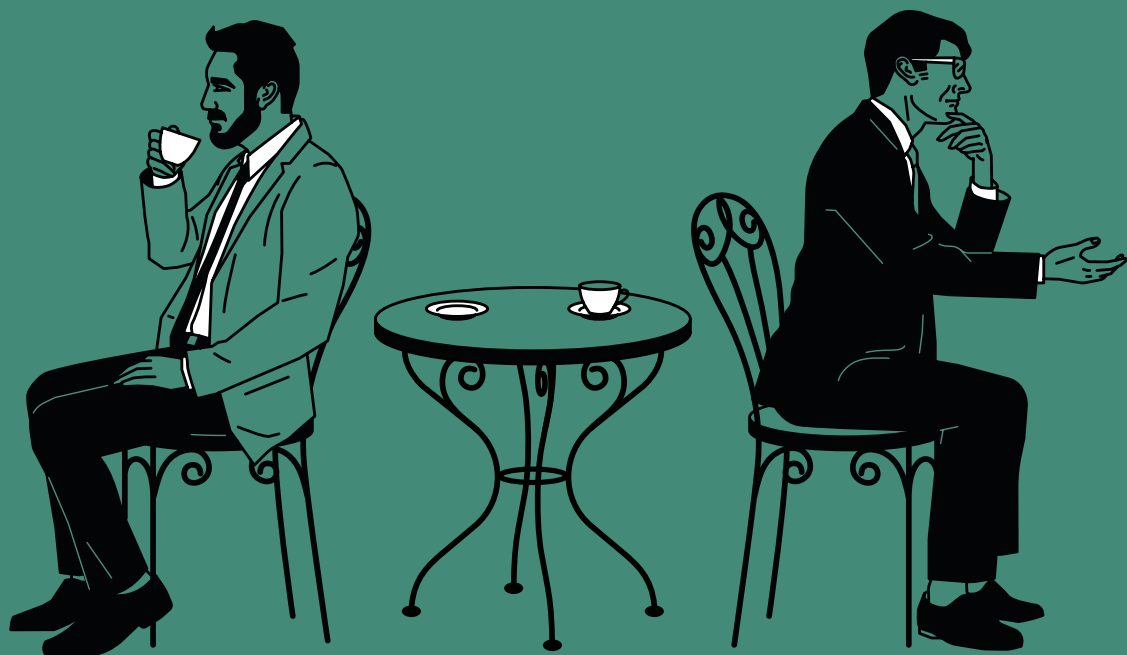


DYSKURS & DIALOG

czasopismo lepszej debaty publicznej

nr 5



INSTYTUT DYSKURSU I DIALOGU

DYSKURS & DIALOG

czasopismo lepszej debaty publicznej

nr 5

TORUŃ 2020

Zespół redakcyjny

Filip A. Gołębiewski (redaktor naczelny), Paweł Bohuszewicz, Anna Dwojnych,
Wiesława Duży, Sara Smyczek-Gołębiewska, Marta Błazejewska

Redaktor językowy i korekta

Anna Dwojnych

Adres redakcji

“Dyskurs & Dialog”, ul. Świętej Katarzyny 5/3, 87-100 Toruń,
e-mail: redakcja@dyskursidialog.org, www.dyskursidialog.org

© Copyright by Instytut Dyskursu i Dialogu, Toruń 2020



Ilustracja, skład i łamanie

Patrycja Krawczyk & Kompot Studio

Druk i oprawa

Pracownia Sztuk Plastycznych, sp. z o.o.

Czasopismo wydawane jest w ramach zadania „Dyskurs i Dialog. Pogłębione analizy dla lepszej debaty publicznej” dofinansowanego ze środków Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego.

Działanie sfinansowane ze środków Programu Rozwoju Organizacji Obywatelskich na lata 2018-2030.



SPIS TREŚCI

<i>Od redakcji</i>	5
--------------------	---

SOCJOLOGIA OBYWATELSKA

Bartłomiej Balcerzak <i>Najlepsze narzędzie do zwalczania fejków (i dlaczego nie działa)</i>	9
---	---

Łukasz Warzecha <i>Polityczny projekt repolonizacji i dekoncentracji – przyczyny, wątpliwości i konsekwencje</i>	27
---	----

Michał Chlebowski <i>Media w czasie pandemii. O etycznych wyzwaniach dziennikarza czasów kryzysu</i>	43
---	----

ANALIZY DYSKURSU MEDIALNEGO

Paweł Kalisz, Mateusz Dobrowolski <i>Czego nie mówią politycy, powie wam big data</i>	63
--	----

Nicole Kowalewska <i>Austriacki system medialny i analiza kampanii przed wyborami parlamentarnymi w 2019 roku</i>	77
--	----

SMART - SENIOR MĄDRY AKTYWNY ROZTROPNY I TWÓRCZY

Filip A. Gołębiewski <i>Dialog bez rozmowy, czyli o monologizacji polskiej debaty publicznej</i>	93
---	----

Iwona Koziejka <i>Dialog międzypokoleniowy – z perspektywy umiejętności komunikacyjnych</i>	107
--	-----

VARIA

Sara Smyczek-Gołębiewska <i>Słuszność jako argument w dyskursie prawniczym na podstawie analizy wybranego orzecznictwa</i>	121
---	-----

Drogie Czytelniczki!
Drodzy Czytelnicy!

Mamy przyjemność zaprezentować piąty numer kwartalnika „Dyskurs & Dialog”, czasopiśma, które stara się wyznaczać wysokie standardy w debacie publicznej i pokazywać, że możliwa jest merytoryczna dyskusja o kwestiach społecznych i kulturowych, odbywająca się w atmosferze wzajemnego szacunku.

Znaleźliśmy się w bardzo trudnym okresie. W chwili gdy piszemy te słowa, dzienna ilość zakażeń w Polsce przekroczyła 10 tysięcy. Przygotowując kolejny numer naszego pisma, w całości poświęcony społecznym reakcjom na pandemię (numer ukaże się jeszcze w tym roku), w poniższym wydaniu zdecydowaliśmy się opublikować jeden artykuł dotyczący obecnej sytuacji, a dokładniej – wyzwań, jakie stawia przed dziennikarzami relacjonowanie przebiegu pandemii. W sąsiedztwie tekstu Michała Chlebowskiego znalazł się tekst Łukasza Warzechy, którego autor tłumaczy, czemu jego zdaniem postulat repolonizacji mediów jest błędny. Z kolei w dziale Varia Sara Smyczek uzasadnia, dlaczego kategoria słuszności stała się argumentem w dyskursie prawniczym.

W dziale SMART znalazły się dwa teksty z dialogiem w tytule. Iwona Kozieja przedstawia teoretyczne modele dialogu (model czterech graczy Davida Kantora czy praktyki dialogu według Billa Isaacs), których zastosowanie usprawniłoby dialog międzypokoleniowy. Z kolei Filip Gołębiowski analizuje – symptomatyczne dla polskiej sceny politycznej – debaty na prezydenta RP: jedna z wyłącznym udziałem Andrzeja Dudy, druga jedynie z obecnością jego oponenta, Rafała Trzaskowskiego (co dla stanu współczesnej demokracji chyba znamienne, podobna sytuacja powtórzyła się właśnie w Stanach Zjednoczonych, gdzie druga część debaty kandydatów na prezydenta odbyła się bez udziału obu kandydatów w jednym miejscu).

Wątek kampanii wyborczej pojawia się także w tekście Nicole Kowalewskiej. Autorka przeprowadza analizę austriackiego rynku medialnego, ilustrując ją przykładem kampanii przed wyborami parlamentarnymi w Austrii i towarzyszącej jej aferze politycznej w tle. W dziale Analizy Dyskursu Medialnego znajdziemy też tekst Pawła Kalisza i Mateusza Dobrowolskiego Czego nie mówią politycy, powie wam big data, który w jednym miejscu zbiera najczęściej padające na Twitterze słowa, używane przez różne frakcje polityczne. Przez pryzmat najnowszych technik informatycznych, językowi używanemu w Internecie przygląda się Bartłomiej Balcerzak, przybliżając narzędzia do wykrywania fake newsów, które w ostatnim czasie zajmują sporo miejsca w cyberprzestrzeni.

Życzymy Wam zdrowia i zachęcamy do lektury!

SOCJOLOGIA
OBYWATELSKA

Bartłomiej Balcerzak

NAJLEPSZE NARZĘDZIE DO ZWALCZANIA FEJKÓW (I DLACZEGO NIE DZIAŁA)

STRESZCZENIE

Artykuł stanowi przybliżenie technik informatycznych wykorzystywanych w procesie rozpoznawania fałszywych wiadomości. Równocześnie wskazuje na społeczne i psychologiczne czynniki wpływające na popularność fake news, oraz wskazuje na społeczne konsekwencje stosowania różnych metod wykrywania Fake News.

Słowa kluczowe: fake news, informatyka społeczna, przetwarzanie języka naturalnego, uczenie maszynowe

WPROWADZENIE

W roku 2020 pojęcie *fake news* jest już dobrze zdomowione w słowniku każdego, kto nawet w najmniejszym stopniu jest zainteresowany tym, jak przebiega debata publiczna, zarówno na poziomie poszczególnych państw, jak i w skali globalnej. Oczywiście, manipulacje, fałszerstwa lub najzwyczajniejsze kłamstwa stanowiły element dyskusji od tysiącleci (do tego nawet stopnia, że złośliwy erudyta mógłby wypełnić kilka stron manuskryptu samymi tylko sławnymi przykładami oszustw ze wszystkich epok), jednakże w dobie Internetu problem fałszywek nabrał nowego znaczenia. Po pierwsze, nastąpiła zmiana ilościowa, treści medialne produkowane są w stopniu nieznanym wcześniej mediom, dotyczą wszystkich aspektów życia. Nic więc dziwnego, że w takim liczonym w Petabajtach

danych strumieniu informacji fałszywki – nawet jako ułamek produkowanych treści – będą stanowiły zbiór manipulacji i kłamstw.

O wiele poważniejszą zmianą jest różnica jakościowa, która objawia się na wielu płaszczyznach. Po pierwsze zmianie uległ sposób w jaki informacja jest produkowana. W czasach przedinternetowych produkcja treści wymagała środków, infrastruktury oraz nakładów czasu i pracy. Gazety, książki, telewizja, media starożytności są scentralizowane, mają swoich wydawców, dziennikarzy, informatorów. W dodatku jeżeli informacja była fałszywa, można było wskazać źródło przekłamania. Nawet w społeczeństwach totalitarnych możliwe było rozpoznanie, czy w wiadomościach nie ma prawdy, a w prawdzie nie ma wiadomości¹. W dobie sieci 2.0 treści tworzyć może każdy (niezależnie od tego, jaką jakość ta treść prezentuje). Co więcej, twórca treści nie musi być nawet człowiekiem, może być botem, który odtwarza zaprogramowane treści². Prowadzi to do sytuacji, w której informacja rozprzestrzenia się w sposób zdecentralizowany, bez wskazanego źródła. Wydawać by się mogło, że w takim środowisku informacja może rozprzestrzeniać się łatwiej, a wszelkie kłamstwa można łatwo weryfikować. Rzeczywistość jednak wskazuje coś zupełnie innego. Łatwo wymienić tutaj sytuacje, w których

10 informacje fałszywe (bądź manipulowane) z łatwością rozprzestrzeniają się w Internecie. Z całego morza teorii spiskowych, łańcuszków maili, szokujących linków wystarczy wspomnieć kilka przykładów z ostatnich miesięcy.

W marcu tego roku, kiedy w Polsce pojawiały się pierwsze przypadki COVID-19, na Messengerze i w innych komunikatorach internetowych zawrzało od „potwierdzonych” informacji od krewnego, kolegi, sąsiadki, zapewniających, że rząd zamierza zamknąć miasta, wprowadzić stan wyjątkowy, wyprowadzać na ulice wojsko. Nie trzeba było długo czekać, by do łańcuszków dołączyły „sprawdzone” informacje o cudownych lekarstwach na koronawirusa albo zapewnienia, że wirusa tak naprawdę nie ma i wszystko to jeden wielki spisek. Spisek, powiadacie? Oczywiście, przecież widzieliśmy wszyscy linki mówiące o tym, że obecna pandemia to efekt stawiania masztów 5G, która to technologia miała służyć do kontroli umysłów, redukcji populacji zgodnie z wolą Billa Gatesa (i jego morderczych szczeplonek).

Teorie spiskowe, które zresztą same w sobie są tematem fascynującym i o wiele głębszym niż tylko foliowe kapelusze i płaska ziemia, dzięki Internetowi przeżywają renesans. Od wielogodzinnych filmów o spiskach Iluminatów (obrazowo

nazywanych w środowiskach polskich fanów tego medium jako filmy „z żółtymi napisami”) po dzisiejsze teorie propagowane przez memy zanurzone w wielu warstwach ironii, teorie spiskowe stanowią trwały element internetowej debaty publicznej.

Jednakże esej swój zacząłem od pojęcia *fake news*, czemu zatem skupiam się teraz na teoriach spiskowych? Nie zamierzam tutaj stawiać znaku równości między tymi dwoma pojęciami. Wszak jedno z nich oznacza określony

typ produkowanej w Internecie treści, takiej, która zgodnie z najpopularniejszymi definicjami jest intencjonalnie fałszywa, wzbudzająca emocje, a zarazem prawdopodobna i trudna do weryfikacji³. Za to drugie pojęcie stanowi pewien całościowy obraz rzeczywistości, w którym kluczowe wydarzenia są rezultatem działalności bytów, których istnienie oraz sposób funkcjonowania są niejawne, za to motywacje są jawnie złe⁴.

Nie zamierzam tu również postulować, że każda teoria spiskowa składa się z samych *fake newsów*. Byłoby skrajną naiwnością twierdzić, że wpływowi ludzie nigdy nie dogadywali się w sekrecie, by osiągnąć swoje cele kosztem innych. To też nie jest tu moim celem.

Chciałbym jedynie wskazać, że obydwie zjawiska łączą się ze sobą i są rezultatem zarówno właściwości używanej przez nas technologii, jak i efektów psychologicznych na które wszyscy jesteśmy podatni. Czy tego chcemy, czy nie, w Internecie od fejków i teorii spiskowych nie uciekniemy. Nie oznacza to jednak, że nie było i nie ma prób aby ich propagację ograniczyć.

Czy tego chcemy, czy nie, w Internecie od fejków i teorii spiskowych nie uciekniemy. Nie oznacza to jednak, że nie było i nie ma prób aby ich propagację ograniczyć.

11

INFORMATYKA W WALCE Z FAKE NEWS - FACT-CHECKING

Oczywiście, pierwszym pomysłem jaki pojawia się, kiedy rozważane są narzędzia zwalczające *fake newsy*, byłoby rozwiązanie najprostsze, czyli sprawdzanie faktów (*fact-checking*). Pomysł jest prosty: tworzymy platformę na której można zgłaszać różne treści, materiały i spotykane w Internecie stwierdzenia. Następnie działający na platformie specjaliści oceniają, czy materiały te są wiarygodne, czy nie.

Obecnie istnieje już kilka takich usług, w kontekście polskim taką platformą jest Demagog⁵ poświęcony przede wszystkim weryfikacji wypowiedzi polityków. Jest on odpowiednikiem amerykańskiej platformy Politifact⁶, która w analogiczny sposób ocenia wypowiedzi polityków w USA. Innym przykładem systemu oceny faktów, zresztą jednym z najstarszych, jest strona Snopes.com, która zawiera oceny prawdziwości teorii spiskowych, legend miejskich oraz innych treści znanych z Internetu bądź innych mediów. Z pozoru takie rozwiązanie brzmi całkowicie sensownie, jednakże wobec *fake newsów* jest niewystarczające. Z kilku powodów.

Pierwszym problemem jest kwestia jakości pracy recenzentów, jak i w ogóle zapewnienie właściwych recenzentów do zadania. W jednych dziedzinach, takich jak medycyna, zadanie to jest relatywnie łatwe. W innych zadanie takie może być jednak o wiele trudniejsze. Dobrym przykładem *fake newsów*, przy których weryfikacja byłaby trudna, mogą być informacje dotyczące jednostkowych zdarzeń. Taką informacją mogą być np. doniesienia o pobiciu dokonany przez grupę uchodźców; informacja o tym, że działacz określonej frakcji politycznej stał się ofiarą ataku albo modne w pierwszych dniach pandemii łańcuszki o zamknięciu miast przez rządy. Nie mamy tutaj eksperta, który rozsądzi, czy opisywane zdarzenie definitywnie miało miejsce. Zresztą, nawet jeśli kłamstwo zostanie wskazane, cel *fake newsa* został osiągnięty – wzmocnił określoną narrację na konkretny temat. A narracje mogą żyć poza faktami.

Innym dobrym przykładem takiej trudności może być analiza przypadku niekoniecznie powiązanego z problemem *fake news* (ale stanowiącego przejaw tego samego szerszego procesu cywilizacyjnego), czyli popularności alternatywnych teorii dziejów, której chyba najbardziej reprezentatywną formą jest teoria starożytnych kosmitów⁷. Popularność tej teorii bierze się nie tylko z faktu, że jest „fajna” (co zresztą jest często pojawiającą się cechą internetowych fejków – są „fajne”, ale o tym jeszcze później), ale również z faktu, że weryfikacja twierdzeń jej zwolenników wymaga specjalistycznej wiedzy. Jeżeli nie znamy języków starożytnego świata lub nie śledzimy stanu wiedzy archeologicznej, nie będziemy w stanie stwierdzić, czy Sumerowie naprawdę nazywali swój kraj „Krajiną Królów o płonących raketach” i założyli religię Zoroastryzmu. Na świecie nie ma zbyt wielu sumerologów, wielu z nich też nie miałoby czasu bądź chęci, by zajmować się ciągłym wyjaśnianiem spraw, które odciągają ich od właściwych badań.

Jak widać, kwestia dostępności właściwych ekspertów może stanowić wyzwanie, ale innym, jeszcze poważniejszym problemem dotyczącym ekspertów w *fact-checkingu* może być właściwe uzasadnienie ich kompetencji. O ile w pewnych dziedzinach łatwo o obiektywność (nauki ścisłe, logika), o tyle w sprawach najbardziej „fejkogennych”, takich jak polityka, ideologia bądź religia trudno o bezstronną ewaluację, gdyż trudno też o bezstronność. Nawet najbardziej życzliwie nastawiony recenzent fejków dotyczących uchodźców, może być podważany jako propagator określonej ideologii bądź politycznej frakcji.

Inną kwestię, która sprawia, że platformy *fact-checkingowe* są niewystarczające w walce z fejkami, można zdefiniować słowami: „reaktywność” i „szybkość”. A właściwie to brakiem tych przymiotów. Bowiem z samej natury faktów wynika, że możemy je sprawdzać dopiero „po fakcie”. Oznacza to, że fejk już się rozpowsechnił i wyrządził szkody, zanim dotarł do recenzentów. Równocześnie, mając przeciw sobie farmy botów, armie opłacanych trolli i automatyczne generatory treści, jakakolwiek platforma opierająca się na pracy ręcznej będzie na straconej pozycji.

WSPOMAGANY FACT-CHECKING

13

Pewną formą poradzenia sobie z ograniczeniami przed jakimi stoją platformy *fact-checkingowe* jest wspomaganie ich za pomocą narzędzi automatycznych. Jednym z kierunków, jaki można podjąć, jest automatyzacja procesu oceny treści poprzez filtrowanie nowych tekstów i porównywanie ich z tekstami już ocenionymi przez ekspertów. Intuicja stojąca za tym rozwiązaniem jest prosta. Zdania o zbliżonej semantyce, takie jak:

- a) Szczepionki powodują raka i
- b) Szczepionki powodują nowotwory, powinny posiadać tę samą wiarygodność.

Brzmi łatwo, jednakże wprowadzenie takiego rozwiązania w życie to już zupełnie inna sprawa.

Pewną formą poradzenia sobie z ograniczeniami przed jakimi stoją platformy *fact-checkingowe* jest wspomaganie ich za pomocą narzędzi automatycznych. Jednym z kierunków, jaki można podjąć, jest automatyzacja procesu oceny treści poprzez filtrowanie nowych tekstów i porównywanie ich z tekstami już ocenionymi przez ekspertów.

W pierwszej kolejności musielibyśmy mieć jakąś przyjętą miarę określającą podobieństwo semantyczne oraz funkcję, która pozwoliłaby na wyliczenie takiego podobieństwa dla dowolnej pary tekstów. Pierwsza taka poważna próba została podjęta w 2012 roku w ramach corocznego wyzwania na konferencji informatycznej SemEval⁸. Zdefiniowano tam skalę podobieństwa semantycznego i przetestowano serię algorytmów – od metod opartych na częstotliwości występowania słów kluczowych, po metody oparte na ręcznie przygotowanych sieciach relacji semantycznych. Obecnie jednak głównym zestawem narzędzi wykorzystywanych w tym (i wielu innych) wyzwaniach są tzw. modele wektorowe. Są to algorytmy oparte o struktury sieci neuronowych, które uczą się znaczenia słów w oparciu o to, w jakim otoczeniu się pojawiają. Rezultatem końcowym działania takiego algorytmu jest reprezentacja każdego słowa za pomocą wektora, czyli położenia w wielowymiarowej przestrzeni. W chwili obecnej głównymi algorytmami wykorzystywanymi przez zespoły badawcze i firmy na świecie są algorytmy BERT, ELMO i RoBERTa. Zwłaszcza ten ostatni jest przydatny w szacowaniu podobieństwa semantycznego, gdyż uczy się kontekstu na poziomie zdania zamiast pojedynczych słów. W ten sposób korzystając z prostych miar odległości można łatwo policzyć semantyczne podobieństwo.

14 Jednakże nie oznacza to, że problem fejków został już rozwiązany. Po pierwsze, taka faktycznie działająca funkcja podobieństwa zachowująca wiarygodność jest dopiero w powijakach. Relacja łącząca zawartość semantyczną oraz wiarygodność danej treści nie jest jeszcze w pełni opisana. Główną przeszkodą na drodze do konstrukcji takiej funkcji jest właściwe zrozumienie pojęcia wiarygodności. Badania (co prawda ograniczone tylko do wybranych tematów medycznych) w ramach nieformalnego zespołu, którego jestem członkiem, prowadzonego pod kierownictwem prof. Adama Wierzbickiego w Polsko-Japońskiej Akademii Technik Komputerowych, skłaniają mnie do przyjęcia, że ważnym komponentem wiarygodności są nie tylko właściwości językowe wypowiedzi, ale też ich zgodność z pewnym kanonem wiedzy. Przy takim rozumieniu tego pojęcia próba mówienia o ocenie podobieństwa wiarygodności dwóch wypowiedzi staje się o wiele trudniejsza. Jednakże, nawet jeżeli taką funkcję podobieństwa (zbudowaną na bazie modeli wektorowych) zaproponować i wdrożyć, to wciąż może ona być podatna na ograniczenia wynikające z właściwości użytych narzędzi.

Otóż, jak już wspomniałem, modele wektorowe wcześniej uczą się znaczenia słów w oparciu o to, w jakim kontekście się pojawiają. Oznacza to, że będą raczej reprezentować sposób użycia danych słów i fraz w kontekstach reprezentatywnych dla tre-

ści na których się uczyły. Badania wskazywały, że może to prowadzić do reprodukcji uprzedzeń (np. seksistowskich) już istniejących w danych społecznościach⁹. Być może zatem taki wspomagany *fakt-checking* nie jest wystarczającym narzędziem do eliminacji problemu fejków. Być może powinniśmy w pełni zautomatyzować ten proces i wykorzystać zdobyte uczenia maszynowego?

AUTOMATYCZNA KLASYFIKACJA

Uczenie maszynowe zakłada, że program w oparciu o przygotowany uprzednio algorytm uczenia maszynowego oraz dostępne dane treningowe będzie w stanie sam nauczyć się, jak wykonywać zadanie, które przed nim stawiamy. Uczenie maszynowe, w odróżnieniu od sztywnego pisania instrukcji dla programu, ma ogromną przewagę w sytuacjach kiedy zadanie jest zmienne, i w zależności od kontekstu może wymagać innych działań.

Obecnie dominującą formą uczenia maszynowego są sztuczne sieci neuronowe – algorytmy, które w swojej strukturze wzorowane są na tkankach nerwowych obecnych w przyrodzie. Od czasu ich pierwszego wprowadzenia rozwi-

nęło się wiele typów takich sieci dostosowanych do różnych typów zadań. Nic zatem nie stoi na przeszkodzie, żeby jedną z nich wykorzystać, aby nauczyła się rozpoznawać fejki. Takie rozwiązania już się faktycznie testuje, głównie z wykorzystaniem tzw. rekurencyjnych sieci neuronowych albo sieci LSTM¹⁰.

Takie sieci prawidłowo zastosowane powinny dawać wymierne efekty i na ogół w laboratoriach takie wyniki dają.

Jednakże kiedy te algorytmy mają już być zastosowane w kontekście mediów społecznościowych, ich skuteczność spada. Sieci LSTM są bardzo elastyczne i potrafią dopasować się do nowych danych, tym niemniej głównym problemem

Obecnie dominującą formą uczenia maszynowego są sztuczne sieci neuronowe – algorytmy, które w swojej strukturze wzorowane są na tkankach nerwowych obecnych w przyrodzie.

Nic zatem nie stoi na przeszkodzie, żeby jedną z nich wykorzystać, aby nauczyła się rozpoznawać fejki. Takie rozwiązania już się faktycznie testuje, głównie z wykorzystaniem tzw. rekurencyjnych sieci neuronowych albo sieci LSTM.

nie jest sama struktura sieci, co zadanie jakie mają wykonać. O części ograniczeń wspomniałem już w poprzednich akapitach (zależność od zbioru treningowego, istotność tego, kto zbiór treningowy przygotowuje – tym samym decydując, co jest wiarygodne, a co nie), jednakże od strony ludzkiej, głównym problemem na który należy zwrócić uwagę przy użyciu uczenia maszynowego jest sytuacja kiedy model daje dobre wyniki i w laboratorium, i w praktyce. Jeżeli do czegoś takiego dochodzi, administrator modelu powinien dbać o to, by monitorować to, jak model się myli oraz czy z czasem nie pojawiają się systematyczne błędy.

PODSUMOWANIE

W tym krótkim esejku próbowałem przedstawić główne strategie walki ze zjawiskiem *fake news* wykorzystywane przez badaczy z dziedziny informatyki. Większość czytelników pewnie dosyć szybko zauważy, że byłem dosyć krytyczny wobec każdej z nich, tym samym dając podstawę do stwierdzenia, że nie uważam, by takie narzędzia mogłyby kiedykolwiek być zastosowane w praktyce.

16 Nie jest to w pełni prawdą. Moje krytyczne podejście do tych technologii wynika nie z faktu, że są zbyt proste albo przeciwnie – zbyt złożone obliczeniowo. Starałem się tylko wskazać ograniczenia, w jakich te technologie obecnie funkcjonują oraz przybliżyć czytelnikom jakie systemowe rozwiązania są proponowane przez specjalistów. Jednakże te ograniczenia są tylko kwestiami technologicznymi. O wiele poważniejszym problemem w kontekście *fake news* nie jest to, jak wykrywamy fejki, ale to, kto decyduje o tym, co fejkem jest.

Każde społeczeństwo, nawet to najbardziej racjonalne i modernistyczne ma swoje mity. I nie ma w tym nic złego, bo jak twierdził Durkheim bądź Eliade – w mitach i dogmatach społeczeństwo odtwarza wyobrażenie o sobie samym, idealnym. Jednym z takich mitów naszego świata jest wiara w maszynę. Nie jest to oczywiście przeświadczenie wyrażane świadomie, raczej obecne jako założenie, że narzędzie zautomatyzowane jest lepsze, szybsze, tańsze i, co najważniejsze, wolne od ludzkich błędów i wad. Idealny system do wykrywania fejków wpisuje się w taki mit – niezależna od naszych upodobań i sympatii maszyna, która wskaże nam, co jest wiarygodne, a co nie. Fakt, że to, co wiarygodne, będzie zgodne z tym, co już za prawdę uznaliśmy, będzie tylko statystyczną anomalią.

Wskazanie ograniczeń oraz roli czynnika ludzkiego w technologiach limitujących propagację fejków było głównym celem tego krótkiego eseju. To prawda: *fake newsy* są szkodliwe, rozbijają spójność społeczną, są narzędziem do najbardziej prymitywnej gry politycznej w rękach cyników, którym nie przeszkodzi krew na rękach, bo przecież oni to „ci dobrzy” (albo po prostu chcą władzy). W końcu też *fake newsy* niszczą naszą zdolność odbioru rzeczywistości, gdyż jeszcze bardziej zamykają nas w bańce tego, co chcemy by prawdą było.

Jednakże nie oznacza to, że każde działanie w nie wymierzone będzie automatycznie korzystne bądź służące prawdzie. Platformy *fact-checkingowe* mogą równie dobrze zaznaczać jako fejki treści, które szkalują wybrany autorytet, algorytmy uczenia maszynowego wytrenują się rozpoznawać fałszywki na temat tylko wybranej mniejszości (gdyż tylko ta jedna mniejszość jest ofiarą QED); w końcu możemy połączyć wszystkie te narzędzia, by nikt już nigdy nie podważał naszej przewodniej roli w państwie...

Koniec końców, najważniejsza w zwalczaniu fejków jest nasza własna postawa jako odbiorców mediów. Wspomniałem na samym początku, kiedy powoływałem się na podobieństwa między teoriami spiskowymi a internetowymi fałszywkami, że jednym ze źródeł popularności takiej formy narracji oraz organizacji wiedzy jest fakt, że są one „fajne”. Wtedy nie rozwinąłem, co za tym pojęciem miałyby się kryć.

Poprzez użycie słowa „fajne” miałem na myśli fakt, że tego typu treści wpisują się w pewną wizję świata, którą już mamy. Nie musimy w pełni się z nią zgadzać, nie musimy akceptować jej w sposób świadomy, ale odpowiada ona temu, czego oczekujemy. Oczywiście pierwszym skojarzeniem będą fałszywki, które potwierdzają nasze poglądy – tutaj mechanizm jest zrozumiały jako element efektu potwierdzenia (*confirmatio bias*). Jednakże nie wyczerpuje to możliwości psychologicznego wpływu *fake news* na odbiorców. Mniej oczywistym i przez to bardziej niebezpiecznym ich przykładem będą fałszywki, które mają wywołać w odbiorcy strach, wzmóc poczucie zagrożenia. Oznacza to, że łańcuszek o zbrodni dokonanej przez migrantów na niewinnej kobiecie przejdzie bez problemu przez nasz filtr sceptycyzmu, gdyż narracja „kobiet-ofiar i obcych-oprawców” jest w nas zakodowana jako „prawdopodobne” i wpisuje się w realne zagrożenie. Kiedy odczytamy nagłówek o petycji karzącej więzieniem za obchodzenie święta Halloween, nie sięgamy głębiej by sprawdzić prawdziwość takiej informacji, wszak to „prawdopodobne”, że taka petycja się pojawi.

Dopóki będziemy czytać wyłącznie nagłówki, czytać tylko to, z czym już się zgadzamy, uważać, że posiadamy monopol na prawdę i dawać naszym emocjom pierwszeństwo w reakcji, *fake news* będą miały po swojej stronie najsilniejszy z argumentów – opłacalność wynikającą z kolejnych kliknięć, wyświetleń i reakcji.

Dopóki będziemy czytać wyłącznie nagłówki, czytać tylko to, z czym już się zgadzamy, uważać, że posiadamy monopol na prawdę (w odróżnieniu od tych oczadziących, zmanipulowanych „innych”) i dawać naszym emocjom pierwszeństwo w reakcji, *fake news* będą miały po swojej stronie najsilniejszy z argumentów – opłacalność wynikającą z kolejnych kliknięć, wyświetleń i reakcji.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Pennycook G., Bear A., Collins E. T., Rand D. G. (2020). *The implied truth effect: Attaching warnings to a subset of fake news headlines increases perceived accuracy of headlines without warnings*. Management Science.
- [2] Zou J. & Schiebinger L. (2018). *AI can be sexist and racist—it's time to make it fair*.
- [3] Bolukbasi T., Chang K. W., Zou J. Y., Saligrama V., Kalai A. T. (2016). *Man is to computer programmer as woman is to homemaker? Debiasing word embeddings*. In *Advances in neural information processing systems* (pp. 4349-4357).
- [4] Shu K., Sliva A., Wang S., Tang J., Liu H. (2017). *Fake news detection on social media: A data mining perspective*. ACM SIGKDD explorations newsletter” 19(1), 22-36.
- [5] Ruchansky N., Seo S., Liu Y. (2017, November). *Csi: A hybrid deep model for fake news detection*. In *Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management* (pp. 797-806).

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] W ZSRR funkcjonowała gra słowna nawiązująca do największych sowieckich gazet: „Prawdy” i „Izwestii” (ros. „Wiadomości”) - W „Pravdie” niet izvestii a w „Izvestiach” niet pravdy.
- [2] Czasami bot może być nieodróżnialny od sztamponowo piszącego stażysty.
- [3] Tandoc Jr, Edson C., Zheng Wei Lim, and Richard Ling. *Defining “fake news” A typology of scholarly definitions*, “Digital journalism” 6.2 (2018): 137-153.
- [4] Uscinski J.E., Klofstad C., Atkinson M.D. (2016) *What drives conspiratorial beliefs? The role of informational cues and predispositions*. Polit Res Q 69: 57–71.
- [5] <https://demagog.org.pl/>
- [6] <https://www.politifact.com/>
- [7] Teoria starożytnych kosmitów jest alternatywną teorią dziejów powstałą w latach 70. i bazującą przede wszystkim na książkach Ericha von Danikena oraz Zacharia Stichina. Teoria starożytnych kosmitów postuluje, że w czasach starożytnych rasa (bądź rasy) inteligentnych istot pozaziemskich wylądowały na Ziemi i przyczyniły się do narodzin licznych starożytnych cywilizacji takich jak Sumer lub Egipt. Obecnie głównymi źródłami propagacji tej teorii jest Internet oraz emitowany na History Channel program „Ancient Aliens”.
- [8] <https://www.cs.york.ac.uk/semEval-2012/index.html>
- [9] Bolukbasi T., Chang K. W., Zou J. Y., Saligrama V., Kalai A. T. (2016). *Man is to computer programmer as woman is to homemaker? Debiasing word embeddings*. In *Advances in neural information processing systems* (pp. 4349-4357).
- [10] Ruchansky N., Seo S., Liu Y. (2017, November). *Csi: A hybrid deep model for fake news detection*. In *Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management* (pp. 797-806).

BEST TOOLS FOR DETECTING FAKE NEWS (AND WHY THEY DO NOT WORK)

ENGLISH SUMMARY

The article provides a review of various technologies used in detecting fake news online. It also provides discussion of sociological and psychological factors which influence the popularity of fake news. Finally a discussion of political consequences of the use of said technologies is provided.

Keywords: fake news, computational social science, natural language processing, machine learning

Bartłomiej Balcerzak

Polsko-Japońska Akademia Technik Komputerowych



nr ORCID 0000-0003-0881-5362

Absolwent socjologii na IS UW oraz Informatyki Społecznej w Polsko-Japońskiej Akademii Technik Komputerowych, gdzie również prowadzi zajęcia dydaktyczne z zastosowania analiz statystycznych, uczenia maszynowego oraz Big Data. Współpracuje również z SWPS. Członek zespołu badawczego skupionego na analizie wiarygodności treści medycznych w Internecie, oraz kolektywu naukowego BiTech.

Łukasz Warzecha

POLITYCZNY PROJEKT REPOLONIZACJI I DEKONCENTRACJI – PRZYCZYNY, WĄTPLIWOŚCI I KONSEKWENCJE

STRESZCZENIE

Media w Polsce powinny być polską własnością – uważa partia rządząca. Uzasadnienie planu repolonizacji/dekoncentracji mediów kończy się jednak zawsze na ogólnikach. Analiza nie potwierdza istnienia żadnych systemowych zależności między linią medium a jego polską lub niepolską własnością, zaś przeprowadzenie repolonizacji/dekoncentracji mogłoby mieć poważne negatywne konsekwencje dla wolności słowa.

Słowa kluczowe: repolonizacja, dekoncentracja, media, własność, wolność
słowa

Po wyborach prezydenckich powrócił temat dekoncentracji mediów, a właściwie ich „repolonizacji”, przewijający się podczas poprzedniej kadencji Sejmu właściwie od jej początku. Sprawa nie pojawiła się jednak po raz pierwszy po wyborach w 2015 r. Już w 2012 r. Jarosław Kaczyński zapowiadał takie działania. Na spotkaniu w Zielonej Górze w grudniu tamtego roku oznajmił: „Musi być tak, że polskie media są polskie. Mogą być lewicowe, mogą być prawicowe. Mogą nas lubić, mogą nas bardzo nie lubić, ale są polskie”¹. Na tym samym spotkaniu zapowiadał również repolonizację banków. Ten ostatni zamiar częściowo zrealizowała jeszcze Platforma Obywatelska, natomiast repolonizacja mediów pozostaje nadal w planach i jest jednym z budzących największe emocje tematów.

W tym tekście pokażę, jak zmieniała się opowieść polityków PiS o repolonizacji mediów, dlaczego taka operacja nie byłaby możliwa w postaci, jaką proponuje PiS, jak wygląda sytuacja w krajach przywoływanych jako przykłady zamknięcia własnych rynków medialnych na obcy kapitał, a także, jak obóz rządzący może chcieć swoje plany jednak zrealizować.

