

WROCŁAWSKIE
STUDIA
POLITOLOGICZNE
31/2022



Janina Fras — profesor zwyczajna, specjalistka w zakresie komunikologii, zwłaszcza w obszarze komunikacji politycznej. W pracy badawczej zajmuje się przede wszystkim zawartością mediów masowych z wykorzystaniem metod jakościowych (analizy treści, analizy zawartości i analizy dyskursu), jak również genologią polityczną i dziennikarską oraz polityką językową.

Ten tom „Wrocławskich Studiów Politologicznych” dedykujemy naszej Koleżance

prof. dr hab. Janinie Fras

związanej z Instytutem Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego od 1984 roku.

Dziękujemy za lata przepracowane w naszym zespole,
ważne publikacje naukowe, których była autorką,
interesujące zajęcia dydaktyczne
oraz dbałość o kulturę języka studentów i nas wszystkich.

Dziekan
Wydziału Nauk Społecznych
prof. dr hab. Robert Alberski

Dyrektor
Instytutu Politologii
dr hab. Dariusz Skrzypiński, prof. UWr

Kierownik
Zakładu Komunikowania Społecznego i Dziennikarstwa
prof. dr hab. Bogusława Dobek-Ostrowska

Koleżanki i koledzy z ZKSiDz
dr Paulina Barczyszyn-Madziarz
dr hab. Michał Jacuński, prof. UWr
dr Michał Kuś
dr hab. Lucyna Szot, prof. UWr

Rada Naukowa

Andrzej Antoszewski (Uniwersytet Wrocławski)
Nebojša Blanuša (Uniwersytet w Zagrzebiu)
Wiesław Bokajło (Uniwersytet Wrocławski)
Zbigniew Czachór (UAM w Poznaniu)
Bożena Dziemidok-Olszewska (UMCS w Lublinie)
Andrzej W. Jabłoński (Uniwersytet Wrocławski)
Jerzy Juchnowski (Uniwersytet Wrocławski)
Alenka Krašovec (Uniwersytet w Ljubljanie)
Teresa Łoś-Nowak (Uniwersytet Wrocławski)
Iwona Massaka (UMK w Toruniu)
Sorina Soare (Uniwersytet we Florencji)
Katarzyna Sobolewska-Myślik (Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie)
Edit Soós (Uniwersytet w Szegedzie)
Soňa Szomolányi (Uniwersytet w Bratysławie)

Kolegium Redakcyjne

Robert Alberski (redaktor naczelny)
Mateusz Błaszczuk (redaktor statystyczny)
Janina Fras (redaktor językowy)
Krystyna Rogaczewska (sekretarz redakcji)

Redaktor tomu

Krystyna Rogaczewska

Wersją pierwotną czasopisma jest wersja drukowana

© Copyright by Instytut Politologii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2022

ISSN 1643-0328

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego sp. z o.o.
50-137 Wrocław, pl. Uniwersytecki 15
tel. 71 3752474, e-mail: sekretariat@uwur.com.pl

Wrocławskie Studia Politologiczne 31/2022

Media w zglobalizowanym świecie

BEATA OCIEPKA, Media w stosunkach międzynarodowych w epoce nadmiaru informacji	9
GRAHAM MURDOCK, Yellow Perils: Pandemic imaginaries and the Contest for Global Power . .	23
RÓŻA NOSTRÖM, Dyspozycyjny wizerunek Rosji jako wroga w nagłośnieniu incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej (2018) przez polskie media	37
NATALIA GÓRALECZKO, Rosyjska dezinformacja zagrożeniem dla polskiej przestrzeni informacyjnej. Studium przypadku: wojna w Ukrainie w 2022 roku	47

Media w polityce wewnętrznej

LUCYNA SZOT, Media i polityka (kontekst polityzacji mediów publicznych w Polsce po 2015 roku)	67
DENIS GERLICH, Parlamentarna kampania wyborcza w mediach społecznościowych. Analiza aktywności ugrupowań politycznych w 2019 roku	87
MICHAŁ JACUŃSKI, Proces digitalizacji partii politycznych — w kierunku interdyscyplinarności badań	107
DARIUSZ SKRZYPIŃSKI, Wymiar komunikacyjny konfliktu dotyczącego zmian funkcjonowania władzy sądowniczej w Polsce (2016–2021)	117

Osobowości

KATARZYNA POKORNA-IGNATOWICZ, Dziennikarstwo według papieża Franciszka	131
IWONA HOFMAN, Listy Jerzego Giedroycia i Józefa Łobodowskiego	141

Noty o autorach	155
---------------------------	-----

Wrocławskie Studia Politologiczne 31/2022

Media in a globalised world

BEATA OCIEPKA, Media in international relations at the age of information overload	9
GRAHAM MURDOCK, Yellow Perils: Pandemic imaginaries and the Contest for Global Power . .	23
RÓŻA NOSTRÖM, The dispositional enemy image of Russia in the coverage of the Kerch Strait Incident (2018) by the Polish media	37
NATALIA GÓRALECZKO, Russian disinformation — a threat to the Polish information space: The case of the war in Ukraine 2022	47

Media in domestic policy

LUCYNA SZOT, Media and politics (the context of the politicization of public media in Poland after 2015)	67
DENIS GERLICH, Parliamentary election campaign in social media: Analysis of the activity of political groups in 2019	87
MICHAŁ JACUŃSKI, The process of digitalization of political parties — towards interdisciplinary research	107
DARIUSZ SKRZYPIŃSKI, The communication dimension of the conflict regarding changes in the functioning of the judiciary in Poland (2016–2021)	117

Personalities

KATARZYNA POKORNA-IGNATOWICZ, Journalism according to Pope Francis	131
IWONA HOFMAN, The letters of Jerzy Giedroyc and Józef Łobodowski	141
Notes on authors.	155

Beata Ociepka

ORCID: 0000-0002-7155-6503

Uniwersytet Wrocławski

Instytut Studiów Międzynarodowych

Media w stosunkach międzynarodowych w epoce nadmiaru informacji

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.1>

Słowa kluczowe: komunikowanie globalne, stosunki międzynarodowe, ujęcie globalne

Wydarzenia ostatniej dekady, w tym konflikty międzynarodowe w Ukrainie, Syrii i w Afryce, a w końcu pandemia COVID, przyczyniły się do ponownego zainteresowania znaczeniem mediów w stosunkach międzynarodowych i w polityce zagranicznej. Temat nie jest nowy, gdyż badacze mediów poświęcali mu uwagę co najmniej od czasu zakończenia drugiej wojny światowej, ale nakładające się procesy polityczne (konflikty i wojny) i ekonomiczne (kolejne kryzysy) oraz wykorzystanie mediów online i algorytmów w komunikacji politycznej sprzyjają ponownemu przyjrzeniu się klasycznym koncepcjom. Celem tego artykułu jest sprawdzenie aktualności podstawowych sposobów rozumienia roli mediów w stosunkach międzynarodowych w epoce nadmiaru informacji i wywołanego tym chaosu, czyli — jak to określił Jay Blumler¹ w 2013 roku — w czwartej erze komunikacji politycznej. Cechy komunikacji politycznej XXI wieku powodują, że coraz trudniej jest ustalić wpływ mediów i szerzej — opinii publicznej — na politykę zagraniczną, ale przekonanie o tym znaczeniu podtrzymują aktorzy polityczni podejmujący decyzje w tym obszarze. Ten tekst proponuje przy tym spojrzenie z perspektywy europejskiej i polskiej przestrzeni komunikacyjnej, zarówno w ujęciu geograficznym, jak

¹ J.G. Blumler, *The fourth age of political communication*. Workshop on Political Communication, the Free University of Berlin, 12.09.2013, <http://www.fgpk.de/en/2013/gastbeitrag-von-jay-g-blumler-the-fourth-age-of-political-communication-2/> (dostęp: 12.09.2015).

i wirtualnym. Jest to więc ujęcie lokalne, lub glokalne, utrzymujące wagę badań nad rozwiązaniami funkcjonującymi w państwach narodowych².

Jedną z najczęściej wymienianych przyczyn poczucia chaosu i nadmiaru informacji w komunikacji międzynarodowej jest rozwój technologiczny, którego skutki Manuel Castells opisał jako przejście od epoki komunikowania masowego do *mass self communication*³. Ilustracją tego, jak aktorzy polityczni starają się wykorzystać epokę nadmiaru informacji i danych, był skandal Cambridge Analytica⁴. W tym przypadku wiadomości w mediach społecznościowych i algorytmy stały się czynnikami wpływającymi na decyzje polityczne, a w konsekwencji wywołującymi także skutki międzynarodowe.

Czwarta era komunikacji politycznej przypada na czasy globalizacji. W ostatnich trzydziestu latach nabraliśmy pewności, że żyjemy już w świecie oplecionym licznymi kanałami komunikacji i że mamy dostęp do coraz większej liczby źródeł informacji. I rzeczywiście — w 2019 roku już ponad połowa ludzkości korzystała z internetu, a do końca 2021 roku liczba ta wzrosła jeszcze o trzysta punktów procentowych⁵. Kiedy kolejna rewolucja technologiczna w komunikowaniu, oparta na internecie, zaczęła się rozkręcać, wielu badaczy prorokowało, że da nam ona wreszcie możliwość współzarządzania w skali globalnej, być może w wersji, o której jeszcze w latach sześćdziesiątych XX wieku pisał Marshall McLuhan, prognozujący powstanie globalnego parlamentu⁶. Z jednej strony kolejne „nowe” media online i aplikacje dały nam możliwość tworzenia i dołączania się do sieci komunikacyjnych oraz niszowych baniek informacyjnych, ale i do ich opuszczania. Z drugiej strony jednak wykorzystanie mediów do kontaktów poza własną, w tym narodową, bańką informacyjną nie jest doświadczeniem dominującym w XXI wieku. Globalna perspektywa jest więc istotna i wbrew opinii Christiana Fuchsa i Jacka Linchuana Qiu⁷, wskazujących na negatywne skutki skupiania się na badaniach systemów narodowych i wąsko rozumianych regionów, włączę ją do niniejszych rozważań.

Media w czasach globalizacji

Wielki wpływ na studia nad rolą mediów w polityce zagranicznej i szerzej — w stosunkach międzynarodowych — miał determinizm technologiczny, wskazujący na wciąż roz-

² Część badaczy uznaje jednak, że dominujące w badaniach nad komunikowaniem międzynarodowym skupienie się na przypadkach państw narodowych zakłóca procesy tworzenia modeli, które można by zastosować w szerszej perspektywie niż tylko narodowa. Autorka tego tekstu nie podziela tej opinii. Patrz szerzej: Ch. Fuchs, J.L. Qiu, *Ferments in the field: Introductory reflections on the past, present and future of communication studies*, „Journal of Communication” 68, 2018, nr 2, s. 220.

³ M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.

⁴ Skandal zmusił rządy, w tym państw europejskich, do przeformułowania zasad bezpieczeństwa w sieci. Patrz przypadek Wielkiej Brytanii: House of Commons, *Disinformation and „Fake News”: Final Report*, 18.02.2019, London.

⁵ J. Johnson, *Worldwide digital population as of January 2021*, Statista, 10.09.2021, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (dostęp: 10.12.2021).

⁶ M. McLuhan, B.R. Powers, *The Global Village*, Oxford 1969.

⁷ Ch. Fuchs, J.L. Qiu, *Ferments in the field...*, s. 220.

wijające się technologie komunikowania jako istotne przyczyny zmian społecznych. Jak pisze Terry Flew we wprowadzeniu do swojej popularnej książki o globalnych mediach: „uważa się, iż w istotny sposób przyczyniły się one [media — B.O.] do powstania państw narodowych”⁸. Te same technologie miały dawać mediom moc wpływania na decyzje w polityce zagranicznej, między innymi poprzez przyspieszenie podejmowania decyzji o wysłaniu wojsk za granicę w celach tak zwanych interwencji humanitarnych i sterowanie poparciem opinii publicznej dla wojny (tak zwany efekt CNN). Szczególnie w tym ostatnim przypadku badania nad korespondencją wojenną pokazały, jak krok po kroku, począwszy od połowy XIX wieku, armie i rządy — ale również wydawcy mediów — uczyli się wykorzystywać rosnącą prędkość przekazów ponad granicami, ale także je blokować.

Na potrzeby tego studium będą rozumiała globalny wymiar komunikacji jako dostępność infrastruktury, uniwersalność korzystania ze środków komunikowania, niezależnie od miejsca, w którym znajduje się użytkownik, oraz dekodowalność przekazów, niezależnie od kontekstu kulturowego użytkownika⁹. Dostępność infrastruktury to nie tylko posiadanie mediów i umiejętność korzystania z nich, lecz także zaopatrzenie w energię elektryczną, dostęp do światłowodu lub sieci wi-fi. Dla powszechności komunikowania istotna jest także otwartość systemów medialnych, w tym komunikowania online. Dekodowalność nie musi zaś oznaczać znajomości języka przekazu, ale dostęp do tłumaczenia i zrozumienie kodów, zarówno werbalnych, jak i wizualnych. Powszechność komunikowania i korzystania ze środków przekazu nie oznacza, że w każdym miejscu na świecie rozumiemy to samo, gdy mówimy „media”. Już samo korzystanie z internetu znaczy co innego, zwłaszcza gdy zakładamy powszechną obecność użytkowników w mediach społecznościowych. W Indiach (54,2% populacji korzystało z internetu w 2021 roku¹⁰) internet jest utożsamiany z Facebookiem, który jest bramą do usług i komunikacji online. Rosja buduje swoją sieć mediów społecznościowych, zastępując między innymi Facebooka platformą VKontakte. Chiny jako pierwsze na świecie rozpoczęły blokowanie dostępu swoich obywateli do wyszukiwarek i mediów społecznościowych, a jednocześnie zaczęły budować własną sieć platform i aplikacji. A w końcu, online, naziemnie lub przez satelitę, korzystamy w skali globalnej z różnych mediów, aby zdobyć informacje o polityce, o ile w ogóle możemy założyć, że interesują one ich przeciętnego użytkownika na początku XXI wieku. Nasze zachowania w poszukiwaniu informacji o polityce zależą nie tylko od typu i dostępności infrastruktury, lecz także od naszego wieku i innych cech demograficznych. Według badań Pew Research Center z 2018 roku to Europejczycy najczęściej (ponad 60% ludności Europy) szukają informacji o polityce online¹¹.

W nauce o komunikowaniu medium to nośnik informacji, który pozwala na przepływ przekazów, ale także ich (prze)twórca. Zgodnie z ujęciami szkoły realistycznej w stosunkach międzynarodowych rolę aktora stosunków międzynarodowych przypisuje

⁸ T. Flew, *Media globalne*, Kraków 2010, s. 1.

⁹ B. Ociepka, *Komunikowanie globalne — rewizja pojęcia*, „*Studia Medioznawcze*” 4, 2016, s. 11–22.

¹⁰ Internet World Stats, *Asia internet use, population statistics data and Facebook data — mid-year 2021*, <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm> (dostęp: 12.11.2021).

¹¹ A. Mitchell et al., *Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether their News Media Deliver*, Pew Research Center 2018, s. 23.

się przede wszystkim państwom, a media masowe oraz media społecznościowe okresu *mass-self communication* pośredniczą tylko w wymianie komunikatów. To ujęcie zmienia się dzięki szkole liberalnej, która dostrzega sprawczość aktorów niepaństwowych, na przykład wielkich konglomeratów medialnych, w stosunkach międzynarodowych. Rozważania prowadzone nad siłą i władzą globalnych gatekeeperów w XXI wieku idą w kierunku analizy władzy platform internetowych.

Zagadnienie „media w stosunkach międzynarodowych” ma zawsze lokalne definicje. Zmienność pojmowania tego obszaru pokazują trendy w polityce medialnej Unii Europejskiej. Zakres regulacji został wyznaczony przez Dyrektywę o telewizji bez granic Wspólnoty Europejskiej z 1989 roku, która to dyrektywa wraz z kolejnymi aktualizacjami zmieniała nazwę. W 2010 roku UE przyjęła Dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych, a więc kategoria „telewizja” zniknęła z nazwy dokumentu. Pozwala to regulować przekaz treści audiowizualnych, niezależnie od ich nośnika (jest to więc regulacja zawartości mediów). Znaczenie pojęcia medium poszerza się więc, zgodnie z hybrydowym ujęciem Andrew Chadwicka¹².

Media w konfliktach międzynarodowych

Studia nad propagandą wojenną, konfliktami i korespondencją wojenną wydają się dominować w badaniach nad mediami w stosunkach międzynarodowych. W ostatnich latach ich ważnym kontekstem stały się również migracje, gdyż fale uchodźców wpływały zwykle z regionów konfliktów i stały się przedmiotem badań nad procesami komunikowania międzynarodowego. Badacze mieli między innymi możliwość zastosowania ujęć porównawczych w studiach nad relacjonowaniem kryzysów migracyjnych przez największe globalne stacje telewizyjne¹³.

Rządy uwikłane w XXI wieku w konflikty międzynarodowe, ale także te, które je tylko obserwowały, sięgnęły po raz kolejny po stare narzędzia, jak propaganda wojenna, nazywane teraz częściej dezinformacją lub fake newsami¹⁴. Wzrost liczby reżimów autorytarnych na świecie i zmiany w komunikacji online, którą coraz trudniej kontrolować, skłoniły rządy do nowych prób ograniczenia swobody działania mediów, jak w przypadku TikToka w USA w 2020 roku czy nadawców publicznych w Polsce. Swobodę przepływu przekazów ogranicza dodatkowo zamykanie się potencjalnych użytkowników w odrębnych bańkach informacyjnych, przez co rozumiem zarówno bańki w ujęciu Eliego Pariser¹⁵, jak i sfery, w których zamykamy się sami, na przykład ze względu na poglądy polityczne w silnie spolaryzowanych społeczeństwach.

¹² A. Chadwick, *The Hybrid Media System. Politics and Power*, New York 2013.

¹³ A. Robertson, N. Schaetz, *Moving people: Proper distance and global news coverage of migration in 2019*, „Global Media and Communication” 17, 2021, nr 3, s. 321–343.

¹⁴ B. Brennen, *Making sense of lies, deceptive propaganda, and fake news*, „Journal of Media Ethics” 32, 2017, nr 3, s. 179–189.

¹⁵ E. Pariser, *Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You?*, New York 2011.

Pierwszą próbą usystematyzowania badań nad mediami w stosunkach międzynarodowych był konsens Almonda–Lippmana, czyli ocena wpływu opinii publicznej na procesy decyzyjne w polityce zagranicznej, powstała jako efekt badań prowadzonych od początku lat dwudziestych XX wieku. Zgodnie z tym podejściem wpływ opinii publicznej nie jest istotny, gdyż jest ona zbyt zmienna i zbyt słaba, aby współkształtować procesy decyzyjne¹⁶. Wraz jednak z rozwojem technologii przekazu, w tym powstaniem możliwości nadawania przekazów telewizyjnych na żywo dzięki satelitom telekomunikacyjnym, ocena roli mediów w polityce zagranicznej, a więc i w stosunkach międzynarodowych, zmieniła się.

Pierwszy wyłom w konsensie Almonda–Lippmana powstał na skutek oceny wpływu telewizji w Stanach Zjednoczonych na poparcie opinii publicznej dla wojny USA w Wietnamie. Przypadek ten został dobrze opisany w literaturze przedmiotu¹⁷, przypomnę więc jedynie, że armia Stanów Zjednoczonych uznała wówczas wycofanie się mainstreamowych mediów komunikacji politycznej (czyli w tym czasie i w północnej sferze komunikacji politycznej — telewizji) z poparcia dla interwencji w Wietnamie za jedną z głównych przyczyn przegrania tej wojny przez Stany Zjednoczone. Badania nad relacjami mediów wykazały jednak, że zmiana tenoru mediów USA — z poparcia dla wojny na rzecz poparcia dla wycofania się z konfliktu — nastąpiła dopiero po zmianie klimatu opinii publicznej. Media nie wywołały tej zmiany, tylko ją odzwierciedliły. Relacjonowały zmianę w agendzie publiczności. Ta agenda była w tym czasie już jednak sprzeczna z agendą elit politycznych. W ujęciu potocznym wojna w Wietnamie była jednak postrzegana jako wydarzenie przełomowe, gdyż uznawano, że to jej relacjonowanie wpłynęło na zmianę decyzji politycznych w USA¹⁸. W medioznawstwie jej przełomowość polega jednak raczej na nowym zastosowaniu przekazów audiowizualnych, niemal w czasie rzeczywistym. Od czasu tego konfliktu politycy zdają sobie sprawę z siły emocjonalnych przekazów wizualnych, na przykład zdjęć cywilnych ofiar wojny.

W ujęciu potocznym potwierdzeniem siły mediów i ich wpływu na decyzje w polityce zagranicznej były relacje CNN w czasie pierwszej wojny w Zatoce Perskiej w 1991 roku. Także to wydarzenie odbywało się w epoce dominacji telewizji w północnej sferze komunikacji politycznej¹⁹. Jego efektem były narodziny „efektu CNN”. To pojęcie ma wiele znaczeń, zawsze jednak wskazuje na sprawczą rolę mediów w stosunkach międzynarodowych lub w polityce wewnętrznej (jak „efekt Twittera”, który miał wystąpić w czasie arabskiej wiosny w 2011 roku, między innymi w Libii i w Egipcie). Liczne konflikty międzynarodowe na przełomie XX i XXI wieku posłużyły jako studia przypadków, które podsumował Piers Robinson. Zwrócił on uwagę, że media wpływają na procesy decyzyjne w polityce zagranicznej wówczas, gdy elity polityczne, w tym rząd, nie są w sta-

¹⁶ O.R. Holsti, *Public opinion and foreign policy: Challenges to the Almond–Lippman consensus*, „International Studies Quarterly” 36, 1992, nr 4, s. 442.

¹⁷ M.in. przez P.M. Taylora, patrz: P.M. Taylor, *Global Communications, International Affairs and the Media since 1945*, London 1997.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ Większość badań tego okresu odnosi się do bogatej Północy, i to jej zachodniej części, co należy wziąć pod uwagę w badaniach nad komunikowaniem międzynarodowym.

nie wypracować porozumienia ani podjąć decyzji, a debata jest silnie spolaryzowana. Ten scenariusz został wielokrotnie potwierdzony, ale także zweryfikowany negatywnie w ostatnich dwudziestu latach. Robinson wskazał w swoich badaniach, że w przypadku interwencji humanitarnej w Somalii, wielokrotnie przywoływanej jako przykład „efektu CNN”, decyzja o wysłaniu wojsk amerykańskich została podjęta, zanim nasiliły się naciski mediów, a więc zanim wykryła się opinia publiczna w tej sprawie²⁰. Badacze, jak Lyse Doucet, zwracają jednak także uwagę, że politycy, z którymi prowadziły wywiady w trakcie badań nad rolą mediów w konfliktach międzynarodowych, wykazywali dużą świadomość wpływu mediów na ich decyzje w polityce zagranicznej²¹, a więc odwrotnie, niż zakładał konsens Almonda–Lippmana. Na podobną świadomość znaczenia dynamiki procesów opiniotwórczych napotkałam, gdy prowadziłam wywiady z polskimi politykami, którzy w czasie nasilenia się konfliktu rosyjsko-ukraińskiego w 2014 roku współdecydowali o kontynuacji lub przerwaniu przygotowań do Roku Polskiego w Rosji, planowanego na 2015 rok. Ówczesna opozycja — PiS — naciskała na odwołanie Roku. Elity polityczne i kulturalne w Polsce w tej kwestii miały spolaryzowane opinie, odzwierciedlane przez media. To wewnętrzna debata i jej natężenie (istotne ze względu na zbliżające się wybory parlamentarne w 2015 roku) wpłynęły na decyzję o odwołaniu Roku, ogłoszoną w lipcu 2014 roku, a więc krótko po zestrzeleniu malezyjskiego samolotu przez prorosyjskich separatystów. Ale w 2008 roku w podobnej sytuacji stało się inaczej. Kiedy rozpoczęła się wojna rosyjsko-gruzińska, w Moskwie trwał sezon polskiej kultury, który nie został odwołany. Według Bogdana Zdrojewskiego, ówczesnego Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, wynikało to z oceny efektu medialnego ewentualnej decyzji o przerwaniu sezonu. Przyciągnęłaby uwagę mediów, tymczasem kontynuacja sezonu mimo wojny nie została zauważona, a więc nie wykryła się opinia na ten temat, która mogłaby wpłynąć na wewnętrzną debatę wokół stanowiska Polski wobec wojny rosyjsko-gruzińskiej²². Działania polityków w tych sytuacjach można było rozumieć więc jako wyprzedzenie niepożądanego przez aktorów politycznych reakcji mediów, która mogłaby doprowadzić do zmiany klimatu opinii wobec konfliktu.

W koncepcjach takich jak efekt CNN nigdy nie rozważa się jednak wpływu mediów na decyzje w sprawach międzynarodowych jako jedyne i decydującego czynnika. Badacze, wywodzący się zarówno ze studiów nad mediami i komunikowaniem, jak i ze stosunków międzynarodowych, widzą media jako centralny element procesów opiniotwórczych, a opinię publiczną jako jeden z czynników wpływających na decyzje w polityce zagranicznej. Tak opinię publiczną klasyfikuje analiza polityki zagranicznej²³.

²⁰ P. Robinson, *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*, London 2002.

²¹ L. Doucet, *Syria and the CNN effect: What role does the media play in policy-making?*, „Daedalus” 147, 2018, nr 1, s. 141–157.

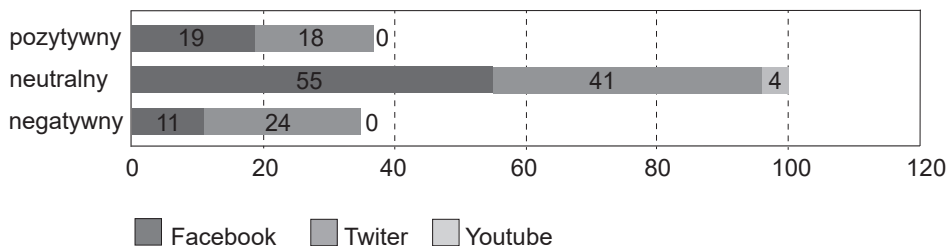
²² Badania dotyczące dyplomacji kulturalnej Polski w relacjach z Rosją, w tym wywiad z B. Zdrojewskim (czerwiec 2019 r.), przeprowadzono w ramach grantu NCN nr 2016/23/B/HS5/00486.

²³ D. Beach, R.B. Pedersen, *Analyzing Foreign Policy*, London 2019, s. 3.

Istotnym przyczynkiem do badań z wykorzystaniem efektu CNN stała się wojna w Syrii, trwająca od 2011 roku. Dziennikarka BBC i badaczka L. Doucet opublikowała w 2018 roku analizę, z której wynika, że liczba stron konfliktu, ich mediów oraz wpływ mediów społecznościowych na sytuację nie pozwalają na jednoznaczne stwierdzenie, czy w tym przypadku występuje efekt CNN. Problem nie polega więc w pierwszej kolejności na tym, czy i jak media wpływają na procesy decyzyjne, ale na tym, jak badać ten wpływ w czasach nadmiaru źródeł informacji. Doucet podkreśla przy tym, że chaos informacyjny wokół wojny w Syrii nadaje dziennikarzom jeszcze większe znaczenie w relacjonowaniu konfliktów międzynarodowych, gdyż do ich powinności należy weryfikowanie informacji i wiarygodności źródeł, z których te informacje pochodzą. W konflikcie w Syrii istotną rolę odgrywają także media rządowe, w tym te nadające za granicę, jak na przykład amerykańskie stacje radiowe i telewizyjne finansowane z budżetu USA oraz rosyjska RT. Wszystkie strony tego konfliktu korzystają z rządowych mediów w celach propagandowych²⁴. Procesy te tłumaczy koncepcja fabryki zgody Edwarda Samuela Hermana i Noama Chomskiego²⁵. W zaproponowanym modelu, będącym kolejnym wkładem w badania nad propagandą, autorzy zwracają uwagę na filtry, których użycie skutkuje rozpowszechnieniem przekazów propagandowych. Media według Hermana i Chomskiego „produkuja zgodę” poprzez powtarzanie, w istocie dominujących, poglądów polityków. Ta koncepcja powstała jeszcze w czasie przedinternetowych mediów. Dzisiaj można do niej dodać, że dzięki mediom społecznościowym aktorzy polityczni uzyskali dodatkowy, niezależny od mediów-pośredników, kanał przekazu informacji, gdzie nie muszą obawiać się ingerencji gatekeeperów. W efekcie przekaz bezpośrednio zależy od aktorów politycznych różni się zasadniczo interpretacją od źródeł od nich niezależnych. Taki przypadek wystąpił w czasie relacjonowania Roku Holendersko-Rosyjskiego 2013 w mediach społecznościowych we wpisach holenderskich aktorów odpowiedzialnych za to wydarzenie międzynarodowe na swoich kontach na Facebooku i Twitterze, oraz niezależnych holenderskich gazet. Obydwa źródła relacjonowały wydarzenia Roku na tle rozwoju stosunków rosyjsko-holenderskich. W tym czasie były one napięte, doszło do skandali dyplomatycznych i protestów Holendrów przeciwko naruszeniom praw człowieka w Rosji, a holenderskie media nazwały w końcu Rok Holendersko-Rosyjski „rokiem-katastrofą”. Tymczasem tenor informacji pochodzących od aktorów odpowiedzialnych za organizację Roku w Holandii (dominowali liczbowo jako autorzy wpisów), publikowanych w mediach społecznościowych, był w większości neutralny (schemat 1), w przeciwieństwie do niezależnych mediów, w których relacjach dominowały rama konfliktu i przekazy negatywne.

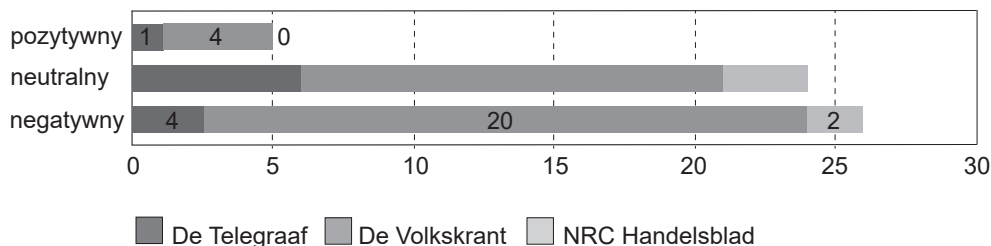
²⁴ K. Pelda, *Separating facts from fiction in conflict reporting*, [w:] *Conflict Reporting in the Smartphone Era. From Budget Constraints to Information Warfare*, red. D. Fabijanić, Ch. Spahr, V. Zlatarskys, Berlin-Sofia 2016, s. 34–39.

²⁵ E.S. Herman, N. Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York 1988.



Schemat 1. Wydzźwięk wpisów na Facebooku, Twitterze i YouTubie o Roku Holendersko-Rosyjskim 2013
Źródło: opracowanie własne.

Większość wpisów prezentowanych na schemacie 1 pochodziła z kont instytucji rządowych i publicznych oraz z oficjalnej strony Roku Holendersko-Rosyjskiego. Mimo licznych skandali i obecności tej tematyki w debacie publicznej²⁶ temat stosunków holendersko-rosyjskich nie wywołał ożywionej debaty w mediach społecznościowych. Przeważały wpisy o charakterze informacyjnym (ogłoszenia o miejscu i terminie imprez), co tłumaczy przewagę materiałów neutralnych. Ich oddźwięk był dość słaby, ponieważ na Twitterze najwięcej było retweetów (ponad 600), a na Facebooku — „polubień” (ponad 400). Debata miała bardziej spolaryzowany charakter w wersjach online mainstreamowych gazet holenderskich. Przedstawiały one wydarzenia Roku i stan stosunków holendersko-rosyjskich w sposób krytyczny. Największa liczba artykułów miała wydzźwięk negatywny, wynikający z zastosowanej w nich ramy konfliktu (schemat 2).



Schemat 2. Wydzźwięk artykułów o Roku Holendersko-Rosyjskim 2013, opublikowanych online przez wybrane holenderskie tytuły prasowe

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki przedstawione na obu schematach pokazują, jak agendy rządowe, instytucje publiczne i aktorzy ze sfery biznesu mogą wpływać dzięki swoim narracjom na tenor debaty publicznej. Tam, gdzie wspomniane podmioty przeważały jako autorzy wpisów, przeważały przekazy neutralne, które nie spolaryzowały opinii wobec Rosji²⁷.

²⁶ Patrz szerzej: B. Ociepka, *(Un)successful years: EU countries' cultural diplomacy with Russian Federation*, „Place Branding and Public Diplomacy” 15, 2019, nr 1, s. 50–59.

²⁷ Przypadek ten był badany w ramach grantu NCN nr 2016/23/B/HS5/00486.

Władza platform w lesie

W ostatnich dwudziestu latach obraz zarysowany przez Robinsona, Hermana i Chomskiego stał się wielowymiarowy i bardziej skomplikowany. Dzięki Castellsowi w języku badań nad mediami w stosunkach międzynarodowych pojawiło się społeczeństwo sieci. Następnie popularność zyskały dziennikarstwo *big data* oraz wzmiankowane wyżej fake newsy i wojny dezinformacyjne²⁸. Dużym wyzwaniem okazała się ocena władzy platform i ich siły w stosunkach międzynarodowych. Badania najczęściej skupiają się na Google'u, Facebooku, Twitterze i YouTube²⁹, choć coraz więcej studiów idzie także w kierunku analizy znaczenia aplikacji takich jak TikTok i Instagram³⁰. Powstały raporty podsumowujące aktywność głów państw w mediach społecznościowych, wskazujące, że może się ona przyczyniać do większej widoczności międzynarodowej nawet małych państw³¹.

Władza platform ma polegać na gatekeepingu i ustalaniu porządku dnia między innymi w komunikowaniu międzynarodowym. Firmy zarządzające Google'em, Facebookiem, Twitterem i YouTube mają olbrzymi wpływ na to, o czym mówimy, także dzięki temu, że zbierają o nas informacje, a następnie dopasowują przekazy, które zgodnie z naszymi profilami powinny nas zainteresować. Są wśród nich także reklamy, dzięki którym firmy te stały się największymi korporacjami medialnymi na świecie. W 2021 roku największą firmą medialną (według wartości) był Microsoft, następnie Alphabet (właściciel Google'a), na trzecim miejscu znalazł się Facebook, na czwartym — chiński Tencent, a dopiero na piątym miejscu stary (bo między innymi ciągle produkujący filmy), dobry Walt Disney³².

Jak wynika z informacji zawartych na początku tego tekstu, obecnie już ponad połowa ludzkości korzysta z internetu, a więc potencjalnie znajduje się pod wpływem platform. Bliższe przyjrzenie się jednak przepływowi informacji w wymiarze międzynarodowym wskazuje, że władza ta nie jest nieograniczona. Rosnąca liczba reżimów autorytarnych na świecie oznacza, że coraz więcej z nas styka się z ograniczeniami w swobodzie uzyskiwania informacji. W literaturze przedmiotu opisano już ograniczenia swobody korzystania z platform online między innymi w Chinach³³.

²⁸ C. Wardle, H. Derakhshan, *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*, Strasbourg 2017.

²⁹ R.K. Nielsen, S.A. Ganter, *Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms*, „New Media & Society” 20, 2017, nr 4, s. 1600–1617; D. Kreiss, Sh. McGregor, *Technology firms shape political communication: The work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google with campaigns during the 2016 U.S. presidential cycle*, „Political Communication” 35, 2018, nr 2, <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814>.

³⁰ L. Jia, F. Liang, *The globalization of TikTok: Strategies, governance and geopolitics*, „Journal of Digital Media and Policy” 12, 2021, nr 2, s. 273–292.

³¹ *Twiplomacy report*, Burson, Cohn and Wolf, <https://twiplomacy.com/> (dostęp: 13.12.2021).

³² World biggest media companies by market value as on Sep 1st 2021, Value Today, 1.09.2021, <https://www.value.today/world-top-companies/media> (dostęp: 13.11.2021).

³³ F. Yang, *Rethinking China's Internet censorship: The practice of recoding and the politics of visibility*, „New Media and Society” 18, 2014, nr 7, s. 1364–1381.

Takie zjawiska występują jednak także w Unii Europejskiej. Mimo głębokiej mediatyzacji polskiego społeczeństwa, w tym powszechnego korzystania z mediów online (w 2020 roku z internetu korzystało już 27,7 mln Polaków³⁴, czyli prawie 73%), od września 2021 roku polskiemu rządowi udało się ograniczyć dostęp do informacji na temat kryzysu migracyjnego na polsko-białoruskiej granicy. W efekcie powstała kolejna odmiana efektu CNN. Aby dowiedzieć się, co się dzieje na granicy, media zagraniczne bowiem, w tym CNN i BBC, skorzystały z zaproszenia autorytarnego reżimu Białorusi i, relacjonując kryzys, pokazały zdjęcia pochodzące z oficjalnych, białoruskich źródeł. Kontekstem takiego przepływu informacji były napięcia między Polską a Białorusią, ale także wewnętrzny wymiar polityki zagranicznej po obu stronach granicy oraz relacje białorusko-rosyjskie. Strona polska wprowadziła stan wyjątkowy, który praktycznie zamknął obszar przygraniczny (3 km od granicy) dla mediów i dziennikarzy. Zadanie przekazywania informacji z granicy przejęły więc na siebie Straż Graniczna (85 tys. obserwujących na Facebooku i 77,5 tys. na Twitterze pod koniec grudnia 2021 roku), Wojska Obrony Terytorialnej i policja. Rząd utworzył w swoim oficjalnym portalu www.gov.pl stronę poświęconą „Sytuacji na granicy polsko-białoruskiej”, z podtytułem „Oficjalne źródło informacji”. Fizyczna blokada dostępu do granicy osłabiła potencjał informacyjny platform i zmusiła media do korzystania z „oficjalnych źródeł informacji” publikujących „najnowsze aktualności” (tak w oryginale), których jednak nie można było zweryfikować. Blokadzie informacji sprzyjały ukształtowanie terenu w obszarze przygranicznym (las, bagna i rzeka) oraz niska gęstość zaludnienia. Część mediów ogólnopolskich, które powoływały się na Straż Graniczną, w swoich serwisach informacyjnych dodawało, że są to dane niezweryfikowane. Ich niepełność podkreślała Grupa Granica, organizacja pozarządowa zaangażowana w pomoc migrantom, którym udało się przejść na polską stronę. Grupa podjęła także działania informacyjno-edukacyjne wobec ludzi mieszkających blisko granicy. Jej członkowie docierali do nich fizycznie, a nie przez platformy, między innymi aby przedstawić inne niż oficjalne — propagowane między innymi przez media publiczne — wyjaśnienie sytuacji³⁵. Rozpowszechniali także informacje w języku polskim przede wszystkim poprzez konta na Facebooku (ponad 22 tys. obserwujących pod koniec grudnia 2021 roku) i Twitterze (7885 obserwujących w tym samym czasie). Proste porównanie liczby obserwujących dwa ze źródeł informacji o kryzysie na granicy polsko-białoruskiej, to jest oficjalne konto Straży Granicznej i Grupy Granica na Facebooku i Twitterze, pozwala sądzić, że to oficjalne narracje polskiego rządu kształtują opinię publiczną w Polsce o tym kryzysie.

W obiegu międzynarodowym polskie narracje z gęsto zalesionego regionu przygranicznego nie miały szansy się przebić ze względu na blokadę informacyjną. W ten sposób za granicą obejrzano nagrania oficjalnych mediów białoruskich, z których korzystały między innymi BBC i CNN, a potencjalni migranci polegali na informacjach od

³⁴ *Polscy internauci we wrześniu 2020 r.*, Polskie Badania Internetu, 8.10.2020, <https://pbi.org.pl/raporty/polscy-internauci-we-wrzesniu-2020/> (dostęp: 14.11.2021).

³⁵ *Kryzys humanitarny na pograniczu polsko-białoruskim*, Grupa Granica, 1.12.2021, <https://www.grupagranica.pl/> (dostęp: 20.12.2021).

przemytników, aktywnych w mediach społecznościowych. Po zakończeniu stanu wyjątkowego na granicy dziennikarze mogli poruszać się w strefie przy granicy po uzyskaniu specjalnej zgody i tylko w towarzystwie Straży Granicznej, zatem docierali w miejsca wybrane przez Straż i o czasie wybranym przez jej funkcjonariuszy. To metoda embeddingu (włączania dziennikarzy do oddziałów wojskowych lub pozwalania na relacje z miejsc konfliktu tylko pod kontrolą wojska), stosowana między innymi przez Brytyjczyków w czasie wojny o Falklandy w 1982 roku i następnie na przykład w trakcie interwencji USA w Iraku w 2003 roku. W przypadku wojny o Falklandy media brytyjskie z braku materiałów audiowizualnych posłużyły się materiałami argentyńskimi³⁶, co przywodzi na myśl podobny efekt osiągnięty przez polski rząd w 2021 roku. W takich sytuacjach rządy jednej ze stron konfliktu tracą kontrolę nad treścią przekazów z obszaru konfliktu, a więc nie są w stanie wpływać na agendę mediów, zwłaszcza zagranicznych, i nie wprowadzają własnej strategicznej narracji do obiegu w komunikacji międzynarodowej.

Według relacji dziennikarzy w 2021 roku jako pierwsi dostęp do granicy otrzymali dziennikarze polskich mediów publicznych oraz telewizji komercyjnych³⁷. Wynika z tego, że zarządzający komunikacją w tej sytuacji uznali telewizję i radio za główne media informujące polskich odbiorców o sytuacji na granicy polsko-białoruskiej. Do połowy grudnia 2021 roku po polskiej stronie granicy nie pojawili się dziennikarze z zagranicy. Kryzys migracyjny na granicy polsko-białoruskiej trwa, gdy powstaje ten tekst, niemożliwe jest więc przeprowadzenie pełnych badań na ten temat. Otwiera on jednak pole do studiów w ujęciu globalnym.

Podsumowanie

Przedstawiona sytuacja na pograniczu białorusko-polskim wskazuje na elementy, które musimy uwzględnić w badaniach nad rolą mediów w stosunkach międzynarodowych w epoce nadmiaru informacji. Po pierwsze, paradoksalnie jest to sytuacja niedostatku informacji w geograficznie rozumianej przestrzeni, mocno nasyconej mediami. Lokalna weryfikacja funkcjonowania sieci globalnych pokazuje, że łatwo jest wykluczyć media, ich użytkowników i dziennikarzy z obiegu informacji, o ile państwo uzna, że takie są wymogi bezpieczeństwa. W takiej sytuacji przepływ informacji jest zakłócony, a autonomia mediów i ich wpływ na stosunki międzynarodowe — ograniczone. Po drugie, zakłócenia występują także w komunikacji między państwami, zwłaszcza gdy jedno z nich to reżim autorytarny. Wówczas powracają metody i narzędzia, które znamy z wykorzystania mediów w okresie zimnej wojny. Po trzecie zaś, w przypadku wojen i konfliktów w trudno dostępnych obszarach, mimo niebywałego rozwoju sieci i przestrzeni wirtualnych, swoboda mediów z przyczyn geograficznych może być istotnie ograniczona. W takich sytuacjach rola mediów w stosunkach międzynarodowych, na przykład za sprawą embed-

³⁶ P. Taylor, *Global Communications...*, s. 117.

³⁷ M. Bielska, *Wizyta kontrolowana. O dwóch wycieczkach po granicy*, Onet.pl, 20.12.2021, <https://www.onet.pl/informacje/onetbialystok/kryzys-na-granicy-dwie-wizyty-dziennikarzy-na-granicy-z-bialorusia/3sb7j6v,79cfc278> (dostęp: 20.12.2021).

dingu, ogranicza się do pośredniczenia między użytkownikami a sprawującymi władzę.

Mimo dostępu do mediów i rosnącej popularności tłumaczeń online, które ułatwiają przekraczanie barier kulturowych w komunikowaniu międzynarodowym i uzyskiwanie informacji o wydarzeniach międzynarodowych, nasza wiedza o nich nie zależy tylko od naszych chęci i możliwości wychynięcia z narodowych baniek informacyjnych. Nadmiar informacji często utrudnia zorientowanie się w przebiegu wydarzeń, jak w przypadku konfliktu w Syrii, a ograniczenia geograficzne i wymogi bezpieczeństwa państwa (Falklandy, Irak, granica polsko-białoruska) tworzą kolejne bariery. W efekcie media w stosunkach międzynarodowych, niezależnie od tego, w jakich reżimach politycznych funkcjonują, mają tendencję do „produkowania zgody”, a ich użytkownik musi wykazać się dużymi umiejętnościami, wiedzą i wolą działania, aby poznać świat w interpretacji wykraczającej poza strategiczne narracje rządów.

Bibliografia

- Beach D., Pedersen R.B., *Analyzing Foreign Policy*, London 2019.
- Bielska M., *Wizyta kontrolowana. O dwóch wycieczkach po granicy*, Onet.pl, <https://www.onet.pl/informacje/onetbialystok/kryzys-na-granicy-dwie-wizyty-dziennikarzy-na-granicy-z-bialorusia/3sb7j6v,79cfc278>.
- Blumler J.G. *The fourth age of political communication*, Workshop on Political Communication, the Free University of Berlin, 12 września 2013, <http://www.fgpk.de/en/2013/gastbeitrag-von-jay-g-blumler-the-fourth-age-of-political-communication-2/>.
- Brennen B., *Making sense of lies, deceptive propaganda, and fake news*, „Journal of Media Ethics” 32, 2017, nr 3.
- Burson, Cohn and Wolf, *Twiplomacy report*, <https://twiplomacy.com/>.
- Castells M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.
- Chadwick A., *The Hybrid Media System. Politics and Power*, New York 2013.
- Deuze, M., *Challenges and opportunities for the future of media and mass communication theory and research: Positionality, integrative research, and public scholarship*, „Central European Journal of Communication” 14, 2021, nr 1 (28).
- Doucet, L., *Syria and the CNN effect: What role does the media play in policy-making?*, „Daedalus” 147, 2018, nr 1.
- Flew T., *Media globalne*, Kraków 2010.
- Fuchs Ch., Qiu J.L., *Ferments in the field: Introductory reflections on the past, present and future of communication studies*, „Journal of Communication” 68, 2018, nr 2.
- Grupa Granica, *Kryzys humanitarny na pograniczu polsko-białoruskim*. Raport Grupy Granica z 1 grudnia 2021 roku, <https://www.grupagranica.pl/>.
- Herman E.S., Chomsky N., *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York 1988.
- Holsti O.R., *Public opinion and foreign policy: Challenges to the Almond-Lippman consensus*, „International Studies Quarterly” 36, 1992, nr 4.
- House of Commons, *Disinformation and „Fake News”: Final Report*, 18 lutego 2019, London.
- Internet World Stats, *Asia internet use, population statistics data and Facebook data — mid-year 2021*, <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm>.
- Jia L., Liang F., *The globalization of TikTok: Strategies, governance and geopolitics*, „Journal of Digital Media and Policy” 12, 2021, nr 2.
- Johnson J., *Worldwide digital population as of January 2021*, Statista, 10.09.2021 <https://www.statista.com/>

statistics/617136/digital-population-worldwide/.

- Kreiss D., McGregor Sh. *Technology firms shape political communication: The work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google with campaigns during the 2016 U.S. presidential cycle*, „Political Communication” 35, 2018, nr 2, <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814>.
- McLuhan M., Powers B.R., *The Global Village*, Oxford 1969.
- Mitchell A. et al., *Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether their News Media Deliver*, Pew Research Center 2018.
- Nielsen R.K., Ganter S.A., *Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms*, „New Media & Society” 20, 2017, nr 4.
- Ociepka B., *Komunikowanie globalne — rewizja pojęcia*, „Studia Medioznawcze” 4, 2016.
- Ociepka B., *(Un)successful years: EU countries’ cultural diplomacy with Russian Federation*, „Place Branding and Public Diplomacy” 15, 2019, nr 1.
- Pariser E., *Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, New York 2011.
- Pelda K., *Separating facts from fiction in conflict reporting*, [w:] *Conflict Reporting in the Smartphone Era. From Budget Constraints to Information Warfare*, red. D. Fabijanić, Ch. Spahr, V. Zlatarskys, Berlin-Sofia 2016.
- Polskie Badania Internetu, *Polscy internauci we wrześniu 2020 roku*, <https://pbi.org.pl/raporty/polscy-internauci-we-wrzesniu-2020/>.
- Robertson, A., Schaetz, N., *Moving people: Proper distance and global news coverage of migration in 2019*, „Global Media and Communication” 17, 2021, nr 3.
- Robinson P., *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*, London 2002.
- Taylor P.M., *Global Communications, International Affairs and the Media since 1945*, London 1997.
- Wardle C., Derakhshan H., *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*, Strasbourg 2017.
- World biggest media companies by market value as on Sep 1st, 2021*, <https://www.value.today/world-top-companies/media>.
- Yang F., *Rethinking China’s Internet censorship: The practice of recoding and the politics of visibility*, „New Media and Society” 18, 2014, nr 7.

Media in international relations at the age of information overload

Keywords: global communication, international relations, glocal approach

Summary

The objective of the article is to check the functionality of the leading concepts explaining the role of media in international relations and foreign policy in the fourth era of political communication. The author focuses on the “CNN effect” and “manufacturing consent” concepts to illustrate how the Almond–Lippman consensus was rejected. The study is framed by the idea of globalization of media and uses the cases from the EU (Poland and the Netherlands), the relations with Russia and the recent migration crisis on the Polish–Belarussian border to assess the role and position of media in international relations in the age of information overload. The author concludes that despite the deep mediatization of societies in the 21st century, the governments are able to take charge of the discourses in international communication using their strategic narratives.

Graham Murdock

ORCID: 0000-0002-1385-5521

Loughborough University

Yellow Perils: Pandemic imaginaries and the contest for global power

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.2>

Keywords: pandemic imaginaries, origins of COVID-19, contest for global power, Yellow Peril, China, media channels, social media, conspiracy theories

In the popular children's game Chinese Whispers players stand in a line. The first person whispers a message to the person standing next to them who then passes it on to the next person. The fun comes from comparing the original message to the version announced by the last person in the line incorporating changes made as words were not heard or understood properly. In a modified version, Mahjong Secrets, named after the ancient game, players only hear the first word or phrase of the message and have to complete it with their own inventions. These inevitably draw on images and narratives carried in common culture. As their names suggest, both games present distorted or invented communication as characteristically Chinese. During the COVID-19 pandemic this assertion has been played out across digital platforms and print and broadcast media in the leading western powers.

Influential voices, led by Donald Trump, during his term of office as President of the United States, have repeatedly asserted that the infection originated in the virology laboratory in Wuhan, where the first cases were identified in the city's wet market. Accounts of how the virus escaped vary, from accidental leaks to deliberate release and, in the most extreme versions, the manufacture of biological weapons, but there is general agreement that the Chinese authorities conspired to suppress evidence and deflect blame elsewhere. President Trump's insistence on naming the infection the 'Chinese virus' and 'kung flu' joined 'Wubonic plague', 'Flu Manchu', 'chickenpox', and multiple other racist descrip-

tions to embed China's responsibility securely in popular consciousness¹. Chinese authorities have responded by asserting that the virus originated in the United States and was carried to China by visiting Americans.

This battle to apportion blame for the worst public health crisis in over a century is rooted in the wider contest between the US and China for primacy within the global economic and political system. The United States is assailed by fears that a century of American ascendancy is ending. China is intent on regaining its historic position as the world's leading civilisation.

Posts on social media platforms have played a central role in both the United States and China in promoting government-endorsed explanations of COVID-19's origins and it is all too easy to see their rise as marking a sea-change in the organisation of political communication. I want here to argue against this and point up the continuities between current contests over the origins of the COVID-19 and previous global pandemics and show how the dominant motifs in present debates draw on deeply rooted reservoirs of mutual distrust and suspicion. These date back to the mid-19th century when the Opium Wars of 1839–1842 and 1856–1860 forced China to open its markets to the trading circuits of global capitalism.

Despite having imposed humiliating treaties, Western imaginings rapidly coalesced around fears of China as a latent force intent on undermining and ultimately displacing Western global ascendancy. This spectre crystallised in images and discourses clustered around the idea of the Yellow Peril. Originating in government circles, this phrase, and its rich baggage of associations, circulated continuously through multiple media channels from news reports to popular fiction and cartoons². The Wuhan laboratory conspiracy theories are its latest expression. On the Chinese side, responses draw on accounts of the 'Century of Humiliation' at the hands of the United States and other Western powers and the brutal war against Japanese occupation during World War II.

The dragon awakens

The deployment of imperial force during the First Opium War ended China's relative isolation and established western trading settlements along the coast. The sustained military assaults of the Second Opium War completed China's integration into global capitalism by opening the interior. Western entrepreneurs arrived to find the self-proclaimed brother of Jesus Christ, Hong Xiuquan, leading a popular peasant uprising, the Taiping Heavenly Kingdom. Launched in 1851, it occupied much of central China and the upper and lower Yangtze. Aiming to depose the ruling Manchu dynasty and restore the historic supremacy of the Han people, it precipitated a bloody civil war leav-

¹ See A. Lillo, "COVID, the beer flu, the disease of many names", *Lebende Sprachen* 65, 2014, no. 1, pp. 411–438.

² See Ch. Frayling, *The Yellow Peril: Dr Fu Manchu and the Rise of Chinaphobia*, London 2014 and J. Kuo, W. Tchen, D. Yeats, *Yellow Peril: An Archive of Anti-Asian Fear*, London 2014.

ing twenty to thirty million dead before its final defeat by British, French and American intervention in 1864.

The relative weakness of China's ruling dynasty was underlined by the decisive victory of Japan's newly modernised army in the First Sino-Japanese War of 1894–1895, but the sheer size of China's population and the potential for mass mobilisation demonstrated by the Taiping rebellion was a continuing focus of anxiety among the imperial powers. In 1895 Kaiser Wilhelm II of Germany called for a united front against the threat from Asia and commissioned the artist Hermann Knackfluss to produce a dramatic image. His painting, titled *The Yellow Peril* pictured the nations of Europe assembled on a cliff-top, led by the Archangel Michael, who had defeated Satan in the war in heaven recounted in the Book of Revelations, facing a fire breathing Chinese dragon across a narrow strip of sea. Copies were sent to the crowned heads of Europe and US President William McKinley. Lithographic reproductions ensured its wide circulation in popular culture.

The threat of armed struggle was confirmed by the Boxer Rebellion when, for two years, from 1899 to 1901, anti-imperial insurgents attacked Western property and residents in China culminating in a fifty-five day siege of foreign legations in Beijing. The uprising was savagely repressed by European forces but the spectre of a sleeping dragon waking and wreaking havoc continued to haunt the Western imagination with “the Boxers widely viewed as the Yellow Peril Personified”³.

Fears that the centre of world power was migrating to Asia had been gaining currency for some time. In his 1893 book, *National Life and Character*, Charles Pearson saw the energy that had fuelled initial European growth and expansion rapidly ebbing away and nominated “the non-European peoples, especially the Chinese” as the rising source of dynamism in the world system⁴. His argument attracted considerable attention. Readers included Britain's Prime Minister, William Gladstone and America's future President Theodore Roosevelt⁵. It was reinforced by Japan's defeat of Russia in the 1904–1905 Russo-Japanese War, the first time a modern, industrial European power had been defeated by an Asian state, but again it was the latent power of China that provoked most concern. The image printed in May 1904 in the French magazine *Le Grande Illustre*, was typical. Headed “The Yellow Peril” it pictured a dragon vomiting a mass of armed Chinese with a caption suggesting that the war may “result in the awakening of four hundred million Chinese from their secular torpor. If this formidable mass, penetrated by Western Ideas, were to make progress as rapid as that achieved by Japan, it would weigh enormously on the destinies of the world”⁶.

³ S.M. Lyman, “The ‘Yellow Peril’ mystique: Origins and vicissitudes of a racist discourse”, *International Journal of Politics, Culture and Society* 13, 2000, no. 4, p. 717.

⁴ M. Hearn, I. Tregenza, “Managing ‘self-preservation’: Charles Pearson's *National Life and Character* and the early Australian Commonwealth”, *Australian Journal of Politics and History* 62, 2019, no. 1, p. 23.

⁵ *Ibidem*, p. 19.

⁶ Quoted in B. de Perthuis, “The Yellow Peril through caricature according to René Pinon”, *Societies & Representations* 27, 2009, no. 1, pp. 249–265, <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2009-1-page-249.htm>.

In 1912 a revolt toppled the Qing dynasty ending centuries of imperial rule in China. The declaration of a republic and the promise of modernisation prompted renewed concern in Western government circles. A magazine article widely distributed around the British Home Office, responsible for domestic security, warned of “a vast and convulsive Armageddon to determine who is to be the master of the world, the white or yellow man”⁷. Headed “The Chinese in England: A growing national problem”, it presented migration and settlement as sources of corruption, with lurid depictions of opium dens, mysterious foods, and miscegenation.

