

EDUKACJA OBRONNA

Jan Ostojski

Mass media w procesie edukacji politycznej społeczeństwa polskiego w latach 1992–1994

W nowoczesnym społeczeństwie mass media towarzyszą ludziom wszędzie. Przekazują im informacje o wydarzeniach zachodzących we współczesnym świecie, starają się wpoić określone zasady postępowania, wpływają na postawy i opinie.

Prasa, radio i telewizja są potężnymi, z niczym nieporównywalnymi, środkami oddziaływania na ludzi, na ich świadomość i postępowanie, pracę i życie codzienne. „Jest to proces społecznie zorganizowanej wymiany określonych treści: faktów, ocen, idei, opinii, wartości”¹. Ich znaczenie jest tak wielkie, że często można spotkać się z twierdzeniem, jakoby były one niemal podstawą całego życia społecznego oraz wszystkich społecznych przeobrażeń. Przy ich udziale dokonuje się w dużym stopniu transformacja życia społecznego, poglądów i postaw. Jak słusznie zauważa A. Kumor, „upowszechniają określone treści, pełnią funkcje poznawcze, interpretują otaczającą nas rzeczywistość i pozwalają ją ocenić według zaproponowanej skali wartościowania, są źródłem przeżyć i doznań estetycznych [...] dzięki temu współtworzą szeroko pojętą kulturę”². Wywierają zasadniczy wpływ na politykę i zachowania obywateli w sferze polityki.

Postawy społeczne wobec tych trzech rodzajów mediów oraz ich wiarygodność są bardzo ważne, bowiem w państwach demokratycz-

¹ S. Meissner, *Oddziaływanie środków masowego przekazu*, Warszawa 1979, s. 26.

² A. Kumor, *Radio, telewizja, edukacja*, Warszawa 1986, s. 4.

nych problem możliwości komunikowania się, negocjowania, przedstawiania społeczeństwu przez ośrodki władzy zagadnień, co do których istnieją różnice interesów i opinii, ma zasadnicze znaczenie. Media pozbawione zaufania społecznego są po prostu złym środkiem komunikacji pomiędzy władzą a społeczeństwem, wyalienowują władzę, bez względu na to, co ta władza czyni na rzecz społeczeństwa.

Nie ulega wątpliwości, że informacje zamieszczane w prasie, radiu i telewizji zaliczyć należy do podstawowych środków edukacji politycznej społeczeństwa. Mogą stać się również źródłem manipulowania opinią publiczną, świadomością i zachowaniem się ludzi, co jak twierdzi G. Farber „stanowi najbardziej wyrafinowaną formę dyktatury”³. Media stosowały manipulację w sposób aż nader służący w okresie realnego socjalizmu i to właśnie one prezentowały wynaturzoną formę dyktatury, zwłaszcza w okresie stanu wojennego w Polsce. Maciej Iłowiecki, charakteryzując ten okres, wskazuje na kilka sposobów manipulowania treścią propagandy, zmierzającej według niego do niszczenia więzi społecznych poprzez:

- „pozbawianie ludzi tzw. atrybutów identyfikacyjnych” – najpierw wymazywanie napisów na murach, rysunków i symboli „Solidarności”, a następnie zawłaszczanie elementów tradycji i wartości narodowych;

- „tworzenie w życiu społecznym i umysłowym rozgałęzionego systemu pozorów”;

- manipulację informacją, stosowanie „prawdy niepełnej” lub „prawdy formalnej”, „zacieranie różnic między faktem a interpretacją faktu”;

- manipulację żywym językiem, nadawanie innych znaczeń słowom:

- „metodę zamazywania kryteriów dobra i zła, prawdy i fałszu, obiektywności i życzeń czy opinii grup rządzących lub grup interesów”⁴.

Wyżej przedstawione sposoby manipulowania podbudowane były odpowiednimi koncepcjami, takimi jak: mniejszego zła, ochrony państwa, winy narodu, kompromitacji zwyciężonego. W przypadku społeczeństwa zróżnicowanego politycznie i rządzonego przez koalicyjne ugrupowania wskazane zabiegi w zakresie formy i treści są bardziej subtelne, niemniej mają miejsce, a to nie ułatwia obiektywnej i rzetelnej edukacji politycznej społeczeństwa.

³ G. Farber, *Die manipulierte Mehrheit*, Tübingen und Basel 1971, s. 7, 214.

⁴ M. Iłowiecki, *Propaganda i mass media jako środek porozumienia i agresji*, „Most” 1989, nr 21, s. 15–37.

Środki masowej informacji są skutecznym narzędziem nie tylko wpływania na zachowania się jednostek lub grup ludzi w sferze polityki, lecz mogą przygotowywać obywateli do rozumienia życia politycznego, informując o faktach i proponując różne ich interpretowanie. Rola mediów bowiem nie polega wyłącznie na zagrzewaniu do walki o interesy społeczne. Ich zadanie to definiowanie sytuacji i interpretowanie jej. Media powinny i mogą prezentować i tłumaczyć obywatelom opcje polityczne, z jakimi mają do czynienia, umożliwiać wybór partii i prezentowanego przez nią programu, wyjaśniać, co on zawiera, także przedstawiać polityków i ich zamiary w sferze społecznej i politycznej.