W 2012 r. prezes PiS używał określenia „repolonizacja”, które jest o tyle mylące, że sugeruje, iż media, o których mowa, były najpierw polskie, potem zostały w całości kupione przez zagraniczne podmioty, teraz zaś miałyby być znów polskie. Może to w najlepszym wypadku odnosić się do niektórych gazet lokalnych, ale z pewnością nie do tych mediów, które najczęściej mają na myśli politycy PiS (a także wyborcy tej partii), czyli przede wszystkim do tych z grupy Ringier-Axel Springer (wydawca przede wszystkim dziennika „Fakt” oraz właściciel portalu Onet.pl). Owszem, występując w roku 2012, Kaczyński mógł myśleć o portalu Onet, którego przejęcie grupa RASP ogłosiła w czerwcu tamtego roku, trzeba też jednak przypomnieć, że media będące własnością niemiecko-szwajcarskiego koncernu w owym okresie nie były przez polityków PiS kojarzone z wrogością wobec własnej formacji. Ten ton w wypowiedziach polityków obozu władzy pojawił się dopiero po 2015 r. Zaś cel repolonizacji jest w deklaracjach polityków obozu rządzącego skorelowany ze stanowiskiem danego podmiotu medialnego wobec władzy (o czym będzie mowa w dalszej części tekstu).

Kiedy po raz pierwszy politycy PiS wspominali o temacie po wyborach w roku 2015, używali właśnie terminu „repolonizacja”. Temat żył intensywnie w roku 2016, gdy z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, mającego odpowiadać za przygotowanie projektu ustawy, płynęły informacje, że regulacja jest w zasadzie gotowa i czeka jedynie na decyzję polityczną. W grudniu 2016 r. na sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu występował wiceminister Jarosław Sellin, przekonując, że kapitał ma narodowość, a kapitał medialny w szczególności². Wówczas jednak zaczęło się już pojawiać bardziej neutralne określenie „dekonzcentracja”³, sugerujące, że nie chodzi o „odzyskiwanie” mediów, ale o zapobieganie ich nadmiernemu skupieniu w jednym ręku. Z punktu widzenia oczekiwań elektoratu PiS nie było jednak różnicy. Od początku przekaz, czyli to, co nazywa się dzisiaj „narracją”, był jasny: „trzeba zrobić porządek z »niemieckimi« mediami”. Ten przekaz zgrywał się z powracającą regularnie w wypowiedziach polityków PiS antyniemiecką retoryką.

W kolejnych latach pytani o repolonizację/dekoncentrację przedstawiciele obozu władzy, w tym ci z MKiDN, powtarzali to samo: pomysły i regulacje są właściwie gotowe, natomiast nie ma decyzji politycznej⁴. Przed wyborami 2020 r. o repolonizacji/dekoncentracji właściwie się nie mówiło. Za to po zwycięstwie Andrzeja Dudy temat wrócił z przytupem w wywiadzie Jarosława Kaczyńskiego dla radiowej Jedynki⁵. Prezes PiS zapowiedział w nim, że repolonizacja miałaby nastąpić szybciej niż do końca obecnej kadencji Sejmu. Nie mówił przy tym o szczegółowych rozwiązaniach.

Spróbujemy odtworzyć na podstawie wypowiedzi polityków obozu rządzącego argumenty, mające przemawiać za realizacją planu repolonizacji/dekoncentracji.

Po pierwsze – „kapitał ma narodowość”, co w tym przypadku ma oznaczać, że zagraniczni właściciele mediów funkcjonujących w Polsce wpływają na ich linię, dobór informacji, sposób relacjonowania wydarzeń w sposób sprzeczny z polskim interesem, a zbieżny z interesem krajów pochodzenia kapitału.

Po drugie – kraje Europy Zachodniej mają mieć, zdaniem polityków PiS, podobne rozwiązania, chroniące ich rynki medialne przed inwazją zagranicznych podmiotów.

Po trzecie – nadmierne skupienie mediów jest szkodliwe dla pluralizmu opinii.

25

Przy czym akurat ten ostatni argument wydaje się mieć najmniejszą wagę i jest najrzadziej przytaczany.

Żaden z tych argumentów nie wytrzymuje krytycznej analizy. Co więcej, można mieć uzasadnione podejrzenie, że w rzeczywistości nie chodzi wcale o uzdrowienie sytuacji na polskim rynku medialnym – o ile w ogóle uznajemy, że w tym akurat aspekcie wymaga ona jakiegokolwiek kuracji – ale o uderzenie w media krytyczne wobec rządzących.

Żaden z argumentów za repolonizacją nie wytrzymuje krytycznej analizy. Można mieć podejrzenie, że w rzeczywistości nie chodzi wcale o uzdrowienie sytuacji, ale o uderzenie w media krytyczne wobec rządzących.

Przeprowadzenie w Polsce dekoncentracji istniejących już mediów byłoby ogromnym wstrząsem dla obecnego ładu medialnego. Niezależnie od tego, jakie możemy mieć zastrzeżenia do sposobu jego kształtowania się czy obecnego układu, jest on w tej chwili porządkiem zastanym. Że zaś mówimy o sferze bardzo

drażliwej, bo dotyczącej wolności mediów i wolności słowa, państwo powinno tu postępować w sposób szczególnie ostrożny, zaś zwolennicy głębokiej przebudowy obecnego porządku powinni przedstawić wyczerpującą i szczegółową analizę,

Jeśli zwolennicy dekoncentracji twierdzą, że zagraniczna własność mediów oznacza wpływ właścicieli na ich linię redakcyjną oraz że ta linia jest z tego właśnie powodu sprzeczna z interesem polskiego państwa, powinni istnienia takich zależności dowieść.

dowodzącą potrzeby dokonania zmian i uzasadniającą zarzuty stawiane obecnemu układowi.

Jeśli zwolennicy dekoncentracji twierdzą, że zagraniczna własność mediów oznacza wpływ właścicieli tychże na ich linię redakcyjną oraz że ta linia jest z tego właśnie powodu sprzeczna z interesem polskiego

państwa – co jest zarzutem niezmiernie poważnym, bo właściwie zahaczającym o oskarżenie o zdradę, dotyczące również polskich dziennikarzy, w tych mediach pracujących – powinni istnienia takich zależności dowieść. Skoro – jak twierdzą – ta korelacja jest tak czytelna i oczywista, nie powinno być problemu ze stworzeniem odpowiedniej analizy. Gdyby były do tego podstawy, skonstruowanie takiego opracowania nie przekraczałoby możliwości przeciętnej organizacji pozarządowej, a coś dopiero rządu, dysponującego własnym zapleczem eksperckim. Należałoby zatem wykazać na konkretnych przykładach, w jaki sposób zagraniczny właściciel mediów wpływa na ich linię, ale także, że jest to wpływ sprzeczny z interesem polskiego państwa. Liczba przykładów oraz ich zróżnicowanie, gdy idzie o różne media będące zagraniczną własnością, musiałyby być zarazem wystarczająco duże, aby można było z nich wyciągnąć wniosek o istnieniu systemowej i stałej zależności.

Najpierw jednak trzeba by w sposób przekonujący i możliwy do zaakceptowania dla przynajmniej większości zainteresowanych zdefiniować działanie wbrew polskiemu interesowi. Taka definicja nigdy jednak nie pojawiła się w wypowiedziach polityków obozu władzy. Oskarżenia zatrzymują się na poziomie ogólnikowej retoryki. Można z nich natomiast wywnioskować, że działanie wbrew polskiemu interesowi jest po prostu utożsamiane z krytyką obecnej władzy. Nie trzeba chyba uzasadniać, dlaczego tego typu rozumowanie jest nie tylko niedopuszczalne, ale wręcz niebezpieczne dla wolności mediów i wolności słowa.

Pojawiają się również wypowiedzi przedstawicieli obozu władzy, które nie pozostawiają wątpliwości, jaka jest faktyczna motywacja ewentualnej repolonizacji. Oto w rozmowie z tygodnikiem „Sieci” prezes TVP Jacek Kurski wprost stwierdza, że bez repolonizacji „nie da się powtórzyć roku 2019 czy 2020”⁶. Przy okazji Kurski powołuje się na Francję, co jest odniesieniem fałszywym (więcej o tym w dalszej części tekstu).

W tym punkcie pojawia się zresztą zasadnicza luka w argumentacji zwolenników dekoncentracji, ponieważ przyjmując takie właśnie kryterium sprzeczności z polskim interesem, zarazem pomijają w wygodny dla siebie sposób media, które są nie mniej krytyczne wobec obecnej władzy, a nie są zagraniczną własnością, takie jak „Gazeta Wyborcza” czy „Polityka”. Już samo to zaprzecza istnieniu jakiegokolwiek systemowej korelacji. Przyjmując zaś luźno zarysowane przez polityków obozu władzy kryteria działania „przeciw polskiemu interesowi”, trzeba by przyjąć, że jednym z najlepiej odpowiadających im mediów są te należące do Agory, której największym pojedynczym właścicielem jest OFE PZU Złota Jesień, dalej Agora Holdings, a dopiero na trzecim miejscu, i to ledwie od 2016 r., jest MDIF Media Holdings, związany finansowo z Georgem Sorosem⁷.

Tezy o realizacji „antypolskich interesów” nie potwierdza również historia własności wielu polskich (czyli funkcjonujących w Polsce i zatrudniających polskich dziennikarzy) mediów. Na przykład dziennik „Rzeczpospolita” był kolejno współwłasnością norweską, brytyjską i polską. Największą krytykę ze strony obecnej władzy ściągnął na siebie, gdy stał się własnością polskiego przedsiębiorcy.

Najmocniej krytykowany dziś przez rządzących „Fakt” – w którym pracowałem przez pierwszą dekadę jego istnienia – zaczął ukazywać się w roku 2003, gdy w Polsce rządziła lewica. Politycy PiS upatrywali wówczas gwarancji niezależności pisma w tym, że było własnością niemiecką, a więc w dużej mierze pozostawało niezależne od lokalnego układu politycznego. „Fakt” był zresztą chętnie wykorzystywany przez nich jako trybuna do głoszenia swoich poglądów. W jego redakcji odbyło się kilka debat pomiędzy przedstawicielami PO i PiS. Ich gośćmi byli i Lech, i Jarosław Kaczyńscy. Żaden z nich nie miał wówczas zastrzeżeń dotyczących właściciela.

Co więcej, „Fakt” będący niemiecką własnością (dopiero od 2010 r. szwajcarsko-niemiecką, po stworzeniu grupy Ringier Axel Springer) był w dziedzinie kształtowania poglądów odbiorców poważną konkurencją dla dotąd niezagrożonej

„Gazety Wyborczej”, szczególnie od momentu, gdy zaczęły się w nim ukazywać obszernie teksty publicystyczne. Z tego też powodu był w pierwszych latach istnienia wyjątkowo ostro atakowany przez gazetę wydawaną przez Agorę. W tamtym okresie próżno szukać wypowiedzi polityków PiS, którzy zgłaszałiby zastrzeżenia do „niemieckiej własności”. I to mimo że „Fakt” w sprawach o zasadniczym znaczeniu od początku przyjmował linię redakcyjną niekoniecznie zbieżną ze strategią PiS. Jako redakcja opowiadał się na przykład, długo przed 2015 r., za przyjęciem euro, co nie przeszkadzało mi – jako komentatorowi gazety – zgłaszać na jej łamach votum separatum w tej sprawie.

Jeśli prześledzić sposób, w jaki „Fakt” odnosił się do poszczególnych sił sprawujących władzę, znajdziemy tylko jedną prawidłowość: rządzący w danym momencie byli zawsze obiektem krytyki dziennika i przyglądano im się szczególnie uważnie. Dotyczyło to i rządów SLD, i Platformy Obywatelskiej, i od 2015 r. – PiS. To jednak dopiero politycy tej ostatniej partii uznali, że przyczyny tego leżą w strukturze własności wydawnictwa.

W wielu dyskusjach i polemikach, jako dowód na istnienie szkodliwego wpływu wydawcy „Faktu” na jego linię redakcyjną, zwolennicy repolonizacji/dekoncentracji przytaczają głośny list prezesa RASP Marka Dekana do pracowników redakcji, napisany po nieskutecznej próbie storpedowania przez polski rząd przedłużenia kadencji Donaldowi Tuskowi na stanowisku przewodniczącego Rady Europejskiej. W cytowanych przez „Wiadomości” TVP fragmentach listu Dekan pisał:

Ideologia i prymitywne manipulacje przegrały z wartościami i rozsądkiem. [...] Wyłącznym zwycięzcą nie jest jednak Donald Tusk, tak jak Kaczyński nie jest jedynym przegranym. Razem z Tuskiem wygrali Polacy – wszyscy ci, którzy są dumni z przynależności do Unii Europejskiej. [...] Obok Jarosława Kaczyńskiego znalazła się dobra reputacja Polski jako rzetelnego partnera w UE. [...] Większość naszych czytelników i użytkowników należy do tej miazdzącej większości, która popiera członkostwo Polski w UE. Podpowiedzmy im, co zrobić, żeby pozostać na pasie szybkiego ruchu i nie skończyć na parkingu⁸.

Jest to jedyny pokazywany przez zwolenników repolonizacji/dekoncentracji konkretny, nieumieszczany jednak nigdy w kontekście. Słowa Dekana zostały bowiem zawarte w cotygodniowym korporacyjnym mejlu rozsyłanym do pracowników koncernu. Z własnego doświadczenia i czasu pracy w „Fakcie” wiem, że ta

korporacyjna korespondencja nie miała dla pracy redakcji żadnego znaczenia, a większość pracowników bez czytania wyrzucała ją do kosza. Zresztą jeden przypadek nie jest dowodem na istnienie jakiegokolwiek systemowej zależności.

Wielokrotnie pisząc krytycznie o pomysle repolonizacji/dekoncentracji mediów, doczekałem się replik publicystów, będących zwolennikami tejże. M.in. na portalu Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich polemizował ze mną Jerzy Kłosiński z „Tygodnika Solidarność”⁹. Co zabawne, Kłosiński przywołał przykład próby zablokowania we Francji kupna akcji Le Monde Group (poprzez nabycie akcji jednego z akcjonariuszy) przez czeskiego miliardera Daniela Křetínský’ego. Tyle że Křetínský akcje po prostu kupił i nikt nie mógł tej transakcji zablokować; nastąpiły natomiast uzgodnienia wewnątrz firmy dotyczące niezależności dziennikarskiej i zgody mniejszościowych udziałowców na ewentualne kolejne transakcje.

Z kolei na portalu wPolityce wypowiadał się Piotr Cywiński¹⁰. Jednak nigdy żaden z moich polemistów nie był w stanie przedstawić żadnego dowodu na systemowe powiązanie kwestii właścicielskich z linią medium, a tym bardziej na to, że wynika z tego linia niezgodna z polskim interesem.

Druga kwestia to rzekome istnienie w krajach Europy Zachodniej regulacji ograniczających dostęp zagranicznego kapitału do mediów. Jest to zasadniczo nieprawda.

29

Przed wszystkim nie jest możliwe w kraju członkowskim UE ograniczenie dostępu do rynku kapitału z wewnątrz Unii Europejskiej, łamałoby to bowiem jedną z czterech podstawowych wolności UE: wolność przepływu kapitału. Owszem, taka możliwość by istniała, gdyby media zostały uznane formalnie za strategiczną gałąź gospodarki, na takiej samej zasadzie, jak na przykład infrastruktura kolejowa. To jednak niosłoby z sobą trudne wręcz

Nie jest możliwe w kraju członkowskim UE ograniczenie dostępu do rynku kapitału z wewnątrz Unii Europejskiej, łamałoby to bowiem jedną z czterech podstawowych wolności UE: wolność przepływu kapitału.

do ogarnięcia konsekwencje, a w dodatku dawało rządowi niebezpiecznie daleko idące możliwości ingerencji w rynek. Możliwe jest również ograniczenie wpływu zaangażowania kapitału spoza UE. Nawet jednak tutaj regulacje ma zaledwie pięć państw w UE (Hiszpania, Francja, Austria, Cypr i – co ciekawe – właśnie Polska,

w sektorze audiowizualnym¹¹⁾ niemniej nie ma wśród nich przywoływanych zawsze przez zwolenników repolonizacji Niemiec.

Najdalej idące limity istnieją we Francji. System ograniczeń dekoncentracyjnych jest tam bardzo skomplikowany i wynika nie tylko ze zmian odpowiednich ustaw, lecz również z kolejnych decyzji francuskiego sądu konstytucyjnego, podejmowanych na przestrzeni ponad 30 ostatnich lat. Generalnie jednak ograniczenia dotyczą kapitału spoza UE¹²⁾. Do 20 proc. ograniczono tam udziały podmiotów spoza UE u wydawców prasy (i do takiej samej wysokości prawo głosu), co jednak nie dotyczy mediów wydawanych w innym języku niż francuski. Limit nie obowiązuje także w przypadku, gdy nie mamy do czynienia z nabyciem udziałów, ale z założeniem firmy od zera we Francji. Ponadto w ramach ograniczeń dekoncentracyjnych pojedyncza firma nie może kontrolować więcej niż 30 proc. sprzedaży gazet o zasięgu krajowym, przy czym to dotyczy podmiotów niezależnie od ich własności. Natomiast 51 proc. francuskich mediów drukowanych i internetowych jest własnością dużych korporacji finansowych i ubezpieczeniowych, których struktura własnościowa jest na tyle nieprzejrzysta, że tak naprawdę bardzo trudno dociec, kto je kontroluje.

30 Przypadek niemiecki jest o tyle ciekawy, że sam wspomniany koncern RASP zaprzecza narracji o ochronie niemieckiego rynku mediów przed obcymi wpływami, jest bowiem po połowie własnością niemiecką i szwajcarską. Szwajcaria, przypomnijmy, nie tylko nie należy do UE, ale nawet pozostaje poza Europejskim Obszarem Gospodarczym.

Z kolei posiadający połowę udziałów w Ringier Axel Springer AG koncern Axel Springer SE jest w tej chwili w ponad 47 proc. (największy udziałowiec) własnością amerykańskiego funduszu inwestycyjnego KKR¹³⁾. Transakcja objęcia początkowo niespełna 43 proc. akcji koncernu przez fundusz KKR miała miejsce w 2019 r. Co więcej, prezes i główny założyciel KKR Henry Kravis jest zwolennikiem Republikanów i jednym z największych prywatnych donatorów kampanii Donalda Trumpa (wyłożył milion dolarów na uroczystość zaprzysiężenia prezydenta USA¹⁴⁾). A przypomnieć trzeba, że relacje polityczne pomiędzy Berlinem a Waszyngtonem za prezydentury Donalda Trumpa należą do trudnych.

Oczywiście w Niemczech zdecydowana większość mediów jest w niemieckich rękach, ale nie wynika to z ochrony ustawowej, lecz przede wszystkim z siły niemieckiego kapitału, który tak wyglądające media kształtował przez dziesięciolecia.

Do tego dochodzą innego rodzaju regulacje, utrudniające wchodzenie na ten rynek nowych podmiotów medialnych, na przykład związane z dystrybucją prasy, ale – uwaga – mowa tu o wchodzeniu nowych podmiotów, a nie o nabywaniu udziałów w już istniejących, jak to się stało w przypadku koncernu Axel Springer.

Jedynym dającym się obronić argumentem za jakąś koncepcją dekoncentracji jest trzeci z przytaczanych. Można się faktycznie zastanawiać, czy choćby skupienie ogromnej liczby gazet regionalnych w rękach koncernu Polska Press (własność Verlagsgruppe Passau) jest dobrym stanem rzeczy. Nie dlatego, że jest to koncern niemiecki, ale po prostu z powodu braku różnorodności prasy lokalnej. Tak się jednak składa, że w tej kwestii dyskusja jest najsłabsza. Zawsze też trzeba postawić pytanie o alternatywę. Czy dekoncentracja w tym sektorze faktycznie oznaczałaby pozytywną zmianę, czy może raczej zamknięcie lokalnych gazet albo wykupienie ich części przez samorządy, które zrobiłyby z nich swoje słupy ogłoszeniowe?

Gdyby jakaś forma dekoncentracji miała zostać przeprowadzona, jak mogłaby wyglądać, skoro z prawnego punktu widzenia nie jest możliwa realizacja celu prezentowanego populistycznie jako „zrobienie porządku z niemieckimi mediami w Polsce”? Metody są dwie. Pierwsza, bardziej przejrzysta, to stworzenie reguł dekoncentracyjnych, które musiałyby w takim samym stopniu objąć wszystkie podmioty, niezależnie od tego, czy są własnością polską, czy nie. Tak samo zatem dotyczyłyby RASP Polska, Discovery Polska (właściciela TVN), jak i Fratrii (wydawcy „Sieci” i właściciela telewizji wPolsce), Agory czy Polsatu.

31

W konsekwencji, jakaś część mediów zostałaby prawdopodobnie wystawiona na sprzedaż. Teoretycznie mogłyby je nabyć również zagraniczne koncerny, jednak w praktyce, wzięwszy pod uwagę, jak ryzykowną i mało dochodową dziedziną są zwłaszcza media drukowane, skutek byłby dwojaki: albo media te zo-

stałyby po prostu wygaszone, albo zostałyby kupione przez spółki skarbu państwa, będące pod politycznym nadzorem. To zaś oznaczałoby poddanie ich po prostu politycznej kontroli. Możliwy jest również scenariusz, w którym nabywcami by-

Możliwy jest również scenariusz, w którym nabywcami zbywanych mediów byłyby firmy przychylne władzy, dysponujące udzielanymi z powodów politycznych kredytami z banków, w których państwo ma decydujące udziały (realizacja wariantu węgierskiego).

łyby firmy przychylne władzy, dysponujące udzielanymi z powodów politycznych kredytami z banków, w których państwo ma decydujące udziały (byłaby to realizacja wariantu węgierskiego). W każdym przypadku mielibyśmy do czynienia ze zmniejszeniem poziomu wolności słowa i zagrożeniem dla wolności mediów.

Jeżeli zaś z jakichś przyczyn dekoncentracja miałaby się okazać niemożliwa do przeprowadzenia, wciąż pozostaje metoda „miękką”, polegająca na manipulowaniu ogromną pulą pieniędzy, jakimi dysponują w swoich budżetach reklamowych spółki skarbu państwa. Już dzisiaj niektórzy ostrzegają, że faktycznie mamy tutaj do czynienia z czymś w rodzaju systemowej korupcji mediów przez SSP. Te powielające narrację przychylną władzy otrzymują odpowiednio duże pieniądze, co z jednej strony daje im przewagę nad mediami krytycznymi lub po prostu niezależnymi, z drugiej – coraz bardziej uzależnia od rządowego kurka z pieniędzmi, szczególnie w wyjątkowo dla mediów trudnych czasach. Sam Orlen w I półroczu 2019 r. wydał na reklamę ponad 75 mln zł¹⁵, a po przewidywanym połączeniu z Lotosem budżet reklamowy jeszcze wzrośnie. Te sumy w zestawieniu z trudnościami prasy (szczególnie drukowanej) w czasie epidemii muszą robić wrażenie.

32 Wszystko to nie oznacza, że każdy pomysł na nowe reguły dekoncentracyjne na rynku medialnym w Polsce jest zły i że każdy miałby czysto polityczne motywacje. Jest jednak zasadnicza różnica między przyjęciem rozwiązań, które miałyby na celu kształtowanie struktury własnościowej polskich mediów dopiero od momentu ich uchwalenia a rozwiązaniami, które miałyby w skrajnie inwazyjny sposób przebudowywać już istniejący porządek. Szczególnie w sytuacji, gdy mamy do czynienia z drastycznymi podziałami politycznymi, a taka decyzja byłaby podejmowana w atmosferze skrajnie konfrontacyjnej wobec części mediów, ich pracowników i ich odbiorców.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Adamowski J.W. (red.). 2012. *Systemy medialne w XXI wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju?*, Wydawnictwo Aspra, Warszawa.
- [2] Goban-Klas T. 2020. *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, Wydawnictwo Aspra, Warszawa.
- [3] Lippmann W. 2020. *Opinia publiczna*, Wydawnictwo: Fundacja Lethe.

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] <https://tvn24.pl/polska/kaczynski-naszym-celem-repolonizacja-bankow-i-mediow-ra293313-3516107>
- [2] <https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/repolonizacja-mediow-nowe-pomysly-pis,85,0,2210389.html>
- [3] „My nie mówimy o repolonizacji, raczej o dekoncentracji” – mówił w lipcu 2019 r. wicepremier i minister kultury i dziedzictwa narodowego Piotr Gliński. <https://serwisy.gazetaprawna.pl/media/artykuly/1420257,repolonizacja-mediow-glinski.html>
- [4] <https://www.wnp.pl/parlamentarny/spoleczenstwo/co-dalej-z-dekoncentracja-mediow,44482.html>
- [5] <https://www.polskieradio.pl/7/8805/Artykul/2552244,Jaroslaw-Kaczynski-po-wakacjach-bedzie-rekonstrukcja-rzadu-ale-premier-zostaje>
- [6] <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/jacek-kurski-ostatni-raz-tvp-zabezpieczyla-wolny-wybor-polakow-repolonizacja-mediow-koniecznoscia>
- [7] <https://www.biznesradar.pl/akcjonariat/AGORA>
- [8] https://www.press.pl/tresc/47894,_wiadomosci_-_publikuja-list-marka-dekana-do-pracownikow-onet-ras-polska
- [9] <http://old.sdp.pl/felietony/15869,o-mirazu-dekoncentracji-mediow-jerzy-klosinski-polemizuje-z-lukaszem-warzecha,1541847810>
- [10] <https://wpolityce.pl/polityka/508012-dritte-macht-czyli-atak-dziennika-die-welt>
- [11] <https://www.rcmediafreedom.eu/Multimedia/Infographics/Foreign-media-ownership-in-Europe>
- [12] „Media ownership – Market realities and regulatory responses”, European Audiovisual Observatory, s. 89, <https://rm.coe.int/media-ownership-market-realities-and-regulatory-responses/168078996c>
- [13] <https://www.axelspringer.com/en/investor-relations/the-share/aktionarsstruktur>
- [14] https://en.wikipedia.org/wiki/Henry_Kravis
- [15] <https://www.press.pl/tresc/58081,ponad-100-mln-zl-wydaly-na-reklame-orlen-i-pzu-w-pierwszym-polroczu-2019-roku>



„REPOLONISATION” OR DECONCENTRATION – A POLISH POLITICAL PROJECT. ITS ROOTS, DEFICIENCIES, AND CONSEQUENCES

ENGLISH SUMMARY

The media outlets in Poland should be owned by Poles – claims the ruling party, Law and Justice. However, no concrete, verifiable justification of this project has ever been presented. An analysis does not confirm the existence of any systemic correlation between foreign or domestic ownership of a medium and its editorial line. If „repolonisation” is carried out, it might have dire consequences for freedom of speech.

Keywords: media, deconcentration, ownership, freedom of speech

Łukasz Warzecha

Publicysta „Do Rzeczy”, „Rzeczpospolitej”, Onet.pl



Łukasz Warzecha (1975) jest publicystą tygodnika „Do Rzeczy”. Współpracuje także z „Rzeczpospolitą”, Onet.pl, „Faktem” i wieloma innymi mediami. Prowadzi blog na stronach Warsaw Enterprise Institute. Autor wywiadów-rzek z Radosławem Sikorskim i Lechem Kaczyńskim oraz zbioru rozmów z analitykami Ośrodka Studiów Wschodnich. Aktywny na Twitterze, prowadzi własny kanał na YT. Absolwent stosunków międzynarodowych na UW. Z pochodzenia łódzianin, mieszka pod Warszawą.

Michał Chlebowski

MEDIA W CZASIE PANDEMII. O ETYCZNYCH WYZWANIACH DZIENNIKARZA CZASÓW KRYZYSU

STRESZCZENIE

Kodeksy etyki dziennikarskiej nie zostały napisane na czasy globalnego zagrożenia dla zdrowia i życia wielu ludzi. Nie ma w nich prostych i jasnych wskazówek, jak relacjonować wydarzenia, takie jak pandemia koronawirusa. A wyzwań jest mnóstwo, bo newsy to teraz opowieść o walce lekarzy i pacjentów z chorobą, o walce z czasem, by znaleźć szczepionkę; o walce pracodawców i rządów, by powstrzymać kryzys gospodarczy. Rzetelne, uczciwe i odpowiedzialne dziennikarstwo jest teraz ważne być może bardziej niż kiedykolwiek wcześniej. W artykule przedstawiono główne zagrożenia i wymagania etyczne dla dziennikarzy pracujących w czasach epidemii.

Słowa kluczowe: etyka, dziennikarstwo, deontologia, społeczna odpowiedzialność mediów, koronawirus

WSTĘP

Pandemia koronawirusa i wywoływanej przez niego nowej choroby COVID-19 w ciągu kilku tygodni sprawiła, że spokojny i raczej bezpieczny świat w którym żyliśmy, rozsypał się na kawałki. O nowym, niebezpiecznym wirusie z Wuhan w Chinach media zaczęły informować w styczniu. Zaledwie dwa miesiące później prawie cała Europa, Ameryka Północna oraz część społeczeństw Azji, Ameryki Południowej i Afryki znalazły się w zbiorowej kwarantannie, z niemal całkowi-

tym zakazem opuszczania domów¹. W kolejnych krajach liczby zakażonych i ofiar śmiertelnych zaczęły rosnąć wykładniczo. Gospodarka znalazła się na krawędzi największego kryzysu od czasów II Wojny Światowej. Dla współczesnych społeczeństw jest to sytuacja bez precedensu. Dla współczesnych mediów – także. Serwisy informacyjne zostały zdominowane przez newsy dotyczące koronawirusa i jego skutków. Kilkudziesięcioprocentowe wzrosty wyników oglądalności najważniejszych polskich programów informacyjnych dowodzą, że odbiorcy zaczęli intensywnie szukać aktualnych informacji o chorobie². Dziennikarze stanęli przed wyzwaniem odpowiedzialnego i rzetelnego informowania o zagrożeniach wynikających z pandemii. W tej sytuacji nie można sobie pozwolić ani na podsycanie emocji czy sianie paniki, ani na dawanie fałszywej nadziei. Podanie informacji niesprawdzonej, opieranie się na wątpliwych ekspertach, epatowanie cierpieniem czy promowanie niewłaściwych postaw społecznych może wywoływać ogromne konsekwencje. To właśnie w sytuacji zagrożenia, o wiele bardziej niż zwykle, ważne stało się dziennikarstwo etyczne i odpowiedzialne społecznie. Dziennikarstwo najwyższej próby. Celem niniejszego artykułu jest wskazanie etycznych wyzwań, przed jakimi stają dziennikarze pracujący w czasach pandemii.

ZNACZENIE ETYKI DZIENNIKARSKIEJ I SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI MEDIÓW W CZASACH KRYZYSU

Podjęcie refleksji nad znaczeniem etyki i standardów warsztatowych w pracy dziennikarza w czasach ogólnoświatowego kryzysu siłą rzeczy opiera się na podstawowym założeniu, że etyka dziennikarska jest ważna i potrzebna.

Podjęcie refleksji nad znaczeniem etyki i standardów warsztatowych w pracy dziennikarza w czasach ogólnoświatowego kryzysu siłą rzeczy opiera się na podstawowym założeniu, że etyka dziennikarska jest ważna i potrzebna. Bliski jest mi

pogląd, który przyjmuje prof. Jan Pleszczyński, pisząc:

Można przeżyć całkiem udane życie, nie zastanawiając się nad tym, czym jest życie. To życie może być dobre także w wymiarze etycznym. Analogicznie, można być dobrym, także w wymiarze etycznym, dziennikarzem, nie myśląc o etyce dziennikarskiej. Wiedza o etyce nie jest warunkiem etycznych działań. Jednak na pewno

*bez refleksji nad etyką zwiększa się niebezpieczeństwo popełnienia błędów warsztatowych*³.

Przestrzeganie zasad etyki dziennikarskiej jest zatem powinnością dziennikarza uznającego doniosłość swojej pracy i dalekosiężne skutki podejmowanych działań. Jest też jednym z elementów paradygmatu społecznej odpowiedzialności prasy, charakterystycznego dla systemów medialnych w państwach demokratycznych. Media w tym ujęciu powinny być rzetelne, uczciwe, prawdomówne, obiektywne i wolne, ale muszą podlegać samoregulacji⁴. Praktycznym wymiarem tej teorii jest tworzenie redakcyjnych i ponadredakcyjnych kodeksów etyki dziennikarskiej. Kwestie stosowania etyki dziennikarskiej podejmuje też Prawo prasowe. W art. 10. czytamy, że: „zadaniem dziennikarza jest służba społeczeństwu i państwu. Dziennikarz ma obowiązek działania zgodnie z etyką zawodową i zasadami współżycia społecznego, w granicach określonych przepisami prawa”⁵. Jak widzimy, postępowanie zgodne z normami etycznymi jest więc dla dziennikarza nie tylko powinnością moralną, ale w świetle prawa też obowiązkiem.

W toku tych rozważań trzeba też zauważyć, że etyka dziennikarska, podobnie jak inne etyki profesjonalne, jest zaliczana do etyk stosowanych. Koncentruje się ona przede wszystkim na praktycznych problemach wykonywania zawodu, a nie

39

na teoretycznych rozważaniach nad typem idealnym dziennikarza⁶, a opierając się na racjonalności i duchowej godności człowieka, pomaga kształtować sumienie dziennikarza, w którym dokonuje on wolnych, rozumnych i odpowiedzialnych wyborów⁷. W zawodzie dziennikarza, podobnie jak w profesji lekarza, adwokata czy księdza, podejmowanie nieetycz-

Każda cnota weryfikuje się jednak w sytuacjach ostatecznych. Problem przestrzegania norm moralnych nie występuje w czasie, gdy nie stajemy przed trudnymi dylematami. Także dziennikarska moralność i odpowiedzialność za tworzony przekaz sprawdza się dopiero w sytuacji kryzysu.

nych działań może skutkować poważnymi konsekwencjami dla drugiego człowieka. Jak zauważa prof. Michał Drożdż, media i dziennikarze mają ogromny potencjał oddziaływania na ludzi, który „źle wykorzystany, może przynieść ogromne szkody moralne i społeczne”⁸. Każda cnota weryfikuje się jednak w sytuacjach ostatecznych. Problem przestrzegania norm moralnych nie występuje w czasie,

gdy nie stajemy przed trudnymi dylematami. Także dziennikarska moralność i odpowiedzialność za tworzony przekaz sprawdza się dopiero w sytuacji kryzysu. Doświadczenie pandemii koronawirusa rzuciło mediom wyzwanie także w wymiarze etycznym. Każdy reporter i wydawca musiał zmierzyć się z pytaniem, jak odpowiedzialnie relacjonować jej przebieg, żeby nie pogłębiać, już i tak poważnych szkód, jakie doświadczenie choroby i zagrożenia życia wywołało w społeczeństwie.

NARZĘDZIA DZIENNIKARZA

Dziennikarz, który chciałby od strony etyczno-warsztatowej przygotować się do relacjonowania pandemii, będzie miał problem ze znalezieniem nawet ogólnych wytycznych. Podręczniki dla studentów dziennikarstwa i kodeksy etyki nie zawierają wskázówek, jak sobie radzić w czasach globalnego zagrożenia zdrowia i życia ludzi. Starsi, doświadczeni dziennikarze, też nie mają gotowych odpowiedzi, którymi mogliby się podzielić z młodszymi. Nie pomaga też fakt, że nie ma w Polsce żadnego uniwersalnego dokumentu, który by wyznaczał standardy działania wszystkich mediów, a nawet w tych, które są powszechnie dostępne, brakuje jasnych wytycznych⁹. Karta Etyczna Mediów, której postanowienia są bodajże najszerzej akceptowane przez środowisko, wyznacza ogóle kierunki postępowania dziennikarzy. Zasady prawdy, obiektywizmu, oddzielania informacji i komentarza, uczciwości, szacunku i tolerancji, pierwszeństwa dobra odbiorcy oraz wolności i odpowiedzialności są bardzo pojemne i jednocześnie tylko umiarkowanie przydatne, gdy dziennikarz mierzy się z konkretnym dylematem etycznym. Kodeksy opracowane przez stowarzyszenia dziennikarskie czy poszczególne redakcje – choć są bardziej praktyczne i zawierają więcej konkretnych wytycznych – zostały opracowane na czasy pokoju i względnego spokoju. Na czas nadzwyczajny potrzebne są nadzwyczajne środki i zalecenia. Poniżej przedstawiam główne zagrożenia etyczno-warsztatowe dla dziennikarzy relacjonujących przebieg pandemii koronawirusa oraz proponuję rozwiązania wpisujące się w doktrynę społecznej odpowiedzialności mediów.

RELACJONOWANIE EPIDEMII

Media informacyjne żyją od kryzysu do kryzysu. To nie czasy spokoju, ale wojny, zamachy terrorystyczne, katastrofy naturalne i inne wielkie wydarzenia są

dla dziennikarza solą pracy. W nauce o mediach już dawno opisano to zjawisko, zauważając jak bardzo media celebrytują śluby królewskie, pogrzeby znanych ludzi, wypadki lotnicze, wybory, loty w kosmos¹⁰. To jest żywioł mediów informacyjnych. Dlatego też w sposób naturalny pandemia koronawirusa stała się tematem numer jeden, a właściwie – jedynym tematem mediów na całym świecie na wiele tygodni. To zrozumiałe, także dlatego, że mamy do czynienia z czymś zupełnie nowym. Tajemniczy SARS-Cov-2 i wywoływana przez niego nowa choroba COVID-19 na początku brzmią jak pojęcia z futurystycznej powieści. A mimo że są czymś nowym, w bardzo krótkim czasie zmieniają niemal każdy aspekt naszego życia. Dostęcznie okazało się, że możemy nigdy nie zachorować na nową chorobę, ale nie możemy nie odczuć wywołanych przez nią skutków gospodarczych i społecznych. W takich czasach rolą dziennikarzy jest przeprowadzenie społeczeństwa przez czas zamętu. To media muszą w przystępny sposób wyjaśnić, co się dzieje: czym jest nowy wirus? Jakie są objawy choroby? Jak się można zarazić? Czy są szczepionki i leki? Równocześnie obok upowszechniania podstawowych informacji, dziennikarze muszą pytać, jak działa państwo? Czy służba zdrowia jest przygotowana? Ile osób może zachorować? Jakiego kroku podejmuje rząd? Co robią rządy innych krajów? Ile to będzie kosztować? Ile osób straci pracę? I o ile stawianie takich pytań i szukanie na nie odpowiedzi jest dla dziennikarza czymś naturalnym, o tyle nowa sytuacja sprawiła, że relacjonowanie wydarzeń w oparciu o utarte standardy warsztatowe i etyczne może nie wystarczyć.