Alien infections

The author, Herman Scheffauer, had grown up in California where the image of the Chinese as an ‘enemy within’ had long been a focus of concern. China’s forced opening to global capitalism combined with the disruption of the Taiping insurgency prompted mass migrations. In 1852, at the height of the Californian gold rush Chinese accounted for 30% of new arrivals to the state. The general tone of suspicion and fear was set by one of America’s most popular authors, Bayard Taylor, in a best-selling travel book of 1855. Recounting his stay in the Treaty Port of Shanghai with the Taiping rebellion gathering momentum in the interior, he confided his unshakeable “opinion that the Chinese are morally the most debased people on the face of the earth”, whose vices “constitute the surface-level, and below them are deeps on deeps of depravity so shocking and horrible that their character cannot even be hinted”, adding that “justice to our own race demands that they should not be allowed to settle on our soil”⁸. For a time Chinese migrants provided a ready pool of cheap manual labour for the infrastructural projects essential to America’s post-Civil War modernisation. In 1867 Chinese made up 90% of the workforce building the Central Pacific Railroad⁹, but in 1882 pressure from white workers forced the passing of the Chinese Exclusion Act, stopping any additional Chinese labour from entering the US and reinforcing their residential confinement to recognised Chinatowns in the major cities.

Projections of military conquest continued to feature in popular fiction. H.J. West’s 1893 novel *The Chinese Invasion* was typical in presenting the Chinese in California as “the advance guard of numberless legions that will [...] one day overthrow the present Republic”¹⁰. Increasingly however, images of armed struggle jostled for attention with deep-seated fears of Chinese as sources of contamination, as authors elaborated on

⁷ Quoted in J. Lovell, “Review: The Yellow Peril: Dr Fu Manchu & the Rise of Chinaphobia by Christopher Frayling”, *The Guardian*, 30.10.2014, <https://www.theguardian.com/books/2014/oct/30/yellow-peril-dr-fu-manchu-rise-of-chinaphobia-christopher-frayling-review> (accessed: 29.10.2022).

⁸ B. Taylor, *A Visit to India, China and Japan in the Year 1853*, New York 1855, p. 354.

⁹ D. Shim, “From Yellow Peril through model minority to renewed Yellow Peril”, *Journal of Communication Inquiry* 22, 1998, no. 4, p. 387.

¹⁰ Quoted in S.M. Lyman, “The ‘Yellow Peril’ mystique”, p. 690.

Taylor's accusation that "their touch is pollution"¹¹. The devastating smallpox epidemic recounted in Atwell Whitney's 1878 novel, *Almond Eyes*, joined a growing genre of popular fiction portraying Chinese migrants spreading fatal diseases among an unsuspecting population. In a later, influential speculation, contamination did not even require physical contact. It was transmitted through the atmosphere.

Explaining contagion: Toxic dust and American troops

In November 1889 the London *Times* reported that a severe outbreak of what was thought to be influenza was spreading from its origin in St. Petersburg. From there it moved rapidly across Europe to England and onwards to the United States across the Atlantic. Altogether it was responsible for around a million deaths including 13,000 Americans¹². It was the first modern pandemic, travelling at speed over the new rail and steamship routes and tracked in real time in reports distributed over the new global telegraph network.

Its popular designation as the 'Russian flu' was mistaken on both counts. It was not flu. Recent investigation has traced its origins to a coronavirus that jumped from cows to humans in a classic zoonotic chain of transmission¹³. Given the state of medical research at the time contemporaries could not have known this, but a significant body of professional opinion located its origins in China rather than Russia. Writing in the *British Medical Journal*, James Cantile, a doctor working in Hong Kong, claimed that the condition was "endemic in certain parts of China, and occasionally during the present century has spread to the rest of the world"¹⁴. More immediately influential was a theory advanced by one of England's leading medical authorities, Symes Thompson, in an open lecture in London in January 1890. As *The Times* reported he suggested that the "terrible inundations which had taken place in China seem to have some sort of causal relationship to the outbreak of the disease"¹⁵.

The 'terrible inundations' occurred in 1887 when the dykes around the Yellow River, China's second major waterway and the world's fourth largest, were swept away in a huge storm surge. Between 1 million and 2.5 million people perished by drowning, starvation, epidemic diseases or exposure in one of the world's worst ever natural disasters¹⁶. Thompson developed his argument at length in his exhaustive history of British influ-

¹¹ B. Taylor, *A Visit to India, China and Japan in the Year 1853*, p. 354.

¹² G. Daugherty, "The Russian flu of 1889: The deadly pandemic few Americans took seriously", *Inside History*, 23.03.2020, <https://www.history.com/news/1889-russian-flu-pandemic-in-america> (accessed: 29.10.2022).

¹³ L. Vijgen, E. Keyaerts, E. Moës, I. Thoelen, E. Wollants, P. Lemey, A.M. Vandamme, M. Van Ranst, "Complete genomic sequence of human coronavirus OC43: Molecular clock analysis suggests a recent zoonotic coronavirus transmission event", *Journal of Virology* 78, 2005, no. 3, pp. 1595–1604.

¹⁴ J. Cantile, "The first recorded appearance of the modern influenza epidemic", *The British Medical Journal* 2, 1891, no. 1600, p. 491.

¹⁵ "The Gresham Lectures on influenza", *The Times*, 7.01.1890, no. 5, p. 14.

¹⁶ P. Ball, *The Water Kingdom: A Secret History of China*, London 2017, p. 24.

enza epidemics. Noting that the powdery yellow soil in the region is regularly blown by dry summer winds “in such quantities as to almost hide the sun” it is possible that “countless millions of organic spores, developed in the marshy water of the flooded area which must have been saturated with dejections and refuse” left by decaying human and animal corpses were carried into the air and widely disseminated by strong winds¹⁷. His conclusion, that “dust may be the vehicle that serves to transmit the contagion” has “elements of possibility, not to say probability”¹⁸ was strongly contested by contemporaries. They included the well-known science writer, Rollo Russell, the son of the Prime Minister Lord Russell. He had originally endorsed the ‘dust’ theory in a letter to *The Times* in January 1890, but two years later was adamant that the evidence now clearly indicated that infection was spread by social contact with transmission following the lines of modern communications networks. As he noted, “it spreads much more rapidly where there are railways than where there are none, and where communication is by steamship than where only sailing ships touch”¹⁹. He nominates Bukhara, a major centre on the old Silk Road trading route linking China to Europe, “as the definite starting point of the disease” arguing that it then “travelled westwards along the Central Asian Railway”, reaching St. Petersburg in October²⁰. In an aside he notes reports of outbreaks in Greenland in May 1889, months before *The Times* story from St. Petersburg, but adds that it is difficult to “estimate their weight” since they are “partly anonymous and partly by correspondents”²¹. Evidence that infection may have originated in the West rather than the East has played a more central role in arguments over the next global pandemic.

In 1918, in the last months of World War I, a virulent form of influenza spread through western troops in France. Dispersed globally by soldiers returning home after the armistice, it killed at least 50 million people, and according to some estimates—twice as many. Recent research has confirmed that the 1918–1919 influenza virus was a zoonotic infection, originating in wild ducks and transmitted to humans either directly or through an intermediate animal host, most likely pigs²².

An early, and widely accepted account traced its origins to the American army base at Haskell in Kansas, a major agricultural centre, and its transmission to France by troops shipped to the front²³. Recent research however suggests that infection may have originated in China and been carried to America and onwards to Europe by the Chinese Labour Corps recruited to dig trenches along the battle front²⁴.

¹⁷ E.S. Thompson, *Influenza or Epidemic Catarrhal Fever: An Historical Survey of Past Epidemics in Great Britain from 1510–1890*, London 1890, p. 416.

¹⁸ *Ibidem*, p. 415.

¹⁹ R. Russell, *Epidemics, Plagues and Fevers: Their Causes and Prevention*, London 1892, p. 180.

²⁰ *Ibidem*, pp. 183–184.

²¹ *Ibidem*, p. 183.

²² M.O. Humphries, “Paths of infection: The First World War and the origins of the 1918 influenza pandemic”, *War in History* 21, 2003, no. 1, p. 58.

²³ E.O. Jordan, *Epidemic Influenza: A Survey*, New York 1927, p. 60.

²⁴ K.F. Shortridge, “The 1918 ‘Spanish’ flu: Pearls from swine?”, *Nature Medicine* 5, 1999, no. 4, pp. 384–385.

The origins of the 1918 pandemic remain an open question among historians. Some view the case for Chinese transmission as highly plausible but accept that “the evidence remains circumstantial”²⁵. Others insist that the pandemic was caused by a lethal respiratory disease that has been circulating among western troops for months, even years, before the arrival of Chinese labour²⁶.

Echo chambers

Disputes over the origins and transmission of COVID-19 have played a central role in the contest between China and the United States to apportion blame for the crisis. As with the first global pandemics, competing accounts have circulated within communication systems linking official pronouncements and medical opinion to news media and popular imagery and fiction. Social media have provided a common platform for multiple voices, but instead of a new openness we see the construction of echo chambers. Assertions are taken up and recycled within closed and self-reinforcing systems. China’s domestic social media posts are rigorously policed, dissenting opinion rapidly removed, and access to western sites blocked. In the United States Donald Trump’s continuous use of Twitter recycled narratives from the margins of the internet, including conspiracy theories, which were further promoted in partisan media outlets, led by Fox News. The boundaries of this echo chamber were reinforced by Trump’s dismissal of mainstream news organisations as ‘fake’ news to be ignored and disregarded.

Tales from two laboratories

The lab conspiracy theory began circulating in the United States four days after the first COVID-19 case was confirmed in the country on January 22nd, 2020. On January 26th *The Washington Times*, published by the conservative fringe religious group (the Unification Movement), carried a story headed “Coronavirus link to China’s bio-warfare program possible” quoting a former Israeli intelligence officer²⁷. It circulated widely on social media and was joined on February 16th by a Twitter post highlighting a passage in Dean Koontz’s popular novel *The Edge of Darkness* identifying a Wuhan laboratory as the source of a deadly new virus²⁸. The first edition had situated the lab in Russia but following the Soviet Union’s collapse the 1989 reissue moved the location to China to capitalise on rising

²⁵ M.O. Humphries, “Paths of Infection”, p. 80.

²⁶ G.D. Shanks, “No evidence of 1918 influenza pandemic origin in Chinese laborers/soldiers in France”, *Journal of the Chinese Medical Association* 79, 2016, no. 1, p. 48.

²⁷ B. Gertz, “Coronavirus link to China’s biowarfare program possible, analyst says”, *The Washington Times*, 26.01.2020, <https://www.washingtontimes.com/news/2020/jan/26/coronavirus-link-to-china-bio-warfare-program-poss/> (accessed: 30.10.2022).

²⁸ N. Hinton, “A Dean Koontz novel written in 1981 predicted the outbreak of the coronavirus!”, Twitter, 16.02.2020, <https://twitter.com/NickHintonn/status/1228896027987660800> (accessed: 30.10.2022).

anxieties around a resurgent Yellow Peril. As one character notes, “They call the stuff ‘Wuhan 400’. It is China’s most important and dangerous new biological weapon in a decade”²⁹.

Despite the absence of concrete evidence, the laboratory conspiracy theory steadily gained traction on social media with variants logging over five million views in the first week of April. The majority of initial postings came from groups associated with the QAnon conspiracy theory alleging a ‘deep state’ plot to discredit President Trump³⁰. When asked by researchers, 29% of Americans said they believed that COVID-19 had originated in the Wuhan laboratory³¹.

The claim that China, aided by forces within the United States, was conspiring to deny the ‘true’ origins of the virus was vigorously promoted by the media outlets operated by the religious group, Fulan Gong. Banned in China and implacable opponents of the Communist regime, it had forged close links with Donald Trump’s political circle³². The group’s newspaper, *Epoch Times*, carried prominent items endorsing the Wuhan laboratory conspiracy and on April 7th, 2020 their New York broadcast arm, New Tang Dynasty Television, released a video on YouTube titled “Tracking down the origins of the Wuhan coronavirus” challenging every aspect of the Chinese government’s official account. To date it has been viewed more than five million times. On April 30th the US Intelligence Community issued a joint report endorsing the scientific consensus that COVID-19 was a natural mutation and “not manmade”³³. President Trump pointedly disagreed, telling a White House briefing on the same day that he “had a high degree of confidence” that the virus originated in the Wuhan lab but could not disclose his source. Days later, the *Telegraph* newspaper in Australia, owned by Rupert Murdoch, a strong Trump supporter at the time, printed a major story headed “China’s batty science” citing an unpublished intelligence dossier as confirming the lab hypothesis. The lead journalist, Sharri Markson, was then interviewed on Donald Trump’s preferred US television channel, Fox News, another Murdoch subsidiary, with the program host, Tucker Carlson, informing viewers that the dossier provided, “the most substantial confirmation of what we’ve suspected”³⁴. On 18th June, *The Wall Street Journal*, another of Ru-

²⁹ Reuters Staff, “Partly false claim: A 1981 book predicted the coronavirus outbreak”, Reuters, 28.02.2020, <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-coronavirus-koontz-book-idUSKCN20M19I> (accessed: 30.10.2022).

³⁰ T. Graham, A. Bruns, G. Zhu, R. Campbell, *Like a Virus: The Coordinated Spread of Coronavirus Disinformation*, Canberra 2020, <https://apo.org.au/node/305864> (accessed: 31.10.2022).

³¹ K. Schaefer, “Nearly three-in-ten Americans believe COVID-19 was made in a lab”, Pew Research Centre Fact Tank, 8.04.2020, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/08/nearly-three-in-ten-americans-believe-covid-19-was-made-in-a-lab/> (accessed: 31.10.2022).

³² See S. Van Zuylen-Wood, “MAGA-land’s favourite newspaper”, *The Atlantic*, 23.02.2021, <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2021/01/inside-the-epoch-times-a-mysterious-pro-trump-newspaper/617645/> (accessed: 31.10.2022).

³³ J. Brewster, “A timeline of the COVID-19 Wuhan lab original theory”, *Forbes*, 24.05.2020, <https://www.forbes.com/sites/jackbrewster/2020/05/10/a-timeline-of-the-covid-19-wuhan-lab-origin-theory/> (accessed: 31.10.2022).

³⁴ K. Rudd, “The Murdoch media’s China coronavirus conspiracy has one aim: get Trump re-elected”, *The Guardian*, 8.05.2020, <https://www.theguardian.com/media/2020/may/08/murdoch-media-china-coronavirus-conspiracy-trump-kevin-rudd> (accessed: 5.11.2022).

pert Murdoch's newspapers, published an interview in which Trump speculated that China had encouraged its citizens who had been infected to travel overseas "to spread economic consequences around the globe" and punish the United States for imposing import tariffs on Chinese goods³⁵.

As this brief account confirms, contemporary Yellow Peril discourse in the United States increasingly circulates now within a self-reinforcing communications system anchored in authoritarian populist imaginaries of economic decline and cultural threat amplified by militantly partisan conservative press and broadcast outlets and proliferating online conspiracies. Counter-evidence and argument is dismissed as further proof that the unaccountable bureaucratic and expert elites ranged against the 'real' people are intent on deflecting attention and denying evident truths.

The Chinese communication circuit is simpler, with the Party state apparatus rigorously censoring alternative accounts and aggressively using online posts alongside official news media to promote preferred narratives that will defuse domestic criticism and secure attention in the international arena. The result is commentary on COVID-19 that presents a mirror image of US constructions.

Almost immediately after the outbreak of COVID-19 in Wuhan became public knowledge multiple postings, with only minor changes to wording, appeared on Chinese social media insisting that the virus had been introduced by American athletes attending the World Military Games in Wuhan and claiming that:

While carrying out its trade war with China, the U.S government took advantage of the Military Games, where many American athletes had interactions with Chinese, hiding the novel coronavirus in their equipment with the aim of infecting the people of Wuhan [...] so as to realize its evil goals of containing China's economy and thwarting the rise of the New China³⁶.

It is not clear who composed these posts, but the central claim received official endorsement on March 12 when Zhao Lijian, Deputy Director of the Information Department of the Ministry of Foreign affairs posted on his Twitter page: "When did patient zero begin in US? How many people are infected? What are the names of the hospitals? It might be US army who brought the epidemic to Wuhan. Be transparent! Make public your data! US owe us an explanation!"³⁷.

Twitter is banned in China. The message was aimed at a global audience and overseas Chinese. The obvious question of where exactly the virus had originated in American was answered when Zhao named Ford Detrick—the former centre of the US biological weapons program, now the site of laboratories researching a range of viruses. In

³⁵ "Transcript of President Trump's interview with the Wall Street Journal", *Wall Street Journal*, 18.06.2020, <https://www.wsj.com/articles/transcript-of-president-trumps-interview-with-the-wall-street-journal-11592501000> (accessed: 5.11.2022).

³⁶ Quoted in J.-B. Nie, "In the shadow of biological warfare: Conspiracy theories on the origin of COVID-19 and enhancing global governance of biosafety as a matter of urgency", *Journal of Bioethics Inquiry* 17, 2020, no. 4, pp. 567–574, <https://doi.org/10.1007/s11673-020-10025-8>.

³⁷ Quoted in D. Wallbank, "Twitter applies another fact check—this time to China spokesman's tweets about virus origins", *Fortune*, 23.05.2020, <https://fortune.com/2020/05/28/twitter-fact-check-zhao-lijian-coronavirus-origin/> (accessed: 5.11.2022).

July 2020 he published a Tweet asking “What’s behind the closure of the biolab at Fort Detrick? When will the US invite experts to investigate the origins of the virus in the US?”³⁸. The claim was widely promoted within China through mainstream media channels. The state broadcaster CCTV screened an hour long documentary *The Dark History Behind Fort Detrick* emphasising failures of containment. The Party tabloid the *Global Times* launched an online petition soliciting signatures for an open letter to the World Health Organisation calling for an investigation into Fort Detrick.

Chinese claims that COVID-19 was manufactured in America have been renewed in response to President Biden’s insistence on further investigation of the possible role of the Wuhan virology laboratory. The recent propaganda offensive within China has employed the full range of media, including a rap song by the nationalist group CD Rev which begins as follows: “How many plots came out of your lab. How many dead bodies hanging a tag?”. The message was immediately endorsed by Zhao in a Tweet on August 11th, 2021; “open the door to Fort Detrick. Shed light on tightly held secrets. This RAP song speaks our minds”³⁹.

It is tempting to attribute popular support for the Fort Detrick and Wuhan laboratory conspiracies to the manipulative expertise of political leaders commanding the full range of available media. As with all top-down models of ideology this downplays their secure anchorage in deeply held fears, anxieties and antagonisms.

Disease as a weapon of war against China has been a long-standing theme in western fictions. In M.P. Shiel’s influential 1898 novel *The Yellow Danger*, the English hero, Hardy, having defeated the invading the Sino-Japanese forces, sends “Chinese captives injected with pestilence back to their camp” to eradicate any last resistance⁴⁰. Rather better known is the 1910 short story “The unparalleled invasion” remembered now, in the shadow of the Holocaust, for proposing a ‘final solution’ to ethnic conflict. Written by Jack London, one of America’s most popular novelists, and set in 1976, it imagines the United States, having failed to defeat China militarily, resorting to bacteriological warfare and dropping multiple glass vials of deadly infection on the civilian population: it was these bacteria, and germs, and microbes, and bacilli, cultured in the laboratories of the West, that had come down upon China in a rain of glass [...]. China had laughed at war, and war she was getting, but it was ultra modern war, twentieth century war, the war of the scientist [...] with the micro-organic projectiles hurled from the laboratories, the messengers of death, the destroying angels that stalked through the empire of a billion souls [...]. And so perished China⁴¹.

More immediately, the Ford Detrick conspiracy evokes Chinese memories of the bacteriological warfare installations established across China by the occupying Japanese in World War II and the ‘field tests’ conducted against civilians⁴². It also speaks powerfully

³⁸ Quoted in “Wuhan lab leak theory: How Fort Detrick became a centre for Chinese conspiracies”, BBC News, 23.08.2023, <https://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-58273322> (accessed: 5.11.2022).

³⁹ Quoted in *ibidem*.

⁴⁰ Y. Hashimoto, “Germs, body-politics and Yellow Peril: Relocation of Britishness in *The Yellow Danger*”, *Australian Victorian Studies Journal* 9, 2003, p. 52.

⁴¹ Quoted in J.N. Swift, “Jack London’s *The Unparalleled Invasion*: Germ warfare, eugenics and cultural hygiene”, *American Literary Review* 35, 2002, no. 1, p. 61.

⁴² J.-B. Nie, “In the shadow of biological warfare”.

to the dominant Chinese understanding of history as the story of the world's preeminent civilisation subjected to a 'Century of Humiliation' at the hands of Western capitalist powers who are now intent on preventing it regaining its rightful place.

The Wuhan laboratory conspiracy views this same history through the other end of the telescope. It trades on long-standing constructions of China as a threat to American pre-eminence in the world system, a 'Yellow Peril', willing to use any means possible to undermine its strength and on the acute contemporary sense of declining power summed up in Donald Trump's central electoral promise to "Make America Great Again".

Manufacturing pandemics: Deforestation and fast foods

The precise origins of COVID-19 may never be established, but the weight of available evidence confirms that together with the pandemics of 1890 and 1918 and the two most recent coronavirus viruses, SARS and MERS, it has followed a zoonotic path of transmission, from animals to humans. In which case the problem lies with the accelerating clearances of forests and woodlands for cattle ranching and palm oil and soya plantations to service a global food system increasingly organised around meat-intensive fast and convenience foods. McDonalds and KFC may have originated in America, but their brightly lit outlets are now a familiar sight in Chinese cities servicing a shared urban lifestyle that supports the unsustainable consumption that is driving the present climate and environmental emergencies.

If this analysis is correct, responsibility for COVID-19 and the likelihood of future coronavirus pandemics lies primarily with the corporations promoting the intensified industrialisation of global agriculture. These companies form a complex agribusiness network connecting US and Chinese enterprises and driving deforestation and habitat destruction across the world. By escalating contacts between displaced species and humans these interventions significantly increase the likelihood of zoonotic transmission. Addressing this threat requires transformative changes to prevailing priorities for global production and consumption. Confronting the embedded cultures of distrust and antagonism generated by successive abrasive encounters between China and the West is an essential step towards recognising that the major perils now facing humanity are universal and in urgent need of a common and collaborative response.

References

- Ball P., *The Water Kingdom: A Secret History of China*, London 2017.
- Brewster J., "A timeline of the COVID-19 Wuhan lab original theory", *Forbes*, 24.05.2020, <https://www.forbes.com/sites/jackbrewster/2020/05/10/a-timeline-of-the-covid-19-wuhan-lab-origin-theory/>.
- Cantile J., "The first recorded appearance of the modern influenza epidemic," *The British Medical Journal* 2, 1891, no. 1600, p. 491.
- Daugherty G., "The Russian flu of 1889: The deadly pandemic few Americans took seriously", *Inside History*, 23.03.2020, <https://www.history.com/news/1889-russian-flu-pandemic-in-america>.

- Frayling Ch., *The Yellow Peril: Dr Fu Manchu and the Rise of Chinaphobia*, London 2014.
- Gertz B., "Coronavirus link to China's biowarfare program possible, analyst says", *The Washington Times*, 26.01.2020, <https://www.washingtontimes.com/news/2020/jan/26/coronavirus-link-to-china-biowarfare-program-possible/>.
- Graham T., Bruns A., Zhu G., Campbell R., *Like a Virus: The Coordinated Spread of Coronavirus Disinformation*, Canberra 2020, <https://apo.org.au/node/305864>.
- "The Gresham Lectures on influenza", *The Times*, 7.01.1890, no. 5, p. 14.
- Hashimoto Y., "Germs, body-politics and Yellow Peril: Relocation of Britishness in *The Yellow Danger*", *Australian Victorian Studies Journal* 9, 2003, pp. 52–66.
- Hearn M., Tregenza I., "Managing 'self-preservation': Charles Pearson's *National Life and Character* and the early Australian Commonwealth", *Australian Journal of Politics and History* 62, 2019, no. 1, pp. 17–32.
- Hinton N., "A Dean Koontz novel written in 1981 predicted the outbreak of the coronavirus!", Twitter, 16.02.2020, <https://twitter.com/NickHintonn/status/1228896027987660800>.
- Humphries M.O., "Paths of infection: The First World War and the origins of the 1918 influenza pandemic", *War in History* 21, 2003, no. 1, pp. 55–81.
- Jordan E.O., *Epidemic Influenza: A Survey*, New York 1927.
- Kuo J., Tchen W., Yeats D., *Yellow Peril: An Archive of Anti-Asian Fear*, London 2014.
- Lillo A., "COVID, the beer flu, the disease of many names", *Lebende Sprachen* 65, 2014, no. 1, pp. 411–438.
- Lovell J., "Review: *The Yellow Peril: Dr Fu Manchu & the Rise of Chinaphobia* by Christopher Frayling", *The Guardian*, 30.10.2014, <https://www.theguardian.com/books/2014/oct/30/yellow-peril-dr-fu-manchu-rise-of-chinaphobia-christopher-frayling-review>.
- Lyman S.M., "The 'Yellow Peril' mystique: Origins and vicissitudes of a racist discourse", *International Journal of Politics, Culture and Society* 13, 2000, no. 4, pp. 683–747.
- Nie J.-B., "In the shadow of biological warfare: Conspiracy theories on the origin of COVID-19 and enhancing global governance of biosafety as a matter of urgency", *Journal of Bioethics Inquiry* 17, 2020, no. 4, pp. 567–574, <https://doi.org/10.1007/s11673-020-10025-8>.
- Perthuis B. de, "The Yellow Peril through caricature according to René Pinon", *Societies & Representations* 27, 2009, no. 1, pp. 249–265, <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2009-1-page-249.htm>.
- Reuters Staff, "Partly false claim: A 1981 book predicted the coronavirus outbreak", Reuters, 28.02.2020, <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-coronavirus-koontz-book-idUSKCN20M19I>.
- Rudd K., "The Murdoch media's China coronavirus conspiracy has one aim: get Trump re-elected", *The Guardian*, 8.05.2020, <https://www.theguardian.com/media/2020/may/08/murdoch-media-china-coronavirus-conspiracy-trump-kevin-rudd>.
- Russell R., *Epidemics, Plagues and Fevers: Their Causes and Prevention*, London 1892.
- Schaefer K., "Nearly three-in-ten Americans believe COVID-19 was made in a lab", Pew Research Centre Fact Tank, 8.04.2020, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/04/08/nearly-three-in-ten-americans-believe-covid-19-was-made-in-a-lab/>.
- Shans G.D., "No evidence of 1918 influenza pandemic origin in Chinese laborers/soldiers in France", *Journal of the Chinese Medical Association* 79, 2016, no. 1, pp. 46–48.
- Shim D., "From Yellow Peril through model minority to renewed Yellow Peril", *Journal of Communication Inquiry* 22, 1998, no. 4, pp. 385–409.
- Shortridge K.F., "The 1918 'Spanish' flu: Pearls from swine?", *Nature Medicine* 5, 1999, no. 4, pp. 384–385.
- Swift J.N., "Jack London's *The Unparalleled Invasion*: Germ warfare, eugenics and cultural hygiene", *American Literary Review* 35, 2002, no. 1, pp. 59–71.
- Taylor B., *A Visit to India, China and Japan in the Year 1853*, New York 1855.
- Thompson E.S., *Influenza or Epidemic Catarrhal Fever: An Historical Survey of Past Epidemics in Great Britain From 1510–1890*, London 1890.
- "Transcript of President Trump's interview with the *Wall Street Journal*", *Wall Street Journal*, 18.06.2020, <https://www.wsj.com/articles/transcript-of-president-trumps-interview-with-the-wall-street-journal-11592501000>.

- Van Zuylen-Wood S., “MAGA-land’s favourite newspaper”, *The Atlantic*, 23.02.2021, <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2021/01/inside-the-epoch-times-a-mysterious-pro-trump-newspaper/617645/>.
- Vijgen L., Keyaerts E., Moës E., Thoelen I., Wollants E., Lemey P., Vandamme A.M., Van Ranst M., “Complete genomic sequence of human coronavirus OC43: Molecular clock analysis suggests a recent zoonotic coronavirus transmission event”, *Journal of Virology* 78, 2005, no. 3, pp. 1595–1604.
- Wallbank D., “Twitter applies another fact check—this time to China spokesman’s tweets about virus origins”, *Fortune*, 23.05.2020, <https://fortune.com/2020/05/28/twitter-fact-check-zhao-lijian-coronavirus-origin/>.
- “Wuhan lab leak theory: How Fort Detrick became a centre for Chinese conspiracies”, BBC News, 23.08.2023, <https://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-58273322>.

Yellow Perils: Pandemic imaginaries and the contest for global power

Summary

The precise origins of COVID-19 may never be established, but the weight of available evidence confirms that, together with the pandemics of 1890 and 1918 and the two most recent coronavirus viruses, SARS and MERS, it has followed a zoonotic path of transmission—from animals to humans. In which case the problem lies with the accelerating clearances of forests and woodlands for cattle ranching and palm oil and soya plantations to service a global food system increasingly organised around meat intensive fast and convenience foods. McDonald’s and KFC may have originated in America, but their brightly lit outlets are now a familiar sight in Chinese cities servicing a shared urban lifestyle that supports the unsustainable consumption that is driving the present climate and environmental emergencies.

If this analysis is correct, responsibility for COVID-19 and the likelihood of future coronavirus pandemics lies primarily with the corporations promoting the intensified industrialisation of global agriculture. These companies form a complex agribusiness network connecting US and Chinese enterprises and driving deforestation and habitat destruction across the world. By escalating contacts between displaced species and humans these interventions significantly increase the likelihood of zoonotic transmission. Addressing this threat requires transformative changes to prevailing priorities for global production and consumption. Confronting the embedded cultures of distrust and antagonism generated by successive abrasive encounters between China and the West is an essential step towards recognising that the major perils now facing humanity are universal and in urgent need of a common and collaborative response.

Róża Norström

ORCID: 0000-0001-9981-9988

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej

Dyspozycyjny wizerunek Rosji jako wroga w nagłośnieniu incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej (2018) przez polskie media

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.3>

Słowa kluczowe: dyspozycyjny wizerunek wroga, incydent w Cieśninie Kerczeńskiej, nagłośnienie medialne, analiza zawartości, framing

Wprowadzenie

Sposób ukazywania państw i polityków przez media może wpływać na ich postrzeganie przez odbiorców. Stosowanie przez dziennikarzy określonych mechanizmów framingu celem nadawania podmiotom pozytywnych lub negatywnych atrybutów warunkuje to, czy dani aktorzy będą ukazywani przez pryzmat wroga lub ofiary. Te dwa typy ram są w szczególności stosowane w przypadku wydarzeń o charakterze konfliktowym, zarówno tych, w które państwo medium nagłaśniającego jest zaangażowane, jak i tych, w których ono nie bierze udziału¹. Brak bezpośredniego uczestnictwa w prezentowanym przez media sporze nie oznacza bowiem, że zatrudnieni w nich dziennikarze będą ukazywali go neutralnie. Nastawienie mediów i państwa, które reprezentują, do uczestników wydarzenia, w tym na przykład doświadczenia historyczne, co wydaje się kluczowe w przypadku relacji Polski z Rosją i Ukrainą, może wpływać, i bardzo często wpływa, na perspektywę nagłośnienia opisywanych zjawisk i podmiotów biorących w nich udział². Dotychczas przeprowadzone badania dotyczące nagłośnienia konfliktu rosyjsko-ukraińskiego przez polskie media to potwierdzają. Analizy na ten temat pokazują bowiem, że między innymi takie czynniki jak bliskość sporu na Ukrainie, a co za tym idzie — zagro-

¹ R. Norström, M. Kolczyński, *War and Peace Journalism in the Coverage of the 2020 US Presidential Election*, „Athenaeum. Polskie studia politologiczne” 72, 2021, nr 4, s. 56.

² D. Taradai, *How news domestication may blur conflict: Coverage of the 2008 South Ossetia War in Ukraine*, „Central European Journal of Communication” 7, 2014, nr 1 (12).

żenie bezpieczeństwa terytorialnego i ekonomicznego Polski, zaangażowanie polskich aktorów politycznych w rozwiązanie konfliktu czy stereotypy i uprzedzenia narodowe odgrywały znaczącą rolę w sposobie nagłośnienia wydarzeń na Ukrainie³.

Celem tego artykułu jest analiza, czy, a jeżeli tak — to za pomocą jakich mechanizmów polskie media tradycyjne kreowały dyspozycyjny wizerunek Rosji jako wroga w czasie incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej, to jest zablokowania, ostrzelania i przejścia ukraińskich okrętów i marynarzy przez Służbę Pograniczną Federalnej Służby Bezpieczeństwa i rosyjską marynarkę wojenną podczas próby wpłynięcia przez cieśninę z Morza Czarnego na Morze Azowskie⁴. Wrogość w relacjach polsko-rosyjskich⁵, będąca między innymi wynikiem zaszłości historycznych czy poparcia udzielonego Ukrainie przez Polskę na wcześniejszych etapach sporu (2014–2015), wydaje się czynnikiem wzmacniającym możliwość wystąpienia mechanizmu, dlatego niniejszy przypadek został poddany badaniu. Artykuł ma odpowiedzieć na następujące pytania badawcze⁶:

1. Czy polskie media kreowały dyspozycyjny wizerunek Rosji jako „wroga” w czasie incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej?

2. Jeżeli tak, to za pomocą jakich mechanizmów polskie media kreowały dyspozycyjny wizerunek Rosji jako „wroga” w trakcie analizowanego wydarzenia?

Kreowanie wizerunku wroga w mediach

Kreowanie wizerunku wroga i ukazywanie rzeczywistości przez pryzmat dychotomii „my” (ofiary) – „oni” (agresorzy) mogą być uznane za formę uproszczenia informacji medialnej, stosowaną przez niektórych dziennikarzy w celu zwiększenia zainteresowania i zaangażowania, zwłaszcza emocjonalnego, odbiorców w opisywane zjawiska⁷. Media mogą identyfikować i kreować „wrogów” poprzez stosowanie szeregu mechanizmów, na przykład domestykacji, odniesień socjo-kulturowych, historycznych oraz stereotypów narodowych i uprzedzeń⁸, co pozwala audytorium na dekodowanie przekazów w z góry określony sposób. Wykorzystywanie tego typu czynników jest szczególnie ważne w przypadku nagłaśniania wydarzeń zagranicznych przez media narodowe, ponieważ dzięki temu krajowi odbiorcy są w stanie zrozumieć kontekst ukazywanych zjawisk⁹. Stają się

³ R. Norström, *The Coverage of the Russian-Ukrainian Conflict by the Polish Media (2014–2015)*, Berlin 2019; R. Smolak, *Rola polskich mediów w procesie domestykacji konfliktu rosyjsko-ukraińskiego. Analiza nagłośnienia medialnego kryzysu na Ukrainie przez „Fakt”, „Gazetę Wyborczą” oraz „Wiadomości” TVP*, „Studia Medioznawcze” 2016, nr 3.

⁴ W. Baluk, *Incydent czy akt agresji w rejonie Cieśniny Kerczeńskiej*, „Wschód Europy. Studia humanistyczno-społeczne” 6, 2020, nr 1, s. 200.

⁵ A. Taras, *Anatomia nienawiści. Stosunki polsko-rosyjskie XVIII–XX w.*, Warszawa 2015.

⁶ W dalszej części artykułu nawiązania do pierwszego pytania badawczego oznaczone są skrótem PB1, a do drugiego — skrótem PB2.

⁷ J. Galtung, *Peace Journalism as an Ethical Challenge*, „GMJ: Mediterranean Edition” 1, 2006, nr 2, s. 1–5.

⁸ J.B. Thompson, *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge 1995, s. 174.

⁹ K. Riegert, *Pondering the Future for Foreign News on National Television*, „International Journal of Communication” 5, 2011, s. 172.

one również dla nich istotne, dlatego że w pewnym sensie dotyczą ich bezpośrednio, na przykład wówczas, gdy media nagłaśniają dany konflikt przez pryzmat konsekwencji, jakie niesie on dla ich państwa, co jest kwintesencją domestykacji¹⁰. Wydaje się, że ten element mógł odgrywać istotną rolę w sposobie ukazywania sporu rosyjsko-ukraińskiego i działań Rosji przez polskie media, między innymi ze względu na bliskość rozgrywanego konfliktu i możliwość jego przeniknięcia na terytorium Polski, a także w związku z konsekwencjami poniesionymi przez Polskę w wyniku wydarzenia, zwłaszcza ekonomicznymi, jak na przykład nałożeniem przez Rosję embarga na polskie produkty spożywcze i rolne.

Kreowanie obrazu „wroga” za pomocą negatywnych stereotypów narodowych czy religijnych w odniesieniu do państw czy poszczególnych polityków jest określane mianem dyspozycyjnego wizerunku wroga¹¹. Media stosują językowe i audiowizualne mechanizmy framingu będące formą schematów interpretacyjnych¹² oraz odnoszą się do przeszłych doświadczeń i relacji międzypaństwowych, ponieważ z góry zakładają, że dany aktor jest agresorem w konflikcie lub że dopuści się agresywnych i niehumanitarnych działań. W ten sposób dziennikarze demonizują i dehumanizują „wroga”, co znajduje bezpośrednie przełożenie w jego negatywnym nagłośnieniu. Podmioty uznawane za „ofiary”, którymi mogą być nasz kraj lub nasi sojusznicy¹³, będą z kolei ukazywane w sposób pozytywny, często bez względu na to, czy zasługują na taki status, czy też nie. Istotne po raz kolejny mogą okazać się w tym przypadku relacje międzypaństwowe, co powoduje, że „ofiary” częściej niż „agresorzy” są źródłami przekazów i otrzymują więcej uwagi mediów¹⁴. W konsekwencji opinii i punkty widzenia „wrogów” na temat konfliktów, w których uczestniczą, są zazwyczaj marginalizowane przez media, a jeżeli już się pojawiają, to wybierane są takie fragmenty, które odpowiadają negatywnemu wizerunkowi tych aktorów wykreowanemu przez dziennikarzy, podkreślające agresywność i niehumanitarność ich działań. Niekiedy jednak dostęp do opinii aktorów uznawanych przez media kraju nagłaśniającego za „wrogów”, tak jak to się działo w przypadku wcześniejszych etapów sporu (2014–2015)¹⁵, jest ograniczony lub wręcz niemożliwy, na przykład z powodu relacji międzypaństwowych czy też sposobu prowadzenia działań zbrojnych. To dodatkowo może wzmacniać widoczność „ofiary” w przekazach medialnych i nadawać ich działaniom bardziej pozytywny wydźwięk.

Metodologia badania

W celu uzyskania odpowiedzi na postawione pytania badawcze przeprowadzono analizę zawartości uzupełnioną o elementy analizy ramowej (ang. *framing*) i analizę po-

¹⁰ *News in a Globalized Society*, red. S. Hjarvard, Göteborg 2001.

¹¹ R. Ottosen, *Enemy Images and the Journalistic Process*, „Journal of Peace Research” 32, 1995, nr 1, s. 101.

¹² E. Goffman, *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, New York 1974.

¹³ R. Norström, M. Kolczyński, *War and Peace...*, s. 56.

¹⁴ R. Norström, *The Coverage...*, s. 109.

¹⁵ *Ibidem*, s. 117–122.

równawczą siedmiu mediów tradycyjnych — czterech dzienników prasowych (dwóch tabloidów: „Fakt”, „Super Express” oraz dwóch dzienników opinii: „Gazeta Wyborcza” i „Rzeczpospolita”) oraz dwóch telewizyjnych programów informacyjnych („Wiadomości” TVP i „Fakty” TVN). Wybrano te media ze względu na ich wysoką popularność wśród polskich odbiorców w 2018 roku¹⁶ i chęć zaobserwowania różnic między nagłośnieniem prasowym a telewizyjnym. Takie czynniki jak linia redakcyjna medium, jego właścicielstwo czy polityzacja nie były brane pod uwagę. Uznano, że popularność medium wyrażona wysoką oglądalnością lub poczytnością, a co za tym idzie — jego zasięg, jest istotniejszym elementem, ponieważ wiąże się z możliwością dotarcia z przekazem i prezentowaną przez media perspektywą sporu do jak najszerszego grona odbiorców. Ponadto badania Instytutu Monitoringu Mediów z 2018 roku poświęcone najbardziej opiniotwórczym mediom w Polsce pokazują, że wybrane do analizy dzienniki prasowe i stacje telewizyjne należą do najczęściej cytowanych w kraju¹⁷. „Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza”, „Fakt” i „Super Express” to cztery najbardziej opiniotwórcze dzienniki prasowe w Polsce w 2018 roku, a TVN i TVP1 znajdowały się w pierwszej piątce najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych w tamtym okresie¹⁸. Badane media mogły zatem wpływać na zawartość przekazów dotyczących incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej wytwarzanych przez inne redakcje, a tym samym kształtować opinie ich odbiorców na temat wydarzeń na Morzu Azowskim. To pokazuje, że wybór mediów do analizy był zasadny.

Analizie poddano materiały ukazujące się w okresie od 26 listopada 2018 roku, to jest dzień po zdarzeniu, do 7 grudnia 2018 roku, czyli ponad tydzień po incydencie, ponieważ wówczas zaobserwowano wygaszenie zainteresowania mediów nagłaśnianym konfliktem. Za pomocą klucza kodowego składającego się z 38 pytań jednokrotnego i wielokrotnego wyboru przebadano 87 materiałów odnoszących się do analizowanego zjawiska. Pytania odnosiły się między innymi do kontekstów geopolitycznych i historycznych wykorzystywanych w przekazach, konsekwencji wydarzenia dla Polski czy perspektywy nagłośnienia.

Wyniki

Badając perspektywę nagłośnienia incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej, wyróżniono sześć głównych kategorii: „wsparcie dla Ukrainy (ogólnie)”, „wsparcie dla ukraińskich władz”, „wsparcie dla ukraińskiej armii”, „wsparcie dla rosyjskich władz”, „wsparcie dla

¹⁶ M. Kurdupski, „Gazeta Polska Codziennie” z największym spadkiem sprzedaży w 2018 roku. „Fakt” najchętniej kupowany, Wirtualne Media, 6.02.2019, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/sprzedaz-dziennikow-2018-rok-fakt-gazeta-wyborcza> (dostęp: 17.12.2021); M. Kurdupski, „Fakty” liderem programów informacyjnych w 2018 roku, Wirtualne Media, 7.01.2019, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ogladalnosc-dziennikow-2018-rok-fakty-liderem> (dostęp: 17.12.2021).

¹⁷ Raport IMM: Najbardziej opiniotwórcze media 2018 roku, IMM, 29.01.2019, <https://www.imm.com.pl/imm-najbardziej-opiniotworce-media-2018-roku/> (dostęp: 4.02.2023).

¹⁸ *Ibidem*.

rosyjskiej armii”, „neutralność”. W ten sposób chciano zwrócić uwagę na różnice w sposobie ukazywania wydarzenia przez pryzmat zaangażowanych w nie aktorów, to jest władz i armii. W toku przeprowadzonej analizy udało się zaobserwować występowanie jedynie trzech perspektyw (tab. 1). Dominująca okazała się perspektywa proukraińska, w tym zwłaszcza „wsparcie dla Ukrainy — ogólnie” (71 materiałów). Ta perspektywa nagłośnienia była w szczególności zauważalna w przekazach „Wiadomości” TVP (22 materiały) oraz „Faktu” (trzyście materiałów) i „Rzeczpospolitej” (czternaście materiałów). Dla reszty analizowanych mediów był to również główny sposób informowania o starciu rosyjsko-ukraińskim. Perspektywa proukraińska wyrażała się również we „wspieraniu dla ukraińskich władz” (czternaście materiałów), w tym zwłaszcza decyzji ówczesnego prezydenta Ukrainy Petra Poroszenki o wprowadzeniu tymczasowego stanu wojennego w odpowiedzi na działania rosyjskiej marynarki wojennej względem ukraińskich okrętów i marynarzy. Dominacja proukraińskiej perspektywy nagłośnienia incydentu nie jest zaskakująca, ponieważ wybrane do analizy media w ten sam sposób ukazywały wcześniejsze etapy konfliktu rosyjsko-ukraińskiego (2014–2015)¹⁹. W związku z tym nastawienie dziennikarzy z badanych mediów do stron sporu pozostało takie samo, co pokazuje, że mimo upływu czasu i przeobrażeń konfliktu Rosja wciąż ukazywana jest przez analizowane redakcje jako wróg i agresor. Może to wskazywać na to, że kraj uznawany przez państwo pochodzenia medium za wroga będzie częściej ukazywany we wrogi i negatywny sposób niż w pozytywny.

Najrzadziej prezentowaną perspektywą wydarzenia była perspektywa neutralna (dwa materiały) widoczna wyłącznie w materiałach „Super Expressu” i „Rzeczpospolitej” (tab. 1). Dominacja perspektywy proukraińskiej i tym samym brak poparcia dla działań Rosji wyrażone w nagłośnieniu sygnalizuje stosowanie przez media perspektywy „my”–„oni” w celu identyfikacji Rosji jako agresora, a Ukrainy jako ofiary w incydencie na Morzu Azowskim.

Tabela 1. Perspektywa nagłośnienia wydarzenia

	„Fakt”	„Super Express”	„Gazeta Wyborcza”	„Rzeczpospolita”	„Wiadomości” TVP	„Fakty” TVN	Razem
Wsparcie dla Ukrainy — ogólnie	13	6	11	14	22	5	71
Wsparcie dla ukraińskich władz	2	0	2	8	0	2	14
Neutralność	0	1	0	1	0	0	2

Źródło: opracowanie własne.

Stosowanie perspektywy „my”–„oni” było również zauważalne w kontekście ukazania konsekwencji analizowanego wydarzenia dla Polski (tab. 2). W tym przypadku dostrzec można rozszerzenie ramy ofiary o Polskę, która podobnie jak Ukraina mogła

¹⁹ R. Norström, *The Coverage...*, s. 115; R. Smolak, *Rola polskich mediów...*, s. 41.

stać się, zdaniem dziennikarzy, celem agresywnych działań Rosji. Wśród konsekwencji incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej dla Polski znalazły się takie kategorie jak „zagrożenie militarne — ogólnie”, „zagrożenie militarne — ze strony Rosji”, „zagrożenie dla Polaków mieszkających na Ukrainie”, „konsekwencje ekonomiczne — ogólnie”, „inne (na przykład migracja)”. Stworzono również kategorię „brak konsekwencji”, którą stosowano w przypadku, gdy w materiałach nie wskazywano na żaden z wymienionych skutków konfliktu na Morzu Azowskim dla Polski.

Większość badanych przekazów (67 materiałów) nie zawierała odniesień do konsekwencji sporu rosyjsko-ukraińskiego dla Polski, co może wskazywać, że polskie media nie kreowały zbyt często wizerunku Rosji jako wroga poprzez nawiązania do zagrożeń, jakie niesie ze sobą incydent kerczeński dla ekonomicznego czy militarnego bezpieczeństwa kraju. Wśród 20 materiałów odnoszących się do konsekwencji sporu dla Polski dominująca okazała się kategoria „inne” (siedem materiałów). W ramach innych konsekwencji wydarzenia, które podkreślały w swoim nagłośnieniu zwłaszcza „Super Express” i „Wiadomości” TVP, znalazły się takie elementy jak kryzys humanitarny i migracyjny czy ewentualne skłócenie Polski z Ukrainą w wyniku działań Rosji. Inny przykład pojawił się w wywiadzie z generałem Romanem Polko, opublikowanym na łamach „Super Expressu” 27 listopada 2018 roku. W artykule *Agresja Rosji na Morzu Azowskim. Co z niej wynika? Ukraina nie może być bezkarnie bita* zwrócono uwagę, że elementami wojny informacyjnej Rosji z Ukrainą są szerzenie dezinformacji na temat działań strony ukraińskiej, a także podżeganie do sporów między Polską a Ukrainą w celu zapewnienia poparcia Polski i Zachodu dla działań Kremla, a przez to uniknięcia przez Rosję ewentualnych sankcji za naruszenie prawa międzynarodowego. Negatywne nastawienie badanych mediów do działań Rosji podkreślano także w ramach kategorii „zagrożenie militarne — ze strony Rosji” (trzy materiały), na co zwracały uwagę „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita” i „Wiadomości” TVP. Brak przygotowania armii na wystąpienie ewentualnego starcia zbrojnego Polski z Rosją, zwłaszcza braki w wyposażeniu polskiego wojska i konieczność jego modernizacji, podkreślono w artykułach: „Gazety Wyborczej” zatytułowanym *Kryzys na Ukrainie. Polska nie odrobiła lekcji* (27 listopada 2018 roku) i „Rzeczpospolitej” pod tytułem *Nie jesteśmy przygotowani do wojny* (28 listopada 2018 roku). Odnoszono się także do tego, że Polska nie wyciągnęła odpowiednich wniosków z wcześniejszego etapu sporu rosyjsko-ukraińskiego (2014–2015) i w ciągu czterech lat od wojny w Donbasie i kryzysu krymskiego nie podjęła odpowiednich kroków w celu zabezpieczenia granicy z Ukrainą. Uznano to za istotne uchybienie, ponieważ autorzy artykułów wskazali, że w przypadku ataku Rosji Polska nie będzie mogła liczyć na pomoc NATO i UE, a sama nie będzie w stanie poradzić sobie z rosyjską armią. Rosję demonizowano również, wskazując, że prowadzone przez nią działania w rejonie Morza Azowskiego mogą prowadzić do zagrożenia bezpieczeństwa Polaków mieszkających na Ukrainie (cztery materiały). Jest to kolejnym przykładem stosowania przez media ramy ofiary w sposób rozszerzony — w stosunku nie tylko do Ukrainy, lecz także do Polski.

Tabela 2. Konsekwencje wydarzenia dla Polski

	„Fakt”	„Super Express”	„Gazeta Wyborcza”	„Rzeczpospolita”	„Wiadomości” TVP	„Fakty” TVN	Razem
Zagrożenie militarne — ogólnie	0	0	0	1	2	2	5
Zagrożenie militarne — ze strony Rosji	0	0	1	1	1	0	3
Zagrożenie dla Polaków mieszkających na Ukrainie	3	0	0	1	0	0	4
Konsekwencje ekonomiczne — ogólnie	0	0	0	0	1	0	1
Inne	0	3	0	1	3	0	7
Brak konsekwencji	4	12	12	19	15	5	67

Źródło: opracowanie własne.

Dyspozycyjny wizerunek Rosji jako wroga kreowano także poprzez odniesienia historyczne i porównywanie sporu rosyjsko-ukraińskiego w Cieśninie Kerczeńskiej do wydarzeń z przeszłości. Badania wykazały, że ponad 20% wszystkich materiałów na temat incydentu zawierało nawiązania historyczne (tab. 3). Najczęściej ramy historyczne pojawiały się na łamach „Gazety Wyborczej” (pięć materiałów) i „Rzeczpospolitej” (siedem materiałów). Dziennikarze „Gazety Wyborczej” porównywali konflikt rosyjsko-ukraiński między innymi do wojny o Naddniestrze (1991–1992), w której Rosja, podobnie jak w przypadku kryzysu kerczeńskiego, odgrywała rolę agresora. Używano także nawiązań do II wojny światowej — odnoszono się zwłaszcza do agresji sowieckiej na Polskę, co mogło wywołać w rodzimych odbiorcach poczucie jedności z Ukrainą, szczególnie w kontekście podzielanych negatywnych doświadczeń w relacjach z Rosją. Konsekwencje agresywnych działań Rosji podkreślali również dziennikarze „Rzeczpospolitej”, którzy w materiale *Kijów spóźniony o cztery lata* odnosili się do naruszenia przez Rosję porozumienia „o przyjaźni, partnerstwie i współpracy” z Ukrainą z 1997 roku. W artykule podkreślono, że w wyniku rosyjskiej agresji władze Ukrainy będą dążyły do zerwania porozumienia. Wykorzystane w materiałach nawiązania historyczne pełniły zatem funkcję ram mających wskazać odbiorcom sposób interpretacji wydarzenia — jako rosyjskiej agresji, która ze względu na działania tego państwa we wcześniejszych sporach może zostać pogłębiona.

Ramowanie Rosji jako agresora wzmacniano poprzez porównywanie Władimira Putina do postaci historycznych. W jednym z artykułów „Super Expressu” działania Putina porównano do działań Adolfa Hitlera z 1938 roku, gdy III Rzesza dokonała aneksji Austrii. Warto zaznaczyć, że podobne porównania stosowano w czasie nagłośnienia wcześniejszych etapów konfliktów, co wskazuje na ciągłość narracji prowadzonej przez badane media²⁰. W ten sposób dziennikarze demonizowali działania rosyjskiego prezydenta,

²⁰ R. Norström, *The Coverage...*, s. 146.

a jednocześnie narzucali odbiorcom sposób dekodowania informacji i postrzegania nagłaśnianego wydarzenia zgodnie z przyjętą proukraińską perspektywą (zobacz tab. 1).

Tabela 3. Nawiązania historyczne pojawiające się w materiałach

	„Fakt”	„Super Express”	„Gazeta Wyborcza”	„Rzeczpospolita”	„Wiadomości” TVP	„Fakty TVN”	Razem
Tak	0	2	5	7	3	1	18
Nie	7	13	8	16	19	6	69

Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Celem niniejszego artykułu była analiza, czy, a jeżeli tak, to za pomocą jakich mechanizmów, najpopularniejsze w 2018 roku polskie dzienniki prasowe i telewizyjne programy informacyjne kreowały dyspozycyjny wizerunek Rosji jako wroga w czasie incydentu w Cieśninie Kerczeńskiej. Przeprowadzone badania wykazały, że dziennikarze z sześciu badanych mediów kształtowali negatywny obraz Federacji Rosyjskiej (PB1) i często odwoływali się do przeszłości, porównując wydarzenia na Morzu Azowskim do konfliktów, w których Rosja pełniła funkcję agresora, zarówno w stosunku do Polski, jak i innych państw, co jest zgodne z założeniami testowanej teorii (PB2).²¹ Poza ramami historycznymi polscy dziennikarze często sięgali po elementy domestykacji, odnosząc się do negatywnych konsekwencji sporu rosyjsko-ukraińskiego dla Polski, zwłaszcza zagrożenia militarnego państwa ze strony Rosji (tab. 2) (PB2). W ten sposób rozszerzano definicję ofiary o Polskę, zakładając, że rosyjska agresja nie zakończy się na działaniach prowadzonych na Morzu Azowskim, a może być elementem szerszej strategii destabilizacji państw regionu środkowoeuropejskiego. Wydaje się, że zastosowanie przez media tego mechanizmu miało służyć wzmocnieniu zainteresowania krajowego odbiorcy prezentowanym wydarzeniem. Widzowie i czytelnicy badanych mediów mogli bowiem poświęcać więcej uwagi doniesieniom medialnym na temat incydentu również z powodu obaw o własne bezpieczeństwo. Negatywne stereotypy i uprzedzenia narodowe w stosunku do Rosji wpłynęły w konsekwencji na proukraińską perspektywę nagłaśnienia wydarzenia, która okazała się dominująca w przypadku wszystkich badanych mediów (tab. 1). Potwierdza to tezę, że w przypadku wydarzeń, w których uczestniczy kraj uznawany przez państwo medium nagłaśniającego za wroga, dziennikarze będą zazwyczaj stosowali mechanizmy wzmacniające jego negatywny obraz. Wynika to z faktu, że dziennikarze są częścią danej społeczności i wpływ na ich działania, w tym percepcję danych aktorów i wydarzeń, mają utrwalone w zbiorowej tożsamości (narodu) postawy i oceny w stosunku do poszczególnych podmiotów, w tym przypadku Rosji i Ukrainy, co mogło zaburzać neutralność przekazów wytwarzanych przez polskie media.

²¹ R. Ottosen, *Enemy Images...*, s. 101.

Ograniczeniem przeprowadzonych analiz mogą być wykorzystane metody badawcze, w tym zwłaszcza analiza ramowa, która ma charakter jakościowy. Jakościowa część badań może być postrzegana jako subiektywna, ponieważ to badacz, który koduje zgromadzony materiał, decyduje o tym, czy dana rama i perspektywa nagłośnienia pojawiają się w materiale, czy też nie. Starano się rozwiązać problem subiektywizmu metody poprzez dwukrotne kodowanie materiałów badawczych w dwutygodniowym odstępie, celem sprawdzenia, czy przekazy zostaną zakodowane w taki sam sposób. Za ograniczenie badań może być uznane także kryterium doboru mediów do analizy, to jest popularność, i pominięcie takich czynników jak linia redakcyjna medium, co jednocześnie warunkuje różnice w obrębie grup odbiorczych czy perspektywy nagłośnienia. Przyszłe badania poświęcone ukazywaniu konfliktu rosyjsko-ukraińskiego w polskich mediach powinny zatem uwzględniać zróżnicowane typy mediów, między innymi pod względem właścicielstwa, linii redakcyjnej czy polityzacji, co pozwoliłoby na uzyskanie szerszego obrazu prezentowanej tematyki, szczególnie w wymiarze porównawczym.

