

## Wstęp

Wobec mnogości stosowanych przymiotników charakteryzujących demokrację – ujawniających ogromną różnorodność w zakresie form jej występowania - każdy autor, analizujący relację mediów i ich władzy w systemie społeczno – politycznym, stoi w obliczu konieczności odniesienia się do problemu: czy identyfikowany antydemokratyczny potencjał mediów rzeczywiście zagraża demokracji, czy też mamy do czynienia z formą demokracji, którą moglibyśmy nazwać demokracją medialną, bez zbędnego popadania w negatywnie odczytywaną konotację tego terminu.

Związki polityki i mediów są skomplikowanymi relacjami wpływu i władzy. Mamy do czynienia ze złożonym układem zależności, który – o ile wykazuje cechy równowagi – może dobrze służyć demokratyczności danego systemu, natomiast w warunkach występowania (jak to określają psychologowie społeczni) nadwładzy polityki lub nadwładzy mediów, możemy mówić o pewnej dysfunkcjonalności systemu politycznego, którego źródeł powinniśmy dopatrywać w procesach komunikowania społecznego. Wzajemne zależności procesu demokratyzacji i rozwoju mediów są korelacjami, które ewoluują bardzo dynamicznie. Jednocześnie nie zawsze ewoluują w stronę konsolidowania demokracji i umacniania jej poszczególnych komponentów.

Jest to konstatacja szczególnie istotna z punktu widzenia relacji systemów politycznego i medialnego, pomiędzy którymi występują wzajemne związki zależności. System polityczny potrzebuje legitymizacji działania, którą mogą zapewnić media masowe, dystrybuując i wyjaśniając odbiorcom decyzje polityczne oraz dostarczając systemowi politycznemu wiedzy na temat ich odbioru, potrzeb i oczekiwań publiczności, społecznej rzeczywistości.

Media masowe potrzebują informacji, którą traktują jako podstawowy surowiec do produkcji zawartości. Bez podmiotów systemu politycznego (dostawcy surowca) media utraciłyby rację bytu jako kanał i pośrednik komunikowania politycznego<sup>1</sup>.

Rosnąca liczba naukowców i dziennikarzy próbuje odnieść się do problematyki mediów w systemie społecznym i politycznym: jaką rolę mogą i powinny w nim wypełniać media, w jaki sposób powinny swoje funkcje wypełniać, jakie konsekwencje niesie ze sobą rosnące znaczenie mediów w życiu polityki i ekonomii, co oznacza wiarygodność mediów, jak formułować kryteria rzetelności mediów, czy i jak kontrolować media etc.

Te i wiele innych pytań wymaga refleksji o interdyscyplinarnym charakterze, dlatego też do współredagowania niniejszej publikacji zaproszeni zostali przedstawiciele różnych dyscyplin: socjologii, filozofii, politologii, pedagogiki, kulturoznawstwa, komunikacji społecznej i innych.

Podjęte zagadnienia obejmują m.in. relacje media – władza – pieniądze (Bogusław Nierenberg), problem zaufania w systemie politycznym i jego korelacje z systemem medialnym. Wydaje się, że media, dysponując znacznym kredytem zaufania, nie pożytkują go w sposób pożądany, z punktu widzenia ważnych funkcji społecznych, jakie powinny wypełniać (Rafał Riedel). Efekt kulturywacji (kategoria psychologiczna) służy z kolei (Jarosławowi Klebaniukowi) do analizy funkcji telewizji wobec innych komponentów systemu politycznego. Wiele miejsca poświęcono analizie wpływu mediów na obywateli, np. w częściach: *Wpływ środków masowego przekazu na preferencje obywateli w kampaniach*

---

<sup>1</sup> Oniszczyk A., *Relacje między mediami a systemem politycznym w niemieckiej nauce o komunikowaniu*., „Zeszyty Prasoznawcze” 2000 nr 3–4.

wyborczych (Sabina Olczyk), czy *Wpływ środków masowego komunikowania na tworzenie wizerunku partii politycznych i ich liderów* (Dorota Dolińska) oraz *Źródła władzy mediów* (Zbigniew Widera). Perspektywa filozoficzna również zajmuje swoje słuszne miejsce, rozmyślania nad nieuchronnością mediatyzacji to treść artykułu pt. *Między otchłanią a horyzontem* (Bogusław Meiksner).

Wymiar edukacyjny został ujęty m.in. w części pt. *Media jako kreator cnót obywatelskich* (Teresa Jemczura), jak również *Aspekt pedagogiczny odbioru mediów* (Sabina Krawiec, Adam Musioł).

Wreszcie praca zawiera kilka studiów przypadku, egzemplifikujących sposoby funkcjonowania mediów i wypełniania ich funkcji w konkretnych warunkach lokalnych: *Media regionalne na straży praworządności. Rola Nowej Trybuny Opolskiej w ujawnianiu afery ratuszowej* (Adam Drosik) oraz *Źródła władzy i ograniczenia wolności prasy – analiza na przykładzie Lubelszczyzny 2002 – 2007* (Lidia Pokrzycka), *Medialne spektakle polityczne A.D. 2006* (Marek Sokołowski). *Media jako gracz polityczny – na przykładzie wyborów samorządowych 2006 w Szczecinie. Studium przypadków* (Paulina Olechowska), czy historyczny przykład Sebastiana Fikusa *Manipulacje nastrojami wojennymi w mediach hitlerowskich*.

Media, które same kreują treści i formy polityki, są również orężem w walce o marzenia i pragnienia mas. Ta podwójna rola stawia przed nimi odpowiednie wymagania, na które skutecznie odpowiada jedynie model społecznej odpowiedzialności mediów, zgodnie z którym media przede wszystkim tworzą forum debaty publicznej i ułatwiają rozwiązywanie problemów społecznych przez wymianę opinii różnych grup obywateli. Skuteczne porozumienie obu stron (obywateli i elit), rozumienie racji i przekonanie do określonych działań pozwala na pogłębianie demokracji i zachęca, jak to nazywa A. Giddens, do „demokratyzowania demokracji”.

Prezentowana publikacja pozwala czytelnikowi zapoznać się z analizą autorów w zakresie roli mediów dla współczesnej demokracji, mediów jako środowiska polityki. Media, często określane jako tzw. czwarta władza, zajmują szczególną i ważną pozycję w systemie politycznym. Zasadne więc wydaje się zbadanie problemu źródeł władzy mediów. Problemu, który ma wiele wymiarów – polityczny, społeczny, prawny, etyczny i wiele innych - a w związku z tym wiele perspektyw badawczych.

CZEŚĆ PIERWSZA - REFLEKSJE I POGLĄDY

## **Relacja obywatel – media a problem zaufania w systemie społeczno – politycznym**

*Rafał Riedel*

Coraz częstsze opinie o tym, że współczesne media nie służą demokracji, prowokują do podjęcia dyskusji nad wpływem mediów na jakościowe aspekty procesu demokratycznego: czy tzw. demokracja medialna jest po prostu współczesną formą demokracji, czy swego rodzaju wypaczeniem podstawowych założeń demokratycznego systemu? Wobec oskarżeń o niewypełnianie lub złe wypełnianie przez media ich ważnych dla systemu demokratycznego funkcji warto podkreślić, że owe niedoskonałości wynikają nie tylko z makrospołecznych mechanizmów funkcjonujących w rynkowo – państwowej przestrzeni, lecz także z cech zarówno dziennikarzy, jak i konsumentów mediów.

Teorie z zakresu medioznawstwa dopracowały się interesujących odpowiedzi na pytanie o pożądaną formę funkcjonowania mediów. Wydawałoby się, że model odpowiedzialności społecznej, który pojawił się (najpierw w USA – XX w.) jako krytyka modelu liberalnego i reakcja na spadek zaufania do mediów, byłby najbardziej adekwatny w warunkach współczesnych demokracji. Według tej koncepcji media przede wszystkim tworzą forum debaty publicznej i ułatwiają rozwiązywanie problemów społecznych przez wymianę opinii różnych grup obywateli. Jak opisuje ten model Bogusława Dobek–Ostrowska: „Celem mediów jest rzetelna informacja, prezentowanie idei i poglądów jak największej części społeczeństwa, wyjaśnianie celów i wartości społecznych. Funkcję kontrolną w tym modelu pełni opinia publiczna, wspomagana przez etykę nadawców. Istotnymi cechami modelu odpowiedzialności społecznej jest prymat interesu społeczeństwa nad interesem jednostki.”<sup>1</sup>

Niewątpliwie jednak najczęściej obserwowane zachowanie mediów polega na głoszeniu tych poglądów, które są aktualnie najbardziej popularne (dla danej docelowej publiczności), w celu łatwego zdobycia popularności (oglądalności), bez analizowania sensu tych poglądów oraz zastanawiania się nad realnymi możliwościami i rzeczywistymi skutkami wprowadzenia ich w czyn – co stanowi dość satysfakcjonującą definicję populizmu. Jeżeli do tego dodamy kilka innych cech charakteryzujących dla sposobu strukturalizowania debaty publicznej przez populistów, takich jak prostota (polityka powinna w przejrzysty sposób ucieleśniać proste wartości zwykłych ludzi), kwestionowanie legitymacji rządzących, czy moralizatorski charakter przekazu, mamy do czynienia niemal z pełnym obrazem populistycznego charakteru mediów.