41

STATYSTYKI

Właściwie każdy serwis informacyjny w radiu czy telewizji w czasie pandemii zaczyna się od statystyk. Liczba zarażonych, liczba ofiar śmiertelnych, liczba osób, które wyzdrowiały – to dane, które budzą strach albo dają nadzieję, ale przede wszystkim pokazują dynamikę zmian. Nic nie odzwierciedla tak dobrze obrazu sytuacji epidemicznej jak liczby. To na ich podstawie rządy wydają zalecenia dla ludności, zamykają bądź otwierają sklepy, parki, restauracje, salony fryzjerskie. Dlatego każdy odbiorca chce na bieżąco te statystyki śledzić. Dla dziennikarza podawanie statystyk to jedno z poważniejszych wyzwań czasów pandemii. Po pierwsze ważne jest źródło. To zawsze musi być źródło oficjalne. Opieranie się na nieoficjalnych danych może prowadzić do budowania przekłamanego obrazu

rzeczywistości. Podanie nieprawdziwej statystyki może dawać fałszywą nadzieję, że epidemia już ustępuje lub budzić niepotrzebny lęk, że sytuacja dramatycznie się pogarsza. I o ile w tej sytuacji dotarcie do oficjalnych statystyk nie powinno stanowić problemu, to o wiele większym zagrożeniem od strony standardów warsztatowych jest to, jak te statystyki dziennikarz potem wykorzysta. Problem zaczyna się, gdy dziennikarz próbuje porównywać dane z różnych miejsc. Klasycznym błędem jest porównywanie ze sobą danych z krajów o różnym obszarze i liczbie ludności. Manipulacją będzie np. zestawienie informacji o tym, że na Islandii przetestowano 6 procent ludności, podczas gdy w Polsce jest to mniej niż 1 procent, w sytuacji gdy Islandia liczy nieco ponad 350 tysięcy mieszkańców, a Polska 38 milionów. Takie porównanie ma sens w momencie, gdy zestawimy ze sobą dane z Polski i np. z Hiszpanii, która jest podobnej wielkości. Bezpieczniej i często stosowanym rozwiązaniem jest porównywanie danych na milion mieszkańców (np. liczba zgonów na milion mieszkańców, liczba testów na milion mieszkańców itd.). Dobrą praktyką jest obudowywanie statystyk szerszym kontekstem. Gdy pokazujemy dane z Nowej Zelandii, która szybko opanowała sytuację i ograniczyła liczbę nowych zachorowań, to warto dodać też, że jest to kraj wyspiarski, z małą liczbą lotów tranzytowych, w którym pierwszy przypadek pojawił się stosunkowo późno, więc władze miały więcej czasu na przygotowanie się do walki z chorobą niż inne państwa, które wirusem zostały zaskoczone.

Kontekst to też liczba osób, które wyzdrowiały. Dzięki temu odbiorca wie więcej o tym, na jakim etapie jest epidemia. To też dowód na to, że chorobę można pokonać. Taka informacja zawsze dodaje odbiorcom otuchy i stanowi ważne uzupełnienie statystyki zachorowań i zgonów.

Analizując dane w perspektywie czasowej dziennikarz musi uważać, żeby nie wyciągać pochopnych wniosków. Spadek liczby nowych zdiagnozowanych przypadków nie zawsze musi oznaczać, że jest mniej chorych. Może być wynikiem, tego że w danym okresie wykonano mniej testów. Taka sytuacja miała miejsce w Polsce w czasie Wielkanocy. Przez trzy dni zlecano mniej testów, co przełożyło się na chwilowe spłaszczenie krzywej zachorowań¹¹. Takie dane nie dają jednak podstawy do wnioskowania o poprawiającej się sytuacji.

SŁOWA, SŁOWA, SŁOWA

Język, którym posługuje się dziennikarz, może być zarówno jego sprzymierzeńcem, jak i wrogiem. Niewłaściwy dobór słów będzie rzutował na odbiór komunikatu przez widza, czytelnika, słuchacza. W czasie pandemii uważać trzeba szczególnie. Media mają tendencję do nadużywania przymiotników, które wzmacniają komunikat; zwłaszcza gdy chcą podkreślić dramatyzm sytuacji. W zwykłych warunkach pomaga to przyciągnąć uwagę widza, zwiększyć liczbę odsłon na portalu lub podnieść sprzedaż gazety. Jednak w sytuacji powszechnego zagrożenia wydaje się wyjątkowo nieetyczne podgrzewanie emocji poprzez stosowanie określeń rodzaju: „wyjątkowo groźny wirus”, „zabójcza choroba z Chin”, „mordercze” (czy „śmiercionośne”) skutki epidemii we Włoszech. Należałoby więc przyjąć zasadę, że im większy jest poziom społecznych emocji, tym bardziej dziennikarz powinien w sposób stonowany i rzeczowy opisywać zdarzenia.

Szczególnie niebezpieczną pułapką dla dziennikarza związaną z doбором słów jest używanie określeń wartościujących tam, gdzie takie wartościowanie nie powinno mieć miejsca. Przykładem może być podawanie nowych danych o zachorowaniach i zgonach: „Pomimo gwałtownego wzrostu liczby przypadków koronawirusa władze twierdzą, że w kraju zmarło niewiele ponad tysiąc osób, co jest stosunkowo niewielką liczbą jak na Rosję”¹². Takie wartościowanie może być szczególnie bolesne dla osób, które straciły swoich bliskich. Czasem może też odbierać powagę przekazywanym informacjom, jak w innym tytule: „Optymistyczne informacje z Włoch. W ciągu ostatniej doby zmarło 195 osób”¹³. Erich Maria Remarque zapisał w *Czarnym obelisku*, że „jedna śmierć to tragedia, milion – to statystyka”. Dziennikarz nigdy nie powinien tracić z oczu człowieka, gdy mówi o statystykach.

43

EKSPERCI I POLITYCY

Relacjonując przebieg epidemii, dziennikarz powinien w rozważny sposób dobierać rozmówców. Jeśli wybiera eksperta, który ma ocenić nowe metody leczenia, to właściwe by było, żeby był to ktoś, kto rzeczywiście ma wiedzę na ten temat. Nie wystarczy, żeby komentujący był lekarzem, gdyż np. jako lekarz rodzinny nie musi mieć wiedzy na temat tego, jak współcześnie powstają szczepionki czy leki

nowej generacji. Wypowiedź takiego lekarza i jego autorytet łatwo zdyskredytować, co bezpośrednio rzutuje na wiarygodność przekazu dziennikarskiego. Reporter nie może pójść na łatwiznę, prosząc o komentarz kogoś, kto wypowiada się we wszystkich tematach medycznych od lat, kiedy sytuacja jest niecodzienna. Kryterium wyboru nie może więc być prezenca i swoboda występowania przed kamerą, lecz fachowa wiedza medyczna z obszaru, który przedstawiamy odbiorcom.

Wyjątkową rozważą należy się kierować przy rozmowach z politykami. Istnieje pokusa, by do wywiadów na tematy z pogranicza medycyny i polityki zapraszać np. posłów-lekarzy. Często dziennikarz próbuje uzasadnić wybór, że do rozmowy o tym, jak rząd reaguje na epidemię, zapraszamy nie „zwykłego” polityka opozycji, ale lekarza, który został działaczem partyjnym. Może to wywołać u odbiorcy przekonanie, że oto działania rządu (w domyśle nieudolne lub nieskuteczne) komentuje nie przeciwnik polityczny, który ma w tym swój interes, ale profesjonalista z branży medycznej. Jest to oczywiście nadużycie. Rolą dziennikarza jest tu podkreślanie, że ów lekarz nie jest w tej rozmowie obiektywnym recenzentem działań rządu, ale politykiem. Podobnie będzie z przedstawicielem rządu. Fakt, że minister zdrowia jest lekarzem, nie zwalnia dziennikarza z weryfikowania przedstawianych przez niego informacji, gdyż zawsze należy zakładać, że to, co i w jakim zakresie ujawnia rząd, też może być podporządkowane bieżącemu interesowi politycznemu.

44

TAJEMNICA MEDYCZNA I PRAWO DO PRYWATNOŚCI

Media potrzebują bohatera. Niekoniecznie w pozytywnym tego słowa znaczeniu. Potrzebują osoby, z której mogą uczynić oś opowieści. Żaden news, nawet najbardziej nośny, nie będzie tak oddziaływał na odbiorcę, jak tak zwane *human story*, czyli historia opowiedziana ustami konkretnej osoby i przedstawiająca jej los. Relacjonując pandemię, media podążają za naturalnym dla siebie instynktem, żeby problem spersonifikować. Dziennikarze stoją przed szpitalami, czekają na pierwszego chorego, a potem na pierwszego ozdrowieńca. Gdy pandemia się rozwija, każdy dzień przynosi nowe, często wstrząsające historie o lekarzu, który zmarł po tym, jak zaraził się ratując innych; o matce chorej na COVID, która urodziła zdrowe dziecko; o najstarszej i najmłodszej osobie, która przeszła zakażenie. Opisując te historie dziennikarz musi jednak uważać, żeby nie przekroczyć zasad

prawa i dobrych praktyk. Granice tutaj wyznaczają bohaterowie tych materiałów. Lekarzy bezwarunkowo obowiązuje tajemnica medyczna, a pacjenci i ich rodziny mają prawo do prywatności. Reporter nie może opowiadać szczegółów z ich życia, w tym związanych z przebiegiem choroby, bez zgody zainteresowanych. Media powinny uszanować też prawo do żałoby i zrezygnować z tworzenia sensacyjnych materiałów z udziałem osób dotkniętych śmiercią ich bliskich. Epatowanie cierpieniem jest wysoce naganne moralnie.

Należy też być ostrożnym publikując informacje przekazywane przez rodzinę chorego lub zmarłego, gdyż mogą być one nieprecyzyjne i podyktowane emocjami. Rodzina może wskazywać, że ich bliski zmarł, gdyż szpital albo sanepid nie dopełniły odpowiednich procedur. W takim wypadku trzeba zadbać o rzetelne zweryfikowanie tych informacji, ze szczególnym uwzględnieniem stanowiska wszystkich instytucji, które były zaangażowane w opiekę nad pacjentem.

FAŁSZYWA NADZIEJA

Odpowiedzialność za przekazywane informacje przejawia się też w ostrożnym informowaniu o nowych metodach walki z wirusem. Naturalną potrzebą – zarówno dziennikarza jak i odbiorcy – jest szukanie informacji dających nadzieję w trudnych czasach. Nie można jednak dawać fałszywej nadziei. Prace nad szczepionką czy nad zastosowaniem nowych leków są czasochłonne i do zakończenia procesu badań klinicznych nie ma pewności, czy ostatecznie będą mogły być stosowane. Dlatego też wszystkie doniesienia w tym zakresie powinny być podawane warunkowo i w możliwie najpełniejszym wymiarze. Należy unikać określeń niekonkretnych lub sensacyjnych, np. „przełom w walce z chorobą” albo „lekarze są blisko opracowania szczepionki”. W materiale warto zamieścić głos eksperta, który wyjaśni proces powstawania leku lub szczepionki, czas potrzebny na przeprowadzenie badań klinicznych i warunki, jakie muszą zostać spełnione, żeby dana kuracja mogła być stosowana na masową skalę.

45

PROMOWANIE WŁAŚCIWYCH POSTAW

Kolejnym wymiarem odpowiedzialności dziennikarzy wobec społeczeństwa jest promowanie właściwych postaw. Epidemia koronawirusa zmusiła ludzi, żeby

ze względów bezpieczeństwa zmienili część codziennych nawyków. Rolą mediów w tym wypadku jest upowszechnianie nowych wzorców, co polscy dziennikarze od początku pandemii potraktowali bardzo poważnie. Reporterzy zaczęli występować na antenie w maseczkach i rękawiczkach, rozmowy z gośćmi nagrywano za pomocą komunikatorów internetowych lub bezpośrednio przy zachowaniu wymaganej dystansu. Taka postawa dziennikarzy może przemówić do wyobraźni odbiorców o wiele bardziej niż apele i prośby polityków, czy lekarzy. Na antenach stacji telewizyjnych i na portalach internetowych pojawiały się też filmy, jak poprawnie myć ręce, w jaki sposób zdejmować zużyte rękawiczki, jak nosić maseczkę itp. Wielu dziennikarzy włączyło się w akcję zachęcania do pozostania w domach, często pokazując się we własnych czterech ścianach. Część mediów przeszła na pracę zdalną. Wybrane programy radiowe i telewizyjne zaczęto realizować z mieszkań dziennikarzy. W głównych stacjach informacyjnych powstały programy o charakterze poradnikowym, w których specjaliści odpowiadali na pytania widzów dotyczące nowych wytycznych, tłumaczyli zasadność ograniczeń i możliwe skutki ich nieprzestrzegania.

46 Rolą mediów w tym kontekście jest też piętnowanie zachowań przeciwnych, takich jak: łamanie zasad kwarantanny, lekceważenie obowiązku noszenia maseczek, omijanie zakazu zgromadzeń czy nieprzestrzeganie innych nałożonych norm. Dobrą praktyką jest pokazywanie tego typu zdarzeń z perspektywy konsekwencji, jakie spotykają osoby łamiące prawo.

Epidemia przyniosła też wiele spontanicznych akcji społecznych. Wolontariusze włączali się w roznoszenie jedzenia osobom starszym i samotnym, restauracje gotowały posiłki dla lekarzy, prywatne firmy produkowały środki ochrony osobistej dla medyków, koncerty przekazywały znaczne sumy pieniędzy na pomoc w walce z chorobą. Zadaniem mediów informacyjnych, zdominowanych jednak przez negatywne doniesienia, jest także promowanie tego typu akcji. Zwłaszcza w czasie powszechnego poczucia zagrożenia, odbiorcy przesyleni złymi doniesieniami potrzebują chwili oddechu, czegoś co pozwoli im w tym trudnym czasie odnaleźć poczucie sensu i wzmocni nadzieję na lepsze jutro. Rola dziennikarzy tu jest nie do przecenienia i z pewnością wpisuje się w wymiar społecznej odpowiedzialności mediów.

LEKCJA ETYKI W CZASACH ZARAŻY

W nauce o mediach i w samym środowisku dziennikarskim wielokrotnie podejmowano refleksję nad zasadnością kodyfikowania dziennikarskich norm etycznych. Przeciwnicy tworzenia kodeksów często podnoszą argument, że aby być dobrym dziennikarzem, trzeba być dobrym człowiekiem i to zasadniczo wystarczy¹⁴. W takim duchu wypowiadał się między innymi Jacek Żakowski, mówiąc: „Etyki nie da się włożyć do kodeksu. Etyka to kwestia refleksji i samoświadomości. A kodeks wymaga tylko posłuszeństwa. Więc albo kodeks, albo etyka. Ja kodeksów nie lubię”¹⁵. Z pewnością osoby o dużej samoświadomości i wrażliwości społecznej łatwiej poradzą sobie z rozwiązaniem dziennikarskich dylematów moralnych. Tu najważniejsza jest intencja działania i kierowanie się dobrem odbiorcy. Nie budzi jednak wątpliwości fakt, że dla wielu dziennikarzy kodeksy pozostają drogowskazem i pomagają kształtować ich dziennikarskie sumienie. Dowodem może być samo istnienie tak wielu kodeksów i fakt powstawania kolejnych.

Celem niniejszego artykułu było poszerzenie obszaru refleksji nad normatywną etyką dziennikarską o nowy aspekt, jakim jest praca dziennikarza w czasie pandemii koronawirusa. Przytoczone w artykule praktyczne przykłady nie wyczerpują katalogu etycznych problemów, przed jakimi obecnie stają media, ale już samo

podjęcie refleksji nad potrzebą etycznego dziennikarstwa w tym szczególnym czasie może przyczynić się do podniesienia jakości efektów dziennikarskiej pracy.

Z pewnością osoby o dużej samoświadomości i wrażliwości społecznej łatwiej poradzą sobie z rozwiązaniem dziennikarskich dylematów moralnych. Tu najważniejsza jest intencja działania i kierowanie się dobrem odbiorcy. Nie budzi jednak wątpliwości fakt, że dla wielu dziennikarzy kodeksy pozostają drogowskazem i pomagają kształtować ich dziennikarskie sumienie.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Pleszczyński J. (2007), *Etyka dziennikarska*, Difin sp. z o.o., Warszawa.
- [2] Siebert F., Peterson T., Schramm W. (1956), *Four theories of the press*. Urbana: University of Illinois Press, Urbana-Chicago.
- [3] Bertrand C-J. (2007), *Deontologia mediów*. Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa.
- [4] Mrozowski M. (2001), *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*. Aspra-Jr, Warszawa.
- [5] Drożdż M. (2016) *Etyczność jako wyznacznik profesjonalizmu*, [w:] Wolny-Zmorzyński K., Konarska K. *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- [6] Chlebowski M. (2019), *Dziennikarze polscy wobec teorii społecznej odpowiedzialności prasy (badanie ilościowe)*, „Kultura Popularna”, nr 59 (1).
- [7] Dayan D., Katz E. (1992, wyd. pol. 2008), *Wydarzenie medialne. Historia transmitowana na żywo*, przeł. A. Sawisz, Warszawa.
- [8] Mocek S. (2006), *Dziennikarze po komunizmie*, Wydawnictwo Naukowe „Scholar”, Warszawa.
- [9] Ważne są zasady. Z Jackiem Żakowskim rozmawia Dominika Rafalska-Kuś. 2004, „Gazeta Studencka” z 3 marca.

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] W języku angielskim w tym kontekście używa się określenia *lockdown*, oznaczającego przymusową blokadę danego regionu w związku z tymczasowym zagrożeniem, a nie słowa „kwarantanna”, które odnosi się do przymusowego odosobnienia związanego z podejrzeniem zakażenia chorobą. W języku polskim nie mamy odpowiedniego rozróżnienia. Por. <https://dictionary.cambridge.org/pl/dictionary/english/lockdown> [dostęp: 1.04.2020].
- [2] Za: <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ogladalnosc-dziennikow-marzec-2020-koronawirus-liderem-fakty-tvn> [dostęp 1.04.2020].
- [3] Pleszczyński J. (2007), *Etyka dziennikarska*, Difin sp. z o.o., Warszawa, s. 17.
- [4] Więcej na temat teorii społecznej odpowiedzialności mediów piszą: Siebert F., Peterson T., Schramm W. (1956), *Four theories of the press*. Urbana: University of Illinois Press, Urbana-Chicago; Bertrand C.-J. (2007), *Deontologia mediów*, Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa; Mrozowski M. (2001), *Media masowe: władza, rozrywka i biznes*, Aspra-Jr, Warszawa.
- [5] Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, Dz. U. 1984 nr 5 poz. 24, ze zm.
- [6] Por. Pleszczyński J. (2007), op. cit., s. 19.
- [7] Por. Drożdż M. (2016), *Etyczność jako wyznacznik profesjonalizmu*, [w:] Wolny-Zmorzyński K., Konarska K. *Klinika dziennikarstwa – credo*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 35.
- [8] Ibidem.
- [9] Z badania przeprowadzonego w 2018 roku wynika, że tylko połowa z ponad 200 przebadanych dziennikarzy przyznała, że w ich redakcji obowiązuje spisany kodeks etyki dziennikarskiej. Por. Chlebowski M. (2019), *Dziennikarze polscy wobec teorii społecznej odpowiedzialności prasy (badanie ilościowe)*, „Kultura Popularna”, nr 59 (1).
- [10] Pogłębioną analizę tego zjawiska przeprowadzili Daniele Dayan i Elihu Katz, por: Dayan D., Katz E. (1992, wyd. pol. 2008), *Wydarzenie medialne. Historia transmitowana na żywo*, przeł. A. Sawisz, Warszawa.
- [11] Za: <https://wiadomosci.radiozet.pl/Koronawirus/Mniej-testow-na-koronawirusa-w-Polsce.-W-Wielkanoc-ich-liczba-spadla-o-polowe> [dostęp: 05.05.2020].

- [12] Za: <https://polskatimes.pl/rosyjski-premier-ma-koronawirusa-zameldowal-o-tym-wladimirowi-putinowi/ar/c1-14947828> [dostęp: 06.05.2020].
- [13] Za: <https://telewizjarepublika.pl/optymistyczne-informacje-z-wloch-w-cia-gu-ostatniej-doby-zmarlo-195-osob,95265.html195> [dostęp: 05.05.2020].
- [14] Więcej na ten temat pisze m.in. Mocek S. (2006), *Dziennikarze po komunizmie*, Wydawnictwo Naukowe „Scholar”, Warszawa.
- [15] *Ważne są zasady*. Z Jackiem Żakowskim rozmawia Dominika Rafalska-Kuś. 2004, „Gazeta Studencka” z 3 marca.

ROLE OF MEDIA DURING A PANDEMIC. ETHICAL CHALLENGES FOR JOURNALISTS IN TIME OF CRISIS

ENGLISH SUMMARY

Codes of journalistic ethics were not written for the times of global threat to the lives and health of many people. There are no clear and straightforward words of advice on how to report on coronavirus pandemic. There are however many challenges, as news services nowadays are a story about medical staff and patients fighting the disease, about race with time to find a vaccine, and about employers and governments battling to stop the economic crisis. Reliable, honest and responsible journalism is perhaps more important now than it ever was. This article presents the main risks and ethical challenges that journalists are facing in times of pandemic.

Keywords: ethics, journalism, deontology, social responsibility of the media, coronavirus

Michał Chlebowski

michal_chlebowski@tvn.pl
TVN24 / Uniwersytet SWPS



nr ORCID 0000-0002-6513-833X

Dziennikarz, politolog, kulturoznawca, wykładowca, specjalista w zakresie etyki mediów. Od 2009 roku związany z TVN24.

ANALIZY DYSKURSU MEDIALNEGO

Mateusz Dobrowolski, Paweł Kalisz

CZEGO NIE MÓWIĄ POLITYCY, POWIE WAM BIG DATA¹

STRESZCZENIE

Artykuł ten jest opisem analizy języka, jakim posługują się politycy na Twitterze z podziałem na frakcje polityczne i wykorzystanie algorytmów uczenia maszynowego.

Słowa kluczowe: big data, twitter, analiza języka, politycy

POLITYKA W CZASACH BIG DATA

Jakie są pierwsze skojarzenia, które przychodzą nam do głowy, gdy myślimy o języku współczesnej polityki? Z pewnością nie jest to „wysoka jakość”. Między bajki można włożyć wizję dialogu politycznego, który oparty jest na wysłuchiwaniu wzajemnych opinii i merytorycznej debacie. Językoznawcy mówią wręcz o pauperyzacji języka polityki, czyli procesie obniżania się jego jakości. Obserwując język polityków można zauważyć, że nad dyplomatyczną refleksją coraz częściej przeważają emocje i bezwzględna walka polityczna.

Jednakże jest jeszcze druga strona języka polityki, który może być także bardzo wyrachowany i ugładzony. Na co dzień politycy „komunikują się” z nami poprzez „przekazy dnia” i narracje medialne niewychodzące poza linię własnej partii politycznej. Celem takiej komunikacji może być wtedy próba stworzenia własnej prawdy politycznej – w celu autopromocji bądź uzyskania poparcia społecznego.

Jaki jest więc naprawdę język polityki? Aby dowiedzieć się więcej, nie opierajmy się jednak wyłącznie na własnych obserwacjach i emocjach, lecz spróbujmy

przeprowadzić numeryczną analizę języka polityków. W tym celu z pomocą przychodzi nam *big data*.

Jaki jest więc naprawdę język polityki? Aby dowiedzieć się więcej, nie opieramy się jednak wyłącznie na własnych obserwacjach i emocjach, lecz spróbujemy przeprowadzić numeryczną analizę języka polityków. W tym celu z pomocą przychodzi nam *big data*.

Wraz z rozwojem Internetu i towarzyszących mu technologii ilość danych, które każdego dnia są przetwarzane na całym świecie, rośnie w ogromnym tempie. Zgodnie z www.nodegraphs.se w 2017 roku w cyfrowym świecie istniało 2.7 zettabajta danych, w 2019 było to już 4.4 ZB, natomiast predykcje na rok 2025 mówią nawet o 175 ZB. Sam

zettabajt wydaje się być jednostką abstrakcyjnie dużą. Dla lepszego zrozumienia powyższych wartości warto wyjaśnić, że 1 zettabajt = 1,125,899,910,000,000 megabajtów.

56 Wzrost ilości danych wiąże się z rozwojem szybkości łącz internetowych, a co za tym idzie – możliwością dzielenia się zawartością o coraz wyższej jakości. W dzisiejszych czasach standard HD na YouTube już nikogo nie dziwi. Innym czynnikiem mającym wpływ na ilość danych online jest zwiększająca się liczba użytkowników sieci. Pod koniec 2019 roku było to 4.6 mld użytkowników, co w porównaniu z 3.8 mld w roku 2017 daje wzrost o 21%.

Sama liczba użytkowników portali społecznościowych wzrosła w tym czasie o 33%, osiągając 3.7 mld.

Obecnie w ciągu każdej minuty wysyłanych jest 200 mln e-maili, wyszukiwanych 4.2 mln haseł w Google, postowanych 480,000 tweetów i 60,000 zdjęć na Instagramie, oglądanych 4.7 mln filmów na Youtube oraz zakładanych 400 kont na Facebooku.

Te ogromne pokłady danych stwarzają niezliczone wręcz możliwości ich analizy i okazji do karmienia algorytmów uczenia maszynowego. Przykładowo, standardem jest już rozpoznawanie twarzy na zdjęciach wrzucanych na Facebooka, podpowiadanie z dużą dokładnością słów, których chcemy użyć w pisanej własnie wiadomości na Messengerze, czy podpowiadanie przez serwisy streamingowe, jaki *content* może nam się spodobać. To wszystko jest wynikiem przetworzenia

wielkich ilości danych przez algorytmy AI. Analiza i przetwarzanie dużych zbiorów danych doczekała się w końcu własnej, może niezbyt odkrywczej, nazwy – *big data*.

Big data to termin odnoszący się do zbiorów danych charakteryzujących się cechami opisanymi przez tzw. 5V²:

- Volume – duża ilość danych gromadzonych z różnych źródeł, takich jak media społecznościowe, transakcje, dane przekazywane pomiędzy urządzeniami;
- Velocity – duża szybkość przetwarzania szybko powstających danych;
- Variety – odnosi się do różnorodności formatów, w jakich dane są dostarczane;
- Veracity – weryfikacja posiadanych informacji;
- Value – wartość dla użytkownika.

Jeżeli myślimy o źródle danych do analizy języka polityków, wydaje się że naturalnym wyborem jest popularny serwis społecznościowy – twitter.com. Jest to portal, który nie wymaga szerszego przedstawienia.

Dzisiaj Twitter, ze względu na swoją popularność oraz liczbę użytkowników, wykorzystywany jest w dużej mierze nie tylko przez osoby prywatne, ale być może przede wszystkim przez kanały informacyjne i medialne, wszelkiego rodzaju przedsiębiorstwa, partie polityczne i innego rodzaju instytucje. Twitter wykorzystywany jest nie tylko do informowania o własnych działaniach, ale również do przedstawiania własnych poglądów i stanowisk oraz – w przypadku partii politycznych i ich członków – do kreowania własnego przekazu medialnego, „reklamowania” swojej działalności oraz przedstawiania szeroko rozumianej doktryny politycznej. Tysiące nieustannie dodawanych wpisów setek polityków sprawia, że mamy do czynienia z ogromnym zbiorem danych. A przecież wiadomo – w Internecie nic nie ginie. Dane te kumulują się przez lata tworząc ogromny zbiór informacji.

W naszej analizie skupimy się tylko na danych tekstowych, za to występujących w dużej ilości. Zajmiemy się przede wszystkim analizą danych oraz sprawdzimy, jakie możliwości daje analiza języka na portalu Twitter. W tym celu wykorzystamy narzędzia i biblioteki języka *Python*. Dalsze wnioski, które można wyczytać z wyników analizy (niektóre zauważalne w sposób nader oczywisty), niech pozostaną domeną politologów oraz komentatorów polskiej sceny politycznej. Przejdźmy do analizy.

PIERWSZY KROK – ZBIERANIE DANYCH

Traktując problem z perspektywy *big data* należy skupić się nie na języku używanym przez pojedynczych polityków, lecz spróbować objąć w swojej analizie jak najszerszy zbiór danych. Przenieśmy więc naszą uwagę na całe grupy (frakcje) polityczne, które ze względu na zawiązywanie partnerstw bądź koalicji ciężko nazywać tylko i wyłącznie pojedynczymi partiami politycznymi. Przyjęcie takiego założenia umożliwia nie tylko przeanalizowanie większej liczby tweetów, ale też w naszej opinii ukazuje ciekawsze i pełniejsze przedstawienie sytuacji politycznej oraz różnic (ale też podobieństw) w języku, jakim posługują się dane grupy polityków. Za najbardziej oczywisty podział grup politycznych należy uznać ten, który został ustalony w wyniku ostatnich wyborów parlamentarnych i odzwierciedla podział mandatów w Sejmie oraz Senacie RP, oraz bazuje na utworzonych tamże klubach parlamentarnych. Tym samym wyodrębnijmy pięć grup polityków wchodzących w skład następujących frakcji (w nawiasie nazwa robocza przyjęta do analiz): Prawo i Sprawiedliwość (PiS), Koalicja Obywatelska – PO, N, IP, Zieloni (KO), Klub Parlamentarny Lewica – SLD, Wiosna, Razem (LEWICA), Koalicja Polska PSL – K’15 (PSL-KUKIZ), Konfederacja Wolność i Niepodległość (KONFEDERACJA).

58

Gdy mamy już określone grupy polityczne, następnym etapem jest wybór kont polityków, które powinny zostać włączone do analizy. Mając na uwadze, iż wszystkie grupy polityczne starają się budować własny przekaz medialny oraz kreować taką politykę, która będzie akceptowana i popierana przez jak największe grono osób, wydaje się oczywiste, iż do analizy powinny być wybrane konta tych polityków, którzy cieszą się największą popularnością oraz którzy ze względu na swoją pozycję w danej frakcji politycznej mogą mieć wpływ na kreowanie jej języka. Dlatego też za kryteria wyboru kont przyjmijmy podejście połączone, tj. wybierzmy osoby, które z jednej strony uzyskały najwyższe wyniki podczas ostatnich wyborów parlamentarnych (nominalna ilość oddanych głosów na kandydata), ale również te, które wykazują się dużą aktywnością na portalu twitter.com – duża liczba obserwujących oraz napisanych tweetów.

Po ustaleniu listy kont, następnym krokiem w analizie jest pobranie bazy tweetów. Twitter udostępnia za darmo swoje API (*application programming interface*) jako bibliotekę Tweepy, która posiada dość bogatą dokumentację w sieci. Łącznie pobraliśmy ponad 435 tys. tweetów od przeszło 160 użytkowników³.

Gdy mamy już utworzony duży zbiór danych, należy go „oczyścić” i przygotować. Kolejnym kluczowym procesem w analizie języka jest tzw. lematyzacja, czyli sprowadzenie słów do podstawowej formy, np. „pójde” => „iść”, „sklepu” => „sklep”, „czerwonym” => „czerwony”. Do tego celu możemy wykorzystać bibliotekę zawierającą słownik języka polskiego “Morfeus”⁴. Jest to niezwykle użyteczne narzędzie, pozwalające na dokładną analizę części składowych zdania. W celu uproszczenia analizy jako lematy brane są pierwsze interpretacje (najczęściej poprawne) danego słowa zwracane przez słownik.

DRUGI KROK – POLICZMY SŁOWA

Po utworzeniu bazy danych i dokonaniu lematyzacji słów można w końcu przejść do właściwej części analizy, tj. do analizy języka jakim posługują się polscy politycy na Twitterze. Na początku spróbujmy dowiedzieć się, jakie słowa występują najczęściej we wpisach danej grupy politycznej – spróbujemy więc odpowiedzieć na pytanie: **o czym mówią politycy?** W celu zaprezentowania jakie słowa występują najczęściej, wykorzystamy narzędzie *wordcloud* (chmura słów) – graficzne przedstawienie występowania najczęściej wykorzystywanych słów w danym zbiorze tekstowym. Cechą charakterystyczną tego narzędzia jest prezentowanie znaczników (tagów) jako pojedynczych słów, natomiast ich znaczenie lub częstotliwość występowania ukazywana jest za pomocą rozmiaru lub koloru czcionki. Innymi słowy, im dane słowo prezentowane jest w chmurze większą (grubszą) czcionką, tym jego występowanie w tekście jest częstsze. Narzędzie *wordcloud* umożliwia więc szybkie dostrzeżenie najbardziej znanych, najczęściej występujących terminów w celu ustalenia ich względnej ważności w danym zbiorze tekstowym.

Tak wygląda przykładowa chmura najczęściej występujących słów we wpisach polityków PiS:



PiS

Wyniki dla innych grup politycznych są bardzo zbliżone. Nawet więcej – nie jest łatwo wskazać słowa, które byłyby charakterystyczne tylko dla danej grupy politycznej. Przeważają wyrazy o pozytywnym brzmieniu, zauważalny jest ich doniosły charakter. Jedną z zależności, którą można zauważyć, jest słowo „pis”, które występuje wysoko nie w wynikach dla PiS, lecz w pozostałych grupach politycznych. Oznacza to, że politycy wszystkich frakcji chętnie odnoszą się w swoich wypowiedziach do partii rządzącej.

Powyższy model umożliwia ukazanie, jakie słowa padają najczęściej we wpisach polityków, jednakże jego wyniki są podobne dla wszystkich ugrupowań. Spróbujmy więc zrobić podobne liczenie dla „hashtagów”, czyli haseł i tematów jakie politycy starają się promować w mediach. Tym razem rzućmy okiem na to, jak wyglądają wyniki dla wszystkich grup:



PiS

A word cloud of Polish terms from 2019-2020. The most prominent words are 'Trzaskowski 2020' and 'Koalicja Obywatelska' in large purple font. Other significant words include 'Prawdziwa Prezydentura' (orange), 'Kidawa 2020' (purple), 'koronawirus' (dark blue), 'Wielki Wybór' (green), 'PiS' (blue), 'Mamy Dość' (red), 'Przyszłość Polski' (orange), 'debata prezydencka' (green), 'Arena Prezydencka' (blue), 'Podpisz Dla Rafała' (blue), 'Wolne Sąd' (green), 'Porozmawiajmy' (yellow), 'Silni Razem' (green), 'Poważni Medialni' (blue), 'Koalicja Europejska' (red), 'wybory 2020' (orange), 'Sejm' (orange), 'COVID19' (green), 'Silny Prezydent' (red), 'Afera Szumowskiego' (red), 'Twoje Sztab' (blue), 'PE UE' (green), 'Warszawa' (blue), 'Nowa Solidarność' (yellow), and 'TOK FM' (blue).

KO

A word cloud visualization of Polish political and social discourse from 2019-2020. The words are arranged in a circular pattern, with their size indicating frequency. The most prominent words are 'Koronawirus' (Coronavirus) in red, 'Biedron2020' in brown, and 'Lewica' (Left) in brown. Other significant words include 'Wybory2020' (Elections 2020) in green, 'Polska2020' (Poland 2020) in purple, and 'Biedron' (Biedronka) in brown. Smaller words include 'LGBT', 'Sejm', 'WybieramPolskę', 'KomitetyBiedronia', 'PiS', 'LewicawMediach', 'EuropaDlaCiebie', 'PlanBiedronia', 'TOKFM', 'TarczaAntykryzysowa', 'wybory2019', 'PolskaGodności', 'DebataTVP', 'SLD', 'Kraków', 'StrajkNauczycieli', 'KoalicjaEuropejska', 'KonwencjaLewicy', 'Gdula2019', 'ŁączyNasPrzyszłość', 'LewicaRazem', 'CzarnyProtest', and 'NastępnyKrok'.

61

LEWICA

A word cloud visualization of Polish political and social topics. The words are arranged in a circular pattern, with colors ranging from red to purple. The most prominent words are 'Kosiniak2020' in large red letters, 'Sejm' in large red letters, 'Kosiniak' in large purple letters, 'WielkiWybór' in large green letters, 'koronawirus' in large green letters, 'PSL' in large purple letters, 'PrzyszłośćPolski' in large purple letters, 'NadziejaDlaPolski' in large purple letters, 'KoalicjaPolska' in large purple letters, 'TarczaAntykryzysowa' in large red letters, 'WyboryPrezydenckie2020' in large green letters, 'WielkopolskiPunktWidzenia' in large green letters, 'DobraGospodyni' in large green letters, 'PR24' in large purple letters, 'DrużynaKosiniaka' in large purple letters, 'KonwencjaPSL' in large purple letters, 'TOKFM' in large purple letters, 'samiswoi' in large purple letters, 'KoalicjaEuropejska' in large purple letters, 'debataTVP' in large purple letters, 'PSLwMediach' in large purple letters, 'pamiętamy' in large purple letters, 'TuJestPolska' in large purple letters, 'wybory2019' in large purple letters, '300POLITYKALIVE' in large purple letters, 'EmeryturaBezPodatku' in large green letters, 'dobrowolnyZUS' in large green letters, 'nowePSL' in large purple letters, 'Warszawa' in large purple letters, 'ŁączymyPolaków' in large purple letters, 'PrzyszłośćPolski' in large purple letters, 'PSL' in large purple letters, 'Sejm' in large red letters, 'NadziejaDlaPolski' in large purple letters, 'KoalicjaPolska' in large purple letters, 'TarczaAntykryzysowa' in large red letters, 'WyboryPrezydenckie2020' in large green letters, 'WielkopolskiPunktWidzenia' in large green letters, 'DobraGospodyni' in large green letters, 'PR24' in large purple letters, 'DrużynaKosiniaka' in large purple letters, 'KonwencjaPSL' in large purple letters, 'TOKFM' in large purple letters, 'samiswoi' in large purple letters, 'KoalicjaEuropejska' in large purple letters, 'debataTVP' in large purple letters, 'PSLwMediach' in large purple letters, 'pamiętamy' in large purple letters, 'TuJestPolska' in large purple letters, 'wybory2019' in large purple letters, '300POLITYKALIVE' in large purple letters, 'EmeryturaBezPodatku' in large green letters, 'dobrowolnyZUS' in large green letters, 'nowePSL' in large purple letters, 'Warszawa' in large purple letters.