Bibliografia

- Baluk W., *Incydent czy akt agresji w rejonie Cieśniny Kerczeńskiej*, „Wschód Europy. Studia humanistyczno-społeczne” 6, 2020, nr 1, s. 197–224.
- Galtung J., *Peace Journalism as an Ethical Challenge*, „GMJ: Mediterranean Edition” 1, 2006, nr 2, s. 1–5.
- Goffman E., *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, New York 1974.
- Kurdupski M., „Fakty” liderem programów informacyjnych w 2018 roku, *Wirtualne Media*, 7.01.2019, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/ogladalnosc-dziennikow-2018-rok-fakty-liderem>.
- Kurdupski M., „Gazeta Polska Codziennie” z największym spadkiem sprzedaży w 2018 roku. „Fakt” najchętniej kupowany, *Wirtualne Media*, 6.02.2019, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/sprzedaz-dziennikow-2018-rok-fakt-gazeta-wyborcza>.
- News in a Globalized Society*, red. S. Hjarvard, Göteborg 2001.
- Norström R., Kolczyński M., *War and Peace Journalism in the Coverage of the 2020 US Presidential Election*, „Athenaeum. Polskie studia politologiczne” 72, 2021, nr 4, s. 52–64.
- Norström R., *The Coverage of the Russian-Ukrainian Conflict by the Polish Media (2014–2015)*, Berlin 2019.
- Ottosen R., *Enemy Images and the Journalistic Process*, „Journal of Peace Research” 32, 1995, nr 1, s. 97–112.
- Raport IMM: Najbardziej opiniotwórcze media 2018 roku*, IMM, 29.01.2019, <https://www.imm.com.pl/imm-najbardziej-opiniotworce-media-2018-roku/>.
- Riegert K., *Pondering the Future for Foreign News on National Television*, „International Journal of Communication” 5, 2011, s. 1568–1585.
- Smolak R., *Rola polskich mediów w procesie domestykacji konfliktu rosyjsko-ukraińskiego. Analiza nagłośnienia medialnego kryzysu na Ukrainie przez „Fakt”, „Gazetę Wyborczą” oraz „Wiadomości” TVP*, „Studia Mediodoznawcze” 2016, nr 3, s. 29–43.
- Taradai D., *How news domestication may blur conflict: Coverage of the 2008 South Ossetia War in Ukraine*, „Central European Journal of Communication” 7, 2014, nr 1 (12), s. 67–81.
- Taras A., *Anatomia nienawiści. Stosunki polsko-rosyjskie XVIII–XX w.*, Warszawa 2015.
- Thompson J.B., *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge 1995.

The dispositional enemy image of Russia in the coverage of the Kerch Strait Incident (2018) by the Polish media

Keywords: dispositional enemy image, Kerch Strait Incident, media coverage, content analysis, framing

Summary

This paper aims to analyze how the Polish media constructed a dispositional enemy image of Russia during the Kerch Strait Incident. Eighty-seven materials from four daily newspapers and two TV news programs were analyzed using the content analysis method with elements of framing analysis and comparative analysis. The results show that the anti-Russian perspective of the coverage was the result of negative stereotypes and prejudices, and Polish journalists demonized Russia's actions by referring to historical events and the negative consequences of the Russo-Ukrainian dispute for Poland, such as the military threat from Russia.

Natalia Góraleczko

ORCID: 0009-0003-1398-7318

Uniwersytet Wrocławski, Wydział Nauk Społecznych

Rosyjska dezinformacja zagrożeniem dla polskiej przestrzeni informacyjnej. Studium przypadku: wojna w Ukrainie w 2022 roku

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.4>

Słowa kluczowe: dezinformacja, propaganda, fake news, wojna w Ukrainie, polska przestrzeń medialna

Wprowadzenie

Rosyjska dezinformacja opiera się na tak zwanym systemie matrioszek, który polega na „mnożeniu fikcyjnych źródeł informacji lub pozornie różnych aktorów procesów społecznych, którzy jednak — przynajmniej na poziomie strategicznym — preferują te same rozwiązania, korzystne dla określonego podmiotu politycznego”¹. Wobec tego, gdy jedno ze źródeł traci na wartości czy wiarygodności, odbiorca natychmiast otrzymuje kolejną fałszywą informację z innego źródła. Każda próba zweryfikowania prawdziwości przekazu doprowadza do pojawienia się tak zwanej matrioszki, czyli źródła innego niż poprzednie, ale przekazującego te same treści.

W wyniku działań aparatu propagandowego oraz wypracowanych przez lata technik i mechanizmów dezinformacji Rosjanie traktują dostarczany przez władzę przekaz jako „logiczny” i „autentyczny”. Po latach znajdowania się w „informacyjnej izolacji” społeczeństwo bezkrytycznie przyjmuje rzeczywistość konstruowaną przez kremlowskie władze. Co więcej, postęp technologiczny umożliwił także prowadzenie szerokich działań dezinformacyjnych w globalnej przestrzeni wirtualnej. Rosyjska władza do osiągnięcia celów polityki zagranicznej, obok telewizji, radia i prasy, wykorzystuje także internet, a w szczególności media społecznościowe — Twitter, Facebook, Telegram czy TikTok.

¹ M. Świerczek, „System matrioszek”, czyli dezinformacja doskonała. Wstęp do zagadnienia, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego” 19, 2018, https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-424b0c20-ea1c-444d-bcf8-a6d4b78cfdcf/c/PBW_19_-_Swierczek_I_-_polska_wersja.pdf (dostęp: 26.03.2022).

W czasie przygotowań do operacji militarnej przeciwko Ukrainie Federacja Rosyjska zintensyfikowała działania dezinformacyjne wymierzone nie tylko w ten kraj, lecz także w państwa Zachodu. Obok działań zbrojnych wzmocniono akcje rozpowszechniania i powielania nieprawdziwych informacji podważających między innymi suwerenność Ukrainy czy przedstawiających jej niepodległość jako historyczną aberrację. Oskarżenie ukraińskich sił zbrojnych o eskalację konfliktu w Donbasie i ludobójstwo dało Władimirowi Putinowi podstawę do uzasadnienia decyzji o uznaniu państwowości samozwańczych republik, a następnie rozpoczęcia 24 lutego 2022 roku „specjalnej operacji wojskowej”.

Wraz z kolejnymi dniami inwazji dostrzegalne jest większe zaangażowanie Rosji na froncie wojny informacyjnej zorientowane na społeczeństwo ukraińskie, państwa NATO oraz UE. Celem działań dezinformacyjnych jest w szczególności wykreowanie obrazu Ukrainy jako państwa upadłego, niezdolnego do obrony swoich obywateli i pozbawionego wsparcia Zachodu. Oznacza to, że na manipulacje informacyjne narażona jest także Polska. Rosyjska narracja skierowana do Polaków ma stymulować panikę przed zbliżającym się „widmem wojny”, zniechęcać do udzielania pomocy Ukrainie, a także budować niechęć wobec armii amerykańskiej i „rusofobicznej” polityki polskiego rządu.

Głównym celem niniejszej publikacji jest wskazanie szerokiego zakresu stosowanej przez Federację Rosyjską dezinformacji, która oddziałuje także na polski przekaz medialny. Analiza ma dostarczyć odpowiedzi na następujące pytania: Jakie są cele rosyjskiej dezinformacji? Jaki obraz Ukrainy stara się wykreować Rosja w swoim przekazie medialnym? Czy polska przestrzeń informacyjna jest zagrożona?

Geneza pojęcia dezinformacji

Zabiegi dezinformacyjne, a przy tym użycie odpowiednich metod i technik do skutecznego oddziaływania na społeczeństwo, stosowano intuicyjnie dużo wcześniej niż powstało samo pojęcie dezinformacji. Termin ten jest stosunkowo nowy, ponieważ po raz pierwszy użyto go dopiero w pierwszej połowie XX wieku, kiedy to w 1923 roku w Imperium Rosyjskim stworzono instytucję rządową — biuro dezinformacyjne. Głównym zadaniem powołanego urzędu było wprowadzanie w błąd w celu uzyskania określonych korzyści wizerunkowych, strategicznych, politycznych, finansowych czy militarnych. Z kolei w Polsce pojęcie to zaczęło funkcjonować w 1929 roku w Instrukcji Oddziału II Sztabu Wojska Polskiego, według której dezinformacja polegała na: „podaniu wywiadowi przeciwnika wiadomości ukrywających własne zamierzenia, czyli ochronę [!] istotnej własnej tajemnicy, oraz na zmuszaniu go do traktowania informacji podanej przez wywiad własny jako prawdziwej, względnie zmuszaniu wywiadu obcego do analizy inspirowanych wiadomości przez czas dłuższy”².

Z językoznawczego punktu widzenia samo słowo „dezinformacja” powstało poprzez przyłączenie przedrostka dez- (wskazanie na zaprzeczenie, pozbawienie lub odwrotność

² A. Peplowski, *Wojna o tajemnice. W tajnej służbie Drugiej Rzeczypospolitej*, Kraków 2011, s. 335.

tego, co nazywa drugi człon złożenia) oraz wyrazu „informacja” — ‘to, co powiedziano lub napisano o kimś lub o czymś, także zakomunikowanie czegoś’³. Wynika z tego, że dezinformacja to zakomunikowanie czegoś, co nie jest zgodne z prawdą, w celu wprowadzenia w błąd. Jednak w ostatnim czasie, z uwagi na szeroki wachlarz możliwości związanych z rozwojem mediów, internetu oraz innych środków przekazu, pojęcie dezinformacji nabrało wielostronnego znaczenia. Pojmowane jest najczęściej jako każde działanie informacyjne ukierunkowane na wywieranie wpływu na obywateli — ofiary. Takie rozumienie sprawia, że dezinformacja obejmuje propagandę (we wszystkich jej wymiarach) oraz tak zwane fake newsy. Zasadniczym rezultatem rozszerzenia zakresu znaczeniowego pojęcia jest przeniesienie uwagi ze zjawiska niezwykle groźnego na zjawiska o znaczeniu marginalnym. Jak zauważa polski historyk Marek Świerczek: „prawdziwa dezinformacja tonie w kakofonii medialnych doniesień na temat fałszywych wiadomości i przejawów nachalnej propagandy Kremla, co sprawia, że rzeczywista dezinformacja, pozbawiona działań osłonowych ze strony kontrwywiadu, staje się jeszcze bardziej szkodliwa”⁴. Tym samym konieczne jest precyzyjne ujęcie pojęcia dezinformacji.

Anatolij Golicyn, zbiegły na Zachód major KGB, w 1984 roku ujął dezinformację (odnosząc się do strategicznej dezinformacji ZSRR, głównie od 1958 roku) jako:

systematyczne wysiłki zmierzające do rozprzestrzeniania nieprawdziwych informacji i do zafałszowania lub zablokowania informacji dotyczących rzeczywistej sytuacji i polityki świata komunistycznego. W konsekwencji praktyki dezinformacyjne miały doprowadzić do zmylenia, wprowadzenia w błąd i wpływania tendencyjnie na świat niekomunistyczny, do podważania jego polityki oraz do skłonienia przeciwnika z Zachodu do nieświadomego przyczyniania się do realizacji celów komunizmu⁵.

Wskazywał, że systemy demokratyczne z racji swojego charakteru — większej otwartości i stabilności politycznej — nie potrzebują dezinformacji do ukrywania wewnętrznych kryzysów czy zarządzania nimi. Wręcz przeciwnie, głównym warunkiem udanego rozwiązania konfliktu jest jego upublicznienie, co z zasady nie pozostawia miejsca na manipulację informacją. Nawet jeśli rządy demokratyczne do pewnego stopnia zarządzają przekazem w celu lepszego promowania wizerunku swoich działań, to stosowanie dezinformacji na potrzeby wewnętrzne jest łatwe do wykrycia i może zostać wykorzystane przez opozycję przy kolejnej kampanii wyborczej. Z kolei w polityce zewnętrznej rządy demokratyczne stosują manipulację informacyjną w ograniczonym zakresie, głównie dla osiągnięcia ograniczonych celów narodowych⁶.

Wyżej omówiona definicja A. Golicyna stanowi punkt wyjścia dla dalszej części publikacji, ponieważ autor w swoich rozważaniach skupił się na manipulacji informacją w aspekcie politycznym, odnosząc się wprost do rządów, systemów i polityki. Zgodnie z prezentowanym ujęciem adresatami dezinformacji są wszyscy obywatele wrogich państw, niezależnie od odgrywanej roli społecznej. Warto jednak podkreślić, że od roz-

³ *Informacja*, hasło, [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/sjp/informacja;2466189.html> (dostęp: 26.03.2022).

⁴ M. Świerczek, „System matroszek”..., s. 210.

⁵ A. Golicyn, *Nowe kłamstwa w miejsce starych. Komunistyczna strategia podstępów i dezinformacji*, Kormorów [2009], s. 5.

⁶ *Ibidem*, s. 8.

prawy A. Golicyna minęło już ponad 38 lat — tym samym pewne systemy demokratyczne uległy degeneracji, a świat się zmienił, chociażby z uwagi na cyberprzestrzeń. Twierdzenie, że demokracja nie potrzebuje dezinformacji, wydaje się obecnie idealistyczne, ponieważ zakłada uczciwość i dobrą wolę decydentów wyłonionych w demokratycznych wyborach.

Jan Larecki, były funkcjonariusz kontrwywiadu i wywiadu PRL, w swoim kompendium z 2007 roku podjął się wyjaśnienia terminologii oraz słownictwa związanych z działalnością służb specjalnych. Jednym z omówionych pojęć była dezinformacja, czyli:

zaplanowane według jednolitej koncepcji tajne działanie polegające na przygotowaniu, opracowaniu i w konsekwencji podsunięciu/podrzuceniu/przekazaniu przeciwnikowi (jego służbie specjalnej) lub jawnym rozpowszechnianiu, ale z ukrytymi celami, w społeczeństwie kraju przeciwnika częściowo lub całkowicie fałszywych informacji, dokumentów (pism, listów, publikacji, rękopisów itp.), zdjęć lub w innej formie spreparowanych danych, mających wytworzyć pozornie prawdziwy obraz lub pogląd i kształtować opinię o sobie, zdarzeniu czy zjawisku zgodnie z operacyjnymi interesami służby specjalnej podejmującej działania dezinformacyjne lub/i politycznymi państwa, w interesie którego dana służba je realizuje, na ogół dla spowodowania bezpośredniej lub pośredniej szkody dla bieżących lub przyszłych interesów przeciwnika. Efektem takich działań jest wpływanie na procesy decyzyjne rozważane przez gremia innego państwa (rząd, parlament, organy gospodarcze), które mogą wykorzystywać takie informacje dla podejmowania decyzji szkodzących żywotnym interesom tego kraju⁷.

Podobnie jak A. Golicyn, J. Larecki kładzie nacisk na dezinformację o charakterze politycznym. Z definicji wynika, że ma ona na celu wprowadzenie w błąd ofiary i rozprzestrzenianie nieprawdziwych informacji, fałszowanie ich bądź blokowanie, aby wpływać tendencyjnie na przeciwnika i spowodować szkodę dla jego bieżących lub przyszłych interesów.

Tomasz R. Aleksandrowicz wskazuje zaś, że dezinformacja to:

taki sposób przekazania informacji — prawdziwej lub fałszywej — aby wprowadzić w błąd przeciwnika/konkurenta i skłonić go do zachowania zgodnego z naszymi oczekiwaniami i korzystnymi dla nas. Dezinformacja nie jest prostym kłamstwem, czyli przekazaniem fałszywej informacji, jest podstępem⁸.

W dalszej części wywodu udowadnia, że celem owego podstępu nie zawsze jest skłonienie wroga do określonego zachowania, ale także do zaniechania działań. W tym przypadku dezinformacja może pełnić funkcję ochrony własnych potrzeb. Kluczowe w definicji Aleksandrowicza jest położenie nacisku na ważny aspekt dezinformacji – musi zawsze zawierać część prawdy. Co więcej, informacje prawdziwe mogą zostać przekazane w taki sposób, żeby konkurent uznał je za fałszywe⁹.

Spośród wskazanych wyżej definicji pojęcia dezinformacji należy wyróżnić kilka elementów wspólnych. Przede wszystkim — dezinformacja jest domeną wyspecjalizowanych instytucji państwowych, które dysponują odpowiednimi zasobami. To świadome, umyślne i podstępne wykreowanie u przeciwnika fałszywego obrazu rzeczywistości, który ma nakłonić do podejmowania niekorzystnych decyzji. Co istotne, aby cały proces

⁷ J. Larecki, *Wielki leksykon służb specjalnych świata. Organizacje wywiadu, kontrwywiadu i policji politycznych świata, terminologia profesjonalna i żargon operacyjny*, Warszawa 2007, s. 159–160.

⁸ T.R. Aleksandrowicz, *Podstawy walki informacyjnej*, Warszawa 2016, s. 83.

⁹ *Ibidem*, s. 83.

zakończył się sukcesem, niezbędne jest zachowanie w tajemnicy źródeł pochodzenia informacji oraz pozbawienie ofiary możliwości ich zweryfikowania. Tym samym służby specjalne dokładają wszelkich starań, żeby zapanować nad kanałami uzyskiwania informacji przez odbiorcę. Całkowite odcięcie ofiary od alternatywnych źródeł decyduje o powodzeniu działań dezinformacyjnych. Spełnienie tych warunków sprawia, że odbiorca na podstawie fałszywych przesłanek dochodzi do fałszywych wniosków, których weryfikacja jest niemożliwa.

Takie ujęcie problemu wyklucza zarówno propagandę, jak i fake newsy z obszaru dezinformacji w ścisłym tego słowa znaczeniu. O ile w przypadku propagandy i fake newsów da się utrudnić identyfikację rzeczywistego źródła, o tyle nie można pozbawić odbiorcy możliwości zweryfikowania prezentowanych danych.

Metody i techniki rosyjskiej dezinformacji

Rosyjski sposób prowadzenia dezinformacji nazwano obrazowo „systemem matrioszek”. Podobnie jak w tradycyjnej rosyjskiej zabawce, w której po otwarciu lalki trafia się w środku na następną, tak w przypadku dezinformacji każda próba zweryfikowania informacji przez ofiarę i dotarcia do wiarygodnych danych doprowadza do pojawienia się kolejnej „matrioszki” — źródła zupełnie innego niż poprzednie, ale przekazującego takie same treści dopasowane do potrzeb odbiorcy. Federacja Rosyjska, która powstała na gruzach Związku Socjalistycznych Republik Radzieckich, przejęła najważniejsze elementy systemu sowieckiej państwowości, w tym także wypracowane i doskonalone przez lata metody i techniki dezinformacji.

Pomimo że nie istnieje jeden schemat dezinformacji, a dla każdego państwa czy grupy społecznej wypracowywany jest indywidualny model, to można wyróżnić jego główne cechy. Vladimir Volkoff, specjalista od dezinformacji i manipulacji świadomością, w publikacji *Psychosocjotechnika, dezinformacja — oręż wojny* wyróżnił kilka podstawowych metod dezinformacji¹⁰:

1. negacja i odwrócenie faktów — nagłaśnianie nieprawdziwej informacji przy założeniu, że nie ma świadków ani możliwości ustalenia prawdy; metoda nie jest powszechnie stosowana, ponieważ współcześnie trudniej jest ukryć niektóre wydarzenia;
2. mieszanie prawdy i kłamstwa — technika efektywna tylko kiedy opinia publiczna jest poinformowana o tym, co zaszło, ale nie zna dokładnie wszystkich szczegółów;
3. modyfikacja motywu i okoliczności — zasugerowanie motywu oraz okoliczności działania, które wywołują w odbiorcy przekonanie o wyższości, słuszności myślenia czy postępowania jednej ze stron;
4. rozmycie — zdominowanie głównej informacji przez szereg faktów nieistotnych dla danej sytuacji;
5. kamuflaż — drobiazgowo opisanie konkretnego zdarzenia, aby odwrócić uwagę od głównej informacji;

¹⁰ *Psychosocjotechnika, dezinformacja — oręż wojny*, red. V. Volkoff, Komorów 1999, s. 157–172.

6. interpretacja — przekazywanie informacji poprzez użycie sformułowań, które wywołują negatywne lub pozytywne skojarzenia u odbiorcy; metodę stosuje się, kiedy nie można zaprzeczyć faktom;

7. generalizacja — podkreślenie, że jednostkowe zdarzenie nie jest zjawiskiem wyjątkowym i występuje często, regularnie;

8. ilustracja — użycie jednostkowego zdarzenia jako ilustracji szerszego zjawiska społecznego;

9. nierówna reprezentacja — wykorzystywana szczególnie w przypadku rywalizacji politycznej, kiedy oponentom skracają się czas wypowiedzi, przerywa lub streszcza szerszy punkt widzenia przeciwników w jednym zdaniu;

10. równa reprezentacja — metoda charakterystyczna dla ostatniej fazy kampanii dezinformacyjnej, kiedy zdecydowana większość jest przekonana do tez głoszonych przez dezinformatorów; adresat przekazuje na temat danej koncepcji równą liczbę argumentów za i przeciw, a uzasadnienia promujące interesy konkretnej osoby czy grupy są bardziej przekonujące i poparte opinią ekspertów.

Zgodnie z badaniami ekspertów z Global Engagement Center na system rosyjskiej dezinformacji składa się pięć filarów: oficjalna komunikacja rządowa (ang. *official government communications*), globalne wiadomości finansowane przez państwo (*state-funded global messaging*), utrzymywanie i doskonalenie źródeł zastępczych (*cultivation of proxy sources*), media społecznościowe używane jako broń (*weaponization of social media*) oraz cyberprzestrzeń (*cyber-enabled disinformation*)¹¹.

Opracowany przez Federację Rosyjską aparat dezinformacji umożliwia wykorzystanie szerokiego wachlarza odmian fałszywych narracji, a co więcej — dostosowanie ich do różnych grup docelowych. Z kolei wykreowany efekt mnożnikowy mediów zwiększa zasięg poszczególnych filarów oraz intensyfikuje oddziaływanie na odbiorcę¹². Warto podkreślić, że efektywne funkcjonowanie systemu nie wymaga harmonizacji działań pomiędzy filarami. Możliwe jest więc jednoczesne propagowanie szeregu wersji danej informacji przy użyciu różnych środków przekazu. Tak wypracowany ekosystem utrudnia, a nawet uniemożliwia odbiorcom znalezienie rzetelnych, prawdziwych danych.

Jak zostało podkreślone wyżej, wypracowane przez lata działania rosyjskich służb specjalnych są dużo obszerniejsze niż przywołane metody dezinformowania oraz kanały dotarcia. Jednak ich wskazanie jest istotne nie tylko dla dalszej części publikacji, lecz także dla uwrażliwienia potencjalnego odbiorcy komunikatu w zakresie oszustw stosowanych w przestrzeni informacyjnej.

¹¹ Global Engagement Centre, *GEC Special Report: Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem*, na zlecenie: U.S Department of State, sierpień 2020, https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia%E2%80%99s-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf (dostęp: 26.03.2022).

¹² Teoria mnożnika informacyjnego zakłada, że odbiorcy, którym podaje się przekaz za pośrednictwem wielu rodzajów komunikatów, są bardziej podatni na prezentowaną informację. Więcej o zagadnieniu teorii mnożnika informacyjnego, *ibidem*.

Obraz Ukrainy, który kreuje Rosja

W dniu 24 lutego 2022 roku Władimir Putin wygłosił orędzie, w którym zapowiedział rozpoczęcie operacji militarnej w Ukrainie. „Specjalną operację wojskową” przeciwko narodowi ukraińskiemu umotywował potrzebą ochrony ludności z tak zwanych Donieckiej Republiki Ludowej (DNR) oraz Ługańskiej Republiki Ludowej (LNR) przed ludobójstwem. Prezydent Rosji podjął w orędziu także kwestię denazyfikacji Ukrainy i oskarżył to państwo o czystki etniczne oraz zbrodnie przeciwko ludności rosyjskojęzycznej¹³. Takie same zarzuty wykorzystał już w 2014 roku do umotywowania rosyjskiej agresji na Krym oraz wsparcia prorosyjskiej rebelii w Donbasie.

Przekaz promowany przez Putina nasilił się w lutym 2022 roku wraz z liczbą inspirowanych przez Rosję prowokacji zbrojnych „pod fałszywą flagą”, które miały przypisać ukraińskim siłom zbrojnym eskalację napięcia. Były to między innymi zamachy terrorystyczne na przywódców samozwańczych republik, ostrzały artyleryjskie celów cywilnych czy dywersja i sabotaż w obiektach infrastruktury krytycznej¹⁴. Strona rosyjska wykorzystywała podstawowe narracje z przełomu lat 2013/2014 i dostosowywała je do bieżących wydarzeń.

Podstawowym mitem eksponowanym przez Rosjan jest „panowanie w Ukrainie neonazistowskiego/nacjonalistycznego reżimu”. Ukraińskie władze są określane mianem „nazistowskiej junty” naruszającej prawa społeczeństwa rosyjskojęzycznego, która doszła do władzy w wyniku inspirowanej przez Zachód „kolorowej rewolucji”. Zdaniem Władimira Putina tożsamość niepodległego państwa ukraińskiego została zdominowana przez agresywną rusofobię i neonazizm. Wątek ten był aktywnie promowany już na początku 2014 roku. Odświeżono również narracje dotyczące między innymi wspierania Ukrainy przez bojowników Państwa Islamskiego czy promowania obrazu państwa ukraińskiego jako „marionetki” wykorzystywanej przez Zachód przeciwko Rosji¹⁵.

Od 2014 roku Rosja kreuje — na użytek wewnętrzny oraz w relacjach z Zachodem — fałszywy obraz Ukrainy jako „sztucznego państwa” pozbawionego stabilnej tradycji prawdziwej państwowości, bez historycznych podstaw funkcjonowania, a także jako tworu będącego skutkiem błędnych decyzji radzieckich przywódców. Podkreśla, że wpływy zachodnie sprowadziły Ukrainę do poziomu kolonii z „marionetkowym” reżimem. Promowana przez kremłowskie władzę komunikacja ma podważyć prawo narodu ukraińskiego do suwerennego i niepodległego państwa, a co więcej — uzasadniać rosyjskie roszczenia do ukraińskiego terytorium.

Rosyjskie ośrodki dezinformacyjne i propagandowe prowadzą skuteczne działania ukierunkowane na zewnątrz, a także do wewnątrz państwa. Wypracowywane przez lata

¹³ Więcej o orędziu Władimira Putina z 24 lutego 2022 roku, zob. *Putin declares military offensive in Ukraine as invasion starts*, https://www.youtube.com/watch?v=_5YeX8eCLgA (dostęp: 27.03.2022).

¹⁴ F. Bryjka, *Rosyjska dezinformacja na temat ataku na Ukrainę*, „PISM” 2022, nr 15, s. 2, <https://www.pism.pl/publikacje/rosyjska-dezinformacja-na-temat-ataku-na-ukraine> (dostęp: 2.04.2022).

¹⁵ N. Bochyńska, *Rosyjska wojna (dez)informacyjna. Ekspert: Celem Rosjan jest stymulowanie paniki w Polsce [wywiad]*, *Cyberdefence24.pl*, 25.03.2022, <https://cyberdefence24.pl/cyberbezpieczenstwo/rosyjska-wojna-dezinformacyjna-ekspert-celem-rosjan-jest-stymulowanie-paniki-w-polsce-wywiad> (dostęp: 2.04.2022).

aparatu dezinformacyjny przekłada się na przyjmowanie przez odbiorców zafałszowanej rzeczywistości oraz tworzenie „izolowanej infosfery”. Istotne są tutaj także aspekty historyczny i geopolityczny. Obszar Donbasu i Półwyspu Krymskiego to tereny, gdzie społeczeństwo identyfikuje się z Rosją, Związkiem Radzieckim i okresem przed 1991 rokiem. Oznacza to, że ukraiński przekaz jest konfrontowany z informacjami rosyjskimi, a w ostatecznym rozrachunku wygrywa ten drugi.

Jednym z przykładów prorosyjskiej akcji dezinformacyjnej jest przekaz związany z ostrzałem szpitala w Mariupolu. W wyniku ataku wojsk rosyjskich 9 marca 2022 roku zginęły trzy osoby, w tym jedno dziecko, a 17 zostało rannych. Obrazy z tego wydarzenia rozprzestrzeniły się w międzynarodowych mediach, a fotografie ciężarnych kobiet ewakuowanych ze szpitala trafiły na pierwsze strony portali internetowych. Aby zablokować przekaz do rosyjskiego społeczeństwa, dzień później (10 marca 2022 roku) podczas konferencji prasowej w tureckiej Antalyi, minister spraw zagranicznych Rosji Siergiej Ławrow wskazał, że w zbombardowanym szpitalu nie było pacjentów ani personelu, a sam obiekt został przejęty przez ukraiński batalion „Azow” i „innych radykałów”¹⁶. Zdaniem kremłowskiego ministra nagrania ukazujące kobiety w ciąży oraz z noworodkami zostały zmanipulowane. Kilka godzin po konferencji w internecie zaczęły pojawiać się wpisy negujące tragedię z Mariupola. Ambasada Rosji w Londynie zacytowała na Twitterze słowa Ławrowa oraz wskazała, że widoczna na zdjęciach kobieta odgrywała rolę, aby zagrać na emocjach¹⁷.

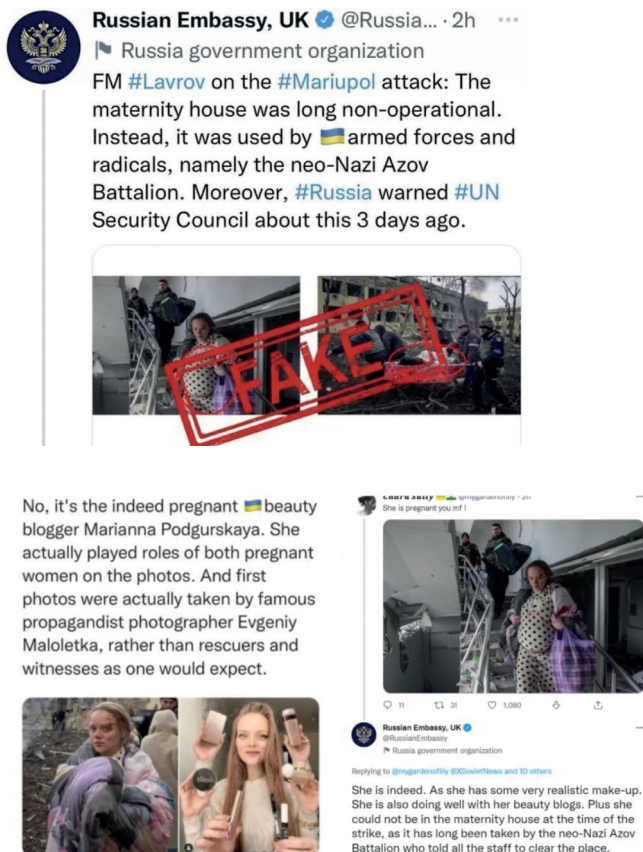
W tym przypadku rosyjska dezinformacja miała przekonać adresata, że atak na szpital był przedstawieniem zaplanowanym przez Ukraińców. Co ważne, Rosja podkreślała, że w tej „inscenizacji” udział wzięła blogerka, która zawodowo zajmuje się kosmetykami i makijażami. Uwypuklenie tej profesji miało zasugerować odbiorcy, że kobieta wiedziała, jak się ucharakteryzować na ofiarę bombardowania.

W swoim przekazie kreowania rzeczywistości Rosja nie pomija także Zachodu. Zgodnie z narracją prowadzoną przez Kreml za „kryzys” w Ukrainie odpowiedzialne są państwa NATO. To właśnie członkowie Paktu Północnoatlantyckiego zostają oskarżeni o prowadzenie na obszarze postsowieckim polityki, która zagraża bezpieczeństwu i interesom Rosji. Federacja Rosyjska stawia się w roli ofiary, która poprzez ofensywne działania broni i chroni obywateli. Prowadzona narracja w połączeniu z antyukraińską kampanią dezinformacyjną ma również dotrzeć do środowisk politycznych z państw europejskich oraz krajów Ameryki Północnej, które sprzeciwiają się wspieraniu Ukrainy bądź popierają je w ograniczonym zakresie. W tym celu kremłowskie ośrodki dezin-

¹⁶ BBC, *Russian Foreign Minister Sergey Lavrov claims radicals took over the Mariupol maternity and children's hospital and mothers and staff had been chased out before strike*, <https://twitter.com/i/status/1501872213141737478> (dostęp: 30.03.2022).

¹⁷ K. Jabłonowski, *Atak inscenizowany, a ciężarną zagrała blogerka — rosyjska dezinformacja neguje bombardowanie szpitala w Mariupolu*, [Konkret24.tvn24.pl](https://konkret24.tvn24.pl), 11.03.2022, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/atak-inscenizowany-a-ciezarna-zagrała-bloggerka-rosyjska-dezinformacja-neguje-bombardowanie-szpitala-w-mariupolu,1098998.html> (dostęp: 30.03.2022).

formacyjne rozpowszechniają tezę, że zachodnia pomoc wojskowa tylko zachęca armię ukraińską do dalszej eskalacji konfliktu¹⁸.



Zdjęcie 1. Wpis rosyjskiej ambasady w Londynie z 11 marca 2022 r.

Źródło: Twitter removes Russian embassy tweet on Mariupol bombing, <https://www.theguardian.com/world/2022/mar/10/twitter-removes-russian-embassy-tweet-on-mariupol-bombing> (dostęp: 2.04.2022).

Władimir Putin podczas orędzia zapowiadającego rozpoczęcie wojny w Ukrainie odniósł się także do NATO oraz USA, skupiając się na ich militarnych interwencjach oraz niepoahamowanych ambicjach¹⁹: „Mówimy o niepokojących nas i fundamentalnych zagrożeniach, które rok w rok i krok po kroku tworzą w stosunku do naszego kraju nieodpowiedzialni politycy Zachodu. [...] Mam na myśli rozszerzenie NATO na wschód i przybliżanie jego infrastruktury wojskowej do granic Rosji”. Prezydent Rosji podkreślił, że to

¹⁸ F. Bryjka, *Rosyjska dezinformacja...*

¹⁹ Putin wypowiada Wojnę! Orędzie 24.02.2022 FULL CAŁOŚĆ, <https://www.youtube.com/watch?v=MAmpcGPh6Vo>, czas: 5:36–10:48 (dostęp: 2.04.2022).

nie on prowadzi agresywną politykę, a Zachód, zatem pomimo bezskutecznych negocjacji z państwami Sojuszu, NATO zaczyna stanowić zagrożenie dla rosyjskiego narodu.

Podczas przemowy Putin wspomniał bombardowanie Belgradu w 1999 roku, operacje w Iraku, Libii i Syrii, a jednocześnie oskarżył Zachód o ustanawianie własnego porządku w wielu regionach świata i tym samym lekceważenie międzynarodowego prawa: „można odnieść wrażenie, że praktycznie wszędzie, w wielu regionach świata, gdzie Zachód przychodzi ustanawiać własny porządek, rezultatem są krwawe, niezagojone rany, wrzody międzynarodowego terroryzmu i ekstremizmu. To najbardziej rażące, ale w żadnym wypadku nie jedyne przykłady lekceważenia prawa międzynarodowego”.

W przekazie podkreślono także niewywiązanie się NATO z umowy dotyczącej państw Europy Środkowo-Wschodniej, które wnoszą do sojuszu swoje „kompleksy, rusofobię i stereotypy związane z rzekomym rosyjskim zagrożeniem”. Zgodnie z orędziem zachodnie państwa (naśladujące USA) prowadzą z Rosją wojnę na froncie ideologicznym poprzez niszczenie rosyjskich tradycyjnych wartości i narzucanie wartości „sprzecznych z samą naturą człowieka”.

To jedynie niewielka część narracji kolportowanej do Rosjan, Ukraińców oraz zachodniego społeczeństwa. Celem prowadzonej dezinformacji jest wywołanie chaosu informacyjnego, który utrudni ocenę rzeczywistej sytuacji. Za pośrednictwem mediów i innych środków przekazu, Kreml podaje zawyżone dane o stratach po stronie ukraińskiej i rozpowszechnia nieprawdziwe komunikaty dotyczące słabości ukraińskiego oporu czy wydarzeń, które zachodzą na obszarze działań wojennych. Takie działania ma przekładać się na słabnące morale narodu ukraińskiego oraz podważenie zaufania do ukraińskich władz. Co więcej, wskutek potęgowania atmosfery strachu i paniki wśród przeciwnika podaje w wątpliwość ukraińskie zdolności do obrony i tworzy obraz narodu porzuconego przez Zachód. Jednak, jak wskazano wyżej, kremlowska dezinformacja nie ogranicza się wyłącznie do najbliższego wroga. Celem działań Rosji jest również wywarcie presji na NATO oraz państwa europejskie, aby zaprzęstały wspierania Ukrainy. Sugerowanie użycia środków odwetowych, między innymi poprzez nakazanie postawienia w stan gotowości rosyjskich sił odstraszania nuklearnego, ma wywołać strach wśród obywateli Zachodu i osłabić determinację rządów do udzielania Ukrainie pomocy humanitarnej czy militarnej. Rosyjskie władze mogą także nawoływać radykalne środowiska z Europy do wywoływania antyukraińskich nastrojów, zaostrzania debaty publicznej i zdestabilizowania wspólnoty transatlantyckiej.

Zagrożenia dla polskiej przestrzeni informacyjnej

Od momentu inwazji wojsk rosyjskich na Ukrainę kremlowskie zasoby medialne propagują „alternatywny punkt widzenia” wydarzeń, które rozpoczęły się 24 lutego 2022 roku. Szeroko zakrojone działania dezinformacyjne obejmują nie tylko oficjalne kanały, lecz także inne źródła informacyjne — internet oraz media społecznościowe. W ciągu 48 godzin od rozpoczęcia tak zwanej specjalnej operacji wojskowej Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych zidentyfikował działania co najmniej trzech zorganizowa-

nych grup roboczych, które prowadziły dezinformację w mediach społecznościowych, w szczególności w portalach Facebook oraz Twitter, skierowaną do polskiego odbiorcy. Zgodnie z prezentowanymi danymi łączne dotarcie dezinformatorów było na poziomie 2 mln użytkowników. Prorosyjskie wpisy zamieszczane przez zorganizowane grupy robocze dotyczyły kwestii Ukrainy, NATO, UE oraz polskiej sytuacji gospodarczej. Zintensyfikowano także informacje dotyczące rosnących cen paliwa oraz dostępności ropy w Polsce²⁰.

W efekcie działania dezinformacyjne wywołały gwałtowne reakcje — Polacy masowo tankowali pojazdy, wlewali paliwo do kanistrów i wiader. Z raportu Proxi.cloud i UCE Research wynika, że od 24 lutego nastąpiło gwałtowne wzmożenie wizyt na polskich stacjach benzynowych — o ponad 36% w porównaniu z dniem poprzedzającym inwazję na Ukrainę. Nasilony ruch utrzymywał się przez trzy dni (do 26 lutego), a następnie zaczął sukcesywnie spadać²¹.

Kolejnym atakiem dezinformacji na polską przestrzeń informacyjną były doniesienia o walkach toczących się w okolicach Strefy Wykluczenia wokół Czarnobylskiej Elektrowni Jądrowej. Wojna w Ukrainie oraz działania wokół Czarnobylskiej Elektrowni Jądrowej wywołały chaos informacyjny i dały doskonały pretekst do szerzenia dezinformacji. W tym przypadku Federacja Rosyjska wykorzystała historyczne skojarzenia związane z wydarzeniami z 1986 roku, czyli katastrofą w elektrowni jądrowej w Czarnobylu. Po doświadczeniach z wybuchem elektrowni jądrowej w polskiej świadomości silnie zakorzeniły się lęk przed katastrofą nuklearną i niechęć do technologii jądrowej w ogóle²². Skutki działań dezinformacyjnych można było zauważyć pierwszego dnia rosyjskiej inwazji. Z danych udostępnionych przez serwis GdziePoLek.pl wynika, że 24 lutego odnotowano wzmożone zainteresowanie dostępem w aptekach roztworu wodnego jodu, czyli płynu Lugola. Tego dnia preparat był wyszukiwany ponad 30 tys. razy, co daje wzrost o ponad 31 000% w stosunku do poprzednich dni. Jednocześnie płyn Lugola sprzedawało ponad 30% aptek podłączonych do systemu GdziePoLek.pl²³.

W związku z doniesieniami o sytuacji w czarnobylskiej Strefie Wykluczenia Państwowa Agencja Atomistyki (PAA) poinformowała w oficjalnym komunikacie, że nie zaobserwowano niepokojących wyników pomiarów, a na terytorium Polski nie wystąpiło żadne zagrożenie dla zdrowia i życia ludzi oraz środowiska²⁴. Pomimo oświadczenia

²⁰ IBIMS, *Komunikat ws. prorosyjskich grup prowadzących działania dezinformacyjne* 25.02.22, 25.02.2022, <https://ibims.pl/komunikat-ws-prorosyjskich-grup-prowadzacych-dzialania-dezinformacyjne-25-02-22/> (dostęp: 4.04.2022).

²¹ UCE, *Inwazja na Ukrainę spowodowała panikę wśród kierowców. Ruch na stacjach paliw wzrósł o 40 proc.*, 11.03.2022, <https://uce-pl.com/news/inwazja-na-ukraine-spowodowala-panike-wsrod-kierowcow-ruch-na-stacjach-paliw-wzroslo-o-czterdziesci-procent> (dostęp: 18.04.2022).

²² Zob. CBOS, *Stosunek do energetyki jądrowej*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_069_21.PDF (dostęp: 19.04.2023).

²³ Zob. statystyki dla wybranego opakowania płynu Lugola. *Płyn Lugola. Roztwór wodny jodu*, <https://www.gdziepolek.pl/produkty/94664/plyn-lugola-roztor-wodny-jodu-ptyn/statystyki?pvId=91970> (dostęp: 22.03.2022).

²⁴ Państwowa Agencja Atomistyki, <https://twitter.com/PAAAtomistyki/status/1499640787113414658> (dostęp: 18.04.2022).

PAA w internecie zarejestrowano wzrost wpisów dotyczących pożarów elektrowni i promieniowania. Zaczęły pojawiać się posty przypominające historię katastrofy w Czarnobylu, informujące o zwiększonym promieniowaniu czy apelujące o dostarczenie do aptek odpowiednich zapasów gazu Lugola.

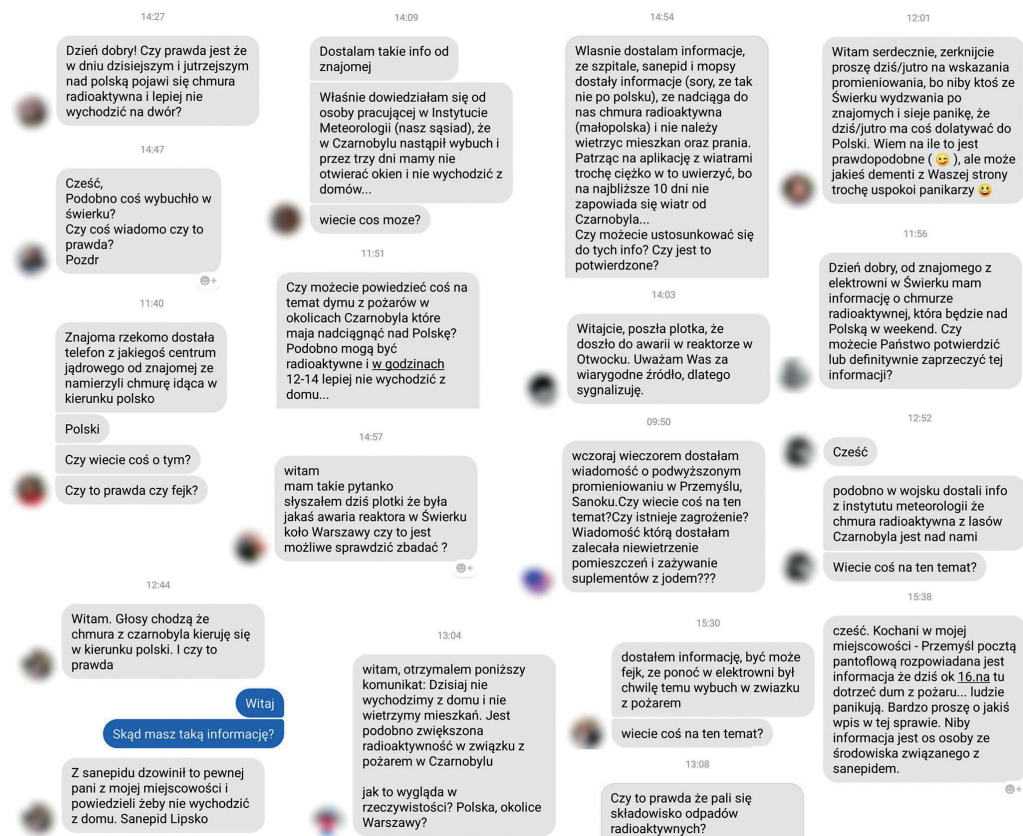
Kolejne zintensyfikowanie działań w zakresie wywołania chaosu informacyjnego odnotowano 31 marca 2022 roku, kiedy to wojska rosyjskie wycofały się z terenu elektrowni atomowej w Czarnobylu. Ukraińskie oraz białoruskie media podały, że żołnierze okupujący Czarnobyl i zanieczyszczoną strefę trafili do centrum leczenia chorób popromiennych w Białorusi. Z kolei dwa dni później, 2 i 3 kwietnia, w mediach społecznościowych na popularności zyskały posty alarmujące o rozprzestrzeniającej się nad Polską promieniotwórczej chmurze znad Czarnobyla. „Dziś w nocy i jutro cały dzień będzie przechodzić nad Polską promieniotwórcza chmura znad Czarnobyla (Spowodowana pożarami lasów w okolicach Czarnobyla). Polskie media praktycznie nie podają tego do wiadomości. Zostańcie w domach, nie otwierajcie okien. Udostępnicie tę wiadomość jak największej ilości ludzi” — komunikaty o takiej treści, z załączonym zdjęciem płonącego lasu z 2020 roku, zaczęły masowo pojawiać się na Facebooku i Twitterze.



Zdjęcie 2. Wpis dotyczący rozprzestrzeniającej się nad Polską promieniotwórczej chmury znad Czarnobyla

Źródło: <https://www.facebook.com/Napromieniowani/posts/5633219396689574> (dostęp: 30.03.2022)

Doniesienia w sprawie radioaktywnej chmury znad Czarnobyla wywołały niepokój polskiego społeczeństwa, co w efekcie przełożyło się na szybkie rozprzestrzenienie fałszywych informacji. Profil napromieniowani.pl zamieścił zrzuty ekranu dziesiątek pytań dotyczących promieniotwórczego zagrożenia. Obrazuje to skalę oraz zmasowanie rozpowszechnianego fake newsa. Warto zwrócić uwagę na różnorodność przekazu oraz odwołania do instytucji takich jak Państwowa Inspekcja Sanitarna, Narodowe Centrum Badań Jądrowych czy Państwowa Agencja Atomistyki, gdzie bezpośrednim źródłem informacji był właśnie pracownik jednej z tych organizacji bądź tak zwany znajomy znajomego.



Zdjęcie 3. Rozmowy dotyczące promieniotwórczej chmury przechodzącej nad Polską

Źródło: <https://www.facebook.com/Napromieniowani/photos/a.721369584541271/3396088620402674/?type=3&th eater> (dostęp: 30.03.2022).

Zastosowana przez Kreml dezinformacja miała na celu zasianie paniki wśród Polaków, stworzenie chaosu informacyjnego oraz wzmocnienie negatywnych emocji wokół energetyki atomowej. Fałszywe przekazy dotyczące radioaktywnej chmury znad Czarnobyla to przejaw tak zwanej narracji strachu, która opiera się na konstruowaniu, nakierowywaniu oraz skutecznym podsycaniu leków głęboko zakorzenionych w spo-

łecznej świadomości. Dzięki temu odbiorca jest bardziej podatny na to, co zobaczy bądź przeczyta w internecie. Bez wnikliwszej analizy problemu przekazuje wiadomość dalej, co skutkuje rozprzestrzenieniem się fake newsa na szeroką skalę. W ten sposób Rosja buduje podłoże do dalszych manipulacji i dezinformacji.

Rosyjska narracja ma także osłabić poparcie dla przyjmowania uchodźców z Ukrainy oraz wywołać niechęć w stosunku do ukraińskiego narodu. Jeszcze przed rozpoczęciem inwazji Instytut Badania Internetu i Mediów Społecznościowych (dalej: IBIMS) w okresie 21–23 lutego 2022 roku odnotował ponadnormatywną aktywność takich fraz kluczowych jak „banderowcy”, „UPA”, „Ukraińcy”, „ukraińscy uchodźcy”, „ludobójstwo”, a także „prezydent Rosji”. Wszystkie słowa były użyte w kontekście negatywnym oraz podkreślającym zagrożenie dla Polaków. Odnotowano 4500 wzmianek o charakterze prorosyjskim bądź wspierających działania Rosji wobec Ukrainy. Zasięg dotarcia oszacowano na poziomie 2 mln²⁵. W kolejnych dniach narracja została zintensyfikowana, a w mediach społecznościowych rejestrowano stały, dynamiczny wzrost implementacji treści o charakterze antyukraińskim i antyuchodźczym. Po ogłoszeniu przez polski rząd decyzji o nadawaniu Ukraińcom numeru PESEL po raz pierwszy od rozpoczęcia wojny odnotowano przewagę narracyjną wpisów antyuchodźczych nad prouchodźczymi²⁶.

Ukraińce mając PESEL pobierają 500+ oraz 12000zł na dziecko i wracają na Ukrainę. Tym czasem w Polsce 3 tony węgla 6000zł a benzyna prawie 7zł ludzie obudzić się , przestańcie wywieszać Ukraińskie flagi bo zimą będziecie chrustem pałic .



Brakujący kontekst. Niezależni weryfikatorzy informacji uważają, że te informacje mogą wprowadzać w błąd.

Wyświetl szczegółowe informacje

Zdjęcie 4. Post dotyczący wielodzietnej rodziny z Ukrainy

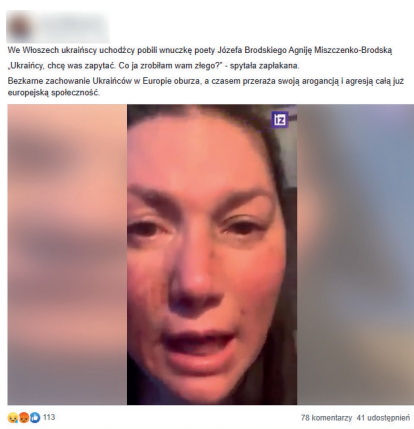
Źródło: <https://www.facebook.com/robert.hurka.3/posts/8063603750332350> (dostęp: 12.05.2022).

Zgodnie z analizą IBIMS dezinformacja bazująca na takich treściach operuje w dwóch przestrzeniach — fizycznej oraz ekonomicznej. Podłożem do naruszenia bezpieczeństwa ekonomicznego jest niebezpieczeństwo związane z utratą pracy, ograniczeniami możliwości rozwoju czy staniem się „obywatelem drugiej kategorii” we własnym państwie.

²⁵ IBIMS, *Komunikat ws. dezinformacji ws. sytuacji na Ukrainie w internecie*, 23.02.2022, <https://ibims.pl/komunikat-ws-szerzenia-dezinformacji-ws-sytuacji-na-ukrainie-w-polskiej-przestrzeni-internetowej/> (dostęp: 20.04.2022).

²⁶ IBIMS, *Komunikat 21-03-22 ws. sytuacji komunikacyjnej tematu #uchodźcy*, 21.03.2022, <https://ibims.pl/komunikat-21-03-22-ws-sytuacji-komunikacyjnej-tematu-uchodzczy/> (dostęp: 25.04.2022).

Wykorzystując lęki społeczne, buduje się obraz Ukraińców jako „wyzyskiwaczy” czy „oszustów korzystających z polskich pieniędzy”. Jednym z przykładów wpisujących się w ten schemat dezinformacji jest post przedstawiający wielodzietną rodzinę, która miała otrzymywać świadczenia z polskiego budżetu, a później opuścić państwo. Po weryfikacji wyklarowało się, że fotografia przedstawia polską rodzinę mieszkającą w Ukrainie. Reportaż dotyczący państwa Barnusiów ukazał się w TVP Polonia 23 lutego 2022 roku, czyli dzień przed wybuchem wojny²⁷. Jednocześnie zgodnie z prawem obowiązującym w Polsce świadczenia programu „Rodzina 500+” na pierwsze dziecko i kolejne dzieci do osiemnastego roku życia oraz rodzinny kapitał opiekuńczy przysługują Ukraińcom, którzy leganie przebywają na terytorium państwa polskiego. W przypadku wyjazdu z Polski, na okres powyżej jednego miesiąca, tracą oni prawo pobytu oraz wsparcie socjalne²⁸.



Zdjęcie 5. Post dotyczący aktorki Agniji Miszczenko-Brodskiej pobitej przez uchodźców

Źródło: <https://www.facebook.com/jacek.medrzycki/posts/664247664610427/>

Naruszenie strefy dotyczącej bezpieczeństwa fizycznego ma zaś wywołać poczucie lęku o własne życie. Od początku rosyjskiej inwazji na Ukrainę w mediach na szeroką skalę rozpowszechnia się informacje na temat uchodźców. Część wpisów szczególnie podkreśla agresywne zachowanie Ukraińców, aby podważyć zaufanie do osób, które uciekły, oraz zniechęcić społeczeństwo do pomocy. Na Facebooku opublikowano nagranie przedstawiające aktorkę Agniję Miszczenko-Brodską, która przekazała, że została pobita przez Ukraińców. Nagranie zaczęły udostępniać rosyjskie media, między innymi 5-tv.ru, Gazeta.ru, Life.ru, Tsargrad, Regnum oraz Vzglyad, które wskazywały, że sprawcami byli ukraińscy uchodźcy, a powodem agresji miało być rosyjsko-żydowskie pochodzenie aktorki. Pomimo sprostowań artystki na temat pochodzenia oprawców (byli

²⁷ Zob. TVP Polonia, *Barnusiów droga do Polski - reportaż*, 23.02.2022, <https://polonia.tvp.pl/55875023/barnusiow-droga-do-polski-reportaz> (dostęp: 12.05.2022).

²⁸ Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej, *Świadczenie Rodzina 500+ i Rodzinny Kapitał Opiekuńczy*, 28.02.2022, <https://www.gov.pl/web/rodzina/swiadczenie-rodzina-500-i-rodzinny-kapital-opiekunczy> (dostęp: 25.04.2022).

to Ukraińcy od lat mieszkający we Włoszech) w polskich mediach społecznościowych udostępniano wpisy bazujące na prorosyjskiej interpretacji²⁹.

Zastosowana przez media rosyjskie dezinformacja ma osłabić poparcie dla Ukrainy w Polsce poprzez manipulowanie historią, podsycanie mowy nienawiści na temat relacji etnicznych czy budowanie perspektyw katastroficznych w związku z ukraińską imigracją. Rosyjski przekaz adresowany do Polaków jest szczególnie zorientowany na wywołanie atmosfery strachu, a nawet paniki. Co więcej, w obszarze zainteresowań Kremla leży także podważanie wiarygodności zobowiązań sojuszniczych zachodnich partnerów Polski (z wykorzystaniem do tego II wojny światowej). Michał Marek, ekspert w zakresie dezinformacji dotyczącej Ukrainy, wskazuje, że:

w efekcie działań Rosjan Polacy coraz częściej zaczynają obawiać się zaistnienia rosyjskiego ataku na Polskę. Stymulowanie paniki w naszym społeczeństwie poprzez eksponowanie zbliżającego się widma wojny, to kluczowy cel Rosjan na naszym kierunku. Zgodnie z ich zamierzeniem Polacy mają wystąpić przeciwko udzielaniu pomocy Ukrainie, ale również przeciwko obecności wojsk USA w Polsce³⁰.

Tym samym należy spodziewać się tendencji wzrostowej w zakresie intensywności rosyjskich działań dezinformacyjnych przeciwko Polsce.

Zakończenie

Federacja Rosyjska jeszcze przed rozpoczęciem inwazji na Ukrainę prowadziła zmasowane działania dezinformacyjne. Kremlowski przekaz koncentrował się na rozwoju podstawowych narracji stosowanych już na przełomie lat 2013/2014. Zasadnicze kierunki, wypracowane i doskonalone przez lata, są aktualizowane. Nadawca rosyjski skupia się przede wszystkim na micie rzekomego panowania w Ukrainie neonazistowskiego czy nacjonalistycznego reżimu. W dalszej kolejności kreuje fałszywy obraz kraju jako pozbawionego tradycji prawdziwej państwowości i historycznych podstaw funkcjonowania, będącego skutkiem błędnych decyzji radzieckich przywódców. Podobnie odświeżane są narracje dotyczące wspierania narodu ukraińskiego przez Zachód, co ma sprowadzać kraj do poziomu marionetki bez prawa do suwerenności i niepodległości. W efekcie działania mechanizmów i technik wypracowanych przez rosyjskie ośrodki dezinformacyjne i propagandowe obywatele Federacji Rosyjskiej bezkrytycznie przyjmują zafałszowaną rzeczywistość. Po wielu latach znajdowania się w „izolowanej infosferze” nawet wyjątkowo prymitywny przekaz traktują jako logiczny i autentyczny.

