wizja takiego podejścia do wykonywania obowiązków, wręcz służby, obowiązuje dziś adeptów pióra i mikrofonu szczególnie w krajach o młodych demokracjach, wyrastających po upadku muru berlińskiego. To tu najszybciej kanony nowoczesnego dziennikarstwa pojmowane są jako wierność prawdzie i wolności przy zachowaniu reguł profesjonalnego warsztatu. Stąd niesłychany rozkwit tzw. dziennikarstwa śledczego, najczęściej obecnej formy pracy dziennikarskiej III w RP

Wolność słowa

Za początek wolnego dziennikarstwa w Polsce uważa się powszechnie zniesienie w styczniu 1990 r. cenzury co wiązało się z rozwiązaniem Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk oraz likwidacją koncernu partyjnego RSW „Prasa-Książka-Ruch”, dominującego wydawcy prasy w Polsce. W wyniku umowy Okrągłego Stołu, wspartej następnie nowelizacją ustawy Prawo prasowe z czerwca 1989 r., powstały warunki do zakupu tytułów prasowych przez spółki krajowe i zagraniczne bądź oddawania ich przez likwidatorów RSW „Prasa-Książka-Ruch” za symboliczną złotówkę spółdzielniom dziennikarskim⁶. Wiele dzienników regionalnych przeszło wówczas w ręce kapitału zachodniego (np. koncernu francuskiego Socpresse Roberta Hersanta, niemieckiej grupy Passauer Neue Presse, norweskiej grupy Orkla Media, a także Phoenix Intermedia, Wydawnictwa Heinricha Bauera, J. Marquard Ost Gruppe, Axel Springer, Hachette/Filipachi oraz Gruner+Jahr (Bertelsmann) i Bonnier SA), który odkupił od spółdzielni redakcyjnych większościowe udziały w dziennikach i tygodnikach. Wiele tytułów wychodzi do dziś dlatego, że do spółek wydawniczych weszły polskie przedsiębiorstwa. Nie udała się natomiast próba wydawania dzienników przez partie polityczne (np. Porozumienie Centrum, PSL czy KPN).

Z chwilą formalnego przełamania rządów komunistów, zdemonopolizowania państwa oraz urynkowania gospodarki pojawiły się możliwości wydawnicze dla nowych tytułów. Dlatego dziś wielu dziennikarzy celebrytuje wydanie pierwszego historycznego numeru „Gazety Wyborczej” 8 maja 1989 r., jako w pełni w tej części Europy niezależnego dziennika. Dziś mało kto pamięta, że „Gazeta Wyborcza” miała wychodzić jedynie do wyborów (jej głównym zadaniem miało być wsparcie „Solidarności” w czerwcowych wyborach). We „wstępniaku” do pierwszego numeru dziennikarze „Gazety Wyborczej” napisali:

⁵ W. Bereś, *Czwarta władza. Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*, Warszawa 2000, s. 11.

⁶ Z. Bajka, *Rynek mediów w Polsce*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 1996, s. 42.

Gazeta powstaje w wyniku porozumienia zawartego przy Okrągłym Stole, ale sami ją wydajemy i redagujemy. [...] Gazeta jest mała, bo na taki tylko rozmiar, przy nakładzie pół miliona egzemplarzy, pozwala ilość papieru, którą nam państwo sprzedaje⁷.

Warto nadmienić, że po raz pierwszy terminu „Okrągły Stół” użył gen. Wojciech Jaruzelski w czerwcu 1988 r. Miał na myśli spotkanie władz i opozycji, na którym można by podyskutować o ustawie o stowarzyszeniach. Kiedy w sierpniu fala strajków dotarła do Trójmiasta, pomysł podchwycili prof. Bronisław Geremek i prof. Andrzej Stelmachowski. Obydwaj mieli jednak inny cel: chcieli porozmawiać o legalizacji „Solidarności”, o swobodach stowarzyszeń oraz o reformie gospodarczej państwa⁸.

Tomasz Goban-Klas zauważa, że popularny podział na media wolne i media zależne jest uproszczeniem. Nie ma i nie było i mediów całkowicie wolnych, choć bywają media całkowicie zależne⁹. Rzecz – jak to ujął George Gerbner – nie w tym, czy istnieje wolność, czy zależność (kontrola) mediów, lecz kto, w jakim zakresie i jak je kontroluje¹⁰. Zawsze bowiem media są zależne od odbiorców, którzy mogą, ale nie muszą z nich korzystać; zawsze zależne są od właścicieli, a także od warunków ekonomicznych (także od systemu opłat, podatków, licencji), norm prawnych itp.

Nie ulega jednak wątpliwości, że w społecznym odbiorze niezależność i wolność środków masowego przekazu to w pierwszej kolejności rozpowszechnianie informacji, opinii czy komentarzy bez uprzedniego zezwolenia rządu. Wolne media są w tym sensie mediami niezależnymi od rządu. Ale nawet wtedy nie można mówić, pisać, drukować i rozpowszechniać wszystkiego, co się zechce. Wydawca jest bowiem każdorazowo prawnie odpowiedzialny za upublicznianie treści.

Trudno jednak nie zauważyć, że wolność słowa przekracza czasem w polskich mediach granice przyzwoitości. Czy faktycznie brak cenzury wszystko usprawiedliwia i do jakich granic można się w imię wolności posunąć? Gdzie w działalności medialnej zaczyna się tabu? Czy wygrana Bogusława Lindy w procesie z fotoreporterem jednej z gazet to jednostkowy „wypadek przy pracy”, czy też początek ery paparazzich w Polsce? Przywołajmy fragment słynnego kazania ks. Józefa Tischnera o honorze zbójnickim i honorze dziennikarskim¹¹.

Pomyślałem sobie dziś, że istnieje jakieś takie głębokie pokrewieństwo pomiędzy rzemiosłem zbójckim a rzemiosłem dziennikarskim. Jak się dobrze przyjrzeć, to rzemiosło podobne, tyle że jedni ciupagami, a drudzy piórami robią. Jakżeś ze zbójnikiem był dobrze, to ci wszystko sło dobrze, ale jakżeś był ze zbójnikiem źle, to niech cię ręka Bosko broni! I z dziennikarzem podobnie. Jakżeś z nim dobrze, to dobrze, ale jakżeś z nim źle, ej! to niech cię ręka Bosko broni. Zbójnik bić bił, ale nigdy

⁷ W. Bereś, *op. cit.*, s. 28.

⁸ *Ibidem*, s. 28.

⁹ T. Goban-Klas, *Granice wolności mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 1996, s. 267.

¹⁰ G. Gerbner, *Mass Media and Human Communication Theory*, [w:] *Sociology and Mass Communication*, red. D. McQuail, Harmondsworth 1972.

¹¹ Kazanie wygłoszone 22 stycznia 1994 r. do członków redakcji „Tygodnika Powszechnego” w kościele pw. św. Trójcy w Łopusznej, www.tygodnik.com.pl/ludzie/tischner/jtp.html (28 września 2004).

słabszego. I ten sam jest honor dziennikarza: że nigdy na słabszego nie hipnie, ino na mocniejszego. To mu trza przyznać.

Zdaniem ks. Tischnera i ów zbójnik, i współczesny dziennikarz powinni mieć swój honor, co więcej – kiedy zrobią coś złego, muszą za to odpokutować. Czy rzeczywiście dotyczy to dziś w Polsce wszystkich dziennikarzy?

Według Witolda Beresia dziennikarstwo uprawiane metodami *per fas et nefas* z pewnością nie jest budujące, ale też nie każdy musi je reprezentować i korzystać z niego, a w sytuacji, gdy przez pół wieku społeczeństwo pozbawione było wolnego słowa, każda próba ograniczenia może grozić poważnymi następstwami w sferze mentalnej. W tej sytuacji szczególną rolę winny odgrywać media opinio-twórcze, nieustannie kontrolujące elity polityczne i spoglądające im na ręce („Gazeta Wyborcza”. „Rzeczpospolita”, czy tygodniki: „Polityka”, „Wprost”, „Newsweek”, „Przekrój”).

Trzeba jednak postawić kolejne pytanie: czy media masowe jako „czwarta władza” to zjawisko pozytywne, dowód na wolność i demokratyzację stosunków społecznych, czy przeciwnie – dowód słabości państwa, które nie wykształciło konstytucyjnych form kontrolowania elit władzy? Istota „czwartej władzy” sprowadza się rzeczywiście do braku władzy realnej. Używając znanej i paradoksalnej formuły Vaclava Havla, można powiedzieć, że siła mediów bierze się z ich bezsilności¹².

Zdaniem wielu znawców tematu mówienie o mediach masowych jako o „czwartej władzy” jest jednak przesadzone. Na razie w Polsce rządy nie upadają dlatego, że prasa czy telewizja zdemaskują jakiś skandal, choć rzeczywiście odwołuje się ministrów, a czasem do dymisji podaje się premier. O środkach masowego przekazu można mówić co najwyżej jako o mechanizmie kontroli nad systemem demokratycznym, bez którego wiele afer (afera Rywina) nie wyszło by na jaw. Nierzadko pojawiają się jednak głosy, że „czwarta władza” nie spełnia oczekiwań jako organ demokracji. Jako główny powód podaje się to, że dziennikarze (często za namową wydawców) tropią afery nie po to, by zmusić oligarchów do podejmowania decyzji zgodnych z oczekiwaniami społeczeństwa, ale dlatego, że chodzi im o zabicie kapitału na sensacji i dostarczanie rozrywki masom. Paparazzi wciskają się już w każdy zakamarek życia prywatnego znanych ludzi, często żerując na ludzkim nieszczęściu. Tajemnicą poliszynela są opowieści o artykułach pisanych i publikowanych za pieniądze (czyli tzw. kryptoreklamie), o prezentach, jakie dziennikarze uczestniczący w konferencjach prasowych dostają od wielkich firm i koncernów, o darmowych wycieczkach w egzotyczne miejsca pod pozorem uczestniczenia w ważnych merytorycznie konferencjach czy sesjach. Tymczasem w Karcie etycznej mediów przyjętej w 1995 r., wyjątkowym dokumencie deontologii prasowej w Polsce, zawarta jest m.in. zasada uczciwości, zgodnie z którą „dziennikarz pracuje w zgodzie z sumieniem, nie ulega wpływom, jest nieprzekupny i odmawia działania niezgodnego z przekonaniami”¹³.

¹² Powiedzenie: *Siła mediów bierze się z ich bezsilności* autorstwa Vaclava Havla zaczerpnięte zostało z: M. Kocur, *Media: pierwsza czy czwarta władza?*, „Odra” 2003, nr 8, odra.art.pl/article.php/133-46k (28 września 2005).

¹³ W. Pisarek, *Kodeksy etyki dziennikarskiej*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów...*, s. 295.

Jerzy Baczyński, redaktor naczelny tygodnika „Polityka”, zapytany, co to są media masowe, odpowiedział:

To pośrednik między sferą publiczną a prywatną, między tym, co się dzieje w wymiarze społecznym, politycznym, gospodarczym, a odbiorcami, którzy są na końcu łańcucha informacyjnego, którym informacje trzeba nie tylko przekazać, ale jakoś ładnie opakować, dać kontekst, wyselekcjonować. Media powinny się starać ułatwić czytelnikom, widzom, radiosłuchaczom, internautom poruszanie się po świecie, być ich doradcą, nie tylko dawać wiedzę, ale także podsuwać rozmaite poglądy, opinie, nie próbując ich jednak rzecz jasna brutalnie podrzucać¹⁴.

Podobnego zdania jest ks. Adam Boniecki, redaktor naczelny „Tygodnika Powszechnego”: „Pomagamy zrozumieć rzeczywistość. Dzięki mediom ludzie mają możliwość uczestniczenia w życiu społecznym i politycznym”¹⁵.

Misyjność a polityka

Mówiąc o „czwartej władzy”, nie sposób rzecz jasna nie wspomnieć o czymś, co nazywa się misją, misyjnością (kulturalną, edukacyjną, polityczną). To coś szczególnego, coś, co odróżnia media polskie od mediów zachodnich. W tych ostatnich dominuje raczej rynkowe traktowanie produktów pracy dziennikarskiej; informacje, artykuły itp. są przede wszystkim towarem, który ma swoją wartość produkcyjną i cenę rynkową. U nas na szczęście nawet najbardziej odważne tabloidy, czyli „Super Express” i „Fakt”, nie posuwają się do skrajnych i niesmacznych chwytów. Od czasu do czasu zamieszczają poważne rozmowy z ważnymi osobami na tematy polityczne, dyskusje o istotnych kwestiach społecznych czy kulturalnych, na ich łamach pojawia się też tematyka edukacyjna, poradnikowa (np. prawna, skarbową).

Zrozumiałe, że media muszą być nierozzerwalnie powiązane z polityką. Jak to ujął współczesny amerykański medioznawca Steven Hurst, politycy i oficjele potrzebują mediów jak kania dżdżu, żeby móc istnieć w świadomości wyborców i myśleć o reelekcji do sejmu czy senatu, media z kolei potrzebują polityków, bo są oni nieustającym źródłem informacji, które można czasem przemieniać w newsy¹⁶. Nic więc dziwnego, że przedstawiciele rządu czy najważniejszych partii (zarówno rządzących, jak i opozycyjnych) są uprzywilejowani w dostępie do telewizji publicznej i stacji prywatnych (TVN, Polsatu), a także rozgłośni radiowych (może z wyjątkiem RMF FM; to świadoma decyzja szefów, żeby nie było w radiu za wiele polityki), bo dostarczają tematów i materiałów nierzadko newsowych (są przepytывani, a słuchacze czy widzowie to lubią).

Politycy dawno uznali, że władza mediów jest bezsporna i że bez pokazania się co jakiś czas w telewizji nie mogą liczyć na wygranie następnych

¹⁴ J. Baczyński, *Pycha*, [w:] *Najsztab pyta: Świat według naczelnych...*, s. 11.

¹⁵ ks. A. Boniecki, *Mody*, [w:] *ibidem*, s. 15.

¹⁶ S. Hurst, *Media, Power and Politics*, [w:] M. Kocur, *Media: pierwsza czy czwarta władza?*, „Odra” 2003, nr 8, odra.art.pl/article.php/133 (28 września 2005).

wyborów. Dla większości z liderów partii i stronnictw politycznych kampania wyborcza sprowadza się do kampanii w mediach, i to przede wszystkim w telewizji publicznej. Dlaczego? Dlatego, że powszechnie wiadomo, iż prawie 65% Polaków nie czyta prasy codziennej, za to jedynie parę procent nie ogląda telewizji. Jest więc o co walczyć przed kamerami... Nierzadko politycy przemierzają kraj nie po to, by się spotkać z wyborcami i odbyć z nimi rzetelną dysputę, ale żeby dostarczyć mediom newsów. Nieprzypadkowo lwia część posiedzeń czy konferencji prasowych odbywa się właśnie w niedzielę, bo wtedy jest większe prawdopodobieństwo, że „na pewno przyjedzie telewizja”.

Programy typu *reality show* i info-rozrywkowe

Ale i media mają w kontaktach z polityką swój interes. Jeśli nawet przeczuwają, że politycy wykorzystują je do własnych celów, to nie przeszkadza im wyciągnąć z tego korzyści dla siebie. Wszelkie programy typu *reality show* z udziałem przedstawicieli świata polityki mają wielką oglądalność, a termin *infotainment*¹⁷ na dobre zadomowił się wśród gatunków dziennikarskich i chętnie wykorzystuje się go szczególnie w stacjach nadawanych przez 24 godziny na dobę (np. TVN 24). Widzowie zasiadają gremialnie przed telewizorem, bo wiedzą, że dana stacja przygotowała albo coś sensacyjnego ze świata polityki albo coś, co ośmieszy Leppera czy Giertycha. Od kogo bowiem jak nie od „czwartej władzy” należy się domagać pokazywania ciemnych stron polskiej rzeczywistości: odkrywania afer, wskazywania wszelkiej maści wynaturzeń? Publicysta Piotr Legutko¹⁸ twierdzi, że przekonanie to bierze się po trosze z nieufności obywateli do państwa. Media zastępują więc niejako policjantów, prokuratorów, coraz częściej i polityków, a swą wiarygodność (choć nie zawsze) budują i wzmacniają codziennym wyścigiem za newsem. Prawdziwym, czyli... złym, bo przecież w myśl tradycji „dobra wiadomość to zła wiadomość”. Obowiązkiem mediów – kontynuuje Legutko – jest zatem pełnienie społecznej kontroli, tropienie, śledzenie i ujawnianie. Ale już nie straszenie, wytwarzanie psychozy, epatowanie. Dodajmy, wcale nie bezinteresowne, bo w wyścigu oglądalności (słuchalności, poczytności) wygrywa ten, kto mocniej przyłoży,

¹⁷ T. Jagodziński, *Przekleństwo info-rozrywki*, „Znak” 2002 (luty), nr 561. Zdaniem autora, dziennikarza Polskiej Sekcji BBC, publikującego m.in. w „Tygodniku Powszechnym”, termin *infotainment* oznacza – wedle najnowszej internetowej edycji *Oksfordzkiego słownika języka angielskiego* – „materiał emitowany przez media elektroniczne, mający jednocześnie informować i bawić; prezentowanie informacji w sposób rozrywkowy”. T. Jagodziński pisze: „W druku po raz pierwszy posłużył się nim Ron Eisenberg w periodyku „Phone Call” (luty 1980). Pod koniec lat 80. termin ten (ukuty zgodnie z żartobliwymi regułami Lewisa Carrolla, odnoszącymi się do kilku-członowych słów-walizek z opowieści o Alicji) był już niemal obowiązkowym gościem każdej anglosaskiej dyskusji na temat stanu mediów lub jakości współczesnego dziennikarstwa. W samym połączeniu informacji i rozrywki (ang. *information* oraz *entertainment*) nie było zresztą niczego nowego. W końcu ludzkość czyniła to od czasów przedpiśmiennych, kiedy to w najrozmaitszy sposób ubarwiano opowieści o bitewnych wyczynach czy wyjątkowo owocnych polowaniach... A później, za życia naszych prapradziadów, sprzedawcy gazet dzielili gardła, zachwalając towar jako „niebywale krwawe wieści” i jeszcze – w przerwach na zacerpienie oddechu – wydobywali przeraźliwy ryk z podręcznych cynowych klaksonów, żeby zwiększyć zainteresowanie przechodniów nagłówkami. Czyż nie można ich uważać za prekursorów dzisiejszych handlarzy info-rozrywki, którzy reklamują swe wyroby krzykliwymi zwiastunami?”

¹⁸ P. Legutko, *Jad medialny*, Kraków 2005, s. 149.

kto bardziej zszokuje. Tak przynajmniej sądzą wydawcy i nadawcy, licytując się w okrucieństwie obrazu i brutalności słowa.

Jak zatem widać, „czwarta władza”, dostarczając społeczeństwu informacji, jest nie tylko narzędziem opinii publicznej, lecz także stara się ją kształtować. Jednak zdaniem funkcjonariuszy publicznych (na przykład sędziego Marka Celeja, rzecznika prasowego Krajowej Rady Sądownictwa, przewodniczącego Wydziału VIII Karnego w Sądzie Okręgowym w Warszawie) wpływanie na opinię publiczną musi mieć pewien walor nie tylko zaspokajający wiedzę społeczeństwa o zjawiskach politycznych, społecznych, kulturalnych, ale i wychowawczy, poznawczy, wyrabiający u ludzi właściwy stosunek do państwa.

Prawdziwa krytyka powinna być rzetelna, oparta na faktach, a nie na emocjach dziennikarzy, którzy dopasowują się do nastrojów społeczeństwa, a często i konkretnych polityków. Dziennikarze powinni sobie darować nieprzychylnie komentarze orzeczeń do sądów nawet wtedy, gdy w sposób nieprzemyślany wypowiedziały się na jakiś temat znane osobistości życia politycznego.

My, sędziowie, działamy według rygorystycznie określonych w przepisach zasad, których naruszanie jest przez nas samych bezwzględnie ścigane w postępowaniach dyscyplinarnych skierowanych przeciwko sędziom, nierzadko kończących się wyrzuceniem z zawodu lub skazaniem wyrokiem sądu na karę pozbawienia wolności. A jak jest z wami, dziennikarzami? Gdzie są wasze zasady? Gdzie ich egzekwowanie?¹⁹ – pyta retorycznie sędzia Celej.

Tak czy inaczej (przy wszystkich pochwałach i zarzutach kierowanych do przedstawicieli świata wydawców i dziennikarzy) trzeba się jednak zgodzić ze stwierdzeniem, że media to jeden z ważniejszych, jeśli nie najważniejszy symbol nowej ery – multimedialnej ery informacji i informatyki, która niczym śniegowa kula rośnie z każdym rokiem od chwili upadku muru berlińskiego. Dziś nikt nie wie, jak środki masowego przekazu będą wpływać na cywilizację za 10–15 lat. Już teraz ekspansja mediów jest ogromna i przybiera na sile. Liczba sieci telewizyjnych, dzienników i stron internetowych dawno przekroczyła możliwości percepcji pojedynczego człowieka. Jesteśmy przesyleni informacją, toniemy w niej, nie mamy nad nią kontroli, nie wiemy, co z nią uczynić. Świat mediów to z pewnością świat nadmiaru. Wygląda na to, że obraz jakiejś rzeczy w mediach ma nad nami o wiele większą władzę niż ona sama.

Jednak postęp technologiczny w łączności i technikach komunikacji stanowi także zagrożenie dla wszystkich dziennikarzy, którzy mają za nic etykę i zasady moralne. Bez rewolucji technologicznej nie byłoby na pewno afery Jaysona Blaira z „New York Timesa”, który swoje teksty preparował głównie na podstawie materiałów internetowych. Aferę Jaysona Blaira nazywa się „Watergate dziennikarstwa”, i słusznie, bo zmiotła równie potężnego w mediach człowieka, redaktora naczelnego „New York Timesa”, i mocno nadwątlila zaufanie do gazety, której dziennikarze zdobyli najwięcej na świecie Pulitzerów i która wyznaczała dotąd standardy rzetelności w zawodzie.

¹⁹ M. Celej, „Czwarta władza”, gdzie są Twoje zasady?, www.krs.pl/admin/ (28 września 2005).

Czyż nie jest to wystarczająca przestroga dla wszystkich pracujących już w mediach masowych bądź tych, którzy, zafascynowani dziennikarstwem, marzą dopiero, by uprawiać tę profesję.

Agnieszka Prostack, Joanna Kawalec, Joanna Konopka,
Michał Pawłowski, Joanna Rudek

MIEJSCE TRADYCYJNYCH WARTOŚCI RODZINNYCH W REKLAMIE TELEWIZYJNEJ

Celem prowadzonych przez nas¹ badań było odszukanie wartości zawartych w reklamie telewizyjnej adresowanych do typowej polskiej rodziny. Zwracaliśmy uwagę nie tylko na to, jakie wartości są identyfikowane ale także jak często o nich się mówi. Pod uwagę braliśmy kontekst emitowanej reklamy i jej kategorię tematyczną.

Obserwację kontrolowaną, nieuczestniczącą² prowadziliśmy codziennie przez dwa tygodnie (15.04.2005 – 29.04.2005) w dwóch przedziałach czasu antenowego: między 13.00 – 15.30 i 19.00 – 20.30. Te przedziały wybrane zostały nieprzypadkowo.

Decydując się na czas antenowy dla naszych obserwacji, opieraliśmy się na wykresie „Konsumpcja radia i telewizji wśród osób jedzących główny posiłek w domu” zamieszczonym w wykładzie Domu Mediowego Starcom „Startrack jako narzędzie planowania mediów”³. Na wykresie tym przedstawione zostały trzy szczyty oglądalności w czasie jedzenia posiłków: godz. 7.00 – 10.30, godz. 13.00 – 15.30 i godz. 19.00 – 21.30. Czas między 19.00 a 20.30 został wybrany jako najdroższy czas reklamowy i jako czas oglądania programów informacyjnych. Po wstępnych obserwacjach całonocnych stwierdziliśmy, że wtedy pojawia się najwięcej reklam zawierających odniesienia do rodziny. Czas między 13.00 a 15.30 wybraliśmy ze względu na to, że jest to pora obiadowa oraz okres powrotu dzieci ze szkoły. Materiał rejestrowaliśmy na kasetach VHS.

¹ Badania zostały przeprowadzone przez studentów I roku Wydziału Politologii i Komunikacji Społecznej Krakowskiej Szkoły Wyższej im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego.

² J. Sztumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Katowice 1995, s. 112-118.

³ <http://www.centrumwiedzy.edu.pl/zim/starcom.pdf>.

W badaniach zastosowaliśmy metodę analizy treści⁴ uzupełnioną o studium przypadku⁵. Zdając sobie sprawę z trudności wyboru między głębią badanego przekazu a jego ścisłością⁶, uznaliśmy, że korzystniejsze będzie dokonanie analizy jakościowej. Dlatego skupiliśmy się głównie na zawartości wybranych przekazów, a nie ich liczbie. Analiza treści posłużyła nam głównie do wyselekcjonowania reklam budujących model rodziny, a studium przypadku do badania reklam wyselekcjonowanych na podstawie analizy treści. Przyjęte kryteria to częstotliwość emitowania reklam o tej samej treści oraz zawarte w nich wartości. Zabieg ten pozwolił nam na uściślenie rejestru wartości, jakie tradycyjna polska rodzina może wynieść nawet nieświadomie z oglądania reklam.

Analizując treść zebranego materiału, zwracaliśmy uwagę głównie na cztery czynniki: ile pokoleń występuje?; jaki jest obraz poszczególnych postaci? (jakie funkcje pełnią one w rodzinie?; jaki jest zakres wykonywanych czynności?, np.: ojciec – utrzymanie rodziny, matka – wychowanie dzieci; kto jest „strażnikiem domowego ogniska”, kto zajmuje się przygotowaniem posiłków, remontem? itp.), jaki jest kontakt między poszczególnymi osobami, pokoleniami? (konflikt czy zrozumienie?, zbieżność gustów i poglądów czy różnice w postrzeganiu?, charakter więzi: rodzinny, przyjacielski, opiekuńczy, wychowawczy itp.) oraz jakie są wartości przedstawiane w reklamie?

Jako telewizyjne komunikaty reklamowe traktowaliśmy wyemitowane w programie telewizyjnym nieruchome plansze lub krótkie filmy, fabularne lub afabularne, nakręcone lub zmontowane z istniejących materiałów filmowych w celu nakłonienia adresata do zachowań rynkowych – w szczególności do nabycia dóbr materialnych i usług (Lisowska-Magdziarz 2000)⁷. Używaliśmy zamiennie określeń: spot, komunikat reklamowy, reklama.

Rozpatrując komunikaty reklamowe, odrzuciliśmy te, które nie zawierały żadnego nawiązania do rodziny. Tego natomiast szukaliśmy w dwóch warstwach: tekstowej i obrazowej. Analizę rozpoczynaliśmy od warstwy obrazowej, eliminowaliśmy reklamy, w których: brak było jakiegokolwiek aktora, występowała tylko jedna osoba, bądź grupa przyjaciół/znajomych lub grupa osób ze sobą współpracujących. Po tej selekcji wtórnie przyglądaliśmy się odrzuconym filmom reklamowym pod kątem warstwy tekstowej. Jeśli tu pojawiło się odniesienie do rodziny, a więc słowa dotyczące rodziny jako całości, któregośkolwiek z członków rodziny lub nawiązanie do domu bądź więzi, włączaliśmy tekst reklamowy do interesujących nas materiałów. W ten sposób wytypowaliśmy 34 filmy reklamowe, emitowane łącznie 1656 razy w badanym przez nas okresie.

Wybrane reklamy podzieliliśmy na dziewięć kategorii tematycznych: spożywcze, mieszkaniowe, sklepy, leki, usługi, motoryzacyjne, odzieżowe, finansowe, chemia/kosmetyki. Celem takiego podziału było zorientowanie się, w jakiej kate-

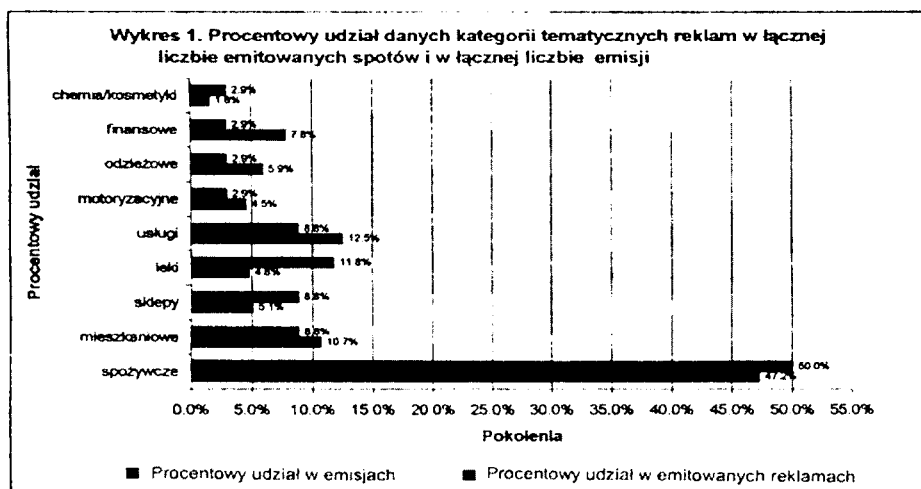
⁴ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce*, przeł. W. Betkiewicz, Warszawa 2004, s. 342-352; M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów*, Kraków 2004.

⁵ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce...*, s. 320; M. Lisowska-Magdziarz, *Bunt na sprzedaż (przemysł muzyczny – reklama – semiotyka)*, Kraków 2000.

⁶ E. Babbie, *Badania społeczne w praktyce...*, s. 347.

⁷ M. Lisowska-Magdziarz, *Bunt na sprzedaż...*, s. 8.

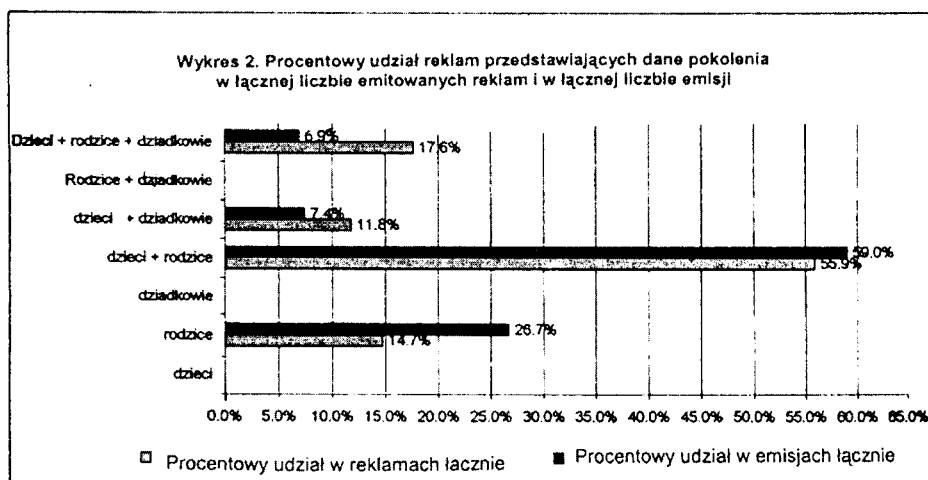
gorii oferowanych towarów rodzina najczęściej jest ukazywana w reklamie. Zrobiliśmy dwa zestawienia dotyczące częstości pojawiania się danej kategorii tematycznej wśród wytypowanych filmów reklamowych. Jedno przedstawia udział procentowy danej kategorii w łącznej liczbie komunikatów reklamowych (34), drugie – udział procentowy danej kategorii tematycznej w łącznej liczbie emisji (1656). Zestawienia te przedstawiliśmy na wykresie 1.



Źródło: opracowanie własne.

Spośród wszystkich kategorii tematycznych zarówno w liczbie spotów, jak i w liczbie emisji dominowały reklamy artykułów spożywczych (17 z 34 reklam, a więc 50% spośród wszystkich poddanych ocenie emitowanych reklam i 48% wszystkich emisji). W tej kategorii znalazły się reklamy napojów, produktów gotowych do spożycia, np. jogurtów, jak i składników dań (płatki śniadaniowe, makaron), co może świadczyć o dużym znaczeniu sposobu przygotowania i spożywania posiłków w hierarchii wartości rodzinnych. Spośród wszystkich reklam dwanaście przedstawiało rodzinę wspólnie spożywającą posiłek (35% emisji), w obrębie kategorii reklam spożywczych jest ich już tylko siedem (41% spośród wszystkich reklam w grupie). Zaledwie jedna reklama z kategorii spożywcze przedstawia rodzinę wspólnie przygotowującą posiłek (16% emisji wśród „spożywczych”, 8% emisji wśród całości). Może to świadczyć o przewadze wspólnego jedzenia posiłków nad wspólnym ich przygotowaniem w hierarchii wartości rodzinnych.

Dokonałiśmy też klasyfikacji badanych reklam pod kątem występujących w nich pokoleń. Wyróżniliśmy tu siedem możliwych przedstawień: dzieci, rodzice, dziadkowie; dzieci i rodzice; dzieci i dziadkowie; rodzice i dziadkowie; dzieci; rodzice; dziadkowie. Podobnie jak w przypadku kategorii tematycznych zestawiliśmy procentowy udział reklam przedstawiających określone pokolenia w łącznej liczbie emitowanych reklam i w łącznej liczbie emisji.



Źródło: opracowanie własne.

Najczęściej pojawiały się reklamy z udziałem dwóch pokoleń (dzieci + rodzice): 59% w ogólnej liczbie emisji i 56% w ogólnej liczbie spotów. Pojawiały się również reklamy trzypokoleniowe, gdzie ukazywano tylko rodziców (do tej grupy zaliczyliśmy też małżeństwa, o których nie wiadomo, czy mają potomstwo, i małżeństwa bezdzietne) oraz spoty przedstawiające wnuków w towarzystwie dziadków. Typowa reklamowa rodzina składa się z dwóch lub trzech pokoleń, w których najważniejszy jest kontakt pomiędzy dziećmi i rodzicami. Nie pojawiły się reklamy z pokoleniami: rodziców i dziadków ani przedstawiające tylko najstarsze pokolenie. Stąd wniosek, że pokolenie dziadków jest najmniej istotne w rodzinie, co może wynikać z oddzielnego zamieszkiwania (spoty przedstawiające dziadków rozmawiających ze swoimi dziećmi bądź wnukami przez telefon).

Studium przypadków

Film reklamowy. Tytuł: „Miejsce, w którym spędzamy dużo czasu”⁸. Reklamowany produkt: proszek „Vizir” i płyn do płukania „Lenor”. Reklama zagraniczna adaptowana na rynek polski. Czas trwania: 30 sekund.

Oryginalnemu obrazowi towarzyszy delikatny podkład muzyczny, trwający do momentu, gdy małżeństwo kładzie się spać. Ukazany jest pokój z dużym łóżkiem i jasną, czystą pościelą, równoległe z pojawieniem się komunikatu: „W łóżku spędzamy mnóstwo czasu” przedstawione są różne sposoby wykorzystania łóżka w codziennym życiu: zabawy rodziców z dziećmi i psem (mamy tu pię-

⁸ Wszystkie tytuły spotów reklamowych są tytułami roboczymi nadanymi przez autorów.

cioosobową rodzinę), wspólne czytanie przez oboje rodziców bajek dzieciom, odpoczynek po pracy, spożywanie śniadania (talerzyk, na którym leży tost i nóż ze śladami dżemu). Kolejny komunikat wyraża oczekiwania wobec reklamowanego produktu. Kobieta niesie pościel do pralki, a następnie widzimy łóżko z czystą, świeżo wypraną pościelą, w której z przyjemnością zasypia małżeństwo.

W reklamie ważną rolę odgrywa hasło: „Dlatego chciałabym, aby moja pościel była zawsze czysta, świeża i miękka”. Relacje, zarówno między pokoleniami, jak i wewnątrz pokoleń, są bardzo dobre, rodzina nastawiona jest na dużą ilość wspólnie spędzanego czasu, panuje w niej wzajemne zrozumienie. Widoczna jest troska rodziców o odpowiednie zorganizowanie czasu dzieciom (czytanie książek, zabawy), zaznaczona wzajemna miłość, zrozumienie, tolerancja i swoboda w wychowaniu (pies wskakujący do łóżka, pobudzona dżemem pościel, mama piorąca pościel, a nie... upominająca dzieci). Oglądając spot, widz może odnieść wrażenie, że zaprezentowany w reklamie model rodziny jest bliski ideałowi, lub wręcz idealny. Najwyraźniej przedstawione wartości w tym spocie to: wzajemna miłość, odpowiednie wychowanie potomstwa i dbałość o czystość, a więc kulturę osobistą i komfort.

Film reklamowy. Tytuł: „Mama dobrze wie”. Reklamowany produkt: sok „Garden”. Reklama polska. Czas trwania: 30 sekund.

Wprowadzeniem do spotu jest obraz domu wśród rozświetlonego słońcem sadu, otoczonego polami pszenicy. Później na pierwszym planie pojawia się trzydziestoletnia kobieta (mama dwójki chłopców), która przeczuwa, że lada moment spragnione dzieci mogą wrócić do domu – wychodzi więc do ogrodu, by podać chłopcom sok. Równolegle padają słowa: „Tylko mama zna tak dobrze swoje dzieci”. Rzeczywiście, kolejny obraz to biegnący wśród pól pszenicy chłopcy, którzy sięgają po przygotowany wcześniej przez mamę sok. W dalszej części reklamy widzimy ojca pracującego przy zbiorze owoców, mamę odpoczywającą w ogrodzie i chłopców przynoszących ojcu sok. Reklamę kończy kadr, w którym chłopcy wracają do przerwanej zabawy. Mamy w tej reklamie dwupokoleniową rodzinę (rodzice i dwójka nastoletnich chłopców); relacje między nimi określić możemy jako bardzo dobre (troska mamy o dzieci i dzieci o tatę). Podkreślona została rola matki (ta, która najlepiej zna swoje dzieci, wyróżnia ją instynkt macierzyński, opiekuńczy).

Film reklamowy. Tytuł: „Historie rycerskie”. Reklamowany produkt: sieć telefoniczna „Era”. Reklama polska. Czas trwania: 30 sekund.

Reklama przedstawia trzy pokolenia: chłopczyka w wieku przedszkolnym, jego mamę oraz dziadków. Już od pierwszego klapsa daje się odczuć miłą, ciepłą, pełną miłości atmosferę w dwóch domach. Stosunki między bohaterami spotu możemy określić jako bardzo dobre. W pierwszej scenie najmłodszy z aktorów – chłopczyk – przed snem dzwoni do dziadka, by ten opowiedział mu na dobranoc bajkę. Widzimy, że senior rodziny z wielkim zaangażowaniem relacjonuje wnukowi jakąś historię (możemy przypuszczać, że jest to rycerska historia, gdyż wy-

konuje gesty przypominające machanie mieczem), a tuż po tym malec zasypia, dziadek również; telefony wykorzystują teraz, jak codzień, mama i babcia.

Reklama sieci telefonicznej „Era” przedstawia nam trzy pokolenia, między którymi istnieje bardzo silna więź emocjonalna, panują wzorowe stosunki zarówno pomiędzy pokoleniami, jak i w ich obrębie. „Era” ma być łącznikiem pomiędzy młodym pokoleniem, jego rodzicami i seniorami. Główny slogan reklamowy, „Era – możesz więcej”, pojawia się na samym końcu spotu. Namawia do stawiania sobie nowych celów, które – jak widać – mogą być wspólne dla trzech pokoleń. Daje się również zauważyć element edukacyjny: najmłodszy bohater przed snem chce usłyszeć kolejną opowieść dziadka. Obydwa przedstawione w reklamie domy to ciepłe, rodzinne ogniska, takie same w kolejnych pokoleniach. Wartości prezentowane przez reklamę to: opiekuńczość, dbałość o tradycję i wychowanie dzieci, szacunek dla starszych, zainteresowanie i codzienna troska o najbliższych (bajki czytane przez dziadka, rozmowa mamy z babcią, w której pada pytanie: „Co u ciebie?”). W badaniach CBOS-u – „Wartości życiowe” – z czerwca 2004⁹ czytamy:

Zdrowie własne i rodziny ważne jest dla wszystkich dorosłych Polaków. [...] Dla prawie wszystkich istotne są relacje z bliskimi. Udanie życie rodzinne ma duże znaczenie dla 97% dorosłych Polaków (w tym dla 83% bardzo duże). [...] Zdecydowana większość ankietowanych (93%) przykłada wagę do kontaktu z naturą [...], i dalej: „Udane życie rodzinne jako jedną z najważniejszych kwestii wymieniono na pierwszym miejscu: 70% respondentów twierdzi, że małżeństwo, dzieci, udane życie rodzinne decydują o sensie życia. Zdrowie własne i rodziny pojawiało się niemal równie często (67%).

Zestawienie prowadzonej przez nas analizy z badaniami CBOS-u prowadzi do wniosku, że zarówno model rodziny, jak i wartości prezentowane przez telewizyjne komunikaty reklamowe dostosowywane są do potrzeb lansowanego produktu. W tych reklamach, w których jest to tylko możliwe i brzmi sensownie, zwraca uwagę na wartości powszechnie akceptowane przez Polaków. Oczywiście reklama sieci komórkowej nie może promować zdrowego trybu życia jako naczelnej wartości. Wartości, prezentowane w reklamach są niemal takie same jak w badaniach CBOS-u. Pojawiła się tu zarówno rodzina, zdrowie (głównie w reklamach zaliczanych przez nas do kategorii „leki” i „spożywcze”), które to wartości jako najważniejsze w życiu były wymieniane odpowiednio przez respondentów CBOS-u. Ważne są też np.: wspólne spożywanie posiłków, opieka nad młodszymi i słabszymi (dziećmi), kontakt z naturą, czytanie bajek najmłodszemu. Wśród 34 analizowanych spotów nie znalazł się ani jeden, który różniłby się wartościami od przedstawionego w badaniach CBOS-u. Wynika to stąd, że zasadą jest, iż w reklamach przedstawiane są wartości akceptowane przez społeczeństwo. Wartości prezentowane w reklamach wyprodukowanych w Polsce znalazły się również w reklamach zagranicznych, co świadczy o ich uniwersalności w kulturze europejskiej.

⁹ *Wartości życiowe*, red. M. Wenzel, Warszawa 2004.

RECENZJE

Stanisław Kilian

**WITOLD WOJDYŁO, STANISŁAW GRABSKI (1871-1949).
BIOGRAFIA POLITYCZNA, [TORUŃ 2003, s. 497]**

W bogatej biografistyce historycznej opracowanie poświęcone Stanisławowi Grabskiemu zajmuje szczególne miejsce. Nie ulega bowiem wątpliwości, że bohater prezentowanej biografii współtworzył historię Polski XX wieku, uczestnicząc w najważniejszych wydarzeniach tego okresu. Wydarzenia te kształtowały świadomość społeczną współczesnego mu pokolenia, a ich echo odnajdujemy także w umysłach generacji XXI wieku. W bogatej publicystyce politycznej Grabskiego odzwierciedlony został klimat epoki i atmosfera dyskusji intelektualnej nad kształtem państwa i polityki międzynarodowej. Jego nazwisko zajmuje stałe miejsce we współczesnej literaturze historycznej, gości również w literaturze socjologicznej, ekonomicznej i prawnej. Nie tylko ranga dorobku intelektualnego uzasadnia zainteresowanie jego osobą, ale także wieloletnia obecność w życiu politycznym, niezależnie od charakteru ideowego i ustroju politycznego państwa. Fenomen Grabskiego jako polityka elastycznego, odnajdującego dla siebie miejsce na scenie politycznej niezależnie od partnerów ideowych rodzi pytania o czynniki przemiany światopoglądowej i ideowej oraz styl myślenia politycznego. Niewielu bowiem polityków z „generacji niepokornych” przeszło podobną drogę kariery politycznej: od młodzieńczego entuzjazmu wobec idei socjalistycznej, poprzez demokrację narodową w wieku dojrzałym, aż po „demokrację socjalistyczną”, pod koniec życia. Cel badawczy pracy nie odbiega od przyjętych dla tego rodzaju opracowań.

Prezentowana monografia – napisał autor – której ramy chronologiczne zdeterminowane zostały w sposób naturalny datą urodzin i śmierci Stanisława Grabskiego, mająca charakter monografii politycznej, zgodnie z obowiązującymi wymogami tego piśmarstwa penetruje w układzie chronologicznym całą drogę życiową naszego bohatera, przedstawiając poszczególne etapy działalności oraz czynniki mające wpływ na jego zachowania i poglądy (s. 11).

Realizacji tego celu została podporządkowana konstrukcja pracy i chronologiczno-przedmiotowy porządek i zakres rzeczowy rozdziałów wyznaczony przez

kluczowe wydarzenia z życiorysu politycznego jej bohatera oraz najnowszej historii Polski.

W najobszerniejszym fragmencie, obejmującym okres zaborów i lata Wielkiej Wojny, autor pracy przedstawił proces dojrzewania ideowego i działalności politycznej „pokolenia niepokornych”, które reprezentuje bohater jego pracy. Na uwagę zasługuje imponująca warstwa faktograficzna, w której odnajdujemy wiele informacji nie zauważonych przez historyków bądź pominiętych przez Grabskiego w jego *Pamiętnikach*. Rejestracja faktów i detalizacja biografii „bohatera trzech epok” nie wyczerpuje głównego celu badawczego pracy. Niemniej ważnym jest ukazanie czynników, które mobilizowały Grabskiego do działalności społecznej, determinowały jego wybory ideowe, a także określały granice percepcji prądów umysłowych epoki. Stąd też pokazanie źródeł fascynacji ideowej oraz działalności w ruchu wszechpolskim jest zarazem etapem w przedstawieniu poglądów politycznych Grabskiego w latach Polski Odrodzonej i próbą nakreślenia jego sylwetki jako sternika polityki polskiej w tym okresie, zwłaszcza jako negocjatora układu ryskiego (1921), reformatora szkolnictwa (1923), projektodawcy ustawy utrakwistycznej (1924) i współtwórcy konkordatu (1925). Trzeba dodać, iż poglądom społeczno-politycznym Grabskiego poświęcił W. Wojdyło wydaną w 1993 roku monografię pt. *Koncepcje społeczno-polityczne Stanisława Grabskiego* (książkę tę recenzowałem na łamach „Studiów Historycznych”¹). Wyniki badań przedstawione w tej pracy w zakresie myśli politycznej okresu dwudziestolecia międzywojennego zostały też potwierdzone w prezentowanej monografii.

Wykorzystane materiały zgromadzone w archiwach zagranicznych (Wielka Brytania, USA) pozwoliły autorowi pracy na rozwinięcie fragmentów dotyczących emigracyjnej działalności Grabskiego, zwłaszcza na bliższe wyjaśnienie roli, jaką odegrał on w polityce zagranicznej rządu gen. Sikorskiego. W jego osobie upatrywał generał sojusznika lansowanej od 1941 roku koncepcji polityki wschodniej rządu RP. Z jego obecnością w Londynie wiązał również nadzieję na spacyfikowanie nastrojów niechęci i wrogości wytworzonych wokół porozumienia ze ZSRR (Sikorski-Majski) oraz złagodzenia napiętych stosunków z przywódcą emigracyjnych narodowców – Tadeuszem Bieleckim – obdarzonym zaufaniem konspiracji krajowej. O skali napięcia może świadczyć fakt, iż w trakcie lipcowych spotkań obydwu polityków, poprzedzających podpisanie traktatu ze ZSRR, dochodziło między nimi do ostrej wymiany zdań. Stąd też wsparcie dla tego porozumienia ze strony prof. Wacława Komarnickiego i Grabskiego było niezbędne dla ugruntowania poglądu, iż polityka wschodnia rządu znajduje zrozumienie w szerokich kręgach politycznych „polskiego Londynu”, nie wyłączając niezadowolonej dotąd grupy bielecczyków, bądź też że oportunizm tej grupy marginalizuje jej polityczną pozycję. Na pytanie, czy Grabski spełnił w tym względzie pokładane w nim nadzieje, nie można odpowiedzieć w sposób jednoznaczny. Trzeba bowiem pamiętać, że w otoczeniu Bieleckiego przebywali opiniotwórczy publicyści i politycy, którzy swoją obecnością uwiarygodniali

¹ Rec. S. Kilian, „Studia Historyczne” nr 3, Kraków 1994, s. 436-438.

bezkompromisowe stanowisko Bieleckiego wobec układu Sikorski-Majski. Nie należy też zapominać, że bohater prezentowanej biografii od czasu opuszczenia szeregów międzywojennej endecji znalazł się na politycznej emeryturze, bez większych szans na powrót do czynnego życia politycznego. Nie chciał być dalej jedynie statystą, biernie obserwującym rozwój wydarzeń, dlatego czynnie włączył się do pracy państwowej na stanowisku przewodniczącego zarówno Komisji Spraw Ustrojowych, jak i Rady Narodowej Rzeczypospolitej Polskiej.

Niemniej ważnym aspektem działalności politycznej Grabskiego w okresie londyńskim jest jego udział w konstruowaniu polityki wschodniej gen. Sikorskiego. Nie ulega wątpliwości, że premier liczył na jego doświadczenie polityczne, sympatie prorosyjskie, a przede wszystkim zrozumienie dla strategii politycznej, w której obaj poszukiwali sojusznika dla Polski w sytuacji niekorzystnego usytuowania geopolitycznego i geostrategicznego naszego kraju. W. Wojdyło podkreśla znakomitą znajomość historii Rosji przez Grabskiego i jego koncyliacyjne talenty użyteczne w negocjacjach ze wschodnim sąsiadem. Grabski rozumiał mentalność Rosjan, potrafił docenić znaczenie średniej wielkości kraju, jakim jest Polska, z punktu widzenia mocarstwowej sowieckiej polityki, ale także poszukiwał (podobnie jak Sikorski) rozwiązań kompromisowych, co cechuje osobowości realistycznie oceniające sytuację geostrategiczną. Z jego realizmu politycznego, który wielokrotnie akcentuje W. Wojdyło, wynikał pogląd, iż dążenie do niezależności politycznej ignorujące interesy sąsiadów szkodzi bezpieczeństwu narodowemu oraz – co ilustruje historia okresu międzywojennego – prowadzi do izolacji w sytuacji zagrożenia.

Biografia polityczna S. Grabskiego jest interesującym studium realizmu politycznego w myśleniu o państwie i polityce. W obszernych fragmentach pracy obejmujących lata międzywojenne oraz „okres londyński” można odnaleźć jego poglądy na rolę historii ojczystej i edukacji historycznej w kształtowaniu polityki dobrosąsiedzkiej i stosunków międzynarodowych. Według Grabskiego kształtowanie klimatu porozumienia i odpowiedzialności sąsiedzkiej nie powinno opierać na doświadczeniach z historii. W tym względzie dostrzega on zagrożenia płynące z edukacji historycznej przepełnionej martyrologią oraz sytuującej Polskę w obszarze agresywnych, chciwych i niełojalnych sąsiadów. Zarazem nie neguje on znaczenia historii ojczystej jako czynnika integrującego pokolenia i wzmacniającego międzypokoleniowe związki psychiczne, ale wskazuje na niebezpieczeństwo ograniczenia swobody w tworzeniu nowej jakości stosunków sąsiedzkich i współpracy międzynarodowej dla współczesnych pokoleń. W powojennej publicystyce politycznej (*Nil Desperandum*, Londyn 1945; *Na nowej drodze dziejowej*, Warszawa 1946) przestrzega przed bezkrytycznym ujmowaniem historii narodowej, które może być źródłem dogmatycznego myślenia politycznego, a na takim trudno zbudować racjonalną koncepcję polityki zagranicznej.

Baza bibliograficzna recenzowanej pracy jest imponująca. Zakres kwerendy źródłowej obejmuje materiały zgromadzone w licznych archiwach krajowych i zagranicznych, co niewątpliwie uwiarygodnia tezy formułowane przez W. Wojdyłę. Nie będzie przesadą w stwierdzeniu, iż w wykazie bibliograficznym znalazły się naj-

ważniejsze opracowania odzwierciedlające stan badań nad historią polskiej myśli politycznej nurtu konserwatywno-narodowego.

Agnieszka Walecka-Rynduch

**REWOLUCJA BEZ REWOLUCJI.
INGRID GICHER-HOLTEY, *DIE 68ER BEWEGUNG.*
DEUTSCHLAND, WESTEUROPA, USA,
[MÜNCHEN 2003, s. 136]**

Autorka książki (profesor historii na Uniwersytecie Bielefeld) wyznaczyła sobie trudne zadanie stworzenia mapy ruchu roku 1968. Ruch nowolewicowy, o którym mowa, objął swoim zasięgiem prawie całą Europę oraz Stany Zjednoczone. I jako swojego rodzaju fenomen społeczno-kulturowy coraz częściej pojawia się we współczesnych opracowaniach. Być może powinno się już mówić o swoistym renesansie. Na rynkach zagranicznych praktycznie co roku pojawiają się monografie analizujące z punktu widzenia dzisiejszego badacza doktrynę Nowej Lewicy¹. Interesująca jest również współczesna tendencja budowania form protestu na „starych” wzorcach, którą można zaobserwować, odwiedzając strony internetowe ugrupowań alterglobalistycznych o zabarwieniu anarchistycznym, przykładem czego może być witryna internetowa ugrupowania La Banda Vaga. Rätekommunistisch-anarchistische Gruppe aus Freiburg² jedno z obszerniejszych źródeł, prezentujące dorobek ruchu w postaci całej gamy wywiadów tak radiowych, jak i telewizyjnych z czołowymi kontestatorami niemieckiej Nowej Lewicy.

Praca prof. Gicher-Holtey niewątpliwie wpisuje się w tę tendencję. Na uwagę zasługuje zaskakująca przejrzystość publikacji, co w przypadku podjętej tematyki nie jest zabiegiem łatwym (ze względu na brak jednolitego ideologicznie

¹ Z najnowszych publikacji warto wymienić: S. August, *Der Baader Meinhof Komplex*, München 1998; W. Kraushaar, J. P. Reemtsma, *Rudi Dutschke, Andreas Baader und die RAF*, Hamburg 2005; D. Cohn-Bendit, *Wir haben sie so geliebt die Revolution*, Berlin-Wien 2001; W. Kraushaar, *Frankfurter Schule und Studentenbewegung von den Flaschenpost zum Molotowcocktail 1946-1995*, vol. 2. *Dokumente*, Hamburg 1996; R. Wolin, *The terms of cultural criticism: the Frankfurt School, existentialism, poststructuralism*, New York 1992; R. Wolin, *Heidegger's children: Hannah Arendt, Karl Löwith, Hans Jonas, and Herbert Marcuse*, New York 2002; R. Dutschke, *Jeder hat sein Leben ganz zu leben. Die Tagebücher 1963-1979*, Köln 2005 (pamiętniki czołowego niemieckiego kontestatora wydane przez jego żonę Gredchen Dutschke).

² www.labandavaga.antifa.net.

stanowiska w samym ruchu). Monografia została podzielona na cztery części (I. *Stara Lewica – Nowa Lewica. Kognitywna konstrukcja ruchu*, II. *Uświadomienie przez akcję, czyli praktyczny wymiar teorii*, III. *W stronę „innego” społeczeństwa – proces mobilizacji*, IV. *Sprzecznosci: upadek i oddziaływanie ruchu*). Ta wspomniana przeze mnie zaskakująca logika w układzie pracy, która stwarza wrażenie kompleksowości opracowania, jest złudna. Oczywiście w pracy zostały zarysowane ramy działalności ruchu, pojawiła się również próba analizy programowej doktryny oraz opis najważniejszych, czy też najbardziej spektakularnych, działań podejmowanych przez poszczególne ugrupowania. W tym miejscu autorka bardzo dokładnie (wybierając konkretne miejsca, pory roku, miesiące, jak np. Soho, wiosna 1960, Paryż, wiosna 1960, Port Huron, lato 1962, Berkeley, wrzesień 1964, i oczywiście Berlin, maj 1968) – opisuje manifestacje, protesty oraz paramilitarne akcje będące udziałem ruchu. Pojawia się zatem pytanie, czy taki wybór analizy ruchu '68 roku nie powoduje mylnego przekonania, że Nowa Lewica jest zjawiskiem logicznym, o czym może świadczyć zarysowana przez prof. Holtey chronologia działań podejmowanych przez jej zwolenników. Odpowiedź jest negatywna. Nowa Lewica była zjawiskiem niezwykle złożonym i trudnym do jednoznacznego zdefiniowania³. W większości opracowań, tak polskich, jak i zagranicznych pojawiają się wprawdzie próby stworzenia ram, w których można by zamknąć zjawisko Nowej Lewicy, jednak obiektywnie należy stwierdzić, że jest to działanie bezsensowne, ponieważ zabieg taki jest niemożliwy. Główne przyczyny tych trudności związane są z tym, że: 1) wszelkie nowolewicowe odłamy programowo przeciwne były tworzeniu ideologii (a własną tworzyły mimowolnie), 2) były obojętne wobec innych ideologii (zarówno prawicowych, jak i lewicowych), 3) miały własną ideologię (jak np. odłam niemiecki).

Ta metodologiczna niedogodność jest wynikiem wewnętrznego zróżnicowania ruchów i ewolucji idei⁴ zmiennych w treści. Każda próba zdefiniowania ruchu napotyka szereg trudności, wynikających z faktu, że cały intelektualny dorobek Nowej Lewicy jest efemeryczny i niekonkretny⁵. Przyczyny szukać należy przede wszystkim w sygnalizowanej już wcześniej różnorodności form występowania oraz ogromnych rozbieżnościach między poszczególnymi orientacjami ideowo-politycznymi i teoretyczno-programowymi poszczególnych członów ruchu. Nowa Lewica nigdy nie była zwartą homogeniczną grupą. W jej skład wchodził nie tylko zbuntowani, demonstrujący na ulicach studenci, profesjonalni rewolucjonści – skupieni przykładowo w dwóch amerykańskich organizacjach – Weatherman (Meteorolog) i Black Panthers (Czarne Pantery), odłamy paraterrorystyczne (RAF, Czerwone Brygady), lecz również intelektualisci z kręgów kulturalnych i naukowych, którzy mimo że nie byli z nią związani organizacyjnie, uważali siebie jako sympatyków ruchu.

³ E. F. Ryszkowie, *O tzw. „nowej lewicy” w Stanach Zjednoczonych. Spostrzeżenia i refleksje*, „Nowe Drogi” 1970, nr 11, s. 129.

⁴ R. Tokarczyk, *Utopia Nowej Lewicy Amerykańskiej*, Warszawa 1979, s. 254.

⁵ J. Muszyński, *Utopiści i desperaci – współczesna ultralewica*, Warszawa 1979, s. 62.

Dlaczego wobec tego warto sięgnąć po publikację prof. Holtey? Powodów jest kilka, jeden wszakże wydaje się szczególnie ważny, przynajmniej dla czytelnika polskiego, dysponującego bardzo obszerną literaturą przedmiotu opublikowaną w Polsce na przełomie lat 60. i 70.⁶ Otóż w opracowaniu tym nie pojawia się znany dobrze problem, czy analizowany ruch miał charakter marksistowski, neomarksistowski, anarchistyczny, czy też ekstremistyczny. Autorka bardzo sprawnie i przystępnie przedstawia dzieje ruchu, omawia jego koloryt i dynamikę, i co szczególnie ważne wpisuje go w definicję ruchów społecznych. Zwracając uwagę na *szeroką perspektywę tego typu interpretacji*⁷ wyróżnia trzy generalne cechy organizacji społecznych, które konfrontuje z doktryną Nowej Lewicy:

- 1) cecha pierwsza – *płynność*. Ruchy tego typu nie trwają cały czas, lecz doraźnie na zasadzie mobilizacji. Bardzo często są przekształcane w wyspecjalizowane organizacje lub też zostają wchłonięte przez istniejące partie polityczne. Ruch społeczny, jeżeli nie przekroczy pewnego progu zorganizowania instytucjonalnego, rozpada się na małe, współpracujące ze sobą grupy bądź subkulturowe style życia, czy też jak pisze Holtey – *wspólnoty wspomnień specyficzne dla danej organizacji*⁸.
- 2) cecha druga – *innowacja*. Polega na ciągłym wprowadzaniu do publicznej debaty nowych zagadnień problemowych, pokazujących społeczne konflikty.
- 3) cecha trzecia – *konkurencja*. Ich działanie polega na ciągłej walce z czynnikami społecznej zmiany (np. trwałymi tendencjami rozwojowymi, sprzecznymi interesami, szansami dostępu do środków bezpośredniej zmiany polityki). Powoduje to trudność w postaci braku możliwości wyizolowania ich indywidualnego wkładu.

Jeżeli w ten sposób zaczniemy patrzeć na nie mieszczącą się do tej pory w żadnej z typologii doktryn Nową Lewicę, okaże się, że jako zjawisko polityczne była ona jednym z najbardziej typowych ruchów społecznych, obejmujących swym zasięgiem przede wszystkim młodzież studencką. I jej najbardziej charakterystyczną cechą, jak każdego ruchu młodzieżowego, posiadającego w sobie elementy buntu, była różnorodność⁹.

⁶ Współcześnie brak u nas kompleksowych opracowań na ten temat, pojawiają się wprawdzie różne monografie, czego przykładem może być L. Kołakowski, *Główne nurty marksizmu, Poznań 2001*, czy też P. Szalek, *Lewica Freudowska. Od psychoanalizy do irracjonalizmu*, Łódź 1999, ale są to raczej prace problemowe, nie ujmujące ruchu jako całości.

⁷ I. Gicher-Holtey, *Die 68er Bewegung. Deutschland, Westeuropa, USA*, München 2003, s. 111-112.

⁸ *Ibidem*, s. 112.

⁹ J. Wójcik, *Lewica studencka – element postępu społecznego*, [w:] *Bunt młodzieży studenckiej na Zachodzie*, Warszawa 1972, s. 89. W artykule autor słusznie zwraca uwagę, że identyczna sytuacja charakteryzuje również tzw. parlamenty uczelniane, będące formą reprezentacji studentów z Europy Zachodniej.



ISBN 83-7188-906-2