PSL-KUKIZ



KONFEDERACJA

Wyniki nie odbiegają zbyt od oczekiwań. Tematyka hashtagów obejmuje przede wszystkim hasła wyborcze wewnętrzne dla danej grupy politycznej, hasła promujące dane frakcje i ich kandydatów startujących w ostatnich wyborach parlamentarnych oraz prezydenckich. W przeważającej większości są to hasła reklamujące własną działalność (dotyczące własnego ugrupowania), a nie hasła atakujące inne grupy polityczne (o negatywnym brzmieniu). Sporadycznie pojawiają się nieliczne hasła wychodzące poza własną grupę (np. #MamyDość w wynikach KO czy #LGBT dla Lewicy). Pojawiają się nieliczne odniesienia do aktualnych wydarzeń (#koronawirus, #TarczaAntykryzysowa), lecz można domniemywać, że były one również wykorzystywane do celów politycznych. Wnioski? Można stwierdzić, że politycy wykorzystują *hashtags* głównie do reklamy własnej osoby i swoich ugrupowań. Tematyka haseł sugeruje, iż grupy polityczne mają przeważnie „zamknięty” charakter (politycy tweetują własne hasła), a nie „otwarty” (komentowanie aktualnych tematów).

Powyżej zostały ukazane jedynie dwa przykłady wykorzystania narzędzia *wordcloud* do analizy języka na Twitterze. To oczywiście jest tylko punkt wyjścia i możliwości analizy jest o wiele więcej. Możemy na przykład zadać sobie pytanie – **o kim mówią politycy?** W tym celu sprawdzamy, jakie konta są retweetowane najczęściej, tj. wpisy z jakich kont są najczęściej udostępniane. Kolejnym pytaniem będzie: **do kogo mówią politycy?** W tym celu policzymy, do jakich kont najczęściej się odnoszono i jakim osobom najczęściej odpisywano.

W dużym skrócie wnioski można sformułować następująco: politycy najbardziej lubią mówić o sobie. Wśród najczęściej udostępnianych przez polityków

wpisów na pierwszych miejscach występują oficjalne konta danych ugrupowań (w dalszej kolejności konta najważniejszych polityków danej frakcji). Twitter wykorzystywany jest przede wszystkim do przedstawiania własnych poglądów i stanowisk. Politycy lubią też udostępniać informacje publikowane przez różne media i portale informacyjne. Tutaj też widać pewną zależność, w ramach poszczególnych ugrupowań przeważają portale informacyjne, które można w pewien sposób powiązać lub skojarzyć z daną grupą (PiS – tvp_info, RadioMaryja, wpolityce_pl, KO – Radio_TOK_FM, KONFEDERACJA – MediaNarodoweMN).

Nie ma również zaskoczeń, jeśli spojrzymy na wyniki analizy przeprowadzonej pod kątem, czyje wpisy są najczęściej komentowane. Podobnie jak przy retweetach, politycy przede wszystkim komentują lub odpowiadają na wpisy w ramach własnej grupy politycznej. Większość odpowiedzi kierowana jest do oficjalnych kont grup politycznych oraz do wpisów najważniejszych polityków danej frakcji. Po raz kolejny widać, że politycy wykorzystują Twitter do przedstawiania własnych poglądów i stanowisk oraz komunikowania się wewnątrz ugrupowań. Oprócz kont „partyjnych” występują również konta portali medialnych i informacyjnych. Ponownie widać zależność, że grupy polityczne są zamknięte, bardziej skłonne do tweetowania we własnym środowisku niż do komentowania na zewnątrz. Należy zauważyć jeden wyjątek – wyniki dla konta pisorgpl występują wysoko nie tylko dla PiS, ale też dla pozostałych grup politycznych. Można to odczytać, że politycy wszystkich frakcji chętnie odpowiadają i „dyskutują” z oficjalnym kontem PiS. Przejdźmy teraz do kolejnej części analizy, która pozwoli nam wyjść poza strumień sloganów i haseł wyborczych i odkryć to, co politycy starają się tak skrzętnie ukryć pod ugięzdzonymi medialnymi przekazami, czyli **jak się mówi?**

63

TRZECI KROK: WORD2VEC – CZYLI JAK STWORZYĆ MAPĘ SŁÓW

Techniką stosowaną do pozycjonowania słów względem siebie jest tak zwany word *embedding*. Jej początki przypadają na początek lat 2000, jednak jej rozkwit nastąpił dopiero w 2013 roku po serii publikacji zespołu Google pod przewodnictwem Tomasa Mikolova, kiedy pracowana została metoda zapisu słów za pomocą wektorów w przestrzeni wielowymiarowej. Metoda ta nosi nazwę *word2vec* i działa na zasadzie dwuwarstwowej sieci neuronowej. Zapis taki można stworzyć na dwa sposoby:

- CBoW – Continuous Bag of Words, w którym model przewiduje aktualnie uczone słowo na podstawie słów je otaczających, bez uwzględnienia kolejności;
- Skip-gram – model wykorzystuje dane słowo do przewidywania słów otaczających.

Wytrenowany model *word2vec* można wykorzystać na wiele sposobów, takich jak: sprawdzanie podobieństwa pomiędzy dwoma słowami lub grupą słów, wyszukiwanie najbardziej podobnych wyrazów oraz stworzenie wizualnej mapy słów. Warto tutaj wspomnieć, że określenie „podobne słowa” oznacza słowa, które mają największe prawdopodobieństwo do pojawienia się obok słowa zadanego w badanym tekście lub bardziej obrazowo, takie które leżą najbliżej siebie w przestrzeni wielowymiarowej. Stwarza to spore możliwości analizy tekstu pod kątem tego, jak i w jakich kontekstach dane słowo jest najczęściej używane, co jest szczególnie ciekawe w naszym przypadku, ponieważ można dostrzec różnice w usytuowaniu tych samych wyrazów w tekstach różnych środowisk politycznych.

Aby tekst zmieścił się w rozsądnych ramach postanowiliśmy sprawdzić najbliższe otoczenie tylko wybranych słów. Warto zaznaczyć, że w poniższej analizie często najwyższy stopień podobieństwa będą miały słowa bliskoznaczne oraz zawierające się w podobnej kategorii. Na przykład dla nazwiska posła lub ministra często będą zwracane nazwiska innych osób na podobnym stanowisku, dla nazw krajów – nazwy innych krajów itp. Takie wyniki w dużej mierze można pominąć, skupiając się na przymiotnikach bądź rzeczownikach pochodzących z innej kategorii.

W przypadku każdej z partii, w rankingu najczęściej występujących słów wysoko plasują się odniesienia do własnego kraju i narodu, dlatego też warto sprawdzić, w jakich kontekstach są używane.

W przypadku każdej z partii, w rankingu najczęściej występujących słów wysoko plasują się odniesienia do własnego kraju i narodu, dlatego też warto sprawdzić, w jakich kontekstach są używane. Liczby podane w tabelce oznaczają stopień podobieństwa

do słowa kluczowego, przy czym maksymalną wartość 1 będzie miało samo słowo kluczowe.

Słowo kluczowe: Polska				
PiS	KO	Lewica	Konfederacja	PSL-Kukiz
kraj: 0.582	polski: 0.607	kraj: 0.564	europa: 0.483	kraj: 0.607
polski: 0.526	kraj: 0.565	europa: 0.527	kraj: 0.438	polski: 0.518
świat: 0.489	świat: 0.522	świat: 0.523	okupować: 0.427	europa: 0.481
silny: 0.453	europa: 0.505	sprawiedliwy: 0.480	świat: 0.408	świat: 0.422
ojczyzna: 0.423	strefa: 0.445	cywilizacja: 0.455	polski: 0.370	braterstwo: 0.421
wspólnota: 0.422	my: 0.437	polski: 0.455	gwarancja: 0.363	społeczeństwo: 0.395
suwerenny: 0.416	państwo: 0.397	wspólnota: 0.416	mocarstwo: 0.361	skłócić: 0.385
społecznie: 0.414	polexit: 0.377	społeczeństwo: 0.416	białoruś: 0.351	odbudować: 0.374
rozwijać: 0.412	białoruś: 0.376	różnorodny: 0.416	atomowy: 0.351	zdeternowani: 0.364
kryzys: 0.404	warszawa: 0.375	silny: 0.406	holandia: 0.343	idea: 0.360

Odrzucając słowa bliskoznaczne, widać różnice w najbliższym otoczeniu słowa „Polska”. I tak dla PiS padają takie słowa jak: „silny”, „ojczyzna”, „wspólnota”, „suwerenny”, „społecznie”, „rozwijać” oraz „kryzys”. Można z tego wyciągnąć wniosek, że retoryka tej partii w kontekście kraju skupia się na niezależności i społeczeństwie.

Dla KO są to: „europa”, „strefa”, „my”, „polexit”, „warszawa”. Tutaj od razu rzuca się w oczy odniesienie do Europy oraz dyskusje na temat polexitu.

W przypadku Lewicy najczęściej występują takie słowa jak: „europa”, „sprawiedliwy”, „cywilizacja”, „wspólnota”, „społeczeństwo”, „różnorodny”, „silny”. Wyniki mogą sugerować przywiązanie tej partii do wartości europejskich, różnorodności i sprawiedliwości społecznej.

Następnie dla Konfederacji są to: „europa”, „okupować”, „gwarancja”, „mocarstwo”, „atomowy”. Tutaj interpretacja może nie być aż tak oczywista bez znajomości polskich realiów politycznych. Znając je jednak można stwierdzić, że partia ta nie wyraża się o Europie w dobrym świetle, mówiąc w jej kontekście o okupacji. Reszta słów może oznaczać nacisk na niezależność kraju.

Zostaje nam jeszcze PSL-KUKIZ ze słowami takimi jak: „europa”, „braterstwo”, „społeczeństwo”, „skłócić”, „odbudować”, „zdeteminowany”, „idea”. I tutaj również przyda się nawet nieznaczna znajomość sceny politycznej, żeby stwierdzić, że partia raczej nie chce skłócić społeczeństwa, ale raczej mówi o tym, że już jest ono skłócone i ma receptę na to, jak je naprawić.

Oczywistym jest to, że same wyniki dla pojedynczych słów nie dają jednoznacznych odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób mówi się na dany temat. Aby uzyskać szerszy obraz, warto sprawdzić też wyniki dla słów podobnych do słowa kluczowego. I tak dla słowa „Polska” może być to przymiotnik „polski”. Takie zestawienie może dać szerszy obraz i nawet nie znając polskiej sceny politycznej można wyciągnąć pewne wnioski.

Słowo kluczowe: polski				
PiS	KO	Lewica	Konfedera- cja	PSL-Kukiz
polska: 0.526	polska: 0.607	polska: 0.455	ukraiński: 0.491	polska: 0.518
strzec: 0.459	rp: 0.457	sprawiedli- wy: 0.378	obcy: 0.481	europa: 0.405
polskość: 0.452	nasz: 0.436	amerykań- ski: 0.376	strategiczny: 0.449	przyszłość: 0.395
nasz: 0.445	włoski: 0.419	europa: 0.352	uderzać: 0.435	rozwój: 0.395
kształtować: 0.436	amerykań- ski: 0.410	śląski: 0.348	energetycz- ny: 0.433	bankruto- wać: 0.386
ojczyzna: 0.433	naród: 0.384	cywilizacja: 0.348	litwa: 0.429	skutecznie: 0.381

polak: 0.428	zachodni: 0.382	transformacja: 0.332	futrzarski: 0.428	najeżdźca: 0.380
rzeczpospolita: 0.427	zagraniczny: 0.379	unijny: 0.332	oligarcha: 0.425	znacząco: 0.378
dbałość: 0.422	terytorialny: 0.377	kraj: 0.328	węgier: 0.421	odnowa: 0.377
stabilność: 0.414	europa: 0.374	rosja: 0.325	wileńszczyzna: 0.420	kraj: 0.376

Aby bardziej przybliżyć różnice w narracji obozów politycznych, przedstawiamy jeszcze słowa podobne do „rodzina” oraz „ksiądz”. Już na pierwszy rzut oka widać odmiennosć wyników dla poszczególnych grup politycznych. Dla przykładu rodzina dla PiS to przede wszystkim „dziecko” i „wychowywać”, podczas gdy w wynikach dla Lewicy na wysokim miejscu są takie słowa jak „partner” i „partnerka”.

Słowo kluczowe: rodzina				
PiS	KO	Lewica	Konfederacja	PSL-Kukiz
dziecko: 0.500	krewny: 0.517	dziecko: 0.464	namowa: 0.581	rodzic: 0.503
wychowywać: 0.454	matka: 0.418	partner: 0.454	okołoporodowy: 0.541	karta: 0.486
społeczeństwo: 0.433	dom: 0.399	partnerka: 0.441	tradycyjny: 0.517	współczucie: 0.435
rodzic: 0.422	żona: 0.396	ofiara: 0.437	znajomy: 0.510	dziadkowie: 0.414
rodzica: 0.419	brat: 0.393	wychowywać: 0.434	rodzic: 0.508	rodzicielski: 0.412
niepełnosprawny: 0.414	ojciec: 0.389	kondolencje: 0.426	tradycja: 0.499	urlop: 0.402

godność: 0.394	bliski: 0.381	hetero: 0.414	wielodziet- ny: 0.497	matka: 0.400
opiec: 0.392	córka: 0.374	jednoplcio- wy: 0.414	łowiecki: 0.486	kondolencje: 0.395
wieś: 0.387	królik: 0.372	seks: 0.408	ulma: 0.477	przebadać: 0.389
społeczny: 0.382	par: 0.369	współczucie: 0.401	osobowy: 0.475	senior: 0.385

Odmienne narracje zostają jeszcze bardziej unaocznione, jeżeli przyjrzymy się wynikom dla słowa „ksiądz”. Bardzo łatwo można wychwycić, które grupy polityczne mogą mieć pozytywne, a które negatywne podejście do tematów, takich jak ksiądz, religia czy kościół. Tutaj bez zaskoczenia, ugrupowania takie jak PiS i PSL-Kukiz mówią o księżach wyłącznie w pozytywnym kontekście, natomiast reszta często odnosi się do problemu pedofilii wśród księży. Dziwić może wysokie podobieństwo do słowa „tyława” dla KO. Otóż szybko można znaleźć informacje, że jest to miejscowość, w której lokalny proboszcz dopuszczał się molestowania nieletnich.

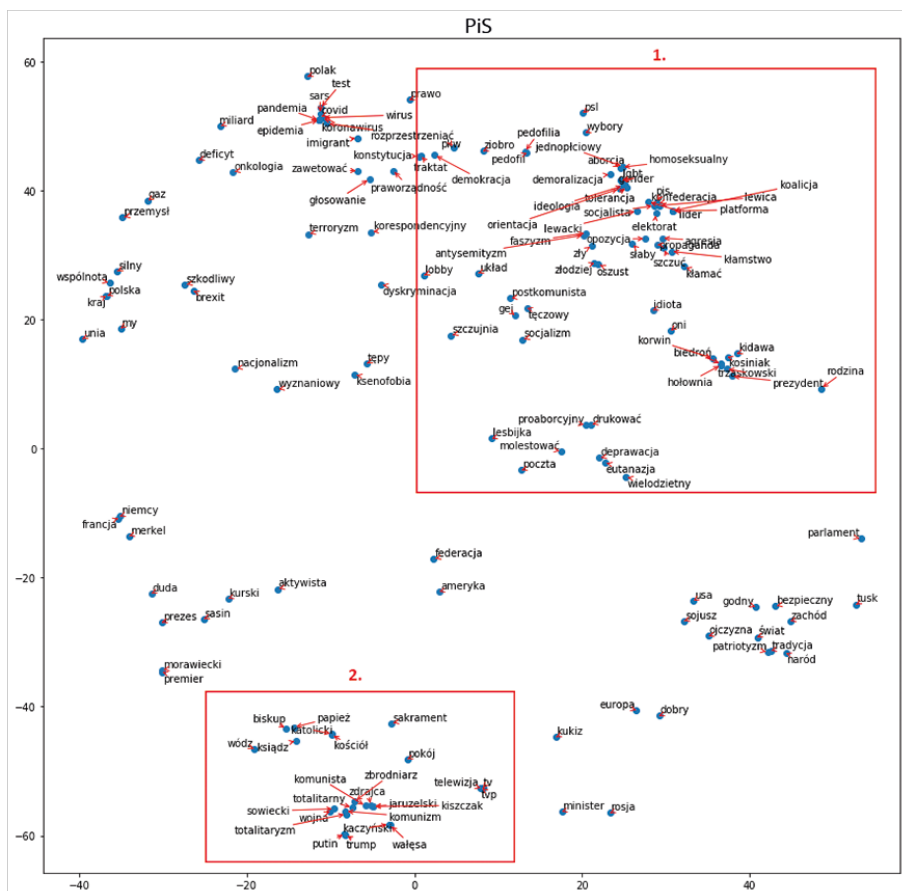
Słowo kluczowe: ksiądz				
PiS	KO	Lewica	Konfedera- cja	PSL-Kukiz
popiełuszko: 0.757	tyława: 0.785	pedofil: 0.807	pedofilia: 0.679	franciszek: 0.743
prałat: 0.740	księży: 0.687	tyława: 0.747	pedofil: 0.674	kardynał: 0.707
biskup: 0.735	gwałciciel: 0.675	jankowski: 0.744	olga: 0.672	odejść: 0.701
proboszcz: 0.733	proboszcz: 0.670	gwałcić: 0.744	parafianin: 0.593	stefan: 0.692
blachnicki: 0.730	biskup: 0.658	ułaskawie- nie: 0.738	wilkosz: 0.589	pieronek: 0.691

jerzy: 0.718	zgwałcić: 0.650	sutanna: 0.735	kościół: 0.581	popiełuszko: 0.689
kapłan: 0.715	janiak: 0.647	odprawiać: 0.727	połański: 0.557	niezłomny: 0.688
suchowolec: 0.709	dziewczynka: 0.629	księża: 0.721	antypedofilski: 0.543	marcin: 0.679
apostoł: 0.707	kuria: 0.628	jędraszewski: 0.718	zaleski: 0.542	biskup: 0.671
błogostawiony: 0.696	międlar: 0.628	biskupi: 0.707	pomówienie: 0.541	jerzy: 0.669

Przejdźmy teraz do już wcześniej wspomnianych map słów. Umożliwiają one spojrzenie na większy zasób słów niż zestawienia najbardziej podobnych, które wskazują tylko najbliższe otoczenie interesującego nas słowa. Aby stworzyć taką mapę konieczne jest zredukowanie liczby wymiarów do dwóch (w naszym przypadku ze stu). W tej analizie został wykorzystany algorytm t-SNE (*T-distributed Stochastic Neighbor Embedding*), który oblicza miarę podobieństwa między parami w przestrzeni o dużych wymiarach i przestrzeni o małych wymiarach, następnie próbuje zoptymalizować te dwie miary podobieństwa.

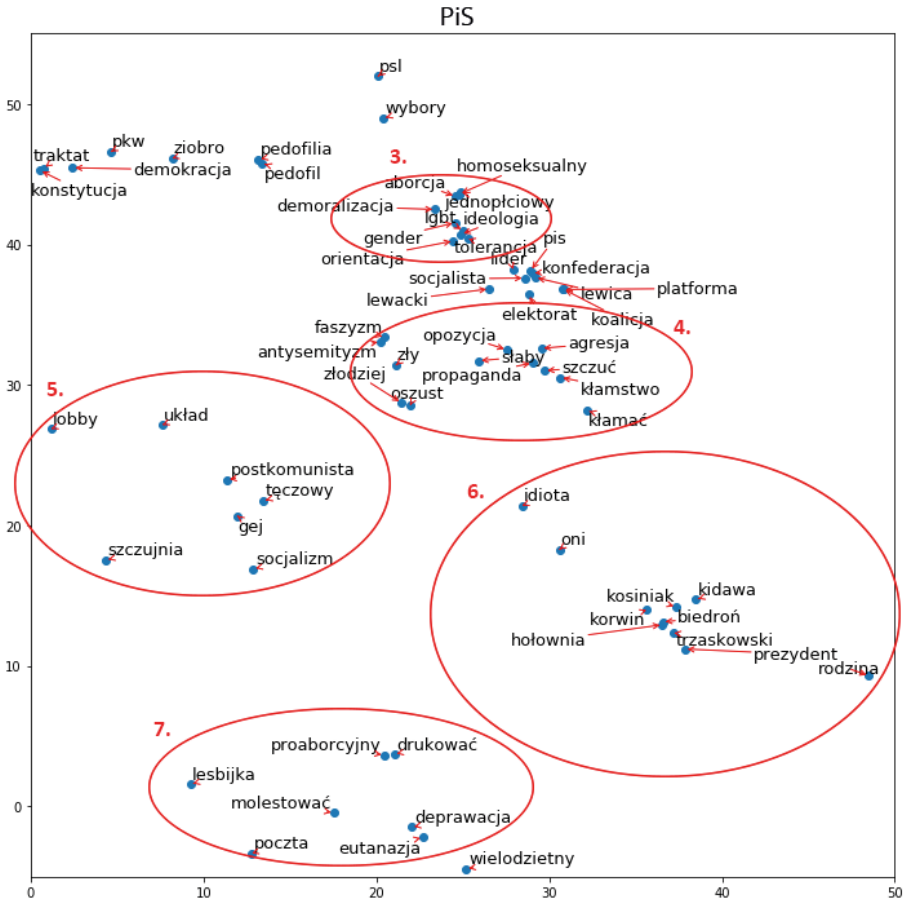
69

Poniżej przedstawiamy mapę wybranych słów dla aktualnie rządzącej partii PiS. Wybraliśmy tutaj słowa w pewien sposób nacechowane politycznie oraz odnoszące się do aktualnie diskutowanych w przestrzeni publicznej tematów.

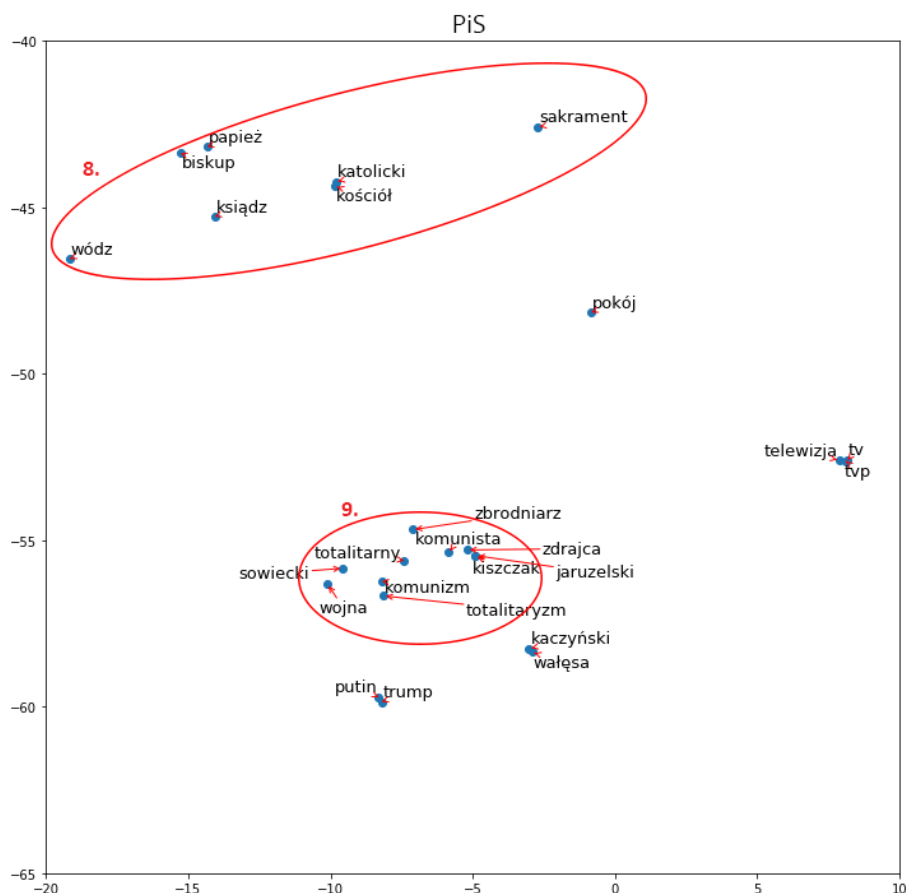


Spróbujmy teraz przyjrzeć się wycinkom powyższej mapy i wybrać kilka grup wyrazów, aby znaleźć analogiczne w mapkach innych partii i porównać narracje. Zaczniemy od wycinka numer 1. To co chyba najbardziej rzuca się w oczy, to otoczenie słowa „oni” (grupa słów nr 6), które po jednej stronie sąsiaduje ze słowem „idiota”, po drugiej natomiast znajdują się nazwiska przedstawicieli opozycji oraz „prezydent”. To ostatnie wcale nie musi odnosić się do głowy państwa, lecz do niektórych członków partii opozycyjnych, którzy byli lub są prezydentami miast. Nieco wyżej mamy otoczenie słowa „opozycja” (4), które również nie występuje w pozytywnych kontekstach. Zaskoczeniem może być to, że wzmianki partii o samej sobie są usytuowane niewiele wyżej, pośród nazw innych partii oraz słowa „socjalista” i „lider”. To jednak, jak już wcześniej wspominaliśmy, może być wynikiem dopasowania do słów o podobnym znaczeniu, ponieważ sama nazwa

partii rządzącej może niezbyt często padać w innych kontekstach. Patrząc jeszcze wyżej na grupę słów nr 3, możemy zauważyć, że słowa takie jak: „homoseksualny”, „lgbt”, „gender”, „aborcja”, „tolerancja” są zestawione ze słowem „demoralizacja”. Warto również zwrócić uwagę na grupę nr 5, która w otoczeniu słów „gej” i „tęczowy” posiada takie określenia jak: „lobby”, „układ”, „socjalizm”, „szczujnia”.



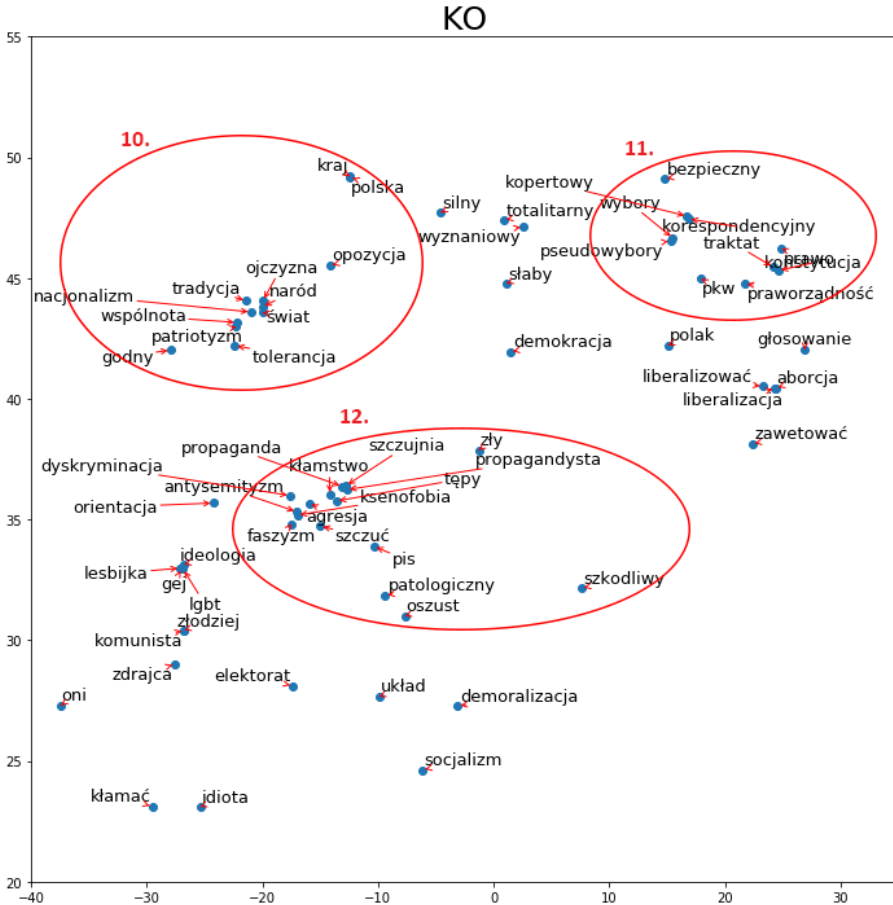
Kolejny wycinek (nr 2) przedstawia narrację partii rządzącej na temat kościoła oraz komunizmu. Jak możemy zauważyć, te dwa tematy są od siebie wyraźnie oddzielone i przedstawiane w kompletnie różnym świetle:



Teraz dla porównania przyjrzymy się wycinkowi z mapy dla Koalicji Obywatelskiej (pełna mapa nie została zamieszczona z powodu ograniczeń objętości). W grupie numer 12 od razu można zauważyć, że otoczenie słowa „pis” jest nacechowane negatywnie takimi wyrazami jak: „propaganda”, „fasyzm”, „ksenofobia”. Dla kontrastu, w otoczeniu słowa „opozycja” (10) możemy znaleźć takie wyrazy jak: „ojczyzna”, „tradycja”, „tolerancja”. To porównanie doskonale pokazuje w jaki sposób piszą o sobie przedstawiciele dwóch

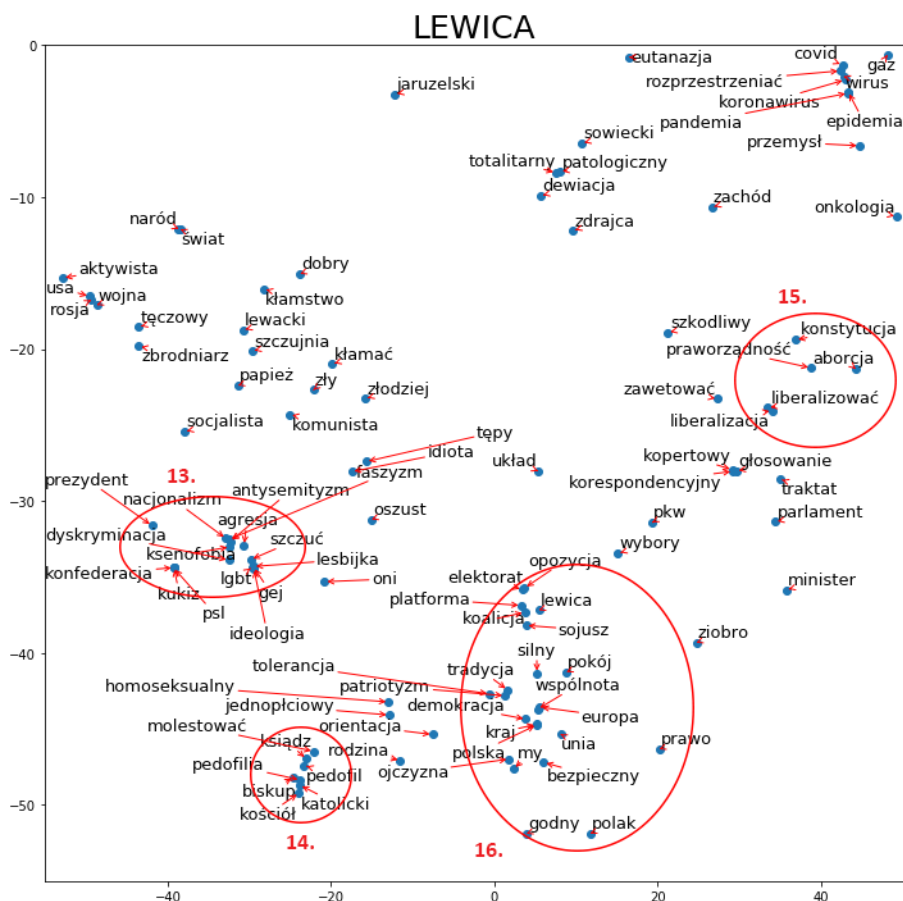
Skupmy się teraz na różnicach światopoglądowych. Najlepszym wyborem wydaje się tutaj porównanie do Lewicy. Możemy zauważyć, że narracja dotycząca kleru jest mocno odmienna od tej, którą przedstawia partia rządząca.

największych środowisk politycznych, można też wywnioskować, że raczej za sobą nie przepadają. Grupa nr 11 odnosi się do wyborów, które początkowo miały być korespondencyjne.



Skupmy się teraz na różnicach światopoglądowych. Najlepszym wyborem wydaje się tutaj porównanie do Lewicy. Możemy zauważyć, że narracja dotycząca kleru jest mocno odmienna od tej, którą przedstawia partia rządząca. Słowami leżącymi najbliżej „ksiądz” i „kościół” (14) są „molestować” czy „pedofil”. Warto też przyrzeć się otoczeniu słowa „aborcja” (15), które najczęściej jest dyskutowane w kontekście: „liberalizacja”, „konstytucja”, „praworządność”. Dalej mamy otoczenie słowa „my” (16), które odwołuje się do wartości takich jak: wspólnota, bezpieczeństwo, demokracja oraz leży blisko słów: „sojusz”, „lewica”, „opozycja”.

Grupa nr 13 pokazuje natomiast narrację dotyczącą ideologii.



Analizę tematyczną można prowadzić bez końca, aby więc nasz tekst nie rozrósł się ponad miarę, zdecydowaliśmy się zakończyć na pokazaniu map oraz ich wycinków tylko dla największych partii. Dla czytelników chcących bardziej zagłębić się w temat przygotowaliśmy aplikację internetową, w której samemu można sprawdzić interesujące nas słowa www.tweet2vec.com.

CO NAM MÓWI BIG DATA

Na koniec powróćmy do niektórych pytań, jakie zadaliśmy sobie wcześniej oraz przejrzyjmy narzędzia *big data*, które zostały wykorzystane:

1. **O czym mówią politycy?**
2. **O kim mówią politycy?**
3. **Do kogo mówią politycy?**

i wreszcie

4. **Jak mówią politycy?** – *Word2Vec*.

Próba odpowiedzi na trzy pierwsze pytania ukazała, że najczęściej wykorzystywane słowa są bardzo zbliżone dla wszystkich grup politycznych. Tematyka wpisów skupia się głównie na promocji własnych haseł oraz sloganów wyborczych. Politycy chętnie udostępniają własne przekazy partyjne i odnoszą się głównie do osób z własnego otoczenia. Wykorzystywane hashtagi sugerują, iż politycy są bardziej skłonni do promowania własnej działalności, niż do komentowania działalności innych. Wyjątkiem bądź ciekawą obserwacją jest konto pisorgpl, do którego odnoszą się wszystkie grupy polityczne (podobnie dla słowa „pis”, które występuje często w każdej z grup). Wydaje się, że jeżeli politycy już muszą wychodzić poza własną grupę, to najchętniej „dyskutują” z (oraz o) aktualnie rządzącej partii.

Niemniej jednak można stwierdzić, że grupy polityczne mają bardzo zamknięty charakter i generalnie są skłonne do tweetowania jedynie wewnątrz własnego środowiska. Wyniki analizy sugerują, że politycy są nastawieni przede wszystkim na promocję własnych interesów, nie są zainteresowani komunikacją, lecz raczej przedstawianiem własnych poglądów. Twitter służy w dużej mierze jako „tuba”, kanał reklamowy służący do promocji swojej osoby bądź partii. Można pokusić się o poszerzenie klasycznej definicji polityki jako sztuki rządzenia państwem, dodając również sztukę autopromocji i kreowania własnej narracji.

Najciekawsze wyniki udało się uzyskać odpowiadając na ostatnie pytanie, które miało na celu poznanie, w jakim kontekście padają pewne istotne słowa. Analiza konotacji słów kluczowych, czyli próba odnalezienia słów występujących w podobnych kontekstach do słowa szukanego, ukazała to, czego grupy polityczne sta-

Analiza konotacji słów kluczowych, czyli próba odnalezienia słów występujących w podobnych kontekstach do słowa szukanego, ukazała to, czego grupy polityczne starają się nie ekspozować.

rają się nie eksponować.

Wykorzystując do analizy *big data* narzędzia *word2vec* można dowiedzieć się, co dane grupy polityczne myślą o swoich konkurentach lub w jakim kontekście piszą o takich sprawach, jak rodzina, kościół czy Polska. Nie da się ukryć, że jest to niebywale potężne narzędzie do prób określenia, co dana grupa polityczna tak naprawdę sądzi na konkretny temat, bowiem jak pisał Jan Stępień w *Zamyśleniach* – „Polityka nie lubi prawdy, zaś prawda nie lubi polityki”.