Za sprawą „specjalnej operacji wojskowej” przeciwko narodowi ukraińskiemu, która rozpoczęła się 24 lutego 2022 r., Władimir Putin chce wywołać chaos informacyjny mający utrudnić ocenę rzeczywistej sytuacji. Za pośrednictwem mediów oraz innych środków przekazu możliwe jest podawanie zawyżonych danych o stratach po stronie ukraińskiej oraz rozpowszechnianie nieprawdziwych komunikatów o słabości przeciwnika czy wydarzeniach dziejących się na terenie prowadzenia działań wojennych. Ma to

²⁹ Demagog.org.pl, *Wnuczka rosyjskiego poety pobita przez uchodźców? Fake news!*, 6.05.2022, https://demagog.org.pl/fake_news/wnuczka-rosyjskiego-poety-pobita-przez-uchodzcow-fake-news/ (dostęp: 10.06.2022).

³⁰ N. Bochyńska, *Rosyjska wojna...*

mieć bezpośrednie przełożenie na osłabienie morale Ukraińców oraz podważenie zaufania do osób decyzyjnych.

Kremłowska narracja dezinformacyjna nie ogranicza się wyłącznie do najbliższego wroga. Na ataki informacyjne narażeni są także Polska oraz jej zagraniczni partnerzy. Przed rozpoczęciem inwazji z 24 lutego 2022 roku działania dezinformacyjne można było scharakteryzować jako długofalowe i nieintensywne. Jednak wraz z początkiem wojny zarejestrowano zdecydowany wzrost aktywności rosyjskich trolli oraz zorganizowanych grup roboczych. Głównymi obszarami operacji informacyjnych wobec Polski są relacje polsko-amerykańskie, członkostwo w NATO, integracja europejska, kwestie historyczne, bezpieczeństwo energetyczne, kwestie społecznoekonomiczne oraz elementy związane z relacjami z Ukrainą. Wskazane wektory są dobierane w zależności od bieżących potrzeb Federacji Rosyjskiej i nastrojów w Polsce oraz na świecie. Celem cyberataków coraz częściej staje się opinia publiczna, co oznacza, że każdy z użytkowników sieci i mediów społecznościowych może stać się ofiarą wojny informacyjnej.

Przez natłok różnorodnych informacji oraz nieograniczoną dostępność źródeł coraz trudniej rozpoznać nieprawdziwy przekaz — czego dowodami są między innymi społeczna panika wywołana dostępnością paliwa w Polsce czy masowe wykupowanie płynu lugola w związku z atakiem na terenie Zaporoskiej Elektrowni Jądrowej. W tym przypadku zastosowana przez adresata tak zwana narracja strachu odniosła pożądany skutek — odbiorcy byli bardziej podatni na przyjęcie informacji i przekazanie jej dalej. Fake news rozprzestrzenił się na szeroką skalę, co dało Rosji możliwość budowania podłoża do dalszych działań informacyjnych.

Ludność cywilna jest nieodłącznym elementem walki informacyjnej, dlatego tak ważne jest, aby poddane ciągłej dezinformacji i indoktrynacji społeczeństwo było wyposażone w mechanizmy obronne. Tutaj odpowiedzialność spoczywa na rządach, które powinny dostarczać wiarygodnej informacji i edukacji, a także uwrażliwiać na problem. W Polsce funkcjonują mechanizmy obronne przeciwko dezinformacji, szczególnie w zakresie edukacji i zwiększenia świadomości społecznej wobec tego problemu. Jednak są one wciąż nieproporcjonalne do możliwości oraz zasobów Rosji.

Polska komunikacja strategiczna w zakresie ochrony przed rosyjską dezinformacją pozostaje mało rozwinięta i interdyscyplinarna. Współcześnie funkcjonuje wyłącznie ograniczona liczba kanałów komunikacji między administracją państwową a obywatelami. Polskie władze państwowe ograniczają się do krótkich komunikatów prasowych oraz skąpych w dane alertów. Takie działania nie przekładają się na budowanie realnej odporności społecznej, a zwłaszcza podnoszenie świadomości w zakresie zmanipulowanych treści i dezinformacji.

Bibliografia

- Aleksandrowicz T.R., *Podstawy walki informacyjnej*, Warszawa 2016.
Bryjka F., *Rosyjska dezinformacja na temat ataku na Ukrainę*, „PISM” 2022, nr 15, <https://www.pism.pl/publikacje/rosyjska-dezinformacja-na-temat-ataku-na-ukraine>.

- Golicyn A., *Nowe kłamstwa w miejsce starych. Komunistyczna strategia podstępów i dezinformacji*, Komorów [2009].
- Informacja, hasło, [w:] *Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/sjp/informacja;2466189.html>.
- Larecki J., *Wielki leksykon służb specjalnych świata. Organizacje wywiadu, kontrwywiadu i policji politycznych świata, terminologia profesjonalna i żargon operacyjny*, Warszawa 2007.
- Peplowski A., *Wojna o tajemnice. W tajnej służbie Drugiej Rzeczypospolitej*, Kraków 2011.
- Psychosocjotechnika, dezinformacja — oręż wojny*, red. V. Volkoff, Komorów 1999.
- Świerczek M., „System matriszek”, czyli dezinformacja doskonała. *Wstęp do zagadnienia*, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego” 19, 2018, https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-424b0c20-ea1c-444d-bcf8-a6d4b78cfd/c/PBW_19_-_Swierczek_I_-_polska_wersja.pdf.

Źródła internetowe

- BBC, *Russian Foreign Minister Sergey Lavrov claims radicals took over the Mariupol maternity and children's hospital and mothers and staff had been chased out before strike*, <https://twitter.com/i/status/1501872213141737478>.
- Bochyńska N., *Rosyjska wojna (dez)informacyjna. Ekspert: Celem Rosjan jest stymulowanie paniki w Polsce [wywiad]*, *Cyberdefence24.pl*, 25.03.2022, <https://cyberdefence24.pl/cyberbezpieczenstwo/rosyjska-wojna-dezinformacyjna-ekspert-celem-rosjan-jest-stymulowanie-paniki-w-polsce-wywiad>.
- CBOS, *Stosunek do energetyki jądrowej*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_069_21.PDF.
- FakeHunter.pl, *Czy ukraińscy uchodźcy masowo okradają sklepy i supermarkety?*, 7.03.2022, <https://fakehunter.pap.pl/raport/3b06f6c4-ea3a-4515-857e-b653ec153343>.
- Global Engagement Centre, *GEC Special Report: Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem*, na zlecenie: U.S Department of State, sierpień 2020, https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia%E2%80%99s-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf.
- IBIMS, *Komunikat 21-03-22 ws. sytuacji komunikacyjnej tematu #uchodźcy*, 21.03.2022, <https://ibims.pl/komunikat-21-03-22-ws-sytuacji-komunikacyjnej-tematu-uchodzcy/>.
- IBIMS, *Komunikat ws. dezinformacji ws. sytuacji na Ukrainie w internecie*, 23.02.2022, <https://ibims.pl/komunikat-ws-szerzenia-dezinformacji-ws-sytuacji-na-ukrainie-w-polskiej-przestrzeni-internetowej/>.
- IBIMS, *Komunikat ws. prorosyjskich grup prowadzących działania dezinformacyjne* 25.02.22, 25.02.2022, <https://ibims.pl/komunikat-ws-prorosyjskich-grup-prowadzacych-dzialania-dezinformacyjne-25-02-22/>.
- Jabłonowski K., *Atak inscenizowany, a ciężarną zagrała blogerka — rosyjska dezinformacja neguje bombardowanie szpitala w Mariupolu*, *Konkret24.tvn24.pl*, 11.03.2022, <https://konkret24.tvn24.pl/swiat,109/atak-inscenizowany-a-ciezarna-zagrała-bloggerka-rosyjska-dezinformacja-neguje-bombardowanie-szpitala-w-mariupolu,1098998.html>.
- Państwowa Agencja Atomistyki, <https://twitter.com/PAAatomistyki/status/1499640787113414658>.
- Putin declares military offensive in Ukraine as invasion starts*, https://www.youtube.com/watch?v=_5YeX8eCLgA.
- Putin wypowiada Wojnę! Orędzie 24.02.2022 FULL CAŁOŚĆ*, <https://www.youtube.com/watch?v=MAmpcGPh6Vo>.
- UCE, *Inwazja na Ukrainę spowodowała panikę wśród kierowców. Ruch na stacjach paliw wzrósł o 40 proc.*, 11.03.2022, <https://uce-pl.com/news/inwazja-na-ukraine-spowodowała-panike-wsrod-kierowcow-ruch-na-stacjach-paliw-wzrosł-o-czterdzieci-procent>.

Russian disinformation — a threat to the Polish information space: The case of the 2022 war in Ukraine

Keywords: disinformation, propaganda, fakenews, war in Ukraine, polish information space

Summary

The Russian Federation had been conducting large-scale disinformation activities even before the 2022 war in Ukraine began. The Kremlin's message was focused on the development of basic narratives used at the turn of 2013/2014. This basic substructure was updated to match current events. Entities outside Russia, such as Poland, the EU and NATO are also vulnerable to information attacks.

Due to the abundance of diverse information and unlimited availability of sources, recognizing false information is increasingly difficult, which translates into social panic. Unfortunately, protection against false information in Poland remains underdeveloped.

Lucyna Szot

ORCID: 0000-0001-5045-3276

Uniwersytet Wrocławski

Instytut Politologii

Media i polityka (kontekst polityzacji mediów publicznych w Polsce po 2015 roku)

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.5>

Słowa kluczowe: komunikowanie polityczne, media publiczne, polityzacja, mediatyzacja, pluralizm polityczny

Wprowadzenie

Punktem wyjścia wielu analiz komunikacji politycznej są spostrzeżenia na temat przeobrażeń, jakim uległy media masowe, oraz ich związku z polityką. Zasadne jest pytanie o polityczną władzę mediów, stawiane na tle zmiany uwarunkowań instytucjonalno-prawnych i politycznych w Polsce po 2015 roku po wyborach parlamentarnych, wobec zmieniających się technologii i kompetencji komunikacyjnych odbiorców. Zasadniczym problemem badawczym jest próba odpowiedzi na dwa pytania:

1. Jakie są uwarunkowania polityczne linii programowej mediów publicznych w Polsce i przez pryzmat jakich interesów jest ona kształtowana?

2. W jaki sposób kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój mechanizmów propagandowych i osłabienie pluralizmu politycznego charakterystycznego dla demokratycznego państwa prawa?

W relacjach między mediami a polityką wyróżnia się dwa podstawowe ujęcia, wynikające z odmiennych założeń i obserwacji, a co za tym idzie — prowadzące do różnych diagnoz. Określa się je jako koncepcje zależności i instrumentalizacji. Koncepcja zależności zakłada, że polityka popadła w uzależnienie od mediów masowych (media masowe odgrywają służebną rolę wobec parlamentu, rządu, administracji, są nośnikiem informacji, forum aktorów politycznych i zwierciadłem opinii publicznej). Natomiast koncepcja instrumentalizacji zakłada zależność mediów od polityki (przypisuje się wysoką rangę autonomii mediów aktywnie wyrażających interesy społeczeństwa, krytykujących i kontrolujących władzę, wyczerpująco informujących celem racjonalnego

kształtowania opinii i woli politycznej społeczeństwa)¹. W polskim systemie medialnym mamy do czynienia z postępującą utratą autonomii przez media publiczne, co jest wynikiem strategii instrumentalizacji ze strony systemu politycznego, to jest rządu, parlamentu i partii politycznych sprawujących władzę.

Media publiczne (ze względu na powszechną dostępność, tak zwane pokrycie sygnału²) stanowią jedno z najważniejszych źródeł informacji o aktualnej sytuacji politycznej, a jednocześnie czynnik wpływu na kształtowanie opinii publicznej. Badania sondażowe przeprowadzone w Polsce w 2016 roku dowodziły, że mimo rosnącego znaczenia internetu, telewizja była głównym źródłem informacji o polityce³. W sondażu z sierpnia 2021 roku⁴ OBOP nawiązał do problematyki zaufania do mediów: pytano, z jakich źródeł Polacy czerpią informacje o wydarzeniach w kraju i na świecie oraz jak oceniana jest wiarygodność największych nadawców telewizyjnych. W tym badaniu skoncentrowano się na programach telewizyjnych, gdyż — jak wynikało z badań OBOP-u — telewizja pozostawała głównym źródłem informacji o bieżących wydarzeniach w kraju i na świecie. Zebrane dane potwierdziły, że dla wciąż największej grupy badanych głównym źródłem informacji o wydarzeniach w kraju i na świecie jest telewizja (52%), a na drugim miejscu pod względem częstości wskazań sytuuje się internet (37%). Stosunkowo niewielu respondentów informacje o bieżących wydarzeniach czerpie przede wszystkim z radia (5%) bądź z prasy (2%). Zatem wzajemne relacje pomiędzy rzeczywistością polityczną a sposobem jej prezentacji w telewizji stanowiąc będą podstawę wartościujących ocen i wypowiedzi na temat mediów i polityki — w ujęciu systemowym.

Ekspansja mediów przenikających wiele dziedzin życia społecznego i absorbujących coraz więcej czasu i uwagi odbiorców stanowi dla polityków wyzwanie i szansę. Logika mediów ma własne, czasem trudne do okiełznania przez polityków, uwarunkowania. Jednocześnie media masowe w państwie autorytarnym mogą stać się pasem transmisyj-

¹ W. Schulz, *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006, s. 11–12.

² Sygnał telewizji publicznej jest odbierany na terytorium całego kraju, natomiast sygnały innych stacji telewizyjnych jedynie w określonym zakresie (wyspowo). Analogicznie jest z sygnałem radiowym.

³ W badaniu przeprowadzonym przez TNS OBOP na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie 1011 mieszkańców Polski w wieku powyżej 15 lat aż 71% respondentów zadeklarowało, że głównym źródłem informacji na temat polityki są dla nich telewizyjne programy informacyjne. TNS OBOP, *Wiarygodne informacje — czy są dziś w cenie?*, 2016, s. 5.

⁴ CBOS, *Postrzeganie telewizyjnych programów informacyjnych i publicystycznych*, „Komunikat z Badań CBOS” 2021, nr 106. W ciągu czterech lat 2017–2021 bardzo wyraźnie wzrosło znaczenie internetu (wzrost o 16 punktów procentowych), a zmniejszyło się — telewizji (spadek o 12 punktów). W porównaniu z rokiem 2019 nastąpił również spadek znaczenia radia (o 4 punkty), zaś odsetek korzystających z prasy jako głównego źródła informacji nie zmienił się. Badanie *Aktualne problemy i wydarzenia* przeprowadzono w ramach procedury *mixed-mode* na reprezentatywnej imiennej próbie pełnoletnich mieszkańców Polski, wylosowanej z rejestru PESEL. Każdy respondent wybierał samodzielnie jedną z metod: wywiad bezpośredni z udziałem ankietera (metoda CAPI), wywiad telefoniczny po skontaktowaniu się z ankieterem CBOS (CATI) lub wspomagany komputerowo wywiad przy użyciu stron WWW, gdy respondent jest proszony o wypełnienie ankiety w formie elektronicznej (CAWI). We wszystkich trzech przypadkach ankieta miała taki sam zestaw pytań oraz taką samą strukturę. Badanie zrealizowano w dniach od 16 do 26 sierpnia 2021 roku na próbie liczącej 1167 osób (w tym 62,4% metodą CAPI, 23,5% — CATI i 14,1% — CAWI).

nym w relacji władza–obywatel. Relacje pomiędzy polityką a mediami oraz uchwycenie ich wpływu na sposób postrzegania polityki przez społeczeństwo mogą stanowić podstawę do rozwijania koncepcji teoretycznych i ich praktycznych wdrożeń, związanych z przekazem mediów publicznych na temat bieżących wydarzeń politycznych przedstawianych w sposób zgodny z interesem rządzących.

Tłem analizy są teoretyczne koncepcje z dziedziny komunikowania dotyczące procesów przetwarzania informacji politycznej, aktywności politycznej i politycznego oddziaływania mediów (mediatyżacja polityki). Najbardziej syntetyczną, najszerszą perspektywę zjawiska komunikowania masowego jako całości zaproponował Denis McQuail⁵. Istotny jest wpływ mediów na przekazy polityczne, a jednocześnie komunikacji masowej na powstawanie sfery publicznej. Ramy teoretyczne niniejszego opracowania określa idea „globalnej wioski” Marshalla McLuhana⁶ (elektronicznej i cyfrowej publiczności globalnej) jako współczesnej wersji greckiego *polis* i audytorium poinformowanego w sposób jak najbardziej aktualny i obiektywny o biegu wydarzeń politycznych. Informacja polityczna w mediach jest wszechobecna. Codziennie dostępne jest szerokie spektrum różnorodnych ofert informacyjnych: wiadomości, serwisów informacyjnych, raportów na temat tła wydarzeń, analiz oraz komentarzy w czasopiśmie i gazetach, programach publicystycznych radia i telewizji, internecie, serwisach online. Proces rozwoju mediów — stymulowany postępowaniem technologicznym, komercjalizacją i globalizacją systemów medialnych — zyskuje nową cyfrową jakość. Nowe technologie przyczyniły się do powstania nowych form komunikacyjnych przetwarzania i rozpowszechniania informacji. Aktualnie istotnym źródłem informacji, szczególnie dla młodego pokolenia, są media społecznościowe.

Specyfika polskiego systemu mediów publicznych

System medialny w Polsce po 2015 roku — w szczególności w odniesieniu do mediów publicznych — wykazuje istotne odejście od standardów demokratycznych, zwłaszcza w zakresie linii programowej redakcji. Wskazują na to wyniki ekspertyzy zleconej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji (dalej: KRRiT) w 2016 roku⁷. Celem ekspertyzy było określenie zawartości treściowej, sposobu konstruowania informacji (newsów) oraz dziennikarskich standardów warsztatowych telewizyjnych audycji informacyjnych głównych nadawców telewizyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem powinności nadawcy publicznego, wynikających z art. 21 pkt 1 i 2 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji, a więc ustalenie, czy główne wydania audycji informacyjnej TVP1 „Wiadomości” cechują się „pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależ-

⁵ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2008, s. 32.

⁶ M. McLuhan, B.R. Powers, *The global village*, New York 1989.

⁷ M. Mrozowski, T. Popadiak-Kuligowska, *Ekspertyza programów informacyjnych głównych wydań TVP1 „Wiadomości”, TVN „Fakty”, Polsat „Wydarzenia” z okresu 4 lutego 2016 do 11 lutego 2016 roku. Raport końcowy*, Warszawa 2016 r., <https://www.gov.pl/attachment/a8f98232-4974-4a8f-bd30-bc31444bebe6> (dostęp: 2.04.2023).

nością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu”, jak nakazuje to wspomniany artykuł ustawy⁸. Analiza świata przedstawionego w serwisach informacyjnych nadawcy publicznego i nadawców komercyjnych wykazała istotne różnice w sposobie prezentowania rzeczywistości pomiędzy analizowanymi stacjami: w przypadku „Wiadomości” TVP jest to świat monocentryczny, zawężony do sfery politycznej, w której występują silne napięcia między obozem władzy a opozycją polityczną. Analiza wykazała, że można w tym przypadku mówić o swego rodzaju propagandzie sukcesu akcentującej pozytywne efekty działań rządu⁹. Z treści raportu końcowego wynika, że „Fakty” TVN prezentują świat policentryczny i zdecydowanie bardziej różnorodny, serwisy informacyjne uwzględniają szersze spektrum ludzkiej aktywności niż tylko polityka, próbują, oprócz relacjonowania wydarzeń i działań ekipy rządzącej, dostarczyć wyjaśnień dotyczących ich potencjalnych efektów i skutków w sferze społecznej. Trudno jednak w przypadku tej stacji mówić o neutralności prezentowanych stanowisk. „Fakty” nie ukrywają swojej podejrzliwości, a nawet niechęci do polityków partii rządzącej. W relacjonowaniu ich działań mają tendencję do prezentowania obrazu państwa i jego instytucji jako niewydolnych oraz nieudolnie rządzonych. Przedstawiciele obozu władzy często są przedstawiani w negatywnym świetle jako osoby nierzetelne i mające nie zawsze czyste intencje. Z kolei „Wydarzenia” Polsatu prezentują świat bardziej prosty, zdystansowany do polityki. Koncentrują się na codzienności i „nie-codzienności”, ale zawsze z perspektywy zwykłego człowieka. Wyraźne jest tu oddzielenie świata polityki od życia zwykłych ludzi¹⁰.

Począwszy od 2015 roku (w praktyce redakcyjnej mediów publicznych) dochodziło do redefinicji istotnych pojęć i kategorii demokratycznego państwa prawnego, w tym wolności słowa i niezależności dziennikarzy, z uwzględnieniem sposobu narracji pogłębiającego polaryzację różnych punktów widzenia. Nie jest możliwe zbadanie kontekstów odpowiadających na pytania: dlaczego i w jakim celu dana historia została opowiedziana, jakie funkcje jej zadano, a jakie pełni. „Fałszywa opowieść” powinna być poddana krytycznemu osądowi widzów. Zdaniem autorki odbiorca o określonych kompetencjach komunikacyjnych (w rozproszonym zalewie informacji) nie jest w stanie ocenić, jakie działania polityczne narracja TVP1 legitymizuje, jaką tożsamość zbiorową przyjmuje jako pożądaną, które zdarzenia, na przykład historyczne, w narracji ujawnione są jako formacyjne, mające kluczowe znaczenie dla nadawcy oraz Polaków. Po wygranej Prawa i Sprawiedliwości w wyborach parlamentarnych w 2015 roku zamierzona stronniczość dotycząca procesów selekcji, planowanego doboru treści (polegającego na przemilczeniu wybranych wydarzeń, wypukleniu innych itp.), nadawania określonego kontekstu poprzez wydzźwięk lub kolejność treści stanowi odejście od standardów bezstronności

⁸ *Ibidem*, s. 4.

⁹ Oprócz silnej koncentracji na sukcesach widoczne są także zainteresowanie przeszłością i akcentowanie jej. Konieczność „rozliczenia” przeszłości, kultywowania pamięci, obrony historii („historia sama się nie obroni”) stanowi oś tematyczną wielu newsów. Zwraca też uwagę bardzo silna tendencja budowania poczucia zagrożenia ze strony sił zarówno zewnętrznych (imigranci, Rosja), jak i wewnętrznych (opozycja, „poprzedni rząd”), co w sumie stwarza obraz świata jako podwójnie oblężonej twierdzy. *Ibidem*, s. 9.

¹⁰ *Ibidem*, s. 10.

i pluralizmu politycznego w mediach publicznych. Pomiędzy dążeniem do obiektywizmu (niemożliwego do osiągnięcia) a stronniczością rozciąga się kontinuum medialnych treści, coraz bardziej (szczególnie w kontekście kampanii wyborczych) przechodzących w stronę medialnej propagandy. A problematyka bezpieczeństwa informacyjnego w państwie demokratycznym obejmuje sposób, w jakim media informują obywateli o wydarzeniach politycznych. Obiektywne media publiczne stanowią jeden z istotniejszych warunków funkcjonowania tego systemu politycznego¹¹. Symptomatyczna była próba wdrożenia inicjatywy legislacyjnej w 2021 roku, zmierzającej do dodatkowego opodatkowania mediów (2–15% przychodu) z wyłączeniem mediów publicznych — obrazująca niebezpieczną tendencję do koncentracji kapitału na rynku mediów. Oznaczałoby to, że dla większości firm działalność stałaby się wówczas nieopłacalna (na rynku medialnym zysk wynosi średnio 10% przychodu)¹². Dalsze konsekwencje dotyczące zmiany zespołów redakcyjnych i linii programowych redakcji byłyby przesądzone. Jednodniowy protest mediów komercyjnych w Polsce 10 lutego 2021 roku pokazał, jak może wyglądać rzeczywistość, w której istnieją tylko media publiczne sprzyjające władzy. W tym dniu Polacy zobaczyli świat tradycyjnych mediów elektronicznych, w którym istnieje tylko przekaz propagandowy pro-rządowy. Zabrakło fundamentalnej roli mediów publicznych, które powinny korzystać z prawnie zapewnionej autonomii w kształtowaniu pluralistycznej sfery publicznej. Z badań EBU wynika, że w społeczeństwach, w których media publiczne są bardziej doceniane, odpowiednio finansowane i zajmują istotny udział w oglądalności, występuje także silniejsze przywiązanie do demokracji i rządów prawa¹³.

Negatywne doświadczenie z dominacją koncernu rządowego PKN Orlen SA na rynkach dzienników prasy regionalnej w Polsce jedynie wzmacnia obawy o stan polskiej demokracji, pluralizm światopoglądowy w mediach i obywatelskie prawo do rzetelnej i bezstronnej informacji. W powyższym kontekście w praktyce zmarginalizowany został dostęp do rzetelnej informacji regionalnej, a w jej miejsce coraz śmielej wchodzi prorządowa propaganda sukcesu. Instrumentalne traktowanie mediów powiązanych ze sferą rządową znajduje odzwierciedlenie w codziennych przekazach dnia, często poprzedzonych analizą wyników badań opinii publicznej (sondażowe badania ilościowe). Coraz więcej uwagi ośrodki i instytuty badawcze koncentrują na preferencjach odbiorców.

Standardy polskiego systemu medialnego

Nadawca publiczny powinien być apolityczny, bezstronny, obiektywny i pluralistyczny oraz kierować się ideałami służby publicznej¹⁴. W polskim systemie medialnym (w ra-

¹¹ B. McNair, *Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere*, London-New York 2012, s. 1 n.

¹² Podobnie na Węgrzech wysokim podatkiem obciążono media, które w sytuacji kryzysowej zostały wykupione przez biznesmenów sprzyjających rządowi.

¹³ *PSM Correlations Report*, 2016, European Broadcasting Union (EBU), 8.08.2016, <https://www.ebu.ch/news/2016/08/ebu-research-shows-strong-public-service-media-contributes-to-a-healthy-democracy> (dostęp: 30.03.2023).

¹⁴ M. Romanowski, *Wolność słowa w mediach elektronicznych*, Warszawa 2003, s. 199.

mach demokratycznego państwa prawnego) oczekiwania dotyczące standardów obiektywizmu i bezstronności pozostają w sferze deklaratywnej. Radio i telewizja, w odróżnieniu od prasy drukowanej, zostały w Polsce zorganizowane na zasadach mediów publicznych. Odrzucono wolny rynek jako efektywny mechanizm podziału środków i zapewnienia możliwości wyboru. Formy wsparcia mediów ze strony państwa ukazują stopień jego aktywności i ingerencji w kształtowanie systemu medialnego. Większy stopień ingerencji państwa nie musi oznaczać rosnącego zagrożenia dla pluralizmu politycznego mediów, gdyż środki finansowe (subsydia, granty itp.) mogą być dystrybuowane w sposób prawnie regulowany, transparentny i równomierny pomiędzy mediami. Zatem proporcjonalna pomoc państwa na rzecz poszczególnych nadawców i wydawców jest najlepszym gwarantem ich niezależności politycznej. Model idealny oparty jest na założeniu silnej autonomii i niezależności nadawcy publicznego jako instytucji samodzielnej oraz na zaufaniu do władz jednoosobowych spółek akcyjnych Skarbu Państwa, na których spoczywa odpowiedzialność za realizację powinności określonych przez ustawodawcę. Zgodnie z ustawową definicją:

Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integracyjnością przekazu (art. 21 ustawy)¹⁵.

Media elektroniczne powinny wielką wagę przywiązywać do budowania postaw obywatelskich, zachęcania do udziału w życiu politycznym, umacniania poczucia jedności i tożsamości narodowej oraz obrony interesu narodowego. Odgrywają one więc istotną rolę w rozwoju społeczeństwa obywatelskiego.

Trudno jednak wykazać, jakoby media publiczne w Polsce pretendowały do obiektywizmu. W praktyce bowiem dążenie do powyższego modelu idealnego uległo, w szczególności po 2015 roku, istotnym modyfikacjom. W literaturze medioznawczej funkcjonuje tak zwane krytyczne pojmowanie obiektywizmu (Günter Betele)¹⁶. Takie podejście stanowi przyzwolenie na pogłębiające się procesy instrumentalizacji i polityzacji mediów. W polskim systemie medialnym polityzacja mediów publicznych pogłębia się, a ten niekorzystny trend zapoczątkowany został zmianą uwarunkowań instytucjonalno-prawnych, to jest ukonstytuowaniem się Rady Mediów Narodowych i zmianą zarządów i rad nadzorczych w mediach publicznych¹⁷. Nowa konstelacja gabinetowa po wyborach parlamentarnych w 2015 roku umożliwiła głęboką restrukturyzację zatrudnienia w mediach publicznych, gdyż brakowało przepisów chroniących dziennikarzy i redaktorów

¹⁵ Ustawa o radiofonii i telewizji z dnia 26 stycznia 1992 roku, Dz.U. z 2004 r. Nr 253, poz. 2531, ze zm.

¹⁶ S. Michalczyk, *Spółczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 138.

¹⁷ Rada Mediów Narodowych została utworzona i prowadzi działalność na podstawie ustawy z dnia 22 czerwca 2016 roku o Radzie Mediów Narodowych (Dz.U. z 2016 r. poz. 929, z późn. zm.). Jest organem kolegialnym powołującym i odwołującym zarządy i rady nadzorcze Telewizji Polskiej, Polskiego Radia oraz Polskiej Agencji Prasowej.

naczelnych w przypadku zmiany struktury właścicielskiej. Pogłębiło się ryzyko instrumentalizacji, czyli wykorzystania mediów publicznych do celów politycznych, ze względu na brak przepisów wykluczających na przykład swoiste posiadanie (zawłaszczanie) tych mediów przez polityków, partie polityczne czy członków rządu. Autonomia mediów publicznych powinna obejmować przejrzyste procedury powoływania zarządów, redaktorów naczelnych czy członków rad nadzorczych w kontekście zachowania ich niezależności politycznej. Jednocześnie kluczowe są formy i sposoby ich finansowania, bowiem od nich zależy realizowanie misji i linii programowej. Jednak pozycja mediów publicznych w Polsce, zwłaszcza TVP1, ewoluuje w kierunku jednostronnej perswazji, wręcz propagandy. Analiza mikrostruktur wykazała, że formy strategicznej komunikacji jednostronnej (perswazji) dominowały w przekazach „Wiadomości” w 2015 roku, a formy propagandy znalazły szerokie zastosowanie w 2019 roku¹⁸. Pytania badawcze obejmowały trzy kategorie dyskursu: kategorie tematyczne, strategie retoryczne i formy zorganizowanej komunikacji perswazyjnej. Przedstawiona struktura tematyczna wskazuje, że zarówno w 2015, jak i w 2019 roku „Wiadomości” stosowały model tematyczny z polityką jako kwestią dominującą. Ogółem tematy polityczne zajmowały od prawie 40% do ponad 50% czasu poświęconego na pierwsze trzy newsy w każdym wydaniu. W tym zakresie najczęściej były to historie poświęcone wyborom lub spersonalizowane (takie, w których punktem odniesienia był zawodowy polityk)¹⁹. Przyjęte strategie retoryczne i formy zorganizowanej jednostronnej komunikacji perswazyjnej dotyczyły personalizacji, agregacji, generalizacji, podziału na „my”–„oni”, nadmiernej leksykalizacji i nadmiernych powtórzeń²⁰. Ilościowa analiza zawartości i jakościowa analiza dyskursu wykazały, że w 2021 roku dominujące były strategie reprezentacyjne, wśród których podział „my”–„oni” był szczególnie częsty; zastosowano także wiele rodzajów zorganizowanej komunikacji perswazyjnej, od jej form łagodnych (konsensualnych) do przymusowych, przy czym najwięcej miejsca zajmowała propaganda rozumiana jako forma niekonsensualna, niedobrowolna. Zastosowano pełny katalog form propagandy, w tym nieuczciwość, bodźcowanie, przymus i oszukańczy przymus. W warstwie ideologicznej te formy opierały się na nacjonalizmie, populizmie i antyelityzmie²¹.

Prowadzone w TVP1 kampanie propagandowe mają istotny potencjał skuteczności. Teksty analityczne i publicystyka zawierają interpretacje faktów, komentarze, opinie i oceny wyrażające linię programową redakcji, formułowaną z uwzględnieniem określonych interesów politycznych elit przywódczych (aktualnie partii PiS). Chociaż reputację tę powinno znakomicie podnosić dziennikarstwo śledcze, czyli publikacje demaskujące wszelkiego rodzaju nadużycia polityków, to jednak tak się nie dzieje. I ten stopień nadmiernego prorządowego zaangażowania w budowanie „narodowo katolickiej ideologii”

¹⁸ E. Nowak-Treter, *Krytyczne studia nad dyskursem mediów publicznych na przykładzie „Wiadomości” TVP1*, „Res Rhetorica” 8, 2021, nr 1, s. 47. Praca przedstawia ilościową analizę zawartości i krytyczną analizę dyskursu. Jednostką analizy były 504 newsy zaprezentowane w okresie dwóch lat (2015 i 2019) w głównych wydaniach „Wiadomości” TVP1.

¹⁹ *Ibidem*, s. 51.

²⁰ *Ibidem*, s. 53–64.

²¹ *Ibidem*, s. 63.

pozostaje w jaskrawej sprzeczności z bezstronnością, a także innymi kanonami profesjonalizmu²². Z raportu końcowego wykonanego na zlecenie KRRiT w 2016 roku wynika, że w przypadku „Wiadomości” TVP1 głównym czynnikiem inspirującym proces redakcyjny są działania władz i instytucji państwowych oraz ważne wydarzenia polityczne. Inne źródła inspiracji mają znaczenie marginalne. W relacjach dziennikarskich przeważa dwustronny i wielostronny opis zdarzeń, jednak różne punkty widzenia są często nierównoważne. Blisko połowa relacji dziennikarskich zawiera określenia silnie wartościujące (jednostronne bądź dwustronne), ale nie są one zrównoważone, co może sprawiać wrażenie mniej lub bardziej zauważalnej tendencyjności przekazu²³. Gwarantowana ustawowo autonomia wobec administracji rządowej i innych organów państwa uczyniła nadawców publicznych samodzielnymi uczestnikami gry politycznej, której towarzyszy podporządkowanie interesom partii politycznych, dokonujących, w wyniku nieformalnych uzgodnień, podziału miejsc w KRRiT oraz Radzie Mediów Narodowych, jak również stanowisk we władzach spółek. Każdorazowa zmiana koalicji sprawującej władzę w Polsce automatycznie pociąga za sobą zmianę zarządu TVP SA. Szczególną polityczną rolę należy przypisać konkursom przeprowadzonym przez KRRiT²⁴ oraz — w zakresie upolityczniania linii programowej — od jej powołania w roku 2016 Radzie Mediów Narodowych²⁵. Prezes zarządu, poza realizacją funkcji kierownika zakładu pracy, nadzoruje bezpośrednio pracę wszystkich pionów, w tym programowych. Jako lider zespołu o strukturze hierarchicznej podejmuje kluczowe decyzje we wszystkich sprawach. Prezes zarządu TVP1 potrafi umiejętnie wsłuchiwać się w narrację elit przywódczych i dostosowywać linię programową do oczekiwań upolitycznionych organów nadzorczych. Kluczowe są zmiany sposobu komunikowania się z widzami i internautami, skorelowane ze zmianami linii programowej²⁶. W polskim systemie medialnym zarysowuje się wyraźny

²² M. Mrozowski, T. Popadiak-Kuligowska, *Ekspertyza programów...*, s. 10.

²³ *Ibidem*, s. 10.

²⁴ Do szczegółowych zadań KRRiT należą w szczególności projektowanie (w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów) kierunków polityki państwa w dziedzinie radiofonii i telewizji, określanie — w granicach upoważnień ustawowych — warunków prowadzenia działalności przez nadawców programów radiowo-telewizyjnych oraz sprawowanie kontroli tej działalności, podejmowanie rozstrzygnięć w sprawach koncesji na rozpowszechnianie i rozprowadzanie programów oraz określanie opłat abonamentowych i opłat za udzielanie koncesji, opiniowanie projektów aktów ustawodawczych oraz umów międzynarodowych dotyczących radiofonii i telewizji. Formalne procedury konkursowe często wykluczają udział osób o szczególnych kompetencjach, a bardziej preferują kandydatów dyspozycyjnych politycznie — co wynika z obserwacji uczestniczącej autorki, współpracującej z radiem publicznym w latach 2008–2017.

²⁵ Rada Mediów Narodowych została utworzona i prowadzi działalność na podstawie ustawy z dnia 22 czerwca 2016 roku o Radzie Mediów Narodowych (Dz.U. z 2016 r. poz. 929, z późn. zm.). Jej podstawowe kompetencje zostały określone w art. 2 ust. 1 ustawy. Rada jest organem właściwym w sprawach powoływania i odwoływania składów osobowych organów jednostek publicznej radiofonii i telewizji oraz Polskiej Agencji Prasowej oraz w innych sprawach określonych w ustawie (między innymi w zakresie zmiany treści statutu).

²⁶ Każdorazowa zmiana koalicji sprawującej władzę w Polsce skutkowałą zmianą na stanowisku prezesa zarządu TVP SA, a tym samym — zmianą linii programowej (o zróżnicowanym natężeniu). Szczególnie polaryzującą odbiorców rolę odegrał zespół redakcyjny kierowany przez prezesa zarządu TVP SA Jacka Kurskiego.

układ spolaryzowanych mediów, częściowo powiązanych z poszczególnymi ugrupowaniami politycznymi, i pozostałych, pretendujących do względnej autonomii. Aktualnie media publiczne nie pełnią funkcji kontrolnej wobec władzy, wręcz przeciwnie, tę relację można określić jako układ wzajemnej gry interesów, sprzyjających władzy. Aprobowane są stronniczość (brak bezstronności) i szczególnie krytycyzm wobec opozycji. Niejako potwierdziły się założenia, że program telewizji publicznej, w szczególności po roku 2015, sprzyjał partii rządzącej, analogiczny program głównej stacji komercyjnej, czyli TVN, sprzyjał zaś opozycji i pozostawał krytycznie nastawiony do partii sprawującej władzę²⁷. Działania uzasadniane reprezentowaniem interesu publicznego (a ściślej partii PiS) w efekcie skutkują ograniczeniem obywatelskiego prawa do wolności słowa i prawa do rzetelnej informacji. Polaryzacja pól widzenia i wszystkie te sprzeczności tkwią w samej istocie działalności nadawczej. Jednak zjawiska polityzacji i mediatyzacji oraz warunki ekonomiczne, w jakich się dokonują owe procesy, skutkują pozornym pluralizmem światopoglądowym. Towarzyszą im dylematy, rozterki i przewartościowania. Pogłębiająca się polaryzacja dotycząca dalszych losów państwa liberalno-demokratycznego obejmuje coraz szersze kręgi medialne i pozamedialne. Dziennikarze zaangażowani w mediach publicznych pełnią coraz częściej funkcję propagandzistów. Ostatecznie jednak pluralizm jako jedna z podstawowych cech i funkcji systemu mediów zależy od tego, jak wykorzystują go odbiorcy i użytkownicy mediów. Kluczem do zrozumienia zjawiska, które można scharakteryzować jako nadmiar kontentu telewizyjnego — programów, kanałów, które walczą o przyciągnięcie rozdrobnionej widowni — powinno być badanie odbioru. Często ze względu na niskie kompetencje komunikacyjne odbiorcy mają trudności z nadaniem znaczenia przekazowi informacyjnemu lub nie są w ogóle w stanie tego zrobić. Zatem uzupełnieniem analizy zawartości powinno być badanie odbioru.

Dopełnieniem obrazu systemu medialnego w Polsce są redakcje publicznego radia oraz konkurencyjnych wobec TVP1 telewizji komercyjnych: TVN24 i Polsat News. Proces polityzacji radia publicznego, w szczególności ogólnopolskich: programu pierwszego i programu trzeciego, także skutkuje rozwojem dziennikarstwa zaangażowanego. Jednak proces ten nie przebiega z jednakową intensywnością w redakcjach regionalnych polskiego radia publicznego. Konflikty o podłożu politycznym dziennikarzy z prezesem Radia Łódź opisano w miesięczniku „Press” pod znamienym tytułem *Szef radiokomitetu w Łodzi*, zarzucając nowym włodarzom, że „zamiast rozwijać radio, woła cieszyć się dobrymi posadami. I choć nie znajdują się na mediach, to wiernie służą partii matce”²⁸. Z kolei polityzacja regionalnego Radia Wrocław SA ma zdecydowanie subtelniejszy charakter i łagodniejszy przebieg²⁹. Konkurencyjna wobec informacyjnej telewizji publicznej (TVP Info) stacja komercyjna TVN24 nie nadaje w pełnym zakresie częstotliwości, co skutkuje tym, że ponad 40% ludzi żyjących na wsi i w małych miasteczkach nie od-

²⁷ R. Klepka, *Relacjonowanie polityki w „Wiadomościach” TVP1 po wyborach parlamentarnych w 2015 roku: obiektywne czy stronnicze?*, „Political Preferences” 2017, nr 17, s. 155–172.

²⁸ M. Niedbalski, *Szef radiokomitetu w Łodzi*, „Press” 2022, nr 1–2, s. 83.

²⁹ Autorka na zasadzie obserwacji uczestniczącej poznawała realia wewnątrzredakcyjne, gdy świadczyła usługę prawną dla radia publicznego we Wrocławiu w latach 2007–2018.

biera tego sygnału. W sytuacji pełnego pokrycia (to jest dostępu do sygnału na terenie całej Polski) równa konkurencja stacji informacyjnych mogłaby w dużym stopniu zmienić rozumienie politycznego obrazu świata, aktualnie kreowanego na polskiej prowincji przez telewizję publiczną. Trzecia ogólnopolska telewizja informacyjna Polsat News po 2015 roku zbliżyła się znacząco do sposobu interpretacji świata mediów publicznych prorządowych, co jest uwarunkowane między innymi finansowym uzależnieniem w sferze reklam od spółek Skarbu Państwa.

Polityzacja mediów

Objęcie władzy przez koalicję Zjednoczonej Prawicy w 2015 roku w Polsce miało zasadniczy wpływ na upolitycznienie systemu medialnego. Odpowiedzi na dwa kluczowe pytania postawione we wstępie zależą od tego, co rozumiemy pod pojęciem polityki i przekazu mediów publicznych na temat polityki. Na potrzeby niniejszego opracowania polityka powinna być rozumiana w wymiarze instytucjonalnym — jako działanie instytucji politycznych i ich członków (na przykład rządu, partii politycznych, KRRiT, Rady Mediów Narodowych), którego celem jest ustanowienie ogólnie wiążących regulacji. Pod pojęciem przekazu mediów na temat polityki należy rozumieć wszelkie treści medialne dotyczące polityki, zatem te dotyczące wydarzeń, w których uczestniczą politycy, ale także te, które zwracają uwagę na podejmowanie przez instytucje polityczne ogólnie wiążących decyzji. W komunikowaniu politycznym pośrednictwo od nadawcy do odbiorcy w przekazie politycznym stanowi istotę polityzacji mediów. W tym szerokim kontekście ujmowana jest polityzacja niemal każdego wydarzenia o znaczeniu społecznym. Obok tematu o stopniu polityzacji wydarzeń przesądza ich społeczna funkcja. Media publiczne (uzależnione od decydentów politycznych) obserwują bieg zdarzeń politycznych z olbrzymią uwagą; zatem rośnie wartość informacyjna polityki. Z kolei to, co się dzieje w polityce, wymaga coraz większych kompetencji, gdyż staje się coraz bardziej złożone. Także odpowiedzi na kluczowe pytania dotyczące uwarunkowań (interesów) politycznych kształtujących linię programową redakcji mediów publicznych dotyczą złożonych kwestii. A zauważalny trend związany z ciągłym poszerzaniem zakresu obecności polityki w mediach publicznych dodatkowo utrudnia analizę. Biorąc pod uwagę poszerzanie zakresu działalności państwa i związane z nim obejmowanie coraz dalszych obszarów przestrzeni społecznej oraz zakładając istnienie adekwatnego przekazu mediów, należy zauważyć istotne zagrożenia dla demokracji. Z pewnością niskie kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój i skuteczność mechanizmów propagandowych i osłabienie demokratycznego państwa prawnego. Zawartość medialna może wywierać na odbiorcach wrażenie, że skuteczna polityka przenika wszystkie sfery życia społecznego coraz głębiej, co odpowiada projektowi i programowi partii PiS. Upolitycznienie przestrzeni społecznej uwidocznili się w zawartości medialnej telewizji publicznej na niemal wszystkie tematy (między innymi gospodarki, środowiska, zdrowia, kultury, nauki). Nie ma jednak dowodów empirycznych, na ile proces upolitycznienia mediów publicznych odpowiada rzeczywistym zmianom społecznym w zakresie preferencji poli-

tycznych, postaw i zachowań. Zachodzące rzeczywiste przeobrażenia społeczne (zmiana pokoleniowa, rozwój technologii, wpływ pandemii COVID-19) oraz nadmierne upolitycznienie mediów mogą spowodować znaczący wzrost oczekiwań i żądań pod adresem rządzących. Wobec ciągłego poszerzania zakresu odpowiedzialności państwa i polityki oraz wzrastającego upolitycznienia mediów nie powinno dziwić, że państwo i polityka stają się coraz częściej adresatami oczekiwań i żądań. Publicystyczny sposób przedstawiania przyczyn problemów społecznych i poszukiwanie wyłącznej odpowiedzialności po stronie opozycji czy UE prowadzą do ostatecznej odpowiedzialności za ich rozwiązanie po stronie państwa i polityki. A korzystną narracją na rzecz rządu wzmocniają jednostronne (stronnicze) dziennikarskie przekazy na tematy polityczne (konfliktów, problemów społecznych), obciążające odpowiedzialnością opozycję. Na wyraźny trend w kierunku stronniczości wskazują przyjęte kryteria selekcji (zgodne z interesem politycznym rządu) i ignorowanie odmiennych punktów widzenia. Powyższe wzmocniają trywializacja i skandalizacja nieprawidłowości po stronie opozycji.

Specyfika zarządzających Telewizją Publiczną (jako medium publicznym) polega na ścisłej korelacji z organami władzy. Zatem zmiana orientacji politycznej na szczytach władzy każdorazowo pociąga za sobą zmianę orientacji politycznej prezesa (redaktora naczelnego) i dziennikarzy. Związek pomiędzy preferencjami politycznymi redakcji oraz preferowanymi stanowiskami wszystkich pozostałych struktur mediów publicznych w Polsce a argumentacją kluczowych aktorów politycznych stanowi przykład instrumentalizacji. Stosując celowe bagatelizowanie lub przecenianie instrumentalnie traktowanych faktów w celu ukazania własnych stanowisk w dobrym świetle, dziennikarze uznają się za opiniotwórczych i wiarygodnych. W tym sensie ich przekonania polityczne oddziałują — czasem nieświadomie — na ich zachowanie w trakcie zbierania materiałów, oceny stanów rzeczy oraz przy doborze i prezentacji wiadomości. Sprzyjanie linii programowej redakcji wiąże się nie tylko z uwzględnionymi faktami, podjętymi tematami i użytymi argumentami, lecz także z instrumentalnym obdarzaniem uwagą i estymą opinii nadmiernie krytycznych wobec przedstawicieli opozycji, nawet gdy wypowiedzi kolidują z osobistymi poglądami dziennikarza. Taka koncyliacyjna postawa utrwala nadmierną polityzację polskiego systemu medialnego.

Analiza uwarunkowań dziennikarstwa zaangażowanego w Polsce pozwala na wskazanie trzech kluczowych czynników ewolucji: technologii, komercjalizacji i wpływów politycznych. W ramach badań własnych autorki, których celem było poszukiwanie wspólnych standardów i wartości w dziennikarstwie³⁰, w odpowiedzi na pytanie: Wobec kogo, czego czujesz się odpowiedzialny? badani wskazywali na następującą hierarchię wartości: własne sumienie (88,7%), standardy dziennikarskie (61,3%), źródła informacji (58,5%), grupa docelowa odbiorców (45,3%), wartości demokratyczne (45,3%), odbiorcy mediów jako całości (34%), redaktor naczelny (34%), wydawca (22,9%), koledzy redakcyjni (21,7%), Bóg (14,2%), organizacje religijne i ich przywódcy (6,6%), reklamo-

³⁰ Badania empiryczne — ilościowe — oparte na anonimowych kwestionariuszach, przeprowadzone przez autorkę w latach 2011–2013 wśród 106 dziennikarzy czterech typów redakcji: prasy radia, telewizji i mediów internetowych we Wrocławiu; L. Szot, *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wrocław 2013, s. 162.

dawcy (5,7%), partie i idee polityczne (1%). Powyższe wyniki nie dowodzą świadomego uczestnictwa dziennikarzy w procesie polityzacji. Należałoby jednak zwątpić w szczerść udzielanych odpowiedzi, a badania powtarzać w kolejnych latach. W literaturze przedmiotu badacze także nie wskazują na pojawienie się wspólnego podejścia do praktyki dziennikarstwa. David Weaver (1998) podważył tezę o wartościach podzielanych przez wszystkich dziennikarzy³¹, dostrzegł też znaczne różnice opinii na temat wagi analizy oraz funkcji kontrolowania władzy³². Korelacja systemu medialnego i politycznego w Polsce oraz ewolucja zawodu dziennikarskiego wskazują, że spełniając jednocześnie funkcje dziennikarskie i polityczne, dziennikarze zawsze postępowali zgodnie z modelem praktyki zawodowej ukształtowanej pod wpływem kultury politycznej (dziennikarstwa zaangażowanego).

Mediatyzacja polityki

Pojęcie mediatyzacji polityki może być rozumiane dwojako. Z jednej strony w znaczeniu węższym — jako pośrednictwo mediów w przekazie politycznym od nadawcy do odbiorcy i od odbiorcy do nadawcy (tak zwykło się go używać w naukach politycznych). W tym rozumieniu pośrednictwo jedynie od nadawcy do odbiorcy w przekazie politycznym stanowi istotę polityzacji mediów. Z drugiej strony pojęcie mediatyzacji w znaczeniu szerszym jest ujmowane jako przetwarzanie informacji przez środki masowego przekazu. W tym procesie media masowe naznaczają przekaz informacyjny specyficzną logiką i tym samym nieuchronnie wpływają na uwarunkowane komunikacją polityczną sposoby postrzegania rzeczywistości i podejmowane działania³³. Pomimo sceptycyzmu niektórych teoretyków mediów³⁴ studia empiryczne dowodzą, że informacja pochodząca z przekazów mediów masowych ma często bezpośredni wpływ na podejmowane decyzje polityczne³⁵.

Wraz ze wzrostem znaczenia mediów masowych wiele większych organizacji (w tym partii politycznych, przedsiębiorstw) rozszerzyło swoje działania komunikacyjne, rozbudowując działy public relations (PR). Równocześnie poświęca się coraz więcej uwagi systematycznej obserwacji politycznych problemów i działań, aby wywierać aktywny wpływ o charakterze możliwie prewencyjnym, zarówno na podejmowane decyzje polityczne, jak i na proces ich przygotowania oraz sposób przekazania za pośrednictwem mediów. Proces ten dowodzi z jednej strony zjawiska polityzacji komunikacji w pań-

³¹ D. Weaver, *Journalists around the world: Commonalities and differences*, [w:] *The Global Journalist: News People Around the World*, red. D. Weaver, Cresskill-New York 1998, s. 460–468.

³² *Ibidem*, s. 468; K. Williams, *Media w Europie*, Warszawa 2008, s. 96.

³³ W. Schulz, *Komunikacja polityczna...*, s. 3.

³⁴ Teoria ograniczonych efektów mediów P.F. Lazarsfelda zakłada, że media mogą wywierać pewien ograniczony wpływ na ludzi, złagodzony przez wiele zmiennych pośredniczących lub stanowiących barierę; P.F. Lazarsfeld, *Remarks on Administrative and Critical Communication Research*, „Studies in Philosophy and Social Science” 1941, nr 9, s. 2–16.

³⁵ H.M. Kepplinger, *Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation*, „Publizistik” 30, 1985, s. 249.

stwie, przedsiębiorstwach medialnych i innych, także w organizacjach, a z drugiej — silnego przenikania interesów gospodarczych do procesu komunikacji politycznej. Udział mediów masowych w komunikacji politycznej wciąż rośnie, stąd zasadne jest pytanie o skutki, jakie rozwój ten będzie miał dla jakości procesów politycznych i aktywności politycznej obywateli.

Koncepcje przywództwa opinii ewoluowały, a pierwszy model Paula F. Lazarsfelda — model hierarchiczny³⁶ — zastąpiono modelem sieciowym, którego ogólny zarys prezentują Hans-Dieter Klingemann i Michael Schenk³⁷. W najnowszych koncepcjach przywództwa opinii medioznawcy przyjmują, że większość społeczeństwa ma dostęp do informacji medialnej zarówno bezpośrednio, jak i za pośrednictwem komunikacji interpersonalnej, a przywódcy opinii w ponadprzeciętnym stopniu wykorzystują polityczne treści przekazów medialnych. Polityczni decydenci korzystają z politycznych treści przekazów medialnych w znacznie szerszym zakresie niż przeciętny odbiorca. Analogicznie członkowie organów władzy i administracji wytwarzają własny obraz istotnych aspektów rzeczywistości czasem tylko poprzez media masowe. Politycy korzystają z tej możliwości komunikacji o wiele intensywniej niż większość społeczeństwa, również w celu uzupełnienia informacji dostępnych wewnętrznymi kanałami przekazu. Codzienne przeglądy prasy i doniesień medialnych stanowią nieodłączny element monitoringu sfery komunikacji ze społeczeństwem. Przez przywództwo opinii w polskiej rzeczywistości medialnej w szczególny sposób wykorzystywany jest telewizyjny kanał komunikacyjny. Z badań empirycznych Tomasza Szlendaka wynika, że telewizja jest podstawową formą (bo w ponad 60%) uczestnictwa w kulturze czy życiu społecznym, internet zaś jest tylko nowym przekątnikiem formy telewizyjnej. Te dane empiryczne i inne badania opinii publicznej uwzględniane są przez sferę rządową, wykorzystującą mechanizmy propagandowe i marketingowe w mediach publicznych. Kreowanie rzeczywistości społecznej z udziałem telewizji publicznej w Polsce stopniowo przeobraziło jej modelową funkcję informacyjną i publicystyczną w działalność propagandową prorządową.

Znane modele politologiczne, na przykład teorie demokracji, wcale nie uwzględniają politycznej roli mediów lub czynią to w niedostatecznym stopniu. Dlatego analiza politologiczna roli mediów jest złożona i wielowątkowa. Podejmowane próby uporządkowania wyników badań w zakresie nauki o komunikowaniu masowym korzystają często z tak zwanej formuły Lasswella³⁸, to jest prostego wyliczenia czynników biorących

³⁶ Zgodnie z tą koncepcją dwustopniowego przepływu informacji (przedstawioną w studium *The People's Choice*) informacja pochodząca z mediów masowych dociera najpierw do przywódców opinii, a następnie na poziomie komunikowania interpersonalnego przekazywana jest w grupach pierwotnych, czyli większości społeczeństwa, P.F. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet, *The People's Choice*, New York 1944; E. Katz, P.F. Lazarsfeld, *Personal Influence*, Glencoe 1955.

³⁷ H.-D. Klingemann, *Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen. Zur Kritik der These vom „Zwei-Stufen-Fluß“ der politischen Kommunikation*, [w:] *Politische Wissenschaft und politische Ordnung Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise*, red. M. Kaase, Wiesbaden 1986, s. 387–399; M. Schenk, *Medienwirkungsforschung*, Tübingen 1987, s. 244.

³⁸ H.D. Lasswell, *The structure and function of communication in society*, [w:] *The communication of ideas*, red. L. Bryson, New York 1948, s. 37–57.

udział w procesie komunikacji: nadawcy, wypowiedzi, kanału przekazu, odbiorcy i skutku. W modelu Lasswella, umożliwiającym usystematyzowanie badań, poszczególnym pytaniom przyporządkowuje się odpowiednie obszary badawcze: pytaniu „Kto?” — analizę nadawcy, pytaniu „Co?” — analizę zawartości treści, pytaniu „Jakim medium?” — analizę kanału przekazu, pytaniu „Do kogo?” — analizę audytorium, a pytaniu „Z jakim skutkiem?” — analizę efektu.

Badania empiryczne najczęściej polegają na analizie czynników biorących udział w procesie komunikacji na podstawie danych uzyskanych w badaniach ilościowych. Wartość poznawcza takich prób i metod ilościowych jest ograniczona. Wymiar polityczny komunikacji politycznej często gdzieś ginie, ponieważ schemat formuły Lasswella utrudnia nawiązanie do teorii politologicznych. Perspektywę badawczą często zawęża się do pytania o władzę mediów. Podejście funkcjonalne, oparte na systemach, zakłada, że związki pomiędzy komunikowaniem masowym a polityką są antagonistyczne, a założenie to znajduje uzasadnienie w przeciwstawianiu systemu komunikacji medialnej systemowi politycznemu. Za punkt wyjścia obserwacji przyjmuje się często „stan pierwotny” systemu politycznego pozbawionego elementu komunikacji masowej. Wprowadzenie mediów masowych do systemu można zaobserwować chociażby w cieszących się uznaniem analizach Jürgena Habermasa³⁹ na temat „przemian strukturalnych sfery publicznej” oraz Niklasa Luhmanna⁴⁰ poświęconych zjawisku „zmian w systemie komunikacji społecznej”.