Należałoby zapytać, czy media w latach 1992–1994 spełniały funkcję edukacyjną wobec obywateli w sferze politycznej i czy spełniają ją nadal?

Stawiam tutaj hipotezę, iż media w omawianym okresie nie spełniały tej roli. Warto wobec tego przeanalizować, jaki był w tym czasie stan mediów w Polsce?

Przechodziły one wówczas gruntowne i głębokie przekształcenia strukturalne. Proces ich prywatyzacji wiązał się nie tylko z prywatyzacją w sensie ekonomicznym, ale także znajdowaniem sobie miejsca w strukturze politycznej. W sensie statusu własnościowego trwa nadal formowanie się podmiotów prawnych, będących właścicielami poszczególnych mediów. Poszukiwanie własnej tożsamości przez zespoły redakcyjne nie zostało jeszcze zakończone.

W przypadku prasy mieliśmy do czynienia z bardzo zróżnicowanymi zjawiskami. Prywatyzowała się i wyodrębniała spod monopolisty Ruch-u i Czytelnik-a. Z drugiej strony nie od razu nowi właściciele stawali się rzecznikami określonych interesów politycznych. Zwłaszcza, że zostawali nimi często zagraniczni inwestorzy, których obchodził zysk, a nie rola społeczna mediów.

Nawet w przypadku „Gazety Wyborczej” mieliśmy do czynienia z ciekawą ewolucją tego dziennika, charakterystyczną dla wielu mediów w Polsce. Otóż „Gazeta Wyborcza” ukazała się jako pismo „obozu solidarnościowego”, następnie wyzwoliła się spod wpływu prezydenta (byłego przewodniczącego NSZZ „Solidarność” – Lecha Wałęsy, wręcz stając się organem mu wrogim) po to, by reprezentować Unię Demokratyczną, a w ostatnim czasie coraz częściej i wyraźniej dystansować się wobec Unii Wolności⁵. Obecnie „Gazeta Wyborcza” jest raczej dziennikiem spółki „Agora”, gazetą autorską

⁵ W dniach 23–24 IV 1994 r. dochodzi do połączenia Unii Demokratycznej i Kongresu Liberalno-Demokratycznego i powstaje nowa partia o nazwie Unia Wolności.

Adama Michnika a niekoniecznie pismem określonej partii politycznej. Nie ulega wątpliwości, że ten naturalny proces nie ułatwiał obywatelom orientacji w zagadnieniach politycznych, tym bardziej, że styl tej gazety w wielu sprawach był dość wyraźnie stronnicy.

Prasa, podlegając procesowi prywatyzacji była coraz wyraźniej infiltrowana przez różne grupy kapitałowe, polskie i obce. Powstały grupy dzienników, których właścicielami (udziałowcami) stawali się francuscy, niemieccy, a także norwescy wydawcy prasy. Przykładem jest gazeta „Rzeczpospolita”, powszechnie odbierana jako rządowa to w rzeczywistości dziennik, którego współwłaścicielem, z pokaznym pakietem akcji, jest obcy kapitał.

Ten stan powodował pewne trudności polegające na tym, że ta prasa niekoniecznie była instrumentalna, w pełni funkcjonalna w sensie mediacji pomiędzy partiami politycznymi a ich bazami społecznymi, elektoratami czy społeczeństwem. Nieprawdziwe byłoby jednak twierdzenie, że różne części społeczeństwa polskiego nie znajdowały dla siebie odpowiednich czasopism i lektury wprowadzającej w życie polityczne. Można powiedzieć, że prasa miała w tym czasie wyraźny profil społeczny. „Gazeta Wyborcza” była – jak wykazują badania prasoznawcze – czytana głównie przez inteligencję, dzienniki lokalne natomiast zwracały się do pracowników umysłowych bez wyższego wykształcenia, robotników, rzemieślników i czytelników wiejskich.

Gdy przyjrzyć się tym pismom, to różnica pomiędzy np. „Gazetą Wyborczą”, a prasą lokalną tkwiła w tym, że w dziennikach lokalnych polityka z planu głównego schodziła na plan dalszy. Ludzie czytali ostatnie strony, wkładki TV, wiadomości lokalne, sport, natomiast artykuły polityczne tylko wtedy, gdy były to relacje o skandalach politycznych czy aferach gospodarczych⁶. Poważna informacja polityczna, komentarz obrazujący sytuację, diagnoza ze sfery politycznej czy ekonomicznej znajdowały małe grono czytelników.

Można powiedzieć, że znaczna część prasy w tym czasie nie spełniała roli nauczyciela obywateli (poza niewielkimi wyjątkami), natomiast zabiegała o pozyskanie czytelnika, przystosowując się do jego gustów i poziomu. W tego typu prasie polityka była spychana na plan dalszy – stawała się mniej ważna. Powodowało to, że proces komunikowania się polityków ze społeczeństwem był bardzo utrudniony.

W tej sytuacji potwierdzenie znajduje teza głoszona przez S.M. Lipseta, iż „brak informacji na temat związku polityki z wła-

⁶ Badania prasoznawcze prowadzone przez Instytut Badań Rynku i Opinii Publicznej „CEM” w Krakowie w latach 1992–1993.

snymi interesami to jeden z podstawowych czynników determinujących apatię polityczną”⁷.