W powyższej analizie została zaprezentowana jedynie część technik, które mogą stanowić punkt wyjścia do dalszej analizy języka idącej w kierunku wprowadzenia elementów uczenia maszynowego do klasyfikacji tweetów w celu stworzenia dokładniejszego opisu poszczególnych grup politycznych oraz języka jakim się posługują.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Ożóg K., *O języku współczesnej polityki*, „Polityka i Społeczeństwo” 4/2007, Rzeszów 2007.
- [2] Stępień J., Szyszkowska M., *Zamyślenia*, wyd. Heliodor, Warszawa 2005.
- [3] www.nodegraphs.se
- [4] <http://www.deepdata.pl/>
- [5] <https://www.bbva.com>
- [6] Woliński M., *Morfeusz reloaded*. In Nicoletta Calzolari, Khalid Choukri, Thierry Declerck, Hrafn Loftsson, Bente Maegaard, Joseph Mariani, Asuncion Moreno, Jan Odijk and Stelios Piperidis (editors), *Proceedings of the Ninth International Conference on Language Resources and Evaluation*, LREC 2014, pages 1106–1111, ELRA, Reykjavik 2014.
- [7] Walewski Ł., *Władza w sieci. Jak nami rządzą social media*, WAM, Kraków 2020.

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] Artykuł ten został opracowany na podstawie pracy zaliczeniowej napisanej przez jego autorów pod kierunkiem dra Bartłomieja Balcerzaka na studiach podyplomowych (nazwa kierunku: Big Data – inżynieria dużych zbiorów danych) na Polsko-Japońskiej Akademii Technik Komputerowych w Warszawie.
- [2] <https://www.bbva.com/en/five-vs-big-data/>
- [3] Pobranie bazy tweetów w dniu 22.07.2020. Analiza obejmuje tweety opublikowane do tego dnia, za początek przyjmując datę utworzenia poszczególnych kont.
- [4] Morfeusz – program opracowany w Instytucie Podstaw Informatyki PAN służący do analizy morfologicznej języka polskiego. Jego biblioteka zbudowana jest na „Słowniku gramatycznym języka polskiego” (SGJP). Program często wykorzystywany jest przez aplikacje jako narzędzie do przetwarzania języka polskiego.



WHAT POLITICIANS DO NOT SAY, BIG DATA WILL TELL YOU

ENGLISH SUMMARY

This article is a description of language analysis of Polish politicians on Twitter, considering political fractions with the use of machine learning algorithms.

Keywords: big data, twitter, language analysis, politicians

78



Mateusz Dobrowolski

Absolwent finansów i rachunkowości, a także studiów podyplomowych z inżynierii dużych zbiorów danych – big data. W pracy zawodowej związany z administracją publiczną i finansami publicznymi. Prywatnie entuzjasta kultury i włoskiej piłki nożnej.



Paweł Kalisz

Absolwent lotnictwa i kosmonautyki oraz studiów podyplomowych big data. Inżynier w branży oil & gas zafascynowany technologiami machine learning. Od niedawna również data scientist w branży medycznej.

Nicole Kowalewska

AUSTRIACKI SYSTEM MEDIALNY I ANALIZA KAMPANII PRZED WYBORAMI PARLAMENTARNYMI W 2019 ROKU

STRESZCZENIE

Ze względu na szerokie zainteresowanie specyfikacją mediów warto przyglądać się im w różnych krajach. Na celowniku znalazła się Austria. Celem artykułu jest przedstawienie specyfiki systemu medialnego i jakości przekazu na przykładzie przeprowadzonej kampanii kandydatów na urząd kanclerza w wyborach parlamentarnych.

Słowa kluczowe: media, system medialny, wybory parlamentarne, afery polityczna, Austria.

WPROWADZENIE

W niniejszym tekście przedstawiona zostanie analiza rynku medialnego w Austrii na wyróżnionym przez autorkę przykładzie kampanii wyborczej prowadzonej przed wyborami parlamentarnymi w 2019 roku. Austria, jako mały kraj, nie przyciąga tak wielkiej uwagi jak sąsiadujące z tym państwem Niemcy. Jednak ze względu na okoliczności przeprowadzonych wyborów, które zapisały się na politycznej karcie historii Austrii, warto było przyjrzeć się jej mediom, na których spoczął obowiązek relacjonowania tych wydarzeń. Wybory zostały przyspieszone między innymi na skutek wypłynięcia afery korupcyjnej sprawującego władzę rządu.

Udział mediów podczas prowadzenia różnorodnych starć partyjnych jest nieoceniony. Dzięki nim możemy się przyjrzeć i przeanalizować konkretne wypo-

wiedzi kandydatów – ich treść i jakość. Poznać nie tylko same partie występujące w danym kraju, ale i kandydatów reprezentujących je. Każdy kraj charakteryzuje się innym systemem medialnym, publicznym i prywatnym. W ramach przekazu medialnego niezwykle istotny jest sposób przekazywania treści. Powinny one być rzetelne, niezależne i przede wszystkim dostępne dla każdego obywatela.

Relacjonując wydarzenia z drugiej połowy 2019 r., media austriackie zostały postawione przed trudnym zadaniem, bowiem wydarzenia, do których doszło je-

Na potrzebę badań opinii publicznej zostały przeprowadzane liczne ankiety, które miały zdiagnozować nastroje panujące wśród obywateli i ich reakcje na bieżące wydarzenia w kraju. Wnioski nieraz okazywały się zaskakujące, a same wyniki ubiegłorocznych wyborów z całą pewnością zapiszą się na kartach politycznej historii Austrii.

sienią, miały swoją genezę o wiele wcześniej, już w 2017 roku. Rolą dziennikarzy było zbadanie sprawy w jak najdokładniejszy sposób. Musieli cofnąć się o dwa lata, aby wszystko krok po kroku zrelacjonować. Oprócz tego, na potrzebę badań opinii publicznych zostały przeprowadzane liczne ankiety, które miały zdiagnozować nastroje panujące wśród obywateli i ich reakcje na bieżące wydarzenia

w kraju. Wnioski nieraz okazywały się zaskakujące, a same wyniki ubiegłorocznych wyborów z całą pewnością zapiszą się na kartach politycznej historii Austrii.

MEDIA AUSTRIACKIE

Słowem wstępu należy przytoczyć jedną z najbardziej popularnych definicji systemu medialnego. Upraszczając, rozumiany jest on jako całokształt zasad organizacyjnych, ogół norm i reguł obowiązujących oraz stosowanych w dziedzinie środków komunikowania masowego, oraz zespół instytucji służących stałemu informowaniu społeczeństwa o aktualnych wydarzeniach i ich komentowaniu. System medialny funkcjonuje w ramach systemu politycznego państwa, jest jego elementem i odznacza się różnorodnymi cechami w zależności od kraju. Na system medialny składają się: warunki społeczno-ekonomiczne, funkcjonowanie mediów, system wartości, gwarancja wolności mediów, idee i warunki polityczne, zasady funkcjonowania organizacji i instytucji medialnych. Można je analizować na dwóch

płaszczyznach: ze względu na podstawę programową oraz sposób relacjonowania faktów¹.

Daniel Hallin i Paolo Mancini wyróżnili trzy modele mediów: śródziemnomorski (spolaryzowany pluralizmu), północno-środkowoeuropejski (demokratyczny korporacjonizmu) oraz północnoatlantycki (liberalny)².

Austria z całą pewnością może stanowić przykład modelu demokratycznego korporacjonizmu. Faktami potwierdzającymi tę tezę są: występowanie modelu państwa opiekuńczego Niemiec i ich wpływu na media (między innymi poprzez finanse), paralelizm polityczny, rozwinięta prasa masowa oraz zaangażowanie państwa w sektorze publicznym.

Rynek mediów zdominowany jest przez trzech gigantów: ORF³, Mediaprint (dzienniki: „Krone” i „Kurier”, a także jedyne prywatne radio o zasięgu ogólnokrajowym Kronehit) oraz Styria Media Group (dziennik „Die Presse”), koncern należący do prywatnej fundacji blisko związanej z Kościołem katolickim.

Do najważniejszych pism ukazujących się w Austrii należą: „Heute”, „Der Standard”, „Kurier”, „Kronen Zeitung”, „Kleine Zeitung”. Charakterystyczną cechą austriackiego systemu mediów jest nadzwyczajna koncentracja rynku prasowego oraz duży udział kapitału niemieckiego. Jedną z pierwszych gazet codziennych był założony w 1988 r. „Der Standard”, dziennik lewicowo-liberalny wzorowany na „New York Times”. „Der Standard” można określić nie tylko jako portal informacyjny, ale i komunikator społecznościowy. Do renomowanych dzienników można zaliczyć również najstarszy austriacki dziennik „Die Presse”, który złagodził swój, niegdyś zdecydowanie konserwatywny, charakter. „Der Standard” czyta około 5,6 proc. społeczeństwa, a „Die Presse” – 3,7 procent. Popularnością (zwłaszcza wśród młodzieży) cieszy się „Die Krone” oraz założony w 2006 r. tabloid „Österreich”⁴.

Od 1992 roku nie pojawiła się żadna nowa gazeta codzienna. Wejście na rynek powyższych tytułów odbierane było jako początek przemian w mediach austriackich zmierzających do urozmaicenia rynku. Wysokie subsydia rządowe miały doprowadzić do dalszego rozwoju gazet opiniotwórczych⁵.

Dla publicznego nadawcy radiowo-telewizyjnego ORF konkurencja w postaci ogólnokrajowych prywatnych nadawców telewizyjnych pojawiła się dopiero kilka lat temu. W 2000 r. na rynek weszła Austria Television (ATV), w 2007 r. – Austria 9 TV, a w 2009 r. – Servus TV.

W połowie lat 90 upadł monopol ORF, ale dopiero od 2000 roku rozpowszechniła się na terenie całej Austrii prywatna telewizja ATV⁶. Programy ATV dostępne są online.

Serwisy Puls24 i ServusTV to prywatne stacje telewizyjne. Na terenie Polski nie można odbierać telewizji austriackiej, jednak część materiałów jest dostępna w formacie online w postaci nagranych audycji, np rund kampanii wyborczej tzw. Elefantenrunde.

WYDARZENIA Z WIOSNY 2019 ROKU

W maju 2019 r. austriacką sceną polityczną wstrząsnęła jedna z największych afer w powojennej historii państwa. Dnia 17 maja niemieckie gazety – tygodnik „Spiegel” oraz dziennik „Süddeutsche Zeitung” – opublikowały nagranie, na którym widać było H.-Ch. Strachego, przewodniczącego Wolnościowej Partii Austrii (FPÖ) oraz wicekanclerza Austrii podczas spotkania z rosyjską inwestorką podającą się za Alyonę Makarovą. Rozmowa dotyczyła propozycji, jaką złożyła Rosjanka – zainwestowania 250 mln euro w kampanię wyborczą partii H.- Ch. Strachego oraz przejęcie największej gazety austriackiej „Kronen Zeitung”, w zamian za zlikwidowanie firmy budowlanej Strabag i przekazanie wszystkich realizowanych przez nią projektów firmom rosyjskim. Miało to miejsce w lipcu 2017 r. w wynajętej willi na Ibizie w Hiszpanii.

Prasa austriacka starała się ustalić autorów nagrania, lecz okazało się to bardzo trudne. Z jednej strony metody były podobne do działań izraelskiego specjalisty PR, Tala Silbersteina, który miał za zadanie poprowadzić kampanię oczerniania rywali politycznych z SPÖ w czasie kampanii wyborczej w 2017 roku. Padły też podejrzenia na niemieckich happenerów i rosyjski wywiad. Według prasy niemieckiej miał on wiedzieć o treści nagrania kilka tygodni przed jego upublicznieniem. „Die Welle” wspominało, że treść nagrania była znana o wiele wcześniej niż została emitowana. Al-Serori mówiła w austriackiej telewizji ORF, że nagrania były oferowane Boehmermannowi⁷, ale nie chciał on zebrać dalszych informacji na ten temat. W swoim programie „Neo Magazin Royal”, w przeddzień wybuchu afery korupcyjnej, Boehmermann wspominał nawet o planowanych doniesieniach prasowych: „Może się zdarzyć, że jutro w Austrii gruchnie”. Pomimo zaangażowania dwóch sił medialnych

(austriackiej i niemieckiej) odkrycie pierwotnego źródła informacji okazało się niemożliwe.

Wyplięnięcie nagrania z Ibizy miało swoje konsekwencje na arenie politycznej Austrii. Koalicja rządząca, czyli Austriacka Partia Ludowa, i wcześniej wspomniana Wolnościowa Partia Austrii (ÖVP i FPÖ) zostały rozwiązane, a sam H.- Ch. Strache (uczestnik nagrania, wicekanclerz i przewodniczący partii) 18 maja 2019 r. podał się do dymisji. Ogłosił wtedy, że chce, aby wiceprzewodniczący FPÖ Norbert Hofer objął jego stanowisko w partii i rządzie.

Po nagłośnieniu powyższego skandalu – przez media nazwanego Ibizagate – który był jedną z przyczyn decyzji prezydenta A. Van der Bellena o rozpisaniu nowych wyborów, przeprowadzono liczne sondaże, mające na celu sprawdzić zaufanie obywateli do systemu politycznego. Tabela przedstawia wyniki ankiety przeprowadzonej przez Institut für Strategianalysen⁸, w której widać, że przez aferę z udziałem przewodniczącego jednej z partii rządzącej, zaufanie obywateli spadło.

Tabela 1. Zaufanie do systemu politycznego i partii w Austrii

	zdecydowanie nie zgadzam się	raczej się zgadzam	raczej się nie zgadzam	nie zgadzam się
Nagranie z Ibizy pod- ważyło moje zaufanie do austriackiego systemu po- litycznego	33	26	19	17
Partie zabiegają tylko o głosy wyborców	26	30	28	12

Dnia 22 maja 2019 r. na nadzwyczajnym posiedzeniu Rady Narodowej, w reakcji na polityczny kryzys, ugrupowanie JETZT zażądało rezygnacji rządu. Przeciwno gabinetowi S. Kurza opowiedziało się aż 110 parlamentarzystów z różnych partii, między innymi z Socjaldemokratycznej Partii Austrii i prawicowo-populistycznej Austriackiej Partii Wolności.

Zapisy konstytucji austriackiej mówią: „W razie ustąpienia Rządu Federalnego, do czasu utworzenia nowego Rządu Federalnego, Prezydent Federalny powierza członkom ustępującego Rządu Federalnego dalsze pełnienie obowiązków, a jednemu z nich tymczasowe przewodniczenie Rządowi Federalnemu”⁹. Na mocy tego artykułu, w okresie od 28 maja do 3 czerwca, czyli do czasu wyłonienia nowego kanclerza, który miał pokierować rządem do czasu przedterminowych wyborów, jego obowiązki pełnił dotychczasowy wicekanclerz i minister finansów – Hartwig Löger.

Dnia 30 maja A. Van der Bellen zaprezentował mediom i prasie swoją kandydatkę, dotychczasową prezes austriackiego Trybunału Konstytucyjnego Brigitte Bierlein.

KANDYDACI NA URZĄD KANCLERZA

86 Po ogłoszeniu decyzji i daty przedterminowych wyborów austriackie partie zaczęły przygotowania do nich. Oficjalne zmagania zaczęły się 12 czerwca 2019 r., kiedy każda z partii przedstawiła swojego kandydata na kanclerza. Z ramienia ÖVP o ten urząd ponownie ubiegał się S. Kurz. Pomimo przyznania wotum nieufności dla jego rządu, poparcie dla jego partii drastycznie nie zmalało. Był on najmłodszym z kandydatów (ur. 1986), jednak uważany był za jednego z lepszych polityków austriackich. W rozpoczętej kampanii wyborczej stosował strategię bliskości, polegającą na pokazywaniu się wśród obywateli, spędzaniu z nimi czasu, a nawet robieniu nie lubianego przez wielu polityków selfie. Do samego końca kampanii udzielał wywiadów i był aktywny w mediach, w których odnosił się do prognoz wyników wyborczych.

Po raz pierwszy SPÖ wystartowała do wyborów do Rady Narodowej z kobietą na czele. P. Rendi-Wagner (ur. 1971) dotychczas zajmowała pozycję ministra zdrowia. Z wykształcenia lekarka, w swoich postulatach stawiała przede wszystkim na poprawę zdrowia i jakości życia obywateli. Jej deklarowaną misją było rozmawiać z ludźmi i pokazywać się od najlepszej strony jako zwykła obywatelka. Ludzie z jej otoczenia opisywali ją jako wrażliwą perfekcjonistkę. Widywano ją śmiejącą się i rozmawiającą z obywatelami, na lokalnych targach i wśród straganów. Była aktywna

w mediach, udzielała wywiadów dla gazet (np. „Der Standard”) czy telewizji (np. Puls24).

Dla Norberta Hofera (ur. 1971) były to pierwsze wybory jako lidera FPÖ. W 2017 r. został ministrem infrastruktury turkusowoniebieskiego rządu i utrzymywał dobre kontakty z ÖVP jako koordynator rządowy. Z wykształcenia technik samochodowy, mógł się pochwalić doświadczeniem w partii. Od samego początku kampanii wyborczej musiał zmagać się z wieloma problemami i kontrowersjami związanymi z wypłynięciem afery z Ibizy. Podkreślał chęć dalszej współpracy z ÖVP. Jeździł po landach i rozmawiał z wyborcami. Dnia 21 września wybrał się do Burgenlandu, następnie odbył konferencje prasową w Eisenstadt, gdzie podkreślał nowe cele swojej partii.

Beate Meinl-Reisinger (ur. 1978), musiała udowodnić, że NEOS mogą przetrwać bez M. Strolza. Pomimo niesprzyjających dla NEOS nastrojów, doprowadziła partię bezpiecznie do wiedeńskiego parlamentu stanowego w 2015 r. i stanęła na czele kampanii do Rady Narodowej w 2019 roku. Tamtego lata B. Meinl-Reisinger podróżowała po Austrii. Poprowadziła zespół między innymi do Schlager i odwiedzała wyborców w Klagenfurcie. Wszystkie jej wizyty były dokumentowane zdjęciami umieszczanymi na profilu w serwisie społecznościowym Instagram, docierając tym samym do młodszych odbiorców.

87

Po sukcesie Zielonych w wyborach do Parlamentu Europejskiego najlepszym kandydatem na stanowisko kanclerza według partii stał się Werner Kogler (ur. 1961). Kwestia ochrony klimatu była podstawowym tematem w jego hasłach wyborczych. Podkreślając ważność ekologii w swoich postulatach, W. Kogler potrafił zachęcić do słuchania. Prasa austriacka stwierdziła, że wolałby prowadzić kampanię wyborczą w zaciszu kawiarni. Jednak on spotykał się ze swoimi wyborcami między innymi podczas znanego festynu Altaussee Kirtag, gdzie opowiadał o lokalnym przemyśle piwowarskim i produktach regionalnych.

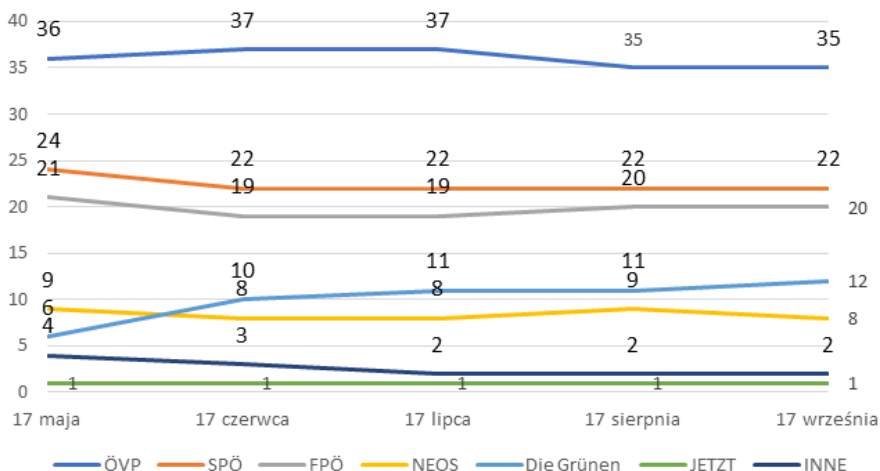
Oprócz powyższych, na kandydatów do parlamentu zostali wystawieni liderzy innych ugrupowań: Peter Pilz (ur. 1954) z Listy Pilza, Ivo Hajnal (ur. 1961) z KPÖ i Fayad Mulla (ur. 1980) z WANDEL.

Każda z partii, oprócz zgłoszenia swojego kandydata, musiała przygotować program wyborczy. Ugrupowania w tradycyjnej formie prowadziły walki o mandaty parlamentarne za pomocą plakatów, spotkań z wyborcami itp. Każdy z liderów brał także udział w telewizyjnym programie „Wahlarena”, w pojedynkach zwanych Ele-

fantrunde, czyli w debacie i rozmowach z innymi kandydatami. Podejmowali w nich główne tematy swoich kampanii wyborczych, pytania dotyczyły też błędów, jakie popełnili oni bądź przeciwnicy; rozważano możliwości koalicyjne. Serie rund w ramach programu miały przede wszystkim pomóc pozyskać elektorat wśród telewidzów. Dnia 26 września 2019 r. miała miejsce ostatnia runda, która przyciągnęła 1 mln 354 tys. widzów. Według Österreichischer Rundfunk (ORF) był to najchętniej oglądany program wyborczy w austriackiej telewizji.

Na początku kampanii wyborczej zostały przeprowadzone ankiety na temat poparcia dla poszczególnych partii. Z dużą przewagą procentową prowadziło ugrupowanie S. Kurza. Zieloni zaskoczyli wynikiem lepszym od NEOS, a Lista Pilza nie osiągnęła progu minimalnego.

Na dwa tygodnie przed wyborami, na zlecenie stacji telewizyjnej Puls 24 zostały wykonane sondaże. Ich celem było zbadanie preferencji austriackiego elektoratu. Takie analizy wykonywały także inne instytucje badania opinii społecznej. Wszystkie przedstawiały podobne wyniki.



Wykres 1. Poparcie poszczególnych partii podczas kampanii wyborczej 2019 r. (w %)

Źródło: Austria — National parliament voting intention, <https://www.politico.eu/europe-poll-of-polls/austria/> dostęp: 13.05.2020.

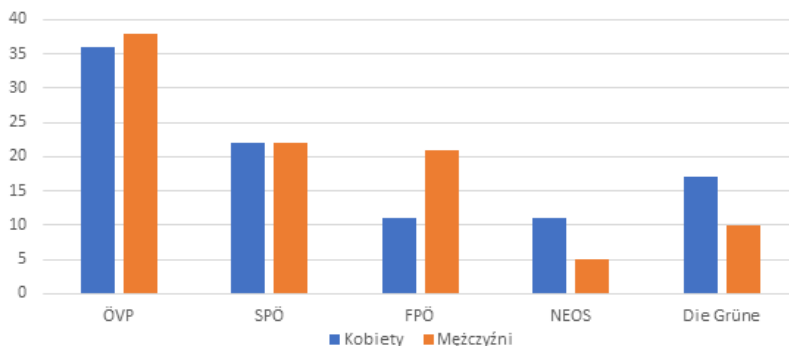
Na wykresie przedstawiono analizę poparcia dla poszczególnych partii, počawszy od 17 maja (dzień wypłynięcia afery z Ibizy), aż do momentu na dwa tygodnie przed wyborami. Można dostrzec pewną stabilność: pomimo niesprzyjających okoliczności pozycja FPÖ nie obniżyła się drastycznie, a pod koniec kampanii nawet lekko wzrosła. Na pierwszym miejscu utrzymywała się ÖVP. Spadek poparcia dla SPÖ wyniósł 2%. Największy wzrost odnotowała partia Zielonych, wyprzedzając tym samym NEOS, którzy odnotowali spadek o 1%.

WRZEŚNIOWE WYBORY

Dnia 29 września 2019 r. w Austrii miały miejsce przedterminowe wybory parlamentarne. Frekwencja wyborcza wyniosła 75,6%. Spośród 6 396 812 uprawnionych do głosowania Austriaków ważne głosy oddało 4 777 246. W rezultacie mandaty do niższej izby austriackiego parlamentu – Rady Narodowej – uzyskało 183 posłów. Bezapelacyjnym zwycięzcą okazała się partia S. Kurza, czyli Austriacka Partia Ludowa, która powtórzyła swój sukces sprzed 2 lat. Oprócz tego wymagany czteroprocentowy próg wyborczy przekroczyły cztery inne partie – SPÖ, FPÖ, Die Grünen i partia NEOS.

89

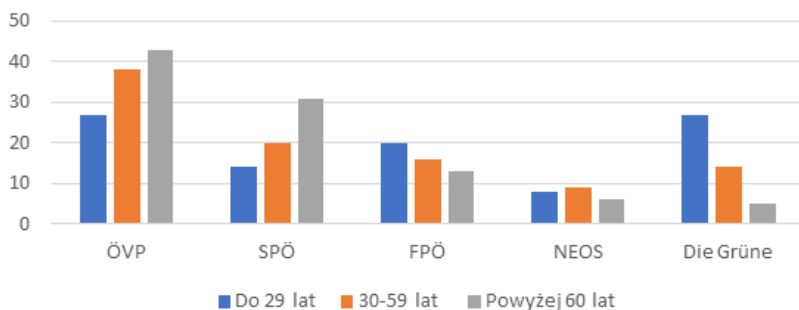
W tym miejscu warto przyjrzeć się dokładniej elektoratowi poszczególnych partii, biorąc pod uwagę kryterium płci, wieku czy wykształcenia. Preferencje podczas głosowania różniły się w przypadku mężczyzn i kobiet. Ugrupowanie FPÖ było wybierane znacznie częściej przez mężczyzn, natomiast NEOS i Zieloni przez kobiety. Nie było prawie żadnych różnic pod względem płci, jeśli chodzi o wyborców ÖVP i SPÖ.



Wykres 2. Rozkład głosów według płci (w %)

Źródło: Wahlanalyse Nationalratswahl 2019, <https://strategieanalysen.at/wp-content/uploads/2019/10/ISA-SORA-Wahlanalyse-NRW-2019.pdf>, s.5.

Wyborcami ÖVP są ludzie w różnych kategoriach wiekowych, jednak najmniejszą grupę tworzą osoby poniżej 29 roku życia. Z kolei SPÖ cieszy się największym poparciem wśród ludzi starszych, powyżej 60 lat. Wśród wyborców FPÖ i NEOS nie ma dużej różnicy wiekowej pomiędzy elektoratem. Natomiast w partii Zielonych najwięcej głosów oddali młodzi do 29 roku życia.

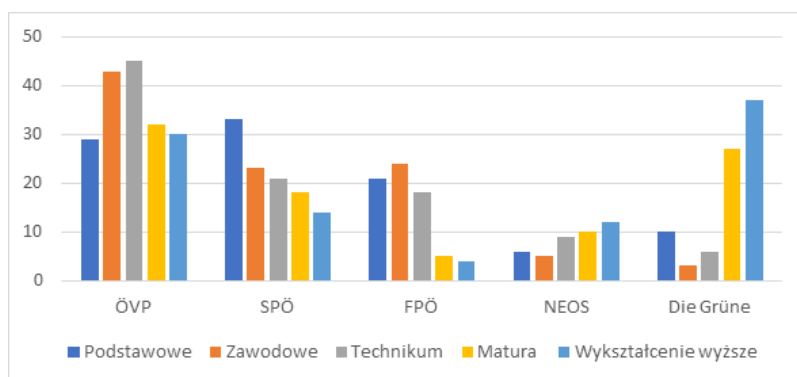


Wykres 3. Preferencje elektoratu według wieku

Źródło: Wahlanalyse Nationalratswahl 2019, <https://strategieanalysen.at/wp-content/uploads/2019/10/ISA-SORA-Wahlanalyse-NRW-2019.pdf>, s.5.

Jeśli weźmiemy pod uwagę wykształcenie głosujących, to okazuje się, że największy procent ludzi z wykształceniem wyższym zagłosował na Austriacką Partię Ludową i na Partię Zielonych, natomiast Wolnościowa Partia Austrii ma wśród nich najmniejsze poparcie. Największym powodzeniem wśród osób o wykształceniu podstawowym cieszą się socjaldemokraci, ludowcy i Wolnościowa Partia Austrii. Wśród osób o wykształceniu zawodowym i technicznym największą popularnością cieszy się Austriacka Partia Ludowa. Warto zauważyć, że na FPÖ chętniej głosowali wyborcy legitymujący się niższym wykształceniem.

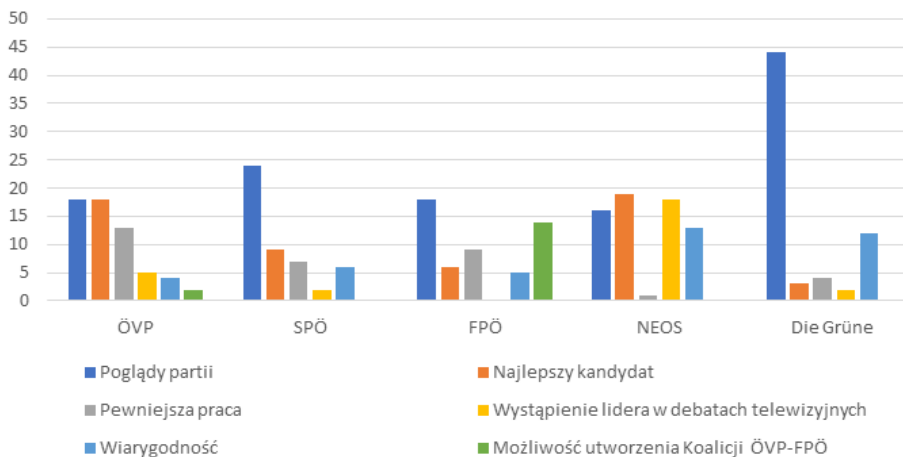
Ugrupowania o dość różnych stanowiskach, zwłaszcza w kwestii polityki migracyjnej oraz ekologicznej, osiągnęły porozumienie, które zawarły w liczącym ponad 300 stron programie rządowym na lata 2020-2024. Można przypuszczać, że obywatele Austrii są zadowoleni z koalicji tych partii.



Wykres 4. Preferencje partyjne z podziałem na wykształcenie (w %)

Źródło: *Wahlanalyse Nationalratswahl 2019*, <https://strategieanalysen.at/wp-content/uploads/2019/10/ISA-SORA-Wahlanalyse-NRW-2019.pdf>, s. 6.

Zapytani o główny motyw oddania głosów na określoną partię, wyborcy ÖVP postawili na przemyślany i dobrze przygotowany program partii i jej lidera. Die Grünen uzyskali największe uznanie wśród głosujących, jeśli chodzi o hasła programu wyborczego oraz wiarygodność, co jest bardzo ważne podczas wyborów. Sukces odniosła liderka partii NEOS, dobrze prezentując się w debatach publicznych i zyskując tym samym w ankiecie 18%.



Wykres 5. Główne motywy głosujących na daną partię (w %)

Źródło: Wahlanalyse Nationalratswahl 2019, <https://strategicanalysen.at/wp-content/uploads/2019/10/ISA-SORA-Wahlanalyse-NRW-2019.pdf>, s. 8-9.

Wyniki wyborów wrześniowych spotkały się z licznymi komentarzami w światowej prasie. Zdaniem niemieckiego dziennika „Frankfurter Allgemeine Zeitung”:

Jeszcze dwa lata temu obowiązywała w Austrii niepisana zasada, że w przyspieszonych wyborach do parlamentu ukarany zostanie ten, kto do nich doprowadził. Złamał ją Sebastian Kurz, który w krótkim odstępie czasu dwa razy je spowodował i dwukrotnie wyszedł z nich jako niekwestionowany zwycięzca [...]. Ale czekające go teraz zadanie jest jeszcze trudniejsze – musi utworzyć większość rządową [...]. Każdą możliwą koalicję czekają duże przeszkody natury politycznej. Czy będzie to nowe wydanie koalicji z Wolnościową Partią Austrii, powrót do wielkiej koalicji Austriackiej Partii Ludowej z Socjaldemokratyczną Partią Austrii, czy też eksperyment

w postaci koalicji złożonej z trzech partii, jeśli sojusz ÖVP z Zielonymi nie wystarczy do utworzenia rządowej większości, względnie rząd mniejszościowy. Kurz musi teraz udowodnić, że naprawdę posiada wybitny talent polityczny, który mu się dziś przypisuje z wielu różnych stron.

Kolejny raz w przeciągu kilku miesięcy Austria znalazła się na czołówkach światowej prasy. Zwycięska partia ludowców postanowiła bowiem rozpocząć rozmowy koalicyjne z ugrupowaniem Zielonych. Rozpoczęły się one 11 listopada 2019 r., zakończyły zaś 1 stycznia 2020 roku. Przewodzili im negocjatorzy August Wöginger (ÖVP) i Leonore Gewessler (Die Grünen). Utworzono 6 grup tematycznych, w ramach których toczyły się rokowania. W dniu 2 stycznia 2020 r. w 320-stronicowej umowie został przedstawiony program koalicyjny z partią Zielonych. Jak podsumował S. Kurz: „Udało nam się połączyć to, co najlepsze z obu światów”, natomiast lider Zielonych W. Kogler nazwał osiągnięte porozumienie „mostem dla przyszłości”. Die Grünen mieli odpowiadać za kwestie klimatyczne, zaś Austriacka Partia Ludowa zachowała kontrolę nad azylem i migracją, obszarem głębokiej niezgody między obojgiem partnerów¹⁰. Zapowiedzi rządu wynikają z priorytetów programowych obu partii. Postulaty ÖVP dotyczą głównie polityki fiskalnej i migracyjnej, natomiast Zieloni mogą realizować swoje postanowienia w sprawie ekologii i transparentności w życiu publicznym. Ugrupowania o dość różnych stanowiskach, zwłaszcza w kwestii polityki migracyjnej oraz ekologicznej, osiągnęły porozumienie, które zawarły w liczącym ponad 300 stron programie rządowym na lata 2020-2024. Można przypuszczać, że obywatele Austrii są zadowoleni z koalicji tych partii. Kiedy w jednym z badań opinii społecznej zapytano ich, na kogo zagłosowaliby, gdyby mogli bezpośrednio wybrać nowego kanclerza¹¹, nadal 52% na aktualnego kanclerza S. Kurza. Na drugim miejscu znalazła się P. Rendi-Wagner z wynikiem 16%, a na trzecim – aktualny wicekanclerz W. Kogler z poparciem 14%. Sondaż został przeprowadzony na początku maja 2000 r. Badanie to pokazuje, że decyzje S. Kurza spotykają się z aprobatą większości respondentów, tym samym potwierdzają słuszność (i jednocześnie zgodność) z decyzją podjętą we wrześniu 2019 roku.

PORÓWNANIE – PODSUMOWANIE

Ze względu na aktualność wydarzeń z Austrii i niedawno przeprowadzonych wyborów prezydenckich w Polsce można pozwolić sobie na porównanie obu systemów medialnych i analiz wyborów.

Wykorzystując podział zaproponowany przez Daniela Halliniego i Paolo Manciniego, polski system medialny reprezentuje model śródziemnomorski. Potwierdza to wysoki poziom paralelizmu politycznego w mediach, brak konsensusu i kwestionowanie legitymizacji systemu politycznego, głęboka polaryzacja, instrumentalizacja mediów publicznych (publiczne radio i telewizja często funkcjonują zgodnie z modelem rządowym), niskie czytelnictwo i duża rola mediów elektronicznych. W zestawieniu z modelem austriackim (demokratyczny korporacjonizm) widać znaczne różnice. Kiedy prowadzenia i relacjonowania kampanii wyborczej podjęły się wszystkie media publiczne w Austrii, gospodarzem debaty była niezależna prywatna stacja Puls24. Ogólny raport podsumowujący kampanię (łącznie z analizą wyborców) przeprowadziło Strategieanalysen. Podczas wywiadów dla innych przedstawicieli mediów nie było widać różnych standardów dla poszczególnych kandydatów. Największą uwagę mediów przykuwała jednak osoba Sebastiana Kurza, którego poprzedni rząd podał się do dymisji, oraz jako najmłodszego kandydata na (już ponowny) urząd kanclerza. W Polsce Instytut Dyskursu i Dialogu (INDID) był jedyną organizacją pozarządową, która zdecydowała się relacjonować dwie tury kampanii wyborczej z czerwca/lipca 2020 r. Z raportu INDID dowiadujemy się, że w zależności od stacji standardy były różne, a sama debata była przeprowadzona na zlecenie telewizji państwowej, w przeciwieństwie do Austrii. Oba te kraje mogą znaleźć cechę wspólną, jaką jest udział niemieckich finansów na rynku medialnym. Oprócz tego zauważalny jest podział społeczeństwa, zarówno austriackiego, jak i polskiego. Jednak podział w Polsce jest zdecydowanie większy (było widać to zwłaszcza w drugiej turze wyborów, gdzie różnice poparcia były bardzo małe), natomiast austriacki jest zróżnicowany (mniejsze różnice pomiędzy największymi partiami). Trzeba brać pod uwagę fakt, że były to dwa odmienne rodzaje wyborów – w Austrii parlamentarne, a w Polsce prezydenckie – więc podziały mogą inaczej się rozkładać.

Jedną z kluczowych roli mediów jest uświadamianie obywateli nt. wpływu, jaki posiada podczas głosowania. Przekłada się to później na frekwencję wyborczą.