W praktyce medialnej media swoją rolę pojmują różnie, w zależności od linii programowej redakcji i koncepcji redaktora naczelnego. W procesie powstawania woli politycznej niektóre z nich zajmują raczej stanowisko określonej partii, inne zaś rozumieją swoją rolę bardziej jako przedstawiciele obywateli, a jeszcze inne są apolityczne. Sprawując kontrolę nad władzą wykonawczą, zawiązują, zgodnie ze swoją polityczno-ideologiczną orientacją, odpowiednie koalicje z partiami i ugrupowaniami, które mają reprezentację w organach legislacyjnych. W takim układzie antagonizm bardziej występuje we współzawodnictwie poszczególnych mediów po jednej stronie i różnych struktur systemu politycznego po drugiej stronie. Niektóre media masowe sprzyjają sprawowaniu władzy, inne natomiast utrudniają jej sprawowanie albo się jej sprzeciwiają⁴¹. Określona linia redakcyjna telewizji publicznej znajduje wyraz w selekcji wiadomości, doborze rozmówców, sposobie prezentowania wydarzeń politycznych oraz komentarzach na temat tych wydarzeń. Największe znaczenie mają w przekazie medialnym wydarzenia, które kwestionują zawartość Konstytucji RP i dotyczą samej istoty demokracji i podstawowych wartości społeczeństwa. Jednak codzienny powtarzalny propagandowy przekaz może odnieść skutek. Poglądy odbiorców dotyczące sprawie-

³⁹ J. Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge 1962.

⁴⁰ N. Luhmann, *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien*, [w:] *Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?*, red. O. Schatz, Graz-Wien-Köln, 1975.

⁴¹ Pierwsza sytuacja odnosi się w Polsce do dziennika „Gazeta Polska” oraz do Telewizji Publicznej i Radia Publicznego SA (tak zwanych mediów państwowych, a nawet partyjnych), druga zaś, zgodnie z rozpowszechnioną opinią, przede wszystkim do dziennika „Gazeta Wyborcza” i telewizji TVN.

dliwości danego systemu politycznego i ekonomicznego bazują głównie na wyobrażeniach, kim są beneficjenci lub poszkodowani. Różnice w sposobie przedstawiania różnych osób i ugrupowań politycznych są rażące i nieobiektywne. Sposób przedstawiania jednej kategorii osób wykracza poza ramy: wskazywanymi ofiarami bywali i są głównie poszczególni obywatele, wytypowane politycznie grupy społeczne (na przykład emeryci, mieszkańcy popegeerowskich gmin) albo społeczeństwo jako całość. Natomiast beneficjentami podejmowanych działań są elity władzy reprezentowane przez Platformę Obywatelską. Aktorzy polityczni (PiS) wykazują tendencję do tłumaczenia, że ich działania są uwarunkowane okolicznościami, za które nie ponoszą odpowiedzialności, w przeciwieństwie do opozycji reprezentowanej przez Platformę Obywatelską czy Unii Europejskiej. Sprawców problemów (kryzysu) obarcza się winą (na przykład Donalda Tuska), zaś twórcom sukcesów przypisuje się skuteczne rozwiązania. Taki sposób przedstawiania zaistniałych problemów (konfliktów społecznych) i skuteczności działania aktualnej władzy PiS (kontekst rozwiązywania konfliktów) często zawiera wypowiedzi o ich sprawcach oraz twórcach ich rozwiązania, przypisujące na przykład Jarosławowi Kaczyńskiemu nadzwyczajne umiejętności przywódcze. Wyobrażenia tego typu są zdumiewająco trwałe i przez długi czas oddziałują na interpretację zachowań i preferencje wyborcze odbiorców. W takim antagonizującym społeczeństwie sposobie przedstawiania mechanizmów polityki tkwi olbrzymie zagrożenie. Ofiarami niekompetencji opozycji jawią się pojedynczy obywatele, poszczególne grupy społeczne czy społeczeństwo jako całość. Przepaść między złożoną rzeczywistością a sposobem jej przedstawiania wynika z natury mediów kierujących się potrzebą sensacji oraz realizacji interesów politycznych i ekonomicznych. W konsekwencji występują wyraźne przejawy rosnącego zniechęcenia polityką (wzrastającego wyobcowania politycznego). A fundamentalną przyczyną jest niekorzystna (polaryzująca społeczeństwo) zmiana sposobu przedstawiania polityki przez telewizję publiczną.

Konteksty komunikacji politycznej

Struktury polityczne i kultura (kultury) polityczna wspólnie tworzą system polityczny. Istotne są analiza procesów i funkcji oraz właściwe wszystkim teoriom systemów założenie, że systemy mają pewne potrzeby funkcjonalne, są więc uzależnione od wydolności swych struktur, na przykład w zakresie przetrwania i podtrzymania relacji z otoczeniem. Tym wymogom funkcjonalnym są podporządkowane różne procesy polityczne. Szczególnie ważnym z nich jest socjalizacja polityczna. Z reguły już w dzieciństwie lub okresie dorastania obywatele przejmują centralne elementy kultury politycznej, na przykład wiedzę na temat instytucji politycznych, przekonania polityczne i nawyki dotyczące zachowań politycznych. Socjalizacja polityczna służy w głównej mierze utrzymaniu i adaptacji systemu. Poza tym do najważniejszych potrzeb systemu należy wewnętrzne przetwarzanie („konwersja”). W nawiązaniu do koncepcji Davida Eastona rozróżnia się dwa rodzaje systemowego *input*, a mianowicie żądania (*demands*)

i wsparcia (*supports*)⁴². Proces konwersji rozpoczyna się po stronie *input* od artykulacji potrzeb, to znaczy sformułowania żądań, i agregacji potrzeb, to znaczy powiązania podobnych żądań w postać programu politycznego. Obok grup interesów, partii i stowarzyszeń media masowe odgrywają tutaj istotną rolę. Po stronie *output* media pełnią równie ważną funkcję przy implementacji decyzji politycznych. Spośród różnych struktur systemu, które służą komunikacji politycznej, media masowe realizują działania o najbardziej wyspecjalizowanym i zróżnicowanym charakterze⁴³. Zatem sprawowanie władzy jest skazane na media masowe jako instancję pośredniczącą, także skazane na nie jest kształtowanie woli politycznej. Większość centralnych dla systemu politycznego procesów konwersji i transakcji zachodzi w komunikacji masowej w mediach albo z ich pomocą. Szczególnie w systemach politycznych, w których infrastruktura i instytucje polityczne są słabo rozwinięte, ich funkcje często są przejmowane przez media masowe.

W powyższym rozumieniu generalnie komunikacja przedstawiana jest jako rodzaj transferu, jako przekaz informacji, „przepływ informacji” od nadawcy do odbiorcy. Odpowiada to w nauce o komunikowaniu takiej orientacji, która w centrum zainteresowania stawia nadawcę i sposób oddziaływania mediów. Interpretowanie modelu Lasswella jako modelu przepływu było przez dziesięciolecia wyznacznikiem rozwoju nauki o komunikowaniu. Model przepływu koncentruje uwagę na procesach filtracji, selekcji. Zatem zasadne są pytania o czynniki wpływu w telewizji publicznej w Polsce fundamentalistycznych wartości i permanentnej filtracji informacji. W kontekście polityki kadrowej i selektywnego doboru redaktorów i wydawców zrozumiałe są mechanizmy modyfikacji informacji przekazywanych przez media publiczne w interesie koalicji sprawującej władzę czy mechanizmy manipulacji zakłócające swobodny przepływ informacji. Zatem istotne są odpowiedzi na pytania: co i w czym interesie politycy, a następnie nadawcy wprowadzają do przepływu informacji, co przepuszczają kanały medialne, a co odfiltrują i w jaki sposób zmieniają przekazywane informacje. Ponadto – ku jakim mediom zwracają się odbiorcy i co wybierają z oferty informacyjnej. Powyższe pytania stanowią punkt wyjścia koncepcji i teorii badawczych, między innymi koncepcji gatekeeperów, modeli dyfuzyjnych, koncepcji dwustopniowego przepływu informacji, zasady odbioru selektywnego oraz selektywnego przetwarzania informacji.

Nowsze badania z zakresu komunikacji politycznej odnoszą się krytycznie do niektórych powyższych zagadnień. Przykładowo o wpływie mediów i o tym, czy jest w ogóle wywierany, a jeśli tak, to jak silny, często odbiorca decyduje w wyższym stopniu niż nadawca. Dlatego przez ostatnie ponad 30 lat perspektywie badawczej koncentrującej się na nadawcy przeciwstawiano perspektywę zorientowaną na aktywne działanie od-

⁴² G.A. Almond, G.B. Powell, *Comparative politics. A developmental approach*, Boston-Toronto 1966, s. 27.

⁴³ Komunikacja polityczna okresu przed drugą wojną światową i okresu jej trwania była pierwszoplanowym obszarem zainteresowania nie tylko Harolda Lasswella, lecz także pozostałych badaczy empirycznej nauki o komunikowaniu: Paula F. Lazarsfelda, Carla I. Hovlanda oraz Wilbura Schramma. Model Lasswella nadal przydaje się jako schemat porządkujący w przypadku opracowań podsumowujących wyniki badań empirycznych z zakresu komunikacji politycznej.

biorcy⁴⁴. Zmiana orientacji zaowocowała wyobrażeniem procesu komunikacji jako symetrycznej relacji oddziaływania i reakcji pomiędzy nadawcą a odbiorcą. W tym sensie odebrany przekaz i oddziaływanie medium są wynikiem nie tylko transmisji, lecz także procesów interpretacyjnych i konstrukcyjnych, w których stosownie do swoich kompetencji, aktywnie uczestniczą nadawca i odbiorca. Zatem proces komunikowania wymaga od odbiorcy określonych kompetencji w zakresie postrzegania i dekodowania, co ma dalekosiężny wpływ na zawartość przekazu i jego skutki. Często istotniejsze są nie faktyczne skutki polityczne wywołane przez media, lecz samo założenie przez odbiorcę, że taki wpływ media wywierają na osoby trzecie (niezależnie od tego, czy on naprawdę istnieje, czy też nie). Takie swoiste oddziaływanie przez media na osoby trzecie i sposób postrzegania przez odbiorców innych mają decydujące znaczenie w komunikowaniu politycznym. Stawiając pytanie o polityczną władzę mediów publicznych w Polsce, można by w sposób przejawiony odpowiedzieć: mniej istotne jest to, czy media faktycznie mają władzę; o wiele istotniejsze jest to, czy powszechnie się przyjmuje, że ją mają. Jeśli tak jest, to wszyscy zachowują się tak, jakby media miały władzę polityczną. A to jest w skutkach równoznaczne z faktyczną władzą tych mediów, a z pewnością kluczową ich funkcją polityczną jako instancją pośredniczącą w kształtowaniu woli i kultury politycznej.

Podsumowanie

U podstaw analizy leżało założenie, że system medialny w Polsce, przenikający wiele dziedzin życia, absorbuje coraz większe zainteresowanie polityków oraz że proces przetwarzania informacji jest procesem aktywnym i twórczym, zarówno po stronie nadawcy, jak i odbiorcy, a media nie są wyłącznie zwierciadłem rzeczywistości. Szczególnie media publiczne powinny umożliwiać i stymulować aktywność polityczną i uczestnictwo w procesach politycznych. Oferta informacyjna mediów publicznych nie przekłada się jednak na lepsze poinformowanie obywateli o kwestiach politycznych oraz ich większą kompetencję polityczną, gdyż media publiczne nie realizują swej ustawowej misyjnej roli służenia społeczeństwu. W rzeczywistości skutkiem procesu polityzacji i jednocześnie mediatyzacji polityki jest to, że służebna rola komunikowania w procesie politycznym podlega przeobrażeniu, w kierunku odejścia od ich tradycyjnej roli informacyjnej do zawężonej sfery propagandowej oraz rozrywkowej. W istotnym zakresie, ze względu na ustawowe wymogi, to zarządzający mediami publicznymi w Polsce ponoszą odpowiedzialność za niski stan kompetencji politycznych obywateli, niską jakość debaty publicznej i stan demokracji. Przeciętny odbiorca nie jest w stanie odróżnić rzeczywistych codziennych wydarzeń politycznych od wirtualnie przetworzonych w mediach przekazów dnia, a także dokonać ich analizy. Przekaz ten oddaje „iluzję” polityki państwowej, która

⁴⁴ Pojawiły się koncepcje teoretyczne precyzujące proces przetwarzania informacji, między innymi koncepcja czynników wiadomości, formatów mediów, schematów poznawczych. Koncepcje te rozumieją przetwarzanie informacji jako aktywną operację konstruktywną.

koncentruje się na osobach (zarówno z koalicji rządzącej, jak i opozycji) i dramatyzmie (chodzi o barwny spektakl, widowisko). A wszystko z perspektywy interesu politycznego partii sprawującej władzę, co służy w głównej mierze utrzymaniu władzy i adaptacji systemu politycznego. Rozwój opinii publicznej jest determinowany przez media, a przekaz kreujący rzeczywistość wpływa na preferencje polityczne wyborców. Jednocześnie to, co się dzieje w polityce, wymaga coraz większych kompetencji, gdyż staje się coraz bardziej złożone. Istotne są relacje pomiędzy obiektywną rzeczywistością (i faktycznymi wydarzeniami) a przekazem medialnym (czy sposobem, w jaki relacjonują je media). Polaryzacja społeczeństwa w ramach swoistych baniek komunikacyjnych będzie coraz trudniejsza do przezwyciężenia. Politolodzy uznają, że gdyby stworzyć ruch społeczny, który nie zamyka się w swojej bańce komunikacyjnej, potrafi otworzyć się na argumentację przeciwną, różnorodny światopogląd, i włączyć w ten proces młodzież (która sformułuje własne postulaty), możliwa byłaby zmiana poziomu kompetencji medialnych i kultury politycznej w Polsce.

Zasadniczym problemem badawczym była próba odpowiedzi na pytania: Jakie są uwarunkowania polityczne i przez pryzmat jakich interesów kształtowana jest linia programowa mediów publicznych w Polsce oraz w jaki sposób kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój mechanizmów propagandowych i osłabienie demokratycznego państwa prawa. Odpowiedź na kluczowe pytania dotyczące uwarunkowań (interesów) politycznych kształtujących linię programową redakcji mediów publicznych dotyka złożonych kwestii. Jednak zauważalny trend związany z ciągłym poszerzaniem zakresu obszaru polityki i interesów politycznych sfery rządowej, parlamentarnej i partii PiS w mediach publicznych został empirycznie wykazany. Biorąc pod uwagę poszerzanie zakresu działalności państwa i związane z nim obejmowanie coraz dalszych obszarów przestrzeni społecznej oraz zakładając istnienie adekwatnego przekazu mediów (postępujący proces polityzacji mediów publicznych), należy zauważyć istotne zagrożenia dla demokracji. Z pewnością niskie kompetencje komunikacyjne odbiorców mediów wpływają na rozwój i skuteczność mechanizmów propagandowych i osłabienie demokratycznego państwa prawnego. Zawartość medialna może wywierać na odbiorcach wrażenie pozornego pluralizmu medialnego, opartego na wyobrażeniu, że skuteczna polityka przenikająca coraz głębiej wszystkie sfery życia społecznego, prezentowana w mediach publicznych kształtuje pluralistyczną sferę publiczną i sprzyja rozwojowi demokracji. Ryzyko pojawia się w zdiagnozowanym procesie instrumentalizacji, czyli wykorzystywania mediów publicznych do celów politycznych. W rzeczywistości bowiem strategia komunikacyjna realizowana w TVP1 odpowiada projektowi i programowi partii PiS. Publicystyczny sposób przedstawiania przyczyn problemów społecznych i poszukiwanie wyłącznej odpowiedzialności po stronie opozycji czy UE prowadzą do ostatecznej odpowiedzialności za jakość mediów publicznych po stronie sfery rządowej państwa i polityki medialnej.

Bibliografia

- Almond G.A., Powell G.B., *Comparative politics. A developmental approach*, Boston-Toronto 1966.
- Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2006.
- Dobek-Ostrowska B., *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011.
- Easton D., *A systems analysis of political life*, New York 1965.
- Fras J., *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław 2005.
- Habermas J., *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge 1962.
- Katz E., Lazarsfeld P.F., *Personal Influence*, Glencoe 1955.
- Kepplinger H.M., *Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation*, „Publizistik” 30, 1985, s. 247–264.
- Klepka R., *Relacjonowanie polityki w „Wiadomościach” TVP1 po wyborach parlamentarnych w 2015 roku: obiektywne czy stronnicze?*, „Political Preferences” 2017, nr 17, s. 155–172.
- Klingemann H.-D., *Massenkommunikation, interpersonale Kommunikation und politische Einstellungen. Zur Kritik der These vom „Zwei-Stufen-Fluß” der politischen Kommunikation*, [w:] *Politische Wissenschaft und politische Ordnung Analysen zu Theorie und Empirie demokratischer Regierungsweise*, red. M. Kaase, Wiesbaden 1986, s. 387–399.
- Lasswell H.D., *The structure and function of communication in society*, [w:] *The communication of ideas*, red. L. Bryson, New York 1948, s. 37–51.
- Lazarsfeld P.F., Berelson B., Gaudet H., *The People’s Choice*, New York 1944.
- Lazarsfeld P.F., *Remarks on Administrative and Critical Communication Research*, „Studies in Philosophy and Social Science” 1941, nr 9, s. 2–16.
- Luhmann N., *Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien*, [w:] *Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?*, red. O. Schatz, Graz-Wien-Köln, 1975, s. 13–30.
- McLuhan M., Powers B.R., *The global village*, New York 1989.
- McNair B., *Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere*, London-New York 2012.
- Michalczyk S., *Spoleczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008.
- Niedbalski M., *Szef radiokomitetu w Łodzi*, „Press” 2022, nr 1–2, s. 83–87.
- Nowak-Treter E., *Krytyczne studia nad dyskursem mediów publicznych na przykładzie „Wiadomości” TVP1*, „Res Rhetorica” 8, 2021, nr 1, s. 41–46.
- Romanowski M., *Wolność słowa w mediach elektronicznych*, Warszawa 2003.
- Schulz W., *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, Kraków 2006.
- Szot L., *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wrocław 2013.
- Weaver D., *Journalists around the world: Commonalities and differences*, [w:] *The Global Journalist: News People Around the World*, red. D. Weaver, Cresskill-New York 1998, s. 455–480.
- Williams K., *Media w Europie*, Warszawa 2008.

Media and politics (the context of the politicization of public media in Poland after 2015)

Keywords: political communication, public media, politicization, mediatization, political pluralism

Summary

The relationship between the media and politics has always been seen as conflicting. In large public media institutions in Poland basic contradiction can be seen between: impartiality, political interests and citizens

right freedom of speech, salary for effectiveness of work or product and for labor time. Polarization field of vision and all those contradictions are in publishing activity itself. The primary research objective is to characterize the relationship between the media and the political sphere in Poland, through the prism of the process of politicization and mediatization, which is both controversial and far ambiguous concept.

In addition, an attempt to answer questions about the instrumentalization of public media in Poland after 2015 through the development of propaganda mechanisms, resulting in a threat to political pluralism — taking into account the communicative competence of media audiences. The use of public media for political purposes is a threat to political pluralism. The one-day protest of the commercial media on February 10, 2021, a democratic day, showed what life can be like in Poland with only public media favorable to the authorities. On that day, Poles saw a world in which only pro-government propaganda messages exist. It would be hard to find a more adequate illustration of the importance of the problem of freedom of speech and independence of the media, especially the public media, which should effectively exercise their legally assured autonomy in shaping a pluralistic public sphere.

The one-day protest of the independent media on February 10, 2021 showed what life can be like in Poland where there are only public media favoring the authorities. On that day, the Polish people saw a world in which there is only a pro-government propaganda message. It is difficult to find a more adequate illustration of the importance of the problem of freedom of speech and media independence.

Denis Gerlich

Uniwersytet Wrocławski

ORCID: 0000-0002-7400-769X

Parlamentarna kampania wyborcza w mediach społecznościowych. Analiza aktywności ugrupowań politycznych w 2019 roku

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.6>

Słowa kluczowe: kampania wyborcza, media społecznościowe, Facebook, Twitter, Polska, 2019 rok

Wprowadzenie

Celem niniejszej pracy jest analiza aktywności ugrupowań politycznych w wybranych mediach społecznościowych — na Facebooku i Twitterze. Analizie zostały poddane treści zamieszczane w ciągu dwóch tygodni poprzedzających wybory parlamentarne w 2019 roku w podziale na poszczególne tygodnie. Tydzień pierwszy obejmował okres od 30 września 2019 roku do 6 października 2019 roku, a tydzień drugi — od 7 października 2019 roku do 13 października 2019 roku. Przegląd publikowanych treści dotyczył twitterowych i facebookowych kont poniższych ugrupowań politycznych: Kukiz'15, Ruch Narodowy, Wiosna, Prawo i Sprawiedliwość, Zieloni, Lewica, Polskie Stronnictwo Ludowe, Platforma Obywatelska, KORWIN, Nowoczesna, Lewica Razem oraz Konfederacja. W artykule postaram się odpowiedzieć na następujące pytania badawcze:

1. Które ugrupowania angażowały się najbardziej w danym serwisie społecznościowym?

2. Które ugrupowania wykazały się największą responsywnością komunikacji?

W badaniach zastosowane zostały metody analizy zawartości oraz statystyki opisowej. Praca składa się z dwóch głównych części. W pierwszym podrozdziale została usystematyzowana wiedza na temat kluczowych pojęć dla pracy, to jest kampanii wyborczej oraz mediów społecznościowych. Z kolei w podrozdziale drugim przedstawiono wyniki analizy według kryterium ugrupowania politycznego. W podsumowaniu dokonano autorskiej klasyfikacji ugrupowań politycznych do grup podmiotów, wyodrębnionych na podstawie kryterium aktywności w mediach społecznościowych oraz responsywności komunikacji.

Podstawy teoretyczne

Kampania wyborcza

Pojęcie kampanii wyborczej można zdefiniować w dwojaki sposób: w kontekście formalnoprawnym oraz kontekście politologicznym.

Kontekst formalnoprawny został ujęty w kodeksie wyborczym, którego artykuł 104 stanowi, że „Kampania wyborcza rozpoczyna się z dniem ogłoszenia aktu właściwego organu o zarządzeniu wyborów i ulega zakończeniu na 24 godziny przed dniem głosowania”¹. Bogusław Banaszak przybliżył pojęcie kampanii wyborczej, którą definiuje jako „zespół działań podejmowanych przed wyborami, mających na celu zapewnienie poparcia wyborców dla określonego kandydata oraz programu”². Anna Rakowska-Trela zwraca zaś uwagę, że uczestnicy kampanii w celu dotarcia do najszerszego kręgu wyborców wykorzystują dostępne środki niezabronione przez prawo³.

Kontekst politologiczny kampanii wyborczej dobrze ujmuje Sergiusz Trzeciak, który uważa, że kampania wyborcza to skomplikowany proces polityczno-społeczny składający się z wzajemnie powiązanych elementów wymagających wszechstronnych kwalifikacji i umiejętności praktycznych⁴. Z kolei Andrzej Antoszewski oraz Ryszard Herbuta twierdzą, że kampania wyborcza to mechanizm, który ugrupowania polityczne wykorzystują w celu maksymalizacji zysków wyborczych. Cel ten może zostać osiągnięty poprzez wieloelementową strategię opartą na wykorzystaniu działań o charakterze organizacyjnym, finansowym i promocyjnym⁵.

Jak można zauważyć, definicje politologiczne są bardziej złożone niż definicje formalnoprawne. Różnica polega na tym, że politolodzy starają się tłumaczyć kampanię wyborczą jako proces lub mechanizm, podczas gdy podejście jurystyczne wyznacza ramy prawne, w których kampania wyborcza może funkcjonować. Potwierdzenia tych wniosków dostarcza A. Rakowska-Trela, która uważa, że definicje kampanii wyborczej można podzielić na formułowane z dwóch perspektyw: po pierwsze, z perspektywy politologicznej — doprecyzowujące, czym jest kampania wyborcza przez pryzmat działań aktorów sceny politycznej; a po drugie, z perspektywy prawniczej — definiujące kampanię wyborczą na podstawie regulujących ją norm prawnych⁶.

¹ Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 roku — Kodeks wyborczy, rozdział 12 art. 104, Dz.U. z 2011 r. Nr 21 poz. 112.

² B. Banaszak, *Kampania wyborcza*, [w:] *Encyklopedia prawa*, red. U. Kalina-Prasznic, Warszawa 2007, s. 266.

³ A. Rakowska, *Prawna regulacja kampanii wyborczej w internecie*, Warszawa 2012, s. 4.

⁴ S. Trzeciak, *Kampania wyborcza. Strategia sukcesu. Przewodnik dla kandydatów i sztabów wyborczych*, Warszawa 2010, s. 15.

⁵ A. Antoszewski, R. Herbut, *Kampania wyborcza*, [w:] *Leksykon politologii*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Wrocław 2004, s. 152.

⁶ A. Rakowska-Trela, *Kampania wyborcza w regulacji prawnej i praktyce*, Łódź 2015, s. 22.

W definicjach politologicznych wyodrębnia się trzy aspekty kampanii wyborczej: celowościowy, komunikacyjny i marketingowy⁷.

Aspekt celowościowy przejawia się w działaniach nastawionych na osiągnięcie maksymalnego zysku politycznego przejawiającego się w postaci zdobycia możliwie największego poparcia wyborców⁸. Aspekt komunikacyjny zaś wyraża się w procesie komunikowania uczestników kampanii wyborczej — przesyłania informacji przez nadawców do wyborców za pośrednictwem różnych technik oraz kanałów przekazu. Z kolei aspekt marketingowy kampanii wyborczej ma związek z zastosowaniem strategii i taktyk marketingu politycznego. Tę kwestię wyjaśnia Jerzy Muszyński, który postrzega kampanię wyborczą jako transakcje rynkowe opierające się na wprowadzeniu towaru politycznego na rynek, zareklamowaniu go i dotarciu z towarem do odbiorców-wyborców⁹.

Media społecznościowe

Dominik Kaznowski definiuje media społecznościowe jako „środki przekazu podlegające społecznej kontroli, które mogą być wykorzystywane na dowolną skalę, zawierając zarówno treść przekazu, jak i możliwe punkty widzenia odnoszące się do informacji”¹⁰.

Karolina Wicińska dodaje, że media społecznościowe to zbiór narzędzi, które bazują na mediach internetowych oraz technologiach mobilnych i umożliwiają wymianę informacji w formie dialogu pomiędzy użytkownikami¹¹.

Katarzyna Fabjaniak-Czerniak zaś konkluduje, że media pomimo swojej funkcji informacyjnej również pełnią funkcję angażującą odbiorców, która łączy ze sobą nieformalne grupy społeczne wokół określonych zagadnień. Dodatkowo nowe technologie dostarczyły narzędzi do prowadzenia dialogu, który stanowi kluczowy element i odróżnia media tradycyjne od współczesnych¹².

Media społecznościowe charakteryzują się tym, że skracają dystans między odbiorcą a nadawcą komunikatu. Pozwala to na opracowanie bardziej trafnego i sprecyzowanego komunikatu. Ważnym czynnikiem jest również to, że odbiorcy bez większych problemów mogą odpowiedzieć na wiadomość. Komunikat ten może występować w różnych formach: audiowizualnej, wizualnej lub pisemnej. Aspekt komunikacyjny mediów społecznościowych jest kluczowy, a dodatkowo łączy się z ważną ich funkcją — optymalizacją treści. Ta ostatnia pozwala na zaadresowanie komunikatu do konkretnego grona osób. Zwiększa to szanse na to, że komunikat ostatecznie trafi do osób, do których docelowo był kierowany.

⁷ *Ibidem*.

⁸ G. Kryszewski, *Standardy prawne wolnych wyborów parlamentarnych*, Białystok 2007, s. 178.

⁹ J. Muszyński, *Leksykon marketingu politycznego*, Wrocław 2001, s. 72.

¹⁰ D. Kaznowski, *Social media — społeczny wymiar Internetu*, [w:] *E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy*, red. J. Królewski, P. Sala, Warszawa 2016, s. 77.

¹¹ K. Wicińska, *Media społecznościowe jako narzędzie rozwijające działania marketingowe przedsiębiorstw*, „Rynek — Społeczeństwo — Kultura” 2017, nr 3, s. 115.

¹² K. Fabjaniak-Czerniak, *Internetowe media społecznościowe jako narzędzie public relations*, [w:] *Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności*, red. K. Kubiak, Warszawa 2012, s. 183.

W definicjach zauważyć można powtarzający się termin „dialog”, który jest jednym z ważniejszych aspektów odróżniających media społecznościowe od mediów tradycyjnych. Dialog umożliwia integrację wszystkich uczestników procesu komunikacji. Przekłada się na zwiększenie odczucia, że jest się uczestnikiem większego procesu. Za sprawą dialogu odbiorcy zamieniają się w czynnych uczestników procesu komunikacji, co w przypadku mediów tradycyjnych byłoby niemożliwe do osiągnięcia¹³.

Przedstawione funkcje serwisów społecznościowych można w łatwy sposób zaadaptować do potrzeb kampanii wyborczej i wykorzystać w niej. Z uwagi na stale rosnącą liczbę użytkowników mediów społecznościowych w Polsce¹⁴ odpowiednie wykorzystanie tych funkcji daje możliwość rozwinięcia nowych form komunikacji z wyborcami, a przez to zwiększa atrakcyjność danego ugrupowania na rynku politycznym.

Facebook — charakterystyka

Liderem wśród serwisów społecznościowych w Polsce jest Facebook. Korzysta z niego blisko 16,6 mln osób powyżej trzynastego roku życia. Największą pod względem liczebności grupę, bo aż 29,5% wszystkich użytkowników, tworzą osoby w przedziale wiekowym 25–34 lat. Z Facebooka korzysta 53% kobiet oraz 47% mężczyzn¹⁵. Warto zauważyć, że 80% użytkowników loguje się na Facebooka codziennie¹⁶.

Z jednej strony Facebook czerpie swoją popularność z łatwości obsługi i dobrze rozbudowanego spektrum mechanizmów promocyjnych. Z drugiej zaś sposób komunikacji opiera się w nim na dialogu, który jest bardzo atrakcyjny dla odbiorców komunikatów. Głównym aspektem promocyjnym oferowanym przez Facebooka jest możliwość założenia spersonalizowanego profilu (na przykład profilu partii). Profil umożliwia kreowanie wizerunku oraz gromadzenie osób obserwujących publikowane treści. Aktywności nadawcy komunikatu wyrażane są w postaci postów. Mają one charakter informacyjny, edukujący lub mobilizujący. Odbiorcy komunikatu mają również szeroki wachlarz możliwości „odpowiedzi”, które wyrażane są za pomocą interakcji/reakcji, takich jak komentarze, polubienia oraz udostępnienia.

Twitter — charakterystyka

Jak wynika z danych Gemiusa, aktywnymi użytkownikami kont w serwisie Twitter są specjaliści i przedstawiciele wolnych zawodów, emeryci i renciści, a także uczniowie

¹³ *Ibidem.*

¹⁴ M. Adamik-Szysiak, *Polska partia polityczna na Twitterze — studium przypadku*, „E-Politikon” 2015, nr 16, s. 10.

¹⁵ Z. Górską, *Polscy użytkownicy social media na koniec 2018*, Napoleoncat.com, 12.12.2018, <https://naoleoncat.com/pl/blog/polscy-uzytownicy-social-media-na-koniec-2018-messenger-i-instagram-rosnazybciej-niz-facebook/> (dostęp: 17.02.2022).

¹⁶ K. Dudek, *Zarządzanie wizerunkiem polityków na Facebooku a aktywność wyborcza obywateli*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie” 2019, nr 1, s. 279.

i studenci. Wspólnie tworzą grupę prawie 40% użytkowników Twittera. Osoby aktywnie korzystające z Twittera pochodzą najczęściej z dużych miast. Według danych Gemiusa ponad jedna piąta użytkowników mieszka w miastach o liczbie mieszkańców powyżej 200 tys.¹⁷ Największa zaleta Twittera tkwi w jego responsywności, czyli możliwości szybkiego przekazywania najważniejszych informacji do opinii publicznej. W związku z tym Twitter odgrywa kluczową rolę w procesie komunikowania aktorów politycznych z odbiorcami — daje możliwość dostarczania wiadomości z pierwszej ręki¹⁸. Komunikacja na Twitterze przebiega za pomocą tweetów, czyli postów o maksymalnej długości 280 znaków. Użytkownicy Twittera mają możliwość kategoryzowania tweetów za pomocą hashtagów (#) — mechanizm ten pozwala na szybsze odnajdowanie powiązanych ze sobą treści. Na tweety odbiorcy mogą zareagować za pomocą komentarza, polubienia, udostępnienia oraz retweeta.

Definicje obserwujących

Z powodu braku możliwości dokonania selekcji prezentowanych danych wszyscy obserwujący zostali potraktowani jako względnie jednorodna zbiorowość, swego rodzaju fani, bez rozróżnienia na pozytywne lub negatywne przesłanki związane z obserwowaniem i/lub reagowaniem. Nawet osoba, która zaobserwowała dany profil lub zareagowała na dany wątek na profilu określonego ugrupowania w celu wyrażenia nieprzychylniej opinii, w dalszym ciągu przyczynia się do zwiększenia jego zasięgów.

Wyniki — w podziale na partie polityczne

Źródła danych

W części empirycznej artykułu bazowałem na danych zebranych i zagregowanych przez analityków portalu Politykawsieci.pl. Metodologia uzyskiwania danych, a także graficzna ich ilustracja zostały zamieszczone na stronach poświęconych danym z Facebooka¹⁹ oraz Twittera²⁰.

¹⁷ D. Wieprzowski, *Media społecznościowe jako kanały komunikacji — charakterystyka użytkownika*, Gemius Polska, 5.11.2015, <https://www.gemius.pl/reklamodawcy-aktualnosci/media-spoecznościowe-ja-ko-kanały-komunikacji-charakterystyka-uzytkownikow.html> (dostęp 13.02.2021).

¹⁸ M. Lakomy, *Tweety na szczycie. Polityka responsywna*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2, s. 153.

¹⁹ Polityka w sieci, *Facebook raport*, 2019, <https://politykawsieci.pl/facebook-raport-30090610/> (dostęp: 3.11.2021); Polityka w sieci, *Raport Facebook*, 2019, <https://politykawsieci.pl/raport-facebook-7-13-10-2019/> (dostęp: 3.11.2021).

²⁰ Polityka w sieci, *Twitter polityka raport*, 2019, <https://politykawsieci.pl/twitter-polityka-raport-3009610/> (dostęp: 03.11.2021); Polityka w sieci, *Raport Twitter*, 2019, <https://politykawsieci.pl/raport-twit-7-13-10-2019/> (dostęp: 3.11.2021).

Kukiz'15

Na facebookowym profilu Kukiz'15 w pierwszym analizowanym tygodniu zostało opublikowanych trzynaście postów, a w drugim — 27. Wzmoczona częstotliwość publikacji postów nie jest jednak żadnym zaskoczeniem w ostatnim tygodniu kampanii wyborczej. Wpisy nie przyniosły wzrostu liczby nowych obserwujących, przeciwnie — w pierwszym tygodniu profil stracił 308 obserwujących. Straty jeszcze bardziej pogłębiły się w drugim tygodniu — profil opuściło 930 osób. Jedynym optymistycznym akcentem jest suma reakcji, którą osiągnął profil Kukiz'15 na Facebooku. W pierwszym tygodniu wynosiła ona 7441, a w drugim tygodniu wzrosła do 16 329. Oczywiście na tle innych ugrupowań jest to wynik bardzo słaby, jednakże jeśli spojrzeć przez pryzmat liczby publikowanych postów oraz straty fanów, jest to sytuacja zaskakująca.

Aktywność twitterowa Kukiz'15 — na poziomie 30 tweetów w pierwszym tygodniu i 45 w drugim — finalnie przełożyła się na pozyskanie 38 nowych fanów w pierwszym i 114 w drugim tygodniu. Interakcje kształtowały się na poziomie 49 w pierwszym tygodniu i wzrosły do 70 w drugim. Warto zaznaczyć, że mała liczebność publikowanych tweetów, nowych fanów oraz interakcji nie pozwoliły profilowi Kukiz'15 konkurować z profilami innych ugrupowań politycznych.

Tabela. 1. Facebook i Twitter — Kukiz'15

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	13	27	30	45
Nowi fani	-308	-930	38	114
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Suma interakcji	7441	16 329	49	70
Największy dzienny przyrost interakcji	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Ruch Narodowy

W pierwszym analizowanym tygodniu Ruch Narodowy postował na Facebooku dwanaście razy, a w drugim tygodniu — 42 razy. Taka liczba postów przełożyła się na pozyskanie 30 nowych obserwujących w pierwszym tygodniu, a 75 obserwujących — w drugim. Internauci na posty Ruchu Narodowego w pierwszym tygodniu reagowali 1303 razy, zaś w drugim tygodniu liczba reakcji zwiększyła się do 5779. Na tle innych ugrupowań politycznych wynik facebookowego profilu Ruchu Narodowego jest bardzo słaby.

W pierwszym tygodniu badanego okresu na twitterowym profilu Ruchu Narodowego opublikowano tylko jeden tweet, w drugim tygodniu częstotliwość postowania po-

prawiła się i wynosiła 24 tweety. Dużym zaskoczeniem, z uwagi na niską aktywność Ruchu Narodowego, była liczba nowych fanów: w pierwszym tygodniu przybyło 173 obserwujących, a w drugim tygodniu — 279. Ciekawie również prezentuje się suma interakcji, jaką wykazali internauci na profilu Ruchu Narodowego. W pierwszym tygodniu użytkownicy Twittera nie pozostawili żadnej reakcji, natomiast w drugim tygodniu liczba interakcji wzrosła do 827.

Tabela 2. Facebook i Twitter — Ruch Narodowy

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	12	42	1	24
Nowi fani	30	75	173	279
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Suma interakcji	1303	5779	0	827
Największy dzienny przyrost interakcji	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Wiosna

Na facebookowym profilu Wiosny w pierwszym tygodniu opublikowanych zostało jedenaście postów, w drugim ich liczba spadła do dziesięciu. Przełożyło się to na napływ 50 nowych fanów w pierwszym tygodniu. W drugim tygodniu doszło do zaskakującej sytuacji i pomimo gorszej częstotliwości publikowania, na profilu przybyło ponad sześć razy więcej nowych obserwujących niż w pierwszym tygodniu.

Działania Wiosny na Twitterze prowadzono równie rzadko co na Facebooku. W pierwszym tygodniu zostało opublikowanych czternaście postów, zaś w drugim tygodniu nastąpił wzrost — do 45 postów. W pierwszym tygodniu profil Wiosny zaobserwowało 159 osób, a w drugim liczba obserwujących wzrosła prawie dwukrotnie. Interakcje kształtowały się na poziomie 555 w pierwszym tygodniu i 340 w drugim. Warto zauważyć, że prawie trzykrotny wzrost liczby publikowanych postów nie przełożył się na wzrost liczby reakcji internautów.

Tabela 3. Facebook i Twitter — Wiosna

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	11	10	14	45
Nowi fani	50	316	159	300
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma interakcji	3155	3223	555	340
Największy dzienny przyrost interakcji	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Prawo i Sprawiedliwość

Prawo i Sprawiedliwość w pierwszym tygodniu na Facebooku opublikowało 51 postów, a w drugim — 95. Taka liczba publikowanych postów przełożyła się na bardzo duży przyrost liczby nowych fanów: 3988 w pierwszym tygodniu, z największym dziennym przyrostem wynoszącym 1100 fanów, oraz 6224 w drugim tygodniu, z największym dziennym przyrostem około 1200 osób. Duża częstotliwość publikowania postów poskutkowała wzmocnionym zaangażowaniem internautów. W pierwszym tygodniu użytkownicy Facebooka reagowali 78 737 razy, a w drugim liczba interakcji wzrosła do 130 597. Największy dzienny przyrost interakcji w pierwszym badanym okresie wyniósł około 20 000 interakcji. W związku z tym dwa posty znalazły się w zestawieniu czternastu najpopularniejszych postów pierwszego tygodnia. W drugim tygodniu największy dzienny przyrost interakcji wyniósł około 60 000. Pomimo tak znacznego wzrostu aktywności w drugim tygodniu żaden post Prawa i Sprawiedliwości nie trafił do zestawienia czternastu najpopularniejszych postów.

Na profilu PiS na Twitterze w pierwszym tygodniu zostało opublikowanych 277 tweetów, a w kolejnym tygodniu liczba tweetów wzrosła do 500. Pomimo średniej liczby publikowanych tweetów na profil przybyło 915 nowych obserwujących — jest to największy odnotowany przyrost w pierwszym tygodniu. W drugim tygodniu liczba obserwujących wzrosła o 1366. Największy dzienny przyrost nowych fanów wyniósł około 200 osób w pierwszym tygodniu, a około 550 w drugim. Internauci w pierwszym badanym okresie zareagowali 31 143 razy, a największy dzienny przyrost sięgał granicy 10 000 interakcji. Taki wynik przyczynił się do tego, że trzy tweety znalazły się w zestawieniu czternastu najpopularniejszych. W drugim tygodniu liczba interakcji wzrosła o ponad 10 000 interakcji, a największy dzienny przyrost wyniósł około 13 000. Wzmocniona aktywność przełożyła się na to, że pięć tweetów znalazło się w zestawieniu czternastu najpopularniejszych tweetów drugiego tygodnia.

Tabela 4. Facebook i Twitter — Prawo i Sprawiedliwość

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	51	95	277	500
Nowi fani	3988	6224	915	1366
Największy dzienny przyrost nowych fanów	około 1100	około 1200	około 200	około 550
Suma interakcji	78 737	130 597	31 143	42 550
Największy dzienny przyrost interakcji	około 20 000	około 60 000	około 10 000	około 13 000
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	2	0	3	5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Zieloni

W pierwszym analizowanym tygodniu Zieloni na Facebooku postowali 21 razy, a w drugim — 26 razy. Liczba nowych fanów wyniosła 165 w pierwszym tygodniu, z kolei w drugim tygodniu na profil przybyło 319 osób. Internauci pod postami Zielonych w pierwszym tygodniu zostawili 5638 reakcji, a w drugim liczba reakcji wzrosła do 7487. Aktywność Zielonych na Facebooku należy ocenić jako niewystarczającą.

Na Twitterze aktywność Zielonych była zdecydowanie intensywniejsza niż na Facebooku. W pierwszym tygodniu Zieloni tweetowali 199 razy, w drugim tygodniu liczba ta wzrosła do 290. Pomimo tak dużej aktywności na profil Zielonych w pierwszym tygodniu przybyło tylko 123 nowych obserwujących, a w drugim — 244. Podobnie rzecz ma się w odniesieniu do sumy interakcji. W pierwszym tygodniu internauci zareagowali 1795 razy, a w drugim — 2390 razy. Pomimo dużej aktywności własnej aktywność re-sponsywna pozostała na niskim poziomie.

Tabela 5. Facebook i Twitter — Zieloni

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	21	26	199	290
Nowi fani	165	319	123	244
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Suma interakcji	5638	7487	1795	2390
Największy dzienny przyrost interakcji	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Lewica

W pierwszym analizowanym tygodniu Lewica opublikowała na Facebooku 40 postów — przełożyło się to na napływ 1494 nowych fanów, z dziennym największym przyrostem wynoszącym około 250 osób. W drugim tygodniu aktywność Lewicy spadła do 35 postów. Jednakże zmniejszenie aktywności własnej nie spowodowało zmniejszenia aktywności responsywnej, a co więcej, odnotowano znaczny wzrost liczby nowych fanów (4485) z największym dziennym przyrostem wynoszącym około 1200 osób. W pierwszym tygodniu pod postami pojawiło się 26 795 reakcji, z największym dziennym przyrostem wynoszącym 6000 interakcji. Z kolei w drugim tygodniu suma interakcji wzrosła ponad dwukrotnie, z największym dziennym przyrostem około 15 000 reakcji. Warto zauważyć, że pomimo zmniejszenia aktywności samego profilu obserwujący Lewicy są bardzo zmobilizowani. W związku z tym Lewica na tle innych ugrupowań wypada dobrze.

Aktywność twitterowa Lewicy — na poziomie 559 tweetów w pierwszym tygodniu i 710 w drugim — przełożyła się na pozyskanie 780 nowych fanów w pierwszym tygodniu i aż 2832 w drugim tygodniu. Największy dzienny przyrost nowych fanów w pierwszym tygodniu wyniósł około 200 osób, a w drugim wzrósł do około 1700. Suma interakcji w pierwszym tygodniu wyniosła 19 831, a największy dzienny przyrost wyniósł 5000 interakcji. W drugim tygodniu internauci zostawili 51 707 interakcji, a dzienny największy przyrost wyniósł około 24 500 osób. W związku z tak dużą aktywnością internautów, aż pięć tweetów zakwalifikowało się do zestawienia czternastu najpopularniejszych tweetów drugiego tygodnia. W drugim tygodniu twitterowy profil Lewicy praktycznie pod każdym względem górował nad profilami innych ugrupowań politycznych.

Tabela 6. Facebook i Twitter — Lewica

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	40	35	559	710
Nowi fani	1494	4485	780	2832
Największy dzienny przyrost nowych fanów	około 250	około 1200	około 200	około 1700
Suma interakcji	26 795	54 908	19 831	51 707
Największy dzienny przyrost interakcji	około 6000	około 15 000	około 5000	około 24 500
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Polskie Stronnictwo Ludowe

W pierwszym tygodniu facebookowy profil PSL-u opublikował dziewięć postów, a w drugim — dziesięć. Pomimo bardzo niskiego poziomu aktywności w pierwszym tygodniu

na profil przybyło 298 nowych fanów, w drugim nastąpił wzrost o 1331. Interakcje kształtowały się na poziomie 5159 w pierwszym tygodniu i wzrosły do 9115 w drugim. Wynik uzyskany przez Polskie Stronnictwo Ludowe na tle innych ugrupowań ocenić należy jako słaby. Jedynym zaskoczeniem jest duży, jak na tę liczbę publikowanych postów, wzrost liczby nowych fanów w drugim tygodniu.

Na Twitterze w pierwszym tygodniu PSL zamieszczało wpisy 220 razy, w drugim tygodniu liczba ta wzrosła do 355 tweetów. Wykazywana aktywność PSL nie przełożyła się na znaczny napływ nowych fanów — w pierwszym tygodniu na profil przybyło 205 nowych obserwujących, a w drugim — 447. Internauci w pierwszym tygodniu zareagowali 5558 razy, a w drugim 6658 razy. Jak można zauważyć, PSL w dużo większym stopniu skupiło się na swoich działaniach na Twitterze niż na Facebooku. Jednakże zintensyfikowane działania na twitterowym profilu nie przełożyły się na znaczny wzrost liczby nowych fanów oraz na zaaktywizowanie internautów.

Tabela 7. Facebook i Twitter — Polskie Stronnictwo Ludowe

	Facebook		Twitter	
	Tydzień 1	Tydzień 2	Tydzień 1	Tydzień 2
Suma postów/tweetów	9	10	220	355
Nowi fani	298	1331	205	447
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Suma interakcji	5159	9115	5558	6658
Największy dzienny przyrost interakcji	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Platforma Obywatelska

W pierwszym tygodniu na Facebooku Platforma Obywatelska opublikowała 49 postów, a w drugim — 67, co przełożyło się na przyrost 870 nowych fanów w pierwszym i 1446 w drugim tygodniu. Wzmoczona aktywność PO dała wyniki w postaci dużego zaangażowania internautów. W pierwszym tygodniu internauci zareagowali 70 166 razy, a największy dzienny przyrost interakcji wyniósł około 20 000. W związku z tym dwa posty trafiły do rankingu czternastu najpopularniejszych postów. W drugim tygodniu liczba interakcji wyniosła 133 278, a największy dzienny przyrost krążył wokół liczby 35 000. Wynik był na tyle dobry, że cztery posty znalazły się w zestawieniu czternastu najpopularniejszych postów. Na tle aktywności innych ugrupowań Platforma Obywatelska uzyskała bardzo dobre wyniki.

Zarówno w pierwszym, jak i w drugim tygodniu Platforma Obywatelska tweetowała 558 razy. Przełożyło się to na napływ 707 nowych fanów w pierwszym i 885 fanów

w drugim tygodniu. Dzienny przyrost nowych fanów kształtował się na pułapie około 150 osób w obu badanych okresach. W pierwszym tygodniu użytkownicy pozostawili 37 160 reakcji, a największy dzienny przyrost sięgał 12 500 interakcji. Taka aktywność pozwoliła na zakwalifikowanie pięciu wpisów do zestawienia czternastu najpopularniejszych tweetów. W drugim tygodniu doszło do spadku interakcji — internauci pozostawili 25 240 reakcji z największym dziennym przyrostem około 9000.

Tabela 8. Facebook i Twitter — Platforma Obywatelska

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	49	67	558	558
Nowi fani	870	1446	707	885
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	około 150	około 150
Suma interakcji	70 166	133 278	37 160	25 240
Największy dzienny przyrost interakcji	około 20 000	około 35 000	około 12 500	około 9000
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	2	4	5	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

KORWIN

Na facebookowym profilu partii KORWIN w pierwszym tygodniu zostało opublikowanych 46 postów, a w drugim 55. Taka aktywność przełożyła się na napływ 411 nowych fanów w pierwszym tygodniu i 705 w drugim. Suma interakcji kształtowała się na poziomie 54 717 w pierwszym tygodniu z największym dziennym przyrostem około 15 000, z kolei w drugim tygodniu wystąpił wzrost — 82 425 reakcji z największym przyrostem na pułapie 25 000 interakcji. Jak można zauważyć, wyniki uzyskiwane na płaszczyźnie pozyskiwania nowych fanów i aktywizacji internautów są niewspółmierne do aktywności własnej prezentowanej przez profil KORWIN.

W pierwszym tygodniu na Twitterze profil KORWIN opublikował 515 tweetów, a w drugim ich liczba spadła do 485. W tygodniu pierwszym przybyło 106 nowych fanów, a w drugim pomimo spadku aktywności własnej nastąpił wzrost ich liczby — do 354. Sytuacja wygląda podobnie w kontekście sumy reakcji. W pierwszym tygodniu internauci pozostawili 1913 interakcji, a w kolejnym okresie wynik ten wzrósł do 3524. Sytuacja KORWIN na Twitterze jest podobna do tej na Facebooku — cechuje się dużym poziomem aktywności własnej, a średnim — aktywności responsywnej.

Tabela 9. Facebook i Twitter — KORWIN

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	46	55	515	485
Nowi fani	411	705	106	354
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Suma interakcji	54 717	82 425	1913	3524
Największy dzienny przyrost interakcji	około 15 000	około 25 000	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Nowoczesna

Aktywność Nowoczesnej na Facebooku kształtowała się na poziomie dziesięciu postów w pierwszym tygodniu i dwunastu w drugim. Wpisy nie przyniosły wzrostu liczby nowych fanów, co więcej, w pierwszym tygodniu profil Nowoczesnej opuściło 47 osób, a w drugim tygodniu strata się pogłębiła — profil opuściło 55 osób. Internauci reagowali 886 razy w pierwszym tygodniu, a w drugim pozostawili 1236 reakcji. Z takimi wynikami profil Nowoczesnej nie mógł konkurować z profilami innych ugrupowań.

W pierwszym tygodniu Nowoczesna tweetowała 139 razy, a w drugim liczba ta wzrosła do 156 tweetów. Przełożyło się to na zdobycie 136 nowych obserwujących w tygodniu pierwszym i 197 — w drugim. Suma interakcji kształtowała się na poziomie 128 w tygodniu pierwszym, a w drugim nastąpił wzrost do 651 interakcji. Aktywność Nowoczesnej na Twitterze była zdecydowanie intensywniejsza niż na Facebooku.

Tabela 10. Facebook i Twitter — Nowoczesna

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	10	12	139	156
Nowi fani	-47	-55	136	197
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Suma interakcji	886	1236	128	651
Największy dzienny przyrost interakcji	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Lewica Razem

Aktywność facebookowego profilu Lewicy Razem w pierwszym tygodniu analizowanego okresu wynosiła 21 postów, które przełożyły się na przyrost 354 nowych fanów oraz na uzyskanie 11 253 interakcji. W drugim tygodniu zostało opublikowanych 36 postów, a liczba nowych fanów wyniosła 1395 osób. Duży wzrost względem pierwszego tygodnia odnotowano w sumie interakcji — 34 040 z największym dziennym przyrostem wynoszącym około 15 000 reakcji.

Lewica Razem w pierwszym tygodniu opublikowała 51 tweetów, a profil zaczęło obserwować 357 nowych osób z największym dziennym przyrostem około 80 osób. Suma interakcji wyniosła 5168 reakcji, co w połączeniu z niedużą liczbą tweetów i skoncentrowaną aktywnością internautów pozwoliło na zakwalifikowanie dwóch tweetów do rankingu czternastu najpopularniejszych tweetów. W drugim analizowanym tygodniu Lewica Razem zwiększyła swoją aktywność do 144 tweetów, a na profil przybyło 895 nowych fanów z dziennym największym przyrostem wynoszącym około 150 osób. Pomimo wzrostu sumy interakcji w drugim tygodniu do 7535 tylko jeden tweet zakwalifikował się do zestawienia najpopularniejszych tweetów. Na szczególną uwagę zasługuje fakt dużej aktywności responsywnej przy dość niskim poziomie aktywności własnej profilu Lewicy Razem.

Tabela 11. Facebook i Twitter — Lewica Razem

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	21	36	51	144
Nowi fani	354	1 395	357	895
Największy dzienny przyrost nowych fanów	b.d.	b.d.	około 80	około 150
Suma interakcji	11 253	34 030	5168	7535
Największy dzienny przyrost interakcji	b.d.	około 15 000	b.d.	b.d.
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	0	1	2	1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Konfederacja

Konfederacja w pierwszym tygodniu opublikowała najwięcej postów ze wszystkich ugrupowań — 52, a w kolejnym tygodniu liczba ta wzrosła do 61. Duża aktywność własna przełożyła się na pozyskanie największej liczby nowych fanów zarówno w pierwszym (9462 osoby), jak i drugim (22 624 osoby) tygodniu. Największy dzienny przyrost nowych fanów w pierwszym tygodniu wyniósł około 2000, a w drugim — około 5500 osób. Sytuacja wygląda podobnie w kwestii sumy interakcji. W pierwszym tygodniu in-

ternauci reagowali 134 314 razy, a największy dzienny przyrost wyniósł około 25 000 reakcji. W drugim tygodniu liczba reakcji wzrosła do 226 807, a największy przyrost wyniósł 65 000 reakcji. Tak ogromna aktywność przełożyła się na dominację Konfederacji w zestawieniu czternastu najpopularniejszych postów w pierwszym, jak i drugim tygodniu. W pierwszym tygodniu zakwalifikowało się dziesięć postów, a w drugim dziewięć. Podsumowując: całokształt zarówno aktywności własnej Konfederacji, jak i aktywności responsywnej kształtował się na bardzo wysokim poziomie.

W pierwszym tygodniu na twitterowym profilu Konfederacji zostało opublikowanych 608 tweetów, a w drugim — 859. Oba te wyniki są najlepszymi wynikami sumy tweetów w poszczególnych tygodniach. Duża aktywność Konfederacji znalazła odzwierciedlenie w znacznym przyroście liczby nowych fanów — 764 osoby w pierwszym tygodniu z największym przyrostem wynoszącym około 200 osób oraz 1630 nowych fanów w drugim tygodniu z największym dziennym przyrostem około 650 osób. Suma interakcji kształtowała się na poziomie 16 493 reakcji w pierwszym tygodniu z największym dziennym przyrostem około 4500 interakcji. W drugim tygodniu suma interakcji wynosiła 29 405, a największy dzienny przyrost sięgał granicy 11 000 interakcji. Prezentowana aktywność przyczyniła się do tego, że cztery tweety trafiły do zestawienia czternastu najpopularniejszych tweetów w pierwszym tygodniu, a dwa w drugim tygodniu. Aktywność Konfederacji w mediach społecznościowych w analizowanym okresie można ocenić jako bardzo wysoką.

Tabela 12. Facebook i Twitter — Konfederacja

	Facebook		Twitter	
	tydzień 1	tydzień 2	tydzień 1	tydzień 2
Suma postów/tweetów	52	61	608	859
Nowi fani	9462	22 624	764	1630
Największy dzienny przyrost nowych fanów	około 2000	około 5500	około 200	około 650
Suma interakcji	134 314	226 807	16 493	29 405
Największy dzienny przyrost interakcji	około 25 000	około 65 000	około 4500	około 11 000
Liczba postów/tweetów w najpopularniejszych 14 postach/tweetach według kryterium liczby reakcji	10	9	4	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez serwis www.politykawsieci.pl.