Populistyczny charakter przekazu medialnego pozostaje w relacji z problemem niskiego zaufania społecznego, zarówno interpersonalnego, jak i międzygrupowego. Jak wykazują badania opinii społecznej, media należą do jednych z nielicznych instytucji, które Polacy obdarzają zaufaniem. Analiza porównawcza – w odniesieniu do zaufania wobec innych instytucji publicznych - wykazuje, że niektóre ze stacji radiowych czy telewizyjnych cieszą się największym zaufaniem społecznym<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Dobek–Ostrowska B., *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego Wrocław 2004, s. 124.

<sup>2</sup> Nawet w odniesieniu do takich instytucji jak wojsko, policja, kościół, parlament, prezydent, instytucje finansowe i inne – szerzej patrz: *Raport z badań – zaufanie do instytucji publicznych*, CBOS, Warszawa 2007.

Oceniane stacje telewizyjne	Oceny	Wskazania respondentów według terminów badań										Zmiany X '06 – I '07
		X '03	II '04	X '04	II '05	VI '05	X '05	II '06	VI '06	X '06	I '07	
		w procentach										
Telewizja publiczna	dobra	77	79	75	79	80	81	82	82	83	84	+1
	zła	14	14	18	15	13	12	10	10	11	11	0
	Trudno powiedzieć	9	7	7	6	7	7	7	8	6	5	-1
Telewizja Polsat	dobra	68	71	71	73	75	76	76	77	78	84	+6
	zła	13	11	14	14	12	11	10	9	11	7	-4
	Trudno powiedzieć	19	18	15	13	13	13	13	14	12	10	-2
Telewizja TVN	dobra	70	73	70	75	74	75	75	76	76	77	+1
	zła	7	7	9	8	7	8	5	4	5	5	0
	Trudno powiedzieć	23	20	21	17	19	17	20	20	19	19	0
Telewizja Trwam	dobra	-	-	-	-	-	-	14	13	14	14	0
	zła	-	-	-	-	-	-	23	21	24	23	-1
	Trudno powiedzieć	-	-	-	-	-	-	62	66	61	63	+2

Źródło: Raport z badań – zaufanie do instytucji publicznych, CBOS, Warszawa 2007.

Mimo iż media stanowią samo jądro systemu komunikowania politycznego i w znacznym stopniu również centralną część współczesnych systemu komunikowania społecznego, zdiagnozowane zaufanie nie przekłada się w żaden sposób na poziom zaufania w całym systemie społeczno – politycznym. Tymczasem nie sposób przecenić znaczenia, jakie odgrywa atmosfera zaufania w jakościowych aspektach funkcjonowania społeczeństwa i państwa. Ufność i zaufanie, zarówno interpersonalne, jak również to rozumiane w szerszym kontekście społecznym, często traktowane są jako ważny składnik kapitału społecznego<sup>3</sup>. Składnik, dodajmy, szczególnie ważny z punktu widzenia życia politycznego.

Wiele badań, przeprowadzonych w różnych kulturach i w różnych fazach rozwoju systemu politycznego, dostarczyło nam wiedzy empirycznej na temat zależności pomiędzy poziomem zaufania a aktywnością polityczną i społeczną<sup>4</sup>. Wiemy, że mamy tutaj do czynienia z pozytywną korelacją. Dlatego obserwując scenę polityczną, zachowania poszczególnych jej aktorów, a w szczególności samych obywateli, musimy zachodzące procesy analizować przez pryzmat zjawiska zaufania.

Zaufanie jest emocją okazywaną ludziom, przedmiotom czy instytucjom, takim jak rząd, przedsiębiorstwo czy całe społeczeństwo. Zaufanie jest również wiarą w określone działania czy własności obiektu obdarzonego zaufaniem.

Wielu socjologów i psychologów społecznych docenia rolę i skalę znaczenia, w jakim wytworzenie się klimatu zaufania (lub nieufności) oddziałuje na funkcjonowanie społeczeństwa<sup>5</sup>.

Zidentyfikowano wiele czynników (grup czynników) determinujących ów klimat, nazywany również kulturą zaufania. Składa się na nią np. dziedzictwo historyczne - wywodząca się z dziejów danego społeczeństwa zgeneralizowana tendencja do wyrażania zaufania wobec różnorodnych zjawisk lub obiektów. Przyszłe losy mogą skłaniać do

<sup>3</sup> Coleman J., *Social Capital in the Creation of Human Capital*, "American Journal of Sociology" 1988.

<sup>4</sup> Skarżyńska, K., *Człowiek a polityka. Zarys psychologii politycznej*, Warszawa 2005 Wydawnictwo Naukowe Scholar, str. 70.

<sup>5</sup> Cetwiński O., *Filozofia politycznej praktyki*, Toruń 2003 Wydawnictwo Adam Marszałek.