Tegoroczna frekwencja w Polsce wyniosła 64,51% (I tura) i 68,18% (II tura). Był to wynik zaskakujący, gdyż zazwyczaj wynosi ona około 50%¹²(w wyborach prezydenckich), podobnie jak w wyborach parlamentarnych (zazwyczaj około 50%). W Austrii zaś w ubiegłorocznych wyborach parlamentarnych frekwencja wyniosła 75,6%, co stanowi średni wynik uczestnictwa w tych wyborach (rekord padł w 2017 r. – 80%). Jeśli chodzi o frekwencję podczas ostatnich wyborów prezydenckich (2016 r.) w I turze wyniosła 68,5%, a w drugiej 72,70%. Wyższa frekwencja może świadczyć o większej świadomości obywatelskiej i być może większym udziale mediów w budowaniu wiedzy o znaczeniu głosu każdego wyborcy.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Hallin D., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- [2] Hess A., *Dzienników coraz mniej. Zjawisko koncentracji na rynku prasy austriackiej*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2001 R. XLIV, nr 1-2 (165-166).
- [3] Konstytucja Austrii, art. 71, ust. 1.
- [4] *Media w Austrii*, <http://archiv.eurotopics.net/pl/home/medienlandschaft/oesterreichmdn/>, dostęp: 31.07.2020.
- [5] Mohr M., *Wen würden Sie für das Amt des Bundeskanzlers wählen, wenn man diesen direkt wählen könnte?* <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/322799/umfrage/umfrage-zur-direktwahl-des-bundeskanzlers-in-oesterreich/>, dostęp: 31.07.2020.
- [6] Sonczyk W., *System medialny: zakres-struktura-definicja*, *Studia Medioznawcze*, Warszawa 2009.
- [7] *Wahl zum Europäischen Parlament 2019 in Österreich. Wahlanalyse*, <https://strategieanalysen.at/wp-content/uploads/2019/05/ISA-SORA-Wahlanalyse-EUWahl-2019.pdf>, s. 12, dostęp: 01.02.2020.
- [8] Wheaton S., *Austrian Greens back coalition with Kurz's conservatives*, 31.07.2020, https://www.politico.eu/article/austrian-greens-back-coalition-with-kurz-conservatives/?fbclid=IwAR0FSpLGVfxfdQ-INC7nUvCiUu6_MfLjCCl0xNM3c5n3l4hAvvYfZsC6Eps, dostęp: 31.07.2020.

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] W. Sonczyk, *System medialny: zakres-struktura-definicja*, „Studia Medioznawcze”, Warszawa 2009, s. 67.
- [2] D. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- [3] Der Österreichische Rundfunk, ORF, oficjalnie funkcjonuje od 1955 r. Jest to austriacki publiczny nadawca z siedzibą w Wiedniu, posiada studia w każdym kraju związkowym. Uznawany za największego dostawcę mediów w kraju. Produkuje cztery programy telewizyjne, trzy ogólnonarodowe i dziewięć regionalnych programów radiowych. Jest także największą spółką Austriackiej Agencji Prasowej (APA), zorganizowaną jako fundacja prawa publicznego.
- [4] *Media w Austrii*, <http://archiv.eurotopics.net/pl/home/medienlandschaft/oesterreichmdn/>, dostęp: 31.07.2020.
- [5] A. Hess, *Dzienników coraz mniej. Zjawisko koncentracji na rynku prasy austriackiej*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2001 R. XLIV, nr 1-2 (165-166).
- [6] Największa komercyjna stacja telewizyjna w Austrii.
- [7] Satyryk niemiecki znany mediom z innej afery politycznej osławionej pod nazwą Erdogate.
- [8] *Wahl zum Europäischen Parlament 2019 in Österreich. Wahlanalyse*, <https://strategieanalysen.at/wp-content/uploads/2019/05/ISA-SORA-Wahlanalyse-EUWahl-2019.pdf>, s. 12, dostęp: 01.02.2020.
- [9] Konstytucja art. 71, ust. 1.
- [10] S. Wheaton, *Austrian Greens back coalition with Kurz's conservatives*, 4.01.2020, https://www.politico.eu/article/austrian-greens-back-coalition-with-kurz-conservatives/?fbclid=IwAR0FSpLGVfxdQ-INC7nUvCiUu6_MfLjCCl0xNM3c5n3l4hAvvYfZsC6Eps, dostęp: 30. 03. 2020.
- [11] M. Mohr, *Wen würden Sie für das Amt des Bundeskanzlers wählen, wenn man diesen direkt wählen könnte?* <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/322799/umfrage/umfrage-zur-direktwahl-des-bundeskanzlers-in-oesterreich/>, dostęp: 14. 05. 2020.
- [12] Rok 2019 stanowił wyjątek i dał wynik 61,74%.

AUSTRIAN MEDIA SYSTEM AND ANALYSIS OF THE 2019 PARLIAMENTARY ELECTIONS

ENGLISH SUMMARY

Due to various interest in the specification of the media, it is worth looking at them in different countries. Austria has become the target. The aim of the article is to match the type of media system with argumentation and to present their activities and the quality of information transfer on the example of the campaign of candidates for the office of chancellor in the parliamentary elections, the genesis of which can certainly be classified as unusual, unforgettable for political history of Austria.

Keywords: Austria, media, media system, parliamentary elections, political scandal

Nicole Kowalewska
Wolontariuszka INDID



Dwudziestojednoletnia studentka Uniwersytetu Wrocławskiego, tegoroczna absolwentka pierwszego stopnia studiów na kierunku stosunki międzynarodowe i obecna studentka kierunku Dyplomacja Europejska. Członek zarządu Niemcoznawczego Koła Naukowego „Partner”. Współorganizatorka ogólnopolskiego Studenckiego Turnieju Negocyjacyjnego. Zainteresowania to przede wszystkim historia świata (kolekcjonerka dzieł Normana Davies’a). Aspirująca do miana poliglotki, uczy się angielskiego, niemieckiego, francuskiego i włoskiego.

SMART

-

SENIOR

MĄDRY

AKTYWNY

ROZTROPNY

I TWÓRCZY

Filip A. Gołębiewski

DIALOG BEZ ROZMOWY, CZYLI O MONOLOGIZACJI POLSKIEJ DEBATY PUBLICZNEJ

STRESZCZENIE

Artykuł podejmuje problem politycznych, strukturalnych i ekonomicznych uwarunkowań polskiej debaty publicznej, sprawiających, że jest w niej – zdaniem autora – coraz mniej konstruktywnego dialogu, a coraz więcej monologów udających rozmowę. Autor stawia tezę, że zjawisko to wynika zarówno z koniunkturalnych zachowań partii politycznych, jak i specyfiki funkcjonowania mediów (internetowych i tradycyjnych) poddanych regułom tzw. turbokapitalizmu. Tekst próbuje pokazać, że zamknięci w bańkach informacyjnych odbiorcy mediów przesiadają tym sposobem „plemiennego” funkcjonowania i również coraz rzadziej potrafią ze sobą konstruktywnie rozmawiać.

Słowa kluczowe: dialog, monolog, media, debata publiczna, bańki informacyjne

WSTĘP

Jednym z fundamentów współczesnej cywilizacji zachodniej jest idea demokracji deliberatywnej. Ten teoretyczny model ustrojowy propagowany m.in. przez Jürgena Habermasa zakłada istotny udział obywateli w procesie podejmowania decyzji i tworzenia prawa poprzez ich udział w debatach, podczas których kształtują się opinie na rozmaite tematy istotne z punktu widzenia sfery publicznej. W ten sposób społeczeństwo ma szansę wyrobić sobie zdanie na temat dyskutowa-

nych zagadnień oraz znaleźć argumenty dla uzasadnienia bądź zmiany swoich poglądów, natomiast władza otrzymuje tak cenną informację zwrotną od wyborców.

Jak pisał swego czasu Arkadiusz Peisert:

Deliberacja to wymiana, ale i konfrontacja argumentów. W jej procesie znaczenia nabierają argumenty mocniejsze, które jednak same podlegają udoskonalaniu. W ten sposób demokracja deliberatywna to inaczej demokracja ucząca się – proces dyskusji pozwala na poszukiwanie nowych rozwiązań, które wcześniej przez uczestników wspólnoty politycznej nie były dostrzegane¹.

Powyższy cytat – jakkolwiek idealistyczny i wykazujący cechy myślenia normatywnego – posiada, jak się wydaje, istotny wydźwięk o charakterze opisowym: o uczącej się demokracji i poszukiwaniu nowych rozwiązań w procesie wymiany argumentów. Innymi słowy, to co niezwykle cenne w ustroju określonym przez Churchilla mianem „najgorszej formy rządu, jeśli nie liczyć wszystkich innych form, których próbowano wcześniej”, to **dialog** – możliwość wyartykułowania swoich racji, a następnie, w procesie wymiany argumentów: wytworzenie potencjału dla zmiany społecznej.

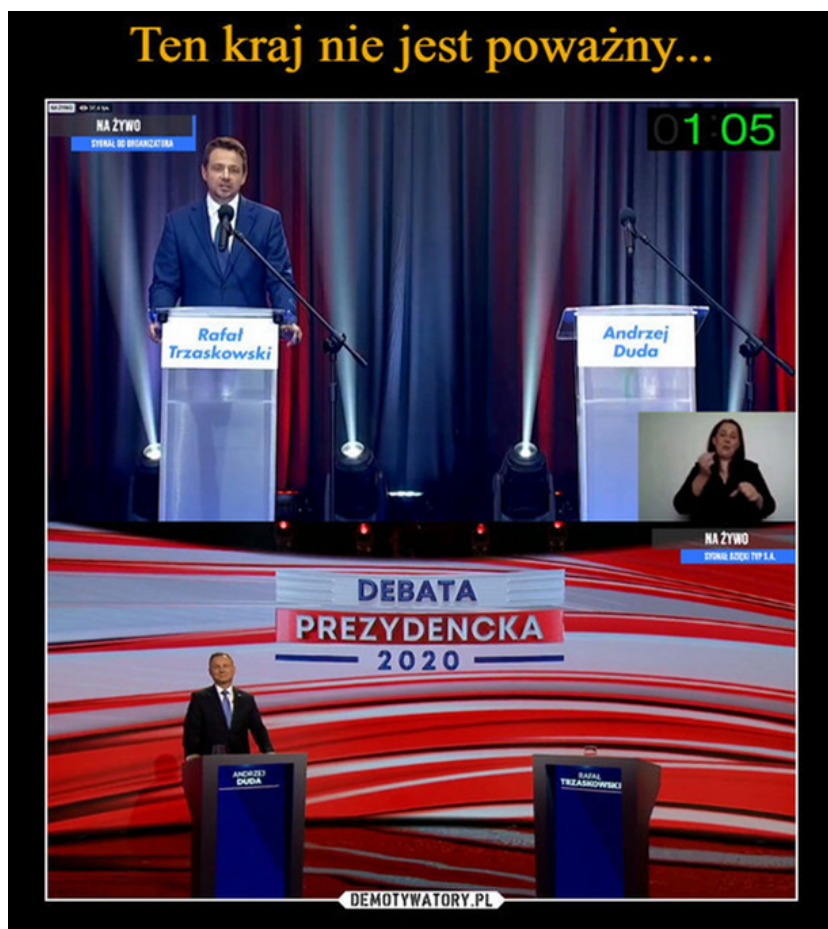
102 Jednym z przejawów demokracji deliberatywnej – i jednocześnie dobrym zwyczajem państw demokratycznych – jest organizowanie politycznych debat z udziałem kandydatów przy okazji trwania kampanii wyborczych. W teorii odbywa się to po to, aby mogli oni w trakcie rozmowy przedstawić swoje punkty widzenia, stanowiska i argumenty, dając tym samym odbiorcom możliwość podjęcia decyzji przy urnie. Trudno jednak nie zauważyć, że w czasach mediatyzacji polityki, post-prawdy i triumfu wizerunku nad przekazem merytorycznym debaty te zamieniają się zazwyczaj w medialne show – spektakle mające na celu przede wszystkim dyskredytację przeciwnika i pokazanie siebie w jak najkorzystniejszym świetle za pomocą rozmaitych sztuczek. Stało się tak chociażby w przypadku debaty prezydenckiej Trump-Biden pod koniec września 2020. Przez jednego z redaktorów została ona określona mianem „łomotu w dżungli”², ze względu na stosowanie przez dyskutantów brutalnych chwytów erystycznych w celu wywołania medialnego wrażenia silnego kandydata – będącego w stanie poprowadzić wielkie mocarstwo w czasach kryzysu.

DWIE DEBATY BEZ DEBATY

Mimo wielu zastrzeżeń, jakie można formułować względem obecnego stylu prowadzenia medialnych debat politycznych na najwyższym szczeblu, to mają one, mimo wszystko, szansę spełnić tę funkcję, o której pisał Peisert – wytworzenia potencjału zmiany społecznej i „uczenia się” demokracji. Głównie ze względu na element niepewności wynikającej z możliwości zaskoczenia przeciwnika w rozmowie i ogromne grono odbiorców, do których dociera relacja z debaty. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na fakt, że w Polsce w trakcie kampanii wyborczej przed drugą turą wyborów na Urząd Prezydenta RP w lipcu 2020 miała miejsce sytuacja zupełnie nieszablonowa. Dwaj kandydaci – Andrzej Duda i Rafał Trzaskowski – zorganizowali w tym samym dniu (6.07.2020) i niemal o tej samej godzinie debaty prezydenckie, na które zaprosili swojego politycznego oponenta. Debaty urzędującego prezydenta, formalnie organizowana przez TVP, odbyła się w miejscowości Końskie, gdzie pytania mogli zadawać „zwykli obywatele” (część z nich – jak się później okazało – miała powiązania z partią rządzącą³). Z kolei debata kandydata Koalicji Obywatelskiej Rafała Trzaskowskiego odbyła się w Lesznie, gdzie pytania zadawali jedynie dziennikarze podczas tzw. „Areny Prezydenckiej”. Zarówno podczas jednej, jak i drugiej „debaty” można było zaobserwować podobną scenę – podest z dwiema mównicami podpisanymi nazwiskami zaproszonych rozmówców. Na każdej z debat był jednak obecny tylko jeden kandydat – organizator. W Lesznie – Rafał Trzaskowski, a w Końskich – Andrzej Duda. W tym drugim przypadku Telewizja Publiczna, zadając pytanie niejako obu kandydatom, za każdym razem kadrowała pustą mównicę z nazwiskiem kandydata KO, aby obrazowo podkreślić, że ten nie pojawił się.

Obraz pustych mównic podczas dwóch debat (z których żadna niq w istocie nie była) to tak naprawdę trafna, choć smutna metafora polskiej przestrzeni publicznej ostatnich lat, ukazująca problem dużo szerszy niż tylko wzajemne złośliwości sztabów wyborczych. To problem monologizacji i sprawiania pozorów debaty, która w zasadzie nie istnieje.

Te symboliczne sceny doczekały się w mediach społecznościowych – jak to zwykle bywa w tego typu sytuacjach – skrajnie prześmiewczych reakcji, pokazujących absurdalność całej sytuacji. Można było znaleźć zdjęcia użytkowników fotografujących się z dwoma ekranami naraz, złośliwe komentarze, a także cały szereg memów wyśmiewających kandydatów.



Wydaje się jednak, że obraz pustych mównic podczas dwóch debat (z których żadna nią w istocie nie była) to tak naprawdę trafna, choć smutna metafora polskiej przestrzeni publicznej ostatnich lat, ukazująca problem dużo szerszy niż tylko wzajemne złośliwości sztabów wyborczych. To problem monologizacji i sprawiania pozorów debaty, która w zasadzie nie istnieje.

DIVIDE ET IMPERA

Powyższy problem można rozpatrywać na co najmniej czterech przenikających się wzajemnie płaszczyznach: polityczno-koniunkturalnej, medialno-narracyjnej, ekonomicznej i czysto ludzkiej. Pierwsza z nich jest najbardziej oczywista i nawiązuje do rzymskiej zasady *divide et impera* – najlepiej rządzi się podzielonym społeczeństwem. Centrum Badań nad Uprzedzeniami opublikowało w 2019 roku raport⁴ pokazujący, że zarówno wśród zwolenników PiS, jak i zwolenników partii opozycyjnych negatywne uczucia wobec oponentów politycznych spowodowane są przez przekonanie, że przeciwnicy polityczni nie lubią i dehumanizują grupę, do której należy respondent. Ku zaskoczeniu wielu, z badania wynikało, że postawy zwolenników partii opozycyjnych są wobec zwolenników PiS bardziej negatywne niż postawy zwolenników PiS wobec zwolenników opozycji – wyborcy partii opozycyjnych żywią bardziej negatywne uczucia, w większym stopniu dehumanizują i mają mniejsze zaufanie do swoich oponentów politycznych niż zwolennicy partii rządzącej. Autorzy raportu dochodzą do konkluzji, że społeczeństwo polskie jest podzielone⁵.

Od dłuższego czasu w strategiach politycznych komitetów wyborczych liczy się przede wszystkim mobilizacja elektoratu⁶. Jest ona łatwiejsza, kiedy społeczeństwo nastawione jest do siebie w sposób antagonistyczny, a nawet wrogi. Wówczas poziom determinacji do głosowania wzrasta – obywatele czują się niejako „w obowiązku” zrobić możliwie wiele, żeby tylko nie zwyciężyła opcja przeciwna. Ta negatywna motywacja wynikająca z antagonizmów jest prawdopodobnie kluczem dla zrozumienia wysokiej frekwencji w ostatnich wyborach (zarówno parlamentarnych jak i prezydenckich – powyżej 60%), tak cieszącej wielu komentatorów życia publicznego w Polsce.

Tylko czy radość jest w tym przypadku faktycznie uzasadniona? A co jeżeli wynika ona z faktu, że udało się cynicznie i partykularnie wrzucić na agendę tematy, które wywołały na tyle skrajne emocje, że ludzie w poczuciu zagrożenia przed zwycięstwem rywali

Negatywna motywacja wynikająca z antagonizmów jest prawdopodobnie kluczem dla zrozumienia wysokiej frekwencji w ostatnich wyborach (zarówno parlamentarnych jak i prezydenckich – powyżej 60%), tak cieszącej wielu komentatorów życia publicznego w Polsce. Tylko czy radość jest w tym przypadku faktycznie uzasadniona?

masowo poszli do urn? Mam tu na myśli takie tematy jak kwestie dot. LGBT czy uchodźców z krajów arabskich, które ze swojej natury są na tyle złożone i delikatne, że wymagają spokojnej, rzeczowej analizy, a przy uproszczonym podejściu mogą wywołać skrajne reakcje.

Dzielenie społeczeństwa możliwe jest głównie poprzez budowanie odpowiednich narracji bazujących na emocjach, które następnie są nagłaśniane za pomocą masowych kanałów komunikacji, czego dobrą ilustracją jest metafora pudła rezonansowego⁷. W opublikowanej w 2012 roku książce pt. *Opowieści o Polsce. Retoryka narracji* Jacek Wasilewski pisze o strategiach budowania antagonisty:

*Aby można było mówić o narracji, potrzebny jest cel bohatera i przeszkody na drodze do jego realizacji. Te przeszkody tworzy najczęściej antagonistista. Jeśli mamy przesłanie i konflikt, musimy komuś wyznaczyć reprezentowanie tej 'złej strony', zdefiniować antagonistę. [...] **Pojawienie się przeciwnika mobilizuje naszą wspólnotę, uświadamia jej własne wartości i w związku z tym każe bronić własnych 'zagrożonych granic' albo próbować 'wyrównać nierówności'.** My działamy według naszych wartości – antagonistista więc, aby nim pozostać, musi mieć wartości odmienne. [...] Generalnie w kategorii wroga – antagonisty (o ile nie jest nim abstrakt, jak np. bieda, przestępczość itp.) – można wydzielić dwa rodzaje: wróg tożsamości i wróg wartości. Wróg tożsamości jest prosty: oni są inni, bo stoją tam, gdzie ZOMO. Pochodzą z innego pnia, **a więc czasami nawet nie są ludźmi.** Wróg tożsamości zagraża, może prowadzić do zniszczenia wspólnoty. Wróg wartości – np. wyznawca cywilizacji śmierci – jest współczłonkiem jakiejś wspólnoty wyższego rzędu (Polacy ateści dla Polaków klerykałów)⁸.*

W tym momencie warto pokusić się o analizę płaszczyzny medialnej, która jest kluczowa w przypadku komunikowania się z elektoratem/ami. Instytut Dyskursu i Dialogu opublikował w czerwcu i lipcu 2020 raporty podsumowujące sposób prezentowania kandydatów na Urząd Prezydenta RP w trzech głównych wydaniach serwisów informacyjnych: „Wiadomości” TVP, „Faktów” TVN i „Wydarzeń” Polsatu⁹. Szczególnie ciekawy w tym kontekście wydaje się być raport dotyczący drugiej tury wyborów, w którym autorzy pokazują, że mimo iż obojgu kandydatom poświęcono mniej więcej tyle samo czasu, to sposób ich zaprezentowania był skrajnie różny, w zależności od analizowanego serwisu¹⁰.

Można tu znaleźć wyraźne analogie do przytoczonego powyżej narracyjnego konstruowania antagonisty. Jak czytamy w raporcie:

Porównanie wskazanych ram interpretacyjnych pozwala stwierdzić, że 'Wiadomości' częściej niż pozostałe serwisy informacyjne przedstawiały w negatywnym świetle Rafała Trzaskowskiego, odpowiadając aż za 83 proc. negatywnej jego ekspozycji werbalnej oraz 86 proc. negatywnej ekspozycji wizualnej. Należy zauważyć, że wiele materiałów koncentrowało się na cechach osobowych kandydata Koalicji Obywatelskiej, odwołując się tylko częściowo przy tym do jego działalności politycznej. Odwrotna sytuacja zauważalna była w przedstawieniu Andrzeja Dudy – 'Wiadomości' odpowiadały za 81 proc. jego pozytywnej ekspozycji werbalnej oraz 74 proc. pozytywnej ekspozycji wizualnej. Przekaz flagowego programu informacyjnego TVP1 koncentrował się na pozytywnych aspektach działalności urzędującego prezydenta, wskazując szczególnie na wysokie poparcie społeczne i wrażliwość społeczną. [...] W 'Faktach' zauważalna była przewaga negatywnego przedstawienia Andrzeja Dudy – zarówno pod względem słownym, jak i wizualnym. Flagowy program informacyjny TVN odpowiadał za 77 proc. negatywnej ekspozycji werbalnej i 72 proc. negatywnej ekspozycji wizualnej Andrzeja Dudy. Odnotowane ramy interpretacyjne takie jak 'partyjny i podległy prezydent' czy 'dzielący Polaków ideolog' występowały najczęściej w materiałach serwisu informacyjnego TVN. Odwrotna sytuacja zauważalna była w przedstawieniu Rafała Trzaskowskiego – 'Fakty' odpowiadały za 88 proc. jego pozytywnej ekspozycji werbalnej oraz 64 proc. pozytywnej ekspozycji wizualnej. Przekaz 'Faktów' wobec kandydata Koalicji Obywatelskiej koncentrował się na wysokim poparciu społecznym, entuzjazmie i pozytywnym charakterze, a także niezależności od partii i stawianiu w obronie samorządności w Polsce¹¹.

107

Dwa główne telewizyjne kanały komunikowania masowego, tak ważne dla osób rzadziej korzystających z Internetu (np. seniorów), „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN, ukazywały kandydatów w skrajnie różnych ramach, budowały wokół nich całkowicie odmienne narracje.

Powyższy raport pokazuje, że dwa główne telewizyjne kanały komunikowania masowego, tak ważne dla osób rzadziej korzystających z Internetu (np. seniorów), „Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN, ukazywały kandydatów w skrajnie różnych ramach, budowały wokół nich całkowicie odmienne narracje. Urzędujący prezydent był pokazywany w telewizji publicznej głównie jako: faworyt wyborów, prezydent wrażliwy społecznie, skuteczny i wiarygodny polityk czy prezydent gwarantujący stabilizację i rozwój; podczas gdy Rafał Trzaskowski jako: kandydat

niewiarygodny, nieudacznik, kłótlivy, przedstawiciel liberalnych elit, dzielący Polaków, lekceważący ludzi, antypolski, strachliwy i bez programu¹².

Sytuacja wyglądała zgoła odwrotnie w przypadku „Faktów” TVN. Andrzej Duda był tu ukazywany głównie jako: partyjny i podległy prezydent, dzielący Polaków ideolog, antyszczepionkowiec, prezydent na drodze do porażki, niewrażliwy społecznie i ułaskawiający pedofila. Tymczasem kandydat Koalicji Obywatelskiej Rafał Trzaskowski jako: prezydent wszystkich Polaków, kandydat entuzjastyczny, niezależny, niepartyjny, obrońca samorządności, stojący po stronie wartości¹³.

Przyjrzyjmy się przykładom narracji, jakie budowały wokół kandydatów dwa główne serwisy informacyjne. W budowanie opowieści o kandydatach włączane były różne osoby – zarówno sam twórca materiału (reporter), jak i eksperci, czy po prostu zwykli przechodnie. Poniżej cytaty:¹⁴

„Wiadomości” TVP o Andrzeju Dudzie:

Bardzo dobrze rządzi, w dobrym kierunku idzie i naprawdę o ludzi dba, przekonało mnie to, jak do tej pory Prezydent Andrzej Duda sprawuje władzę, cieszymy, że Pan tak zmienia Polskę na dobre.

(osoba napotkana)

108

Mnie się podoba to, że on ludzi traktuje jak ludzi, a nie jak inni.

(osoba napotkana)

To jest pierwszy prezydent, który naprawdę daje duże możliwości rodzinie. Jestem za to bardzo wdzięczna. Duża pomoc dla rodziny, można gdzieś pojechać, można dużo dziecku kupić.

(osoba napotkana)

Cieszę się, że jest taki prezydent, który spojrzął na nas – ludzi pracujących na wsi.

(osoba napotkana)

Te wybory są o tym, czy polska rodzina nadal będzie na pierwszym miejscu – tak m.in. w Olkuszku i w Wieliczce przekonywał dziś Andrzej Duda. A jego wyborcy nie mają wątpliwości, że tylko on gwarantuje utrzymanie programów społecznych, bo jak mówią: Rafał Trzaskowski je ograniczy lub zlikwiduje.

(dziennikarz – reporter)

„Fakty” o Andrzeju Dudzie:

Dzisiaj kiepski dzień dla pana Andrzeja Dudy, bo się okazało, że ulaskawił pedofila i postanowił pokrzyżować nam i znowu dzielić Polaków na tych lepszych i gorszych.

(dziennikarz – reporter)

[...] dla specjalistów od chorób zakaźnych to szok, że Prezydent nie zachęca, nie edukuje, nie wspiera, przeciwnie – sprawia wrażenie, jakby się chwalił tym, że się nie szczepi.

(prowadzący serwis w studio Piotr Marciniak)

„Fakty” o Rafale Trzaskowskim:

Trzaskowski ma dużo do odrobienia, ale liczy na to, że niesie go entuzjazm, który pozwolił zebrać prawie dwa miliony podpisów i 30% poparcia po pięciu tygodniach kampanii.

(ekspert)

Rafał Trzaskowski apeluje, by zamiast dzielić, atakować – budować społeczne więzi i naszą przyszłość.

(dziennikarz)

109

Wybrany przez lokalną społeczność, wielokrotnie podkreślano przy tym, że Trzaskowski ma być prezydentem Polski lokalnej, wspierającej lokalne inicjatywy i inwestycje.

(dziennikarz - twórca materiału)

Jak widać, w budowanie narracji na temat rzeczywistości społecznej – w tym przypadku na temat kandydatów na Prezydenta RP – media włączają się dość aktywnie, budując pozytywny wizerunek tych kandydatów, którzy są im bliżsi, a negatywny tym, których nie lubią. W ten sposób utrwalane są podziały w społeczeństwie, którego przedstawiciele coraz mocniej i częściej funkcjonują w tzw. bańkach informacyjnych¹⁵. Owe *filter bubbles* są niedostrzegalnym zagrożeniem dla debaty publicznej, gdyż – ze względu na konstrukcję algorytmów takich gigantów mediów społecznościowych jak Facebook, Google czy Twitter – podsuwają nam w pierwszej kolejności tylko pewne źródła informacji, pomijając inne¹⁶.

PIENIĄDZE CZĘSTO KOSZTUJĄ ZBYT WIELE

To wszystko prowadzi nas nieuchronnie do wymiaru ekonomicznego omawianego zjawiska. Analizując dane zastane dotyczące czytelnictwa i oglądalności największych tytułów medialnych w Polsce, można pokusić się o twierdzenie, że mamy w naszym kraju do czynienia ze zjawiskiem **paradoksu opłacalności**,

Mamy w naszym kraju do czynienia ze zjawiskiem **paradoksu opłacalności**, czyli sytuacji, w której bardziej opłacalnym jest dziennikarstwo stronnicze, nieetyczne i upraszczające rzeczywistość.

czyli sytuacji, w której bardziej opłacalnym jest dziennikarstwo stronnicze, nieetyczne i upraszczające rzeczywistość pod kątem sprofilowanych odbiorców (*vide*: bańka informacyjna) niż wyważone, wewnętrznie pluralistyczne i pogłębione:

110 *O ile jeszcze dekadę temu model polskiego systemu medialnego, a co za tym idzie – stan debaty publicznej – sytuowały się na swoistym rozdrożu między „spolaryzowanym pluralizmem” a modelem liberalnym, o tyle anno domini 2020 jakościowy i strukturalny ‘stan’ polskiej debaty publicznej wpisuje się coraz wyraźniej w model spolaryzowanego pluralizmu, cechujący się – po pierwsze – wysokim stopniem interwencyjizmu państwowego w system medialny, zarówno w postaci dotowania silnych mediów publicznych, jak i strumieni finansowania wybranych mediów prywatnych za pomocą reklam spółek skarbu państwa; po drugie – silnymi tradycjami dziennikarstwa rzeczniczego; oraz – po trzecie – silną polaryzacją medialną z dominacją pluralizmu zewnętrznego. Można zaryzykować twierdzenie, że polska debata publiczna została doprowadzona do stanu, w którym bardziej opłacalnym – z rynkowego punktu widzenia – jest niestosowanie się do zasad etycznego dziennikarstwa, niż rygorystyczne uwzględnianie ich w pracach redakcyjnych¹⁷.*

Procesy, jakie zachodzą w ramach systemu medialnego w Polsce (i zapewne na świecie) są bardzo jasno ukierunkowane. Rewolucja internetowa niczym walec, stopniowo acz stanowczo, nie tylko wypiera media tradycyjne, ale też bezpowrotnie zmienia ich charakter. Dzieje się tak jednak głównie ze względu na bezwzględna dominację zasad „turbokapitalizmu”, o którym pisał Tomasz Markiewka¹⁸. Pośród zalewu darmowych treści o wątpliwej jakości i niskim poziomie rzetelności redakcje muszą się jakoś odnaleźć – skonstruować nową formułę dotarcia do

odbiorców, żeby ci chcieli płacić za media. Aby tak się stało, muszą zostać emocjonalnie wciągnięci w angażujące spory – realne bądź urojone – ale przede wszystkim takie, w których nie ma miejsca na niuanse. Spory, w których jasno – zbyt jasno – zdefiniowane są „zła” i „dobra” strona. Czytając chociażby wstępniaki redaktorów naczelnych dwóch tygodników ze skrajnie różnych stron: Tomasza Lisa („Newsweek Polska”) i Tomasza Sakiewicza („Gazeta Polska”), odbiorca ma jasność, kto jest wrogiem (antagonistą), a kto reprezentuje tzw. *good guys*. To się po prostu opłaca. Radykalizowanie się po jednej ze stron sporu sprawia, że odbiorcy chcą nieustannie utwierdzać się we własnej – „jedynie słusznej” – wizji rzeczywistości poprzez kanał komunikacji. Czy jest to TV, prasa, radio, kanał na YouTube czy wpływowy profil w mediach społecznościowych – ma już drugorzędne znaczenie. Najważniejsze, że pełni swoją funkcję.

W ten sposób narodziła się koncepcja tzw. mediów tożsamościowych, które kosztem próby obiektywnego opisu rzeczywistości dążą do budowania i wzmacniania więzi określonych grup społecznych, promowania i umacniania określonych poglądów i wspierania interesów stron reprezentujących dany światopogląd. To najprawdopodobniej przyszłość dziennikarstwa, jaka nas czeka – czyli triumf emocji nad rozumem, ze względu na opłacalność treści jednoznacznych.

111

ECCE HOMO

Powyższe mechanizmy nie pozostają bez wpływu na przeciętnych ludzi. Opisane powyżej zarówno polityczne, medialne jak i ekonomiczne tendencje o charakterze strukturalnym sprawiają, że coraz mniej jest w naszych rozmowach prawdziwej wymiany poglądów czy argumentów, a coraz więcej wygłaszania własnych stanowisk, niejednokrotnie w sposób emocjonalny. Tak o tym pisze Magdalena Szpunar:

Poddając analizie współczesną rzeczywistość społeczną, szczególnie w sferze konwersacyjnej, można zaobserwować zjawisko, które określam mianem ‘rozmawiania bez rozmowy’. Mam tutaj na myśli sytuację, w której dwie komunikujące się osoby niejako pełnią rolę skrzynek nadawczych – bardziej zależy im na tym, by kompulsywnie wyrzucić z siebie emocje, niż na wysłuchaniu drugiego człowieka. Dialogi takie przypominają monologowe narracje i odległe są od sytuacji, w której obie strony dążą do osiągnięcia porozumienia komunikacyjnego poprzez otwarcie się na Drugiego, wykazując wewnętrzną potrzebę empatii i rozumienia¹⁹.

Coraz częściej słyszy się o podziałach politycznych w rodzinach bądź wśród bliskich, które uniemożliwiają wspólne spotkania, świąteczne posiłki etc., właśnie ze względu na fakt, że spotykają się „przedstawiciele” różnych baniek informacyjnych, mający skrajnie różne postrzeganie rzeczywistości. Ich perspektywy często są nieprzystawalne na żadnym poziomie: ani ontologicznym, ani epistemicznym. Dyskusja merytoryczna jest coraz częściej niemożliwa, gdyż spala się w emocjach, tak mocno podsycanych przez polityków czy media. Jest to zjawisko wyjątkowo niepokojące, gdyż odsuwa nas coraz bardziej od poczucia wspólnoty, której tak bardzo potrzebujemy jako społeczeństwo.

PODSUMOWANIE

112 Tak oto widok dwóch debat prezydenckich z udziałem tylko jednego kandydata i pustą mównicą staje się głębszą metaforą stanu polskiej debaty publicznej. Strukturalne mechanizmy, partykularyzm i chęć zysku zarówno partii politycznych, jak i szeroko rozumianych mediów w połączeniu ze specyfiką komunikacji internetowej sprawiają, że coraz częściej słuchamy tylko tych, z którymi i tak już się zgadzamy. Jesteśmy zaś całkowicie zamknięci na innych – nie chcemy wchodzić z nimi w dialog, bo jest to nam niepotrzebne. Wygodnie nam w okopach naszej własnej definicji sytuacji utrzymywanej rytualnie przez charakterystyczne dla naszych baniek informacyjnych kanały komunikacji. Czy my jako ludzie jesteśmy temu wyłącznie winni? Nie. Czy sytuacja się zmieni bez naszego aktywnego udziału i chociaż próby zrozumienia i otwartości na odmienne perspektywy? Na pewno nie. Ostatecznie to ludzie są paliwem dla wszelkich działań politycznych czy ekonomicznych. Pierwszym krokiem jest jednak zawsze zrozumienie z czym mamy do czynienia.

Pozostała do rozwikłania ostatnia zagadka: jaką funkcję w tej metaforze pełni pusta mównica? Przecież równie dobrze mogłoby jej tam nie być. Kandydaci mogliby bez problemu zaniechać takich przedstawień i po prostu przestać debatować w ogóle. Jak mawiał jeden z wykładowców akademickich: hipokryzja jest jednym z podstawowych mechanizmów napędzających społeczeństwo. Zachowywanie pozorów debaty skutecznie zaciemnia nam obraz, ale daje alibi zarówno nam, jak i tym, którzy do nas mówią: przecież wszystko odbyło się w zgodzie z wymogami demokracji. „Deбата została zorganizowana, zaproszenie do konkurenta wysłane,

ale ten nie przyszedł – jego strata” – mogą w sposób w pełni zasadny twierdzić sztabowcy. Przypomina to jednak stary i smutny cytat z Ignacego Karpowicza: „operacja się udała, ale pacjent zmarł”. Obyśmy wszyscy – jako zbiorowi pacjenci debaty publicznej – umieli powiedzieć naszemu „lekarzowi” jakiego skalpela ma użyć.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Bartoszewicz M., Nowak W., Sidyk D., Szyber M. 2020. *Raport podsumowujący obywatelski monitoring sposobu prezentowania kandydatów na urząd Prezydenta RP: II tura wyborów prezydenckich*, Toruń, Instytut Dyskursu i Dialogu.
- [2] Bartoszewicz M., Gołębiowski F. 2020 (mps). *Paradoks opłacalności. Stronniczość polityczna na polskim rynku medialnym – próba syntezy*, w: *Zarządzanie Mediami*, (tekst przyjęty do druku, zostanie opublikowany na łamach tego czasopisma w pierwszej połowie 2021).
- [3] Burzyński, R. 2012. *Metafory jako narzędzie poznania polityki i oddziaływania politycznego*, Warszawa.
- [4] Gołębiowski F. 2019. *Magia uproszczeń w służbie (re)dystrybucji skojarzeń. Społeczne funkcje mediów i dziennikarstwa w dobie postprawdy*, w: „Dyskurs & Dialog”, nr 1 (1) 2019.
- [5] Górka P. 2019. *Polaryzacja polityczna w Polsce. Jak bardzo jesteśmy podzieleni?*, Warszawa: Centrum Badań nad Uprzedzeniami.
- [6] Markiewka T. 2020. *Media internetowe – niespełnione nadzieje*, w: „Dyskurs & Dialog” nr 1 (3) 2020.
- [7] Peisert A. 2010. *Demokracja deliberatywna: utopia czy ratunek dla demokratycznych wartości?*, w: *Kultura Liberalna*, nr 52 (1) 2010.
- [8] Sidyk D. 2020. *Enklawy w „Facebookistanie”. W jaki sposób cyfrowy gigant zamyka swoich użytkowników w bańkach filtrujących informacje?*, w: „Dyskurs & Dialog”, nr 1 (3) 2020.
- [9] Szpunar M. 2020. *Rozmawianie bez rozmowy. O kryzysie komunikacji międzyludzkiej*, w: „Ethos”, 33 (2020) nr 1(129) 257-271.
- [10] Wasilewski J. 2012. *Opowieści o Polsce. Retoryka narracji*, Warszawa: headmad.