Podsumowanie

Na podstawie analizy i porównania wyników przeprowadzonego badania można przyporządkować polskie ugrupowania polityczne biorące udział w wyborach parlamentarnych w 2019 roku jednej z pięciu grup podmiotów wyodrębnionych na podstawie kryterium aktywności w mediach społecznościowych obejmującej zamieszczanie treści

(aktywność własna) oraz responsywność komunikacji (aktywność responsywna). Kryteria pozwalające zakwalifikować ugrupowanie do danej grupy podmiotów prezentują się następująco:

— ugrupowania nieaktywne — ugrupowania zakwalifikowane do tej grupy nie wykazały żadnej aktywności lub poziom aktywności własnej oraz aktywności responsywnej był na tyle nieznaczny, że nie pozwalał konkurować na tym polu z innymi ugrupowaniami;

— ugrupowania umiarkowanie aktywne — ugrupowania zakwalifikowane do tej grupy na jednej płaszczyźnie wykazały aktywność zbliżoną do tej prezentowanej przez ugrupowania aktywne, zaś na drugiej płaszczyźnie wykazały nieznaczna aktywność;

— ugrupowania aktywne — ugrupowania zakwalifikowane do tej grupy, w porównaniu do wyników innych ugrupowań, wykazały średni poziom aktywności własnej oraz aktywności responsywnej;

— ugrupowania ponadprzeciętnie aktywne — ugrupowania zakwalifikowane do tej grupy na jednej płaszczyźnie wykazały aktywność zbliżoną do tej prezentowanej przez ugrupowania ekstremalnie aktywne, z kolei na drugiej płaszczyźnie wykazały średnią aktywność;

— ugrupowania ekstremalnie aktywne — ugrupowania zakwalifikowane do tej grupy, w porównaniu do wyników innych ugrupowań, wykazały największy lub bardzo duży poziom aktywności własnej oraz aktywności responsywnej.

Ugrupowania polityczne zostały sklasyfikowane na podstawie całokształtu aktywności wykazywanej w danym serwisie społecznościowym — na Facebooku i Twitterze — w okresie od 30 września 2019 roku do 13 października 2019 roku (zob. tab. 13.).

Tabela 13. Klasyfikacja ugrupowań politycznych biorących udział w wyborach parlamentarnych w 2019 roku przy uwzględnieniu kryterium aktywności w mediach społecznościowych

	Facebook	Twitter
Ugrupowania nieaktywne	Kukiz'15 Nowoczesna Polskie Stronnictwo Ludowe Wiosna	Kukiz'15 Ruch Narodowy Wiosna
Ugrupowania umiarkowanie aktywne	Ruch Narodowy Zieloni	Lewica Razem Nowoczesna
Ugrupowania aktywne	Lewica Lewica Razem	Polskie Stronnictwo Ludowe Zieloni
Ugrupowania ponadprzeciętnie aktywne	KORWIN	KORWIN
Ugrupowania ekstremalnie aktywne	Konfederacja Platforma Obywatelska Prawo i Sprawiedliwość	Konfederacja Lewica Platforma Obywatelska Prawo i Sprawiedliwość

Źródło: opracowanie własne.

Celem niniejszej pracy była analiza aktywności ugrupowań politycznych w wybranych mediach społecznościowych (Facebook i Twitter). Analizowano treści zamieszczone w ciągu dwóch tygodni poprzedzających wybory parlamentarne: pierwszym — od 30 września 2019 roku do 6 października 2019 roku oraz drugim — od 7 października 2019 roku do 13 października 2019 roku.

Z analizy zgromadzonych danych wynika jednoznacznie, że najbardziej aktywne na Facebooku były Prawo i Sprawiedliwość, Platforma Obywatelska oraz Konfederacja. Na Twitterze sytuacja wyglądała podobnie, ponieważ do najbardziej angażujących się podmiotów także można zaliczyć Prawo i Sprawiedliwość, Platformę Obywatelską i Konfederację. Jednak w tym medium dodatkowo aktywna była także Lewica. Komunikacji w obu kanałach nie prowadziły w zasadzie Kukiz'15 oraz Wiosna.

Analiza danych pozwoliła poczynić kilka dodatkowych ciekawych obserwacji. Jedną z nich dotyczy aktywności Prawa i Sprawiedliwości na Twitterze w pierwszym tygodniu. Pomimo średniego poziomu tej aktywności profil PiS uzyskał najlepszy wynik w kategorii przyrostu liczby nowych fanów. Można postawić tym samym wstępną hipotezę, że tweety w większym stopniu były ukierunkowane na pozyskanie nowych obserwujących, a nie na aktywizację osób, które profil już obserwują. Kolejną ciekawą obserwacją dotyczy ugrupowania KORWIN i jego obecności na Facebooku i Twitterze. Z zebranych danych wynika, że na profilu tym publikowano treści w liczbie bardzo zbliżonej do liczby treści publikowanych przez ugrupowania zakwalifikowane do ugrupowań ekstremalnie aktywnych. Natomiast poziom aktywności responsywnej KORWIN odbiegał znacznie od poziomu osiąganego przez ekstremalnie aktywne ugrupowania. Obie te obserwacje mogą stanowić dobry punkt wyjścia dla innych badaczy zajmujących się problematyką aktywności podmiotów politycznych w mediach społecznościowych. Przeprowadzona przeze mnie analiza może zostać potraktowana jako swoista podstawa szerszej zakrojonych badań o charakterze jakościowym. Tworząc badanie opierające się na metodach badania jakościowego (na przykład przy użyciu jakościowej analizy treści), można podjąć próbę wyjaśnienia kontekstowego warunkowania zachowań — zarówno ugrupowań politycznych, jak i odbiorców treści (fanów). Takie podejście między innymi daje możliwość uzyskania odpowiedzi na pytanie: Dlaczego ugrupowania polityczne, a także odbiorcy wykazali dany poziom aktywności własnej i wtórnej? W tym ujęciu przydatne mogą okazać się pozycje traktujące o metodologii badań jakościowych, takie jak: *Podstawy badań społecznych* Earla Babbiego²¹, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych* Marcusa Banksa²², a także *Interpretacja danych jakościowych* oraz *Prowadzenie badań jakościowych* Davida Silvermana²³.

²¹ E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, Warszawa 2008.

²² M. Banks, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa 2013.

²³ D. Silverman, *Interpretacja danych jakościowych*, Warszawa 2007 oraz *idem*, *Prowadzenie badań jakościowych*, Warszawa 2008.

Bibliografia

- Adamik-Szysiak M., *Polska partia polityczna na Twitterze — studium przypadku*, „E-Politikon” 2015, nr 16, s. 10–32.
- Antoszewski A., Herbut R., *Kampania wyborcza*, [w:] *Leksykon politologii*, red. A. Antoszewski, R. Herbut, Wrocław 2004, s. 152.
- Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, Warszawa 2008.
- Banaszak B., *Kampania wyborcza*, [w:] *Encyklopedia prawa*, red. U. Kalina-Prasznic, Warszawa 2007, s. 266.
- Banks M., *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Warszawa 2013.
- Dudek K., *Zarządzanie wizerunkiem polityków na Facebooku a aktywność wyborcza obywateli*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie” 2019, nr 1, s. 273–291.
- Fabjaniak-Czerniak K., *Internetowe media społecznościowe jako narzędzie public relations*, [w:] *Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych niepewności*, red. K. Kubiak, Warszawa 2012, s. 173–194.
- Górska Z., *Polscy użytkownicy social media na koniec 2018*, Napoleoncat.com, 12.12.2018, <https://napoleoncat.com/pl/blog/polscy-uzytkownicy-social-media-na-koniec-2018-messenger-i-instagram-rosnazybciej-niz-facebook/>.
- Kaznowski D., *Social media — społeczny wymiar internetu*, [w:] *E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy*, red. J. Królewski, P. Sala, Warszawa 2016, s. 81–103.
- Kryszewski G., *Standardy prawne wolnych wyborów parlamentarnych*, Białystok 2007.
- Lakomy M., *Tweety na szczycie. Polityka responsywna*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2, s. 153–164.
- Muszyński J., *Leksykon marketingu politycznego*, Wrocław 2001.
- Polityka w sieci, *Facebook raport*, 2019, <https://politykawsieci.pl/facebook-raport-30090610/>.
- Polityka w sieci, *Raport Facebook*, 2019, <https://politykawsieci.pl/raport-facebook-7-13-10-2019/>.
- Polityka w sieci, *Raport Twitter*, 2019, <https://politykawsieci.pl/raport-twitter-7-13-10-2019/>.
- Polityka w sieci, *Twitter polityka raport*, 2019, <https://politykawsieci.pl/twitter-polityka-raport-30090610/>.
- Rakowska A., *Prawna regulacja kampanii wyborczej w internecie*, Warszawa 2012.
- Rakowska-Trela A., *Kampania wyborcza w regulacji prawnej i praktyce*, Łódź 2015.
- Silverman D., *Interpretacja danych jakościowych*, Warszawa 2007.
- Silverman D., *Prowadzenie badań jakościowych*, Warszawa 2008.
- Trzeciak S., *Kampania wyborcza. Strategia sukcesu. Przewodnik dla kandydatów i sztabów wyborczych*, Warszawa 2010.
- Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 roku — Kodeks wyborczy, Dz.U. z 2011 r. Nr 21, poz. 112.
- Wicińska K., *Media społecznościowe jako narzędzie rozwijające działania marketingowe przedsiębiorstw*, „Rynek — Społeczeństwo — Kultura” 2017, nr 3, s. 115–121.
- Wieprzowski D., *Media społecznościowe jako kanały komunikacji — charakterystyka użytkownika*, Gemius Polska, 5.11.2015, <https://www.gemius.pl/reklamodawcy-aktualnosci/media-spoecznościowe-jako-kanały-komunikacji-charakterystyka-uzytkownikow.html>.

Parliamentary election campaign in social media: Analysis of the activity of political groups in 2019

Keywords: election campaign, social media, Facebook, Twitter, Poland, 2019

Summary

The aim of the article is to present an analysis of the activity of political groups in social media — Facebook and Twitter. The article is based on the analysis of content posted on social media in the two weeks leading

up to the 2019 parliamentary election. The questions posited in this paper are as follows: which political groups engaged the most on a given social media site? Which political groups demonstrated the most responsive communication? The analysis allowed me to classify political groups into five categories (from inactive to extremely active) depending on their own social media activity and responsive activity.

Michał Jacuński

ORCID 0000-0002-6492-4945

Uniwersytet Wrocławski

Instytut Politologii

Proces digitalizacji partii politycznych — w kierunku interdyscyplinarności badań

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.7>

Słowa kluczowe: partie polityczne, digitalizacja, organizacja partyjna, komunikowanie cyfrowe, technopolityka

Wprowadzenie

Powszechnie przyjmuje się, że we współczesnych demokracjach rywalizacyjnych technologia cyfrowa jest coraz ważniejszym elementem działalności politycznej, zwłaszcza w okresach kampanii. Cyfryzacja i rozwój technologiczny wpływają zarówno na politykę, rozumianą jako *politics*, jak i na obszary polityk sektorowych. Ponadto dominuje pogląd, że technologie informacyjne i komunikacyjne (dalej: ICT) zmieniły zaangażowanie ludzi w politykę. Mechanizmy uczestnictwa oparte na rozwiązaniach cyfrowych przyczyniają się do stopniowych zmian konwencjonalnych sposobów zaangażowania politycznego w kierunku działań coraz częściej inicjowanych przez obywateli i zorientowanych na politykę. Znaczenie konwencjonalnych form partycypacji politycznej, w tym uczestnictwa w partiach politycznych, zaczęło spadać¹. ICT są obecnie postrzegane jako jedna z głównych przyczyn podejmowania nowych form kolektywnego działania w polityce, ale w niektórych przypadkach, paradoksalnie, okazują się znacznie bardziej zindywidualizowane i prawdopodobnie mniej powiązane z głównym nurtem polityki partyjnej, o czym świadczy choćby analiza internetowych platform uczestnictwa². W. Lance Bennet i Alexandra Segerberg określili tę transformację jako przejście od logiki zbiorowego działania (ang.

¹ R.J. Dalton, *Citizen Politics. Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*, 6th edition, Thousand Oaks 2014, s. 7, s. 268–269.

² M. Deseriis, *Digital movement parties: a comparative analysis of the technopolitical cultures and the participation platforms of the Movimento 5 Stelle and the Piratenpartei*, „Information, Communication & Society” 23, 2020, nr 12, s. 1784.

collective action) do logiki połączonego działania³ (ang. *connective action*), opartej bardziej na wzorcach samoorganizujących się niż na zorganizowanych sieciach w środowisku hybrydowym⁴. Ponieważ ICT wpływają na sposób, w jaki ludzie angażują się w działania polityczne, nie jest niespodzianką, że partie i organizacje polityczne próbują dostosować się do nowego środowiska cyfrowego. Dzieje się to w kontekście oddalania się organizacji partyjnej od społeczeństwa i w wielu przypadkach równoczesnej rosnącej roli partii jako części aparatu państwa. Główną konsekwencją tej zmiany jest erozja legitymizacji partii w oczach obywateli, przyczyniająca się do sięgania po coraz więcej zasobów państwowych⁵.

W dotychczas prowadzonych badaniach analizowano wysiłki partii w celu rozwiązania kryzysu legitymizacji poprzez między innymi reformy metod selekcji kandydatów i przywódców lub promowanie na nowo przemyślanych form kształtowania polityki⁶. Inne badania wskazują, że innowacyjne rozwiązania cyfrowe są postrzegane przez partie polityczne jako umożliwiające podjęcie interakcji z obywatelami, które byłyby oparte na nowych rodzajach przynależności cyfrowej⁷ oraz nowych kanałach komunikacji⁸.

W badaniach analizowano ponadto, czy cyfrowa partycypacja polityczna i rywalizacja partyjna powiązane są z szerszymi zmianami w funkcjonowaniu demokracji przedstawicielskiej⁹. Wydawać by się mogło, że uczestnictwo w życiu politycznym poprzez nowo powstające struktury w sieci internetowej sprzyjało odrodzeniu pluralizmu politycznego. Wczesne prace Wainera Lusolego i Stephena Warda¹⁰ wykazały, że nowe technologie medialne wykazują niewielki potencjał w zakresie poszerzania członkostwa w partiach i pomagania partiom w dotarciu do nowych grup. Tak zwani cyberpesymiści zauważyli, że cyfryzacja partii napędza i wzmacnia istniejące wcześniej trendy, takie jak wykluczenie zapośredniczenia (ang. *disintermediation*), postępująca personalizacja przywództwa i centralizacja działań partii¹¹. Równocześnie cyberoptymiści wskazywali, w jaki sposób technologie cyfrowe pomagają spłaszczyć hierarchie partyjne, ożywiają

³ Zjawisko *connective action* wyjaśniają szerzej W.L. Bennett i A. Segerberg, *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*, New York 2013.

⁴ O środowisku tym pisze m.in.: A. Chadwick, *Recent Shifts in the Relationship between the Internet and Democratic Engagement in Britain and the United States: Granularity, Informational Exuberance, and Political Learning*, [w:] *Digital Media and Political Engagement Worldwide*, red. E. Anduiza, M.J. Jensen, L. Yorba, New York 2012.

⁵ P. Ignazi, *Power and the (il)legitimacy of political parties: An unavoidable paradox of contemporary democracy?*, „Party Politics” 20, 2014, nr 2, s. 160–169.

⁶ D. Vittori, *Membership and members' participation in new digital parties: Bring back the people?*, „Comparative European Politics” 18, 2020, nr 4, s. 609–629.

⁷ F. Raniolo, V. Tarditi, D. Vittori, *Political parties and new ICTs. Between tradition and innovation*, [w:] *Digital parties. The challenges of online organisation and participation*, red. O. Barberà et al., Cham 2021.

⁸ S.E. Scarrow, *Beyond party members: changing approaches to partisan mobilization*, Oxford 2014; R.K. Gibson, F. Greffet, M. Cantijoch, *Friend or Foe? Digital Technologies and the Changing Nature of Party Membership*, „Political Communication” 34, 2017, nr 1, s. 89–111.

⁹ Zob. D. Held, *Models of Democracy*, Cambridge 2006.

¹⁰ W. Lusoli, S. Ward, *Digital rank-and-file: party activists' perceptions and use of the internet*, „The British Journal of Politics & International Relations” 6, 2004, nr 4, s. 453–470.

¹¹ Por. G. Rahat, O. Kenig, *From party politics to personalized politics? Party change and political personalization in democracies*, Oxford 2018; P. Gerbaudo, *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy*, London 2019.

zaangażowanie i partycypację polityczną członków i współpracowników partii, a ostatecznie wzmacniają demokrację wewnątrzpartyjną¹².

W ramach badań nad wpływem cyfryzacji zaproponowano kilka nowych modeli partii, które to modele wyjaśniają genezę i sposoby migracji części partii politycznych do internetu. Zalicza się do nich cyberpartię¹³, partię e-demokracji¹⁴, partię platformową i partię sieciową¹⁵ czy partię cyfrową¹⁶. Bennett i inni swój model nazwali „partią połączoną”¹⁷ ze względu na intensywne wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych, możliwość partycypacji i zaangażowanie zwolenników poprzez sieć oraz wykorzystanie różnych działań łączących partie z obywatelami. Poprzez propagowanie korzystania z rozwiązań cyfrowych i bezpośredni udział członków w procesach decyzyjnych partii komunikacja partii staje się według ustaleń Paola Gerbauda wysoce spersonalizowana i plebiscytarna¹⁸. Platformy i rozwiązania cyfrowe zwiększają udział w rozwiązywaniu i przeprowadzaniu konkretnych spraw i kwestii, zamiast wzmacniać ogólne zaangażowanie polityczne¹⁹. Tak więc pozornie demokratyczne partie cyfrowe mają tendencję do wzmacniania przywództwa i dopuszczania jedynie słabszych form partycypacji, które Cecilia Biancalana i Davide Vittori określili jako pseudopartycypację²⁰. Reasumując: istniejąca literatura pokazuje, że cyfryzacja instrumentów partycypacyjnych partii politycznych ma mieszany wpływ na rzeczywistą i ogólną partycypację polityczną, zarówno dla członków, jak i obywateli.

Innym, poza partycypacją, badanym dotychczas aspektem wpływu technologii cyfrowych na partie polityczne jest ich zmiana organizacyjna. Podejście to wywodzi się z badań nad hybrydyzacją organizacyjną²¹, które kładą nacisk na przejście między funkcjonowaniem organizacji w sferze tradycyjnej (offline) do sfery sieciowej (online). Zakres badań nad hybrydyzacją zdecydowanie wskazuje na możliwości współpracy inter-

¹² O.P. Boyd, *Differences in eDemocracy parties' eParticipation systems*, „Information Polity” 13, 2008, nr 3–4, s. 167–188; W.L. Bennett, A. Segerberg, C.B. Knüpfer, *The democratic interface: technology, political organization, and diverging patterns of electoral representation*, „Information Communication and Society” 21, 2018, nr 11, s. 1655–1680.

¹³ H. Margetts, *The cyber party*, paper to workshop ‘The causes and consequences of organisational innovation in European political parties’ at the European Consortium of Political Research (ECPR), Joint Sessions of Workshops, Grenoble, April 6–11, 2001, <http://www.ucl.ac.uk/spp> (dostęp: 11.01.2022).

¹⁴ O.P. Boyd, *Differences in eDemocracy...*

¹⁵ M. Deseriis, *Digital movement parties...*; *idem*, *Two variants of the digital party: The platform party and the networked party*, „Partecipazione e Conflitto” 13, 2020, nr 1, s. 896–917. Autor ten postrzega partię platformową i partię sieciową jako warianty partii cyfrowej.

¹⁶ P. Gerbaudo, *The Digital Party...*

¹⁷ W.L. Bennett, A. Segerberg, C.B. Knüpfer, *The democratic interface...*

¹⁸ P. Gerbaudo, *The Digital Party...*, s. 7

¹⁹ M. Deseriis, D. Vittori, *Platform Politics in Europe | The Impact of Online Participation Platforms on the Internal Democracy of Two Southern European Parties: Podemos and the Five Star Movement*, „International Journal of Communication” 13, 2019, s. 19.

²⁰ C. Biancalana, D. Vittori, *Cyber-Parties' Membership Between Empowerment and Pseudo-participation: The Cases of Podemos and the Five Star Movement*, [w:] *Digital parties. The challenges of online organisation and participation...*, s. 109.

²¹ Zob. m.in. A. Chadwick, *Digital network repertoires and organizational hybridity*, „Political Communication” 24, 2007, nr 3, s. 283–301.

dyscyplinarnej²². Technologie cyfrowe wywołują i kształtują różne zbiorowe działania i pośrednio lub bezpośrednio podważają znane schematy organizacyjnego funkcjonowania partii politycznych. Dla partii większe wykorzystanie technologii wiąże się z nieustannym śledzeniem „ruchomego celu”, jakim jest ewoluująca technologia powiązana z procesem organizacyjnej zmiany. Hybrydowość organizacyjna wpływa na różne wymiary polityki partyjnej, takie jak strategie komunikacyjne partii politycznych, członkostwo w partiach czy (rozproszony) wizerunek publiczny. Pod tym względem wysiłki nowych partii protestu i młodych partii pretendujących odegrały zasadniczą rolę w rozpowszechnianiu i promowaniu internetowych platform partycypacyjnych (ang. *Online Participation Platforms*, dalej: OPP), z których wiele umożliwiło internetowe debaty i głosowanie zdalne w partiach. Platformy te zaoferowały nowy sposób członkostwa/uczestnictwa w partiach i zredefiniowały rozumienie, czym może być organizacja partyjna.

Można zidentyfikować jeszcze jeden kierunek badań nad wykorzystaniem rozwiązań cyfrowych. Dotyczy on podejmowania decyzji wewnętrznych w partiach i różnych procesów decyzyjnych. Do tej pory badano w tym zakresie afordancje i koncepcje stojące za demokratyzacją platform OPP²³, a także analizowano dotyczące ich regulacje prawne, kwestie praw własności, zarządzania i bezpieczeństwa²⁴. Uwagę naukowców zaczęły przyciągać zwłaszcza problemy prawne i techniczno-technologiczne, z którymi mogą się wiązać upowszechnienie głosowania online i jego wdrażanie w partiach politycznych²⁵. Zdaniem niektórych badaczy²⁶ zwiększenie wykorzystania OPP może przynieść efekt przeciwny do zamierzonego dla funkcjonowania podstawowych wymiarów demokracji wewnątrzpartyjnej i ogólnie demokracji partyjnej, zmieniający wewnętrzne funkcjonowanie partii i jego rolę w reżimach demokratycznych. Kwestia ta nie była jednak badana w reżimach środkowoeuropejskich, a głównie w demokracjach zachodnich, gdzie przyglądano się między innymi partiom Piratów, partiom włoskim (na przykład *Movimento 5 Stelle*), hiszpańskim (między innymi *Podemos*), francuskim (*La France Insoumise*) czy duńskim (*Alternativet*).

²² W naukach społecznych spotykamy się z pojęciem hybrydyzacji w kontekście między innymi teorii globalizacji i nieustannego mieszania kultur. W zakresie nauk o komunikacji i mediach hybrydyzacja związana jest między innymi z rozwojem mediów cyfrowych, które w dużej mierze opierają się na hybrydach, konwergencjach i transformacjach tradycyjnych mediów. Z kolei w naukach o polityce i administracji pojęcie hybrydyzacji łączy się na przykład z reżimami politycznymi oraz wykorzystywane jest w analizie organizacji instytucji publicznych. Hybrydyzacja organizacji jest także przedmiotem badań nauk o zarządzaniu.

²³ M. Deseriis, *Rethinking the digital democratic affordance and its impact on political representation: Toward a new framework*, „New Media & Society” 23, 2021, nr 8, s. 2452–2473.

²⁴ Zob.: J. Barrat, M. Pérez-Moneo, *La digitalización de los partidos políticos y el uso del voto electrónico*, Cizur Menor 2019; B. Mikola, *New Party Organizations and Intra-party democracy: A Comparative Analysis of the Five Star Movement and Podemos*, PhD Dissertation, Central European University, Budapest 2018, https://www.etd.ceu.edu/2019/mikola_balint.pdf (dostęp: 10.01.2022).

²⁵ Zob.: F. Hao, P.Y.A. Ryan, *Real-world electronic voting: Design, analysis and deployment*, Boca Raton 2016; B. Mikola, *Online primaries and intra-party democracy: Candidate selection processes in Podemos and the Five Star Movement*, „IDP. Revista de Internet, Derecho y Política” 24, 2017, s. 37–49.

²⁶ O. Barberà et al., *Political Parties Transition into the Digital Era*, [w:] *Digital parties. The challenges of online organisation and participation...*, s. 11–12.

Wyzwania cyfryzacji partii i ich otoczenia

Badania cyfryzacji organizacji politycznych są nadal słabo rozwinięte i zdominowane przez krajowe studia przypadków lub prace porównawcze uwzględniające nieliczne przykłady. Wpływ ICT, rozwój internetowych OPP i poszerzanie — zwłaszcza poza kampaniami wyborczymi — granic organizacyjnych poza bazę członkowską w celu dotarcia do większej liczby obywateli pozostają zbadane w niewielkim stopniu. Z najnowszych badań porównawczych procesu cyfryzacji partii²⁷ wynika, że cyfryzacja partii nie pociąga za sobą jednolitego procesu konwergencji w kierunku nowego modelu zarządzania organizacją partii. Zamiast tego rozprzestrzenianie się cyfryzacji powoduje znaczne różnice między partiami politycznymi pod względem stopnia i schematu wdrażania ICT w funkcjonowaniu wewnątrzpartyjnym.

Wyzwania stojące przed partiami politycznymi, a co za tym idzie — badaczami cyfryzacji partii podzielić można na związane: 1) z organizacją samych partii, 2) z relacjami z członkami, sympatykami, elektoratem i grupami niepowiązanymi, 3) ze zmianą charakteru zapośredniczenia; 4) z zagrożeniami bezpieczeństwa oraz 5) ze zmianą otoczenia komunikacyjnego.

Pierwsze z wyzwań badawczych wiąże się z koniecznością opracowania ram mapowania cyfryzacji partii w różnych wymiarach, które bezpośrednio wpływają na funkcje partii, w tym organizację i demokrację wewnątrzpartyjną, komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, udział w życiu politycznym i finansowanie partii. Wyzwaniem jest wypracowanie narzędzia mapowania, które pozwoli zebrać dane o partiach w różnych systemach politycznych, z uwzględnieniem odmiennej specyfiki kształtowania instytucji politycznych oraz nastawienia partii do rozwijania praktyk demokratycznych opartych na aktywności sieciowej. Cyfryzacja ma wpływ na organizację kilku wymiarów wewnątrzpartyjnej demokracji, takich jak uprawnienia członków, sposób wyboru przedstawicieli, mechanizmy zapewniające rywalizację wokół wybieralnych funkcji czy przejrzystość decyzji, działalności i finansowania.

Drugie z wyzwań wiąże się z identyfikacją strategii cyfrowych, które mają umożliwić partiom wzmocnienie ich więzi zarówno z członkami, sympatykami, wyborcami, jak i z grupami społecznymi poza elektoratem. W ramach nowych strategii mogą się mieścić na przykład elementy grywalizacji i personalizacji połączone z przetwarzaniem Big Data przy wykorzystaniu sztucznej inteligencji. Wyzwanie to w szczególności wiąże się z ustaleniem, czy występują określone wzorce lub schematy strategii, przekładające się na silniejsze powiązanie z członkami i wyborcami, jak też czy prowadzą do ponownego włączenia w politykę niezadowolonych obywateli.

Trzecie wyzwanie dotyczy wykorzystania nowych form zapośredniczonego dostępu do instytucji politycznych oraz publicznych poprzez organizacje polityczne. Wykorzystanie przez partie nowych możliwości prowadzenia debaty publicznej i deliberacji, wypracowania programów politycznych i wyborczych między innymi przez *crowdsourcing*, kształtowania polityk sektorowych i podejmowania decyzji jest wyzwaniem dla badaczy

²⁷ *Ibidem*.

zarówno w perspektywie depolityzacji i bierności obywateli, jak i w kontekście słabnącej roli partii w rządach wielu liberalnych demokracjach przy rosnącej roli technokratów, ekspertów i bezpartyjnych biurokratów. Innym wyzwaniem w tym obszarze jest weryfikacja, czy bardziej zdigitalizowane i ponownie zapośredniczone partie będą zdolne do inkorporacji konfliktów społecznych do instytucji publicznych, by następnie „rozładować” (złagodzić) potencjalnie kontrowersyjną politykę publiczną.

Rozwojowi cyfryzacji, w szczególności wykorzystaniu narzędzi komunikowania w internecie lub partyjnym intranecie, towarzyszy konieczność gromadzenia, wykorzystywania i przechowywania danych, w tym danych osobowych. Czwarte wyzwanie dotyczy zbadania mechanizmów, które zapobiegą potencjalnym problemom z prywatnością, naruszeniom bezpieczeństwa lub skandalom manipulacyjnym, na przykład manipulowaniu procedurami głosowania elektronicznego zarówno w partiach, jak i w wyborach powszechnych. Wycieki danych lub nieuprawnione wykorzystanie danych wyborców w procesie wyborczym mogą prowadzić do podważenia zaufania do organizacji politycznych. Wyzwaniem są właściwa ocena tych zagrożeń i wypracowanie praktyk regulacyjnych, tym bardziej że jak dotąd nie ma ani krajowych, ani europejskich regulacji w tym zakresie, a korzystanie z rozwiązań cyfrowych pozostaje w znacznej mierze nieuregulowane²⁸. Regulacje dotyczące partii stają się jeszcze ważniejsze w perspektywie skutków pandemii COVID-19, ponieważ partie i organizacje polityczne będą coraz bardziej interesować się rozwiązaniami cyfrowymi i problemami z nimi związanymi.

Istnieją jeszcze kolejne wyzwania stojące przed badaczami polityki cyfrowej (oryg. ang. *digital politics*), które Andrew Chadwick określił „epistemologicznymi”²⁹. Po pierwsze, ze względu na to, że rozwój badań wokół polityki cyfrowej w ciągu ostatnich dwóch dekad był głównie napędzany analizami liberalnych i prodemokratycznych przypadków, nadszedł czas, aby badania skupiły uwagę na „demokratycznie dysfunkcyjnych” aspektach wykorzystania mediów cyfrowych. Zdaniem Chadwicka ważne jest, aby zacząć naprawiać nierównowagę wywołaną wcześniejszą tendencją do koncentrowania się na „optymistycznych, prodemokratycznych wynikach”. Po drugie wyzwaniem jest zmiana dominującego „zaangażowanego spojrzenia” (oryg. ang. *engagement gaze*) w dotychczasowych badaniach relacji między mediami cyfrowymi a polityką. Perspektywa ta zakłada, że większe zaangażowanie w politykę dostarczy więcej „demokratycznych dóbr” dla systemu medialnego i wspólnoty politycznej. Chadwick uważa, że nie doceniono trzech czynników, stojących za zaangażowaniem: 1) celów ideologicznych i politycznych tych, którzy się angażują; (2) prawdopodobieństwa, że w ramach niektórych „struktur motywacyjnych” w środowisku komunikacyjnym podważane będą liberalne demokratyczne normy; oraz (3) prawdopodobieństwa, że nowe wzorce zaangażowania przełożą się na długoterminowe, negatywne konsekwencje systemowe dla kultury obywatelskiej. Po

²⁸ Niektóre z regulacji dotyczą partii, jak GDPR/ RODO, czyli The General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 (GDPR), Ogólne rozporządzenie o ochronie danych, inaczej rozporządzenie o ochronie danych osobowych (RODO) lub planowane rozporządzenie UE w sprawie sztucznej inteligencji i dyrektywa o usługach cyfrowych.

²⁹ A. Chadwick, *Four challenges for the future of digital politics research*, [w:] *A Research Agenda for Digital Politics*, red. W.H. Dutton, Cheltenham 2020, s. 3–8.

trzenie, wiele badań nad mediami cyfrowymi i polityką było napędzanych oczekiwaniem racjonalności, czyli założeniem, że obywatele są refleksyjni, działają na podstawie najlepszych informacji dostępnych w systemie medialnym, a najlepsze zasoby informacyjne można znaleźć w internecie. Należy złączyć to podejście, by lepiej wyjaśnić między innymi fenomen dezinformacji w sieci. Czwartym, ostatnim z wyzwań jest konieczność uwzględniania nieuniknionych kompromisów między afektywną solidarnością (powodowaną tworzeniem tożsamości opartej na więzach emocjonalnych w ramach baniek medialnych i komór pogłosowych) a racjonalną deliberacją.

Obszary badań nad cyfryzacją partii

Określając możliwe kierunki badań dla badaczy digitalizacji, Kate Dommet i Sam Power zidentyfikowali zainteresowanie klasyfikacją, intencjami, praktyką oraz implikacją³⁰. Nie ma jeszcze kompleksowych ram badawczych, za pomocą których można klasyfikować i porównywać praktykę digitalizacji partii, co wskazuje na potrzebę dalszych badań tego typu. Przez intencje rozumiane są „cele i deklarowane ideały”, zwłaszcza wśród oddolnie działających aktywistów, które dotyczą planów lub aspiracji wykorzystania narzędzi cyfrowych. Praktyka wiąże się z zainteresowaniem implementacją narzędzi cyfrowych przez partie, jak też z praktycznym aspektem prowadzenia kampanii w realiach cyfrowych. Z kolei przez implikacje rozumiane są empiryczne i teoretyczne konsekwencje, które wynikają z działania cyfrowych partii lub z podejmowania przez nie konkretnych decyzji w reakcji na zmiany w otoczeniu. Implikacje te mogą dotyczyć korzystania przez partie z technologii cyfrowej względem społeczeństwa i obywateli (zewnątrzpartyjne implikacje), ale też skutków dla samych partii (wewnątrzpartyjne implikacje).

W kontekście powyżej nakreślonych wyzwań i kierunków badań cyfryzacja partii, napędzana między innymi dalszym rozwojem technologii i zmianami w otoczeniu społecznym i medialnym, stwarza możliwości realizacji badań w kilku kluczowych obszarach aktywności partyjnej. Są to: uczestnictwo/członkostwo w partiach, organizacja partii, komunikowanie partii, finansowanie partii i działalności partyjnej.

Cyfryzacja zmienia charakter, tryb i intensywność członkostwa w partiach. Partie w znacznej mierze nie dostrzegają jednak możliwości wykorzystania przestrzeni komunikacyjnej do utrzymywania relacji z członkami i sympatykami. Możliwe do zbadania pozostają narzędzia używane przez partie polityczne do obsługi członków partii oraz sympatyków. Narzędzia te pozwalają na zbieranie danych dotyczących na przykład frekwencji związanych z wyborami wewnątrzpartyjnymi, prawyborami lub innymi formami konsultacji. Interesujące poznawczo jest również dotarcie do okołopartyjnych forów internetowych czy społeczności zgrupowanej wokół określonych wydarzeń politycznych, a także analiza przestrzeni wiki skoncentrowanej na konkretnych kwestiach. Partie młode i partie nowe opierają się na innych mechanizmach rekrutacji i budowania swo-

³⁰ K. Dommett, S. Power, *Studying digital parties: methods, challenges and responses*, [w:] *Digital parties. The challenges of online organisation and participation...*, s. 71.

jego zaplecza niż partie dojrzałe. Formalne i liczne członkostwo będzie dalej tracić na znaczeniu, więc partie, zarówno cyfrowe, jak i tradycyjne, zmuszone będą szukać nowej formuły uczestnictwa, co tworzy interesujący obszar badań.

Kolejny obszar badań dotyczy zmian organizacyjnych i związany jest z oceną, w jaki sposób istniejące i znane modele partyjne są przekształcane przez technologie cyfrowe. Skutki cyfryzacji dotyczą między innymi struktur partyjnych i ich wirtualizacji oraz transformacji wewnętrznego procesu decyzyjnego. W tym zakresie można badać, w jaki sposób cyfryzacja oddziałuje na wewnętrzne procesy decyzyjne, jak zmienia pionowy i poziomy rozkład władzy, czy też stawiać pytania dotyczące centralizacji lub uwolnienia procesów decyzyjnych i politycznych. Inną istotną kwestią jest analiza skutków cyfryzacji dla (dez)instytucjonalizacji partii politycznych.

Komunikowanie w partiach obejmuje wewnętrzne i zewnętrzne procesy komunikacji. Komunikacja cyfrowa oddziałuje na indywidualnych, szeregowych członków partii oraz na relacje wewnątrzpartyjne. W szczególności oddziaływania te dotyczą kultury organizacyjnej, zaangażowania politycznego, doświadczeń użytkownika w zakresie korzystania z narzędzi komunikowania sieciowego i ich przeznaczenia. Oddziaływania te również wpływają na sposób realizacji działań marketingu politycznego oraz e-PR³¹. W aspekcie cyfrowym zarówno zagadnienia identyfikacji i adaptacji technologii cyfrowych na różnych etapach rozwoju partii, jak i prakseologiczne konsekwencje modernizacji narzędzi komunikowania badane są od kilkunastu lat. Partyjne uniwersum komunikacji w świecie cyfrowym wymaga od badaczy łączenia (triangulacji) danych z obserwacji i sondaży, przetwarzania dużych zbiorów danych, w tym pochodzących z mediów społecznościowych, stosowania analizy dyskursu i wirtualnej etnografii. Postęp technologiczny powoduje, że w badaniach zasadne będzie stosowanie podejścia interdyscyplinarnego, które umożliwi badanie zasobów Big Data, wykorzystanie algorytmów czy badanie relacji komunikacyjnych człowiek–maszyna. Istnieje ponadto luka badawcza związana z brakiem regulacji prawnych w zakresie dopuszczalnych metod komunikowania w internecie.

Cyfryzacja jest powiązana z finansowaniem partii i działalności partyjnej. Można badać nowe praktyki organizacji zasobów finansowych poprzez narzędzia cyfrowe i dostęp do finansowania przez zwolenników w sieci internetowej. Analizowane mogą także być sposoby alokacji budżetów partii na budowanie i obsługę infrastruktury cyfrowej. Badacze mogą skierować uwagę na wpływ cyfryzacji na finansowanie partii poprzez analizę pochodzenia środków finansowych, w tym ustalenie proporcji między finansowaniem ze środków publicznych i ze środków prywatnych. Cyfryzacja może oznaczać wzrost lub redukcję kosztów działalności partii. Badania mogą być więc ukierunkowane na studiowanie budżetów partii od strony kosztów (między innymi utrzymania platform internetowych, rozwoju nowych platform i aplikacji, zarządzania danymi, włączania sztucznej inteligencji, przenoszenia kampanii do wirtualnej rzeczywistości) oraz przychodów związanych z cyfryzacją (w ramach na przykład organizacji mikrowpłat rozliczanych elektronicznie, prowadzenia sprzedaży typu e-handel).

³¹ M. Jacuński, *Digitalization and Political Party Life in Poland — A Study of Selected Communication Habits of Party Members and Elective Representatives*, „Polish Political Science Review” 6, 2018, nr 2, s. 11.

Podsumowanie

Procesy zmian w partiach politycznych związane z rozwojem technologii cyfrowych wymagają od badaczy rekonstrukcji spojrzenia na sposoby badania organizacji partyjnych oparte na ugruntowanych modelach partii. Konsekwencje cyfryzacji partii politycznych wiążą się z możliwością podejmowania nowych tematów badawczych. Istnieje potrzeba swoistej reorientacji badań nad transformacją partii w kierunku modelu partii cyfrowej z uwzględnieniem konsekwencji zmian dla wszystkich partii politycznych. Jednocześnie badania fragmentaryczne i ograniczone do silosów dyscyplin naukowych mogą obecnie nie wystarczać do uzyskania odpowiedzi na pytania dotyczące nowych zjawisk i problemów badawczych. Dlatego dalsze badania nad cyfryzacją partii wiążą się z wieloma problemami badawczymi, których rozwiązań należałoby szukać w sposób interdyscyplinarny, z uwzględnieniem między innymi politologii, nauk o mediach i komunikacji społecznej, socjologii, nauk prawnych, filozofii, a także informatyki.

Bibliografia

- A Research Agenda for Digital Politics*, red. W.H. Dutton, Cheltenham 2020.
- Barrat J., Pérez-Moneo M., *La digitalización de los partidos políticos y el uso del voto electrónico*, Cizur Menor 2019.
- Bennett W.L., Segerberg A., *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*, New York 2013.
- Bennett W.L., Segerberg A., Knüpfer C.B., *The democratic interface: technology, political organization, and diverging patterns of electoral representation*, „Information Communication and Society” 21, 2018, nr 11, s. 1655–1680, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1348533>.
- Boyd O.P., *Differences in eDemocracy parties' eParticipation systems*, „Information Polity” 13, 2008, nr 3–4, s. 167–188.
- Chadwick A., *Digital network repertoires and organizational hybridity*, „Political Communication” 24, 2007, nr 3, s. 283–301, <https://doi.org/10.1080/10584600701471666>.
- Chadwick A., *Four challenges for the future of digital politics research*, [w:] *A Research Agenda for Digital Politics*, red. W.H. Dutton, Cheltenham 2020, s. 2–12.
- Chadwick A., *Recent Shifts in the Relationship between the Internet and Democratic Engagement in Britain and the United States: Granularity, Informational Exuberance, and Political Learning*, [w:] *Digital Media and Political Engagement Worldwide*, red. E. Anduiza, M.J. Jensen, L. Yorba, New York 2012, s. 39–55.
- Dalton R.J., *Citizen Politics. Public opinion and political parties in advanced industrial democracies*, Thousand Oaks 2014.
- Deseriis M., *Digital movement parties: a comparative analysis of the technopolitical cultures and the participation platforms of the Movimento 5 Stelle and the Piratenpartei*, „Information, Communication & Society” 23, 2020 nr 12, s. 1770–1786, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1631375>.
- Deseriis M., *Rethinking the digital democratic affordance and its impact on political representation: Toward a new framework*, „New Media & Society” 23, 2021, nr 8, s. 2452–2473, <https://doi.org/10.1177/1461444820929678>.
- Deseriis M., *Two variants of the digital party: The platform party and the networked party*, „Partecipazione e Conflitto” 13, 2020, nr 1, s. 896–917, <https://doi.org/10.1285/i20356609v13i1p896>.
- Deseriis M., Vittori D., *Platform Politics in Europe | The Impact of Online Participation Platforms on the Internal Democracy of Two Southern European Parties: Podemos and the Five Star Movement*, „International Journal of Communication” 13, 2019, s. 5599–5609.

- Digital parties. The challenges of online organisation and participation*, red. O. Barberà et al., Cham 2021.
- Dommett K., *Introduction: Regulation and Oversight of Digital Campaigning — Problems and Solutions*, „The Political Quarterly” 91, 2020, nr 4, s. 705–712, <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12888>.
- Dommett K., Bakir M. E., *A Transparent Digital Election Campaign? The Insights and Significance of Political Advertising Archives for Debates on Electoral Regulation*, „Parliamentary Affairs” 73, 2020, suplement nr 1, s. 208–224, <https://doi.org/10.1093/pa/gsaa029>.
- Dommett K., Power S., *Studying digital parties: methods, challenges and responses*, [w:] *Digital parties. The challenges of online organisation and participation*, red. O. Barberà et al., Cham 2021, s. 67–83.
- Gerbaudo, P., *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy*, London 2019.
- Gibson R.K., Greffet F., Cantijoch M., *Friend or Foe? Digital Technologies and the Changing Nature of Party Membership*, „Political Communication” 34, 2017, nr 1, s. 89–111, <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1221011>.
- Hao F., Ryan P.Y.A., *Real-world electronic voting: Design, analysis and deployment*, Boca Raton 2016.
- Held D., *Models of Democracy*, Cambridge 2006.
- Ignazi P., *Power and the (il)legitimacy of political parties: An unavoidable paradox of contemporary democracy?*, „Party Politics” 20, 2014, nr 2, s. 160–169, <https://doi.org/10.1177/1354068813519970>.
- Jacuński, M., *Digitalization and Political Party Life in Poland — A Study of Selected Communication Habits of Party Members and Elective Representatives*, „Polish Political Science Review” 6, 2018, nr 2, s. 6–25, <https://doi.org/10.2478/ppsr-2018-0011>.
- Lusoli W., Ward S., *Digital rank-and-file: party activists' perceptions and use of the internet*, „The British Journal of Politics & International Relations” 6, 2004, nr 4, s. 453–470, <https://doi.org/10.1197/j.aem.2005.01.003>.
- Margetts H.Z., *The cyber party: the causes and consequences of organisational innovation in European political parties*, paper at the ECPR Joint Sessions of Workshops, Grenoble, 6–11 April 2001, <http://www.ucl.ac.uk/spp>.
- Mikola B., *New Party Organizations and Intra-party democracy: A Comparative Analysis of the Five Star Movement and Podemos*. PHD Dissertation, Central European University, Budapest 2018, https://www.etd.ceu.edu/2019/mikola_balint.pdf.
- Mikola, B., *Online primaries and intra-party democracy: Candidate selection processes in Podemos and the Five Star Movement*, „IDP. Revista de Internet, Derecho y Política” 24, 2017, s. 37–49.
- Rahat G., Kenig O., *From party politics to personalized politics? Party change and political personalization in democracies*, Oxford 2018.
- Raniolo F., Tarditi V., Vittori D., *Political parties and new ICTs. Between tradition and innovation*, [w:] *Digital parties. The challenges of online organisation and participation*, red. O. Barberà et al., Cham 2021, s. 181–204.
- Scarrow S.E., *Beyond party members: changing approaches to partisan mobilization*, Oxford 2014.
- Vaccari C., *Digital Politics in Western Democracies. A comparative study*, Baltimore 2013.
- Vittori D., *Membership and members' participation in new digital parties: Bring back the people?*, „Comparative European Politics” 18, 2020, nr 4, s. 609–629, <https://doi.org/10.1057/s41295-019-00201-5>.

The process of digitalization of political parties — towards interdisciplinary research

Keywords: digitalization, political parties, party organization, digital communication, technopolitics

Summary

The aim of the article is to address the issue of digitalization of political parties. The transformations in the nature of political parties related to the development of digital technologies require a reconstruction of the way scholars used to study party organizations based on well-established party models. The author points to several research areas and challenges related to the digitalization of parties and proposes to go beyond the narrow single-discipline perspective towards an interdisciplinary perspective.

Dariusz Skrzypiński

ORCID:0000-0003-2097-1456

Uniwersytet Wrocławski

Instytut Politologii

Wymiar komunikacyjny konfliktu dotyczącego zmian funkcjonowania władzy sądowniczej w Polsce (2016–2021)

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.8>

Słowa kluczowe: komunikacja publiczna, komunikacja polityczna, konflikt polityczny, władza sądownicza

Wprowadzenie

Obserwacja praktyki politycznej obecnej na początku XXI wieku w wielu relatywnie młodych systemach demokratycznych pokazała, że elity mające demokratyczną (wyborczą) legitymację mogą ją wykorzystać w celu głębokiej rewizji lub wręcz destrukcji demokratycznego ładu politycznego¹. Jedną ze stosowanych przez nie strategii jest neutralizacja instytucji służących ochronie praw politycznej mniejszości, w tym sądów powszechnych (judykatory). Są one istotnym elementem systemu *checks and balance* zapewniającym ochronę praw obywatelskich i egzekucję tak zwanej horyzontalnej odpowiedzialności polityków poprzez kontrolowanie wydawanych przez nich decyzji i orzekanie w indywidualnych sprawach karnych osób pełniących funkcje publiczne. Neutralizacja taka zachodzi na wielu polach: normatywnym, funkcjonalnym i symbolicznym.

Z taką sytuacją mamy do czynienia także w Polsce, gdzie po wyborach parlamentarnych w 2015 roku rządy przejął narodowo-konserwatywny obóz Zjednoczonej Prawicy z Jarosławem Kaczyńskim na czele. Politycy tej formacji po doświadczeniach z lat 2005–2007 uświadomili sobie, że Trybunał Konstytucyjny i sądownictwo powszechne, które stoją na straży zasad i wartości demokracji liberalnej, stanowią istotną przeszkodę w realizacji ich planów politycznych. W konsekwencji niemal natychmiast po zwycięstwie wyborczym w 2015 roku strategicznym priorytetem PiS stały się zmiany w funkcjonowaniu systemu organów ochrony prawnej. Jak wspomniałem wyżej, działania takie wymagały aktywności w wielu wymiarach: personalnym (zmiany na kierowniczych sta-

¹ S. Levitsky, D. Ziblatt, *Tak umierają demokracje*, Łódź 2018, s. 11.

nowiskach w sądownictwie), normatywnym (zmiana przepisów prawnych regulujących funkcjonowanie judykatury), funkcjonalnym (zmiana wielkości i kierunków przepływów środków finansowych w obrębie organów ochrony prawnej), a także symbolicznym (deprecjonowanie i dezawuowanie sędziów i instytucji sądów) i były prowadzone na wielu arenach: parlamentarnej, gabinetowej, administracyjnej i medialnej².

Niniejsze opracowanie poświęcone jest komunikacyjnemu wymiarowi działań prowadzonych przez Zjednoczoną Prawicę i reakcji na nie w obrębie krajowego systemu politycznego. Z tego powodu w swojej analizie pominię komunikacyjną aktywność Komisji Europejskiej, Komisji Weneckiej, Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości oraz Europejskiego Trybunału Praw Człowieka. W treści artykułu podejmę próbę odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. W jakim stopniu komunikowanie dotyczące funkcjonowania władzy sądowniczej ma wymiar publiczny i polityczny?
2. Jaki charakter miały najważniejsze zmiany dotyczące funkcjonowania władzy sądowniczej wprowadzone przez obóz Zjednoczonej Prawicy?
3. Kim byli nadawcy w procesach komunikowania dotyczących zmian w funkcjonowaniu władzy sądowniczej w latach 2016–2021 i jakie cele zamierzali osiągnąć?
4. Jakie instrumenty komunikowania były stosowane przez owych nadawców?

Wymiar komunikacyjny polityki

Stwierdzenie, że polityka to również proces komunikacyjny, jest dzisiaj w gruncie rzeczy banałem. Politycy „od zawsze” przekonywali, argumentowali, toczyli spór. Zmieniały się ich publiczności. Wraz z rozwojem mediów masowych, narodzinami nowoczesnych demokracji masowych i ze zjawiskiem mediatyzacji sfery publicznej komunikacyjny wymiar polityki stał się dostrzegalny dla wszystkich. Tym bardziej, że w trakcie wspomnianych procesów społecznych polityka stała się elementem popkultury, a politycy obecni w mediach społecznościowych stali się dla wielu obywateli postaciami tego samego typu co uczestnicy popularnych programów rozrywkowych.

Najistotniejsze różnice pomiędzy nimi (choć nie zawsze dostrzegalne) tkwią zatem w przedmiocie przekazu. Uwzględniając tę perspektywę, należy zatem zdefiniować, czym jest komunikowanie publiczne, bowiem to pojęcie w pierwszej kolejności pozwoli nam określić interesujący nas obszar badawczy.

Bogusława Dobek-Ostrowska, za Pierre'em Zemorem, uważa, że komunikowanie publiczne jest to:

komunikowanie formalne zachodzące w określonej przestrzeni komunikacyjnej (informacyjnej), mające na celu przekazywanie i wymianę informacji o publicznym zastosowaniu oraz podtrzymywanie więzi społecznych przez odpowiedzialne za ten proces instytucje publiczne.

² Więcej na temat katalogu takich praktyk: D. Skrzypiński, *Władza sądownicza w procesie transformacji polskiego systemu politycznego. Studium politologiczne*, Wrocław 2009, s. 119.

Instytucje publiczne czyli „organy władzy publicznej, administracji, instytucje świadczące usługi publiczne, przedsiębiorstwa publiczne itp.”³.

Z kolei komunikacja polityczna to — zdaniem Roberta Wiszniewskiego, który odwołuje się w tym względzie do ustaleń poczynionych przez Roberta E. Dentona i Gary’ego C. Woodworda — publiczna debata, będąca jednocześnie procesem i strategią dotyczącymi:

- przeznaczenia publicznych dochodów;
- oficjalnej władzy, która podejmuje zgodnie z obowiązującym prawem decyzje ustawodawcze i wykonawcze;
- oficjalnych sankcji, które pozwalają nagradzać lub karać w imieniu państwa;
- społecznego znaczenia takich pojęć jak „bycie obywatelem” czy „znaczenie obywatelstwa” i społecznych implikacji polityki⁴.

Rodzi się zatem pytanie, czy komunikowanie na temat władzy sądowniczej i komunikowanie sądów są elementami komunikowania publicznego i politycznego. Odpowiedź na to pytanie budzi pewne wątpliwości związane z pojęciem tak zwanej apolityczności władzy sądowniczej. W rzeczywistości jednak należy mówić raczej o politycznej neutralności władzy sądowniczej, a nie jej apolityczności.

Polityczność władzy sądowniczej wynika z jej funkcji. W tym kontekście można przytoczyć opinię Alaina Peyrefitte’a, który wskazuje, że polityczność orzeczeń sądowych jest efektem tego, że:

- dotyczą one ogółu obywateli;
- związane są z realizacją zadań jednej z „gałęzi” władz publicznych;
- wymagają określonej polityki, to jest podjęcia decyzji o wydaniu publicznych pieniędzy czy uchwalenia określonych ustaw⁵.

Tę opinię można uzupełnić poglądem Aharona Baraka, który stwierdza, że o ile legislatura i egzekutywa skoncentrowane są na maksymalizacji politycznej efektywności działania państwa, o tyle zadaniem judykatury jest maksymalizacja poczucia legalności tego działania⁶. Jak stwierdza George Tsebelis, sądy „muszą wyrażać zgodę niezbędną dla dokonania określonych zmian w polityce państwa”⁷. Z tej perspektywy ze względu na swój charakter władza sądownicza dysponuje zdolnością do utrwalania lub zmiany ładu politycznego kształtowanego bezpośrednio przez władze ustawodawczą i wykonawczą.

Konkludując: komunikowanie dotyczące funkcjonowania judykatury ma charakter zarówno publiczny, jak i polityczny. Dotyczy bowiem gałęzi władzy publicznej, obarczonej określonymi zadaniami o charakterze formalnym, ściśle związanymi z całą sferą funkcjonowania instytucji władzy w państwie, w tym ich politycznego charakteru.

³ B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniewski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2001, s. 18.

⁴ *Ibidem*, s. 112.

⁵ A. Peyrefitte, *Wymiar sprawiedliwości. Między ideałem a rzeczywistością*, Warszawa 1987, s. 180.

⁶ A. Barak, *The Judge in a Democracy*, Princeton 2006, s. 43.

⁷ Za: M.L. Volcansek, *Constitutional courts as veto players: Divorce and decrees in Italy*, „European Journal of Political Research” 39, 2001, nr 3, s. 347

Natomiast nieco inaczej należy spojrzeć na problem traktowania komunikowania sądów jako form komunikowania publicznego i politycznego. W kontekście przytoczonych wyżej definicji komunikowanie sądów jest na pewno komunikowaniem publicznym. Jednak przywołana wcześniej zasada politycznej neutralności powinna nas skłaniać do uznania, że w tym przypadku nie mamy i nie powinniśmy mieć do czynienia z komunikowaniem politycznym, choć w rzeczywistości ta kwestia jest znacznie bardziej złożona. Z jednej strony część autorów sugeruje konieczność minimalizowania „politycznej roli” sądu. Na przykład Hubert Izdebski uważa, że służyć temu powinno ograniczenie publicznej aktywności (głównie komunikacyjnej) sędziów. Sugeruje on wprost, że sędziowie nie powinni występować przed opinią publiczną w sposób podobny do stosowanego przez polityków⁸.

Z drugiej jednak strony wskazuje się przykład tych systemów politycznych, w których mamy do czynienia z tak zwanym aktywizmem sądowym. W ich przypadku sposób komunikowania się sądów może skutkować zauważalną polityzacją tego przekazu, na przykład w sferze wskazywania aksjologicznych priorytetów funkcjonowania państwa, czy wręcz otwartą krytyką rządzących. Skądinąd to właśnie praktyki aktywistyczne stały się w wielu przypadkach pretekstem do podjęcia działań ograniczających systemową pozycję sądów, ponieważ zdaniem ich krytyków, zakłócały one mechanizmy demokracji przedstawicielskiej.

Istota zmian w funkcjonowaniu władzy sądowniczej w Polsce przeprowadzonych przez rządy Zjednoczonej Prawicy

Politycy Zjednoczonej Prawicy z ministrem sprawiedliwości Zbigniewem Ziobrą na czele wprowadzanie zmian w organizacji i zasadach działania judykatury zaczęli od nowelizacji ustaw regulujących funkcjonowanie Sądu Najwyższego (dalej: SN), sądów powszechnych i Krajowej Rady Sądownictwa (dalej: KRS).