W toku procesów, które obserwujemy od roku 1990 widać wyraźnie, że środowiska dziennikarskie dążyły do zdystansowania się od instytucji politycznych, zwłaszcza od instytucji państwowych i partii politycznych. Dobitym przykładem tego stanu rzeczy był gwałtowny spór, który wybuchł wokół ustawy „O ochronie tajemnicy państwowej i służbowej”⁸.

Od dawna wyczuwało się wyraźne odsunięcie polityków od mediów, mediów od polityków oraz jawną wrogość i obcość tych dwóch środowisk. Był to konflikt ról oraz ze strony części polityków – próba ograniczenia demokracji.

Politycy wyraźnie starają się różnymi sposobami podporządkować sobie prasę, doprowadzając do sytuacji, w której dziennikarz musiałby mówić o pewnych wydarzeniach tylko tak, jak tego chcą politycy, a ponadto musiałby ujawniać sądom źródła swoich informacji⁹. Dziennikarze pragną jednak możliwie największej swobody wypowiedzi, własnego bezpieczeństwa i ochraniania swoich informatorów. Ograniczanie możliwości wypowiedzania się, zagrożenie karą więzienia czy innymi poważnymi sankcjami może stłumić krytykę, która w państwie demokratycznym jest niezbędnym elementem struktury systemu politycznego i systemu komunikacji. Poziom pracy dziennikarskiej, jej niska jakość i nie najwyższej próby etyka dziennikarska wpływały na poziom zaufania społecznego do prasy (53%)¹⁰. W tym zakresie należy zwrócić uwagę na trzy zjawiska:

Po pierwsze, przeciętny polski dziennikarz ciągle jeszcze nie był zainteresowany i nie umiał zbadać informacji, o których pisał, a ich interpretacje wynikały z reguły z naśladowania wcześniejszej wersji.

Po drugie, dziennikarze ciągle bali się trudnych i kontrowersyjnych tematów. Oscylowali pomiędzy lękiem przed edytorem i władzą, a powinnością wobec odbiorcy, którego akceptację starali się

⁷ R. Markowski, *Milcząca większość – o bierności politycznej społeczeństwa polskiego*, [w:] pr. zbior. S. Gebethner, *Polska scena polityczna a wybory*, Warszawa 1993, s. 84.

⁸ Ustawa o ochronie tajemnicy państwowej i służbowej z dnia 15 IX 1994 r. (Veto Senatu do Ustawy z 16 II 1995 r.).

⁹ Uchwała Sądu Najwyższego z dnia 19 I 1995 r. (Sąd Najwyższy uchwalil, że art. 163 Kodeksu postępowania karnego, stanowi *lex specialis* do art. 15 ust. 2 i 16 prawa prasowego).

¹⁰ Badania ogólnopolskie przeprowadzone w październiku 1994 r. przez IBRIOP w Krakowie.

pozyskać. Ten dylemat powodował wewnętrzną cenzurę w redakcjach dzienników.

Po trzecie, aczkolwiek dziennikarze unikali jawnego opowiadania się po stronie określonych polityków, to opcje pism były dość wyraźne. Ta sytuacja oraz angażowanie się niekiedy prasy w „bójki” polityczne, niewybredne akcje prowadzące do budowania negatywnego image'u przeciwników politycznych obniżały zaufanie czytelników.

Jeśli chodzi o radio to należy zauważyć, iż coraz częściej powstawały silne ekonomicznie i organizacyjnie radiostacje prywatne. Jednak biorąc za przykład Radio RMF FM można powiedzieć, iż zespoły redakcyjne nie angażowały się w politykę i nie adresowały informacji do jakiegoś konkretnego słuchacza. To nie zawsze ułatwiało diagnozowanie konfliktów politycznych czy ekonomicznych. Ujemnie wpływało też na pogłębianie kultury i wiedzy politycznej w społeczeństwie.

Ostrożność zespołów redakcyjnych, by nie angażować się tylko po stronie jednej opcji politycznej, może była uzasadniona w przypadku radia w Polsce. Z drugiej jednak strony powodować to mogło obniżenie wrażliwości na interesy pewnych grup. Takie szerokie środowiska, jak robotnicy i chłopci, nie miały wyraźnie wykrystalizowanych swoich mediów. Media te były bardziej miejskie, młodzieżowe i inteligenckie niż robotnicze czy chłopskie.

Poziom zaufania do radia był znacząco wyższy (65%). Niewątpliwie wpłynęło na to jego zdecentralizowanie i komunikatywność. Sądzę także, że poziom dziennikarstwa uprawianego przez zespoły radiowców mógł mieć tu dość istotne znaczenie.

Oslabieniu uległy stare formy wewnętrznej kontroli telewizji publicznej przez państwo. Wobec postępującej globalizacji telewizji, a jednocześnie jej demokratyzacji wyrażającej się w tym, że każda jednostka miała coraz większe możliwości wyboru programu spośród bogatej oferty prywatnych polskich stacji telewizyjnych oraz szeroki dostęp do programów zagranicznych, państwo coraz bardziej traciło wpływ na treść przekazywanych informacji¹¹. Mimo tego w okresie tym telewizja cieszyła się najmniejszym spośród mediów zaufaniem Polaków (47%). Przyczyn tego stanu rzeczy należy doszukiwać się w jej sposobie przekazu.

Telewizja pokazująca, w serialach amerykańskich i brazylijskich, świat powszechnego dobrobytu i szczęścia, reklamy dóbr osiągalnych po cenach więcej niż europejskich, a nie prezentująca

¹¹ W tej perspektywie wybór członków Rady Nadzorczej TVP – niezależnie od jego kontekstu politycznego i temperatury dyskusji – nie ma większego znaczenia.

sposobów rozwiązywania problemów bezrobotnego, działała drażniąco na widza i wyobcowywała władzę ze społeczeństwa. Telewizja, która emitowała film amerykański pt. *Heroina*, jeden z kolejnych straszków, perswadujących – „nie walcz z handlarzami narkotyków, bo okrutnie zginiesz” – na ogół milczała o szybkim tempie rozwoju tegoż handlu (transferu poprzez nasz kraj narkotyków do innych krajów europejskich) w Polsce, nie mogła zdobyć akceptacji społecznej.

Wydaje się także, że przyczyna niskiego zaufania do telewizji tkwiła w języku i treści programów. Należy mieć także to na uwadze, iż społeczeństwo polskie było i jest nadal podzielone na „dwie warstwy językowo-kompetencyjne, warstwy edukacyjne, którym odpowiada skorelowany układ preferencji ekonomiczno-politycznych”¹². Luka komunikacyjna pomiędzy rządem i społeczeństwem wynikała stąd, że reprezentanci publicznych mediów (także partii politycznych) mówili i pisali w abstrakcyjnym kodzie warstw ludzi wykształconych, umieszczając swe komunikaty w przedziałach nadawania (bądź w periodykach), odbieranych głównie przez tę warstwę społeczną. W rezultacie nawet najlepiej sformułowany przez media komunikat docierał do niespełna 1/3 społeczeństwa polskiego. Pozostali mieli uczucie, iż „Rząd nic im nie tłumaczy”.

Zaistniała luka komunikacyjna o podłożu językowym, pomiędzy masowym odbiorcą a telewizyjnymi twórcami programów o tematyce społeczno-politycznej i gospodarczej, nie była chyba w tym okresie w dostatecznym stopniu brana pod uwagę.

Za mało było i nadal jest programów telewizyjnych, w których prezentowano by w sposób zrozumiały dla wszystkich korzyści i zagrożenia dla każdego obywatela, wynikające z faktu planowanego przystąpienia Polski do NATO i Unii Europejskiej (UE). Brakuje również programów, w których podejmowano by tematy związane z wyjaśnianiem szczegółowych rozwiązań gospodarczych, brakuje dyskusji w jakim stopniu powinniśmy popierać wchodzenie kapitału zagranicznego, a w jakim chronić rodzimą produkcję, oraz w jakich przypadkach stosować cła ochronne, lub jak reorganizować własne gospodarstwo rolne, by dobrze funkcjonować w nowej „Zjednoczonej Europie”.

Badania przeprowadzone w 1994 r. wykazały, iż tylko 40% respondentów zdecydowanie opowiadało się za integracją Polski z NATO i UE, przeciwnych było 22%, a nie miało zdania aż 38% badanych. Uzyskane wyniki potwierdzają tezę o niskim poziomie edukacji politycznej społeczeństwa prowadzonej przez media. Pro-

¹² J. Jerschina, „Kryzys polityczny – jego źródła i strategia wychodzenia zeń”, IBRIOP „CEM”, Kraków 1991, s. 8.

blemy, jakie się z tym faktem wiążą, były rozumiane tylko przez 47% badanych – głównie osób z wykształceniem średnim i wyższym, a więc prawie połowa zwolenników idei „unifikacji” nie posiadała w miarę wyczerpującej wiedzy w tym zakresie. Rodziło to podejrzenia, „iż telewizja celowo unika poruszania problematyki dotyczącej UE i NATO, ponieważ zbyt duża wiedza obywateli w tym zakresie ostudziłaby ich zapał”¹³.

Powtarzające się i nagłaśniane informacje o utarczkach wewnętrznych w samej telewizji wzbudzają podejrzenia widzów, iż powróciła cenzura. To także nie przysparzało jej popularności.

Wreszcie, wykorzystywanie telewizji do propagowania wybranej opcji politycznej, brak obiektywizmu to następny czynnik obniżający zaufanie do niej.

Powstające telewizje regionalne, w których coraz silniej zaznacza się obecność mniejszościowe grupy religijne (prawosławie, protestantyzm), a zwłaszcza mniejszości etniczne (Niemcy, Ukraińcy, Łemkowie, Litwini, Kaszubi, ostatnio Ślązacy) i obyczajowe, stwarzają nadzieję na dotarcie z informacją podaną w sposób przystępny i zrozumiały dla większej liczby odbiorców.

Badania dotyczące edukacyjnej roli mass mediów potwierdzają możliwość wzmacniania i częściowo kształtowania postaw politycznych. Ma to miejsce wówczas, kiedy odbiór jest pełny, kiedy towarzyszy mu refleksja intelektualna i moralna, która wyzwala w człowieku dyspozycję do działania, do wewnętrznej przemiany. Postawa bowiem – jak stwierdza Mądrzycki – „składa się z komponentu poznawczego, który stanowią przekonania dotyczące podmiotu, a szczególnie przekonania oceniające, z komponentu uczuciowego, który stanowią pozytywne czy negatywne uczucia w stosunku do podmiotu i dyspozycji do działania pozytywnego czy negatywnego w stosunku do przedmiotu”¹⁴.

Postawy i orientacje w sferze konkretnych dziedzin politycznych objawiają się określonym poziomem wiedzy o polityce, interesowaniem się nią (mającym także składnik emocjonalny) i posiadaniem przez ludzi umiejętności oceny zjawisk politycznych.

W latach 1994 i 1995 zakończył się okres recesji gospodarczej. Powstały nowe warunki ekonomiczne do kontynuowania reform

¹³ Na podstawie badań przeprowadzonych przez Ośrodek Badań Społeczności Lokalnej w Krakowie. Badania wykonano w maju 1994 r. na ogólnopolskiej próbie losowej 1100 dorosłych Polaków.

¹⁴ T. Mądrzycki, *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*, Warszawa 1970, s. 15.

ekonomicznych i politycznych. Można było obserwować trochę wyższe niż przed kilku laty zrozumienie, wśród elity władzy, potrzeby komunikowania się ze społeczeństwem. Rzeczniczka prasowa premiera T. Mazowieckiego powtarzała, że „polityką informacyjną rządu jest brak polityki informacyjnej”. Uznawała to, choć brzmi to paradoksalnie, za najlepszy wyraz demokratyczności tego rządu.

Następne elity władzy zaktywizowały badania opinii, prasa pełna była komunikatów o informujących pracach rządu i parlamentu. Powołano do życia Biuro Analiz Społecznych i Promocji Rządu przy URM; wdrażanie nowych ustaw reformatorskich zaczęto poprzedzać publicznymi debatami, programowaniem ich promocji itd. Był to znaczący, choć ciągle nie w pełni zadowalający postęp. Elity polityczne nadal uczyły się, co to jest instytucjonalizujący się dopiero rynek polityczny. Podchodziły do niego, jak sądzę, w sposób manipulatorski. „Marketing polityczny” święcił pewne sukcesy. Firmy marketingowe i reklamowe wymyślały sposoby promowania się polityków. Prawdopodobnie nieco później politycy uświadomią sobie, że w ich karierach liczy się także i wierność wobec elektoratu, uczciwość deklaracji politycznych, stałość postawy.

Legitymizację władza osiąga poprzez komunikowanie się (np. przez debatę, publicystykę, kampanie wyborcze) z określonymi grupami społecznymi. W tym dialogu ekipy rządzące wskazują, powołując się na swój mandat do rządzenia, np. z tytułu większości wyborczej, że działają zgodnie z prawem, że posiadają zalety (przypisane im przez wyborców), są godne zaufania, a ich sposób sprawowania władzy przynosi dobre efekty gospodarcze i zapewnia postęp cywilizacyjny¹⁵.

Wyobrażenie społeczne o polskiej scenie politycznej jest wynikiem stereotypowego myślenia o „władzy” oraz efektem działań środków masowej informacji. Podobnie, jak inne instytucje demokratyczne w Polsce, środki masowego przekazu, wzmacniając stereotyp lub go zmieniając, wpływają na określoną postawę odbiorcy. Ciąży na nich obowiązek obiektywnego przedstawiania zjawisk zachodzących w życiu społecznym i politycznym kraju oraz wszechstronnej ich interpretacji, wolnej od demagogii. Jest to podstawa właściwego osądu działalności instytucji państwowych, kształtowania się opinii o nich i akceptacji podejmowanych przez nie decyzji społeczno-politycznych.

Teoria demokracji, od czasów Locke'a i Milla, przywiązuje zasadnicze znaczenie do udziału obywateli w polityce. Naczelną for-

¹⁵ W. Lamentowicz, *Państwo współczesne*, Warszawa 1993, s. 64.

mą tego uczestnictwa jest cykliczny udział w wyborach do władz centralnych i lokalnych. Poprzez głosowanie wyrażane są preferencje wyborców, które później realizują odpowiednie instytucje ładu demokratycznego. Interesowanie się obywateli polityką gwarantuje efektywność instytucji demokratycznych w państwie.

Zainteresowanie zdarzeniami politycznymi wyrażone bywa czynnym udziałem obywateli w wyborach. Można także traktować je jako objaw rozwoju osobowości obywatelskich i stawania się społeczeństwem obywatelskim, a telewizja, jak dowodzi Gerard Benjamin „jest podstawowym środkiem komunikacji pomiędzy liderami poszczególnych partii a społeczeństwem (elektoratem), wywiera znaczący wpływ na zaufanie obywateli do partii politycznych”¹⁶. Niska frekwencja podczas wyborów w 1993 roku (49,8%) oraz w 1997 r. (49%) dowiodła, iż edukacyjna rola mediów była i jest nadal mało efektywna. Można również powiedzieć, że w środkach masowego przekazu brak jest oznak zaangażowania społecznego i politycznego.

Nowa sytuacja społeczno-polityczna wymusza podjęcie na szerszą skalę problemów edukacji ekonomicznej i politycznej, prezentowania programów wszystkich partii i ugrupowań politycznych, światopoglądowych i religijnych, kształtowania postaw tolerancji i wzajemnego zrozumienia. Edukacja tego typu jest nieodzowna i jako taka powinna zajmować znaczące miejsce w prasie, radiu i telewizji.

KOMUNIKAT POLITYCZNY A JEGO PERCEPCJA SPOŁECZNA

Stan infrastruktury politycznej i medialnej to nie wszystkie zjawiska, na które trzeba zwrócić uwagę. Bardzo istotnym czynnikiem jest język polityków, którym próbują się oni komunikować ze swym elektoratem. Język ten należałoby poddać odrębnym wnikliwym badaniom. Stwierdzenie to opieram na systematycznym wczytywaniu się w prasę i wsłuchiwaniu w wypowiedzi polityków.

Język polityków polskich wydaje się mieć dwie zasadnicze właściwości. Po pierwsze, jest on abstrakcyjny i pełen „makaronizmów”. Po drugie, jest to język operujący określeniami, z których buduje się świat pozbawiony odcieni, możliwości rozważania go w sposób relatywistyczny. Jest to język autorytarystów w takim sensie, jaki znajdujemy u Rokeacha. Rzeczy są „czarne lub białe”, ludzie dzielą się

¹⁶ G. Benjamin, *The Communications Revolution in Politics*, New York 1982, s. 34.

na „niewierzących i katolików”, ustroje państwowe na „kapitalistyczne i komunistyczne” itd. Partie polityczne są albo „złe – postkomunistyczne” albo „dobre – prawicowe, antykomunistyczne, katolickie” itd.¹⁷.

Cechy tego języka wynikają z różnic edukacyjnych pomiędzy warstwami społecznymi, o jakich wiele lat temu pisali Piaget, Bernstein i Bourdieu. Autorzy ci zwrócili uwagę na znaczenie, jakie dla jednostek i warstw społecznych, dla kształtowania się ich sposobu myślenia, kultury i możliwości komunikowania się posiada posługiwanie się językami, w których dominuje operowanie abstrakcjami bądź nazwami konkretnych zjawisk. Terminy Basile Bernsteina. „język abstrakcyjny” i „język konkretny” pozwalają wyjaśnić sporą część trudności w komunikowaniu się tzw. klasy politycznej, środowisk generujących elity polityczne oraz elity operujące mediami, ze zbiorowością obywateli. Powinny one tworzyć kryteria ocen profesjonalności dziennikarzy, przedstawiać swym podwładnym wzory komunikowania się (w tym wzory języka) z elektoratami – chłopskimi, robotniczymi, rzemieślniczymi itd.

W tym miejscu należy przypomnieć, że 36% Polaków posiada wykształcenie podstawowe, 28% – zawodowe, 27% – średnie i 9% – wyższe¹⁸. Jak widać zdecydowana większość społeczeństwa ma wykształcenie poniżej tego progu, który trzeba pokonać, by zrozumieć język abstrakcyjny.

Cechami języka polityków są więc emocjonalizm i kategoryczność; jego autorytarny charakter ma różnorodne konsekwencje społeczne. W sytuacji, kiedy używa go czterdziestu zbiorowych aktorów politycznych (czterdzieści i więcej partii politycznych i ich liderów), a każdy z nich stara się „eliminować” przeciwnika politycznego, przy pomocy sformułowań słownych, dochodzi do zużycia się wielkich autorytetów moralno-politycznych. Stąd wszelkie komunikaty tracą wiarygodność, ludzie nie mają zaufania do liderów, ich idei, ich języka. Na górze pojawiają się coraz nowsi „godni najwyższego zaufania” i szybko je tracą, „ponoszą śmierć polityczną” pod lawiną insynuacji, oskarżeń i podejrzeń¹⁹.

¹⁷ M. Rokeach, *The Open and Closed Mind*, New York 1960, s. 72.

¹⁸ Archiwum „Instytutu Badania Rynku – CEM” w Krakowie. Baza danych – 1992 r.

¹⁹ *Katechizm Kościoła Katolickiego*, Pallottinum-Poznań 1994, s. 559, art. 2498. Władza świecka „ogłaszając ustawy i czuwając nad ich stosowaniem, powinna zadbąć o to, by złe używanie środków społecznego przekazu nie spowodowało powszechnego niebezpieczeństwa dla dobrych obyczajów oraz postępu. Nic nie może

Opisane w skrócie aspekty systemu politycznego i systemu komunikacji, w moim przekonaniu, spowodowały utratę zdolności porozumiewania się (w omawianym okresie) polskich elit politycznych z wyborcami. Nie twierdzę, że jest to wyjaśnienie pełne i wystarczające, jestem jednak przekonany, że jest to część niezbędna do wyjaśnienia opisywanych zjawisk – obniżania się poziomu aktywności i zainteresowania polityką.

ROLA MEDIÓW W PROCESIE PRZEZWYCIEŻANIA STEREOTYPÓW W POLITYCE

Środki masowej informacji są potężnym narzędziem łagodzenia stereotypów w polityce wewnętrznej i międzynarodowej, w kształtowaniu postaw wobec różnych zjawisk życia społecznego, wpływają w znaczący sposób na przełamywanie nieufności w stosunkach międzyludzkich. Z tego też względu określenie „stereotyp” wymaga szerszej charakterystyki.

Pojęcie „stereotypu” w dziedzinę nauk społecznych wprowadził amerykański publicysta i mąż stanu Walter Lippmann w roku 1922. „Stereotypami nazywa on przejęte od innych ludzi uproszczone wyobrażenia, « obrazy w naszej głowie », które są pewnymi tworam i myślowymi człowieka i przyczyniają się do ujmowania zjawisk w schematyczny i zarazem, uproszczony sposób”²⁰.

Podłożem stereotypów jest mit, myślenie obciążone tradycją oraz różnego rodzaju nastrojami i co charakterystyczne – odnoszą się one przede wszystkim do „materii” politycznej. Są narzuconym człowiekowi wytworem kulturowym i z góry określają sposób widzenia rzeczywistości społecznej.

Jak stwierdza Lippmann – „nie najpierw widzimy, a potem określamy, ale wpierw określamy, a potem widzimy”. Ze świata zewnętrznego wybieramy to, co wynika z naszej kultury²¹.

J.J. Wiatr w swojej książce pt. *Naród i państwo* zauważa (bywa tak), że nie ma dla nas znaczenia prawda o obiekcie, bowiem nasze sądy poprzedzone są obrazami, jakie narzuca nam stereotyp²².

usprawiedliwiać uciekania się do fałszywych informacji, by manipulować opinią publiczną za pomocą środków społecznego przekazu”.

²⁰ W. Lippmann, *Public Opinion*, New York 1956, s. 138.

²¹ Ibidem, s. 82.

²² J.J. Wiatr, *Naród i państwo*, Warszawa 1969, s. 406.

Jak wynika z powyższych sformułowań, stereotyp nie zawsze przystaje do realiów życia społecznego. Jest on w dużej mierze subiektywnym, stronnicy i przenikniętym emocjonalnie obrazem kształtującej go społeczności. Choć jest niezależny od doświadczeń osobistych jednostki, to jednak wyraźnie ukierunkowuje naszą uwagę. W konsekwencji wpływa na nasze postępowanie, prowadząc często do powstania fałszywej świadomości, fragmentarycznego i selektywnego widzenia rzeczywistości.

Stereotyp – ogólnie rzecz biorąc – posiada następujące cechy:

- przyjęcie bez dowodu;
- generalizacja;
- skłonność do uproszczeń, do unikania różnicowań i pełnego obrazu;
- sztywność i odporność na oddziaływanie czynników, pod wpływem których mogłby ulec zmianie;
- najczęściej jest zabarwiony emocjonalnie;
- posiada społeczny (w rozumieniu St. Ossowskiego), a nie indywidualny charakter.

Długotrwałe dyskusje badaczy na temat natury stereotypów dotyczyły i dotyczą nadal fundamentalnych zagadnień, czym jest stereotyp z punktu widzenia teorii poznania i psychologii poznania. Większość z nich przyjmowała i nadal przyjmuje, że stereotyp jest poza wszelkimi ustaleniami i pozbawionym podstaw w empirii – uogólnieniem. Byłoby to więc uogólnienie oparte na indukcji niepełnej, obraz powstały na skutek przypadkowych skojarzeń faktów i słów. Można przyjąć, że stereotyp jest deformacją myśli ludzkiej. Z natury ludzkiego działania i myślenia wynika, że myślenie stereotypowe nie jest tylko marginalnym zjawiskiem – marginesem błędów ludzkich, ale jest czymś o wiele ważniejszym.

W dobie szybko zmieniającego się świata nie mamy czasu, ani warunków, aby bliżej zapoznać się z najróżnorodniejszymi zjawiskami życia społecznego. Niedostatki i luki w oglądzie rzeczywistości społecznej, politycznej wypełniają poglądy, pragnienia, przekonania, opinie i oczekiwania ludzi silnie związane nie z „prawdą”, sprawdzoną empirycznie i systematycznie, lecz z opinią społeczną, z iluzjami, fikcjami, mitami, tworzącymi łącznie „obraz w głowie ludzkiej”, jednostronny, cząstkowy, schematyczny i uproszczony. Jesteśmy poniekąd zmuszeni do chwytania fragmentarycznej wiedzy o rzeczywistości, resztę obrazu uzupełniamy stereotypami. Umożliwiają one nam widzenie świata w całym jego wymiarze, choć to tak, jakbyśmy go oglądali w zamglonym i krzywym lustrze.

S. Baley, nawiązując do teorii W. Lippmana, pisze, że stereotyp jest pewną formą spostrzegania albo ujmowania przedmiotu, wyprzedza użycie zmysłów i rozumu, które „mają przed sobą rzecz już gotową” i odporną na ich działanie *ex post*²³.

Tam, gdzie góruje stereotyp, nie ma miejsca na logiczne procesy myślowe, racjonalne podejście, szukanie prawdy. J. Chałasiński silnie akcentował uczuciową stronę stereotypu. Nie są to „obrazy czysto emocjonalne – pisał – ale treści o silnym zabarwieniu uczuciowym” czyli to wszystko, co widziane jest „sercem”²⁴.

Według zgodnej opinii uczonych, najbardziej powszechne są stereotypy odnoszące się do narodów, państw, ras, grup etnicznych i religijnych, a także stosunków międzynarodowych.

Mówiąc, że ktoś jest Niemcem, Węgrem, Żydem, katolikiem przypisujemy mu określoną cechę (dodatnią, obojętną lub ujemną, często opinie o danym przedmiocie są nawzajem sprzeczne), ujmując go w pewną kategorię wartościującą²⁵. Fakt występowania sprzecznych stereotypów i opinii dowodzi, że mamy do czynienia nie tyle z prawdziwymi, charakterystycznymi dla danej grupy poglądami, ile z właściwymi pewnym ludziom przesądami, dla których szuka się uzasadnienia. Sam stereotyp nie jest warunkiem wystarczającym do wywołania postawy uprzedzenia do jakiejś grupy. Podobnie te same cechy, ten sam „obraz w naszej głowie” może wywołać sympatię, innym razem niechęć, a jeszcze kiedy indziej pozwala zachować nastawienie neutralne²⁶.

Przedmiotem stereotypów, oprócz grup społecznych lub narodowościowych mogą być także wszelkie inne obiekty. Stereotyp występuje często w myśleniu codziennym, stanowiąc element składowy obyczajów, wierzeń religijnych, poglądów politycznych. Może być on rozpatrywany jako element tradycji, a więc czynnik zewnętrzny kształtujący obraz świata danej jednostki oraz jako element osobowości jednostki wpływający na jej postawy. Jest częścią kultury określonej zbiorowości, która przekazuje go z pokolenia na pokolenie.

²³ S. Baley, *Wprowadzenie do psychologii społecznej*, Warszawa 1959, s. 156.

²⁴ J. Chałasiński, *Antagonizm polsko-niemiecki w osadzie fabrycznej „Kopalnia” na Górnym Śląsku*, Warszawa 1935. Stereotypy w rozumieniu Chałasińskiego to: „definicje ludzi, przedmiotów, stosunków i sytuacji, których dokonujemy na każdym kroku i które przekazujemy ... społeczeństwu. Nie są one wynikiem logicznego rozumowania, lecz wynikiem doświadczenia, w którym dominującą rolę odgrywają procesy instynktowne. Niemniej one to właśnie składają się na najważniejszy dla nas świat znaczeń, który nazywamy rzeczywistością społeczną” [s. 48–49].

²⁵ A. Schaff, *Stereotypy a działanie ludzkie*, Warszawa 1981, s. 73–75.

²⁶ W. Markiewicz, *Przeobrażenia świadomości narodowej reemigrantów polskich z Francji*, Poznań 1960, s. 32.

Mass media winny brać pod uwagę ten niezmiernie istotny fakt występujący w myśleniu ludzkim, który kształtuje świadomość polityczną społeczeństwa, wpływa na ocenę zjawisk i wydarzeń politycznych, wywołuje związane z nią uczucia, kształtując tym samym sposób postrzegania i interpretowania rzeczywistości. Z powyższego faktu wynika, iż należy poważnie podejść do problemu edukacji politycznej społeczeństwa. Im pełniejszy i wszechstronniejszy będzie zasięg jej oddziaływania, tym skuteczniejsza będzie walka z różnymi formami świadomości fałszywej.

BIBLIOGRAFIA

- Baley S., *Wprowadzenie do psychologii społecznej*, Warszawa 1959
- Benjamin G., *The Communications Revolution in Politics*, New York 1982
- Chałasiński J., *Antagonizmy polsko-niemieckie w osadzie fabrycznej „Kopalnia” na Górnym Śląsku*, Warszawa 1935
- Farber G., *Die manipulierte Mehrheit*, „Tübingen und Basel” 1971
- Gebethner S., *Polska scena polityczna a wybory*, Warszawa 1993
- Ilowiecki M., *Propaganda i mass media jako środek porozumiewania i agresji*, „Most” 1989, nr 21
- Jerschina J., „Kryzys polityczny – jego źródła i strategia wychodzenia zeń”, druk pow. Kraków 1991
- Kumor A., *Radio, telewizja, edukacja*, Warszawa 1986
- Katechizm Kościoła Katolickiego*, Pallottinum-Poznań 1994
- Lamentowicz W., *Państwo współczesne*, Warszawa 1993
- Markiewicz W., *Przeobrażenia świadomości narodowej reemigrantów polskich z Francji*, Poznań 1960
- Mądrzycki T., *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*, Warszawa 1970
- Messner S., *Oddziaływanie środków masowego przekazu*, Warszawa 1997
- Rokeach M., *The Open and Closed Mind*, New York 1960
- Schaff A., *Stereotypy a działanie ludzkie*, Warszawa 1981
- Wiatr J.J., *Naród i państwo*, Warszawa 1969