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] Peisert, Arkadiusz. 2010. *Demokracja deliberatywna: utopia czy ratunek dla demokratycznych wartości?*, w: *Kultura Liberalna*, nr 52 (1) 2010; dostęp (05.10.2020) na: <https://kulturaliberalna.pl/2010/01/12/peisert-demokracja-deliberatywna-utopia-czy-ratunek-dla-demokratycznych-wartosci/>
- [2] Zalewski, Tomasz. 2020. *Debata Trump-Biden, czyli łomot w dżungli*, w: *Polityka*, 30 września, nr <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/swiat/1973198,1,debata-trumpbiden-czyli-lomot-w-dzungli.read>
- [3] <https://kielce.wyborcza.pl/kielce/7,47262,26104913,wybory-2020-widownie-debaty-w-konskich-stanowili-zwolennicy.html>
- [4] Górską, Paulina. 2019. *Polaryzacja polityczna w Polsce. Jak bardzo jesteśmy podzieleni?*, Warszawa: Centrum Badań nad Uprzedzeniami, dostęp: <https://docplayer.pl/115461613-Polaryzacja-polityczna-w-polsce-jak-bardzo-jestesmy-podzieleni-paulina-gorska.html> [05.10.2020].
- [5] Tamże.
- [6] <https://www.tvp.info/48738227/dr-trzeciak-w-drugiej-turze-czeka-nas-mobilizacja-elektoratow-i-negatywna-kampania>
- [7] Zobacz: Burzyński, Robert. 2012. *Metafory jako narzędzie poznania polityki i oddziaływania politycznego*, Warszawa, dostęp [06.10.2020]: <https://depotuw.ceon.pl/bitstream/handle/item/359/rozprawa%20R.%20Burzy%C5%84ski.pdf>
- [8] Wasilewski, Jacek. 2012. *Opowieści o Polsce. Retoryka narracji*, Warszawa: headmade, s. 228-230 (podkr. – FG).
- [9] Raporty dostępne są na: <http://indid.pl/patrzmy-i-sprawdzamy/>
- [10] Bartoszewicz, Mateusz, Wiktor Nowak, Dagmara Sidyk, Marlena Szttyber. 2020. Raport podsumowujący obywatelski monitoring sposobu prezentowania kandydatów na urząd Prezydenta RP: II tura wyborów prezydenckich, Toruń, INDID; dostęp: http://indid.pl/wp-content/uploads/2020/07/Raport-II-tura_wersja-ostateczna.pdf [05.10.2020].
- [11] Tamże.
- [12] Tamże.
- [13] Tamże.
- [14] Tamże.

- [15] Pojęcie bańki informacyjnej pochodzi z książki Eli Parisera *Filter Bubble*. Po polsku pisała o nim ostatnio Sidyk, Dagmara. 2020. *Enklawy w „Facebookiście”*. *W jaki sposób cyfrowy gigant zamyka swoich użytkowników w bańkach filtrujących informacje?*, w: „Dyskurs & Dialog”, nr 1 (3) 2020; dostęp: http://dyskursidialog.org/wp-content/uploads/2020/05/8_Sidyk.pdf [05.10.2020].
- [16] Szerzej na ten temat zobacz: Gołębiewski, Filip. 2019. *Magia uproszczeń w służbie (re)dystribucji skojarzeń. Społeczne funkcje mediów i dziennikarstwa w dobie postprawdy*, w: „Dyskurs & Dialog”, nr 1 (1) 2019; <https://dyskursidialog.org/wp-content/uploads/2019/11/Go%C5%82%C4%99biewski.pdf> [05.10.2020].
- [17] Bartoszewicz, Mateusz, Filip Gołębiewski. 2020 (mps). *Paradoks optacalności. Stronniczość polityczna na polskim rynku medialnym – próba syntezy*, w: „Zarządzanie mediami”, (tekst przyjęty do druku, zostanie opublikowany na łamach tego czasopisma w pierwszej połowie 2021).
- [18] Zobacz: Markiewka, Tomasz. 2020. *Media internetowe – niespełnione nadzieje*, w: „Dyskurs & Dialog” nr 1 (3) 2020; http://dyskursidialog.org/wp-content/uploads/2020/05/4_Markiewka.pdf [dostęp: 5.10.2020].
- [19] Szpunar, Magdalena. 2020. *Rozmawianie bez rozmowy. O kryzysie komunikacji międzyludzkiej*, w: „Ethos”, 33 (2020) nr 1(129) 257-271.

DIALOGUE WITHOUT CONVERSATION. ON MONOLOGIZING THE POLISH PUBLIC DEBATE

ENGLISH SUMMARY

The article deals with the problem of political, structural and economic determinants of Polish public debate, which, in the author's opinion, make it less constructively dialogical and more monological, only pretending to be fully conversative. The author claims that this phenomenon results both from the cynical behavior of political parties and the specificity of nowadays media (online and traditional) obeying the rules of so-called turbocapitalism. The text tries to show that media recipients locked in filter bubbles are permeated with this style of „tribal” functioning and are also less and less able to talk constructively to each other.

Keywords: dialogue, monologue, media, public debate, filter bubbles

Filip A. Gołębiewski



Instytut Dyskursu i Dialogu, Szkoła Doktorska Nauk Społecznych Academia Rerum Socialium UMK

nr ORCID 0000-0002-8562-0035

Socjolog, pomysłodawca i założyciel Instytutu Dyskursu i Dialogu. Badacz społeczny, zainteresowany głównie tematyką dyskursu i komunikacji społecznej. Autor licznych publikacji naukowych i popularnonaukowych. Doświadczony trener, mentor, a także twórca innowacji społecznych i edukacyjnych gier planszowych. Koordynator i kierownik licznych projektów badawczych, komercyjnych i społecznych. Zaangażowany zarówno na polu naukowym, jak i pozarządowym. Doktorant w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych Academia Rerum Socialium UMK.

Iwona Kozieja-Grabowska

DIALOG MIĘDZYPOKOLENIOWY – Z PERSPEKTYWY UMIEJĘTNOŚCI KOMUNIKACYJNYCH

STRESZCZENIE

Artykuł porusza kwestię dialogu międzypokoleniowego z perspektywy umiejętności komunikacyjnych jako podstawę nawiązywania i kontynuowania relacji. Autorka m.in. omawia w skrócie modele komunikacyjne – Davida Kantora, Billa Isaacs oraz Matshalla Rosenberga – amerykańskich teoretyków i praktyków dialogu, które mogą posłużyć jako baza do zorganizowania warsztatów dialogowych międzypokoleniowych.

Słowa kluczowe: dialog międzypokoleniowy, zdrowa komunikacja, porozumiewanie się, wzajemne rozumienie

WPROWADZENIE

O dialogu, współpracy, porozumiewaniu się czy solidarności pokoleń dużo się pisze i mówi, gdyż stanowią one niezaprzeczalną wartość społeczną. Aby dialog mógł w ogóle zaistnieć, potrzebujemy chęci, otwartości i motywacji. Żeby go zapoczątkować i praktykować, potrzebujemy kontaktu, spotkania. Z kolei gdy już dochodzi do spotkania, kluczowe są nasze umiejętności komunikacyjne. I tu właśnie często spotykamy się z barierami trudnymi do przejścia, gdyż poza różnicami osobniczymi dochodzą różnice związane z doświadczeniami i edukacją różnych generacji. A to z kolei znacząco odbija się na preferencjach, stylach i umiejętnościach komunikacyjnych.

Pierwszymi przestrzeniami, które są związane z komunikacją interpersonalną, porozumiewaniem się, jak również z międzypokoleniowością (rozumianą jako kontakt co najmniej dwóch pokoleń) są dom i rodzina oraz miejsca wczesnej edukacji (przedszkole, szkoła). Następnie kolejne, jak uczelnia, praca i tak naprawdę wszystkie miejsca, gdzie spotykają się różni ludzie. Tam mamy okazję do rozmowy, wymiany myśli, opinii. Z jednej strony, im więcej interakcji z innymi, tym więcej się uczymy, jak lepiej się komunikować. Z drugiej strony – nabywamy pewne wzorce i schematy, które później mogą nam przeszkadzać w dialogu z innymi.

W powyższym opisie widzimy dwie podstawowe sfery życia stanowiące okazję do dialogu generacji: prywatną (rodzina, przyjaciele) i publiczną (społeczną). Publiczna może przybierać formę bardziej ogólną, oficjalną (np. hierarchiczne stosunki w pracy) lub mniej formalną (np. zawierane bliższe relacje służbowe). W każdej z takich sfer spotykają się ludzie z różnych pokoleń i mogą lepiej lub gorzej funkcjonować razem.

Wiele nawyków, zasad, przekonań czy stereotypów związanych z kontaktami z innymi wynosimy z domu i przenosimy później na dalsze znajomości. Dlatego dialog w rodzinie, umiejętności związane z komunikacją, porozumiewaniem się i wzajemnym zrozumieniem są tak ważne, zgodnie z powiedzeniem „czym skorupka za młodu...”. Ciekawym podejściem do tematu porozumiewania się w rodzinie jest zidentyfikowanie przez badaczy A. Koerner i M. Fitzpatricka dwóch reguł nim rządzących: dialogu i konformizmu.

Nastawienie dialogowe określa stopień przychylności i otwartości na omawianie różnorodnych tematów. W rodzinach o nastawieniu dialogowym interakcje są swobodne, częste i spontaniczne, bez ograniczeń tematycznych i czasowych¹.

Cztery kombinacje związane z dialogiem i konformizmem bardzo dobrze odzwierciedlają sposób komunikowania się i zażyłości relacji w rodzinach. Wysoki konformizm i wysoka orientacja dialogowa cechuje rodziny konsensualne, wysoka orientacja konformistyczna i niska dialogowa – protekcyjne, zaś wysokie nastawienie dialogowe i niski konformizm – pluralistyczne. Z kolei przy obydwu niskich wskazaniach jest to typ rodziny „każdy robi, co chce”. Na podstawie tego modelu można dokonać samodiagnozy – jaki styl jest czy był preferowany we własnej rodzinie oraz jaki to ma czy może mieć wpływ na komunikowanie się danej osoby w życiu pozarodzinnym (nawyki).

Statystycznie starsze pokolenia miały mniej do czynienia z dialogowym podejściem do komunikacji, natomiast najmłodsze pokolenia – przeciwnie. W przeszłości większe znaczenie miało podejście hierarchiczne do relacji, obecnie króluje podejście demokratyczne. Istotne, aby przy organizowaniu spotkań międzypokoleniowych wykazywać się taktem i wyczuciem, gdyż preferowane czy wyuczone style komunikacji różnią się między pokoleniami.

Dzisiejsza możliwość nauki przez całe życie wspiera nas w ciągłym rozwoju i pracy nad swoimi umiejętnościami. Możemy wspólnie – międzypokoleniowo – praktykować rozmowy na różne tematy, szlifować razem swoje umiejętności komunikacyjne. Obecnie sporo już zostało zrobione, aby łączyć pokolenia. Tworzy się różne zorganizowane formy aktywności, jak wspólne gotowanie, zajęcia fotograficzne, podróżowanie czy wolontariat. Takie zajęcia są bardzo potrzebne, zbliżają ludzi, przełamują stereotypy. Jest wiele pretekstów do pielęgnowania relacji międzypokoleniowych i spędzania czasu razem. Ważne jest też wspólne świętowanie związane np. z ważnymi rocznicami, jak w tym roku 40 rocznica powstania NSZZ „Solidarność”. Niemniej, żeby dialog odbywał się na głębszym poziomie i mógł przynosić długotrwałe efekty, trzeba nad nim pracować przez kształtowanie odpowiednich postaw oraz pracę nad swoimi przekonaniami i kompetencją porozumiewania się. Często właśnie brak pewnych umiejętności komunikacyjnych i np. związana z nimi nieśmiałość zamykają ludzi w domach, ponieważ ci nie czują się komfortowo w kontaktach z innymi. Moim zdaniem, dla trwalszych efektów autentycznego dialogu między generacjami potrzebne są również wspólne spotkania (warsztaty, webinary) połączone z edukacją dotyczącą komunikowania się. Oznacza to poszukiwanie i znajdowanie wspólnego gruntu na poziomie porozumiewania się, wspólne uczenie się od siebie – razem.

Jest wiele definicji dotyczących komunikacji, ale najczęściej definiuje się ją jako przekazywanie i odbieranie informacji. To oczywiście nie wyczerpuje tematu, bowiem „w ciągu ostatniego stulecia powstały trzy różne modele opisujące komunikację: komunikacja jako informowanie, komunikacja jako perswazja, komunikacja jako tworzenie związku”². Model ostatni podkreśla, jak ważne jest komunikowanie się z innymi w kontekście tworzenia związków, budowania relacji z innymi. Coraz częściej się mówi, że jakość naszego życia zależy od jakości naszych rozmów z innymi – od umiejętności komunikacyjnych, które przekładają się na jakość kontaktów. Dlatego tak ważny jest dialog międzypokoleniowy, dzięki

Coraz częściej się mówi, że jakość naszego życia zależy od jakości naszych rozmów z innymi – od umiejętności komunikacyjnych, które przekładają się na jakość kontaktów. Dlatego tak ważny jest dialog międzypokoleniowy, dzięki któremu możemy w pełni wykorzystywać potencjał doświadczeń różnych generacji i budować bliskie, wartościowe relacje.

któremu możemy w pełni wykorzystywać potencjał doświadczeń różnych generacji i budować bliskie, wartościowe relacje.

CZYM JEST DIALOG?

Nie ma jednej definicji czy jednego podejścia do tematu dialogu. Etymologia wskazuje na dwa greckie wyrazy: *dia* znaczące „przez” oraz *logos* oznaczające „słowo”. Dosłowne tłumaczenie „poprzez

słowo” jest często interpretowane jako „przepływ znaczeń”. Dla porównania, zupełnie inne znaczenia mają „dyskusja” i „debatą”. Dyskusja, z łac. *discutere*, „rozbić na kawałki” lub z łac. *discussio* – dyskusja, omówienie. Debatą (z łac. *bat(t)uere*) – uderzać, rozbijać, walczyć.

122 Na dialog możemy spojrzeć z trzech głównych perspektyw:

- Perspektywy komunikacji – np. konstruktywne przekazywanie i odbieranie informacji, wzajemne zrozumienie, usprawnianie procesu porozumiewania się, uczenie się od siebie wzajemnie;
- Perspektywy relacji – budowania więzi, porozumienia czy rozwiązywania konfliktów;
- Perspektywy filozoficznej – postawa czy podejście do życia i drugiego człowieka, „filozofia dialogu”. Jak to ja określam – „człowiek człowiekowi człowiekiem”.

Podział ten nie wyczerpuje tematu i, tak naprawdę, często te trzy wymienione sfery łączą się w codziennej komunikacji. Można powiedzieć, że dialog to taki rodzaj kontaktu, interakcji, komunikacji między ludźmi, w których ważne są ciekawość oraz otwarcie się na drugiego człowieka; chęć poznania innego, dowiedzenia się, co myśli, jaki jest, jakie ma opinie, przemyślenia, doświadczenia. Relacja pełna poszanowania dla odmienności, która wzbogaca obie strony, w której uczymy się od siebie wzajemnie – dzięki której wiemy więcej i stajemy się lepsi. Taka, która wymaga od nas uważności w komunikacji, taktu, wyczucia oraz równowagi między wypowiadaniem swoich opinii a słuchaniem innych, jak również traktowania innych po partnersku.

Filozof i profesor ks. J. Tischner pisał: „aby zrozumieć spotkanego człowieka, trzeba mu pozwolić być, trzeba wejść z nim dialog, zapytać co myśli, szukać odpowiedzi, gdy on zada pytanie. Kto zaraz na wstępie zniszczy człowieka, ten nigdy nie zrozumie”³. Z kolei M. Buber, przez wielu uznawany za ojca filozofii dialogu, głosił „możliwość autentycznych ludzkich relacji poprzez dialog, intencjonalny proces którego jedynym celem jest zrozumienie przez obie strony sytuacji drugiego”⁴.

W obu przypadkach podkreślana jest rola wzajemnego zrozumienia. A dla lepszego rozumienia potrzebujemy lepszej komunikacji oraz pracy nad swoimi umiejętnościami porozumiewania się z innymi.

W celu zaprezentowania pewnych technik i narzędzi wspierających praktykę dialogu, chciałam omówić szerzej trzy koncepcje, których znajomość może nas wesprzeć w lepszym budowaniu zdrowych relacji między generacjami, gdyż można je przełożyć na praktykę. Dwie pierwsze są mniej znane w Polsce, trzecia jest dość popularna. Myślę, że łączą w sobie podejścia komunikacyjne, relacyjne i filozoficzne, gdzie kluczowe jest poszanowanie drugiego człowieka wyrażone kulturą rozmowy.

123

DIALOG ROZUMIANY JAKO RÓWNOWAGA ODGRYWANYCH RÓL – MODEL 4 GRACZY DAVIDA KANTORA

W szczerym dialogu nie ma statycznych ról. Gdy tylko ludzie poczują potrzebę zmiany energii rozmowy, w sposób bardziej lub mniej naturalny podejmują nowe role.

Tymczasem większość naszych rozmów charakteryzuje sztywność przyjmowanych ról: wszyscy przepychają się wzajemnie, walcząc o przełansowanie swojego poglądu...

(P. Senge)⁵.

Chciałam się przyjrzeć modelowi 4 graczy amerykańskiego psychoterapeuty Davida Kantora, który przez wiele lat zajmował się terapią rodzin, a następnie przeniósł swoje koncepcje na grunt pozarodzinny (np. do idei organizacji uczących się). Jest to o tyle przydatne, że dość proste do zauważenia w codziennym życiu a następnie – do praktykowania. W tym podejściu widoczna jest pewna dynamika rozmowy, gdzie każdy uczestnik stara się aktywnie przyczyniać się do dialogu, który można w tym miejscu potraktować narzędziowo czy technicznie.

Kantor zdiagnozował cztery role, które najczęściej odgrywamy w rozmowie czy na spotkaniu, a także fakt że każdy z nas ma skłonność do przyjmowania ulubionej z nich. To z kolei często skutkuje stagnacją, powielaniem schematów i niemożnością zdrowego porozumiewania się, co Kantor nazywa „uwięzieniem w roli”. Dialog – rozumiany jako pewna równowaga aktywności w rozmowie – może nastąpić wówczas, kiedy wszystkie role występują jednocześnie, czyli:

- Rola inicjowania działania – oznacza, że niektóre osoby przedstawiają pomysły i wyznaczają kierunek;
- Rola podążania i kończenia myśli – oznacza, że niektóre osoby pomagają innym doprecyzować ich pomysły i wspierają je w realizacji idei;
- Rola oponowania czy poddawania krytyce – oznacza, że niektóre osoby poddają pod wątpliwość to, co zostało powiedziane i podważają tego sens;
- Rola obserwowania – oznacza, że niektóre osoby dostarczają szerszej perspektywy czy interpretacji tego, co jest wypowiedziane.

Poniżej przykład prostej rozmowy, w której mamy obsadzone wszystkie role:

• Rola inicjowania: „Trzeba zdecydować, co dziś jemy na obiad. Proponuję zamówić coś z restauracji Krewetka”;

• Rola podążania: „Tak, to doskonały pomysł”;

• Rola oponenta: „W Krewetce jest za drogo, nie zgadzam się”;

• Rola obserwatora: „Widzę, że mamy różne pomysły. Zastanówmy się, co nam dziś najbardziej by pasowało?”.

Większość ludzi posiada dominującą postawę w różnych sytuacjach. To powoduje skłonność do konkretnych zachowań w rozmowie (np. wyłącznie inicjowanie lub podążanie). Są osoby, które tylko inicjują pomysły, ale gdy zabraknie oponenta, nie będą w stanie skorygować swoich pomysłów. Aby inicjować dialog, warto nauczyć się równoważenia wszystkich ról, umiejętności zmiany własnych zachowań i zachęcania innych do tego samego.

Niestety często nasze rozmowy to serie monologów. W tej koncepcji chodzi o to, by zauważać, której roli brakuje i móc ją świadomie przyjmować. Np. gdy dwie osoby tylko inicjują pomysły, warto przyjąć rolę osoby wspierającej ideę albo dającej szerszą perspektywę, co stwarza realną możliwość zdrowej, dialogowej konwersacji.

Praktykowanie modelu 4 graczy może stanowić podstawę do warsztatu międzypokoleniowego – traktowanego poważnie, narzędziowo czy choćby w bardziej luźnej formie, służącego zauważaniu własnych preferencji w rozmowie i samorefleksji.

DIALOG JAKO PEWIEN ZESTAW UMIEJĘTNOŚCI CZY KOMPETENCJI – 4 PODSTAWOWE PRAKTYKI DIALOGU WG BILLA ISAACSA

Dialog i sztuka wspólnego myślenia to tytuł książki oraz warsztatów dialogowych, z którymi miałam okazję zapoznać się kilka lat temu. Dzięki nim spotkałam się z koncepcją dialogu jako pewnego zestawu kompetencji czy umiejętności, które pozwalają nam na lepsze rozumienie się wzajemnie, lepszą komunikację oraz uczenie się od siebie nawzajem. Są to:

- Umiejętne wyrażanie tego, co naprawdę chcemy powiedzieć bez urażania innych – wypowiadanie się;
- Aktywne słuchanie – słuchanie z empatią i zrozumieniem;
- Poszanowanie cudzych opinii i prawa do własnego zdania;
- Zauważanie i zawieszenie z góry przyjętych założeń.

W praktyce oznacza to, że w każdej istotnej rozmowie możemy albo przedstawić nasze prawdziwe poglądy i zachęcić innych do tego samego, lub też możemy narzucić nasze przekonania innym. Możemy zawiesić nasze przekonania i przyjąć, że inni mogą widzieć rzeczy, których my nie dostrzegamy, lub pozostać przy naszym punkcie widzenia. Możemy słuchać, poprawiając nasze zrozumienie tego, co jest mówione, lub możemy słuchać wybiórczo, dodając nasze interpretacje. Oraz – możemy albo wykazywać się szcunkiem, którym potwierdzimy, że inni mogą posiadać wiedzę, której my nie dostrzegamy, albo odrzucić cudze „racje”, jako że „wiemy lepiej”.

Przyjęcie tych czterech podstawowych zasad (umiejętności) czyni z nas świadomego i aktywnego rozmówcę – otwartego na opinie innych, a jednocześnie potrafiącego wyrażać swoje zdanie. Ważna jest także piąta umiejętność – współtworzenie dobrej atmosfery spotkania. Szczególną uwagę poświęca się praktyce słuchania, gdyż wiele badań i obserwacji potwierdza, że mamy z tym problem.

Praktykowanie modelu 4 graczy może stanowić podstawę do warsztatu międzypokoleniowego – traktowanego poważnie, narzędziowo czy choćby w bardziej luźnej formie, służącego za uważaniu własnych preferencji w rozmowie i samorefleksji.

Słuchamy innych bez należytej uwagi. Bez zachowania zdrowej równowagi między tym, co mamy do przekazania a ciekawością zdania i opinii innych. W kontaktach międzypokoleniowych dodatkowym problemem może być fakt, że w pewnym wieku dochodzą problemy związane ze słuchem, co zawsze warto mieć na uwadze w kontakcie z seniorami.

Lista praktyk dialogowych nie jest zamknięta, może być też pretekstem do dyskusji na spotkaniach międzypokoleniowych: jak powinien wyglądać autentyczny dialog? Jakie umiejętności czy reguły są tu istotne? Czym jest uważne słuchanie?

POROZUMIENIE BEZ PRZEMOCY, CZYLI DIALOG WG M. ROSENBERGA

Dialog to tworzenie takiego kontaktu, w którym potrzeby wszystkich są uwzględnione poprzez dawanie z otwartego serca.

(M. Rosenberg)

126 Koncepcja porozumienia bez przemocy (PBP) jest bardzo popularna w ostatnich latach, zwłaszcza w edukacji dzieci. Myślę, że jej podstawy bardzo pasują do praktykowania dialogu międzypokoleniowego. Jej podstawowym założeniem jest pewien uniwersalizm podstawowych potrzeb ludzkich (np. bliskich relacji) i różne sposoby ich zaspokajania, co może prowadzić do nieporozumień.

PBP to zasady czy umiejętności, dzięki którym lepiej komunikujemy się, rozumiemy się wzajemnie i dbamy o dobry kontakt. Należą do nich:

- Rozróżnianie spostrzeżenia i oceny – zauważanie tego co się dzieje bez oceniania;
- Wyrażanie własnych uczuć – umiejętność zauważania i odpowiedniego nazywania tego, co czujemy;
- Branie odpowiedzialności za nasze potrzeby – identyfikowanie i przyznawanie się do naszych potrzeb kryjących się za naszymi uczuciami;
- Umiejętne wyrażanie prośby – zwracanie się do innych z prośbą, a nie żądaniem.

Dzięki powyższym umiejętnościom można budować komunikat, który zawiera fakty i spostrzeżenia, uczucia, wyrażanie potrzeb i prośb. Gdy obie strony potrafią się w ten sposób komunikować, mogą nawiązać prawdziwy dialog.

Metaforą używaną w PBP jest rozróżnienie na tzw. język żyrafy i język szakala. Język szakala obfituje w oceny, krytykę, porównania, analizy. Szakal w czasie rozmowy posługuje się uogólnieniem i etykietami. Skupia się na sobie i tym, co ma do powiedzenia. Język żyrafy operuje komunikatem „ja”, mówi w swoim imieniu, jest empatyczny, relacyjny. Nie krytykuje, nie ocenia, stara się komunikować konstruktywnie. Zauważa innych w rozmowie.

PBP jest metodą, która staje się coraz bardziej popularna, gdyż opiera się na stosunkowo łatwych do codziennego stosowania wskazówkach i konkretnych regułach. Zaprezentowane powyższe modele mogą być przydatne do wspólnej nauki czy dyskusji, wspierać warsztaty

międzypokoleniowe rozumiane jako pewne wspólne praktykowanie umiejętności komunikacyjnych i dialogowych, mogą być takim narzędziem, które łączy pokolenia.

Jeśli chodzi o sferę publiczną i społeczną ważne jest organizowanie i inicjowanie spotkań międzypokoleniowych w celu tworzenia przestrzeni do rozmów, wymiany opinii, wzajemnego rozumienia, dialogu. Istotne może

być zrobienie pewnego wywiadu środowiskowego lokalnie, aby zorientować się, jakie osoby łatwo lub trudniej zaprosić do dialogu między różnymi generacjami. Trzeba też pamiętać, że np. seniorzy będący na emeryturze mogą mieć mniej sposobności, aby się spotykać i uczestniczyć w życiu publicznym. Zwłaszcza ci, którzy mieszkają na obszarach poza wielkimi miastami. Stąd konieczne jest inicjowanie i moderowanie takich kontaktów, jak również edukacja dotycząca np. stereotypów.

Należy też wziąć pod uwagę różne bariery, które mogą utrudniać nawiązywanie kontaktów międzypokoleniowych. Np. młodzi ludzie często wymieniają brak czasu i nadmiar obowiązków związanych z edukacją.

Inną z barier jest znajomość i wykorzystywanie nowych technologii, takich jak Internet czy smartfon. Są one czymś oczywistym dla ludzi młodych –

Metaforą używaną w PBP jest rozróżnienie na tzw. język żyrafy i język szakala. Język szakala obfituje w oceny, krytykę, porównania, analizy. Szakal w czasie rozmowy posługuje się uogólnieniem i etykietami. Język żyrafy operuje komunikatem „ja”, mówi w swoim imieniu, jest empatyczny, relacyjny. Nie krytykuje, nie ocenia, stara się komunikować konstruktywnie.

również w kontekście codziennego komunikowania się, a już nieco już mniej oczywistym np. dla seniorów. Wg badań GUS w 2014 r. smartfon posiadało:

- 91,5% osób w grupie wiekowej 16-24 lata,
- 85,6% - 25-34 lata,
- 74,1% - 35-44 lata,
- 49,4% - 45-54 lata,
- 29,1% - 55-64 lata,
- 14,9% - 65-74 lata

Widać tu największą różnicę między osobami najmłodszymi a seniorami.

Kolejną ważną przeszkodą może być używanie odmiennego języka. Młode osoby często mówią slangiem niezrozumiałym dla starszych. Z kolei seniorzy znają wiele słów, które już wyszły z obiegu czy kojarzą się z przedmiotami, których już się nie używa. Najłatwiej komunikować się z rówieśnikami. Dotyczy to także kultury spędzania wolnego czasu – młodsze pokolenia chętniej wychodzą z domu, np. korzystają z usług kawiarni, zaś starsze osoby często preferują spotkania domowe. Warto na te kwestie też zwrócić uwagę, gdyż często stanowią dodatkowe pole do wzajemnego niezrozumienia i utwierdzania stereotypów, a z drugiej strony mogą stanowić pretekst do wspólnych spotkań dialogowych poświęconych właśnie nowym technologiom, kulturze języka czy stylowi spędzania wolnego czasu.

Co zrobić, by było więcej dialogu międzypokoleniowego? Poza organizowaniem konkretnych aktywności i wspólnych praktyk potrzebna jest promocja czy popularyzacja idei dialogu międzypokoleniowego, a także korzyści, które dialog niesie. W rzeczywistości nadal – mając wybór – najczęściej wybieramy do kontaktu osoby w zbliżonym do naszego wieku, a z innymi często „się mijamy” czy nie nawiązujemy bliższych relacji. Ograniczamy do minimum kontakty między generacjami, przeważnie w rodzinie.

Kolejna sprawa „na dziś”, to stawienie czoła pandemii, która może mieć negatywny wpływ na kontakty między generacjami. Dlatego trzeba tym bardziej dążyć do kontaktu z seniorami, choćby telefonicznego czy za pośrednictwem komputera. Takie minimum dialogu międzypokoleniowego to właśnie regularne rozmowy, codzienna troska, wzajemna solidarność.

Obecnie wzrosła motywacja starszych pokoleń do nauki obsługi komputerów i smartfonów. To doskonały pretekst do robienia czegoś razem. Choćby na gruncie rodzinnym. Najważniejsze, by stwarzać warunki do zaistnienia dialogu

międzypokoleniowego. Organizując różne otwarte warsztaty, spotkania, webinary czy dyskusje, starajmy się tak dobierać sposób prowadzenia spotkań i rekrutacji uczestników, by mogły z nich skorzystać osoby w każdym wieku. Warsztaty wokół umiejętności komunikacyjnych, jako poszukiwanie „wspólnego gruntu”, mogą stanowić bazę wspólnych kontaktów.

PODSUMOWANIE

Żyjemy coraz dłużej, dlatego niektórych seniorów i juniorów dzieli aż 100 lat, czyli cały wiek – wciąż są między nami osoby urodzone w 1920 roku, jak również już najmłodsze pokolenie 2020. Spójrzmy na najczęściej spotykany podział generacji (który jest wykorzystywany m.in. na rynku pracy):

- ciche pokolenie – urodzeni w latach 1920-1944,
- pokolenie wzrostu urodzeń (*baby boomer* – urodzeni w latach 1945-1964),
- generacja X – urodzeni w latach 1965-1980,
- generacja Y (tzw. *millennials*) – urodzeni w latach 1981-1994,
- generacja Z, czyli osoby urodzone po 1995 roku.

Choćby ta klasyfikacja pokazuje, jak dużo może dzielić różne pokolenia. Każde z nich żyje w tak naprawdę innym świecie. Z drugiej strony bezcenne może się okazać łączenie tych światów – ich doświadczeń, mądrości, pomysłów, praktyk życiowych.

Pielęgnowanie dialogu międzypokoleniowego na każdym poziomie – rodzinnym, społecznym, publicznym, codziennym czy okazyjnym – może nas wspierać w łączeniu generacji i, co za tym idzie, wykorzystywaniu potencjału tkwiącego w ludziach w różnym wieku. Jeżeli uznamy dialog międzypokoleniowy za pożądaną wartość w społeczeństwie, z czasem możemy się spodziewać wielu wartościowych efektów wynikających z bliskich relacji oraz wykorzystywania „kolektywnej inteligencji” różnych generacji. A także zmniejszania się poziomu uprzedzeń, negatywnych przekonań i niechęci, gdyż regularne kontakty z innymi wzmacniają więzi i wzajemne zrozumienie.

Trzeba tylko pamiętać, że nic samo się nie dzieje. Potrzebujemy praktykowania dialogu na każdym poziomie życia i edukacji. Począwszy od „wychowania do dialogu” w ogóle – w tym dialogu międzypokoleniowego. Szkoda stracić taki potencjał.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Isaacs, W. (1999). *Dialogue and the art of thinking together*. New York: Doubleday.
- [2] Kantor, D. (2012). *Reading the room*. San Francisco: Jossey-Bass.
- [3] Koziej, I. (2016). *Czym jest dialog?* w: L. Czarkowska (red.), *Coaching jako konstruktywny dialog*. Warszawa: Poltext
- [4] Rosenberg, M. (2009). *Porozumienie bez przemocy*. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] R. Adler, L. Rosenfeld, R. Proctor, *Relacje interpersonalne*, Poznań 2011, Dom Wydawniczy Rebis, str. 410.
- [2] S. Morreale, B. Spitzberg, J. K. Barge, *Komunikacja między ludźmi*, Warszawa 2015, PWN.
- [3] J. Tischner. 2002, *Myślenie według wartości*, Kraków: Wydawnictwo „Znak”.
- [4] E. Griffin, 2003, *Podstawy komunikacji społecznej*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- [5] P.M. Senge, 1993, *The fifth discipline. The art & practice of the learning*.

INTERGENERATIONAL DIALOGUE – PERSPECTIVE OF COMMUNICATIONS SKILLS

ENGLISH SUMMARY

The article refers to intergenerational dialogue seen from communication perspective. The author describes shortly the communication models of David Kanto, Bill Isaacs and Marshall Rosenberg – American theorists and practitioners of dialogue. They can serve for intergenerational dialogue workshops.

Keywords: intergenerational dialogue, healthy communications, common understanding

Iwona Kozieja-Grabowska



Praktyk i facylitator dialogu, trener kompetencji miękkich, mediator. Promuje ideę dialogu w Polsce. Píše, publikuje, prowadzi badania oraz liczne spotkania, wykłady i warsztaty. Szczególnie interesują ją kwestie dialogu międzypokoleniowego.

Posiada unikalne umiejętności i kompetencje nabyte m.in. podczas warsztatów prowadzonych przez Nansen Center for Peace and Dialogue z Norwegii oraz Dialogos z USA - organizacji promujących dialog na świecie. Bogate doświadczenie i wieloletnia praktyka pozwoliły jej na stworzenie warsztatów i szkoleń dialogowych w Polsce biorąc pod uwagę uwarunkowania lokalne.

VARIA

Sara Smyczek-Gołębiewska

SŁUSZNOŚĆ JAKO ARGUMENT W DYSKURSIE PRAWNICZYM NA PODSTAWIE ANALIZY WYBRANEGO ORZECZNICTWA

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest analiza słuszności w polskim orzecznictwie sądowym w kontekście jego stosowania jako narzędzia argumentacji. Autorka szuka odpowiedzi na następujące pytania: czy sądy orzekają tylko na podstawie przepisów czy może biorą pod uwagę również inne czynniki np. względy słuszności? W jakim celu sądy powołują się na argument ze słuszności? Prawo ma być sztuką tego, co dobre i słuszne, jednak staje się to niemal sloganem, jeśli nie zostaje dookreślone, w jakim celu i jaka dobroć bądź słuszność jest stosowana. W artykule przedstawione są również przykłady z orzecznictwa potwierdzające tezę, że zmiany zachodzące w społeczeństwie mają wpływ na sposób orzekania przez sądy.

Słowa kluczowe: słuszność, dyskurs prawniczy, argumentacja, aksjologia
prawa

WSTĘP

Zgodnie z myślą głoszoną przez Gorgiasza, dla każdej tezy, nawet najbardziej absurdalnej, można znaleźć uzasadnienie, jeśli posłuży się zręczną argumentacją¹. Wydawać się może, że to twierdzenie nie straciło na aktualności. Siła argumentacji odgrywa szczególną rolę w procesie sądowym, który jest modelowym przykładem dyskursu prawniczego. W przeciwieństwie do przepisów prawnych, których

przywoływanie w toku argumentacji na sali sądowej jest niekwestionowane, zjawiskiem skłaniającym do refleksji jest słusność i jej wykorzystanie w charakterze argumentu przez podmioty stosujące prawo (sądy oraz prawników). Należy jednak rozważyć, czy wobec potrzeby odwoływania się do pozaprawnych norm (m.in. słusności) przepisy prawa okazują się w praktyce niewystarczające? Prawo składa się z norm ogólnych i abstrakcyjnych, dlatego właśnie jest niedoskonałe, gdyż niemożliwe jest na jego podstawie sprawiedliwe ocenienie wszystkich różnorodnych stanów faktycznych. Żądanie, aby prawodawca konstruując przepis prawny przewidział wszystkie przypadki, jakie mogą powstać w przyszłości, wydaje się niedorzeczne. Dlatego też jeśli celem ustawodawcy jest sprawiedliwość, nie powinien wprowadzać rygorystycznego stosowania prawa, ale umożliwić odwołanie się do innych pozaprawnych podstaw uzasadnienia podejmowanych decyzji (w tym słusności).

Zagadnienie słusności w prawie może być rozpatrywane z różnych perspektyw, które należy od siebie odróżniać, niezależnie od stopnia, w jakim mogą być one ze sobą powiązane. Po pierwsze, wyróżnia się teoretyczne ujęcie. Polega ono na poszukiwaniu odpowiedzi na abstrakcyjne pytanie „co to jest słusność?”, która przyjmuje formę określonej konstrukcji filozoficznej, etycznej, prawniczej itp. Po drugie, słusność w prawie może być rozważana z punktu widzenia tekstów prawnych. Badane jest wówczas to, czy i w jakim stopniu dany system prawa posługuje się terminem „słusność”. Po trzecie, można zajmować się zagadnieniem słusności z perspektywy oceniająco-postulatywnej. Ocenia się wówczas prawo ze względu na słusność i wysuwa postulaty działalności normotwórczej lub podejmowania decyzji zgodnie z tą słusnością. Czwartym, kluczowym dla niniejszego tekstu podejściem, jest analiza praktyki orzecznictwa pod kątem słusności: czy i w jaki sposób słusność wpływa na wydawane orzeczenia?²² Celem niniejszego artykułu jest analiza sytuacji, w której sądy powołują się na zasadę lub względy słusności celem uzasadnienia wydanych orzeczeń, a także próba odpowiedzi na pytanie: czy powszechne pojmowanie słusności, ulegające w ostatnich latach zmianom społecznym, ma wpływ na linię orzeczniczą polskich sądów.