W ramach zmian prawnych dotyczących SN obniżono wiek emerytalny sędziów do 65 lat, wskutek czego rząd chciał dokonać wymiany części sędziów⁹. Wprowadzono instytucję skargi nadzwyczajnej, czyli szczególnego środka zaskarżenia prawomocnych wyroków sądów, który miał ukazać wrażliwość rządu na społeczne oczekiwania zapewnienia sprawiedliwych wyroków. Ustanowiono dwie nowe izby SN: Izbę Kontroli Nadzwyczajnej i Spraw Publicznych, której zadaniem jest między innymi rozpatrywanie skarg nadzwyczajnych i protestów wyborczych, oraz Izbę Dyscyplinarną¹⁰. Przy czym drugiej z tych izb przyznano status szczególny, którego wyznacznikami są odrębna kan-

⁸ H. Izdebski, *Fundamenty współczesnych państw*, Warszawa 2007, s. 209.

⁹ Te przepisy zostały wycofane w reakcji na stanowisko Komisji Europejskiej i wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej.

¹⁰ A. Grzelak, *Kadrowa reforma Sądu Najwyższego jako odpowiedź na problemy wymiaru sprawiedliwości — próba nieudana*, [w:] *Konstytucja. Praworządność. Władza sądownicza. Aktualne problemy trzeciej władzy w Polsce*, red. Ł. Bojarski et al., Warszawa 2019, s. 156–175.

celaria, odrębny budżet i wyższe wynagrodzenia zasiadających w niej sędziów¹¹. Nowe izby zostały obsadzone sędziami, którzy uzyskali pozytywną opinię nowej KRS.

W przypadku tego ostatniego organu, odpowiedzialnego za stanie na straży niezawisłości sędziów i niezależności sądów, złożonego z reprezentantów środowiska sędziowskiego, władzy ustawodawczej i władzy wykonawczej (rządu i prezydenta), dokonano zmiany trybu wyboru piętnastu sędziów-członków rady. W jej efekcie wybór przez zgromadzenia sędziowskie został zastąpiony przez decyzję Sejmu, który wybierał spośród sędziów legitymujących się poparciem co najmniej 25 innych sędziów lub 2000 obywateli. Konsekwencją tej zmiany było wprowadzenie do porządku prawnego rozwiązania niekonstytucyjnego¹². Ponadto kontrolowany przez rządzącą większość Sejm, aby przeprowadzić wybór nowych członków Rady, wygasił kadencję sędziów wybranych wcześniej, a rząd, który nie chciał się narazić na zarzut politycznej kontroli przebiegu wyborów, odmówił ujawnienia list poparcia dla nowo wybranych członków Rady¹³.

Z kolei w obszarze funkcjonowania sądów powszechnych mieliśmy do czynienia z szeregiem zmian legislacyjnych dokonanych pomiędzy marcem a grudniem 2017 roku. Dotyczyły one w pierwszej kolejności podporządkowania dyrektorów sądów bezpośrednio ministrowi sprawiedliwości¹⁴. Następnie w najpoważniejszej nowelizacji ministrowi przyznano uprawnienia do dowolnego odwołania i powołania prezesa i wiceprezesa każdego sądu w Polsce w okresie sześciu miesięcy od wejścia ustawy w życie, przez co pozbawiono jednocześnie zgromadzenia sędziów danego sądu i KRS wpływu na decyzje personalne ministra. W sumie, według danych ministerstwa, dokonano zmian 149 prezesów i wiceprezesów¹⁵. Warto także odnotować, że negatywne emocje wzbudzał tryb odwołania wielu prezesów, którzy decyzje o zakończeniu pełnienia funkcji otrzymywali faksem.

W dalszej kolejności głębokiej zmianie poddano zasady postępowania dyscyplinarnego sędziów. Minister sprawiedliwości otrzymał kompetencje do powoływania Rzecznika Dyscyplinarnego Sędziów Sądów Powszechnych i jego zastępców oraz sędziów sądów dyscyplinarnych przy Sądach Apelacyjnych. Ponadto mógł wnioskować o wszczęcie postępowania przeciwko wybranemu sędziemu, a także miał prawo po-

¹¹ Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej wyrokiem z 15 lipca 2021 w sprawie C 791/19 orzekł, że Izba Dyscyplinarna SN nie jest bezstronnym i niezależnym sądem w rozumieniu przepisów unijnych, <https://sip.lex.pl/orzeczenia-i-pisma-urzedowe/orzeczenia-sadow/c-791-19-zgodnosc-polskiego-systemu-odpowiedzialnosc-523290646> (dostęp: 26.01.2022).

¹² A. Rakowska-Trela, *Krajowa Rada Sądownictwa po wejściu w życie nowelizacji z 8.12.2017 r. — organ nadal konstytucyjny czy pozakonstytucyjny?*, [w:] *Konstytucja. Praworządność. Władza sądownicza...*, s. 111–112.

¹³ Naczelny Sąd Administracyjny nakazał ich ujawnienie, lecz Kancelaria Sejmu odmówiła wykonania wyroku sądu, powołując się na postanowienie Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych (wybranego przez PiS).

¹⁴ Dyrektor sądu odpowiada za kwestie natury administracyjnej, a nie orzeczniczej.

¹⁵ B. Grabowska-Moroz, M. Szuleka, „*Od kadr się zaczęło*”, czyli o skutkach nowelizacji z 12.07.2019 r. ustawy — *Prawo o ustroju sądów powszechnych*, [w:] *Konstytucja. Praworządność. Władza sądownicza...*, s. 183–186.

wołania rzecznika dyscyplinarnego ministra, mogącego prowadzić określoną sprawę w zastępstwie innego rzecznika.

Analiza wskazanych wyżej rozwiązań pozwala za Kim L. Scheppele stwierdzić, że wiele z nich, z możliwością odwołania każdego prezesa sądu w państwie (z wyjątkiem Prezesa SN), nosiło wszelkie znamiona działań zmierzających do podporządkowywania władzy sądowniczej egzekutywie¹⁶.

Kolejny etap prawnej wojny o sądy rozegrał się po wyborach parlamentarnych, w grudniu 2019 roku, kiedy Sejm uchwalił nowelizację ustawy o ustroju sądów powszechnych, która nałożyła znaczące ograniczenie na swobodę wypowiedzi sędziów¹⁷. W tym samym czasie rząd zaproponował także zmianę zasad wyliczania sędziowskiej emerytury w przypadku sędziów, którzy przeszli w stan spoczynku ze stażem na stanowisku sędziego mniejszym niż 20 lat. Zostało to odebrane jako kolejna szykana wobec środowiska sędziowskiego, choć jednocześnie wskazywano na niewłaściwość sytuacji, kiedy pełne świadczenie emerytalne otrzymywały osoby w pełni sił zawodowych.

Nadawcy w procesach komunikacyjnych dotyczących zmian w funkcjonowaniu władzy sądowniczej w Polsce

Analiza przebiegu procesu wprowadzania przez rząd Zjednoczonej Prawicy rozwiązań normatywnych zmieniających reguły funkcjonowania władzy sądowniczej pozwala sformułować stosunkowo oczywisty wniosek, że ten polaryzujący opinię publiczną konflikt zaowocował powstaniem dwóch grup nadawców. Jedna, skupiona wokół obozu Zjednoczonej Prawicy, prezentowała komunikowanie skoncentrowane wokół promocji zmian i kształtowania negatywnego wizerunku ich przeciwników. W jej składzie znajdowali się instytucje publiczne reprezentujące władzę wykonawczą i władzę ustawodawczą, partie polityczne związane z obozem Zjednoczonej Prawicy i jego politycy, sędziowie wspierający rząd, publiczne i prywatne media oraz organizacje pozarządowe. Natomiast druga obejmowała partie polityczne i polityków związanych z opozycją, którzy krytykowali zmiany i obóz rządzący, instytucje publiczne reprezentujące organy ochrony prawnej (w tym władzę sądowniczą), prywatne media i organizacje pozarządowe, w tym reprezentujące sędziów krytycznych wobec wprowadzanych zmian.

W pierwszej grupie należy przede wszystkim wskazać następujących uczestników komunikacji:

1. Ministerstwo Sprawiedliwości z ministrem Z. Ziobrą na czele wraz z jego zastępcami: Sebastianem Kaletą, Łukaszem Piebiakiem i Marcinem Warchołem. To ta instytucja jako przygotowująca prawny wymiar zmian stała się naturalnym liderem pierwszego obozu. Komunikowanie tego nadawcy koncentrowało się na promocji

¹⁶ K.L. Scheppele, *Autocratic legalism*, „The University of Chicago Law Review” 85, 2018, nr 2, s. 553.

¹⁷ Przepisy tej ustawy zostały „zamrożone” przywołanym wcześniej wyrokiem z 15 lipca 2021 roku w sprawie C 791/19, <https://sip.lex.pl/orzeczenia-i-pisma-urzedowe/orzeczenia-sadow/c-791-19-zgodnosc-polskiego-systemu-odpowiedzialnosci-523290646> (dostęp: 26.01.2022).

proponowanych rozwiązań i prezentowaniu argumentacji mającej neutralizować przeciwników. W pierwszym przypadku akcentowano znaczenie zmian dla zwiększenia efektywności działania sądów, ukrócenie korupcji i innych patologii funkcjonujących w obrębie władzy sądowniczej, rozliczenie przeszłości i w efekcie zwiększenie poziomu zaufania obywateli do sądów. W tym drugim przypadku ministerstwo koncentrowało się na środowisku sędziów skupionych w stowarzyszeniu „Iustitia” oraz na Komisji Europejskiej. Narracja prowadzona przez ten ośrodek ukazuje nam w gruncie rzeczy splot działań zmierzających do realizacji trzech celów, mieszczących się w sferze komunikowania zarówno publicznego, jak i politycznego. Pierwszym była realizacja samego projektu reformy. Drugim — podtrzymanie zainteresowania opinii publicznej, a głównie wyborców Zjednoczonej Prawicy, problemem, dzięki czemu zamierzano mobilizować elektorat. Trzecim celem było wykreowanie w oczach wspomnianych wyborców pozytywnego wizerunku ministra Z. Ziobry i jego współpracowników wywodzących się ze środowiska Solidarnej Polski, a tym samym wzmocnienie pozycji tego ugrupowania w obozie Zjednoczonej Prawicy.

2. Sędziowie popierający politykę rządu, skoncentrowani wokół wybranej w nowych warunkach Krajowej Rady Sądownictwa.

3. Klub Parlamentarny Prawa i Sprawiedliwości, który w trakcie debat nad ustawami dotyczącymi funkcjonowania władzy sądowniczej reprezentowali głównie posłowie: Marek Ast, Krystyna Pawłowicz, Stanisław Piotrowicz i Małgorzata Wassermann. Ich wystąpienia dawały oczywiście wsparcie dla projektów ustaw przygotowanych w Ministerstwie Sprawiedliwości, a ich celami było przeprowadzenie zmian oraz podtrzymanie społecznego poparcia dla nich i obozu rządzącego.

4. Publiczne media (TVP, Polskie Radio SA), media prywatne („wSieci”, „Do Rzeczy”, „Gazeta Polska”, „Gazeta Polska Codziennie”) oraz Polska Fundacja Narodowa, formalnie organizacja pozarządowa, finansowana jednak przede wszystkim dotacjami pochodzącymi ze spółek skarbu państwa.

5. Prezydent RP Andrzej Duda. Wystąpił on w tym procesie komunikowania w nieco innej roli. Z jednej strony jako polityk związany z PiS popierał przeprowadzane zmiany, z drugiej jednak dostrzegł, że ich charakter spowoduje osłabienie jego pozycji ustrojowej wobec judykatury. W efekcie, choć akceptował zasadniczy kierunek zmian, to jednak część ustaw zawetował¹⁸. Jego aktywność komunikacyjna była zatem skoncentrowana w większym stopniu na utrzymaniu pozytywnych relacji z obozem rządzącym i kreowaniu pozytywnego wizerunku w oczach opinii publicznej, jednak nie tylko wyborców Zjednoczonej Prawicy, lecz także części wyborców opozycji.

Do grona nadawców reprezentujących przeciwników zmian wprowadzanych przez rząd Zjednoczonej Prawicy, a więc do drugiej grupy, zaliczają się:

1. Opozycyjne ugrupowania parlamentarne — Platforma Obywatelska-Koalicja Obywatelska, Nowoczesna, Polskie Stronnictwo Ludowe, a po 2019 roku również Lewica (Nowa Lewica). Nadawcy ci, na przykład w osobach posłów Borysa Budki, Roberta Kropiwnickiego, Barbary Dolniak, Piotra Zgorzelskiego, koncentrowali się na ukazaniu

¹⁸ Ustawę o Sądzie Najwyższym i ustawę o Krajowej Radzie Sądownictwa.

niebezpieczeństw płynących z proponowanych rozwiązań. Wskazywali oni na groźbę zaburzenia reguł trójpodziału władzy, podporządkowanie sądów władzy wykonawczej, groźbę chaosu w orzecznictwie oraz konflikt z Unią Europejską. W wymiarze politycznym taka narracja miała zmobilizować własny elektorat tych partii oraz zdemobilizować zwolenników PiS.

2. Rzecznik Praw Obywatelskich Adam Bodnar. Z tytułu pełnionej funkcji koncentrował się na narracji ukazującej proponowane zmiany jako istotne zagrożenie dla realizacji przez sądy ich funkcji regulacyjnej w sferze ochrony praw obywateli w zakresie dostępu do sądu i zagwarantowania im uczciwego procesu, w którym sądy są niezależne, a sędziowie — niezawisli.

3. Sędziowie SN z I Prezes SN Małgorzatą Gersdorf. Ich odrębne potraktowanie wynika ze szczególnego statusu Sądu Najwyższego i jego organizacji, która pozwalała poszczególnym izbom formułować uchwały i wyposażyła I Prezes Sądu Najwyższego w kompetencje występowania przed Sejmem w ramach informacji o działalności SN w danym roku. W tym przypadku komunikowanie koncentrowało się z jednej strony na ukazaniu groźby złamania reguł trójpodziału i podporządkowania judykatury władzy wykonawczej, z drugiej zaś na obronie wizerunku sędziów atakowanych przez rząd i sprzyjające mu media.

4. Organizacje pozarządowe, w tym przede wszystkim Stowarzyszenie Sędziów Polskich „Iustitia” oraz obywatelska inicjatywa „Wolne Sądy”, z czasem przekształcona w fundację. Oba podmioty były jednymi z najaktywniejszych uczestników procesów komunikowania publicznego skoncentrowanego wokół zmian wprowadzanych przez rząd Zjednoczonej Prawicy. Ich narracja koncentrowała się na ukazaniu ustrojowych niebezpieczeństw płynących z proponowanych zmian, podporządkowania władzy sądowniczej władzy wykonawczej, zagrożeń dla obywateli w związku z ich prawem do dostępu do sądu i bezstronnego procesu oraz obrony wizerunku sędziów.

5. Krytyczne wobec polityki rządu media (TVN, „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”, „Polityka”, „Newsweek”, „Przeгляд”). Ukazywały one sprzeczność proponowanych rozwiązań z Konstytucją oraz zagrożenie dla sprawnego funkcjonowania sądów, a w konsekwencji — ochrony praw obywatelskich.

Instrumenty komunikowania stosowane w procesach komunikacyjnych dotyczących zmian w funkcjonowaniu władzy sądowniczej w Polsce

Analizując katalog instrumentów komunikowania zastosowanych w trakcie konfliktu dotyczącego zmian funkcjonowania władzy sądowniczej, należy wskazać, że wspomniani wcześniej nadawcy sięgali po różne kanały komunikowania, mające charakter interpersonalny, grupowy, instytucjonalny, medialny i masowy.

Ministerstwo Sprawiedliwości skoncentrowało się na formalnym komunikowaniu instytucjonalnym i medialnym, którego kanałami były rządowe strony WWW, prezentujące główne założenia reformy¹⁹. W polemice z Komisją Europejską opublikowano także tak zwaną *Białą Księgę w sprawie reform polskiego wymiaru sprawiedliwości*²⁰. Należy ponadto podkreślić dużą aktywność kierownictwa ministerstwa, którego przedstawiciele udzielili wielu wywiadów mediom bliskim rządowi. Z komunikowaniem nieformalnym o charakterze grupowym mieliśmy do czynienia w przypadku grupy sędziów wspierających ministerstwo. Stworzyli oni na komunikatorze WhatsApp grupę „Kasta”, która rozpowszechniała negatywne informacje na temat sędziów krytykujących zmiany wprowadzane przez rząd. Jednak po ujawnieniu jej istnienia ministerstwo odcięło się od tych działań, które uznało za przejaw „walki sędziowskich koterii”, zaś zaangażowany w funkcjonowanie grupy wiceminister Ł. Piebiak podał się do dymisji.

W przypadku klubu parlamentarnego PiS należy wspomnieć przede wszystkim o komunikowaniu instytucjonalnym realizowanym w ramach procedury parlamentarnej i aktywności medialnej, ale także komunikowaniu interpersonalnym i grupowym związanym z organizowanymi przez posłów spotkaniami z wyborcami. Wspomniana wcześniej Polska Fundacja Narodowa, wspierająca działania rządu w momencie eskalacji konfliktu, spowodowanej reakcją na protesty środowiska sędziowskiego, przeprowadziła w 2017 roku kampanię o charakterze perswazyjno-informacyjnym „Sprawiedliwe Sądy”, która kosztowała 8 mln złotych. W ramach kampanii użyto głównie mediów masowych (telewizja, outdoor), a jej autorzy zarzucali sędziom łamanie prawa, obronę swoich przywilejów, a także nagłaśniali kontrowersyjne wyroki²¹. Był to najbardziej „spektakularny” instrument komunikowania użyty w trakcie analizowanego konfliktu. Ponadto w ramach kampanii stworzono profil na Facebooku „Sprawiedliwe Sądy”, który na dzień 6 lutego 2022 roku obserwowało 15 131 użytkowników, a 14 881 polubiło²², i kanał na YouTube, mający na 26 stycznia 2022 roku 1670 subskrybentów²³. Podobną rolę odgrywały informacje na temat sędziów i działań prowadzonych przez rząd zamieszczane w media publicznych ze szczególnym uwzględnieniem TVP, w tym przede wszystkim kanału TVP Info.

Na tle wspomnianych wcześniej form komunikowania wyróżniał się oczywiście prezydent A. Duda, który po zawetowaniu w lipcu 2017 roku ustaw o Sądzie Najwyższym

¹⁹ Ministerstwo Sprawiedliwości, *Reforma sądownictwa wzmocni niezawisłość i niezależność sędziów*, 29.11.2021, <https://www.gov.pl/web/sprawiedliwosc/reforma-sadownictwa-wzmocni-niezawislosc-i-niezaleznoscd-sedziow> (dostęp: 12.01.2022).

²⁰ Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, *Rząd przedstawia Białą Księgę w sprawie reform polskiego wymiaru sprawiedliwości*, 8.03.2018, <https://www.gov.pl/web/premier/rzad-przedstawia-biala-ksiege-w-sprawie-reform-polskiego-wymiaru-sprawiedliwosci> (dostęp: 27.01.2022).

²¹ D. Skrzypiński, *Policy towards the Judiciary as a symptom the transformation of the Polish political system in years 2015–2020*, „Studia Politologiczne” 58, 2020, s. 18.

²² Sprawiedliwe Sądy, <https://www.facebook.com/Sprawiedliwe-S%C4%85dy-139608059990337> (dostęp: 26.02.2022).

²³ Kanał „Sprawiedliwe Sądy”, <https://www.youtube.com/channel/UCL2K6F235CTm2GWBw7kVpOA/videos>.

i Krajowej Radzie Sądownictwa zdecydował się sięgnąć po przysługujący mu wyjątkowy instrument komunikowania, czyli orędzie do narodu²⁴.

W przypadku nadawców krytycznie odnoszących się do przeprowadzanych zmian, pozbawionych wielu możliwości oddziaływania na opinie publiczną, którymi dysponowała strona rządowa i jej sojusznicy, dawało się zaobserwować przede wszystkim częstsze sięganie po formy komunikowania masowego realizowane w internecie. Trzej pierwsi nadawcy (kluby parlamentarne, Rzecznik Praw Obywatelskich i sędziowie Sądu Najwyższego) koncentrowali się na formach komunikowania instytucjonalnego ujętego w określone procedury parlamentarne lub sądowe, a w przypadku parlamentarzystów — także na komunikacji grupowej z wyborcami i aktywności w mediach. Większą aktywność pod tym względem prezentował Rzecznik Praw Obywatelskich A. Bodnar, który wykorzystywał kanały formalne, na przykład sprawozdania ze swojej działalności składane przed sejmem, składał wnioski do Trybunału Konstytucyjnego, co stosownie nagłaśniał, a także organizował konferencje prasowe. W pewnym momencie stał się wręcz „twarzą” środowiska kontestującego wprowadzane zmiany, obok działaczy „Iustitii” i „Wolnych Sądów”.

Przechodząc do wspomnianych dwóch organizacji pozarządowych, należy przede wszystkim wspomnieć o ich dużej aktywności w mediach społecznościowych. „Iustitia” jest aktywna na Facebooku²⁵, YouTubie²⁶ i na Instagramie. Ponadto bardzo aktywnie prowadzi witrynę internetową. Zamieszczane są w niej aktualności dotyczące kondycji polskiego sądownictwa, informacje na temat funkcjonowania wymiaru sprawiedliwości w innych państwach czy stanowiska wobec dokumentów rządowych, na przykład *Odpowiedź na Białą Księgę w sprawie reform polskiego wymiaru sprawiedliwości przedstawioną przez Rząd Rzeczypospolitej Polskiej dla Komisji Europejskiej*. Stowarzyszenie prezentuje w niej krytykę przedstawionych przez rząd argumentów na rzecz reformy wymiaru sprawiedliwości, podkreślając przede wszystkim wybiórczy charakter podanych informacji oraz manipulowanie nimi poprzez tworzenie związków pomiędzy faktami, które nie mają ze sobą nic wspólnego²⁷.

Z kolei organizacja „Wolne Sądy” ma witrynę internetową informującą o działaniach fundacji oraz promującą jej współpracę z czasopismami specjalistycznymi (na przykład „Liberté”) i mediami masowymi (podcasty w radiu Tok FM)²⁸. Ponadto pro-

²⁴ E. Bryła, *Orędzie prezydenta Andrzeja Dudy. „Korzystam z prawa weta, bo ustawy wymagają zmian zapewnających ich zgodność z konstytucją”*, Wyborcza.pl, 24.07.2017, <https://wyborcza.pl/7,75398,22144547,oredzie-prezydenta-andrzeja-dudy-korzystam-z-prawa-weta.html> (dostęp: 15.01.2022).

²⁵ Profil „Sędziowie” (<https://www.facebook.com/sedziowie>) ma 69 937 obserwujących, zaś lubi go 63 818 osób (stan na 26 stycznia 2022 roku).

²⁶ Kanał „SSP Iustitia”, https://www.youtube.com/channel/UC6GIWCf2qGOenDEoy_i5tkw, kanał ma 795 subskrybentów (stan na 26 stycznia 2022 roku).

²⁷ SSP Iustitia, *Odpowiedź na Kompendium Białej Księgi w sprawie reform polskiego wymiaru sprawiedliwości przedstawione przez Rząd Rzeczypospolitej Polskiej dla Komisji Europejskiej*, 13.03.2018, <https://www.iustitia.pl/informacje/2160-odpowiedz-na-kompendium-bialej-ksiegi-w-sprawie-reform-polskiego-wymiaru-sprawiedliwosci-przedstawione-przez-rzad-rzeczypospolitej-polskiej-dla-komisji-europejskiej> (dostęp: 24.01.2022).

²⁸ <https://wolnesady.org/> (26.01.2022).

wadzi popularny profil na Facebooku²⁹ oraz kanał na YouTube³⁰, gdzie udostępniła między innymi zrealizowany w konwencji świątecznej reklamy film krytykujący prezydenta A. Dudę³¹.

Podsumowanie

Konflikt polityczny związany z realizacją przez rządy Zjednoczonej Prawicy reformy wymiaru sprawiedliwości doprowadził do głębokiej polaryzacji elit i społeczeństwa. Podziały przezeń wywołane dotknęły także środowisko sędziowskie. Do ich powstania niewątpliwie przyczynił się sposób, w jaki komunikowano w wymiarze politycznym i publicznym charakter tych zmian oraz kreowano negatywny wizerunek tych środowisk społecznych i politycznych, które były im przeciwnie. Warto jednak zauważyć, że również w gronie obrońców niezależności judykatury popełniano błędy komunikacyjne. Przykładem takiego zachowania były na przykład niefortunne wypowiedzi I Prezes SN M. Gersdorf. W konsekwencji po sześciu latach wdrażania zmian efektywność polskiego sądownictwa mierzona długością trwania rozpraw pogorszyła się³². Ponadto poziom społecznych ocen funkcjonowania wymiaru sprawiedliwości niemal się nie zmienił. W 2016 roku 29% Polaków oceniało sądy jako dobrze funkcjonujące, a 46% miało ocenę negatywną. Tymczasem w 2021 roku ocenę pozytywną na temat sądów miało 32% respondentów, a negatywną — 41%³³. Wreszcie Polska znalazła się w poważnym konflikcie z Unią Europejską. Bilans wprowadzonych zmian jest więc ujemny, a co gorsza, kierunek polityki obozu rządzącego i sposób, w jaki komunikowano zmiany, skutkują obecnie brakiem możliwości znalezienia jakiegokolwiek kompromisu, co w najbliższej przyszłości może przynieść bardzo poważny kryzys konstytucyjny i chaos w systemie prawnym.

Bibliografia

Barak A., *The Judge in a Democracy*, Princeton 2006.

Bryła E., *Orędzie prezydenta Andrzeja Dudy. „Korzystam z prawa weta, bo ustawy wymagają zmian zapewniających ich zgodność z konstytucją”*, Wyborcza.pl, 24.07.2017, <https://wyborcza.pl/7,75398,22144547,ore-dzie-prezydenta-andrzeja-dudy-korzystam-z-prawa-weta.html> (dostęp: 15.01.2022).

²⁹ Profil „Wolne sądy” (<https://www.facebook.com/WolneSady>) mający 87 327 obserwujących oraz 73 481 lubiących (stan na 26 stycznia 2022 roku).

³⁰ Kanał „Wolne Sądy” (<https://www.youtube.com/c/WolneS%C4%85dy>), ma 2140 subskrybentów (stan na 26 stycznia 2022 roku).

³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=AN6CDhf8oZA> (dostęp: 12.01.2022).

³² SSP Iustitia, *Obietnice a rzeczywistość — statystyki sądów rejonowych po pięciu latach „reform” (2015–2020)*, 24.11.2021, <https://www.iustitia.pl/dzialalnosc/opinie-i-raporty/4318-raport-iustitii-o-statystykach-wymiaru-sprawiedliwosci> (dostęp: 2.02.2022).

³³ CBOS, *Oceny działalności instytucji publicznych*, „Komunikat z Badań CBOS” 2021, nr 119, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_119_21.PDF (dostęp: 2.02.2022).

- CBOS, *Oceny działalności instytucji publicznych*, „Komunikat z Badań CBOS” 2021, nr 119, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_119_21.PDF.
- Dobek-Ostrowska B., Wiszniewski R., *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2001.
- Grabowska-Moroz B., Szuleka M., „Od kadr się zaczęło”, czyli o skutkach nowelizacji z 12.07.2019 r. ustawy — *Prawo o ustroju sądów powszechnych*, [w:] *Konstytucja. Praworządność. Władza sądownicza. Aktualne problemy trzeciej władzy w Polsce*, red. Ł. Bojarski, K. Grajewski, J. Kremer, G. Ott, W. Żurek, Warszawa 2019, s. 182–196.
- Grzelak A., *Kadrowa reforma Sądu Najwyższego jako odpowiedź na problemy wymiaru sprawiedliwości — próba nieudana*, [w:] *Konstytucja. Praworządność. Władza sądownicza. Aktualne problemy trzeciej władzy w Polsce*, red. Ł. Bojarski, K. Grajewski, J. Kremer, G. Ott, W. Żurek, Warszawa 2019, s. 156–181.
- Izdebski H., *Fundamenty współczesnych państw*, Warszawa 2007.
- Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, *Rząd przedstawia Białą Księgę w sprawie reform polskiego wymiaru sprawiedliwości*, 8.03.2018, <https://www.gov.pl/web/premier/rzad-przedstawia-biala-ksiege-w-sprawie-reform-polskiego-wymiaru-sprawiedliwosci> (dostęp: 27.01.2022).
- Levitsky S., Ziblatt D., *Tak umierają demokracje*, Łódź 2018.
- Machnikowska A., *O niezawisłości sędziów i niezależności sądów w trudnych czasach. Wymiar sprawiedliwości w pułapce sprawności*, Warszawa 2018.
- Mazur D., *Sędziowie pod specjalnym nadzorem, czyli „wielka reforma” wymiaru sprawiedliwości*, [w:] *Konstytucja. Praworządność. Władza sądownicza. Aktualne problemy trzeciej władzy w Polsce*, red. Ł. Bojarski, K. Grajewski, J. Kremer, G. Ott, W. Żurek, Warszawa 2019, s. 261–367.
- Ministerstwo Sprawiedliwości, *Reforma sądownictwa wzmocni niezawisłość i niezależność sędziów*, 29.11.2018, <https://www.gov.pl/web/sprawiedliwosc/reforma-sadownictwa-wzmocni-niezawislosc-i-niezalezosc-sedziow>.
- Peyrefitte A., *Wymiar sprawiedliwości. Między ideałem a rzeczywistością*, Warszawa 1987.
- Rakowska-Trela A., *Krajowa Rada Sądownictwa po wejściu w życie nowelizacji z 8.12.2017 r. — organ nadal konstytucyjny czy pozakonstytucyjny?*, [w:] *Konstytucja. Praworządność. Władza sądownicza. Aktualne problemy trzeciej władzy w Polsce*, red. Ł. Bojarski, K. Grajewski, J. Kremer, G. Ott, W. Żurek, Warszawa 2019, s. 107–122.
- Scheppele K. L., *Autocratic legalism*, „The University of Chicago Law Review” 85, 2018, nr 2, s. 545–584.
- Skrzypiński D., *Policy towards the Judiciary as a symptom the transformation of the Polish political system in years 2015–2020*, „Studia Polilogiczne” 58, 2020, s. 9–24.
- Skrzypiński D., *Władza sądownicza w procesie transformacji polskiego systemu politycznego. Studium politologiczne*, Wrocław 2009.
- SSP Iustitia, *Obietnice a rzeczywistość — statystyki sądów rejonowych po pięciu latach „reform” (2015–2020)*, 24.11.2021, <https://www.iustitia.pl/dzialalnosc/opinie-i-raporty/4318-raport-iustitii-o-statystykach-wymiaru-sprawiedliwosci>.
- SSP Iustitia, *Odpowiedź na Kompendium Białej Księgi w sprawie reform polskiego wymiaru sprawiedliwości przedstawione przez Rząd Rzeczypospolitej Polskiej dla Komisji Europejskiej*, 13.03.2018, <https://www.iustitia.pl/informacje/2160-odpowiedz-na-kompendium-bialej-ksiegi-w-sprawie-reform-polskiego-wymiaru-sprawiedliwosci-przedstawione-przez-rzad-rzeczypospolitej-polskiej-dla-komisji-europejskiej>.
- Volcansek M.L., *Constitutional courts as veto players: Divorce and decrees in Italy*, „European Journal of Political Research” 39, 2001, nr 3, s. 347–372.

Źródła internetowe

<https://sip.lex.pl/orzeczenia-i-pisma-urzedowe/orzeczenia-sadow/c-791-19-zgodnosc-polskiego-systemu-odpowiedzialnosc-523290646>.

<https://wolnesady.org>.

<https://www.facebook.com/sedziowie>.

<https://www.facebook.com/Sprawiedliwe-S%C4%85dy-139608059990337>.

<https://www.facebook.com/WolneSady>.

<https://www.youtube.com/c/WolneS%C4%85dy>.

https://www.youtube.com/channel/UC6GIWCf2qGOenDEoy_i5tkw.

<https://www.youtube.com/channel/UCL2K6F235CTm2GWBw7kVpOA/videos>.

<https://www.youtube.com/watch?v=AN6CDhf8ozA>.

The communicative dimension of the conflict regarding changes in the functioning of the judiciary in Poland (2016–2021)

Keywords: public communication, political communication, political conflict, judiciary

Summary

In 2016 the government of the national-conservative Law and Justice party launched a reform of the Polish justice system. In an effort to increase the effectiveness of its operation, the authorities de facto sought to increase the influence of the executive over the judiciary. Two polarized camps (supporters and opponents of the reforms) were thus formed in the political and media landscapes. Various forms of communication played an important role in their activities. The article is devoted to the analysis of the structure of actors and the instruments they used to promote or disavow the proposed changes, influence public opinion and create the image of themselves and their opponents.

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz

ORCID: 0000-0001-5127-7913

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego

Dziennikarstwo według papieża Franciszka

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.9>

Słowa kluczowe: media, dziennikarstwo, papież Franciszek, orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu

Wprowadzenie

We współczesnej literaturze medioznawczej i politologicznej coraz częściej ubolewa się nad spadkiem zaufania do mediów masowych oraz kryzysem dziennikarstwa¹. Skłania do takich refleksji między innymi szerzenie się fałszywych informacji oraz popularność teorii spiskowych, populistycznych poglądów i pseudonaukowych rewelacji. I choć zjawiska te nie są nowe, a ich nasilanie upatruje się przede wszystkim w rozwoju i popularności mediów społecznościowych, to nie omijają one również klasycznych mediów masowych, którym dodatkowo zarzuca się uleganie wpływom politycznym czy ekonomicznym i koncentrowanie się na treściach dobrze się sprzedających, a nie na rzetelnym informowaniu i wyjaśnianiu spraw ważnych dla ludzi. A ponieważ wolne i właściwie funkcjonujące media tworzone przez profesjonalnych dziennikarzy są niezbędne dla prawidłowego funkcjonowania systemu demokratycznego oraz dla odbiorców mediów, którzy mają prawo do otrzymywania rzetelnych informacji, więc troska o ich jakość jest w pełni uzasadniona. Taką troskę podziela również papież Franciszek, który w nauczaniu wiele uwagi poświęca komunikacji społecznej, politycznej i społecznej roli współczesnych mediów oraz znaczeniu profesjonalnego dziennikarstwa².

Celem tego artykułu jest medioznawcza analiza nauczania papieża Franciszka na temat wyzwań i problemów współczesnego dziennikarstwa dokonana na przykładzie jego orędzi na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Szczególna uwaga zwrócona zostanie na autorską papieską koncepcję dziennikarstwa pokoju oraz na prośby i apele

¹ Zob. *Klinika dziennikarstwa — Credo*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska, Wrocław 2016.

² Zob. *Sztuka komunikacji według Franciszka. Bliżej — prościej — głębiej*, red. M. Laskowska, K. Marcyński SAC, Warszawa 2016.

kierowane do dziennikarzy. Dowodzona będzie hipoteza, że zaproponowane przez papieża Franciszka dziennikarstwo pokoju ma wiele cech wspólnych z koncepcją dziennikarstwa jakościowego³.

Papieskie orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu

Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu to stosunkowo nowe święto obchodzone w Kościele katolickim od 1967 roku na mocy wskazania zawartego w uchwalonym przez Sobór Watykański II 4 grudnia 1963 roku Dekrecie o środkach społecznego przekazu *Inter mirifica*:

Aby skutecznie wesprzeć te różnorodne formy apostołstwa Kościoła odnośnie do środków przekazu społecznego, winno się wyznaczać we wszystkich diecezjach świata, według uznania biskupów, jeden dzień roku, w którym wierni byliby pouczani o swych obowiązkach w tej dziedzinie, wzywani do modlitwy w tej sprawie oraz do zbierania funduszu na tenże cel, by go uczciwie obrócić na utrzymanie i rozwijanie popieranym przez Kościół instytucji i przedsięwzięć w tej dziedzinie, wedle potrzeb katolickiego świata⁴.

Coroczne obchody Światowego Dnia Środków Społecznego Przekazu rozpoczynają się od ogłoszenia 24 stycznia papieskiego orędzia, w dniu poświęconym św. Franciszkowi Salezemu — patronowi dziennikarzy, które ma stać się inspiracją do rozważania zawartych w nim treści w lokalnych strukturach Kościoła w czasie organizowanego przez nie Dnia Środków Społecznego Przekazu⁵. Dotychczas ogłoszono 55 papieskich orędzi: dwanaście było autorstwa Pawła VI, Jan Paweł II ogłosił ich 27, Benedykt XVI — osiem, a Franciszek — jak dotąd również osiem.

Papieskie orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu można odczytywać i interpretować w perspektywie teologicznej, śledząc w nich rozwój teologii mediów, w tym oceny i wskazania dotyczące mediów czy komunikacji społecznej, zwłaszcza nowych zjawisk z nimi związanych, w świetle katolickiej doktryny religijnej⁶. Można także, tak jak w tym artykule, analizować je w perspektywie medioznawczej, przyglądając się nowym wątkom w katolickiej doktrynie medialnej, oraz dokonywać analiz porównawczych z ustaleniami świeckich nauk o komunikacji społecznej i mediach⁷. W orędziach tych, bez względu na temat przewodni, pojawiają się refleksje do-

³ Zob. J. Vehkoo, *What is Quality Journalism and How it Can Be Saved*, Reuters Institute for the Study of Journalism University of Oxford, 2010, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/What%2520is%2520Quality%2520Journalism%2520and%2520how%2520can%2520it%2520be%2520saved%2527.pdf> (dostęp: 20.12.2021).

⁴ Dekret *Inter mirifica*, <https://www.ekai.pl/dokumenty/dekret-o-srodkach-spolecznego-przekazu-inter-mirifica/> (dostęp: 15.11.2021).

⁵ W Polsce Dzień Środków Społecznego Przekazu obchodzony jest corocznie w trzecią niedzielę września.

⁶ Zob. W. Misztal, *Bóg i nowoczesne media w świetle nauczania papieża Franciszka*, „Studia Socialia Cracoviensia” 10, 2018, nr 1, s. 177–188, <http://doi.org/10.15633/ssc.2604>.

⁷ Por. K. Pokorna-Ignatowicz, *Medialna aktywność papieża Franciszka i nowe wątki w katolickiej doktrynie medialnej*, [w:] *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce. Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*, red. A. Adamski, S. Gawroński, M. Szewczyk, Warszawa-Rzeszów 2017, s. 473–482.

tyczące działalności współczesnych mediów oraz dziennikarzy, dlatego warte są uwagi, zwłaszcza że kierowane są one nie tylko do katolików, lecz także „do wszystkich ludzi dobrej woli”.

Orędzia papieża Franciszka

W pierwszym swoim orędziu na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu zatytułowanym *Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*⁸ papież diagnozuje problemy współczesnego świata, do których zalicza „skandaliczną przepaść między luksusem, w jakim żyją najbogatsi, a nędzą najuboższych”⁹, różne formy wykluczenia, konflikty na tle ekonomicznym, politycznym, ideologicznym i religijnym. Przypomina podstawową tezę współczesnej teologii mediów, że media są darem Bożym¹⁰ i mogą pomóc w przezwyciężaniu tych problemów, stąd ważne jest, aby wszyscy posługujący się nimi, a przede wszystkim dziennikarze, pamiętali o tym. Wyjaśnia także, że media są „zdobyczą bardziej ludzką niż technologiczną”, a ich wiarygodność zależy od dziennikarzy, ich osobistego zaangażowania i odpowiedniej postawy wobec ludzi — odbiorców i bohaterów ich materiałów. Ta postawa to proponowana przez niego w tym orędziu „kultura spotkania” oraz „bliiskość” oznaczające otwartość na innych, akceptację odmienności, gotowość do słuchania ludzi, inicjowanie dialogu prowadzącego do wzajemnego zrozumienia. „Jeśli naprawdę chcemy słuchać innych, nauczmy się patrzeć na świat innymi oczami i doceniać bogactwo doświadczenia ludzkiego, które przejawia się w różnych kulturach i tradycjach”¹¹ — pisze papież i przestrzega przed „zamykaniem się” we własnych poglądach czy działaniem w imię różnych interesów, w tym politycznych czy ekonomicznych.

Ponieważ rok 2015 poświęcony był w Kościele katolickim rodzinie, to również drugie orędzie Franciszka, przygotowane na przypadający w tamtym roku 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, zatytułowane *Przekaz o rodzinie jako uprzywilejowanym miejscu spotkania w bezinteresownej miłości*¹² poświęcone zostało komunikacji w rodzinie i zachęcie, aby ten styl komunikacji przenieść na wszelkie inne jej formy, a więc również medialne. Rozpoczyna je stwierdzenie, że rodzina jest pierwszym miejscem, w którym człowiek uczy się komunikowania i współżycia w różnorodności, gdyż są w niej osoby różnej płci, o różnych osobowościach, poglądach, wieku, doświadczeniu,

⁸ Orędzie papieża Franciszka na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*, 2014, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html (dostęp: 16.11.2021).

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ Autorem tezy, że media są darem Bożym, a więc są rzeczą dobrą, która może być jednak niewłaściwie wykorzystywana przez człowieka, jest Pius XII uważany za „ojca teologii mediów”. Por. K. Pokorna-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów. Historia — dokumenty — dylematy*, Kraków 2002, s. 43–56.

¹¹ Orędzie papieża Franciszka na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu...

¹² Orędzie papieża Franciszka na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Przekaz o rodzinie jako uprzywilejowanym miejscu spotkania w bezinteresownej miłości*, 2015, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20150123_messaggio-comunicazioni-sociali.html (dostęp: 20.11.2021).

ale wszystkie są połączone więzią i wzajemną akceptacją. Papież apeluje w nim do dziennikarzy, aby nie tylko „produkowali informacje”, lecz także „opowiadali” o świecie i ludziach, bowiem „informacja jest ważna, ale nie wystarcza, bowiem zbyt często upraszcza, przeciwstawia sobie różnice i odmienne zapatrywania, zachęcając do opowiedzenia się po jednej lub drugiej stronie, zamiast dawać ogólny obraz sytuacji”¹³. Franciszek zachęca również, aby dziennikarze słuchali innych, i zawsze mówi o nich w sposób pełen szacunku, gdyż tylko taki sposób opowiadania o ludziach pozwoli im na uczestnictwo w dialogu prowadzącym do budowania pojednania i pokoju w świecie. Orędzie kończy apelem, aby nie walczyć w obronie przeszłości, ale ufnie i cierpliwie budować lepszą przyszłość we wszystkich środowiskach.

Trzecie orędzie Franciszka z 2016 roku, przygotowane na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, nosiło tytuł *Komunikacja i miłosierdzie — owocne spotkanie*¹⁴ i nawiązywało do obchodzonego właśnie przez Kościół katolicki Roku Miłosierdzia. Papież apelował w nim, aby w komunikacji kierować się ideą miłosierdzia, gdyż „komunikacja ma moc budowania mostów” oraz „sprzyjania spotkaniu i integracji, ubogacając w ten sposób społeczeństwo”¹⁵. Dziennikarzy prosi, „aby zawsze czuwali nad sposobem wypowiedzania się względem tych, którzy myślą czy działają inaczej, lub nawet tych, którzy mogą się mylić”¹⁶. Ponownie apeluje, aby nie tylko „słuchali innych”, ale „usłyszeli”, co inni mają do przekazania, i okazywali im przy tym akceptację, szacunek oraz zrozumienie dla ich poglądów i emocji. Przyjęcie takiej postawy buduje bowiem „bliskość”, która jest podstawą konstruktywnego dialogu, pozwala na rozwiązywanie konfliktów i tworzy „możliwości osiągnięcia trwałego pokoju”¹⁷.

Na obchodzony w 2017 roku 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu papież Franciszek przygotował swoje czwarte orędzie zatytułowane „*Nie lękaj się, bo jestem z tobą*” (Iz 43, 5). *Przekazujemy nadzieję i ufność w naszych czasach*¹⁸. Pojawia się w nim zachęta dla dziennikarzy, aby w swojej pracy stosowali zasady „komunikacji konstruktywnej”, czyli odrzucającej uprzedzenia wobec innych, prowadzącej do zdefiniowanej w jego pierwszym orędziu „kultury spotkania”, dzięki której możliwe staje się opisywanie „ze świadomą ufnością”. Twierdzi także, że należy „przerwać błędne koło niepokoju i spiralę lęku, będące owocem nawyku koncentrowania uwagi na złych wiadomościach (wojnach, terroryzmie, skandalach i wszelkiego rodzaju ludzkich niepowodzeniach)”¹⁹, i dodaje, że chodzi mu o większą rozważę w przekazywaniu informacji, zwłaszcza tych

¹³ *Ibidem.*

¹⁴ Orędzie papieża Franciszka na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Komunikacja i miłosierdzie — owocne spotkanie*, 2016, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/przemowie_nia/massmedia-or_24012016.html (dostęp: 21.11.2021).

¹⁵ *Ibidem.*

¹⁶ *Ibidem.*

¹⁷ *Ibidem.*

¹⁸ Orędzie papieża Franciszka na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Nie lękaj się, bo jestem z tobą* (Iz 43, 5). *Przekazujemy nadzieję i ufność w naszych czasach*, 2017, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20170124_messaggio-comunicazioni-sociali.html (dostęp: 21.11.2021).

¹⁹ *Ibidem.*

związanych z ludzkim cierpieniem i ludzkimi tragediami, a także o to, aby nie czynić z tego widowiska czy niezdrowej sensacji. Proponuje, aby przy opisywaniu rzeczywistości przyjąć klucz interpretacyjny niepozabawiający odbiorców nadziei i ufności, który nazywa „logiką dobrej nowiny”.

Kolejne, piąte orędzie „*Prawda was wyzwoli*” (J 8, 32). *Fake news a dziennikarstwo pokoju*²⁰ przygotowane zostało na 52. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu przypadający w 2018 roku i niemal w całości dotyczyło problemów współczesnej komunikacji społecznej i samego dziennikarstwa. Papież wyjaśnia w nim zagrożenia związane z szerzeniem się fałszywych informacji: „dramat dezinformacji polega na dyskredytowaniu drugiego, przedstawianiu go jako wroga, aż po demonizację, która może podlegać do konfliktów” i deklaruje, że orędziem tym chce „przyczynić się do wspólnego starania o zapobieganie rozpowszechnianiu fałszywych wiadomości oraz do odkrycia na nowo wartości zawodu dziennikarskiego”²¹. Przypomina, że sednem zawodu dziennikarskiego jest przekazywanie prawdy i że na dziennikarzach spoczywa osobista odpowiedzialność za jej właściwą interpretację oraz za właściwy język przekazu, jak również, że to od ich profesjonalizmu zależy jakość komunikacji. Dziennikarzy nazywa „strażnikami wiadomości” i zachęca ich do uprawiania „dziennikarstwa pokoju” oraz wyjaśnia znaczenie tego pojęcia:

Nie rozumiem przez to wyrażenie dziennikarstwa dobru dusznego, zaprzeczającego istnieniu poważnych problemów i przyjmującego cliche tony. Mam na myśli, przeciwnie, dziennikarstwo bez udawania, wrogie fałszom, sloganom dla efektu i spektakularnym deklaracjom. Dziennikarstwo uprawiane przez osoby dla osób, pojmujące siebie jako służba wszystkim ludziom, zwłaszcza tym, stanowiącym większość na świecie, którzy nie mają głosu; dziennikarstwo, które nie spalałoby wiadomości, ale angażowałoby się w poszukiwanie prawdziwych przyczyn konfliktów, aby sprzyjać ich dogłębnemu zrozumieniu i przewyciężaniu przez rozpoczęcie korzystnych procesów; dziennikarstwo zaangażowane we wskazywanie rozwiązań alternatywnych dla eskalacji wrzasku i przemocy słownej²².

W zakończeniu orędzia proponuje modlitwę zawierającą wskazania, którymi powinni się kierować dziennikarze:

O Panie, uczyni nas narzędziami Twojego pokoju,

Spraw, abyśmy rozpoznawali zło, które wkrada się w przekaz nietworzący jedności.

Uczyni nas zdolnymi do usunięcia trucizny z naszych osądów. Pomóż nam mówić o innych, jako o braciach i siostrach.

Ty jesteś wierny i godny zaufania; spraw, aby nasze słowa były ziarnami dobra dla świata:

abyśmy tam, gdzie zgiełk, trwali w wysłuchiwanie;

gdzie zamęt, rozbudzali harmonię;

gdzie dwuznaczność, wnosili jasność;

²⁰ Orędzie papieża Franciszka na 52. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „*Prawda was wyzwoli*” (J 8, 32). *Fake news a dziennikarstwo pokoju*, 2018, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html (dostęp: 25.11.2021). W angielskiej wersji orędzia termin „dziennikarstwo pokoju” brzmi „*journalism for peace*”, ponieważ jednak we wszystkich polskich tłumaczeniach na oficjalnych stronach instytucji kościelnych przetłumaczono je jako „dziennikarstwo pokoju”, w tym artykule będzie używana polska wersja tego terminu.

²¹ *Ibidem*.

²² *Ibidem*.

tam, gdzie wykluczenie, zanosili dzielenie się;
gdzie pogoń za sensacją, byli wstrzemięźliwi;
gdzie powierzchowność, zadawali prawdziwe pytania;
tam, gdzie uprzedzenia, budzili zaufanie;
gdzie agresja, wnosili szacunek;
gdzie fałsz, przynosili prawdę.²³

„Wszyscy tworzymy jedno” (Ef 4, 25). *Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich*²⁴ to szóste orędzie Franciszka, przygotowane na obchodzony w 2019 roku 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Przedmiotem rozważań są w nim tytułowe wirtualne wspólnoty, czyli sieci powstające w wyniku rozwoju internetu i mediów społecznościowych. Papież rozpoczyna swoje orędzie od przypomnienia, że „sieć jest bogactwem naszych czasów. Jest źródłem wiedzy i relacji niegdyś niewyobrażalnych”²⁵, ale również ułatwia dezinformację, zniekształcanie faktów i manipulowanie nimi czy cyberprzemoc. Aby przeciwdziałać tym negatywnym zjawiskom, użytkownicy tych sieci, tak jak i dziennikarze, powinni przestrzegać zasad służących budowaniu wspólnot ludzkich, czyli wzajemnego słuchania i prowadzenia dialogu językiem pełnym wzajemnej akceptacji i wzajemnego szacunku. Pozwoli to na zbudowanie „sieci, której chcemy, [...] która nie jest stworzona, by pochwycić w pułapkę, ale aby wyzwalać, aby strzec wspólnoty wolnych osób”²⁶.

W 2020 roku Franciszek zatytułował swoje, siódme, orędzie na 54. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „*Obyś mógł opowiadać i utrwalić w pamięci*” (por. Wj 10, 2). *Życie staje się historią*²⁷ i poświęcił je problematyce narracji — opowiadaniu historii (*storytelling*), dzięki którym poznajemy świat, ludzi i ich problemy, a w czym kluczową rolę odgrywają dziennikarze. Papież apeluje do nich, aby tworzyli historie, „które budują, a nie niszczą”²⁸, czyli takie, które prowadzą do zrozumienia świata i ludzi, a przez to stają się „spoiwem więzi społecznych i kulturowych”²⁹. Zwraca też uwagę na współczesne problemy związane z opisywaniem świata: szerzenie się fake newsów, mowę nienawiści, opowiadanie „historii destrukcyjnych i prowokacyjnych”³⁰. Apeluje także o odwagę opowiadania „z czułością” o tym, co piękne, prawdziwe i dobre, o opowiadanie „historii pokoju”³¹ prowadzących do lepszej przyszłości.

²³ *Ibidem*.

²⁴ Orędzie papieża Franciszka na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „*Wszyscy tworzymy jedno*” (Ef 4, 25). *Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich*, 2019, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_mesaggio-comunicazioni-sociali.html (dostęp: 23.11.2021).

²⁵ *Ibidem*.

²⁶ *Ibidem*.

²⁷ Orędzie papieża Franciszka na 54. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „*Obyś mógł opowiadać i utrwalić w pamięci*” (por. Wj 10, 2). *Życie staje się historią*, 2020, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20200124_messaggio-comunicazioni-sociali.html (dostęp: 23.11.2021).

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ *Ibidem*.

³⁰ *Ibidem*.

³¹ *Ibidem*.

Orędzie na 55. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu obchodzony w 2021 roku, ósme za pontyfikatu Franciszka, jest kontynuacją myśli z poprzedniego orędzia. Już sam jego tytuł „*Chodź i zobacz*” (J 1, 46). *Komunikować, spotykając osoby, tam gdzie są, i takie, jakie są*³² sugeruje, że i tym razem chodzi papieżowi o opowiadanie historii o współczesnych ludziach i o ich życiu. Aby taki przekaz był prawdziwy i uczciwy, „konieczne jest wyjście z wygodnego przeświadczenia *już to wiem* i wyruszenie, pójście i zobaczenie, bycie z ludźmi, słuchanie”³³. Papież zwraca się z tym przesłaniem bezpośrednio do dziennikarzy, gdyż jego zdaniem, klasyczne gatunki dziennikarskie, takie jak wywiad i reportaż, coraz częściej zastępowane są informacjami, które się dobrze sprzedają lub są „pałacowe”, czyli podporządkowane jakiejś ideologii lub jakimś interesom, autoreferencyjne, a tym samym w coraz mniejszym stopniu wyjaśniają prawdę o zjawiskach społecznych, wydarzeniach czy o realnym życiu ludzi. Zauważa, że dziennikarze coraz częściej tworzą swoje materiały bez wychodzenia z redakcji, przy użyciu niemal wyłącznie zasobów sieci i telefonów, a przecież „bez wychodzenia na ulice, bez *zdzierania butów*, bez spotkania osób w celu poszukiwania historii czy zweryfikowania *de visu* niektórych sytuacji”³⁴ nie ma prawdziwego dziennikarstwa polegającego na uczciwym opowiadaniu o rzeczywistości z pozycji naocznego świadka. Uprawianie takiego dziennikarstwa wymaga bowiem, jego zdaniem, „pójścia tam, dokąd nikt nie idzie — ruszenia się i pragnienia zobaczenia. Ciekawości, otwartości, pasji”³⁵. Papież wyraża wdzięczność dziennikarzom, którzy „zdzierają buty”, gdyż to dzięki nim ujawniane są nadużycia władzy, problemy prześladowanych mniejszości w różnych częściach świata, fakty, które rządzący starają się ukryć. Podkreśla, że ich praca służy nie tylko społeczeństwu i demokracji, lecz także „człowieczeństwu”. Po raz kolejny przypomina dziennikarzom o odpowiedzialności za przekazywane informacje oraz prosi ich, aby wyszli z redakcji, zobaczyli, jak wygląda rzeczywistość, i przekazywali prawdę o niej, aby „spotykając osoby, tam gdzie są, i takie, jakie są”³⁶, opowiadali historie o ich życiu. Orędzie kończy modlitwą, która przez dziennikarzy może, a nawet powinna, być potraktowana jako przypomnienie ich powinności:

Panie, naucz nas wychodzić poza nasze *ja*
i wyruszać na poszukiwanie prawdy.
Naucz nas iść, by zobaczyć,
naucz nas słuchać,
nie pielęgnować uprzedzeń,
nie wyciągać pospiesznych wniosków.
Naucz nas chodzić tam, gdzie nikt nie chce pójść,
poświęcić czas na zrozumienie,

³² Orędzie papieża Franciszka na 55. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu „*Chodź i zobacz*” (J 1, 46). *Komunikować, spotykając osoby, tam gdzie są, i takie, jakie są*, 2021, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20210123_messaggio-comunicazioni-sociali.html (dostęp: 23.11.2021).

³³ *Ibidem*.

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ *Ibidem*.

zwracać uwagę na to, co najważniejsze,
nie dać się rozproszyć przez to, co zbędne,
odróżniać mylące pozory od prawdy.³⁷

Dziennikarstwo pokoju a dziennikarstwo jakościowe

Rozwijana w kolejnych orędziach Franciszka koncepcja dziennikarstwa pokoju koncentruje się na etycznych aspektach wykonywania tego zawodu, a szczególnie na powinnościach spoczywających na dziennikarzach. W centrum tych powinności papież stawia odpowiedzialność za sposób i język opowiadania o świecie i ludziach. Przypomina dziennikarzom o misji ich zawodu: poszukiwaniu prawdy, walce z dezinformacją, nieuleganiu wpływow różnych grup interesu, a przede wszystkim o ich ważnej roli społecznej. Namawia dziennikarzy do wyruszenia na ulice i do bezpośrednich spotkań z ludźmi, okazywania im szacunku i słuchania ich historii, gdyż to pozwoli im na zobaczenie problemu oczami innych i zrozumienie ich doświadczeń. Oczekuje od dziennikarzy otwartości na poznawanie tego, co nieznanne lub ukryte, akceptacji odmienności, pozbycia się uprzedzeń, gotowości do inicjowania i prowadzenia dialogu, dzięki któremu możliwe staje się budowanie zrozumienia dla różnych poglądów, co stanowi podstawę rozwiązywania konfliktów i prowadzi do pokoju.

Tak zdefiniowane przez Franciszka dziennikarstwo pokoju (*journalism for peace*) w swoich głównych tezach zgodne jest z koncepcją dziennikarstwa jakościowego (*quality journalism*), tak ważnego dla współczesnego życia społecznego i prawidłowego funkcjonowania systemu demokratycznego. Dziennikarstwo jakościowe opiera się na samoświadomości służby społecznej, profesjonalizmie, respektowaniu zasad etyki zawodowej. Jego celem jest pomaganie odbiorcom w zrozumieniu problemów współczesnego świata i dokonujących się w nim zmian, a w konsekwencji — dzięki tej wiedzy — dawanie podstaw do podejmowania racjonalnych decyzji, zarówno w sferze publicznej, jak i w życiu prywatnym. Iwona Hofman rozumie je jako „rodzaj pisarstwa informacyjnego i publicystycznego na tematy istotne dla odbiorcy w perspektywie globalnej lub lokalnej uwiarygodnionego autorytetem autora, pisarstwo niezależne, cechujące się poszanowaniem relacji komunikacyjnych”³⁸. Z kolei Johanna Vehkoo wyjaśnia, że jakościowe dziennikarstwo stara się opisać, co się dzieje w coraz bardziej chaotycznym świecie, wyjaśnia kontekst i tło wydarzeń, interpretuje je i analizuje, szuka sensu w „medialnym bełkocie”, dostrzega to, co nieoczywiste, ujawnia oszustwa i kontroluje działania rządzących³⁹.

Obie te koncepcje — Franciszkowego dziennikarstwa pokoju i dziennikarstwa jakościowego — łączy przekonanie o szczególnym znaczeniu tego zawodu dla funkcjonowania demokracji i budowania więzi społecznych. W obu podkreśla się, że dziennikarze powinni być niezależni od wpływów politycznych czy ekonomicznych oraz poczuwać

³⁷ *Ibidem*.

³⁸ I. Hofman, *Dziennikarstwo poważne w wydaniu księdza Adama Bonieckiego*, „Zeszyty Prasoznawcze” 60, 2017, nr 4, s. 747.

³⁹ J. Vehkoo, *What is Quality Journalism...*, s. 24–25.

się do odpowiedzialności za skutki swoich działań. W obu podkreśla się także istotność osobistej postawy dziennikarzy, bo przecież, jak przypomina Franciszek, jest to zawód wykonywany przez ludzi dla ludzi.

Podsumowanie

Coroczne papieskie orędzia na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu poświęcone są szczegółowym zagadnieniom związanym z komunikacją społeczną, mediami i dziennikarstwem. Z jednej strony są one elementem nauczania kolejnych papieży, z drugiej wprowadzają nowe wątki do rozwijającej się szybko teologii mediów. Jednym z wątków pojawiających się w orędziach papieża Franciszka jest profesjonalizm dziennikarski. Papież dostrzega zagrożenia związane z obniżaniem się jego poziomu i proponuje „ponowne odkrycie wartości zawodu dziennikarskiego”, stąd formułuje zasady dziennikarstwa pokoju. Warto wysłuchać jego prośb, postulatów i apeli zawartych w orędziach, zwłaszcza że są one w swej istocie zbieżne z zasadami dziennikarstwa jakościowego, w którym upatruje się recepty na problemy trapiące współczesne media i które uznaje się za kluczowe dla jakości życia współczesnych ludzi i systemu demokratycznego.

Bibliografia

- Hofman I., *Dziennikarstwo poważne w wydaniu księdza Adama Bonieckiego*, „Zeszyty Prasoznawcze” 60, 2017, nr 4 (232), s. 743–759.
- Klinika dziennikarstwa — credo*, red. K. Wolny-Zmorzyński, K. Konarska, Wrocław 2016.
- Misztal W., *Bóg i nowoczesne media w świetle nauczania papieża Franciszka*, „Studia Socialia Cracoviensia” 10, 2018, nr 1, s. 177–188.
- Pokorna-Ignatowicz K., *Kościół w świecie mediów. Historia — dokumenty — dylematy*, Kraków 2002.
- Pokorna-Ignatowicz K., *Medialna aktywność papieża Franciszka i nowe wątki w katolickiej doktrynie medialnej*, [w:] *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce. Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*, red. A. Adamski, S. Gawroński, M. Szewczyk, Warszawa-Rzeszów 2017, s. 473–482.
- Sztuka komunikacji według Franciszka. Bliżej — prościej — głębiej*, red. M. Laskowska, K. Marcyński SAC, Warszawa 2016.
- Vehkoo J., *What is Quality Journalism and How it Can Be Saved*, Reuters Institute for the Study of Journalism University of Oxford 2010, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/What%20is%20Quality%20Journalism%20and%20how%20can%20it%20be%20saved%2527.pdf>.

Dokumenty

- Dekret *Inter mirifica*, <https://www.ekai.pl/dokumenty/dekret-o-srodkach-spolcznego-przekazu-inter-mirifica/>.
- Orędzie papieża Franciszka na 48. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Przekaz w służbie autentycznej kultury spotkania*, 2014, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20140124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

- Orędzie papieża Franciszka na 49. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Przekaz o rodzinie jako uprzywilejowanym miejscu spotkania w bezinteresownej miłości*, 2015, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20150123_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Orędzie papieża Franciszka na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *Komunikacja i miłość — owocne spotkanie*, 2016, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/franciszek_i/przemowienia/massmedia-or_24012016.html.
- Orędzie papieża Franciszka na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *„Nie lękaj się, bo jestem z tobą” (Iz 43, 5). Przekazujemy nadzieję i ufność w naszych czasach*, 2017, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20170124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Orędzie papieża Franciszka na 52. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *„Prawda was wyzwoli” (J 8, 32). Fake news a dziennikarstwo pokoju*, 2018, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20180124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Orędzie papieża Franciszka na 53. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *„Wszyscy tworzymy jedno” (Ef 4, 25). Od wirtualnych wspólnot społecznościowych do wspólnot ludzkich*, 2019, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20190124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Orędzie papieża Franciszka na 54. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *„Obyś mógł opowiedzieć i utrwalić w pamięci” (por. Wj 10, 2). Życie staje się historią*, 2020, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20200124_messaggio-comunicazioni-sociali.html.
- Orędzie papieża Franciszka na 55. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu *„Chodź i zobacz” (J 1, 46). Komunikować, spotykając osoby, tam gdzie są, i takie, jakie są*, 2021, https://www.vatican.va/content/francesco/pl/messages/communications/documents/papa-francesco_20210123_messaggio-comunicazioni-sociali.html.

Journalism according to Pope Francis

Keywords: media, journalism, Pope Francis, Messages for World Communications Day

Summary

The aim of the article is a media analysis of Pope Francis' teaching on contemporary journalism based on the example of his messages for World Communications Day. A hypothesis that the Pope, noticing the problems of the contemporary system of social communication, believes that journalists play a key role in overcoming them, will be proved right. In the messages for World Communications Day the Pope formulates guidelines for journalists regarding their work that are consistent with the concept of quality journalism.

Iwona Hofman

ORCID: 0000-0003-0492-5169

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

Listy Jerzego Giedroycia i Józefa Łobodowskiego

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.10>

Słowa kluczowe: korespondencja, program wschodni, myśl polityczna, kultura

Jerzy Giedroyc (1906–2000) był twórcą i jedynym redaktorem czasopisma „Kultura”, zwykle określanego dodatkowo przymiotnikiem „paryska”. Czasopismo założone w 1947 roku stanowić miało dopełnienie działalności wydawniczej Instytutu Literackiego, który powstał w Rzymie w 1946 roku i drukował książki, słowniki, poradniki itp. przeznaczone dla zdemobilizowanych żołnierzy polskich. Relatywnie szybko, choć stopniowo (w pewnej korelacji do problemów powojennej, podzielonej Europy), „Kultura” zyskała status ośrodka myśli politycznej. Instytutem i czasopismem zarządzał Giedroyc, organizując swoiste kręgi i sieci autorów; to ważne, ponieważ redakcję stanowiło zaledwie kilka osób, zarazem mieszkańców domu w Maisons-Laffitte (siedziby wydawnictwa) — Zofia i Zygmunt Hertzowie, Józef Czapski, Henryk Giedroyc. Narzędziem umożliwiającym Giedroycowi zarządzanie były między innymi listy. Obfitość korespondencji wychodzącej z domu „Kultury” sprawiła, że powszechny stał się termin „Rzeczpospolita epistolarna”.

Celem artykułu jest przedstawienie listów Giedroycia i Józefa Łobodowskiego w następujących kontekstach: epistolografii kręgu „Kultury”, relacji z poetą i publicystą na tle mapy autorów, a także znaczenia listów w badaniu koncepcji wschodnich. Metody przydatne dla realizacji tego celu to analiza zawartości i metoda historyczna.

Instytut Literacki powstał dzięki determinacji grupy przyjaciół współpracujących w ramach Wydziału Informacji i Propagandy armii generała Władysława Andersa; oprócz wyżej wymienionych do grupy należał także Gustaw Herling-Grudziński. Anders wydał rozkaz o powołaniu Instytutu, gdyż rozumiał argumentację Czapskiego i Giedroycia w sprawie moralnego i duchowego wsparcia żołnierzy, którzy nie mogli wrócić do Polski w realiach powojennych. Współodczuwanie losu emigrantów stanowiło od początku wyznacznik pracy zespołu Instytutu. „Kultura”, zdefiniowana jako periodyk

społeczny i literacki, wyrosła po części z przedwojennych doświadczeń Giedroycia, redagującego takie czasopisma jak „Bunt Młodych”, „Polityka” czy „Wschód” (przez niego zaprojektowany, a scedowany na Włodzimierza Bączkowskiego). Urodzony w Mińsku Litewskim (obecnie na Białorusi) Giedroyc studiował prawo i historię na Uniwersytecie Warszawskim. Pochodził z jednego z najstarszych rodów litewskich, a dzieje rodziny prawdopodobnie pomagały mu zrozumieć procesy współlistnienia wielu narodów, kultur i religii. Giedroyc pracował także jako urzędnik ministerialny. Młodzieńcza fascynacja postacią marszałka Józefa Piłsudskiego sprawiała, że do końca życia określał się jako „piłsudczyk”, a w innej perspektywie także jako „żeromszczyk” (co szczególnie uświadamiały jego krytyczne wypowiedzi zawarte w *Notatkach Redaktora*, publikowanych od 1995 roku na łamach „Kultury”). Należy sądzić, że suma doświadczeń zawodowych Giedroycia wraz z biografią do 1939 roku miały wpływ na profilowanie „Kultury” jako czasopisma i ośrodka myśli politycznej.¹

„Kultura” funkcjonowała niejako w kontrze wobec „Wiadomości” wydawanych w Londynie pod redakcją Mieczysława Grydzewskiego. Była też często w opozycji do Rozgłośni Polskiej Radia Wolna Europa (dalej: RWE), szczególnie w okresie do 1976 roku (gdy szefem RWE był Jan Nowak-Jeziorański). Powody napięć wynikały z osobowości redaktorów, ponieważ na poziomie wartości media emigracyjne stanowiły wspólnotę myśli niepodległościowej i demokratycznej. Można odwoływać się w tym miejscu do klasycznej frazy walki o rząd dusz, ale pewniej będzie rozgraniczyć te kwestie w punkcie stosunku do Polski Ludowej. Spośród opiniotwórczych tytułów prasy emigracyjnej jedynie „Kultura” wypracowała tak zwany program krajowy włączający Polaków do kręgu odbiorców niezależnej myśli politycznej kreowanej przez emigrantów. Już w 1954 roku Giedroyc, umocowany wynikami ankiety rozpisanej w „Kulturze”, wyraził pogląd, że autorzy emigranci mogą publikować w Polsce pod warunkiem niecenzurowania utworów. Sądził, że w ten sposób nie tylko wesprze pisarzy na obczyźnie w poszukiwaniu czytelników i budowaniu relacji sprzyjających twórczości, lecz także uzmysłowi Polakom znaczenie wolnego słowa.

„Kulturę” jako czasopismo charakteryzowały stałość rubryk, równowaga tematów politycznych, historycznych, społecznych i kulturalnych, a także... brak redakcji. Domownicy Maisons-Laffitte byli niepiszącymi współpracownikami Redaktora (jak zwykle się tytułować Giedroycia także w literaturze naukowej, on sam mówił o sobie „niepiszący redaktor”) – zaangażowani w buchalterię, wysyłkę czasopism i książek, wykonywanie codziennych obowiązków, z trudem dotrzymywali kroku dynamicznemu Redaktorowi. Ten zaś, kierowany intuicją, na podstawie obserwacji powojennych losów publicystów, pisarzy, poetów zarzucał sieci i tworzył kręgi „Kultury”, czyli zespół korespondentów zapęnlających szpalty pisma. Miał świetną orientację i znakomity dar perswazji przeja-

¹ Podaję przykładowy, podstawowy kanon literatury przedmiotu: J. Chruślińska, *Była raz „Kultura”. Rozmowy z Zofią Hertz*, Warszawa 1994; J. Giedroyc, *Autobiografia na cztery ręce*, red. K. Pomian, Warszawa 1994; B. Kerski, A.S. Kowalczyk, *Wiek ukraińsko-polski. Rozmowy z Bohdanem Osadcukiem*, Lublin 2001; O „Kulturze”. *Wspomnienia i opinie*, red. G. i K. Pomianowie, London 1987; *Myśl polityczna na wygnaniu. Publicyści i politycy polskiej emigracji powojennej*, red. A. Friszke, Warszawa 1995; R. Habielski, *Życie społeczne i kulturalne emigracji*, Warszawa 1999, A.S. Kowalczyk, *Giedroyc i „Kultura”*, Wrocław 1999.

wiający się w wielokrotnym (gdy trzeba) nakłanianiu wybranych twórców do podjęcia współpracy lub w ogóle do powrotu do pisarstwa (w tym politycznego). Wysyłał tysiące listów, ponieważ ta forma komunikacji była najtańsza i jego zdaniem najskuteczniejsza. W ten sposób w kręgu „Kultury” znaleźli się publicyści: Juliusz Mieroszewski, Bohdan Osadczuk, Leopold Unger; pisarze: Jerzy Stempowski, Melchior Wańkowicz, Andrzej Bobkowski, Leo Lipski, Czesław Straszewicz, Czesław Miłosz, Witold Gombrowicz, Teodor Parnicki; myśliciele i wykładowcy akademicki: Michał Heller, Leszek Kołakowski, Witold Jedlicki; krytycy literaccy i tłumacze: Konstanty A. Jeleński; pisarze krajowi: Stefan Kisielewski. Redaktor korespondował także z autorami ukraińskimi publikującymi w „Kulturze”, między innymi z Borysem Łewyckim, Iwanem Łysiakiem-Rudnyckim, Jurijem Ławrinienką, Iwanem Kedrynem-Rudnickim, Jewhenem Małaniukiem. Listy były rekwizytem stylu zarządzania Instytutem, a epistolografia Giedroycia stanowi cenne źródło historyczne przybliżane czytelnikom dzięki seriom wydawniczym „Czytelnika” i „Więzi”². Na podstawie ich lektury można skatalogować problemy stałe, od których zależało funkcjonowanie Instytutu Literackiego i czasopism. Do tematów poruszanych we wszystkich listach należą finansowanie wydawnictw, skuteczne docieranie do odbiorców i płynność prenumerat, terminowość publikacji czy dostępność materiałów źródłowych. W listach Giedroyc podejmuje dyskusje polityczne. Pod tym względem szczególne miejsce zajmuje korespondencja z Mieroszewskim, Osadczukiem, Ungerem, Nowakiem-Jeziorańskim i Hellerem. Mieroszewski „Londyńczyk” był autorem artykułów programowych jako *porte-parole* Redaktora. Potrafił znajdować argumenty dla najważniejszych tez z punktu widzenia Redaktora, tworzył koncepcje polityczne: wschodnią i zachodnią, które przeszły do historii myśli politycznej jako odważne i dalekowzroczone próby redefiniowania powojennej geopolityki.

Dzięki krótkiemu przypomnieniu tych koncepcji łatwiej będzie zrozumieć pozycję Łobodowskiego w „Kulturze”. Koncepcja wschodnia, w skrócie ULB (Ukraina, Litwa, Białoruś), powstała w wyniku analizy polityki Drugiej Rzeczypospolitej wobec mniejszości i skutków przesunięcia granic w rezultacie postanowień konferencji w Jałcie (luty 1945 roku). Giedroyc był przekonany o trwałości zmian geopolitycznych, a zarazem o konieczności pobudzenia myśli niepodległościowej i demokratycznej wśród emigrantów z wszystkich państw zniewolonej Europy Wschodniej (w tym z republik ZSRR). Świadomy prowokacyjnego charakteru przesłania, w 1952 roku opublikował list księcia Józefa Majewskiego uznający prawa Ukraińców do Lwowa i Litwinów do Wilna, tym samym otworzył dyskusję o możliwości ułożenia dobrosąsiedzkich stosunków pomiędzy Polską a Ukrainą, Litwą i Białorusią w warunkach suwerenności tych państw. Założenie upadku ZSRR wskutek ruchów odśrodkowych narodowych republik brzmiało utopijnie w apogeum zimnej wojny i oczekiwania na wybuch trzeciej wojny światowej. Giedroyc, w odróżnieniu od emigracji londyńskiej, nie liczył na przywrócenie przedwojennego porządku w Europie; uważał też, że nowe granice Polski na wschodzie i za-

² W serii „Archiwum »Kultury«” wydawanej od 1993 roku ukazało się dotąd 25 zbiorów listów Redaktora. Pojedyncze tomy poza serią zawierają również ważną korespondencję na przykład z Bohdanem Osadczukiem, Leopoldem Ungerem, Janem Nowakiem-Jeziorańskim czy Michałem Hellerem.

chodzie pozostaną niewzruszone. Te czynniki warunkowały podłoże koncepcji ULB. Podczas Kongresu Wolności Kultury w 1950 roku w Berlinie Józef Czapski w słynnym przemówieniu, drukowanym następnie w „Kulturze” (1950, nr 7 i 8) pod tytułem *Biada urzędnikom*, mocnym głosem apelował o równe traktowanie krzywd ludności cywilnej w Europie i prawa do samostanowienia ludności Europy Wschodniej. Obok Jerzego Stempowskiego, który na prośbę Giedroycia odbył podróż po Austrii i Niemczech zaraz po zakończeniu działań wojennych, Czapski najlepiej rozumiał kataklizm tak zwanej korekty granic. Program zachodni „Kultury” opierał się na założeniach pokojowej koegzystencji wolnej Polski (niejako zabezpieczonej buforem Ukrainy ze Wschodu) i Niemiec „podzielonych w podzielonej Europie, zjednoczonych w zjednoczonej Europie”. Zręby tych dalekowzrocznych koncepcji kształtowały się – jeszcze raz to podkreślam – w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku³. Autorem tekstów programowych był Juliusz Mieroszewski. Z obszernego zbioru jego publicystyki warto wymienić tytuły emblematycznych artykułów z łamów „Kultury”: *Polska „Ostpolitik”* (1973, nr 6), *Polska „Westpolitik”* (1973, nr 9), *Rosyjski kompleks polski i obszar ULB* (1974, nr 9), *ABC polityki „Kultury”* (1966, nr 4), *Na ruinach przedmurza* (1962, nr 5), *Polska leży między Rosją a Ameryką* (1957, nr 7–8)⁴.

Giedroyc przyznawał, że wzorował „Kulturę” na czasopiśmie „Kołokoł” wydawanym przez Aleksandra Hercena w latach 1857–1867. W pewnym sensie ta inspiracja przełożyła się na credo Redaktora: wiarę w jakościowe dziennikarstwo i odpowiedzialne słowo. „Kultura” przekształciła się w ośrodek myśli politycznej ze względu na wysokiej próby publicystykę, wiarygodność autorów i pluralizm światopoglądowy. Była czasopismem niezależnym, opiniotwórczym, otwartym dla autorów z Europy Wschodniej i Środkowej, rzetelnym i łączącym różne perspektywy. Dbający o klarowność programu Redaktor nieraz dawał w listach obszernie komentarze i wskazówki (*vide* korespondencja adresowana do Mieroszewskiego), których odczytanie po latach umożliwiło rekonstrukcję relacji w kręgu „Kultury” i rzeczywistej roli Giedroycia. Miał on jednocześnie przekonanie, że scenariusze polityczne przedstawiane na łamach miesięcznika muszą być równoważone tematyką kulturalną, stąd opowiadania, wiersze, dzienniki, recenzje literackie i krytyka artystyczna, kroniki wydarzeń kulturalnych na emigracji i za żelazną kurtyną. Giedroyc uważał, że znajomość historii i kultury pomaga zrozumieć narodowe aspiracje w podzielonej Europie. Dzięki korespondowaniu z tak wieloma autorami szybko wyrabiał sobie zdanie na temat ich potencjalnego udziału w przedsięwzięciach Instytutu; przykładowo Gombrowicz i Kołakowski nie poddawali się naciskom w sprawie zaangażowania politycznego, Skalmowski i Jeleński pozostawali krytykami literatury, Osadczuk i Unger wypełniali misję jako wysłannicy Giedroycia w różnych częściach świata. Wielu autorów równolegle współpracowało z RWE lub innymi rozgłościami radiowymi, a także z prasą.

³ Zob. I. Hofman, *Ukraina, Litwa, Białoruś w publicystyce paryskiej „Kultury”*, Poznań 2003; *eadem*, *Polska, Niemcy, Europa. Program zachodni paryskiej „Kultury”*, Lublin 2009.

⁴ Zob. A. Mencwel, *Studium sukcesu. Program „Kultury” 1946–1956*, „Twórczość” 1996, nr 10, 11 i 12, A.S. Kowalczyk, *Wena do polityki. O Giedroyciu i Mieroszewskim*, t. 1–2, Warszawa 2014.

Na tle autorów kręgu „Kultury” Józef Łobodowski (1909–1988) zajmuje miejsce specjalne, określane przez artykuł *Przeciw upiorom przeszłości* opublikowany w 1952 roku, własne wiersze i tłumaczenia poezji ukraińskiej, które Ukraińcy odbierali jako symboliczny i wymierny znak współpracy z Polakami emigrantami, czy nieudany projekt wydania antologii białoruskiej.

Bogumiła Berdychowska, która opracowała korespondencję Giedroycia i Łobodowskiego, już we *Wstępie* zaznaczyła:

życie Józefa Łobodowskiego — poety, publicysty i tłumacza — było, nawet jak na XX wiek, niezwykle burzliwe i obfitujące w dramatyczne zwroty. Można w nim znaleźć wszystkie kluczowe momenty minionego wieku: dzieciństwo w ogarniętej rewolucją i wojną domową Rosji, flirt z komunizmem i odejście od niego z przytupem, poezję związaną z drugą awangardą [...], akces do ruchu prometejskiego [...], udział w kampanii wrzesniowej, tułaczka przez Węgry do Francji, [...] do walczącej Anglii⁵.

Dodajmy do tego wielomiesięczny pobyt w więzieniu za próbę nielegalnego przekroczenia granicy, po II wojnie światowej — emigrację w Hiszpanii, co oznaczało, że już nigdy nie zobaczy najbliższych.

Łobodowski od początku istnienia programu, to jest od 12 stycznia 1949 roku, związał się z polską audycją Radia Madryt, które cieszyło się dużą popularnością wśród słuchaczy. Jednocześnie pisał do „Kultury”, „Wiadomości”, „Orla Białego”, „Tygodnika Polskiego” oraz „Życia”, tłumaczył literaturę białoruską, gruzińską, hiszpańską, ukraińską, rosyjską, uprawiał publicystykę kulturalną i pisał wiersze. Utrzymywał się ze swojej twórczości, co było wyjątkowe na emigracji, ale też korzystał ze stypendiów fundowanych przez Giedroycia lub z jego inicjatywy. Redaktor cenił jego tłumaczenia z języka rosyjskiego (między innymi Anny Achmatowej, Aleksandra Błoka, Josipa Brodskiego, Natalii Gorbaniewskiej, Siergieja Jesienina, Osipa Mandelsztama, Bułata Okudżawy, Aleksandra Sołżenicyna) i trylogię kubańską, opowiadającą historię polskiej rodziny żyjącej na Kaukazie. Należący do tego samego pokolenia Giedroyc i Łobodowski mieli podobne doświadczenia i upodobania wynikające z rodzinnego kontekstu kulturowego. Łączyły ich wybór losu emigranta i przekonanie o sprawności słowa.

W latach 1947–1988 (czyli do śmierci Łobodowskiego) wymienili 839 listów, które pisali dość regularnie, ale z widocznymi interwałami: po fiasku „projektu białoruskiego”, w latach 1963–1966 zaprzestali korespondencji. W latach osiemdziesiątych XX wieku ze względu na stan zdrowia poety i relatywnie mniejsze zaangażowanie „Kultury” w urzeczywistnianie programu wschodniego (od połowy lat siedemdziesiątych „Kultura” była zastępczą trybuną rodzącej się w Polsce opozycji demokratycznej) listów jest mniej, są też oszczędniejsze w formie, zbliżone do komunikatów, choć niepozbawione serdeczności pomimo – zachowanej do końca – oficjalności zwrotów adresatywnych.

Pierwszy zachowany w archiwum Maisons-Laffitte list został napisany 8 lipca 1947 roku w Madrycie. „Wielce Szanowny Panie!” — rozpoczął Łobodowski omówienie zawartości pierwszego zeszytu „Kultury” („Doskonałe artykuły Krońskiego, Czapskiego, Terleckiego. Proza nieco słabsza. Myślę, że warto by rozbudować dział informacyjny”⁶).

⁵ J. Giedroyc, J. Łobodowski, *Listy 1947–1988*, red. B. Berdychowska, Warszawa 2022, s. 5.

⁶ *Ibidem*, s. 33.

Z treści listu wynika, że istniała wcześniejsza (chyba niepozorna) korespondencja dotycząca możliwości współpracy przy tłumaczeniach literatury ukraińskiej i hiszpańskiej. W gruncie rzeczy ten list wyznaczył miejsce Łobodowskiego w „Kulturze” jako poety, tłumacza i krytyka literackiego. Był ten list również charakterystycznym wyznacznikiem ich relacji opartej na ustaleniach redakcyjnych, na które składały się zamówienia tematów, korekty, ponaglenia i nagłe wolty skutkujące odłożeniem gotowych tekstów, wskazówki bibliograficzne, informacje o honorariach. Z czasem pojawiły się informacje o innych autorach „Kultury”, szczególnie że Łobodowski spierał się z Giedroyciem o uprzywilejowaną pozycję Miłosza i Gombrowicza, wyjętych — jego zdaniem — spod krytyki.

W jednym z pierwszych listów, ważnych dla zrozumienia sytuacji emigracyjnej, Łobodowski podjął próbę przedstawienia Redaktorowi swoich rozterek, pisząc:

Z literatury żyć nie można, a pisanie pociąga za sobą koszty, co znowu zmusza do szukania ubocznych zarobków, które pochłaniają wiele czasu i odrywają od pracy. Gdyby wszystkie polskie pisma płaciły regularnie (choćby i niewiele, ale w terminach) można by robić jakąś kalkulację i dostosować się do niej. Poza tym niemożność wydania nagromadzonych książek mocno przeszkadza w robocie. Gdy się ma w szufladzie kilka gotowych rękopisów bez oddalonych choćby szans na ich wypchnięcie w świat, odchodzi chęć pisania⁷.

Na podstawie lektury listów pisanych do Giedroycia przez innych pisarzy, między innymi wymienionych na wstępie artykułu, można powiedzieć, że ten sposób opisywania losu był typowy, a często uzupełniony także o refleksje na temat pisania do szuflady, poczucia obcości, odcięcia od źródła języka, paraliżującego lęku przed konfrontacją z czytelnikami o odmiennych kodach kulturowych. Giedroyc na ogół tonował nastroje, bardzo zachęcał do powrotu do pisania, obiecywał pomoc w wydaniu książek. Wcielał się w rolę troskliwego opiekuna i zapobiegliwego redaktora, toteż słuszne są stwierdzenia, że był akuszerem emigracyjnych debiutów Gombrowicza, Straszewicza, Zygmunta Haupta, Parnickiego. Takie też listy, podtrzymujące na duchu (gdyby było to konieczne, na co dzień – mniej wylewne) kierował do Łobodowskiego między innymi w sprawach publikacji wierszy i tłumaczeń. Przykładowo, trzymając się porządku chronologicznego, można przytoczyć fragmenty następujących listów:

14 grudnia 1950 roku Giedroyc napisał:

dziękuję za recenzję książki Bahrianego [mowa o książce Ivana Bahrianego *Sad Hetsymanskyj* — I.H.]. Jest tak dobra, że wybaczam opóźnienie i *nawalenie* z resztą⁸;

21 maja 1954 roku:

żeby poprawić Panu humor po operacji, która na pewno dobrze się udała, wysyłam Panu pierwsze szpalty *Złotej Hramaty* [tomik wierszy Łobodowskiego, stanowiący ważne ogniwo w programie wielokulturowości czasopisma — I.H.]. Przypuszczam, że jeśli chodzi o tekst polski, to całość zostanie złożona w ciągu tygodnia. Jeśli idzie o tekst ukraiński, tu trudno mi powiedzieć, ale pewnie drugie tyle. [...] Czy nie sądzi Pan, że warto byłoby do *Złotej Hramaty* dać krótki wstęp w języku ukraińskim? Jeśli tak, to musiałbym go bardzo szybko otrzymać⁹;

⁷ *Ibidem*, list z 21 listopada 1948 roku, s. 55.

⁸ *Ibidem*, s. 104.

⁹ *Ibidem*, s. 208.

11 listopada 1961 roku:

przyjemnie mi donieść, że jury *Kultury* przyznało Panu naszą nagrodę literacką za rok 1961 za całość twórczości. Nagrodę, która jak Pan zapewne wie, wynosi 200 dolarów przekazuje Panu czekiem [...]. Martwi mnie Pana stan zdrowia [...] załączam pokwitowanie za przesłane Panu ostatnio pieniądze z prośbą o ich podpisanie i odesłanie¹⁰;

4 sierpnia 1986 roku:

dziękuję za omówienie 4-go numeru *Widnowy*. Recenzja jest, niestety, napisana lewą nogą, za długa i wymagająca poprawek, skrótów i przepisania. Przypuszczam, że Pan to zaakceptuje. Jeśli idzie o Pana prośbę o pożyczkę, to zdecydowaliśmy przyznać Panu stypendium w wysokości 6000,00 franków¹¹.

Nie jest łatwo wybrać z czterech dekad korespondencji te listy, które najlepiej odzwierciedlają stosunek Redaktora do autora, a zarazem mają rys indywidualny, właściwy tylko tej relacji w kręgu „Kultury”. O kręgu pamiętać trzeba zawsze, gdy pozycjonuje się twórców na różnych orbitach wtajemniczenia w sprawy Maisons-Laffitte. Listy Giedroycia do Łobodowskiego podkreślają przede wszystkim znaczenie rezonansu jego twórczości wśród Ukraińców. Dla Giedroycia to ważny aspekt działalności poszerzający możliwości włączenia emigracji ukraińskiej w realizację idealistycznych założeń porozumienia i partnerstwa na kanwie poznawania wspólnej historii i kultury. Redaktor stale zlecał Łobodowskiemu tłumaczenia, recenzowanie, lektury czasopism i książek wydawanych przez diasporę ukraińską. Był bardzo zadowolony z poziomu merytorycznego tych prac, zwłaszcza że opiniotwórcza prasa francuska i amerykańska zamieszczała przedruki z „Kultury” lub omówienia publikacji Łobodowskiego. Jeżeli uznać za prawdziwą strategię Giedroycia, która według Ungera polegała na dopingowaniu, nagradzaniu, zachętach i polemikach przez listy, to korespondencja z Łobodowskim temu opisowi odpowiada. Są pochwały, dyskretna opieka i zainteresowanie warunkami egzystencji (wymowne listy wymieniali korespondenci na temat warunków pracy w Radiu Madryt i RWE¹²), przemyślane propozycje tematów do podjęcia, ponaglania graniczące z desperackimi próbami mobilizacji do pracy („jest Pan naprawdę niemożliwy i naraża mnie Pan na dzikie trudności”¹³, „zdaje się, że nawalanie stało się Pana drugą stroną”¹⁴, „naprawdę nie rozumiem Pana postępowania”¹⁵). Schorowany Łobodowski pracował znacznie wolniej, a poza tym cieniem na współpracy z „Kulturą” kładło się zaniechanie antologii białoruskiej. Można nawet powiedzieć, że Łobodowski nie znajdował takiego miejsca w kręgu „Kultury”, które pozwoliłoby na wykorzystanie pełni jego talentu i kontaktów.

Uwzględniając komplementarność koncepcji ULB, skupię się teraz na dwóch publikacjach Łobodowskiego, ściśle wpisanych w myśl polityczną „Kultury”. Pierwsza to artykuł manifest *Przeciw upiorom przeszłości*, który ukazał się na łamach „Kultury” w 1952 roku jako ciąg dalszy artykułu *Między Muszalskim i Zagłobą* zamieszczonego w 1951

¹⁰ *Ibidem*, s. 349–350.

¹¹ *Ibidem*, s. 779.

¹² Zob. *ibidem*, s. 60, 65, 127 i 129.

¹³ *Ibidem*, list z 28 stycznia 1967 roku, s. 408.

¹⁴ *Ibidem*, list z 14 kwietnia 1967 roku, s. 413.

¹⁵ *Ibidem*, list z 18 maja 1967 roku, s. 415.

roku w londyńskich „Wiadomościach”. Łobodowski starał się zracjonalizować emigracyjny dyskurs o Kresach i stosunkach polsko-ukraińskich w przeszłości, proponując namysł nad historią (skutki umowy warszawskiej i pokoju w Rydze, zbrodnie w Małopolsce Wschodniej i na Wołyniu), świadomością narodową Ukraińców, „sąsiedzki kompleksami i urazami” (polska megalomania i mocarstwowa frazeologia, licytacja krzywd), geopolitycznymi uwarunkowaniami niezbędnego partnerstwa Polski i Ukrainy („niepodległa Ukraina będzie neutralizować niebezpieczeństwo rosyjskie”¹⁶), stereotypami i mitami utrudniającymi porozumienie. Bodaj najczęściej cytowany fragment manifestu stanowił awangardę wypowiedzi programowych Mieroszewskiego, a dzięki poetyckiej stylizacji przemówił do szerokiego kręgu odbiorców. Oto ten fragment:

Czas byłby najwyższy, aby Polacy zrozumieli, że Ukraińcy są odrębnym narodem o takim samym prawie do samoistności, jakie przysługuje każdemu innemu narodowi. Ze szereg cech ujemnych, które nas różnią albo dają się nam dotkliwie we znaki, powstał na skutek tragicznej historii i nienormalnego rozwoju kultury narodowej, stale kępowanej przez nieprzyjazne okoliczności. Ze wreszcie zły to patriota, który sąsiadowi zza miedzy odmawia takich samych uczuć patriotycznych [...]. A przede wszystkim trzeba skończyć z fałszywym jaśniepaństwem [...]. Ukraińcom zaś wyszłoby na dobre, gdyby przeprowadzili chociaż częściową rewizję swych poglądów na dawną Rzeczpospolitą, a na międzywojenne dwudziestolecie spojrzeli także od strony polskiej¹⁷.

Tezy artykułu wywołały żywą dyskusję na emigracji. Sam proces powstania artykułu można prześledzić w listach Łobodowskiego i Giedroycia aż do triumfalnego oświadczenia Redaktora: „dużo Panu wybaczam za naprawdę doskonały artykuł”¹⁸. W ślad za tym skwitowaniem Giedroyc wysłał korektę oraz propozycję usunięcia lub stonowania kilku fragmentów artykułu. W kilku listach podjął dyskusję z Łobodowskim na temat między innymi sposobów ujęcia problemu tak zwanych ziem odzyskanych czy kompozycji tekstu. Poeta nie zgodził się na żadne skróty, a swoje racje starannie wyłożył w liście z 10 stycznia 1952 roku: „artykuł jest istotnie kobylasty, ale trudno, temat tego wymaga”¹⁹, a to znaczy, że konieczne były satyryczny wiersz z przedwojnia, analiza stosunków polsko-niemieckich, zasygnalizowanie postaw Ukraińców wobec ewentualnego partnerstwa z Polską²⁰. Manifest Łobodowskiego był komentowany w prasie ukraińskiej, między innymi na łamach czasopism: „Ukrajński samostijnyk”, „Ukraińskie Słowo”, „Ukraiński Wistij”, „Swoboda”. Giedroyc pieczołowicie zbierał wszystkie głosy w formie wycinków, które stanowiły bazę tak zwanego archiwum osobistego. Należy podkreślić, że piórem Łobodowskiego zainicjowano w „Kulturze” dialog z emigracją ukraińską, początkowo nieufnie odnoszącą się do Instytutu Literackiego (mimo licznych znajomości zawartych podczas berlińskiego Kongresu Wolności Kultury). Łobodowski był dla Ukraińców wiarygodny, gdyż wielokrotnie dawał dowody bardzo dobrej orientacji w ich historii, kulturze oraz podglebiu ich aspiracji narodowych. Jako tłumacz był popularyzatorem literatury ukraińskiej cenionym za dbałość języka i stylu. Nie miał temperamentu pisarza politycznego jak Mieroszewski ani analityka-politologa jak Osadczyk czy Unger,

¹⁶ J. Łobodowski, *Przeciw upiorom przeszłości*, „Kultura” 1952, nr 2–3, s. 31.

¹⁷ *Ibidem*, s. 48.

¹⁸ J. Giedroyc, J. Łobodowski, *Listy 1947–1988*, list z 29 grudnia 1951 roku, s. 146.

¹⁹ *Ibidem*, s. 150.

²⁰ Por. *ibidem*, listy od 4 stycznia do 8 kwietnia 1952 roku, s. 148–166.

których publicystyka nadawała ton dyskusjom emigracyjnym, ale potrafił dotknąć czulej strony, wykazać się empatią, a nawet stać orędownikiem idei wschodniej przez odsłonięcie kultury ukraińskiej.

Należy zauważyć, że artykuł *Przeciw upiorom przeszłości* ukazał się w okresie tak ważnej sprawy Miłosza — nośnej i absorbującej emigrantów i krajowców dyskusji o motywacji poety wybierającego wolność we Francji²¹. Jednocześnie Giedroyc nie zaprosił Łobodowskiego do redagowania antologii wierszy ukraińskich z okresu 1917–1933, która ukazała się w 1959 roku pod tytułem *Rozstrzelane odrodzenie* w wyborze Jurija Ławryniuki. Łobodowski, który mógłby czuć się pominięty jako znawca tematyki, przyjął antologię entuzjastycznie, nadal drukował w „Kulturze” tłumaczenia poezji ukraińskiej, w tym poetów emigracyjnych²². W Łobodowskim widział Giedroyc sojusznika w sprawie wydania antologii białoruskiej; ta właśnie antologia, a właściwie jej brak, stanowiła drugie ogniwo oceny miejsca Łobodowskiego w kręgu „Kultury”.

W liście z 23 czerwca 1950 roku Redaktor zachęcał Łobodowskiego: „chciałbym bardzo mieć od Pana wybór poezji białoruskiej. Chcę dać to jako całość i dlatego odkładam na razie dwa przekłady białoruskie, które Pan dołączył”²³; 14 lipca tego roku ponaglał: „Czy mogę liczyć na antologię poetów białoruskich i w jakim terminie? Antologia ukraińska idzie w numerze lipcowym”²⁴. Ostatecznie przekłady wierszy ukazały się latem 1951 roku i mowa tu raczej o cyklicznym ogłoszeniu poezji w „Kulturze” niż pomysł wydania jednorodnej antologii, co potwierdza treść listu Łobodowskiego z 6 czerwca 1951 roku:

Białorusini wypadli, oczywiście, słabiej od Ukraińców. Miałem wielki kłopot z dobraniem tekstów, a i tak przypadkowości nie uniknąłem. Kupała, Bahdanowicz i Kołas to coś w rodzaju białoruskiej trójki wieszczów. Arseniewa i Tank najwybitniejsi w okresie międzywojennym, reszta to młody narybek. Obliczyłem, że wypadnie tego w *Kulturze* jakieś szesnaście stron²⁵.

W odpowiedzi Giedroyc napisał: „przekłady świetne, wiersze niestety słabe [...]. Zamieszczam je w numerze lipcowym”²⁶. Czy w 1950 roku Redaktor miał już szczegółowy plan oddziaływania przez kulturę na emigrantów z obszaru ULB, trudno powiedzieć. Analiza zawartości kompletu roczników „Kultury” pozwoliła na stwierdzenie, że Białoruś jako podmiot koncepcji wschodniej miała słabą reprezentację w publicystyce. Analiza zawartości w odniesieniu do różnych problemów wskazuje, że Redaktor dbał o równowagę i odpowiednią częstotliwość materiałów związanych z linią programową. Prawdopodobnie były to pierwotne przesłanki do podjęcia inicjatywy wydania antologii białoruskiej w formie książki. Na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku, po sukcesie czytelniczym tomu *Rozstrzelane odrodzenie*, Giedroyc mógł myśleć o podobnym wydźwięku książki wśród Białorusinów.

²¹ I. Hofman, *Obecność Czesława Miłosza*, [w:] *eadem*, *Szkice o paryskiej „Kulturze”*, Toruń 2004, s. 58–72.

²² Por. J. Giedroyc, J. Łobodowski, *Listy 1947–1988*, s. 299–302.

²³ *Ibidem*, s. 91.

²⁴ *Ibidem*, s. 92.

²⁵ *Ibidem*, s. 117.

²⁶ *Ibidem*, s. 118.

Historia wydania tej antologii jest pouczająca. Rozciąga się w korespondencji od 12 kwietnia 1960 roku do 8 października 1963 roku. List pierwszy, symptomatycznie „ustawiający” Łobodowskiego („nie ma nikogo innego”), zawiera szkic projektu, a więc: czy interesowałoby Pana opracowanie dobrej antologii białoruskiej. Przede wszystkim poetyckiej, dwujęzycznej, to znaczy tekst białoruski i tekst polski. Wyobrażam sobie to jako książkę nieprzekraczającą 200–240 stron. Dobry poziom, ale jednocześnie popularny. Nacisk na wartości kulturalne, a mniej polityczne. Strona polityczna powinna się przede wszystkim wyrażać w doborze tekstów poetów i pisarzy zakazanych czy będących w niełasce, czy zapomnieniu. Cel tej antologii: ludność białoruska w Polsce, a via nią i sama Białoruś. Czy to Pana by interesowało? Jeśli tak, to w jakim czasie mógłby Pan podjąć się opracowania takiej antologii i jakie by były Pana warunki?²⁷

Ramę końcową stanowi list zarazem zamykający regularną korespondencję Redaktora i poety, a w nim zdania: „Nie mam dotąd wstępu do *Antologii*, której tłumaczenie dobiega końca. Bez dużej przedmowy, która by uaktualniła czy uzasadniała antologię, jej ukazanie się będzie mało celowe”²⁸.

Łobodowski w liście z 22 kwietnia 1960 roku zawiadomił Giedroycia, że propozycję przygotowania tomu przyjmuje. Giedroyc w ciągu tygodnia wysłał szczegółowe wytyczne, podkreślił sens szybkiego wydania książki, określił finansowe warunki współpracy. W liście z 1 maja 1960 roku krótko doprecyzował projekt:

Wyobrażam ją sobie jako antologię zawierającą poezję i prozę, przeznaczoną dla szerokiej warstwy inteligencji czy półinteligencji. Idzie o książkę, która odegrałaby rolę a) polityczną, b) antysystemową, c) polską. Książkę, która mogłaby krążyć wśród ludności białoruskiej w Polsce i przenikać za żelazną kurtynę. Antologię wyobrażam sobie jako dwujęzyczną²⁹.

Dnia 7 maja 1960 roku Giedroyc pisał znowu:

Jeśli idzie o antologię, to myślę, że trzeba uwzględnić wiek XX, kładąc nacisk na utwory patriotyczne i zakazane. Dobrze by było dać parę rodzynków propolskich, ale nie zanadto, by nie zrobić wrażenia zbyt ordynarnej propagandy. Ponieważ w Polsce nie ukazują się książki w języku białoruskim, a w Sowietach wie Pan jak jest, idzie mi, by antologia stanowiła pewną całość, która dla przeciętnego Białorusina za żelazną kurtyną była taką Biblią [...]. Jeśli to się Panu uda – to zostanie Pan wieszczem wschodniej Europy³⁰.

Giedroyc chciał wykorzystać możliwości wysyłki książek do Polski, dlatego bardzo szybko zareagował na zgłaszane przez Łobodowskiego problemy, między innymi brak tekstów prozatorskich, dodanie biogramów, tłumaczenie regionalizmów, konstrukcję przypisów. W liście z 6 sierpnia 1960 roku pojawia się konkret — Łobodowski informuje o postępach pracy i strukturze książki już uporządkowanej według sekwencji: autorzy dawniejsi, „poeci proowieccy”, poezja i proza emigracyjna³¹. Jak można wnioskować z następnych listów, tempo pracy Łobodowskiego zupełnie nie współgrało z dynamiką planów Giedroycia. Do Madrytu nadchodziły pospieszne i coraz bardziej zdawkowe pognaglenia, na które poeta odpowiadał, jako przyczyny podając obiektywne trudności ze zdobyciem materiałów, kłopoty zdrowotne, wyjazdy dezorganizujące pracę. W końcu

²⁷ *Ibidem*, s. 311.

²⁸ *Ibidem*, s. 389.

²⁹ *Ibidem*, s. 315.

³⁰ *Ibidem*, s. 317.

³¹ *Ibidem*, s. 322–323.

22 lutego 1962 roku, chyba nie wierząc już w realizację projektu, Giedroyc zapytał: „co z antologią białoruską? Zarzyna Pan bratni naród”³². Z kolei 18 marca tego roku Łobodowski donosił, że pracę zakończył: dość szeroko omówił powody dysproporcji między prozą a poezją, wymagania translacji, konieczność uzupełnienia not informacyjnych o autorach itp. Z listów coraz gwałtowniej wysyłanych do Madrytu wynika, że do września 1962 roku rękopis antologii nie dotarł do Redaktora, który w tym czasie zamówił już specjalne maszyny drukarskie oraz anonsował wydanie książki wśród Białorusinów. W liście z 11 października 1962 roku Giedroyc nie krył już rozczarowania, a 18 listopada napisał wprost: „na *Antologię* nie mogę już liczyć. Szkoda tylko, że nie postawił Pan sprawy jasno od razu. Uniknąłbym paroletniej zwłoki, wielkich jak na mnie kosztów i zaprzepaszczenia efektu politycznego, który, myślałem, że i Panu jest bliski”³³. Łobodowski nie przyjmował argumentacji Giedroycia o zdezaktualizowaniu się samej idei wydania książki, ale niechętnie odpisywał na listy. Wydaje się, że zupełnie nie rozumiał następującej uwagi Redaktora: „młodzi bardzo idą w kierunku nowoczesnej sztuki, chcą *by Białoruś zdjęła chłopską chustkę z głowy*”³⁴ i poczuł się nią dotknięty jako autor wyboru. Wyjaśniał, że najwięcej miejsca zajmują w antologii pisarze, którzy właściwie odeszli od ludowości. Pomimo wysłania w lipcu 1963 roku materiałów będących podstawą książki antologia nie ukazała się, formalnie z braku wstępu i aktualizacji, rzeczywiście — z powodu odmiennego widzenia tej książki przez Giedroycia i Łobodowskiego. Dla Redaktora stała się ona niewykorzystaną szansą dotarcia do Białorusinów w konkretnym czasie i kontekście pierwszych zauważalnych w prasie białoruskiej debat o tożsamości. Dla poety była trudnym przedsięwzięciem ze względu na nawarstwiający się inne zajęcia, bieżące tłumaczenia dla „Kultury”, choroby, a przede wszystkim (jak sądzę) — rozejście się z Giedroyciem w ocenie antologii. Łobodowskiemu towarzyszyło poczucie wykonywania pracy, na którą już Redaktor nie czeka.

Na przykładzie zreferowanych aktywności Łobodowskiego można odpowiedzieć na pytania badawcze sformułowane na wstępie. Łobodowski odegrał ważną rolę w poszerzeniu kontaktów i promocji „Kultury” w środowisku ukraińskim. Świadczą o tym recenzje z emigracyjnej prasy ukraińskiej. W swojej twórczości translatorskiej nie zajmował się literaturą litewską, bywał tłumaczem i interpretatorem literatury rosyjskiej. Orędownikami kultury litewskiej w różnych etapach rozwoju „Kultury” byli między innymi Miłosz, Tomas Venclova, a przede wszystkim E. Żagiell (pseudonim Edmunda Jakubowskiego). „Kulturowe” zagospodarowanie obszaru ULB wynikało z przekonania Giedroycia o potrzebie poznania historii, tradycji, języka i kultury państw i narodów, które miały stanowić w przyszłości (według koncepcji wschodnich) jednolity front demokratycznej i wolnej Europy. Problem Rosji (czasami określanej też jako ZSRR) był częścią myśli politycznej przedstawianej na łamach miesięcznika w stopniu większym niż obszar ULB. Rosja była przedmiotem analiz politologicznych w kontekście doktryn i polityki wielkich mocarstw. W badaniu tego zagadnienia przydatne są listy Giedroycia i Michała Hellera.

³² *Ibidem*, s. 359.

³³ *Ibidem*, s. 381.

³⁴ *Ibidem*, list z 8 czerwca 1963 roku, s. 388.

Łobodowski nie należał do ścisłego kręgu „Kultury”, ale Giedroyc liczył się z jego zdaniem w sprawach literackich. Manifest *Przeciw upiorom przeszłości* był zacznym długotrwałej dyskusji na temat stosunków polsko-ukraińskich, a jeśli wziąć pod uwagę znaczenie koncepcji wschodniej i jej aktualność, przybrał charakter kanoniczny, także ze względu na główne miejsce Ukrainy w tych koncepcjach. Można przyjąć, że Łobodowski dzięki swojej twórczości poetyckiej, translatorskiej i publicystycznej zaistniał w dwóch aspektach koncepcji wschodniej, czyli myśli politycznej i propagowania kultury narodów obszaru ULB (szczególnie ukraińskiej, częściowo białoruskiej). Na tle innych korespondentów Giedroycia Łobodowski wydaje się mniej zaangażowany politycznie, a listy wysyłane do Redaktora przypominają te pisane przez Stempowskiego i Vincenza ze względu na dominantę literacką, wyważone sądy i spokojne mierzenie się z problemami życia codziennego.

Bibliografia

- Chruślińska I., *Była raz „Kultura”*. Rozmowy z Zofią Hertz, Warszawa 1994.
- Giedroyc J., *Autobiografia na cztery ręce*, red. K. Pomian, Warszawa 1994.
- Giedroyc J., Łobodowski J., *Listy 1947–1988*, red. B. Berdychowska, Warszawa 2022.
- Habielski R., *Życie społeczne i kulturalne emigracji*, Warszawa 1999.
- Hofman I., *Obecność Czesława Miłosza*, [w:] eadem, *Szkice o paryskiej „Kulturze”*, Toruń 2004, s. 58–72.
- Hofman I., *Polska, Niemcy, Europa. Program zachodni paryskiej „Kultury”*, Lublin 2009.
- Hofman I., *Ukraina, Litwa, Białoruś w publicystyce paryskiej „Kultury”*, Poznań 2003.
- Kerski B., Kowalczyk A.S., *Wiek ukraińsko-polski. Rozmowy z Bohdanem Osadcukiem*, Lublin 2001.
- Kowalczyk A.S., *Giedroyc i „Kultura”*, Wrocław 1999.
- Kowalczyk A.S., *Wena do polityki. O Giedroyciu i Mieroszewskim*, t. 1–2, Warszawa 2014.
- Mencwel A., *Studium sukcesu. Program „Kultury” 1946–1956*, „*Twórczość*” 1996 nr 10, 11 i 12, s. 60–107, 64–90 i 77–100.
- Myśl polityczna na wygnaniu. Publicyści i politycy polskiej emigracji powojennej*, red. A. Friszke, Warszawa 1995.
- O „Kulturze”. *Wspomnienia i opinie*, red. G. i K. Pomianowie, London 1987.

The letters of Jerzy Giedroyc and Józef Łobodowski

Keywords: correspondence, eastern program, political thought, culture

Summary

The purpose of this article is to present the importance of the work of Józef Łobodowski for the implementation of the Eastern program of the Paris-based „Kultura” from an epistolographical perspective. Łobodowski and Giedroyc exchanged 839 letters between 1947 and 1988. They covered various issues, from literary translations, reviews of Ukrainian and Belarusian literature, to cultural journalism. Łobodowski and Giedroyc had similar cultural experiences, and as such they both were acutely aware that achieving a mutual understanding and forging a political partnership between Poland and Ukraine, Lithuania and Belarus had to be rooted in knowledge of each other’s history and national aspirations. In 1951 *Kultura*, considered the most important center of political thought in exile after 1945, published an article by Łobodowski entitled

“Against the ghosts of the past”. This article initiated a discussion on the permanence of borders in Eastern Europe after World War II and the need to overcome stereotypes. Based on the reception of this article and the project of the anthology of Belarusian literature, it can be concluded that Łobodowski participated in promoting the assumptions of *Kultura* among émigrés from the so-called ULB area. His work was important for the realization of the cultural aspect of the Eastern idea.

Noty o autorach

Denis Gerlich — absolwent politologii na Uniwersytecie Wrocławskim, słuchacz Kolegium Nauk o Polityce i Administracji Szkoły Doktorskiej UW. Zainteresowania naukowe: zagadnienia związane z marketingiem politycznym, dyskursami emancypacyjnymi i ich przejawami w kulturze popularnej.

Natalia Góraleczko — absolwentka dyplomacji europejskiej na Uniwersytecie Wrocławskim, specjalizacja: kultura polityczna i media, redaktorka i specjalistka ds. marketingu. Zainteresowania naukowe: mediatyzacja polityki, manipulacje w mediach oraz strategię prowadzenia kampanii wyborczych.

Iwona Hofman — profesor doktor habilitowana, dyrektorka Instytutu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, prezeska Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, medioznawczyni, autorka 20 książek i ponad 200 artykułów naukowych poświęconych historii paryskiej „Kultury”, dziennikarstwu jakościowemu oraz studiom nad dziennikarstwem.

Michał Jacuński — doktor habilitowany nauk społecznych w dyscyplinie nauk o polityce i administracji, profesor Uniwersytetu Wrocławskiego. Jeden z założycieli i redaktorów „Central European Journal of Communication”. Realizował krajowe i zagraniczne projekty badawcze. Bada komunikację polityczną, zwłaszcza partii politycznych.

Graham Murdock — profesor emerytowany Wydziału Nauk Społecznych Loughborough University, przez 22 lata pracownik Centre for Mass Communication Research Leicester University. Od 2016 roku członek Academia Europaea/The Academy of Europe, w latach 2016–2020 wiceprzewodniczący International Association of Media and Communication Research. Autor między innymi monografii *Communication and Critical Inquiry*, współautor *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. W języku polskim ukazała się książka *Media, kultura i ekonomia* (2010).

Róża Norström — doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauk o polityce. Pracuje na stanowisku adiunkta w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Zainteresowania naukowe: komunikowanie polityczne, stosunki międzynarodowe, *conflict reporting*.

Beata Ociepka — profesor doktor habilitowana, kieruje Pracownią Badań nad Dyplomacją Publiczną na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Wrocławskiego. W pracy naukowej łączy badania nad stosunkami międzynarodowymi ze studiami nad mediami i komunikacją. Autorka między innymi: *Poland's New Ways of Public Diplomacy* (2017).

Katarzyna Pokorna-Ignatowicz — profesor doktor habilitowana, medioznawczyni i politolożka. Kieruje Instytutem Mediów i Komunikacji Społecznej Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. Zainteresowania naukowe: polski system medialny w przeszłości i współcześnie, katolicka doktryna medialna i jej realizacja w praktyce, relacje media-polityka-religia, etyka mediów.

Dariusz Skrzypiński — doktor habilitowany, profesor Uniwersytetu Wrocławskiego, politolog, pracownik Zakładu Badania Aktywności Politycznej i Społecznej Instytutu Politologii UW. Zajmuje się transformacją polskiego systemu politycznego, grupami interesu, zarządzaniem strategicznym partią polityczną i marketingiem politycznym.

Lucyna Szot — doktor habilitowana nauk społecznych w dyscyplinie nauk o polityce, profesor Uniwersytetu Wrocławskiego, politolog, prawnik. Pracuje w Zakładzie Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa Instytutu Politologii UW. Zainteresowania naukowe: studia nad dziennikarstwem, komunikowanie polityczne, prawo mediów, ochrona własności intelektualnej, prawo pracy. Autorka monografii: *Wolność dziennikarzy w polskim systemie prawnym* (2003), *Trwałość zatrudnienia pracownika. Zarys problematyki* (2008), *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania* (2013).



Wydawnictwo
Uniwersytetu
Wrocławskiego

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego sp. z o.o.

pl. Uniwersytecki 15
50-137 Wrocław
sekretariat@uwur.com.pl

wwur.eu
Facebook/wydawnictwouwr