DYSKURS PRAWNICZY – CZYM SIĘ RÓŻNI OD DYSKURSU OGÓLNEGO?

Tak jak wspomniano na początku tekstu, modelowym przykładem dyskursu prawniczego jest proces sądowy (w warstwie językowej). Zgodnie z podziałem wprowadzonym przez Jürgena Habermasa, dyskurs prawniczy ma charakter praktyczny, ponieważ dotyczy norm, a konkretniej – zmierza do wydania rozstrzygnięcia w zakresie zgodności ludzkich zachowań z przepisami prawa³. Porównując jednak spór sądowy do innych dyskursów praktycznych, należy wskazać szereg różnic. W szczególności dyskurs ten musi zakończyć się stanowczym i jednoznacznym rozstrzygnięciem wydanym w rozsądnym czasie. Jest on również silnie zdeteminowany przez przepisy prawa procesowego i materialnego, które w istotny sposób określają granice sporu (obok podstawy faktycznej sporu i podmiotów uczestniczących w sprawie). W przypadku gdy taki spór jest prowadzony z udziałem profesjonalnych pełnomocników (radców prawnych lub adwokatów), którzy podlegają odpowiedzialności dyscyplinarnej za naruszenie zasad etyki związanych z wykonywanym zawodem, dyskurs ten dodatkowo podlega ograniczeniom przez te zasady⁴.

139

R. Alexy tworząc swoją teorię argumentacji, przyjął za punkt odniesienia twierdzenia autorstwa J. Habermasa, na podstawie których wprowadził rozróżnienie dyskursu praktycznego i prawniczego. Zgodnie z jego poglądami dyskurs prawniczy stanowi szczególny rodzaj dyskursu praktycznego. Należy przez to rozumieć, że przesłanki prawniczego dyskursu wymagają stworzenia idealnej sytuacji komunikowania się w dyskursie praktycznym, ale przy uwzględnieniu cech charakterystycznych jedynie dla dyskursu prawniczego, np. zastosowanie wykładni językowej, ale również przekroczenie granic czysto lingwistycznych⁵. Zgodnie z koncepcją Alexy'ego fundament rozstrzygnięć sądowych stanowią argumenty, które odwołują się do norm i ocen pozaprawnych. Natomiast argumenty oparte na przepisach prawa mogą stanowić podstawę rozstrzygnięć wyłącznie w sprawach prostych, gdzie nie pojawia się konieczność wyboru między wartościami⁶.

W zakresie teorii dotyczących dyskursu prawniczego na uwagę zasługują także poglądy Ch. Perelmana, który uznawał paradygmatyczny charakter dyskursu prawniczego wobec pozostałych typów rozumowań praktycznych⁷. W doktrynie wyrażono pogląd, że istotną rolę we współczesnej filozofii argumentacyjnej

odegrały dwa ujęcia dyskursu prawniczego: topiczno-retoryczny oraz formalny⁸. Pierwsze z nich podkreśla znaczenie technik prowadzenia dyskursu, takich jak topika i retoryka, drugie zaś polega na przedstawieniu procedur i zasad według których argumentacja ma być prowadzona.

SŁUSZNOŚĆ JAKO SŁUSZNY ARGUMENT

W ramach prowadzonych badań nad orzecznictwem przyjęto założenie, że powołanie się przez sąd na słuszość ma charakter argumentu. W literaturze przedmiotu rozumie się go jako wypowiedź, której celem jest wzmocnienie tezy i wywołanie efektu w postaci uznania przez odbiorcę przedkładanych mu wypowiedzi⁹. Mimo iż powoływanie się na zasadę słuszości nie zostało wymienione w katalogu argumentów w dyskursie prawniczym przez J. Stelmacha i B. Brożka¹⁰, autorzy ci wskazali jednak, iż jednym z kryteriów dyskursu prawniczego jest właśnie słuszość. Problematyką stosowania w zakresie argumentacyjnym przepisów odsyłających do kryteriów takich jak np. względy słuszości, zajął się L. Leszczyński¹¹. Tworząc definicję pojęcia „stosowania klauzul” stwierdził, iż w ujęciu szerszym mogłoby ono obejmować również wykorzystanie norm odsyłających (m.in. słuszości) w uzasadnieniu decyzji. Wskazał, że:

Przy założeniu, że uzasadnienie decyzji, będące immanentną częścią procesu decyzyjnego, jest przede wszystkim racjonalizowaniem procesu decyzyjnego i treści podjętej decyzji stosowania prawa oraz racjonalizowaniem stosowania zastosowania klauzuli oraz ustalenia jej treści (jej interpretacji), nawet potraktowanie klauzuli jako jedynie argumentu erystycznego oznaczać musi jej udział w całym procesie.

Zgodnie z poglądem L. Leszczyńskiego oparcie decyzji na klauzuli odsyłającej może znaleźć, i przeważnie znajduje, odzwierciedlenie w treści uzasadnienia decyzji finalnej. W konsekwencji czego argumenty aksjologiczne zaczynają pełnić funkcję argumentów, których celem jest przekonanie odbiorcy do trafności rozstrzygnięcia. Poprzez zastosowanie normy odsyłającej jako podstawy decyzji, argumenty takie mogą mieć większe znaczenie niż argumenty jurydyczne (opierające się na przepisach). Albowiem to przede wszystkim argumenty aksjologiczne prowadzą do wykania trafności i racjonalności rozstrzygnięcia sądowego o określonej treści¹².

Opierając się na powyższych twierdzeniach L. Leszczyńskiego, należy przyjąć, iż uzasadnianie powołania się na zasady lub względy słuszności może pełnić również rolę argumentu w dyskursie prawniczym – argumentu poprzez odwołanie się do moralności czy wartości etycznych. Bez wątpienia tego typu argumentacja słusznościowa jest silna pod względem retorycznym. Wymusza bowiem na adresacie konieczność ewentualnego podważenia ocen aksjologicznych podmiotu orzekającego bądź też podniesienia kwestii braku możliwości powołania się na zasadę słuszności w określonej sytuacji prawnej. Można zatem za ryzykować stwierdzenie, że wybór argumentacji opartej na słuszności to słuszny wybór.

Przeprowadzona przeze mnie analiza polskiego orzecznictwa wykazała, że sytuacje w których sąd powołuje się na słuszność można na wstępie podzielić na dwa rodzaje. W pierwszym z nich sąd w procesie orzekania stosuje przepis

prawny, który w swojej treści powołuje się na słuszność. Przykładem może być art. 614 § 3 Kodeksu rodzinnego i opiekuńczego dotyczący separacji: „Jeżeli **wymagają tego względy słuszności**, małżonkowie pozostający w separacji obowiązani są do wzajemnej pomocy”. Zawarty w przytoczonym przepisie niedookreślony zwrot „względy słuszności” umożliwia rozważenie obowiązku wzajemnej pomocy między (pozostającymi w separacji) małżonkami w kontekście szczegółów konkretnej sprawy. Przykładowo w wyroku z dnia 22 czerwca 2017 r. (III RC 6/17) Sąd Rejonowy w Golubiu-Dobrzyniu, powołując się na słuszność zawartą we ww. przepisie, orzekł następująco:

Sednem sprawy jest tutaj porównanie sytuacji materialnej i bardziej ogólnie życiowej obojga małżonków. Istotne znaczenie ma tu znaczna różnica wieku pomiędzy stronami (pозwana jest starsza od powoda o 15 lat). O ile w chwili zawarcia małżeństwa (1989 rok) różnica ta mogła nie być nawet dostrzegalna, o tyle w chwili orzeczenia separacji (2007 rok), a zwłaszcza w czasie rozstrzygania niniejszej sprawy, ma ona istotny wpływ na zdolności zarobkowe każdego z małżonków. Aktualnie A. Ż.

Bez wątpienia tego typu argumentacja słusznościowa jest silna pod względem retorycznym. Wymusza bowiem na adresacie konieczność ewentualnego podważenia ocen aksjologicznych podmiotu orzekającego bądź też podniesienia kwestii braku możliwości powołania się na zasadę słuszności w określonej sytuacji prawnej.

jest osobą niepełnosprawną, której jedynymi źródłami środków utrzymania są zasiłek wypłacany przez organ pomocy społecznej oraz alimenty od powoda. Tymczasem J. Ż., mimo niekwestionowanych problemów zdrowotnych, ma stabilne miejsce zatrudnienia i regularny dochód. Te okoliczności w ocenie Sądu bezspornie wskazują na niemożność zaspokojenia przez pozwaną własnymi siłami jej najbardziej choćby elementarnych usprawiedliwionych potrzeb, prowadząc nieuchronnie do konkluzji istnienia po stronie p. Ż. obiektywnej przesłanki niedostatku. W konsekwencji tej oceny należy stwierdzić jednoznacznie, iż w przedmiotowej sprawie znajdują zastosowanie powołane już wcześniej przepisy art. 60 § 1 krio (wprost) oraz art. 614 § 3 krio, wymagające od powoda ponoszenia pewnego udziału w kosztach utrzymania jego małżonki, choćby już tylko przy zastosowaniu zasady słuszności.

Drugi rodzaj powołania się przez sąd na słuszność w procesie orzekania polega na samowolnym przywołaniu tej kategorii bez podstawy w postaci przepisu prawnego. Należy wskazać, że ten rodzaj stosowania słuszności w orzecznictwie wydaje się być znacznie ciekawszy z punktu widzenia prowadzonych badań, gdyż nie jest on zdeterminowany odgórną decyzją ustawodawcy (tj. treścią przepisu), ale stanowi wyraz autonomii są-

142

W wyniku prowadzonej analizy nad orzecznictwem wyróżniono dwa cele, w których sąd powołuje się na słuszność (względny słuszności) w sposób autonomiczny: uzasadnienie określonej interpretacji niedoprecyzowanych wyrażeń w przepisach oraz uzasadnienie odejścia od zastosowania niesprawiedliwego prawa.

go decyzji. Słuszność właśnie tutaj przyjmuje postać argumentu, gdyż powołanie się na nią ma za zadanie wzmocnić postawioną tezę. W wyniku prowadzonej analizy nad orzecznictwem wyróżniono dwa cele, w których sąd powołuje się na słuszność (względny słuszności) w sposób autonomiczny:

- a) uzasadnienie określonej interpretacji niedoprecyzowanych wyrażeń w przepisach;
- b) uzasadnienie odejścia od zastosowania niesprawiedliwego prawa

W opinii wielu badaczy prawa istotne jest, aby prawo spełniało równocześnie dwa warunki: powinno być formułowane w sposób generalny, ale z zachowaniem wysokiego stopnia precyzji. Z jednej strony wynika to z potrzeby dokładnego określenia

obowiązków obywateli, a z drugiej strony z konieczności uwzględnienia różnorodności przypadków, jakie mogą być w przyszłości rozpatrywane w odniesieniu do danego przepisu prawnego.

W związku ze wspomnianą zasadą generalności, osoby które w procesie stosowania prawa interpretują przepisy, napotykają często wyrażenia nieprecyzyjnie zdefiniowane i w wyniku tego zmuszone są do dokonywania wyborów na wielu poziomach, między innymi na poziomie leksykalnym, syntaktycznym czy tekstowym. W obliczu wymienionych trudności sądy sięgają również po elementy normatywne wywodzące się spoza świata kodeksów, ustaw i rozporządzeń – np. zasady słuszności. Można to zauważyć m.in. w postanowieniu z 3 lutego 2004 r. (V KK 370/03), w którym Sąd Najwyższy rozważał, w jaki sposób zinterpretować i zastosować w konkretnej sprawie określenie „uzasadnione wydatki stron”¹³. Problematiczna okazała się kwestia zasądzenia od skazanego kosztów zatrudnienia adwokata, o co wnioskowała strona oskarżenia. Istotne w kontekście rozpatrywanego przypadku jest to, że oskarżycielka i jej pełnomocnik zareagowali na wniesioną kasację obrońcy po upływie przeszło czterech miesięcy, w wyniku czego odpowiedź na kasację wpłynęła do sądu już po wydaniu rozstrzygnięcia w tej sprawie. Sąd uznał, że:

*Co prawda wskazany przepis nie określa, jakie wydatki (...) należy uznawać za uzasadnione, ale jest oczywiste, że chodzi w nim o wydatki niezbędne dla realizowania funkcji procesowych strony. **Względy słuszności** przemawiają za tym, aby w skład uzasadnionych wydatków nie wchodziły kwoty wykładane przez stronę w sposób ewidentnie nieroztropny, wywołany rażącym niedbalstwem.*

Sąd Najwyższy powołując się w ramach interpretacji przepisu na względy słuszności doprecyzował nieostre wyrażenie dostosowując je do okoliczności faktycznych danej sprawy.

Drugim celem, dla którego sądy powołują się na słuszność z własnej inicjatywy (tj. bez podstawy przepisu prawnego) jest uzasadnienie odejścia od zastosowania niesprawnego prawa. Słuszność pełni tutaj funkcję argumentu na rzecz wykluczenia z procesu orzekania przepisu, którego zastosowanie w realiach danej sprawy wydaje się być niesłuszne. Jednym z wielu przykładów takiego przywołania słuszności w orzecznictwie jest postanowienie Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 13 maja 2016 r. (I OZ 465/16), którego wyjaśnienie wymaga krótkiego przytoczenia zaistniałych okoliczności.

J. S. (na potrzeby tekstu nazwijmy go Janem Stankiewiczem) wniósł do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie skargę na pewną decyzję administracyjną. Sąd ten jednak skargę odrzucił, ponieważ Jan Stankiewicz zamiast dwóch odpisów skargi (po jednym dla każdego z uczestników postępowania) załączył tylko jeden egzemplarz. Taki obowiązek narzuca art. 47 § 1 ustawy Prawo o postępowaniu przed sądami administracyjnymi o brzmieniu: „Do pisma strony należy dołączyć jego odpisy i odpisy załączników dla doręczenia ich stronom (...)”. Jan Stankiewicz wniósł jednak zażalenie na powyższe postanowienie odrzucające skargę. Sąd rozstrzygający ostatecznie sprawę uznał, że istotną kwestią jest to, że uczestnikiem postępowania (jednym z dwóch) była żona Jana Stankiewicza, która zamieszkuje razem z nim i miała ona pełną świadomość treści pisma składanego przez jej męża. W postanowieniu wskazano, że:

*Odrzucenie skargi, które doprowadziło do zamknięcia skarżącemu możliwości domagania się weryfikacji decyzji organu administracji publicznej oraz poskutkowało zamknięciem drogi sądowej jest w realiach sprawy **niezgodne z zasadami słuszności**. Podejście nakazujące uznać brak doręczenia odpisu skargi, przy uwzględnieniu wskazanych okoliczności sprawy, można uznać za zbyt rygorystycznie ujmowany formalizm.*

144

Przywołane powyżej decyzje sądowe świadczą o istotnej roli słuszności jako czynnika pozaprawnego w procesie argumentacji i stosowania prawa. Sądy powołują się na słuszność nie tylko za pośrednictwem treści przepisu prawnego, która wskazuje na tą kategorię, ale również z własnej inicjatywy, nadając słuszności rangę argumentu w dyskursie prawniczym.

nien zostać zastosowany.

Przywołane powyżej decyzje sądowe świadczą o istotnej roli słuszności jako czynnika pozaprawnego w procesie argumentacji i stosowania prawa. Sądy powołują się

Zastosowanie przepisu, który nakazuje uznanie braku doręczenia odpisu skargi przy uwzględnieniu wskazanych okoliczności sprawy (żona Jana Stankiewicza miała możliwość zapoznania się z pismem pomimo braku doręczenia odpisu) sąd uznał za niesłuszne i uchylił początkowe postanowienie odrzucające skargę. Słuszność spełniła w tej sprawie rolę argumentu na rzecz nieuwzględnienia niesprawiedliwego przepisu, który zasadniczo powi-

na słuszność nie tylko za pośrednictwem treści przepisu prawnego, który wskazuje na tę kategorię, ale również z własnej inicjatywy, nadając słuszności rangę argumentu w dyskursie prawniczym.

W ramach prowadzonej analizy orzecznictwa zidentyfikowano również inne niż wymienione wyżej cele prowadzenia argumentacji słusznościowej (np. względy słuszności jako postulat za zmianą prawa¹⁴), jednak wymagają one pogłębionej analizy i będą przedmiotem osobnego opracowania.

CZY ZMIANY SPOŁECZNE GENERUJĄ ZMIANY W ORZECZNICTWIE?

Wpływ powszechnego postrzegania słuszności na proces wykładni prawa jest elementem oddziaływania na ten proces ze strony całego społecznego otoczenia prawa, w ramach którego ważną rolę przypisuje się właściwościom systemu politycznego i gospodarczego¹⁵. Precyzyjne określenie ww. wpływu na interpretację i stosowanie prawa jest tak samo trudne, jak zbadanie oddziaływania cech systemu politycznego i gospodarczego na ten proces. Dzieje się tak głównie z powodu trudności, którą sprawia wyodrębnienie poglądów społeczeństwa na temat tego, co jest słuszne, a co nie, z całości tzw. orientacji społecznej (pojęciem tym posługiwali się badacze zajmujący się przemianami mentalności Polaków - J. Reykowski, M. Ziółkowski¹⁶), która oznacza określone wyobrażenia co do zasad i reguł zgodnie z którymi powinno funkcjonować życie społeczne. Przekonania te mają charakter normatywny i na ich podstawie człowiek może ocenić, co jest dobre, a co złe, co słuszne, a co nie. W efekcie formułuje oceny dotyczące stanu rzeczywistości społecznej w jakiej żyje. Mając to na uwadze, poniższy fragment zostanie poświęcony nie tyle zależnościom między postrzeganiem tego, co słuszne (*sensu stricto*), ale ogólniej – między zmianami orientacji społecznej a procesem stosowania prawa. Z uwagi na ograniczone możliwości objętościowe tego tekstu ograniczę się do dwóch przemian w społeczeństwie, których jesteśmy świadkami w ciągu ostatnich lat: po pierwsze, w zakresie postrzegania jednostki i jej interesu prawnego; po drugie, dotyczące relacji bliskości pomiędzy osobami tej samej płci.

Jedną z największych zmian społecznych, która rozpoczęła się wraz z upadkiem komunizmu w Polsce i trwa nadal, jest odejście od kolektywizmu i skierowanie się w stronę indywidualizmu jednostki. Wyrazem przemian w kierunku

indywidualizmu jest odejście od nadrzędności interesu ogółu społeczeństwa oraz przewaga relacji i grup tworzonych ad hoc nad zorganizowanymi grupami społecznymi¹⁷. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na rolę odesłań do pojęć „interesu społecznego” i „słusznego interesu obywateli” w art. 7 Kodeksu postępowania administracyjnego: „W toku postępowania organy administracji publicznej (...) podejmują wszelkie czynności niezbędne do dokładnego wyjaśnienia stanu faktycznego oraz do załatwienia sprawy, mając na względzie interes społeczny i słuszny interes obywateli”. Odwołania te w sposób stosunkowo uniwersalny stały się narzędziami interpretacji sądów zarówno przed 1989, jak i po 1989 r., zmieniając jednak swoją treść aksjologiczną. Przykładem może być wyrok SN z dnia 18 listopada 1993 r. (III ARN 49/93) wskazujący:

W państwie prawa nie ma miejsca dla mechanicznie i sztywno pojmowanej zasady nadrzędności interesu ogólnego nad interesem indywidualnym [...], w każdym przypadku działający organ ma obowiązek wskazać, o jaki interes ogólny (publiczny) chodzi i udowodnić, iż jest on na tyle ważny i znaczący, że bezwzględnie wymaga ograniczenia uprawnień indywidualnych obywateli. Zarówno istnienie takiego interesu, jak i jego znaczenie, a także przesłanki powodujące konieczność przedłożenia w konkretnym wypadku interesu publicznego nad indywidualny podlegać muszą zawsze wnikliwej kontroli instancyjnej i sądowej.

146

Stanowi to wyraźną zmianę linii orzeczniczej w stosunku do postrzegania tej relacji wyrażonej np. w wyroku NSA z dnia 11 czerwca 1981 r. (SA 820/81), w którym stwierdzono: „Zasada postępowania administracyjnego wyrażona w art. 7 k.p.a. oznacza, iż treść i zakres ochrony słusznego interesu indywidualnego w działaniach organów administracji sięgają do granic kolizji z interesem społecznym, będącym w państwie socjalistycznym wartością nadrzędną”. Można zauważyć, że pomimo braku nowelizacji treści art. 7 k.p.a. (zarówno przed 1989, jak i aktualnie brzmi on tak samo), zmianie uległa wywołana przemianami społecznymi aksjologia procesu decyzyjnego znajdująca wyraz w odmiennej interpretacji takiej samej treści przepisu.

Drugą przemianą społeczną mającą wpływ na proces interpretacji sądów jest kwestia współczesnych relacji międzyludzkich, za którą prawo nie zawsze jest w stanie nadążyć (np. status związków jednopłciowych, rozwój nowych

technologii – status robotów humanoidalnych, macierzyństwo zastępcze, tzw. rodziny z wyboru). Pomimo że debata nad statusem prawnym związków jednopłciowych trwa od kilkunastu lat, w polskim prawie jak dotychczas nie zostały wprowadzone żadne rozwiązania regulujące omawiane zagadnienie. Istotnym faktem społecznym jest jednak to, że osoby tej samej płci tworzą związki nieformalne, oparte o wzajemny konsensus co do podjęcia wspólnego pożycia. Oznacza to, że związki tego typu powstają i funkcjonują w sferze stosunków faktycznych, a nie prawnych. Szczególną uwagę w kontekście opisanej zmiany społecznej, która wpłynęła na stosowanie i interpretowanie prawa przez sądy, zwraca się na nowe rozumienie pojęcia „wspólne pożycie” zawartego w art. 115 § 11 Kodeksu karnego współtworzącego definicję „osoby najbliższej”. Brzmi on następująco: „Osobą najbliższą jest małżonek, wstępny, zstępny, rodzeństwo, powinowaty w tej samej linii lub stopniu, osoba pozostająca w stosunku przysposobienia oraz jej małżonek, a także osoba pozostająca we wspólnym pożyciu.

Przez lata w doktrynie i orzecznictwie dominował pogląd zgodnie z którym „wspólne pożycie” to pozbawiony formalnego węzła małżeńskiego związek osób odmiennej płci, który cechuje istnienie więzi psychicznej, fizycznej i gospodarczej. Takie ujęcie było prezentowane na gruncie poprzednio obowiązującego Kodeksu karnego (z 1969 r.) oraz Kodeksu postępowania karnego (z 1969 r.). W wyroku z 12 listopada 1975 r. (V KR 203/75) Sąd Najwyższy wskazał wprost, że osoby pozostające w związku jednopłciowym według wykładni Sądu Najwyższego nie mogą być uznane za osoby najbliższe, a zatem nie mogą odmówić składania zeznań w procesie karnym, które mogłyby obciążać partnera. Natomiast w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 21 marca 2013 r. (38 lat później) po raz pierwszy na tym szczeblu jurysdykcji została przedstawiona odmienna interpretacja pojęcia „wspólne pożycie” – zakładająca, że wspólne pożycie może dotyczyć także osób tej samej płci. W orzeczeniu tym Sąd Najwyższy wskazał ponadto, że dla przyjęcia istnienia „wspólnego pożycia” nie jest konieczne istnienie więzi fizycznej, a tylko prowadzenie wspólnego gospodarstwa domowego oraz istnienie określonej więzi psychicznej.

Miarą rewolucyjności takiego podejścia okazały się jego skutki w postaci przyznania określonych uprawnień procesowych „osobom najbliższym” pozostającym w związkach jednopłciowych np. wstąpienia w prawa strony procesu, odmowy składania zeznań, złożenia prośby o ułaskawienie lub wniosku o wznowienie

postępowania. Trzy lata później w sposób formalny potwierdzono powyższe wnioski w uchwale Sądu Najwyższego. 25 lutego 2016 r. siedmioosobowy skład sędziowski orzekł, że osoba żyjąca w związku jednopłciowym może odmówić składania zeznań, jeżeli oskarżonym jest jej partner lub partnerka. Ponownie można zauważyć, że zmiany społeczne (tutaj w zakresie relacji międzyludzkich), pomimo braku zmian w przepisach prawnych, znalazły odzwierciedlenie w sposobie interpretacji i stosowania prawa przez sądy.

PODSUMOWANIE

Stosowanie prawa jest procesem, w którym podmiot decyzyjny przed wydaniem decyzji musi przeprowadzić szereg rozumowań – od ustalenia stanu faktycznego danej sprawy, poprzez różnego rodzaju wnioskowania, do ustalenia konsekwencji prawnych. W ich ramach dokonuje szeregu ocen i decyzji, których podstawą mogą być obowiązujące przepisy prawne lub inne źródła, z których może on, mniej lub bardziej świadomie, korzystać. Przedstawione w tekście sposoby korzystania przez sądy ze słuszności jako argumentu w trakcie tego procesu – niezależnie od tego czy odbywa się to w sposób pośredni (na podstawie przepisu prawnego) czy bezpośredni (sąd z własnej inicjatywy powołuje się na słuszność) – świadczą o korekcyjnej – względem przepisów – mocy decyzji podejmowanych przez sędziów.

Obecność klauzul odsyłających do wartości pozaprawnych (tutaj „względny słuszności”) w przepisach prawnych nie zmienia tradycyjnego modelu źródeł prawa, zgodnie z którym to normy prawne odgrywają rolę dominującą. Podkreśla jednak doniosłość roli, którą odgrywają w polskim porządku prawnym również wartości (m.in. słuszność) określone przez te klauzule. Pomimo iż to prawodawca wskazuje w treści przepisu na potrzebę odwołania się przez sąd do kryteriów pozaprawnych (nieokreślonych i nieinkorporowanych do systemu prawnego) w postaci słuszności, kształt ostatecznej decyzji zależy wyłącznie od sposobu interpretacji wspomnianych „względów słuszności” w konkretnej sprawie przez danego sędziego. Sprawczość podmiotów orzekających, w bardziej oczywisty sposób, przejawia się również w bezpośrednim stosowaniu argumentu ze słuszności w procesie stosowania prawa w celu uzupełnienia, ale także weryfikacji treści przepisów. Rozstrzygający bowiem okazuje się nie tekst ustawy, ale interpretacja sędziego, który

odwołując się do zasady słuszności ma możliwość skorygować niedoprecyzowany lub niesprawiedliwy w opinii sądu przepis. W literaturze toczą się spory odnośnie twórczego bądź odtwórczego charakteru wykładni stosowanej przez sądy. Wątpliwości skupiają się wokół tego, czy interpretacja przepisów służy jedynie do zastosowania istniejącego niezależnie od niej prawa, czy prawo powstaje dopiero w procesie interpretacji. Niezależnie od odpowiedzi, którą udzielimy na tak postawione pytanie, podsumowując niniejszy tekst należy bez wątpienia zwrócić uwagę na ogromny tzw. luz decyzyjny oraz moc sprawczą, które przysługują sędziom. Przejawem ich są przedstawione przykłady zmian w interpretacji sądów stanowiące odpowiedź na przemiany społeczne, podczas gdy prawo stanowiące nie zostało dostosowane do społecznej rzeczywistości.

Z mocą sprawczą sędziów wiążą się pewne zagrożenia, szczególnie w kontekście odwoływania się przez nich do wartości pozaprawnych (takich jak słuszność). Rozstrzygając spory są zobowiązani uzasadnić swoje decyzje za pomocą przepisów prawnych, które nie są idealnie dopasowane do rzeczywistości, co więcej: często zawierają wyrazy wieloznaczne i nieostre, stąd potrzeba stosowania określonych rozumowań prawniczych. Jednakże z uwagi na swoją specyfikę logika prawnicza nie stanowi przeszkody dla (świadomego bądź nie) poszukiwania rozstrzygnięć zgodnych z poglądami samego sędziego. Z drugiej strony, rozumowania prawnicze w rzeczywistym świecie prowadzą do decyzji, które dotyczą konkretnych ludzi, a sędziowie mogą czuć się za te decyzje odpowiedzialni. Na tym właśnie opiera się przekonanie badaczy zachowań sędziowskich o przewadze czynników pozaprawnych nad przepisami prawa – sędziowie nie mogą oprzeć się pokusie dokonywania takich rozstrzygnięć, które w ich ocenie propagują sprawiedliwość i dobro wspólne; poprzez odwołanie się do uznawanych w społeczeństwie wartości w odpowiedni sposób kształtują

Sprawczość podmiotów orzekających, w bardziej oczywisty sposób, przejawia się również w bezpośrednim stosowaniu argumentu ze słuszności w procesie stosowania prawa w celu uzupełnienia, ale także weryfikacji treści przepisów. Rozstrzygający bowiem okazuje się nie tekst ustawy, ale interpretacja sędziego, który odwołując się do słuszności ma możliwość skorygować niedoprecyzowany lub niesprawiedliwy przepis.

uzasadnienia podjętych decyzji. Na koniec trudno nie powtórzyć za M. Shapiro¹⁸: „Taka już natura sądów. Zawsze muszą przeczyć swojej roli prawotwórczej, jednak w praktyce tworzą prawo”.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Anzenbacher A., *Wprowadzenie do filozofii*, Kraków 1992.
- [2] Bauman Z., 2008, *Konsumeryzmu ofiary towarzyszące*, [w:] B.D. Gołębiak (red.), *Pytanie o szkołę wyższą. W trosce o człowieczeństwo*, Wydawnictwo Naukowe DSW, Wrocław.
- [3] Kuziak M., Rzepczyński S., *Słownik myśli filozoficznej*, Bielsko-Biała 2005.
- [4] Leszczyński L., *Stosowanie generalnych klauzul odsyłających*, Kraków 2003.
- [5] Leszczyński L., *Zmiana społeczna a „otwieranie” aksjologii wykładni prawa. Szkic podstawowych zależności*, *Studia Iuridica Lublinensia* vol. XXV, 3, 2016.
- [6] Osika G., *Procesy i akty komunikacyjne. Koncepcje klasyczne i współczesne*, Kraków 2011.
- [7] Opałek K., Wróblewski J., *Zagadnienia teorii prawa*, Warszawa 1969.
- 150 [8] Reykowski J., *Ukryte założenia normatywne jako osiowy składnik mentalności*, [w:] *Orientacje społeczne jako element mentalności*, pod red. Reykowskiego J., Skarżyńskiej K. i Ziółkowskiego M., Poznań, Nakom.
- [9] Shapiro M., *Judges as Liars*, *Harvard Journal of Law / Public Policy*, vol. 17, (1994).
- [10] Stelmach J., Brożek B., *Metody Prawnicze, Logika, analiza, argumentacja, hermeneutyka*, Kraków 2006.
- [11] Wróblewski J., *Słuszność w systemie prawa polskiego*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1970, z. 1.

PRZYPISY KOŃCOWE

- [1] Giovanni Reale, *Historia filozofii starożytnej*, Lublin 1999, t. 1, s. Giovanni Reale, *Historia filozofii starożytnej*, Lublin 1999, t. 1, s. 259-270.
- [2] J. Wróblewski, *Słuszność w systemie prawa polskiego*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1970, z. 1, s. 97–116.
- [3] G. Osika, *Procesy i akty komunikacyjne. Koncepcje klasyczne i współczesne*, Kraków 2011, s. 122-128.
- [4] A. Anzenbacher, *Wprowadzenie do filozofii*, Kraków 1992, s. 87.
- [5] K. Opałek, J. Wróblewski, *Zagadnienia teorii prawa*, Warszawa 1969, s. 246.
- [6] K. Kukuryk, *Kilka uwag o sposobie rozstrzygania dyskursu prawniczego*, „Annales Universitatis Marie Curie-Skłodowska Lublin-Polonia” 2012, Vol. LIX, 1, s. 23.
- [7] J. Stelmach, B. Brożek, *Metody Prawnicze, Logika, analiza, argumentacja, hermeneutyka*, Kraków 2006, s. 178-179.
- [8] Tamże, s. 192.
- [9] J. Jabłońska-Bonca, Argument z autorytetu w dyskursie prawniczym. Zarys tematu, w: *Problemy współczesnego ustrojoznawstwa. Księga jubileuszowa Profesora Bronisława Jastrzębskiego*, red. J. Dobkowski, Olsztyn 2007, s. 108.
- [10] J. Stelmach, B. Brożek, *Metody Prawnicze, Logika, analiza, argumentacja, hermeneutyka*, Kraków 2006, s. 178-179.
- [11] L. Leszczyński, *Stosowanie generalnych klauzul odsyłających*, Kraków 2003, s. 416-447.
- [12] Tamże, s. 34-35.
- [13] Art. 616 § 1 *Kodeksu postępowania karnego*.
- [14] „Poza rozważaniami w toku niniejszego postępowania pozostaje oczywiście kwestia, czy redakcja art. 84 ust. 5 prawa o ruchu drogowym nie powinna być w przyszłości zmieniona w taki sposób, aby obejmowała ona zarówno zatrzymanie, jak i zwrot prawa jazdy, za czym mogłyby przemawiać względy słuszności; jednakże należy to do ustawodawcy, natomiast Sąd Najwyższy – w ramach wykładni prawa – do wniosku takiego dojść nie może.” (Uchwała z 14 września 1990 r. SN V KZP 21/90.).
- [15] L. Leszczyński, *Zmiana społeczna a „otwieranie” aksjologii wykładni prawa. Szkic podstawowych zależności*, „Studia Iuridica Lublinensia” vol. XXV, 3,

2016, s. 511-522.

- [16] J. Reykowski, Ukryte założenia normatywne jako osiowy składnik mentalności, [w:] *Orientacje społeczne jako element mentalności*, pod red. J. Reykowskiego, K. Skarżyńskiej i M. Ziółkowskiego. Poznań: NAKOM.
- [17] Z. Bauman, 2008, Konsumeryzmu ofiary towarzyszące, [w:] B.D. Gołębiak (red.), *Pytanie o szkołę wyższą. W trosce o człowieczeństwo*, Wrocław: Wydawnictwo Naukowe DSW.
- [18] M. Shapiro, Judges as Liars, *Harvard Journal of Law / Public Policy*, vol. 17, (1994), s.155-156.

EQUITY AS AN ARGUMENT IN LEGAL DISCOURSE ON THE EXAMPLE OF THE CASE LAW

ENGLISH SUMMARY

The aim of the article is to analyze the equity in Polish jurisprudence in the context of its use as an argumentation tool. The author seeks answers to the following questions: do courts adjudicate only on the basis of law regulations or do they also take into account other factors, e.g. equity considerations? For what purpose do the courts invoke the argument of equity? The law is supposed to be the art of what is good and right, but it becomes almost a slogan if it is not specified for what purpose and what kind of goodness or righteousness is used. The article also presents examples of case law confirming the thesis that changes in society affect the way courts adjudicate.

Keywords: equity, legal discourse, argumentation, axiology of law

Sara Smyczek-Golębowska

sara.smyczek@gmail.com

Szkoła Doktorska w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach



nr ORCID 0000-0003-3210-2813

Prawniczka, doktorantka w Szkole Doktorskiej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Członkini zarządu i koordynatorka wolontariuszy w fundacji Instytut Dyskursu i Dialogu. Zaangażowana od lat w edukację prawną, twórczyni interaktywnych narzędzi edukacyjnych, współautorka pierwszej w Polsce edukacyjnej gry planszowej o tematyce prawnej. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się na zagadnieniach dyskursu prawniczego, wykładni prawa oraz argumentacji prawniczej. Autorka kilku publikacji naukowych i popularnonaukowych, uczestniczka konferencji o tematyce prawnej.

DYSKURS & DIALOG

Drogie Czytelniczki!
Drodzy Czytelnicy!

Mamy przyjemność zaprezentować piąty numer kwartalnika "Dyskurs & Dialog", czasopisma, które stara się wyznaczać wysokie standardy w debacie publicznej i pokazywać, że możliwa jest merytoryczna dyskusja o kwestiach społecznych i kulturowych, odbywająca się w atmosferze wzajemnego szacunku.

Łukasz Warzecha tłumaczy w nim, czemu jego zdaniem postulat repolonizacji mediów jest u swych założeń błędny, Filip Gołębiewski analizuje prowadzone w pojedynkę debaty z ostatnich wyborów na prezydenta RP, zaś Paweł Kalisz i Mateusz Dobrowolski zestawiają najczęściej padające na Twitterze słowa używane przez różne frakcje polityczne. Z kolei Bartłomiej Balcerzak z Polsko-Japońskiej Akademii Technik Komputerowych przybliży najnowsze narzędzia cyfrowe umożliwiające demaskowanie pojawiających się w Internecie *fake newsów*.

I w tym numerze nie zabrakło akcentu pandemicznego – w obecnym czasie szczególnie polecamy tekst Michał Chlebowski o dziennikarskich wyzwaniach w relacjonowaniu przebiegu epidemii.

Życzymy dużo zdrowia i zachęcamy do lektury!

Czasopismo wydawane jest w ramach zadania „Dyskurs i Dialog. Pogłębione analizy dla lepszej debaty publicznej” dofinansowanego ze środków Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego. Działanie sfinansowane ze środków Programu Rozwoju Organizacji Obywatelskich na lata 2018-2030.



Program Rozwoju
Organizacji
Obywatelskich
na lata 2018-2030
PROO



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego

