

# TEORIE KOMUNIKACJI I MEDIÓW

POD REDAKCJĄ MARKA GRASZEWICZA I JERZEGO JASTRZĘBSKIEGO  
INSTYTUT DZIENNIKARSTWA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ · UNIWERSYTET WROCŁAWSKI



VOL.  
2

# TEORIE KOMUNIKACJI I MEDIÓW 2

---



# TEORIE KOMUNIKACJI I MEDIÓW

---

Pod redakcją  
Marka Graszewicza i Jerzego Jastrzębskiego



Wrocław 2010

Recenzent naukowy  
prof. dr hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński

Redakcja  
Mikołaj Wojtaszek

Korekta  
Maria Zebrany

Projekt okładki  
Paulina Zielona

DTP  
Aleksandra Dudzińska

ISBN 978-83-7432-651-3



Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe  
50-011 Wrocław, Kościuszki 51a, tel. 71 342 20 56, faks 71 341 32 04  
e-mail: [oficyna@atut.ig.pl](mailto:oficyna@atut.ig.pl); <http://www.atut.ig.pl>

## Spis treści

Wstęp.....	7
<b>Michael Fleischer</b> Wartości w wymiarze komunikacyjnym.....	9
<b>Aleksander Kiklewicz</b> Modelowanie parametryczne przestrzeni komunikacyjnej (aspekty stylistyczne) .....	55
<b>Łukasz Afeltowicz</b> Autopoiesis, czarne skrzynki i dyskurs naukowy. Studium przypadku: dyskurs naukowy wokół przyczyn AIDS w latach 1982-1986 .....	67
<b>Barbara Brodzińska</b> Międzywyborcze komunikowanie polityczne .....	111
<b>Aleksandra Seklecka</b> Wpływ polityków na tworzenie regulacji prawnych jako determinanta manipulacji medialnej .....	121
<b>Łukasz Wojtkowski</b> Media masowe a polityka. Modele relacji.....	147
<b>Marek Sokołowski</b> Barwy tężowego sztandaru. Problematyka homoseksualizmu w polskich mediach. Rekonesans badawczy.....	165
<b>Jerzy Biniewicz</b> Mediatyzacja dyskursu naukowego .....	189
<b>Michał Grech</b> „Wszystko jest komunikacją”. Projekt opisu struktury społecznej i metodologii badań.....	199
<b>Jędrzej Morawiecki</b> Wątki religijne i ezoteryczne w normach konwersacyjnych współczesnej Rosji. Próba operacjonalizacji wskaźników w badaniach jakościowych .....	207

## **6**..... *Spis treści*

### **Magdalena Piechota**

Edurozrywka – przyczynek do opisu zjawiska .....231

### **Agnieszka Kucharska, Mariusz Wszolek**

Projekcja wzornictwa na percepcję grup odniesienia na przykładzie logo  
wybranej firmy .....241

### **Magdalena Szpunar**

Nowe media a paradygmat kultury uczestnictwa.....251

### **Andrzej Ostrowski**

Media – sport – polityka na przykładzie telewizji .....263

### **Grzegorz Adamczewski**

Euranet – edukacja w Europie, Europa w edukacji.....267

## Wstęp

Wszystko jest komunikacją, twierdzi jeden z autorów tego tomu. Nie jest to, jak sądzimy, tylko efektowna metafora. Istnieją poważne naukowe teorie, które poglądem ten mocują teoretycznie.

Wszystko jest medializacją, mogą utrzymywać inni autorzy. Pisze się tu bowiem o medializacji nauki, polityki, edukacji, sportu. Natura tych zjawisk nie jest niczym nowym, czasami tylko medioznawcy chętnie posługują się toposem nowości, odkrycia i niezwykłości. Nie ma się czemu dziwić; medioznawstwo to dziedzina wiedzy relatywnie nowa, zatem pokusa zagospodarowania różnych jej terytoriów jest nieodparta.

W kolejnym tomie *Teorii komunikacji i mediów*, jaki składamy w ręce naszych Czytelników, chcemy pokazać, jak zwykle, różnorodność komunikacji i mediów oraz wielość różnych refleksji, które jakoś te pokusy zagospodarowania realizują. Jednak z drugiej strony, co ważne, przez różnorodność właśnie skutecznie osłabiają dążenia do paradygmatyzacji. Co w konsekwencji czyni niemożliwym, a przynajmniej trudnym, autorytet.

Jest więc wiele do odkrycia w dziedzinach komunikacji i mediów, co ożywia nadzieję na możliwe dalsze tomy naszej publikacji, które dla satysfakcji własnej, naszych Autorów i Czytelników już przygotowujemy.

Marek Graszewicz  
Jerzy Jastrzębski





Michael Fleischer

---

## Wartości w wymiarze komunikacyjnym

### 0. Wprowadzenie

O wartościach jako takich, jako pojęciu, słowie czy symbolu kolektywnym dyskusje w ramach nauk humanistycznych trwają już od pewnego czasu. Świadczy to w każdym razie o tym, że musi to być pojęcie lub zgoła zjawisko silnie zakorzenione w komunikacjach oraz spełniające w tych ostatnich bardzo istotne funkcje, zarówno dla komunikacji, jak i dla systemu społecznego, skoro z takim zapalem na ten temat dyskutujemy, a więc z powodzeniem perpetuujemy komunikacje właśnie. Spory na temat definicji czy bodaj rozumienia pojęcia wartości ogniskują się wokół trzech zasadniczych wymiarów obsługiwanych przez to pojęcie, przy czym dwa z nich stanowią główny punkt sporu.

Generalnie pojęcie (oraz zjawisko) 'wartości' skonstruowane jest tak, że posiada charakter predykatu, to znaczy określa pewien aspekt dowolnego w zasadzie obiektu, przypisywalne jest dowolnemu obiektowi itp. Wszystko może posiadać czy wykazywać wartość, jeśli tylko istnieje ktoś, kto danemu obiektowi wartość przypisuje. Wyraźnie widać tu zatem produktywność tego pojęcia, czyli możliwość odnoszenia go do dowolnych obiektów. Widoczny jest również jego związek z pojęciem 'ideologii', czyli jego funkcja delimitacyjna, gdyż każde przypisanie danemu obiektowi wartości jako predykatu dokonywane jest na tle jakiejś *poprzedzającej* to przypisanie (szeroko rozumianej) ideologii, a przez akt przypisania uniemożliwiane jest predykatowanie nim innych obiektów tej samej klasy (= funkcja delimitacyjna) oraz tworzone jest niejako automatycznie (wewnątrz)systemowo pole semantyczne podobnych predykatów, w których sytuuje się predykat wyjściowy. Skoro bowiem jakieś X wyposażone zostaje w predykat 'posiadania wartości', uzasadnić trzeba, dlaczego właśnie X, a nie na przykład Y lub Z. Samo przypisanie wartości nie jest więc jeszcze wystarczające, wymagane jest również motywowanie wyboru obiektu predykcji. A to nie może być dokonywane autopoietycznie, to znaczy w rekursji na samą wartość, lecz tylko za pomocą dodatkowych ideologicznych motywacji poprzedzających to przypisanie.

Mamy zatem do czynienia z trzema operacjami: a) z predykacją, która daje b) aktywację funkcji delimitacyjnej (wyróżniającej dany obiekt spośród innych), c) twórczą automatycznie pole semantyczne wokół danej predykacji. Jeśli bowiem ktoś dokonuje predykacji na przykład człowieka, jako ‘dobrego’ człowieka, delimituje tym samym inne obiekty (tu – ludzi), które przez to nie mogą już być dobre, czyli wyposażane w ten predykat, oraz sytuuje ów obiekt wobec innych predykatów powiązanych z predykatem ‘dobry’, takich jak ‘miły, sympatyczny, pomocny’ itp. Proces ten w tym wymiarze i w tym układzie z punktu widzenia logiki nie jest co prawda konieczny (gdyż można być ‘dobrym’, a mimo to ‘niesympatycznym’), niemniej jednak dokładnie tak (to znaczy w sposób konieczny) jest stosowany i dokładnie tę moc i siłę ukierunkowującą posiada.

Pojęcie ‘wartości’ występuje ponadto, jak wspomniałem, w trzech wymiarach. Pierwszy wymiar wykazuje charakter substancjalny – coś *jest* wartością; drugi wymiar ma charakter atrybutywny – coś *posiada/ma* wartość. Nie jest wykluczone, że ewolucyjnie drugi wymiar posiada podstawy ekonomiczne/gospodarcze (propozycję widzenia wartości jako elementów programu komunikacji ‘gospodarka’ przedstawię niżej). W wymiarze atrybutywnym wartość odnosi się do znaczenia dla kogoś/czegoś, do ważności rzeczy opatrywanej danym atrybutem w relacji do innej rzeczy lub do korzyści z tego (dla kogoś) wynikającej. Mamy więc w tym wypadku do czynienia z relacją triadyczną: jest a) rzecz A posiadająca wartość b) na tle innej rzeczy B (która tej wartości nie posiada lub nie posiada jej w tym stopniu, co rzecz A) c) dla określonej osoby czy grupy społecznej. Tym samym możemy wyróżnić wartości indywidualne i społeczne (grupowe). Do tej triady możemy dodać oczywiście jeszcze dodatkowe, współokreślające lub dookreślające fakultatywne czynniki; wyżej wymienione stanowią czynniki obligatoryjne.

Mamy więc podstawową strukturę: a) rzecz, b) inna rzecz i c) ktoś, oraz mamy jej dodatkowe elementy: d) ważność pierwszej rzeczy (na tle innych rzeczy i dla kogoś/czegoś), e) kontekst/sytuacja atrybucji, f) aspekty temporalne (wartość zależna jest od czasu, czyli jest ewolucyjnie zmienna), g) aspekty przestrzenne (wartość zależna jest od przestrzeni, w jakiej dokonywana jest atrybucja) oraz oczywiście h) aspekty podmiotu dokonującego wartościowania. Wszystkie te aspekty posiadają tę cechę, że oddziałują one współzależnie w ich kombinacji.

Do tego dochodzi trzeci (co nieco rozmyty) wymiar o charakterze sądu wartościującego lub doświadczenia, to znaczy sytuacja, w której dokonywana jest ocena czegoś (wartościowanie właśnie). Danemu obiektowi przypisana zostaje wartość, na zasadzie ‘coś jest wartościowe’, przez co nagle otwierają się dwa nowe wymiary czy aspekty umożliwiające przez stosowanie tej operacji. Po pierwsze dany obiekt staje się godnym dążenia do niego (chcemy go uzyskać), a po drugie dążenie to możliwe jest jedynie poprzez działania. Nie można bowiem uzyskać danego (wartościowego) obiektu (jakiegokolwiek rodzaju) tylko przez komunikację. Za pomocą komunikacji możemy jedynie ustalać, co jest wartością lub że i dlaczego coś nią nie jest; nie

możemy jej jednak przez komunikację osiągnąć, lecz tylko przez działania, przez co w odniesieniu do wartości łączymy mechanizm komunikacji z systemem społecznym. Wartości posiadają zatem, jak się okazuje, funkcję łącznika między komunikacją a systemem społecznym i przeprowadzanymi w jego ramach działaniami. Ponadto posiadają funkcję sterowania i ukierunkowania działań. Wśród równowartościowych i równorzędnych działań możemy za pomocą wartości (jakichkolwiek) wyróżnić teraz działania ważne i dla nas istotne oraz odróżnić je od działań nieistotnych. Świat działań otrzymuje, by tak rzec, możliwość wewnętrznej hierarchizacji i stratyfikacji (między innymi) za pomocą wartości właśnie, które same są wielkościami komunikacyjnymi. Przez swoją konstrukcję jednak są w stanie wywierać wpływ na strukturalnie od nich różne działania.

W kontekście stanu badań stwierdzić możemy, iż wychodzi się często od pewnego dualnego podziału na 'wartości' oraz 'określenia (czy nazwy) wartości', pierwsze zatem stanowią jakby (przepraszam za wyrażenie) byty same w sobie, drugie zaś miałyby być ich językową realizacją. Ujęcie takie sprowadza rzecz do spekulacji filozoficznych i niewiele nam w naszym kontekście daje. Na poziomie komunikacji (w tym wypadku – językowej) mamy do czynienia ze słowem lub wyrażeniem (czyli w terminologii filozoficznej – z określeniem wartości), które, w odróżnieniu od innych słów lub wyrażeń, posiadają tę ciekawą cechę, że są w stanie wywołać działanie na poziomie systemu społecznego. A nie każde słowo to potrafi. Nie ma zatem, moim zdaniem, naukowej korzyści z wyróżniania wartości oraz ich określeń, lecz jest konieczność uwzględnienia, iż niektóre określenia, czyli słowa, posiadają – jeśli można je wyposażyć w podane wyżej funkcje, a one same wykazują podane wyżej aspekty – moc prowokowania działań ukierunkowanych na semantykę wywołujących je słów, co do których komunikacyjnie jesteśmy zdania, że są one dla nas ważne, zgoła istotne, i które naukowcy nazywają wartościami. Mamy tu więc typową dla systemów otwartych samosterującą się usieciowioną przyczynowość.

Jak jednak tak rozumiane wartości są w stanie przekroczyć wymiar indywidualny, kiedy przecież wiemy, że słowa, język itp. stosowane są zawsze tylko przez jedno indywiduum (pozostając oczywiście do dyspozycji wszystkich indywiduów; przy czym nie ma czegoś takiego jak 'wszystkie indywidua', ostatecznie to wielkość komunikacyjna i językowa)?

Dokonyjemy tego stosując, znany także z komunikacji w innych sytuacjach, trick, polegający na tym, że uznajemy wartości za jednostki ponad-indywidualne, czyli twierdzimy, że są one ponad-indywidualne, wspólne dla nas wszystkich, nasze itp., a o słuszności tego twierdzenia i jego przystawaniu do rzeczywistości jesteśmy następnie przekonani, przez co uzyskuje sens twierdzenie tego, co powoduje następnie owo przekonanie. Określenia wartości, czyli określone słowa (a ściślej – ich semantyki), posiadają więc ponadto jeszcze dodatkową właściwość, a mianowicie tę, że umożliwiają ich rozumienie jako jednostek (semantyk) niezależnych od podmiotu, który je stosuje. Kiedy bowiem ja (Fleischer) powiem, że 'niezbywalną wartością

jest popielniczka, Jura Krakowsko-Częstochowska, moje biurko', to każdy niechybnie mi przytaknie, ale oczywiście jedynie dla świętego spokoju. Kiedy zaś powiem, że 'niezbywalną wartością jest Bóg, pieniądze, własny dom', wtedy przytaknie mi od razu, i to wcale nie dla świętego spokoju. Widzimy zatem, że określone słowa, co do których w trakcie ewolucji naszych systemów społecznych zgodziliśmy się w ramach komunikacji, że są dla nas wszystkich istotne, w rzeczy samej są istotne. I to – zdaniem każdego z nas – dla wszystkich (przy czym 'każdy z nas' to operatywna fikcja). W odniesieniu do innych słów do tego nie doszło (za to doszło do czegoś innego). To zaś, co konkretnie istotne (czyli konkretne wartości), jest oczywiście historycznie, przestrzennie, sytuacyjnie itp. zmienne i względne. Cokolwiek by to było, nie ma to znaczenia, gdyż w rezultacie tego procesu zawsze pozostanie coś, co jest istotne, cokolwiek by to było.

*Sądy* na temat wartości natomiast stosujemy w sytuacjach preferencyjnych, to znaczy wtedy, kiedy musimy modelować i hierarchizować preferencje między kilkoma (a co najmniej dwoma) stanami, kiedy zatem mamy do czynienia z wyborami. Jednym ze sposobów rozstrzygnięcia takich wyborów jest zastosowanie wartości właśnie. Przypisujemy (z tych czy innych ideologicznych względów) jednej rzeczy, jednemu stanowi określoną wartość i już mamy problem z głową. Przy czym (zewnątrzy-systemowo) nie jest ważne, która to rzecz czy stan, ważne jest tylko, by był to w rezultacie jeden stan czy rzecz, a wtedy one są wartościowe/wartościowsze. I to wystarczy. W tej sytuacji stosujemy zwykle wartość jako pojęcie i jako środek komunikacji w sposób deskryptywny (opisowy) lub preskryptywny (w charakterze przepisu). Pomocne w tym zabiegu jest też zastosowanie pierwszego wymiaru wartości, to znaczy wymiaru substancjalnego. Spotykamy się bowiem w komunikacjach z tendencją, w której dany obiekt, któremu przypisujemy wartość, sam zaczyna uchodzić za wartość i jako wartość jest następnie powszechnie stosowany.

Mamy zatem sytuację, w której wiemy, że istnieją wartości, oraz wiemy, że istnieją (między innymi) domy. Ponieważ jako uczestnicy systemu społecznego w naszych miejscowych warunkach nie jesteśmy już koczownikami, przypisujemy obiektowi 'dom' wartość, a następnie 'dom' funkcjonuje jako wartość, *jest* wartością. Dla podkreślenia tego mówimy wtedy o 'naszym/moim domu'. Własny dom zatem 'posiada wartość' oraz 'jest wartością'. Jest wartością, do której dążymy (a przez to mamy do czego dążyć, a więc jesteśmy zajęci), oraz (kiedy już ten dom posiadamy oraz przedtem) – posiada on wartość (ekonomiczną). Obydwa aspekty obsługujemy za pomocą jednego konstruktów z obszaru komunikacji. Inaczej bowiem, dla kogoś, kto posiada już dom, czyli doszedł do posiadania domu, to znaczy osiągnął cel dążenia wyznaczony przez wartości, dom nie miałby już wartości, gdyż nie byłoby już do czego dążyć, jako że dom już posiadamy. I wszystko (całe owo dążenie) poszłoby na marne, i mielibyśmy zły humor. Dom ma jednak nadal w rzeczy samej wartość, a mianowicie wartość ekonomiczną, i tym samym dochodzimy do połączenia

‘wartości’ jako elementu mechanizmu komunikacji, służącego do ukierunkowania i hierarchizowania działań w obrębie systemu społecznego, z jednym z subsystemów funkcyjnych systemu społecznego, a mianowicie gospodarki. Przenosimy (komunikacyjne) wartości do gospodarki, przez co tworzymy jakby czwarty wymiar tego pojęcia.

Ujmując rzecz w ten sposób, widzimy, że zbędne stają się spory na temat tego, czy wartości są obiektywne, czy subiektywne. Nie są one ani takie, ani takie, lecz są jedynie pewnym (drobnym) submechanizmem mechanizmu komunikacji, umożliwiającym dokonywanie określonych, opisanych wyżej, operacji. Pytać zatem możemy teraz, sensownie, już tylko o funkcje, sposób i powód działania tych operacji.

Do tego dochodzi jeszcze jedna funkcja czy sposób działania wartości; nazwijmy ją funkcją autopoietyczną czy asemantyczną. Wartości funkcjonują bowiem również bez semantyki oraz bez manifestacji jako swego rodzaju joker komunikacyjny. Mam tutaj na myśli komunikacyjne zastosowania słowa ‘wartości’ (szczególnie w liczbie mnogiej), przy użyciu samego tego pojęcia bez jego specyfikacji i dookreślenia, w sposób milcząco akceptowany przez uczestników komunikacji, kiedy produkujemy wypowiedzi typu: ‘To są nasze wartości’, ‘żyjemy przestrzegając naszych wartości’, ‘łączą nas nasze wartości’, ‘uniwersalne wartości’, ‘życie podług wartości’ itp. Proszę zauważyć, że znajomość tych (nie wymienionych z nazw) wartości leży w gestii odbiorcy, to on ma je znać (my zaś nie mamy obowiązku ich wymieniania); wartości spełniają tu tym samym funkcję normatywu i w tej funkcji są też w komunikacjach stosowane. Tak rozumianych wartości nie podajemy w wątpliwość (gdyż musielibyśmy ich (sic!) manifestacje najpierw znać), lecz uznajemy je (mimo iż są nie-zamanifestowane) za ‘nasze’, a więc niepodlegające podawaniu w wątpliwość. Tym samym to, co słuszne, prawdziwe, nasze itp., jest równocześnie tym, co wartościowe. W tym sensie wartości są (w pewnych ich funkcjach czy operacjach przeprowadzanych za ich pomocą) normatywami i przynależą do tej właśnie klasy środków komunikacji.

Łącząc zaś aspekty komunikacyjne ze społecznymi, zauważamy, że wszelkie zachowania/działania indywidualne czy grupowe (ostatnie jedynie w sposób kompleksowy) sterowane są przez powody i przez cele. Powody mogą być nieuświadomiane przez jednostkę czy grupę, cele natomiast muszą zostać wyznaczone i być znane, a to możliwe jest tylko i wyłącznie przez wyposażenie ich w semantykę, to zaś możliwe jest tylko i wyłącznie w ramach komunikacji. I tu koło się zrzęcznie zamyka, gdyż cóż prostszego, jak nasemantyzowanie celów społecznych czy indywidualnych (gdyż również jako indywiduum muszę, w tym wypadku – sobie, uzasadnić, czyli nasemantyzować moje działania), na przykład (gdyż to tylko jedna z możliwości) za pomocą wartości, a to tak, że celom owym przypisujemy określone (grupowe, indywidualne) wartości. Tym samym cel jest wyznaczony oraz jest gwarantowany przez to, że pracujemy za pomocą wartości go reprezentujących (semantyzujących go), tracąc z oczu sam cel, gdyż zajmujemy się tylko reprezentującymi go wartościami; ich przestrzegamy, je staramy się zrealizować, do nich dojść itp. Przez co cel

może spać spokojnie, gdyż my jesteśmy zajęci wartościami i ich realizacją. Również to jest typowym dla systemów otwartych mechanizmem podwójnego zabezpieczenia operacji i wprowadzania ich w ten sposób do pamięci systemu.

W tej sytuacji wyróżnić możemy teraz: a) wartości jako takie (przedmioty, dobro/dobra, korzyść itp.), b) kognitywno-emocjonalne doświadczanie wartości oraz c) wynikające z tego sądy o wartościach.

W tym kontekście poruszyć trzeba jeszcze raz wartości w ich aspekcie gospodarczym. Sytuacja (na poziomie uczestnika systemu!) jest tu stosunkowo prosta, gdyż 'wartości' zdefiniowane i wyrażane są w tym wypadku przez odpowiednio (zgrabnie, czyli cyrkularnie) zdefiniowaną 'cenę'. O wartości danego X decyduje jego cena. Podejmowane były co prawda próby ustalenia „obiektywnych” kryteriów wyznaczania wartości, bezskutecznie jednak, jak nietrudno się domyślić. Dziś wychodzi się zatem w ekonomii od tak zwanej 'ceny postulowanej', to znaczy takiej, która uwzględnia i zawiera elementy zarówno subiektywne, jak i obiektywne (ostatnie w sensie – fizycznie mierzalne), co jest oczywiście fikcją, ale operatywną. Z punktu widzenia gospodarki zatem wartość to 'teoretycznie oczekiwana cena'. Z tego zaś wynika, że „prawdziwa” cena podana może zostać zawsze i wyłącznie *post factum*, czyli dla przeszłości (coś *było* tyle i tyle warte, gdyż ktoś za to tyle właśnie był zapłacił). Nie można więc powiedzieć, jaką cenę coś posiada lub będzie posiadać (można to tylko postulować, czyli równie dobrze postulować zawsze 0), lecz zawsze tylko powiedzieć – jaką cenę coś posiadało. Miło to co prawda wiedzieć, lecz nie ma to żadnego znaczenia dla teraźniejszości ani dla przyszłości, natomiast posiada ogromne znaczenie dla komunikowania na temat cen oraz wartości, gdyż – ponieważ niczego 'w tym temacie' nie wiemy na pewno – rozmawiać możemy o tym w nieskończoność. Może dlatego rozmowy o pieniądzu stanowią najbezpieczniejszy (dla komunikacji), bo nigdy niekończący się temat rozmów.

Do tego dochodzi, że ten rodzaj wartości (wyrażany przez cenę) podany może być zawsze i wyłącznie relacjonalnie do innych rzeczy, cen, wartości itp. W gospodarce nie ma niezależnych cen. Zgrabność tego mechanizmu (ustalania wartości w ramach gospodarki poprzez cenę) posiada daleko idące znaczenie także dla komunikacji, do tego stopnia, że opowiedziałem się w mojej teorii komunikacji (Fleischer 2007) za przypisaniem wartości do tego właśnie programu komunikacji. Pogląd ten podtrzymuję. Wartość jest jednym z konstruktów stabilizujących program komunikacji 'gospodarka', który generowany jest przez modus wewnętrzny 'towar' oraz łączony i koordynowany jest z pozostałymi programami komunikacji za pomocą modusu zewnętrznego 'pieniądz'.

Wartości zatem widzę w tym kontekście jako elementy pochodzące z programu 'gospodarka'<sup>1</sup>. Jakikolwiek wartości mamy na myśli, są one, tak postuluję

<sup>1</sup> Nie chodzi tu oczywiście o gospodarkę w sensie rynku, funkcjonującego obiegu towarów, czyli o jeden z systemów funkcyjnych systemu społecznego, lecz o program komunikacji 'gospodarka', czyli takie przesłanki mówienia o czymkolwiek, które generowane i sterowane są przez modus towaru i pieniądza (patrz na ten temat szerzej w: Fleischer 2007).

to w ramach teorii, towarem, czyli czymś, co powstaje przez to, że ‘chcemy to mieć’, że ‘do tego dążymy’, ‘staramy się to osiągnąć’ itp., czymś zatem, co stanowi powód (na powierzchni komunikacji – cel) naszych działań. Wartości zatem są komunikacyjnym powodem dążenia do czegoś, generującym sensowność społecznego powodu dążenia do czegoś (gdyż ostatni sam nie jest w stanie tego dokonać), czyli działania, bez którego to komunikacyjnego powodu działanie nie posiadałoby sensu (gdyż nie byłoby wartości). Mogę społecznie/indywidualnie działać tylko i wyłącznie wtedy, kiedy mam wyznaczony komunikacyjnie powód dla tego działania, czyli sterowany jestem przez wartości.

Mechanizm ten posiada jednak pewien zasadniczy mankament, wyrażający się w tym, że kiedy już powód został w działaniu zrealizowany, czyli cel został osiągnięty, a więc kiedy posiadamy już daną wartość (jako towar), do realizacji której dążyliśmy, wartość ta znika. Jak to zwykle ma miejsce w programie komunikacji ‘gospodarka’. Towar bowiem w chwili, kiedy go już posiadam, staje się przedmiotem jak każdy inny, tyle że stoi lub leży w moim domu i nic z tego dla nikogo nie wynika. Podobnie jak w przypadku towaru również w przypadku wartości program komunikacji ‘gospodarka’ zadbał już jednak o to, by proces ten nie uległ przerwaniu. W tym celu program ten posiada swój modus zewnętrzny – pieniądz (jakkolwiek i przez cokolwiek byłby on symbolizowany), dbający o to, żeby towar nie stał się, po uzyskaniu go, bezsensownym przedmiotem, lecz nadal (mógł być lub) był celem dążeń. A to w ten sposób, że pieniądz reguluje mi charakter ‘bycia towarem’ mojego, posiadanego przeze mnie towaru (przedmiotu) na przyszłość oraz aktualnie. To samo dzieje się z wartościami. Kiedy do nich dążę, wystarcza mi fakt, że wartości regulowane są przez modus towaru, kiedy jednak jakąś wartość już osiągnąłem (na przykład ‘bycie dobrym człowiekiem’), jej sens i trwanie reguluje mi modus pieniądza – wszyscy (wraz ze mną) wiedzą, że jestem dobrym człowiekiem, a to stanowi moją wartość dziś i na przyszłość; z tym że w pierwszym wypadku (kiedy dążyłem do bycia dobrym człowiekiem) wartość ta była towarem (a dokładniej sterowana była przez modus towaru), zaś w drugim wypadku (kiedy już jestem dobrym człowiekiem) jest to moja cena – Fleischer jest dobrym człowiekiem, więc go wszyscy uwielbiamy i staramy się być tacy jak on, czyli ja. Ja zaś, gdyby nie było zewnętrznego modusu programu komunikacji (tu – ‘gospodarka’), nie miałbym już do czego dążyć (skoro już jestem dobrym człowiekiem) i najprawdopodobniej, jak się znam, przestałbym nim być (żeby znowu sobie do bycia dobrym człowiekiem podążać). Aby temu zapobiec, komunikacje stosują drugi modus (zewnętrzny, dbający o połączenie z pozostałymi programami komunikacji), utrzymujący mnie w stanie ‘bycia dobrym człowiekiem’, gdyż to moja cena; a tę muszę utrzymać, a więc znowu mam do czego dążyć, to znaczy do utrzymania mojej ceny. A więc teraz ta posiadana i reprezentowana przeze mnie oraz wypisana na moich sztandarach wartość jest cenna. Posiadamy co prawda wartości (więc nie ma już do czego dążyć), ale nadal je posiadać, czyli zachować je możemy, ponieważ są cenne. Jak cenne – ustalają nam



nasze komunikacje, poprzez to, że wszyscy na ten temat w sposób ciągły komunikujemy, a mianowicie o tym, jak cenne są posiadane przez nas (i tylko przez nas, bo są nasze) nasze wartości, a wartości innych są z natury rzeczy mniej cenne niż nasze, gdyż nie są nasze. Ci inni twierdzą co prawda to samo o sobie, ale nam to nie przeszkadza, gdyż my wiemy swoje (a ci inni – swoje). Jak widać, wartości regulowane są w wypadku ich osiągnięcia poprzez pieniądź (pośrednio poprzez cenę), niekoniecznie oczywiście pieniądź symbolizowany przez bilety Narodowego Banku Polskiego (lub innego). Przez to wartości nam się stabilizują i możemy je perpetuować. Gdybyśmy nie wymyślili modusu zewnętrznego programu komunikacji, wartości byłyby bardzo krótkotrwałe i posiadały tę niesympatyczną cechę, że po ich realizacji byłyby nic niewarte, a zatem by zaniknęły. A któż lubi dążyć do czegoś po to, by uzyskawszy, utracić. Bardzo deprymująca to sytuacja. A tak stabilizujemy sobie wartości (i wszystkie inne towary) za pomocą drugiego modusu i możemy sobie żyć podług wartości. Nikt tak oczywiście nie żyje, ale miło mieć świadomość, że można tak żyć, a jeśli przymknąć jedno oko, nawet być przekonanym, że się tak żyje, czyli działa i komunikuje. Itp.

Z wartości rozumianych jako kognitywno-emocjonalne cele, do których dążymy, wyprowadzamy następnie funkcjonujące społecznie reguły i normy, czyli konkretne przepisy komunikowania i działania, których stosowania uczymy się jako jednostki w procesie socjalizacji (w ten sposób są tradycjonalizowane), jako elementów ukierunkowujących, wyznaczających nasz status, naszą rolę, pozycję itp. w społeczeństwie. W ten sposób, jako że również manifestacja systemu społecznego podlega ewolucji, także wartości podlegają zmianom i historycznie zmienia się zarówno ich zestaw, jak i ich hierarchia. Jedną z podstawowych cech tak rozumianych wartości jest ich wewnętrzna sprzeczność, to znaczy dysponujemy sytuacyjnie stosowanymi wartościami, które częściowo sobie przeczą; dysponujemy na przykład wartością, iż nie wolno zabijać ludzi, w razie wojny jednak – owszem, bowiem wtedy bronimy ojczyzny itp. Pozwala to na adekwatniejsze ich stosowanie w konkretnych działaniach i na koordynację różnych, nierzadko odmiennych interesów społecznych.

Jako dodatkowy (aczkolwiek w naszym kontekście mało istotny) aspekt pojęcie wartości pojawia się również w wymiarze naukowym (w ramach nauk ścisłych i technicznych) jako wartość mierzalna, stosowana do opisu zjawisk fizycznych, chemicznych i biologicznych oraz techniki. Wartości te uchodzą co prawda za obiektywne i pracują za pomocą jednostek pomiarowych, te jednak wyznaczone są arbitralnie oraz służą jedynie do relacjonalizacji zjawisk, i dla naszych rozważań nie mają większego znaczenia, aczkolwiek jako takie pojawiają się w ramach komunikacji medialnej, kiedy pomiarowe wartości stosowane są dla wspierania, motywowania, porównywania, relatywizacji itp. innych wymiarów naszego pojęcia.

Tu wspomnieć chcę o jeszcze jednym aspekcie wartości, a mianowicie ich pokrewieństwie z konceptami komunikacyjnymi. O ile koncepty stanowią powody umożliwiające komunikacje, zza których, by tak rzec, komunikujemy i ukierunkowujemy

nasze komunikacje, i jako takie koncepty nie muszą pojawiać się w konkretnych komunikacjach na powierzchni, nie muszą być werbalizowane, o tyle wartości (zarówno jako samo słowo, jak i poszczególne manifestacje wartości) biorą bezpośrednio udział w komunikacjach (szczególnie samo słowo 'wartości'). Koncepty zatem (tak przynajmniej prognozuję to w teorii konceptów, patrz – Fleischer 2008) są indyferentne w odniesieniu do wartościowań. Koncepty nie mają nic wspólnego z wartościowaniami, między innymi ponieważ są również indyferentne czasowo, to znaczy posiadają (jako takie, a nie ich konkretne manifestacje, te oczywiście podlegają ewolucji) swój status i swą skuteczność niezależnie od czasu i przestrzeni. Czym innym natomiast jest to, że używają produktów czasu i przestrzeni, by przeprowadzać umożliwiające przez nie operacje. W tym sensie koncepty jak najbardziej mogą produkować wartościowania, one same jednak nie biorą bezpośrednio udziału w tym procesie. Wartości są bowiem w funkcji motywującej i generującej możliwe wyłącznie wraz z konstruktami przeszłości i/lub przyszłości. Określić wartość oraz wartościować można tylko wtedy, gdy odnosimy się do czegoś pożądanego (z przeszłości lub w przyszłości). Nie jest możliwe generowanie wartości w równoczesności (gdyż wtedy nie byłaby to wartość, lecz fakt). Ponadto 'wartość' jest produkowana przez modus komunikacji 'towar'. Wartość coś może wykazywać/posiadać tylko wtedy, kiedy to coś stało się towarem lub też podlega modusowi 'towar', a więc osadzone jest w programie komunikacji 'gospodarka'. I to 'wartość' w każdym względzie oczywiście, zarówno pieniężnym, jak i tzw. idealnym. Wartość mojego zegarka można łatwo podać. Podobnie określić można takie wartości jak wolność, równość czy braterstwo. Zostały one wyprodukowane przez modus 'towar', co można zauważyć po tym, że funkcjonują tylko dwubiegunowo. Najpierw musi nie być wolności, równości, braterstwa, aby można było ich odpowiedniki w ogóle zauważyć i generować jako wartości oraz następnie do ich osiągnięcia dążyć. Gdybyśmy wszyscy, tak jak wszyscy mamy dwoje uszu, byli wolni, wówczas nie byłoby wolności itp., gdyż nikt by jej nie zauważył. Lub gdyby na przykład starać się dążyć do osiągnięcia czegoś, czego braku się nie odczuwa lub o czego istnieniu się nie wie. To dość trudne. Najpierw posiadać musimy jedną stronę, żeby jej druga strona mogła stać się wartością, lub odwrotnie.

Jako wartości mogą się one ostać tylko wtedy, kiedy jako wartości zostały wyprodukowane, a ponieważ istnieje dany stan negatywny, możemy sprzedawać towar 'wartość', a więc oferować go tak lub inaczej tym, którzy go nie 'mają'. Oczywiście nie za darmo, lecz za cenę rezygnacji z tego, co ci inni (jak się okazuje w sposób błędny i niesłuszny) uważają za swoje wartości i za wartości w ogóle. To, że w procesie tym biorą udział (wspierająco) również inne programy komunikacji: wojsko, Kościół, administracja, polityka itp. (odpowiednio) bronią wartości i wypisują je na swoich sztandarach (wojsko), uzasadniają (religia), organizują w kierunku pożądanej przyszłości (administracja), w sposób instytucjonalny negocjują i motywują (polityka) itp. – przemawia dodatkowo za proponowaną tu conceptualizacją. Mechanizm ten

musi jednak być inwizybilizowany i takim pozostać, aby komunikacje mogły przebiegać i utrzymać się w ruchu.

Na tym polega także różnica między wartościami a konceptami. Podczas gdy wolność dopiero wtedy zauważam, chcę ją osiągnąć, do niej dążę, kiedy nie jestem wolny i coś przeszkadza mi być takim, jakim w przyszłości chcę być albo w przeszłości byłem, koncepty pracują jedynie same z sobą, aby osiągnąć określone cele w właśnie przebiegającej komunikacji. Kiedy stosuję koncept prawdy, nie czynię tak dlatego, że nie chcę kłamać albo zauważam, iż kłamię ten drugi, lecz dlatego, że chcę uzyskać dla mojego stanowiska akceptację jakiejś nadrzędnej instancji, a więc takiej, której nie postuluję wyłącznie ja. I mało ważne jest przy tym, czy to, co mówię, jest prawdą, czy nie; stosuję ten koncept jedynie po to, aby ten drugi nie mógł niczego powiedzieć, albo nie mógł powiedzieć tego, co ja mówię. Kiedy stosuję postęp, to znaczy, kiedy pracuję za pomocą tego konceptu, również chodzi mi o uzasadnienie i motywację mojej pozycji, a postęp równie dobrze jak wsteczność (wówczas językowo określane jako ‘konserwatyzm’) może być przy tym nacechowany pozytywnie czy negatywnie. Nie dotyczy to już wolności, równości, braterstwa czy innych wartości. Te z punktu widzenia wartościowań są skanalizowane; koncepty natomiast w odniesieniu do wartości są indyferentne.

## 1. Tradycja ‘wartości’

Przejdźmy teraz do krótkiego scharakteryzowania tradycyjnych definicji wartości. W tradycji filozoficznej i kulturoznawczej wartości najczęściej łączone są z pojęciem ‘dobra’, z tym, do czego dążymy i co nie wymaga uzasadnienia, gdyż obowiązuje w sposób zbiorowy, lub z tym, co pochodzi samo z siebie (ostatnie szczególnie w pozycjach idealistycznych). W tym aspekcie decydująca była w swoim czasie (a reprezentowana jest do dzisiaj w koncepcjach pracujących na poziomie potoczności) definicja wartości sformułowana na szerokim tle kulturoznawstwa przez Heinricha Rickerta (1910), który wyszedł z założenia, że niektóre obiekty rzeczywistości posiadają dla nas, mówiąc najogólniej, *znaczenie* lub *ważność*, wynikające z natury lub z naszych dokonań. Owe ważne obiekty właśnie stanowią dla Rickerta wartości, ponieważ wykazują cechę ‘bycia czymś szczególnym’. Lub odwrotnie. Jakiś obiekt może być – jak byśmy dziś powiedzieli – pochodzenia naturalnego lub może być wytworzony przez nas, istotne jest jednak to, czy ma on *dla kogoś jakąś wartość* (por. na ten temat – Pietraszko 1992). Także tutaj punktem decydującym jest perspektywizacja. Obiektom naturalnym może być (przez nas) nadawana wartość tak samo, jak obiektom wytworzonym sztucznie. Obiekty naturalne jednak mogą być obserwowane w oderwaniu od wartości; inaczej natomiast obiekty wytworzone sztucznie, im bowiem – według Rickerta – wartość towarzyszy zawsze. Decydujące jest więc, „że we wszystkich wydarzeniach kultury ucieleśniona jest jakakolwiek uznana przez

człowieka *wartość*, dla której jest ona albo wytwarzana, albo, jeśli już powstała, pielęgnowana, że przeciwnie wszystko, co samo przez się powstało lub wyrosło, widziane być może bez względu na wartości. [...] W obiektach kultury tkwią więc wartości i dlatego chcemy je nazwać *dobrami*, by odróżnić je tym samym jako wartościowe rzeczywistości od samych wartości, niebędących rzeczywistościami, których można więc zaniechać. Wydarzenia natury nie będą myślane jako dobra, lecz jako wolne od powiązania z wartościami, i kiedy odłączy się zatem od obiektu kultury każda wartość, to staje się on przez to także czystą naturą” (Rickert 1910: 19). W tym sensie ‘dobrami’ są dla Rickerta obiekty posiadające wartość, zaś ‘obiektami naturalnymi’ obiekty rzeczywistości pozbawione wartości. Pierwsze konstytuują się poprzez teoretyczną cechę ‘wartości’, która sama – jak twierdzi Rickert – nie jest elementem rzeczywistości. Ten rodzaj wartości tworzy z rzeczywistości dobra kultury. Wartościom przypisuje się jakość funkcjonalną: „o wartościach nie można powiedzieć, że są lub ich nie ma, lecz tylko, że obowiązują lub nie obowiązują” (Rickert 1910: 20).

Wartości jako takie z kolei wykształcają dobra, czyli obiekty wyposażone w wartości. W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że Rickert odróżnia ‘wartości’ od ‘wartościowań’. ‘Wartości’ nie są obiektami odnoszonymi się do rzeczywistości, nie posiadają więc cechy ‘faktyczności’, lecz jedynie ‘obowiązkiwania’. „Istota [wartości] polega na ich obowiązkiwaniu, a nie na ich faktyczności” (Rickert 1910: 89). W tym rozumieniu wartości posiadają dwie odmienne funkcje: po pierwsze, kiedy połączone są z jakimś obiektem, wytwarzają pewne dobro; po drugie, kiedy połączone są z jakimś aktem podmiotu, produkują z tego aktu pewną wartość. „Dobra i wartościowania można zatem pojmować tak, że pytamy o *obowiązkiwanie* połączonych z nimi wartości” (Rickert 1910: 89). Należy zatem rozróżnić ‘procedury odnoszące się do wartości’ i ‘procedury wartościowania’.

Inne podejście zaproponował swego czasu A.R. Radcliffe-Brown (1952). Jego koncepcja bazuje na dwóch centralnych pojęciach, na pojęciu ‘wartości społecznej’, przy czym jako ‘wartość’ rozumiany jest ‘przedmiot wspólnego zainteresowania’, oraz na ‘zainteresowaniach psychologicznych’; obie jednostki ujmowane są przy tym jako wielkości korelatywne. „Zawsze kiedy mówimy, że jakiś podmiot wykazuje pewne zainteresowanie danym obiektem, to możemy stwierdzić to samo, mówiąc, iż ów obiekt dla tego podmiotu posiada pewną wartość” (Radcliffe-Brown 1952: 199). ‘Zainteresowanie/interes’ polega zatem na takiej relacji podmiot–obiekt, która jako produkt (dla podmiotu) nadaje obiektowi pewną wartość. Kultura – w rozumieniu Radcliffe’a-Browna – jest zatem zdecydowanie produktem społecznym, który przez komunikację za pomocą symboli lub znaków produkuje wartości dla danego systemu społecznego. System społeczny posiada przy tym bardziej podstawowy charakter, jako że dopiero on umożliwia powstanie kultury przez swoje istnienie i swoją siłę oddziaływania.

Podobne podejście i podobną definicję zaproponował w ramach swojej teorii systemów również Talcott Parsons, postulując ‘wartości’ (bardzo ogólnie) jako

cele, które chcemy osiągnąć, do których dążymy; i to zarówno w wymiarze indywidualnym, jak i w wymiarze społecznym. „Kulturowe wzorce wartości stanowią właściwe połączenie między systemem społecznym a systemem kultury dla legitymizacji porządku normatywnego społeczeństwa” (Parsons 1966: 130). Kultura stanowi dla Parsonsa (1966: 137) źródło pochodzenia legitymizacji porządku normatywnego społeczeństwa. Takimi normatywnymi wzorami są wartości; normatywnie sterowany kompleks zachowań danego uczestnika zaś jest rolą; a tworzony przez interakcję obydwu uczestników system – o ile posiada wspólną normatywną kulturę, różniącą się od innych poprzez udział tych dwóch (a nie innych) – przedstawia kolektyw (Parsons 1961: 178-179).

Przy dyferencjacji ról niezbędne jest rozróżnienie dwóch komponentów normatywnej kultury danego systemu: komponentu wartości, który jest wspólny dla uczestników poza i ponad ich poszczególnymi rolami, oraz komponentu oczekiwań ról, który dyferencjonowany jest według ról i i dlatego definiuje prawa i obowiązki, obowiązujące jedną, ale nie inne role. [...] Proponuję używanie wyrażenia ‘wartości’ dla wspólnych normatywnych komponentów, a wyrażenia ‘(zdyferencjonowana) norma’ dla tej komponenty, która odnosi się specyficznie do określonej roli – lub w systemach bardziej kompleksowych – do dalszych empirycznych jednostek systemu, to znaczy do różnych kolektywów, jak np. rodziny, kościoły, przedsiębiorstwa, urzędy, uniwersytety. Z uwagi na zdyferencjonowane role istotnym warunkiem integracji systemu staje się wspólnotowy charakter wartości. [...] System takich interakcji dużej ilości nosicieli ról jest kolektywem, o ile jest on normatywnie sterowany przez wspólne wartości i normy (sankcjonowane przez te wspólne wartości) (Parsons 1961: 180).

Wymagane jest przy tym, by dana jednostka brała udział w wielu kolektywach.

Role z kolei obowiązują zawsze tylko jednostkę, odnoszą się do jednej działającej jednostki. „Norma natomiast zawsze jest zdefiniowana uniwersalistycznie w obrębie relewantnego dla niej uniwersum, uniwersum aktów, ról lub kolektywów. [...] Również wartości, z uwagi na ich znaczenie, definiowane są uniwersalistycznie” (Parsons 1961: 182). Wartości nie są, na relewantnym poziomie, specyficzne ani z uwagi na sytuację, ani z uwagi na funkcję. System społeczny składa się z osobowości i wzorów kultury.

Tam, gdzie wprowadzona zostaje specyfika sytuacji, nie mówimy – w sensie analitycznym – o wartościach, lecz o celach. Tym samym wartości są niezależne od wewnętrznej dyferencjacji systemu, w którym są zinstytucjonalizowane [...]. Z tego wynika, że normy, zdyferencjonowane, zgodnie z podaną wyżej definicją, z uwagi na funkcję, muszą być funkcjonalnie specyficzne. Są one ‘legitymizowane’ przez wartości, oddziałują jednak na niższym stopniu ogólności w odniesieniu do oczekiwanego konkretnego zachowania kolektywnego oraz zachowania opartego na roli. [...] Wartości natomiast są normatywnymi wzorami, które, patrząc uniwersalistycznie, określają dla systemu jako całości wzory pożądanej orientacji, niezależnie od specyfikacji sytuacji lub zdyferencjonowanej funkcji w obrębie systemu. Podkreślić trzeba, że role sterowane lub regulowane są przez normatywne warunki funkcjonowania kolektywów, w których oddziałują, o ile kolektyw sam jest zdefiniowany jako system. A co za tym idzie, zachowanie tych kolektywów – o ile bardziej kompleksowy system społeczny obejmuje wiele kolektywów w charakterze subsystemów – sterowane jest przez zinstytucjonalizowane normy,

które specyfikują to, jak dany typ kolektywu musi lub może się zachowywać, w zgodzie ze swoim miejscem w systemie. Normy wreszcie są ze swej strony legitymizowane, a tym samym w sensie normatywnym sterowane przez wartości zinstytucjonalizowane w społeczeństwie. Wobec wymagań sytuacyjnych i funkcyjnych wartości definiują kierunek tej orientacji, która dla systemu jako całości jest pożądana (Parsons 1961: 183-184).

Z powyższych konceptualizacji wynika następująca definicja: „Normy są ewaluatywnymi wypowiedziami na temat zachowań. Wartości są ewaluatywnymi wypowiedziami na temat stanów. Normy regulują ‘postępowanie’, wartości regulują ‘to, co jest’ (istnienie). Normy i wartości decydują o następstwie oraz stanach ról i kolektywów. Struktura społeczna jest syntaktyczna” (Ackerman, Parsons 1966: 80). Wartości są „konceptjami tego, co pożądanego/tego, czego sobie życzymy” (Parsons 1961: 187). „Po stronie normatywnej możemy rozróżnić normy i wartości. Wartości – w sensie tego, co zgodne jest ze wzorem – widzimy jako decydujący element łączący system społeczny i kulturę. Normy natomiast są prymarnie socjalne: mają one regulatywne znaczenie dla procesów i stosunków społecznych, nie zawierają jednak żadnych ‘pryncypiów’, które stosowalne byłyby ponad organizacją społeczną lub też tylko ponad jakimś szczególnym systemem społecznym” (Parsons 1966: 140).

Wspomniane cztery kategorie strukturalne – wartości, normy, kolektywy, role – mogą być odniesione do naszego ogólnego paradygmatu funkcjonalnego. Wartości są decydujące dla funkcji zachowania struktury w systemie społecznym. Normy w pierwszej linii są integratywne, sterują one dużą ilością zróżnicowanych procesów, mających wkład w przeforsowanie wytworzonych więzi wartości. Funkcje kolektywu polegają na osiągnięciu aktualnych celów systemu społecznego. O ile jednostki spełniają społecznie ważne funkcje, o tyle działają one w swoim charakterze jako członkowie kolektywu. I wreszcie – prymarna funkcja roli w systemie socjalnym jest adaptatywna. [...] Każda konkretna jednostka strukturalna danego systemu społecznego jest zawsze kombinacją wszystkich czterech składników. [...] Członkiem danego kolektywu, a także społecznej wspólnoty, jest zawsze osoba w jej roli, a nie konkretne indywiduum (Parsons 1966: 141-142).

W tym kontekście najistotniejsza funkcja wartości leży „w zachowaniu stabilności zinstytucjonalizowanych wartości przez zapośredniczenie procesów, które splatają wartości z systemem subiektywnych przekonań” (Parsons 1961: 173). Z drugiej strony chodzi o znalezienie mechanizmów socjalizacji jednostek, to znaczy o zinternalizowanie wartości społeczeństwa w osobowości.

Zwrócić uwagę trzeba tutaj na zasadniczo teleologiczny charakter rozumienia wartości u wspomnianych wyżej badaczy. Podobnie definiuje zjawisko też Jan Mukařovský: „Przyjmujemy tutaj teleologiczną definicję wartości jako zdolności danej rzeczy, by służyć osiągnięciu określonego celu” (Mukařovský 1970: 36). Z tym że, i to jest istotne – nie chodzi tutaj o teleologię, by tak rzec, systemową, lecz jedynie o zasadę modelowania przez wartości sytuacji, z tych lub innych względów dla indywiduum lub dla systemu społecznego poświadczanych. A zatem nie są to cele historyczne czy zgoła ewolucyjne, lecz jedynie cele treściowe, to znaczy takie, jakie wyobraża, życzy sobie w komunikacjach system rozwijający się poza tym ewolucyjnie.

Na zakończenie tej krótkiej charakterystyki stanowisk dotyczących pojęcia wartości i sposobów jego operacjonalizacji w badaniach naszkicuję jeszcze pozycję Niklasa Luhmanna. Wychodzi on od rozróżnienia po pierwsze obserwatora i operacji obserwacji jako takiej, a po drugie obserwatora pierwszego i drugiego stopnia. „Obserwator pierwszego stopnia obserwuje za pomocą wartości, to one czynią dla niego tę różnicę, która steruje jego poznaniem i działaniem. Obserwator drugiego stopnia odnosi semantykę tych wartości do ich zastosowania w komunikacji” (Luhmann 1998: 1123). Z tego wynika, że: „Funkcją funkcji jest funkcja. [Chodzi o wskazanie] na funkcję funkcji, bycia wartością własną w autopoietycznym związku komunikacyjnym na poziomie obserwacji drugiego stopnia” (Luhmann 1998: 1125).

Wartości zaś w ich konkretnym (stosowalnym i pojawiającym się w komunikacjach) charakterze Luhmann widzi jako jedno (obok prawdy, własności/pieniądza/sztuki, miłości oraz władzy/prawa) z symbolicznie zgeneralizowanych mediów komunikacji<sup>2</sup>. Luhmann przyznaje przy tym, że zjawisko wartości jest jednym z bardziej skomplikowanych mediów komunikacji (w powyższym rozumieniu) i wychodzi od analizy funkcji wartości, by następnie przejść do ich zdefiniowania w ramach swojej teorii społeczeństwa. Funkcja wartości leży dla Luhmanna w tym,

by w sytuacjach komunikacyjnych gwarantować orientację działania, która przez nikogo nie jest kwestionowana. Wartości nie są więc niczym innym niż wysoce mobilnymi zbiorami punktów widzenia. [...] Inaczej niż prawdy, wartości nie są wprowadzane w procesie komunikacji przez twierdzenia, które mogą być potem kwestionowane i sprawdzane, lecz przez imputowanie. Komunikacja unika „markowania” [w sensie ‘znaczenia’ (np. znaczone karty) – M.F.] wartości, gdyż wnosiłoby to możliwość zaprzeczania [im – M.F.]. Nikt nie twierdzi, że zdrowie, pokój, sprawiedliwość to wartości, wytwarzając tym samym bifurkację typu tak/nie dotyczącą akceptacji lub odrzucenia. [...] Wartości są, innymi słowy, aktualizowane przez aluzję i właśnie w tym zawiera się ich niepowątpiewalność. Kiedy to już nie funkcjonuje, muszą zostać zaniechane. Wartości przekonują zatem dlatego, że w komunikacji brak obiekcji; a nie dlatego, że możliwe jest ich uzasadnienie. Umożliwiają one rezygnację z uzasadnień. [...] Wartości są medium dla imputowania wspólności, które [imputowanie – MF] ogranicza to, co może być powiedziane i wymagane, nie determinując tego, co powinno zostać zrobione. [...] Jak zawsze przy symbolicznie zgeneralizowanych mediach komunikacji w grę wchodzi społeczne, a nie psychiczne dokonanie tworzenia porządku. Wartości są społecznie stabilne, ponieważ są psychicznie labilne (Luhmann 1998: 343-344).

Wartościom brak jednak ważnych właściwości, jakie posiadają inne media, na przykład centralnego kodowania (prawdziwe/nieprawdziwe), i zdolności tworzenia specyficzne medialnych systemów funkcyjnych. Żadna wartość nie może jednak ustalać działań.

Wartości, rozumiane jako medium, pociągają za sobą pewien problem. Medium wartości nie jest w pełni rozwiniętym symbolicznie zgeneralizowanym medium

<sup>2</sup> ‘Mediów’ nie należy tutaj rozumieć w sensie TV, prasa, radio itp., lecz jako medium (środek, materiał), w jakim coś się generuje i manifestuje.

komunikacji, ponieważ brakuje mu centralnego kodu. Powinno się jednak – jak postuluje Luhmann – mimo to mówić o medium, ponieważ obecne jest luźne sprzężenie możliwości działania z uwagi na odniesienia do wartości. „Wszystkie wartości innych mediów [...] są w medium wartości tylko wartościami wśród wartości, a specyficzne zarządzanie kontyngencją innych mediów jest, kiedy chodzi o wartości jako wartości, niestosowalne. Z drugiej strony w przypadku wartości motywacja przyjęcia nie jest wytwarzana, lecz zakładana” (Luhmann 1998: 409). Luhmann rozumie je więc jako medium pomiędzy symbolicznie zgeneralizowanymi mediami komunikacji a społeczeństwem. Nie prowadzą one przy tym jako forma do jedności, lecz do dyferencji.

Wartości jednak stają się relewantne tylko w przypadkach konfliktu. Systemy potrafią radzić sobie także z negacją systemu w systemie. „Gdyż z zewnątrz społeczeństwo nie może być negowane, lecz tylko destruowane” (Luhmann 1998: 405).

W koncepcji systemu społecznego Luhmanna pojawia się jeszcze jedno rozumienie wartości, odmienne nieco od przedstawionego wyżej, dla ścisłości wspomnę także o nim. „Wartości są w komunikacji zakładane, także współkomunikowane, ale nie są wystawiane na komunikację. Są aktywowane jedynie jako przesłanki, nie jako twierdzenia” (Luhmann 1998: 799). Ponieważ wartości stanowią preferencje, nie są w związku z tym także bezpośrednio tematyzowane. Tematyzowanie wartości społeczeństwo pozostawia tym, którzy chcą podnosić zarzuty, którzy zatem coś podają w wątpliwość. Tym samym system dysponuje mechanizmem zabezpieczającym, gdyż w ten sposób nie może być wprowadzana do komunikacji tylko jakaś dyskursywa pozycja jako taka, lecz przedtem musi być podana w wątpliwość wartość, leżąca u podłoża tej pozycji, co oczywiście ma mniejsze szanse na powodzenie niż komunikacja jednowymiarowa. Do tego dochodzi jeszcze jeden aspekt, a mianowicie, że „wartości nie zawierają żadnych reguł na wypadek konfliktu między wartościami” (Luhmann 1998: 799), co widoczne staje się także przez to, że wartości nie zawierają własnego hierarchicznego porządku.

Nie sposób ująć tutaj wszystkich stanowisk i prób zdefiniowania wartości, gdyż większość filozofów czy badaczy ma na swoim koncie mniej lub bardziej sprecyzowane uwagi na temat analizowanego tu pojęcia (patrz – historia filozofii). Jedno jednak rzuca się w oczy, a mianowicie, że prawie nikt nie pofatygował się sprawdzić rozumienia oraz repertuaru wartości u źródła, czyli wśród uczestników komunikacji. Ci bowiem posiadają najdokładniejsze wyobrażenie o wartościach, również dlatego, że je stosują oraz im i ich oddziaływaniu podlegają. Nie oznacza to, że definicje wartości powinniśmy zrekonstruować ze „świadomości zbiorowej” uczestników komunikacji. Dlatego nie, że ‘świadomość zbiorowa’ to jedynie operatywna fikcja (swego rodzaju normatyw, służący do motywowania określonych przekonań, opinii, stanowisk itp.). Oznacza to, że z rekonstrukcji wartości i ich rozumienia wśród uczestników komunikacji dowiedzieć możemy się sporo o sposobie funkcjonowania wartości i o ich konkretnych manifestacjach w komunikacji. To zaś pomóc może



nam w ich adekwatniejszym ujęciu w ramach teorii, oferującej nam następnie hipotezy czyli prognozy dla konkretnych badań.

Powiedziałem wyżej, że prawie nikt nie sprawdził rozumienia wartości empirycznie, owo ‘prawie’ dotyczy prekursorskich w tej dziedzinie prac Jerzego Bartmińskiego i jego zespołu; szczególnie w odniesieniu do projektu słownika aksjologicznego, czyli do próby ustalenia kanonu/zestawu wartości obowiązujących aktualnie w Polsce za pomocą metod empirycznych właśnie. W pracy *Język, wartości, polityka* (Bartmiński 2006) zestawiono wyniki tych badań oraz przedstawiono rozwój wartości w ostatnich dziesięciu latach, czyli uwzględniono również aspekt ewolucji wartości. Dla potrzeb tej pracy wybrano słowa uznane za wartości i zrekonstruowano ich kognitywno-emocjonalną semantykę wśród uczestników komunikacji. Jakkolwiek niezręcznie mi to mówić, gwoździści zwrócić uwagę muszę także na moje badania (polskiej, niemieckiej i rosyjskiej) symboliki kolektywnej prowadzone od wczesnych lat dziewięćdziesiątych XX wieku. Badane przez siebie obiekty nazywam co prawda symbolami kolektywnymi (gdyż takie ujęcie wynika z reprezentowanej przeze mnie teorii), niemniej jednak część tych obiektów podobna jest do wartości, a w każdym razie zawiera w sobie wartości (w rozumieniu Bartmińskiego), ujmowane są one jednak szerzej (co nie znaczy – lepiej) i wyznaczane są przez ich funkcje w konkretnych komunikacjach (zainteresowanych czytelników odsyłam do: Fleischer 1995, 1996, 1997).

W tym obszarze sytuuje się również moje prezentowane tutaj aktualne badanie. Przy czym wybrałem nieco inny punkt ciężkości (niż w badaniach symboliki kolektywnej). Nie interesuje mnie tu semantyka (tę zrekonstruowali już Jerzy Bartmiński z zespołem i Fleischer), lecz rozumienie wartości, ich pochodzenie i charakter oraz same nazwy wartości funkcjonujące aktualnie wśród (polskich) uczestników komunikacji. Przejdźmy zatem do opisu tego badania.

## 2. Design badania

W celu uzyskania informacji na temat rozumienia pojęcia wartości, sposobu ich funkcjonowania oraz manifestacji wartości uznawanych aktualnie w Polsce za ważne przeprowadziłem latem (maj-lipiec) 2008 roku ankietę wśród 100 przypadkowo wybranych respondentów z terenu Dolnego Śląska (stratyfikacja grupy respondentów – patrz aneks). 100 respondentów to oczywiście bardzo niewielka ilość osób, a zatem i uzyskane w ten sposób dane są najprawdopodobniej niestabilne, niemniej jednak, jako że badanie ma cel pilotażowy, pozwalają nam one na pierwszy (bardzo surowy jeszcze) wgląd w analizowany tu problem.

Respondentom wyjaśniono – w (zamieszczonym na formularzu ankiety) krótkim tekście wprowadzającym – cel badania („Niniejsza ankieta przeprowadzana jest w ramach badań naukowych. Prosimy o szczerą i spontaniczną odpowiedź. Każda odpowiedź jest dobra. Ankieta jest anonimowa. Prosimy o podanie zawsze tylko

kilku słów, wyrażen lub pojęć trafnie charakteryzujących zagadnienie”), zwracając im uwagę, by podawali odpowiedzi raczej hasłowo, unikając formułowania zdań. Chodzi bowiem o to, by uchwycić najistotniejsze aspekty analizowanego obiektu, skłaniając respondentów do niekorzystania ze struktur narratywnych, mogących rozmyć zagadnienie.

Dane osobowe ujęto w kategoriach: wiek, płeć oraz wykształcenie (podstawowe, średnie, student, wyższe techniczne lub humanistyczne).

Respondentom zadano łącznie 13 pytań, przy czym część pytań dotyczyła rozumienia pojęcia wartości, a część znajomości konkretnych wartości. Chodzi o następujące pytania:

1. Wartości to...
2. Do czego służą wartości?
3. Kto przekazuje wartości?
4. Co kojarzy się Państwu z wartościami?
5. Proszę wymienić kilka wartości polskich, europejskich i ogólnoludzkich.
6. Gdzie istnieją/gdzie można znaleźć wartości?
7. Czy wartości są relatywne/względne?  tak  nie  nie mam zdania
8. Czy wartości są obiektywne?  tak  nie  nie mam zdania
9. Czy wartości są subiektywne?  tak  nie  nie mam zdania
10. Skąd pochodzą wartości?
11. Czy wartości są tylko pozytywne, czy również negatywne?  
tylko pozytywne  tak  nie  nie mam zdania  
również negatywne  tak  nie  nie mam zdania
12. Proszę podać najważniejsze pozytywne i negatywne polskie wartości.
13. Jaki byłby świat bez wartości? Proszę podać kilka cech.

Omówię teraz pokrótce poszczególne pytania; większość z nich jest co prawda w swym ukierunkowaniu teoretycznym ewidentna, w kilku pytaniach jednak zastosowałem zabiegi manipulacyjne, które trzeba tu oczywiście wyjaśnić. Generalnie zwracałem się do respondentów per Państwo lub bezosobowo (czyli zrezygnowałem ze sformułowania ‘Pana/Pani zdaniem’), chcąc odwrócić uwagę respondentów od aspektów indywidualnych, a skierować ich uwagę na aspekty ogólne, grupowe czy społeczne.

Pytanie 1: Wartości to... – miało na celu uchwycenie na samym początku ankiety wszelkich pojawiających się u respondentów skojarzeń, asocjacji, konotacji itp. oraz sprawdzenie, na ile (postawione w tak ogólnej formie) pytanie spowoduje podanie konkretnych wartości, a na ile respondenci będą definiowali samo pojęcie lub jego funkcje, czyli na ile uogólnią pytanie, a na ile zdecydują się na wymienianie wartości.

Pytanie 2: Do czego służą wartości? – miało na celu ustalenie, jak respondenci jako uczestnicy komunikacji eksplicitnie definiują funkcje wartości. W pytaniu pierwszym natomiast chodziło o to, czy w ogóle podejmą tę kwestię.

Pytanie 3: Kto przekazuje wartości? – służy ustaleniu instancji odpowiedzialnych za transportowanie w systemie społecznym wartości. Interesuje mnie tu, jakie instancje społeczne zdaniem respondentów uznawane są za kompetentne w dziedzinie przekazywania wartości.

Pytanie 4: Co kojarzy się Państwu z wartościami? – ma cel metateoretyczny. W zestawieniu z pytaniem pierwszym chodzi mi tu o ustalenie wpływu sformułowania pytania na rodzaj odpowiedzi. To znaczy o sprawdzenie, co odpowiedzą uczestnicy komunikacji, kiedy postawić im, by tak rzec, pytanie otwarte na wszystkie strony, a co odpowiedzą, kiedy zawęzić pytanie do skojarzeń. Ciekawe jest tu, czy respondenci rzeczywiście pójdą w tę sugerowaną pytaniem stronę (zawężenia odpowiedzi), czy też nadal będą odpowiadać w sposób otwarty.

Polecenie 5: Proszę wymienić kilka wartości polskich, europejskich i ogólnoludzkich – posiada charakter manipulacyjny. Chodzi w nim o przymuszenie respondentów do opowiedzenia się za tą proponowaną dyferencją wartości (polskie, europejskie, ogólnoludzkie), a więc zaakceptowania tej insynuacji, poprzez zasugerowanie im (przez brzmienie polecenia), że wartości w takim podziale istnieją. Zrezygnowałem ze wstępnych pytań typu ‘Czy istnieją wartości polskie/europejskie/ogólnoludzkie?’ na korzyść sugerowania respondentom istnienia tych trzech rodzajów wartości. Również w tym celu, by dowiedzieć się, przez tę sprowokowaną sztuczną sytuację, czy widzą jakieś specyficznie polskie, europejskie i ogólnoludzkie wartości, a następnie skonfrontować odpowiedzi z reakcjami na pytanie 12, w którym pytam już eksplicytnie o polskie wartości. To znaczy, czy respondenci podadzą inne polskie wartości, jeśli pytamy ich o to w kontekście pozostałych wartości, niż kiedy pytamy ich bezpośrednio tylko o polskie wartości.

Pytanie 6: Gdzie istnieją/gdzie można znaleźć wartości? – ma oczywiście na celu uzyskanie danych na temat, nazwijmy to, rozumienia ontologicznego charakteru wartości przez respondentów oraz (ponownie) na temat instytucji czuwających nad magazynowaniem wartości (ostatni aspekt imputowany jest przez stosunkowo rozmyte sformułowanie tego pytania).

Pytania 7 do 9: Czy wartości są relatywne/względne, obiektywne, subiektywne? – sformułowane zostały jako pytania zamknięte (z trzema możliwymi opcjami: tak, nie, nie mam zdania), po pierwsze, aby sprawdzić, na ile respondenci uznają wartości (z jakichkolwiek powodów) za zjawiska względne lub też za wielkości obiektywne czy subiektywne, a po drugie, ponieważ pytania te zastosowałem już (w tym samym brzmieniu) w podobnej ankiecie na temat ‘prawdy’ (patrz – Fleischer, Grech, Książek 2003), gdzie udało nam się uzyskać stosunkowo ciekawe wyniki, które chcę porównać teraz z danymi na temat wartości, również po to, aby ustalić, czy podobne konstrukty komunikacyjne wykazują także podobne odniesienia wśród uczestników komunikacji. W przypadku tych trzech pytań respondenci zmuszeni zostali do opowiedzenia się po stronie jednej z proponowanych możliwości odpowiedzi.

Pytanie 10: Skąd pochodzą wartości? – ma na celu zbadanie, czy z punktu widzenia pochodzenia wartości respondenci widzą je jako jednostki indywidualne, społeczne, grupowe, etyczne, filozoficzne, pragmatyczne itp. O ile wyżej pytałem o funkcje, teraz pytam o pochodzenie wartości.

Również pytanie 11: Czy wartości są tylko pozytywne, czy również negatywne? – posiada charakter manipulacyjny. Zwracam respondentom co prawda uwagę na to, że wartości są/mogą być tylko pozytywne, sugeruję jednak równocześnie, że mogą być także negatywne, prosząc o opowiedzenie się po stronie ‘tylko pozytywnych’ lub ‘również negatywnych’ wartości. Ciekawi mnie, czy kiedy zwrócę eksplicitnie uwagę na istnienie również negatywnych wartości (co stanowi oczywiście insynuację z mojej strony), respondenci skorzystają z tej oferty, czy też zanegują istnienie takich wartości. Z odpowiedzi na pytania 1 i 5 natomiast dowiemy się, czy respondenci sami z siebie (to znaczy, kiedy nie zwraca im się na tę możliwość uwagi) podadzą negatywne wartości. Jeśli tak, może to oznaczać, że w rzeczy samej mamy do czynienia z funkcjonowaniem zarówno pozytywnych, jak i negatywnych wartości, skoro pojawiają się we wszystkich odpowiedziach na pytania o konkretne wartości. Jeśli nie, oznacza to (w zależności od rodzaju odpowiedzi, które uzyskamy w pytaniu 11), jeśli respondenci podawać będą na przykład symbole kolektywne lub stereotypy, że nie ma funkcjonujących negatywnych wartości i są one jedynie wywołwalne przez insynuowanie ich występowania (co z kolei znaczy, że respondenci są w tej mierze łatwo manipulowalni), lub też, jeśli w pytaniu 11 negatywne wartości nie zostaną podane, że takowe w komunikacjach w ogóle nie funkcjonują. Pytanie 11 stoi w relacji do kolejnego polecenia.

Polecenie 12: Proszę podać najważniejsze pozytywne i negatywne polskie wartości – już jednoznacznie sugeruje (a nie pyta o) istnienie negatywnych wartości, pozostawiając jednak respondentom możliwość pominięcia tego pytania, jeśli wyżej wybrali opcję ‘tak’ w pierwszej odpowiedzi. W połączeniu z pytaniem poprzednim dokonuję tu swego rodzaju testu, mającego sprawdzić, czy na poziomie deklaracyjnym (pytanie 11) opinie są na tyle stabilne, że respondenci nie poddadzą się insynuacji zawartej w pytaniu 12, lub na tyle słabe, że owej insynuacji się poddadzą (i na przykład – wymyślą negatywne wartości), a jeśli tak, to jak i jakie. Sprawdzam zatem, jak silne i czy w ogóle obecne jest przekonanie o nieistnieniu negatywnych wartości oraz na ile respondenci są w tym kontekście manipulowalni, a jeśli są, to jaki jest rezultat manipulacji. Dla ukrycia tej manipulacji stosuję dookreślenie ‘polskie wartości’, co sugeruje respondentom możliwość przejścia na poziom stereotypów, normatywów czy symboli kolektywnych, o których wiemy, że są negatywne i pozytywne.

Pytanie 13 (które zawdzięczam Annette Siemes) – Jaki byłby świat bez wartości? Proszę podać kilka cech – ma na celu wytworzenie hipotetycznej sytuacji (świata bez wartości), a następnie uzyskanie z odpowiedzi respondentów informacji na temat ważności wartości dla systemu społecznego i dla jednostek, to znaczy informacji

na temat tego, jak wielką katastrofą (lub jej brakiem) byłoby zdaniem uczestników komunikacji nieposiadanie wartości.

Przejdźmy teraz do omówienia uzyskanych wyników.

### 3. Wyniki badania

Relacja type/token kształtuje się w bardzo odmienny sposób w zależności od charakteru i przedmiotu pytania. Na niektóre pytania respondenci podają stosunkowo nieliczne różne odpowiedzi, powtarzające się jednak stosunkowo często (niska relacja T/T), w odniesieniu do innych pytań rozsiew odpowiedzi jest mniejszy (wysoka relacja T/T). Przy niskiej relacji oznacza to, że respondenci dysponują małym repertuarem określeń, a zatem odpytywana kwestia jest jasna oraz językowo silnie skonwencjonalizowana (każdy mówi to samo tak samo); w sytuacji odwrotnej jest... odwrotnie. I tak szczególnie pytania 3, 6, 12 (pozytywne i negatywne wartości) oraz 5c świadczą o silnej językowej konwencjonalizacji przedmiotu, o który pytano. Pozostałe pytania zaś dotyczą kwestii, które w języku nie uzyskały silnej konwencjonalizacji i reprezentują rozmyty charakter reprezentowanego tu zagadnienia. Szczegółowo relacje te pokazuje poniższa tabela.

pytanie	1	2	3	4	5a	5b	5c	6	10	12p	12n	13
types	147	162	94	146	111	107	97	93	107	87	96	121
token	281	199	326	250	307	209	258	211	213	223	131	224
T/T	0,52	0,81	0,29	0,58	0,36	0,51	0,38	0,44	0,50	0,39	0,73	0,54

Przeanalizujmy teraz odpowiedzi na kolejne pytania zadane respondentom. Zamieszczone niżej tabele z profilami semantyki danego zagadnienia pokazują w pierwszej kolumnie słowo podstawowe (najczęściej podawane przez respondentów słowo), w trzeciej – warianty semantyczne czy konotacyjne tego podstawowego hasła. Liczby w tabelach, jako że ilość respondentów wynosiła 100, są zarówno liczbami absolutnymi, jak i procentowymi udziałami danego słowa (w odniesieniu do liczby respondentów). Liczby przed danym słowem w kolumnie trzeciej dotyczą częstości podania danego słowa. Wszystkie słowa lub wyrażenia zawarte w tabelach są oryginalnymi odpowiedziami respondentów, w formie, w jakiej zostały podane. Jako granicę relewantności odpowiedzi, ustalam (arbitralnie) 10% zgodności wśród respondentów; odpowiedzi pojawiające się rzadziej nie mają już, moim zdaniem, istotnego znaczenia dla semantyki danego zagadnienia; dla informacji jednak podaję także kilka rzadziej występujących słów, również po to, by pokazać, jakie ważne (na przykład zdaniem badaczy) dla pojęcia wartości aspekty semantyczne w populacji pojawiają się w rzeczy samej tylko rzadko.

Uwaga: Ponieważ respondenci mogli udzielać kilku odpowiedzi na pytania ankiety, suma odpowiedzi wynosi najczęściej więcej niż 100%. Tym samym

niedopuszczalne jest sumowanie poszczególnych odpowiedzi, dlatego na przykład nie można mówić, iż 'normy' i 'zasady' podaje łącznie 45% respondentów, gdyż w obydwu wypadkach mogą to być odpowiedzi tych samych respondentów. Nie jest więc zachowane kryterium rozłączności.

### 3.1. Pytanie 1. – Wartości to...

podstawa	n=%	warianty	n=%
miłość	22	3 szczęście	25
normy	8	2 przekonania, 2 reguły, modele oceny, modele postępowania, modele relewantne, wzorce, wzory, czym się kierujemy, drogowskazy, postawy, priorytety, pryncypia, punkt odniesienia	23
zasady	16	2 zasady etyczne, 2 zasady moralne, 2 ideały	22
rodzina	19		19
uczciwość	9	3 lojalność, 2 sumienie	14
dobro	5	2 dobra, dobra nabyte, dobro/zło, dobroć, niematerialne dobra, co dobre	12
przyjaźń	12		12
coś ważnego	3	ważne, ważne myśli, ważność spraw, to co ważne, 3 cenne, 2 bezcenne	12
cele	5	2 cel życia	7
wiara	5	Bóg	6
moralność	4	etyka	5
szacunek	5		5
szczerść	5		5
zdrowie	5		5
honor	4	godność	5
praca	3	pracowitość	4
życie	4		4
prawda	2	prawdomówność	3
pieniądze	2		2
ojczyzna	2		2

Widzimy tutaj, że respondenci na bardzo szeroko sformułowane pytanie o to, czym są wartości, podają zarówno konkretne (nazwy) wartości, jak i elementy ich definicji, czyli odnoszą się przy tego rodzaju szeroko sformułowanym pytaniu do obydwu aspektów problemu. Generalnie, jako komponenty definicyjne 'wartości', pojawiają się: normy, zasady, coś ważnego, cele. Wnioskować zatem możemy, że wartości

to swego rodzaju elementy normalizujące komunikacji, a w rezultacie – systemu społecznego; elementy harmonizujące i wyznaczające stan normalności w komunikacjach; najprawdopodobniej zarówno wprost (kiedy stosowane jest samo pojęcie ‘wartości’), jak i pośrednio (kiedy stosowane są konkretne nazwy wartości).

Drugi element semantyki ‘wartości’, jaki wyłania się z odpowiedzi respondentów, stanowią konkretnie podane manifestacje (nazwy) wartości. Na pierwszym miejscu pojawiają się: miłość, rodzina, uczciwość, dobro, przyjaźń. Te same elementy zatem, które pojawiły się w rezultacie moich badań na temat symboli kolektywnych (patrz: Fleischer 2003). Ciekawy w odpowiedziach respondentów jest także bardzo niski procentowy udział poszczególnych komponentów semantyki w odniesieniu do wszystkich aspektów semantycznych wartości. O ile w badaniach symboliki kolektywnej w roku 2000 59,8% (a w roku 1993 46,2%) respondentów podało na przykład ‘miłość’ jako istotne w tym kontekście słowo, o tyle teraz tylko 25% respondentów podaje miłość; podobnie rzecz ma się w przypadku pozostałych słów (rodzina 37%, przyjaźń 32,9% w roku 2000 wobec 19% i 12%). To samo generalnie dotyczy niskiej częstości odpowiedzi w stosunku do pozostałych, sytuujących się poniżej 10%, elementów semantycznych. Wymieniane są co prawda te same słowa, co w wypadku symboli kolektywnych, jednak przez niewielu tylko respondentów. Wynika to niewątpliwie z semantycznej otwartości samego pytania w przypadku aktualnej ankiety, kiedy to respondenci poza wymienianiem poszczególnych wartości udzielają także odpowiedzi typu definicyjnego. Kiedy więc w danym badaniu chodzić ma o podanie samych wartości, adekwatniejsze wydaje się stawianie pytania w brzmieniu, jakie zastosowane zostało w ankiecie na temat symboli kolektywnych. Otrzymujemy bowiem w tym wypadku więcej relewantnych odpowiedzi.

Zestawiając natomiast wszystkie odpowiedzi respondentów i grupując je w dwie kategorie, a mianowicie odpowiedzi dotyczące aspektów definicyjnych pojęcia wartości oraz odpowiedzi podające konkretne wartości, otrzymujemy następujące zestawienie.

Odpowiedzi definicyjne vs konkretne wartości.

	<b>elementy definicji</b>	<b>konkretne wartości</b>
types	98	49
token	140	141
T/T	0,7	0,35

Widoczne staje się w tym zestawieniu, że z uwagi na types, czyli różne słowa, elementy definicyjne pojawiają się dwukrotnie częściej niż słowa określające konkretne wartości. Na tak postawione (otwarte) pytanie respondenci udzielają częściej odpowiedzi, które charakteryzują samo zagadnienie, stanowią, jakkolwiek ogólne czy szczegółowe, definicje samego pojęcia, dużo rzadziej natomiast podają manifestacje,

w tym wypadku, wartości. Z uwagi na token natomiast stosunek odpowiedzi w obydwu klasach jest jednoznacznie wyrównany. Podawanych jest zatem tyle samo słów dotyczących definicji, co samych wartości, z tym że nazwy konkretnych wartości podawane są w identycznej formie częściowej, elementy definicyjne natomiast wykazują dużo szerszy rozmiar i nie kumulują się na określone nieliczne formy leksykalne, lecz określają wartości za pomocą wielu i różnych słów. Definicja wartości nie jest zatem tak skonwencjonalizowana językowo, jak nazwy i repertuar samych wartości.

### 3.2. Pytanie 2. – Do czego służą wartości?

podstawa	n=%	warianty	n=%
porządek	2	porządkowanie, porządkowanie świata, porządkuje, organizacja życia społecznego, organizowanie życia społecznego, jedność, 2 jedność społeczna, podtrzymywanie więzi, podtrzymywanie społeczeństwa, regulacja społeczna, regulacja własna, systematyzacja, systematyzowanie, ład społeczny	18
życie	5	3 dobre życie, życie ma sens, do życia, godne życie, egzystencja, poprawne życie, prawidłowe życie, sens życia	15
ocena	3	2 ocenianie, 3 dobro/zło	8
określanie	1	określają, określanie się, określanie siebie, do określenia, określenie siebie	6
normy	2	norma, normują, ustalanie kryteriów, ustalanie zasad	6
postępowanie	3	postępować właściwie, 2 światopogląd	6
cel	4	cel w życiu	5
drogowskaz	4	drogowskaz życia	5
wybór	2	3 wybieranie	5
priorytety	5		5
decydowanie	2	2 decyzje	4
hierarchia	2	2 hierarchizacja	4
kształtowanie	2	kształtowanie charakteru, kształtowanie siebie	4
odróżnianie	4		4
rodzina	2		2

Na pytanie, do czego wartości służą, respondenci odpowiadają w sposób bardzo jednoznaczny i, jak widać, nie posiadają na ten temat większych wątpliwości. Wartości służą do konstytuowania porządku oraz do życia. To wszystko. Zwraca uwagę także bardzo niska częstość odpowiedzi i niska ich językowa konwencjonalizacja. Tylko



18% względnie 15% respondentów podaje te komponenty. Wnioskować więc możemy, że co prawda dość dobrze wiadomo, do czego wartości służą, oraz że są to tylko dwa powody, jednak tylko niewielu respondentów powody te zna lub podaje. Wartości służą do gwarantowania porządku, to jest pewne, mniema to jednak tylko niewielu respondentów. Pozostałe powody są językowo bardzo rozmyte i nie są podawane w skonwencjonalizowanej formie. Niewykluczone zatem, że wartości są swego rodzaju konceptem komunikacyjnym, który co prawda sam, jako taki, nie pojawia się na powierzchni komunikacji (czyli w konkretnych komunikacjach), wyraźnie je jednak i silnie ukierunkowuje, niezależnie od tego, czy uczestnicy komunikacji zdają sobie z tego sprawę, czy nie. W moich badaniach konceptów komunikacyjnych (patrz: Fleischer 2008) sytuuję 'wartości' w obszarze konstruktów stabilizujących; prezentowane tutaj badanie pokazuje, że po pierwsze – jako takie w rzeczy samej występują, a po drugie – tylko niewielka część uczestników komunikacji zdaje sobie z tego eksplicytnie sprawę. Jest to stosunkowo zaskakujący wynik; wydawałoby się bowiem, że większość uczestników komunikacji powinna zdawać sobie sprawę z tej funkcji wartości w systemie komunikacji (i manifestować to). Zgodnie z prognozami wynikającymi z badań świadomość taka na powierzchni komunikacji się nie pojawia. Jako uczestnicy komunikacji stosujemy co prawda wartości w tej funkcji, nie zdajemy sobie z tego jednak, nawet o to pytani, sprawy.

### 3.3. Pytanie 3. – Kto przekazuje wartości?

podstawa	n=%	warianty	n=%
rodzina	36	5 dziadkowie, 4 bliscy, 3 dom, 3 rodzeństwo, 2 najbliżsi, babcia, mama, tata	55
rodzice	49		49
szkoła	29	11 nauczyciele, wychowawcy, wychowanie, pedagodzy	43
Kościół	25	4 religia, 3 wiara, 2 Bóg, 2 religie, Biblia, duchowni, ksiądz, wyznanie	40
społeczeństwo	9	5 otoczenie, 2 środowisko, grupa, grupa społeczna, grupy środowiskowe, koledzy, koleżanki, organizacje, rówieśnicy, sąsiedzi, grupa	25
media	7	2 TV, telewizja, 5 literatura, 3 książki, publikatory, sztuka, twórcy	21
autorytety	12	2 autorytet, autorytety moralne	15
znajomi	5	5 starsi, 4 opiekunowie, dorośli	15
przyjaciele	13		13
kultura	6	2 historia, tradycja	9
państwo	2	2 instytucje państwowe, instytucje	5
ideały	3		3

W kolejnym pytaniu interesowało mnie, kto przekazuje wartości, jakie instytucje, organizacje czy systemy funkcyjne systemu społecznego odpowiedzialne są, zdaniem respondentów, zarówno za transportowanie, jak i tradycjonalizowanie wartości. Uzyskane wyniki są dość jednoznaczne. O ile na temat tego, do czego wartości służą, respondenci mieli dość niejasne wyobrażenie, o tyle teraz, w odniesieniu do tego, kto wartości przekazuje, sytuacja jest bardziej wyrazista. Wyróżnić możemy zasadniczo dwie do trzech takich instancji: rodzinę, rodziców i szkołę; ponadto (w mniejszym już stopniu) Kościół, jak i (ogólnie) społeczeństwo i media. Pierwsze dwie instytucje (rodzina i rodzice) możemy (w niejakim uproszczeniu) potraktować łącznie (ciekawy jest tu dość duży udział 'dziadków'). Za tradycjonalizowanie i socjalizowanie wartości odpowiedzialne są, zdaniem uczestników komunikacji, z jednej strony instytucje – nazwijmy je – prywatne, podstawowe w systemach społecznych, a z drugiej instytucje publiczne, po pierwsze eksplicytnie do tego przeznaczone (jak szkoła) oraz instytucje o szerszym zasięgu i wielu innych jeszcze funkcjach (jak Kościół). Interesujący jest tu także stosunkowo niski udział mediów a zwłaszcza – przyjaciół. Zarówno wpływ grupy rówieśników (przyjaciele), czyli swego rodzaju poziome transportowanie wartości, jak i wpływ mediów, co do których zakłada się powszechnie, iż to one właśnie mają przemożny (a nierzadko zgubny) wpływ na rozpowszechnianie wartości wśród młodzieży, w oczach samych ankietowanych, w ich własnej ocenie zatem, nie jest tak silnie zamanifestowany, jak można by mniemać z relacji medialnych czy z wiedzy potocznej.

### 3.4. Pytanie 4. – Co kojarzy się Państwu z wartościami?

podstawa	n=%	warianty	n=%
moralność	10	4 etyka, zasady moralne	15
religia	4	3 Bóg, 3 Kościół, dekalog, pobożność, teologia, wiara, 10 przykazań	15
rodzina	8	3 rodzice, życie rodzinne, babcia	13
dobro	11	dobroć	12
zasady	6	2 normy, drogowskaz	9
życie	4	życie w społeczeństwie, egzystencja, egzystencjonalność, chęć życia, sens życia	9
przyjaźń	6	przyjaciele	7
miłość	6		6
tradycja	6		6
uczciwość	6		6
szkoła	3	3 wychowanie	6
bezpieczeństwo	5		5
praca	5		5

podstawa	n=%	warianty	n=%
sumienie	3	sumiennosc	4
dom	2	wlasny dom	3
ojczyzna	3		3
doswiadczenie	3		3
honor	3		3
radosc	3		3
szczęście	3		3

Pytanie czwarte, w którym chodzi o ukierunkowanie uwagi respondentów wprost na skojarzenia dotyczące wartości, a po uzyskaniu tych danych, o skorelowanie odpowiedzi z reakcjami na (sformułowane w sposób otwarty) pytanie pierwsze, daje stosunkowo nieoczekiwane wyniki. Po pierwsze zaobserwować można niski stopień zgodności odpowiedzi i nikłą językową ich konwencjonalizację; uzyskujemy dość rozmyty zestaw skojarzeń związanych z wartościami. Po drugie zaś te słabo zmanifestowane komponenty semantyczne odbiegają znacznie od odpowiedzi na pytanie pierwsze, w którym pojawiały się silnie zmanifestowane komponenty definicyjne oraz wysoko uplasowane w hierarchii symbole kolektywne. Tu w pytaniu o skojarzenia dominuje element tautologiczny definicji (moralność) oraz jedna z instytucji odpowiedzialnych za transportowanie wartości (co może oczywiście być spowodowane kolejnością pytań). ‘Zasady’ natomiast nie odgrywają tu już ważnej roli i schodzą na plan drugi; podobnie jak ‘miłość’. Pytając więc o skojarzenia, kanalizujemy dość jednoznacznie odpowiedzi respondentów (w tym sensie otwarte i szeroko interpretowalne pytanie pierwsze jest bardziej odpowiednie, kiedy chcemy w badaniach uchwycić wszystkie aspekty lub przynajmniej dużo aspektów jakiegoś problemu) i uzyskujemy raczej odpowiedzi tautologiczne i bardzo rozmyte semantycznie, co jest o tyle zrozumiałe, że mamy tu, jak już wyżej wspominałem, do czynienia z obiektem z obszaru konceptów komunikacyjnych, a zatem takim, który nie powinien wykazywać specyficznych i na powierzchni komunikacji mocno zmanifestowanych skojarzeń, skoro, jak prognozuje to teoria, jest jednym z jej elementów sterujących. Uzyskane tu wyniki zdają się potwierdzać te prognozy teorii.

### 3.5. Wartości polskie, europejskie i ogólnoludzkie

Kolejne pytanie (5) postawione zostało w odniesieniu do trzech aspektów interesującego nas tu problemu oraz w celach manipulacyjnych. Pytanie sugeruje (czy wręcz imputuje) respondentom, że istnieje podział na wartości polskie, europejskie i ogólnoludzkie, a postawienie tego pytania sprawdza, czy sugestia ta jest przez respondentów akceptowana. Odpowiedzi na te trzy warianty pytania podaję niżej i omawiam je po kolei, następnie zaś przejdę do zestawienia wyników.

## 3.5.1. Pytanie 5a. – Proszę wymienić kilka wartości polskich

podstawa	n=%	warianty	n=%
rodzina	39	2 rodzinność, więzi rodzinne	42
wiara	11	wiara religijna, wiara w Boga, pobożność, 8 Kościół, 7 Bóg	29
patriotyzm	27		27
religia	14	5 religijność, 3 chrześcijaństwo	22
honor	14	2 walka, bohaterstwo	17
tradycja	14	kultywowanie tradycji	15
ojczyzna	10	naród, narodowe, 2 historia	14
gościnność	12		12
miłość	10		10
praca	5	3 pracowitość	8
wolność	4	3 solidarność, niepodległość	8
przyjaźń	5	przyjaciele	6
odwaga	5		5
dom	2	domowe ciepło, ciepło rodzinne	4
wykształcenie	4		4
kultura	3		3
tożsamość	2	tożsamość narodowa	3
szacunek	3		3
tolerancja	3		3
zdrowie	3		3
otwartość	3		3
lenistwo	2		2
pieniądze	2		2
pijaństwo	2		2
indeksy		Gniezno, Kraków, oscypek, Podhale, Polska	5

Widzimy jednoznacznie, że uczestnicy komunikacji posiadają dość wyraźne wyobrażenie o istnieniu polskich wartości oraz z dużą częstotliwością podają ich nazwy. Na pierwszym miejscu sytuują się: rodzina, wiara, patriotyzm i religia; ogólnie – wartości ukierunkowane społecznie, odnoszące się do wymiaru ponadindywidualnego; tylko ‘rodzina’ i ‘miłość’ dotyczą indywidualium/jednostki. Po części podawane są także wartości sytuujące się w obrębie stereotypów narodowych (patriotyzm, honor, gościnność, odwaga czy tolerancja). Brak tu natomiast (poza pijaństwem i, jak się później okaże, pieniędzmi) wartości negatywnych; prawie wszystkie podane przez respondentów słowa dotyczą wartości pozytywnych. Istnieją więc, zdaniem

respondentów, ponad wszelką wątpliwość (patrz – procentualna manifestacja odpowiedzi) typowo polskie wartości i są to wartości prawie wyłącznie pozytywne.

### 3.5.2. Pytanie 5b. – Proszę wymienić kilka wartości europejskich

podstawa	n=%	warianty	n=%
tolerancja	23	nadmierna tolerancja, 3 szacunek	27
demokracja	5	poszanowanie godności, prawa człowieka, prawo, praworządność, sprawiedliwość, 2 liberalizm, 2 państwo, 2 braterstwo, 2 władza	18
otwartość	11	humanitaryzm, humanizm	13
praca	8	2 pracowitość	10
równość	8	równouprawnienie	9
rodzina	9		9
jedność	4	2 zjednoczenie, 3 integracja	9
kosmopolityzm	5	patriotyzm, patriotyzm lokalny	7
współpraca	3	współpraca państw, 3 wspólnota	7
religia	2	religijność, ateizm, Kościół, laickość	6
sukces	4	2 kariera	6
wolność	5		5
przyjaźń	4		4
kultura	3		3
pieniądze	3		3
uczciwość	3		3
dobrobyt	2		2
miłość	2		2

Na (sugerujące) pytanie o wartości europejskie uzyskano dość wyraźnie odmienne odpowiedzi niż na pytanie o polskie wartości. Niższa jest w tym wypadku zarówno zgodność respondentów, jak i ilość poszczególnych komponentów semantycznych. Może to świadczyć o niewielkim (jeszcze) zakorzenieniu wartości europejskich (o ile takie istnieją!) w polskich komunikacjach lub też o braku takich wartości w ogóle. Jako wartości europejskie podawane są (nie częściej jednak niż w 27%): tolerancja, demokracja, otwartość i praca (przy czym ostatni element pojawił się z prawie równą częstością także wśród wartości polskich). Brak natomiast silnie zmanifestowanych: rodziny, wiary czy (w ogóle) patriotyzmu. Wartości europejskie odnoszą się więc wyraźnie do innych aspektów systemu społecznego niż typowo polskie wartości. A to głównie do tolerancji jako zjawiska społecznego i do demokracji jako formy organizacji systemu społecznego. Brak natomiast wśród wartości europejskich prawie zupełnie (lub są one bardzo słabo zmanifestowane) komponentów ukierunkowanych na jednostkę.

## 3.5.3. Pytanie 5c. – Proszę wymienić kilka wartości ogólnoludzkich

podstawa	n=%	warianty	n=%
miłość	27		27
rodzina	14	4 dom	18
dobro	9	4 dobroć, etyczno-moralne, etyka, moralność	16
życie	13	życie prywatne, ochrona życia	15
przyjaźń	14		14
szacunek	6	szacunek dla człowieka, poszanowanie, poszanowanie człowieka, poszanowanie dla innych, poszanowanie innych	11
szczerłość	8	3 otwartość	11
pieniądze	6	2 pieniądz, dobrobyt, dolary	10
uczciwość	7	3 lojalność	10
sprawiedliwość	5	prawo, prawość, prawa człowieka	8
humanitaryzm	5	2 humanizm	7
tolerancja	7		7
praca	3	3 pracowitość	6
prawda	6		6
zdrowie	6		6
religia	4	religijność	5
wolność	4	wolności osobiste	5
mądrość	4		4
pokój	4		4
wiara	2	Bóg, Kościół	4
honor	3		3

Na pytanie o wartości ogólnoludzkie uzyskano z kolei odpowiedzi podobne do odpowiedzi na pytanie o wartości w ogóle (pytanie 1) czy też o skojarzenia związane z wartościami (pytanie 4). Inny jest tylko rozkład częstości odpowiedzi. O ile zatem 'miłość' i 'rodzina' są bardzo istotnymi wartościami, kiedy pytamy o wartości jako takie, o tyle pojawiają się one co prawda również na pierwszych miejscach w wypadku pytania o wartości ogólnoludzkie, z tym jednak, że ze znacznie mniejszą częstością. Inne są też relacje ważności w odniesieniu do wartości niższych poziomów częstości. Wnioskować jednak można, że wartości ogólnoludzkie – co do ich nazw, a pewnie także funkcji – odpowiadają wartościom w ogóle. Co oczywiście nie dziwi. Wnioskować jednak można, że jeśli pytamy o wartości jako takie, (polscy) uczestnicy komunikacji silniej orientują się na wartości ogólnoludzkie niż na wartości typowo polskie; a to już nie jest takie oczywiste.

## 3.5.4. Zestawienie wartości polskich, europejskich i ogólnoludzkich

Zestawiając wszystkie trzy typy wartości, otrzymujemy następujący obraz (raz w układzie poszczególnych typów, raz w układzie alfabetycznym).

<b>polskie</b>	<b>n=%</b>	<b>europejskie</b>	<b>n=%</b>	<b>ogólnoludzkie</b>	<b>n=%</b>
rodzina	42	tolerancja	27	miłość	27
wiara	29	demokracja	18	rodzina	18
patriotyzm	27	otwartość	13	dobro	16
religia	22	praca	10	życie	15
honor	17	równość	9	przyjaźń	14
tradycja	15	rodzina	9	szacunek	11
ojczyzna	14	jedność	9	szczerłość	11
gościnność	12	kosmopolityzm	7	pieniądze	10
miłość	10	współpraca	7	uczciwość	10
praca	8	religia	6	sprawiedliwość	8
wolność	8	sukces	6	humanitaryzm	7
przyjaźń	6	wolność	5	tolerancja	7
odwaga	5	przyjaźń	4	praca	6
dom	4	kultura	3	prawda	6
wykształcenie	4	pieniądze	3	zdrowie	6
kultura	3	uczciwość	3	religia	5
tożsamość	3	dobrobyt	2	wolność	5
szacunek	3	miłość	2	mądrość	4
tolerancja	3			pokój	4
zdrowie	3			wiara	4
otwartość	3			honor	3
lenistwo	2				
pieniądze	2				
pijaństwo	2				

<b>wartości</b>	<b>polskie</b>	<b>europejskie</b>	<b>ogólnoludzkie</b>
demokracja	–	18	–
dobro	–	–	16
gościnność	12	–	–
honor	17	–	3
jedność	–	9	–
miłość	10	2	27
ojczyzna	14	–	–

wartości	polskie	europejskie	ogólnoludzkie
otwartość	3	13	
patriotyzm	27	–	–
pieniądze	2	3	10
praca	8	10	6
przyjaźń	6	4	14
religia	22	6	5
rodzina	42	9	18
równość	–	9	–
szacunek	3	–	11
szczerłość	–	–	11
tolerancja	3	27	7
tradycja	15	–	–
uczciwość	–	–	10
wiara	29	–	4
wolność	8	5	5
życie	–	–	15

Widoczne staje się, że po pierwsze najwięcej słów podawanych jest dla wartości polskich i one też posiadają najwyższą częstość, po drugie dość duża część wartości ogólnoludzkich pokrywa się z wartościami uznawanymi za polskie, zaś po trzecie najmniej znacząco zmanifestowanych wartości znajdujemy w obszarze europejskim. Wartości polskie dotyczą przy tym przede wszystkim obszaru prywatnego i religijnego oraz narodowego, podczas kiedy (generalnie nieliczne) wartości europejskie sytuują się raczej w obszarze, nazwijmy to, państwowotwórczym. Wartości ogólnoludzkie natomiast dotyczą prawie wyłącznie obszaru prywatnego, obszaru odniesionego do jednostki jako uczestnika komunikacji. O tym, że mamy tu do czynienia z trzema odmiennymi obszarami, świadczą jednoznacznie różnice w natężeniu częstości podań. Te same słowa określające jakąś wartość wykazują bardzo duże wahania częstości w odniesieniu do poszczególnych trzech obszarów wartości. Dana wartość uznawana jest co prawda za istotną zarówno dla Polski i Europy, jak i generalnie w wymiarze ogólnoludzkim, jednak nie w tym samym stopniu. Wnioskować zatem można, że z jednej strony 'nas' od 'innych' różnicuje repertuar wartości uznawanych za ważne, a z drugiej ich różnice w stopniu tej ważności.

Na przykład 'religia' czy 'rodzina' ważne są dla kogoś jako Polaka, niezbyt ważne jednak dla niego jako Europejczyka czy ogólnie człowieka; zaś 'miłość' istotna jest dla kogoś jako człowieka w ogóle, jako Polaka natomiast w mniejszym stopniu, zaś jako Europejczyka jest już nieistotna. Posiadamy zatem, jak się okazuje, pewien określony repertuar wartości, jesteśmy jednak w stanie dość precyzyjnie stopniować



ważność, a co za tym idzie – pozycję w hierarchii jego elementów. Jesteśmy w stanie stosować wartości w zależności od obszaru ich występowania czy obowiązywania. Wartości nie są więc elementami stałymi, niezmiennymi, lecz funkcjonalnymi; dla odpowiednich obszarów ich obowiązywania stosujemy je z odmienną mocą. Ponadto widzimy, że Polska, Europa, ludzkość to (w odniesieniu do wartości) odmienne podobszary funkcyjne komunikacji.

Z praktycznego punktu widzenia oznacza to, że kiedy argumentujemy na przykład w polskim tekście medialnym czy wizerunkowym na rzecz demokracji (czyli w przekonaniu respondentów na rzecz wartości europejskiej), adekwatniejsze będzie stosowanie nie tego właśnie słowa (demokracja), lecz na przykład słów: ojczyzna, patriotyzm czy rodzina.

Kiedy zaś chcemy w kontekście europejskim argumentować wśród Polaków na rzecz tolerancji, adekwatniejsze będzie mówienie za pomocą ‘gościnności’, gdyż, jak widać, ‘tolerancja’ wśród specyficznie polskich wartości nie występuje. Gdyby sporządzić obszerniejszy (niż w tym badaniu) zestaw tych trzech wymiarów wartości, uzyskalibyśmy swego rodzaju słownik semantyki wartości w tych wymiarach i łatwiej byłoby produkować odpowiednio nasemantyzowane, a zatem adekwatne w swoim oddziaływaniu teksty.

### 3.6. Pytanie 6. – Gdzie istnieją/gdzie można znaleźć wartości?

podstawa	n=%	warianty	n=%
rodzina	24	2 przyjaciele	26
Kościół	12	4 religia, 3 biblia, pismo święte, wyznania	21
szkoła	16	2 uczelnie, nauczanie instytucjonalne	20
ludzie	6	inni ludzie, my, relacje międzyludzkie, stosunki międzyludzkie, w człowieku, w innych, w każdym, w ludziach, w nas, w relacjach ogólnoludzkich, człowiek, drugi człowiek	18
literatura	6	5 książki, dobra książka, 2 filmy, kino, teksty, TV	17
społeczeństwo	8	2 inni, grupa, grupa ludzi, grupy	13
życie	8	życie codzienne, życie narodowe, życie społeczne	11
dom	10		10
praca	9		9
kultura	5		5
wszędzie	5		5
historia	3	2 tradycja	5
media	3		3
ulica	3		3

Pytanie szóste ma na celu uzyskanie danych na temat, nazwijmy to, miejsca przechowywania wartości, to znaczy na temat tych instytucji czy systemów funkcyjnych systemu społecznego, które odpowiedzialne są za tradycjonalizowanie wartości. Okazuje się, że zasadniczo są trzy takie instytucje: rodzina, Kościół i szkoła. Z jednej strony zatem obszar prywatny, z drugiej obszar religii i w końcu obszar społeczny, a w szczególności jego główna instytucja socjalizacyjna, jaką jest szkoła. Łącząc grupy 'rodzina' i 'dom' w jedną, twierdzić możemy, że ta właśnie grupa stanowi najsilniejszą instytucję odpowiedzialną, zdaniem respondentów, za przechowywanie wartości. Ciekawe, że to właśnie obszar prywatny, a nie, jakby się może wydawało, instytucje socjalizacyjne, widziane są jako podstawowe miejsce przechowywania wartości. Z punktu widzenia systemu społecznego i mechanizmu komunikacji jest to jednak najskuteczniejsze miejsce, gdyż najbardziej stabilne, pewne i gwarantujące brak zakłóceń, jak i łatwość przekazu i łatwość kontroli jego zapamiętania. Zwraca jednak uwagę także stosunkowo niski stopień manifestacji tych przekonań, gdyż najwyżej około 20 do 30% respondentów podaje owe miejsca; oczekivalibyśmy raczej większej jasności wśród respondentów w tym zakresie. Z drugiej strony rzuca się w oczy stosunkowo wyrównana relacja omówionych wyżej instancji. Łącząc podane przez respondentów instancje w bardziej skompromowane grupy, uzyskujemy następujący, nieco odmienny, obraz.

<b>podstawa</b>	<b>n=%</b>
ludzie / społeczeństwo / życie	42
rodzina / dom	36
literatura / media / kultura	25
Kościół	21
szkoła	20

Dość wyraźnie, na tym poziomie uogólnienia, manifestuje się współwystępowanie dwóch podstawowych obszarów, mianowicie społecznego i prywatnego; jeśli traktować 'szkołę' jako instytucję społeczną, dominacja 'społeczeństwa' wzrasta dodatkowo. Niski natomiast pozostaje udział szeroko rozumianych mediów oraz Kościoła. Zwrócić trzeba tu jednak uwagę na to, że w zasadzie wszystkie podane przez respondentów instytucje są oczywiście elementami systemu społecznego. W analizie danych nie o ten teoretyczny wymiar jednak chodzi, lecz o stan świadomości na temat poszczególnych składników tego systemu wśród uczestników komunikacji, czyli o ich rozumienie stratyfikacji systemu społecznego z uwagi na zagadnienie magazynowania wartości.

Niżej skoreluję odpowiedzi na pytania 2, 3, 6, 10, aby uzyskać jeszcze dokładniejsze dane na temat relacji między różnymi aspektami obecności wartości w przestrzeni komunikacyjnej.

### 3.7. Pytania 7 do 9. – Czy wartości są względne, obiektywne, czy subiektywne

W pytaniach 7 do 9 chodzi o ustalenie, czy respondenci uważają wartości za obiektywne podlegające relatywizacji, czy też za zjawiska absolutne oraz czy sądzą, że są one obiektywne lub subiektywne.

pytanie (n=%)	tak	nie	nie mam zdania	brak odpowiedzi
7. Czy wartości są relatywne/względne?	54	19	19	8
8. Czy wartości są obiektywne?	29	55	8	8
9. Czy wartości są subiektywne?	59	23	9	9

Sytuacja, jaka wyłania się z danych, jest dość ciekawa. Generalnie respondenci są zdania, że wartości są czymś względnym/relatywnym; tylko 19% ankietowanych reprezentuje stanowisko przeciwnie, tyle samo nie ma zdania w tej kwestii. Odpowiedzi na pozostałe dwa pytania perpetuują ten trend z uwagi na jego logikę; respondenci twierdzą, że wartości nie są obiektywne (55%), czyli są subiektywne (59%). Potwierdza się zatem wśród większości respondentów przekonanie na temat względności i subiektywnego (a nie obiektywnego) charakteru wartości. Ciekawe są jednak dwa inne aspekty. Po pierwsze dość charakterystyczna zmiana odpowiedzi przeczących imputowanej w pytaniu cesze, a po drugie relacja do odpowiedzi na większość pozostałych pytań ankiety. Po kolei.

19% respondentów jest zdania, że wartości nie są względne (czyli, założyć można z perspektywy klasycznej logiki, że są absolutne), równocześnie jednak 29% twierdzi, że są obiektywne, z czego wynika, że 10% respondentów uważa, że wartości są względne oraz obiektywne (lub część z nich zmienia zdanie z 'braku zdania' na posiadanie tego zdania). Z tego wynika, moim zdaniem, że mamy tu do czynienia z niesymetrycznymi (w pewnym zakresie) opozycjami, to znaczy, że opowiedzenie się za względnością wartości nie jest równoznaczne z zajęciem odpowiedniej i odpowiadającej temu mniemaniu strony opozycji 'obiektywne/subiektywne'. Względność traktować zatem trzeba jako coś innego niż subiektywność. Drugi ciekawy aspekt wynikający z odpowiedzi na te trzy pytania pojawia się w wyniku korelacji tych odpowiedzi z odpowiedziami na pozostałe pytania. Skoro bowiem absolutna większość ankietowanych jest zdania, że wartości są względne i subiektywne, jak skorelować z tym odpowiedzi twierdzące, że wartości przekazywane są przez społeczeństwo, rodzinę, a także 'w nich' są magazynowane, że istnieją wartości polskie, europejskie i ogólnoludzkie, że wartości służą do utrzymywania porządku itp. Indywidualnie zatem, tak można by wnioskować, przekonani jesteśmy o subiektywności i względności wartości, a zatem o naszej sile sprawczej i sterującej w tej dziedzinie; społecznie natomiast zdajemy sobie sprawę z tego, że wartości posiadają ponadindywidualną

moc, działanie i stanowią w gruncie rzeczy element kolektywny, niesterowalny przez jednostkę. Swego rodzaju schizofreniczność tych dwóch odmiennych mniemań nie wydaje nam się jednak przeszkadzać; w odpowiedniej sytuacji komunikacyjnej aktywizujemy określony (adekwatny dla tej sytuacji) pogląd, nie przejmując się tym, że w innej sytuacji wygłaszamy pogląd odmienny i, jak się tu okazuje, sprzeczny z pierwszym poglądem. Potwierdza się tu, pojawiająca się w wielu wynikach badań komunikacji, stosowanie przez nas w komunikacjach logiki rozmytej (*fuzzy*), służącej do motywowania poglądów zgodnych z sytuacją komunikacyjną, w jakiej poglądy te są wygłaszane, a niezgodnych z klasyczną logiką czy z tzw. wewnętrznymi przekonaniem. Gdyż komunikacja nie jest logiczna, lecz adekwatna do przestrzeni, sytuacji i miejsca komunikacji. Lepiej się bowiem czujemy (i lepszy mamy humor), kiedy jesteśmy przekonani o subiektywności (tu) wartości, czyli o naszej sile sprawczej, niż gdybyśmy musieli przyznać, że jesteśmy sterowani mechanizmem komunikacji. Kiedy natomiast pytanie postawione jest tak, że komfort ten nie zostaje zakłócony, odpowiedzi nasze reflektują inne wyznaczniki komunikacji. Ciekawy jest również fakt, że prawie 10% respondentów odmawia udzielenia odpowiedzi na te pytania, czyli nawet nie jest skłonna do nieposiadania zdania w tej kwestii, lecz generalnie odmawia udzielenia odpowiedzi. Cecha ta pojawi się jeszcze raz i dużo silniej w przypadku pytania 11.

Korelując te dane z odpowiedziami na te same pytania z badania przeprowadzonego swego czasu na temat 'prawdy' (patrz: Fleischer, Grech, Książek 2003), uzyskujemy następujące zestawienie. Dla informacji podaję także odpowiedzi na dwa inne jeszcze pytania z badania na temat prawdy.

wartości (n=%)	tak	nie	nie mam zdania	brak odpowiedzi
Czy wartości są relatywne/względne?	54	19	19	8
Czy wartości są obiektywne?	29	55	8	8
Czy wartości są subiektywne?	59	23	9	9

prawda	tak	nie	nie mam zdania
Czy prawda jest relatywna/względna?	56,9	9,8	33,3
Czy prawda jest obiektywna?	43,1	41,2	14,7
Czy prawda jest subiektywna?	37,3	37,3	25,4
Czy prawda istnieje?	80,4	11,8	7,8
Czy istnieje wiele prawd?	49,0	47,1	3,9

Okazuje się, że mniej więcej ta sama ilość respondentów sądzi, że prawda i wartości są względne; w wypadku prawdy jednak mniej respondentów jest przekonanych o tym, że tak nie jest, dużo więcej natomiast nie posiada w tej kwestii zdania.

Na pytanie o obiektywność wartości i prawdy odpowiedzi dość znacznie się różnią; o ile mniej więcej tyle samo respondentów jest zdania, że prawda jest lub nie jest obiektywna czy subiektywna, o tyle w przypadku wartości większość respondentów sądzi, że wartości nie są obiektywne, lecz subiektywne. Zwraca także uwagę fakt, że w przypadku prawdy dość duży procent respondentów nie posiada zdania w interesującej nas tu kwestii; w przypadku wartości sytuacja jest dużo jaśniejsza. Generalnie widzimy, że w przypadku wartości uczestnicy komunikacji posiadają bardziej jednoznaczne poglądy na problem obiektywności/subiektywności, niż ma to miejsce w przypadku prawdy. Z czego wnioskować możemy, że słowo 'wartości' posiada więcej silnych funkcji komunikacyjnych niż 'prawda' oraz że funkcje te służą do manifestacji jednoznacznych stanowisk w komunikacjach.

### 3.8. Pytanie 10. – Skąd pochodzą wartości?

podstawa	n=%	warianty	n=%
rodzina	16	3 dom, 2 bliscy	21
religia	6	5 dekalog, 3 Bóg, 2 wiara, wierzenia, Biblia, Kościół	19
kultura	15	kultura duchowa, kultura materialna, obyczaje	18
społeczeństwo	7	2 inni, zachowania społeczne, od innych, 2 środowiska, grupa, informacyjne współistnienie ludzi, normy społeczne, wzorce społeczne	17
wychowanie	7	4 szkoła, proces edukacji, proces wychowawczy, socjalizacja, wykształcenie	15
ludzie	7	ludzie robią, ludzkość, człowiek, my sami, od ludzi, relacje międzyludzkie	13
tradycja	12		12
historia	6	przeszłość, przodkowie	8
media	3	3 książki, literatura	7
doświadczenie	4	doświadczenie ludzkie, doświadczenie życiowe	6
przekonania	5		5
autorytety	4		4
cywilizacja	4		4
nauka	4		4
komunikacja	2	kontakty międzyludzkie	3
życie	3		3

O ile dotychczas pytałem respondentów o to, gdzie magazynowane są lub kto przekazuje wartości, teraz, w pytaniu dziesiątym, interesuje mnie pochodzenie wartości. Generalnie zaobserwować można, że również w tym wypadku odpowiedzi

realizują odkryty już wyżej schemat. Źródłem pochodzenia wartości są rodzina, religia i społeczeństwo (co nie ma oznaczać, jakoby rodzina czy religia nie były elementami systemu społecznego). Nowym pojawiającym się tutaj aspektem jest ‘wychowanie’, czyli proces socjalizacji, na ważność którego respondenci dotąd nie zwracali szczególnej uwagi. Z jednej strony (kumulując co nieco dane) uczestnicy komunikacji wskazują na konkretnych aktantów systemu społecznego, na, by tak rzec, ludzi z krwi i kości (bliscy, ludzie, człowiek itp.), a z drugiej na instytucje czy systemy funkcyjne systemu społecznego (religia, społeczeństwo jako takie, socjalizacja, tradycja itp.). Zwrócić chcę tu uwagę również na brak pewnego elementu, a mianowicie ‘szkoły’; o ile szkoła obecna była w odpowiedziach na pytania o przekazywanie i magazynowanie wartości, o tyle kiedy chodzi o pochodzenie wartości, element ten się już nie pojawia. Szkoła ma zatem, zdaniem respondentów, z uwagi na wartości jedynie funkcje usługowe, lecz nie – generujące. Społeczeństwo, rodzina i religia natomiast odpowiedzialne są za wszystkie (bez mała) aspekty dotyczące funkcjonowania wartości w komunikacjach, mimo iż same wartości są względne i subiektywne.

### 3.9. Pytanie 11. – Czy wartości są tylko pozytywne, czy również negatywne?

	tak	nie	nie mam zdania	brak odpowiedzi
tylko pozytywne	33	41	7	19
również negatywne	56	9	6	29

Również w odpowiedziach na to pytanie obserwujemy stwierdzony już wyżej trend, a mianowicie stosunkowo wyraźnie zmanifestowaną niespójność odpowiedzi, świadcząca o stosowaniu logiki rozmytej. 41% respondentów przekonanych jest o tym, że wartości są nie tylko pozytywne, a 33%, że tylko pozytywne, podczas kiedy 56% respondentów sądzi, że są również negatywne (przy czym odpowiedzi ‘nie mam zdania’ pozostają stabilne). 15% respondentów zmienia zatem w przypadku pytania o istnienie również negatywnych wartości swoje zdanie i przechodzi na to właśnie stanowisko, mimo iż wcześniej, w pytaniu poprzednim, było zdania, że istnieją tylko pozytywne wartości. I odwrotnie. Generalnie jednak stwierdzić można, że większość respondentów dopuszcza też istnienie negatywnych wartości. Tu uwaga – dotyczy to sytuacji, kiedy istnienie takich wartości jest respondentom przez formę pytania imputowane; niewykluczone zatem, że odkryte tu stosowanie logiki rozmytej spowodowane jest właśnie owym imputowaniem. Respondenci byli co prawda w dość znacznym stopniu przekonani o istnieniu tylko pozytywnych wartości, natomiast po zastanowieniu, wywołanym pytaniem, zdanie swoje częściowo zmienili. Mamy tu więc kolejny przykład na wpływ sposobu postawienia pytania na reakcje ankietowanych. Charakterystyczny w tym kontekście jest również brak

odpowiedzi wśród 19 względnie aż 29% respondentów, którzy w ogóle nie podejmują się zajęcia stanowiska i odmawiają nawet stwierdzenia, iż nie posiadają w tej kwestii zdania. Generalnie zatem stwierdzić możemy, że 20 do 30% uczestników komunikacji nie podejmuje się ustalania kwestii, czy wartości mogą być również negatywne, czy są tylko pozytywne. Nie stanowi to jakby przedmiotu ich zainteresowania i nawet eksplicytnie postawione pytanie nie powoduje wśród nich chęci zajęcia się tym zagadnieniem; znaczy to również, że respondenci nie poddają się w tej kwestii manipulacji.

### 3.10. Pytanie 12. – Proszę podać najważniejsze pozytywne i negatywne polskie wartości

W kolejnym pytaniu chodzi o uzyskanie informacji na temat konkretnych polskich pozytywnych i negatywnych wartości. O ile zatem w pytaniu piątym pytałem o polskie wartości w kontekście wartości europejskich i ogólnoludzkich, teraz interesują mnie już tylko polskie wartości, a respondentom sugerowano eksplicytnie istnienie pozytywnych i negatywnych polskich wartości. Generalnie stwierdzić można, że sugestia taka daje konkretne rezultaty i respondenci poddają się tej manipulacji lub też manipulacja ta odkrywa konkretną istniejącą również poza tym cechą wartości.

#### 3.10.1. Pozytywne polskie wartości

podstawa	n=%	warianty	n=%
rodzina	26	3 rodzinność, rodzinne więzi, dom, domowe ciepło, ciepło rodzinne	33
patriotyzm	25	niepodległość, niezależność	27
wiara	10	4 Bóg, wiara w Boga, 3 religia, 5 religijność, Jan Paweł II, katolicyzm, Kościół	26
tradycja	8	tradycjonalizm, 2 historia, kultywowanie tradycji	12
honor	8	3 duma	11
pracowitość	6	3 praca	9
miłość	9		9
gościnność	7		7
przyjaźń	4	przyjacielskość	5
godność	5		5
ojczyzna	5		5
dobroć	2	dobro, 1 ciepłe serce, serdeczność	5
tolerancja	4		4
wolność	3		3

Wśród pozytywnych polskich wartości, nie inaczej niż dotychczas, sytuuje się rodzina, patriotyzm, wiara, tradycja i honor. Te wartości zatem Polacy reklamują dla siebie w stopniu większym, niż najprawdopodobniej przyznają posiadanie tych wartości innym. Również tutaj występuje zatem zarówno aspekt społeczny, jak i narodowy i religijny mniej więcej w podobnym natężeniu. Polaków cechuje, zdaniem respondentów, rodzinność, patriotyzm i wiara w Boga. Na drugi plan schodzą konkretne wartości zorientowane na indywidualność (miłość, przyjaźń, gościnność).

### 3.10.2. Negatywne polskie wartości

podstawa	n=%	warianty	n=%
pieniądze	9	2 materialne, żądza pieniądza	12
dewocja	2	wiara bez myślenia, wiara bezmyślna, fanatyzm religijny, Kościół, religijność, religijność fałszywa, hipokryzja religijna	9
zawiść	4	nienawiść, pieniactwo	6
egoizm	3	egocentryzm, sobiepaństwo	5
władza	5		5
ksenofobia	3	2 homofobia	5
pijaństwo	4	alkohol	4
oszczędność	2	2 skąpstwo	4
lenistwo	3		3
cwaniactwo	2		2
nietolerancja	1	brak tolerancji	2

Wśród wartości negatywnych zaś dominuje (bardzo słabo) w zasadzie tylko jeden element – pieniądze (podawany przez tylko 12% respondentów). Na drugim miejscu sytuuje się dewocja. Wnioskować można z tej niewielkiej liczby zgodnie podawanych wartości negatywnych pewną dość ciekawą cechą na temat tworzenia opinii. Na pytanie bowiem o istnienie negatywnych wartości respondenci podają co prawda, iż wartości takie istnieją, jednak pytani o takie wartości wprost, nie potrafią w stopniu zgodnym takich konkretnych wartości podać. Wydaje się zatem, że opinia o istnieniu wartości negatywnych jest raczej deklaratywna; w komunikacjach zaś słowa nacechowane negatywnie nie występują w funkcji wartości. Uczestnicy komunikacji są więc dość podatni na sugerowanie im możliwych odpowiedzi typu deklaratywnego, nawet wtedy, kiedy w rzeczy samej dana cecha czy element nie jest wśród nich kognitywnie zmanifestowana/-ny. Generalnie stwierdzić więc można, że negatywnie nacechowane słowa w funkcji wartości występują tylko akcydentalnie. Zjawisko to potwierdzają również odpowiedzi na pozostałe pytania ankiety, także tutaj bardzo rzadko pojawiają się słowa nacechowane negatywnie. W absolutnie przeważającej mierze wartości dotyczą pozytywnie nacechowanych aspektów komunikacji i służą do generowania i manifestowania stanów pożądanych.



Zestawiając zaś odpowiedzi na pytanie o polskie wartości (12) z odpowiedziami na pytanie 5a (o polskie wartości w kontekście wartości europejskich i ogólnoludzkich), uzyskujemy następujące dane.

<b>pytanie 12</b>	<b>n=%</b>	<b>pytanie 5a – polskie wartości</b>	<b>n=%</b>
rodzina	33	rodzina	42
patriotyzm	27	wiara	29
wiara	26	patriotyzm	27
tradycja	12	religia	22
honor	11	honor	17
pracowitość	9	tradycja	15
miłość	9	ojczyzna	14
gościnność	7	gościnność	12
przyjaźń	5	miłość	10
godność	5	praca	8
ojczyzna	5	wolność	8
dobroć	5	przyjaźń	6
tolerancja	4	odwaga	5
wolność	3	dom	4
		wykształcenie	4
		tolerancja	3

W wyniku tego zestawienia stwierdzić możemy, że zasadniczo profile semantyczne ‘wartości’ są bardzo podobne, wartości i ich semantyka są zatem tak silnie zakorzenione w komunikacjach, iż sposób stawiania pytań o nie nie ma istotnego wpływu na odpowiedzi uczestników komunikacji. Pojawiają się tu jedynie dwa odchylenia. W odpowiedziach na pytanie 12 brak jest komponentu ‘religia’; w obydwu pytaniach natomiast pojawia się – równie silnie zmanifestowany – komponent ‘wiara’. Kiedy zatem stawiamy bezpośrednio pytanie o polskie wartości, uczestnicy komunikacji ujęzyczniają komponent semantyczny dotyczący religii za pomocą słowa ‘wiara’, kiedy zaś stawiamy pytanie o polskie wartości w kontekście europejskim czy ogólnoludzkim, pojawiają się dwa (dość silne) ujęzyczenia, a mianowicie ‘wiara’ oraz ‘religia’, i to łącznie wśród 51% respondentów. Stwierdzić zatem możemy, że słowa ‘wiara’ i ‘religia’ z uwagi na semantykę komunikacyjną nie są synonimiczne. Drugie odchylenie dotyczy komponentu ‘rodzina’. Kiedy chodzi o aktywację celów delimitacyjnych (to znaczy o odgraniczenie wartości polskich od wartości europejskich i ogólnoludzkich), komponent ‘rodzina’ pojawia się z nieco mniejszym natężeniem, niż kiedy chodzi o typowo polskie wartości, a ponadto pojawia się generalnie nieco więcej komponentów semantycznych. Chcąc zatem odgraniczyć

coś od ‘innych’, stosujemy czy aktywizujemy więcej elementów, niż kiedy chodzi o manifestację tego, jacy ‘my’ jesteśmy. ‘My’ scharakteryzować można dość wyraźnie za pomocą niewielu tylko haseł, delimitacje natomiast wymagają, jak się okazuje, więcej zachodu.

### 3.11. Pytanie 13. – Jaki byłby świat bez wartości?

podstawa	n=%	warianty	n=%
chaos	14	9 chaotyczny, 2 anarchia, anarchistyczny, bałagan, harmider, brak ładu, nieład	30
bezwzględny	3	3 brutalny, 3 nieludzki, 3 wrogi, 2 agresja, 2 okrutny, 2 straszny, dziki, ponury	20
nudny	11	3 nudy	14
szary	6	5 bezbarwny	11
smutny	11		11
bez sensu	6	2 bezsensowny	8
pusty	8		8
zły	8		8
płytki	3	3 prosty, płaski	7
bezwartościowy	7		7
nie mógłby istnieć	3		3
nijaki	3		3

Ostatnie pytanie ankiety ma na celu ustalenie wagi i znaczenia wartości jako takich, poprzez ocenę przez respondentów hipotetycznej sytuacji istnienia ‘świata bez wartości’. Pytani o to, jaki byłby taki świat, respondenci w przeważającej mierze stosują pole semantyczne słów ‘chaos’ (30%) oraz ‘bezwzględny’ (20%), ‘nudny’, ‘szary/smutny’; świat bez wartości byłby więc jednoznacznie negatywny. Również dlatego najprawdopodobniej wartości dotyczą w przeważającej mierze pozytywnych aspektów komunikacji, gdyż służą właśnie do komunikacyjnej stabilizacji i manifestacji tego właśnie i tylko tego obszaru. Wartości wskazują z jednej strony na pożądaný stan, na pożądaný świat, zaś brak ich oddziaływania i przestrzegania cechuje z drugiej strony popadnięcie w chaos, brak organizacji itp.

## 4. Korelacja danych

W tym miejscu zajmę się korelacją odpowiedzi na kilka pytań ankiety, również po to, by zanalizować niektóre metateoretyczne aspekty wpływu sposobu formułowania pytań na odpowiedzi respondentów.

Wartości to...	n=%	Co kojarzy się Państwu z wartościami?	n=%
miłość	25	moralność	15
normy	23	religia	15
zasady	22	rodzina	13
rodzina	19	dobro	12
uczciwość	14	zasady	9
dobro	12	życie	9
przyjaźń	12	przyjaźń	7
coś ważnego	12	miłość	6
cele	7	tradycja	6
wiara	6	uczciwość	6
moralność	5	szkoła	6
szacunek	5	bezpieczeństwo	5
szczerłość	5	praca	5
zdrowie	5	sumienie	4
honor	5	dom	3
praca	4	ojczyzna	3
życie	4	doświadczenie	3
prawda	3	honor	3
pieniądze	2	radość	3
ojczyzna	2	szczęście	3

Zestawiając odpowiedzi na pytanie pierwsze i czwarte – ‘Wartości to...’ oraz ‘Co kojarzy się Państwu z wartościami?’ – stwierdzamy jednoznacznie, że pierwsze pytanie powoduje po pierwsze dużo szerszy charakter odpowiedzi oraz aktywuje po drugie również odpowiedzi typu definicyjnego; drugie pytanie, pytanie o skojarzenia, prowadzi zasadniczo do wymieniania konkretnych wartości, a w niewielkim tylko stopniu skłania respondentów do formułowania definicji samego pojęcia. Gdy zatem chcemy uzyskać możliwie szerokie spektrum odpowiedzi, adekwatniejsze jest stosowanie pytania w formie wymagającej dookreślenia; jeśli zaś chcieć odwołać się do skojarzeń, asocjacji itp., odpowiedniejsze jest użycie ukierunkowanego pytania. Drugi typ pytania powoduje jednak także powstawanie odpowiedzi ukierunkowanych tautologicznie, a w wypadku wartości daje dość słabe natężenie cech. Ciekawy jest tutaj przypadek ‘religii’. W pytaniu syntaktycznie otwartym słowo to w ogóle się nie pojawia, w pytaniu o skojarzenia natomiast pojawia się, i to aż na drugiej pozycji (wśród 15% respondentów). Religia nie jest zatem traktowana jako wartość, lecz – jak wykazują odpowiedzi na inne pytania ankiety – raczej jako miejsce pochodzenia i przechowywania wartości. Co oczywiście nie dziwi, jako że ‘religia’ stanowi raczej system funkcyjny systemu społecznego niż wartość jako taką.

Ciekawe wyniki uzyskujemy także z zestawienia odpowiedzi na pytania dotyczące pochodzenia, miejsca istnienia, przekazywania i przeznaczenia wartości, jak widoczne staje się to w poniższej tabeli.

<b>Skąd pochodzą wartości?</b>	<b>%</b>	<b>Gdzie istnieją/ gdzie można znaleźć wartości?</b>	<b>%</b>	<b>Kto przekazuje wartości?</b>	<b>%</b>	<b>Do czego służą wartości?</b>	<b>%</b>
rodzina	21	rodzina/dom	36	rodzina	55	porządek/ hierarchia	22
tradycja/ historia	20	literatura/kultura/ media	25	rodzice	49	ocena/normy/ postępowanie	20
religia	19	Kościół	21	szkoła	43	życie	15
kultura	18	szkoła	20	Kościół	40	wybór/ priorytety/ decydowanie	15
społeczeństwo	17	ludzie	18	media/kultura	30	określanie/ kształtowanie	10
wychowanie	15	społeczeństwo	13	społeczeństwo	25	cel/ drogowskaz	10
ludzie	13	życie	11	autorytety	15	rodzina	2
media	7	praca	9	znajomi	15		
doświadczenie	6	historia	5	przyjaciele	13		
przekonania	5			państwo	5		
autorytety	4						
cywilizacja	4						
nauka	4						
komunikacja	3						
życie	3						

Miejszem pochodzenia, istnienia i przekazywania wartości jest – zdaniem respondentów – jednoznacznie rodzina; odpowiedź ta pojawia się we wszystkich zestawionych tu pytaniach na pierwszym, dominującym miejscu. Również tu ciekawy jest przypadek ‘religia’ vs ‘Kościół’. O ile pochodzenie wartości charakteryzowane jest przez słowo ‘religia’, czyli słowo określające pewne zjawisko społeczne czy pewien system funkcyjny systemu społecznego, o tyle miejsce istnienia oraz przekazywanie wartości określane są za pomocą słowa ‘Kościół’, czyli słowa charakteryzującego instytucję uprawiania religii. Wartości zatem pochodzą (również) z religii, istnieją i przekazywane zaś są przez Kościół. Wydaje się więc, że respondenci wyróżniają obydwa te aspekty i przypisują ich nośnikom odpowiednie i odmienne funkcje.

Bardzo ciekawy jest również stopień zgodności odpowiedzi w odniesieniu do zestawionych tu pytań. Najmniejszy jest on w wypadku pytania o pochodzenie wartości, tu uczestnicy komunikacji podają co prawda liczne odpowiedzi, żadna jednak nie dominuje, wszystkie zaś (główne odpowiedzi) rozkładają się dość równomiernie. W wypadku pytania o miejsce istnienia wartości stopień zgodności odpowiedzi rośnie, respondenci posiadają w tej mierze bardziej zgodne poglądy. Najsilniej natomiast zgodność ta manifestuje się w wypadku pytania o przekazywanie wartości, które to zjawisko (przekazywanie wartości) nie budzi wśród respondentów już większych wątpliwości. Jednoznaczność ta osłabia się wyraźnie w odniesieniu do pytania o to, do czego wartości służą; zgodność wśród respondentów w tym wypadku znowu maleje i jest podobna do rozkładu odpowiedzi na dwa pierwsze pytania. Pozostałe relacje wynikające z zestawienia tych odpowiedzi wynikają jednoznacznie z prezentowanej tabeli, zbędne zatem jest ich bardziej szczegółowe omawianie.

## 5. Aneks – stratyfikacja grupy respondentów

płeć	wiek				wykształcenie				
	<20	21-30	31-40	>40	średnie	wyższe techniczne	wyższe humanistyczne	student	
kobiety	61	21	23	7	10	4	2	23	32
mężczyźni	39	4	8	9	18	4	5	19	11
łącznie	100	25	31	16	28	8	7	42	43

## Literatura

- Ackerman Ch., Parsons T. (1966), *Der Begriff 'Sozialsystem' als theoretisches Instrument*, [w:] T. Parsons, *Zur Theorie sozialer Systeme*, Opladen 1976, s. 69-84.
- Bartmiński J. (red.) (2006), *Język, wartości, polityka. Zmiany w rozumieniu nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, Lublin (zespół w składzie: Jerzy Bartmiński, Iwona Bielińska-Gardziel, Małgorzata Brzozowska, Irina Lappo, Urszula Majer-Baranowska, Beata Żywicka).
- Fleischer M. (1995), *Das System der polnischen Kollektivsymbolik*, München.
- Fleischer M. (1996), *Das System der deutschen Kollektivsymbolik*, Bochum.
- Fleischer M. (1997), *Das System der russischen Kollektivsymbolik*, München.
- Fleischer M. (2002), *Konstrukcja rzeczywistości*, Wrocław.
- Fleischer M. (2003), *System polskich symboli kolektywnych*, Wrocław.

- Fleischer M. (2004), *Europa, Niemcy, USA i Rosja w polskim systemie kultury*, Wrocław.
- Fleischer M. (2004a), *Kognitywny wizerunek Wrocławia*, Wrocław.
- Fleischer M. (2006), *Allgemeine Kommunikationstheorie*, Oberhausen (Ogólna teoria komunikacji, Wrocław 2007).
- Fleischer M. (2008), *Koncepty – elementy sterujące komunikacji*, Wrocław.
- Fleischer M., Grech M., Książek A. (2003), *Kognitywna i konstruktywna semantyka konceptu 'prawdy'*, „2K – Kultura i Komunikacja”, 2, s. 18-23.
- Luhmann N. (1998), *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Bd. 1-2, Frankfurt am Main.
- Luhmann N. (2004), *Einführung in die Systemtheorie*, Heidelberg.
- Mukařovský J. (1970 [1942]), *Kapitel aus der Ästhetik*, Frankfurt.
- Parsons T. (1961), *Grundzüge des Sozialsystems*, [w:] T. Parsons, *Zur Theorie sozialer Systeme*, Opladen 1976, s. 161-274.
- Parsons T. (1966), *Der Begriff der Gesellschaft: Seine Elemente und ihre Verknüpfungen*, [w:] T. Parsons, *Zur Theorie sozialer Systeme*, Opladen 1976, s. 121-160.
- Pietraszko S. (1992), *Studia o kulturze*, Wrocław.
- Radcliffe-Brown A.R. (1961 [1952]), *Structure and Function in Primitive Society*, London.
- Rickert H. (1910), *Kulturwissenschaft und Naturwissenschaft*, Tübingen (pierwsze wydanie: Freiburg im Breisgau 1899).



## Modelowanie parametryczne przestrzeni komunikacyjnej (aspekty stylistyczne)

### 1

W celu porządkowania przestrzeni komunikacyjnej w socjolingwistyce najczęściej używa się pojęć „sytuacja komunikacyjna” oraz „sfera komunikacyjna”. Pierwsze pojęcie odzwierciedla realizującą się w określonym miejscu i czasie interakcję werbalną – na jej treść składają się takie właściwości jak rangi społeczne i nastawienia interlokutorów, ich pozycje rolowe, scena i atrybuty, temat i in. – zob. Hymes 2003; Nęcki 2000: 94; Sawicka 2006: 218 i n. Na przykład w badaniach czeskich językoznawców jako sytuacje komunikacyjne są traktowane: spotkanie towarzyskie, wizyta u lekarza, rozmowa ze sprzedawcą, rozmowa telefoniczna itp. (Mullerová, Hoffmanová, Schneiderová 1992).

Pojęcie sfery komunikacyjnej stanowi poziom abstrakcji wyższego rzędu: można ją zdefiniować jako zespół sytuacji komunikacyjnych, jednorodnych ze względu na treść interakcji, ich uczestników i warunki zewnętrzne. W teorii konstruktywistycznej M. Fleischera sfera komunikacyjna najbardziej odpowiada pojęciu systemu funkcyjnego – chodzi o takie podzespoły komunikacji społecznej jak gospodarka, religia, wojsko i in. Realizują one określone programy komunikacji, ukształtowane w obrębie sfer działalności, specyficznych obszarów zastosowania komunikacji (2007: 57).

Badacze proponują bardzo odmienne klasyfikacje sfer komunikacyjnych. Tak więc Fleischer rozróżnia czternaście systemów funkcyjnych: gospodarkę, religię, medycynę, prawo, wojsko, politykę, administrację, edukację, naukę, nauki humanistyczne, sport, rozrywkę, technikę oraz prywatność. Rosyjski badacz V.A. Avrorin (zob. Neščimenko 1999: 33) wcześniej także wyodrębnił czternaście typów SK, z tym że są to kategorie o odmiennej – niż u Fleischera – treści: komunikacja w rodzinie; komunikacja w grupach zawodowych; komunikacja w obrębie jednej miejscowości; komunikacja w czasie różnego rodzaju zebrań, posiedzeń, kolegiów; komunikacja



w edukacji; komunikacja masowa; nauka; religia; gospodarka; komunikacja epistolarna; komunikacja w obrębie grup jednojęzycznych; komunikacja w obrębie grup wielojęzycznych; komunikacja z maszynami (zarządzanie werbalne).

Sfery komunikacyjne są rozróżniane także w zależności od zasięgu funkcjonowania określonego programu komunikacji. Tak uważa np. czeski językoznawca V. Barneš (zob. Neščiňenko 1999: 33), który rozróżnia następujące sfery: komunikację oficjalną (publiczną) na poziomie ogólnopaństwowym; komunikację niepubliczną, powszednią na poziomie prywatnym; komunikację nieoficjalną na poziomie regionalnym; komunikację nieoficjalną na poziomie rodzinnym oraz komunikację konfesyjną czy też kultową.

Badacze są przekonani co do tego, że dyferencjacja w zakresie komunikacji znajduje swój wyraz w dyferencjacji języka. W jednych wersjach socjolingwistyki poszczególne sfery komunikacyjne odpowiadają odmianom języka (socjolekty), w innych – stylom funkcjonalnym.

G.P. Neščiňenko wprowadziła kolejne pojęcie – jeszcze szerszego formatu, a mianowicie – *areal* (obszar) komunikacyjny. Jak pisze:

В нашем понимании коммуникативный ареал представляет собой комплексную, вышестоящую (по сравнению с коммуникативной сферой) категорию, для выделения которой существенны такие факторы, как: специфика коммуникативных функций, характер общения, адресат и др (1999: 34).

Jakkolwiek liczba sfer komunikacyjnych jest zmienna, zależna od dynamiki społeczeństwa, to liczba *arealów* komunikacyjnych jest – według Neščiňenko – stała: rosyjska badaczka wyodrębniła: 1) *areal* wyższych funkcji komunikacyjnych i 2) *areal* spontanicznej komunikacji codziennej. Dychotomia *arealów* komunikacyjnych, według Neščiňenko, ogólnie odpowiada dwóm sferom zachowań jednostek w socjologii – publicznej i prywatnej. We współczesnej socjologii, jak pisze J. Scott, dychotomia sfery publicznej i prywatnej „oznacza [...] oddzielenie sfer domu i zatrudnienia, traktowane jako podstawa tradycyjnego podziału pracy, opartego na rolach związanych z płcią” (zob. Marshall 2004: 306).

Funkcjonalne, a mianowicie komunikacyjne ujęcie wariantów języka leży także u podstaw gramatyki komunikacyjnej A. Awdiejewa/G. Habrajskiej. Autorzy twierdzą, że w badaniach lingwistycznych, w których pojęcie stylu często sprowadza się do „uogólnionego opisu zbioru [...] [formalnych. – A.K.] środków językowych”, zarysowała się pewna autonomia

badan stylistycznych w stosunku do funkcjonalnego przeznaczenia języka, w którym zasadniczą kwestią jest pytanie: w jakim typie komunikacji się znajdujemy w przypadku każdego kontaktu językowego i jaki cel ma użycie określonych środków językowych (2006: 190 i n.).

Wyodrębniając pięć stylów funkcjonalnych (które są traktowane także jako „gatunki tekstów”): potoczny, naukowy, urzędowy, publicystyczny i literacki, Awdiejew/

Habrajska określał dla każdego z nich cele (czy też przeznaczenie) komunikacyjne. Por.:

Przeznaczeniem języka potocznego jest organizacja bezpośredniej komunikacji face to face w warunkach realnego (fizycznego) kontaktu interlokutorów, kiedy znajdują się oni w tym samym miejscu i czasie oraz mają jednakowe możliwości obserwacji otoczenia (tła komunikacyjnego) (ibidem).

Mimo że autorzy nie stosują pojęcia sfery komunikacyjnej, to jednak jest oczywiste, że każdy styl funkcjonalny jest przyporządkowany odrębnej sferze, z tym że faktem jest także „płynny i mieszany charakter” funkcjonowania stylów, wynikający z konieczności ich dostosowania do „nieprzewidywalnych i różnorodnych warunków przekazu” (ibidem: 193).

Awdiejew/Habrajska nie proponują ogólnej klasyfikacji kategorii przestrzeni komunikacyjnej, a zamiennie posługiwanie się pojęciami „gatunek” i „styl” zdaje co najmniej dyskusyjne. Już sama idiomatyka, stosowana w naukach humanistycznych: gatunki prasowe, gatunki literackie, gatunki folkloru i in., wskazuje na to, że gatunki stanowią podrzędne pojęcie wobec stylów. Z drugiej strony, gatunek jest kategorią porządkowania tekstów (dzieł, utworów), co wyraźnie potwierdza definicja R. Handkego (2008: 220):

Gatunek literacki – kategoria systematyzująca twórczość literacką, podrzędna wobec rodzaju literackiego; [...] określa charakter reguł tworzenia i sposób funkcjonowania wspólny dla grupy dzieł o podobnych cechach. Rozpoznanie przynależności gatunkowej utworu jest dla odbiorcy wstępną wskazówką co do sposobu lektury [rozstrzelenia – A.K.].

Proponuję, aby w przestrzeni komunikacyjnej wyodrębnić cztery podstawowe kategorie, którym są przyporządkowane kategorie odmienności języka.

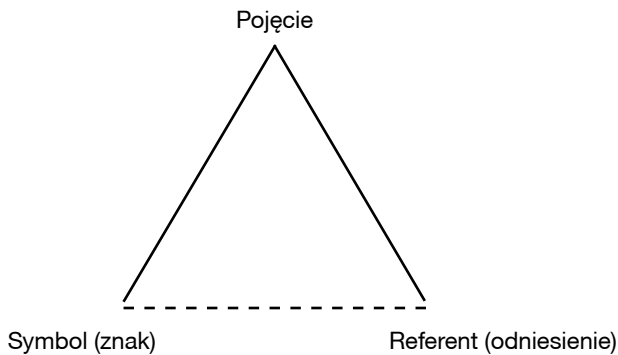
Stratyfikacja	
Komunikacji	Języka
Areał (obszar) komunikacyjny	Interstyl*
Sfera komunikacyjna	Styl
Zdarzenie komunikacyjne (dyskurs)	Gatunek
Sytuacja komunikacyjna (akt mowy)	Wypowiedź/tekst

\*UWAGA: pojęcie interstylu nie jest przyjęte w socjolingwistyce, choć badacze piszą o dychotomii interakcji prywatnych i oficjalnych/służbowych (zob. Bell 1980: 141). Pod terminem interstyl będę rozumiał zespół środków językowych, wykorzystywanych w obrębie określonego obszaru komunikacyjnego. Zwykle obszarowi wyższych funkcji komunikacyjnej jest przyporządkowana norma literacka (najczęściej w formie pisanej), a obszarowi spontanicznej komunikacji codziennej – język potoczny oraz różne habitualne (lub habitualnie nacechowane) odmiany języka, np. socjolekty (zob. Kiklewicz 2009).

## 2

W proponowanej w niniejszej pracy koncepcji modelowanie parametryczne sfer komunikacyjnych jest oparte na kryteriach natury semiotycznej, tzn. takich, które dotyczą ogólnych właściwości znaków. Podzielam pogląd M. Fleischera, iż „komunikacja nie jest niczym innym, jak stosującym znaki i sterowanym przez nie mechanizmem orientacyjnym i negocjacyjnym służącym do wytworzenia i zabezpieczenia systemu socjalnego” (2007: 47; rozstrzelenia – A.K.).

Klasyczny trójkąt semiotyczny C.K. Ogdena/I.A. Richardsa (1969: 11) uwzględnia trzy aspekty znaku: formę („symbol”), pojęcie („thought of reference”) i odniesienie („referent”):



Zgodnie z twierdzeniem angielskich autorów:

Between the symbol and the referent there is no relevant relation other than the indirect one, which consists in its being used by someone to stand for a referent. Symbol and referent, that is so say, are not connected directly (and when, for grammatical reasons, we imply such a relation, it will merely be an imputed, as opposed to a real, relation) but only indirectly round the two sides of the triangle (Ogden, Richards 1969: 11).

Na ideę niebezpośredniej relacji między znakiem a referentem w teorii Ogdena/Richardsa zwraca uwagę H. Kardela (1999: 15), który przywołuje propozycję S. Ullmanna, aby – na potrzeby analizy lingwistycznej – uprościć model znaczenia poprzez wyeliminowanie relacji referencji znaków, którą Ullmann uważał za domenę psychologii kognitywnej i filozofii. Rzeczywiście, w systemie języka znaki (np. leksemy) nie posiadają relacji do realnych przedmiotów – odniesienie przedmiotowe ma jedynie charakter potencjalny; tzw. prototypy jako najbardziej charakterystyczne dla danej kultury egzemplarze przedmiotowych odniesień znaków dotyczą jedynie podsystemu znaków konkretnych, najczęściej należących do bazowego poziomu konceptualizacji danych empirycznych. Umiejętność identyfikacji przedmiotów na podstawie nominacji, jak podkreśla M. Grochowski, nie jest tożsama z kompetencją semantyczną użytkowników języka, tzn. z ich umiejętnością przetwarzania

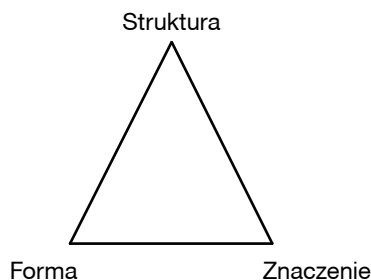
znaczeń (1988: 141). Rozróżnienie pojęć „znaczenie” i „oznaczenie” (czyli odniesienie przedmiotowe) znajdujemy już w pracy Arystotelesa *De interpretatione* (rozdział 16a 19); jak pisał E. Coseriu (2004: 104), Arystoteles odrzucił stosowane przez fizykalistyczny kierunek antycznej filozofii języka referencyjne kryterium określenia znaczenia nazw: według niego znaczenie stanowi nie akt nominacji, lecz możliwość nominacji, innymi słowy – zakodowany w znaku program odniesienia określonej nazwy do określonego, skądinąd nieskończonego zbioru desygnatów lub zbioru egzemplarzy odmian desygnatów.

Uproszczona w ten sposób struktura znaku miałaby kształt:



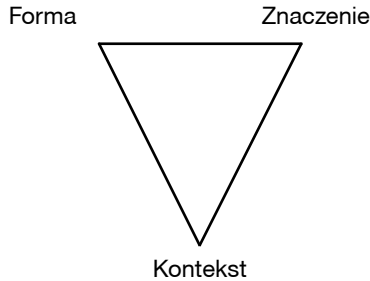
W zależności od paradygmatu lingwistyczno-filozoficznego obiektem refleksji badaczy są odmienne aspekty struktury znaku, a więc kryteria semiotyczne mogą służyć też do klasyfikacji paradygmatów. I tak przedmiotem tradycyjnego językoznawstwa, począwszy od gramatyki Paninego z V w. p.n.e. czy też od gramatyk starogreckich, były przeważnie formy językowe – fonetyczne, gramatyczne, wyrazowe. W XIX w. językoznawcy – pod wpływem ogólnego zainteresowania funkcjonalizmem – zajęli się opisem znaczeń; w ten sposób powstała nowa dyscyplina lingwistyczna – semazjologia. Dla tego, drugiego w historii językoznawstwa paradygmatu charakterystyczne było wyobrażenie o języku jako o zespole nazw mających charakter symboliczny, tzn. umowny, niemotywowany – między formą a znaczeniem nie ma związku, poza ich funkcjonalnym skojarzeniem dzięki umysłowej, szerzej – duchowej, aktywności podmiotów językowych.

Na początku XX w. w naukach ścisłych, a także w naukach humanistycznych zapanował relatywizm, który w językoznawstwie znalazł wyraz w stanowisku badaczy, którzy podstawowym przedmiotem opisu uczynili strukturalne podobieństwa między formą a treścią znaków (Kiklewicz 2007c: 32). Model znaku został zatem zasadniczo uzupełniony o jeden element – strukturę.



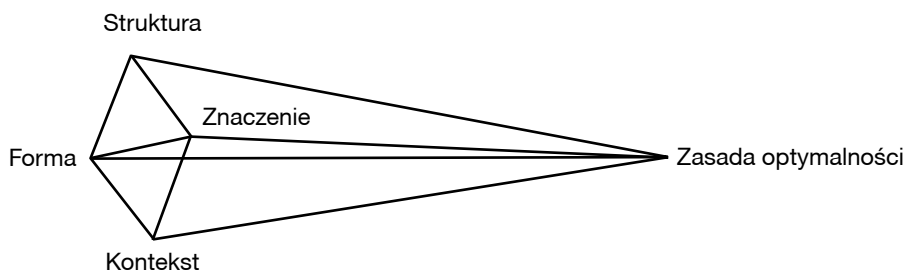
Strukturaliści skupili uwagę na wkładzie języka do komunikacji społecznej. Uważali, że kompetencja językowa jest nadrzędna w systemie zachowań człowieka, a semantyka i gramatyka języka kreują kulturę. Tak w połowie XX w. rozpowszechniła się koncepcja prymatu języka.

W drugiej połowie ubiegłego stulecia, w dużym stopniu pod wpływem badań nad tekstem, stwierdzono, że struktura znaku nie wyjaśnia wszystkich jego właściwości funkcjonalnych, a strukturalizm to tylko kolejna opcja badawcza. Jako jeden z pierwszych zrozumiał to B. Malinowski, który uważał, że trójkąt semantyczny Ogdena/Richardsa powinien zostać rozwinięty „o sytuację mówienia” (zob. Pisarkowa 2000: 153). Charakterystyczną cechą współczesnego paradygmatu antropocentrycznego jest uwzględnienie w opisach lingwistycznych kontekstów motywacyjnych, tzn. sfer działalności człowieka, w pierwszej kolejności – kognitywnej i komunikacyjnej. Semiotyka języka uzupełniła strukturę znaku o jeszcze jeden element:



Dla wszystkich zaistniałych w historii językoznawstwa paradygmatów charakterystyczne jest hipostazowanie – wyolbrzymienie jednego aspektu języka i lekceważenie innych aspektów. Każdy odrębny paradygmat uwzględnia określony, obiektywnie istniejący aspekt języka – formę znaków, ich funkcję nominatywną, ich strukturę oraz ich środowisko. Z pewnego, szczególnego punktu widzenia – np. w ramach ściśle określonego zadania badawczego – skupienie uwagi na jednym aspekcie jest uzasadnione, a nawet korzystne: w ten sposób (czasem jedynie w ten sposób) możliwe jest zdobycie szczegółowej wiedzy o wybranym fragmencie języka. Nie można jednak nie zdawać sobie sprawy z tego, że żywotność i skuteczność języka uwarunkowana jest dynamicznym współdziałaniem wszystkich jego aspektów.

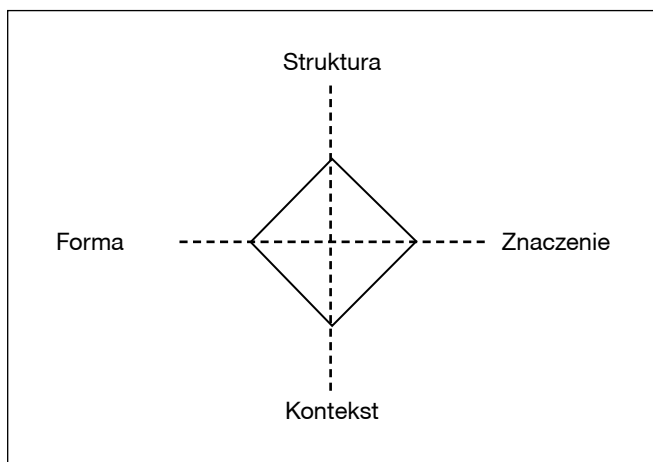
Z powyższego wynika, że każda sytuacja i każda sfera komunikacyjna – w zależności od uczestników, typu kontaktu społecznego, celów, oczekiwanych rezultatów, sceny i otoczenia itd. – zakłada określony rodzaj konfiguracji czterech podstawowych aspektów znaku: 1) formy, 2) znaczenia, 3) struktury i 4) kontekstu. Stopień ich relewancji jest zatem odmienny i zależy od rodzaju komunikacji. Za nadrzędną czynnik komunikacji społecznej należy uznać zasadę optymalności (przyjętą skądinąd także w innych naukach, np. w filozofii biologii), która oznacza, że każdej kategorii przestrzeni komunikacyjnej są przyporządkowane odpowiednie schematy realizacji znakowej. Tak więc w komunikacji oficjalnej obowiązuje jeden schemat zachowania językowego – w większym stopniu oparty na kodzie językowym, w komunikacji nieoficjalnej – wręcz inny, oparty na subkulturowych stereotypach oraz na kontekście sytuacyjnym. Za adekwatny do procesów komunikacji społecznej należy więc uznać następujący model znaku:



### 3

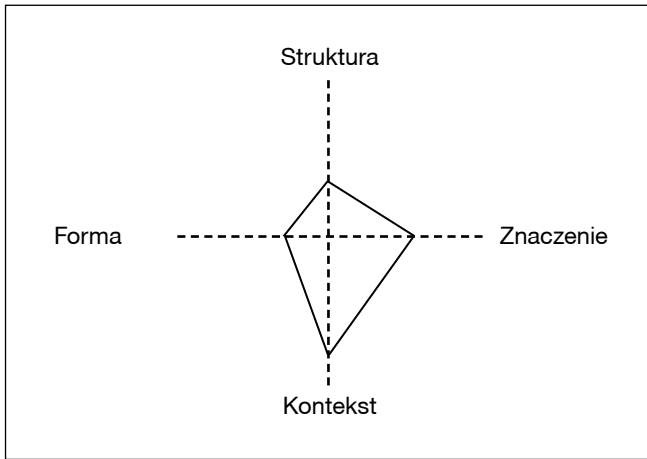
Przy opisie obszarów i sfer komunikacji językowej – w aspekcie semiotycznym – konieczne jest uwzględnienie omówionych w poprzednim punkcie czterech aspektów komunikatów: formy, znaczenia, struktury znaku oraz kontekstu. Dla areału komunikacji oficjalnej, publicznej jest charakterystyczne to, że wymogi formalne, idiomatyczne, retoryczne są równie znaczące jak wymogi kontekstualizacji, zachodzi pewna równowaga znaków względnych (digitalnych, symbolicznych) i analogowych (deiktycznych); por. określenie R. Barthes’a z książki z 1968 roku: zerowy stopień pisania („le degré zero de l’écriture”).

Areał komunikacji publicznej oficjalnej



W komunikacji potocznej, najczęściej w formie mowy ustnej, odwrotnie, zachodzi asymetria czynników werbalnych i parawerbalnych – na korzyść tych drugich: „jednakowa możliwość obserwacji otoczenia (tła komunikacyjnego)”, o której piszą Awdiejew/Habrajska (zob. punkt 2), warunkuje niekompozycyjny charakter wielu komunikatów w interakcjach potocznych, tzn. redukcję ich formy i struktury językowej kosztem uwzględnienia kontekstu sytuacyjnego lub kulturowego – w szczególności chodzi o zjawisko znane jako inferencja (Kiklewicz 2007b: 246).

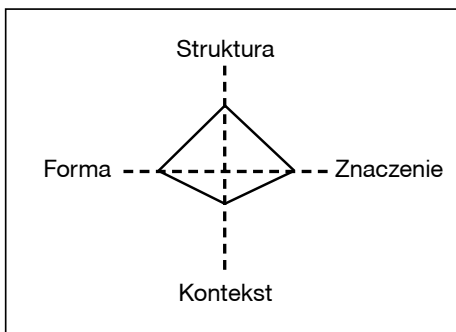
## Areal komunikacji potocznej



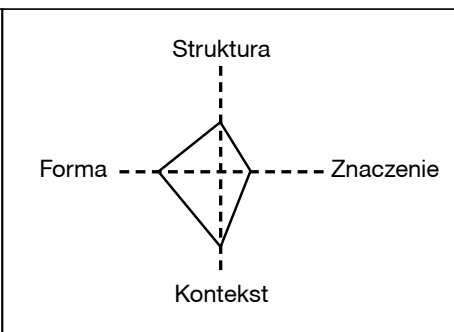
W obrębie komunikacji publicznej/oficjalnej można rozróżnić poszczególne sfery, których odmienność zależy od tego, w jakim stopniu są one kompatybilne ze schematem wzorcowym arealu. W tekstach dziennikarstwa klasycznego, podobnie jak w tekstach naukowych (nauk ścisłych i nauk humanistycznych), jest ogólnie zachowywana zgodność czterech aspektów znaku, z tym że teksty naukowe w większym stopniu ograniczają dostęp podmiotów – ze względu na specjalizację języka i określone wymogi kompetencyjne, np. stosowanie narzędzi terminologicznych – podczas gdy teksty dziennikarskie mają o wiele szerszy zasięg kultywowania. W tekstach dziennikarstwa popularnego (tzw. tabloidów) – w porównaniu z dziennikarstwem klasycznym – wzrasta rola środków retorycznych – formalnych i strukturalnych, jak również rola kontekstu, przy tym czynnik informacyjny, czyli semantyka komunikatów, odchodzi na drugi plan.

## Sfera komunikacyjna dziennikarstwo

## Dziennikarstwo klasyczne

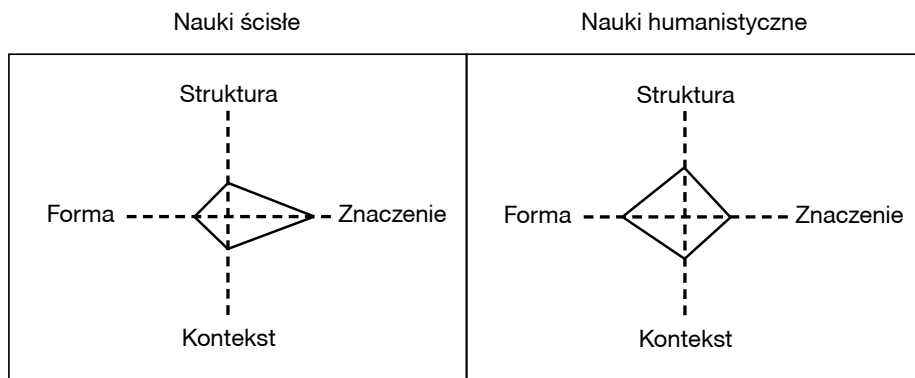


## Dziennikarstwo popularne



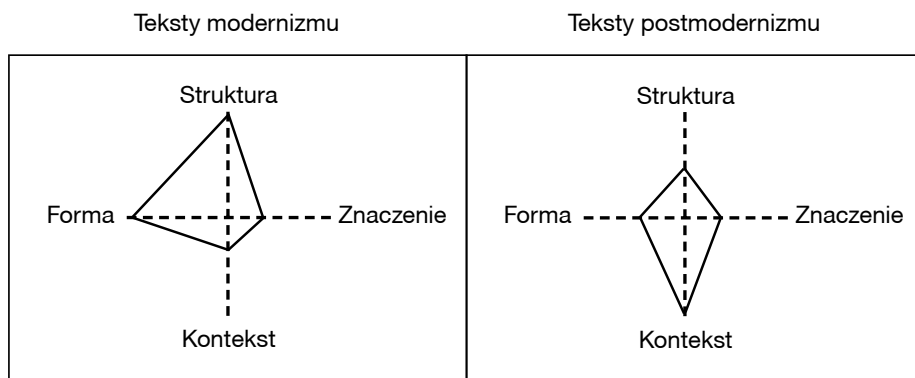
W obrębie tekstów naukowych, jak piszą Awdiejew/Habrajska (2006: 218), można wyodrębnić trzy płaszczyzny: 1) teksty nauk ścisłych; 2) teksty nauk przyrodniczych i stosowanych oraz 3) teksty nauk społecznych i humanistycznych. W tekstach pierwszego typu ważniejsza jest rola wymogów kompetencyjnych, dotyczących semantyki stosowanych znaków, podczas gdy w tekstach trzeciego typu bardziej znacząca (choć nie w takim stopniu jak w tekstach artystycznych) jest forma komunikatu (Awdiejew/Habrajska piszą, że można tu doszukać się pewnych „stylistycznych komponentów”).

Sfera komunikacyjna nauka



Teksty literatury artystycznej także nie są jednorodne. O ile teksty „klasycznego stylu pisania” (realizmu czy też pozytywizmu) w dużym stopniu odpowiadają temu samemu schematowi komunikacyjnemu, co teksty dziennikarstwa klasycznego (zob. wyżej), to teksty modernizmu oparte są na zasadzie dominacji formy i struktury językowej (zob. Kiklewicz 2007c: 50 i n.), a teksty postmodernizmu w sposób zasadniczy są powiązane z kontekstem, mają więc konstytucyjny charakter deiktyczny i z semiotycznego punktu widzenia niejako wzorują się one na komunikacji potocznej. Można to przedstawić schematycznie:

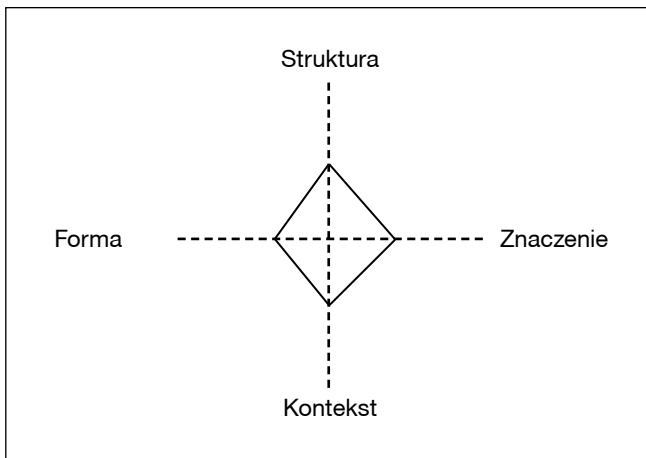
Sfera komunikacyjna literatura artystyczna





W sferze komunikacji urzędowej celem komunikacyjnym jest zarządzanie stosunkami społecznymi za pośrednictwem różnego rodzaju dokumentów o preskryptywnym charakterze treści (zob. Awdiejew/Habrajska 2006: 192). Forma, a szczególnie struktura językowa tych tekstów może być bardzo skomplikowana, dlatego interpretacja treści nieraz wymaga udziału pośrednika między nadawcą a odbiorcą, np. specjalisty-konsultanta (por. instytucję radców prawnych). Znaczenie dokumentu w pewnym stopniu znajduje się w tle jego właściwości formalnych i strukturalnych, a zamierzone lub niezamierzone efekty jego oddziaływania, jak również brak efektów, można zinterpretować przy uwzględnieniu struktury społecznej oraz relewantnych kategorii kultury.

#### Sfera komunikacyjna zarządzanie



#### 4

Korzyści, jakie daje wizualizacja kategorii lingwistyki komunikacyjnej w postaci omówionego w niniejszym artykule kodu czterobitowego (forma – znaczenie – struktura – kontekst), dotyczą przede wszystkim aspektów heurystycznych wiedzy naukowej; modele obrazowe są szczególnie przydatne w dydaktyce, ogólnie rzecz biorąc – w różnego rodzaju sytuacjach prezentacji wiedzy, w których zachodzi różnica kompetencji specjalistycznej między nadawcą a odbiorcą. Można je także zastosować w automatycznym przetwarzaniu tekstów, w szczególności za pomocą programów komputerowych rozpoznających obrazy.

Porównanie modeli parametrycznych wyświetla ponadto istotne aspekty funkcjonowania języka w komunikacji społecznej. Z analizy powyższych wykresów wynika ogólny wniosek, iż zarówno arealy, jak i sfery komunikacyjne nie są jednorodne, stanowią – w terminologii L. Wittgensteina – swego rodzaju kategorie familijne:

na każdym poziomie przestrzeni komunikacyjnej występują poszczególne odmiany o bardzo zróżnicowanych cechach. W niektórych przypadkach parametry semiotyczne tekstów z różnych kategorii komunikacyjnych okazują się bardziej do siebie podobne niż właściwości tekstów tej samej kategorii. Np. teksty nauk humanistycznych zasadniczo przypominają teksty publicystyki w prasie klasycznej, a współczesne teksty literatury postmodernistycznej w dużym stopniu nawiązują do wzorca komunikacji potocznej.

Z powyższego wynika, że pozostając w obrębie kategorii lingwistyki (stylistyki) czy nawet semiotyki, nie można wytłumaczyć faktu, dlaczego tak odmienne konwencje gatunkowe, jak np. ekfrazja, haiku (hokku), poemat prozą, esperpento czy nowa powieść, są przyporządkowane jednemu mianownikowi, którym jest „literatura (artystyczna)”. Nawet w obrębie tego samego gatunku zachodzą istotne różnice strukturalne (Gazda, Tynecka-Makowska 2006: 461). Można zatem konkludować: mimo że właściwości znakowe wypowiedzi i tekstów stanowią ważny czynnik ich funkcjonowania w komunikacji językowej, to jednak odwołanie się do kategorii lingwistycznych i nawet semiotycznych nie jest wystarczające, aby w sposób adekwatny opisać wewnętrzne podziały przestrzeni komunikacyjnej.

Z jednej strony, w systemach znakowych (w szczególności w języku) obowiązują własne, immanentne prawa, których nie sposób sprowadzić do uwarunkowań poznawczych, społeczno-kulturowych lub psychicznych (afektywnych), ogólnie mówiąc – zewnętrznych. Z drugiej zaś strony, systemy funkcyjne (jak je rozumie M. Fleischer), choć opierają się na określonych programach komunikacji, nie są tożsame ze sposobami kodowania informacji za pośrednictwem znaków. W każdym areale i w każdej sferze komunikacyjnej obowiązują określone konwencje kulturowe – i to one, a nie immanentne właściwości systemów znakowych, decydują o tożsamości arealów i sfer komunikacji.

## Literatura

- Awdiejew A., Habrajska G. (2006), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Łask.
- Barthes R. (1968), *Le degré zéro de l'écriture: suivi de éléments de sémiologie*, Paris.
- Bell R.T. [Белл Р.Т.] (1980), *Социолингвистика. Цели, методы, проблемы*, Москва.
- Coseriu E. (2004), *Der Physisi-Thesei-Streit. Sechs Beiträge zur Geschichte der Sprachphilosophie*, Tübingen.
- Fleischer M. (2007), *Zarys ogólnej teorii komunikacji*, [w:] G. Habrajska (red.), *Mechanizmy perswazji i manipulacji. Zagadnienia ogólne*, Łask, s. 29-72.
- Gazda G., Tynecka-Makowska S. (2006), *Słownik rodzajów i gatunków literackich*, Kraków.
- Grochowski M. (1988), *O ustalaniu reprezentacji semantycznej nazw przedmiotów konkretnych*, [w:] *Z polskich studiów slawistycznych*, 7, *Językoznawstwo*, Warszawa, s. 139-147.

- Handke R. (2008), *Poetyka dzieła literackiego. Instrumenty lektury*, Warszawa.
- Hymes D. (2003), *Models of the Interaction of Language and Social Life*, [w:] C.B. Paulston, G. Tucker (eds.), *Sociolinguistics. The Essential Readings*, Oxford, s. 31-45.
- Kardela H. (1999), *Ogdena i Richardsa trójkąt uzupełniony, czyli co bada gramatyka kognitywna*, [w:] J. Bartmiński (red.), *Językowy obraz świata*, Lublin, s. 15-38.
- Kiklewicz A. (2007a), *Aspekty teorii względności lingwistycznej*, Olsztyn.
- Kiklewicz A. (2007b) [Киклевич А.], *Протяжение языка*, т. 1: *Семантика, лингвистика текста, коммуникативная лингвистика*, Olsztyn.
- Kiklewicz A. (2007c), *Zrozumieć język. Szkice z filozofii języka, semantyki, lingwistyki komunikacyjnej*, Łask.
- Kiklewicz A.K. (2009), *Warianty języka: próba systematyzacji*, „Język Polski” (w druku).
- Mullerová O., Hoffmanová J., Schneiderová E. (1992), *Mluvená čeština v autentických textech*, Praha.
- Neščimenko G.P. (1999) [Нещименко Г.П.], *Этнический язык. Опыт функциональной дифференциации. На материале сопоставительного изучения славянских языков*, München.
- Nęcki Z. (2000), *Komunikacja międzyludzka*, Kraków.
- Ogden C.K., Richards I.A. (1969), *The Meaning of Meaning. A Study of The Influence of Language upon Thought and of The Science of Symbolism*, London.
- Pisarkowa K. (2000), *Językoznawstwo Bronisława Malinowskiego*, t. 1: *Więzy wspólnego języka*, Kraków.
- Sawicka G. (2006), *Język a konwencja*, Bydgoszcz.

Łukasz Afeltowicz

---

## Autopoiesis, czarne skrzynki i dyskurs naukowy. Studium przypadku: dyskurs naukowy wokół przyczyn AIDS w latach 1982-1986<sup>1</sup>

Dedykuję Markowi Graszewiczowi

Tradycyjnie uznaje się, że obiektywna rzeczywistość – pojmowana jako coś zewnętrznego i niezależnego względem procesu badawczego – stanowi czynnik rozstrzygający kontrowersje naukowe oraz kształtujący naszą wiedzę. Tymczasem wiele współczesnych nurtów badawczych z zakresu filozofii i socjologii nauki, rozwijanych w ciągu ostatnich dziesięcioleci, pokazuje ograniczenia lub wręcz nieadekwatność takiego ujęcia epistemologicznego. Mowa tu przede wszystkim o studiach z zakresu współczesnej socjologii wiedzy naukowej, a także koncepcjach spod znaku szeroko rozumianego konstruktywizmu. Wbrew tradycyjnym ujęciom sugerują one, że wiedza naukowa charakteryzuje się – ujmując to w dużym uproszczeniu – „ograniczoną wrażliwością empiryczną”. Jednocześnie nauka okazuje się wielokrotnie poznawczo zamknięta na „zewnętrzny” świat. Opisując poznawcze zamknięcie nauki, często przywołuje się kategorię autopojezy (*autopoiesis*) (zob. Luhmann 1990, 1995; zob. też Maturana, Varela 1980). Na gruncie niniejszego eseju przez autopojetyczność rozumiem samo-odniesienie się systemu poznawczego. Punktem odniesienia wiedzy nie jest „nieprzefiltrowany” kulturowo (por. Zybertowicz 1995) lub „nieprzetworzony” badawczo świat (zob. Abriszewski, Afeltowicz 2007), ale sam system poznawczy. To, co może zostać ujęte poznawczo, uzależnione jest od narzędzi i koncepcji, jakie zostały wytworzone na gruncie danego systemu. Co istotne, w takim ujęciu system jest w stanie uprawomocnić wiedzę w dużej mierze niezależnie od „zewnętrznego” świata. To, czym jest system autopojetyczny, dobrze oddaje metafora zaproponowana przez Andrzeja Zybertowicza. Stwierdza on, że systemy społeczne są w taki sposób

---

<sup>1</sup> Tekst powstał w ramach realizacji grantu badawczego promotorskiego Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego nr NN 101 148137.

„otorbione”, że proces poznania rozgrywa się w czymś w rodzaju kokonu, chroniącego przed wpływami otoczenia. Wpływy te nie ujawniają się bezpośrednio, lecz zawsze są kulturowo przefiltrowane i definiowane (por. Zybortowicz 1995: 118).

Celem, jaki stawia sobie niniejszy tekst, jest próba opisu procesów i czynników, za sprawą których dokonywać może się poznawcze zamknięcie nauki na świat. Dokładniej rzecz ujmując, interesować nas będzie, w jaki sposób wiedza naukowa może uprawomocnić się niezależnie od wyników eksperymentów i obserwacji naukowych. Szczególnie interesujące będą w tym kontekście kontrowersje naukowe, kiedy to jeden zbiór danych/przesłanek/obserwacji wykorzystywany jest przez konkurujących ze sobą badaczy na rzecz poparcia wzajemnie wykluczających się hipotez naukowych.

Zasadniczą perspektywę eseju stanowią modele i ustalenia socjologii wiedzy naukowej (*Sociology of Scientific Knowledge*, dalej SSK; zob. np. Knorr-Cetina, Mulkey (eds.) 1983)<sup>2</sup>. Dyscyplina ta zapoczątkowana została przez mocny program socjologii wiedzy<sup>3</sup> sformułowany przez przedstawicieli Szkoły Edynburskiej (zob. Barnes, Bloor, Henry 1996; Barnes, Bloor 1993). Postulował on wyjaśnianie zarówno sukcesów, jak i porażek nauki w kategoriach socjologicznych. Dotychczas socjologowie analizujący naukę skupiali się nie tyle na jej treści, ile formie (kontekście instytucjonalnym, normach i wzorcach kulturowych, indeksach cytowań czy polityce naukowej). Dopiero SSK sproblematyzowała samą treść nauki i podjęła się wyjaśnienia kształtu przekonań naukowych. Różnica między SSK a tradycyjną socjologią wiedzy polegała na tym, że ta druga ograniczała się wyłącznie do wyjaśnienia przekonań i systemów wiedzy pozanaukowej – przekonań potocznych, ideologii. Choć narzędzia i koncepcje wypracowane w ramach Szkoły Edynburskiej okazały się niewystarczające, by zrealizować postulaty Mocnego Programu (zob. np. Szahaj 1995; Latour 1992), to przetrwała ona drogę kolejnym falom społecznych studiów nad nauką. Wymienić można tu chociażby: 1) etnografię laboratorium (Knorr-Cetina 1981, 1983, 1999)

<sup>2</sup> Określenie *Sociology of Scientific Knowledge* stosowane jest często zamiennie z takimi terminami, jak: *social studies of science*, *science studies* oraz *Science and Technology Studies* (STS; czasami akronim ten rozwija się jako: *Science, Technology and Society*). Zakres powyższych określeń pozostaje w dużej mierze zbieżny. Zaznaczyć warto również, że często przywoływane tu nurty badawcze określa się mianem antropologii nauki i technologii. W niniejszym eseju posługuję się jednak określeniem SSK, gdyż skupiam się tu właśnie na problematyce wiedzy naukowej, podczas gdy pozostałe nazwy odnoszą się także do społecznych studiów nad techniką, inżynierią i technologiemi.

<sup>3</sup> Na Mocny Program składały się cztery postulaty metodologiczne: 1) wyjaśnianie przyczynowe – socjologia wiedzy miała poszukiwać przyczyn akceptacji przez ludzi przekonań i wiedzy; 2) bezstronność – przedmiotem socjologii wiedzy miały być przekonania prawdziwe i nieprawdziwe, racjonalne i irracjonalne, skuteczne i nieskuteczne, naukowe i nienaukowe; 3) symetryczność – te same rodzaje przyczyn miały wyjaśniać akceptację wiedzy prawdziwej i nieprawdziwej, racjonalnej i irracjonalnej itp.; 4) refleksyjność – modele i identyfikowane prawidłowości produkcji wiedzy miały się odnosić zwrótnie do samej socjologii wiedzy (Bloor 1991: 7).

i antropologię nauki (Latour 1987; Latour, Woolgar 1979; zob. też Bińczyk 2004), z których wyrosła koncepcja Teorii Aktora-Sieci (zob. Callon 1991; Latour 1999); 2) etnometodologiczne studia praktyki naukowej (Lynch 1985; Lynch, Livingston, Garfinkel 1983); 3) socjologiczną analizę dyskursu naukowego (Gilbert, Mulkey 1984); 4) Empiryczny Program Relatywizmu Szkoły z Bath, skupiający się na mechanizmach rozstrzygnięć kontrowersji naukowych (Collins 1983, 1985; Collins, Pinch 1998a, 1998b). W dalszej części pracy nawiązywał będę do powyższych nurtów SSK, a także zbieżnych z nimi koncepcji filozoficznych.

Plan wywodu jest następujący. W pierwszej części tekstu postaram się, w oparciu o narzędzia SSK, zrekonstruować procesy i czynniki, które sprawiają, że wiedza naukowa niejednokrotnie utrwała się niezależnie od „empirycznego” wpływu świata. Ograniczona wrażliwość empiryczna nauki i niejednoznaczność wyników badawczych zostanie zaprezentowana na wybranych przykładach zaczerpniętych z empirycznych studiów nad nauką. Drugą część eseju stanowi rozbudowane studium przypadku auto-uprawomocniania się hipotez naukowych. Dotyczy ono debat naukowych wokół przyczyn AIDS w latach 1982-1986. Jak pokażę, powszechnie dziś akceptowana relacja przyczynowa pomiędzy retrowirusem HIV a syndromem niedoboru odporności ukonstytuowała się pod nieobecność eksperymentów, obserwacji lub innego rodzaju przesłanek, które na gruncie tegoż dyskursu i oficjalnie deklarowanych przez jego uczestników procedur metodologicznych mogłyby zostać uznane za definitywne dowody naukowe. W studium przypadku skupię się przede wszystkim na wzajemnym cytowaniu swoich prac przez uczestników dyskursu, które doprowadziło do sytuacji, kiedy zarówno zewnętrzny obserwator, jaki i uczestnik pola badawczego w obliczu nagromadzonej literatury przedmiotu dojść mógł do wniosku, że relacja HIV–AIDS musiała zostać udowodniona w sposób definitywny. Nasze dociekania zacznijmy jednak od pewnej ogólnej konstatacji filozoficznej, dotyczącej relacji „empirii” i teorii naukowej.

## 1. Poznawcze zamknięcie dyskursów naukowych w perspektywie SSK

### 1.1. Teza Duhema–Quine’a–Hackinga

O tym, że koncepcje naukowe nie są w pełni określane przez doświadczenie empiryczne, mówi między innymi teza Duhema–Quine’a, znana również jako „teza o niedookreśleniu” (*underdetermination thesis*). Jeden z jej autorów, Willard Van Orman Quine, pisał w następujący sposób:

Całokształt naszej tzw. wiedzy czy też przekonań, od najbardziej przypadkowych prawd geografii i historii aż po najgłębsze prawa fizyki atomistycznej, a nawet czystej matematyki i logiki formalnej, jest tworem człowieka i styka się z doświadczeniem tylko wzdłuż swoich krawędzi.

Mówiąc inaczej, nauka jako całość podobna jest do pola sił, którego warunkami brzegowymi jest doświadczenie. Konflikt z doświadczeniem na brzegach pola powoduje odpowiednie przystosowanie się w jego wnętrzu. Niektórym ze zdań zostaje przypisana inna wartość logiczna. Zmiana oceny jednych zdań pociąga zmianę oceny innych za sprawą ich logicznych związków, przy czym prawa logiki są po prostu dalszymi twierdzeniami systemu, pewnymi innymi elementami pola. Zmieniwszy wartość logiczną jednego zdania, musimy zmienić wartość logiczną niektórych innych, które mogą być zarówno zdaniami powiązаныmi logicznie z tym pierwszym, jak i zdaniami ustalającymi same związki logiczne. Pole jako całość jest jednak na tyle niezeterminowane przez swe warunki brzegowe, tj. przez doświadczenie, że istnieje znaczna swoboda wyboru zdań, które wobec danego konfliktu z doświadczeniem mają być „przecenione”. Żadne poszczególne świadectwo doświadczenia nie jest związane z jakimś określonym zdaniem z wnętrza pola; związek ten ma co najwyżej charakter pośredni, za sprawą równowag pola jako całości (Quine 2000: 71-72).

Quine podszedł do problemu niedookreślenia teorii naukowej od strony logiki. Tymczasem Pierre Duhem wziął pod uwagę instrumenty naukowe oraz hipotezy pomocnicze. Według Duhema, doświadczenie i teorię można uzgodnić nie tylko zmieniając wartości logiczne poszczególnych twierdzeń czy same prawa logiki, jak sugeruje to zaproponowana przez Quine’a metafora wiedzy jako pola sił. Jak pokazuje Duhem na przykładzie astronomii, kiedy obserwacje są niezgodne z teorią, można zrewidować zarówno teorię astronomiczną, koncepcję rozchodzenia się światła w przestrzeni, jak i samą teorię działania instrumentu – w tym przypadku teleskopu (zob. Duhem 1991). Prowadzi to do sytuacji, kiedy doświadczenie i teoria są wzajemnie do siebie dopasowywane i tworzą pewną domkniętą, wzajemnie się potwierdzającą całość (por. Hacking 1992; por. kategorię *robust fit*, Pickering 1995).

To odnosi nas do problemu eksperymentu krzyżowego, który traktowany był przez wielu filozofów jako środek rozstrzygnięcia sporów między konkurencyjnymi teoriami naukowymi. W świetle prac Quine’a i Duhema procedura ta okazuje się nieuzasadniona – nie można oddzielić twierdzeń empirycznych od teoretycznych, gdyż te pierwsze formułowane są już w języku konkretnej teorii. Zatem w sytuacji, gdy ścierają się przedstawiciele różnych podejść naukowych, te same efekty eksperymentu odczytują oni przez różne teorie. Musimy jednak pamiętać o stwierdzeniu Duhema, wedle którego przedstawiciele różnych teorii mogą inaczej interpretować nie tylko same wyniki, ale także sposób działania wytwarzających je eksperymentów i instrumentów.

Ian Hacking (1992) posuwa tezę Duhema o krok dalej. Pokazuje, że doświadczenie może być dopasowywane do teorii zarówno poprzez zmianę teorii, hipotez pomocniczych dotyczących działania instrumentów, jak i **przebudowę samego instrumentu**. Przedstawiciele konkurencyjnych koncepcji w praktyce inaczej wykonują swoje eksperymenty i obserwacje – różnią ich nie tylko przyjmowane hipotezy pomocnicze, terminologia, opis działania eksperymentu, ale sama konstrukcja aparatury oraz sposób jej obsługi. Hacking, próbując dokonać rozszerzenia tezy Duhema, zauważa, że naukowiec może dopasowywać teorię do obserwacji poprzez

modyfikowanie i manipulowanie takimi elementami eksperymentu, jak: 1) pytania badawcze; 2) wiedza kontekstowa; 3) teoria systematyczna; 4) hipotezy tematyczne (*topical hypotheses*) – hipotezy łączące teorię systematyczną z obserwowanymi zjawiskami; 5) teoretyczne modele aparatury; 6) przedmiot lub populacja przygotowana do badania (najczęściej spreparowana lub laboratoryjne wytworzona); 7) źródło modyfikacji – najczęściej urządzenie, które zmienia zachowanie lub działanie przedmiotu badania; 8) detektory – rejestrują zmiany w zestawie laboratoryjnym; 9) generatory danych – służą do pomiaru, generują wydruki i liczby, które poddane zostaną dalszej obróbce (są często zintegrowane z detektorami); 10) innego rodzaju narzędzia i przedmioty, np. instrumenty kontrolne; 11) procedury oceny, analizy, redukcji i interpretacji surowych danych. Wedle powyższego badacz dysponuje dużą swobodą w modyfikowaniu licznych elementów eksperymentu, co pozwala mu uzgadniać teorię z empirią.

Wychodząc od tezy Duhema–Hackinga, możemy na nowo podjąć problem niewspółmierności (*incommensurability*) różnych koncepcji naukowych. Do filozoficznej refleksji nad nauką na trwałe wprowadzili tę kategorię Thomas Kuhn oraz Paul Feyerabend. W ramach tradycyjnego ujęcia dwie koncepcje są niewspółmierne, gdy ich terminy są na siebie nieprzekładalne. Hacking proponuje wrócić do źródłostwu terminu „niewspółmierność”. Według jego podejścia dwie teorie są niewspółmierne nie tylko dlatego, że posługują się nieprzekładalnymi językami, ale też dlatego, że brak im „wspólnej miary” – zasadzają ją na odmiennych praktykach eksperymentalnych i posiadają inne zaplecze laboratoryjne i instrumentalne (por. Hacking 1992).

Wracając do problemu samo-uprawomocniania dyskursów naukowych, zauważyć musimy, że niedookreślenie wiedzy naukowej przez świat obiektywny to jeszcze nie poznawcze zamknięcie systemów. Jednak opisywane przez Hackinga techniki uświadamiają nam, jak długo naukowcy mogą obstawać przy swoich stanowiskach w obliczu najróżniejszych przesłanek empirycznych. Sama kategoria empirii jest tu nierozzerwalnie związana z teorią naukową – nie ma czystego doświadczenia, gdyż ujmowane jest ono już za pomocą kategorii lub narzędzi oferowanych w ramach danego sposobu badania świata.

## 1.2. Koszty replikacji badań eksperymentalnych

O wiele ciekawsze z perspektywy naszej analizy są mechanizmy związane z systemem finansowania badań oraz kosztami replikacji eksperymentów. Ian Hacking zauważa, że jednym z czynników zapewniających stabilność przekonaniom naukowym są niezwykle wysokie koszty pewnych eksperymentów naukowych. Replikacja prac eksperymentalnych jest w wielu przypadkach tak droga, że badacze nie podejmują się jej. (Wyjątek stanowią sytuacje, kiedy wyniki danego doświadczenia nie dają się uzgodnić z innymi elementami dyskursu – wynikami konkurencyjnych badań lub



przewidywaniami teoretycznymi). Hacking podaje następujący przykład, zaczerpnięty ze studium Bruno Latoura i Steve'a Wollgara *Laboratory Life* (1979), a dotyczący badań nad hormonem o nazwie tyreoliberyna (TRH). W trakcie realizacji badań, w których jako etnograf uczestniczył Latour, na świecie nie istniała ilość TRH, która mogłaby posłużyć do analiz laboratoryjnych. W celu uzyskania jednego mikrograma tej substancji należało przetransportować z rzeźni w Chicago do laboratorium w San Diego pięć ton świńskich mózgów przechowywanych w lodzie (Hacking 1999: 175). Żadnego laboratorium nie stać byłoby na analogiczne przedsięwzięcie wyłącznie w celu potwierdzenia wyników uzyskanych przez Salk Institute. Tego typu wydatki są dopuszczalne co najwyżej w przypadku prac pionierskich. Oczywiście nie wszystkie dyscypliny przyrodoznawstwa wymagają analogicznych nakładów. Jednak nawet tam racjonalnym wyborem okazuje się raczej rozwijanie istniejących już prac niż ich kontestowanie, podważanie lub wikłanie się w kontrowersje. O wiele bardziej opłacalne jest traktowanie rzeczonych wyników jako swego rodzaju „czarnych skrzynek”. Poświęćmy nieco uwagi tej kategorii.

Termin „czarna skrzynka” (*black box*) został zaczerpnięty z cybernetyki, gdzie wykorzystuje się go za każdym razem, gdy jakiś fragment systemu, powiedzmy maszyny lub zespołu procedur, jest zbyt skomplikowany. Wtedy spłot czynników i elementów traktuje się właśnie jako czarną skrzynkę, co do której ważne jest jedynie to, co na wejściu i wyjściu, a jej wewnętrzne relacje nie są problematyzowane. Czarna skrzynka funkcjonuje na gruncie SSK jako coś więcej niż luźna metafora. Kategorię tę stosuje się niejednokrotnie w odniesieniu do uznanych przez badaczy faktów naukowych stanowiących punkt wyjścia dla dalszych dociekań. W niniejszym tekście przez czarną skrzynkę rozumiem za Bruno Latourem (1987: 1-3) każdy obiekt, który stanowi społecznie i technologicznie **ustabilizowany konstrukt**. Czarną skrzynką może być zarówno sprawnie działający artefakt technologiczny, zstandaryzowany eksperyment, jak i twierdzenie naukowe, które traktowane jest jako niepodważalne. Istotą czarnych skrzynek w nauce jest to, że badacze traktują je jako nieproblematyczne byty i wykorzystują je w swoich pracach badawczych „nadbudowując nad nimi” kolejne eksperymenty, technologie lub koncepcje. Przykładowo, pojęcie, eksperyment, obserwacja lub koncepcja traktowana jako czarna skrzynka może stać się elementem szerszej koncepcji teoretycznej lub zostać potraktowane jako założenie lub hipoteza pomocnicza wyjaśniająca zasady działania eksperymentu. Z kolei urządzenie może zostać wykorzystane jako element większego systemu technologicznego lub zestawu eksperymentalnego. Czarną skrzynkę można zdefiniować w kategoriach kosztów jej ewentualnego otwarcia/sproblematyzowania (por. Sojak 2004: 238-244). W wielu przypadkach proces domknięcia naukowej czarnej skrzynki polega na odrzuceniu wiedzy o procesie jej ukształtowania i „domknięcia” (por. Sojak 2004: 239; Sojak, Wicenty 2005: 79-84). Choć teoretycznie zawsze istnieje możliwość otwarcia czarnej skrzynki, to najczęściej nikt nie podejmuje się tego zadania ze względu na zbyt wysokie koszty. W świetle ustaleń SSK, czarne skrzynki

są stabilizowane nie tylko przez różnego rodzaju interesy, przekonania i praktyki, ale przede wszystkim za sprawą procesu nadbudowywania nad nimi kolejnych warstw czarnych skrzynek (por. Callon 1991).

Wróćmy jednak do problemu replikacji. Problem z jej realizacją nie sprowadza się wyłącznie do kwestii kosztów ekonomicznych i trudności w dostępie do niektórych zasobów niezbędnych w pracy badawczej (próbek, aparatury naukowej itd.). Zasadnicza trudność polega na tym, że replikacja wymaga niezwykle wysokich kompetencji w dziedzinie eksperymentowania. Częstokroć jedynym sposobem zapewnienia powielalności lub standaryzacji eksperymentów jest transfer wiedzy milczącej (*tacit knowledge*). Harry Collins (1974, 1985: 51-78) analizował próby powielenia jednego z wczesnych modeli lasera typu TEA przez zespół badaczy. Urządzenie to opracowano już wcześniej w innym ośrodku badawczym. Obserwowany przez niego zespół dysponował szczegółowym opisem i pełną dokumentacją. Te były jednak niewystarczające – w trakcie prac pojawił się szereg trudności, które uniemożliwiły reprodukcję tego stosunkowo prostego artefaktu. Replikacja stała się możliwa dopiero wtedy, gdy do zespołu dołączyła osoba, która uczestniczyła w pracach laboratorium, które jako pierwsze skonstruowało wspomniane urządzenie – posiadała ona niewyartykułowane (i najczęściej nieartykułowalne) ucieleśnione *know how* niezbędne przy pracy nad laserem TEA<sup>4</sup>. Jak pokazuje Michael Lynch, czasami dochodzi do sytuacji, kiedy jedynym sposobem uzyskania satysfakcjonującego poziomu standaryzacji danego eksperymentu jest zaangażowanie przy jego wykonywaniu jednej i tej samej osoby. Jak pokazał w swoim etnograficznym studium praktyk laboratoryjnych, różnice pomiędzy kompetencjami laborantów i stosowanymi przez nich manualnymi technikami są na tyle duże, że generują niedopuszczalne z naukowego punktu widzenia rozbieżności wyników jednego i tego samego eksperymentu (por. Lynch 1985: 67-68).

Etnograficzne obserwacje dotyczące replikacji pokrywają się z zarejestrowanymi przez dwóch analityków dyskursu naukowego, Michaela Mulkaya i Nigela Gilberta, opiniami samych badaczy. Przytoczmy dwie anonimowe wypowiedzi naukowców:

Kiedy piszesz artykuł, w jaki sposób udało ci się przeprowadzić (eksperyment), podstawowa zasada mówi, że masz pisać tak, aby inne laboratoria były w stanie odtworzyć twoją pracę oraz twoje warunki. Ale to jest oczywiście niemożliwe. Jest cała masa rzeczy istotnych dla przebiegu eksperymentu, takich jak chociażby miejscowa woda [...], z których nie zdajemy sobie sprawy (Gilbert, Mulkay 1984: 53).

Idealna sytuacja to taka, kiedy artykuł jest napisany w taki sposób, aby Marsjanin, mając dostęp do biblioteki, był w stanie przyjść i powtórzyć twój eksperyment. Ale to jest w dużej mierze myślenie życzeniowe (Gilbert, Mulkay 1984: 53).

---

<sup>4</sup> Podobne znaczenie wiedzy milczącej w pracy naukowej ukazały socjologiczne analizy współczesnych laboratoriów zajmujących się projektowaniem i konstruowaniem broni nuklearnej (MacKenzi, Spinardi 1995, 1998).

Jak zatem widać, replikacja jest nie tylko kosztowna (pochlania rzadkie zasoby badawcze), ale przede wszystkim czasochłonna (istnieje konieczność odtworzenia zasobów wiedzy milczącej). Potwierdzenie wyników eksperymentalnych innego laboratorium lub powielenie niestandardowego urządzenia nie jest czynnością trywialną; niejednokrotnie wymusza na badaczach powtórzenie niemal całego procesu poznawczego (różnica polega na tym, że w przypadku replikacji badacze wiedzą, że ich cel da się zrealizować, podczas gdy zespoły pionierskie nie mają tego typu pewności). Zasadnicza kwestia jest jednak taka, że jednostki badawcze muszą uwzględniać działania innych przedstawicieli pola badawczego: jeżeli dane laboratorium skupiałoby się na replikacji wyników badań, inne centra naukowe mogłyby w tym samym czasie posuwać swoje projekty do przodu, zyskując pierwszeństwo, jeżeli chodzi o dostęp do grantów badawczych.

### 1.3. Organizacja badań naukowych a domykanie czarnych skrzynek

Na gruncie powyższych ustaleń można sformułować pewien model nauki, który wydaje się zasadny w odniesieniu do wielu współczesnych pól badawczych, w szczególności tych, które stanowią fronty badawcze nauki<sup>5</sup>. Wskazuje on przede wszystkim na sposób organizacji badań naukowych. Szczególnie istotna jest tu wzajemna zależność (*mutual dependence*) badaczy oraz zakres kontroli społecznej, jakim dysponują nad przedsięwzięciami współbadaczy (zob. Fuchs 1992, 1993).

1. Fronty badawcze skupiają badaczy o najwyższych kompetencjach badawczych, a zarazem największych aspiracjach.
2. Badacze funkcjonujący w ramach frontów badawczych poddani są silnej kontroli społecznej ze strony reszty środowiska naukowego, gdyż:
  - a) prowadzenie badań eksperymentalnych w ich ramach i pisanie wiarygodnych raportów badawczych wymaga dostępu do kosztownych zasobów naukowych (aparatury, rzadkich próbek);
  - b) kontrolą nad zasobami dysponują współbadacze oraz instytucje finansujące i rozliczające badania (opiniującymi podania o granty są najczęściej współbadacze);
  - c) sukces poznawczy uzależniony jest również od tego, czy tezy naukowe będą pozytywnie odbierane i stosowane przez pozostałych przedstawicieli danej dyscypliny (mogą oni powielać je w swoich pracach, czyniąc je bardziej wiarygodnymi).

---

<sup>5</sup> Miano frontu badawczego (*research front*) noszą te obszary praktyki badawczej, w których skupione są najdroższe i najrzadsze zasoby badawcze oraz najzdolniejsi naukowcy. Jednocześnie pola te charakteryzuje wysoka niepewność zadaniowa (*task uncertainty*): metodologia i techniki badawcze są tu jeszcze wypracowywane, przedmiot badań zaczyna się dopiero konstituować, a sami naukowcy funkcjonują w warunkach wysokiej niepewności co do możliwości zrealizowania ich celu badawczego (por. Fuchs 1992, 1993).

3. Im zasoby do pracy naukowej są droższe lub trudniej dostępne, tym większym zakresem wzajemnej kontroli (Fuchs 1992, 1993) swojej pracy dysponują badacze.
4. Wysoka wzajemna kontrola społeczna wymusza dyscyplinę metodologiczną i teoretyczną:
  - d) niewpisanie się przez badacza w główny nurt badań (np. formułowanie nader nowatorskich tez) spotkać może się z odmową finansowania dalszych badań, co utrudnia dostęp do zasobów badawczych (wytworzyć może się w ten sposób „zaklęty krąg”: brak środków na badania prowadzi do braku wiarygodnych wyników naukowych, to zaś powoduje trudności ze zdobyciem środków na badania...);
  - e) prace nad nowymi polami problemowymi związane są z dostępem do większych korzyści i kapitałów naukowych:
    - wyższy prestiż naukowy, który może ułatwić zdobycie grantu;
    - publikacje na łamach prestiżowych czasopism;
    - dostęp do większych środków finansowanych i bardziej zaawansowanej technologicznie aparatury naukowej;
    - dostęp do personelu o najwyższych kwalifikacjach;
  - f) ewentualne spory naukowe są relatywnie szybko rozstrzygane poprzez odcinanie środków niezbędnych do badań; nurty odstępców lub alternatywne szkoły naukowe są najczęściej eliminowane<sup>6</sup>;
  - g) próba wyłamania się z paradygmatu uniemożliwia realizację prywatnych aspiracji badaczy (które – jak pamiętamy – są stosunkowo wysokie w bardziej dynamicznych polach nauki).
5. W warunkach wysokiej wzajemnej zależności strategią wygrywającą jest rozwijanie dotychczasowych badań, nie zaś próby dokonania przewrotu naukowego. Nieoptymalna okazuje się również replikacja wyników badań oraz wklepanie się w kontrowersje.
6. Naukowcy przyjmujący strategię wygrywającą nadbudowują swoje prace nad pracami współbadaczy, skutecznie obracając je w czarne skrzynki. Struktura organizacji pracy czyni je **nierewidowalnymi**. Sam wysiłek poznawczy zostaje skanalizowany – badacze skupieni zostają na rozwiązywaniu kolejnych problemów, wypełniając tym samym paradygmat (w ścisłym, Kuhnowskim tego słowa znaczeniu – zob. Kuhn 2001), a następnie przesuwają się do innych pól badawczych, gdzie czekają na nich niezagospodarowane jeszcze źródła zasobów i prestiżu naukowego.

---

<sup>6</sup> Z odwrotną sytuacją mamy do czynienia w wielu dyscyplinach humanistycznych, gdzie funkcjonują równoległe różnego rodzaju konkurencyjne i niewspółmierne teorie czy szkoły. W naukach humanistycznych spory są zasadniczo nierozstrzygalne, gdyż naukowcy dysponują nikłym zakresem kontroli współbadaczy. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że praca naukowa w tych polach najczęściej nie wymaga tak rzadkich zasobów, jak w przypadku przyrodoznawstwa lub samych frontów badawczych (zob. Fuchs 1993).

Ten typ funkcjonowania nauki Randall Collins określa mianem *high-consensus, rapid-discovery science* (Collins 1994, 1998: 523-569). Oczywiście nie wszystkie dyscypliny funkcjonują zgodnie z tym modelem. Przykładowo, część dyscyplin, w szczególności humanistycznych i społecznych, nie zakłada wykorzystania rzadkich zasobów badawczych wymuszających ściślejszą zależność badaczy, co sprawia, że czarne skrzynki nie są tu tak sprawnie domykane. W takich warunkach mogą rozwijać się również równolegle niewspółmierne względem siebie paradygmaty. Dzieje się tak, gdyż badacze nie dysponują środkami kontroli społecznej, za pomocą których mogliby się wzajemnie dyscyplinować. Jednocześnie nawet w ramach dyscyplin naukowych wykorzystujących rzadkie zasoby badawcze powyższe mechanizmy organizacyjne czasami zawodzą i dochodzi do kosztownych kontrowersji. Przyczyną może być na przykład to, że niektórzy naukowcy nieprawidłowo rozpoznają koszty odstępstwa lub po prostu podejmują ryzyko w nadziei dokonania znaczącej innowacji badawczej.

Z punktu widzenia niniejszej pracy najważniejsze jest, że model organizacji typu *rapid-discovery science* działa w taki oto sposób, iż wiedza w krótkim czasie czyniona jest nierewidowalną. Z kolei sposób finansowania i oceniania badaczy sprawia, że nie są oni nastawieni na potwierdzanie wyników badań. Zamiast z krytycznością naukową opisywaną (a może raczej postulowaną) przez Karla Poppera (2001) mamy tu do czynienia z wysokim poziomem wzajemnego zaufania wśród członków wspólnoty badawczej. Pewność co do wiedzy naukowej bierze się zatem nie stąd, że dana teza została wielokrotnie potwierdzona, ale z tego, że uczyniona została ona nierewidowalną. Dynamika frontu badawczego, polegająca na szybkim nadbudowywaniu kolejnych czarnych skrzynek nad daną tezę, skutecznie winduje koszty ewentualnego jej podważenia – nie tylko trzeba by powielić cały eksperyment, ale również narazić się na sankcje ze strony badaczy oraz podważyć cały szereg późniejszych rozstrzygnięć.

To nie prowadzi nas jednak do stwierdzenia o możliwości poznawczego zamknięcia nauki. Konieczny jest tu jeszcze jeden krok. Pamiętać musimy mianowicie o opisywanej przez filozofów i socjologów niejednoznaczności wyników badawczych<sup>7</sup>, jak również wysokiej niepewności zadaniowej charakterystycznej dla wielu pól badawczych, w szczególności frontów naukowych, gdzie wiedza dopiero się formuje, a metody badawcze instytucjonalizują. Biorąc to pod uwagę, otrzymujemy model systemu poznawczego, który rozstrzygnięcia mikronegociacji mające miejsce na poziomie pojedynczych laboratoriów – o ile te wpisują się w paradygmat i nie stoją w sprzeczności z naukowymi przypuszczeniami – szybko obraca w czarne skrzynki i stabilizuje poprzez efekt nadbudowywania. Dodatkowo pamiętać powinniśmy o obserwacjach Duhema, Quine'a i Hackinga: nawet jeśli naukowcy stają w obliczu anomalii lub sprzeczności,

<sup>7</sup> Pisał już o tym Ludwik Fleck (1986). Na niejednoznaczność wyników badań i konieczność ich negocjacji zwrócili również uwagę późniejsi badacze nauki. Przykładowo, Karin Knorr-Cetina pokazywała, że rozstrzygnięcia kontrowersji naukowych na poziomie laboratorium nie są kwestią „narzucających się faktów”, ale mikronegociacji społecznych dotyczących tego, co się widzi, jak to badać oraz jakie można sformułować twierdzenia (Knorr-Cetina 1981; por. Lynch 1985).

ewentualnie konieczności rewizji założeń, to mają oni do dyspozycji szereg technik uspojniania pola naszej wiedzy, co pozwala im unikać dysonansów poznawczych.

#### 1.4. Przykłady „niewrażliwości empirycznej” dyskursów naukowych

Odwołajmy się do pewnych przykładów, które ilustrują niewrażliwość empiryczną nauki oraz sposób, w jaki może dokonywać się poznawcze zamknięcie poszczególnych dyscyplin. Doskonałych egzemplifikacji tego typu procesów dostarczają badania nad kontrowersjami naukowymi prowadzone w ramach Szkoły Edynburskiej oraz Szkoły z Bath.

##### 1.4.1. Przykład 1: spór Pasteur–Pouchet (zob. Collins, Pinch 1998a: 125-140)

Spór ten dotyczył zjawiska samoródtwa. Ludwik Pasteur i Felix Pouchet przeprowadzili szereg eksperymentów, które miały wykazać, czy życie może powstawać spontanicznie z materii nieożywionej. Jednym z nich był sławny eksperyment Pasteura z kolbami o łabędzich szyjkach oraz eksperymenty prowadzone przez Pasteura i Poucheta ze sterylnymi wywarami. Kluczowe było to, czy w wysterylizowanej kolbie pojawi się osad organiczny, czy nie. W praktyce jednak fakt pojawienia się lub niepojawienia osadów organicznych nie był w żaden sposób rozstrzygający. Kluczowa była tu wiara w samoródtwo, gdyż determinowała ona interpretację eksperymentów. Pasteur, który odrzucał istnienie samoródtwa, pojawienie się osadów interpretował w ten sposób, że próbka nie była wcale sterylna lub doszło do jej zanieczyszczenia w trakcie eksperymentu. Z kolei Pouchet, będąc zwolennikiem teorii samoródtwa, brak znaków świadczących o pojawieniu się życia traktował jako dowód tego, że zawartość kolby uległa jakiemuś zatruciu (np. rtęcią wykorzystywaną w niektórych eksperymentach). A zatem obie strony sporu wyniki niezgodne z przypuszczeniami traktowały jako artefakty. Co więcej, przekładało się to na dokonywaną przez obu naukowców selekcję próbek jako mniej lub bardziej wiarygodnych.

##### 1.4.2. Przykład 2: eksperyment Raya Daviesa i brakujące neutrino słoneczne (zob. Collins, Pinch 1998a: 181-206)

W 1967 roku Davies przeprowadził kosztowny eksperyment mający na celu potwierdzenie kosmologicznej teorii ewolucji gwiazd, który stanowił próbę zarejestrowania neutrin słonecznych. W celu wychwycenia tych cząstek skonstruowano ogromny podziemny zbiornik wypełniony środkiem czyszczącym bogatym w chlor. Neutrino słabo oddziałują z materią. Wiadomo jednak, że nadlatujące neutrino będą reagować z chlorem, w wyniku czego powstanie radioaktywna forma argonu. Fakt, że zbiornik umieszczono głęboko pod ziemią, wykluczał oddziaływanie innych form promieniowania kosmicznego, które również uruchamiają tę reakcję. Davies co miesiąc przeszukiwał

zbiornik w poszukiwaniu argonu. Ostatecznie doświadczenie przyniosło frustrujące rezultaty – pomiar ilości argonu w znaczącym stopniu nie zgadzał się z teoretycznymi przewidywaniami. Innymi słowy, zarejestrowano mniej neutrin, niż się spodziewano. Wielokrotnie sprawdzano eksperyment, szukano błędów w modelach teoretycznych i założeniach. Wysuwano szereg hipotez naukowych mających wyjaśnić anomalię. Nie bez znaczenia była tu osoba samego Daviesa – uznanego i doświadczonego badacza. Nie tylko był on w stanie merytorycznie obronić swoje doświadczenie – dzięki kapitałom naukowym, jakimi dysponował, nikt nie odważył się zdyskredytować lub zlekceważyć jego eksperymentu. Ostatecznie nie odrzucono ani wyników eksperymentu, ani samej teorii stojącej z nim w sprzeczności. Zaakceptowano ten dysonans wierząc, że w przyszłości uda się go w jakiś bliżej nieokreślony sposób rozwikłać.

### 1.4.3. Przykład 3: kontrowersja Millikan–Ehrenhaft (zob. Barnes, Bloor, Henry 1996: 18-45)

W pierwszej połowie XX wieku Felix Ehrenhaft i Robert A. Millikan toczyli ze sobą wieloletni spór dotyczący pomiaru ładunku elektronu. Millikan wykorzystał powszechnie dziś znany eksperyment z naładowaną elektrycznie kroplą oleju, która była spuszczana z określonej wysokości i przemieszczała się między horyzontalnie umieszczonymi okładkami, które mogły być naładowane elektrycznie. Fizyk, obserwując zmiany w ruchu kropli i znając wielkość stałych fizycznych oraz ładunek na okładkach, jest w stanie matematycznie wyliczyć ładunek elektryczny kropli. Oczywiście istnieje szereg możliwych źródeł błędu – fluktuacje napięcia na okładkach, ruchy powietrza lub kurz. Dlatego zestaw eksperymentalny musi być izolowany i ekranowany. W trybie wielu prób Millikan wyliczył, że ładunek elektronu wynosi około  $4,7 \cdot 10^{-10}$  esu. W tym samym czasie analogiczne eksperymenty przeprowadzał Ehrenhaft – wykorzystywał on jednak w swoich pracach ciała stałe (wosk, małe kawałki metalu). Początkowo uzyskiwał wyniki podobne do Millikana, z czasem zaczął jednak rejestrować ładunki  $e/3$  i  $e/5$ , co pchnęło go do stwierdzenia, iż istnieją subelektrony. Gdy wychwytywał wciąż mniejsze części ładunku, doszedł do wniosku, że zarówno elektrony, jak i subelektrony nie istnieją. Był to początek wieloletniej kontrowersji, w trakcie której Millikan i Ehrenhaft usiłowali podważyć nawzajem swoje eksperymenty. Oba doświadczenia, choć bardzo podobne, różniły się pod kilkoma istotnymi względami. Badacze nie próbowali replikować nawzajem swoich eksperymentów – obaj fizycy pracowali w oparciu o właściwe im tylko techniki eksperymentalne oraz przyjmowali inne założenia i hipotezy pomocnicze. Millikan dostosowywał swoją metodę do wstępnych założeń, które przyjmował. Tymczasem Ehrenhaft próbował uwzględnić zaskakujące wyniki, zamiast odrzucić je jako błędy poznawcze. Pierwszy z nich pozostał realistą w dziedzinie atomów i elektronów, tymczasem drugi podążył, wraz z Ernstem Machem, drogą fenomenalizmu. Ostatecznie Ehrenhaft przegrał – środowisko naukowe stopniowo straciło zainteresowanie niekonkluzywnym sporem, a prace Ehrenhafta uznano za odizolowaną anomalię,

która po prostu nie wpisywała się w ówczesnie rozwijane koncepcje. Istotne z perspektywy niniejszego tekstu jest to, że obaj badacze funkcjonowali w autopojetyczny sposób w tym sensie, że dokonywali reinterpretacji wyników i metod w świetle swojej wiedzy. Co więcej, dokonywali również reinterpretacji wyników oponentów, wykorzystując je na rzecz własnych tez.

#### 1.4.4. Przykład 4: Polowanie na kwarki (zob. Pickering 1993)

Zmodyfikowana wersja eksperymentu Millikana wykorzystana została w latach siedemdziesiątych w pracach eksperymentalnych mających na celu udowodnienie istnienia kwarków. Kilka zespołów usiłowało zarejestrować cząstkowy ładunek elektryczny, który – jak przypuszczano – miał świadczyć o obecności „wolnych kwarków”, czyli kwarków niezwiązanych w postaci atomu. Wyniki prac były niejednoznaczne. Wywiązała się kontrowersja między zespołami – jedni twierdzili, że udało im się zarejestrować obecność wolnych kwarków, inni uważali, że w swoich eksperymentach nie zarejestrowali takiego fenomenu. Strony sporu wytworzyły dwa niewspółmierne względem siebie dyskursy, które wyniki eksperymentów ujmowały w taki sposób, aby pozostawały one zgodne z postulowanymi przez nich tezami naukowymi. Co więcej, konkurujące zespoły wykorzystywały badania innych zespołów, reinterpretując je tak, aby popierały ich własne tezy. Dzisiejsza nauka uznaje, że niemożliwy jest pomiar wolnych kwarków – są one zawsze związane w postaci atomów. Co jednak interesujące, spór ten świetnie ilustruje, w jaki sposób do niedawna kontrowersyjne badania (chodzi oczywiście o doświadczenia i tezy sformułowane przez Millikana) traktowane są niczym oczywiste czarne skrzynki i wykorzystywane w ramach zupełnie nowych przedsięwzięć badawczych.

Skoro omówiliśmy już pewne ogólne mechanizmy dość powszechnie spotykane w nauce, za sprawą których może dokonywać się jej „poznawcze zamknięcie”, oraz wprowadziliśmy takie kategorie, jak „czarna skrzynka” lub „niewspółmierność”, przejść możemy do szczegółowego studium przykładu autopojetycznego dyskursu naukowego.

## 2. Studium przypadku dyskursu naukowego wokół przyczyn HIV/AIDS<sup>8</sup>

Studium skupia się na debatach naukowych w latach 1982-1986 dotyczących przyczyn dopiero co zarejestrowanego syndromu, który znamy dziś powszechnie jako

---

<sup>8</sup> Na temat dyskursu naukowego wokół przyczyn HIV/AIDS oraz późniejszych kontrowersji naukowych wokół dominującej teorii istnieje obszerna literatura socjologiczna (zob. Altman 1986, 1994; Epstein 1995, 1996, 1997; Fujimura, Chou 1994; Murray, Payne 1988; Treichler 1988a, 1988b, 1991, 1992; Patton 1985, 1990; zob. również Collins 2000). W swojej pracy odwołuję się głównie do książki Stevena Epsteina *Impure Science* (Epstein 1996), która w sposób najpełniejszy opisuje dyskurs i kontrowersje wokół AIDS aż do roku 1995.



AIDS. Obecnie powszechnie uznaje się, że to retrovirus HIV stanowi bezpośrednią przyczynę AIDS. Jednak na samym początku lat osiemdziesiątych, kiedy zaczęto rejestrować zagadkowe przypadki zachorowań wśród gejów, twierdzenie o zakaźnych przyczynach epidemii uznawane było za mało prawdopodobne. Za zdecydowanie wiarygodniejsze uchodziły podejścia, które wiązały syndrom ze stylem życia grup ryzyka – skupiano się na nadużywaniu narkotyków, rozwiązłości i „szybkim” stylu życia amerykańskich gejów. Nie dotyczyło to wyłącznie dyskursu medycznego i naukowego: media masowe oraz różnego rodzaju podmioty polityczne mówiły o nowym syndromie jako „gejowskiej chorobie”. Dopiero szereg negocjacji społecznych umożliwił powiązanie syndromu z czynnikiem zakaźnym. W studium skupię się w szczególności na procesie, który umożliwił obrócenie hipotezy, wedle której HIV wywołuje AIDS<sup>9</sup>, w stabilną czarną skrzynkę. Co istotne, uprawomocnienie tej hipotezy dokonało się pod nieobecność i niezależnie od badań empirycznych. Dyskurs wokół przyczyn AIDS stanowi swego rodzaju typ idealny (w rozumieniu Maksa Webera) autopojetycznego systemu komunikacji. Ukazuje on mechanizmy samoprodukowania się dyskursów w niemal czystej postaci. Jest to ekstremalny przypadek, kiedy tak ważne rozstrzygnięcie naukowe (ważne, bo pociągnęło za sobą głębokie przekształcenia kulturowe, polityczne, a nawet gospodarcze) dokonało się niezależnie od empirycznych badań. Jak zobaczymy, uprawomocnienie hipotezy retrovirusowej wygenerowane zostało przez sam dyskurs.

Niezwykłe ważne z punktu widzenia niniejszej analizy są kontrowersje i debaty wokół przyczyn AIDS, które rozgorzały na nowo po 1986 roku za sprawą osoby Petera Duesberga. Ten niegdyś powszechnie szanowany badacz stwierdził w swoim artykule opublikowanym na łamach prestiżowego „Cancer Research” (Duesberg 1987), że brak jest wystarczających dowodów na rzecz potwierdzenia hipotezy retrovirusowej. W tym oraz wielu późniejszych artykułach wskazywał, że syndrom niedoboru odporności wyjaśnić można z powodzeniem odwołując się do wielokrotnych infekcji, toksyn, nadużywania narkotyków. Sugerował między innymi, że AIDS stanowi nie tyle zupełnie nową spójną jednostkę chorobową, ile grupę znanych medycynie już od dawna chorób arbitralnie zebranych pod jedną nazwą. Twierdził jednocześnie, że poszczególne choroby wskaźnikowe AIDS posiadają swoje indywidualne przyczyny (zob. Duesberg 1996). W gruncie rzeczy tezy tego typu formułowane były na marginesie debat wokół przyczyn AIDS już dużo wcześniej. Wszystkie one wraz z przytaczanymi na ich poparcie danymi zostały jednak skutecznie zdyskredytowane i wyparte z dyskursu naukowego przez opisywane poniżej mechanizmy. Dopiero Duesbergowi udało się przebić. Wokół jego osoby zaczęli się konsolidować dotychczas lekceważeni i wypierani odstępcy. Niemniej jednak stało się to wtedy, gdy hipoteza retrovirusowa zdążyła się już zinstytucjonalizować

<sup>9</sup> W dalszym wywodzie będę odnosił się do tej hipotezy jako „hipotezy retrovirusowej” lub „hipotezy HIV-AIDS”.

i utrwalić jako czarna skrzynka. W niniejszej analizie nie będą interesowały nas bezpośrednio spory pomiędzy odstępcami a głównym nurtem badań nad HIV/AIDS. Pamiętać musimy jednak, że wiele z interesujących aspektów dyskursu wokół przyczyn AIDS w latach 1984-1986 uwypuklone i sproblematyzowane zostało właśnie za sprawą odstępców. Jak pokazuje Szkoła z Bath, kontrowersje naukowe stwarzają wyjątkowo korzystne dla SSK warunki – podczas kontrowersji naukowych sami badacze demaskują i opisują pewne istotne socjologicznie mechanizmy funkcjonowania nauki. Właśnie tego typu tropów dostarcza nam kontrowersja między Duesbergiem a przedstawicielami przyjmowanej dziś powszechnie hipotezy retrowirusowej.

## 2.1. Od „piątki z Los Angeles” do AIDS

### 2.1.1. Piątka z Los Angeles i zagadkowy syndrom

Od czego zatem zaczęła się w Stanach Zjednoczonych epidemia HIV/AIDS? Współczesne analizy epidemiologiczne wielokrotnie wspominają o „pacjentach zero”, czyli wyjątkowo aktywnych seksualnie nosicielach retrowirusa HIV, którzy zarazili dziesiątki, jeżeli nie setki kolejnych ofiar (zob. np. Barabási 2002: 123-124). Są to jednak analizy dokonywane już w ramach pewnego uformowanego i instytucjonalizowanego sposobu badania i postrzegania AIDS. Nas z kolei interesuje wyjaśnienie sposobu, w jaki uformował i instytucjonalizował się ów sposób konceptualizacji i badania AIDS. W perspektywie SSK za początek epidemii należy uznać zarejestrowanie nowego, zagadkowego syndromu u pięciu pacjentów z Los Angeles i ukazanie się w czerwcu 1981 roku jednego z raportów „Morbidity and Mortality Weekly Report”, wydawanego przez amerykańskie Centrum do spraw Kontroli i Prewencji Chorób Zakaźnych (Centers for Disease Control and Prevention, CDC). Raport ten wspomina o pięciu młodych mężczyznach z Los Angeles, u których zdiagnozowano pneumocystozę (*Pneumocystis carinii pneumonia*, PCP) – zapalenie płuc wywoływane przez atypowy grzyb<sup>10</sup>. Dwóch z nich zmarło. „Piątka z Los Angeles” przykuła uwagę personelu CDC, gdyż mikroorganizm wywołujący PCP występuje powszechnie, ale system immunologiczny w normalnych warunkach sobie z nim radzi – przypadki PCP były dotychczas rzadkie i ograniczały się do osób o obniżonej odporności (osób starszych lub pacjentów poddanych chemioterapii). W raporcie wysunięto dwie hipotezy, które miały wyjaśnić powyższe anomalie. Pierwsza z nich wiązała zagadkowe przypadki PCP z faktem, że wszyscy pacjenci byli aktywnymi homoseksualistami – choroba mogła mieć coś wspólnego z ich stylem życia. Druga głosiła, iż zarażenie PCP mogło być związane z jakąś chorobą weneryczną.

<sup>10</sup> Pierwotnie uważano, że czynnikiem wywołującym PCP jest nie grzyb, lecz organizm należący do protozoa. Grzyb wywołujący PCP został przemianowany na *P. jiroveci* (za: <http://www.aidsmap.org/cms1032624.asp>).

Zaalarmowany personel CDC rozpoczął poszukiwania analogicznych przypadków niedoborów odporności. Przeszukiwano dane medyczne z różnych stanów i zmobilizowano lekarzy współpracujących z Centrum. Kilka tygodni później pojawiły się doniesienia o 26 kolejnych zagadkowych przypadkach (20 w Nowym Jorku, 6 w Kalifornii). Tym razem dotyczyły one młodych homoseksualistów cierpiących na mięsaka Kaposiego – rzadki rodzaj raka diagnozowany zazwyczaj u starszych osób. Przynajmniej czterech pacjentów miało jednocześnie PCP. Ośmiu zmarło.

Na podstawie raportu CDC Lawrence Altman, reporter medyczny „New York Times”, napisał krótki artykułu o przypadkach raka u homoseksualistów. Zwrócił on szczególną uwagę na niezwykle wysoką aktywność seksualną wyzwolonych gejów. Wkrótce potem Lawrence Mass, dziennikarz „New York Native”, najpoczytniejszej gazety gejowskiej w Nowym Jorku, również podniósł kwestię „rozwiązłości seksualnej” gejów jako czynnika ryzyka. W swym artykule rozważał także inne hipotezy dotyczące – jak sam to określił – „gejowskiego raka”. Cytował między innymi Donnę Mildvan, ordynator oddziału chorób zakaźnych Beth Israel Medical Center. Przedstawiła ona stanowisko kilku lekarzy, według których epidemia mogła mieć coś w wspólnego z „bombardowaniem i nagromadzeniem się szerokiego spektrum chorób zakaźnych u pacjentów, co prowadziło do wyczerpania ich immunologicznej wydolności”. Mass przywołał również stanowisko Alvina Friedmana-Kleina, profesora dermatologii i mikrobiologii New York University Medical Center, który spekulował o związku epidemii ze stosowaniem przez pacjentów popularnych wśród gejów „poppersów” – substancji wdychanej w celu intensyfikacji orgazmu. Powszechnie uważano, że mają one działanie immunosupresyjne (za: Epstein 1996: 46-47).

Za sprawą kolejnych doniesień w prasie naukowej i publicystycznej epidemia stawała się stopniowo społecznym faktem, który musiały uwzględnić w swojej percepcji świata różnego rodzaju grupy społeczne, podmioty indywidualne i instytucje. Co istotne, nowa jednostka chorobowa czy sama epidemia nie była czymś, co samo narzucało się badaczom – dotychczasowe przypadki zachorowań klasyfikowane były w ramach istniejących już podziałów kategoryalnych. W perspektywie SSK bez zabiegów CDC i współpracujących z nim lekarzy epidemia nie tyle istniałaby niezauważona, ile nie ukonstytuowałaby się jako osobny byt. To, że ludzie umierają i chorują, stanowi oczywisty, „naturalny” fakt społeczny. Jednak to, na co ludzie umierają i chorują, stanowi już efekt szeregu negocjacji. To dopiero instytucje naukowe i medyczne zapewniają treść definicjom poszczególnych chorób (zob. np. Fleck 1986; Foucault 1977, 1987, 1999; Mol 1999, 2002; Mol, Law 1994, 2004).

Do końca 1981 ukazała się cała seria artykułów w prestiżowych czasopismach medycznych, takich jak „New England Journal of Medicine” (NEJM), które prezentowały nowe informacje i spekulacje dotyczące nieznaney choroby. Nie podawano w wątpliwość, że ma miejsce ogólnonarodowa epidemia deficytów odporności. Nie wiadano jednak, co wywołuje upośledzenie immunologiczne, jak dochodzi do ewentualnego zarażenia lub jakie czynniki środowiskowe wchodzą w grę. Zaczęły

pojawiać się głosy, iż choroba dotyka nie tylko gejów. 8% spośród 159 dotychczas zarejestrowanych przypadków dotyczyła heteroseksualistów, w tym jednej kobiety. Pojawiły się również doniesienia o nietypowych przypadkach PCP u osób wstrzykujących sobie narkotyki (7 przypadków).

### 2.1.2. GRID i hipoteza przeciążenia układu odpornościowego

Pomimo powyższych doniesień uwagę wciąż skupiano na gejach oraz ich stylu życia. Homoseksualizm – rozumowano – jest stary jak świat, tymczasem mamy do czynienia z nowym syndromem, a więc w grę wchodzić może jakiś nowy czynnik (na przykład „poppersy”). David T. Durak na łamach „Native” sformułował hipotezę analogiczną do tej, którą przedłożyła Mildvan: „połączony efekt ciągłych infekcji wirusowych oraz leków wspomagających wywołuje immunosupresję u niektórych osób posiadających odpowiednie predyspozycje genetyczne” (za: Epstein 1996: 46). Coraz częściej formułowano hipotezy mówiące o przeciążeniu systemu odpornościowego (*immune overload*). Syndrom wiązano z „ekscesami” (nadużywanie narkotyków, zażywanie „poppersów”) i „rozwiązłością” (infekcje wirusowe, choroby weneryczne oraz silne leki wykorzystywane w celu zwalczania tych schorzeń) powszechnie przypisywanymi seksualnie wyzwolonym gejom. Przypuszczano, że życie na „szybkiej ścieżce” wyniszcza system odpornościowy i pozostawia ludzki organizm bezbronny wobec dotychczas niegroźnych czynników patogennych, takich jak powszechnie występujące grzyby, wirusy, bakterie czy onkogeny. W ten sposób ukształtowała się pierwotna rama interpretacyjna, służąca wyjaśnieniu przyczyn oraz opanowaniu epidemii. Na początku 1982 r. choroba coraz powszechniej była określana przez lekarzy jako GRID – *Gay-Related Immune Deficiency*. Charakterystyczne dla ram konceptualnych jest to, że organizują one nasze doświadczenie oraz dyskurs. GRID z definicji miał być chorobą gejów. Z powodu takiego ujęcia lekarze mieli trudność z uznaniem, że choroba może występować poza wąską grupą ryzyka. Przykładowo, mężczyzn zadeklarowanych jako heteroseksualistów, u których diagnozowano immunosupresję, podejrzewano o maskowanie prawdziwych preferencji seksualnych. Nie chciano również rozszerzyć zakresu epidemii na osoby z immunosupresją zażywające narkotyki. Pediatrizy, którzy donosili o zaobserwowaniu niedoboru odporności u dzieci, narazili się na śmieszność<sup>11</sup>.

Środowiska gejojskie szybko zareagowały na niekorzystną dla nich definicję sytuacji. Reprezentujący je aktywiści usiłowali zakwestionować relację nowego

<sup>11</sup> Jak sugeruje Epstein, styl życia gejów był już wcześniej traktowany jako medycznie problematyczny. Było to związane z wyzwolonym seksualnie życiem wielu spośród amerykańskich gejów oraz licznymi chorobami wenerycznymi, które ich dotykały. Wydaje się, że taka percepcja środowiska gejojskiego przez lekarzy stwarzała podatny grunt dla hipotez typu *immune overload*. Z socjologicznego punktu widzenia była to jednak przede wszystkim nieuzasadniona generalizacja, stanowiąca przejaw stereotypizacji gejów. Naukowcy nie zadali sobie trudu, by systematycznie zbadać faktyczne różnicowanie zachowań seksualnych i stylu życia amerykańskich gejów (Epstein 1996: 50-51).

syndromu z gejojskim stylem życia. Zarzucali medycynie homofobię i heteroseksizm. Już w 1982 r. geje i lesbijki zaczęli organizować fundacje i stowarzyszenia, których celem miała być pomoc osobom dotkniętym przez chorobę, ale przede wszystkim polityczne i medialne działania mające na celu kształtowanie definicji nowej choroby, a tym samym wizerunku gejów. Z jednej strony rozwój tego typu inicjatyw stanowił przyznanie się do tego, że syndrom był rzeczywiście istotnie związany ze środowiskiem gejojskim – członkowie wspomnianych fundacji potraktowali GRID jako swój problem. Z drugiej zaś strony organizacje te stanowiły narzędzie służące zmianie ramy konceptualnej, która zaczynała się utrwalać<sup>12</sup>.

### 2.1.3. Od GRID do AIDS

Przejście od paradygmatu *immune overload* do perspektywy mówiącej o wirusowych przyczynach syndromu dokonała się w 1982 i 1983 roku. Częściowo pod wpływem nacisków środowisk gejojskich oraz sympatyzujących z nimi lekarzy środowisko medyczne porzuciło niepoprawną politycznie nazwę GRID. Zastąpiono ją bardziej neutralnym terminem AIDS (*Acquired Immunodeficiency Syndrome*, czyli zespół nabytego niedoboru odporności). Zagadkowe schorzenia potraktowano jako syndrom, nie zaś chorobę<sup>13</sup>.

W 1983 pojawiły się doniesienia o ogniskach epidemii AIDS poza Stanami Zjednoczonymi. Przypadki AIDS odkryto w 33 krajach, na wszystkich zamieszkałych kontynentach. Informacje te publikowane były na łamach takich prestiżowych czasopism medycznych, jak *NEJM* czy „*Lancet*”. W kwietniu 1983 „*Washington Post*” podsumował raporty epidemiologiczne prezentujące przypadki zarejestrowane na terenie Europy i USA, które dotyczyły jednak imigrantów z takich krajów jak Zair czy Czad. Spośród 29 przypadków zarejestrowanych na terenie Francji sześciu pacjentów zapadło na syndrom już w czerwcu 1981, czyli zanim pojawiły się pierwsze doniesienia o epidemii w USA. Naukowcy zaczęli niemal natychmiast spekulować na temat Afryki jako „kolebki epidemii” (zob. Epstein 1996: 55-56).

Powyższe informacje stanowiły punkt przełomowy. Dotychczasowa rama konceptualna organizująca percepcję epidemii została zniesiona, co umożliwiło dostrzeżenie przypadków zachorowań poza pierwotną grupą ryzyka. 9 lipca 1983 CDC doniosło o 34 przypadkach mięsaka Kaposiego oraz innych oportunistycznych infekcjach<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Zainteresowanych rolą aktywistów i organizacji gejojskich w kształtowaniu definicji oraz społecznej percepcji choroby odsyłam do: Epstein 1995, 1997.

<sup>13</sup> Była to kategoria wykuta na potrzeby służb epidemiologicznych, które mogły podciągać pod nią różne przypadki, u których występowała jakaś forma niedoboru odporności. Istniała w tej dziedzinie znaczna swoboda, gdyż nie opracowano jeszcze standardowych testów laboratoryjnych rejestrujących przyczynę syndromu. Jednak bez powyższej nazwy służby epidemiologiczne nie byłyby w stanie w ogóle uchwycić problemu (zob. Epstein 1996: 45-66).

<sup>14</sup> Infekcja (zakażenie) oportunistyczna to endogenne zakażenie charakterystyczne dla osobników o obniżonej odporności (u człowieka głównie spowodowane przez HIV). Patogenne czynniki

wśród Haitańczyków zamieszkujących pięć różnych amerykańskich stanów – żaden z nich nie zadeklarował się jako homoseksualista. Tego samego tygodnia CDC doniosło o trzech przypadkach PCP wśród hemofilików. Wszyscy otrzymywali dożylnie Factor VIII – substancję krwiopochodną uzyskiwaną z mieszaniny osocza krwi pobieranego od tysiąca dawców. CDC zasugerowała, że mogło tu dojść do transmisji jakiegoś czynnika zakaźnego znajdującego się w krwi człowieka. Skoro Factor VIII oczyszczano z bakterii, to w grę mógł wchodzić jakiś mniejszy czynnik – najprawdopodobniej wirus. Wedle niektórych badaczy sposób transmisji wirusa AIDS przypominał zakażenie wirusowym zapaleniem wątroby typu B. Nie tylko przemawiało to na rzecz hipotezy wirusowej, ale stanowiło podstawę do formułowania pierwszych technik prewencyjnych. Wspominano między innymi o używaniu igieł jednorazowych oraz ograniczeniu przypadkowych kontaktów seksualnych (Epstein 1996: 63). Hipoteza „jeden wirus – jedna epidemia” stała się w krótkim czasie dominująca. Nie oznacza to jednak, że nie pojawiały się głosy sceptycyzmu.

#### 2.1.4. obrońcy hipotezy *immune overload*: stanowisko Josepha Sonnabenda

Jakkolwiek hipoteza wirusowa szybko zdominowała dyskurs, to wciąż funkcjonowała grupa zwolenników hipotezy *immune overload*. Głównym aktorem był tu Joseph Sonnabend – urodzony w południowej Afryce lekarz i badacz, specjalista w dziedzinie chorób zakaźnych, posiadający duże doświadczenie w dziedzinie leczenia chorób wenerycznych atakujących gejów. Edukacja i praktyka medyczna, które zdobył jeszcze w Afryce, sprawiły, że podchodził z rezerwą do monokauzalnych wyjaśnień. Jak sam twierdził, „aby zrozumieć chorobę, należy zrozumieć środowisko, w którym się ona pojawia” (za: Epstein 1996: 59). Sonnabend argumentował, iż jest bardzo mało prawdopodobne, aby jedna i ta sama choroba pojawiała się nagle przynajmniej u czterech całkowicie różnych grup (Haitańczycy, narkomani używający środków dożylnych, hemofilicy, geje). Sugerował, że możemy mieć do czynienia z czterema różnymi syndromami charakteryzującymi się jedynie podobnymi symptomami. Skupiwszy się na przypadku gejów, zaproponował swój wariant hipotezy przeładowania immunologicznego, który mówił o połączonym wpływie wielokrotnych infekcji cytomegalowirusem (CMV) oraz wirusem Epsteina–Barr. Swoją hipotezę przedstawił w maju 1983 wraz z Davidem Purtilo oraz Steve’em Witkinem na łamach „Journal of the Medical Association” (JAMA) (Sonnabend, Witkin, Purtilo 1983). Badacze sugerowali również, że sperma, a dokładnie zawarte w niej antygeny mogą wywoływać u aktywnych seksualnie gejów podobne efekty obniżenia

---

wywołujące infekcje oportunistyczne (wirusy, bakterie, grzyby, pierwotniaki) najczęściej nie zagrażają osobom ze sprawnym układem immunologicznym, stwarzają natomiast ryzyko dla osób, których odporność została obniżona. Zakażeniom tym zazwyczaj towarzyszą nowotwory (mięśaki, chłoniaki).

odporności<sup>15</sup>. Artykuł skupiał się wyłącznie na przypadkach AIDS wśród gejów (za: Epstein 1996: 59-61). Dopiero w późniejszych tekstach Sonnabend próbował wyjaśnić występowanie syndromu w innych grupach ryzyka: w odniesieniu do hemofilików sugerował między innymi, że immunosupresyjny wpływ może mieć nie tyle czynnik zakaźny zawarty w krwi, ile sama transfuzja, która wystawia organizm biorcy na działanie szeregu antygenów dawcy; w przypadku Haitańczyków zwracał uwagę na związek spadku odporności z biedą i niedożywieniem. Sonnabend nie był jednak epidemiologiem. Pod nieobecność uznanych za rzetelne badań i danych jego prace potraktowano jako naukowe przypuszczenia i spekulacje. Podobnie zaczęto postrzegać pozostałych badaczy broniących paradygmatu *immune overload*. Przez dwa lata trwania epidemii nie pojawiało wiele badań popierających to podejście.

### 2.1.5. Retrowirologia: LAV i „odkrycie” HTLV-III

Czynnikiem wywołującym AIDS miał okazać się HTLV-III. Był to retrowirus, którego odkrycie początkowo przypisywano Robertowi Gallo z Narodowego Instytutu Raka (National Cancer Institute, NCI). Pierwsze retrowirusy odkryto w latach sześćdziesiątych. W latach siedemdziesiątych naukowcy tacy jak Gallo badali w ramach „Wojny z Rakiem” ewentualny związek nowotworów z zakażeniami wirusami. Dopiero pod koniec lat siedemdziesiątych udało się wykazać, że retrowirusy wywołują choroby u ludzi. W tym czasie Gallo wraz z zespołem badaczy z Japonii zdobyli uznanie odkrywając retrowirusa, który wywoływał leukemię limfocytów T – rzadką formę raka spotykaną głównie w japońskich wioskach rybackich. Gallo ochrzcił go mianem *Human T-Cell Leukemia Virus*, w skrócie HTLV. Osiągnięcie to zapewniło mu nagrodę Laskera – jedno z najwyższych wyróżnień w biomedycynie. W 1982 udało mu się znaleźć kolejnego wirusa z tej samej rodziny, który – jak utrzymywał – wywoływał inny rodzaj leukemii. Odkryte wirusy nazwał HTLV-I i HTLV-II.

Uwagę Gallo na AIDS zwrócił James Curran z CDC. Zapoznał on zespół z NCI z raportami epidemiologicznymi oraz swoją opinię, wedle której przyczyną syndromu był czynnik zakaźny. Zaznaczył, że cechą charakterystyczną syndromu był obniżony poziom limfocytów T. Skłoniło to Gallo do wzięcia pod uwagę hipotezy, iż przyczyną AIDS jest HTLV lub jakiś inny wirus z tej rodziny. Po pierwsze, HTLV

<sup>15</sup> Konieczny wydaje się w tym miejscu pewien komentarz. Propozycje Sonnabenda, Purtilo i Witkina mogą wydać się nam wątpliwe, jeśli nie absurdalne. Pamiętać musimy jednak, że oceniamy je z perspektywy uformowanego i zinstytucjonalizowanego sposobu postrzegania epidemii AIDS. Jednak hipotezy tego typu wydawały się w analizowanym okresie nie mniej uzasadnione niż hipoteza retrowirusowa – badacze funkcjonowali w warunkach wysokiej niepewności (zob. *task uncertainty*, Fuchs 1992), zdani na niejednoznaczne wyniki badań i domniemania naukowe. W niniejszej analizie nie chodzi o wartościowanie lub ocenianie poszczególnych wypowiedzi, lecz wychwycenie wzorców dyskursu oraz czynników, dzięki którym jedna koncepcja zyskała prymat nad pozostałymi.

zarażał limfocyty T. Po drugie, wiadomo było, że transmisja HTLV dokonuje się poprzez krew i nasienie. Asystent Gallo znalazł retrowirusa w limfocytach T amerykańskich gejów, Haitanki, która zmarła na AIDS we Francji, oraz Francuza, który poddany został transfuzji krwi. O swoich znaleziskach Gallo doniósł na łamach „Science”. Kolejny artykuł mówiący o śladach infekcji HTLV napisał jego kolega – Myron Essex z Harvard School of Public Health.

Podobne przypuszczenia co do przyczyn AIDS miał Jacques Leibowitch, paryski lekarz, który znał prace Gallo. Aby potwierdzić swoje intuicje, zwrócił się do Luca Montagniera – szefa onkologii wirusowej w Instytucie Pasteura. Leibowitch wraz ze swoimi kolegami-lekarzami wysłał Montagnierowi próbki tkanki limfatycznej gejów we wczesnej fazie choroby, których limfocyty T teoretycznie nie powinny być jeszcze zdziesiątkowane. Zespół Montagniera wypreparował z próbek limfocyty T i próbował wyhodować wirusa. Testy wykazały obecność odwrotnej transkryptazy<sup>16</sup> – enzymu występującego u retrowirusów. Zmiany w poziomie enzymu wskazywały, że wirus zabijał komórki. Dodając świeżych komórek, francuscy badacze byli w stanie podtrzymać kulturę. Dzięki mikroskopii elektronowej udało im się sfotografować wirusa.

Montagnier skontaktował się z Gallo, by powiadomić go o swoim odkryciu. Ten zachęcił francuskiego wirologa, by doniósł o swoim odkryciu w „Science”. Artykuły Gallo, Montagniera i Essex'a miały ukazać się jednocześnie. Opublikowane zostały w maju 1983. Tekst Montagniera ukazał się za doniesieniami amerykańskich uczonych. Wydawało się, że ma on potwierdzać tezy postawione przez poprzedników. Był to najprawdopodobniej zręczny zabieg Gallo, który chciał wykorzystać prace francuskich badaczy do podniesienia wiarygodności własnych badań. Czytając opublikowane w majowym numerze „Science” artykuły, można było odnieść wrażenie, że wirus badany przez Gallo jest tym samym, o którym wspomina Montagnier. Jednak francuski zespół nie podzielał tej opinii – sfotografowany przez nich wirus nie przypominał HTLV. Testy nie potwierdziły również, aby „francuski wirus” w ogóle należał do rodziny HTLV – wirus ten niszczy limfocyty T, tymczasem HTLV powodował ich gwałtowne namnażanie prowadzące do raka.

We wrześniu 1983, podczas konferencji wirologicznej w Cold Spring Harbor, Montagnier ogłosił, iż zarejestrowany przez jego zespół wirus nazwany LAV (*lymphadenopathy-associated virus*) znaleziono u 60% pacjentów z limfadenopatią (uznaną za fazę poprzedzającą AIDS) i u 20% chorych na AIDS. Żaden z badanych nie był zarażony HTLV. Tymczasem Gallo i jego asystenci bezskutecznie usiłowali znaleźć HTLV w większości próbek pobranych od chorych na AIDS.

---

<sup>16</sup> Odwrotna transkryptaza (inaczej rewertaza) to enzym syntetyzujący nić DNA na matrycy RNA. Umożliwia on retrowirusom (m.in. HIV) przepisanie ich materiału genetycznego z RNA na DNA, które następnie integruje do genomu gospodarza i wraz z nim ulega replikacji.



Gallo otrzymał od Montagniera próbkę LAV do badań. Niedługo potem, w kwietniu 1984, ogłosił odkrycie trzeciej wersji HTLV. Po raz kolejny Gallo utrzymywał, iż nowo odkryty HTLV-III miał być przyczyną AIDS. Tak naprawdę nie był to jednak nowy wirus, ale francuski LAV. W styczniu 1985 odkryto, że HTLV-III charakteryzuje się 99-procentową zgodnością genetyczną z LAV. Wirusy były zbyt podobne, aby mogły pochodzić z różnych źródeł. Wniosek był prosty – wirus odkryty w Instytucie Pasteura dostał się do próbek Gallo. Kwestią otwartą pozostało to, czy doszło do tego przypadkiem (zanieczyszczenie próbek jest powszechnym problemem w laboratoriach mikrobiologicznych), czy też Gallo dopuścił się oszustwa. Ostatecznie w 1985 Instytut Pasteura pozwał rząd USA – walka toczyła się o prawa patentowe do testu na antyciała retrowirusa. W 1987 Jacques Chirac i Ronald Reagan podpisali porozumienie dzielące honoraria autorskie za komercyjne testy o antyciałach między swoje kraje. W 1991, po tym jak okazało się, że LAV w jakiś sposób trafił do jego próbek, Gallo zmuszony został do stopniowego wycofania się ze swoich roszczeń do pierwszeństwa. Jakkolwiek bronił stanowiska, iż odkrycie HTLV-III stanowiło konsekwencję jego prac nad wirusami wywołującymi leukemię, to musiał przyznać, że z genetycznego punktu widzenia klasyfikowanie nowego wirusa jako członka tej rodziny było nieuprawnione.

Nie wiadomo jednak o tym w 1984. Jest to niezwykle istotne, gdyż dla wielu badaczy niezależne wykrycie tego samego wirusa w analizowanych próbkach przed dwa różne ośrodki badawcze wydawało się świadczyć na rzecz hipotezy retrowirusowej. Te dwa pozornie niezależne doniesienia naukowe wzajemnie się wzmacniały i uprawomocniały. Był to jeden z czynników, który sprawił, że hipoteza ta mogła zyskać szerokie poparcie w świecie naukowym. Kiedy ujawniona została wiadomość o zanieczyszczonych próbkach, hipoteza retrowirusowa cieszyła się na tyle szerokim poparciem, że zdemaskowanie oszustwa/pomyłki nie mogło już jej zaszkodzić.

### 2.1.6. Konferencja prasowa Heckler–Gallo i publikacje w „Science”

W kwietniu 1984 miało również miejsce inne niezwykle ważne wydarzenie, które w dużej mierze zadecydowało o kierunku rozwoju dyskursu o AIDS. Mowa o konferencji prasowej z dnia 23 kwietnia zorganizowanej przez Margaret Heckler – ówczesną sekretarz zdrowia i usług publicznych w administracji Ronalda Reagana. Stojąc przed salą wypełnioną reporterami w towarzystwie Roberta Gallo, oświadczyła, iż: „Została znaleziona prawdopodobna przyczyna AIDS: wariant ludzkiego wirusa wywołującego raka noszący nazwę HTLV-III”. Kilka dni wcześniej Lawrence Altman, dziennikarz „New York Times”, otrzymał wiadomość od dyrektora CDC Jamesa Masona, który utrzymywał, iż prawdopodobną przyczyną AIDS jest LAV. Informacja na ten temat ukazała się na łamach „New York Times” 22 kwietnia. Heckler wspominała jedynie marginalnie o roli, jaką odegrali badacze z Instytutu Pasteura – wszystkie zasługi przypisano amerykańskim badaczom, w szczególności Gallo. Podała również do wiadomości, że pierwsze szczepionki przeciw wirusowi powinny

być gotowe do testów w ciągu dwóch lat. Jednocześnie podkreśliła, iż Gallo udało się opracować metodę reprodukcji wirusa, co było konieczne do opracowania testów krwi na antycyala. Kilka godzin po konferencji rząd amerykański wypełnił aplikację patentową na ten rodzaj testów. Publiczne wystąpienie Heckler służyło między innymi odparciu politycznych zarzutów, iż administracja Reagana nie robi wystarczająco dużo w kwestii epidemii, która skupiała na sobie coraz większą uwagę mediów i społeczeństwa.

Niezwykle istotny jest fakt, że konferencja Heckler–Gallo stanowiła drastyczne złamanie etykiety naukowej. Gallo ogłosił publicznie wyniki swoich badań, zanim zostały one opublikowane na łamach recenzowanych czasopism naukowych – stało się to dopiero 4 maja 1984, kiedy w „Science” ukazały się aż cztery artykuły zespołu Gallo. Wykorzystując sytuację, Gallo przystąpił do wysuwania szeregu hipotez i twierdzeń, mówiących o związku HTLV-III z AIDS oraz ewentualnych testach na obecność wirusa we krwi<sup>17</sup>. W „Science” Gallo doniósł, iż udało mu się znaleźć i wyizolować wirusa w następujących przypadkach: 18 spośród 21 próbek pobranych od pacjentów, u których stwierdzono „syndrom limfodenopatyczny” (uznawany za fazę poprzedzającą właściwy syndrom); u 3 spośród 4 matek młodocianych pacjentów z AIDS; u 3 z 8 młodocianych pacjentów z AIDS; u 13 spośród 43 dorosłych pacjentów z AIDS, u których stwierdzono mięsaka Kaposiego; wreszcie u 10 spośród 21 dorosłych chorych na AIDS z oportunistycznymi infekcjami. Można by się spodziewać, że pierwsza przyczyna AIDS, jaką miał być HTLV-III, powinna być obecna w każdym zbadanym przypadku. Gallo zauważył jednak, że najprawdopodobniej nie obchodzono się z próbkami w optymalny dla tego konkretnego wirusa sposób. Istotne było, że wirusa nie znaleziono u osób klinicznie zdrowych – spośród wszystkich zdrowych 115 heteroseksualnych dawców krwi u żadnego nie stwierdzono śladu HTLV-III; u 22 homoseksualistów tylko u jednej osoby stwierdzono obecność wirusa, jednak w ciągu 6 miesięcy rozwinął się u niej AIDS.

Według ówczesnego dyskursu dane te nie dowodziły twierdzenia, iż HTLV-III wywołuje AIDS. Pokazywały one jedynie korelację między AIDS a obecnością wirusa, a dokładniej jego antycyala. Otwartą kwestią pozostawało, czy wirus jest przyczyną, czy jedynie kolejną oportunistyczną infekcją – niewinnym „pasażerem na gapę”. Istniała możliwość, że pacjenci zarażali się wirusem dopiero wtedy, gdy ich system immunologiczny był już osłabiony. Niemniej jednak HTLV-III współgrał

<sup>17</sup> Interesująca jest tu pewna zmiana terminologiczna, której dokonał Gallo. W 1984 przemianował on rozwinięcie akronimu HTLV z „human T-cell leukemia virus” na „human T-lymphotropic viruses”. Stare określenie sugerowało związek wirusa z konkretną formą raka – leukemią, podczas gdy nowa nazwa wskazywała na rodzinę wirusów atakujących limfocyty T. Ten terminologiczny zabieg pozwolił powiązać HTLV-III z AIDS, sprawiając jednocześnie, że mógł się on wciąż jawić jako bliski poprzednim wirusom z rodziny HTLV (jak pamiętamy, problematyczne było tu to, że nowy wirus co prawda działał na limfocyty T, ale – w przeciwieństwie do pozostałych wirusów z rodziny – niszczył je zamiast powodować ich niekontrolowane namnażanie).

z paradygmatem wirusowym oraz przypuszczalnymi procesami odpowiedzialnymi za pojawianie się syndromu. HTLV-III miał teoretycznie niszczyć limfocyty T u ludzi. Nie wiadomo, czy faktycznie dochodzi do tego *in vivo*. Przeprowadzane z powodzeniem eksperymenty z limfocytami T i wirusem *in vitro* wydawały się to potwierdzać. Testy w próbówce nie były jednak wystarczające, by wyciągać konkluzywne wnioski na temat relacji przyczynowej.

Inny badacz, Jay Levy, również poszukiwał wirusa wywołującego AIDS. W sierpniu 1984 doniósł w „Science”, iż udało mu się znaleźć ślady retrowirusa, którego nazwał ARV (*AIDS-associated retrovirus*), w około połowie badanych przez niego chorych na AIDS, u 20% klinicznie zdrowych homoseksualistów i zaledwie u 4% zdrowych heteroseksualistów. Później wirus Levy’ego został utożsamiony z HTLV-III.

W 1986, w obliczu tak dużej liczby nazw i akronimów (LAV, HTLV-III, ARV, HTLV-III/LAV), Komisja Taksonomii Wirusów ustaliła kompromisową nazwę wirusa, który – jak wtedy już wierzone – wywoływał AIDS. Nazwano go HIV, czyli *Human Immunodeficiency Virus*. Wydarzenie to stanowiło punkt pewnej stabilizacji czy wręcz instytucjonalizacji hipotezy retrowirusowej. Do tego czasu sama epidemia, syndrom oraz hipoteza wirusowa stały się stabilnymi elementami rzeczywistości społecznej. Problematyka z nimi związana była wielokrotnie podnoszona na łamach poczytnych gazet i czasopism naukowych. Obecne były na trwałe w przekazie medialnym. Stały się czynnikiem, którzy systemowo musieli uwzględniać w swoich działaniach politycy, lekarze, naukowcy i zwykli ludzie. Jednocześnie rozwijały się instytucje całkowicie skupione na problematyce epidemii: specjalistyczne czasopisma, instytucje badawcze czy oddolne inicjatywy środowisk gejowskich. Co do samej hipotezy retrowirusowej, to w latach 1984-1986 zyskała ona niemal powszechną akceptację w środowisku naukowym. Przyjmowano ją za pewną również w środowiskach pozanaukowych, przekazie medialnym i dyskursie potocznym. Jakkolwiek charakteryzowała się ona stosunkowo dużą stabilnością, to wciąż nie stanowiła domkniętej czarnej skrzynki. Dowód naukowy miał zostać dopiero sformułowany.

## 2.2. Geneza dowodu naukowego, czyli autoreferencyjny dyskurs wokół hipotezy HIV/AIDS

Steven Epstein (1996: 79-80) pokazuje gwałtowny rozwój dyskursu naukowego wokół epidemii AIDS i jej przyczyn, który nastąpił w latach 1982-1986. W pierwszych latach epidemii ukazało się zaledwie kilkadziesiąt publikacji na ten temat. Z każdym rokiem liczba ta znacząco wzrastała: w 1983 roku opublikowano ponad 600 artykułów na temat epidemii i jej przyczyn, w 1984 – 1100 artykułów, w 1985 – 1600 artykułów, a w 1986 ukazało się 2700 publikacji naukowych. Wzrost zainteresowania badaczy tą tematyką skorelowany był z rozwojem samej epidemii – kolejnymi doniesieniami badaczy, raportami CDC oraz doniesieniami medialnymi, a także coraz większym zainteresowaniem opinii społecznej. W ten sposób gęstniała sieć

cytowań i wypowiedzi. Ta aktywność dyskursywna sprawiała wrażenie, że AIDS oraz jego związek z infekcją HIV stanowią obiektywne, naukowo dowiedziony fakt.

Kluczowym momentem w rozwoju tego pola dyskursywnego było oficjalne ogłoszenie przez Heckler prawdopodobnej przyczyny AIDS połączone z publikacją artykułów zespołu Gallo na łamach „Science”. Wywołało to gwałtowne zainteresowanie samym retrowirusem. Liczba artykułów na temat etiologii syndromu pozostawała na tym samym poziomie, podczas gdy całe pole gwałtownie się rozwijało – w wyniku tego procesu udział procentowych publikacji podnoszących zagadnienia etiologiczne w dyskursie fachowym malał z roku na rok. Wraz z marginalizacją tematyki etiologicznej malało również znaczenie publikacji na temat hipotezy *immune overload*. Tymczasem tematyka wirusa od konferencji Heckler–Gallo była coraz częściej poruszana – w 1983 artykuły na ten temat stanowiły jedynie 2% całego pola prasowego, a w 1986 już 37% (ukazało się niemal 2000 publikacji). Dlaczego jednak hipoteza retrowirusowa zyskała prymat?

### 2.2.1. Truth will out device (TWOD): Czy prawda sama wyszła na jaw?

Czyżby hipotezę retrowirusową, prezentującą HIV jako pierwszą przyczynę AIDS, zaczęto powszechnie przyjmować tylko dlatego, że była „po prostu prawdziwa”? Jak pokazują socjologowie wiedzy, takiego typu reinterpretacji procesu rozstrzygnięcia kontrowersji lub konstytuowania się faktu naukowego dokonują autorzy zwycięskich koncepcji oraz przedstawiciele dominujących paradygmatów. Niejednokrotnie prezentują swoje koncepcje jako oczywiste, „naturalne” fakty, które narzucały się od samego początku. Wymazują tym samym wiedzę dotyczącą społecznych negocjacji, skomplikowanych analiz badawczych lub kontrowersji wokół niejednoznacznych wyników, które najczęściej towarzyszą procesowi powstawania nowej wiedzy.

Bliższa analiza wypowiedzi naukowców pokazuje, że mają oni tendencję do mieszania ze sobą różnych, niewspółmiernych względem siebie sposobów wyjaśniania nauki. Nigel Gilbert oraz Michael Mulkay (1982) przeprowadzili szereg wywiadów z badaczami zajmującymi się bioenergetyką (badacze ci byli zaangażowani w kontrowersje wokół mechanizmów powstawania ATP – związku chemicznego transportującego energię w komórkach). Pokazali oni, że naukowcy, wyjaśniając błędy poznawcze, przebieg kontrowersji oraz wiele innych aspektów swojej pracy, odwołują się do dwóch zasadniczych repertuarów retorycznych: empirycznego oraz przygodnego. Naukowiec posługujący się pierwszym z repertuarów „przedstawia swoje działania oraz przekonania jako całkowicie naturalne, pozwalające przemówić oczywistości zjawisk empirycznych” (Gilbert, Mulkay 1982: 56; tłum. za: Sojak 2004: 227). Zasadą rządzącą retoryką przygodności jest umożliwienie „mówiącemu opisanie [...] działań i przekonań jako w zasadniczy stopniu uzależnionych od różnych czynników pozanaukowych” (Gilbert, Mulkay 1982: 57; tłum. za: Sojak 2004: 227). Krytykując koncepcje naukowe, badani częściej odwoływali się do repertuaru przygodnego. Wyjaśniając własne stanowisko, nawiązywali z kolei do repertuaru empirycznego.

Błędy poznawcze – a przynajmniej to, co za błędy uchodziło – wyjaśniano najczęściej w kategoriach przygodnych. Podobnie było w przypadku kontrowersji naukowych. Co jednak istotne, choć obie retoryki wydają się wzajemnie wykluczać, naukowcy najczęściej używali obu repertuarów w odniesieniu do tych samych problemów. Niejednokrotnie mieszały się one ze sobą w jednej wypowiedzi, kiedy – przykładowo – respondenci wyjaśniali stanowisko kolegi-badacza. Generowało to sprzeczności wymagające pewnego złagodzenia (w innym wypadku dochodzić mogłoby do szeregu dysonansów poznawczych). Jak pokazała analiza konwersacyjna (na temat metody analizy konwersacyjnej zob. Atkinson, Heritage (eds.) 1984), niejednokrotnie wystarczyła jedno- lub dwusekundowa przerwa, kiedy badacze przełączali się z jednego rodzaju wyjaśnień na drugi, aby nie odczuwali oni dysonansu. Analizując wypowiedzi respondentów, Gilbert i Mulkey wychwycili również bardziej wyszukane techniki łagodzenia sprzeczności. Jednym z takich wzorców analizowanego dyskursu było *truth will out device* (TWOD) (zob. Gilbert, Mulkey 1982: 109-111; zob. również Sojak 2004: 227). Naukowcy stwierdzali, że w opisywanych przez nich sytuacjach dużą rolę odgrywają czynniki pozamerytoryczne. Przykładowo, potrafili powiedzieć, dlaczego jakiś naukowiec żywi dane przekonania, ewentualnie jakie czynniki społeczne lub kulturowe nim kierowały. Wyrażali jednak przekonanie, że czas działa na korzyść czynników merytorycznych. Innymi słowy, pomimo dostrzeżenia społecznych i kulturowych determinant wiedzy naukowej stwierdzali, że w ogólnym rozrachunku nie mają one wpływu na kształt koncepcji i rozstrzygnięć badawczych – ostatecznie stwierdzali, że czas pokaże, które poglądy były prawdziwe, a które stanowiły efekt wypaczeń poznawczych lub były zwykłymi artefaktami. Jednocześnie momentu, kiedy prawda miała wyjść na jaw, upatrywano w bliżej nieokreślonej przyszłości.

Gilbert i Mulkey swoje tezy oparli na skrupulatnej analizie wypowiedzi stosunkowo nielicznej próby respondentów. Jednak obserwacje innych przedstawicieli SSK je potwierdzają. Przykładowo, podobnie praktykę badawczą opisuje Latour (1987). Odróżnił on naukę w gotowej postaci od nauki w działaniu. Wiedza uznana, stanowiąca efekt naukowych rozstrzygnięć, wyjaśniana jest najczęściej przez samych naukowców właśnie za pomocą środków czerpanych z repertuaru empirycznego. Naukowcy częściej czerpią z repertuaru przygodnego w przypadku wiedzy, która dopiero się konstytuuje. Przykładowo, w warunkach kontrowersji częściej ujmują współbadaczy oraz ich działania w kategoriach racjonalnie kalkulujących aktorów nakierowanych na zysk, ewentualnie istot ulegających emocjom lub różnego rodzaju wpływom kulturowym, niż jako kierujące się logiką odkrycia naukowego bezinteresowne podmioty poznawcze. Obserwację tę antycypował już Ludwik Fleck. Stwierdził mianowicie, że z perspektywy czasu naukowcy wstecznie racjonalizują swoje dokonania, zapominając o „zygzakowatej” drodze, jaką przebyli, i ujmują swoje działania w kategoriach metodologii nauki. W momencie, kiedy rozstrzygnięcia zostaną dokonane, ostateczne rozwiązania jawią im się tak, jak gdyby były oczywiste od samego początku (Fleck 1986: 106).

Nie inaczej było w przypadku hipotezy HIV/AIDS. Dobrym przykładem jest tu chociażby sam Gallo. Jego zdaniem już w pierwszych latach epidemii istniały wystarczające dane na rzecz poparcia wyjaśnień wirusowych. Podobne opinie wyrażali inni uczestnicy dyskursu. Jednocześnie wcześniejsze podejścia traktowane były w kategoriach błędów poznawczych, których można by uniknąć, gdyby trzymać się metody naukowej. Innymi słowy, dominujące podejście wyjaśniane było w ramach repertuaru empirycznego. Z kolei repertuar przygodny wykorzystywano w odniesieniu do odrzuconych ujęć AIDS.

Z perspektywy współczesnej socjologii wiedzy trudno uznać takie wyjaśnienie za satysfakcjonujące. Szkoła Edynburska, wprowadzając zasadę symetrii (czy też symetrycznego wyjaśnienia – zob. Barnes, Bloor 1993; Szahaj 1995), postulowała, że prawdziwe i fałszywe twierdzenia należy wyjaśniać w tym samym trybie, odwołując się do tej samej grupy koncepcji i pojęć. Oznacza to tyle, że nie można części przekonania składających się na naszą wiedzę tłumaczyć odwołując się do obiektywnego stanu natury, podczas gdy resztę wyjaśnia się w kategoriach błędów czy ograniczeń poznawczych, ewentualnie wypaczeń ideologicznych i wpływu interesów społecznych. Innymi słowy, SSK nie ma reprodukować wypowiedzi naukowców lub ich legitymizować, ale wyjaśnić je w kategoriach nauk społecznych. To, że wiedza uchodzi za oczywistą, nie wyjaśnia, dlaczego została za taką powszechnie uznana. SSK zakłada zatem zignorowanie, a niejednokrotnie wręcz podważenie autoprezentacji nauki.

Czy można zatem sformułować jakieś wyjaśnienie sukcesu paradygmatu retrowirusowego, które nie reprodukowałoby wyjaśnień opartych na TWOD i wstecznej racjonalizacji? Czy musimy dominujący paradygmat traktować jako samooczywisty, czyli *de facto* niewymagający podawania żadnych wyjaśnień?

### 2.2.2. Gęsta sieć wzajemnych cytowań

Jednym z badaczy, który odrzucił wyjaśnienie, iż hipoteza HIV/AIDS uznana została za fakt dlatego, że po prostu była prawdziwa, jest Paula Treichler. Postawiła ona następującą hipotezę z zakresu socjologii wiedzy i teorii dyskursu na temat debat naukowych wokół przyczyn AIDS. Jej zdaniem mała grupa naukowców, nieustannie cytując wzajemnie swoje prace, szybko ustanowiła gęstą sieć cytowań, zyskując w ten sposób bardzo wczesnie kontrolę nad dyskursem naukowym wokół AIDS – jego nomenklaturą, publikacjami czy zaproszeniami na konferencje (por. Treichler 1992: 76; za: Epstein 1996: 80-81). Podążając tropem wskazanym przez Treichler, można zaryzykować następujące stwierdzenie: poprzez wzajemne cytowanie swoich prac grupa naukowców wytworzyła społeczne poczucie nieproblemowości bronionej przez nich hipotezy retrowirusowej – zewnętrzny obserwator dojdź mógłby do wniosku, że skoro powstała tak bogata literatura tematu, bazowe założenie nie może być nieuzasadnione. Wytworzony w ten sposób system uprawomocniający hipotezę retrowirusową, oparty na gęstniejącej sieci odwołań wewnątrz zamkniętego kręgu badaczy, był na tyle skuteczny, że nie wymagał dodatkowego wsparcia w postaci

nowych doniesień naukowych. Mieliśmy tutaj do czynienia z tym, co określa się jako „społeczny dowód słuszności”. Dzięki temu stwierdzenie, które było początkowo postrzegane przez swoich autorów jako stosunkowo mało wiarygodne i wymagające dalszych badań, stopniowo zyskało status prawdy obiektywnej.

Hipotezy te znajdują swe potwierdzenie w pracy Epsteina, który przeprowadził gruntowną analizę dyskursu wokół przyczyn AIDS. Dokonał on analizy treści artykułów, jakie ukazały się na łamach siedmiu czołowych czasopism naukowych w latach 1984-1986, a które powoływały się na artykuł Gallo, opublikowany 4 maja 1984 na łamach „Science”, dotyczący relacji przyczynowej między HIV i AIDS. W sumie Epstein przeanalizował 244 artykuły, w tym 16 z „Nature” i 66 z „Science”. Skupił się w swoim studium na tym, w jaki sposób była przywoływana hipoteza retrowirusowa autorstwa Gallo: 1) Czy były ona kwestionowana? 2) Czy była przywoływana bez zastrzeżeń, czy raczej w sposób powściągliwy i ostrożny? 3) Czy przywoływano ją *implicite*, czy *explicite*? 4) Jak stosunek autorów zmieniał się w stosunku do rzeczonyj hipotezy w kolejnych latach?

Ponad połowa (57,6%) przebadanych tekstów z 1984 roku odwoływała się do twierdzenia, wedle którego retrowirus miałby być przyczyną AIDS. Zaledwie 3,4% tekstów otwarcie odnosiło się do tego twierdzenia bez zastrzeżeń. W 1985 już 24,5% publikacji otwarcie i bez zastrzeżeń przywoływało hipotezę retrowirusową Gallo. Wciąż jednak ponad połowa tekstów (58,5%) odnosiła się do niej w sposób powściągliwy. W 1986 już zaledwie jedna piąta tekstów (21,5%) zachowała powściągliwość. Aż 62% analizowanych prac otwarcie i bezdyskusyjnie przyjmowało tezę Gallo (Epstein 1996: 79-104).

Jednocześnie, co bardzo istotne, przejawy sceptycyzmu lub próby promowania alternatywnych hipotez były niezwykle rzadkie w przebadanej próbie: zaledwie jeden artykuł, opublikowany w 1984, rozważał możliwość, iż hipoteza wirusowa może być błędna (Epstein 1996: 80-83). W brytyjskim periodyku fachowym „Lancet”, w dziale redakcyjnym, skrytykowano konferencję Heckler–Gallo jako medialny spektakl. Redakcja czasopisma podobnie odniosła się do faktu, iż Gallo złamał etykietę naukową, dopuszczając do upublicznienia hipotezę, zanim została ona przedyskutowana na łamach czasopism naukowych. Nawoływano do ostrożniejszej i trzeźwej oceny dostępnych danych. Podkreślano, że znalezienie wirusa w wybranych próbkach nie stanowi jeszcze dowodu na relację przyczynową. Ostatecznie jednak redakcja „Lancet”, biorąc pod uwagę fakt, że dwa laboratoria wyizolowały niezależnie tego samego wirusa, skłonna była przypuszczać, że ten właśnie czynnik odpowiedzialny jest za epidemię (nie wiedziano jeszcze wtedy, że próbki Gallo zostały zanieczyszczone LAV). Sceptyczny artykuł ukazał się również na łamach NEJM w 1984. Inne głosy sceptycyzmu stanowiły listy publikowane w NEJM i JAMA. Nawet sam Luc Montagnier w marcu 1985 wypowiedział się ostrożnie na łamach JAMA na temat patogenezy AIDS. Z kolei w listopadzie tego roku przypomniał, że w rozwoju AIDS może brać udział jakiś dodatkowy, pomocniczy czynnik (*cofactor*), na przykład antygeny lub obce białka.

Innymi słowy, Montagnier próbował uzupełnić hipotezę retrowirusową o pewne elementy hipotezy przeciążenia systemu immunologicznego (za: Epstein 1996: 84).

W praktyce jednak badacze podważający dominującą perspektywę musieli liczyć się z sankcjami ze strony środowiska naukowego. Dobrze ilustruje to przypadek Shyh-Ching Lo, młodego wirologa z Armed Forces Institute of Pathology. W 1986 doniósł o „nowym wirusie” znalezionym w komórkach nowotworowych pobranych od chorych na AIDS, cierpiących na mięsaka Kaposiego. Na odkrycie Lo zwrócił uwagę Altman, a artykuł na ten temat pojawił się na pierwszej stronie „New York Times” 3 sierpnia 1986. Badania Lo spotkały się z oporem i krytyką środowiska badawczego, w tym również samego Gallo. Lo kontynuował swoje badania, odnajdując czynnik w różnych tkankach chorych na AIDS. Zaszczepione nim małpy umarły w ciągu 9 miesięcy. Wyizolował również czynnik u 6 pacjentów seronegatywnych, którzy mieli jednak symptomy podobne do AIDS. Jednak jego artykuły były odrzucane przez pół tuzina czasopism naukowych – udało mu się je opublikować dopiero w 1989 roku. Z czasem okazało się, że czynnik badany przez Lo to nie wirus, ale mykoplazma. Koncepcję Lo zaczęto traktować poważnie dopiero w 1990. Stosunek środowiska do Lo i jego tez zmienił się, dopiero gdy sam Luc Montagnier zaczął niezależnie głosić hipotezę o możliwej roli mykoplazmy jako czynnika towarzyszącego w rozwoju AIDS (Epstein 1996: 92).

Jednak krytyka hipotezy retrowirusowej lub ewentualne głosy sceptycyzmu stanowiły znikomą część pola dyskursywnego. Generalnie rzecz ujmując, autorzy powołujący się na teksty z „Science” z maja 1984 odnosili się do tez Gallo, Montagniera czy Levy’ego z mniejszą lub większą dozą akceptacji. Wraz z rozwojem dyskursu coraz częściej bezwarunkowo przyjmowali hipotezę retrowirusową. Teksty te podążały szlakiem wytyczonym przez Gallo i po części badaczy z Instytutu Pasteura i oraz zespół Levy’ego.

### 2.2.3. Usuwanie modalności i imputacje teoretyczne

Niezwykłe istotny jest tu fakt, że kolejne artykuły stopniowo **reinterpretowały** znaczenie wcześniejszych doniesień i analiz. A dokładniej: późniejsze artykuły przypisywały wcześniejszym publikacjom mocniejsze twierdzenia dotyczące relacji przyczynowej niż te, które byli w stanie uznać autorzy w cytowanych tekstach. Przykładowo, w 1985 na łamach „Science” ukazał się tekst autorstwa kilku epidemiologów z CDC, który na wstępie stwierdzał, że retrowirus o nazwie HTLV-III, znany również jako ARV i LAV, został rok wcześniej wyizolowany i pokazano, iż jest on przyczyną AIDS. Podobnie grupa badaczy z Oddziału Wirologii Food and Drug Administration (FDA) napisała w 1985, że rola HTLV-III w rozwoju AIDS została „solidnie ustalona” (*firmly established*). Zdaniem autorów obu tekstów udowodnili to już w swoich artykułach Montagnier, Gallo i Levy (za: Epstein 1996: 83). Jednak, jak już o tym wspominaliśmy, na tym etapie twierdzenie o związku HIV i AIDS stanowiło tylko najbardziej prawdopodobną hipotezę, nie zaś udowodniony i uznany



fakt naukowy. Żaden z przywoływanych przez nich tekstów (ani żaden spośród 244 przeanalizowanych przez Epsteina artykułów) nie dostarczał konkluzyjnego dowodu hipotezy HIV/AIDS<sup>18</sup>. Co więcej, przywoływani autorzy również nie twierdzili, że sformułowali w swoim tekstach coś, co mogłoby uchodzić za dowód relacji przyczynowo-skutkowej między HIV i AIDS.

Mamy tu do czynienia z opisywanym przez Latoura procesem usuwania modalności.

Poświęćmy nieco uwagi temu zagadnieniu. Prowadząc semiotyczne analizy publikacji naukowych, Latour doszedł do wniosku, że los twierdzenia naukowego leży w rękach jego adresata. Naukowcy opatrują twierdzenia współbadaczy różnego rodzaju modalnościami, na przykład: „prawdą jest, że x”, „wątpliwe, że x”, „x ma doniosłe konsekwencje teoretyczne”, „niemożliwe, że x”, „autorom wydaje się, że x”. Można rozróżnić pozytywne i negatywne modalności.

Będziemy nazywać pozytywnymi modalnościami te zdania [*sentences*], które odsuwają stwierdzenie [*statement*] od warunków jego wytworzenia, czyniąc je wystarczająco solidnym, by powodowało, że jakieś inne konsekwencje będą konieczne. Będziemy nazywać negatywnymi modalnościami te zdania, które wiodą stwierdzenie w przeciwną stronę, ku jego warunkom wytworzenia, i które wyjaśniają szczegółowo, dlaczego jest solidne lub słabe zamiast wykorzystywać je, aby powodowało, by jakieś inne konsekwencje były bardziej konieczne (Latour 1987: 23; tłum. za: Abriszewski 2008: 128).

Badacze, posługując się negatywnymi modalnościami, sprawiają, że twierdzenia współbadaczy jawią się jako mniej obiektywne lub metodologicznie problematyczne. Co istotne, nie tylko modalności typu „nieprawda, że x” oddalają twierdzenie od obiektywności. W pewnym stopniu podobnie działa przywołanie autorstwa danego twierdzenia. Opatrzanie twierdzenia modalnością „A stwierdził, że x” lub „eksperymenty B wykazały, iż x” sprawia, że jawi się ono nie jako naturalny fakt, który mówi sam za siebie, ale jako czyjaś – mniej lub bardziej potwierdzona – opinia. Pozytywne modalizowanie polega z kolei na usuwaniu wszelkich śladów tego, że dane twierdzenie mające uchodzić za fakt jest czymś wytworem. Co istotne, skrajnie pozytywne i skrajnie negatywne techniki modalizowania polegają na tym samym, czyli na przemilczaniu danego twierdzenia. W przypadku skrajnie negatywnej recepcji tezy jest ona przemilczana jako do tego stopnia absurdalna, że niegodna uwagi. O najbardziej oczywistych faktach również się nie wspomina. Traktuje się je jako oczywiste dla wszystkich założenia – czarne skrzynki, nad którymi można nadbudować kolejne stwierdzenia. Taki proces nadbudowywania sprawia, że dane

<sup>18</sup> Pisząc o braku konkluzyjnych dowodów lub paradoksach paradygmatu HIV/AIDS, nie odwołuję się bynajmniej do jakichś zewnętrznych wobec analizowanego dyskursu „obiektywnych” standardów naukowości czy filozoficznych wyobrażeń na temat metodologii nauk przyrodniczych. Nie oceniam, czy coś można by uznać za dowód, czy nie, ale jedynie rekonstruuje za Epsteinem, w jaki sposób odnosili się do własnych badań uczestnicy analizowanego pola naukowego i jak je kwalifikowali.

twierdzenie staje się bardziej obiektywne, ewentualnie – aby posłużyć się tu wprowadzoną wcześniej terminologią – staje się coraz stabilniejszą czarną skrzynką. Jak widzieliśmy wcześniej, hipoteza retrowirusowa była pozytywnie modalizowana na różne sposoby przez uczestników analizowanego dyskursu. Stopniowo przeformułowywana z prawdopodobnej hipotezy w udowodniony fakt. Dla wielu stała się ona do tego stopnia oczywista, że niewarta dyskusji.

Niezwykle ważne jest, że w ciągu analizowanego okresu pojawiło się niewiele nowych informacji i badań, które na gruncie przyjmowanych w ramach analizowanego dyskursu standardów badawczych uznane mogłyby zostać za przesłanki uprawdopodobniające lub dowodzące wyjściowe hipotezy Gallo, Levy'ego i Montagniera. Jednocześnie badacze wciąż borykali się z nierozwiązanymi problemami. Przykładowo, grupa Gallo wciąż nie była w stanie wyizolować wirusa u połowy pacjentów z w pełni rozwiniętym AIDS. Pomimo to proces pozytywnego modalizowania hipotezy retrowirusowej wciąż postępował. Dodatkowo na pierwotnych pracach nawarstwiały się kolejne cytujące je artykuły. Wszystko to sprawiło, że twierdzenie o tym, że HIV jest przyczyną AIDS, stopniowo zaczęto postrzegać nie jako prawdopodobną hipotezę, ale jako ogólnie przyjęte założenie, stanowiące punkt wyjścia dla dalszych badań. Tak uformowany dyskurs naukowy musiał wywoływać u badaczy głębokie poczucie, że relacja przyczynowa musiała zostać dobrze ugruntowana empirycznie. Jednak w praktyce nie istniały jeszcze prace, które można by uznać za potwierdzenie hipotezy.

Co ciekawe, z podobną sytuacją mieliśmy do czynienia w przypadku hipotezy *immune overload* – w tym przypadku również nie pojawiały się nowe badania popierające hipotezę. Różnica polega na tym, że hipoteza ta została odrzucona, podczas gdy paradygmat retrowirusowy przetrwał, pomimo że nie wygenerował on w przeciagu porównywalnego okresu czasu rozstrzygających dowodów naukowych. Czyżby wyniki badań i eksperymentów nie były wcale decydujące? Jak się okazuje, brak nowych dowodów jest argumentem przeciw jakiejś hipotezie tylko i wyłącznie wtedy, gdy w danym środowisku badawczym jest wola, aby podnieść tę kwestię. Czy zatem klęskę hipotezy *immune overload* można tłumaczyć brakiem nowych badań, czy może należałoby skupić się na opisie tego, w jaki sposób ewentualne braki danych lub niepowodzenia eksperymentalne były artykułowane przez poszczególnych uczestników dyskursu i do jakich repertuarów retorycznych się odwoływali? Wiele paradoksów i usterek paradygmatu retrowirusowego zostało wyartykułowanych dopiero przez Duesberga i zgromadzonych wokół jego osoby dysydentów. Wtedy jednak relacja HIV–AIDS stanowiła już szczerze domkniętą czarną skrzynkę.

#### 2.2.4. Dygresja: Kary'ego Mullisa poszukiwania oryginalnego dowodu

W ramach dygresji warto przytoczyć w tym miejscu komentarz Kary'ego B. Mullisa, który brał udział w badaniach nad HIV. W 1988 roku pracował on jako konsultant w Specjalty Labs w Santa Monica, gdzie zajmował się analizą HIV. Jeżeli chodzi

o procedury analityczne, Mullis był uznanym na świecie ekspertem: w 1983 wynalazł on stosowaną powszechnie w badaniach nad HIV technikę o nazwie „reakcja łańcuchowa polimerazy” (*Polymerase Chain Reaction*), za co przyznano mu w 1993 Nagrodę Nobla z chemii. O samym AIDS wiedział jednak niewiele – z perspektywy SSK należałoby uznać go za outsidera niewdrożonego w styl myślowy danej wspólnoty poznawczej (por. Fleck 1986). Nie znał między innymi prac, które pokazywały, że HIV jest prawdopodobną przyczyną AIDS. Chcąc uzupełnić swoją wiedzę, zwrócił się do współbadaczy z prośbą o wskazanie literatury tematu. Jak pisze sam Mullis:

Sporządzając raport [...] dla Narodowego Instytutu Zdrowia, zorientowałem się, że nie znam naukowych odniesień, które popierałyby zdanie, które właśnie napisałem: „HIV jest prawdopodobną przyczyną AIDS”. Zwróciłem się zatem do wirologa z sąsiedniego biurka [...] i zapytałem go o przypis. Odpowiedział, że żadnego nie potrzebuję. Nie zgodziłem się z nim. Prawdą jest, że pewne odkrycia naukowe lub techniki są w takim stopniu uznane, że we współczesnej literaturze nie pojawiają się do nich przypisy, nie wydawało się to jednak zasadne w przypadku związku HIV i AIDS. Wydało mi się nadzwyczajne, żeby osoba, która odkryłaby przyczynę śmiertelności i jak dotąd nieuleczalnej choroby, nie była nieustannie przywoływana w pracach naukowych, aż do chwili, kiedy chorobę tę wyleczono by i zapomniano o niej. [...] Oczywiście to proste odwołanie musiało być gdzieś tam. W innym przypadku nie pozwolono by, aby dziesiątki tysięcy urzędników publicznych i poważanych naukowców usiłujących zapobiec tragicznym śmierciom [...] skupiło się wyłącznie na wąskiej ścieżce dociekań. Wszyscy nie łowiliby w tym samym stawie, gdyby nie wykazano, że w pozostałych nie ma ryb [chodzi o poszukiwania innych niż zakaźnych przyczyn AIDS – Ł.A.]. Musiały istnieć artykuł lub artykuły, które wzięte razem pokazywałyby, że HIV jest prawdopodobną przyczyną AIDS. [...] Próbowałem przeszukiwać bazy elektroniczne, ale nic nie znalazłem. [...] Część mojej pracy polegała na udziale w spotkaniach i konferencjach naukowych. Moim zwyczajem stało się zwracanie się do każdej osoby, której wystąpienie dotyczyło AIDS, z prośbą o wskazanie tekstów, które mógłbym przywołać, pisząc o HIV jako prawdopodobnej przyczynie AIDS.

Po dziesięciu czy piętnastu spotkaniach [...], kiedy *nikt* nie był w stanie wskazać mi przypisu, poczułem się wytrącony z równowagi. Nie podobała mi się konkluzja, która zaczęła formować się w mojej głowie: [Czyżby] cała kampania przeciw chorobie coraz częściej postrzeganej jako Czarna Śmierć XX wieku oparta była na hipotezie, której początków nikt nie był w stanie prześledzić? [...] Miałem sposobność porozmawiać z jednym z czołowych przedstawicieli badań nad HIV i AIDS, Doktorem Lukiem Montagnierem z Instytutu Pasteura, kiedy miał on wykład w San Diego. [...]

(Zapytany przeze mnie) Montagnier powiedział: „Dlaczego nie zacytuje Pan raportu CDC?”.

Odpowiedziałem: „Ale on nie odnosi się do tego, czy HIV jest, czy nie jest prawdopodobną przyczyną AIDS, czyż nie?”.

„Nie”, przyznał [...]. Szukał pomocy u zgromadzonych wokół nas osób, ale one również spodziewały się bardziej definitywnej odpowiedzi.

„Dlaczego nie zacytuje Pan prac nad SIV [wirus upośledzenia odporności szympanów]?” , zaproponował.

„To również czytałem, doktorze Montagnier”, odpowiedziałem. To, co stało się z tymi małpami, nie przypominało mi wcale AIDS. W dodatku artykuł ten ukazał się zaledwie kilka miesięcy temu. Ja szukam *oryginalnego* artykułu, w którym wykazano, że HIV wywołuje AIDS” (Mullis 1996: xi-xiii).

Mullis stwierdza ostatecznie, że nigdy nie udało mu się dotrzeć do „oryginalnych artykułów”, a zagadnięci przez niego badacze AIDS udzielali wymijających odpowiedzi lub zmieniali temat rozmowy. Od razu należy zaznaczyć, że Mullis reprezentuje środowisko odstępców kwestionujących dominującą hipotezę retrowirusową<sup>19</sup>. Mullis twierdzi, iż nie mógł znaleźć żadnych dowodów naukowych relacji przyczynowej HIV i AIDS dlatego, że relacja ta po prostu nie zachodzi. Powyższa wypowiedź najprawdopodobniej jest wstecznie zreinterpretowaną wizją przeszłych wydarzeń. Stanowi zarazem zręczny zabieg retoryczny, mający ukazać w niekorzystnym świetle przedstawicieli głównego nurtu badań nad HIV/AIDS. Nie należy jednak automatycznie kwestionować istotnych z socjologicznego punktu widzenia informacji, które zawiera. W świetle analiz Epsteina historia poszukiwań „oryginalnego” dowodu okazuje się bardzo prawdopodobna – jak pokazał autor *Impure Science*, konkluzywne dowody HIV/AIDS rzeczywiście nie istniały jeszcze w przywoływanym przez Mullisa okresie. Co więcej, taki lub podobny przebieg wydarzeń wydaje się tłumaczyć, w jaki sposób wybitny badacz, jakim był niewątpliwie Mullis, mógł porzucić *mainstream* naukowy, gdzie miał ugruntowaną pozycję, i przejść na stronę odstępców.

Co zatem ilustruje historia Mullisa? Sytuacja ta demonstrowa stopień, w jakim uczestnicy analizowanego dyskursu byli przekonani o oczywistości założeń, na których oparte było całe pole badawcze. Były to czarne skrzynki, których nikt nie potrafił, a przede wszystkim nie miał potrzeby otwierać. Jedynie *outsider*, który nie przyswoił sobie jeszcze dominującego stylu myślowego, mógł wątpić w związek HIV z AIDS. Dodatkowo, gdyby Mullis był pozbawionym znaczącego kapitału i prestiżu naukowego badaczem, najprawdopodobniej poddałby się przemożnej definicji świata narzucanej przez dyskurs. Innymi słowy, na straży czarnej skrzynki stały subtelne mechanizmy interakcyjne, które skutecznie zniechęcały badaczy-neofitów do zadawania niepotrzebnych pytań i podkopywania fundamentów. Tego typu „archeologia wiedzy” (por. Foucault 1977) jest niebezpieczna, gdyż może się okazać, że żadne fundamenty nie istnieją, a dyskurs *de facto* sam się stabilizuje.

### 2.2.5. Auto-uprawomocnienie dyskursu wokół przyczyn AIDS

Na gruncie analizy dokonanej przez Epsteina można zaryzykować tezę, że dyskurs biomedyczny wokół przyczyn AIDS funkcjonował jako system autoreferencyjny. Jego punktem odniesienia była nie tyle zewnętrzna rzeczywistość (reprezentowana dzięki procedurom eksperymentalnym i innym technikom badawczym), ile poszczególne jego elementy, czyli publikacje naukowe. Ujmując to metaforycznie, dyskurs nie był zakotwiczony w badanym świecie – to raczej uformowany w ten sposób dyskurs stanowił podstawę wyznaczającą obraz świata i definicje medyczne.

<sup>19</sup> Powyższy fragment pochodzi zresztą z przedmowy do książki Petera Duesberga *Inventing the AIDS Virus* (Duesberg 1996).

Badacze, zamiast odnosić się do nowych badań, cytowali głównie wcześniejsze, klasyczne już badania Montagniera, Gallo i Levy'ego oraz siebie nawzajem. Przykładowo, wiele późniejszych prac Gallo sprowadzało się głównie do usystematyzowania dotychczasowych badań – nie wносиły one jakościowo nowych danych do dyskursu na temat przyczyn AIDS (za: Epstein 1996: 86-87). Jednocześnie Epstein zauważył, że późniejsze teksty mają tendencje do odwoływania się nie tyle do nowszych badań, ile do tekstów dużo wcześniejszych, traktowanych jako konkluzywne dowody hipotezy (Epstein 1996: 86). W ten sposób powstała gęsta i spójna sieć autorów oraz tekstów zasadzająca się na praktyce wzajemnych cytowań, zbudowana w oparciu o kilka uznanych za klasyczne tekstów.

Ten system wzajemnych odwołań stanowił podstawowe uprawomocnienie tez stawianych w ramach dyskursu. W praktyce bowiem poszczególne teksty powoływały się na inne teksty jako te, które stanowiły konkluzywne dowód. W ten sposób powstawały z jednej strony ciągi odwołań, z drugiej zaś strony cyrkularne cytowania (por. Epstein 1996: 87). Autorzy odwoływali się do siebie nawzajem w sposób krzyżowy jako tych, którzy dostarczyli ostatecznego dowodu. Z drugiej zaś strony dochodziło do sytuacji, kiedy jeden tekst cytował inny, traktując go jako dowód naukowy, podczas gdy ten tekst odwoływał się do jeszcze innej, bardziej pierwotnej, choć nie bardziej konkluzywnej pracy, na przykład jednego z tekstów z „Science” autorstwa Gallo.

Dotychczasowe obserwacje można podsumować w następujący sposób: 1) główne zręby dyskursu ustalone zostały już przez klasyczne, bazowe teksty Gallo, Levy'ego i Montagniera; 2) w bazowych tekstach, na których ufundowana została ta sieć cytowań, nie można było doszukać się czegoś, co mogłoby pełnić funkcję konkluzywnego dowodu naukowego; 3) jednak proces usuwania modalności i imputowania sprawiał, że teksty te postrzegane były jako nie tylko sformułowania, ale zarazem potwierdzenia hipotezy retrowirusowej.

Interesująca jest tu rola, jaką odegrał w omawianym systemie dyskursywnym sam Gallo. Znaczącą część przebadanej literatury (1/3 tekstów, które ukazały się w 1984 i 1985 r., oraz 1/4 tekstów z 1986) okazały się stanowić prace, których autorem był sam Gallo, ewentualnie jego współpracownicy, z którymi wcześniej publikował na temat AIDS i hipotezy retrowirusowej. Nazwiska Gallo lub jego współpracowników znajdowały się niejednokrotnie gdzieś w połowie lub na końcu długiej listy współautorów. Jednocześnie w wielu przypadkach rola Gallo mogła sprowadzać się do dostarczenia próbek do badań. Niemniej jednak widoczne są tu kanały przepływu informacji, dzięki którym idee Gallo mogły rozprzestrzeniać się w środowisku lekarzy i naukowców na drodze personalnych powiązań oraz kontaktów *face-to-face*. Dzięki takiej sieci powiązań grupa Gallo mogła wzmacniać status hipotezy retrowirusowej w dyskursie naukowym. Jednocześnie mogli oni zwiększać jej wiarygodność, po prostu publikując ogromne ilości materiałów na ten temat i nawiązując nieustannie do własnych prac.

Potok literatury na temat hipotezy retrowirusowej czy proces usuwania modalności nie są niczym niezwykłym i nie stanowią patologii naukowej. Podobne praktyki mają miejsce w wielu innych dziedzinach – naukowcy dążą do ustabilizowania swoich hipotez przez generowanie zalewu publikacji na dany temat. W momencie wytworzenia dużej literatury tematu dany fenomen zaczyna być traktowany przez badaczy jako obiektywny element ich praktyki (zob. Latour 1987, 1999). Naukowcy dążą jednak przede wszystkim do tego, aby współbadacze nadbudowywali swoje badania nad ich twierdzeniami, dodatkowo je w ten sposób stabilizując. W warunkach wysokiego konsensusu wokół hipotezy, pomimo braków dowodu, mogło dojść do takiego właśnie procesu, co zwiększało koszty zakwestionowania hipotezy retrowirusowej.

### 2.2.6. „Samopotwierdzająca się hipoteza”, czyli facylitacja dowodu naukowego

W latach 1984-1986 nie istniały jeszcze twarde dowody na rzecz hipotezy retrowirusowej – miała ona zdobyć swoje potwierdzenie dopiero w ciągu następnego dziesięciolecia. Z perspektywy SSK istnieje jednak znacząca różnica pomiędzy opracowywaniem dowodu naukowego w sprzyjających warunkach, kiedy niemal całe środowisko oczekuje potwierdzenia danej hipotezy, a próbami uprawomocnienia twierdzenia w sytuacji braku konsensusu wokół niego lub w warunkach ewentualnej kontrowersji. W pierwszej sytuacji o wiele łatwiej o poparcie środowiska naukowego czy pozyskanie zasobów na badania. Tymczasem w trakcie kontrowersji wyniki poszczególnych badań i eksperymentów są narażone na nieustanną krytykę ze strony oponentów, co utrudnia zarówno przywoływanie wyników eksperymentów i obserwacji, jak i zdobycie poparcia współbadaczy.

Sytuację, jaka wytworzyła się w ramach autoreferencyjnego dyskursu wokół hipotezy retrowirusowej, można określić jako swego rodzaju samospełniające się prorocstwo. O tym mechanizmie społecznym pisał już Robert K. Merton (1982: 462-476). W przypadku paradygmatu HIV/AIDS mamy do czynienia z analogiczną sytuacją. Publikacja artykułów autorstwa Gallo i jego zespołu w „Science” odpaliło procesy, w wyniku których ukształtował się dyskurs oparty na sieci wzajemnych cytowań. To z kolei wytworzyło ogólne wewnątrz- i zewnątrzśrodowiskowe poczucie, że oto mamy do czynienia z ustalonym faktem. Ogólne poczucie prawdziwości hipotezy retrowirusowej nie tylko zachęcało do podejmowania prób sformułowania dowodu na jej rzecz, ale przede wszystkim ułatwiało ich realizację. Jednocześnie utrudniało działania ewentualnym przeciwnikom, którzy nie tylko mieli utrudniony dostęp do zasobów badawczych, ale równocześnie narażali się na szereg sankcji społecznych ze strony współbadaczy. Nie chcę tu jednak powiedzieć, że wiara w trafność hipotezy doprowadziła automatycznie do jej uprawomocnienia – wszak nie tylko ilość cytowań, ale także wyniki eksperymentów i obserwacji naukowych wpływają na status twierdzenia naukowego (zob. model „krwiobiegu”, Latour 1999: 98-108). Chodzi raczej o to, że ogólny konsensus ułatwił przeprowadzenie takiego dowodu.

### 2.2.7. Paradoksy, anomalie oraz niespełnione postulaty Kocha

Pomimo że istniał niemal powszechny konsensus wokół hipotezy retrowirusowej, nie oznaczał on, że badacze nie byli świadomi wad i ograniczeń tego podejścia. Jak pamiętamy, badacze mieli kłopoty z wyizolowaniem wirusa u połowy pacjentów, u których rozwinął się syndrom. Istniał także szereg innych problemów. Przykładowo, teoretycznie wirus miał wywoływać syndrom atakując limfocyty T, tymczasem poprzez wykorzystanie najbardziej wrażliwych z dostępnych metod badaczom udało się znaleźć wirusa w niezwykle małej części komórek pobranych od chorego – czasami w zaledwie jednym limfocycie na 100 tysięcy. Co prawda wirus niszczył limfocyty *in vitro*, jednak już w przypadku żywych organizmów nie było to takie oczywiste – za mało komórek okazywało się zainfekowanych. Badania serologiczne nie były również w stanie wykazać, że to właśnie inwazja wirusa wywołuje immunosupresję (Epstein 1996: 88-89). Zdecydowanie ważniejszy był jednak fakt, że hipoteza HIV/AIDS nie spełniała postulatów Kocha.

Epidemiolodzy i przedstawiciele biomedycyny, próbując ustalić relacje przyczynowe w dziedzinie chorób zakaźnych, polegają na szeregu zasad. Jednymi z najbardziej znanych kryteriów relacji przyczynowej są właśnie postulaty Kocha, nazwane na cześć niemieckiego mikrobiologa Roberta Kocha. Według postulatów Kocha, aby dany czynnik zakaźny uznać za przyczynę choroby, należy: 1) znaleźć go u wszystkich zarażonych przypadków; 2) wyizolować i wyhodować w postaci czystej kultury; 3) tak przygotowaną kulturą należy zarazić podatne na nią zwierzę laboratoryjne, u którego powinna z kolei rozwinąć się choroba; 4) czynnik zakaźny musi zostać wyizolowany z zakażonego zwierzęcia. Postulaty te stanowiły trwały element tradycji medycznej. Odwoływano się do nich, aby wykluczyć możliwość, że winą za chorobę zostanie obarczony niewłaściwy czynnik, na przykład wirus-pasażer. Tymczasem hipoteza uznająca HIV za przyczynę AIDS nie spełniała pierwszego i trzeciego postulatu. Jak pamiętamy, wirusa znajdowano u zaledwie połowy chorych. Istniały również problemy z modelami zwierzęcymi. Przykładowo, zainfekowane HIV szympany nie zapadały na AIDS (zob. Epstein 1996: 88-90).

Problem z realizacją postulatów Kocha wywoływał różne reakcje. Jedni badacze obstawali przy postulatach jako właściwym podejściu metodologicznym w określaniu relacji przyczynowych w przypadku chorób zakaźnych. Część badaczy postulowała „modernizację” lub wręcz odrzucenie zasad Kocha, podkreślając, że są one trudne do zrealizowania nie tylko w przypadku AIDS, ale także innych chorób wirusowych oraz wywoływanych przez grzyby (zob. Epstein 1996: 99, 139, 167). Przykładowo Gallo komentuje kontrowersje wokół przyczyn AIDS oraz niespełnionych postulatów Kocha stwierdzając, że nie ma jasnych wytycznych, jak w sposób definitywny udowodnić, że oto znaleźliśmy przyczynę danej choroby – nie mamy na to żadnych „kucharskich receptur”. Jednocześnie stwierdza, że postulaty Kocha „brano zbyt dosłownie i zbyt serio przez zbyt długi czas”

(Gallo 1991: 276-277)<sup>20</sup>. Wreszcie kwestia postulatów Kocha stanowiła jedną z osi argumentacji wielu przeciwników hipotezy retrowirusowej oraz zwolenników podejścia *immune overload*. Jednym z nich był John Lauritsen, który pod koniec 1986 usiłował propagować wśród gejów idee, wedle których przyczyną syndromu miało być zażywanie „poppersów” i narkotyków (por. Epstein 98-99).

W latach 1984-1986 wszystkie te problemy czy „paradoksy” związane z hipotezą retrowirusową postrzegane były jednak nie jako nieprzezwyciężalne ograniczenia, lecz zwykłe anomalie. Uważano, że jest to najbardziej prawdopodobna hipoteza – żadna inna nie była w podobnym stopniu ugruntowana, a także – co zdecydowanie ważniejsze – żadna inna nie stwarzała wizji szybkiego uporania się z epidemią. Tymczasem paradygmat HIV/AIDS pozwalał mieć nadzieję na opracowanie testów oraz leków antywirusowych czy nawet szczepionki przeciwko HIV.

Braki hipotezy retrowirusowej oraz kwestia postulatów Kocha stały się poważnym problemem dla paradygmatu HIV/AIDS dopiero w dobie kontrowersji wywołanej przez Petera Duesberga i zgromadzonych wokół niego odstępców od dominującej hipotezy retrowirusowej.

### 2.2.8. Czy można opisać przypadek dyskursu AIDS w kategoriach epistemologii obiektywistycznych?

Pozostaje jeszcze jedno pytanie: czy powyższej sytuacji nie można równie dobrze ująć za pomocą kategorii zaczerpniętych z epistemologii obiektywistycznych (por. obiektywistyczny model poznania, Zybortowicz 1995), traktujących jako czynnik rozstrzygający stan świata? Próbuując dokonać takiej interpretacji, należałoby uporać się z kilkoma problemami. Jeden z nich polega na tym, że konsensus poznawczy wokół relacji HIV–AIDS uformował się pod nieobecność wiążących dowodów naukowych. Oczywiście rzecznik obiektywizmu mógłby argumentować, że ostatecznie okazało się, iż HIV wywołuje AIDS – teza ta jest dziś o wiele lepiej ugruntowana niż w analizowanym okresie. W jaki jednak sposób naukowcy mogli wysunąć taki wniosek w latach 1982-1986? Być może należałoby odwołać się tu do silnych intuicji badawczych przedstawicieli paradygmatu retrowirusowego. Ale czy podobnych intuicji nie mieli jego przeciwnicy i późniejsi odstępcy? Kolejny problem polega na tym, w jaki sposób należałoby wytłumaczyć sukces paradygmatu retrowirusowego w perspektywie porażki

<sup>20</sup> Sytuację tę warto rozważyć z perspektywy przywoływanej już tezy Quine’a o niedookreśleniu. Traktując założenia metodologiczne, sady empiryczne i zasady logiki jako element wspólnego pola sił, dochodzimy do sytuacji, kiedy pewne elementy pola możemy uzgodnić ze sobą modyfikując inne jego obszary. W tym przypadku mamy do czynienia z sytuacją, kiedy stosunkowo niedawno sformułowane twierdzenie dotyczące relacji przyczynowej było w odczuciu środowiska naukowego oraz innych aktorów społecznych na tyle ważne, że badacze w obliczu kontrowersji gotowi byli przebudować znane i stosowane od dziesięcioleci procedury metodologiczne, aby zapewnić zgodność obserwacji badawczych dotyczących HIV/AIDS z wyjaśnieniami teoretycznymi.



podejść *immune overload*. Jak się okazuje, oba podejścia okazały się w analizowanej perspektywie czasowej degenerującymi programami badawczymi w rozumieniu Imre Lakatosa: nie pojawiały się nowe dowody na ich rzecz i – co ważniejsze – nie pozwoliły one uporać się z epidemią. Co prawda oba paradygmaty formułowały pewne rekomendacje. Hipoteza *immune overload* wskazywała na konieczność zmiany stylu życia, unikania zażywania narkotyków czy transfuzji. Rekomendacje paradygmatu retrowirusowego były w pewnej mierze zbieżne – w tym przypadku również zwracano uwagę na niebezpieczeństwa związane z „rozwiązłością” czy zażywaniem dożylnie narkotykami. Tu jednak punkt ciężkości został przesunięty z zawartości strzykawki na zakażoną krew, która mogła znajdować się na igle. Ostatecznym czynnikiem, który mógłby skłonić wszystkich do uznania paradygmatu zakaźnego, byłoby uporanie się z epidemią poprzez opracowanie skutecznego leku antywirusowego lub szczepionki przeciw AIDS. Byłyby to druzgoczący cios dla środowiska odstępców i głoszonych przez nich poglądów. Jednak nie udało się tego osiągnąć w ciągu ponad 25 lat badań. Epstein szeroko opisuje kontrowersje wokół leków typu AZT, czy ddI i ddC (zob. Epstein 1996: 208-294, 1997). Dziś również nie posiadamy leku na HIV/AIDS. Oczywiście te porażki paradygmatu retrowirusowego były i wciąż są traktowane przez odstępców jako zarzut pod adresem dominującego paradygmatu.

Czy jednak z pozycji obiektywistycznych modeli poznania nie można sformułować następującego zarzutu pod adresem niniejszego rozumowania: Czy nie sugeruje się tu przypadkiem, że epidemia i relacja HIV–AIDS została stworzona, ewentualnie „zmyślona” przez naukowców? Konieczne jest tu pewne wyjaśnienie. W analizie tu prezentowanej nie chodzi o świat ujmowany w kategoriach obiektywistycznych modeli poznania. Nie skupia się ona na „świecie samym w sobie”, ale na pewnych jego modelach generowanych przez wspólnoty badawcze. Nie jest to praca z zakresu epidemiologii, wirologii czy metodologii nauk przyrodniczych. Jest to tekst z zakresu SSK. Nie usiłuję tu odpowiedzieć na pytanie, czy istnieje relacja między HIV a AIDS, czy może jest ona tylko artefaktem. Nie było również moim zamiarem ocenianie kompetencji naukowych przedstawicieli analizowanego pola badawczego. Właściwym przedmiotem analizy były procedury i wzorce dyskursu, które umożliwiły zobiektywizowanie się hipotezy retrowirusowej. Pisząc zaś o „zobiektywizowaniu”, nie mam na myśli tego, że coś zostało stworzone lub wykreowane w realistycznym tego słowa znaczeniu. Termin „obiektywizacja” odnosi się wyłącznie do statusu, jaki był powszechnie przypisywany danym obiektom w ramach analizowanych dyskursów.

### 2.2.9. Czy przypadek dyskursu wokół przyczyn AIDS jest odosobniony?

Badania nad AIDS stanowią oczywiście przykład frontu naukowego. Problematyczne jednak może się w takim razie wydać to, w jaki sposób Duesbergowi oraz innym odstępcom udało się, po pierwsze, dojść do głosu i, po drugie, przetrwać presję ze strony mechanizmów organizujących dyskursu. Odpowiedź na pierwszą wątpliwość jest dość

prosta. Przed Duesbergiem żadnemu z odstępców nie udało się wybić w dyskursie – zastosowano wobec nich najbardziej negatywną z technik modalizacji, czyli zlekceważono ich tezy. Autorowi *Inventing the AIDS Virus* udało się wybić, gdyż dysponował on ogromnym kapitałem naukowym i prestiżem w środowisku. Bronił go między innymi szereg badaczy, którzy mając wzgląd na jego zasługi dla nauki, postulowali poważne potraktowanie jego tez i podjęcie z nimi dyskusji. Jednocześnie miał on ułatwiony dostęp do publikacji w prestiżowych czasopismach. Przykładowo, jako członek National Academy of Science miał prawo publikować w „Proceedings of National Academy of Science”; jego teksty były też przyjmowane do takich czasopism jak „Cancer Research” (zob. np. Duesberg 1987), pomimo zawartych w nich kontrowersyjnych tez. Dopiero wokół osoby Duesberga mogli skonsolidować się zarówno dotychczasowi, jak i nowi kontestatorzy hipotezy HIV–AIDS. Nie oznacza to jednak, że po pewnym czasie nie zostały nałożone na niego sankcje. W obliczu odmowy przez Duesberga wycofania się ze swoich tez instytucje naukowe z czasem pozbawiły go środków badawczych. Został wykluczony z głównego nurtu i skazany na funkcjonowanie na marginesie życia naukowego. W celu wzmocnienia swojej pozycji Duesberg wraz z innymi odstępcami zaczął głosić swoje tezy w mediach pozanaukowych (prasa, telewizja, filmy dokumentalne i programy popularnonaukowe czy wreszcie fora oraz strony internetowe<sup>21</sup>). Poniekąd Duesberg odrzucił zasady gry naukowej. Nie zapominajmy jednak, że podobnie postąpił wcześniej Gallo, współorganizując z Heckler szeroko omówioną tu konferencję prasową. Wyjście w kierunku mediów masowych przez Duesberga zawiesiło mechanizmy kontroli charakterystyczne dla dyskursu naukowego, prowadząc do swoistego pata – ani odstępcy, ani przedstawiciele dominującej hipotezy nie byli i wciąż nie są w stanie przemóc ostatecznie swoich oponentów.

## Podsumowanie

Czy przypadek dyskursu wokół HIV/AIDS nie jest czymś wyjątkowym w skali nauki jako całości? Czy nie należałoby traktować go w kategoriach anomalii, zjawiska marginalnego, odstępstwa od normy lub wręcz patologii? Powyższy przykład z pewnością stanowi anomalię dla wielu koncepcji z zakresu tradycyjnej filozofii nauki – anomalię w tym sensie, że modele formułowane w ramach tych podejść mają problem z uchwyceniem go i satysfakcjonującym wyjaśnieniem<sup>22</sup>. Powyższy przykład nie stanowi jednak anomalii w sensie obiektywnym – nie jest on odstępstwem

<sup>21</sup> Zob. np.: <http://www.virusmyth.com/> lub <http://rethinkingaids.com/>.

<sup>22</sup> Jedną z możliwych strategii wyjaśnienia tego przypadku byłoby odwołanie się do repertuaru przygodnego i potraktowanie go w kategoriach błędu poznawczego, mistyfikacji lub oszustwa. *Notabene* w ten sposób całą sytuację wyjaśniają kontestatorzy paradygmatu retrowirusowego, pisząc o „wielkiej bujdzie” (*great hoax*), „miecie HIV” lub „największym oszustwie współczesnej nauki” (*AIDS fraud*) (zob. np. Fry 1990).

od normy. Ilość paradoksów i poziom niepewności wyników uzyskiwanych przez badaczy poszukujących przyczyn AIDS nie jest niczym wyjątkowym, jeżeli porównać je z innymi, analogicznymi polami badawczymi. Przytoczmy tu wypowiedź samego Gallo na temat wiarygodności hipotezy HIV–AIDS:

Jak wszyscy z branży, którzy pracują nad AIDS, dobrze wiedzą, jest więcej dowodów na to, że [HIV] wywołuje AIDS, niż w przypadku większości chorób, co do których ustaliliśmy, że są wywoływane przez wirusy (Gallo 1988, za: Epstein 1996: 90).

Oczywiście jest to zabieg retoryczny, mający pokazać, jak oczywista powinna wydawać się wszystkim relacja HIV i AIDS. Jeżeli jednak potraktować stwierdzenie Gallo poważnie, to możliwa jest interpretacja, wedle której wiele spośród naukowych wyjaśnień przyczyn chorób naznaczonych jest podobną niepewnością, co analizowany tu przypadek. One również uchodzą dziś za czarne skrzynki. Różnica pomiędzy „zdecydowaną większością chorób”, o których wspomina Gallo, a AIDS polegałaby na tym, że tylko w tym drugim przypadku dysydenci podjęli się próby zdemaskowania idiosynkrazji, niejasności i kontrowersji, jakie charakteryzują naukowe próby ustalenia patogenezы choroby.

Zdecydowanie ważniejsze w kontekście niniejszego eseju niż wysoka niepewność i nieoczywistość wyników eksperymentalnych są mechanizmy i czynniki, które sprawiają, że w przypadku wielu pól badawczych może dokonać się poznawcze zamknięcie na świat. Szczególną uwagę poświęciliśmy czynnikom organizacyjnym, które sprawiają, że lokalne ustalenia pojedynczych laboratoriów są szybko przekształcane w czarne skrzynki. Różne pola badawcze funkcjonują niejednokrotnie na zasadzie systemów autopojetycznych, przy czym autopojetyczność traktuję tu przede wszystkim jako samo-uprawomocnianie oraz auto-odniesienie. Jak się wydaje, procesy te dobrze ilustruje przypadek debat wokół przyczyn AIDS. Dyskurs ten był w taki sposób skonfigurowany, że badacze poprzez wzajemne odwoływanie się do siebie oraz imputacje teoretyczne sprawili, iż bazowe założenie o relacji przyczynowo-skutkowej między HIV i AIDS zaczęto powszechnie przyjmować jako niekwestionowany fakt. Przypadek ten jest pod pewnym względem unikalny: stanowi on typ idealny autopojetycznego systemu badawczego; hipoteza HIV–AIDS ukonstytuowała się niezależnie od wyników badań eksperymentalnych i obserwacji.

## Literatura

- Abriszewski K., Afeltowicz Ł. (2007), *Jak gołym okiem zobaczyć neurony i siłą alergii. Krążąca referencja w nauce i poza nią*, „Zagadnienia Naukoznawstwa”, 43, 3–4 (173–174), s. 405–420.
- Abriszewski K. (2008), *Poznanie, zbiorowość, polityka. Analiza teorii aktora-sieci Bruno Latoura*, Kraków.
- Altman D. (1986), *AIDS in the Mind of America*, Garden City, NJ.

- Altman D. (1994), *Power and Community: Organizational and Cultural Responses to AIDS*, London.
- Atkinson J.M., Heritage J. (eds.) (1984), *Structures of Social Action: Studies in Conversation Analysis*, Cambridge.
- Barabási A.-L. (2002), *Linked. The New Science of Networks*, Cambridge.
- Barnes B., Bloor D. (wyb.) (1993), *Mocny program socjologii wiedzy*, przekł. Z. Jan-kiewicz, J. Niżnik, W. Szygłowska, M. Tempczyk, Warszawa.
- Barnes B., Bloor D., Henry J. (1996), *Scientific Knowledge: A Sociological Analysis*, London.
- Bińczyk E. (2004), „Antropologia nauki” Bruno Latoura na tle polemik, „Zagadnienia Naukoznawstwa”, 1, s. 3-22.
- Bloor D. (1991), *Knowledge and Social Imagery*, Chicago.
- Callon M. (1991), *Techno-economic Networks and Irreversibility*, [w:] J. Law (ed.), *A Sociology of Monsters: Essays on Power Technology and Domination*, London, s. 132-161.
- Collins H.M. (1974), *The TEA Set: Tacit Knowledge and Scientific Networks*, „Science Studies”, 4, s. 165-186.
- Collins H.M. (1983), *An Empirical Relativist Programme in the Sociology of Scientific Knowledge*, [w:] K. Knorr-Cetina, M. Mulkay (eds.), *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*, London, s. 85-114.
- Collins H.M. (1985), *Changing Order: Replication and Induction in Scientific Practice*, London.
- Collins H. (2000), *Surviving Closure: Post-Rejection Adaptation and Plurality In Science*, „American Sociological Review”, 6, 65, s. 824-845.
- Collins H.M., Pinch T. (1998a), *Golem, czyli co trzeba wiedzieć o nauce*, przekł. A. Tanalska-Duleba, Warszawa.
- Collins H.M., Pinch T. (1998b), *The Golem at Large: What You Should Know about Technology*, Cambridge.
- Collins H.M., Pinch T. (2008), *Dr. Golem: How to Think about Medicine*, Chicago.
- Collins R. (1994), *Why the Social Science Won't Become High-Consensus, Rapid Discovery Science*, „Sociological Forum”, 2, 9, Special Issue: *What's Wrong with Sociology?*, s. 155-177.
- Collins R. (1998), *The Sociology of Philosophies: A Global Theory of Intellectual Change*, Cambridge.
- Duesberg P. (1996), *Inventing the AIDS Virus*, Regnery Publishing.
- Duesberg P. (1987), *Retroviruses as Carcinogens and Pathogens: Expectations and Reality*, „Cancer Research”, 47, s. 1199-1220.
- Duhem P. (1991), *Teoria fizyczna a doświadczenie. Problem experimentum crucis*, [w:] K. Szlachcic (wyb.), *Pierre Duhema filozofia nauki*, przekł. Monika Sakowska, Wrocław, s. 103-111.

- Epstein S. (1995), *The Construction of Lay Expertise: AIDS Activism and the Forging of Credibility in the Reform of Clinical Trials*, „Science, Technology & Human Values”, 20, 4, s. 408-437.
- Epstein S. (1996), *Impure Science. AIDS, Activism, and the Politics of Knowledge*, Berkeley.
- Epstein S. (1997), *Activism, Drug Regulation, and the Politics of Therapeutic Evaluation in the AIDS Era: A Case Study of ddC and the ‘Surrogate Markers’ Debate*, „Social Studies of Science”, 27, 5, s. 691-726.
- Fleck L. (1986), *Powstanie i rozwój faktu naukowego: wprowadzenie do nauki o stylu myślowym i kolektywie myślowym*, przeł. M. Tuskiewicz, Lublin.
- Foucault M. (1977), *Archeologia wiedzy*, przeł. A. Siemek, Warszawa.
- Foucault M. (1987), *Historia szaleństwa w dobie klasycyzmu*, przeł. H. Kęszycka, Warszawa.
- Foucault M. (1999), *Narodziny kliniki*, przeł. P. Pieniążek, Warszawa.
- Foucault M. (2002), *Porządek dyskursu*, przeł. M. Kozłowski, Gdańsk.
- Fry T.C. (1990), *The Great AIDS Hoax*, Mrkco Distributing Co.
- Fuchs S. (1992), *The Professional Quest for Truth: A Social Theory of Science and Knowledge*, Albany.
- Fuchs S. (1993), *Three Sociological Epistemologies*, „Sociological Perspectives”, 36, 1, s. 23-44.
- Fujimura J.H., Chou D.Y. (1994), *Dissent in Science: Styles of Scientific Practice and the Controversy over the Cause of AIDS*, „Social Science and Medicine”, 38, s. 1017-1036.
- Gilbert N., Mulkay M. (1984), *Opening Pandora’s Box: A Sociological Analysis of Scientists’ Discourse*, Cambridge.
- Gallo R.C. (1988), *AIDS: Words from the Front*, interview by A. Liversidge, C. Farber, „Spin”, 2, s. 56.
- Gallo R. (1991), *Virus Hunting*, New York.
- Hacking I. (1992), *The Self-Vindication of the Laboratory Sciences*, [w:] A. Pickering (ed.), *Science as Practice and Culture*, Chicago–London, s. 29-64.
- Hacking I. (1999), *The Social Construction of What?*, Cambridge.
- Knorr-Cetina K. (1981), *The Manufacture of Knowledge: An Essay on the Constructivist and Contextual Nature of Science*, Oxford.
- Knorr-Cetina K. (1999), *Epistemic Cultures. How the Sciences Make Knowledge*, Cambridge.
- Knorr-Cetina K., Mulkay M. (eds.) (1983), *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*, London.
- Kuhn T.S. (2001), *Struktura rewolucji naukowych*, przeł. H. Ostromecka, J. Nowotniak, Warszawa.
- Latour B. (1987), *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society*, Cambridge.

- Latour B. (1988), *The Pasteurization of France*, Cambridge.
- Latour B. (1992), *One More Turn after the Social Turn...*, [w:] E. McMullin (ed.), *The Social Dimensions of Science*, Notre Dame, s. 273-294.
- Latour B. (1999), *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*, Cambridge.
- Latour B., Woolgar S. (1979), *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*, „SAGE Library of Social Research”, 80, Beverly Hills.
- Luhmann N. (1990), *The Cognitive Program of Constructivism and a Reality that Remains Unknown*, [w:] W. Krohn, G. Küppers, H. Nowotny (eds.), *Selforganization: Portrait of a Scientific Revolution*, Dordrecht, s. 64-85.
- Luhmann N. (1995), *Social Systems*, Stanford, CA.
- Lynch M. (1985), *Art and Artifact in Laboratory Science. A Study of Shop Work and Shop Talk in a Research Laboratory*, London.
- Lynch M., Livinston E., Garfinkel H. (1983), *Temporal Order in Laboratory Work*, [w:] K. Knorr-Cetina, M. Mulkay (eds.), *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*, London, s. 205-238.
- MacKenzie D., Spinardi G. (1998), *Tacit Knowledge and Uninvention of Nuclear Weapons*, [w:] D. MacKenzie, *Knowing Machines. Essays on Technical Change*, Cambridge, s. 215-260.
- MacKenzie D., Spinardi G. (1995), *Tacit Knowledge, Weapons Design, and the Uninvention of Nuclear Weapons*, „The American Journal of Sociology”, 101, 1, s. 44-99.
- Maturana H., Varela F. (1980), *Autopoiesis and Cognition. The Realization of the Living*, Boston.
- Merton R.K. (1982), *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, przeł. E. Morawska, J. Wertenstein-Żuławski, Warszawa.
- Mol A. (1999), *Ontological Politics. A Word and Some Questions*, [w:] J. Law, J. Hassard (eds.), *Actor Network Theory and After*, Oxford, s. 74-89.
- Mol A. (2002), *The Body Multiple: Ontology in Medical Practice*, Durham.
- Mol A., Law J. (1994), *Regions, Networks and Fluids: Anemia and Social Topology*, „Social Studies of Science”, 24, 4, s. 641-671.
- Mol A., Law J. (2004), *Embodied Action, Enacted Bodies: The Example of Hypoglycemia*, „Body & Society”, 10, 2-3, s. 43-62.
- Murray S.O., Payne K.W. (1988), *Medical Policy without Scientific Evidence: The Promiscuity Paradigm and and AIDS*, „California Sociologist”, 11, s. 13-54.
- Patton C. (1985), *Sex and Germs: The Politics of AIDS*, Boston.
- Patton C. (1990), *Inventing AIDS*, New York.
- Pickering A. (1993), *Polowanie na kwarki*, przeł. M. Tempczyk, [w:] B. Barnes, D. Bloor (wyb.), *Mocny program socjologii wiedzy*, Warszawa, s. 236-319.
- Pickering A. (1995), *The Mangle of Practice. Time Agency, and Science*, Chicago.
- Popper K.R. (2002), *Logika odkrycia naukowego*, przeł. U. Niklas, Warszawa.

- Quine W. Van Orman (2000), *Dwa dogmaty empiryzmu*, [w:] W. Van Orman Quine, *Z punktu widzenia logiki. Dziesięć esejów logiczno-filozoficznych*, przeł. B. Stanosz, Warszawa, s. 49-75.
- Sojak R. (2004), *Paradoks antropologiczny. Socjologia wiedzy jako perspektywa ogólnej teorii społeczeństwa*, Wrocław.
- Sonnabend J., Witkin S.S., Purtilo D.T. (1983), *Acquired Immunodeficiency Syndrome, Opportunistic Infections, and Malignancies in Male Homosexuals: A Hypothesis of Etiologic Factors in Pathogenesis*, „Journal of the American Medical Association”, 249, s. 2370-2374.
- Szahaj A. (1995), *O tak zwanym mocnym programie socjologii wiedzy szkoły edynburskiej*, „Kultura Współczesna”, 1-2, s. 51-67.
- Treichler P.A. (1988a), *AIDS: An Epidemic of Signification*, [w:] D. Crimp (ed.), *AIDS: Cultural Analysis, Cultural Activism*, Cambridge, s. 31-70.
- Treichler P.A. (1988b), *AIDS, Gender, and Biomedical Discourse: Current Contests for Meaning*, [w:] E. Fee, D.M. Fox (eds.), *AIDS: The Burdens of History*, Berkeley, s. 190-266.
- Treichler P.A. (1991), *How to Have Theory in an Epidemic: The Evolution of AIDS Treatment Activism*, [w:] C. Penley, A. Ross (eds.), *Technoculture*, Minneapolis, s. 57-106.
- Treichler P.A. (1992), *AIDS, HIV, and the Cultural Construction of Reality*, [w:] G. Herdt, S. Lindenbaum (eds.), *The Time of AIDS: Social Analysis, Theory, and Method*, Newbury Park, s. 65-98.
- Zybertowicz A. (1995), *Przemoc i poznanie. Studium z nie-klasycznej socjologii wiedzy*, Toruń.

Barbara Brodzińska

---

## Międzywyborcze komunikowanie polityczne

Rozważania dotyczące działań z zakresu komunikowania politycznego w okresie międzywyborczym są ciekawe, a nade wszystko ważne, z kilku powodów. Po pierwsze, przez ostatnie kilkanaście lat funkcjonowania w Polsce systemu demokratycznego obserwujemy niezwykle dynamiczny rozwój metod komunikacyjnych stosowanych przez polityków. Implementacja technik marketingu politycznego na grunt polski przyniosła bardzo dobre rezultaty, czego doskonałą egzemplifikacją są dwie ostatnie kampanie wyborcze (z lat 2005 i 2007). Po drugie, szeroko dyskutowana ostatnio kwestia coraz mniejszego zainteresowania polityką ze strony wyborców, a także słabnąca identyfikacja partyjna skłania do postawienia pytania, czy – a jeśli tak, to w jakim zakresie – marketing międzywyborczy ma na tym polu możliwości działania i inicjowania określonych zmian.

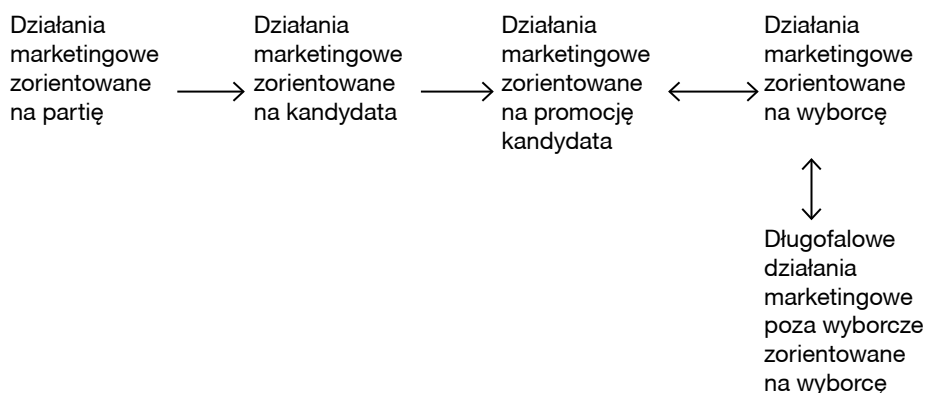
Konieczność stosowania spójnych technik marketingowych w okresie wyborczym jest bezdyskusyjna. Bez stosowania marketingu politycznego, i to w zaawansowanej formie, czyli z uwzględnieniem nowoczesnych technologii komunikacyjnych, nie można wygrać wyborów. Logiczną konsekwencją profesjonalizacji komunikowania politycznego jest koncentracja także na okresie międzywyborczym. To, jak ważne dla funkcjonowania firmy są działania prozakupowe, doskonale unaocznia rynek dóbr konsumpcyjnych. Analogiczna sytuacja występuje na rynku politycznym, z uwzględnieniem oczywiście wszelkich różnic na obu obszarach.

Obecnie trudno mówić, że politycy wdrażają spójny plan komunikacji międzywyborczej. Prowadzone przez nich działania mają w dużej mierze charakter spontaniczny. Dlatego tak ważne staje się stworzenie swego rodzaju konstruktu teoretycznego, który pozwoli usystematyzować wiedzę na temat komunikowania w tym specyficznym i ważnym okresie. Pamiętać bowiem należy, że marketingowe działania wyborcze w Polsce trwają przeciętnie około miesiąca. Tymczasem rzeczywiste życie polityczne toczy się w okresie międzywyborczym, który pod względem komunikacji politycznej powinien być odpowiednio „zagospodarowany”, celem utrzymania elektoratu lub/i jego zwiększenia.



Marketing międzywyborczy jest konsekwencją rozwoju marketingu politycznego w ogóle i co ważne, bazuje na jego teoretycznych podstawach. Jeśli więc założyć, że marketing polityczny w swoim rozwoju przechodził określone fazy, to jedną z ostatnich z nich są właśnie działania marketingowe w okresie pomiędzy kampaniami. Takie rozumowanie wydaje się potwierdzać (przynajmniej w pewnym stopniu) zaprezentowana przez Bruce'a Newmana koncepcja ewolucji działań marketingowych ze względu na przedmiot sprzedaży. Według tej koncepcji działania marketingowe prowadzone w okresie kampanii można podzielić na (1) koncepcję partyjną, w której to priorytetem stają się działania prowadzone w ramach struktury partii, (2) koncepcję produktu, gdzie należy skupić się na kandydacie i jak najbardziej go „udoskonalić”. W fazie sprzedaży głównym punktem jest kandydat, ale na tym etapie trwają zabiegi o wypracowanie jak najlepszego wizerunku. Całkowita zmiana działań marketingowych następuje jednak dopiero w fazie czwartej, tu bowiem punkt ciężkości to wyborcy i ich potrzeby. Co jednak najważniejsze, etap ten charakteryzuje tworzenie oferty politycznej pod kątem spełnienia oczekiwań wyborców (Newman 1994: 32). Rozumowanie Newmana jest bardzo trafne z punktu widzenia działań w okresie międzywyborczym, bowiem jeśli działania marketingowe partii politycznych nastawione są na zaspokojenie potrzeb odbiorców oferty politycznej, to konsekwencją takiej postawy jest koncentrowanie uwagi także na działaniach pozawyborczych. Posługując się schematem zaprezentowanym przez Newmana, można zaproponować następujące ujęcie:

**Schemat 1.** Fazy rozwoju marketingu politycznego na podstawie koncepcji Newmana.



Źródło: Opracowanie własne (na podstawie: Newman 1994).

W tym kontekście warto też wspomnieć o modelu wszechstronnego marketingu zaproponowanym przez Jennifer Lees-Marshment. Zgodnie ze wspomnianym modelem uwaga partii politycznych skupiona jest głównie na wyborcach, a dokładnie

rzecz biorąc – na spełnieniu ich oczekiwań. Określenie oczekiwań wyborców jest elementem kluczowym i powinny towarzyszyć temu dokładne badania. W modelu wyróżniono osiem etapów. W pierwszej kolejności stawiany jest wywiad marketingowy, następnie projekt produktu, dostosowanie produktu, implementacja, komunikacja, wybory, dostarczenie produktu, czyli realizowanie zobowiązań. W takim ujęciu marketing międzywyborczy odgrywałby największą rolę na ostatnim etapie.

Dla marketingu międzywyborczego w modelu Lees-Marshment szczególnie cenne jest założenie, że działania marketingowe powinny być wielopłaszczyznowe i obejmować zarówno przywódcę, parlamentarzystów, jak i wszystkich członków partii. Korzystne dla ugrupowania jest stosowanie działań marketingowych także w okresie pozawyborczym (Cwalina, Falkowski 2005: 48).

Podkreślić należy jeszcze jeden ważny aspekt. Zarówno koncepcja Newmana, jak i Lees-Marshment reprezentuje pewien ogólny kontekst związany z założeniami dotyczącymi rynkowej i marketingowej orientacji partii politycznych, co rzecz jasna ma wpływ na rozwój samego marketingu politycznego (szerzej: Brodzińska-Mirowska 2010: 429-445). Nasuwa się jednak ważne dla niniejszych rozważań pytanie: jak zdefiniować marketing międzywyborczy i na jakich obszarach powinien on funkcjonować?

Kwestia związana z prowadzeniem działań marketingowych w okresie międzywyborczym jest opisana w sposób dalece niewystarczający. Doświadczenie na rynku dóbr konsumpcyjnych, do którego w literaturze marketingu politycznego często się nawiązuje, pokazuje, że działania służące dostarczeniu satysfakcji z dokonanego wyboru są bardzo ważne. Na rynku dóbr konsumpcyjnych działania takie, służące ukształtowaniu lojalności wobec marki czy produktu, zwane są marketingiem partnerskim lub marketingiem relacji (Łopacińska-Mazurek 2003: 279). Zdaniem Kotlera budowanie relacji z klientem jest procesem długotrwałym i musi być oparte na zaufaniu (Kotler 1997: 12-13, za: Łopacińska-Mazurek 2003: 280). Z całą mocą należy jednak podkreślić, że budowanie relacji opartych na zaufaniu w sferze politycznej jest niezwykle trudne, szczególnie biorąc pod uwagę dużą zmienność poziomu zaufania do polityków. Satysfakcja polityczna wyborców, którą można rozumieć jako względnie stałe poparcie dla określonego ugrupowania czy lidera politycznego, któremu towarzyszy stabilny poziom zaufania, jest trudna do wypracowania, a jej brak niesie poważne konsekwencje. Warto jednak zwrócić uwagę, że na rynku politycznym poczucie satysfakcji może mieć też inny wymiar. Satysfakcjonująca może być dla wyborcy wizja spełnienia obietnic wyborczych. Jednak satysfakcja może być związana także z poczuciem „spełnieniu obowiązku obywatelskiego [...] przynależności do grupy społecznej, poprzez głosowanie zgodne z obowiązującymi w niej wzorami, danie wyrazu swoim uczuciom” (Wróbel 2000: 135-136). Co więcej, zaniechanie działań budujących zaufanie między rządzącymi a wyborcami może mieć negatywne skutki dalece wybiegające poza aspekt przegrania wyborów. Jednym

z najpoważniejszych jest negatywny stosunek do demokracji, a także wycofanie się z aktywności zarówno wyborczej, jak i obywatelskiej.

Poczynione powyżej uwagi zachęcają do próby zdefiniowania pojęcia „marketing międzywyborczy”. *Sensu stricto* marketing międzywyborczy możemy określić jako wszelkie działania podejmowane przez podmioty polityczne, które zmierzają do budowania relacji z szeroko pojętym otoczeniem, kształtowania oferty politycznej i opracowywania długofalowej strategii działania. W szerszym słowa znaczeniu można powiedzieć, że marketing międzywyborczy to całokształt działań z zakresu marketingu politycznego (z wykorzystaniem narzędzi *public relations*), zmierzających do wypracowania relacji opartych na zaufaniu i pomyślnej współpracy z innymi podmiotami. Celem stosowania działań marketingowych w okresie międzywyborczym jest utrzymanie lub zwiększenie poparcia społecznego, a także wypracowanie stabilnego zaufania innych podmiotów stanowiących ważny element życia politycznego, wpływających na pomyślne realizowanie planów politycznych. Zarówno w czasie wyborów, jak i pomiędzy nimi stosuje się podobne narzędzia. Różnice między omawianymi okresami można zaobserwować, jeśli chodzi o cel działań i czas działań, a także grupy docelowe i funkcje. Szczegóły przedstawia poniższa tabela.

Tabela 1. Działania marketingowe: wyborcze i międzywyborcze.

Cechy działań marketingowych	Działania marketingowe w okresie kampanii wyborczej	Działania marketingowe w okresie międzywyborczym
<b>Cel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zwycięstwo wyborcze</li> <li>➤ wprowadzenie partii do parlamentu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ utrzymanie stabilnego poparcia społecznego</li> <li>➤ utrzymanie stabilnego zaufania</li> <li>➤ podtrzymanie wizerunku partii</li> <li>➤ budowanie lojalności partyjnej wśród wyborców</li> <li>➤ reelekcja</li> <li>➤ utrzymanie poparcia</li> <li>➤ pozyskanie nowych zwolenników</li> </ul>
<b>Grupa docelowa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ wyborcy niezdecydowani</li> <li>➤ nowi wyborcy</li> <li>➤ w mniejszym stopniu stały elektorat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ wyborcy, którzy oddali głos w wyborach</li> </ul>
<b>Funkcje</b>	1. perswazyjna	1. informacyjna 2. perswazyjna
<b>Czas trwania</b>	ok. 1-2 miesiące (w Polsce)	cały okres międzykampanijny

Źródło: opracowanie własne.

Marketing międzywyborczy bywa zbieżny w krótkim czasie z marketingiem wyborczym, bowiem w okresie trwania kadencji parlamentarnej przypadają np. wybory prezydenckie, samorządowe lub do Parlamentu Europejskiego. Strategia marketingu międzywyborczego te wydarzenia musi uwzględniać. Istotnym elementem, który jest równie ważny w obu wskazanych okresach, jest to, aby wszelkie prowadzone działania były spójne. Niespójny przekaz powodować może swego rodzaju chaos komunikacyjny, a nadawca komunikatu traci swoją wiarygodność. Przed organizacjami politycznymi staje zatem wymóg prowadzenia zintegrowanej komunikacji marketingowej (IMC: *integrated marketing communication*) (zob. Szymańska 2004). O tym, jak istotny jest to aspekt, może świadczyć fakt, że w procesie podejmowania decyzji przez wyborcę ważnym elementem są doświadczenia wyborcy i wrażenia, jakie wywiera na nim działanie polityka. Oczywiście oceny tej wyborca dokonuje przez pryzmat własnych preferencji i oczekiwań, niemniej jednak pokazuje to wagę działań w okresie międzywyborczym (Halbrook 1996: 8; za: Kolczyński 2007: 215). Tym samym można powiedzieć, że działania komunikacyjne w okresie międzywyborczym mogą przyczynić się do utrwalenia preferencji partyjnych. Sprecyzowane preferencje polityczne sprzyjają zaś udziałowi w głosowaniu (zob. Raciborski 1997). Ukształtowanie trwałych preferencji może mieć miejsce tylko w dłuższej perspektywie, zatem w okresie wyborczym można tylko zachęcić do wyboru określonej oferty politycznej, ale trudno mówić o długofalowej zmianie postaw. Tezę tę w pewnym zakresie mogą potwierdzić prowadzone do tej pory analizy. Warto przywołać choćby klasyczne już wyniki badań grupy badaczy pod kierownictwem Paula Lazarsfelda, którzy wskazali na niską skuteczność kampanii wyborczej w odniesieniu do zmiany preferencji politycznych. Wyborcza „lawina informacyjna” powoduje, że wyborca nie kształtuje „nowych” preferencji, ale posługuje się tymi, które już ma (Lazarsfeld, Berelson, Gaudet 1944, za: Kolczyński 2007). Kampania wyborcza – zdaniem McQuaila – nie ma na celu wprowadzenia zmiany, ale utrzymanie *status quo* (McQuail 2008: 513). W podobnym tonie na temat identyfikacji partyjnej wypowiada się Campbell. Twierdzi on, że identyfikacja partyjna jest zjawiskiem stosunkowo trwałym, a więc odpornym na krótkotrwałe, kampanijne komunikaty (zob. Campbell, Converse, Miller, Stokes 1980: 120-146; Kolczyński 2007: 215).

Marketingowe działania międzywyborcze to odpowiedź na wyzwanie, jakie stawiane jest partiom politycznym w zakresie komunikowania. Wyklucza zatem przypadkowość, a wymusza przygotowanie i wdrażanie spójnej strategii komunikacyjnej. Po drugie, marketingowa aktywność międzywyborcza stanowi konsekwencję rozwoju samego marketingu politycznego, który uwagę koncentruje na wyborcach. Aktywność ta powinna odbywać się według ściśle określonego planu. Model zintegrowanych działań marketingowych w okresie międzywyborczym zawiera elementy, które powinny być uwzględnione w przygotowywaniu planu komunikowania w tym dynamicznym okresie.

**Schemat 2.** Model zintegrowanych działań marketingowych w okresie międzywyborczym.



Źródło: opracowanie własne.

Okres międzykampanijny charakteryzuje duża dynamika, a co za tym idzie, trudno jest utrzymać spójność komunikacyjną. Działania w okresie międzywyborczym powinny być prowadzone zarówno przez partię rządzącą, jak i opozycję, i obejmować zarówno szczebel centralny, jak i lokalny. Wydaje się, że w Polsce działania partii politycznych na tych dwóch szczeblach nie są ze sobą zbieżne pod względem komunikacji z wyborcami. Uwaga mediów ogólnopolskich skupiona jest przede wszystkim na „wielkiej” polityce. Zdaniem McQuaila jednym z efektów mediatyzacji polityki jest „odwrócenie uwagi od polityki lokalnej i regionalnej i kierowanie jej na poziom ogólnonarodowy” (McQuail 2008: 515). Biorąc jednak pod uwagę specyfikę działań międzywyborczych, można zasugerować stwierdzenie, że lokalne działania polityczne nabierają dużego znaczenia. Po pierwsze, polityka lokalna jest „bliżej wyborcy”, zatem kształtuje ona wizerunek i tożsamość partii u podstaw. Po drugie, szczególnie istotne w tym okresie stają się relacje bezpośrednie, które za sprawą postępującej mediatyzacji nieco osłabły. O ile można zgodzić się ze stwierdzeniem, że „logika mediów” – jak pisze McQuail – „zmniejszyła znaczenie komunikowania bezpośredniego w okresie kampanii wyborczej” (McQuail 2008: 515), o tyle trzeba zaznaczyć, że w okresie międzywyborczym komunikowanie bezpośrednie wraca do łask, jako ta metoda komunikacji politycznej, która ułatwia kształtowanie trwałych preferencji politycznych. Komunikowanie bezpośrednie wymaga także czasu, a tego pomiędzy jedną a drugą kampanią jest wystarczająco dużo<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> W tym kontekście warto przypomnieć trzy podstawowe typy kampanii wskazane przez D.M. Farrella. Mowa tu o premodernizacyjnej, modernizacyjnej i postmodernizacyjnej. W ostatniej wskazanej przez siebie fazie Farrell wyodrębnia w ramach środków reklamy politycznej użycie tych bezpośrednich, nieosobistych (email, poczta itd.) (Cichosz 2003: 246). Biorąc jednak pod uwagę fakt, że środki tego typu, wykorzystywane nie tylko w sferze politycznej, mogą powodować u odbiorcy przeciążenie, komunikowanie bezpośrednie w okresie międzywyborczym można okazać się o wiele bardziej skuteczne, oczywiście w dłuższej perspektywie.

Ważnym celem działań marketingowych na szczeblu lokalnym w okresie międzywyborczym jest także budowanie struktur, będące swego rodzaju przygotowaniem do kolejnych wyborców. Ma to związek z szeroko pojętym zarządzaniem organizacją polityczną, które jest procesem bardzo złożonym, ale też bardzo istotnym dla każdej partii. Szczególną rolę w tym procesie ma przywództwo polityczne. Janusz Zawadzki twierdzi wręcz, że „typem organizacji, w których przywódca szczególnie wyraźnie wpływa na kulturę organizacyjną, są organizacje polityczne” (Zawadzki 2006: 63). Twierdzenie to wydaje się zasadne, trzeba jednak zaznaczyć, że sam proces zarządzania organizacjami politycznymi różni się znacznie od odpowiadającego mu procesu zarządzania organizacjami pozapolitycznymi (zob. Muszyński 2004).

Bardzo istotne w omawianym okresie są także relacje z mediami. Kwestia relacji mediów i polityki jest tematem wielu rozważań (McQuail 2008, Schulz 2006, Street 2006, Kepplinger 2007). Zasadniczo relacje te w odniesieniu do okresu międzywyborczego wymagają osobnej refleksji. W tym miejscu konieczne wydaje się zatem tylko zaznaczenie faktu, iż te trudne i złożone relacje w perspektywie długofalowej nabierają ogromnego znaczenia, zwłaszcza jeśli mowa o zmianie lub utrwaleniu preferencji politycznych.

Obserwowana cały czas profesjonalizacja komunikowania politycznego oraz coraz większa rola doradców medialnych jest już procesem nieodwracalnym. Oczywiście można dyskutować o tym, jak na jakość polityki wpływa działanie całego sztabu profesjonalistów do spraw komunikowania. W dyskusji tej nie zabraknie zapewne zarówno głosów nastawionych pozytywnie do zachodzących zmian, jak i bardziej sceptycznych (zob. Street 2006). Pozytywne relacje z mediami to jeden z najważniejszych zasobów partii politycznych. Rolę mediów należy rozpatrywać w nieco szerszym zakresie niż tylko jako narzędzia komunikacji z wyborcami: „media dostarczają zarówno kanałów pionowych, jak i poziomych, zwłaszcza między elitami, pozwalających przekazywać komunikaty w każdym kierunku [...] politycy często traktują media jako swoiste źródło wywiadowcze i czerpią z nich informacje o nastrojach w kraju” (McQuail 2008: 516).

Działania międzykampanijne w zakresie kształtowania relacji z mediami powinny być wsparte narzędziami z zakresu politycznego PR. Kwestia zastosowania tych narzędzi w sferze politycznej nie może budzić wątpliwości, jak słusznie zwraca uwagę Mazur: „sukces i efektywność organizacji politycznych na rynku determinowane są współcześnie m.in. umiejętnością budowania odpowiednich relacji z otoczeniem społecznym” (Mazur 2005: 103). Warto dodać, że w okresie międzywyborczym polityczne *public relations* jest szczególnie pożądane ze względu na to, że efekty tych działań widoczne są tylko w długiej perspektywie, zatem posługiwanie się nimi w okresie kampanii wyborczej jest dość ograniczone.

Budując strategię działań marketingowych w okresie międzywyborczym, należy zwrócić szczególną uwagę na kontekst polityczny. Z punktu widzenia komunikowania politycznego oznacza to, że należy dokładnie i stale obserwować wydarzenia polityczne oraz trafnie się do nich odnosić; ważna jest umiejętność przewidywania

określonych scenariuszy politycznych, ze szczególnym uwzględnieniem tych, które dla danej organizacji mogą okazać się negatywne w skutkach.

Analizy działań marketingowych w okresie wyborczym dostarczają bogatego materiału empirycznego, na podstawie którego można wskazać pewne prawidłowości w zakresie prowadzenia skutecznych kampanii wyborczych. Kolejne kampanie wyborcze są doskonałą egzemplifikacją coraz wyższych umiejętności w zakresie doboru i wykorzystania technik i narzędzi marketingowych. Dodatkowo powszechne już zainteresowanie działaniami z zakresu politycznego *public relations* sprawia, że politycy i ich doradcy będą zapewne większą uwagę przywiązywać do strategii komunikacyjnych w okresie międzywyborczym. Różnice w prowadzeniu działań w okresie wyborczym i międzywyborczym powodują, że wyodrębnienie pojęcia określającego cele i charakter tego procesu jest konieczne. Analiza sposobu, w jaki politycy komunikują się ze społeczeństwem między wyborami, a także przygotowują swój elektorat na kolejne wybory, jest jednak złożona i wymaga uwzględnienia wielu aspektów, związanych m.in. z aktualną sytuacją polityczną, systemem partyjnym, a także szczegółową analizą zachowań powyborczych i relacji z mediami.

W kontekście powyższych rozważań doskonałym podsumowaniem będzie opinia Zbigniewa Pełczyńskiego, który uważa, że:

przyczyną przenikania metod PR do sfery publicznej jest prawdopodobnie upodobnienie polityki do biznesu, a rządu do świadczenia usług. Choć państwo demokratyczne wycofuje się z działalności (na rzecz II i III sektora), nadal pozostaje masowym dostawcą świadczeń swoim obywatelom i nadzorcą gospodarki i społeczeństwa. *Primo*, musi być zatem w kontakcie ze swoimi klientami-podwładnymi. *Secundo*, coraz bardziej celem władzy jest nie makrostruktura (tj. wielkie zmiany dyktowane ideologią), ale agregat mikropotrzeb indywidualnych i żądań różnorodnych grup interesów, a więc forma marketingu. Rządzi ta partia/koalicja, która najbardziej wyczuje, czego potrzebuje elektorat, robi dobrą ofertę wyborczą i sprzedaje swój polityczny „towar” [...] (Pełczyński 2007: 343).

## Literatura

- Brodzińska-Mirowska B. (2010), *Jak skutecznie utrzymać wyborcę? Marketing międzywyborczy jako przejaw profesjonalizacji komunikowania politycznego*, [w:] P. Dudek (red.), *Prawne, ekonomiczne i polityczne aspekty funkcjonowania mediów i kreowania ich zawartości*, Toruń (w druku).
- Cichosz M. (2003), *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP*, Toruń.
- Cwalina W., Falkowski A. (2005), *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk.
- Holbrook T.M. (1996), *Do Campaigns Matter?*, Thousand Oaks–London–New Delhi, s. 8 [za: H.M. Kepplinger, *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, przeł. A. Kozuch, Kraków 2007].

- Kolczyński M. (2007), *Strategie komunikowania politycznego*, Wrocław.
- Kotler P., Dubois B. (1997), *La marketing direct interactif: Marketing du 21eme siècle?*, „Revue française de Marketing”, 4, s.12-13 [za: K. Łopacińska-Mazurek, *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*, Warszawa 2003, s. 279-299].
- Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. (1944), *The People's Choice: How the Voters Makes Up his Mind in a Presidential Campaign*, New York [za: M. Kolczyński, *Strategie komunikowania politycznego*, Wrocław 2007].
- Łopacińska-Mazurek K. (2003), *Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe*, Warszawa.
- Mazur M. (2005), *Pułapki i błędy w praktyce politycznego public relations*, [w:] A. Metryka-Kasińska, M. Skawińska, *Oblicza współczesnej polityki*, Kielce.
- McQuail D. (2008), *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa.
- Muszyński J. (2004), *Procedury zarządzania w partiach politycznych*, Toruń.
- Newman B. (1994), *The Marketing of The President: Political Marketing as Campaign Strategy*, Thousand Oaks, CA, s. 32 [za: W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 41-47].
- Raciborski J. (1997), *Polskie wybory. Zachowania wyborcze społeczeństwa polskiego w latach 1989-1995*, Warszawa.
- Schulz W. (2006), *Komunikacja polityczna*, Kraków.
- Street J. (2006), *Mass media, polityka, demokracja*, Kraków.
- Szymańska A. (2004), *Public Relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej*, Wrocław.
- Pełczyński Z. (2007), *Polska droga do komunizmu, refleksje nad historią i polityką*, Warszawa.
- Wróbel S. (2000), *O pojęciu i modelach zachowań wyborczych*, [w:] P. Dobrowolski, M. Stolarczyk (red.), *Polityka: przedmiot badań i formy jej przejawiania się*, Katowice [za: M. Mazur, *Marketing polityczny*, Warszawa 2002, s. 19].
- Zawadzki J. (2006), *Przewodzenie jako funkcja kierownicza w organizacjach politycznych*, [w:] K.A. Piasecki, *Modele przywództwa*, Kraków.





Aleksandra Seklecka

---

# Wpływ polityków na tworzenie regulacji prawnych jako determinanta manipulacji medialnej

## Wstęp

Media stanowią istotny czynnik wpływający na opinię publiczną. To oddziaływanie może mieć charakter pozytywny, przykładowo edukacyjny, bądź też negatywny, gdy przekaz medialny ma służyć partykularnym interesom właścicieli mediów czy samych dziennikarzy. W konsekwencji można mówić o występowaniu zjawiska manipulacji medialnej. W literaturze przedmiotu pojawia się wiele pojęć manipulacji, jednakże rzadko autorzy podejmują się zdefiniowania tego zjawiska w kontekście przekazu medialnego. Tym samym należy określić manipulację jako „formę zamierzonego wywierania wpływu na drugą osobę czy grupę w taki sposób, aby ta realizowała – nie zdając sobie z tego sprawy – działania zaspokajające potrzeby manipulatora” (Siemieniecki 2007: 15). Z tego też względu warto powtórzyć za Mirosławem Karwatem (1999: 36), iż manipulacja oparta jest na „ukryciu własnych intencji, a niekiedy na ukryciu lub zakamuflowaniu, lub na dezinterpretacji charakteru własnych działań”. W konsekwencji manipulację medialną można zdefiniować jako celowe i świadome działanie mediów (nadawcy komunikatu), których celem jest wpłynięcie na zachowania, działania i myśli opinii publicznej (odbiorcy) w taki sposób, aby ta traktowała to zachowanie jako naturalne i wynikające z jej woli.

Należy zwrócić uwagę, iż manipulowanie treściami w środkach masowego przekazu może odbywać się w wyniku samowolnych decyzji redaktorów, którzy chcą kreować rzeczywistość czy wygrać w wyścigu na „medialne show”, bądź też poprzez uprzedmiotowienie mediów, kiedy to stają się one jedynie narzędziem do kształtowania opinii społecznej. Zdaniem Doroty Piontek i Piotra Pawełczyka (1999: 66-67) „w rzeczywistości wydaje się, że choć faktycznie nie sposób odmówić środkom masowego przekazu ogromnego wpływu politycznego, to jednak stanowią one

zazwyczaj instrument, a rzadko tylko podmiot owego oddziaływania”. Tym samym zasadne jest znalezienie i analiza przyczyn, dla których media stają się narzędziem manipulacji medialnej. Jedną z nich jest czynnik prawny, który ma zasadnicze znaczenie w funkcjonowaniu rynku medialnego. Niemniej jednak powiązany jest on z elementem politycznym, jako że przepisy prawa stanowione są przez polityków. Ponadto na praktykę stosowania prawa w istotny sposób wpływają działania polityczne.

Na wstępie analizy czynnika prawnego w powiązaniu z elementami wpływu politycznego należy zauważyć, iż jest on najbardziej interesujący dla politologów, gdyż nie tylko wyznacza ramy swobody dziennikarskiej i wolności mediów, ale również daje przyzwolenie na pewne zachowania. O ile determinanta prawna związana jest ze stanowieniem prawa – które niewątpliwie w istotny sposób wpływa na funkcjonowanie mediów – o tyle element polityczny może również mieć niebagatelne znaczenie dla tworzenia prawa, jak też jego implementacji, kontroli zachowań i jurysdykcji. Bogusława Dobek-Ostrowska (2006: 191-194) twierdzi, iż mechanizmy wywierania presji politycznej na media masowe to po pierwsze kontrola prawna mediów masowych przez instytucje państwowe w postaci ustawodawstwa medialnego, wpływanie na obsadę personelu mediów publicznych, kontrola finansów przedsiębiorstw medialnych czy też regulacja dotycząca zawartości mediów. Po drugie presję można wywierać dzięki powiązaniom mediów masowych z partiami politycznymi czy też poprzez integrację elit politycznych z właścicielami i personelem mediów. Istotne jest również wykorzystywanie braku profesjonalizmu i słabości mediów w celu sterowania środkami masowego przekazu. W niniejszym tekście uwaga zostanie zwrócona głównie na aspekty tworzenia prawa i wpływ konkretnych zapisów na funkcjonowanie mediów. Natomiast powiązania środków masowego przekazu z instytucjami publicznymi i politycznymi czy szczegółowe regulacje dotyczące zawartości mediów – ze względu na obszerność materiału do analizy – muszą pozostać elementem innego opracowania.

Prawodawstwo stanowi kluczowy, aczkolwiek nie jedyny element wpływu politycznego na media, a w konsekwencji na dążenia do ewentualnych manipulacji. Na wstępie należy podkreślić, iż przy niniejszej analizie nie jest możliwe całkowite odizolowanie determinanty politycznej oraz prawnej i rozważania bez odwoływania się do wspólnych znaczeń i powiązań.

Tekst został podzielony na dwie części. Pierwsza dotyczy wewnętrznych regulacji prawnych stanowionych przez ustawodawcę danego państwa, które w istotny sposób wpływają na niezależność i wolność środków masowego przekazu i jednocześnie decydują o możliwości zachodzenia działań manipulacyjnych z wykorzystaniem mediów. Druga część zwraca uwagę na system medialny jako element prawodawstwa danego kraju określający charakter rynku medialnego. W tym celu z systemu medialnego zostanie wyodrębnionych kilka elementów, które w istotny sposób mogą przyczynić się do występowania manipulacji medialnej.

## 1. Wewnętrzne regulacje prawne

Wewnętrzne regulacje prawne to przepisy prawa stanowione przez władze danego kraju, które niewątpliwie wpływają na kształt i charakter mediów. Przyczyniają się one również do zachodzenia zjawiska manipulacji medialnej, czy to poprzez celowe łamanie prawa, czego skutkiem jest dezinformowanie opinii publicznej przez personel mediów, czy poprzez wykorzystywanie luk prawnych do wpływania na politykę poszczególnych mediów masowych celem kształtowania opinii publicznej w sposób pożądaný przez daną grupę interesu. Z tego też względu istniejące prawodawstwo przyczynia się do tworzenia jasnego katalogu norm i zachowań, które minimalizują możliwość manipulacji, bądź do kreowania sytuacji przyzwolenia i wykraczania poza niejasne, nieczytelne i wielorako interpretowane przepisy. Marek Graszewicz (2007: 80) twierdzi, iż „oddziaływanie przez politykę na media występuje poprzez tworzenie dla nich ram formalnoprawnych takich jak ustawy, również, tych gospodarczych regulujących sposoby finansowania mediów; kreowanie instytucjonalnych form w rodzaju rad nadzorczych, rad spółek, Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, a także ram prawnych dla korporacji dziennikarskich, rozmaitego typu rad etycznych, przykładowo Rada Etyki Mediów, oraz związków zawodowych, których w mediach jest dużo i mają szerokie uprawnienia”. Z tego też względu wewnętrzne regulacje prawne stanowią istotny element w poszukiwaniu czynników, które przyczyniają się do manipulowania teściami i przekazami medialnymi.

Najważniejsze dokumenty w zakresie prawa medialnego to konstytucja, w której znajdują się przepisy ogólne gwarantujące wolność wypowiedzi, ustawa o radiofonii i telewizji, ustawa „prawo prasowe”. Istnieje również szereg ustaw i rozporządzeń pokrewnych, które w mniejszym lub szerszym stopniu wpływają na funkcjonowanie środków masowego przekazu oraz zachodzenie zjawiska manipulacji medialnej<sup>1</sup>. W wielu przypadkach również ustawodawstwo cywilne i karne, a także szereg kodeksów stanowionych przez organizacje dziennikarskie ma wpływ na funkcjonowanie rynku medialnego. Niemniej jednak ze względu na politologiczny, a nie prawniczy wymiar pracy analizie zostaną poddane główne dokumenty prawa stanowionego, które mogą wpływać w największym stopniu na zachodzenie manipulacji medialnej. Konstytucja i ustawa o radiofonii i telewizji oraz ustawy pokrewne<sup>2</sup> mają najistotniejsze znaczenie dla funkcjonowania środków masowego przekazu, z tego też względu im zostanie poświęcona poniższa analiza.

---

<sup>1</sup> Inne dokumenty to: „Ustawa prawo działalności gospodarczej”, „Ustawa prawo telekomunikacyjne”, „Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej”, „Europejska konwencja o telewizji ponadgranicznej”, „Ustawa o przekształceniach i zmianach w podziale zadań i kompetencji organów państwowych właściwych w sprawach łączności, radiofonii i telewizji” oraz ordynacje wyborcze dotyczące organizacji wyborów do parlamentu, samorządowych, na prezydenta, referendum.

<sup>2</sup> Do ustaw pokrewnych „Ustawy o radiofonii i telewizji” zaliczamy między innymi „Ustawę o opłatach abonamentowych” czy „Ustawę prawo prasowe”.

## 1.1. Konstytucja

Ustawa zasadnicza z 1997 roku w dość ogólny sposób, ale jednocześnie istotny, zapewnia w artykule 14 „wolność prasy i innych środków społecznego przekazu”. Zakazuje jednocześnie w artykule 54 „cenzury i koncesjonowania prasy za wyjątkiem możliwości uzyskania koncesji na prowadzenie stacji radiowej lub telewizyjnej”. Tym samym zabrania wszelkiej manipulacji, nacisków czy ingerowania w charakter tworzonoego przekazu medialnego. Wpisuje się to w zachodnie tradycje traktowania wolności mediów jako istotnego wyznacznika demokratycznego państwa. Walter Lippmann (1965: 88-90) twierdził, że wolna prasa jest organiczną koniecznością, bez której efektywne rządzenie jest niemożliwe. O ile w przypadku prasy realizacja tego prawa nie stanowi problemu, o tyle dla funkcjonowania stacji radiowych i telewizyjnych, które wykorzystują ograniczoną liczbę częstotliwości, bezgraniczna wolność nie jest możliwa. Z tego też względu konstytucja daje państwu prawo do decydowania o tym, który podmiot medialny będzie mógł nadawać swój program, co w konsekwencji może prowadzić do faworyzowania niektórych stacji kosztem innych i ograniczania wolności. Przykładem jest zamiana przez KRRiT koncesji wyspecjalizowanej (społecznej) na uniwersalną<sup>3</sup> dla TV Puls w 2007 roku oraz przyznanie rok później dodatkowych nadajników między innymi we Wrocławiu i Szczecinie. Taka decyzja dla wielu komentatorów mogła być przykładem ignorowania przez KRRiT telewizji TVN, skonfliktowanej z ówczesnym rządem (za: Makarenko 2007: 39; Lemańska 2008: B4; Lemańska 2008a: B4). W rezultacie stacja, która jest odporna na naciski polityczne i stara się kontrolować proces sprawowania władzy, ma mniejsze szanse w walce o nadajniki. Niemniej jednak taka sytuacja nie jest wynikiem tylko zapisu w konstytucji, ale również szeregu czynników politycznych, ekonomicznych czy społecznych.

W Konstytucji RP znajdują się również zapisy o regulatorze rynku medialnego, czyli Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji, które sytuując ją wśród najważniejszych organów państwa (artykuły 213-215), tym samym zabezpieczają ciągłość jej istnienia, co w konsekwencji daje instytucji pewną stabilność. Niemniej jednak zapis w Ustawie Zasadniczej nie chroni Rady przed wpływem polityków i partii politycznych, o czym świadczy piętnastoletnia walka o zawłaszczanie tej instytucji. W rezultacie nasuwa się konstatacja, iż istniejące prawo, choćby bardzo dobre, nie jest w stanie ograniczyć zabiegów manipulacyjnych grup interesu dążących

---

<sup>3</sup> Zmiana koncesji z wyspecjalizowanej na uniwersalną pozwala stacji nadawać mniej treści społeczno-religijnych, a więcej tych, które zwiększą oglądalność, a co za tym idzie przychody z reklam. Skargę zgłosiła stacja telewizyjna TVN, zdaniem której nie zastosowano trybu koncesyjnego przewidzianego w ustawie o radiofonii i telewizji, czyli ogłoszenia informacji o uzyskaniu koncesji (art. 34). Wtedy o taką licencję mogliby ubiegać się również inni nadawcy (za: Lemańska 2008: B4; Lemańska 2008a: B4). Zmiana koncesji jest istotna, gdyż stacja posiadająca licencję wyspecjalizowaną, przykładowo społeczną, nie płaci za nią, ale z drugiej strony nie może nadawać reklam.

do podporządkowania sobie instytucji mającej wpływ na cały rynek medialny. Tym bardziej konstytucja wydaje się narzędziem zbyt ogólnym, aby w pełni wyeliminować możliwość manipulowania poprzez wykorzystanie do tego przepisów prawnych.

Niewątpliwie należy pamiętać, iż zawsze w mniejszym bądź większym stopniu media, w szczególności te publiczne, są i będą zależne od władzy państwowej, która dysponuje środkami wpływania na charakter polityki danego podmiotu. Tym bardziej jeśli analizie podda się relacje zachodzące w polskiej rzeczywistości politycznej. Należy także podkreślić, iż zapis o wolności środków masowego przekazu nie jest kwestią absolutną, gdyż wpływy polityków zawsze będą istnieć. Problem pojawia się wówczas, gdy naturalny wpływ przeradza się w celową i perfidną manipulację.

## 1.2. Ustawa o radiofonii i telewizji

Niemniej jednak o wiele więcej o determinantach manipulacji medialnej można dowiedzieć się analizując inne niż Konstytucja akty prawne. W Polsce kwestie dotyczące rynku medialnego znajdują się w ustawie o radiofonii i telewizji, która od jej powstania w 1992 roku była kilkakrotnie nowelizowana, co może świadczyć o jej słabości, ale także o tendencji polityków do podporządkowywania prawa partykularnym interesom. Przy czym należy wspomnieć, iż zawsze prace nad nią wzbudzały poważną krytykę i żywą debatę polityczną. W niniejszym artykule – ze względu na rozległość zagadnienia – poruszone będą tylko kwestie formalne, z podaniem przykładów konkretnych problemów wynikających z danego zapisu prawnego.

Na mocy ustawy o radiofonii i telewizji z 1992 roku – potocznie zwanej medialną – ustalono dualny system medialny. Oznacza to, iż wprowadzano zasadę współistnienia publicznych i komercyjnych środków masowego przekazu. Tym samym nawiązano do europejskich tradycji binarnego modelu medialnego, zapewniając państwu wpływ na charakter publicznych mediów, do których należy Telewizja Polska, Polskie Radio i siedemnaście regionalnych rozgłośni. Tym stacjom pozwolono prowadzić działalność gospodarczą w postaci nadawania reklam, za co odpowiada minister skarbu, który kontroluje ich finanse. W przypadku niestabilnych demokracji, z jakimi mamy do czynienia w systemach postkomunistycznych, nawet najlepsze rozwiązania prawne mogą sprzyjać naciskom polityków rządzących na niezależne media publiczne. Egzemplifikacją jest nieudzielenie absolutorium w 2008 roku władzom mediów publicznych przez walne zgromadzenie akcjonariuszy mediów publicznych, czyli ministra skarbu, pomimo że ten przyjął sprawozdanie z ich działalności za 2007 rok<sup>4</sup>. Mimo że sprawa nie była jednoznaczna i tak naprawdę

---

<sup>4</sup> Kontrowersje budził fakt, iż członków zarządu i rady nie poinformowano o posiedzeniu walnego zgromadzenia, choć zgodnie z przepisami kodeksu spółek handlowych mieli do tego prawo. Ponadto zdaniem niektórych komentatorów nieudzielenie absolutorium władzom mediów publicznych powinno pojawiać się w przypadku złej oceny sprawozdania finansowego, a skoro to zostało pozytywnie ocenione, to nie ma podstaw do odmawiania absolutorium. Inaczej

nie wiadomo, czy w tym konkretnym przypadku doszło do prób manipulowania poprzez wykorzystanie swojej władzy i pozycji, należy zaznaczyć, iż taka możliwość istnieje i tylko od kultury politycznej elit zależy wykorzystanie bądź nie swojej uprzywilejowanej pozycji.

Minister skarbu ma wpływ również na władze mediów publicznych poprzez, przykładowo, nominowanie jednego członka do rady nadzorczej. Resztę powołuje Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, która także wyznacza członków Rady Programowej. Te uregulowania, zdaniem Katarzyny Pokornej-Ignatowicz (2007: 176-178), miały zapewnić telewizji publicznej, jak też całym mediom publicznym, niezależność finansową, a także niezależność od nacisków politycznych. Jednakże zdaniem Alicji Jaskierni (2006: 172) to właśnie „zaprojektowany przez ustawodawcę pluralizm rady stał się faktycznie pluralizmem partyjnym odzwierciedlającym w radzie stosunek sił na scenie politycznej”. Krajowa Rada przez kilkanaście lat istnienia była przyczyną politycznych wpływów na media publiczne, które w zależności od formacji rządzącej zmieniały treści przekazywanych informacji i charakter całej linii programowej.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, jako organ kreacyjno-kontrolny, w zamysłach jej twórców miała cieszyć się autorytetem i być bezpartyjna (za: Pokorna-Ignatowicz 2007: 176-178). Początkowo istniała koncepcja, aby w Radzie zasiadali nie tylko autorytety z dziedziny mediów, ale również wybitni przedstawiciele nauk prawnych<sup>5</sup>. W konsekwencji jednak polityczną kontrolę nad telewizją przejęła instytucja składająca się z osób, które miały ścisłe powiązania z politykami<sup>6</sup>, i tak miało już pozostać. Niemniej jednak rotacyjny charakter powoływania jej członków uniemożliwił przejście jej przez jedną opcję polityczną aż do roku 2001, kiedy SLD zdobyła pełnię władzy w postaci posiadania swojego rządu i prezydenta. Tym samym członkowie nominowani przez lewicę zdominowali Radę, doprowadzając, między innymi w wyniku tak zwanej „Afery Rywina”, do jej całkowitej dyskredytacji. Jednakże likwidacja rotacyjności powoływania członków w 2005 roku spowodowała dalsze upolitycznienie organu, który stał się *de facto* łupem politycznym przynależnym zwyciężającej w wyborach opcji politycznej. Z racji powoływania przez KRRiT rad nadzorczych mediów publicznych politycy mieli wpływ na wybór prezesów Telewizji Polskiej i Polskiego Radia, a w konsekwencji na podporządkowanie mediów własnej wizji rzeczywistości. Tym samym manipulowanie opinią publiczną poprzez

---

może to być polityczna rozgrywka. Ministerstwo skarbu tłumaczyło się, że przyczyną takiej decyzji są wyniki audytu w TVP, które poprzez fakt swojej tajności nie mogą zostać upublicznione (Niklewicz 2008: 33; Grochal 2008: 3).

<sup>5</sup> Osoby, które były proponowane na członków rady, to: Tadeusz Konwicki, Ewa Łętowska, Andrzej Wajda, Gustaw Holoubek, Karol Jakubowicz, Janusz Zaorski, Maciej Wierzyński (za: Miżejewski 2005: 182).

<sup>6</sup> Byli to między innymi Marek Siwiec, Marek Markiewicz, Bolesław Sulik czy Ryszard Bender (Miżejewski 2005: 183).

środki masowego przekazu stało się bardzo proste. Politycy dostali szansę wpływania na treści prezentowane w publicznych mediach w celu realizacji partykularnych interesów.

Warto w tym miejscu przytoczyć opinię Kevina Robinsa i Franka Webstera (1990), że od początku „sama idea dobra publicznego jest bardzo polityczna, bo dzięki kontroli nad radiem [później telewizją – A.S.] państwo pragnęło zdobyć kontrolę nad innymi sposobami spędzania czasu wolnego, utrzymując jednocześnie, że w ten sposób działa w interesie społecznym. Pojmowano, że radio ma do spełnienia ważną rolę społeczną, między innymi promowania takich ideałów jak: poczucie porządku, własności, dyscypliny społecznej”. Problem jednakże leży w tym, iż rozumienie tych ideałów jest różne w zależności od czasu i miejsca, a także opcji politycznej, która przyjmuje własny katalog zasad, kierując się nimi przy tworzeniu prawa i oddziaływaniu na opinię publiczną.

Ustawa nakłada na KRRiT prawo do nadawania koncesji i kontrolowania działalności nadawców (artykuł 6 i 33), co wskutek upolitycznienia tego organu może prowadzić do nieetycznych działań. Tym bardziej że z nadawaniem koncesji wiąże się liczne niejasności, bo ustawa nie precyzuje dokładnie, w jakich warunkach można ją zmienić. W konsekwencji ułatwia to faworyzowanie niektórych stacji, czego przykładem jest wcześniej wspomniana zmiana koncesji z wyspecjalizowanej na uniwersalną dla telewizji Puls czy też naciski prezydenta Lecha Wałęsy na Krajową Radę, by nie przyznawać koncesji telewizji Polsat<sup>7</sup>. Z tego też względu niezwykle istotny wydaje się fakt zasiadania w Radzie autorytetów, które byłyby w stanie zaprotestować przeciwko wzmożonym wpływom politycznym i próbom manipulowania medialnymi treściami.

Kontrowersje budzi również sposób sprawowania kontroli przez Radę nad działalnością nadawców, w zakresie określonym ustawą, poprzez nakładanie kar (art. 6, a w szczególności art. 53) na te podmioty, które zdaniem Rady złamią prawo medialne. O ile przekroczenie czasu antenowego czy reklamowanie produktów niedozwolonych, takich jak alkohol, jest jasną podstawą do interwencji Rady, o tyle ingerowanie w działalność programową nadawców na podstawie kontroli etycznej przekazywanych treści może budzić polemiki. Egzemplifikacją jest kara w wysokości 500 tysięcy złotych nałożona na stację telewizyjną Polsat, w 2006 roku, za słowa Kazimierza Szczuki<sup>8</sup> w programie Kuby Wojewódzkiego, które zdaniem Rady sprowadzały się do szydzenia z niepełnosprawnej spikerki Radia Maryja (Knysz 2006: 8). Rada podjęła decyzję w oparciu o artykuł 18 ustawy, między innymi zakazujący dyskryminacji, choć przesłanka niepełnosprawności nie jest w nim wprost

---

<sup>7</sup> Lechowi Wałęsie nie spodobało się, że za przewodnictwa Marka Markiewicza Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała koncesję na nadawanie telewizji Polsat. W konsekwencji prezydent odwołał „niesforemno” przewodniczącego.

<sup>8</sup> Winowajczyni tłumaczyła się, że nie wiedziała o chorobie dziennikarki i ją przeprosiła. Nie zmieniło to jednak decyzji Rady.



wymieniona. Głos w sprawie zabrała również Rada Etyki Mediów, zaznaczając, iż nie dopatrzyła się w wypowiedzi Szczuki kpiny z niepełnosprawnych, uznając jednak zarazem, że mogła ona obrazić uczucia religijne osób wierzących. Jednocześnie uznano, że KRRiT postąpiła niewłaściwie nakładając karę (NP, NJ 2006: X1). Wydaje się, że kara była nieadekwatna do popełnionego czynu, tym bardziej że program Wojewódzkiego ma charakter satyryczny. Tym samym zaangażowanie Rady było niepotrzebne i spowodowało jedynie wrażenie, że jednym mediom można pozwolić na więcej – czego przykładem są antysemickie wypowiedzi na antenie stacji Tadeusza Rydyzka<sup>9</sup> – a innym na mniej.

Na tej samej podstawie przewodnicząca Krajowej Rady Elżbieta Kruk interweniowała w sprawie naruszenia zasad etyki dziennikarskiej w programie radia TOK FM<sup>10</sup>. Podobnie było w przypadku programu „Antylista” prowadzonego przez Kubę Wojewódzkiego i Michała Figurskiego w Antyradiu, gdzie również przewodniczącej Rady nie podobał się sposób prowadzenia audycji<sup>11</sup>. Okazało się, że niejasność i ogólność przepisu może prowadzić do dowolnej interpretacji dokonywanej przez Krajową Radę, a w konsekwencji do łatwej ingerencji w działalność poszczególnych mediów, co ogranicza wolność i niezależność środków masowego przekazu. W konsekwencji Trybunał Konstytucyjny zakwestionował ten zapis, który został z ustawy wycofany. Powyższe przykłady w bardzo przejrzysty sposób pokazują możliwości wykorzystywania własnej pozycji do wpływania na media i charakter prezentowanych w nich treści z pomocą niedoprecyzowanego prawa. Tłumienie krytyki i strofowanie niesfornych dziennikarzy jest przykładem manipulowania opinią publiczną przez polityków pragnących zachować nieskazitelny wizerunek.

<sup>9</sup> Przykładem jest felieton Stanisława Michalkiewicza, który wzbudził wiele kontrowersji. Choć toruńska prokuratura nie dopatrzyła się przestępstwa, to jednak Rada Etyki Mediów skrytykowała felieton jako „skrajnie antysemicki”, a stowarzyszenie Otwarta Rzeczpospolita i gminy żydowskie złożyły skargę do KRRiT (za: Dolecki, Hołub 2006: 6).

<sup>10</sup> Do szefostwa radia TOK FM trafiło pismo szefowej KRRiT Elżbiety Kruk z żądaniem bezwarunkowego wyeliminowania naruszenia zasad etyki dziennikarskiej w programach tego radia (za: Siedlecka 2006: 4). Analizując odcinek satyrycznego programu „Woobie dobie” z 30 listopada 2005 roku, pani przewodnicząca doszła do wniosku, że redaktorzy, którzy rozmawiali ze słuchaczem o uprawianiu seksu przed ślubem, w sposób lekceważący odnieśli się do nauki Kościoła. W innej audycji szefowa Krajowej Rady znalazła niesmaczny wierszyk o prezydencie Kaczyńskim (Murawski 2006: A4), co dało jej podstawę do ingerencji.

<sup>11</sup> Prowadzący w czasie audycji w grudniu 2005 roku „podając się za małżeństwo z Łodzi zadzwonili do łódzkiej komendy miejskiej, by poinformować policję, że widzieli funkcjonariusza, który pod balkonem zdjął mundur i nagi przyłączył się do parady równości, jaka rzekomo miała przechodzić opodal. Rzecz działa się w cieniu zakazu poznańskiego Marszu Równości”. W piśmie wysłanym do radia Elżbieta Kruk wezwała stację do „wyeliminowania tego typu praktyk” (Ćwieluch 2006: 36). Zachowanie – które prowadzący tłumaczyli jako ukazanie absurdalności sytuacji – nie należało może do godnych pochwały. Niemniej jednak ingerencja przewodniczącej pokazała, iż niezależność mediów i wolność słowa coraz bardziej jest ograniczana w imię stania na straży moralności.

O ambiwalentnym podejściu do prawa świadczyć też może stosunek do skarg, jakie napływają do KRRiT, na które powinna ona reagować. Elżbieta Kruk publicznie mówiła, że to obowiązek Rady i żadna skarga nie może zostać bez odpowiedzi. Zmieniło się to, gdy do Krajowej Rady wpłynęła skarga fundacji Otwarta Rzeczpospolita na „Radio Maryja” w związku z nadaniem antysemitckiego felietonu Stanisława Michalkiewicza (Kublik, Makarenko 2006: 2). To kolejny przykład braku równego traktowania środków masowego przekazu. Faworyzowanie mediów ojca Rydzyska miało dla rządu znaczenie, gdyż przedstawiany był on na antenie toruńskiej rozgłośni bardzo pozytywnie. Poza tym odbiorcy tych mediów dzięki pomocy redemptorysty poparli polityków PiS w kolejnych elekcjach. Tym samym przewodnicząca nie chciała urazić duchownego. Przykład ten pokazuje, iż dowolna interpretacja prawa i własnych obowiązków przyczynia się do wpływania na funkcjonowanie mediów nie tylko publicznych, ale także i komercyjnych.

Na jakość KRRiT i charakter jej funkcjonowania, a tym samym zdolność rządu do wpływania na politykę informacyjną poszczególnych mediów, ma wpływ sposób wybierania Rady oraz jej przewodniczącego. Do 2005 roku dziewięciu członków Rady wybierał Sejm, Senat i prezydent, potem PiS przeforsował nowelizację, która zakładała pięcioosobowy skład instytucji. Wynikać to może z faktu, iż mniejszą grupą łatwiej jest sterować i wpływać na jej decyzje. Ponadto przewodniczącego wybierała Rada ze swojego grona, aż do nowelizacji z 2005 roku, która przekazywała to prawo prezydentowi, podobnie jak to było przed 1993 rokiem. Zapis ten został orzeczeniem Trybunału Konstytucyjnego unieważniony, gdyż konstytucja nie przewiduje powoływania przez prezydenta przewodniczącego Rady. Ponadto każda decyzja prezydenta wymaga kontrasygnaty premiera lub właściwego ministra, co w konsekwencji uzależniałoby Radę od władzy rządowej i tym samym ułatwiłoby wpływanie organu państwa na środki masowego przekazu. Pomimo decyzji Trybunału stwierdzającej naruszenie w kilku przypadkach konstytucji, ustawa nie została w całości uznana za sprzeczną z nią, tym samym nowelizacja z 2005 roku umożliwiła przejście mediów publicznych przez ówczesną rządzącą opcję polityczną. Okazało się, że partia, mając większość w parlamencie i prezydenta wywodzącego się z własnych szeregów, może łatwo zmienić prawo, aby pozbyć się niewygodnych członków KRRiT i wymienić ich na zaufanych ludzi. Natomiast dzięki Krajowej Radzie może przejąć kontrolę nad radami i zarządami publicznych mediów, a w konsekwencji mieć wpływ na wybór prezesów tychże mediów. Z kolei mając lojalnych prezesów, można dowolnie promować interesy polityczne, budować pozytywny wizerunek partii i jej liderów, nie dopuszczać do krytyki i negocjowania kreowanej rzeczywistości oraz ograniczać wpływy opozycji w ramach kształtowania opinii publicznej.

Ustawa medialna dała możliwość wpływania politykom na media poprzez zapis (artykuł 23) gwarantujący dostęp do mediów publicznych związkom zawodowym i partiom politycznym. Szczegółowe przepisy uchwaliła Krajowa Rada w drodze rozporządzenia z 1996 roku, w którym wskazano, iż politykę państwa prezentują:

premier, prezydent i marszałkowie Sejmu i Senatu poprzez udostępnianą im antenę. W konsekwencji prowadziło to do wygłaszania orędzi do narodu w najlepszym czasie antenowym<sup>12</sup>. Natomiast rozporządzenie Krajowej Rady z 2003 roku reguluje kwestie wystąpień w mediach publicznych związków zawodowych i partii politycznych poprzez prezentowanie analiz, oświadczeń, wypowiedzi związanych z działalnością tych podmiotów (Miżejewski 2005: 38-39). O ich istotności świadczy chociażby fakt kilkakrotnego ich uchylania i tworzenia nowych zapisów. Wydaje się, iż przepisy te pozwoliły głównym organom nie tylko kreować politykę państwa, ale również promować interesy własnej partii czy związków zawodowych. Doprowadziło to do prezentowania informacji prosto od ich nadawców, bez ingerencji dziennikarzy, co z jednej strony zapobiega nadinterpretowaniu ich przez publicystów, ale z drugiej – umożliwia politykom bezpośrednie manipulowanie opinią publiczną.

Wymowną egzemplifikacją jest Janusz Palikot, który, aby przyciągnąć uwagę mediów i dziennikarzy, stosuje liczne „zabiegi”. Przykładowo w sierpniu 2008 roku nagroził najlepszych posłów komisji „Przyjazne Państwo” maskotkami, w celu wypromowania swojej działalności w tejże komisji. Niemniej jednak, pomimo obradowania nad licznymi projektami, wiele z nich nie było najlepszej jakości, o czym świadczy odrzucenie przez komisję finansów, głosami PO, projektu nowelizacji prawa bankowego, który zawierał liczne błędy (Miączyński, Kostrzewski 2008: 21). Jednakże wiele mediów o tym fakcie nie informowało, skupiając się jedynie na nagrodach. Tym samym cel posła został osiągnięty: opinia publiczna zwróciła uwagę na jego dokonania. Podobne zabiegi stosował już wcześniej były minister finansów Grzegorz Kołodko, aby przekonać społeczeństwo do swojej reformy finansów, która z założenia nigdy nie cieszy się popularnością.

Należy także podkreślić, iż do manipulacji medialnej przyczynia się zapis ustawy o radiofonii i telewizji (artykuł 24), który nakłada na telewizję publiczną obowiązek prezentowania partii politycznych i jej kandydatów w czasie kampanii wyborczych i referendalnych. Szczegółowe przepisy regulują poszczególne ordynacje wyborcze. Niemniej jednak nie są one na tyle skrupulatne, by nie tworzyć kłopotliwych sytuacji. Zdaniem Jerzego Jastrzębskiego (2007: 345) największe problemy wynikają z nieostrych kryteriów, które nie określają szczegółowo podmiotu ani miejsca występowania takiej reklamy. Ponadto nikt nie mierzy czasu tych wystąpień. To powoduje presję polityczną, ewentualne nadużycia nierównego traktowania i jednostronność<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Ani ustawa medialna, ani rozporządzenie KRRiT dotyczące prezentowania stanowiska naczelnych organów państwa nie reguluje dokładnie, jaki czas antenowy przeznaczony jest dla polityków. W rezultacie wybierają oni najlepsze godziny oglądalności, tuż po głównym wydaniu „Wiadomości” w TVP1.

<sup>13</sup> Poparciem niniejszej tezy może być program Jana Pospieszalskiego „Warto rozmawiać”, w którym spośród kilku zaproszonych ekspertów jeden jest oponentem, a reszta współgra ze zdaniem prowadzącego, *notabene* sympatyzującego z jedną z opcji politycznych, mającą swe wpływy również w mediach publicznych. W czasie kampanii wyborczej taka sytuacja

Sytuacja taka pozwala instytucjom politycznym na łatwy dostęp do telewizji poprzez ogłoszenia wyborcze w bezpłatnych blokach. Bezpłatna reklama budzi pewne kontrowersje ze względu na fakt, iż często jest wykorzystywana do promowania nie tylko samego kandydata czy partii celem zdobycia poparcia wyborczego, ale często służy innym interesom politycznym czy ekonomicznym. Egzemplifikacją mogą być liczne kandydatury w wyborach prezydenckich<sup>14</sup>, których celem jest przede wszystkim promocja nazwiska. Tego rodzaju działania przyczyniają się do manipulowania opinią publiczną, która oglądając reklamy wyborcze kandydatów, mimochodem dowiaduje się o prowadzonej przez nich działalności pozapolitycznej. Tym samym media publiczne stają się narzędziem manipulacji opinią publiczną.

### 1.3. Ustawa abonamentowa

Na rynek medialny mają również wpływ zapisy dotyczące abonamentu, które znajdują się w odrębnej ustawie zwanej abonamentową, określającej zasady ściągalności i wysokości opłat za odbiorniki radiowo-telewizyjne. Zapisy te przyczyniają się do jakości funkcjonowania mediów publicznych, które są inkasentami zebranych funduszy. Propozycje Platformy Obywatelskiej, dotyczące likwidacji abonamentu i zastąpienia go funduszem misji publicznej, na który składałyby się poszczególne ministerstwa, mogą doprowadzić do dalszego uzależnienia publicznych środków

---

szczególnie sprzyja promowaniu partii, która posiada swoich licznych sympatyków w mediach publicznych. Wymowną egzemplifikacją może być kampania wyborcza w 2001 roku, kiedy publiczne środki masowego przekazu sympatyzowały z SLD, kampania z 2005 roku, kiedy telewizja promowała PO, lub kampania wyborcza z 2007 roku sprzyjająca PiS (więcej w: Nowakowska 2001: 6; Łódzki 2007: 263).

<sup>14</sup> Przepis ten jest problematyczny, szczególnie biorąc pod uwagę wybory prezydenckie, gdyż wielu kandydatów bierze w nich udział, aby zareklamować siebie i własny biznes. Przykładowo w 1995 roku swoją kandydaturę zgłosił Tadeusz Koźluk, który zdobył 0,15% (PKW) poparcia, ale wydaje się, że zrobił to dla promowania swojej Prywatnej Wyższej Szkoły Businessu i Administracji. W 2005 roku nikomu nieznany Liwiusz Ilasz wystartował w wyborach na prezydenta, uzyskując poparcie 0,21% (PKW). W czasie wielu audycji wyborczych podkreślał, iż jest prawnikiem i ma własną kancelarię. W tych samych wyborach chciał również wypromować się Roman Kotliński w celu zareklamowania tygodnika „Fakty i Mity”, ale ostatecznie jego partia „Racja” wystawiła kandydaturę Marii Szyszkowskiej (Łazarkiewicz 2008: 25). Przykładem wykorzystywania bezpłatnego czasu antenowego były również orędzia prezydenta Lecha Kaczyńskiego, który często występował w telewizji nie jako prezydent, ale jako promotor pewnych idei politycznych partii, z której się wywodził. Egzemplifikacją może być orędzie dotyczące prywatyzacji służby zdrowia (7 października 2008), gdzie Lech Kaczyński apelował do rządu o wstrzymanie prywatyzacji; orędzie odnoszące się do ratyfikacji traktatu lizbońskiego (17 marca 2008), kiedy to prezydent manifestował swój sprzeciw wobec Karty Praw Podstawowych, lub orędzie promujące podpisanie umowy o tarczy antyrakietowej (19 sierpnia 2008), kiedy prezydent opowiadał o swoim wkładzie i zaangażowaniu na rzecz podpisania układu. Za przykład można również uznać lobbowanie przez Aleksandra Kwaśniewskiego na rzecz idei wstąpienia Polski do Unii Europejskiej, kiedy to prezydent wykorzystywał swoją pozycję i przywileje w mediach, by promować tę ideę.

masowego przekazu od władz państwowych<sup>15</sup>, które dysponując środkami finansowymi, mogą wymuszać na mediach prezentację konkretnej linii programowej. Ponadto biorąc pod uwagę polską mentalność i kulturę polityczną elit rządzących, sytuacja taka mogłaby doprowadzić do wielu patologicznych wydarzeń. W konsekwencji może to doprowadzić do likwidacji mediów publicznych, zdominowanych obecnie przez opozycyjne względem Platformy Prawo i Sprawiedliwość. Jest to kolejny przykład możliwości wpływania poprzez tworzenie prawa na charakter funkcjonowania mediów i dogodność ewentualnych manipulacji.

#### 1.4. Prawo prasowe

Prawo prasowe jest kolejną ustawą, która ma istotne znaczenie dla funkcjonowania rynku medialnego, a w szczególności respektowania prawa do wolności i niezależności mediów, co w znaczący sposób wpływa na możliwość występowania zjawiska manipulowania opinią publiczną za pośrednictwem mediów. Nie sposób odnieść się do wszystkich przepisów, które mają znaczący wpływ na funkcjonowanie mediów, z tego też względu należy zwrócić uwagę jedynie na główne elementy. Już w artykule 1 ustawy czytamy, iż „prasa<sup>16</sup> korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo do rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej”. W rezultacie przepis ten na gruncie prawa jest dobrym zabezpieczeniem przed manipulacją medialną i wykorzystywaniem środków masowego przekazu do realizacji partykularnych interesów. Niemniej jednak praktyka życia publicznego pokazuje, że nie jest on wystarczającą gwarancją, gdyż po pierwsze jest zbyt ogólny, a po drugie jest różnie interpretowany, co prowadzi do sytuacji, w której każdy podmiot życia publicznego wykorzystuje go do własnych celów. Przykładowo Jarosław Kaczyński, gdy był premierem, twierdził, iż w Polsce nie ma wolnych mediów (za: Czuchnowski, Dańko 2006: 4), co – idąc sposobem myślenia polityka – oznaczało, iż media nie są wolne, bo nie są na usługach ówczesnej władzy.

Istotny jest również zapis artykułu 6, w którym czytamy, iż „prasa jest zobowiązana do prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk”, co jest zgodne

<sup>15</sup> Przykładem tych obaw jest sytuacja holenderskich mediów publicznych. Od lat sześćdziesiątych do końca dziewięćdziesiątych występował w Holandii tak zwany dualny model finansowania mediów publicznych, które korzystały zarówno z opłat abonamentowych, jak i z wpływów reklamowych. Od roku 2000 zniesiono obowiązek płacenia abonamentu, a zastąpiono go bezpośrednim dofinansowaniem z budżetu państwa, przy czym w tym celu wprowadzony został specjalny podatek od dochodów osobistych. W konsekwencji co roku dotacja budżetowa dla mediów publicznych jest sukcesywnie obniżana, a niepewność w relacjach ze światem polityki, jaka towarzyszy zlikwidowaniu abonamentu i przejściu na finansowanie mediów publicznych ze środków budżetowych, doprowadza do coraz trudniejszej sytuacji finansowej tychże mediów. (za: Jung, *Holandia*: 8). Przykład ten pokazuje, że finansowanie z budżetu państwa nie zapewnia stabilności mediom publicznym z racji ich uzależnienia od władzy państwowej.

<sup>16</sup> Słowo „prasa” w ustawodawstwie odnosi się do wszystkich rodzajów mediów, również radia i telewizji, a czasem także Internetu.

z obowiązkami dziennikarza zapisanymi w artykule 12.1, gdzie ustawodawca nałożył obowiązek zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych, zwłaszcza by sprawdzać zgodność z prawdą uzyskanych wiadomości lub podać ich źródło. W rzeczywistości sprawa jest o wiele trudniejsza, gdyż dziennikarzem może być każdy<sup>17</sup>. Jest to winą ustawodawcy, który nie doprecyzował w dokumentach prawnych definicji zawodu, a przez to ułatwił zaistnienie różnorodnych zabiegów manipulatorskich. Po drugie, rozwój nowych technologii doprowadził do tego, że nie ma czasu na dogłębne sprawdzanie informacji, gdyż liczy się szybkość i świeżość, co nie służy prawdziwości samych informacji. Tym samym łatwo o manipulację, często na skutek wykorzystania przez różne podmioty zachłanności mediów na sensacyjne „kąski”. Luki prawne wynikają również z faktu, iż ustawa została uchwalona w 1984 roku, a więc w poprzednim ustroju politycznym, co prawda doczekała się kilku nowelizacji, niemniej jednak zmiany nie były na tyle dogłębne, by dostosować przepisy do nowej i ciągle zmieniającej się sytuacji społeczno-politycznej Polski. Wielu dziennikarzy wskazuje na konieczność reformy prawa prasowego, ale wydaje się, iż politykom nie zależy na zmianach, które choć istotne dla wykonywania zawodu dziennikarza i funkcjonowania mediów, nie są ważne dla nich samych.

## 1.5. Rozporządzenia KRRiT

Niewątpliwie na charakter funkcjonowania rynku medialnego mają wpływ liczne rozporządzenia KRRiT, które określają wysokość opłat abonamentowych, podziału czasu antenowego w nieodpłatnych blokach reklamowych czy zawartości wniosku o udzielenie koncesji. Niemniej jednak nie jest zasadna szczegółowa analiza tychże dokumentów, która często pokrywałaby się z wcześniejszymi rozważaniami na temat ustaw. Warto jedynie zaznaczyć, iż te rozporządzenia mogą się przyczyniać do wpływania na opinię publiczną poprzez media. Przykładem jest już wcześniej wspomniane rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 24 kwietnia 2003 roku w sprawie trybu postępowania w związku z przedstawianiem w programach publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych. Zdaniem Tomasa Mielczarka (2007: 48) dokument ten już w czasie opracowywania wzbudził wiele emocji. Pojawiły się zarzuty, że Krajowa Rada za pomocą publicznych mediów

---

<sup>17</sup> 28 marca 2006 roku w Sejmie odbyła się dyskusja na temat istniejącego prawa prasowego. Starły się w niej dwa stanowiska. Pierwsze zakładające gruntowane zmiany, którego reprezentantem był ówczesny marszałek Marek Jurek. Zaznaczał on, iż prawo jest odziedziczone po PRL, że trzeba na nowo określić relację między wydawcą, redakcją a dziennikarzem, a także zagwarantować społeczeństwu wolność od dezinformacji. Niektórzy jednak dziennikarze reprezentowali stanowisko przeciwne zmianom, obawiając się instrumentalnego podejścia polityków w trakcie tworzenia nowego prawa. Maciej Iłowiecki zaproponował na początek zdefiniowanie podstawowych pojęć, takich jak np. „dziennikarz” (za: Siedlecka 2006a: 5).

zamierza kształtować polską scenę polityczną, co nie było zgodne z prawdą, gdyż Rada realizowała ustawowe uprawnienia do określenia zasad występowania podmiotów politycznych w mediach. Ponadto sam przepis dający możliwość dostępu wszystkim partiom, które w wyborach powszechnych uzyskały co najmniej 400 tysięcy głosów, ułatwiał politykom wpływanie poprzez media na opinię publiczną.

Kolejne dywagacje wzbudziło rozporządzenie Rady w sprawie trybu postępowania w związku z prezentowaniem w publicznej radiofonii i telewizji polityki państwa przez naczelne organy państwowe, w którym uznano, iż do tych osób zaliczamy prezydenta, premiera oraz marszałków Sejmu i Senatu (Miżejewski 2005: 37). W konsekwencji osoby te uzyskały prawo do przedstawiania swoich tez bez jakiegokolwiek ingerencji ze strony samych dziennikarzy, co jest sytuacją komfortową dla polityka. Choć w rozporządzeniu znalazł się również zapis mówiący o tym, iż wstąpienia nie powinny trwać dłużej niż 10 minut, wydaje się, że w praktyce przepis ten nie jest restrykcyjnie stosowany (Miżejewski 2005: 37-42). Tym samym polskie prawo daje politykom, szczególnie tym piastującym wysokie stanowiska państwowe, wiele możliwości wpływania na opinię publiczną. Nie byłoby to możliwe bez istnienia mediów publicznych, których funkcjonowanie uzależnione jest również od klasy politycznej, która ma wpływ na tworzenie przepisów prawa. Należy podkreślić, iż stanowienie prawa jest istotnym elementem wpływającym na dążenie do manipulacji opinią publiczną poprzez wpływ na media, szczególnie jeśli kluczowe kompetencje posiada skompromitowany organ o obniżonym zaufaniu społecznym. Tym samym rządy utrzymują pośredni stopień kontroli nad środkami masowego przekazu, ustanawiając instytucje monitorujące media oraz wprowadzając przepisy prawne służące realizacji interesów politycznych.

Podsumowując tę część rozważań, należy podkreślić, iż ustawa o radiofonii i telewizji do nowelizacji w 2005 – pomimo licznych zastrzeżeń – zawierała zapisy zabezpieczające media publiczne przed ingerencją polityków poprzez pozbawienie bezpośredniego udziału w powoływaniu KRRiT, rotację jej składu, brak skutecznych zabezpieczeń w złej działalności zarządów (Jakubowicz 2007: 223-224). Niemniej jednak przepisy prawa stanowionego nie były wystarczającym zabezpieczeniem przed bezpośrednią ingerencją polityków w działalność mediów publicznych. Tym samym okazało się, iż determinanta prawna nie ma takiego znaczenia jak inne czynniki, które mogą mieć silniejszy wpływ na ewentualne próby manipulowania opinią publiczną poprzez media. W niniejsze rozważania wpisuje się konstatacja Mikołaja Romanowskiego (2003: 245), iż „wolność słowa w mediach audiowizualnych to nie tylko kwestia najlepszych regulacji prawnych. Wolność słowa to konstrukcja społeczna, to akceptacja obywateli i władz dla idei prasy. To kwestia kultury politycznej”. Z tego też względu same zapisy prawne nie przyczyniają się do manipulowania opinią publiczną poprzez media. Niemniej jednak należy podkreślić, iż istniejące prawo kształtuje charakter systemu medialnego, a ten wpływa na jakość funkcjonowania środków masowego przekazu i zdolność do ewentualnej manipulacji.

## 2. System medialny

Przepisy prawne stanowione przez ustawodawcę, czyli w istocie przez polityków, określają charakter systemu medialnego. Pojęcie to pojawia się głównie w kontekście porównywania różnych porządków prawnych dotyczących rynku medialnego w poszczególnych krajach. Okazuje się, iż przepisy prawa stanowionego kształtują charakter i funkcjonowanie środków masowego przekazu, co ma istotny wpływ na możliwość manipulowania prezentowanymi w mediach treściami. W rezultacie istnieje kilka kluczowych elementów systemu, które wpływają na kształtowanie relacji media–polityka. Na początek warto jednakże zdefiniować to pojęcie, gdyż istnieje parę podejść, które mogą wnieść istotne uwagi. Beata Ociepka (2003: 22) traktuje system medialny jako część systemu politycznego określanego ogółem instytucji i relacji związanych z tworzeniem, gromadzeniem oraz przesyłaniem informacji do dużych grup odbiorców. Tym samym wskazuje na niezwykle istotną kwestię – ważną z punktu widzenia niniejszych rozważań – powiązania świata polityki i mediów, wręcz ich nierozzerwalności. Zagadnienie to, choć może się wydawać trywialne, należy wziąć pod uwagę, gdyż stanowi kluczowy punkt odniesienia rozważań w niniejszym artykule.

Do zbliżonej konstatacji doszli Daniel Hallin i Paolo Mancini (2007: 87-254), którzy uznali, iż na formowanie się systemu medialnego istotnie wpływa system polityczny i podzielili europejskie systemy medialne na: model północnoatlantycki lub liberalny, model północno- i środkowoeuropejski lub demokratycznego korporacjonizmu oraz model śródziemnomorski lub spolaryzowanego pluralizmu<sup>18</sup>. Słabością tej typologii jest brak analizy systemów medialnych państw Europy Środkowej i Wschodniej<sup>19</sup>, w tym Polski. Niemniej jednak została ona wspomniana, gdyż

<sup>18</sup> W modelu liberalnym – który jest charakterystyczny dla systemu brytyjskiego i irlandzkiego – istotnym elementem jest duża autonomia mediów i uniezależnienie się od władzy państwowej (za: Hallin, Mancini, 2007: 75). Nie oznacza to jednocześnie, że poszczególne środki masowego przekazu nie są powiązane z określonymi opcjami politycznymi. Niemniej jednak związek ten dotyczy raczej wypracowania pewnej linii programowej przez dane medium niż nacisków politycznych. Charakterystyczną cechą modelu demokratycznego korporacjonizmu – z Austrią, Belgią, Danią, Finlandią, Niemcami, Holandią, Norwegią, Szwecją i Szwajcarią na czele – jest zaangażowanie poszczególnych grup społecznych w zarządzanie mediami. Niemniej jednak nie koliduje to z dużą wolnością i niezależnością dziennikarzy (za: Hallin, Mancini, 2007: 74-75). W modelu spolaryzowanego pluralizmu – wlicza się do niego Francję, Grecję, Włochy, Portugalię i Hiszpanię – media są ściśle powiązane z elitami politycznymi, a władza państwowa i partie polityczne mają wpływ na politykę medialną. Istotny jest również fakt, iż dziennikarstwo nie jest oddzielane od działalności politycznej. Sytuacja taka wynika z opóźnienia w rozwoju instytucji liberalnych i silnej roli państwa w życiu społecznym (za: Hallin, Mancini 2007: 73-74).

<sup>19</sup> Wątek ten w szerszym ujęciu podejmuje Bogusława Dobek-Ostrowska (2007: 51-55), zaznaczając jednocześnie, iż w analizie pominięto Japonię, Australię, Nową Zelandię, Luksemburg oraz kraje postkomunistyczne.



stanowi przykład uzależniania systemu medialnego od systemu politycznego danego kraju. Ponadto należy zaznaczyć, iż nie jest to jedyna klasyfikacja, która funkcjonuje w literaturze przedmiotu, choć wiele z pozostałych jest do niej zbliżonych.

Podobną typologię przedstawiła Mary Kelly (1983), która wyróżniła trzy modele: system mediów podporządkowanych procesowi politycznemu, system formalnie autonomiczny oraz system mediów uczestniczących w procesie politycznym. Tym samym po raz kolejny zostało wyodrębnione powiązanie między światem mediów i polityki. Jednakże również i w tym przypadku trudno jednoznacznie określić miejsce polskiego systemu medialnego ze względu na jego złożoność. Kolejna typologia systemów medialnych, przytoczona przez Beatę Ociepkę (2003: 26) za Slavko Splichalem, wyróżnia model centralnie kierowanej gospodarki rynkowej, gdzie ogranicza się liczbę prywatnych nadawców i odgórnie określa się warunki konkurencji. Przykładem może tu być BBC. Kolejny to model mandatowej gospodarki rynkowej, gdzie prawo do nadawania w mediach publicznych uzyskują grupy społeczne według liczby członków, czego egzemplifikacją jest Holandia. Następny – to typ regulowanej gospodarki rynkowej, gdzie istnieją gwarancje takie jak subwencje prasowe, które chronią środki przekazu przed nadmierną koncentracją. Ostatni to model regulowanej gospodarki mieszanej, który składa się z sektora publicznego, obywatelskiego i rynkowego. Wydaje się, iż ten ostatni najlepiej odpowiada warunkom polskiego systemu medialnego. Niemniej jednak należy pamiętać, że w Polsce występują również elementy centralnie kierowanej gospodarki rynkowej, a to za sprawą istnienia koncesji dla prywatnych nadawców. Z tego też względu powyższe typologie posłużą jedynie do wyodrębnienia pewnych elementów, mających istotny wpływ na funkcjonowanie rynku medialnego, a w konsekwencji możliwość występowania manipulacji medialnej.

Jednym z elementów ważnych dla działania mediów jest dualny system medialny, czyli obecność w danym kraju mediów komercyjnych i publicznych jednocześnie. Zdaniem Kevina Williama (2008: 64), kiedy w latach dwudziestych rodziło się radio, kraje europejskie odrzuciły niekontrolowany, wolnorynkowy model rozwijający się w USA, jak również system bezpośredniej kontroli państwa nad mediami, który powstawał w ZSRR. Tym samym zdecydowały o współistnieniu radiofonii i telewizji komercyjnej i nadzorowanej przez państwo. Należy podkreślić, iż istnienie publicznych środków masowego przekazu sprzyja dążeniom wielu grup interesu do wpływu na media i manipulacji opinią publiczną. Jednakże w poszczególnych państwach zależność i związek środków masowego i władzy państwowej jest różny, począwszy od modelowej Wielkiej Brytanii – gdzie te relacje są prawidłowe – poprzez system niemiecki, a skończywszy na bliskich, by nie rzec patologicznych, powiązaniach panujących przykładowo we Włoszech. Podobnie sytuacja wygląda w Polsce, gdzie polityka i media są ze sobą nierozzerwalnie połączone, co w konsekwencji tworzy wiele „niezdrowych” sytuacji.

Maciej Mrozowski (2001: 47) twierdzi, iż „forma własności decyduje o roli, jaką pełnią te instytucje”. Tym samym właściciel środków masowego przekazu decyduje

o sposobie funkcjonowania danego medium oraz o treściach, jakie są w nim prezentowane. Z racji, iż państwo reprezentuje w tych relacjach rząd i politycy, nie trudno się domyślić, że to oni mają wpływ na funkcjonowanie mediów publicznych. Potwierdza to Beata Klimkiewicz (2005: 7) zaznaczając, iż „własność mediów wyznacza kierunek i sposób funkcjonowania oraz rolę mediów w społeczeństwie”. W konsekwencji również właściciel wpływa na możliwość i charakter ewentualnej manipulacji. O ile w przypadku komercyjnych środków masowego przekazu przyczyną dezorientacji opinii publicznej może być chęć maksymalizacji zysku finansowego, o tyle w przypadku mediów publicznych impulsem jest dążenie do prezentacji pozytywnego wizerunku danej opcji politycznej i kształtowania poglądów i opinii zgodnie z jej wolą.

## 2.1. Media publiczne

Wpływanie przez polityków na media publiczne jest możliwe dzięki ich charakterowi określone w ustawie medialnej. Z założenia media publiczne mają status korporacji publicznej lub instytucji państwowej powołanej do pełnienia misji publicznej w dziedzinie informacji, edukacji, kultury. W Polsce publiczne środki masowego przekazu są jednoosobową spółką skarbu państwa. Działalność nadzorowana jest przez ciała kolegialne (zarządy i rady nadzorcze), działające według ustawy i powoływane przez najwyższe organy władzy państwowej w taki sposób, aby żadna siła polityczna nie zdobyła nad nimi wyłącznej kontroli. Media te powinny się cieszyć niezależnością, której granice wyznaczają z jednej strony podstawowe regulacje prawne oraz zadania programowe, a z drugiej – środki limitujące skalę działalności nadawczej (Mrozowski 2001: 48). Niemniej jednak w praktyce media publiczne uzależnione są od władzy państwowej, która uchwała prawo i powołuje organy kontrolujące implementację oraz egzekucję tego prawa. Ponadto władzę państwową reprezentują politycy, którzy w wyniku demokratycznych wyborów uzyskali mandat posła i senatora, a w konsekwencji niektórym z nich przypadło pełnienie rządowych funkcji. Poza tym członkowie instytucji kontrolno-nadzorujących powoływani są przez polityków, którzy poprzez swoje nominacje uzyskują wpływ na obsadę korzystnych stanowisk w mediach publicznych, pozyskując dogodne warunki do ewentualnych manipulacji.

Z tego też względu istnienie telewizji publicznej jest niezwykle ważne dla polityków. Samym faktem ustanowienia dualnego modelu ułatwiają sobie oni wpływ na media publiczne. W niniejszą konstatację wpisuje się uwaga Kevina Williamsa (2008: 72), który twierdzi, iż „nowy komercyjny porządek zmienia charakter polityki oraz komunikacji politycznej. Podtrzymywanie przy życiu «poważnych» programów to kluczowy element relacjonowania wydarzeń politycznych w mediach publicznych. Natomiast większość stacji komercyjnych uważa relacjonowanie wydarzeń politycznych za kwestię marginalną. W konsekwencji wpływa to na skupianie

się na rytuałach i osobowościach, a nie na politycznych zagadnieniach”. Tym samym wzrasta tendencja do manipulowania wizerunkiem danej partii czy polityka, nie tylko przez niego samego, ale również na skutek pewnego trendu panującego w mediach.

Publiczne środki masowego przekazu powołane są do pełnienia misji, czyli realizowania szczególnych zadań, które nie są istotne dla komercyjnego nadawcy. Alicja Jaskiernia (2006: 209) definiuje misję jako powinność produkowania i emitowania szeroko dostępnych programów charakteryzujących się szczególnymi wartościami poznawczymi, wysokim poziomem merytorycznym i warsztatowym, umacniających kulturę, tożsamość narodową, poczucie wspólnoty oraz respektowanie praw mniejszości, a także – poprzez różnorodność programową – umożliwiającą zaspokojenie zróżnicowanych potrzeb i oczekiwań społecznych. Zdaniem Jastrzębskiego (2007: 23) misja polega na „informowaniu, edukowaniu i zabawianiu, a rozrywka jest tylko gdzieś na marginesie”. Niemniej jednak w Polsce idea ta przez lata uległa zatarciu, szczególnie w przypadku TVP, co nastąpiło wskutek komercjalizacji i zbytowego zbliżenia do świata polityki. Tym bardziej że nie stworzono żadnych regulacji, które by rozliczały media z ich działalności programowej<sup>20</sup>. Wadliwy sposób finansowania nie pozwala na produkcję wartościowych programów, a środki z abonamentu przeznaczane są na produkcje takie jak „Pitbull”, „Bulionerzy” czy „Gwiazdy tańczą na lodzie”<sup>21</sup>, które z misyjnością niewiele mają wspólnego. Tym samym opinia publiczna jest manipulowana, gdyż wmawia się jej, że dostaje wysokiej jakości misyjne programy, a w rzeczywistości jest odbiorcą komercyjnych audycji.

Określając zadania programowe telewizji publicznej w 1998 roku, wyróżniono cechy, którymi powinna się ona legitymować, takie jak: podporządkowanie działalności programowej zadaniu realizowania interesu publicznego, niekomercyjny charakter działalności programowej, bezstronność polityczna, autonomia instytucjonalna i suwerenność programowa oraz poczucie odpowiedzialności za właściwe realizowanie swoich zadań (Ociepka 2003: 148). Jednakże współczesna polska telewizja publiczna nie jest w stanie realizować tych wytycznych. Sam jej charakter stoi w sprzeczności z ideą i założeniami wytyczonymi w oficjalnych dokumentach, takich jak ustawa o radiofonii i telewizji czy strategii programowe TVP. Tym samym do manipulacji opinią publiczną dochodzi już w odniesieniu do samej istoty mediów. Społeczeństwo jest karmione ideą pewnej szczególności mediów publicznych,

<sup>20</sup> W polskim ustawodawstwie istnieje tylko kontrola finansów mediów publicznych, polegająca na zatwierdzaniu sprawozdań z działalności finansowej przez walne zgromadzenie akcjonariuszy danej spółki – przykładowo TVP. Natomiast nikt nie kontroluje, czy programy uznane za misyjne spełniają zasady misyjności, takie jak działanie dla dobra publicznego, promowanie narodowej kultury i tożsamości itd. Wskutek tego stanu rzeczy może dochodzić do manipulacji opinią publiczną.

<sup>21</sup> Informacje dotyczące finansowania z abonamentu programów znajdują się w corocznych sprawozdaniach zarządu z wykorzystania przez TVP środków abonamentowych na realizację misji publicznej – dane te znajdują się na stronie internetowej TVP.

gdy w rzeczywistości niczym charakterystycznym się one nie wyróżniają. Na taki stan rzeczy ma wpływ nie tylko charakter działań legislacyjnych i politycznych, ale również czynnik ekonomiczny i społeczny.

Czy w takim razie uzasadnione jest nazywanie mediów, a w szczególności Telewizji Polskiej, publicznymi? Wydaje się, iż daleko jeszcze jej do standardów wypracowanych choćby przez brytyjską BBC czy niemiecką ARD. Zarzuty, jakie padają najczęściej pod adresem TVP, to: upolitycznienie, błędy faktograficzne i bierne dziennikarstwo, koncentrowanie się władz mediów na komercyjnej stronie, co oddała telewizję od misji publicznej (Ociepka 2003: 149). Do błędów merytorycznych zalicza się przekaz jednostronny, pozorny obiektywizm, nieuzasadniony komentarz, nieuzasadnione uogólnienie, brak określenia źródła informacji (*Sprawozdanie KRRiT* 1995). Z jednej strony na taki stan rzeczy ma wpływ czynnik polityczny, ale również komercjalizacja mediów, co potwierdza Jerzy Jastrzębski (2007: 26-27), zaznaczając, że niezależność mediów przestaje być postulatem politycznym i etycznym, gdyż najważniejszy jest popyt. Deregulacja prowadzi do komercjalizacji, ale nie zmniejsza jednocześnie uniezależnienia od polityki. Media jako potencjalne efektywne narzędzie manipulacji opinią publiczną stają się przedmiotem i terenem walki politycznej.

Z drugiej strony przesadą byłoby nazwanie TVP i PR państwowymi, gdyż po pierwsze nie obowiązują w nich cenzura. Pomimo pewnych nacisków dziennikarze cieszą się dużo większą swobodą, niż miało to miejsce w latach osiemdziesiątych ubiegłego wieku. Ponadto media te nie mają monopolu na nadawanie programów, a stacje komercyjne są cenzorem ich poczynań. Jednakże określanie ich publicznymi jest nie do końca właściwe, gdyż Telewizja Polska nie realizuje misji, nie działa w interesie publicznym. Zauważa się swoiste rozdarcie w działaniach poszczególnych władz tych mediów. Z jednej strony poddani są oni wpływom politycznym, a z drugiej presji komercjalizacji. Dużą rolę odgrywa w tym przypadku brak stabilności finansowej, gdyż wpływy z abonamentu są zbyt niskie, aby móc realizować programy misyjne. Tym samym obecnie możemy traktować Telewizję Polską w kategoriach telewizji politycznej, która realizuje interesy poszczególnych partii politycznych. Szczególnie niebezpiecznie jest to w momencie, gdy władze telewizji „sympatyzują” z władzą rządzącą. W konsekwencji dualny system medialny ustanowiony w dokumentach prawnych nie koresponduje z praktyką, która sprzyja manipulacji opinią publiczną poprzez celowe fałszowanie charakteru mediów nazywanych w Polsce publicznymi.

## 2.2. Finansowanie mediów publicznych

Na powyższy stan rzeczy w pośredni sposób wpływa forma finansowania mediów publicznych, która przybliżyła do wpływu politycznego bądź od niego oddała. Wspomina o tym Karol Jakubowicz (2007: 207), który zaznacza, że „finansowanie mediów

publicznych jest najważniejsze dla ich właściwego funkcjonowania, niezależności i suwerenności programowej”. Współczesne media publiczne w Europie finansowane są z abonamentu, opłat ponoszonych przez nadawców komercyjnych, dotacji państwowej, sponsoringu lub reklam. Najczęściej są one mieszane: obok ustalonego dochodu z opłat abonamentowych czy dotacji, media wspierają się komercyjnymi przychodami. Reklamy i sponsoring uzależniają publiczne środki masowego przekazu od podmiotów gospodarczych i tym samym czynnik ekonomiczny zaczyna dominować i mieć znaczny wpływ na treści prezentowane w mediach.

Natomiast dotacja państwowa powoduje sytuację, w której największą rolę zaczyna odgrywać determinanta polityczna. Przykładem jest Holandia, gdzie po trzydziestu latach finansowania mediów publicznych z abonamentu zamieniono go na bezpośrednio dofinansowanie z budżetu państwa, przy czym w tym celu wprowadzony został specjalny podatek od dochodów osobistych. W konsekwencji co roku dotacja budżetowa dla mediów publicznych jest sukcesywnie obniżana, a niepewność w relacjach ze światem polityki, jaka towarzyszy zlikwidowaniu abonamentu i przejściu na finansowanie mediów publicznych ze środków budżetowych, doprowadza do coraz trudniejszej sytuacji finansowej tychże mediów (Jung, *Holandia*: 4). Przykład ten pokazuje, że finansowanie z budżetu państwa nie zapewnia stabilności mediom publicznym z racji ich uzależnienia od władzy państwowej, co w konsekwencji ułatwia manipulowanie opinią publiczną, szczególnie w krajach postkomunistycznych, gdzie nie ma poszanowania dla dobra publicznego.

Z tego też względu abonament wydaje się bardziej bezpieczny dla zachowania medialnej niezależności. Niemniej jednak w wielu krajach występuje problem z jego ściągalnością, czego przykładem jest Polska, gdzie abonament płaci około 50% obywateli. Ponadto uzyskanie stuprocentowej płatności nie rozwiązuje problemów finansowych mediów publicznych, gdyż podnosi ich przychody zaledwie o 20% (Jakubowicz 2007: 254). W konsekwencji publiczne środki masowego przekazu zmuszone są do szukania dochodów z nadawania reklam i uzależniania się od reklamodawców, którzy mogą wpływać na treści prezentowane w mediach. Ponadto wysokość abonamentu ustalana jest przez organ kontrolny, czyli KRRiT, która jest upolityczniona i poprzez wysokość stawki może wpływać na działalność mediów publicznych. Wydaje się, że również i ta forma finansowania nie chroni publicznych środków masowego przekazu przed ingerencją zewnętrznych podmiotów i grup interesu, które poprzez słabość instytucji medialnych mają możliwość manipulowania opinią publiczną.

Niezależnie jednak od przedstawionych modeli finansowania nadawcy publiczni powiązani są z państwem i w mniejszym lub większym stopniu od niego uzależnieni. W Polsce zobowiązani są oni do składania corocznego sprawozdania z wyników finansowych. Poza tym ustawa medialna ogranicza czas reklamowy w stacjach publicznych, co sprzyja łamaniu zakazów i omijaniu przepisów. Przykładowo zastępuje się reklamę sponsoringiem. Taka sytuacja z jeden strony ułatwia

konkurowanie ze stacjami prywatnymi, ale z drugiej strony uprzywilejowuje publiczne środki masowego przekazu, przez co stają się one bardziej konkurencyjne na rynku medialnym. Tym samym media publiczne łamią zasady uczciwej konkurencji, co potwierdza Bohdan Jung<sup>22</sup> w swojej analizie finansowania mediów publicznych w Europie. Należy podkreślić, iż charakter finansowania mediów publicznych ma istotne znaczenia dla ich niezależności i odporności na traktowanie ich jako narzędzia manipulacji opinią publiczną. Ponadto warto zaznaczyć, iż ustawodawca, wybierając sposób finansowania publicznych środków masowego przekazu, kształtuje samemu sobie sposoby wpływania na media.

### 2.3. Organ kontrolny

Do występowania omawianego zjawiska przyczynia się również organ kontrolno-nadzorujący, który jest nieodłącznym elementem każdego systemu medialnego. Wynika to po pierwsze z wydawania dokumentów prawnych takich jak (w Polsce) rozporządzenia, kontroli nadawców w zakresie przestrzegania istniejącego prawa i nierzadko nakładania kar. W konsekwencji instytucja ta otrzymuje prerogatywy, które przyczyniają się w istotny sposób do kształtowania rynku medialnego i wpływania na media, szczególnie te publiczne. Polska Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji została utworzona na wzór francuskiej CSA. Powstała na mocy ustawy o radiofonii i telewizji z 1992 roku i poświęcony jej został rozdział drugi dokumentu. Rada jest organem państwowym właściwym w sprawach radiofonii i telewizji. Jak już wcześniej wspomniano, miała być ciałem apolitycznym, z tego też względu zapewniono jej rotacyjność wybierania członków. Poprzez umocowanie nie tylko w ustawie, ale także na gruncie konstytucyjnym stała się silną instytucją medialną, której ewentualne zlikwidowanie wiązałoby się ze zmianą samej ustawy zasadniczej. Zdaniem Haliny Zięby-Załuckiej (2000: 152) KRRiT jest dziwnym tworem, stworzonym na początku lat dziewięćdziesiątych, by uregulować rynek medialny. Wynika to z faktu, iż ustawa z 1992 roku daje Radzie szerokie kompetencje, mające charakter zarazem ustawodawczy, wykonawczy i sędziowski, co łamie zasadę trójpodziału władzy<sup>23</sup>. Tym samym należy podkreślić, iż spełnia ona kluczową rolę dla kształtowania polskiego rynku medialnego. W konsekwencji w znaczący sposób wpływa na działalność środków masowego przekazu i przyczynia się nierzadko

---

<sup>22</sup> Autor podaje przykłady wykorzystywania uprzywilejowanej pozycji mediów publicznych we Francji (Jung, *Finanse*: 11-12).

<sup>23</sup> Zadania ustawodawcze wynikają z określania warunków prowadzenia działalności przez nadawców i dotyczą między innymi regulacji praw i obowiązków obywateli. Funkcje wykonawcze związane są z wydawaniem rozporządzeń i decyzji oraz podejmowaniem rozstrzygnięć w sprawie koncesji i opłat abonamentowych. Natomiast kompetencje sędziowskie dotyczą wydawania orzeczeń dotyczących przykładowo skarg składanych KRRiT przez nadawców (Zięba-Załucka 2000: 152), co jest kolejnym złamaniem powszechnie obowiązującej zasady prawa, iż „nikt nie może być sędzią we własnej sprawie”.

do kształtowania opinii publicznej, a w rezultacie do manipulacji, co zostało już wspomniane przy okazji analizy wewnętrznych regulacji prawnych.

Rada dokonała transformacji systemu medialnego, łagodnie obalając monopol państwa. Stała się jednocześnie obiektem zabiegów działaczy politycznych (Lakomy 2007: 250). Juliusz Braun (2005: 144) twierdzi, że „intencje ustawodawcy nie wytrzymały zderzenia z praktyką. [...] Intencją było powołanie organu przypominającego nieco Trybunał Konstytucyjny, którego niezawisłości nikt nie kwestionuje, choć przecież sędziowie są powoływani decyzją polityczną parlamentu”. W związku z czym polski regulator wymaga głębokiej reformy na skutek swoistej dyskredytacji spowodowanej zbyt wielkim upolitycznieniem. Słuszna wydaje się uwaga Jarosława Szymanka (2006: 293), że „Rada nie stała się ciałem apolitycznym czy niepartyjnym, tak jak chciano, ale stała się organem wielo- politycznym”. Taka sytuacja występowała do 2005 roku, kiedy to poszczególne partie polityczne posiadały w niej swoich przedstawicieli. Natomiast od nowelizacji stała się organem jedno- politycznym. Znamienne są słowa Mirosława Lakomego (2007: 252), że „Rada swoją działalność rozpoczęła od rynku, a ugrzęzła w polityce”. W konsekwencji przepisy, które miały pomóc zachować niezależność KRRiT, przyczyniły się do jej dyskredytacji.

## Zakończenie

W tym miejscu nasuwa się konstatacja, iż same przepisy prawne, choćby najlepsze i stworzone w dobrej wierze, nie są wystarczającą przesłanką sprzyjającą niezależności mediów. Jednocześnie czynnik prawny nie jest jedynym, który oddziałuje na wykorzystywanie mediów jako narzędzia manipulacji opinią publiczną. Niemniej jednak stanowi istotną determinantę wpływającą na zachodzenie manipulacji medialnej. Należy ponownie podkreślić, iż istniejące przepisy prawne tworzone są między innymi przez polityków, którzy je uchwalają. Z tego też względu determinanta prawna ściśle powiązana jest z determinantą polityczną, która wydaje się, iż ma kluczowe znaczenie nie tylko dla samego porządku prawnego, ale również atmosfery tworzenia prawa, jego implementacji czy chociażby debaty na temat mediów publicznych. Dlatego należy rozpatrywać czynnik prawny w powiązaniu z czynnikiem politycznym, który odgrywa istotną rolę w postrzeganiu mediów jako narzędzia manipulacji opinią publiczną.

Ponadto należy zwrócić uwagę, iż wewnętrzne regulacje prawne nie tylko kształtują relacje, jakie zachodzą między polityką a mediami, ale również określają charakter systemu medialnego, a także wpływają na jego kształt i funkcjonalność. Tym samym niezwykle trudne wydaje się zadanie zaklasyfikowania polskiego systemu medialnego do znanych typologii. Należy zaznaczyć, iż polski system medialny jest nadal w okresie transformacji, co ma kluczowe znaczenie dla występowania manipulacji medialnej, która pojawia się tam, gdzie przepisy prawa są niedopracowane,

a praktyka ich przestrzegania wiąże się z ciągłym szukaniem sposobów omijania prawa.

## Literatura

### Źródła

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej* (Dz.U. 1997, nr 78, poz. 483).
- Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z 21 sierpnia 1996 roku w sprawie trybu postępowania w związku z prezentowaniem i wyjaśnianiem w publicznej radiofonii i telewizji polityki państwa przez naczelne organy państwowe* (Dz.U. 1996, nr 109, poz. 526).
- Rozporządzenie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z dnia 24 kwietnia 2003 roku w sprawie trybu postępowania w związku z przedstawianiem w programach publicznej radiofonii i telewizji stanowisk partii politycznych, związków zawodowych i związków pracodawców w węzłowych sprawach publicznych* (Dz.U. 2003, nr 75, poz. 679).
- Ustawa o opłatach abonamentowych z 21 kwietnia 2005 roku* (Dz.U., 2005, nr 85, poz. 728 i nr 157, poz. 1314).
- Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 grudnia 1992 roku* (Dz.U. 2004, nr 253, poz. 2531, z późniejszymi zmianami).
- Ustawa prawo prasowe z 26 stycznia 1984 roku* (Dz.U. 1984, nr 5, poz. 24, z późniejszymi zmianami).

### Opracowywania

- Braun J. (2005), *Potęga czwartej władzy. Media, rynek, społeczeństwo*, Warszawa.
- Dobek-Ostrowska B. (2006), *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa.
- Hallin D., Manicini P. (2007), *Systemy medialne*, przeł. M. Lorek, Kraków.
- Jakubowicz K. (2007), *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa.
- Jaskiernia A. (2006), *Publiczne media elektroniczne Europy*, Warszawa.
- Karwat M. (1999), *Sztuka manipulacji politycznej*, Toruń.
- Lippmann W. (1965), *On the Importance of Being Free*, Boston.
- Mileczarek T. (2007), *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki masowego komunikowania w Polsce w latach 1989-2006*, Warszawa.
- Miżejewski M. (2005), *Transformacja telewizji w Polsce po roku 1989 na tle zmian politycznych*, Przemysł.
- Mrozowski M. (2001), *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa.
- Ociepka B. (2003), *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Środkowo-Wschodniej*, Wrocław.



- Piontek D., Pawełczyk P. (1999), *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*, Poznań.
- Romanowski M. (2003), *Wolność słowa w mediach elektronicznych*, Warszawa.
- Williams K. (2008), *Media w Europie*, przeł. A. Piwnicka, Warszawa.
- Zięba-Załużka H. (2000), *Organy kontroli państwowej i ochrony prawa w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej*, Rzeszów.
- Dobek-Ostrowska B. (2007), *Współczesne systemy medialne: zewnętrzne ograniczenia rozwoju*, [w:] B. Dobek-Ostrowska (red.), *Media masowe na świecie*, Wrocław.
- Graszewicz M. (2007), *Media a polityka. System i praktyka*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, Warszawa.
- Jastrzębski J. (2007), *Misja, „czwarta władza” czy biznes? O potrójnej naturze mediów*, [w:] L. Pokrzycka, W. Mich (red.), *Media a demokracja*, Lublin.
- Kelly M. (1983), *Influences on Broadcasting Policies for Election Coverage*, [w:] J. Blumler (ed.), *Communicating to Voters: Television in the First European Parliamentary Elections*, London.
- Klimkiewicz B. (2005), *Krajobraz medialny w Polsce: struktura własności i pluralizm mediów*, [w:] B. Klimkiewicz (red.), *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, Kraków.
- Lakomy M. (2007), *Co z tą Radą?*, [w:] M. Szpunar (red.), *Media a polityka*, Rzeszów.
- Łódzki B. (2007), *Relacjonowanie kampanii parlamentarnej w 2005 roku w „Wiadomościach” TVP1*, [w:] T. Sasińska-Klas (red.), *Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce*, Toruń.
- Pokorna-Ignatowicz K. (2007), *O przyczynach i skutkach upolitycznienia Telewizji Polskiej*, [w:] M. Szpunar (red.), *Media a polityka*, Rzeszów.
- Robins K., Webster F. (1990), *Broadcasting Politics: Communications and Consumption*, [w:] M. Alverado, J.O. Thompson (eds.), *The Media Reader*, London.
- Siemieniecki B. (2007), *Manipulacja informacją w mediach a edukacja*, [w:] B. Siemieniecki, *Manipulacja – media – edukacja*, Toruń.
- Szymanek J. (2006), *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji*, [w:] M. Kruk (red.), *System organów ochrony prawnej w Polsce. Podstawowe instytucje*, Warszawa.
- Czuchnowski W., Dańko I. (2006), *PiS na tropie mediów*, „Gazeta Wyborcza”, 50, 28.03.2006.
- Ćwieluch J., Rzeczkowski G. (2008), *Sukces moralnej rewolucji*, „Przekrój”, 13, 30.03.2006.
- Dolecki K., Hołub J. (2006), *Michalkiewicz nie obraził Żydów*, „Gazeta Wyborcza”, 201, 29.08.2008.
- Grochal R. (2008), *Po co TVP zamroziła 180 mln złotych?*, „Gazeta Wyborcza”, 177, 30.07.2008.
- Knysz (2006), *Polsat ukarany za Szczukę*, „Gazeta Wyborcza”, 65, 17.03.2006.
- Kublik D., Makarenko V. (2006), *KRRiT chętnie sprawdza skargi, ale nie na Radio Maryja*, „Gazeta Wyborcza”, 89, 14.04.2006.

- Lemańska M. (2008), *TVN kwestionuje decyzje koncesyjne KRRiT*, „Rzeczpospolita”, 34, 9.02.2008.
- Lemańska M. (2008), *TVN kontra TV Puls*, „Rzeczpospolita”, 101, 29.04.2008.
- Łazarkiewicz C. (2008), *Tu nasze radio*, „Polityka”, 3, 19.01.2008.
- Makarenko V. (2007), *Kamery na TV Puls*, „Gazeta Wyborcza”, 243, 17.10.2007.
- Miączyński P., Kostrzewski L. (2008), *„Przyjazne państwo” na jałowym biegu*, „Gazeta Wyborcza”, 184, 7.08.2008.
- Murawski J. (2006), *Krajowa Rada Obyczajowa*, „Rzeczpospolita”, 69, 22.03.2006, s. A4.
- Niklewicz K. (2008), *Telewizja znów na celowniku skarbu*, „Gazeta Wyborcza”, 173, 25.07.2008.
- Nowakowska A. (2001), *Telewizyjne wybory*, „Gazeta Wyborcza”, 209, 7.09.2001.
- NP, NJ (2006), *Niewłaściwa kara za Szczukę*, „Rzeczpospolita”, 70, 23.03.2006.
- Siedlecka E. (2006), *Czy szefową KRRiT jest Elżbieta Kruk?*, „Gazeta Wyborcza”, 71, 24.03.2006.
- Siedlecka E. (2006a), *Czy trzeba zmienić prawo prasowe?*, „Gazeta Wyborcza”, 75, 29.03.2006.

### Opracowania internetowe

- Jung B., *Holandia*, [w:] Strona internetowa KRRiT, <http://www.krrit.gov.pl/biuletyn/numer9091/holandia.htm> (5.05.2008).
- Jung B., *Finanse mediów publicznych i ich nowe formy regulacji – próby godzenia interesu społecznego z realiami rynku*, [w:] Strona internetowa SGH, [http://www.sgh.waw.pl/instytut/ism/wspolpraca/Nowe\\_formy\\_regulacji.pdf](http://www.sgh.waw.pl/instytut/ism/wspolpraca/Nowe_formy_regulacji.pdf) (12.02.2008).
- Sprawozdanie KRRiT za rok 1994*, Sejm, Druk nr 910, Warszawa, 10 marca 1995 roku, [w:] Strona internetowa KRRiT, <http://www.krrit.gov.pl/sprawozdania/spr1995/spr1995.pdf> (12.02.2008).



Łukasz Wojtkowski

---

## Media masowe a polityka. Modele relacji

### Wstęp

Zaprezentowanie relacji mediów masowych i polityki w sposób modelowy to niejako próba uogólnienia ich wielowątkowych związków. Zatem próba, która w sposób naturalny jest jedynie fragmentarycznym podejściem do analiz medialnych i politycznych. Jednak aby takiej analizy dokonać, trzeba zastanowić się, w ramach jakiego dyskursu owe relacje zachodzą. Pokazanie ram tegoż jest z pewnością zabiegiem pomocnym dla opisanego modeli. Wydaje się, że najbardziej przydatne będzie analizowanie owych relacji z punktu widzenia komunikowania politycznego. Jest to bowiem zjawisko często analizowane w dyskursie naukowym. Stąd wielorakie próby jego definicji znalazły istotne miejsce w nauce o komunikowaniu społecznym<sup>1</sup>. Z punktu widzenia niniejszego artykułu operacjonalizacja pojęcia komunikacji politycznej to niezbędny przyczynek do prowadzenia dalszego wywodu. Należy traktować ją jako swoisty wstęp, który pozwoli w pełni zrozumieć poruszaną tematykę. Jednak ze względu na ilościowe i jakościowe zróżnicowanie definicji zasadne wydaje się arbitralne przytoczenie jedynie kilku współczesnych podejść teoretycznych, a następnie pokazanie ogólnych ram pojęciowych omawianego zjawiska.

Na początek podejście zaproponowane przez Briana McNaira (1998: 26), w którym komunikację polityczną traktuje on jako celowe porozumiewanie się dotyczące polityki. Przy czym zwraca szczególną uwagę na podmioty komunikacji jako kluczowe elementy całego procesu. Pierwszy z nich to organizacja polityczna, którą rozumie przede wszystkim jako partie, rządy, grupy społeczne czy lobby. Drugi

---

<sup>1</sup> Do autorów, których koncepcje i badania komunikacji politycznej do dziś wywierają duży wpływ, należy z pewnością Harold D. Lasswell (1948), twórca formuły, która komunikację kazała traktować jako linearny związek czynników biorących w niej udział. Były to kolejno: nadawcy, wypowiedzi, kanały przekazu, odbiorcy i skutki. Ponadto należy również zwrócić uwagę na prace Waltera Lippmanna (1922), Wilbura Schramma (1956) czy wreszcie Denisa McQuaila (2007).

to media masowe, traktowane dwojako. Z jednej strony jako kanał transmisyjny, a z drugiej jako aktywny uczestnik całego procesu. Są więc media kreatorem komunikacji w kontekście ilościowym i jakościowym. Trzecim podmiotem komunikacji jest publiczność (obywatele), która odbiera i dekoduje przekaz. Zważywszy na tak pojmowane podmioty komunikacji, do samego procesu można zakwalifikować wszystkie formy komunikowania podejmowane przez podmioty polityczne dla osiągnięcia danego celu, komunikowanie adresowane do aktorów politycznych przez społeczeństwo i media oraz komunikowanie o podmiotach politycznych (McNair 1998: 25). Trzonem takiego ujęcia jest traktowanie mediów jako jednego z podmiotów komunikacyjnych<sup>2</sup>. Daje to możliwość analizowania mediów jako aktywnego kreatora zawartości przekazu politycznego, który ma swoje określone interesy i cele. Jednakowoż na uwagę krytyczną zasługuje charakteryzowanie komunikacji jako celowej. Wyklucza to niejako zaistnienie politycznego komunikatu bez uprzedniej intencji nadawcy. W rzeczywistości komunikacyjnej zaś występują sytuacje, kiedy informacje zamierzenie niepolityczne przekształcają się, w zależności od kontekstu i niezależnie od woli nadawcy, w komunikat *sensu stricto* polityczny. Bowiern dyskurs na poziomie opinii publicznej czy mediów może przybrać walory polityczne niezależnie od zamiarów podmiotów go tworzących.

Ważną koncepcję komunikacji politycznej wysunęli Robert E. Denton i Gary C. Woodward (1998: 10-11). Opierając się na wcześniejszych propozycjach teoretycznych innych badaczy<sup>3</sup>, stwierdzili, że wszystkie dotychczasowe definicje kładły nacisk na zawartość, celowość i strukturalność wzajemnych relacji między podmiotami komunikacji. Podkreślając ich wartość, zaproponowali traktowanie komunikacji politycznej jako dyskusji na temat alokacji zasobów społecznych, władzy oficjalnej, sankcji i społecznych znaczeń. Z takiego konstruktury wynika jasno, że najważniejsze dla dyskursu politycznego i komunikacji są zasoby i ich kontrola. Zwraca to uwagę na szczególnie znaczenie medialnej i politycznej własności jako czynników aktywnie kształtujących przekazy i strukturę mediów masowych. Jednocześnie podmioty komunikacji są drugorzędne i wtórne wobec powyższych elementów. W takim rozumieniu komunikacja będzie głównie wymianą przekazów między grupami posiadającymi władzę lub własność. Tym samym maleje znaczenie masowego odbiorcy jako podmiotu najmniej ekonomicznie znaczącego. Zawęża to grono twórców treści i formy przekazu jedynie do – najogólniej ujmując – polityki i mediów. W pewien sposób wyklucza to możliwość wytworzenia się komunikacyjnego sprzężenia zwrotnego, które pozwoliłoby renegocjować i redefiniować komunikaty polityczne i wpływać na politykę i media jako systemy.

<sup>2</sup> Jednym z pierwszych teoretyków komunikacji, który media masowe pojmował w kategorii podmiotu komunikacji, a nie tylko przekaznika, był Marshall McLuhan (1964, polskie wydanie 2004). Jego słynna formuła *the medium is the message* postulowała analizę mediów samych w sobie, a nie ze względu na zawierany przez nie przekaz.

<sup>3</sup> Np. na podejściu Dana Nimmo i Davida L. Swansona (1990), którzy podobnie jak McNair zwracali szczególną uwagę na planowość, instrumentalizację i strategię komunikacji.

Jednym z najbardziej pojemnych stanowisk dotyczących badanego zagadnienia jest z pewnością podejście Jaya G. Blumlera i Michaela Gurevitcha (1995). Traktują oni komunikację polityczną jako system, w którym wyróżniają trzy składniki. Pierwszy to instytucje polityczne w aspekcie komunikacyjnym. Drugi opiera się na mediach politycznych w aspekcie politycznym. Trzeci to publiczność i jej stosunek do komunikowania politycznego (1995: 12). Za podstawowe podmioty autorzy uznali organizacje polityczne i medialne, podkreślając jednocześnie rolę obywateli w tworzeniu przekazu politycznego. Mimo to główny ciężar komunikacji spoczywa na dwóch instytucjonalnych podmiotach, których współpracę należy rozpatrywać w kategoriach relacji sił. Podejście Blumlera i Gurevitcha zasługuje na szczególną uwagę ze względu na próbę połączenia wcześniejszych koncepcji w szerszą perspektywę analityczną, z jednoczesnym wskazaniem na znaczenie podmiotów jako ważnych elementów systemu, samego procesu i powiązań systemowych. Jest ono zatem użyteczne z punktu widzenia niniejszego artykułu. Autorzy jasno określają pozycje nadrzędne mediów i polityki względem odbiorców, niemniej zwracają uwagę na ich ważną rolę w prawidłowym funkcjonowaniu systemu – komunikacji politycznej. Pojemność tej koncepcji teoretycznej wydaje się właściwym punktem wyjścia do dalszych analiz modeli relacji mediów i polityki.

## Media-polityka

O ile z wielu aspektów podejmowanych w definicjach komunikacji politycznej można nakreślić ramy całego procesu, to ostateczne wyznaczenie form relacji, jakie następują między mediami a polityką, nastęrcza trudności. Wydaje się, że na taki stan rzeczy ma wpływ swoista interdyscyplinarność owych relacji. Przy czym ani modele polityczne, ani metody badawcze nauki o komunikowaniu nie podejmują dostatecznie politycznej roli mediów masowych. Warto również nakreślić, jak rozumiane są media i polityka w kontekście pytania o ich wzajemne oddziaływanie. Z punktu widzenia tego artykułu, co podkreślono wcześniej, należy je traktować jako podmioty komunikacji politycznej. Zatem będą to swoiste systemy<sup>4</sup>, znajdujące się w dynamicznym procesie ciągłej zmiany strukturalnej i funkcjonalnej. Tu nasuwa się kolejna trudność – dynamika procesu – która powoduje, że jasne określenie ram w trakcie ich wyznaczania może stać się nieaktualne. Podsumowując można

<sup>4</sup> Choć zamiennie można stosować określenia *subsystem*, jako równoważnego. Jednak w celu ujednoczenia terminologii będzie tu stosowany termin *system*. Za przykład może posłużyć podejście Luhmannowskie, które analizują Marek Graszewicz i Maurcy Graszewicz (2007). Niklas Luhmann w swej teorii traktuje media i politykę jako dwa funkcjonalne systemy społeczne, które istnieją obok innych. Przy czym media mają tu miejsce nadrzędne, wynikające z roli głównego przekazywacza komunikatu politycznego. Polityka zaś, traktowana jako system, bez mediów nie może funkcjonować.

stwierdzić, że polityka w tym kontekście to nie tyle definicyjne ujęcie dziedziny życia społecznego<sup>5</sup>, ile raczej zwrócenie uwagi na jej podstawowych aktorów (polityków, partie czy rządy), którzy występują tu przede wszystkim jako podmioty komunikacji politycznej. Na poziomie makro zaś politykę można traktować jako proces polityczny, państwo czy nawet demokrację *sensu stricto*. Idąc dalej tym tokiem myślowym, media masowe to podmiot komunikacji, który w tych relacjach przesuwając się częstokroć do centrum procesu, staje się nadrzędnym w stosunku do polityki. Natomiast błędne byłoby traktowanie obu systemów antagonistycznie. Taki stosunek musiałby opierać się na założeniu, że media tak jak polityka są w znacznym stopniu homogeniczne. Media zaś nie funkcjonują jednakowo, a swe role pełnią w zależności od szerszego kontekstu społecznego, politycznego i ekonomicznego (Schulz 2006: 17). Ponadto wzajemne podobieństwo pojedynczych elementów obu przeciwnych systemów może być większe aniżeli we własnym obrębie. Dzieje się tak, kiedy organizacja medialna wykazuje silne powiązania z podmiotem sceny politycznej. Zjawisko to określa się mianem paralelizmu partyjno-medialnego (szerzej w: Seymour-Ure 1974), zaś jego egzemplifikacją jest faktyczne upolitycznienie medium. Owocuje to prezentacją przez dane medium na forum publicznym poglądów politycznych owej organizacji politycznej.

Mimo to w większości koncepcji teoretycznych to media masowe pełnią rolę nadrzędną w komunikacji politycznej. Wspominany już McNair pisał, że media pełnią w procesie politycznym rolę centralną „w przekazywaniu i interpretowaniu obiektywnych wydarzeń w sferze politycznej oraz ułatwianiu subiektywnego ich postrzegania w szerszej sferze publicznej” (1998: 33). Jak widać, również na poziomie systemowym środki masowego przekazu dokonały zaadaptowania polityki. Stały się tym samym głównym źródłem wiedzy i informacji politycznej, co umożliwiła im wpływanie na jej kształt.

Podobną pozycję mediów za punkt wyjścia w swojej analizie obiera Winfried Schulz, który traktuje je w trojaki sposób:

1. Media masowe – obok partii politycznych i grup interesów – uchodzą za „system mediacyjny”, który odzwierciedla i artykułuje względnie podejmuje i agreguje potrzeby i żądania poszczególnych obywateli, a następnie przekształca je w *input* politycznych procesów decyzyjnych [...]
2. Media masowe uchodzą za aktorów posiadających własne interesy i żądania polityczne oraz wspierających system w charakterystyczny [dla siebie] sposób [...] Przy czym zamiary mediów mogą albo odpowiadać, albo przeciwstawiać się żądaniom partycypacji ze strony obywateli [...]
3. Media masowe uchodzą za narzędzie służące mobilizowaniu obywateli, mogące promować wspieranie systemu politycznego, rządu, poszczególnych partii politycznych, stowarzyszeń oraz grup interesów (2006: 129-130).

<sup>5</sup> Przytoczyć można chociażby definicję Marka Chmaja i Marka Żmigrodzkiego (1998: 20), którzy mianem polityki określają „zespół działań podjętych przez ośrodek decyzyjny, zmierzających do osiągnięcia zamierzonych celów za pomocą odpowiednio dobranych środków”.

Z powyższego jasno wynika, że media masowe pełnią dodatkowo rolę swoistego akceleratora dążeń społecznych, które mogą w odpowiedni sposób modelować. W ten sposób uzyskują *de facto* możliwość wpływania na system polityczny.

Na koniec zasadna wydaje się próba syntetycznego podsumowania, jaką formę mogą przybierać wzajemne relacje mediów i polityki. W celu klaryfikacji pomocne będzie pogrupowanie relacji w określone zestawienia:

1. Pierwsze z nich stanowią relacje media–polityk, jako podmiot komunikacji i składowa systemu. Tu możemy wyróżnić dwa modele stosunków między politykami a *de facto* dziennikarzami. Model adwersarzy, gdzie media pojmują polityków jako przeciwników, których działania powinni śledzić. Zakłada się tym samym, że politycy będą coś próbowali przed mediami ukryć. Model wymiany zaś określa relacje jako wymianę społeczną. Z jednej strony media potrzebują informacji ze świata polityki, a z drugiej politycy dzięki takim informacjom w ogóle funkcjonują w społeczeństwie (Blumler, Gurevitch 1995: 27-30). Takie ujęcie relacji to niewątpliwie uproszczenie, które każe traktować modele w sposób czysty. W rzeczywistości obie formy są ze sobą wymieszane, tworząc amalgamat. Ponadto zasadne wydaje się twierdzenie, że media są w stanie prawidłowo funkcjonować bez wiadomości otrzymywanych ze strony polityków. Druga strona bez mediów traci niemal całkowicie szanse na medialne, a co za tym idzie, znaczące polityczne funkcjonowanie.

Modele te wykluczają jednak możliwość uzależnienia dziennikarzy od aktorów politycznych. Często wszakże owa zależność ma miejsce. W dalszej części zostanie ona opisana w ramach modelu ideologii dominującej. Niemniej jednak należy zwrócić uwagę na powiązania dziennikarzy, szczególnie w trakcie kampanii wyborczych, ze sztabami kandydatów (Street 2006: 129-133). Partie i politycy wywierają naciski na dziennikarzy, ci z kolei są w pewnym stopniu uzależnieni od płynących ze strony kandydatów informacji. W tym ujęciu najistotniejsze wydaje się sterowanie reporterskimi materiałami przez specjalistów od marketingu politycznego i *public relations*.

2. Drugi stopień relacji to media–partia. Choć jest on w rzeczywistości analogiczny do poprzedniego, to Hans Mathias Kepplinger (2003: 83) wskazuje na jeszcze większy stopień zależności partii od mediów. Píše, co podkreślono powyżej, że „[...] środki przekazu rzadko wspominają o małych partiach, które nie są reprezentowane w ciałach ustawodawczych, nawet w czasie kampanii wyborczych”. Ponadto media często znajdują się w posiadaniu informacji, które otrzymały bez wiedzy partii. Co wskazuje na dużo większe możliwości *researchu* dziennikarskiego, który obejmuje inne źródła informacji politycznej. Skądinąd to partie częściowo są odpowiedzialne za taki obraz relacji. Poprzez przyjęcie odpowiedniego stylu prowadzenia polityki, a szczególnie kampanii wyborczych w mediach elektronicznych, partie odeszły od tradycyjnej formy kampanii bezpośrednich. Zwiększyły tym samym dystans wobec społeczeństwa (Hallin, Mancini 2007: 288).



3. Ostatnią z nich będzie relacja mediów na poziomie państwa i demokracji. Ten poziom jest niejako podsumowujący dla całych dotychczasowych rozważań. Jak podkreśla Bogusława Dobek-Ostrowska (2003: 15-18), na tym szczeblu dominują dwa przeciwstawne podejścia, które autorka określa mianem liberalnego i radykalnego:
- a. W ujęciu liberalnym media masowe to rodzaj wertykalnego kanału komunikacji między społeczeństwem a rządem, który ma za zadanie wpływać na rządzących artykułując żądania obywateli. Praktyka dziennikarska jest zorientowana na obiektywizm i profesjonalizm mediów. Jako najważniejsze wskazuje bezinteresowność i umiejętność oddzielenia informacji od komentarza oraz dopuszczenia do debaty wszystkich stron konfliktu. Koncepcja ta zakłada ponadto wolnorynkową formę działalności mediów, co jest gwarantem niezależności od podmiotów politycznych. Owocuje to jednak stopniową utratą politycznej kontroli nad nadawcami. Ta zaś winna mieć szczególne znaczenie w systemie, gdzie sfera publiczna jest tożsama z polityczną.
  - b. Podlega to zdecydowanej krytyce podejścia radykalnego, gdzie środki masowego przekazu zajmują centralną pozycję w systemie politycznym. Tym samym media są kanałami przekazu nie tylko wertykalnego, ale także horyzontalnego i diagonalnego. Tu pozycja dziennikarza jest nadrzędna względem polityki i odwołuje się do dziennikarstwa śledczego, tropiącego sensacje i afery. Koreluje to w rzeczywistości z zaprezentowanym uprzednio modelem adwersarzy. Ponadto wolny rynek mediów prowadzi do powstania uprzywilejowanej grupy właścicieli, która poprzez swe wpływy może promować interesy klasy dominującej.

Zaprezentowany podział można określić mianem próby stworzenia uniwersalnego modelu relacji mediów i demokracji w skali makro. Niemniej jednak jest ona niewystarczająca, a to ze względu na próbę połączenia w jedno kilku wcześniejszych stanowisk teoretycznych z ich bardziej szczegółowymi założeniami, o których w powyższych modelach się nie wspomina. Już samo przedstawianie mediów jako obiektywnego i profesjonalnego kanału przekazu nie odpowiada obserwowanym praktykom mediów masowych. Jeśli bowiem media polityczne są „obiektywne”, to nie mogą dokonywać jakichkolwiek zniekształceń zastanej politycznej rzeczywistości. Media jednak nie tylko zniekształcają ową „rzeczywistość”, one ją kreują, produkując polityczną rzeczywistość medialną. Nie ma bowiem poza mediami polityki, którą obserwujemy. Po wtóre, jeśli wszystkie media masowe „obiektywnie” opisywałyby politykę, to jak walczyłyby jako wolnorynkowi gracze o potencjalnych widzów? Zakładając „obiektywizm”, zakładamy niejako jednakowość treści medialnej. Media w swej praktyce rynkowej segmentują rynek odbiorców i tworzą przekaz odpowiednio dopasowany do grupy docelowej. Przekaz ten jest głównym narzędziem zdobywania rynku.

Również podejście radykalne, choć znacznie lepiej oddaje praktykę funkcjonowania mediów i polityki, zakłada zbyt duży determinizm względem mediów.

Choć media faktycznie przesunęły się do centrum relacji, to marginalizowanie roli polityki napotyka opór w zderzeniu z analizą konkretnych przypadków. Choćby wówczas, gdy media masowe są jedynie biernym kanałem politycznej treści w trakcie kampanii wyborczych. Stają się wówczas media jedynie narzędziem marketingu politycznego.

## Modele relacji

Na podstawie powyższych egzemplifikacji twierdzenie o dużej niejasności typologicznej i definicyjnej relacji media–polityka uzyskuje confirmację. Mimo prób charakterystyki, czym w tych związkach są media masowe i jak rozumieć trzeba politykę, na plan pierwszy wysuwa się obraz niejednolitego, skomplikowanego zjawiska. Dlatego najważniejsza wydaje się arbitralna operacjonalizacja i kategoryzacja, która pozwoli owym relacjom przybrać odpowiednie ramy teoretyczne. Podobne rozróżnienia obecne są w literaturze przedmiotu, jak to zaproponowane przez Tomasza Goban-Klasę (2001: 159), określające relacje te mianem doktryn medialnych. Za Fredem S. Siebertem, Theodorem Petersonem i Wilburem Schrammem (1956) wyróżnił on doktrynę autorytarną, liberalną, komunistyczną i odpowiedzialności społecznej. Choć autorzy skupili się na prasie jako głównym obiekcie analiz, to ich modele są dyskutowane i wykorzystywane do dziś. Najlepsze zaś wydaje się ogólne rozróżnienie dokonane przez Andrew Heywooda (2006: 257), który spośród wielu teorii wyróżnia cztery ujęcia: dominującej ideologii, pluralistyczne, rynkowe i wartości elitarnych. Zaproponowana typologia znajduje najpełniejsze odzwierciedlenie w literaturze politologicznej i dotyczącej komunikacji masowej, choć często kryje się pod różnymi aparatami pojęciowymi. Zastosowanie takiej kategoryzacji pozwoli określić względnie przejrzyste ramy klasyfikacyjne relacji media masowe–polityka.

### Model ideologii dominującej

Model ideologii dominującej jest jednym z najszerzej omówionych w literaturze przedmiotu, a jego początków należy szukać w marksistowskim podejściu do komunikacji politycznej. Z tej perspektywy akt komunikacji politycznej nie odbiega od innych wzorców relacji społecznych, które oparte są na modelu baza–nadbudowa. Grupa posiadająca aktualnie władzę musi kontrolować swoje interesy klasowe, a media są podstawowym narzędziem tej kontroli. Rola mediów sprowadza się zasadniczo do pokazywania określonych poglądów i wartości w kategoriach uniwersalnych, tak aby korespondowały z przekonaniami zwykłych ludzi, jako najważniejsze i racjonalne opinie o świecie. Klasa panująca sprawuje kontrolę nad wszystkimi instytucjami medialnymi, państwowymi i prywatnymi (Marks, Engels 1961). To właśnie ideologia odgrywa najważniejszą rolę, bowiem poprzez nią klasy posiadające mogą głosić idee dominujące w danej epoce. W podejściu klasycznym należy zwrócić uwagę na duży

nacisk położony na ekonomikę mediów masowych. Baza bowiem staje się tu punktem centralnym analizy relacji media–polityka. Taki determinizm w nieunikniony sposób prowadzi do pominięcia i niedoceniaenia roli nadbudowy.

Jej rolę dostrzegł inny filozof marksistowski, Louis Althusser, który dostrzegł pewną niezależność nadbudowy względem bazy. Stwierdził, że stosunki społeczne niezbędne do podtrzymania kapitalistycznego typu produkcji są utrzymywane przez ideologiczne instytucje państwowe, w tym media masowe. Analiza mediów zaproponowana przez Althussera miała przede wszystkim ukazać, jak rządzący legitymizują poglądy i idee poprzez media. Jednym z głównych punktów jego ujęcia zdawał się indywidualizm. Traktowany jako najważniejszy element przekazu mediów masowych, powodujący niejako rozbijanie więzów społecznych (ludzie nie traktują siebie jako członków grupy) i sprzyjający kapitalizmowi. Jednak za najważniejszą w teorii Althussera należy uważać koncepcję interpelacji, czyli przywoływania. Według tej teorii media masowe przywołują odbiorców i w ten sposób kreują u nich określone stanowiska względem tego, co konsumują (Taylor, Willis 2006: 33). Odbiorcy traktowani są jako jednostki, które poprzez swój indywidualizm błędnie rozumieją sytuację, w której się znajdują. Nie są bowiem twórcami ideologii, a jedynie jej podlegają. Stąd istotna rola mediów, które poprzez przekaz skierowany do tak rozumianych jednostek transmitują określony, uprzednio przygotowany, światopogląd. Jednostki zaś sądzą, że same ów pogląd wykreowały, nie widząc, jak bardzo są manipulowane przez klasy posiadające. W powyższej wizji można łatwo zaobserwować rolę, jaką mediom przypisywali klasycy koncepcji marksistowskiej. Traktowali je głównie jako narzędzie służące grupom uprzywilejowanym w kontrolowaniu potrzeb społecznych.

Ponadto pierwsze koncepcje ideologii dominującej największą rolę w akcie komunikacji politycznej jednoznacznie przypisują klasom posiadającym. W korespondencji z takim ujęciem tematu jest również podejście Antonio Gramsciego, nazywane hegemonicznym. Gramsci sugerował, że media propagują idee burżuazyjne i kapitalistyczne, chcąc w ten sposób osiągnąć całkowitą dominację wartości określonej klasy. Głównym narzędziem mediów w takiej promocji jest przedstawianie owej grupy jako najlepszej do reprezentacji interesów całego społeczeństwa. Poprzez medialną dystrybucję i społeczną redystrybucję swoich idei klasa rządząca włada poprzez swoje przyzwolenie innych klas, nie zaś przez przymus (Taylor, Willis 2006: 34). Na podstawie teorii Gramsciego można wnioskować, że to klasy niższe zgadzają się na sprawowanie kontroli przez grupy posiadające. Dzięki odpowiedniej dystrybucji idei następuje renegocjacja społecznego porządku, która wciąż sprzyja posiadającym. Zatem same teksty medialne nie są jedynie środkiem narzucania danych idei. Ważniejsze w tym punkcie są z pewnością instytucje medialne, które stają się kreatorem przekazu.

Wpływ przytoczonych powyżej klasycznych ujęć odegrał niebagatelną rolę we współczesnej koncepcji ideologii dominującej, szczególnie w teorii amerykańskiej. Za jej najbardziej wpływowych przedstawicieli uważa się Noama Chomsky'ego

i Edwarda Hermana. W swojej pracy *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (1988) opisali oni model nazwany propagandowym, w którym wyróżnili pięć filtrów, przez które wiadomości i relacje polityczne są zniekształcane w ramach struktury medialnej. W nawiązaniu do wyżej wymienionych teorii autorzy twierdzili, że media masowe charakteryzuje instytucjonalna stronniczość, dzięki której poglądy elit posiadających mogą być popularyzowane. Taka popularyzacja odbywa się ich zdaniem poprzez propagandowe kampanie (kampanie dominującej ideologii). Niemniej jednak Chomsky i Herman ujęli w swoim modelu możliwość zaistnienia wewnątrzsystemowej dyskusji, sporu, a nawet sprzeciwu. Pod warunkiem jednak zachowania podstawowych zasad funkcjonowania systemu, zatem dalszego utwierdzania niepodważalnych poglądów elit.

Najistotniejsza w ich teorii była enumeracja owych filtrów, które pokazują, jak w modelu propagandowym powstają wiadomości polityczne (Herman, Chomsky 1988: 3-31).

1. Pierwszy obejmuje postawę rynkową korporacji medialnych, ze szczególnym uwzględnieniem wielkości kapitału finansowego potrzebnego do prowadzenia głównych tytułów medialnych, zapewniania władzy i dobrobytu właścicielom oraz koncentracji na rynku. Co więcej, serwisy informacyjne zwykle multiplikują i podtrzymują stanowisko elit politycznych, medialnych i biznesowych, które pozostają ze sobą w bliskich i zażyłych relacjach. O kolejności materiałów i ich objętości decydują właściciele mediów i poszczególne rządy. Dodatkowo na formę tego filtra wpływają same organizacje medialne, których najważniejszym zadaniem jest uzyskanie jak największego zysku ekonomicznego.
2. Drugi filtr pokazuje, jak na produkowane i przedstawiane wiadomości oddziałują reklamy i reklamodawcy. Herman i Chomsky uważali, że to właśnie zlecniodawcy reklam mają najważniejszy wpływ na przetrwanie i dobrobyt mediów masowych. To dzięki ich finansowaniu media komercyjne mogą funkcjonować prawidłowo. Celem zaś zarówno reklamodawców, jak i mediów masowych jest dotarcie do jak najszerszej liczby potencjalnych klientów. Zatem oba te podmioty będą pomijały nadawców o małym zasięgu, głoszących niepopularne poglądy, które mogą podważać idee zakupów i konsumpcji.
3. Trzecim filtrem jest zależność mediów masowych od źródeł eksperckich. Zdaniem autorów wzrastająca zależność od danych politycznych czy ekonomicznych pochodzących ze źródła rządowego jest korzystna dla dziennikarzy i mediów. Dzięki ich szerokiej dostępności media mają aktualne, twarde dane, co czyni relacje medialne znacznie bardziej wiarygodnymi. Dodatkowo ów dostęp ułatwia pracę dziennikarzom, a to przekłada się na relatywną szybkość i łatwość tworzenia ram materiału informacyjnego. Takie działania znajdują odbicie w medialnej rzeczywistości, która odzwierciedla jedynie rzeczywistość promowaną przez rząd i koncerny medialne, utrudniając tym samym możliwość medialnego zaistnienia niezależnych ekspertów czy analiz.

4. Czwarty filtr dotyczy zależności mediów od *flaks*, czyli negatywnych reakcji na publikacje medialne. Przy czym owe skargi mogą być przedstawiane zarówno przez osoby prywatne, publiczne, jak i całe instytucje polityczne z rządem i sztabami kampanijnymi na czele. Ich skutek zaś dla medium może okazać się dotkliwy finansowo. Skargi bowiem mogą znajdować swój finał w postaci odpowiedniego prawodawstwa. Co uniemożliwia mediom prowadzenie swojej właściwej działalności, rzutuje również na współpracę z reklamodawcami.
5. Piąty filtr to ideologia antykomunistyczna, która staje się elementem kontroli politycznej. Herman i Chomsky używają tego pojęcia jako szerokiego *corralu*, w obrębie którego władza może zakwalifikować wszystko, co jest niezgodne z medialnie utwierdzonym poglądem elit. Zatem wszelki radykalizm i odchylenie względem linii prezentowanej przez rząd i koncerty medialne staje się natychmiast przedsięwzięciem antysystemowym, piętnowanym przez media. Owocuje to kreowaniem jasnego i spolaryzowanego podziału w przedstawianej rzeczywistości medialnej na dobro (w domyśle dobre dla systemu, obywateli i państwa) i zło (zaprzeczenie i zagrożenie dla systemu medialnego i politycznego).

Finalnym produktem takiej filtracji jest wiadomość, news publikowany na antenach mediów masowych, a zatem sprzedawany prawie całemu społeczeństwu, które w rzeczywistości nie może mu się przeciwstawić, bowiem takich postaw jest skutecznie oduczane. Takie ujęcie jest jednak nadto uogólniające. Bowiem prosystemowe media masowe różnią się w procesach produkcji i selekcji tematów, szczególnie politycznych. Herman i Chomsky sądzą, że jest to zjawisko wpisujące się w teorię propagandy. Media czynią tak celowo, aby stworzyć pozory pluralizmu poglądów. Różnice te są wciąż zgodne z szeroko rozumianym poglądem elit. Idee zaś opozycyjne wobec linii elit nigdy nie będą miały dostępu do mediów masowych sterowanych przez koncerty medialne i rządy.

Wydaje się, że teoria zaproponowana przez amerykańskich klasyków zdecydowanie upraszcza relacje mass mediów i polityki. Za podstawową słabość modelu propagandowego należy uznać nadmiernie zaakcentowany determinizm ekonomiczny organizacji medialnych. Można sądzić, że autorzy traktują media jako swoiste, niemal tajemne organizacje, których głównym zadaniem jest kreowanie nieistniejącego porządku, propagowanie interesów elit politycznych i ekonomicznych. Choć faktycznie element ekonomii mediów masowych ma znaczący wpływ na tworzenie wiadomości politycznych, to jednak autorzy niewystarczająco podejmują kwestie działań poszczególnych dziennikarzy i rolę ich osobistych przekonań i poglądów. Za kolejny słaby punkt systemu propagandowego, choć wynikający oczywiście z założeń metodologicznych badań, należy uznać wąską możliwość odniesienia do innych porządków medialnych niż amerykański. Jeśli podejmiemy się analizy relacji mediów i polityki na gruncie polskim, szybko okaże się, że filtry drugi, czwarty i piąty nie znajdują zastosowania w kreacji wiadomości politycznych. Nie ma bowiem podstaw, aby sądzić, że reklamodawcy wpływają pośrednio lub bezpośrednio

na produkcję wiadomości politycznych (za wyjątkiem reklam politycznych, ale tu zastosowanie ma odmienny mechanizm wpływów). Ponadto koncerny medialne zdają się odporne na siłę rodzimych „gromów”, a i same skargi są zwykle nie dość skuteczne (pomijając nieliczne wyjątki), aby wyrzucić znaczny wpływ na kształt politycznych wiadomości. Wreszcie ideologia antykomunistyczna w kraju, gdzie media publiczne przez szereg lat pozostawały pod pośrednim zwierzchnictwem organizacji wywodzących się z systemu komunistycznego, zdaje się nie mieć dużego oparcia w rzeczywistości politycznej i medialnej. Faktem jest, że po zmianie rządów w 2005 roku media publiczne starały się, i niekiedy nadal to robią, dokonywać jaskrawego podziału piętnującego wszystko, co jest związane z poprzednim systemem władzy. Jednak w porównaniu z amerykańską rzeczywistością zimnowojennej propagandy i walki politycznej to jedynie ułamek wykorzystania tego filtra. Co więcej, filtr ten nie znajduje również zastosowania w aktualnej rzeczywistości politycznej USA. Zapewne dlatego autorzy w reedycji książki z 1994 roku zastąpili go niekwestionowaną wiarą w korzyści konkurencji rynkowej i kapitalizmu konsumpcyjnego. Choć równie dobrym substytutem jest podział obserwowany w USA od zamachów na WTC, kiedy to rząd i media masowe piętnowały wszelkie postawy sprzeciwu wobec polityki gabinetu, określając je mianem *unpatriotic* i *unamerican*.

Jednocześnie warto podkreślić, że badania przeprowadzone przez amerykańskich autorów pozwoliły na zebranie znacznej ilości ważnych danych, dotyczących funkcjonowania amerykańskiego systemu medialnego. Szczególnie w analizie rynku medialnego USA, która wskazała najważniejsze trendy koncentracji kapitału i konwergencji medialnej. Ich podejście cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem, a jego echa można obserwować w najnowszych amerykańskich publikacjach. Można jednak wnioskować, że model w zaproponowanym pierwotnie kształcie nie da się przełożyć na relacje mediów i polityki występujące obecnie w amerykańskim dyskursie.

### Model pluralistyczny

Model pluralistyczny jest równie popularny w literaturze przedmiotu, co zaprezentowany w poprzednim punkcie model ideologii dominującej. Często jest opisywany w podobnych kategoriach, co model liberalny (wolnorynkowy) scharakteryzowany w kolejnym punkcie. Jednak w opozycji do poprzedniego ujęcia media masowe traktowane są tu jako pozytywny aktor relacji ze światem zewnętrznym. Media spełniają tu głównie dwojaką rolę. Po pierwsze, są przekąźnikiem informacji, swoistym pośrednikiem między światem polityki i odbiorcami. Głównym punktem takiego założenia jest wiara w obiektywizm relacji dziennikarskich i chęć odzwierciedlenia politycznej rzeczywistości bez wpływania na nią. Już w tym momencie winna nasuwać się konstatacja, że taki stan „czystego” przekazywania informacji jest w mediach niemal nieosiągalny. Media bowiem już w trakcie zbierania informacji dokonują

subiektywnego wyboru najważniejszych z nich, całkowicie pomijając inne. Zatem pierwsza funkcja mediów jako przekaznika informacji zdaje się prawidłowa jedynie wówczas, kiedy nie poddamy analizie tematu owej transmisji. Również wartość mediów traktowanych jako przekaznik jest istotna jedynie, jeśli będzie się je analizować jako szeroko dostępne dla różnych grup społecznych. Co można wyraźnie zaobserwować w przypadku Internetu, którego względna łatwość obsługi i małe koszty eksploatacji powodują wzmocnienie pluralizmu i politycznej rywalizacji. To z kolei dało znacznie większe możliwości komunikacyjne grupom politycznym dotąd pomijanym przez pozostałe media. Jednakże wciąż pod znakiem zapytania pozostaje skuteczność komunikacji poprzez Internet, szczególnie w kontekście dotarcia do jak najszerszych grup odbiorców.

Po drugie, media masowe spełniają rolę gwaranta procedur demokratycznych i pierwszego nadzorca władzy. Możemy tu zatem mówić o mediach jako czwartym stanie czy sprawowaniu roli *watchdoga*. Media masowe dzięki przekazywaniu aktualnych informacji biorą aktywny udział w kształtowaniu opinii publicznej. Ta z kolei umożliwia racjonalną kontrolę działań władzy. Stąd wywodzi się przekonanie o mediach jako czwartym stanie<sup>6</sup>, który udostępnia społeczeństwu wiedzę z zakresu funkcjonowania państwa, stwarzając jednocześnie przestrzeń dla rozwijania wolnego rynku idei (Allan 2006: 52). Również w przypadku traktowania mediów jako *watchdoga*, stróża, który dokładnie analizuje wszelkie posunięcia władzy i polityków, model pluralistyczny opiera się na przekonaniu o niezbędnej wolności prasy. Media zatem odgrywają dużą rolę w utrzymywaniu równowagi politycznej i demokracji. Ponadto ów pluralizm odnosi się do wewnętrznej struktury mediów, gdzie dziennikarze, właściciele, szefowie redakcji mają często odmienne poglądy (Allan 2006: 53).

Jeśli jednak przyjmujemy, że media masowe w modelu pluralistycznym prowadzą dialog wewnątrz organizacji, to jednocześnie należy założyć, że już na tym poziomie może dochodzić do konfliktów. Mogą one z kolei prowadzić do promocji jedynie określonej idei, pomijając inną. W efekcie czego stanowisko dziennikarza może być podważone przez zwierzchnika, a dana sprawa pominięta lub celowo zaakcentowana. Ponadto, traktując media jako czwarty stan czy stróża władzy, trzeba zadać pytanie, czy takie dziennikarstwo jest od polityki niezależne. Wydaje się, że taki idealistyczny model mediów w relacji z polityką jest niemal nieosiągalny na szerszą skalę. Związki dziennikarzy ze światem polityki są coraz silniejsze i niekiedy granica między sprawowaniem funkcji kontrolnych a uzależnieniem od polityków jest niewidoczna. Szczególnie w przypadkach, kiedy znajomości przedstawicieli obu analizowanych sfer są więcej niż zawodowe. W tym miejscu należy zgodzić się z Robertem McChesneyem (1997: 9), który pisze, że dziennikarstwo nigdy nie będzie

<sup>6</sup> Błędne jest tłumaczenie angielskiego *forth estate* jako „czwarta władza”. Bowiem media masowe nie są władzą *sensu stricto*. Oryginalne zaś angielskojęzyczne sformułowanie odnosiło się do roli mediów jako kolejnego obok duchowieństwa, arystokracji i mieszczaństwa stanu.

całkowicie niezależnym przedsięwzięciem. Wymaga bowiem wsparcia instytucjonalnego i różnorodnych subsydiów. Ponadto w tworzenie wiadomości zaangażowany jest szereg osób ingerujących w proces decyzyjny, począwszy od dziennikarzy, przez wydawców, po tych, którzy ich zatrudniają. Podsumowaniem może być podział obowiązków w redakcji telewizyjnej zaprezentowany przez Andrew Boyda (2006: 189). Należy zwrócić uwagę na mnogość potencjalnych ogniw przekształceń informacji. W skład *input* prezentowany autor włącza:

- redaktora materiałów przychodzących (*input editor*);
- redaktorów działów spraw krajowych i zagranicznych (*home/foreign editor*);
- reporterów i korespondentów;
- operatorów kamer i ekipy techniczne;
- redaktorów przydzielających materiały;
- koordynatorów działań (*operations organizer*).

Do redakcyjnego *output* zaś zalicza:

- redaktorów/producentów programów;
- spikerów, prezenterów, gospodarzy programów;
- dziennikarzy/osoby piszące materiały;
- archiwistów materiałów filmowych;
- ekipę studia nadawczego;
- ekipę techniczną.

### Model rynkowy

Główną osią modelu rynkowego jest pojęcie wolnej konkurencji, w ramach której funkcjonują koncerny medialne. Ich głównym zadaniem jest zdobycie jak największych udziałów w rynku i maksymalizacja zysków. W tym celu media starają się dotrzeć ze swoim przekazem do jak najszerzej liczby potencjalnych odbiorców, co powinno przełożyć się na wymierne korzyści finansowe. Jeśli zatem media są jedynie wolnorynkowym graczem, to ich polityczne funkcje pełnią rolę drugoplanową. Nadawcy bowiem nie zaryzykują jakichkolwiek prób ingerencji w świat polityki, gdyż mogłoby to zniechęcić do odbiorców, dzięki którym funkcjonują. Również sam komunikat polityczny przekazywany przez koncerny medialne jest jedynie odtworzeniem panującego porządku, nie zaś próbą kreacji nowej medialnej rzeczywistości.

Jeśli jednak przyjąć taką perspektywę modelu relacji mediów i polityki, należy zastanowić się, jaką rolę w modelu wolnorynkowym odgrywa ów drugi podmiot. Traktowanie nadawców i polityków jako elementy zupełnie na siebie nieoddziałujące zdaje się nadmiernym uproszczeniem, nawet w rywalizacji na wolnym rynku mediów. Skoro media masowe osiągają jak największą oglądalność, to jaki ma to wpływ na politykę? Wydaje się, że odpowiedzi należy szukać w zjawisku komercjalizacji polityki. Źródła komercjalizacji mediów i polityki leżą z pewnością w powstaniu



elektronicznych mediów prywatnych, które odciągnęły publiczność od nadawców publicznych (Hallin, Mancini 2007: 281). Konsekwencje takiej komercjalizacji to przede wszystkim przybliżanie systemów medialnych do modelu rynkowego oraz zmiany w społecznej funkcji dziennikarstwa. Zawód ten staje się głównie źródłem rozrywki i informacji, które można zaoferować masowej publiczności (Hallin, Mancini 2007: 283). Również w procesie komunikowania politycznego rola komercjalizacji staje się coraz większa. Media dzięki swoim możliwościom technicznym są w stanie dotrzeć do coraz szerszej publiczności. Są przez to atrakcyjną formą prezentacji informacji politycznej. Aktorzy polityczni muszą z kolei dostosować swoją działalność do różnorodnych przekazów medialnych. Za pomocą mediów, stosunkowo małymi kosztami, mogą dotrzeć do masowej publiczności. Znajduje to odzwierciedlenie w tendencjach amerykańskich dyskursu politycznego oraz w znacznej personalizacji medialnego obrazu polityki. Analogiczna korzyść z komercjalizacji płynie do mediów. Te stają się nie tylko biernym przekazywaczem wizerunków i idei politycznych, ale wywierają na nie znaczący wpływ. Już przez samo dostosowanie się aktorów politycznych do wymagań gry medialnej nadawcy mogą kształtować odbiór wizerunku polityka czy partii. Ponadto media starają się sprostać wymaganiom masowej publiczności, pokazując świat polityki zniekształcony, promując głównie rozrywkę, skandale i konflikty polityczne.

Przyjmując założenia modelu rynkowego, należy jeszcze raz podkreślić, że jego pierwotne traktowanie relacji mediów i polityki w sposób niejako czysty jest błędem. Co więcej, założenie, że owe relacje są transparentne ze względu na wolnorynkowy charakter mediów, przynosi zupełnie odmienne konstatacje. To właśnie rywalizacja na wolnym rynku doprowadza do wzajemnych ingerencji w treść politycznego komunikatu. Przy czym należy zaznaczyć, że rolę nadrzędną w tych relacjach trzeba jednoznacznie przypisać nadawcom.

### Model wartości elitarnych

W ostatnim z analizowanych modeli najważniejszym punktem jest samo dziennikarstwo. Traktowane tu jako element w dużej mierze niezależny od czynników zewnętrznych i podlegający kontroli środowiskowej. Dziennikarze jako osoby formujące materiały są grupą społeczną niezależną zawodowo, a jedyny wpływ na formę przekazu mają tylko oni. Mimo że w modelu tym dostrzega się wpływy aktorów politycznych i koncernów medialnych, to mają one relatywnie mały udział w kształtowaniu porządku dnia, ram materiału czy poszczególnych wiadomości. Ponadto dziennikarze cieszą się zaufaniem społecznym, a dzięki posiadanej wiedzy są najlepszym źródłem wiedzy politycznej. Już w tym momencie widoczna jest analogia z modelem pluralistycznym, gdzie media pełnią rolę stróża władzy. Dziennikarze poprzez swoją pozycję społeczną są niejako predestynowani do definiowania rzeczywistości. Dzieje się tak głównie przez postrzeganie ich jako najlepiej poinformowanych, najbliższych

źródłem wiedzy, najlepiej pozycjonowanym w Beckerowskiej „hierarchii wiarygodności” (Allan 2006: 68).

Jednakże, aby w pełni pokazać założenia modelu wartości elitarnych, trzeba odpowiedzieć na pytanie, czym owe wartości są. Zatem: jakie wartości posiadają dziennikarze, które predestynują tę grupę społeczną do tworzenia najlepszych i obiektywnych informacji politycznych? Niepodważalny wydaje się argument o dużym poziomie wiedzy dotyczącej świata polityki. Dziennikarze, śledząc codziennie poczynania aktorów politycznych, poznają doskonale procesy rywalizacji politycznej, rządzenia krajem oraz orientują się w zakulisowych grach politycznych. Z drugiej jednak strony: czy dziennikarz tworzący materiał polityczny może pozostać zupełnie niezależny wobec przedmiotu analizy, jak przedstawiono powyżej? Ponadto jaką rolę odgrywają osobiste przekonania dziennikarzy i ich przełożonych w procesie tworzenia wiadomości?

W celu odpowiedzenia na te pytania zasadne wydaje się odwołanie do przeprowadzonych badań empirycznych, z których najważniejsze to te Blumlera z 1969 oraz Thomasa Pattersona i Wolfganga Donsbacha (1996). Pierwsze z nich opierały się na obserwacjach i wywiadach, których celem była analiza wpływów widocznych w postawach producentów medialnych. W wyniku analizy Blumler wywnioskował, że „bezsronny łowca wiadomości to raczej mit niż rzeczywistość, niezależnie od tego, co na ten temat mówią sami reporterzy” (Taylor, Willis 2006: 133). Na kształt relacji ogromny wpływ miały czynniki organizacyjne panujące wewnątrz redakcji, szczególnie relacje producentów z przedstawicielami partii.

Nieco inne założenie przyswiecało badaniom Pattersona i Donsbacha, którzy starali się przedstawić orientacje polityczne dziennikarzy. Ich międzynarodowe badania wykazały, że dziennikarze sytuują swoją orientację polityczną nieco na lewo od centrum. Ponadto orientacje dziennikarzy są również lewicowe względem linii reprezentowanego przez nich medium i nastawienia odbiorców tegoż medium. Następnie autorzy udowodnili, że wpływ na proces produkcji wiadomości mają właśnie preferencje polityczne dziennikarzy. Nadmienić należy, że badania te nie dotyczyły polskiego systemu medialnego, dlatego przekładanie ich na nasze warunki wymaga pewnych uwag i modyfikacji. Z pewnością powinny one dotyczyć poglądów politycznych dziennikarzy. Jednakże główna teza badań wydaje się niezmienna, niezależnie od tego, czy system medialny jest w pełni ukształtowany, czy jest w fazie rozwoju i dopiero osiąga odpowiednie ramy interpretacyjne.

Choć w założeniach teoretycznych model wartości elitarnych wydaje się funkcjonować poprawnie, to w praktyce widoczne są nieścisłości. Przytoczone badania doskonale obrazują, jak poszczególni dziennikarze i stosunki panujące w redakcjach wpływają na kształtowanie politycznej rzeczywistości. Dodatkowo wymieniana w modelu niezależność od zwierzchników i aktorów politycznych zdaje się nie znajdować odzwierciedlenia w rzeczywistości. Nie zmienia to jednak faktu, że dziennikarze wciąż postrzegani są jako najlepiej poinformowani o procesach politycznych oraz obdarzani są dużym społecznym zaufaniem.

## Podsumowanie

Podsumowując, należy zwrócić jeszcze raz uwagę, że przedstawione tu cztery normalatywne modele są pewnego rodzaju typami idealnymi, a dokonana analiza pozwala podważać ich niekiedy fundamentalne założenia. Mimo to zaprezentowanie ich pozwala zrozumieć, jak skomplikowane mogą być relacje mediów i polityki. Wszakże chęć opisanie ich w formie holistycznych modeli nie znajduje odzwierciedlenia w rzeczywistości. Analiza poszczególnych części składowych daje jednak swego rodzaju podstawę do dalszych badań nad istotą relacji mediów masowych i polityki.

Bowiem z powyższego jednoznacznie wynika, że niezależnie od zastosowanego modelu w relacjach dochodzi do dominacji jednego systemu nad drugim. Po drugie, to media masowe w sposób mniej lub bardziej oczywisty dokonują zniekształcenia politycznej rzeczywistości. Mówiąc precyzyjniej, media nie tyle zniekształcają polityczną rzeczywistość, ile ją kształtują i przekazują rzeczywistość medialną polityki. Zwykle nie wiemy, jaki pozamedialny obraz ma polityka. To dzięki mediom podejmujemy najważniejsze polityczne decyzje i wyrabiamy opinie na temat rywalizacji na rynku politycznym. Wreszcie na koniec: proces produkcji wiadomości politycznej jest wypadkową wielu elementów, z których każdy może potencjalnie wpływać na kształt prezentowanej informacji politycznej. Stąd również wynika silna pozycja mediów i przesuwanie się ich do centrum procesu politycznego.

## Literatura

- Allan S. (2006), *Kultura newsów*, przeł. A. Sokołowska, Kraków.
- Blumler J.G., Gurevitch M. (1995), *The Crisis of Public Communication*, London.
- Boyd A. (2006), *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych*, przeł. A. Sadza, Kraków.
- Chmaj M., Żmigrodzki M. (1998), *Wprowadzenie do teorii polityki*, Lublin.
- Denton R.E., Woodward G.C. (1998), *Political Communication in America*, London.
- Dobek-Ostrowska B. (2003), *Miejsce i rola mediów masowych w systemach demokratycznych*, [w:] B. Dobek-Ostrowska (red.), *Media masowe w systemach demokratycznych: teoretyczne problemy i praktyczny wymiar komunikowania politycznego*, Wrocław.
- Graszewicz Marek (2007), *Media a polityka. System i praktyka*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Czwarta władza w IV RP?*, Warszawa.
- Graszewicz Maurycy (2007), *Rola mediów w systemie komunikowania politycznego. Ujęcie konstruktywistyczno-systemowe*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Czwarta władza w IV RP?*, Warszawa.
- Goban-Klas T. (2001), *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa–Kraków.

- Hallin D., Mancini P. (2007), *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, przekł. M. Lorek, Kraków.
- Herman E.S., Chomsky N. (1988), *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*, New York.
- Heywood A. (2006), *Politologia*, przekł. B. Maliszewska et al., Warszawa.
- Kepplinger H.M. (2007), *Demontaż polityki w społeczeństwie informacyjnym*, przekł. A. Kozuch, Kraków.
- Lasswell H.D. (1948), *The Structure and Function of Communication in Society*, London.
- Lippmann W. (1922), *Public Opinion*, New York.
- Marks K., Engels F. (1961), *Ideologia niemiecka*, [w:] K. Marks, F. Engels, *Dzieła*, t. 3, Warszawa.
- McChesney R.W. (1997), *Corporate Media and the Threat to Democracy*, New York.
- McLuhan M. (2004), *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, przekł. N. Szczucka, Warszawa.
- McNair B. (1998), *Wprowadzenie do komunikowania politycznego*, przekł. D. Piontek, Poznań.
- McQuail D. (2007), *Teoria komunikowania masowego*, przekł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa.
- Petterson T.E., Donsbach W. (1996), *News Decisions: Journalists as Partisan Actors*, „Political Communication”, 13, s. 455-468.
- Schulz W. (2006), *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*, przekł. A. Kozuch, Kraków.
- Seymour-Ure C. (1974), *The Political Impact of Mass Media*, London.
- Siebert F.S., Peterson T., Schramm W. (1956), *Four Theories of the Press*, Urbana.
- Street J. (2006), *Mass media, polityka, demokracja.*, przekł. T.D. Lubański, Kraków.
- Swanson D.L., Nimmo D. (1990), *New Directions in Political Communication*, London.
- Taylor L., Willis A. (2006), *Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy*, przekł. M. Król, Kraków.



Marek Sokołowski

---

# Barwy tęczowego sztandaru. Problematyka homoseksualizmu w polskich mediach. Rekonesans badawczy

## 1. Ustalenia terminologiczne

Sfera ludzkiej seksualności jest punktem, w którym spotykają się ze sobą natura i kultura. Zgodnie z medycznymi definicjami homoseksualizm jest to osiąganie satysfakcji seksualnej poprzez kontakt z partnerami tej samej płci<sup>1</sup>. Nazwa terminu jest zbitką grecko-łacińską i oznacza: *homós* (gr.) – równy i *sexualis* (łac.) – płciowy<sup>2</sup>.

Seksuolog Kazimierz Imieliński podaje, iż homoseksualizm (*inversio sexualis, homofilia, homoerotyzm, perversio in obiecto, urningtum, aequisexualismus*) jest to popęd seksualny skierowany ku osobie tej samej płci, powtarzająca się jawna aktywność seksualna z osobą tej samej płci. Znaczące jest odczuwanie homoerotycznej motywacji, kierunku uczuć, a nie rodzaj praktyk seksualnych, które nie muszą być zgodne z preferencjami seksualnymi<sup>3</sup>.

Z prowadzonych badań w tym zakresie wynika, że powszechność homoseksualizmu w populacji wynosi od 2 do 6%. Trudność sprawiało jednak zmierzenie społecznego rozpowszechnienia doświadczeń homoseksualnych, okolicznościowych zachowań tego typu, prób zaspokojenia ciekawości<sup>4</sup>. Pierwszą próbę tego typu badań podjął amerykański seksuolog Alfred Charles Kinsey, konstruując tzw. skalę natężenia homo- i heteroseksualizmu i publikując w latach pięćdziesiątych XX wieku przełomowy raport, dotyczący zachowań seksualnych Amerykanów.

---

<sup>1</sup> Z. Lew-Starowicz, *Seks nietypowy*, Warszawa 1988, s. 69.

<sup>2</sup> K. Boczkowski, *Homoseksualizm*, Kraków 2003, s. 30.

<sup>3</sup> K. Imieliński, *Seksiatria [2]*, Warszawa 1990, s. 57.

<sup>4</sup> J.O.G. Billy, K. Tanfer, W.R. Grady, D.H. Klepinger, *The Sexual Behavior of Men in the United States*, „Family Planning Perspectives”, 1993, 25, s. 52-60.

W celu określenia kontaktów jednopłciowych używano szeregu nazw. Zachowania homoseksualne między mężczyznami nazywano uranizmem (od boga Uranosa, ojca bogów i tytanów) bądź pederastią (od greckiego *paiderastia* – miłość do chłopców), jak również sodomią (termin pochodzi od nazwy biblijnego miasta Sodoma, którego mieszkańcy zostali ukarani za niemoralne zachowanie według przyjętej przez Kościół katolicki interpretacji Starego Testamentu). Kontakty homoseksualne między kobietami określano jako safizm (od imienia greckiej poetki Safony) lub trybadyzm (od greckiego *tribein* – ocierać się).

Michael Foucault w *Historii seksualności* zwraca uwagę, iż słowo „homoseksualizm” stało się definicją grupy wykraczającą poza element aktywności seksualnej. Homoseksualiści uważani są potocznie za osoby charakteryzujące się specyficznym sposobem bycia, osobowością oraz charakterem, skonstruowanym na zasadzie przeciwieństwa do heteroseksualistów<sup>5</sup>.

W języku codziennym i oficjalnym, określając homoseksualnego mężczyznę, używa się słowa „gej”, pochodzącego od angielskiego *gay*, czyli „wesoły”. Zostało ono użyte po raz pierwszy w tym charakterze w latach sześćdziesiątych XX wieku w USA, w trakcie zgromadzeń organizacji walczących o równouprawnienie osób homoseksualnych. Kobiętę o skłonnościach homoseksualnych nazywa się lesbijką od nazwy wyspy Lesbos, ojczyzny Safony. Przedstawione określenia mają charakter neutralny, w odróżnieniu od typowo pejoratywnych, występujących w języku polskim, takich jak np. „pedał”, „pedzio” czy też „ciepły chłopiec”, dla kobiet zaś – „lesba”.

Wśród przyczyn homoseksualizmu w medyczno-biologicznych teoriach wyróżnia się wpływ męskich hormonów działających na ośrodki mózgowy w okresie życia płodowego lub uwarunkowania genetyczne sprzyjające rozwojowi tendencji homoseksualnej.

W teorii psychoanalitycznej, szukając przyczyn homoseksualizmu, wskazuje się na brak ojca, dużą więź emocjonalną z matką, lęk przed kobietami, zatrzymanie rozwoju psychoseksualnego w bardzo wczesnej fazie (fiksacja), które to czynniki są przyczynami homoseksualnej orientacji płciowej. Teoria uwiedzenia zaś dowodzi, iż przyczyną homoseksualizmu miały być kontakt z homoseksualistą w czasie rozwoju psychoseksualnego danej osoby. Zaznacza się w niej, że im młodszy wiek osoby, tym silniejszy pozostaje u niej komponent homoseksualny.

Teoria psychospołeczna zakłada, że na rozwój orientacji homoseksualnej mają wpływ uwarunkowania rodzinne, czyli: nieświadome uwodzicielskie zachowania rodziców, relacje rodzinne, które mogą wzbudzić lęk przed zachowaniami heteroseksualnymi, feminizacja chłopców, maskulinizacja psychiczna dziewcząt<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> M. Foucault, *Historia seksualności*, przeł. B. Banasiak, T. Komendant, K. Matuszewski, Warszawa 2000, s. 86.

<sup>6</sup> S. Dulko, M. Lew-Starowicz, Z. Lew-Starowicz, *Homoseksualizm*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana (red.), *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna*, Kraków 2005, s. 42.

W medycynie homoseksualizm przez długi czas, gdyż aż do połowy XX wieku, traktowany był jako choroba. Przełomowy stał się rok 1973, kiedy to Amerykańskie Towarzystwo Psychiatryczne (APA) wykreśliło homoseksualizm z listy zaburzeń psychicznych, gdyż uznało, że „homoseksualizm jako taki nie powoduje osłabienia zdolności osądu, stabilności, poczucia odpowiedzialności, zdolności do wykonywania zawodu”. W 1987 r. zapis o homoseksualizmie zniknął z Europejskiej Oficjalnej Klasyfikacji Zaburzeń Psychiczych, natomiast Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) usunęła homoseksualizm z listy chorób w Międzynarodowej Klasyfikacji Chorób i Zaburzeń w 1991 r.<sup>7</sup>

## 2. Kulturowe egzemplifikacje

Zachowania homoseksualne występują najprawdopodobniej we wszystkich społeczeństwach. Niektórzy badacze dzielą je na trzy typy. Podział według wieku (kontakty starszych mężczyzn z młodszymi; występujący m.in. w społecznościach afrykańskich, w których przedstawiciele elity wybierali „chłopców-żony”), podział według płci kulturowej (jeden z partnerów odgrywa rolę męską, a drugi, tej samej płci, rolę żeńską; występujący w rejonie śródziemnomorskim oraz wśród Indian, w postaci „berdache”, czyli mężczyzny dobrowolnie rezygnującego ze swojej męskiej roli i zajmującego się kobiecymi czynnościami) oraz ostatni model związków, oparty na partnerstwie (występujący w społeczeństwach zindustrializowanych)<sup>8</sup>.

Wpływ na ludzką seksualność – w ocenie Kazimierza Imielińskiego – miał całokształt przemian, jakie dokonywały się w poszczególnych kulturach i epokach historycznych. Rozwój lub społeczne ograniczenie obyczajowości seksualnej zależał od czynników takich jak: rozwój nauki, zwłaszcza w dziedzinie seksuologii, rozwój społeczeństw ze zróżnicowaniem pozycji społecznych kobiet i mężczyzn, wybór nadrzędnych, podstawowych wartości przez poszczególne społeczeństwa, a także rodzaj religii posiadającej status panującej w danym okresie historycznym w społeczeństwie oraz społeczne ustosunkowanie się do niektórych zachowań seksualnych (afirmacja lub odrzucenie i pogarda)<sup>9</sup>.

W każdym społeczeństwie istnieje oczekiwany czy też pożądaný model zróżnicowanych płciowo zachowań. To wymagane zachowanie, zwane rolą płciową, w dużej mierze zależy od norm społecznych. Nierzadko zdarza się, że presja społeczna w tej

<sup>7</sup> M. Nowacka, *Sytuacja prawna osób homoseksualnych a regulacja związków partnerskich na tle prawnoporównawczym*, Toruń 2004, s. 20.

<sup>8</sup> G. Kubica, *Homoseksualizm w antropologii społeczno-kulturowej*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana (red.), op. cit., s. 78.

<sup>9</sup> K. Imieliński, *Kulturowe aspekty seksualności*, [w:] J. Imieliński (red.), *Seksuologia kulturowa*, Warszawa 1984, s. 120.



kwestii przybiera formę seksizmu, czyli faworyzowania lub dyskryminowania ludzi ze względu na płeć w wielu obszarach codziennego życia społeczeństw<sup>10</sup>.

Przekształcenia w obrębie zbiorowości homoseksualnej (od nieoficjalnych spotkań towarzyskich przez niejawne stowarzyszenia do powstania społecznych ruchów homoseksualnych i ich zaistnienia w przestrzeni publicznej) miały na celu zmianę znaczeń społecznych od zrozumienia homoseksualizmu jako nietypowego zachowania społecznego do rozumienia słowa „gej” jako odrębnego systemu kulturowego.

Współcześnie, co jest swoistym znakiem czasu, homoseksualiści w sposób jawny, częstokroć z wykorzystaniem nowoczesnych metod planowania biznesowego, marketingu i PR, dążą do odrębności kulturowej przez tworzenie nie tylko własnych klubów czy dyskotek, ale również sztuki, literatury, języka (slangu), instytucji społecznych, takich jak kościoły, biura podróży, media, które byłyby identyfikowane ze społecznością homoseksualną.

Homoseksualna kultura wiąże się z procesem kreowania tożsamości społecznej lesbijek i gejów. Proces ten można scharakteryzować jako „przejście od procesu identyfikacji negatywnej do pozytywnej”. Początkiem tego procesu dla wielu homoseksualistów jest „[...] uświadomienie sobie własnej orientacji homoseksualnej, które stawało się źródłem poczucia wyobcowania, nieprzystosowania oraz braku możliwości identyfikowania się z kimkolwiek”.

Tożsamość społeczna łączy się ze świadomością odrębności członków swojej grupy od członków innej. Opierając się na wypowiedziach samych homoseksualistów, można zauważyć, iż nie tylko podkreślają swoją odrębność od heteroseksualistów, ale wskazują na swoją społeczną wrażliwość, dbałość o estetykę i talent artystyczny<sup>11</sup>.

W problematyce homoseksualizmu poruszany jest również problem kształtowania się tożsamości homoseksualnej. Jednym z modeli jest powstawanie owej tożsamości w połączeniu z posiadaniem adekwatnego konstruktów, którego podstawą są wzorce obowiązujące w danym środowisku. Model ten obejmuje następujące fazy kształtowania się tożsamości homoseksualnej:

1. zidentyfikowanie się jako osoba homoseksualna;
2. przypisanie znaczenia tej identyfikacji;
3. ujawnienie się społeczeństwu<sup>12</sup>.

Jacek Kochanowski tożsamość homoseksualistów analizował z perspektywy teorii dewiacji i teorii *queer*. W początkach społecznych badań nad dewiacjami tożsamości tożsamość homoseksualna była traktowana na równi z tożsamością dewiacyjną,

<sup>10</sup> Na ten temat zob. np. A. Zwoliński, *Seksualność w relacjach społecznych*, Kraków 2006, s. 132.

<sup>11</sup> D. Majka-Rostek, *Homoseksualizm, kulturowe egzemplifikacje*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana, (red.), op. cit., s. 63-65.

<sup>12</sup> A. Długołęcka, *Kształtowanie się tożsamości homoseksualnej*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana (red.), op. cit., s. 87.

powstała w wyniku przekroczenia norm społecznych w sferze zachowań seksualnych. W tej teorii decydujące jest założenie heteronormatywizmu, czyli przekonania, że heteroseksualizm jest jedynym, normalnym oraz powszechnym zachowaniem. Tożsamość dewianta cechuje poczucie wstydu, lęku i chęci ukrycia. Wraz z pojawieniem się studiów lesbijsko-gejowskich pojawiła się koncepcja, iż wspólna tożsamość nie jest wynikiem samego bycia homoseksualistą, lecz wynika z kontekstu kulturowego, podobnych przeżyć (lęk przed przemocą, ukrywanie się) i emocji, towarzyszących świadomości „bycia innym”<sup>13</sup>.

### 3. Filmowe portrety homoseksualistów

Homoseksualizm jako temat pojawiał się w produkcjach filmowych realizowanych w wielu światowych kinematografiach. Jednakże obraz homoseksualistów w filmach był jednoznacznie negatywny, psychologicznie płaski, oni sami zaś przedstawiani byli jako zdziwaczalne jednostki, które warto piętnować społecznie, stygmatyzować i skutecznie izolować. Przełomowy w tym zakresie okazał się głośny film *Filadelfia* z roku 1993 w reżyserii Jonathana Demmę'a, będący nie tylko produktem czysto artystycznym, ale również faktem, który warto analizować w kategoriach kulturowo-socjologicznych<sup>14</sup>.

Pomysł na scenariusz filmu dostarczyło życie. W 1990 roku amerykańska prasa opisywała historię trzydziestoosmioletniego prawnika homoseksualisty, który mimo wysokich umiejętności zawodowych usunięty został z firmy adwokackiej, gdyż poinformował przełożonych, że jest chory na AIDS.

Scenarzysta *Filadelfii*, Ron Nyswaner, nie krył faktu, iż czuł się przytłoczony odpowiedzialnością za ostateczny kształt filmu. „Ten film ma dla mnie szczególne znaczenie. Ze względów zawodowych, jako swego rodzaju artystyczno-obyczajowy przełom, i z powodów osobistych, bo sam jestem gejem i wystąpiłem niejako we własnej sprawie. Zachowanie profesjonalnego dystansu było niezwykle trudne. Co pewien czas stwierdzałem, że zamiast o widzu myślę o samym sobie, że chcę leczyć własne rany, a to byłoby katastrofą dla filmu”<sup>15</sup>.

Jak zaznaczył scenarzysta, największym problemem było skonstruowanie postaci głównego bohatera i sam sposób przedstawienia homoseksualnego związku. Zadanie to wymagało wyjątkowej delikatności i rozważności, a sam Nyswaner chciał „uczłowieczyć” postacię gejów i tym samym zniszczyć czarny stereotyp homoseksualisty jako

<sup>13</sup> J. Kochanowski, *Fantazmat zróżnicowany: socjologiczne studium przemian tożsamości gejów*, Kraków 2004, s. 60.

<sup>14</sup> Na ten temat zob. M. Sokołowski, *Artes moriendi. „Filadelfia” Jonathana Demmę'a – filmowa story o śmierci*, [w:] M. Sokołowski, *Kultura – media – komunikacja wiary. Wybrane problemy aksjologii w społeczeństwie informacyjnym*, Olsztyn 2007.

<sup>15</sup> Cyt. za: „Film” 1994, 4, s. 46-47.

niebezpiecznego, odrażającego dewianta albo kogoś, kto z prowokacyjnym upodobaniem przekracza święte granice natury. Jednocześnie starał się, by film adresowany do tak zwanej normalnej widowni był wiarygodny w oczach „mniejszościowej” publiczności, która niecierpliwie i z dużą dozą nieufności czekała na premierę, zwłaszcza że organizacje gejowskie w USA zarzucały poprzedniemu filmowi Demme’a, *Milczeniu owiec* (1991), obrazę homoseksualistów.

Tomasz Raczek w dyskusji z Zygmuntem Kałużyńskim, odnosząc się do roli głównego bohatera *Filadelfii*, jaką stworzył na ekranie Tom Hanks (otrzymując za nią nagrodę Amerykańskiej Akademii Filmowej – Oscara), stwierdził:

Przypadła mu do zagrania rola jednego z pierwszych, a na pewno pierwszego tak spopularyzowanego bohatera-homoseksualisty, który wygląda i zachowuje się jak normalny człowiek. Hollywood posiada wieloletnią tradycję przedstawiania gejów jako zniewieściałych dziwadeł, które w najlepszym razie budzą sympatię swoją obyczajową egzotyką albo rubaszną wesołość – dziwnymi strojami, miękkimi ruchami i kobiecymi upodobaniami. Zawsze były to postacie rodzajowe, czasem nawet tragiczne, jak rola Williama Hurta w filmie *Pocątnek kobiety pająka*, były to jednak typy „odmieńców”. Tymczasem Tom Hanks zagrał geja, który zachowuje się i wygląda normalnie, jak każdy przeciętny człowiek. Jego życie, jego rodzina (jaką tworzy ze swoim przyjacielem) pozbawione są obyczajowej sensacyjności. W Hollywood obowiązywało dotąd przekonanie, że role gejów są wyjątkowo niebezpieczne dla kariery. Co prawda już ponad stu aktorów zdecydowało się na zagranie takiej roli (byli wśród nich nawet Marlon Brando i Robert Redford), ale żadnemu z nich nie dodało to sławy, zaś wielu z nich zламаło karierę, jeśli nie na całe życie, to na wiele lat. Tak więc każda decyzja o zagranie homoseksualisty jest dla dobrego aktora hollywoodzkiego wielkim ryzykiem. Tom Hanks to ryzyko podjął i wygrał podwójnie: odniósł sukces i być może zmienił stereotyp geja w kinie amerykańskim<sup>16</sup>.

To, co było tylko przypuszczeniem ze strony polskiego krytyka filmowego, stało się nową rzeczywistością obyczajową, zauważalną w kolejnych produkcjach filmowych. Co prawda nie ziściły się przypuszczenia Marii Kornatowskiej<sup>17</sup>, która na fali sukcesu filmu przewidywała całą serię podobnych utworów o środowisku homoseksualnym, gdyż z perspektywy lat, jakie upłynęły od premiery *Filadelfii*, stwierdzić można, iż było to błędne założenie. Z wydarzeń artystycznych warty odnotowania należy wspomnieć o zdobywcy trzech Oscarów – w tym za najlepszą reżyserię dla Anga Lee – wyprodukowanym w USA w 2005 roku obrazie *Tajemnica Brokeback Mountain*, nazywanym gejowskim westernem, po którym również nie należy spodziewać się kolejnej fali filmów o podobnej tematyce. Społeczność gejowska – już bez stereotypizacji – pojawiać się zapewne będzie w światowym kinie w różnych kontekstach społeczno-kulturowych, ale już bez zbędnego demonizowania czy też wyszydzania jej odmienności, ukazywanej w różnym oświetleniu i perspektywie poznawczej.

<sup>16</sup> T. Raczek, *Cała ta panika!* Rozmawiają Zygmunt Kałużyński i Tomasz Raczek, „Wprost” 1994, 19, s. 78-79.

<sup>17</sup> M. Kornatowska, *Wiecznie żywy socrealizm*, „Kino” 1994, 5, s. 20-21.

## 4. Media wobec homoseksualizmu

Wyłom w murze, zapoczątkowany przez *Filadelfię* w 1993 roku, spowodował nowe spojrzenie na problematykę homoseksualizmu pokazywaną w mediach. Jak zauważył Michael Herzfeld: „Powinniśmy mieć świadomość, że zwłaszcza medium filmowe – podobnie jak wcześniej beletrystyka – jest źródłem cennych informacji o tym, w jaki sposób ludzie zbiorowo definiują swoją tożsamość”<sup>18</sup>.

Na Zachodzie, głównie w USA, powstało sporo opracowań poświęconych analizie przedstawiania mniejszości seksualnych w mediach. Literaturoznawca i filmoznawca John R. Leo twierdzi, że problem homoseksualizmu w amerykańskich filmach zostaje „utowarowiony”, jest powiązany ze stereotypizacją i strategiami docierania do określonych grup odbiorców, co zostało spowodowane zaostrażającą się konkurencją oraz walką o widza w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku, zmuszającą producentów do poszukiwania nowych tematów, które mogłyby zainteresować odbiorców<sup>19</sup>. Historyk Steven Tropiano opisuje 300 telewizyjnych epizodów, w których pojawiły się wątki homoseksualne. Zarazem twierdzi, że w tekstach kultury powstałych w USA w drugiej połowie XX wieku i na początku obecnego stulecia dominują stereotypowe obrazy homoseksualizmu, deprecjonujące mniejszości seksualne, ale z drugiej strony widoczne jest coraz bardziej nowe podejście, wyczułone na problem homofobii i AIDS<sup>20</sup>.

Jak owa problematyka zauważalna jest w polskich mediach? Krzysztof Arcimowicz, analizując ów temat na przykładzie polskich seriali telewizyjnych, stwierdza, iż przed 1989 rokiem problem homoseksualizmu był w Polsce tematem tabu, jednakże odzyskana wolność wypowiedzi zaowocowała pojawieniem się w naszym kraju opracowań naukowych, publikacji popularno-naukowych, prasy gejowskiej, filmów dokumentalnych i fabularnych, przedstawiających życie i problemy homoseksualistów<sup>21</sup>.

Pomimo że o homoseksualizmie dyskutuje się sporo, nadal większość Polaków wyraża silną obawę przed ludźmi o odmiennej od typowej orientacji seksualnej i nie chce uznać ich za równoprawnych członków społeczeństwa. Osoby o orientacji homoseksualnej, funkcjonujące w sferze publicznej, obawiają się ujawnienia swego homoseksualizmu, chociaż są już wyjątki, jak wypowiedzi aktora Jacka Poniedziałka, krytyka filmowego Tomasza Raczka, jednak na razie nie znaleźli oni dalszych naśladowców.

<sup>18</sup> M. Herzfeld, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, przeł. M.M. Piechaczek, Kraków 2004, s. 404.

<sup>19</sup> J.R. Leo, *Reprezentacja gejów w amerykańskim melodramacie telewizyjnym lat osiemdziesiątych*, [w:] E. Ostrowska (red.), *Gender – Film – Media*, Kraków 2001, s. 101-123.

<sup>20</sup> S. Tropiano, *Prime Time Closet. A History of Gays and Lesbians on TV*, New York 2002.

<sup>21</sup> K. Arcimowicz, *Homoseksualizm jako „towa” czy „oswajanie” z gejem – wątki homoseksualne w polskich serialach telewizyjnych*, [w:] M. Sokołowski (red.), *(Kon)teksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje*, t. 1, Olsztyn 2007, s. 173-183.

W polskich serialach K. Arcimowicz odnalazł kilku bohaterów homoseksualnych, którzy w większości nie są postaciami pierwszoplanowymi, ale stanowią postacie dosyć znaczące. Wyjątek stanowił tu Mikołaj Mellado (w tej roli Robert Janowski) w serialu *Na dobre i na złe*, który w pierwszych odcinkach był bohaterem pierwszoplanowym. Grał trzydziestokilkuletniego muzyka, którego ostatnia płyta odnosi duży sukces. Wydawało się, że jego związek z narzeczoną Zosią był relacją partnerską, jednak były to tylko pozory, gdyż mężczyzna ukrywał przed kobietą swoją prawdziwą tożsamość seksualną, miał bowiem romans z architektem Danielem (w tej roli Jacek Borcuch).

Postacie homoseksualistów pojawiły się w serialu *M jak miłość*, gdzie telewizywnie mogli śledzić losy Grzegorza Górskiego (w tej roli Jacek Probosz), przedsiębiorcy odnoszącego sukcesy w branży kosmetycznej. W analizowanych serialach twórcy konstruowali akcję w taki sposób, że postacie homoseksualne pojawiły się w kilku lub kilkunastu odcinkach, po czym zniknęły. Z inną sytuacją mieliśmy do czynienia w serialu *Magda M.*, w którym bohater homoseksualny, Sebastian Lewicki (grany przez Bartłomieja Świderskiego), występował w większości odcinków. Serialowy Sebastian i Magda to para ekranowych przyjaciół, zaś ich stosunki to przykład specyficznych relacji damsko-męskich, gdyż tak naprawdę oboje poszukują partnerów, dzięki którym ich życie nabrałoby nowego wymiaru. W ocenie badacza serial *Magda M.* przełamywał stereotyp geja jako nieszczęśliwego, cierpiącego mężczyzny, jednakże widzowie długo musieli się domyślać, że przyjaciel Magdy jest homoseksualistą, gdyż w języku bohaterów serialu nie wypowiedziano określeń „gej” ani też „homoseksualista”, co świadczyło o dużej ostrożności obyczajowej twórców serialu.

Czy w obliczu coraz większej popularności problematyki homoseksualnej w polskich mediach zwiększył się zatem poziom tolerancji wobec osób o tego typu orientacji? Jak wynika z przeprowadzonych badań na ten temat, wciąż mamy do czynienia z powielaniem przez media stereotypów na temat homoseksualistów i chęcią szukania sensacji kosztem odmienności gejów i lesbijek<sup>22</sup>. Badania przeprowadzono na próbie liczącej 95 osób, badana populacja składała się ze studentów pierwszych lat wydziałów: Biologii oraz Nauk Technicznych Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Populacja badana składała się z 68 kobiet oraz 27 mężczyzn, w wieku od 18 do 21 lat.

Osobistą znajomość z osobą homoseksualną deklarowało 19% respondentów, 39% badanych przypuszczało, że zna takie osoby, ale nie ma co do tego pewności. Prawie tyle samo studentów (40%) deklarowało, iż nie zna żadnej osoby homoseksualnej, a 2% odpowiedziało, że nie interesuje ich orientacja seksualna poznawanych osób.

Interesujące dane uzyskano na temat tego, w którym z mediów respondenci najczęściej spotykali się z tematyką homoseksualizmu. Największy procent wskazań

<sup>22</sup> B. Idźkowski, *Rola mediów w procesie wzrostu tolerancji wobec osób o orientacji homoseksualnej*, Olsztyn 2008 (praca niepublikowana).

uzyskała telewizja (50,5%), drugi pod tym względem okazał się Internet (22,2%), reklamę wybrało 12,6% ankietowanych, prasę 10,5%, najmniej zaś respondentów wskazało radio (4,2%).

W dyskusjach toczonych w Polsce przez część polityków prawicy dosyć często pojawiał się istotny zarzut, iż media promują homoseksualizm. W opinii przebadanych studentów 51,6% wskazało odpowiedź negatywną na tak postawione pytanie, 34,7% uważa zaś, że media nadmiernie promują homoseksualizm, brak zdania na ten temat ma 13,7% badanych. Zarazem aż 60% uznało, że obraz homoseksualistów kreowany przez krajowe media jest wysoce negatywny, 28% było odmiennego zdania, a 12% uznało ów sposób ujęcia problematyki w relacjach medialnych za ambiwalentny. Jak wynika z przeprowadzonych badań pilotażowych na ten temat – z jednej strony media, w tym głównie telewizja, mogą powodować wzrost w poziomie tolerancji, z drugiej natomiast stereotypowe i nacechowane homofobią informacje, jak te podawane w Radiu Maryja, mogą nawet zmniejszyć poziom tolerancji osób, które wcześniej postrzegały siebie jako wysoce tolerancyjne. Kolejny raz okazało się, iż to, w jaki sposób geje i lesbijki będą przez media prezentowani, rzutuje na poglądy ich odbiorców. Wzrost poziomu tolerancji zawdzięczają studenci stacji TVN oraz Internetowi, utrudniają zaś ów proces media publiczne oraz katolickie. Czy wciąż zatem temat gejów i lesbijek to obiekt żartów albo też taniej sensacji, w typie lansowanym przez tabloidy? Kolejne badania na temat homofobicznego lub też tolerancyjnego ustosunkowania wobec mniejszości seksualnej w przekazach medialnych były próbą wyjaśnienia owej wciąż drażliwej społecznie kwestii.

W zrealizowanych badaniach wykorzystano narzędzia badawcze, za które uchodzą powyższe kryteria, według których analizowano ustosunkowanie danego przekazu medialnego względem homoseksualizmu<sup>23</sup>.

Przyjęto, iż pozytywny stosunek do homoseksualizmu będzie wyrażał się przez:

- wyrażenie poparcia dla jawnej manifestacji homoseksualnej tożsamości;
- podważenie stereotypu homoseksualności;
- akceptację konieczności równouprawnienia mniejszości seksualnych;
- przeciwstawienie się dyskryminacji oraz innym formom znieważenia homoseksualistów;
- zaprezentowanie stanowiska autorytetu akceptującego homoseksualizm.

Homofobiczny stosunek do mniejszości homoseksualnej będzie wyrażał się przez:

- prezentowanie treści jawnie wrogich homoseksualistom;
- budowanie wizerunku homoseksualisty na podstawie stereotypu;
- przedstawienie homoseksualizmu jako choroby, zaburzenia, patologii;
- łączenie homoseksualizmu z pedofilią;
- operowanie inwektywami lub próba ośmieszenia homoseksualistów;

<sup>23</sup> J. Maciejewska, *Homoseksualizm w mediach. Od homofobii do tolerancji*, Olsztyn 2008 (praca niepublikowana).

- przedstawienie homoseksualizmu jako zagrożenia dla chrześcijańskich wartości;
- odmawianie homoseksualistom prawa do publicznego okazywania tożsamości homoseksualnej;
- popieranie różnych form znieważania homoseksualistów;
- wykorzystywanie stanowiska autorytetu potępiającego homoseksualizm.

Techniką doboru próby był dobór celowy (wybór odpowiednich przekazów medialnych) oraz wielostopniowy wybór przekazów medialnych poruszających tematykę homoseksualizmu. W analizie dzienników było to ostatnich dziesięć artykułów poruszających tematykę homoseksualizmu, w przypadku tygodnika zaś były to cztery ostatnie artykuły. W analizie seriali telewizyjnych, programów rozrywkowych, publicystycznych, stron internetowych był to wybór tych, które poruszały wątek homoseksualizmu.

Przyjęto następujące założenia badawcze:

1. „Gazeta Wyborcza” jest bardziej tolerancyjnym dziennikiem niż „Rzeczpospolita” i tygodnik „Wprost”.
2. Programy publicystyczne prezentują przeciwstawne, często skrajne stanowiska wobec kwestii homoseksualizmu.
3. Treść seriali w telewizji publicznej ukazuje wizerunek homoseksualistów w oparciu o społeczny stereotyp.
4. Prywatne – komercyjne – stacje telewizyjne są bardziej liberalne w ukazywaniu problematyki homoseksualizmu.
5. Treści homofobiczne w najbardziej swobodny sposób przedstawiane są w Internecie.

## 5. „Kto się boi tęczy?” – analiza przekazów medialnych

Analiza treści wybranych mediów została przeprowadzona w oparciu o następujące kryteria wykazujące tolerancyjne tendencje w danym medium:

- czy problematyka homoseksualna stanowiła wątek główny czy poboczny?
- czy tytuł lub lead zawiera tolerancyjne treści?
- w jakim kontekście umiejscowiony jest homoseksualizm?
- czy zdjęcia (ilustracje) zawierają tolerancyjne treści?
- czy wyrażone jest poparcie dla jawnej manifestacji homoseksualnej tożsamości?
- czy treść przekazu medialnego podważa stereotyp homoseksualisty?
- czy treść przekazu medialnego przeciwstawia się uprzedzeniom?
- czy treść przekazu medialnego popiera konieczność równouprawnienia mniejszości seksualnych?
- czy treść przekazu medialnego przeciwstawia się dyskryminacji oraz innym formom znieważenia homoseksualistów?
- czy homoseksualizm traktowany jest jako dodatkowy atut danego programu?

- czy treść przekazu medialnego wyraża akceptację dla księży o orientacji homoseksualnej?
- czy w treści przekazu medialnego wykorzystano stanowisko autorytetu popierającego społeczną akceptację dla homoseksualistów?
- czy artykuł przedstawia zachowania nietolerancyjne w pejoratywnym świetle?

Zanalizowane zostały także przekazy medialne, które wykazują homofobiczne treści, w oparciu o następujące kryteria:

- czy przekaz medialny prezentuje wrogi homoseksualistom treść?
- czy zdjęcia (ilustracje) zawierają homofobiczne treści?
- czy w przekazie zawarte są inwektywy lub ośmieszające treści?
- czy treść oparta jest na stereotypowym obrazie homoseksualisty?
- czy treść przedstawia homoseksualizm jako chorobę lub zaburzenie?
- czy treść przedstawia homoseksualizm jako patologię?
- czy treść łączy homoseksualizm z pedofilią?
- czy treść umiejscawia homoseksualizm obok aborcji, eutanazji?
- czy treść przedstawia homoseksualizm jako niemoralną opozycję wobec moralnego heteroseksualizmu, zagrażającą heteronormatywnemu porządkowi świata?
- czy treść odmawia homoseksualistom prawa do równouprawnienia oraz odmawia prawa do publicznego okazywania tożsamości homoseksualnej?
- czy treść popiera prezentowane formy znieważania homoseksualistów lub powstrzymuje się od ich krytyki?
- czy w treści przekazu medialnego wykorzystano stanowisko autorytetu niepopierającego społecznej akceptacji dla homoseksualistów?

W badaniach wykorzystano artykuły prasowe, artykuły i wypowiedzi zamieszczone na stronach internetowych, programy publicystyczne oraz programy rozrywkowe emitowane w telewizji, a także seriale.

Analiza artykułów poruszających tematykę homoseksualizmu w „Gazecie Wyborczej” (wysokonakładowym, ogólnopolskim dzienniku, społeczno-politycznym, jednym z najbardziej poczytnych i opiniotwórczych dzienników w Polsce):

1. M. Kopiński, *Homoseksualizm to nie pedofilia*, „Gazeta Wyborcza”, 5.09.2006, s. 4.

Tytuł *Homoseksualizm to nie pedofilia* wykazywał tolerancyjny, pozbawiony stereotypowych wyobrażeń stosunek autora tekstu do homoseksualizmu. W artykule tematyka homoseksualizmu stanowiła wątek główny, poruszony został problem walki homoseksualnych działaczek o podstawowe prawa człowieka. Problem został ukazany w kontekście społeczno-politycznym. W artykule okazano poparcie dla walki o równouprawnienie, przeciwdziałanie dyskryminacji mniejszości seksualnych. Przedstawiony obraz homoseksualisty wolny był od stereotypowych wyobrażeń oraz



uprzedzeń, przedstawiał homoseksualistów jako działaczy społecznych walczących o swoje prawa. W artykule nie zawarto treści nietolerancyjnych.

2. W. Samolińska, D. Lenart, Z. Lew-Starowicz, *Homoseksualizm, choroba, której nie ma*, „Gazeta Wyborcza”, 28.02.2006, s. 1.

Tytuł odwoływał się do powszechnego postrzegania homoseksualizmu jako choroby. Tematyka homoseksualizmu stanowiła tu wątek główny. Artykuł poruszał społeczny aspekt traktowania homoseksualizmu jako patologii oraz dyskryminacji mniejszości homoseksualnej. Zawierał wypowiedź autorytetu (seksuologa Z. Lwa-Starowicza) podważającą społeczny stereotyp i uprzedzenia wobec homoseksualistów. Treścią homofobiczną było dodanie do artykułu zdjęcia plakatu, gdzie homoseksualizm umiejscowiony był obok pornografii.

3. Polska lesbijka, *List do premiera*, „Gazeta Wyborcza”, 2.01.2008, s. 2.

W opublikowanym liście tematyka homoseksualizmu w kontekście społeczno-politycznym stanowiła wątek główny. Poruszona została kwestia tolerancji w polskim społeczeństwie, a także oczekiwań mniejszości homoseksualnej wobec polityki rządu w sprawie równouprawnienia oraz przeciwdziałania dyskryminacji mniejszości homoseksualnej w Polsce. Artykuł nie zawierał homofobicznych treści.

4. R. Biedroń, *Kto się boi tęczy*, „Gazeta Wyborcza”, 19.12.2007, s. 23.

Tytuł *Kto się boi tęczy* odwoływał się do społecznych obaw wobec homoseksualistów, jednakże nie miał homofobicznego wydźwięku. Tematyka homoseksualizmu była tu wątkiem głównym. Artykuł dotyczył społecznej promocji wiedzy o homoseksualizmie w szkołach, w oparciu o książkę R. Biedronia *Tęczowy elementarz*, podważał tym samym uprzedzenia wobec homoseksualistów. W artykule podkreślono, że homoseksualiści zasługują na szacunek reszty społeczeństwa oraz że konieczna jest walka z dyskryminacją i równouprawnienie. Autor nawiązał do przykładowych zachowań homofobicznych (używanie obraźliwych słów odnoszących się do homoseksualistów) będących elementem szkolnej codzienności, potępiając je. Artykuł wzbogacono zdjęciem z marszu równości, przedstawiającym zwykłych ludzi i tęczową flagę, która jest symbolem homoseksualistów. Publikacja nie zawierała treści nietolerancyjnych.

5. *Norwegia, geje będą pastorami*, „Gazeta Wyborcza”, 17.11.2007, s. 15.

Jest to krótka informacja prasowa, która zawierała wiadomość o prawie osób homoseksualnych do sprawowania funkcji pastora w Norwegii, wyrażając tym samym akceptację dla dopuszczenia homoseksualistów do bycia duchownymi. Artykuł nie zawierał treści homofobicznych.

6. G.J. Pawlich, *Gej z twarzą Mahometa w Holandii*, „Gazeta Wyborcza”, 8.12.2007, s. 13.

Tytuł tekstu jest kontrowersyjnym połączeniem homoseksualizmu i islamu, nie ma jednak wydźwięku homofobicznego. W kontekście społeczno-kulturowym

homoseksualizm był tu wątkiem pobocznym, a artykuł dotyczy prac irańskiej artystki Soerh Hery, tworzącej w Holandii. Prace zatytułowane *Adam i Ewald* przedstawiały dwóch półnagich kochanków z maskami przedstawiającymi podobizny Mahometa i proroka Alego. Mimo że głównym tematem artykułu była wolność słowa artystki, a nie kwestia obrazy uczuć religijnych holenderskich muzułmanów, przedstawiał on w negatywnym świetle problem hipokryzji władz państw muzułmańskich w podejściu do homoseksualizmu, gdzie jest on częstszy niż na Zachodzie.

7. A. Przybylska, V. Szostak, *Geje precz od poznańskich krzyży*, „Gazeta Wyborcza”, 17.11.2007, s. 20.

Tytuł odwołuje się do homofobii oraz połączenia homoseksualizmu z miejscami pamięci narodowej. Artykuł w aspekcie społecznym ukazuje brak pełnej tolerancji szczególnie wśród ludzi starszych (uczestników poznańskich wydarzeń czerwcowych z 1956 roku). Artykuł popiera walkę z dyskryminacją oraz podważa stereotyp homoseksualisty, a także przeciwdziała uprzedzeniom, ukazując uczestników i organizatorów Marszu Równości w Poznaniu jako posiadających pokojowe zamiary, walczących o swoją godność. Natomiast przeciwników marszu (członków Młodzieży Wszechpolskiej) pokazuje jako agresywnych i nietolerancyjnych. W artykule znajdują się wypowiedzi osób nietolerujących homoseksualizmu, jednakże autorzy artykułu odnoszą się do nich negatywnie. Artykuł wzbogacony jest zdjęciem przedstawiającym uczestników Marszu Równości z transparentem „Solidarni przeciw dyskryminacji”.

8. A. Graff, *Czy polskość jest hetero*, „Gazeta Wyborcza”, 17.11.2007, s. 21.

Artykuł jest komentarzem dotyczącym braku społecznej akceptacji homoseksualizmu, a także przedstawieniem heteronormatywności jako jednej z przyczyn homofobii. Artykuł nie prezentuje treści o wydźwięku homofobicznym.

9. T. Bielecki, *Premier Łotwy nie może być gejem*, „Gazeta Wyborcza”, 18.12.2007, s. 21.

Tytuł odwołuje się do homofobii panującej na Łotwie. Tematyka homoseksualizmu przedstawiona została w kontekście politycznym oraz religijnym, porusza problem zajmowania wysokich stanowisk państwowych lub kościelnych przez osoby homoseksualne. Autorzy artykułu przedstawiają homofobiczne postawy łotewskiego kardynała, który kwestionuje tę możliwość, a także prezentują przeciwników tolerancji homoseksualizmu w Kościele jako agresywne, neofaszystowskie bojówki.

10. M. Dubrowska, *W naszej szkole nie ma gejów*, „Gazeta Wyborcza”, 14.04.2008, s. 11.

Tytuł nie prezentuje homofobicznych treści, odnosi się do niewidoczności homoseksualistów w polskich szkołach. Problem homoseksualizmu jest tu ukazany w kontekście społecznym. Artykuł w negatywnym świetle przedstawia homofobię w szkołach, potępiając formy znieważenia, obrażania oraz dyskryminacji uczniów homoseksualistów. Autorzy podkreślają brak środków przeciwdziałania przemocy wobec osób

homoseksualnych. Ukazując niewidoczność homoseksualistów, potwierdzają, iż poza odmienną orientacją seksualną nie różnią się oni znacząco od reszty społeczeństwa, podważając tym samym stereotyp homoseksualisty.

Analiza artykułów poruszających tematykę homoseksualizmu w „Rzeczpospolitej” (ogólnopolskim dzienniku opiniotwórczym o charakterze informacyjno-publicystycznym):

1. P. Kowalczyk, *Nie chcę wspierać parad gejów*, „Rzeczpospolita”, 20.05.2008. Tytuł niesie ze sobą homofobiczne treści, przejawiające się brakiem poparcia dla demonstracji homoseksualistów. Artykuł prezentuje nieprzychylnie homoseksualistom treści, ukazując homoseksualizm jako temat poboczny w kontekście politycznym; nawiązuje do działań włoskiej polityk, która odwołała swoje poparcie dla zorganizowania pochodu gejów. Artykuł, popierając działania pani polityk, odmawia homoseksualistom prawa do walki o równouprawnienie, a także odwołuje się do stereotypowego postrzegania homoseksualizmu w aspekcie barwnych, kontrowersyjnych obyczajowo parad miłości (love parades).

2. B. Waszkielewicz, *Kara za orędzie*, „Rzeczpospolita”, 19.05.2008. Tytuł *Kara za orędzie* odnosi się do orędzia prezydenta, w którym bezprawnie wykorzystał on zdjęcie ze ślubu dwóch homoseksualistów. Kwestia homoseksualizmu poruszona jest tu jako wątek poboczny, w kontekście politycznym. Artykuł, nie wyrażając krytyki wobec orędzia prezydenta, odmawia (tak jak prezydent) homoseksualistom prawa do osobistej godności, szacunku, a także równouprawnienia. Artykuł prezentuje wrogi homoseksualizmowi stanowisko autorytetu, którym jest tutaj prezydent, ukazany jako „głowa państwa”.

3. R. Forycki, *Wolność*, „Rzeczpospolita”, 17.05.2008. Tytuł *Wolność* nie prezentuje homofobicznych treści. Artykuł przedstawia homoseksualizm jako jeden z pobocznych wątków w kontekście religijno-moralnym. Treść ukazuje homoseksualizm jako niemoralną, niezgodną z religią orientację seksualną, tym samym odmawiając homoseksualistom prawa do równouprawnienia, publicznego okazywania tożsamości homoseksualnej.

4. C. Hitchens, *Tron się chwieje*, „Rzeczpospolita”, 26.04.2008. Artykuł porusza kwestię homoseksualizmu jako jeden z wątków pobocznych w kontekście wpływu obsesji na punkcie homoseksualizmu na psychikę jednego z polityków. Autor artykułu powstrzymuje się od krytyki i wyjaśnień prezentowanego stanowiska polityka nietolerującego homoseksualizmu.

5. R. Nęcek, *Marsz prowokacji*, „Rzeczpospolita”, 25.04.2008. Tytuł *Marsz prowokacji* odwołuje się do homofobicznego i stereotypowego postrzegania Marszu Równości. Treść artykułu w kontekście religijno-społecznym znieważa

homoseksualistów, ukazując homoseksualizm jako patologię lub zaburzenie seksualności. Autor, powołując się na autorytet Jana Pawła II, próbuje przedstawić niemoralność homoseksualizmu i obrazę chrześcijańskich wartości przez organizację Marszu Równości.

6. D. Rosiak, *Polityczne bajki to nie wszystko*, „Rzeczpospolita”, 28.03.2008.

Homoseksualizm stanowi wątek poboczny w kontekście politycznym. Kwestia homoseksualizmu jest tu poruszona w kontekście odmowy politycznej walki o równouprawnienie. Homoseksualizm przedstawiany jest jako wystąpienie przeciw moralności.

7. E. Czaczkowska, *Jeśli to prawda, Kościół może ponieść niewyobrażalną szkodę*, „Rzeczpospolita”, 11.03.2008.

Treść artykułu odnosi się do sprawy molestowania seksualnego w Kościele katolickim, a homoseksualizm jest tu wątkiem pobocznym. Przedstawia się tu wrogie homoseksualistom treści w kontekście religijno-społecznym, łącząc pedofilię i molestowanie seksualne z homoseksualizmem.

8. B. Wildstein, *Ofiary spalonego prawa*, „Rzeczpospolita”, 4.02.2008.

Treść artykułu dotyczy upadku moralności oraz niemoralnego prawa. Homoseksualizm stanowi tu wątek poboczny. Autor artykułu znieważa homoseksualistów przez prezentowanie poglądu, iż odejście od karania homoseksualizmu sygnalizowało „uwład prawa opartego na moralności”. Tym samym odmawia homoseksualistom prawa do osobistej godności, a homoseksualizm traktuje jako niemoralne wystąpienie przeciw normom chrześcijańskim.

9. K. Baranowska, *Euro 2012 ważniejsze od spraw gejów*, „Rzeczpospolita”, 17.11.2007.

Tytuł zawiera w sobie kpinę wobec walki homoseksualistów o ich prawa. Homoseksualizm jest tutaj wątkiem pobocznym, ujętym w kontekście społecznym. Artykuł odmawia homoseksualistom prawa do legalizacji związków oraz adopcji dzieci.

10. K. Zuchowicz, *Homoseksualiści mogą być pastorami w Norwegii*, „Rzeczpospolita”, 17.11.2007.

Tytuł nie zawiera w sobie treści homofobicznych. Homoseksualizm jest tu wątkiem głównym, ujętym w kontekście religijno-społecznym. Treść artykułu prezentuje sprawę niedopuszczenia do zgody na wyświęcenie księży gejów, ale nie zawiera krytyki tego niedopuszczenia.

Analiza artykułów poruszających tematykę homoseksualizmu w tygodniku „Wprost” (tygodniku społeczno-politycznym):s

1. D. Cosić, *Holenderska pułapka*, „Wprost”, 25.02.2008.

Artykuł porusza problem obniżenia moralności w społeczeństwie holenderskim. Autor ukazuje homoseksualizm jako jedną z patologii (obok legalizacji miękkich

narkotyków, eutanazji, prostytutce), która rozszerza się w wyniku nadmiernej tolerancji. W ujęciu autora homoseksualizm staje się zagrożeniem heteroseksualnych (zdaniem autora jedynych moralnie słusznych) wartości.

2. M. Rybiński, *Kondomy moralne*, „Wprost”, 20.05.2007.

Homoseksualizm jest tutaj wątkiem pobocznym. Autor ośmiesza traktowanie przez homoseksualistów różnych nieporozumień z heteroseksualną większością jako skandali. Do artykułu dodana jest karykatura ośmieszająca homoseksualizm, z podpisem: „to jaką ja właściwie miałem orientację seksualną”.

3. *Homo wieczne dzieci*, „Wprost”, 11.02.2008.

Tytuł ośmiesza homoseksualizm. Artykuł jest krótką notatką, w której homoseksualiści zostali przedstawieni w kontekście psychologicznym jako ludzie, którzy mentalnie nigdy nie dorastają.

4. M. Fita, *Rydziki Ameryki*, „Wprost”, 25.11.2007.

Homoseksualizm jest tu wątkiem pobocznym, ujętym w kontekście społeczno-religijnym. Artykuł prezentuje wrogi homoseksualistom treści, dotyczące działalności amerykańskiego pastora F. Phelpsa, który organizuje pikety głoszące hasła nienawiści wobec homoseksualistów, gdyż według niego tolerancja dla homoseksualistów jest jedną z przyczyn nieszczęść trapiących ludzkość. W artykule trudno doszukać się krytyki działalności pastora. Do artykułu dodane jest zdjęcie pastora z transparentem „God hates fags”, co oznacza „Bóg nienawidzi gejów”.

Analiza programów publicystycznych:

1. „Tomasz Lis na żywo”, emitowany w telewizji publicznej.

Problematyka homoseksualizmu poruszona jest tutaj w kontekście orędzia prezydenta Kaczyńskiego, w którym bezprawnie wykorzystał on zdjęcia ze ślubu gejów, przez co zdaniem niektórych prawników naruszył ich prywatność i godność, oraz w kontekście nieszanowania praw mniejszości homoseksualnej. W dyskusji udział brali: Andrzej Celiński, Jacek Kurski, Andrzej Olechowski, Szymon Niemiec, Ireneusz Krzemiński, Tomasz Terlikowski oraz Janusz Palikot.

W programie zaprezentowane zostały dwa przeciwne sobie stanowiska dotyczące problematyki homoseksualistów. Wśród wypowiedzi zawierających homofobiczne treści znalazły się wypowiedzi J. Kurskiego i T. Terlikowskiego. Dla J. Kurskiego orędzie prezydenta było skutecznym skomunikowaniem się ze społeczeństwem, co zaowocowało rosnącym poparciem dla działań prezydenta. Według niego nie ma powodów do przeproszenia obrażonej pary homoseksualistów.

Wypowiedź T. Terlikowskiego opierała się na twierdzeniu, iż związkom homoseksualnym nie przysługują takie same prawa jak małżeństwom heteroseksualnym, a także na lekceważeniu problemów: dyskryminacji homoseksualistów oraz agresji fizycznej wobec osób homoseksualnych.

Wśród wypowiedzi, które zawierały tolerancyjne wobec homoseksualizmu treści, były wypowiedzi Szymona Niemca oraz Ireneusza Krzemińskiego. Szymon Niemiec podkreślał problem szykanowania mniejszości homoseksualnej oraz opowiadał o brutalnych przypadkach agresji wobec homoseksualistów. Według niego polskie prawo nie chroni homoseksualistów. Ireneusz Krzemiński starał się wyjaśnić przyczynę homofobii, którą jest szukanie przez prawicowe i katolickie środowiska „przedmiotu do nienawidzenia”. Dawniej tę funkcję spełniał Żyd, teraz przypadła ona homoseksualistom. Krytykował on wykorzystanie w orędziu prezydenta wizerunku pary gejów, jego zdaniem służyło to podsycaniu nienawiści.

W programie zaprezentowano też wypowiedź gejów, których zdjęcia zostały wykorzystane przez prezydenta; przedstawiono ich jako osoby mające pokojowe zamiary, pragnące dojść do porozumienia z polskim prezydentem.

## 2. „Prosto w oczy”, emitowany w telewizji publicznej.

W programie prowadzonym przez Monikę Olejnik wystąpili Magdalena Środa (ówczesny minister ds. równego statusu kobiet i mężczyzn) oraz Radosław Parda (lider Młodzieży Wszepolskiej). Stanowiska obojga zaproszonych gości reprezentowały skrajnie odmienne poglądy w kontekście organizowania parady równości i parady normalności. Wypowiedzi M. Środy nasycone były szeroko pojętą tolerancją, a R. Pardy zupełnym brakiem akceptacji dla homoseksualistów. Wypowiedz R. Pardy zawierała wrogie homoseksualistom treści, opierające się na twierdzeniu, że homoseksualizm jest zaburzeniem lub chorobą, którą należy leczyć. Jego zdaniem okazywanie sobie czułości przez pary tej samej płci „jest obrzydliwe”, co pokazuje heteronormatywność rządzącą poglądami R. Pardy.

Stanowisko M. Środy w tej kwestii było zgoła odmienne. Starła się ona podkreślić wagę problemu dyskryminacji, agresji wobec osób homoseksualnych. Jej wypowiedź ukazuje chuligańskie zachowania demonstrantów parady normalności, np. rzucanie kamieniami w pokojową manifestację homoseksualistów.

## 3. „Prywatny instruktor tańca”, emitowany w TVN Style.

Jest to program poświęcony nauce tańca. W programie wykorzystano stereotypowe postrzeganie homoseksualistów jako najlepiej spełniających się w zawodach artystycznych oraz jako przyjaciół kobiet. Dzięki temu homoseksualizm prowadzącego, M. Piroga, instruktora tańca nowoczesnego, staje się w programie atutem poprzez fakt akceptacji dla jawnego pokazywania tożsamości homoseksualnej.

## 4. „Jak dobrze wyglądać nago?”, emitowany w TVN Style.

Program poświęcony jest właściwemu dobieraniu stroju do swojej sylwetki. Podobnie jak w programie „Prywatny instruktor tańca” homoseksualizm prowadzącego jest tutaj atutem z uwagi na istnienie stereotypu o łatwości nawiązywania relacji między gejami a kobietami (spontanicznie obejmuje on uczestniczki, przytula, stara się być oparciem w trudnych momentach programu, gdy uczestniczki muszą zmierzyć

się ze swoimi kompleksami) oraz o realizowaniu się homoseksualistów w zawodach typu stylisty, gdzie ważna jest znajomość najnowszych trendów w świecie mody. Program, pokazując homoseksualnego prowadzącego jako troskliwego, wrażliwego, sympatycznego człowieka, stara się przełamywać negatywne uprzedzenia wobec homoseksualistów.

Analiza seriali. Poddane analizie zostały polskie seriale: *39 i pół*, *Magda M.*, *Teraz albo nigdy*, *Pierwsza miłość*, *Klan* oraz *Na dobre i na złe*.

#### 1. *39 i pół*, emitowany w TVN.

W *39 i pół* bohaterką o odmienniej orientacji seksualnej jest Paula, przyjaciółka głównego bohatera. Mimo że jej homoseksualizm jest tutaj wątkiem pobocznym, widać, że w serialu starano się pokazać, iż osoby o odmienniej orientacji nie powinny spotykać się z dyskryminacją, z odbieraniem prawa do dzielenia codzienności z ukochaną osobą. W serialu postać Pauli spotyka się z pełną tolerancją otoczenia. Treść serialu przeciwstawia obraz homoseksualnej bohaterki (delikatna, wrażliwa, kobieca, gotowa do niesienia pomocy innym) powszechnym stereotypom, przedstawiającym lesbijki jako zmaskulinizowane egoistki. Dodatkowo homoseksualizm bohaterki jest jej atutem, gdyż podkreśla jej oryginalność oraz pozwala na jej niedwuznaczną przyjaźń z głównym bohaterem.

#### 2. *Teraz albo nigdy*, emitowany w TVN.

Bohaterkami o odmienniej orientacji seksualnej są tutaj Lilka i jej partnerka. Są to postacie drugoplanowe. Treść serialu wyraża poparcie dla jawnej manifestacji tożsamości homoseksualnej, gdyż dwie kochające się kobiety mogą swobodnie, nie gorsząc pozostałych bohaterów, okazywać sobie uczucia. Dodatkowo obraz bohaterek, jako zaangażowanych społecznie, prowadzących ośrodek pomagający chorym dzieciom, podważa stereotyp lesbijki jako tej, która stara się zaspokoić tylko własne potrzeby, nie dbając przy tym o innych.

#### 3. *Magda M.*, emitowany w TVN.

Homoseksualistą w serialu jest bohater drugoplanowy, Sebastian. Sposób przedstawienia jego postaci odwołuje się do stereotypu o homoseksualistach. Sebastian jest wrażliwym na czyjaś krzywdę artystą, przyjaźni się z kobietami, także z główną bohaterką, ma prawo do okazywania uczuć swoim partnerom.

#### 4. *Pierwsza miłość*, emitowany w Polsacie.

W serialu tym żaden z bohaterów nie jest homoseksualistą, lecz wątek homoseksualizmu odnosi się do jednego z negatywnych bohaterów, który postanawia udawać homoseksualistę. Homoseksualizm służy jako wytłumaczenie niechęci nawiązania bliższej relacji z jedną z bohaterek. Dodatkowo homoseksualizm wiąże się tutaj ze stereotypem o łatwości nawiązywania kontaktu i bliskości między homoseksualistami a kobietami.

5. *Na dobre i na złe*, emitowany w telewizji publicznej.

Tematyka homoseksualizmu poruszona została tutaj dzięki postaci Mikołaja. Obraz homoseksualizmu jest budowany na podstawie stereotypów i uprzedzeń. Homoseksualista jest bohaterem negatywnym, nosicielem HIV, artystą, który zdradził swoją narzeczoną (główną bohaterkę, Zosię). Treść serialu ukazuje dalsze życie omawianego bohatera jako pasmo porażek.

6. *Klan*, emitowany w telewizji publicznej.

Problematyka homoseksualizmu poruszona jest tu wśród bohaterów drugoplanowych. Homoseksualistą jest ekscentryczny szef agencji reklamowej. Spotyka się on u przedstawicieli prestiżowych zawodów (lekarz, nauczyciel akademicki) z brakiem akceptacji swej seksualności.

Analiza portali internetowych:

1. Portal „nocoty.pl”.

Portal zajmujący się tematyką skandali w życiu postaci show-biznesu. Analizą objęto cztery ostatnie artykuły poruszające tematykę homoseksualizmu zamieszczone na tym portalu.

1.1. *Jacyków: Nienawidzę pedałów!*, <http://nocoty.pl/title,Jacykow-Nienawidzpedalow,wid,9996046,wiadomosc.html>.

Artykuł dotyczy wulgarniej wypowiedzi stylisty Tomasza Jacykova, w której podkreślił on, iż mimo że sam jest homoseksualistą, nienawidzi osób o odmiennej orientacji płciowej. Homoseksualizm jest tutaj tematem pobocznym, gdyż nacisk położony jest na kontrowersyjną, epatującą nienawiścią wypowiedź znanej osoby, T. Jacykova. Autor przedstawia T. Jacykova jako wulgarnego, obłudnego człowieka.

1.2. *Prokop i Wellman ulubieńcami gejów*, <http://nocoty.pl/title,Prokop-i-Wellman-ulubienkami-gejow,wid,10014804,wiadomosc.html>.

Problematyka homoseksualizmu stanowiła tu wątek poboczny. Pojawiła się ona w kontekście wyróżnienia sławnych dziennikarzy telewizyjnych, M. Prokopa oraz D. Wellman, nagrodą na imprezie kulturalnej środowisk homoseksualnych: Festiwalu Równości. Autor artykułu wyraża brak akceptacji dla różnych form dyskryminacji w Polsce, umieszczając wypowiedzi znanych osób, w których wyrażają one ubolewanie z powodu nietolerancji dla homoseksualistów. W podsumowaniu artykułu zawarto wypowiedź dotyczącą możliwych nieprzyjemności spowodowanych utrzymywaniem dobrych relacji ze środowiskiem homoseksualistów, ukazując tym samym homofobię w Polsce.

1.3. *Wiktoria przyciąga gejów*, <http://nocoty.pl/title,Victoria-przyciaga-gejow,wid,9959310,wiadomosc.html>.

Treść artykułu oparta jest na stereotypie łatwego nawiązywania kontaktów między homoseksualistami a kobietami. Kwestia homoseksualizmu jest tu przedstawiona w kontekście przyjaźni znanej kobiety (Victorii Beckham) z homoseksualistami.



Tym samym artykuł przeciwstawia się uprzedzeniom dotyczącym homoseksualistów, gdyż ukazuje znaną, lubianą osobę przyjaźniącą się z gejami.

1.4. *Świdorski walczy z łatką geja*, <http://nocoty.pl/title,Swidorski-walczy-z-latka-geja,wid,10005037,wiadomosc.html>.

Homoseksualizm został tu przedstawiony w kontekście negatywnego wpływu odgrywania roli homoseksualisty w popularnym serialu na wizerunek zawodowy aktora B. Świdorskiego. Ukazując przykrości, z jakimi zetknął się aktor w wyniku utożsamiania go z serialową postacią, autor artykułu zwraca uwagę na problem nietolerancji w polskim społeczeństwie.

2. Portal Młodzieży Wszepolskiej „[www.mw.org.pl](http://www.mw.org.pl)”.

2.1. *Refleksje po paradzie*, <http://www.mw.org.pl/t.php?id=335>.

Artykuł, epatujący nienawiścią, dotyczy przebiegu krakowskiego Marszu Równości i postawy wobec niego członków Młodzieży Wszepolskiej. Homoseksualizm jest tu przedstawiony jako zboczenie, patologia oraz zaburzenie, zagrażające katolickim wartościom takim jak heteroseksualna rodzina. Według autora artykułu działacze homoseksualni stosują „zasadę trzech kroków”, polegającą na stawianiu coraz śmielszych żądań (np. legalizacja związków osób tej samej płci), które doprowadzą do upadku kultury opartej na założeniach religii katolickiej.

2.2. *Marsz w Katowicach*, [http://www.mwslask.boo.pl/index.php?function=show\\_all&no=414](http://www.mwslask.boo.pl/index.php?function=show_all&no=414).

W artykule przedstawiono Marsz Równości w Katowicach. Uczestnicy Marszu w ośmieszający sposób (nazwano ich dewiantami, pederastami) zostali przedstawieni jako zagrożenie dla katolickiej rodziny. Działacze MW zostali przedstawieni jako wytrwali obrońcy tychże wartości. Homofobiczne treści są także prezentowane za pomocą wykorzystania stanowiska autorytetu. Jest nim tutaj „większość śląskich rodzin” potępiająca homoseksualizm.

Na wielu portalach internetowych treści homofobiczne wyrażone są przez użycie przekleństw wykorzystujących homoseksualizm jako obelgę. Internet jako medium pozwala na niepodlegające cenzurze wyrażanie swoich poglądów. Użytkownicy portalu [www.hip-hop.pl](http://www.hip-hop.pl), zamieszczając tam komentarze krytykujące wybranych artystów, używają wulgarnych słów, takich jak: „pedały jebane w koszulkach gejowskich” lub „bo mi pedałstwem zalatują”.

Na forum <http://mojstary.wordpress.com/> można znaleźć podobne wpisy, np. „większość emo to pierdoleni geje którzy się malują”.

Z podobnymi wpisami można spotkać się również na stronie: [http://www.fotka.pl/profil/szetera/O\\_mnie.html](http://www.fotka.pl/profil/szetera/O_mnie.html), gdzie użytkownicy mają możliwość napisania o tym, za czym nie przepadają. Jest tam wpis jednego z użytkowników o treści „nażelowani kolesie – cioty jebane”. Jeden z najbardziej wulgarnych komentarzy zamieszczony został na nieoficjalnym serwisie drużyny piłkarskiej Ruch Chorzów (<http://www.niebiescy.pl/index.php?id=1174>): „I tak jesteście ciulami jebane chorzowskie psy

czekamy na was... cioty jebane jak nie przyjedziecie nawet pod stadion to jesteście największe cioty pierdolone”.

Powyższe przykłady pokazują, iż Internet jako środek przekazu daje możliwość wyrażania nienawiści. Jednym ze sposobów na to jest użycie wulgarnych, obraźliwych, uwłaczających słów, które często odnoszą się do homoseksualistów. Obrazuje to negatywny stosunek do mniejszości homoseksualnej, objawiający się brakiem szacunku, traktowaniem ich jako gorszej kategorii ludzi.

## 6. Zakończenie. Happy endu nie będzie?

Homoseksualizm – między innymi przez przekazy medialne – postrzega się jako odmiennosc zagrażającą ustalonemu porządkowi, przeciwstawiającą się podstawowym wartościom, takim jak rodzina. Stosunek wielu ludzi do odmienności homoseksualnej, utrwalany i podkreślany w filmach, serialach telewizyjnych, artykułach prasowych, wyznaczany jest przez negatywne emocje, takie jak strach, nienawiść, potępienie, pogarda, nietolerancja oraz „wiedza zdroworoządkowa oparta na stereotypach”<sup>24</sup>.

Wrogie nastawienie dominującej, heteroseksualnej części społeczeństwa wykształciło u homoseksualistów silne poczucie odrębności i antagonizmu wobec grupy większościowej. Sytuacja ta doprowadziła do tego, iż homoseksualiści tworzą odrębną, zamkniętą grupę mniejszościową, która wytworzyła własną subkulturę gejońską, opartą na odrębnych zwyczajach, języku (slang), poglądach, wartościach, a nawet instytucjach, które są sprzeczne z tymi samymi elementami kultury dominującej<sup>25</sup>. To zaś spowodowało, iż homoseksualiści stworzyli grupę mniejszościową o dużym poczuciu odrębności, izolowaną od reszty społeczeństwa. Jednakże wyznawane przez nich formy etyczne nie różnią się w większości od norm regulujących postępowanie całego społeczeństwa, z zaznaczeniem, że nie akceptują oni tych norm, które godzą w ich godność oraz prawo do normalnego życia. Homoseksualistów często niesprawiedliwie postrzega się wyłącznie z perspektywy ich zachowań seksualnych<sup>26</sup>.

Spółczesne świadome różnic między dominującą grupą heteroseksualną a mniejszością homoseksualną stara się organizować wzajemne relacje. W tym procesie dominującą rolę odgrywają media, stając się swoistym forum, dostępnym źródłem wiedzy o osobach innej orientacji płciowej, mogąc modyfikować postawy społeczne wobec homoseksualizmu, wpływając na wzrost poziomu tolerancji, walcząc ze stereotypami i uprzedzeniami. Problem nie jest łatwy i trudno jest oczekiwać natychmiastowych rezultatów, dlatego też twierzę, iż nie należy się spodziewać

<sup>24</sup> A. Krasicki, *Homoseksualiści w Polsce. Studium środowiska*, [w:] T. Basiuk, D. Ferens, T. Sikora (red.), *Parametry pożądania. Kultura Odmieńców wobec homofobii*, Kraków 2006, s. 58.

<sup>25</sup> R. Woods, *O miłości która nie śmiała wymówić swojego imienia*, przeł. J. Jaworski, Poznań 1993, s. 84.

<sup>26</sup> Zob. np. R. Eichberg, *Ujawnij się: prawda lesbijek i gejów*, Warszawa 1995.

szybkiego „happy endu”. Szczęśliwego końca nie będzie, a za niewątpliwy sukces należy uznać sam fakt „coming outu” tematyki homoseksualizmu ze sfery społecznego milczenia i jej stosunkowo sporą obecność w polskich mediach. Jednakże już konkretne egzemplifikacje potraktowania tematyki homoseksualizmu pozostawiają wciąż sporo do życzenia, świadcząc o słabym zrozumieniu rangi problemu przez środowisko dziennikarzy i nadawców medialnych.

## Literatura

- K. Arcimowicz, *Homoseksualizm jako „towar” czy „oswajanie” z gejem – wątki homoseksualne w polskich serialach telewizyjnych*, [w:] M. Sokołowski (red.), *(Kon)teksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje*, t. 1, Olsztyn 2007.
- J.O.G. Billy, K. Tanfer, W.R. Grady, D.H. Klepinger, *The Sexual Behavior of Men in the United States, „Family Planning Perspectives”*, 1993, 25.
- K. Boczkowski, *Homoseksualizm*, Kraków 2003.
- A. Długołęcka, *Kształtowanie się tożsamości homoseksualnej*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana (red.), *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna*, Kraków 2005.
- S. Dulko, M. Lew-Starowicz, Z. Lew-Starowicz, *Homoseksualizm*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana (red.), *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna*, Kraków 2005.
- R. Eichberg, *Ujawnij się: prawda lesbijek i gejów*, Warszawa 1995.
- M. Foucault, *Historia seksualności*, przeł. B. Banasiak, T. Komendant, K. Matuszewski, Warszawa 2000.
- M. Herzfeld, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, przeł. M.M. Piechaczek, Kraków 2004.
- B. Idźkowski, *Rola mediów w procesie wzrostu tolerancji wobec osób o orientacji homoseksualnej*, Olsztyn 2008 (praca niepublikowana).
- K. Imieliński, *Kulturowe aspekty seksualności*, [w:] J. Imieliński (red.), *Seksuologia kulturowa*, Warszawa 1984.
- K. Imieliński, *Seksiatria [2]*, Warszawa 1990.
- J. Kochanowski, *Fantazmat zróżnicowany: socjologiczne studium przemian tożsamości gejów*, Kraków 2004.
- M. Kornatowska, *Wiecznie żywy socrealizm*, „Kino” 1994, 5.
- A. Krasicki, *Homoseksualiści w Polsce. Studium środowiska*, [w:] T. Basiuk, D. Ferens, T. Sikora (red.), *Parametry pożądania. Kultura Odmieńców wobec homofobii*, Kraków 2006.
- G. Kubica, *Homoseksualizm w antropologii społeczno-kulturowej*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana (red.), *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna*, Kraków 2005.

- J.R. Leo, *Reprezentacja gejów w amerykańskim melodramacie telewizyjnym lat osiemdziesiątych*, [w:] E. Ostrowska (red.), *Gender – Film – Media*, Kraków 2001.
- Z. Lew-Starowicz, *Seks nietypowy*, Warszawa 1988.
- J. Maciejewska, *Homoseksualizm w mediach. Od homofobii do tolerancji*, Olsztyn 2008 (praca niepublikowana).
- D. Majka-Rostek, *Homoseksualizm, kulturowe egzemplifikacje*, [w:] B. Kowalska, K. Slany, M. Śmietana, (red.), *Homoseksualizm. Perspektywa interdyscyplinarna*, Kraków 2005.
- M. Nowacka, *Sytuacja prawna osób homoseksualnych a regulacja związków partnerskich na tle prawnoporównawczym*, Toruń 2004.
- T. Raczek, *Cała ta panika!* Rozmawiają Zygmunt Kałużyński i Tomasz Raczek, „Wprost” 1994, 19.
- M. Sokołowski, *Artes moriendi. „Filadelfia” Jonathana Demme’a – filmowa story o śmierci*, [w:] M. Sokołowski, *Kultura – media – komunikacja wiary. Wybrane problemy aksjologii w społeczeństwie informacyjnym*, Olsztyn 2007.
- S. Tropiano, *Prime Time Closet. A History of Gays and Lesbians on TV*, New York 2002.
- R. Woods, *O miłości która nie śmiała wymówić swojego imienia*, przeł. J. Jaworski, Poznań 1993.
- A. Zwoliński, *Seksualność w relacjach społecznych*, Kraków 2006.



Jerzy Biniewicz

## Mediatyzacja dyskursu naukowego

Media to przestrzeń bardzo różnorodnych dyskursów, współcześnie największy ich wytwórca i przekaznik. Mówi się w związku z tym o złożonej typologii dyskursu, gdzie kryterium taksonomii jest:

- a. rodzaj mediów – dyskurs prasowy, radiowy, telewizyjny czy internetowy,
- b. temat – dyskurs polityczny, reklamowy, naukowy lub religijny,
- c. gatunek – blog, czat czy forum albo talk-show,
- d. styl wypowiedzi – osobniczy, wypowiedzi publicznych czy mediów.

Przecinanie się w mediach (pojmowanych jako przestrzeń komunikacji) różnych dyskursów rodzi pytanie o ich autonomię, rozpoznawalność w relacji komunikacyjnej dyferencjalnych eksponentów przesądzających o ich granicach, środkach wyrazu, strategiach komunikacji, czytelności intencji komunikacyjnych.

Termin dyskurs jest we współczesnej humanistyce niezwykle przydatnym narzędziem opisanego mechanizmów komunikacji, co nie powinno dziwić, wszak we współczesnym językoznawstwie zaszedł proces odchodzenia od statycznego ujęcia języka na rzecz wytwarzania koncepcji komunikacyjno-kulturowych (Boniecka 1999: 13-32, Gajda 1999: 9-17).

Pojęcie dyskursu podlega różnorodnym ujęciom, jest zatem zupełnie oczywiste, że w literaturze przedmiotu możemy odnaleźć różne jego definicje, implikowane przez różne metodologie, odmienne obszary badań.

Przegląd różnych stanowisk badawczych pozwala ustalić, że dyskurs jest wydarzeniem komunikacyjnym (Duszak 1998), co uruchamia stwierdzenie, że proces komunikacji musi być postrzegany w szerokim kontekście wytwarzania i odbierania komunikatu, pozwalającym określić rolę uczestników komunikacji i zarazem użytkowników języka, uchwycić szerokie tło społeczno-kulturowe będące ramą pragmatyczną komunikowania.

Analiza dyskursu wymaga zatem uwzględnienia trzech jego wymiarów (zob. Gajda 1999: 9-10): posłużenie się językiem, komunikowanie postaw, przekonań oraz ustalenie interakcji komunikacji w planie społeczno-kulturowym (zob. pojmowanie

dyskursu jako tekstu w kontekście). Innymi słowy, dyskurs jest zdarzeniem komunikacyjnym, uwikłanym w relacje społeczne, kulturowe, zależnym od przyzwyczajęń komunikacyjnych uczestników interakcji, powodowanym także kontekstem czysto sytuacyjnym, pozwalającym zreprodukować sytuację komunikacyjną. W literaturze przedmiotu odnaleźć można stwierdzenie, że tekst (pojmowany jako teren manifestacji dyskursu, płaszczyzna pozwalająca ustalić relacje komunikacyjne, strategie komunikacji, środki potrzebne do realizacji określonych celów; por. pytania badaczy dyskursu: kto?, jak?, kiedy?, dlaczego? itd.) jest w istocie rzeczy tożsamy z dyskursem, wszak ustalając jego cechy definicyjne, bierzemy pod uwagę tę samą wiązkę kryteriów, które wyznaczają istotę dyskursu (Boniecka 1999: 32).

W świetle powyższych uwag warto przyrzeć się dyskursowi naukowemu podlegającemu procesowi mediatyzacji. Konieczne jest postawienie pytań dotyczących ramy pragmatycznej tego dyskursu, istotne jest także ustalenie, na ile poddaje się on trybowi kodowania właściwemu dla dyskursu medialnego, a na ile pozostaje wydarzeniem komunikacyjnym odrębnym merytorycznie, strukturalnie i stylistycznie, niepodatnym na zabiegi mediatyzacji, wszak jest on obecny w komunikacji od dawna, zdołał wykształcić hermetyczny schemat komunikacji (z racji celu, tematu, języka, gatunku, środowiska komunikacyjnego), stoi za nim ogromny, autonomiczny, wiarygodny metodologicznie potencjał poznawczy, pozwalający wytwarzać obrazy świata tłumaczące schemat jego funkcjonowania, pozwalające upewnić człowieka (lub dać mu złudną nadzieję), że ujarzmił złożoność natury i kultury, wniknął w ich tajemnicę.

Dyskurs naukowy (Gajda 1999: 18) jako „typ dyskursu związany z naukową sferą życia społecznego, a także zbiór konkretnych dyskursów występujących w tej sferze [...]”, generując wiarygodny metodologicznie, epistemologicznie obraz świata, jest zdarzeniem komunikacyjnym niezwykle atrakcyjnym dla mediów, które uświadamiają masowemu odbiorcy, że nauka, scalając w teorii ujęcia pojęciowe i racjonalne wytłumaczenie danych empirycznych, wytwarza pogłębioną wizję rzeczywistości (zob. Kamiński 1992: 168-169).

Dyskurs naukowy ma charakter heterogeniczny (zob. sfera poznania), wydziela się w nim dyskurs nauk ścisłych oraz dyskurs nauk humanistycznych. Czynniki dyferencjacji dyskursu naukowego są relacje nadawczo-odbiorcze, cel oraz formy przekazu. Splot czynników natury pragmatycznej prowadzi zatem do uformowania się dyskursu naukowego sensu stricto, a także dyskursów: popularnonaukowego i dydaktycznego (Gajda 1999: 13). We współczesnym dyskursie naukowym – zwłaszcza w humanistyce – zmianie ulega (zob. przeobrażenia w komunikacji, obiegu informacji w nauce) poetyka pisania w nauce: odnotować można wyraźną tendencję do eseizacji, metaforyzacji, wizualizacji przekazu (Gajda 1999: 13-16; Piętkowa 2007: 147-149). Sięganie po eksponenty właściwe dla literatury pięknej (tropy, figury retoryczne), rozluźnianie (Gajda 1999:13-17) rygorów kompozycyjnych wypowiedzi (eseizowanie, felietonowość) to oczywisty, wyraźny dowód zmiany

paradygmatu dyskursu naukowego (zob. innowacyjność, jednokrotność, przygodność oraz niestandardowość komunikacji w nauce, por. Ulicka 2004: 25).

Ważne jest zatem ustalenie, na ile fakt zaistnienia dyskursu naukowego w mediach może wpłynąć na zmianę strategii komunikacyjnych (uruchamiających adekwatne środki wyrazu, które są dla niego właściwe), preferowanie takich a nie innych form gatunkowych.

Media widzą w poznaniu naukowym narzędzie uwiarygodniania, uatrakcyjnienia narracji dotyczącej potocznie doświadczanego świata. Dyskurs naukowy jest tematyzowany przez media ze względu na jego atrakcyjność poznawczą, zdolność animowania uwagi publicznej, bowiem niesie on ogromny ładunek emocji związany z procesem poznania, odkrywania nowych faktów, przybliżania tajemnicy, wyjaśniania mechanizmu funkcjonowania świata. Media w różny sposób – w zależności od narzędzi przekazu (zob. prasa, radio, telewizja czy Internet), adresata przekazu, intencji komunikacyjnych (np. tabloidy a tzw. tytuły opiniotwórcze unikające uproszczeń poznawczych, dążące do pogłębionego obrazu świata) – uruchamiają dyskurs naukowy w swojej opowieści o świecie.

Istotne jest w związku z powyższym określenie warunków, które przesądzają w planie ideowo-treściowym oraz językowym o wspólnocie dyskursu naukowego. Czynnikiem jednoczącym jest niewątpliwie cel poznania naukowego, jakim jest poznanie prawdy. Wspólnota komunikacyjna, wytwarzając mechanizmy porozumiewania się (będące znakiem tożsamości, wykluczające jednocześnie inne wspólnoty komunikacyjne), generując specjalistyczny język, który jest wyznacznikiem identyfikacji grupowej (bowiem jego hermetyczność przesądza o niemożności zastosowania go w dyskursie ogólnym), wykształcając gatunki mowy (które wyrażają działania poznawczo-komunikacyjne wspólnoty), ma świadomość swojej odrębności i manifestuje przekonanie, że konfiguracja czynników pragmatyczno-językowych przesądzających o wspólnocie celów i sposobów komunikowania jest znakiem identyfikacji dyskursu naukowego.

Interesujące w związku z powyższą uwagą będzie przyjrzenie się działowi poświęconemu nauce zamieszczonemu w „Polityce”. Kierowano się przy wyborze medium oczywistym wskazaniem, że „Polityka” jest tygodnikiem adresowanym do ludzi wykształconych, o dużym potencjale merytorycznym i o wysokich kompetencjach komunikacyjnych, nieufnych wobec procesów mediatyzacji czy wręcz tabloidyzacji, kojarzonych z negacją tradycyjnego paradygmatu kultury implikowanego przez druk i z sięganiem w warstwie poznawczej po nieuniknione uproszczenia, uruchamianiem kodu audiowizualnego jako zasadniczego narzędzia przekazu, co w sposób oczywisty w wymiarze ogólnym prowadzi do dekonstrukcji tradycyjnie pojmowanej wizualności i jednocześnie prowadzić może (czy wręcz prowadzi) do ustalenia nowych warunków dyskursywności.

Pamiętając zatem o czynnikach pragmatyczno-językowych przesądzających o parametrach dyskursu naukowego, przyjrzyjmy się procesowi jego mediatyzacji.



Uwzględnienie parametrów pragmatycznych, semantycznych, stylistyczno-językowych dyskursu naukowego pozwala określić mechanizm (określić jego istotę) jego derywowania przez media, sposobu tematyzowania obcej im referencji.

„Polityka” oferuje bogaty zestaw tekstów przynoszących informacje o współczesnych dokonaniach naukowych, dzielących się refleksją na temat historii nauki czy recenzujących konkretne prace. Autorami tekstów są dziennikarze specjalizujący się w tematyce dotyczącej nauki oraz wybitni uczeni przybliżający czytelnikom złożoną problematykę z różnych dziedzin wiedzy.

Czytelnik „Polityki” otrzymuje teksty poświęcone historii Polski i świata, socjologii, psychologii, archeologii, literaturze, filozofii czy szeroko pojmowanemu przyrodoznawstwu (biologia, botanika, medycyna, geografia, ekologia, fizyka czy astronomia). Dyscypliny naukowe będące przedmiotem zainteresowania „Polityki” cechuje duży potencjał poznawczo-komunikacyjny, wszak w znacznym stopniu kształtują one nasz obraz świata, przesądzają o parametrach naszej cywilizacji, wyznaczają kształt kultury:

Skoro to wszystko dzieje się poza kontrolą świadomości, to na czym polega ludzka mądrość? Jest to bardzo trudne pytanie. Jeśli je nieco uprościmy i spytamy: Kto uchodzi za mądrego? – to możemy już wysunąć pewne hipotezy. Tradycyjnie, w naszej zachodniej kulturze niejako z definicji za mądrych uważa się m.in. uczonych i filozofów – w końcu filozofia oznacza umiłowanie wiedzy (*Najlepiej więc żyć bez namysłu?*, <http://www.polityka.pl/bezmyslne-madrale>Lead30,936,268 183, 18/).

„Polityka” traktuje proces weryfikowania, falsyfikowania dotychczasowych ustaleń nauki, redefiniowania ustalonych obrazów świata jako atrakcyjny temat, zdolny przyciągnąć czytelnika, który jest ciekawy świata. Dyskurs naukowy w tygodniku społeczno-kulturalnym, wpisując się w narrację kultury masowej, ujęty jest w karby opowieści pełnej pasjonujących przygód, sensacji, odkryć, które zmieniają oblicze świata:

A wszystko zaczęło się na początku lat 90., gdy George Poinar z University of California w Berkeley uzyskał sekwencję DNA zatopionego w bursztynie insekta. Odkrycie rozpało wyobraźnię. Wydawało się, że dzięki umiejętności klonowania odtworzymy wymarłe gatunki zwierząt i roślin, a może nawet sprawimy, że znowu urodzi się Einstein czy Bach. Pomyśl zdobył popularność za sprawą książki Michaela Crichtona *Jurassic Park* i jej filmowej adaptacji Stevena Spielberga (<http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/>Lead30,936,282780,18/).

Bohaterami tych opowieści są zazwyczaj uczeni: współcześni herosi, którzy dzięki nauce dysponują magiczną mocą (Woźniak 2000: 122), doznający olśnień, potrafiący – dzięki niepospolitym przymiotom – przeniknąć tajemnicę (Postman 1995: 78):

Żmudne poszukiwania trwały w najlepsze, gdy na genialny pomysł wpadł dr Göran Henriksen z Wydziału Fizyki i Astronomii Uniwersytetu w Uppsali. Postanowił on poddać badaniom DNA 10 włosów znalezionych w przechowywanej w Uppsali księdze, która w przeszłości

należała do astronoma. Badania prof. Marie Allen dowiodły, że DNA kilku z nich jest identyczny z DNA mężczyzny z Fromborka. – Przypadek Kopernika pokazuje, co genetyka może, a czego nie – nie znając krewnych astronoma mogliśmy jedynie powiedzieć, że był on mieszkańcem środkowej Europy – mówi dr Golik (<http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/Lead30,936,282780,18/>).

Analiza tekstów zwartych w „Polityce” prowadzi do oczywistego wniosku, że we współczesnym świecie dominującym dyskursem jest dyskurs naukowy (Wasilewski 2006: 463–470), wszak to w nim formułowane są centralne dla cywilizacji pytania:

Trudno mieć wątpliwości, że chemię czeka w XXI w. druga młodość. [...] Chemię obciąża się odpowiedzialnością za wiele grzechów współczesnej cywilizacji. Tragedia talidomidu (w latach 60. tysiące dzieci urodziły się z potwornymi wadami ciała, bo ich matki w ciąży przyjmowały lek o niezbadanym wówczas teratogennym działaniu), dziura ozonowa – to tylko kilka ponurych dowodów. Chemia jest jednak bardzo refleksyjną dziedziną nauki, która szybko wyciąga wnioski z własnej niedoskonałości. Uzbrojona w nową wiedzę pozwala nie tylko naprawić błędy przeszłości, lecz także proponować rozwiązania mogące zmienić przyszłość. Bo jeśli rzeczywiście kiedykolwiek ma się spełnić sen o cywilizacji wodorowej, której już nigdy nie zabraknie energii, to niemożliwe to będzie bez chemii, katalizatorów i ludzi takich jak Jens Rostrup-Nielsen (<http://www.polityka.pl/alchemicy-xxi-wieku/Lead30,936,252595,18/>).

Zdobyte nauki rozszerzają horyzonty, ale nie wpływają przeciw automatycznie na ich ocenę i ewentualną zmianę postrzegania ich skutków. Paweł VI w encyklice *Humanae vitae* z 1968 r. zawarł nowoczesną, obowiązującą do dziś, co potwierdził Jan Paweł II, naukę Kościoła dotyczącą małżeństwa, a w tym życia płciowego człowieka. Podczas tych 40 lat, w ciągu których postęp nauki zupełnie zmienił pojmowanie wielu pojęć z dziedziny płciowości i kontroli urodzeń (szczególnie ważne było wypracowanie technik zapłodnienia *in vitro*, a z drugiej strony – pojawienia się epidemii AIDS), kościelne nakazy etyczne nie zmieniły się nawet na jotę. Jak bowiem zmienić lub co gorsza odwołać postanowienia kogoś uznanego przez Kościół za najwyższy autorytet? (<http://www.polityka.pl/spor-na-opak/Lead30,936,242184,18/>).

Ten ostatni, który jest autorem serii książek dotyczących ery inteligentnych maszyn, maszyn uduchowionych, inteligentnego Wszechświata i technologicznego przełomu, nazwanego przezeń osobliwością, uważa po prostu, że zdolność życia, myślenia, czucia czy wiary jest efektem odpowiedniej mocy obliczeniowej układu. Jak przewiduje, w 2029 r. komputer osiągnie poziom ludzkiej inteligencji i jeśli nie będzie można go nazwać żywym, trzeba będzie zmienić definicję życia (<http://www.polityka.pl/doktor-ewa/Lead30,936,241993,18/>).

Nauka, narzucając kategorie opisu (niejednokrotnie doprowadzając do przewartościowania sądów, ujrzenia spraw w nowej perspektywie), jawi się jako wiarygodny autorytet (Wasilewski 2006: 465), na który powołują się media, konstruując obraz świata będący dla uczestników komunikacji masowej jedynym źródłem wiedzy, wyrazem świadomości społecznej:

To w tej atmosferze powstawały prace pokazujące, że społeczności naczelnych zorganizowane są w sztywne, oparte na przemocy hierarchie, w których o porządku decyduje siła i walka

o samice. Nagle jednak na naukową scenę, obok Goodall, wkroczyły inne kobiety, by wywołać skandal. Thelma Rowell i Shirley Strum podczas badań pawianów dostrzegły zupełnie co innego niż ich koledzy. To nie agresja i przemoc są czynnikami budowania więzi w społecznościach tych zwierząt. Łączą je znacznie subtelniejsze relacje, oparte na współpracy i skomplikowanych sojuszach. Czy reguły budowania społecznej hierarchii, jakie uczeni-mężczyźni dostrzegli u naczelnych, nie są aby przeniesieniem reguł obowiązujących w zdominowanym przez mężczyzn świecie akademickim? Skandal gotowy, Rowell i Strum, odwołując się do feministycznej inspiracji, w swych badaniach zakwestionowały nie tylko wcześniejsze osiągnięcia nauki. Gorzej, zakwestionowały obiektywność metod badania (<http://www.polityka.pl/jejkrowosc-moja-ludzosc/Lead30,936,245170,18/>).

Analiza tekstów zamieszczonych w „Polityce” pozwala stwierdzić, że ich autorzy respektują kilka podstawowych zasad komunikacyjnych (zob. dwie podstawowe strategie komunikacyjne w dyskursie naukowym poddanych mediatyzacji – przekład wiedzy naukowej na język ogólny lub informowanie o świecie dokonań naukowych za pomocą języka naukowego lub popularno-naukowego; por. Gajda 1999: 14).

Po pierwsze, autorzy tekstów pamiętają, że przekaz nie może być hermetyczny, muszą być uwzględnione w projekcie możliwości poznawcze i komunikacyjne uczestników komunikacji, dlatego też znacznie zredukowana jest ilość terminów naukowych. Jeśli ich pojawienie się w tekście jest konieczne, to zazwyczaj są one definiowane, przytaczana jest etymologia słowa, sięga się po synonimy, niekiedy w postaci czytelnej metafory, podawane są przejrzyste semantycznie konteksty pozwalające dekodować znaczenie specjalistycznego słownictwa:

Postrzeganiu mózgu w kategoriach modularnych sprzyjało wynalezienie nowej techniki obrazowania jego aktywności, zwanej czynnościowym magnetycznym rezonansem jądrowym (fMRI – *functional magnetic resonance imaging*) (<http://www.polityka.pl/renesans-frenologii/Lead30,1724,258540,18/>).

Niestety to niemal pewne, że Wszechświat to nie kostka, a prawdopodobnie dużo bardziej złożony wielościan tworzący przestrzeń o nieznaną jeszcze geometrii (euklidesowej, sferycznej lub hiperbolicznej) (<http://www.polityka.pl/gabinet-luster/Lead30,936,245919,18/>).

Dysmorfofobia – dosłownie lęk przed brzydotą – to nadmierne zaabsorbowanie rzekomym defektem własnego wyglądu. Jest ona przypadłością nierzadką (wedle różnych danych 0,7-2 proc. populacji), występuje więc częściej niż na przykład schizofrenia ([polityka.pl/dysmorfofobia/Lead30,1152,251182,18/](http://www.polityka.pl/dysmorfofobia/Lead30,1152,251182,18/)).

Atom jest niczym miniaturowy Układ Słoneczny z elektronami krążącymi wokół jądra na podobieństwo planet obiegających Słońce (<http://www.polityka.pl/renesans-frenologii/Lead30,1724,258540,18/>).

Po drugie, dobór tekstów jest motywowany ich atrakcyjnością (modą, aktualnością, sensacyjnością itd.), dlatego też w „Polityce” czytelnik może odnaleźć w dziale poświęconym nauce rozważania o viagrze, poszukiwaniu przez fizyków, filozofów Boga, zagrożeniach cywilizacyjnych czy zmianach klimatycznych.

Po trzecie, dobór ciekawego tekstu korelowany jest z atrakcyjną dla masowego (przygotowanego jednak merytorycznie i językowo do odbioru złożonych treści) odbiorcy narracją respektującą proste dyrektywy komunikacyjne: nie nadużywa się – jak już wspomniano – słów funkcjonujących w dyskursach specjalistycznych (zasób terminologiczny ograniczony jest do niezbędnego minimum), sięga się po tropy i figury ożywiające przekaz (zob. uruchamiane są środki stylistyczne właściwe dla stylu artystycznego), animujące uwagę czytelnika, kondensujące skomplikowane specjalistyczne treści, przenoszące rozważania w sferę potocznego doświadczenia świata, zob. opowieść kosmosie w artykule pt. Gabinet luster (<http://www.polityka.pl/gabinet-luster/Lead30.936,245919,18>):

Przeświadczenie, że kosmos jest jak bezkształtna bańka bez granic, nie musi być słuszne.

Nieskończoność jest jak gwóźdź sterczący z (prawie) gładkiej deski fizyki.

Sama Levin obrała nieco inną drogę. Próbuje rozpoznać kształt Wszechświata po wzorze cętek na jego ciele.

Dlaczego więc łatwo zakładamy nieskończoność Wszechświata? Może dlatego, że jest z nią trochę tak jak z szufladą, do której naukowcy wkładają teorie opisujące zjawiska kosmiczne, a która jest na tyle szeroka i głęboka, że, przynajmniej na razie, pytanie o jej kształt, rozmiary i to, czy nie jest w jakiś sposób połączona z innymi szufladami (o ile istnieją) bądź sama ze sobą (o czym za chwilę) nie ma większego znaczenia.

Być może czas już przestać straszyć Czarnym Ludem nieskończoności dzieci zapatrzone w nocne niebo. Tak zdaje się przekonywać ta ewangelistka odradzającego się po kilkudziesięciu latach uspienia ruchu zwolenników poglądu, że wszystko ma swój kres. Nawet Wszechświat. Przynajmniej w pewnym sensie.

Istotne z punktu widzenia jasności przekazu, jego atrakcyjności jest stosowanie różnorodnych form podawczych (por. łączenie opisu z rozważaniem, opowiadania z dialogiem), np.:

Geny mają pamięć ewolucyjną. Informacja w genomie człowieka jest produktem miliardów lat tej ewolucji. – *Znajomość zegara molekularnego, określającego tempo zmian genetycznych, pozwala nam spojrzeć wstecz* – tłumaczy Mateusz Baca, asystent w Ośrodku Badań Prekolumbijskich Uniwersytetu Warszawskiego. – *Kiedyś zakładano, że zmiany te następują w genomie w tych samych odcinkach czasu, teraz uwzględnia się różne tempo mutacji dla genomu jądrowego i mitochondrialnego oraz różnych regionów świata. To bardziej skomplikowane, ale bardziej precyzyjne.* Dr hab. Paweł Golik z Instytutu Genetyki i Biotechnologii Wydziału Biologii UW podkreśla: – *Należy pamiętać, że najczęściej posługujemy się danymi z genów współczesnych ludzi i zwierząt, stosunkowo niedawno postęp techniczny pozwolił odczytywać informacje z materiałów kopalnych. [...] Szczątki rodziny z Eulau były w wyjątkowo dobrym stanie* (<http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/Lead 30,936,282780,8/>).

Po czwarte, teksty referujące osiągnięcia naukowe są subiektywnym zapisem rzeczywistości, wciągają czytelnika dzięki językowi wartości, nacechowaniu

emocjonalnemu właściwemu dla relacji dotyczącej pasjonujących kwestii, które intrygują, bo otwierają przed nami nowy, nieznany świat (zob.: pasażer na gapę, trudny orzech do zgryzienia, żmudne poszukiwania, rozmyte szczegóły, pożeracz gwiazd, gra jak z nut, fałszywka). Sięgnięcie po obrazowy język (zob. metafory jako czytelne znaki delimitacji w roli tytułów, np.: bezsilne silniki, długi lot nietotów), niewolny od potocyzmów, pozwala przełożyć intelektualny wywód na oglądowo-zmysłowe ujęcie, przenieść rozważania w sferę bardziej potocznych doświadczeń, poddanych zdroworozsądkowej kategoryzacji:

Homo sapiens wyszedł z Afryki z jeszcze jednym, schowanym we włosach, pasażerem na gapę. Najnowsze badania Davida Reeda z University of Florida dowiodły, że wszy z głów mumii peruwiańskich, liczących tysiąc lat, opuściły Afrykę ok. 100 tys. lat temu i znalazły się w Nowym Świecie na długo przed przybyciem Europejczyków (<http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/Lead30,936,28278018/>).

Dla archeozoologów to trudny orzech do zgryzienia (<http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/Lead30,936,28278018/>).

Żmudne poszukiwania trwały w najlepsze, gdy na genialny pomysł wpadł dr Göran Henriksson z Wydziału Fizyki i Astronomii Uniwersytetu w Uppsali (<http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/Lead30,936,28278018/>).

Dzięki genetyce możemy spojrzeć w przeszłość, jednak można to porównać do patrzenia przez bardzo brudną szybę – widzimy kontury, światło, ruch, ale szczegóły są rozmyte (<http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/Lead30,936,28278018/>).

**Pożeracz gwiazd** – Amerykańscy uczeni donieśli o wykryciu dziwnego obiektu – gwiazdy i czarnej dziury, której masa jest 24-33 razy większa od Słońca. To absolutny rekord – na takie dziury jeszcze w kosmosie nie natrafiono (<http://www.polityka.pl/gabinet-luster/Lead30,936,245919,18>).

Nic, czyli coś – Rozmowa z prof. Frankiem Wilczkiem, fizykiem uhonorowanym Noblem, o tym, czy Wszechświat gra jak z nut (<http://www.polityka.pl/gabinet-luster/Lead30,936,245919,18>).

Ucho większe od Ziemi – Jeżeli ciekawość to pierwszy stopień do piekła, astronomowie podglądający Wszechświat za pomocą radioteleskopów są najbliżej piekielnych ogni (<http://www.polityka.pl/gabinet-luster/Lead30,936,245919,18>).

Ostatnio u części badaczy odżyła nadzieja, że jakiś fragment bolidu łupnął jednak o ziemski glob (<http://www.polityka.pl/syberia-da-kosmiczna-1908/Lead30,936,260471,18/>).

„Dysk z Fajstos to fałszywka!” – twierdzi amerykański specjalista od fałszerstw dr Jerome M. Eisenberg (<http://www.polityka.pl/syberia-da-kosmiczna-1908/Lead30,936,260471,18/>).

Po piątę, autorzy tekstów pamiętają, że o powodzeniu przekazu przesądza w dużej mierze wyrazista kompozycja tekstu, przejrzysta jego delimitacja (zob. mechanizm

dzielenia wywodu na mniejsze segmenty, sygnalizowania każdego z nich osobnym tytułem), umiejętna synteza przekazu ikonicznego i werbalnego – wyznacznikiem atrakcyjności przekazu jest strona wizualna tekstu, w której barwa, obraz, układ graficzny stają się elementami o dużym potencjale informacyjnym. Teksty referujące dyskurs naukowy pomieszczone w „Polityce” cechują się rozbudowanym paratekstem (zob.: tytuł, podtytuły, czasami motto, lid, ilustracje, podpisy pod ilustracjami, nagłówki), zastosowaniem zmiennego kroju i wielkości czcionki (co musi być odbierane jako metatekstowy sygnał wagi określonych informacji czy parcelacji tekstu). Konfiguracja różnorodnych środków formalnych ma za zadanie przyciągać uwagę czytelnika, jednocześnie ułatwiać mu przyswojenie złożonych nieraz treści (zob. rola środków wizualnych w tekstach popularnonaukowych; Starzec 1999: 172).

Niewątpliwie instrumentem usprawniającym proces komunikacji, pozwalającym skonstruować jasny, czytelny wykład jest ikoniczna oprawa tekstu będąca pojemnym środkiem kodowania różnego rodzaju relacji, precyzyjnego oznaczania elementów świata (Kress, van Leeuwen 2006: 212). Odpowiednie zagospodarowanie przestrzeni wywodu powoduje, że badane teksty mają charakter wielopłaszczyznowy: zapis graficzny jest operatorem integracji, identyfikacji treści niesionych przez przekaz werbalny. Formalne rozbicie struktury tekstu na dwa paralelne pola tekstowe (informacyjne) ułatwia odbiór, wszak ilustracja (zdjęcie, rycina) rejestrująca obiekty świata dobrze znanego, potocznie doświadczanego jest jednocześnie swoistym zaproszeniem do spojrzenia na pozornie oswojoną rzeczywistość z nowej perspektywy, ujawnienia w niej nowych komponentów, dostrzeżenia nowych relacji.

Analiza tekstów zamieszczonych w „Polityce”, poświęconych dokonaniom nauki, potwierdza oczywistą prawdę, że we współczesnym świecie media, będąc źródłem poznania wzorców czy systemów aksjologicznych regulujących życie społeczne (Miczka 2007: 186-199; Jastrzębski 2007: 288-294), są jednocześnie instrumentem porządkowania wiedzy o rzeczywistości. Media, tematyzując dyskurs naukowy, uwiarygodniają swoją władzę, gdyż ich opowieść pozwala przeciętnemu odbiorcy poruszać się w skomplikowanej rzeczywistości, mieć wrażenie, że panuje nad nią.

## Literatura

### Opracowania

- Boniecka B. (1999), *Lingwistyka tekstu, teoria i praktyka*, Lublin.
- Duszek A. (1998), *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Warszawa.
- Gajda S. (1999), *Współczesny polski dyskurs naukowy*, [w:] S. Gajda (red.), *Dyskurs naukowy – tradycja i zmiana*, Opole, s. 9-18.
- Jastrzębski J. (2007), *Ani pierwsza, ani czwarta*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, Warszawa, s. 288-294.
- Kamiński S. (1992), *Nauka i metoda. Pojęcie nauki i klasyfikacja nauk*, Lublin.

- Kress G., van Leeuwen T. (1996), *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London.
- Miczka T. (2007), *Nowe media jako nowe formy komunikowania politycznego i nowe formy „dyscyplinującej technologii władzy”*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, Warszawa, s. 186-199.
- Piętkowa R. (2007), *Gatunki paratekstualne wobec prototypu stylu naukowego*, [w:] D. Ostaszewska (red.), *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 3: *Gatunek a odmiany funkcjonalne*, Katowice, s. 143-150.
- Postman N. (1995), *Technopol. Tryumf techniki nad kulturą*, przekł. A. Tanalska-Dulęba, Warszawa.
- Ulicka D. (2004), *Narracyjna i nienarracyjna koncepcja dyskursu literaturoznawczego*, „Przestrzenie teorii”, 3-4.
- Starzec A. (1999), *Współczesna polszczyzna popularnonaukowa*, Opole.
- Wasilewski J. (2006), *Retoryka dominacji*, Warszawa.
- Woźniak T. (2000), *Propaganda scjentyistyczna*, Warszawa.

### Źródła

- <http://www.polityka.pl/alchemicy-xxi-wieku/Lead30,936,252595,18/> (17.10.2009).
- <http://www.polityka.pl/bezmyslne-madracleLead30,936,268183,18/> (17.10.2009).
- <http://www.polityka.pl/dawno-temu-z-dna/Lead30,936,282780,18/> (18.10.2009).
- <http://www.polityka.pl/doktor-ewa/Lead30,936,241993,18/> (17.10.2009).
- [http://www.polityka.pl/gabinet-luster/Lead30,936,245919,18](http://www.polityka.pl/gabinet-luster/Lead30,936,245919,18/) (17.10.2009).
- [http://www.polityka.pl/jej-krowosc-moja-ludzosc/Lead30,936,245170,18](http://www.polityka.pl/jej-krowosc-moja-ludzosc/Lead30,936,245170,18/) (17.10.2009).
- <http://www.polityka.pl/renesans-frenologii/Lead30,1724,258540,18/> (18.10.2009).
- <http://www.polityka.pl/spor-na-opak/Lead30,936,242184,18/> (18.10.2009).
- <http://www.polityka.pl/syberiadakosmiczna-1908/Lead30,936,260471,18/> (18.10.2009).

Michał Grech

---

## „Wszystko jest komunikacją”. Projekt opisu struktury społecznej i metodologii badań

Niniejszy artykuł koncentruje się na problemie teoretycznym i metodologicznym wynikającym ze zmiany sposobu opisu społeczeństwa na przestrzeni ostatnich lat oraz konsekwencji tej zmiany. Jego głównym celem jest krótkie przedstawienie wspomnianej wcześniej zmiany i rozważenie zakresu obowiązywania pojęcia i ‘problemu reprezentatywności’ z perspektywy współczesnych systemowo-komunikacyjnych teorii społeczeństwa. Celem drugorzędym jest też wstępne wskazanie na potrzebę nowego opisu stratyfikacji społeczeństwa i konieczność doboru i przygotowania odpowiednich do tego celu narzędzi badawczych.

W części teoretycznej wyjaśnione zostanie kluczowe dla tematu pojęcie ‘grupy komunikacyjnej’ i kryteria odróżnienia tejże od tradycyjnego terminu socjologicznego: ‘grupy społecznej’.

Większa część przedstawionych w niniejszym artykule pomysłów i hipotez została przygotowana i przedstawiona na konferencji „Teorie mediów i komunikacji” w Łądku Zdroju w listopadzie 2008 we współpracy z Maurycym Graszewiczem. Ich pełne przedstawienie być może będzie tematem osobnego opracowania, tymczasem przedstawiam poniższe tezy, wskazując na ich współautorstwo. Znaczny wpływ na ostateczny kształt koncepcji miały też rozmowy z Michaeliem Fleischerem.

### Założenia teoretyczne

Tekst należałoby zacząć od krótkiego choćby przybliżenia perspektywy teoretycznej, która w naukach społecznych w Polsce przeszła prawie bez echa i dopiero od kilku lat fundamentalne dla niej pozycje są wydawane w języku polskim. Są to zarówno tłumaczenia pozycji klasycznych, jak i nowe, uaktualnione propozycje teoretyczne i empiryczne. Mamy tu na myśli wspomniane już wcześniej systemowo-komunikacyjne teorie społeczeństwa oraz konstruktywizm epistemologiczny. O konstruktywizmie



epistemologicznym i autopojezie, ufundowanych przede wszystkim na bazie prac dwóch biologów, Humberto Maturany i Francisco Vareli, napisano już wiele, a zainteresowanych czytelników odsyłamy do przejrzystej prezentacji w najnowszej książce Michaela Fleischera (Fleischer 2009). Teorię systemów i konstruktywizm przeniósł do socjologii Niklas Luhmann wraz ze swoim wielkim projektem ogólnej systemowej teorii społeczeństwa. Prekursorstwo Luhmanna leży przede wszystkim w przedefiniowaniu tego, co jest podstawą istnienia społeczeństwa, gdyż ujęcie systemowe do teorii społecznej wprowadził już Parsons, którego uczniem był Luhmann. Jednak uczniem niepowielającym nauczyciela, choć wiele z niego czerpiącym – przede wszystkim systemowe podstawy. Nowość w podejściu Luhmanna polega na odejściu od struktury i relacji, będących kluczami dla tradycyjnego rozumienia społeczeństwa, na rzecz komunikacji, która to w ujęciu Luhmannowskim jest tym, co tworzy społeczeństwo. Komunikacja jest mechanizmem, który procesualnie, autopoietycznie wytwarza, utrzymuje i zmienia system społeczny. Z tej zmiany teoretycznej wynika konieczność zmiany sposobu opisu i stratyfikacji społeczeństwa.

## Stratyfikacja

Rodzaje podziału, który przyjęto jako wystarczający dla celów badawczych na poziomie społeczeństwa, ograniczają się zwykle do kryteriów demograficznych takich jak: wiek, płeć, wykształcenie, miejsce zamieszkania, rodzaj wykonywanej pracy i zarobków potencjalnych badanych, klasy i warstwy. W szczególnych sytuacjach uwzględnia się jeszcze stan cywilny i wyznanie.

## Grupy społeczne i komunikacja

Z powodu ograniczeń niniejszego artykułu i w celu utrzymania jasności wyводу, pozwolono sobie na pewne uproszczenie i niecytowanie tradycyjnych definicji grupy społecznej. W zamian zaproponowano pewne uogólnienie tego, co można znaleźć we współczesnej literaturze przedmiotu (np. Sztompka 2006). Jako przykład podejścia przytoczono poniżej definicję z jednego ze współczesnych podręczników do socjologii, autorstwa Piotra Sztompki:

Grupa społeczna: zbiór jednostek, w którym wspólnota pewnych istotnych społecznie cech wyraża się w tożsamości zbiorowej i towarzyszą temu kontakty, interakcje i stosunki społeczne w jej obrębie częstsze i bardziej intensywne niż z osobami z zewnątrz. Inaczej: zbiorowość ludzi, pomiędzy którymi występuje więź obiektywna, subiektywna i behawioralna (Sztompka 2006: 143).

Podsumowując powyższą definicję grupy społecznej, na potrzeby niniejszego artykułu można wskazać na częstsze i bardziej intensywne kontakty jako element wyróżniający

grupę społeczną od zbiorowości jednostek o wspólnych charakterystykach społecznych takich jak zawód, wiek, płeć, wykształcenie czy inne podobne, którym towarzyszą (szeroko pojęte) interakcje i świadomość bycia grupą. Warto tu postawić pytanie, czy powyższe podejście jest wystarczające, szczególnie postulat świadomości bycia w grupie, którego spełnienie wymaga od członków świadomości grupowej. A przecież dla uczestniczenia w wielu działaniach grupowych świadomość nie jest niezbędna, a często wręcz stanowi przeszkodę. Tradycyjne zmienne opisujące społeczeństwo i służące do wyróżniania grup (wiek, płeć, etc.) nadają się co prawda dobrze do statystycznego podziału i opisu zbiorowości jednostek, jednak nie oddają relacji między nimi, co jest warunkiem koniecznym istnienia grupy (rzecz jasna na bazie zbiorowości jednostek). Tak więc na dłuższą metę nie do utrzymania wydaje się utożsamianie społeczeństwa tylko ze zbiorem jednostek, bez relacji między nimi. Ten indywidualistyczny opis pomija to, co w społeczeństwie najbardziej społeczne i ponadindywidualne.

Tu poza innymi istotnymi kwestiami warto zapytać o sposób czy też poziom organizacji, który pozwala mówić o strukturze czy też raczej o tym poziomie/sposobie wyróżnienia; kiedy ona już jest, a kiedy jej jeszcze nie ma. Poza tym pojawia się pytanie, jak możliwe jest wytworzenie takiej grupy (na jakim poziomie organizacji/spójności) i jej trwanie w czasie, przekraczającym jedno spotkanie? Jak to w ogóle jest możliwe i co to znaczy, że można podzielać wartości, cele, normy? Skąd się biorą i jak rozpowszechniają? I czy są konieczne? Odpowiedzią na wszystkie te pytania wydaje się ‘komunikacja’ czy też podejście, w którym rozumiana jest ona jako „operator systemów społecznych”. Koncepcja komunikacji jako operatora systemu społecznego odpowiada na chyba wszystkie z powyższych pytań. Po pierwsze, jeśli przez strukturę rozumiemy (ustabilizowane) relacje między elementami, to w pierwszej kolejności trzeba odpowiedzieć na pytanie, co pozwala na nawiązanie i podtrzymanie relacji, tak by z poziomu pojedynczych aktów mogły one przejść w powtarzalność i przewidywalność, w której można wyróżnić wzory, i z drugiej strony, by można było różne relacje ze sobą łączyć, tworząc większe całości (system społeczny) względnie niezależnie od charakteru pojedynczych relacji. Taki warunek spełnia mechanizm komunikacji, który zapewnia nawiązywalność. Po drugie nawiązywanie i powtarzanie komunikacji prowadzi do wytworzenia specyficznych użyć tejsze dla poszczególnych relacji czy, na szerszym poziomie, wiązek relacji, a więc grup, a jednocześnie do wytworzenia zdolności do operowania poszczególnych subgrup w ramach całego systemu społecznego. Poprzez to, że komunikacja pracuje za pomocą znaków, a znaczenie tychże, za Peirce’em, zależne jest od tego, jaki obserwator je do czego odnosi. Komunikacja pozwala też, za sprawą znaków, na wprowadzenie aspektu znaczeniowego w relacje, a tym samym – wprowadzenie np. celów i norm. Problem ich rozumienia, wynikający z mechanizmu kognicji i konstruktywności samego postrzegania, nie będzie w tym artykule rozwijany, jest on jednak w literaturze dobrze opisany (por. Fleischer 2005 i 2007). Ponadto komunikacji i znakom jest niejako ‘obojętne’, jakie znaczenia są za ich pomocą negocjowane, istotne jest, żeby w ogóle były.

## Grupy komunikacyjne

Proponowane w tym artykule podejście zainteresowane jest raczej bardziej dynamicznym i systemowym ujęciem grupy, tym, jak w ramach większej grupy czy też całego systemu społecznego możliwe jest wyróżnianie się subgrup, które z teoretycznego punktu widzenia jest konieczną właściwością systemową każdego (większego) systemu. Może to przebiegać zarówno poprzez wybieranie z dostępnego zasobu systemowego wybranych elementów i używanie ich w wybrany sposób w specyficznych zestawach, jak również poprzez tworzenie nowych. Problemem jest to, jakie elementy są wybierane do komunikacji, jakie tworzone i w jaki sposób wykorzystuje się mechanizm komunikacji. Ponieważ komunikacja jest mechanizmem umożliwiającym i gwarantującym sprzężenie jednostek w system społeczny i jest indyferentna treściowo (a także, prawdopodobnie, jeśli chodzi o modus jej funkcjonowania), możliwe, a nawet oczekiwane jest to, że same warianty jej użycia (modalność) powinny produkować w konsekwencji różne grupy. Grupy te proponujemy nazwać grupami komunikacyjnymi, dla odróżnienia od tradycyjnego i rozpowszechnionego w socjologii podejścia strukturalnego (przedstawionego w skrócie na początku tekstu) i wskazania na odmienne kryteria ich wyróżniania. Tak więc grupą komunikacyjną jest grupa, której kryterium wyróżnienia jest 1) to, że ze sobą komunikuje, 2) to, jak te komunikacje przebiegają i o czym są, wreszcie 3) to, że komunikacje te uwarunkowane są same sobą, nie zewnętrznymi cechami, takimi jak narodowość, płeć czy wiek. Cechy (atrybucje) i komunikacje są oczywiście ze sobą powiązane, jednak atrybucje są drugorzędne. Tak więc proponowane podejście koncentruje się na spojrzeniu poza poziom atrybucji, by odnaleźć mechanizmy warunkujące ich funkcjonowanie (bo powstanie zwykle tonie w mrokach historii).

W tej chwili trudno powiedzieć, jakie dokładnie czynniki bardziej szczegółowe miałyby wpływ na powstawanie grup komunikacyjnych. Można jednak oczekiwać, że duże znaczenie będzie tu miał tu język i formy jego użycia, co, idąc za Fleischerem, można by nazwać grupami dyskursowymi czy też subkulturami i obrazem świata. O ile jednak podejście dyskursowe zakłada stworzenie osobnego subsystemu, to nie wydaje się ono konieczne dla istnienia relacji. Należy oczekiwać, że nim grupa wytworzy własny subsystem, szczególnie z nowymi elementami, będzie korzystać z tego, co zastała, prawdopodobnie w bardziej spójny sposób niż jej otoczenie. Odpowiedź na pytanie o wyróżnienie elementów bardziej spójnych od pozostałych w grupie i spójniejszych niż średnie otoczenie jest odpowiedzią wskazującą konstytuujące i odróżniające podstawy grupy.

W badaniach społecznych, szczególnie grup, funkcjonuje pojęcie homofilii, które wskazuje, że częściej wybieramy jako znajomych tych, do których jesteśmy bardziej podobni. Przy czym trzeba tu zaznaczyć, że tradycyjnie mierzono podobieństwo przez płeć, wiek, zawód, prestiż, klasę społeczną. Przeprowadzono też kilka badań nad spójnością językową opisu i trafnością wskazywania wartości wspólnych dla

firmy, gdzie wykazano istnienie pozytywnego związku pomiędzy nimi (de Nooy, Mrvar, Batagelj 2005, Breiger 2003). Dość popularne są też, szczególnie wśród psychologów społecznych, badania zakładające związek między lubieniem się a spójnością, a tym samym często między atrakcyjnością jednostek a spójnością grupy, o czym pisze Brown (2006: 52-53); nowsze badania koncentrują się już na identyfikacji z ideą grupy czy rolą jako członka grupy (Brown 2006: 54).

W tym przypadku interesująca jest komunikacja, a dokładniej empiryczna weryfikacja, pozytywna bądź negatywna, związku między sposobem komunikacji i powstawaniem grupy, a więc elementami, których poziom uświadomienia najprawdopodobniej jest dużo niższy niż we wspomnianych wcześniej podejściach. Często też może on nie być refleksyjny przez ludzi, jednak za pomocą analizy częstości i korelacji wystąpienia wykrywalny. Proponowaną metodą badawczą jest analiza korespondencji grup i stylu ich komunikacji.

W tym miejscu warto wspomnieć o badaniach Fleischera dotyczących symboli kolektywnych i dyskursowych (Fleischer 2002), które to są podstawowymi, najważniejszymi elementami dyskursów. Zarówno w badaniach symboli kolektywnych Michaela Fleischera (Fleischer 2003), jak i porównywalnych badaniach słów sztandarowych Walerego Pisarka (Pisarek 2003) wykazują one powszechność i dużą stabilność na poziomie społeczeństwa polskiego. Jednak gdy przyjrzymy się badaniom, które skupiają się na poszczególnych grupach komunikacyjnych (por. Grech, Kimbar 2009, Grech, Książek 2003), to widoczne są różnice w ich symbolach dyskursowych, odróżniające tym samym wskazane grupy od społecznej średniej, a także innych grup. Odróżnienie to ma miejsce zarówno na poziomie samych nazw symboli/wartości, jak i ich hierarchii.

## Propozycja

Wychodząc od wspomnianego na początku tego tekstu Luhmanna, który twierdzi, że „zgeneralizowane media komunikacji korzystają z generalizacji w celu symbolizowania związku między selekcją a motywacją, czyli przedstawiania ich jako jedności” (Luhmann 2007: 152), oraz przedstawionej powyżej koncepcji grup komunikacyjnych, postaram się sformułować dalsze punkty zainteresowań i hipotezy.

Tak więc istotne wydaje się wyróżnienie:

1. sposobu funkcjonowania zgeneralizowanych mediów/programów komunikacji w subsystemach społeczeństwa. Tu pojawia się pytanie o metodę ich wyróżniania. Istnieją zasadniczo dwie możliwości: pierwsza wiąże się z Luhmannowską definicją ‘ekwiwalentów’, np. prawdy czy pieniędzy, których szukamy wówczas w tekstach, druga zaś jest konsekwencją pytania, co dla programów komunikacji jest ważne. Obie możliwości wzajemnie się uzupełniają, przy czym jako punkt wyjścia właściwsza wydaje się ta druga, pozwalająca łatwiej dostrzec nowe, nieuwzględnione wcześniej elementy;

2. sposobu funkcjonowania 'nie-sprogramowanych' komunikacji w subsystemach społeczeństwa. Należy oczekiwać, że są rzeczy nieprzyporządkowane do żadnego programu, z ewolucyjnego punktu widzenia. Umożliwiają one pojawianie się nowości w systemie (*vide* 'miłość' Luhmanna i Fleischera, która dla pierwszego jest zgeneralizowanym medium komunikacji, a dla drugiego konstruktem, co być może wskazuje, że może to być jeden z elementów, które dopiero uzyskują relewancję, podobną/właściwą programom). Gdyby programy wyjaśniały wszystko, to zamykałyby system i czyniły go stabilnym i statycznym niezależnie od upływu czasu i stałego przyrostu możliwości komunikacyjnych. Diachroniczne badania pozwalałyby stwierdzić, z której grupy i co zostało zaadaptowane w systemie ogólnym społeczeństwa (komunikacji).
3. Celowe wydaje się skupienie uwagi na grupach więcej niż dwuosobowych, przede wszystkim ze względu na konieczność używania przez nie większej ilości symboliki dyskursowej, niesprywatyzowanej oraz możliwości badania
4. modelu częściowego, gdyż całego ze względów metodologicznych nie można zbadać, by na tej podstawie wnioskować o systemie; część modelu powinna dać możliwość wnioskowania o tym, co pozostało.
5. Jeśli przyjmowana w tej propozycji teza, że to komunikacja tworzy społeczeństwo, jest poprawna, to dla wyróżniania (się) grup społecznych kluczowe mogą być jej formy: kto, jak i za pomocą jakich środków (z kim) się komunikuje.  
Ostatnie i największe pytanie dotyczy tego, co i jak z komunikacyjnych użyć języka naturalnego i innych znaków jest ze sobą skorelowane.

## Literatura

- Babbie E. (2004), *Badania społeczne w praktyce*, przekł. W. Betkiewicz et al., Warszawa.
- Brown R. (2006), *Procesy grupowe*, przekł. J. Suchecki, Gdańsk.
- Breiger R., Carley K., Pattison P. (2003), *Dynamic Social Network Modeling and Analysis: Workshop Summary and Papers*, Washington.
- Fleischer M. (2003), *Polska symbolika kolektywna*, Wrocław.
- Fleischer M. (2005), *Obserwator trzeciego stopnia. O rozsądnym konstruktywizmie*, Wrocław.
- Fleischer M. (2007), *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław.
- Fleischer M. (2009), *Communication design czyli projektowanie komunikacji*, Wrocław.
- Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D. (2000), *Metody badawcze w naukach społecznych*, przekł. E. Hornowska, Warszawa.
- Grech M., Kimbar A. (2009), *Modele konsumpcji – próba rekonstrukcji na podstawie badań empirycznych*, [w:] M. Graszewicz, J. Jastrzębski (red.), *Teorie komunikacji i mediów*, t. 1, Wrocław.

- Grech M., Książek A. (2003), *Wizerunek kulturoznawstwa*, „Kultura i Komunikacja”, 2, s. 66-73.
- Hanneman R.E. (2000), *Introduction to Social Networks Methods*, <http://www.analytictech.com/networks.pdf>.
- Luhmann N. (2007), *Systemy społeczne*, przeł. M. Kaczmarczyk, Kraków.
- Luhmann N., 2009, *Realność mediów masowych*, przeł. J. Barbacka, Wrocław.
- de Nooy W., Mrvar A., Batagelj V. (2005), *Exploratory Social Network Analysis with Pajek*, Cambridge.
- Pisarek W. (2003), *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*, Kraków.
- Sztompka P. (2006), *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków.
- Wasserman S., Faust K. (1994), *Social Networks Analysis: Methods and Applications*, Cambridge.



Jędrzej Morawiecki

---

## Wątki religijne i ezoteryczne w normach konwersacyjnych współczesnej Rosji. Próba operacjonalizacji wskaźników w badaniach jakościowych

Rzeczywistość społeczna Rosji nie jest bez wątpienia tożsama z rzeczywistością Polski czy krajów cywilizacji euroamerykańskiej<sup>1</sup>. Nieidentyczny jest tu również dyskurs publiczny, a także struktury narracyjne i norma konwersacyjna rozmów codziennych.

Powyższe stwierdzenie nie budzi raczej kontrowersji, mimo że zarówno badacze, jak dziennikarze eksplorujący Rosję są w oczywisty sposób zainteresowani podkreśleniem owej odmienności czy nawet niekompatybilności. Egzotyka i inność, obcość uatrakcyjniają temat i dają pisarzom, żurnalistom, badaczom klucz doświadczenia, który może wzmacniać ich legitymizację, pozwala na zawłaszczenie, zmonopolizowanie wiedzy jeśli nie na poziomie jednostki, to karteli czy cechów badaczy, literatów, analityków. Przedstawiciele tych grup wiedzą. Oni bowiem doświadczyli Rosji, oni ją przeżyli. Bądź też zostali przez nią doświadczeni (drugi typ postawy, przyjmowanej przez część polskich publicystów i analityków, wydaje się wynikać z przeświadczenia o historycznym bagażu, który miałby dawać klucz interpretacyjny, jakiego nie będą posiadać Amerykanie czy przedstawiciele Europy Zachodniej).

Wątek rosyjskości, sprowadzanej do kategorii swój/obcy i rozwijanej jako egzotyka, barbarzyństwo, ale także zmitologizowana duchowość, nieprzewidywalność, jest niezwykle produktywny również na poziomie dyskursu potocznego.

Inność to jednak często także pozorne podobieństwo, to pytanie o pokrewieństwo, iluzoryczną bądź rzeczywistie wspólną tożsamość, europejskość bądź odrębność. Wydaje się, że w potocznym dyskursie pewne sfery tej odmienności są eksploatowane, inne zaś marginalizowane bądź niedostrzegane.

---

<sup>1</sup> Oczywiście o ile obszar „euroamerykański” można traktować jako monolit, jak czyni część makrosocjologów.



## Percepcja odmienności – zniekształcenia, ryzyko ekstrapolacji i normatywizmu

Nim zatem przejdziemy do omówienia reprezentacji elementów religijnych i ezoterycznych, do których zostanie zawężone badanie specyfiki rozmów potocznych, zasygnalizujmy inne sfery rzeczywistości społecznej Rosji, których percepcja i obrazowanie wydaje się zniekształcone bądź uproszczone.

Na przykład zignorowanie innej struktury ekonomicznej (nie tylko na poziomie tak zwanych oligarchów<sup>2</sup>, ale przede wszystkim na poziomie codzienności gospodarstw domowych) powoduje częściową bądź nawet pełną nietrafność w prognozowaniu konsekwencji kryzysów finansowych<sup>3</sup>. Tak działo się w przypadku słynnego Krachu Rublowego z 1998 roku. Ówczesny korespondent Polskiego Radia w Moskwie Wiktor Bater alarmował w swoich relacjach, że w Rosji zbliża się rewolucja. Rewolucja nie nastąpiła<sup>4</sup>. Pięciokrotny spadek kursu rubla nie oznaczał w Rosji 1998 roku krachu dla gospodarstwa domowego (nie był to bowiem czas *boomu* kredytów hipotecznych, trudniej dostępne były również kredyty konsumpcyjne). Nawet pobieżna penetracja rosyjskiej prowincji pozwoli dostrzec na przykład *uczastki* – działki, na których wielu (włącznie z przedstawicielami klasy średniej) sadi kartofle, by zabezpieczyć spiżarnię na zimę (na te wyjazdy pracownicy otrzymują dni wolne)<sup>5</sup>. W Rosji wzrosły gwałtownie ceny produktów zagranicznych, dóbr luksusowych będących wyznacznikiem prestiżu (samochody, TV), nie zaś ceny żywności, ponadto wzrost cen produktów pierwszej potrzeby mógł być amortyzowany poprzez większą samowystarczalność gospodarstw<sup>6</sup>.

<sup>2</sup> Tych samych oligarchów w odniesieniu do realiów polskich czy zachodnioeuropejskich nazywa się milionerami bądź przedsiębiorcami.

<sup>3</sup> Na podobny problem nieprzystawalności wskaźników makrosocjologicznych w warunkach polskich zwracał uwagę Wojciech Sitek. Parametry ekonomiczne i makrospołeczne – które wedle zachodnich standardów badawczych powinny prowadzić do rozruchów bądź co najmniej silnej anomii społecznej – nie potwierdzały prognoz. Działo się tak – według prezentowanej interpretacji – w związku z nieuwzględnianiem silnej roli rodziny w Polsce – wraz z jej solidaryzmem ekonomicznym (zebrania w ramach Zakładu Socjologii Nauki, Wiedzy i Kultury Instytutu Socjologii Uniwersytetu Wrocławskiego).

<sup>4</sup> Alarmistyczny ton relacji mógł stanowić po części „efekt jo-jo” po błędach korespondentów niedostrzegających symptomów rewolucji 1917 roku (tak samo jak jeszcze wcześniej pierwszy profesjonalny korespondent Artur Young, dostarczający informacji dla „Morning Post”, „w przeddzień Rewolucji Francuskiej wyjechał do domu, mówiąc, że «jest już po wszystkim»” (A. Magdoń, *Reporter i jego warsztat*, Kraków 1993, s. 45).

<sup>5</sup> J. Morawiecki, *Kartoszka*, Polskie Radio 1998.

<sup>6</sup> Nie oznacza to, że opis konsekwencji Krachu Rublowego winien być zawężony jedynie do klasy średniej czy wyższej. Jak podaje Łukasz Szul: „dla obywateli Rosji skutkiem kryzysu było przede wszystkim obniżenie realnych dochodów, które w latach 1998-1999 osiągnęło poziom 45%” (Ł. Szul, *Rosyjski kryzys finansowy 1998 roku*, [http://www.rosjapl.info/rosja/gospodarka/kryzys\\_finansowy\\_1998.php](http://www.rosjapl.info/rosja/gospodarka/kryzys_finansowy_1998.php)). Taki spadek zarobków nie stanowił jednak

Pochopne ekstrapolacje czy bezrefleksyjne imitowanie wskaźników istotnych dla interpretacji zachowań społeczeństw cywilizacji euroamerykańskiej na opisy Rosji wydają się wiązać z problemem pomijania codzienności<sup>7</sup>, detali, najmniejszych elementów, z których budowane jest nasze życie społeczne. Deficyt tejże codzienności obejmuje jednak szersze obszary niż dyskurs dziennikarski. Jeden z pierwszych szefów Ministerstwa Spraw Wewnętrznych III RP mówił mi w prywatnej rozmowie o powodzeniu, jakim cieszyły się raporty wywiadowcze z rosyjskiej prowincji. Owe produkty eksportowe były szkicami nastrojów społecznych, które polski wywiad sprzedawał po 1989 roku krajom zachodnim. Na deficyt takich raportów (szczególnie o tematyce religijnej) cierpiał również Ośrodek Studiów Wschodnich<sup>8</sup>.

Być może więc ryzyko normatywizmu, uwikłanie w zaszłości historyczne, ideologizacja – które towarzyszyły badaniu Rosji od dawna – wiążą się właśnie z niedoborem opisu codzienności, potocznych rozmów, stylu życia, sposobów narracji. W dotychczasowych rozważaniach naukowych przenoszono bowiem zwykle nacisk na poziom mezo- i makro-. Tymczasem badania empiryczne aspirujące do obserwacji prawidłowości globalnych, makrosocjologicznych nie mogą być na poziomie eksplanacyjnym całkowicie wolne od wartościowania i plasują się na pograniczu bądź wykraczają poza granicę socjologii na rzecz myśli społecznej<sup>9</sup>. Należy być tego obciążenia świadomym. Owe niedostatki czy ograniczenia nie podważają globalnych opisów, zmuszają natomiast do ciągłego zadawania pytań o sposób operacjonalizacji badawczej i sposób powiązania generalnych konstruktów z empirią mikrostruktury.

Odwołując się bowiem do początkowej tezy: którykolwiek pryzmat czy paradygmat przyjmiemy, zgodzimy się zapewne, że dyskurs rosyjski jest odmienny, specyficzny, tak jak specyficzne są uwarunkowania kulturowe i historyczne obszaru rosyjskiego. Trudniej natomiast zgodzić się co do tego, na czym ta odmienność miałaby polegać. Socjologowie są tu bardzo ostrożni – by nie powiedzieć: zdawkowi. Łatwiej odnaleźć rozważania na temat mentalności narodowej w opracowaniach

---

wystarczającego impulsu do uruchomienia oporu społecznego, oczekiwanego przez część dziennikarzy i publicystów.

<sup>7</sup> Codzienność będziemy tu rozumieć jako zjawisko, które z samej swej natury jest zbiorem „drobnych faktów, ledwo zaznaczających się w czasie i przestrzeni” (F. Braudel, *Kultura materialna i kapitalizm. XV-XVIII wiek*, t. 1: *Struktury codzienności. Możliwe i niemożliwe*, przeł. M. Ochab, P. Graff, Warszawa 1992, s. 25).

<sup>8</sup> Deficyt danych dotyczących religijności i sekt rosyjskich deklarowali w każdym razie przedstawiciele Ośrodka w bezpośrednich rozmowach.

<sup>9</sup> Taki pryzmat – jak przyznaje Piotr Sztompka – jest bezpieczniejszy, pozwala bowiem funkcjonować poza zbiurokratyzowanym, energochłonnym systemem pozyskiwania grantów i wnikania się w zależności finansowe. W ramach takiego właśnie paradygmatu Sztompka buduje utopię, wizję idealną krajów wysokiego zaufania – „Szwajcarię”, którą przeciwstawia między innymi Rosji (J. Grębowiec, J. Morawiecki, „Wierzę w utopię”. *Rozmowa z prof. Sztompką – autorem książki „Zaufanie. Fundament Społeczeństwa”*, „Znaczenia”, 2008, 1, s. 17).

kulturoznawczych, przede wszystkim jednak filologicznych – taka płaszczyzna dyskusji wydaje się tu bezpieczniejsza<sup>10</sup>.

Z tym większą obawą podejmuję swoją próbę jakościowej operacjonalizacji badań mentalności reprezentowanej w potocznym dyskursie. Sam bowiem usiłowałem podważyć nieudane moim zdaniem wysiłki socjologicznego opisu „rosyjskiej natury” czy „rosyjskiej duszy”. Pozwolę sobie tutaj przywołać ambitne w swym zamierzeniu badania Edmunda Lewandowskiego, który podjął karkołomną w mojej ocenie próbę użycia konstruktów syndromów etnicznych. Autor pozycji *Rosyjski sfinks: Rosjanie wśród innych narodów* i wcześniejszej *Syndromy etniczne społeczeństw* mieszał wizję deklarowaną z rzeczywistością, percepcję indywidualną z kolektywną, percepcję zewnętrzną (jak postrzegają Rosjan inni – np. Polacy?) i dyskurs wewnętrzny (jak Rosjanie postrzegają samych siebie)<sup>11</sup>. Ostatecznie, przytaczając stereotypy, schodził na płaszczyznę publicystyczną i owe stereotypy reprodukował.

Zgodziliśmy się już jednak, że Rosja jest rzeczywiście odmienna, specyficzna.

Mariusz Wilk, autor głośnego w latach dziewięćdziesiątych *Wilczego notesu* i rzadziej cytowanej *Wołoki*, podkreślał chętnie, że istota odmienności Rosji nam umyka, bo Rosja wydaje się nam podobna. Wilk mówił również w rozmowach prywatnych o złudzeniu europejskości. Owa ruska – jak powiadał – scytyjska odmienność była rozumiana przez niego pozytywnie – w przeciwieństwie do Ryszarda Kapuścińskiego, którego *Imperium* znana bałkanistka, Maria Todorowa, ówczesnie historyk z Uniwersytetu na Florydzie (od niedawna: z Uniwersytetu w Illinois), nazwała książką niepokojąco bliską przekroczenia granicy szowinizmu<sup>12</sup> – właśnie ze względu na utożsamianie rosyjskiej mentalności z mentalnością zniewolenia, strachu, szpiegomanii<sup>13</sup>.

Odbrażowanie Kapuścińskiego, kontrowersyjność też czy samego pryzmatu opisu świata – przyjmowanego często za wizję dogmatycznie prawdziwą, obiektywną – stanowi temat osobnych badań. Co najmniej równie kontrowersyjny w swoich kategoriach sądów i subiektywnych opisach Mariusz Wilk poruszył jednak problem istotny. Uleganie pozornemu podobieństwu, nieuprawnione przykładanie

<sup>10</sup> Por. A. Lazari (red.), *Mentalność Rosyjska. Słownik*, Katowice 1995. Przykładem innej – czysto językoznawczej płaszczyzny opisu mogą być takie teksty jak: A. Piasecka, *Rosyjskie frazeologizmy z komponentem „Ayuua” jako zwierciadło wierzeń i religii*, [w:] P.P. Chruszczewski (red.), *Perspektywy dyskursu religijnego, czyli przyjęcie Kaina*, Kraków 2004 („Język a Komunikacja”, 5), s. 205-224.

<sup>11</sup> E. Lewandowski, *Rosyjski sfinks: Rosjanie wśród innych narodów*, Warszawa 1999. Por: J. Morawiecki, *Czarna recenzja*, <http://www.dziennikarze-wedrowni.org/archiwum/2005/wrzesien/lewandowski.htm>, a także: J. Morawiecki, *Edmund Lewandowski, Rosyjski sfinks: Rosjanie wśród innych narodów* [recenzja], „Slavica Wratislaviensia”, 2004, 123.

<sup>12</sup> Rozmowa prywatna, Żabljak (Czarnogóra), 1999 rok.

<sup>13</sup> W Polsce Maria Todorowa staje się szerzej znana dzięki przetłumaczeniu pozycji wydanej 12 lat wcześniej przez Oxford University Press (M. Todorova, *Imagining the Balkans*, Oxford 1997; polskie tłumaczenie: *Balkany wyobrażone*, przeł. P. Szymor, M. Budzińska, Wołowiec 2009).

Europejskiej kalki rozpoznania zachowań społecznych są przecież w gruncie rzeczy błędem złego przyporządkowania wskaźników do zmiennych.

Operacjonalizacja wskaźników i ich ograniczona stosowalność jest zaś problemem zauważanym przez makrosocjologów. Piotr Sztompka mówi wręcz o prymitywizmie pomiarów międzynarodowych. Podając przykład ilościowych pomiarów zaufania, stwierdza: „w tych wielkich sondażach tylko jedno lub dwa pytania poświęcone są zaufaniu. I są to pytania banalne”<sup>14</sup>. Sztompka wysuwa przy tym postulat stosowania do interpretacji badań sondażowych (a moim zdaniem: także do prawidłowego konstruowania indeksów) metod jakościowych, subiektywnego pomiaru opartego na wnikliwym znawstwie krajów, które się porównuje. Mówi o metodach etnograficznych w naukach społecznych. Wydaje się, że bardzo użyteczne byłoby tutaj socjologiczne badanie rozmów codziennych, potocznych.

## Próby konceptualizacji – ograniczona użyteczność dużych teorii socjologii religii

W niniejszej analizie podejmuję próbę wychwycenia pewnych zmiennych charakterystycznych dla dyskursu potocznego, dla konwersacji codziennej, których percepcja może być bardziej zamglona, jak też takie czynniki odróżniające rzeczywistość rosyjską, których charakter możemy stwierdzić z większą kategorięcznością.

Próbując przyjąć twardsze założenia wstępne, zakładam silniejsze niż na przykład w Polsce nasycenie rosyjskiego dyskursu pierwiastkami „bogoiskatel’stwa”<sup>15</sup> i sekciarstwa – zarówno na poziomie zdominowanej przez media dyskusji publicznej, jak i rozmów codziennych. To założenie będę próbował zweryfikować.

Testowanie próbek materiału empirycznego musi jednak zostać poprzedzone stwierdzeniem niedoboru analiz jakościowych nie tylko na wspomnianym już poziomie generalnych opisów rosyjskości, ale także w badaniu odmienności religijnej. Mamy tu na myśli nie tyle analizy sprowadzające opis do wymiaru teologicznego czy badania specyfiki cerkwi prawosławnej w sensie instytucjonalnym, ile opisywanie charakteru współczesnych przemian tejsze religijności w codzienności życia społecznego.

Budowanie socjologicznych opisów religijności w Rosji wydaje się nastroczać również trudności na etapie interpretacji wyników pomiaru, wnioski nie mogą być

---

<sup>14</sup> J. Grębowiec, J. Morawiecki, op. cit., s. 15.

<sup>15</sup> Czyli indywidualnego poszukiwania Boga, którego celem jest „znalezienie niezmiennych podstaw bytu, historii i człowieka w chrześcijaństwie wschodnim jako rękami odrodzenia duchowego w duchu mistycyzmu Dostojewskiego [...]. Bogoiskatel’stwo stanowiło remedium na nihilizm i relatywizm etyczny poprzez uznanie wartości transcendentalnych, służących chrystianizacji kultury i wyznaczających perspektywę przyszłej epoki Ducha Świętego” (J. Kałużnik, *Bogoiskatel’stwo*, w: A. Lazari (red.), op. cit., s. 11).

tu bowiem wysnuwane w ramach li tylko cząstkowego paradygmatu jednej z teorii socjologii religii.

W globalnych eksplanacjach Rosja jest bowiem zwykle pomijana bądź pojawia się w nich na marginesie (religijno-społeczna mapa świata jest w takich przypadkach opatrywana nieśmiałym dopiskiem: „po części także cerkiew prawosławna” bądź: „po części także na obszarze byłego ZSRR”). Stąd zapewne wynika częściowa nieprzystawalność Rosji do teorii sekularyzacji, prywatyzacji czy przemieszczenia, które bazowały na wskaźnikach charakterystycznych dla kultury protestanckiej. Współczesne sekty rosyjskie podważają bądź co najmniej osłabiają tezę, zgodnie z którą „wymagania stawiane jednostce maleją, wzrasta proces prywatyzacji moralności”<sup>16</sup>. Koncepcje Bergera i Luckmana, które teoretycznie miałyby obejmować również rzeczywistość rosyjską, szczególnie zjawiska sekularyzacji i prywatyzacji, wydają się wynikać z przekonania o jednej nowoczesności, o zmianach globalnych wyznaczających kierunek rozwoju wszystkich religii i społeczeństw. Berger twierdzi więc na przykład, że świadomość oddziela sytuacje graniczne, nadając im „szczególny status poznawczy”, który jest jednak niższy w przypadku współczesnego (zsekularyzowanego) człowieka<sup>17</sup>. Taka obserwacja może być jednak – jak się nam wydaje – utrzymana jedynie w przypadku społeczeństw zachodnich<sup>18</sup>. Wedle naszych wstępnych hipotez sytuacje graniczne są bowiem naturalnym elementem potocznej konwersacji. Owe wątki konwersacyjne, spychane w naszej rzeczywistości na margines dyskusji o zjawiskach paranormalnych i „sekcjarskich”, wywołują znacznie żywszą reakcję i wydają się w większym stopniu determinować życie społeczne<sup>19</sup>. Grupa nie może być więc jasnym potwierdzeniem tezy głoszącej, że „nasze współczesne

<sup>16</sup> J. Mariański, *Religia i Kościół między tradycją i ponowoczesnością. Studium socjologiczne*, Kraków 1997, s. 239.

<sup>17</sup> P. Berger, *Święty baldachim. Elementy socjologicznej teorii religii*, przeł. W. Kurdziel, Kraków 1997, s. 77.

<sup>18</sup> Berger – jak i inni zwolennicy teorii sekularyzacji – wydaje się utożsamiać religię chrześcijańską z „religią zachodnią” – co w świetle rosyjskiej myśli historiozoficznej jest głęboko dyskusyjne. Amerykański socjolog i teolog broni jednocześnie swojej teorii, twierdząc, że „modernizacja jest dzisiaj zjawiskiem ogólnoswiatowym”, odcinając się tym samym od głębszego opisu „problemów, jakie sekularyzacja stwarza religiom niezachodnim” (stwierdzenie przemian globalnych wydaje się jedynym i według nas niewystarczającym zabiegiem do ekstrapolacji opisu z Europy Zachodniej na świat). Berger pisze, że ich analiza „odsunęłaby nas daleko od pola rozważań”, choć z drugiej strony odnosi się jednocześnie do innych religii, separując historyczne zmienne niezależne (ibidem, s. 220). Janusz Mariański zauważa natomiast że „niewiele wskazuje na to, że zjawisko sekularyzacji dotyczy krajów niezachodnich” (J. Mariański, *Sekularyzacja i desekularyzacja w nowoczesnym świecie*, Lublin 2006, s. 15). Sam Peter Berger w późniejszych tekstach zaczął używać zawężonego pojęcia „eurosekularyzacji” (ibidem, s. 16).

<sup>19</sup> Należy przy tym pamiętać, iż sam fakt osłabionej obecności doświadczeń granicznych w dyskursie publicznym nie oznacza automatycznie faktycznego zaniku takich doświadczeń czy też zupełnego ich ignorowania (J. Mariański, *Sekularyzacja i desekularyzacja...*, op. cit., s. 118).

podejście” nie przypisuje już wyższego statusu poznawczego „nocnym” kontaktom z inną, głębszą rzeczywistością<sup>20</sup>.

## Operacjonalizacja badań – zastosowane metody pilotażowe

Proponowane metody, które mogłyby pozwolić na badanie odmienności dyskursu z perspektywy codzienności i rozmów potocznych, to w naszym przypadku:

1. Analiza historyczna – poszukiwanie genezy wyszczególnionych zmiennych w specyficie rosyjskiego prawosławia, Raskołu, rozwoju sekt.
2. Obserwacja niekontrolowana, która jest jednym z podstawowych, choć często bagatelizowanym, narzędziem naukowca.
3. Obserwacja kontrolowana – nieuczestnicząca i uczestnicząca.
4. Analiza treści – dość specyficzna; mowa tu o badaniu surowca filmu dokumentalnego Michała Marcza – przetłumaczonych przeze mnie 40 godzin rozmów w jednostce wojsk pogranicznych Czeluskin za kołem podbiegunowym.

Korzystanie z czwartej grupy narzędzi wymaga wyjaśnienia – analizę filmowego materiału empirycznego należy prowadzić z dużą ostrożnością: kamera jest narzędziem inwazyjnym, ekipa filmowa może zniekształcać rzeczywistość silniej niż pojedynczy naukowiec prowadzący objęte planem badawczym wywiady swobodne czy obserwację<sup>21</sup>. Niniejsza analiza powinna być jednak z założenia trafniejsza i rzetelniejsza (w sensie socjologicznym<sup>22</sup>) niż badanie świadomie budowanych struktur, będących autorskim wytworem reżysera. Surowiec dokumentu filmowego stanowi bowiem rejestrację codzienności, wielotygodniową obserwację tych samych, podanych rutynie czynności i sytuacji konwersacyjnych.

By zweryfikować trafność pomiaru, używałem jednak innych narzędzi. Owa triangulacja – w polskiej nomenklaturze utożsamiana często z krytyczną analizą źródeł – pozwoliła mi konkludować uzyskiwanie podobnych wyników przy użyciu wymienionych już – dość miękkich, przynajmniej – metod.

---

<sup>20</sup> Ibidem, s. 78.

<sup>21</sup> Piszę o tym, badając niejawnie komunikaty w sekcie wissarionowców (J. Morawiecki, *Wykorzystanie statusu reportera i dokumentalisty filmowego w wykrywaniu mowy ezopowej i struktur niejawnych. Opis metody na podstawie badań syberyjskiej sekty „Ostatniego Testamentu”*, [w:] I. Borkowski, A. Woźny (red.), *W świecie komunikacji zdegradowanej*, Wrocław 2007 („Nowe Media. Nowe w Mediach”, 3), s. 81-114). W przypadku tamtych badań dokonywałem jednak prowokacji, używałem celowo inwazyjnego narzędzia do aranżowania sytuacji quasi-eksperymentalnych i stymulowania mowy ezopowej. Tym razem analizie poddawany jest cały materiał filmowy.

<sup>22</sup> Przez rzetelność będziemy rozumieć „właściwość metody pomiaru, polegającą na tym, że przy każdym powtórzeniu obserwacji tego samego zjawiska uzyskalibyśmy ten sam wynik” (E. Babie, *Badania społeczne w praktyce*, przeł. W. Bietkiewicz et al., Warszawa 2005, s. 249).

## Analiza historyczna – specyfika herezji prawosławnych

Z istotnych dla naszego tematu czynników, wyodrębnionych w wyniku analizy historycznej i rozwijanych przeze mnie w osobnych artykułach, chciałbym wymienić ogólną skłonność do herezji, wspomniany już pluralizm religijny, specyfikę modelu komunikacji cerkwi prawosławnej, „łżechrystowszczyznę”, utopię bajki, deklarowaną ahistoryczność i polaryzację dyskursu historiozoficznego na nurt scytyjski i okcydentalistyczny.

O silnej reprezentatywności sekt mogą świadczyć dane ilościowe, wskazujące na trwałość zjawiska herezji, anarchizacji i reprodukowania dysydenckich ruchów religijnych. W czasach Rosji u progu Rewolucji Październikowej większość badaczy i publicystów skłaniała się ku uznaniu liczby 20-25 milionów członków sekt. Taką liczbę podawał również A.I. Klibanow, który jednocześnie twierdził, że do końca lat pięćdziesiątych XX wieku liczebność sekciarzy zmalała trzykrotnie<sup>23</sup>. Statystyka Klibanowa nie może być uznana za całkowicie miarodajną – przyznawanie się do przynależności do ruchów religijnych w opisywanym okresie oznaczało narażenie się na poważne represje, prawdziwa liczebność członków dysydenckich ruchów religijnych w okresie stalinowskim może więc być o wiele wyższa. Przytoczona liczba wydaje się jednak potwierdzać wyjątkową żywotność sekt i przeczy popularnemu w Polsce przekonaniu o całkowitym zniszczeniu rosyjskiej tkanki społecznej poprzez rewolucję 1917 roku. Tezę ową neguje również fakt przetrwania części sekt rosyjskich do czasów dzisiejszych (łącznie z niewielkimi i rozproszonymi grupami, takimi jak sekta Wędrowców, poszukujących tajemniczego Państwa Opońskiego, krainy Chrystusowej). Stwierdzenie trwałości rosyjskiej herezji nie jest jednak równoznaczne z precyzyjnym określeniem jej dynamiki: do danych dotyczących liczebności sekt po 1991 roku nie udało mi się dotrzeć ani podczas kwerendy i rozmów w rządowych organach rosyjskich, ani w polskich instytucjach rządowych monitorujących sytuację w Rosji. Jak piszę w szkicu historycznym *Bezczas i utopia bajki w sektach rosyjskich*:

Wedle twórców rosyjskiego propagandowego reportażu telewizyjnego *Religijnoznije siekty. Swoboda ot sowiesti* (reż. A. Jegorcow, prod. Inform Centr „Sektor” 2004) skierowanego przeciw sektom „w Rosji około miliona osób oczekuje na nadejście rajy na ziemi”. Twórcy powołują się przy tym na dane moskiewskiej cerkwi prawosławnej, liczba owa wydaje się jednak bardzo nieokreślona. Odwoływanie się do źródeł prawosławnych jest przy tym bardzo charakterystyczne – znawcy tematu utrzymują często, że na rozpoznaniach prowadzonych przez cerkiew opierają się także rosyjskie służby specjalne, wychodząc z założenia, że jako podmiot zaangażowany są one najlepiej zorientowane w sytuacji (twierdzi tak na przykład Leonid Swiridow, redaktor naczelny RIA Izwiestija w Polsce; źródło: prywatna rozmowa telefoniczna, listopad 2006). Ośrodek emitujący takie dane może być jednak zainteresowany, by w zależności od sytuacji umniejszać bądź zwiększać znaczenie ruchów dysydenckich. Bardziej wiarygodne byłoby odniesienie się do ilościowej ewidencji, prowadzenie takiej w warunkach poradzieckich wydaje się jednak z oczywistych powodów wątpliwe<sup>24</sup>.

<sup>23</sup> A.I. Klibanow, *Religijnoznije siektantstwo w proszlom i nastojaszczem*, Moskwa 1973, s. 215.

<sup>24</sup> J. Morawiecki, *Bezczas i utopia bajki w sektach rosyjskich*, publikacja pokonferencyjna Interdyscyplinarnych Spotkań Historycznych. Ad fontes VIII: Tempus Fugit? (w druku).

Pluralizm religijny, wielowątkowość, amorficzność i silna dynamika herezji mogą być związane z upośledzeniem modelu komunikacji wertykalnej w prawosławnej cerkwi rosyjskiej<sup>25</sup>. Na problem silnego upośledzenia komunikacji zwrotnej, tj. z dołu do centrum władzy, zwraca uwagę między innymi ojciec prawosławny Wieniamin Nowik. Petersburski duchowny właśnie w słabości działań duszpasterskich i upośledzeniu kanału pozwalającego na monitorowanie otoczenia społecznego parafii upatruje przyczynę bujnego rozwoju tradycyjnych, ale i nowych sekt rosyjskich<sup>26</sup>.

Wśród zjawisk związanych bezpośrednio z religijnością należy wspomnieć również zjawisko „wielości Chrystusów”<sup>27</sup>. Związek pomiędzy zjawiskiem „łżechrystowszczyzny” a mnogością sekt o podłożu judaistycznym – to ciągle ostrożna hipoteza, którą stawiam<sup>28</sup>.

Opisując Rosję z perspektywy historycznej, warto także zwrócić uwagę na odmienny charakter dyskursu publicznego, inną drogę rozwoju dziennikarstwa, wraz z genetycznie w nie wbudowaną instytucją cenzury i opozycyjnym nurtem inteligentkim, mową ezopową i literackością – silnie reprodukowaną zarówno w nieprzynależnych beletrystyce wytworach tekstowych, jak i rozmowach potocznych<sup>29</sup>.

Niezwykle istotna dla dyskursu rosyjskiego wydaje się również polaryzacja na nurt okcydentalistyczny i scytyjski – zauważalne również w potocznych rozmowach. Zantagonizowanie narracji zorientowanych na autostygmatyzację i wyrastającą z niej odrębną, antynowoczesną, „azjatycką” tożsamość oraz na nurt krytyczny wobec rosyjskości i jej specyfiki jako takiej (z czym wiąże się również linearne wyobrażenie postępu technologicznego i rozwoju cywilizacyjnego) okazuje się wyjątkowo żywotne. W ową polaryzację wpisuje się również według mnie racjonalność, modernizacja

<sup>25</sup> Problem upośledzenia komunikacji zwrotnej nie dotyczy jedynie cerkwi prawosławnej, na słabą drożność przesyłu sygnałów oddolnych – a więc od parafian do centrum, od proboszcza do biskupa – zwraca uwagę Tadeusz Bartoś, mówiąc o Kościele katolickim (J. Grębowiec, J. Morawiecki, *Doktrynerstwo budzi Bestię. Rozmowa z profesorem Tadeuszem Bartosiem – filozofem, teologiem i byłym dominikaninem*, „Znaczenia”, 2009, 2). W przypadku moskiewskiej cerkwi prawosławnej to upośledzenie wydaje się jednak jeszcze silniejsze.

<sup>26</sup> Prywatna rozmowa z Wieniaminem Nowikiem, Petersburg, 2000 rok. Por. także: o. Wieniamin [Nowik], *Prawosławujie. Christijanstwo. Diemokratija*, Sankt-Pietierburg 1999.

<sup>27</sup> „Łżechrystowszczyzna” jest zjawiskiem żywym współcześnie – Wissarion – wedle informacji Rządu Autonomicznej Republiki Chakasja – spotykał się w talk show regionalnej telewizji z kilkoma innymi uczestnikami programu, z których każdy starał się przekonać oponentów do tego, że właśnie on jest prawdziwym Chrystusem.

<sup>28</sup> Por. S. Szostakiewicz, *Fałszywy mesjanizm*, „Frona”, 1999, 15/16, s. 261-265. Za taką tezę przemawia również bardziej kompleksowa analiza historyczna, która wskazuje na silne zakorzenienie sekt judaistycznych, które w niektórych momentach były bliskie zdominowania dyskursu religijnego (por. sekta strigolników). Szerzej o historii dysydenckich ruchów religijnych piszę w książce: *Syberyjska sekta wissarionowców jako fenomen społeczno-religijny* – złożone i przyjęte do druku w wydawnictwie Semper.

<sup>29</sup> Wspomnianemu zjawisku poświęcam książkę: *Mały człowiek. O współczesnym reportażu w Rosji* (złożona i przyjęta do druku w wydawnictwie Semper).



oraz przeciwstawiane jej akceptacja iluzji, zjawisko „bajki”, wraz z jej beczasem i ahistorycznością, krytykowaną przez przeciwników „obłomowszczyzny”, nazywanej przez nich „chorobą Rosji”<sup>30</sup>. Sekty reprodukują przy tym eskapistyczną idyllę Obłomowa, zgodnie z typologicznie przypisanym im utopizmem i charakterystycznym często dla nich dążeniem do budowania światów alternatywnych wobec projekcji zmodernizowanej (bądź postmodernistycznej) rzeczywistości okcydentalnej.

## Obserwacja kontrolowana i niekontrolowana

Do poszukiwania wskaźników mierzących sankcje uruchamiane w przypadku przestregania bądź łamania norm konwersacyjnych skłoniło mnie nagromadzenie pojedynczych, nieobjętych planem badawczym obserwacji z wyjazdów do Rosji. Owe obserwacje doprowadziły do postawienia hipotezy o ogólnym przesunięciu granic prawdopodobieństwa w porównaniu na przykład z rzeczywistością polską, gdzie tematyka *Z archiwum X* (ufologia, zjawiska paranormalne, ezoteryka) pozostaje bardziej niszowa i jest zarezerwowana dla określonych sytuacji konwersacyjnych. Naruszenie tych granic może wiązać się zaś z piętnowaniem czy stygmatyzowaniem rozmówcy. Wyjazdy dostarczały tymczasem wielu sytuacji komunikacyjnych, które ze względu na poruszaną tematykę budowały wrażenie dziwności, niesamowitości, reprodukowały obraz Rosji odmiennej i irracjonalnej. Owo odczuwanie początkowego dysonansu poznawczego może być po części związane z sygnalizowanym już złym porządkowaniem wskaźników do zmiennych, dezorientacją interpretacyjną świata, który w przeciwieństwie do rzeczywistości jaskrawo egzotycznych, odmiennych (jak na przykład kraje Dalekiego Wschodu, Afryki, grupy hermetyczne, wspólnoty pierwotne) wydaje się już częściowo oswojony, zinterpretowany, a jednocześnie – nie tyle na poziomie estetycznym czy technologicznym, ile właśnie obyczajowo-komunikacyjnym – okazuje się inny. Tak działo się podczas moich pierwszych wyjazdów korespondenta na Syberię, kiedy to prowadziłem wywiad z prezesem Państwowej Fundacji Fenomeny Meteorytu Tunguskiego<sup>31</sup>. Mój rozmówca – popularny bohater miejscowych mediów, poszukujący za fundusze rządowe szczątków meteorytu – twierdził, że jest bliski udowodnienia istnienia cywilizacji pozaziemskich (szczątki miały wedle mego interlokutora pochodzić ze statku kosmicznego). Dzielił się równocześnie swoimi obawami: „mogę zostać zlikwidowany po ogłoszeniu wyników badań” – twierdził. Takie zaangażowanie organów państwowych w działalność, która wedle polskich standardów zostałaby raczej uznana nie tyle za naukową i poważną, ile raczej za marginalną, nieracjonalną, wydaje się w warunkach rosyjskich znacznie częstsze. Tendencja owa wynika przy tym nie tylko z zawirowań transformacyjnych, dekonstrukcji dotychczasowych struktur społecznych w czasie *pieriestrojki, głośności*

<sup>30</sup> J. Morawiecki, *Beczczas i utopia bajki w sektach*, op. cit.

<sup>31</sup> Krasnojarsk, sierpień 1998, wyjazd dla Polskiego Radia Wrocław.

i budowania Rosji Jelcyna, ale także z uwarunkowań historycznych. Jako przykład działań znacznie bardziej spektakularnych mogą bowiem posłużyć wyprawy CzeKa w poszukiwaniu tajemniczej krainy Szambali, prowadzone w latach dwudziestych<sup>32</sup>.

Współczesna Rosja dostarcza wielu podobnych przykładów. Podczas tego samego wyjazdu dokumentacyjnego, po zamknięciu tematu obcych cywilizacji badanych przez państwową fundację, wyjechałem z Krasnojarska, jednak już kolejnego dnia spotkałem doktora medycyny, który częstując mnie herbatą w dworcowym punkcie medycznym w Czelabińsku, proponował wycieczkę do „nieistniejących, ale namacalnych”, znikających i ukrytych w tajdze miast<sup>33</sup>.

O tych samych miastach mówili studenci z Białorusi, którzy podczas zajęć na Uniwersytecie Wrocławskim przygotowali dziennikarską w zamierzeniu prezentację na temat kontrkultury tajemniczych diggersów, żyjących w tajnych korytarzach pod Moskwą<sup>34</sup>.

Obserwacja niekontrolowana, nieobjęta zwartym planem badawczym, spontanicznie gromadzone przypadki, których ułamek przytoczyłem, wskazują na większe niż w Polsce nagromadzenie wątków paranormalnych i ezoterycznych. Wydaje się, że w Rosji nie występuje bądź występuje w mniejszym stopniu stygmatyzacja w przypadku uruchamiania takich narracji w rozmowach potocznych. By ową obserwację utwierdzić, moglibyśmy zmierzyć ilościowo silniejszą uporczywość nawrotów tematycznych (nawet za pomocą analizy *line by line* bądź *sentence by sentence* podczas zaprogramowanych sytuacji konwersacyjnych).

Przejdźmy jednak do omówienia bardziej niż do tej pory zwartego materiału empirycznego, pochodzącego z syberyjskiej sekty Wissariona. Badania stosunkowo nowego i dobrze reprezentowanego w rosyjskich mediach ruchu religijnego były prowadzone z pomocą obserwacji kontrolowanej – nieuczestniczącej, przechodzącej w ciągu pięciu moich wyjazdów do zamieszkiwanej przez sekciarzy Zony (skolonizowany obszar w tajdze na południu Kraju Krasnojarskiego) – w obserwację uczestniczącą<sup>35</sup>. Studium przypadku ruchu religijnego, którego nominalnym przywódcą jest milicjant służb drogowych, ogłaszający się nowym wcieleniem Chrystusa, dostarcza wniosków na temat specyficznej populacji, niemogącej stanowić reprezentatywnej próby dla całości społeczeństwa rosyjskiego. Badania owe pozwoliły jednak na wychwycenie pewnych szerszej reprezentowanych zjawisk i postaw oraz dostarczyły

---

<sup>32</sup> W. Marciniak, *Aképhalos swastyką ukoronowany. Rosyjskie źródła nacjonal-bolszewizmu*, „Res Publica Nowa”, 1999, listopad-grudzień, s. 43. Autor artykułu nie podaje źródeł informacji.

<sup>33</sup> Krasnojarsk, sierpień 1998, wyjazd dla Polskiego Radia Wrocław.

<sup>34</sup> Zajęcia w ramach przedmiotu „Dziennikarstwo online”, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, 2008 rok.

<sup>35</sup> Badania były prowadzone podczas pięciu wypraw do Zony, organizowanych w latach 1999-2004, analiza danych prowadzona była w latach 2005-2006 (praca doktorska: *Syberyjska sekta wissarionowców jako fenomen społeczno-religijny*, pisana pod kierunkiem prof. Wojciecha Sitka, została obroniona w 2007 roku).

wskaźników dla zmiennych sygnalizowanych podczas prowadzenia obserwacji niekontrolowanej i analizy historycznej. Wywiady autobiograficzne zwracają uwagę na charakterystyczny motyw rozmyślania o wszechświecie i samodzielnych poszukiwaniach religijnych przed momentem konwersji (tj. przed uwierzeniem w milicjanta-Chrystusa i wyjazdem w tajgę). Tola Puchariew, pracownik kołchozu z okolic Władystok, mówi: „już wcześniej szukałem drogi dla naszej cywilizacji i w ogóle: dla wszechświata. Domownicy byli przygotowani [na wyjście w tajgę]”<sup>36</sup>.

Domownicy, o których mówi respondent, to żona i dzieci.

Podczas wcześniejszych rozmów Puchariew – podobnie jak kilku innych rozmówców – podkreślał w codziennych rozmowach zmęczenie latającymi spodkami przelatującymi nad domem (mówił: „tych talerzy jest już tak dużo, że trudno się od nich opędzić”<sup>37</sup>). Jura Sapożnik, mieszkający podówczas w tej samej wsi, opowiadał z kolei podczas wywiadu biograficznego o wychodzeniu z ciała. Wspomniany proceder został jednak zakazany przez Nauczyciela (Wissariona), bo okazał się zbyt niebezpieczny (Sapożnik: „czasem do ciała można nie wrócić”<sup>38</sup>). Dlatego teraz Jura nie może już spotykać się z kolegami z sąsiedniej wioski „w tonkom mirie”, czyli „subtelny wymiarze rzeczywistości”.

Tematyką teleportacji, wspomnień z poprzednich wcieleń, snopów energii, kontaktów z dobrymi i złymi cywilizacjami niezemskimi, oświeconych snów, znaków, przepowiedni – nasycona jest cała codzienna komunikacja w sekcje.

Wyjdźmy jednak poza zamknięty obszar Zony i przyjrzyjmy się fragmentom zapisu werbunku, jaki prowadzi jeden z agitatorów sekty. Igor Nowikow, podróżując koleją transsyberyjską z Moskwy do Abakanu, aranżuje szereg sytuacji pozwalających na wywołanie dyskusji i sporów religijnych, które następnie bywają wykorzystywane do monopolizacji dyskursu i zawłaszczania wspólnej dla rozmówców sfery symbolicznej. Opisane sytuacje wskazują jednak również na łatwość, z jaką Nowikow porusza tematykę religijną i ezoteryczną. Pasażerowie włączają się w takie sytuacje komunikacyjne chętnie i podczas kilkudniowej podróży prowadzą coraz silniej kontrolowane przez Igora dyskusje. Przyjrzyjmy się następującej scenie sporu agitatora sekty wissarionowców z kobietą przedstawiającą się jako baptystka:

Kobieta: Skąd jesteście tacy pewni, że on przyszedł? W Biblii stoi, że nie tak to wszystko ma się wydarzyć.

Igor Nowikow: A w jaki sposób?

Kobieta: On ma przyjść na obłoku.

Igor Nowikow: Opierać się na 24 rozdziale Mateusza, ale Łukasz pisze inaczej.

Kobieta: Jak będzie drugie przyjście, to już nie będą nikogo o nic pytać. Nie jak za pierwszym razem, kiedy go prześladowali.

<sup>36</sup> Nagrana rozmowa Anatolija Puchariewa z Igorem Nowikowem w Żarowsku, IV wyjazd do Zony, 2004 rok.

<sup>37</sup> Takie słowa padły podczas rozmowy w Żarowsku (I wyjazd do Zony, 1999 rok).

<sup>38</sup> Oficjalny wywiad z Jurą Sapożnikiem w Żarowsku, I wyjazd do Zony, 1999 rok.

Igor Nowikow: Jeśli dobrze rozumiem, czekacie na Sędziego, że przyjdzie z mieczem, z Aniołami.

Kobieta: My do tego nie dożyjemy. Może dzieci naszych dzieci się doczekają.

Igor Nowikow: Ja opieram się na prostej podpowiedzi: Jak było w dni Lota, będzie i w dni

Syna Człowieczego, jak było w dni Noego, tak będzie i w dni Syna Człowieczego...

Inna kobieta: Ileż niesprawiedliwości na świecie!

Pasażer w żółtej koszulce: Dlaczego cerkiew ma złote kopuły?

Igor: Cha, cha, cha!

Kobieta: A co, myślicie, że w ich wspólnocie będzie sprawiedliwie?

Pasażer w żółtej koszulce: O nim nic złego nie powiem, po co mam obrażać człowieka?

Igor Nowikow: Dawajcie, zdefiniujemy, co to jest niesprawiedliwość.

Kobieta: To, w czym żyjemy, granica między biednymi i bogatymi.

Pasażer: My jesteśmy biedni, a oni bogaci.

Igor Nowikow: W Piśmie stoi, że łatwiej jest wielbłądowi przejść przez ucho igielne niż bogatemu wejść do Królestwa Niebieskiego.

Kobieta: Jezus urodził się w żłóbku.

Igor Nowikow: Czemuż jesteście nieszczęśliwi?!

Inna kobieta: Nie chcę, żeby obok mnie byli bogaci.

Kuszetkowa wszystkich przegania, niesie herbatę. Później rozmowa toczy się dalej.

Pasażer: Stańcie na ziemi, zostawcie Biblię, mówcie o życiu.

Kobieta: Przez Biblię przyjdzie Zbawienie.

Pasażer: Chyba tylko do was przyjdzie!

Kobieta: Weźcie Biblię, czytaliście kiedyś? Pewnie nawet nie jesteście w stanie przeczytać.

Pasażer: Chcecie powiedzieć, że nie potrafię czytać?

Igor Nowikow: Przeczyta, przeczyta, na niego też przyjdzie czas.

Pasażer: Ona mi zrobiła przykrość, powiedziała, że nigdy nie zdołam Biblii przeczytać.

Igor Nowikow: Tak, tak, to wywyższanie się nad bliźnim. Cha, cha, cha.

Pasażer: Już dawno mogłem jej ubliżyć i nie zrobiłem tego, a ona mi ubliżyła.

Kobieta: Wy wszystko przekręcacie.

Pasażer: Nic nie przekręcam.

Kobieta: Jak tylko Biblię przeczytacie, będę szczęśliwa.

Pasażer: Nie przeczytam, drugi raz nie przeczytam, już kiedyś czytałem<sup>39</sup>.

Czy w Polsce rozmowy są pozbawione podobnych wątków tematycznych? Z pewnością nie, zwykle zostają jednak one zepchnięte do zamkniętych „chat-roomów” przeznaczonych do takich dyskusji. Będą one zarezerwowane dla sfery prywatnej, w publicznej zaś pojawiają się znacznie rzadziej i są poddane silniejszym rygorom. Jeśli jednak nawet wyobrazimy sobie w polskim pociągu nagromadzenie scen podobnych do prezentowanej, to zgodzimy się prawdopodobnie na to, że na polskich uczelniach trudniej będzie odnaleźć narracje reprezentowane przez duchownego w sekcje wissarionowców – byłego pułkownika wojsk rakietowych, który w taki oto sposób mówi o swojej pracy wykładowcy (respondent zajmował się bronią atomową): „Wszyscy wiedzieli o moich zainteresowaniach i nie widzieli w tym nic złego. W końcu powiedziałem: «Koniec, muszę wyjeżdżać na Syberię, do Nauczyciela».

<sup>39</sup> Zapis surowca filmu dokumentalnego *Syberyjski przewodnik* (reż. M. Migas, J. Morawiecki), V wyjazd, 2004 rok.

Proponowali jeszcze katedrę [na akademii wojskowej], ale zrozumieli, że decydować będą sam. Dali dobrą odprawę, pomogli wszystko załatwić. Pojechałem<sup>40</sup>.

Wypowiedź wskazuje także na częściowe zrozumienie ze strony środowiska zawodowego: wiara w „Chrystusa w tajdze” nie oznacza wykluczenia ze środowiska, respondentowi – jak i niektórym innym – proponowany jest awans, mający zatrzymać dobrego pracownika; radykalny, kontrowersyjny światopogląd traktowany jest jako prywatna sfera życia, niekolidująca z wykonywaniem profesji; również w wypowiedziach innych respondentów w żadnym innym wypadku nie pojawia się motyw dyskryminacji światopoglądowej w pracy.

Silne nasycenie codziennych rozmów tematyką religijną, ezoteryczną (interpretowaną w sposób anarchiczny, pozbawiony skonwencjonalizowanego kanonu) wydaje się nie być przy tym charakterystyczne li tylko dla badanej sekty czy też dla sytuacji, w których rozmowy są animowane przez prozelitycznie nastawionych przedstawicieli ruchów religijnych.

Wskazuje na to obserwacja poczyniona po ostatnim wyjeździe, zakończeniu badań i opuszczeniu sekty wissarionowców. Wsiadłszy do pociągu relacji Abakan–Krasnojarsk, miast spodziewanego odpoczynku od tematyki ezoterycznej zagłębiłem się w kolejną narrację – w wagonie siedziałem bowiem obok małżeństwa, które spotkało Matkę Boską na jeziorze (tak w każdym razie twierdzili); inni pasażerowie nie dystansowali się od tej rozmowy, a gromadzili wokół nich, wymieniając podobne doświadczenia. Należy przy tym odnotować, że także te wątki narracyjne nie były przeze mnie stymulowane (doświadczony długą i wyczerpującą obserwacją uczestniczącą daleki byłem od prowokowania podobnych sytuacji konwersacyjnych po opuszczeniu Zony).

## Badania niereaktywne jako walidacja pomiaru

By zweryfikować wnioski płynące z dotychczasowych obserwacji, przyjrzyjmy się zapisom sytuacji konwersacyjnych utrwalonych w czterdziestogodzinnym surowcu filmu dokumentalnego *Czeluskin*, reżyserowanego przez Michała Marcza. Prezentowaną metodę – stosowaną, jak sygnalizowaliśmy na wstępie, z uwzględnieniem inwazyjności narzędzia – moglibyśmy nazwać obserwacją podwójnie ślepą – analogicznie do eksperymentu podwójnie ślepego, aranżowanego w naukach społecznych w celu zminimalizowania błędów pomiaru<sup>41</sup>. Analiza obszernego surowca dokumentalnego, utrwalonego w czasie dłuższej, ponadmiesięcznej obserwacji w bazie wojskowej, może być bowiem przyrównana do odczytywania pomiaru, podczas którego ani respondenci, ani bezpośredni obserwatorzy nie wiedzą o wyborze grupy

<sup>40</sup> Wywiad oficjalny w Nowym Jeruzalem (I wyjazd, 1999 rok).

<sup>41</sup> Mowa o eksperymencie, w którym ani badani, ani obserwatorzy nie wiedzą, która grupa zostaje poddana bodźcowi, która zaś stanowi jedynie próbę kontrolną (E. Babbie, op. cit., s. 249).

eksperymentalnej ani o intencji badań. Ekipa filmowa będzie więc w tym przypadku grupą obserwatorów-podwykonawców, prowadzących badania jakościowe.

W bardziej klasycznym ujęciu metodologicznym możemy jednak potraktować omawianą sytuację jako badania niereaktywne – analizę treści zastanego surowca, który nie był zbierany z intencją pomiaru wątków religijnych, ale codzienności żołnierzy, rutyny sytuacji konwersacyjnych i typowych czynności przez nich wykonywanych.

Ekipa – niewładająca biegle językiem rosyjskim – nie prowadziła bowiem własnych wywiadów, nie stymulowała precyzyjnie kierunku rozmów, a obserwowała i aranżowała spotkania pomiędzy mieszkańcami bazy wojskowej. Wskaźniki interesujących nas zmiennych pojawiały się więc samoistnie, w sytuacjach opatrywanych pierwotnie innymi etykietami tematycznymi.

Pierwsze z przytaczanych wydarzeń stanowi w zamierzeniu uczestników młodzieńczą inicjację, próbę, jakiej zostaje poddany świeżo przybyły do bazy młody rekrut. Młodszy szeregowiec ma przeżyć dwie doby w wykopanej przez siebie jamie śnieżnej, w której dysponuje jedynie szpadlem, ręczną piłą i świeczką do podgrzania wody. Starszy stopniem żołnierz – lejtnant – odwiedza nowicjusza, sprawdza jego kondycję i rozpoczyna w mikroskopijnym igloo rozmowę:

Starszy: Wytrzymasz mróz i wszystko. Ogrzały się już nogi?

Młodszy: Ogrzały.

Starszy: Twoja próba niedługo się zakończy. Będzie dobrze. Wszyscy są z tobą. Myśl o sensie życia. Zadawaj sobie to pytanie: jaki jest sens życia? W porządku?

Młodszy: W porządku.

Starszy: Wtedy wszystko będzie dobrze. Wszyscy są z tobą, myślą o tobie, wrywają się, żeby ci coś przynieść, Waleria ryb chciał naszykować, tłumaczyłem, że nie można, bo ryba solona, potem pić się chce. No, co jeszcze powiesz? Objaśnij mi, na czym sens życia polega.

Młodszy: Sens życia tkwi w samym życiu. Przeżyć. Przeżyć dobrze. Dla własnej przyjemności i dla dobra innych<sup>42</sup>.

Podobne wątki prowadzono w bazie, już po zakończeniu próby:

Brodacz: Patrz no, Locha. Siedziałeś tam 24 godziny.

Młody: Trzydzieści.

Brodacz: Nawet trzydzieści. Jakieś myśli filozoficzne lały ci do głowy? Nie masz z kim pogadać, zaczynasz myśleć. Wspominać przeszłość. Teraźniejszość. Ale najważniejsze to myśleć o przyszłości. Bo przeszłości już nie odmienisz. Teraźniejszość to określone warunki, w których się znajdujesz...

Starszy: I tworzysz...

Brodacz: I tworzysz przyszłość. Sam to czynisz, własnymi rękami.

Młody: Patrząc w przeszłość.

Brodacz: Prawidłowo. Bierzesz pod uwagę wszystkie błędy.

Młody: Bo przeszłość zawsze się powtarza.

---

<sup>42</sup> Całość materiału filmowego została przetłumaczona przez autora niniejszego tekstu.

Brodacz: Nie!

Starszy: Człowiek, który żyje przeszłością, nie ma przyszłości.

Brodacz: Słuchaj. Przeszłość się nie powtarza. W filozofii jest takie pojęcie, że ludzkość nie rozwija się linearnie.

Uszaty (żując): Tylko spiralnie.

Brodacz: Tak, spiralnie. Więc koniec końców wracamy do postawy. Ale bogatsi w doświadczenie. A swoją drogą. Mam tak czasem, że czuję, że już to przeżyłem. Miałeś też tak?

Młody: Odczuwałem coś takiego. *Déjà vu*.

Brodacz: Takie *déjà vu*. A więc albo ta informacja idzie do nas skądś z góry, albo jesteśmy zaprogramowani. Bywa tak: stop! To było!

Rozmowy żołnierzy wojsk pogranicznych stają się abstrakcyjne nawet w przypadku poruszania tematów bytowych. Interlokutorzy operują pojęciami, które Rosjanie szeregują często jako przynależne do „subtelnego wymiaru świata” (przytaczana wcześniej kategoria „tonkogo mira”) bądź do filozofii i utożsamiają z „rosyjską duszą”. Taki schemat narracji bywa reprodukowany również w innych sytuacjach, na przykład w rozmowie, podczas której żołnierze zaczynają wątpić w sens swojej służby (baza położona na brzegu Oceanu Lodowatego, z dala od ludzkich osad, ma być wkrótce zamknięta). Starszy rangą żołnierz, nazywany w surowcu filmowym Brodaczem, mówi:

Brodacz: A tutaj na czym nasze zadanie polega? Zamknijmy tę bazę, wyjedźmy wszyscy do domu! Co my tu właściwie odpięrzamy?

Starszy: Niczego nie odpięrzamy.

Brodacz: Mieliśmy ideę. Tak? Pełniliśmy swe funkcje. A teraz co tu robimy? Jesteśmy tu potrzebni? Twój duch sobie coś tam wymyślił, że powinniśmy tu być.

Starszy: Żaden mój duch. Co ma duch do tego?

Brodacz: Bo to duch nam wpoił, że nasze ciała tu mają się znajdować.

Starszy: W jego myśleniu nie ma spójności.

Brodacz: Jasne, że nie. Jestem z natury anarchista.

Starszy: Brakuje mu spójności.

Brodacz: Tak, tak. Słuchaj lejtnanta. On ci dopiero naopowiada. Sprzeda ci takie kawałki, że się kompletnie pogubisz. Lepiej się ucz tej swojej biologii czy chemii organicznej. Tam masz przynajmniej konkretny materiał.

Starszy: I tak młody człowiek sądzi, że materia jest wtórna, a świadomość pierwotna.

Brodacz: Nagadał bez zastanowienia.

Starszy: Czemu bez zastanowienia?

Brodacz: Jest taka klasyczna fraza Marksa. Jakże ona brzmi?

Starszy: Tymi frazami nikt się już nie posługuje. Oprócz ciebie. One się zestarzały jak komputer pierwszej generacji.

Brodacz: Najpierw wierzyli w Boga. Potem Boga zabrakło. A teraz ci sami komuniści...

Starszy: Chrzczą się.

Brodacz: Do cerkwi chodzą. A często nawet nie potrafią się dobrze przeżegnać, [robią znak] od lewej do prawej. A twoi demokraci co nawyrabiali? Partokraci. To ci sami komuniści.

Starszy: Oni nie moi, tylko twoi.

Brodacz: To twoje idee, twój duch, Walera. Patrz, coś wymyślił. Mojej materii chce się jeść. Jeść chce.

Głos: Obiadu!

Brodacz: Tak. Walenty! Jeść mi się chce.

Samoistnie pojawiające się wątki, użyteczne dla naszego wywodu, to ezoteryka, zjawiska paranormalne, ale także gra słów budowana na tematyce religijnej, która w polskich warunkach kojarzy się raczej z sytuacjami konwersacyjnymi w grupach przykościelnych, wśród seminarzystów<sup>43</sup>, niż z rzeczywistością koszarową. Podczas biesiady w bazie Brodacz wznosi toast „kompotem” (tj. bimbrem) i mówi:

No, to co? Dawajcie. Za ciebie, zuchu. Za zwycięstwo ruskiego ducha.  
[...] Co, mocne? Nieźle naładowane procentem. Przedłużam kontrakt tutaj.  
I rozleje się miłe Bogu lekarstwo po wszystkiej peryferii cielesnej. Odejdzie siła nieczysta, zostanie spiryty jedyny. Piję nie dla pijaństwa, piję z pokorą.

Tematyka religijna bywa wśród żołnierzy poruszana bardzo często, tak w sytuacjach bardziej przewidywalnych – a więc podczas prywatnych, osobistych rozmów – jak podczas zdarzeń związanych bezpośrednio z wojskową procedurą szkoleniową, a więc w czasie, gdy rozmówcy wypełniają role oficjalne, poddawane silniejszym rygorom i sankcjom formalnym. Religia – interpretowana samoistnie, indywidualnie – staje się tym samym jednym z istotnych elementów socjalizacji młodego żołnierza, podobnie jak nabywanie umiejętności interpretacji quasi-filozoficznych, a także poszerzania wiedzy ezoterycznej, do których to czynności rekrut jest namawiany. Materiał z bazy Czeluskin zawiera pełny zapis trwającego ponad godzinę „testu psychologicznego”, jaki lejtnant przeprowadza na młodym żołnierzu. Cała sytuacja prowadzona jest w atmosferze spotkania oficjalnego, podczas którego egzaminator utrzymuje silny dystans wobec rekruta (wszelkie próby wybitcia z roli i przejścia na płaszczyznę prywatną są torpedowane). Lejtnant mierzy postawy ideacyjne, stawia młodego żołnierza w sytuacjach ekstremalnych i każe mu przedstawić strategię rozwiązania określonego problemu (takiego jak spotkanie z rannym obcokrajowcem z silnymi odmrożeniami, który nielegalnie przekracza granicę, awaria skutera śnieżnego, atak białego niedźwiedzia, kontuzja towarzysza podczas patrolu). Podczas testowania sposobu kalkulacji ryzyka lejtnant zadaje niespodziewanie rekrutowi pytanie:

Starszy: Wierzysz w Boga?

Młody: Tak.

Starszy: W jaki sposób?

Młody: Jak to manifestuję czy...

Starszy: Powiedzmy, że jeśli w coś wierzę, to idę i to biorę. Jak ty wierzysz?

Młody: Wierzę w Boga. Wierzę, że On mi pomaga. Wierzę, że zawsze na nas patrzy i czyni wszystko słusznie. I wszystko, co zrobiłem, zrobiłem dla Dobrego. Że tak trzeba dla Niego.

---

<sup>43</sup> Mowa o slangowych rozmowach prowadzonych w sytuacjach bardziej prywatnych – na przykład w pokojach seminarzystów – czy o kalamburach i żartobliwych przekleństwach, takich jak popularny zwrot: „Kuria mać” (obserwacja niekontrolowana w Wyższym Seminarium Duchownym we Wrocławiu w 1995 roku). Nawet w tym przypadku tematyka religijna nie będzie jednak raczej związana z sytuacją biesiadną i nie zostanie wyeksponowana w czasie wznoszenia toastów.



Starszy: Znasz jakieś modlitwy? Czytasz coś?

Młody: Nie znam żadnej modlitwy. Ale uważam, że nie trzeba się uczyć modlitw, chociaż każdej niedzieli do cerkwi, wystarczy wierzyć i czasem przed snem podziękować, że wszystko jest OK. Powiedzieć Panu Bogu, że dzień minął dobrze.

Starszy: Ale czy czujesz jakąś więź? Jeśli, powiedzmy, znasz swoją dziewczynę, to pamiętasz ją, wizualizujesz, łączysz się z nią. A jakie masz wyobrażenie Boga? Co to takiego? Jak to wygląda? Masz jakiś stały punkt? Wszyscy mówią: Bóg, Bóg, a co to takiego?

Młody: Jest wiele pomysłów: jedni mówią, że On siedzi i patrzy na nas z góry, z jakiegoś siódmego czy ósmego nieba. Inni mówią, że Bóg jest tutaj, w każdym z nas. Ale ja trzymam się trzeciej wersji: że Bóg to wszystko, co nas otacza. A także my sami. On jest tutaj: jest powietrzem, którym oddychamy, stołem, który między nami stoi. On jest wszystkim.

Starszy: Miałeś taką sytuację, kiedy zwracałeś się tylko do Niego? Rozumiejąc, że cała reszta to marność? Że nic więcej nie pomoże?

Młody: Tak.

Starszy: I coś to zmieniło?

Młody: Czy zmieniło? To były sytuacje, które zostały stworzone po to, bym o Nim nie zapomniał. Kiedy wokoło dzieje się coś, czego nie potrafisz wyjaśnić, to rozumiesz, jak jesteś marny wobec tych wydarzeń i uwarunkowań, wtedy wspominasz Boga. Wiara pomagała, o tak! Zmienić te warunki. Teraz będzie już dobrze. Zrealizuję cel, który sobie stawiam.

Starszy: A co sądzisz o naszej strażnicy? O miejscu, w którym jesteśmy?

Silna reprezentatywność powyższych wątków w sytuacjach oficjalnych wydaje się wiązać nie tyle z wkalkulowaniem ich w oficjalny system edukacji poborowych, ile z przyzwoleniem na indywidualne ich uruchamianie przez starszego rangą żołnierza. Prowadzenie narracji ezoterycznych, religijnych, budujących projekcję świata wypełnionego zjawiskami paranormalnymi, nie stoi bowiem w konflikcie z wypełnianiem roli wykładowcy, zwierzchnika (potwierdzają to również wywiady autobiograficzne prowadzone w ramach studium przypadku ruchu wissarionowców: oprócz pułkownika wojsk raketowych struktury wszechświata tłumaczyli na zajęciach swoim wychowankom również trener sportowy czy nauczyciel w szkole zawodowej dla traktorzystów; wszyscy respondenci podkreślali jednocześnie akceptację dla ich działań w pracy).

Skoro zaś samowolne włączanie takich wątków do sytuacji socjalizacyjnych nie powoduje uruchomienia systemowych sankcji negatywnych, to respondenci eksploatują je w sposób naturalny, traktując powyższą tematykę jako istotny dla nich element opisu rzeczywistości. Tak dzieje się również w przypadku dowódcy bazy pograniczników, charyzmatycznego kapitana, który uczy młodego żołnierza, jak uzdrawiać ludzi i wyczuwać w ciemności żywe istoty:

Kapitan: Rozumiesz? I możesz leczyć swoimi rękami. Trzy razy dziennie ładujesz je w śnieg i już. No, naprzód, spróbuj jeszcze. Dokładnie tutaj. Mięciutko, tak. Teraz spróbuj, jakie wytwarzają wibracje. Czujesz? To jest twoja energia. Jest otępiąła, właśnie się budzi. [Rób to] trzy razy dziennie. Nie będziesz potrzebował żadnych rękawic. [...] Pocieraj, silniej, musisz to poczuć, żeby skóra zaczęła parzyć. Mocniej. Co, pali już? To ćwiczenie pozwala otworzyć energię wewnętrzną. Widzisz? Pali jak ogień. Tą energią możesz uleczyć każdego człowieka. Załóżmy, dziewczyna zachorowała, żołądek, kładziesz jej tu jedną rękę, drugą z tyłu, trzymasz tak ręce 10 minut. Odejdzie każda choroba. Ćwicz to trzy razy dziennie.

Młody: A gdzie się pan tego nauczył?

Kapitan: W Chinach. Pracowaliśmy w Szaolinie, oni tym zajmują się trzy razy dziennie [...].

Człowiek ma taki zapas mocy, wystarczy spróbować. Tę energię możesz nawet zobaczyć. Wieczorem, kiedy zmierschasz, kładziesz się na łóżko, patrzysz na odległość wyciągniętej ręki, wokół każdego palca ujrzysz zielony płomyczek. Trzymasz go, przeciągasz ręką, a energia zostaje. Potem można się nauczyć dosięgać do ściany, obmacywać przedmioty. Szkoło jest zimne, drewno ciepłe. Możesz rozpoznawać dowolne przedmioty na duże odległości. Da się tego nauczyć. I jak na przykład siedzisz w zasadzce, to nie potrzebujesz wzroku do tego, by stwierdzić obecność zwierzęcia. Tak samo człowieka. Bo każda żywa istota ma swoją energię. Proste ćwiczenie, a daje takie możliwości! Trenuj.

W innym fragmencie analizowanego materiału odnajdujemy zapis sytuacji kolejnego szkolenia: kapitan zabiera rekruta w tundrę, gdzie uczy go zbierania leczniczych ziół i żucia wierzby syberyjskiej, która „daje lepszą fazę niż alkohol”.

W rozmowach silnie reprezentowane są również wątki medycyny naturalnej i wiary w zbawczą rolę wódki. Jako przykład może tu posłużyć żołnierska przysłowia o likwidatorze katastrofy Czarnobyla, który żyje tylko dlatego, że „zmiękczał promieniowanie wódką i wydalal je z organizmu razem z alkoholem; teraz zawsze nosi z sobą butelkę”<sup>44</sup>. Podobnych wątków dostarczały badania rozmów w sekcji wissarionowców (pomimo zakazu picia alkoholu w grupie). Na przykład Wańka z Chutoru Czeriemszańskiego – konwertyta i potomek starowierców – przytaczał historie, w których wódka uratowała mu życie (np. po ugryzieniu przez żmiję), a także wskrzesiła prosiaczka (weterynarz kazał martwemu już, zamrożonemu zwierzęciu „wlać wódkę w dwa otwory – przez pysk i z zadniej strony”; w stworzenie, wedle owej relacji, wstąpiło życie – zwierzę zakwiczało i zaczęło biegać jak szalone)<sup>45</sup>.

## Konkluzje

Istotny dla niniejszej analizy wydaje się nie tylko jakościowy aspekt badanych wątków (treść), walor ilościowy (natężenie), ale także ich lokalizacja. Przytaczane

---

<sup>44</sup> Materiał zapisu filmowego – rozmowa na pryzkach: „K: [Byliśmy] z synem na brzegu morza. I ten czarnobylec mówi mi: «przeżyłem tylko dlatego, że łołem w Czarnobylu wódkę. Ona jakoś zmiękcza dawkę promieniowania, której byłem poddany, i wydała ją z organizmu razem z wódką. A wszyscy moi przyjaciele już umarli». Powiedział mi to osobiście. To było około 1989. On mówi: «Przez trzy lata wszyscy moi towarzysze pomarli. Byliśmy w samym piekle». Starszy: Poznałeś tam kogoś? K: No nad Morzem Czarnym. Wypoczywał w kurorcie. [...] Starszy: I mówisz, że wszyscy umarli? K.: Tak. Byli w piekle, w samym centrum. Mówi: «łołem najbardziej ze wszystkich. I jako jedyny przeżyłem. Bo wódka wydała promieniowanie». Starszy: Wydała przez krew wszystkie radionukleidy. K.: Dokładnie. I przy nas tak samo wychylał ciągle 50 gram. Miał buteleczkę pod bokiem”.

<sup>45</sup> Wywiad z Wańką z Chutoru Czeriemszańskiego, wiosna 2004 roku, IV wyjazd. Owe relacje przypominają formy skazu, niezwykle trafnie realizowane przez Mikołaja Leskova (por: M. Leskow, *Utwory wybrane*, przeł. J. Wyszomirski et al., Wrocław 1970).

obserwacje nie wskazują, by badane tematy były reprezentowane w sytuacjach tradycyjnie zaliczanych do sfery sakralnej. Nie pojawiły się takowe podczas świąt religijnych, nominalnie zaliczanych do obszaru *sacrum*. Surowiec filmu dokumentalnego *Czeluskin* zawiera obszerny zapis obchodów świąt Paschy w wojskowej bazie pogranicznej. Podczas Wielkiej Nocy pojawiają się wątki obyczajowe: próba rekonstrukcji tradycji, żołnierze pouczają się w sprawie postu, ustalają porządek obchodu świąt, dwóch z nich zmywa naczynia, reszta nie ma prawa wykonywać żadnych prac fizycznych, potem przygotowują w sześcioosobowym gronie przedstawienie, wieczór poetycki, wykonują pieśni (z nagrań wynika, że wielkanocny program ma podobny przebieg do Święta Pogranicznika i pierwszomajowego Święta Pracy). Następnie żołnierze piją wódkę i znów śpiewają. Święta pełnią więc funkcję integracyjną, ale nie poprzez karnalizację, nie wiążą się ze zmianą ról (hierarchia pozostaje zachowana). Oznaczają spowolnienie rytmu i relaks. W aspekcie społecznym dostarczają materiału do opisu spędzania czasu wolnego. Poprzez pewne odniesienie do tradycji pozwalają na wzmocnienie tożsamości.

Jednakże rozmowy egzystencjalne, próbujące „uchwycić naturę wszechświata”, sens istnienia, odnoszące się do sytuacji granicznych, kontaktów z „nocnym światem” – uruchamiane są w innych zupełnie kontekstach – zwykle w codziennym rytmie życia (rozmowy w kuchni, podczas patrolu etc.). Samo nasycenie analizowanymi wątkami wydaje się przy tym większe niż na przykład w Polsce. Kwestia porównania ich lokalizacji okazuje się jednak bardziej skomplikowana. Przytoczone dane zdają się świadczyć na korzyść tezy o większym przyzwoleniu Rosjan na opisywanie świata z uwzględnieniem konstruktów „subtelny wymiar” czy „głębszej” bądź „nocnej rzeczywistości” w sytuacjach publicznych. Rozmowy takie, akceptujące tezę o „wyższym poznaniu” uzyskiwanym dzięki zgłębianiu, reprodukowaniu i wymianie wiedzy ezoterycznej w potocznych konwersacjach, są uznawane za element codzienności (nawet jeśli spotykają się z niechęcią respondentów reprezentujących bardziej materialistyczną, okcydentalistyczną orientację). Z drugiej strony deficyt wspomnianych elementów konwersacji w sytuacjach związanych obrzędowo ze sferą religijną wydaje się nie być charakterystyczny jedynie dla rzeczywistości rosyjskiej (analiza uporczywości nawrotów tematycznych podczas rozmów wielkanocnych wśród Polaków mogłaby prowadzić do podobnych wniosków). Wydaje się więc, że w tym przypadku mamy do czynienia z inną już zmienną: zjawiskiem przesunięcia sfery sakralizacji. Czy jednak migracja owa dokonywana jest w perspektywie historycznej (wtedy mieściłaby się ona w ramach ogólniejszej tendencji sekularyzacji/przemieszczenia, sprowadzonej tu do wymiaru wertykalnego), czy też wiąże się ze znacznie wcześniejszymi już zmianami mentalnościowymi (mającymi miejsce przed etapem modernizacji) – pozostaje kwestią otwartą. Innymi słowy: jeśli bylibyśmy w stanie oprzeć się na wystarczająco twardym materiale z badań niereaktywnych (takim, który wykazałby historyczną desakralizację potocznych konwersacji podczas oficjalnych świąt religijnych w wieku XIX i wcześniej), to analiza religijności

musiałaby być traktowana li tylko jako opis przekrojowy, nie zaś dynamiczny. Bez względu jednak na jej charakter – badania dostarczają już na etapie pilotażowym jakościowych wskaźników religijności jako takiej. Uroczystości religijne wyprowadzone poza przestrzeń kościoła wydają się sprowadzane do wymiaru rodzinnego (w Polsce) – i szerzej – kolektywnego, środowiskowego – w Rosji. Niniejsza konstatacja nie wydaje się skądinąd zaskakująca. Dla Rosji jednak charakterystyczny okazuje się ponadto pluralizm religijny, słaba edukacja w ramach konkretnej szkoły teologicznej czy brak takiej edukacji nawet na poziomie ogólnym (nikła katechizacja). Odmiennosc konwersacji potocznej wiąże się również z popularnością takich konfesji jak szamanizm i buddyzm, ale także z samym położeniem geopolitycznym, kontaktami z kulturami Wschodu, których dorobek jest u nas traktowany jako egzotyczny, a na niektórych przynajmniej obszarach Rosji – jako integralna część kultury (na co dowody znajdujemy w analizowanym materiale konwersacyjnym).

Jeżeli więc Amerykanów próbowalibyśmy opisać na podstawie konwersacji i analizy treści jako naród psychologów (mamy tu na myśli wyrastające z behavioryzmu psychologizowanie, często irytująco uproszczone – właśnie poprzez swoją masowość), to Rosjan można by analogicznie nazwać narodem filozofów – często zapewne małych, skarłałych, naiwnych, niedokształconych – również poprzez masowość zjawiska, jego wszechobecność sytuacyjną i strukturalną<sup>46</sup>. Relokacja wątków religijnych i ezoterycznych, uruchamianych poza sferami formalnie im przynależnymi, mniejsze ich skonwencjonalizowanie, wydają się świadczyć o samorodności i trwalszym zakorzenieniu w mentalności poddanych analizie elementów.

Używając analogicznych do proponowanych narzędzi, moglibyśmy eksplorować inne elementy dyskursu, dobierać odmiennie subpopulacje, ale także poszukiwać wskaźników świadczących o specyfice funkcjonowania kolejnych wątków tematycznych.

W przytaczanym materiale mocno reprezentowane są na przykład motywy intertekstualne: żołnierze recytują wiersze, dyskutują o wersyfikacji, improwizują. Wreszcie – powielając stereotyp narodowy – cytują gęsto Puszkina. Niniejsze wyniki znajdują potwierdzenie w obserwacji prowadzonej na innych próbach, co może stanowić sygnał świadczący o tym, że obiegowe wyobrażenie Rosjanina spod budki z piwem rozmawiającego o Puszkinie nie przekłamuje obrazu realnej codzienności Rosji<sup>47</sup>. Przyczynami takiej intensywności motywów intertekstualnych mogłyby być między innymi system edukacji radzieckiej i walka z analfabetyzmem, niestanowiąca

---

<sup>46</sup> Podział na „psychologów” i „filozofów” stanowi jedynie literacką metaforę, w żadnym wypadku nie należy go czytać w ramach nomenklatury naukowej.

<sup>47</sup> O takim obrazie mówiła Krystyna Kurczab-Redlich (III Program Polskiego Radia, styczeń 2009), pisał na przykład Andrzej Drawicz (*Pocałunek na mrozie*, Łódź 1990); potwierdzają go autentyczne wypowiedzi bohaterów, mających z założenia mówić o wykopkach, ale wiążący temat ziemniaków z Aleksandrem Puszkinem (J. Morawiecki, *Kartoszka*, Polskie Radio 1998).

jedynie propagandowej figury retorycznej. Temat ten wymaga jednak bardziej szczegółowych badań (w tym niereaktywnych i analizy statystycznej).

Zdaję sobie sprawę z tego, że prezentowane uwagi wynikają z miękkich obserwacji. Jak pisze Earl Babbie, badania jakościowe winny przypominać pracę artysty, która nie może być do końca zestandaryzowana i przez to siłą rzeczy – jest mniej rzetelna (choć może być bardziej trafna). Do weryfikacji wskaźników potrzebne byłoby porównanie wyników analizy konwersacyjnej w wojsku polskim, przeniesienie na inne obszary dyskursu, inne sfery codzienności. Wstępne wyniki wydają się jednak obiecujące. Gdyby się potwierdziły, to pogrupowanie owych wskaźników w indeksy pozwoliłoby na weryfikację hipotez twardszymi badaniami ilościowymi.

## Literatura

- Babbie E., *Badania społeczne w praktyce*, przeł. W. Bietkiewicz et al., Warszawa 2005.
- Berger P., *Święty baldachim. Elementy socjologicznej teorii religii*, przeł. W. Kurdziel, Kraków 1997.
- Braudel F., *Kultura materialna i kapitalizm. XV-XVIII wiek*, t. 1: *Struktury codzienności. Możliwe i niemożliwe*, przeł. M. Ochab, P. Graff, Warszawa 1992.
- Drawicz A., *Pocałunek na mrozie*, Łódź 1990.
- Grębowiec J., Morawiecki J., *Doktrynerstwo budzi Bestię. Rozmowa z profesorem Tadeuszem Bartosiem – filozofem, teologiem i byłym dominikaninem*, „Znaczenia”, 2009, 2.
- Grębowiec J., Morawiecki J., „Wierzę w utopię”. *Rozmowa z prof. Sztompką – autorem książki „Zaufanie. Fundament Społeczeństwa”*, „Znaczenia”, 2008, 1.
- Klibanow A.I., *Religijoznoje siektantstwo w proszłom i nastojaszczem*, Moskwa 1973.
- Lazari A. (red.), *Mentalność Rosyjska. Słownik*, Katowice 1995.
- Leskow M., *Utwory wybrane*, przeł. J. Wyszomirski et al., Wrocław 1970.
- Lewandowski E., *Rosyjski sfinks: Rosjanie wśród innych narodów*, Warszawa 1999.
- Magdoń A., *Reporter i jego warsztat*, Kraków 1993.
- Marciniak W., *Aképhalos swastyką ukoronowany. Rosyjskie źródła nacjonal-bolszewizmu*, „Res Publica Nowa”, 1999, listopad-grudzień.
- Mariański J., *Religia i Kościół między tradycją i ponowoczesnością. Studium socjologiczne*, Kraków 1997.
- Mariański J., *Sekularyzacja i desekularyzacja w nowoczesnym świecie*, Lublin 2006.
- Morawiecki J., *Bezczas i utopia bajki w sektach rosyjskich, publikacja pokonferencyjna Interdyscyplinarnych Spotkań Historycznych. Ad fontes VIII: Tempus Fugit? (w druku)*.
- Morawiecki J., *Czarna recenzja*, <http://www.dziennikarze-wedrowni.org/archiwum/2005/wrzesien/lewandowski.htm>.

Morawiecki J., Edmund Lewandowski, *Rosyjski sfinks: Rosjanie wśród innych narodów* [recenzja], „*Slavica Wratislaviensia*”, 2004, 123.

Morawiecki J., *Mały człowiek. O współczesnym reportażu w Rosji* (w druku).

Morawiecki J., *Syberyjska sekta wissarionowców jako fenomen społeczno-religijny* (w druku).

Morawiecki J., *Wykorzystanie statusu reportera i dokumentalisty filmowego w wykrywaniu mowy ezopowej i struktur niejawnych. Opis metody na podstawie badań syberyjskiej sekty „Ostatniego Testamentu”*, [w:] I. Borkowski, A. Woźny (red.), *W świecie komunikacji zdegradowanej*, Wrocław 2007 („*Nowe Media. Nowe w Mediach*”, 3).

o. Wieniamin [Nowik], *Prawosławije. Christijanstwo. Diemokratija, Sankt-Pietierburg* 1999.

Piasecka A., *Rosyjskie frazeologizmy z komponentem „Агуа” jako zwierciadło wierzeń i religii*, [w:] P.P. Chruszczewski (red.), *Perspektywy dyskursu religijnego, czyli przyjęcie Kaina*, Kraków 2004 („*Język a Komunikacja*”, 5).

Szostakiewicz S., *Fałszywy mesjanizm*, „*Frona*”, 1999, 15/16.

Szul Ł., *Rosyjski kryzys finansowy 1998 roku*, [http://www.rosjapl.info/rosja/gospodarka/kryzys\\_finansowy\\_1998.php](http://www.rosjapl.info/rosja/gospodarka/kryzys_finansowy_1998.php).

Todorova M., *Balkany wyobrażone*, przeł. P. Szymor, M. Budzińska, Wołowiec 2009.

Todorova M., *Imagining the Balkans*, Oxford 1997.



Magdalena Piechota

---

## Edurozrywka – przyczynek do opisu zjawiska

Edutainment to nazwa powstała z połączenia dwóch angielskich terminów: *education* i *entertainment*, oznaczających edukację i rozrywkę. Nie ma jeszcze utrwalonego polskiego odpowiednika. Używane bywa wyrażenie „edukacja rozrywkowa”, ale jego niejednoznaczność może prowadzić do nieporozumień. Zważywszy więc na fakt, że istnieje utworzona na tej samej zasadzie słowotwórczej nazwa *infotainment*, tłumaczona już jako inforozrywka, przyjmuję na podobieństwo tego jako polski odpowiednik termin „edurozrywka”<sup>1</sup>.

Jak mają się do siebie te dwa pojęcia, czyli edukacja i rozrywka? Według słowników języka polskiego edukacja to „uczenie kogoś, zwłaszcza długotrwałe i objęte programem; kształcenie”, a także „kształtowanie u kogoś określonych postaw i zachowań; wychowanie” (Sobol (red.) 2002: 178) oraz „uczenie kogoś lub uczenie się, zwłaszcza w szkole; kształcenie, nauka” (Dubisz (red.) 2003, t. 1: 787). Język przechowuje więc tradycyjne rozumienie, dzisiaj zmodyfikowane już przez pedagogów. Edukacji nie utożsamia się dziś z wychowaniem, traktowanym jako węższe pojęcie, a rozumie się przez nią raczej ogół wpływów na jednostki i grupy ludzkie, decydujących o ich rozwoju (por. Kwieciński 1995). Edukacja nie jest też wiązana głównie ze szkołą, ponieważ coraz więcej mówi się o edukacji nieustannej, edukacji dorosłych, a najogólniej o edukacji jako integralnej części życia. Mieczysław Malewski określił to tak:

Edukacja [...] staje się [...] rodzajem dialektycznej gry między poznaniem, doświadczeniem i działaniem. Jej celem jest refleksyjna interpretacja składowych życia i redefinicja tożsamości podmiotu poznającego. Następstwem tych procesów powinna być zdolność wykraczania poza posiadaną, często dysfunkcjonalną wiedzę, ukształtowane w przeszłości postawy i przekonania oraz utrwalone, nierzadko stereotypowe programy działania w świecie (Malewski 2001: 37).

---

<sup>1</sup> W hasło definiującym *edutainment* w polskiej edycji Wikipedii zaproponowano jako możliwe tłumaczenie słowo „edukywka”, związane z budową angielskiego neologizmu (**ed**ukacja i roz**rywka**). Brzmi ono jednak dość niezręcznie i niezrozumiale.



Według słownika rozrywka to „to, co służy odprężeniu, wypoczynkowi, co uprzyjemnia czas, bawi, rozwesela, stanowi przyjemność połączoną z wypoczynkiem; zabawa, relaks” (Dubisz (red.) 2003, t. 3: 1046). Kluczowe, jak się wydaje, jest tu określenie „przyjemność”, oznaczające „miłe wrażenie wywołane dodatkimi bodźcami; uczucie zadowolenia” i „to, co wywołuje uczucie zadowolenia, sprawia miłe wrażenie, dostarcza przyjemnych doznań” (ibidem: 787). Denotacja wskazuje zatem, że coś przyjemnego to coś miłego dla zmysłów, a przez to rozpoznawane jako pozytywny bodziec. Zauważmy, że przyjemność<sup>2</sup> to odczucie, wrażenie, natomiast rozrywka jako zabawa to działanie mające przyjemności dostarczyć.

Oba działania, edukacja i rozrywka, są nieodłącznie związane z cywilizacją i kulturą. Zdolność do uczenia się to warunek przetrwania i rozwoju. „Cywilizacja jest produktem uczenia się ludzi, które polega z kolei na zmianach w naturze i zachowaniu” – zauważył Edward Thorndike (1990: 32). Z antropologicznego punktu widzenia nie istnieje zaś społeczność (kultura, cywilizacja), której członkowie nie znalazły zabawy, a Johan Huizinga widzi w zabawie podstawę i czynnik kultury (zob. Huizinga 1985). Jak można więc przypuszczać, nauka przez rozrywkę towarzyszy ludzkości od jej początków, tyle że przybierała przez wieki odmienne postacie, zupełnie różne od tych w dzisiejszym świecie, w którym dominuje kultura popularna, nastawiona na przyjemność i „żyjąca” w mediach i poprzez media. Radość uczenia się została jednak, szczególnie w europejskiej tradycji, ograniczona przez zinstytucjonalizowanie w postaci systemu szkolnego.

Edurozrywkę w węższym sensie można więc zdefiniować jako działania, których **głównym celem jest edukacja**, czyli kształcenie lub samokształcenie, uczenie lub uczenie się, zaś elementy rozrywkowe, dostarczające przyjemności, są **metodą uatrakcyjniającą proces nauki** i prowadzącą do aktywizacji osoby uczącej się. Zaletą tego typu działań jest ich wysoka skuteczność pod względem szybkości przyswajania treści i stabilności efektów, zwłaszcza jeśli treść edukacyjna jest postrzegana jako istotna, użyteczna i zbieżna z oczekiwaniami odbiorców. Jeśli odbiorcy nie myślą o tym (a może nawet nie uświadamiają sobie), że się uczą, są bardziej otwarci

<sup>2</sup> Jak zauważa Marek Krajewski: „Kategoria przyjemności wydaje się dosyć trudna w konceptualizacji, ale można przyjąć, iż przyjemność jest takim stanem odczuć jednostki, który jest opozycją poczucia niespełnienia, braku, deprywacji, bólu, a który jednocześnie sytuuje się pomiędzy dwoma innymi odczuciami: satysfakcją a rozkoszą. [...] Przyjemność byłaby więc poczuciem zadowolenia, które płynie z zaspokojenia potrzeb, ale w sposób całkowicie i na wszystkich etapach kontrolowany przez jednostkę. W tym sensie byłaby ona różna od satysfakcji (zadowolenie, ale brak kontroli potrzeb) i rozkoszy (zadowolenie, ale brak kontroli nad przebiegiem ich zaspokajania). [...] **Przyjemność [...] wynika z faktu bycia takim, jak nakazuje kultura** [podkreślenie M.P.]” (Krajewski 2005: 35-36, przyp.). Inaczej określa przyjemność Roland Barthes, wskazując na jej dwie postacie: *jouissance*, to jest rozkosz, ekstaza, mającą charakter cielesny, zmysłowy, bliższy naturze, wynikającą z łamania kulturowych reguł, i *plaisir*, czyli przyjemność „kontrolowaną” przez kulturę (za: Jakubowski 2006: 46; por. Krajewski 2005: 36, przyp.).

na przekaz edukacyjny. Emocje, wywoływane przez rozrywkową oprawę, wzmagają zainteresowanie i przyczyniają się do zaangażowanego uczestnictwa w działaniu edukacyjnym. Wartość edukacyjna powstaje zatem w interakcji, nie leży w samej edurozrywkowości propozycji. Aktywność, uczestnictwo, zaangażowanie – to niezbędne warunki, dzięki którym następuje reakcja w postaci kształcenia, a są one niejako „prowokowane” jako odpowiedź na dodatnie bodźce aspektu rozrywkowego. W zależności od proporcji i wyjściowych intencji można uczyć się przy okazji bawiąc i bawić się przy okazji ucząc. Ta druga możliwość otwiera szersze rozumienie edurozrywki jako **rozrywki**, która niejako przy okazji niesie w sobie różnorodne treści o charakterze edukacyjnym. W tym znaczeniu uczenie (się) nie jest celem nadrzędnym.

Aby jednak wyniki takiej edukacji przez zabawę, czy też przy okazji zabawy, były trwałe, musi nastąpić proces intelektualizacji, polegający na wprowadzeniu nowych treści do „światoobrazu”. Rozumienie tego pojęcia przyjmuję za Janem Pleszczyńskim jako „całościową reprezentację świata zewnętrznego w umyśle. Reprezentacja zaś jest informacją o czymś, zakodowaną w systemie poznawczym” (Pleszczyński 2008: 52). W światoobrazie człowieka XXI wieku wyróżniają się trzy obszary: „dane” poznania potocznego, „dane” poznania „naukowego” (cudzyśłów oznacza, że nie chodzi tu o specjalistyczną wiedzę naukową, lecz elementarną, np. o grawitacji czy rachunkach) oraz „dane” medialne (ibidem: 53). Zróżnicowane obrazy świata, zależne od punktów widzenia, mogą być przyswojone dzięki indywidualnym możliwościom poznawczym, ukształtowanym z kolei dzięki wspólnemu doświadczeniu kulturowemu. Przyswojenie jest najskuteczniejsze, jeśli towarzyszy mu afekt, reakcja uczuciowa, będąca swoistym „wehikułem” pośredniczącym, pasem transmisyjnym (por. Pleszczyński 2008: 59 i przywołana tam teza A. Gotyckiej).

W kulturze popularnej, która obecnie jest dominującym typem, według badaczy (por. Strinati 1998) kładzie się nacisk na styl, formę, opakowanie, kosztem treści, a konsekwencją tego jest poetyka widowiska dominująca w rzeczywistości społecznej i politycznej. Marek Krajewski stwierdza: „Kultura popularna, zmarginalizowany i lekceważony fenomen nowoczesności, stała się, w ponowoczesnym świecie, nie tylko wszechobecna [...], ale uległa również transformacji, z jednej strony w rodzaj filtra, poprzez który rzeczywistość jest przez nas oglądana i doświadczana, z drugiej zaś w podstawowe narzędzie, za pomocą którego spotykamy się ze światem” (Krajewski 2005: 7). Zatem zrozumienie współczesnego oblicza edurozrywki nie jest możliwe bez uwzględnienia dominacji kultury popularnej i zrozumienia jej roli w świecie, który „uległ *popularyzacji i medializacji*, który zorganizowany jest wokół procesów konsumpcji, w którym warunkiem istotności, zdolności do wywierania wpływu przez cokolwiek i kogokolwiek jest konieczność dostarczania innym przyjemności” (ibidem: 8). W takiej perspektywie edurozrywka jawi się jako oczywista konsekwencja **utowarowienia** różnych aspektów naszego życia: polityki, religii, sztuki, nauki, edukacji (ibidem: 91). Łączy swój cel nadrzędny, czyli kształcenie,

z różnymi formami dostarczania przyjemności, aby mieć społeczne znaczenie. Można ubolewać nad upadkiem wartości swoistych dla niedawnej postaci instytucjonalnej edukacji, która musi dostosować się do reguł dotychczas dla niej zewnętrznych (dawna opozycja „nauka i zabawa” w przeciwieństwie do dzisiejszej „nauki przez zabawę”), ale jest to płacz nad zmianą nieuchronną, bo związaną ze zmianą naszej rzeczywistości pod wpływem elektronicznych mediów komunikacji. Media współokreślają naturę naszego poznania i komunikacji (zob. Postman 2006), ponieważ stanowią część środowiska współczesnego człowieka, ale jej nie determinują, dlatego oskarżanie ich o narzucanie odbiorcom niespójnego światobrazu nie uwzględnia aktywnej postawy „użytkownika”, przeciwieństwa biernego odbiorcy. Myślę, że tak właśnie można spojrzeć na edurozrywkę – jako na jeden z „formatów” poznawczych, „wehikułów”, wynikających z przystosowania zasad komunikowania się do realiów zmediatyzowanego świata kultury popularnej.

Rozrywka, kojarząc się z kulturą popularną, potocznie konotuje kulturę masową, niską, która dostarcza przyjemności, ale takiej, do której niektórzy wstydzą się przyznać. A przecież jak zauważa Witold Jakubowski: „Fenomeny kultury popularnej, mimo pozornego braku estetycznego wyrafinowania, są w stanie przenosić znaczenia stojące w sprzeczności z jej formalną prostotą” (Jakubowski 2006: 48). Rozrywkowość przekazu nie wyklucza wartości<sup>3</sup>, zabawa nie musi być tylko niepoważnym wypełnianiem czasu, bo jak widzi to S. Hessen: „zabawa nie jest zerem pedagogicznym, zwyczajną rozrywką, zwyczajnym «odpoczynkiem», mającym tylko higieniczną, a nie wychowawczą wartość. Nie wystarcza także powiedzieć, że zabawa może być wyzyskana do celów wychowawczych. Nie, zabawa ma głęboki sens życiowy” (Hessen 1997: 132). Jest częścią natury człowieka, jego sposobem na radzenie sobie z rzeczywistością i oswajanie tych jej stron, z którymi poradzić sobie nie może. Duch karnawalizacji, obecny choćby w *danse macabre*, pozwalał „nauczyć się” życia w cieniu śmierci, oswoić tabu.

Kultura popularna, która dzisiaj dominuje, jest według Waldemara Kuligowskiego i Piotra Zwierzchowskiego czymś na podobieństwo tlenu: otacza nas, nasiąkamy nią, nawet nie zdając sobie z tego sprawy. Nieco hiperbolizując, badacze tak to opisują:

Wszyscy otoczeni jesteśmy migocącymi ekranami, wszyscy składamy mediom coraz większe daniny z należnego nam czasu, nasze prywatne skojarzenia, cele, wzorce, najskrytsze marzenia

<sup>3</sup> Wyjątkiem byłyby według mnie takie przekazy edurozrywkowe, w których trywialna i komercyjnie nastawiona na zysk rozrywka zostaje „opakowana” w edukacyjne przesłanie. Analizie programu *Clever! Widzisz i wiesz*, niemieckiego formatu rozrywkowego, przygotowanego w polskiej wersji dla stacji TVN, który – jak myślę – byłby przykładem takiego odwrócenia proporcji między edukacją i rozrywką, poświęciłam wystąpienie na ogólnopolskiej interdyscyplinarnej konferencji naukowej „Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych – język, semiotyka, edukacja”, która odbyła się w Warszawie w dniach 23-25 października 2008 (planowana jest publikacja). Starłam się tam wykazać pułapki *edutainment*, odwołując się do wymienionego programu.

i ideały podsuwane są przez bohaterów kolorowych pism, gier komputerowych, seriali telewizyjnych i kinowych hitów (Kuligowski, Zwierzchowski (red.) 2002: 7).

Skoro trzydziestoparolatki stwierdzają to z taką mocą, jak intensywnie taki wpływ musi być odcisnięty w umyśle młodszych pokoleń, nazywanych „SMS-owymi” lub „internetowymi”<sup>4</sup>. Edukacja instytucjonalna już nie tylko powinna, ale musi to uwzględnić, jeśli nie chce zostać skansenem i stracić swoją społeczną rolę. Nie znaczy to, jak miemam, że nauczyciele mają przebierać się za Człowieka Pająka lub Larę Croft, a na powitanie uczniów odpowiadać „niech moc będzie z wami”, choć dla hipotetycznych odbiorców miałyby to zapewne nieodparty urok. Jednak szybko zdziwienie i radość uległyby redukcji na rzecz znudzenia i oporów wobec zawłaszczania przez „aparat przymusu”, czyli szkołę, terytorium wolności, czyli kultury popularnej kojarzonej z prywatnością. Dlatego w szkole każda forma edurozrywki musi być przemyślana i dopasowana do okoliczności oraz odbiorców.

Trudność z edurozrywką w warunkach instytucjonalnej edukacji (czyli głównie szkolnej) bierze się z właściwości procesu edukacyjnego, który wiąże się z narzucaniem grupom „poprawnej”, właściwej wersji rzeczywistości, co w przypadku nauk ścisłych i biologicznych jest naturalne i potrzebne, ale w przypadku humanistycznych bardzo często daje Gombrowiczowskiego profesora Pimko, autorytatywnie stwierdzającego, że „Słowacki wielkim poetą był”. Można to także odnieść do znanej teorii Stuarta Halla, dotyczącej trzech sposobów dekodowania przekazów: odczytania dominującego (zgodnego z dominującą ideologią), odczytania negocjującego (ogólnie akceptującego dominującą ideologię, ale szukającego elementu sprzeciwu w celu uwzględnienia swojej pozycji społecznej) i opozycyjnego (odrzucającego dominującą ideologię). Szkolna edukacja wciąż preferuje dekodowanie dominujące. W związku z tym Zbyszko Melosik zauważa:

Ustanowiony w ten sposób „porządek” nie jest postrzegany jako arbitralny (i jedynie jako jeden z wielu możliwych), lecz jako oczywisty, stąd niemożliwy do zakwestionowania. W ten sposób dominujący dyskurs staje się źródłem „zdrowego rozsądku”. Jednocześnie uczenie się dominującego dyskursu jest równoznaczne z uzyskiwaniem umiejętności koniecznych do działania społecznego (Melosik 2002: 29).

Tego rodzaju uczenie się to także swoista socjalizacja, bo utrwała przekonanie, że lepiej zgodzić się z dominującym dyskursem, bo tak wygodniej i jest to lepiej oceniane. Obowiązujące w polskich szkołach formy testów gimnazjalnych i maturalnych nie promują samodzielności myślenia, lecz zgodność z kluczem odpowiedzi.

<sup>4</sup> Badaniami wpływu mediów masowych na czynności poznawcze ich użytkowników zajmują się psychologowie, na przykład profesor Piotr Francuz, który właśnie stworzył na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim wyjątkowe w skali kraju Laboratorium Psychoneurofizjologiczne połączone ze studium High Definition, gdzie będą prowadzone analizy reakcji poznawczych oraz emocjonalnych organizmu ludzkiego na treści przekazywane za pośrednictwem telewizji (Reszka 2008: 6).

W takiej sytuacji wprowadzanie atrakcyjnych sposobów nauczania: symulacji i edukacyjnych programów komputerowych, blogów, dram i form teatralnych, gier umysłowych, komiksu, ekranizacji i innych, oprócz oczywistych trudności technicznych, napotyka też na opór nauczycieli, obawiających się, że „zabawiając” uczniów, nie zdołają ich dobrze przygotować do egzaminu premiującego wiedzę encyklopedyczną i sprawność w konstruowaniu odpowiedzi oczekiwanych przez układających testy. Na jeszcze inne zaś uwarunkowanie, utrudniające wprowadzanie elementów rozrywkowych rodem z dominującej kultury popularnej, zwraca uwagę Marek Krajewski:

Popularnym może stać się [...] tylko to, z czego korzystanie, oglądanie i doświadczanie opiera się na naszym osobistym wyborze, co nie jest przez jednostki traktowane jako przymus, ani to, co jest nam przypisane. Nieprzypadkowo więc główną, choć nie jedyną sferą, w której popularność się urzeczywistnia, jest czas wolny, tradycyjnie definiowany jako „czas, w którym wolno być sobą”, czas wolny od konieczności, obowiązków, o którego wykorzystywaniu decydujemy sami (Krajewski 2005: 38).

W warunkach formalnej edukacji niespełnione pozostają dwa warunki: osobisty wybór i brak przymusu, obowiązku. Dlatego przyszłością szkoły wydaje się, dziś brzmiąca jak mrzonka, wizja Kuligowskiego i Zwierzchowskiego:

W perspektywie [...] to właśnie powszechna edukacja zapewnić może istnienie pewnego wspólnego horyzontu pojmowania nie tylko specyficznych wątków i toposów, scenariuszy i estetyk, ale także stać się ostoją tolerancji. Ta bowiem może okazać się ostatnim spoiwem łączącym przedstawicieli tysięcy nowoplemion, jakie wyrastają z niezliczonych kłaczy popkultury, a teren szkoły może stać się ostatnim i jedynym miejscem spotkań ludzi odmiennych [...]. W tym kontekście edukacja jawi się jako przestrzeń dialogu, porównywania różnic, widzieć można w niej agorę, otwarte miejsce spotkań i wymiany między tym, co w kulturze najbardziej cenne: między różnymi ludźmi (Kuligowski, Zwierzchowski (red.) 2002: 10).

W tej sytuacji próby czynione przez nauczycieli urastają do rangi heroicznej walki z lekcyjną sztafą wbrew wskazanym wyżej ograniczeniom. Spośród różnych metod wymienimy zdobywający popularność eTwinning, czyli program, dzięki któremu szkoły europejskie mają możliwość kontaktu oraz realizacji własnych projektów edukacyjnych za pomocą Internetu. Polega na współpracy bliźniaczych szkół w Europie za pośrednictwem mediów elektronicznych. Jest to edukacyjny program Unii Europejskiej, który promuje wykorzystywanie technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) w szkołach europejskich. Uczniowie i nauczyciele dzięki Internetowi współdziałają, wymieniają się informacjami i materiałami do nauki ponad granicami. Dzięki temu spotykają się w wirtualnym świecie i poznają odmienność, czyli realizują ideę integrującej przestrzeni edukacyjnej. Do edurozrywkowych elementów tego projektu należy wykorzystywanie narzędzi atrakcyjnych dla uczniów, czyli sprzętu cyfrowego, a także możliwość posługiwania się językami obcymi w kontaktach z rówieśnikami oraz różne formy aktywności w czasie

przygotowywania i wymieniania się materiałami. Projekt ten w pełni realizuje hasło nauki przez zabawę, otwiera na różnorodność i odmiennność kulturową, pozostawia dużo swobody w projektowaniu i wykonywaniu działań.

Instytucjonalność szkoły nie wyklucza działań o charakterze edurozrywkowym, które jednak odbywają się poza zaplanowanym czasem zajęć czy lekcji. Szkoła czy uczelnia jest wtedy tylko pewnym miejscem, które staje się teatrem działań edukacyjnych. Podam dwa aktualne przykłady (listopad 2008), które wydarzyły się w Lublinie, a miały właśnie taki pozaformalny charakter. W III Liceum Ogólnokształcącym im. Unii Lubelskiej we współpracy z Instytutem Fizyki UMCS odbyła się impreza „Dzień Fizyki i Chemii” pod hasłem „Kryminalne zagadki Las Unias”, nawiązującym do tytułu popularnego serialu telewizyjnego (*Kryminalne zagadki Las Vegas*). Uczniowie i goście przybyli tego dnia do szkoły mogli poznać dzięki pokazom i wykładom tajniki broni, laboratoryjne ciekawostki, zastosowanie metod fizykochemicznych w śledztwach. Wiedzę prezentowali zarówno naukowcy, jak pracownik laboratorium kryminalistyki, a uczestnicy mogli tym samym zetknąć się z naukowymi i praktycznymi podstawami pracy znanych z seriali specjalistów, pomagających w wykryciu przestępców po śladach pozostawionych na miejscu zbrodni. Drugie wydarzenie miało miejsce w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Administracji i trwało trzy dni. Był to „Falkon” – IX Ogólnopolski Konwent Miłośników Fantastyki, jedna z największych tego typu imprez w Polsce, gromadząca ponad tysiąc uczestników. Ma otwarty charakter, bo organizatorzy, czyli członkowie Lubelskiego Stowarzyszenia Fantastyki „Cytadela Syriusza”, zapraszają na nią nie tylko pisarzy, artystów, plastyków i fanów gatunku, ale wszystkich zainteresowanych. Program Konwentu obejmował ponad 300 różnych propozycji, m.in. spotkania autorskie, dyskusje, konkursy, turnieje, gry planszowe i bitewne, pokazy walk i tańców. Przybyli mogli poznać najnowsze osiągnięcia naukowe, porozmawiać z najsłynniejszymi polskimi pisarzami nurtu fantastyki (m.in. Andrzejem Pilipiukiem, Jackiem Komudą, Mają Lidią Kossakowską i Jakubem Ćwiekim). Jeden z organizatorów, Daniel Furlepa, tak określił funkcje Konwentu: „Najważniejszą i wyróżniającą «Falkon» cechą jest to, że wszyscy jego uczestnicy uczą się, bawią i poszerzają swoje horyzonty, tworząc jedyne rodzaju wspólnotę, pełną kolorytu, a jednocześnie złączoną wspólną ideą pogłębiania własnych zainteresowań” (PT 2008: 11).

Te dwa przykłady przeprowadziły nas od edukacji formalnej, czyli procesów uczenia się mających miejsce w klasycznych instytucjach edukacyjnych, prowadzących z reguły do uzyskania uznawanych dyplomów oraz kwalifikacji (tak było przy eTwinning, ponieważ może być to metoda współtworząca lekcje, kończące się oceną na świadectwie), do nieformalnych, nieoficjalnych sposobów uczenia się, które „zazwyczaj mają miejsce obok głównego nurtu edukacyjnego – w miejscu pracy, w klubach i stowarzyszeniach, w ramach inicjatyw i działań społeczeństwa obywatelskiego, w dążeniu do pogłębiania zainteresowań” (Alheit 2002: 52). Tego typu aktywności edukacyjne mogą kreować także same osoby uczące.

O edukacji nieformalnej można też powiedzieć ogólniej jako o trwającym przez całe życie procesie kształtowania się wiedzy, umiejętności, postaw i wartości na podstawie różnych doświadczeń oraz edukacyjnego oddziaływania otoczenia (środowiska pracy, rodziny, znajomych) oraz oddziaływania mass mediów. Przykładem mogą tu być m.in. różnego rodzaju edukacyjne konkursy, projekty, filmy, słuchowiska, gry multimedialne i symulacyjne czy fandomy (por. Siuda 2008), w które angażuje się konkretna osoba. Jak stwierdził Henry Jenkins:

Przez zabawę z kulturą popularną nabywamy dziś nowych umiejętności. Jako fani, gracze, twórcy blogów uczymy się nowych sposobów wykorzystywania mediów do własnych celów. Odkrywamy także sposoby podejmowania współpracy i tworzenia wspólnej wiedzy w celu rozwiązywania zagadek i rozpracowywania złożonych tekstów. [...] zdolności te w coraz większym stopniu wykorzystuje się do zupełnie innych celów – jak choćby w ważniejszych instytucjach czy praktykach życia codziennego. To, czego uczymy się jako konsumenci, może zostać spożytkowane w celu zmiany naszego sposobu myślenia jako obywateli (Jenkins 2007: VIII).

Przykładów takich inicjatyw edukacyjnych w kulturze popularnej jest mnóstwo: wątki w popularnych serialach (w *Klanie* problemy osób chorych na Downa, nowotwór piersi, także narkomania, w *M jak miłość* adopcja, niepełnosprawność), słuchowisko *Motel w pół drogi* w Polskim Radiu, promujące wiedzę ekonomiczną, kanały popularnonaukowe i dokumentalne w telewizji (Planete, Discovery, Animal Planet, National Geographic), teleturnieje w rodzaju *Milionerów* czy *Jednego z dziesięciu*, akcje zamawiane przez towarzystwa ubezpieczeniowe, uczące w szkołach i poza nimi dzięki komiksom czy filmom zasad bezpiecznego zachowania na drodze lub w podróży. Znów płynnie prowadzi to nas ku trzeciemu poziomowi edukacji, czyli ku edukacji pozaformalnej, akcydentalnej, płynącej z niecelowych, codziennych zachowań i doświadczeń, w sposób naturalny towarzyszących nam w życiu codziennym i dostarczających nam cennej wiedzy i doświadczenia, które też mogą mieć postać edurozrywkową.

Jakie są więc perspektywy edurozrywki? Zważywszy na przytoczone wyżej fakty, wydają się znakomite. Edurozrywka ma szansę przełamać szkolne stereotypy włączania wiedzy encyklopedycznej. Pozwala poszerzać horyzonty, poznawać rzeczywistość w sposób zaangażowany i przyjemny. Wreszcie, jak zauważył Jenkins, może przyczynić się do budowania nowego społeczeństwa obywatelskiego.

## Literatura

- Alheit P. (2002), „Podwójne oblicze” *całozyciowego uczenia się: dwie analityczne perspektywy „cichej rewolucji”*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja”, 2.  
 Dubisz S. (red.) (2003), *Słownik języka polskiego*, t. 1-4, Warszawa.  
 Hessen S. (1997), *Podstawy pedagogiki*, przeł. A. Zielenyzyk, Warszawa.  
 Huizinga J. (1985), *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, przeł. M. Kurecka, W. Wirpsza, Warszawa.

- Jakubowski W. (2006), *Edukacja w świecie kultury popularnej*, Kraków.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Krajewski M. (2005), *Kultury kultury popularnej*, Poznań.
- Kuligowski W., Zwierzchowski P. (red.) (2002), *Edukacja w świecie kultury popularnej*, Bydgoszcz.
- Kwieciński Z. (1995), *Socjopatologia edukacji*, Olecko.
- Malewski M. (2001), *Edukacja dorosłych w pojęciowym zgiełku. Próba rekonstrukcji zmieniającej się racjonalności andragogiki*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja”, 2.
- Postman N. (2006), *Zabawić się na śmierć: dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa.
- PT (2008), *Święto fantastyki w Lublinie*, „Gazeta Wyborcza. Lublin”, 14.11.2008.
- Reszka P.P. (2008), *Zbadaj, co siedzi w telewizji?*, „Gazeta Wyborcza. Lublin”, 14.11.2008.
- Siuda P. (2008), *Edukacyjne i wychowawcze aspekty uczestnictwa w społecznościach fanów (fandomach)*, [w:] T. Lewowicki, B. Siemieniecki (red.), *Media w edukacji – szanse i zagrożenia*, Toruń.
- Sobol E. (red.) (2002), *Nowy słownik języka polskiego*, Warszawa.
- Strinati D. (1998), *Wprowadzenie do kultury popularnej*, przeł. W.J. Burszta, Poznań.
- Thorndike E. (1990), *Uczenie się ludzi*, przeł. S. Mika, Warszawa.
- <http://www.etwinning.pl/eTwinning> (10.11.2008).





Agnieszka Kucharska, Mariusz Wszółek

---

## Projekcja wzornictwa na percepcję grup odniesienia na przykładzie logo wybranej firmy

### Założenia teoretyczne

W ramach pracy naukowej koło naukowe *corporate identity & public relations* prowadzi szereg prac związanych z *corporate identity*, *communication design* i diagnostyką procesów komunikacyjnych. Artykuł dotyczy pewnego projektu badań empirycznych, przeprowadzonych w 2008 roku dla firmy Lupus73.

Zanim przejdziemy do omówienia procesu badawczego, zaczniemy od operacjonalizacji najważniejszych pojęć i teorii. Teorią wyjściową jest ogólna teoria komunikacji Michaela Fleischera, który konstatuje, że

wszystkie systemy funkcyjne systemu społecznego są generowane przez komunikację [...] wydaje się przekonujące traktowanie systemu społecznego i wszystkich jego subsystemów jako produktów komunikacji. System ogólny funkcjonuje w tym ujęciu na bazie komunikacji jako takiej. Z czasem tworzą się specyficzne subsystemy systemu społecznego, które dla określonych komunikacji stawiają do dyspozycji określone środki, przez co z kolei dojść może do skutku stratyfikacja systemu ogólnego [...] Jako mechanizm wszystkie komunikacje funkcjonują za pomocą języka i innych systemów znakowych, zarówno w systemie społecznym, jak i w jego subsystemach (Fleischer 2007: 174-175).

Ogólnie można rzec, że komunikacja to proces, który utrzymuje się w ruchu poprzez perpetuowanie przez system społeczny. Cytując dalej za Fleischerelem, przejdźmy do omówienia pojęcia pojęć relewantnych dla samego podmiotu badawczego.

Logo organizacji powinno zwracać uwagę na organizację, oddziaływać jako sygnał, informować i zapadać w pamięć, posiadać samodzielną i długotrwałą wartość estetyczną, powinno integrować oraz zostać tak skonstruowane, by mogło występować w co najmniej kilku wariantach. W odniesieniu do logo, znaków i marki efektywne dla przekazania zamierzonych

treści jest wykorzystywanie konotatywnego zakresu semantyki znaków, umożliwia to bowiem odbiorcy wprowadzenie do wypowiedzi własnych interpretacji (Fleischer 2003: 150).

Logo firmy jest podstawowym elementem *corporate design*, jednak nie najważniejszym. System identyfikacji wizualnej to kompleksowe ujęcie kompetencji organizacji w obrazie. Kompleksowość oznacza, że wszystkie elementy *corporate design* muszą być spójne w swej poetyce, konotatywności, architekturze i przekazie komunikacyjnym. Krystyna Wojcik stwierdza, że „symbol organizacji jest podstawową częścią systemu identyfikacji wizualnej, składa się z logo lub/i logotypu. Symbol organizacji to element wizualnego zaprezentowania się organizacji o specjalnym znaczeniu i funkcji. Ma umożliwiać szybką i łatwą komunikację z odbiorcami” (Wojcik 2005: 639). Na temat logo powstało wiele publikacji naukowych, głównie o charakterze inicjalnym i wysoce normatywnym, dlatego poprzestaniemy na przytoczeniu dwóch powyższych, zestawiając je z słowami Dietera Herbst: „To nie gwiazda czyni mercedesa sławnym, lecz sam mercedes czyni gwiazdę sławną” (Herbst 1998). W tym miejscu warto wyróżnić z Heinerem Erke (2000) dziesięć kryteriów znaku marki:

- **postrzegalność** – wzbudzenie uwagi, czytelność oferowanie strukturyzacji
- **treść** – zapośredniczenie pojęć, spontaniczna zrozumiałość, oferowanie dodatkowych informacji
- **motywacja** – zwracanie się do..., wzbudzenie życzeń, inicjowanie działań, dotrzymanie obietnic dotyczących użytkowania
- **możliwość nauczenia się znaku** – znak marki musi być znany, nie do pomylenia z innym, rozpoznawalny i zapamiętywany, powinien być punktem krystalizującym, odpornym na zużycie [Coca-Cola – przyp. własny]
- **osobowość znakowa** – znak musi posiadać tożsamość, być oryginalny, wyrażać określone właściwości, budować relacje, być wiarygodny
- **aspekty socjalne** – znak musi grać pewną rolę, reprezentować status, być socjalnie aktywny i dostępny, powinien być powodem do komunikacji
- **wymiar czasowy** – zapośredniczenie odniesień historycznych w odniesieniu do organizacji, innowatywność, dokumentowanie aktualności, posiadanie perspektyw na przyszłość
- **wymiar kulturowy** – zapośredniczenie aspektów retorycznych lub literackich, wykazywanie odniesień plastycznych [heraldyka, ikonografia, symbolika]; znak powinien posiadać wymiar estetyczny, podobać się, być harmonijny, rzeczowy i konkretny
- **logika i semantyka** – logika wariabilnej formy, znak musi posiadać koloryt i treść, być elementem wizualnego obrazu prezencji, reprezentować nadawcę
- **wartość użytkowa** – znak musi być realizowany w odpowiednich mediach i stosowany w ramach reguł ekonomii, nawiązywać do obrazu prezencji.

Na koniec tej części artykułu warto skonstatować za Dobrosławem Bagińskim i Piotrem Francuzem:

komunikacja wizualna wykracza poza czysty proces percepcyjny. Opiera się na kodach, czyli takich organizacjach postrzeganego materiału, które pozwalają na „uzgodnienie” stanów mentalnych co najmniej między dwiema osobami. To uzgodnienie może być powiadomieniem

o czymś, może być ostrzeżeniem, pytaniem, przywołaniem kogoś, wyrażeniem uczuć, zakazem, nakazem itd. Zrozumienie każdego z tych przekazów wymaga zastosowania wspólnych reguł kodowania komunikatu. Składając litery w słowo, szyfrujemy naszą myśl i mamy nadzieję, że adresat zna ten sam kod. Kody wizualne mogą być budowane i przyswajane na mocy udogodnień słownych, ale często ich umowność nie opiera się na słowach, lecz na wspólnym doświadczeniu określonej sytuacji (Bągiński, Francuz 2007: 20).

Według Sandry E. Moriarty: „Wizualna i werbalna komunikacja różnią się od siebie ze względu na procesy interpretacji; językowa interpretacja jest bardziej uwikłana w manipulowanie wyuczonym, konwencjonalnym kodem, zaś komunikacja wizualna opiera się na obserwacjach, które prowadzą do hipotez na temat znaczeń” (Moriarty 1996).

Powyższa operacjonalizacja, naszym zdaniem, pozwoli na swobodne przyswojenie perspektywy badacza procesów komunikacyjnych i wyjaśni nasze podejście do zagadnień związanych z komunikacją społeczną.

## Geneza badania

Na okoliczność przygotowanego badania zostały przygotowane trzy projekty graficzne logo (projekt graficzny – Łukasz Szymczak, Anna Borecka, Wioletta Mochniej), które kształtem przypominały połowiczny przekrój drzewa – wizualizacja na rys. 1. Dokonane manipulacje zachodziły w kształcie kreski, grubości kreski i czcionce logotypu. Charakter semantyczny i kształt pozostawiliśmy bez zmian – wizualizacja na rys. 2. Ogólnie w projekcie chodziło o wybranie na podstawie diagnostyki procesów komunikacyjnych projektu, który spełniał założenia projektowe – technologia, drzewo, miłość do detalu.

## Problem badawczy

W pracy przedstawimy wyniki badań empirycznych przeprowadzonych wśród trzech koherentnych semantycznie grup badawczych – studentów pierwszego roku dziennikarstwa i komunikacji społecznej, stosunków międzynarodowych i kulturoznawstwa jednej z wrocławskich szkół wyższych. Celem badania była próba zdiagnozowania percepcji trzech zaprezentowanych znaków firmy lupus73. Konkretnie chodziło o to, jak respondenci widzą i postrzegają na podstawie zaprezentowanego znaku cechy firmy, produkty/usługi, pochodzenie, staż rynkowy, *image*, konotacje zakupowe. Po przeprowadzeniu pretestu pojawił nam się dodatkowy problem badawczy, związany z projekcją wzornictwa na percepcję grup docelowych. Głównie chodziło o to, jak różne manipulacje wpływają na postrzeganie firmy przez pryzmat znaku. W badaniu właściwym każda z grup badawczych otrzymała kwestionariusz ankietowy z wizualizacją jednego tylko znaku firmy. Dla zmaksymalizowania

obiektywizmu diagnostyki procesów komunikacyjnych badanie zostało przeprowadzone w atmosferze zaskoczenia i anonimowości.

## Metodologia badawcza

W celu empirycznego zbadania wpływu znaku firmowego na percepcję grup badawczych został wykorzystany kwestionariusz ankietowy, składający się głównie z pytań otwartych, które umożliwiły zebranie dużej ilości nieskomplikowanych odpowiedzi. Kwestionariusz został uzupełniony o pytanie zamknięte, złożone z par antonimów, które zostały wygenerowane w preteście (w którym respondenci zostali poproszeni o wypisanie różnych cech dotyczących danego logo), oraz o cechy składające się na założenia tożsamościowe programu *corporate identity* dla lupus73. Do badań empirycznych zostali zaproszeni studenci (wcześniej o tym nieinformowani) w trzech semantycznie jednorodnych grupach. Jedna grupa badawcza liczyła 60 osób, nie włączając w to wcześniej przeprowadzonego pretestu (30 osób). Łącznie w całym badaniu wzięło udział 180 studentów.

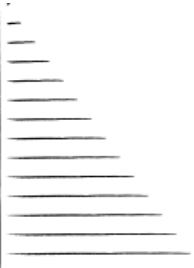


## Wyniki badań

Ze względu na ograniczoną objętość artykułu wyniki badań zostaną zaprezentowane w trójkolumnowych tabelach. Przedstawimy również najczęściej pojawiające się odpowiedzi, które są relewantne dla procesu badań empirycznych i stanowią powyżej 50% wszystkich odpowiedzi.

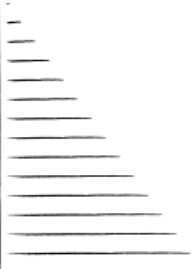


**Pytanie 1.** Co przychodzi Państwu na myśl, kiedy widzą Państwo logo tej firmy? Proszę podać kilka określeń.

<p>lupus 73</p>	<p><b>LUPUS 73</b></p>	<p>LUPUS73</p>
<p>Żaglówka – 31% Pozytywne emocje – 14% Drzewo – 12%</p>	<p>Żaglówka – 18,20% Negatywne emocje – 18,20% Technologia – 12,40%</p>	<p>Technologia – 20,09% Architektura – 20,00% Drzewo – 16,01%</p>

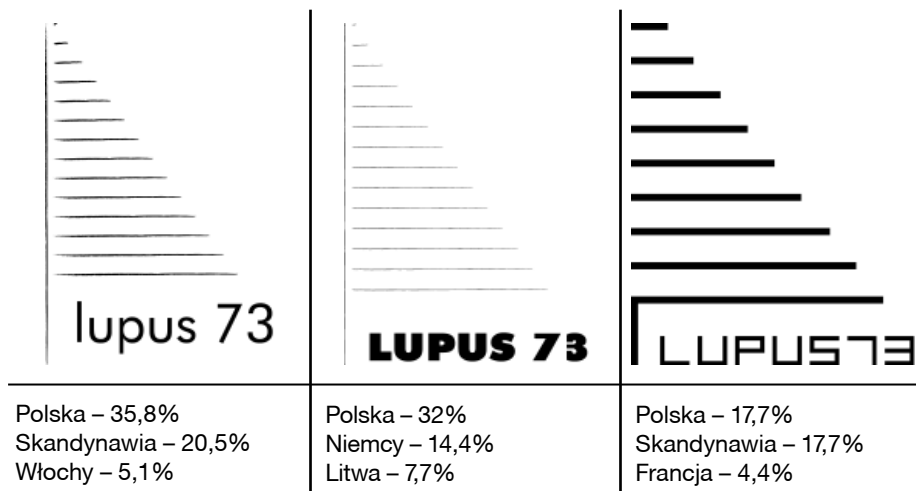
Pytanie 2. Jaka jest ta firma? Proszę zakreślić odpowiednie cechy.

 <p>lupus 73</p>	 <p><b>LUPUS 73</b></p>	 <p><b>LUPUS73</b></p>
<p>mała, biedna, tradycyjna, statyczna, rozwojowa, stabilna, męska, niebudząca zaufania, skomplikowana</p>	<p>mała, biedna, nowoczesna, dynamiczna, rozwojowa, stabilna, męska, niebudząca zaufania, skomplikowana</p>	<p>mała, biedna, nowoczesna, statyczna, rozwojowa, stabilna, męska, niebudząca zaufania, skomplikowana</p>

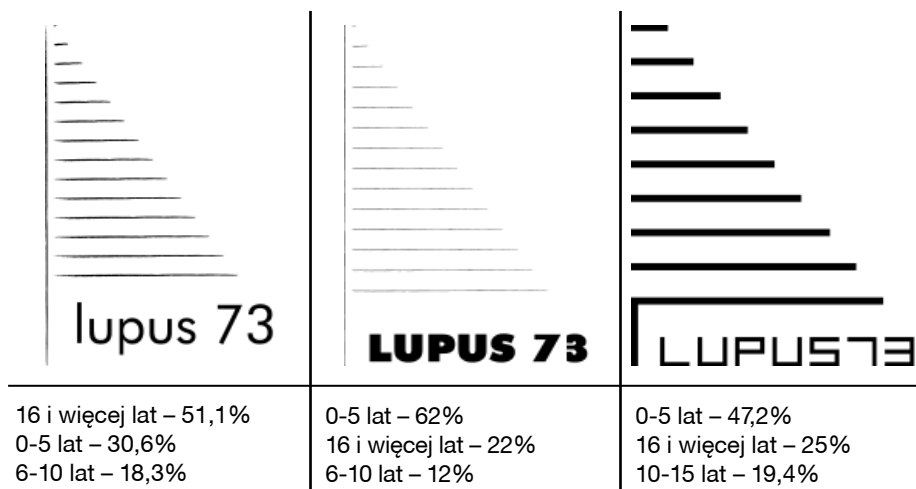
Pytanie 3. Jakie produkty/usługi Państwa zdaniem oferuje ta firma?

 <p>lupus 73</p>	 <p><b>LUPUS 73</b></p>	 <p><b>LUPUS73</b></p>
<p>Żeglarstwo – 31% Technologia – 11% Finanse – 11%</p>	<p>Technologia – 22,3% Żeglarstwo – 10,7% Meble – 6,25%</p>	<p>Technologia – 37,5% Drzewo – 12,5% Żeglarstwo – 9%</p>

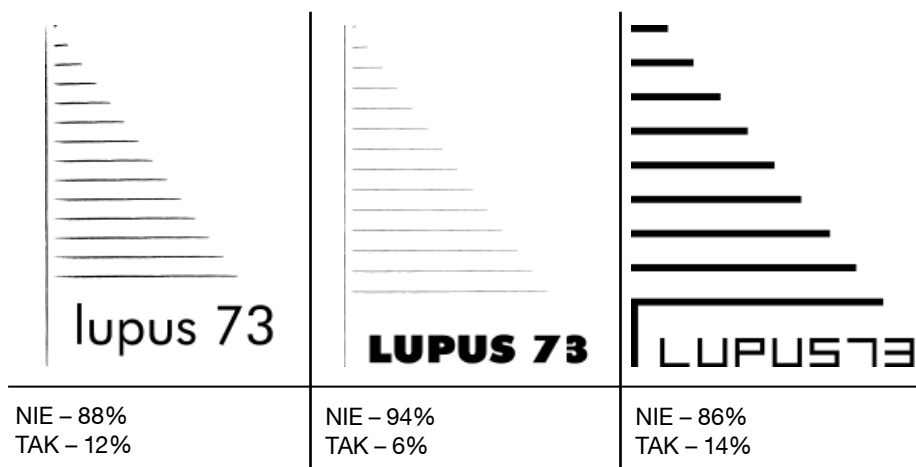
Pytanie 4. Z jakiego kraju pochodzi Państwa zdaniem ta firma?



Pytanie 5. Jak długo Państwa zdaniem funkcjonuje ta firma na rynku?



Pytanie 6. Czy kupowaliście Państwo produkty tej firmy?



Według respondentów logo umieszczone w trzeciej kolumnie najwierniej oddaje cechy tożsamościowe firmy Lupus73. Ankietowani kojarzą logo numer trzy z technologią, architekturą i drzewem. Ciekawe jest, że podobny kształt logo i zmieniona kreska w pozostałych dwóch projektach graficznych wywołuje zdecydowanie różne konotacje. Pierwsze i drugie logo kojarzone jest głównie z żaglówką, kolejno – 31% i 18%. Odpowiedzi na pytanie drugie, zawierające pary antonimów, które z teoretycznego punktu widzenia jest stosunkowo problematyczne, gdyż pozbawia respondenta możliwości dokonania własnej oceny, wskazują, że logo numer trzy ma najwięcej cech pozytywnych w opozycji do logo numer jeden i dwa. Respondenci na podstawie logo numer trzy ocenili firmę lupus73 jako instytucję małą, biedną, nowoczesną, statyczną, rozwojową, stabilną, męską, niebudzącą zaufania, skomplikowaną. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że w polskim kontekście kulturowym można zaobserwować tendencję do wybierania odpowiedzi negatywnych lub neutralnych. Bardzo rzadko Polacy, w przeciwieństwie do przedstawicieli kultury krajów np. skandynawskich, pozytywnie oceniają firmę, zjawisko, osobę w odniesieniu do pytania zawierającego pary antonimów. Jest to niewątpliwie ciekawy pomysł na próbę conceptualizacji tej hipotezy, gdyż jest to tylko hipoteza, która nasuwa się po przeprowadzeniu dziesiątek tego typu badań. Wracając jednak do podstawowych wniosków, w pytaniu o profesję firmy respondenci najtrafniej wskazywali ponownie logo numer trzy, kojarząc je z technologią, prawie 40%. Według ankietowanych, na podstawie postrzegania firmy przez pryzmat logo, firma pierwsza zajmuje się szeroko rozumianym żeglarstwem a firma numer dwa podobnie jak pierwsza technologią, tyle że w słabszym natężeniu – 22%. Firma numer trzy została skategoryzowana jako firma polska na równi z firmą pochodzącą z krajów skandynawskich (Norwegia, Szwecja, Finlandia). Podobnie, chociaż w innej skali natężenia, zostały sklasyfikowane przez respondentów firmy (logo) numer jeden i dwa. Ostatnie pytanie jest dla



nas, badaczy procesów komunikacyjnych, bardzo interesujące, a dotyczy konotacji zakupowych. W podobnych badaniach na nieistniejących firmach ankietowani na pytanie, czy kupowali produkty lub korzystali z usług danej firmy, odpowiadają, że tak, chociaż ta firma nie istnieje. Może mieć to związek z pewnymi konstrukcjami zakodowanymi w systemie neuronalnym, a także z pewnymi zmiennymi elementami logo, które w psychologii określane są jako efekt substytucji logo. Generalnie chodzi o to, że pewne kształty, obrazy i semantyki mamy zakodowane w podświadomości na podstawie procesu socjalizacji. Równie ważny wydaje się czynnik dokonania marki. Według Heinera Erke (2000) jest to treść, a tym samym zapośredniczenie pojęć, spontaniczna zrozumiałość i oferowanie dodatkowych informacji. W przypadku prezentowanych wyników badań ankietowani w odniesieniu do logo numer jeden i trzy twierdzili, że znają firmę lupus73 i kupowali jej produkty, nie znając tej firmy, nie wiedząc, skąd pochodzi i jaka jest jej profesja. Rzecz jasna, są to dość znikome dane statystyczne, jednak są zastanawiające i wymagają szerszych badań i analizy. Wyniki badań, które zaprezentowaliśmy, pozwalają nam sądzić, że każda, nawet najmniejsza ingerencja w projekt graficzny logo (czy inny element programu *corporate identity*), pomimo kulturowo i socjalnie ugruntowanych konstrukcji systemowych, przynosi wymierne zmiany w procesie percepcji wśród respondentów, a tym samym – przechodząc do dyskursu np. rynkowego – w procesie komunikacji firmy z środowiskiem. Kolejny wniosek z przeprowadzonych badań otwiera polemikę z psychologicznym aspektem schematów widzenia świata. Proces kognicji jest procesem wysoce indywidualnym, a próba generalizacji, jak pokazują nasze badania, jest wysoce ryzykowna.

Mamy świadomość, że ten artykuł jest jedynie komunikacyjnym załącznikiem badań nad ludzką percepcją w odniesieniu do procesu *corporate identity*. Dzięki tym wynikom jesteśmy paradoksalnie głępsi, a jednocześnie mądrzejsi o nowe doświadczenie. Bardzo dla nas istotnym aspektem tych badań jest próba pokazania, jak można twarzą naukę o komunikacji w paradygmacie konstruktywistycznym przenieść na rzeczywiste działania z obszaru rynku i biznesu. Współczesne działania firm i przedsiębiorstw z dziedziny strategicznego zarządzania tożsamością korporacyjną są pozbawione naukowej refleksji, co jest zjawiskiem niebezpiecznym dla samego rynku i nauki właśnie. Mamy nadzieję, że nasz artykuł zachęci innych badaczy procesu komunikacji społecznej do ewaluacji tego projektu z innej naukowej perspektywy.

## Literatura

- Bagiński D, Francuz. P. (2007), *Obrazy w umyśle, studia nad percepcją i wyobraźnią*, Warszawa.
- Erke H. (2000), *Psychologische und symbolische Aspekte der Corporate Identity*, Landsberg/Lech.

Fleischer M. (2007), *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław.

Moriarty S.E. (1996), *Abduction and a Theory of Visual Interpretation*, „Communication Theory”, 6.

Wojcik K. (2005), *Public Relations, wiarygodny dialog z otoczeniem*, Warszawa.



Magdalena Szpunar

---

## Nowe media a paradygmat kultury uczestnictwa

Proces demokratyzacji społeczeństw nie jest czymś stałym, danym raz, wymaga bowiem od swoich członków aktywnego udziału. Jak zauważa B. Barber, demokracji nie można oglądać w telewizji, bowiem jeśli w niej nie uczestniczymy, ona zanika<sup>1</sup>. Jak zauważa A. Tarkowski, dzięki Internetowi mamy do czynienia z renesansem semiotycznej demokracji, która realizuje się dzięki aktywnemu uczestnictwu w kulturze<sup>2</sup>. Za sprawą nowych mediów, a w szczególności etapu rozwoju Sieci nazwanego Web 2.0, ewoluował proces komunikacji, charakterystyczny dla komunikacji masowej. Epokę Web 1.0 charakteryzował model jednokierunkowy, o jakości i charakterze strony WWW decydował jedynie jej właściciel, a użytkownicy byli zaledwie biernymi jej konsumentami, zadowolając się odczytem prezentowanych na niej treści. Model ten przypominał obcowanie z tradycyjnymi mediami, takimi jak telewizja, radio czy prasa, gdzie masowy odbiorca „skazany” był na niemal bezrefleksyjne konsumowanie serwowanych mu treści. Zgodnie z założeniami komunikacji masowej odbiorca nie dysponował niemal żadną możliwością odpowiedzi zwrotnej, nie następowało więc żadne sprzężenie pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Relacja pomiędzy nadawcą a odbiorcą w klasycznym typie komunikowania masowego miała charakter asymetryczny, jednostronny. Nadawca zajmował w nim pozycję uprzywilejowaną, on bowiem posiadał monopol na wiedzę. Odbiorca w komunikacji masowej traktowany jest jako anonimowa „końcówka” procesu komunikacji, choć ważna ze względu na możliwości manipulacji nią, kształtowania jej poglądów czy nakłaniania do określonych zachowań. Same definicje odbiorców masowych zwykle mają pejoratywny wydźwięk, określając ową dużą, heterogeniczną zbiorowość ludzi jako pospólstwo, zwykle niewykształcone, ciemne i nieracjonalne, o bardzo ograniczonej

---

<sup>1</sup> B. Barber, *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*, Berkeley 1985 – podaję za: T. Masłyk, *Demokracja deliberatywna a Internet*, [w:] M. Szpunar (red.), *Media a polityka*, Rzeszów 2007, s. 258.

<sup>2</sup> A. Tarkowski, *Radosna rewolucja, wolna kultura*, <http://witryna.czasopism.pl/gazeta/1023/1082/1115/>.

indywidualności<sup>3</sup>. Odbiorcy przekazu w komunikacji masowej nie mieli możliwości sygnalizowania nadawcy stosunku do niego w czasie trwania przekazu<sup>4</sup>, ale także nierzadko po jego zakończeniu.

Tab.1. Porównanie roli nadawcy i odbiorcy w poszczególnych mediach.

	Internet				
	prasa	radio	telewizja	WEB 1.0	WEB 2.0
rola nadawcy	dominująca	dominująca	dominująca	dominująca	równa odbiorcy
rola odbiorcy	pasywna	pasywna	pasywna	pasywna	aktywna
stosunek nadawca–odbiorca	nierówny: nadawca uprzywilejowany	nierówny: nadawca uprzywilejowany	nierówny: nadawca uprzywilejowany	nierówny: nadawca uprzywilejowany	równy: nadawca i odbiorca tak samo istotni
charakter nadawcy	zinstytucjonalizowany	zinstytucjonalizowany	zinstytucjonalizowany	zinstytucjonalizowany	prywatny

Źródło: opracowanie własne.

Z analogiczną sytuacją mieliśmy do czynienia w fazie Internetu Web 1.0, gdzie aktywność internautów ograniczono do możliwości surfowania oraz korzystania z poczty elektronicznej<sup>5</sup>. Komunikacja sieciowa miała charakter jednostronny, z wyraźnym preferowaniem nadawcy komunikatu, kosztem uległego odbiorcy. Właściciele poszczególnych stron zdawali się mówić: „to jest nasz serwis i w nim zamieszczamy takie a takie informacje, korzystajcie, jeśli chcecie”<sup>6</sup>. Drugorzędne, a czasem zupełnie nieistotne były odczucia odbiorcy czy użytkownika i jego potrzeby. Znaczenie miał jedynie kierunek nadany przez nadawcę *contentu*, a korzystanie zeń zakładało zgodę odbiorcy na jakość prezentowanych tam treści. Ogromne znaczenie jednostek w kształtowaniu i rozwoju współczesnej kultury dostrzegł tygodnik „Time”, który Człowiekiem Roku 2006 wybrał *You* (Ciebie), umieszczając na okładce magazynu czytelnika, który widząc swoje odbicie w lustrze, czyta: „Tak, Ty. Kontrolujesz epokę

<sup>3</sup> D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007, s. 71.

<sup>4</sup> B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 1999, s. 22.

<sup>5</sup> S. Kotuła, *WEB 2.0 – współczesny paradygmat Internetu*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna Sieci*, Elbląg 2007, s. 181.

<sup>6</sup> Ibidem, s. 182.

informacji. Witamy w Twoim świecie”<sup>7</sup>. Podział na tych, którzy jedynie konsumują, i tych, którzy wyłącznie produkują, jest dzisiaj nieaktualny<sup>8</sup>. Granice pomiędzy tymi obiema grupami zacierają się, stają się płynne. Mamy do czynienia z kulturą DIY – *Do It Yourself* (Zrób to sam)<sup>9</sup>. Jeżeli uważam, że brakuje treści lub mogę je ulepszyć, jeśli tylko posiadam odpowiednie umiejętności i chęci, żeby je wprowadzić, mogę to uczynić. Edytowane przez tysiące użytkowników hasła w internetowej encyklopedii – Wikipedii – w wielu przypadkach są lepszej jakości niż opracowane przez ekspertów w tradycyjnych encyklopediach.

Pierwocin zmian w roli odbiorcy treści doszukiwać się można w forach czy grupach dyskusyjnych, gdzie użytkownikom umożliwiono wymianę informacji na dany temat<sup>10</sup>, choć w wielu przypadkach znacznie ograniczoną przez administratorów czy moderatorów. Dzisiaj proces ten zmienił się diametralnie. Na kształt serwisu mają bowiem wpływ przede wszystkim odbiorcy. Jak zauważa S. Kotuła, twórca daje dzisiaj jedynie asumpt, który spotyka się z oddźwiękiem ze strony użytkowników i „żyje” jedynie dzięki ilości odwiedzin danej strony, ilości zasobów w niej zawartych, mnogością linków do niej prowadzących<sup>11</sup>. Strona stworzona przez autora i funkcjonująca jedynie dla niego skazana jest dzisiaj na porażkę. Sukces wielu przedsięwzięć internetowych gwarantują dopiero liczne społeczności skupione wokół niej. Sieci komórkowe grupują swoich zwolenników w serwisach społecznościowych, wiążąc ze sobą, a co ważniejsze ze swoją marką, użytkowników. Niegdyś wystarczyły punkty lojalnościowe, karty stałego klienta czy obniżki dla stałych konsumentów, dzisiaj wiele firm doskonale zdaje sobie sprawę z tego, że by pozyskać i utrzymać klienta, sięgać należy po nowe formy wzbudzania zaufania konsumenta. Twórcami kultury partycypacji są często ludzie bardzo młodzi, a zarządcy korporacji muszą brać pod uwagę ich medialne wybory<sup>12</sup>. Lekceważenie wysoce zależnych od mediów i stechnologizowanych ludzi młodych w wielu przypadkach skazuje firmy na porażkę.

Masy nierzadko traktowane są jako zbiorowość amatorów, którzy nie będąc ekspertami w danej dziedzinie, tworzą produkty słabej jakości. Taką optykę przyjmuje np. A. Keen w *Kulcie amatora*, zakładając, że to, co wytworzą amatorzy, choćby miało charakter działań podejmowanych zbiorowo, jest gorsze od tego, co wytworzy

<sup>7</sup> B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji słów kilka*, EBIB, 1/2008, <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?jaskowska>.

<sup>8</sup> P. Zawojski, *Cyberkulturowa rewitalizacja ekonomii daru*, <http://witryna.czasopism.pl/pl/gazeta/1080/1203/1324/>.

<sup>9</sup> Ibidem.

<sup>10</sup> S. Kotuła, op. cit., s. 182.

<sup>11</sup> Ibidem.

<sup>12</sup> K. Stachura, *Ewolucja kultury partycypacyjnej na przykładzie serwisu You Tube*, [w:] M. Sołkowski (red.), *(Kon)teksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje*, Olsztyn 2007, t. 1, s. 323.

indywidualnie profesjonalista. Okazuje się jednak, że działania „mądrości zbiorowej” mogą w efekcie dostarczać produktu wyższej jakości niż produkty wykonywane indywidualnie w zaciszu domowego ogniska. Przykładem jest tutaj działalność programistów *open source*. Z raportu *Software Lifecycle* wynika, iż w komercyjnym oprogramowaniu występuje od jednego do siedmiu błędów na 1000 linii kodu<sup>13</sup>. Jednakże, jak wskazywał E. Raymond, przy dostatecznej liczbie patrzących każdy błąd jest niegroźny<sup>14</sup>. Wskazuje on, że programista, który potrafi korzystać jedynie ze swojego mózgu, pracując indywidualnie, będzie pozostawał w tyle za tym, który tworzy w sposób otwarty, licząc na ulepszenie kodu dzięki zespołowej pracy<sup>15</sup>. Dzięki zespołowej pracy wielu entuzjastów i wolontariuszy, szerokiej współpracy i swobodnemu dostępowi do informacji kod Linuksa był lepszej jakości niż wersje Uniksa objęte prawem autorskim<sup>16</sup>. Możliwość opiniowania powszechnie dostępnego kodu źródłowego stała się sposobem na osiągnięcie kodu wysokiej jakości i niezawodnego<sup>17</sup>. Współtwórcy systemu Linux sami podejmują nowe inicjatywy, omawiają na forach problemy programistyczne, a członkowie społeczności skupionej wokół Linuksa pomagają w procesie jego testowania i ulepszania<sup>18</sup>. Jak wskazuje M. Castells, mamy tutaj do czynienia z procesem uczenia się w działaniu, gdzie odkrycia i zastosowania oddziałują na siebie wzajemnie i są sprawdzane w procesie prób i błędów<sup>19</sup>. Pomoc innych w wielu przypadkach gwarantuje rozwiązywanie karłowatych problemów programistycznych, z którymi jedna osoba nie bardzo jest w stanie sobie poradzić. Dopiero „zbiorowa mądrość” pozwala uzyskać efekt lepszy od indywidualnie wykonywanej pracy. Jak bowiem słusznie zauważa M. Castells, „tylko sieć tysięcy mózgów podejmująca wspólny wysiłek, spontanicznie dzieląca się pracą, luźno acz skutecznie skoordynowana, może zrealizować wyjątkowe zadania stworzenia systemu operacyjnego, który poradzi sobie z coraz bardziej skomplikowanymi, dysponującymi coraz większą mocą obliczeniową komputerami podłączonymi w sieć”<sup>20</sup>. Raymond twierdzi wręcz, że jedni znajdują problemy, a inni wiedzą, jak je rozwiązać, nierzadko nawet samo znalezienie błędu jest trudniejsze niż jego korygowanie. Każdy programista podchodzi inaczej do danego problemu, korzysta

<sup>13</sup> <http://students.mimuw.edu.pl/SO/Projekt04-05/temat2-g4/wstep.html>.

<sup>14</sup> C. Meszyński, *Wpływ kultury hakerskiej na rozwój społeczeństwa informacyjnego. Hakerzy jako awangarda technologiczna*, [w:] L. Haber (red.), *Spółeczeństwo informacyjne. Aspekty funkcjonalne i dysfunkcjonalne*, Kraków 2006, s. 154.

<sup>15</sup> E. Raymond, *Katedra i Bazar*, przeł. A. Skura, 2001, <http://www.linuxcommunity.pl/node/4>.

<sup>16</sup> M. Castells, *Galaktyka Internetu*, przeł. T. Hornowski, Poznań 2003, s. 57.

<sup>17</sup> E. Raymond, *The Cathedral and The Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*, Sewastopol 1999 – podaję za: M. Castells, op. cit., s. 58.

<sup>18</sup> M. Castells, op. cit., s. 60.

<sup>19</sup> M. Castells, *Spółeczeństwo sieci*, przeł. M. Marody et al., Warszawa 2007, s. 75.

<sup>20</sup> M. Castells, *Galaktyka Internetu*, op. cit., s. 57.

z innych narzędzi analitycznych, co zwiększa prawdopodobieństwo, że czyjaś optyka pozwoli dany problem rozwiązać<sup>21</sup>.

Popularność serwisów społecznościowych ciągle rośnie. Trend ten doskonale wpisuje się w tendencję aktywizacji użytkowników, umożliwiania im nie tylko biernego odbierania, ale aktywnego kształtowania Sieci i tego, co się w niej dzieje. Posiadanie konta w serwisie społecznościowym nie jest już tylko i wyłącznie ekscentrycznym wybrykiem, a coraz częściej dyktowaną wymogami rynku koniecznością. Jak wynika z badania Megapanel firmy Gemius, w kwietniu 2008 serwisy oparte na kulturze uczestnictwa cieszyły się sporą popularnością wśród internautów. Serwis wikipedia.org zajmował dziewiątą pozycję pod względem liczby użytkowników (*real users*), zaś serwis youtube.com pozycję dziesiątą, oba serwisy odwiedziło ponad 6 milionów unikalnych użytkowników. W serwisie wikipedia.org użytkownik spędził średnio 49 minut, zaś w serwisie youtube.com 2 godziny i 48 minut<sup>22</sup>.

Polscy użytkownicy mają do dyspozycji szeroki wachlarz serwisów społecznościowych, począwszy od tych o charakterze typowo towarzyskim (nasza-klasa.pl, facebook.com, myspace.com, grono.net, osobie.pl, spinacz.pl) aż po społeczności profesjonalne, których głównym celem jest tworzenie kontaktów społecznych w celach biznesowych (goldenline.pl, biznes.net). Serwisy społecznościowe skupiają swoich odbiorców również wokół jakiejś pasji, hobby, jak to ma miejsce w przypadku serwisów związanych z dziennikarstwem obywatelskim (wiadomosci24.pl, salon24.pl, gwar.pl, wykop.pl) czy tworzeniem zawartości np. poprzez publikowanie własnych materiałów audio i video (youtube.com, picasa.google.pl, photobucket.com, piczo.com, wrzuta.pl). Jak wynika z badań CBOS<sup>23</sup>, już co piąty Polak (21%) deklaruje, iż jest zarejestrowany w jakimś portalu społecznościowym, a w populacji internautów jest to niemal połowa (47%). Głównym celem korzystania z portali społecznościowych jest odnowienie dawnych znajomości (18% Polaków i 40% internautów), słuchanie muzyki, oglądanie filmów lub zdjęć oraz słuchanie muzyki (12% Polaków i 27% internautów), nawiązywanie nowych kontaktów towarzyskich (9% Polaków i 21% internautów), zamieszczanie swoich zdjęć, filmów, muzyki lub tekstów (8% Polaków i 18% internautów), szukanie pracy (5% Polaków i 11% internautów) oraz nawiązywanie znajomości zawodowych, biznesowych (4% Polaków i 9% internautów). Serwisy społecznościowe coraz częściej stają się wyzwaniem dla nurtu promowanego przez media *mainstreamowe*, one bowiem pozwalają decydować o medialnych wyborach<sup>24</sup>. Fenomen Kononowicza czy Jożina z Bażin pozwala wyjaśnić jedynie odwołanie się do Internetu i jego roli w życiu społecznym jego użytkowników. Rozwojem kultury partycypacji nie kierują bowiem dane

<sup>21</sup> E. Raymond, *Katedra i Bazar*, op. cit., s. 207.

<sup>22</sup> [http://audyt.gemius.pl/witryny\\_wyniki.php?id=54](http://audyt.gemius.pl/witryny_wyniki.php?id=54).

<sup>23</sup> M. Wenzel, *Polacy w Sieci*, Komunikat CBOS, BS/58/2008.

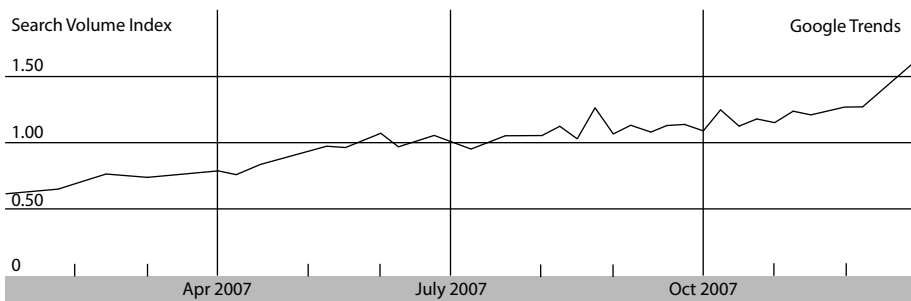
<sup>24</sup> K. Stachura, op. cit., s. 323.



marketingowe, przewidywane zyski czy gust publiczności, a indywidualne potrzeby i zainteresowania odbiorców-użytkowników<sup>25</sup>.

Dotychczas bierni użytkownicy Sieci stają się jej aktywnymi twórcami. Bierni odbiorcy, czytający jedynie podane im treści, zamieniają się we *wreaderów*, od połączenia słów *writer* – piszący i *reader* – czytający<sup>26</sup>. Zatarcie granicy między nadawcą a odbiorcą jest dominującym rysem kultury uczestnictwa. Jak zauważa H. Jenkins, „nikt nie wie wszystkiego. Każdy wie coś. Całą wiedzę ma ludzkość”<sup>27</sup>, cegiełka dołożona do wspólnego projektu, jakim jest Sieć, pozwala otrzymywać lepszy „produkt” finalny, niż ma to miejsce w przypadku posiadających monopol na wiedzę wszechwiedzących nadawców. Odbiorcy coraz częściej szukają informacji nie w niezrędko stronicznych mediach *mainstreamowych*, ale właśnie w oddolnych, niezależnych od nikogo źródłach informacji. Na znaczeniu zyskują więc np. treści publikowane w Sieci przez niezależnych blogerów. Coraz częściej właśnie *user generated content* cieszy się dużym uznaniem odbiorców, będąc ocenianym jako niezależny i obiektywny.

Rys. 1. Popularność serwisu youtube.com w 2007 roku.



Źródło: <http://www.google.com/trends>.

Jak zauważa W. Gogołek, współcześnie mamy do czynienia z mediami społecznymi (*social media*), których kluczowym rysem jest partycypacja osób w tworzeniu i dystrybucji informacji<sup>28</sup>. Internet utrzymany w paradygmacie Web 2.0 ułatwia aktywną partycypację użytkowników. Większość jego narzędzi tworzona jest zgodnie z koncepcją *user-friendly* (przyjazny użytkownikowi). Medium to przestaje być ekskluzywnym narzędziem dostępnym wyłącznie dla wąskiej grupy specjalistów, którzy

<sup>25</sup> A. Tarkowski, op. cit.

<sup>26</sup> M.R. Allen, *This Is Not a Hypertext, But...: A Set of Lexias of Textuality*, <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=389> – podają za: S. Kotuła, op. cit., s. 183.

<sup>27</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 31.

<sup>28</sup> W. Gogołek, *Technologie informacyjne mediów*, Warszawa 2006, s. 125.

decydują o jego elitarnym charakterze. Programiści coraz częściej liczą się ze zdaniem odbiorców, nierzadko wiele nowych narzędzi internetowych jest testowanych przez przeciętnych użytkowników, którzy najlepiej potrafią określić, jakie są ich oczekiwania względem danego serwisu. Nikomu dzisiaj nie jest potrzebny serwis, z którego jednostki nie chcą korzystać. To odbiorcy decydują dzisiaj o tym, co jest godne ich uwagi i z czego chcą korzystać, a nierzadko nie są to treści odnajdywane na konkretnej stronie, ale ich zestawienia i kombinacje<sup>29</sup>. Dzisiaj bowiem, jak zauważa A. Keen, to publiczność jest gwiazdą<sup>30</sup>, a gwiazdy, jak wiemy, bywają kapryśne. To, co użytkownicy Sieci hołubią jednego dnia, za kilka miesięcy ginie w czeluściach nieodwiedzanych stron internetowych. Produkty coraz częściej popularne są jedynie dzięki procesom oddolnym, a nie odgórnym strategiom marketingowym<sup>31</sup>. Eksploatowani do niedawna marketingowcy, specjaliści od kreowania wizerunku marki i produktu, coraz częściej skazani są na porażkę. Atakowani ze wszystkich stron agresywną reklamą odbiorcy kierują się coraz częściej gustem własnym lub innych użytkowników. Preferowane są wskazówki przekazywane przez obiektywnego odbiorcę, nie zaś skażonego marketingowym bełkotem specja od PR, który z reguły pokazuje jedynie zalety danego produktu, skrzętnie ukrywając jego braki czy wady. Niszowość serwisu nie świadczy już bowiem o jego elitarności, a nieprawidłowym jego profilowaniu. Krążący od jednego do drugiego użytkownika link z mało popularnego serwisu potrafi „stworzyć” znany i rozpoznawalny serwis. Nierzadko trudne do przewidzenia są wybory masowych użytkowników i serwis, któremu nikt nie wróży wielkiej popularności, okazuje się masowym hitem, a portal „wielkich szans” staje się internetową kłapą. Świetnie zapowiadający się i funkcjonujący przez pięć lat serwis Google Answers, w którym użytkownicy mogli zadawać pytania i uzyskiwać na nie odpowiedzi, przestał istnieć. Odpowiedzi były z reguły dobrej jakości, udokumentowane, jednak w Internecie jakość nie zawsze ma znaczenie. Google przegrało walkę konkurencyjną z Yahoo Answers, które opierało swoje działanie nie na wiedzy specjalistów, a na wielkiej społeczności<sup>32</sup>. Twórcy serwisów internetowych opartych na idei Web 2.0 zdają się mówić: „Ty wybierasz – Ty decydujesz, a my szanujemy każdy Twój wybór”.

Twórcy serwisów internetowych wyraźnie i jawnie zachęcają swoich użytkowników do aktywnej partycypacji i współuczestniczenia w funkcjonowaniu portalu. Onet podkreśla wagę i znaczenie opinii zwykłych użytkowników, określając ich mianem ekspertów: „Wyraż swoją opinię i dołącz do ekspertów na forum”. Osoby niezaznajomione ze specyfiką forów internetowych mogą być nieco zdziwione poziomem prezentowanych tam opinii, tym bardziej gdy te wypowiedzi określa się

<sup>29</sup> K. Stachura, op. cit., s. 321.

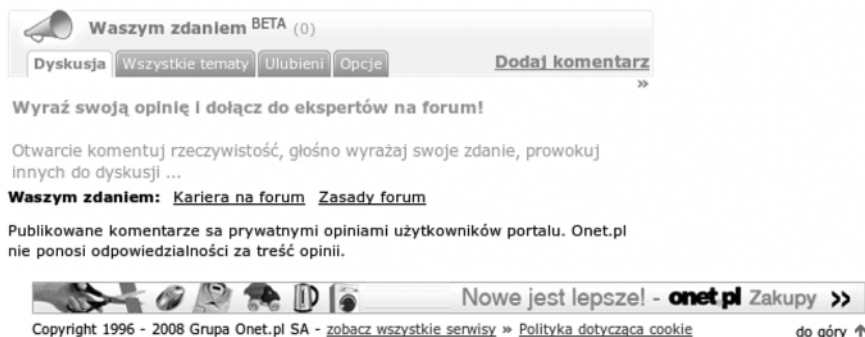
<sup>30</sup> A. Keen, *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa 2007, s. 51.

<sup>31</sup> A. Tarkowski, op. cit.

<sup>32</sup> M. Błoński, *Niewypały Google – największe wpadki potentata rynku wyszukiwarek*, [http://www.idg.pl/news/153316\\_2.html](http://www.idg.pl/news/153316_2.html) (30.06.2008).

jako eksperckie. Twórcy serwisu idą o krok dalej, zachęcając do „prowokowania innych do dyskusji”. Ów poziom prowokacji w wielu przypadkach dalece przekracza wszelkie granice dobrego smaku. Charakterystyczną cechą dyskursu, jaki pojawia się na forach dyskusyjnych, jest niemal całkowity brak dyskusji, gdzie interlokutorzy nie odnoszą się do wcześniejszych komunikatów<sup>33</sup>. Uczestnicy forów dyskusyjnych rzadko podejmują próbę rzeczowej dyskusji, nie przytaczają argumentów na poparcie swojego stanowiska<sup>34</sup>, nierzadko prowokując i wywołując kłótnie. Czasem rozmówcy świadomie obrażają swoich adwersarzy, a celem nadrzędnym polemiki jest jedynie wzajemne udowadnianie braków intelektualnych. Szacunek dla dyskutanta jest zjawiskiem rzadkim w internetowych dyskusjach. Z reguły jedynie zwolennicy jednej opcji mają monopol na prawdę, a oponenti obrzucani są inwektywami. Poziom dyskusji jest tak niski, a czasami nawet żenujący, iż ukuto termin określający prymitywną i bezmyślną dyskusję jako „poziom forum Onetu”.

Rys. 2. Jedna ze stron w portalu onet.pl, zachęcająca użytkowników do dzielenia się opiniami.



Blogerzy i inni twórcy zamieszczający w Sieci swoje materiały coraz częściej stają się źródłem poważnych informacji dla wielu opiniotwórczych dzienników. To od nich czerpią aktualne informacje dziennikarze prasowi i telewizyjni. Właściciele portali informacyjnych na różne sposoby starają się zachęcić użytkowników do dzielenia się informacjami. Portal gazeta.pl pozwala w łatwy sposób na przesłanie wiadomości, zdjęcia lub filmu dzięki usłudze Alert24. Autorzy najciekawszych newsów otrzymują nagrody rzeczowe, a serwis Wiadomosci24, opierający się na działaniach dziennikarzy obywatelskich, płaci za najlepsze newsy. Popularnych blogerów, mających szerokie grono odbiorców, opiniotwórczych, określa się jako *Alpha blogerów* czy *A-blogerów*<sup>35</sup>. Zdarzają się sytuacje, gdzie „profesjonalni” dziennikarze traktują informacje zamieszczane w Sieci jako niczyje, a więc publikują je w swoich artykułach, podpisując się własnym

<sup>33</sup> M. Juza, *Internetowy dyskurs polityczny na przykładzie wybranych forów i grup dyskusyjnych*, [w:] M. Szpunar (red.), *Media a polityka*, Rzeszów 2007, s. 277.

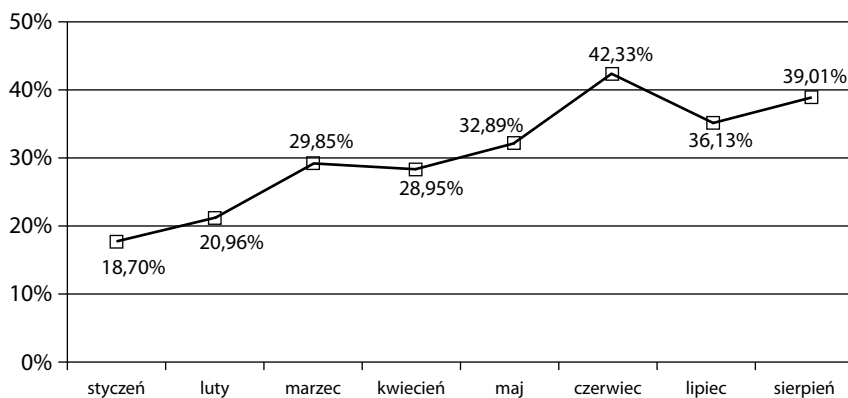
<sup>34</sup> Ibidem, s. 278.

<sup>35</sup> A. Keen, op. cit., s. 65.

imieniem i nazwiskiem, ale to kwestia rzetelności i profesjonalizmu<sup>36</sup>. Jak słusznie zauważa M. Filiciak, produkcje amatorów – filmowe, muzyczne – czy wypowiedzi zamieszczane na blogach „na stałe weszły do medialnego ekosystemu”, co wymusza na oficjalnych producentach uznanie ich znaczącej i ciągle rosnącej roli<sup>37</sup>.

Badania prowadzone przez Megapanel PBI/Gemius, w okresie od stycznia do sierpnia 2006 roku, wykazały, iż liczba użytkowników witryn audio-video wzrosła o ponad 150%, z poziomu 1,97 mln do 4,97 mln. W sierpniu 2006 roku serwisy z plikami muzycznymi i filmami odwiedziło niemal 40% internautów, w tym co drugi użytkownik w wieku od 15 do 24 lat<sup>38</sup>.

Rys. 3. Zasięg witryn z klipami audio-video w okresie styczeń-sierpień 2006.



Źródło: [http://www.audyt.gemius.pl/filmy\\_muzyka\\_1.php](http://www.audyt.gemius.pl/filmy_muzyka_1.php).

Płeć nie wpływa w znaczący sposób na zainteresowanie serwisami audio-video. Jak podaje Gemius, wśród odwiedzających serwisy z plikami muzycznymi i filmami jest niemal tyle samo kobiet, co mężczyzn. Mężczyźni jednakże spędzają na omawianych stronach przeciętnie więcej czasu (odpowiednio: 1 godz. 26 minut – mężczyźni oraz 58 minut – kobiety), wykonują też więcej odsłon (67,99 – mężczyźni i 42,56 – kobiety). W obu grupach zainteresowanie stronami z filmami i muzyką maleje wraz z wiekiem. Wśród najstarszych internautów (powyżej 55 lat) analizowane witryny odwiedza co piąty (19,74%) użytkownik, poświęcając im miesięcznie średnio 42 minuty<sup>39</sup>.

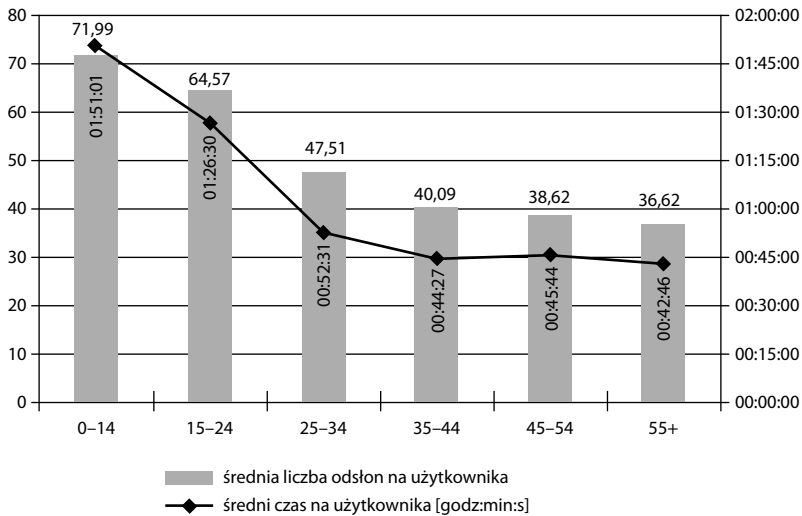
<sup>36</sup> Więcej na ten temat piszę w: M. Szpunar, *Dziennikarstwo obywatelskie w dobie Internetu*, [w:] K. Grysa (red.), *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, Kielce 2008, s. 150.

<sup>37</sup> M. Filiciak, *Kultura konwergencji i luka uczestnictwa – w stronę edukacji medialnej*, [w:] E. Bendyk (red.), *Kultura 2.0. Wyzwania cyfrowej przyszłości*, Warszawa 2007, [http://www.pwa.gov.pl/pl/binary/235/raport\\_kultura\\_2.0.pdf](http://www.pwa.gov.pl/pl/binary/235/raport_kultura_2.0.pdf), s. 44.

<sup>38</sup> [http://www.audyt.gemius.pl/filmy\\_muzyka\\_1.php](http://www.audyt.gemius.pl/filmy_muzyka_1.php).

<sup>39</sup> [http://www.audyt.gemius.pl/filmy\\_muzyka\\_1.php](http://www.audyt.gemius.pl/filmy_muzyka_1.php).

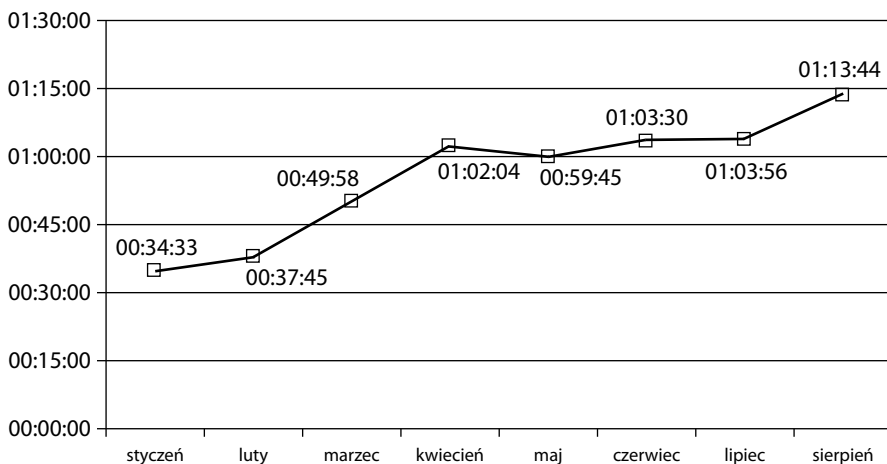
Rys. 4. Średnia liczba odsłon i średni czas na użytkownika na witrynach z klipami audio-video według wieku w sierpniu 2006.



Źródło: [http://www.audyt.gemius.pl/filmy\\_muzyka\\_1.php](http://www.audyt.gemius.pl/filmy_muzyka_1.php).

Wzrost popularności serwisów opartych na kulturze uczestnictwa to także zwiększenie ilości czasu spędzanego na tego typu serwisach. W styczniu 2006 internauci spędzali w serwisach audio-video niemal 35 minut, a w sierpniu tego samego roku ten czas wyniósł już ponad godzinę i trzynaście minut<sup>40</sup>.

Rys. 5. Średni czas na użytkownika na witrynach z klipami audio-video w okresie styczeń-sierpień 2006.



Źródło: [http://www.audyt.gemius.pl/filmy\\_muzyka\\_1.php](http://www.audyt.gemius.pl/filmy_muzyka_1.php).

<sup>40</sup> [http://www.audyt.gemius.pl/filmy\\_muzyka\\_1.php](http://www.audyt.gemius.pl/filmy_muzyka_1.php).

W czym zasadza się sukces kultury uczestnictwa i coraz większa jej popularność? K. Stachura wskazuje tutaj na takie czynniki jak: niska bariera wejścia w świat wymiany treści medialnych oraz nieformalna pomoc, jaką otrzymują jej użytkownicy<sup>41</sup>. Owo wsparcie otrzymują niemal wszyscy twórcy publikowanych materiałów, często niezależnie od ich jakości<sup>42</sup>, nierzadko jednak ostra fala krytyki zupełnie zniechęca użytkowników do jakiegokolwiek aktywności. Dla współczesnych odbiorców aktywne partycypowanie w odbieranych treściach staje się jednym z ważniejszych czynników decydującym o tym, czy w ogóle z danymi informacjami chcą obcować. Jeśli nie mają możliwości odpowiedzi zwrotnej, reagowania na to, co im się proponuje, często w ogóle rezygnują z uczestnictwa w danym przekazie. Nowe media na czele z Internetem umożliwiają prezentację niemal dowolnych treści bez obowiązku ich ostrej selekcji przez kolegia redakcyjne czy gremia eksperckie. Tak samo ważny jest każdy użytkownik społeczności sieciowej, jeśli ma coś interesującego do zaproponowania innym. Wyrównane statusy partnerów sieciowych interakcji nie wskazują, kto jest tutaj ważniejszy i uprawniony do oceny. Internet pozwala na prezentowanie treści medialnych, które z pewnością nie uzyskałyby akceptacji w mediach głównego nurtu, otwierając się na nisze mniej lub bardziej świadomie przez nich niedostrzegane. Media *mainstreamowe* powinny zdawać sobie sprawę z tego, że kończy się era ich monopolu na wiedzę i dowolnego kształtowania potrzeb i gustów swoich odbiorców. Niestety otwarcie tego medium i jego umasowienie powoduje szereg negatywnych konsekwencji, takich jak chociażby jego pauperyzacja czy obniżenie poziomu dyskursu. Zdaniem A. Keena zbiorowość Sieci nie tworzy niczego mądrego, a jedynie stanowi „cyfrowy zbiór miernoty”<sup>43</sup>. Stwierdzenie to jednak z pewnością jest krzywdzące dla wielu cennych inicjatyw sieciowych opartych na idei mądrości tłumów, takich jak chociażby projekt Wikipedia, działalność programistów *open source* czy serwisy typu *del.ici.ous*.

## Literatura

- Barber B., *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*, Berkeley 1985.  
 Castells M., *Spółczesność sieci*, przeł. M. Marody et al., Warszawa 2007.  
 Castells M., *Galaktyka Internetu*, przeł. T. Hornowski, Poznań 2003.  
 Dobek-Ostrowska B., *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 1999.  
 Gogołek W., *Technologie informacyjne mediów*, Warszawa 2006.  
 Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Ber-  
 natowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.

<sup>41</sup> K. Stachura, op. cit., s. 323.

<sup>42</sup> Ibidem, s. 323.

<sup>43</sup> A. Keen, op. cit., s. 26.

- Juza M., *Internetowy dyskurs polityczny na przykładzie wybranych forów i grup dyskusyjnych*, [w:] M. Szpunar (red.), *Media a polityka*, Rzeszów 2007.
- Keen A., *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani, Warszawa 2007.
- Kotuła S., *WEB 2.0 – współczesny paradygmat Internetu*, [w:] M. Sokołowski (red.), *Oblicza Internetu. Architektura komunikacyjna Sieci*, Elbląg 2007.
- Masłyk T., *Demokracja deliberatywna a Internet*, [w:] M. Szpunar (red.), *Media a polityka*, Rzeszów 2007.
- McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007.
- Meszyński C., *Wpływ kultury hakerskiej na rozwój społeczeństwa informacyjnego. Hakerzy jako awangarda technologiczna*, [w:] L. Haber (red.), *Spółczesność informacyjna. Aspekty funkcjonalne i dysfunkcjonalne*, Kraków 2006.
- Stachura K., *Ewolucja kultury partycypacyjnej na przykładzie serwisu You Tube*, [w:] M. Sokołowski (red.), *(Kon)teksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje*, Olsztyn 2007, t. 1.
- Szpunar M., *Dziennikarstwo obywatelskie w dobie Internetu*, [w:] K. Grysa (red.), *Rola informatyki w naukach ekonomicznych i społecznych*, Kielce 2008.
- Wenzel M., *Polacy w Sieci*, Komunikat CBOS, BS/58/2008.

### Netografia

- Allen M.R., *This Is Not a Hypertext, But...: A Set of Lexias of Textuality*, <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=389>.
- [http://audyt.gemius.pl/witryny\\_wyniki.php?id=54](http://audyt.gemius.pl/witryny_wyniki.php?id=54).
- Błoński M., *Niewypały Google – największe wypadki potentata rynku wyszukiwarek*, [http://www.idg.pl/news/153316\\_2.html](http://www.idg.pl/news/153316_2.html) (30.06.2008).
- Filiciak M., *Kultura konwergencji i luka uczestnictwa – w stronę edukacji medialnej*, [w:] E. Bandyk (red.), *Kultura 2.0. Wyzwania cyfrowej przyszłości*, Warszawa 2007, [http://www.pwa.gov.pl/pl/binary/235/raport\\_kultura\\_2.0.pdf](http://www.pwa.gov.pl/pl/binary/235/raport_kultura_2.0.pdf) (5.08.2008).
- Jaskowska B., *O kulturze konwergencji słów kilka*, EBIB, 1/2008, <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?jaskowska>.
- Raymond E., *Katedra i Bazar*, przeł. A. Skura, 2001, <http://www.linuxcommunity.pl/node/4>.
- Tarkowski A., *Radosna rewolucja, wolna kultura*, <http://witryna.czasopism.pl/gazeta/1023/1082/1115/>.
- Zawojski P., *Cyberkulturowa rewitalizacja ekonomii daru*, <http://witryna.czasopism.pl/pl/gazeta/1080/1203/1324/>.

Andrzej Ostrowski

---

## Media – sport – polityka na przykładzie telewizji

Odnoszę wrażenie, że wzajemne oddziaływanie sportu i polityki nie jest doceniane, a przede wszystkim nie jest zbadane. Na skutek niebywałego rozwoju mediów, głównie jednak telewizji, sport i polityka wdarły się z olbrzymią siłą w obszar życia społecznego i ciągle powiększają tę sferę wpływów. Nie ma żadnej siły, która byłaby w stanie powstrzymać bieg tego zjawiska.

Pod hasłami eskapizmu, rozrywki, spełniania funkcji edukacyjnej i socjalizacyjnej telewizja współtworzy spektakl polityczny, mający jakże często wymiar nacjonalistyczny. Nieliczne, kilkunastoosobowe grupy sportowców, reprezentujące potężne narody, stają się symbolami, wybrańcami tych narodów, broniąc ich honoru i godności, dążąc do zwycięstwa. To oni dzięki przekazowi telewizyjnemu na oczach milionów tych, których reprezentują, ubrani w barwy narodowe intonują hymn, a następnie podejmują walkę.

Polityki nigdy nie udało się oddzielić od sportu, bo sport wykorzystywano m.in. do udowodnienia swoich racji politycznych, do zademonstrowania wyższości systemów gospodarczych, gdyż sport oparty na rywalizacji doskonale i mocno działał na opinię publiczną.

Polityka wkroczyła w sport wieki temu, a do telewizji równo z jej początkiem. Za początek telewizji sportowej uważam transmisje z Igrzysk Olimpijskich w Berlinie w 1936 roku. Igrzyska te były dla wysoko rozwiniętych, nazistowskich Niemiec okazją do pokazania światu m.in. sukcesu medialnego i pośrednio propagandą idei politycznych. 1 sierpnia 1936 roku stacja Berlin-Witz Leben zdecydowała się na niemal bezpośredni przekaz z uroczystości otwarcia, a potem z przebiegu konkurencji olimpijskich. Niemal bezpośredni – ponieważ relacje przekazywano z kilkudziesięciominutowym opóźnieniem, potrzebnym do wywołania i dowiezienia taśm do studia emisyjnego. Oprócz tego na stadionie w Berlinie zamontowano kamerę, która przekazywała obraz na pięć wielkich ekranów (dziś nazywamy je telebimami) ustawionych w nentralgicznych punktach miasta i na 25 zainstalowanych w różnego typu salach, nie tylko w Berlinie, lecz także Poczdamie i Lipsku.



Radio i telewizja transmitowały w 1957 roku mecz piłkarski Polska – Związek Radziecki i nie mogły ukryć olbrzymiego entuzjazmu powstałego na trybunach po zwycięstwie Polaków 2:1. Kilka lat wcześniej we Wrocławiu, podczas meczu Polska – Rumunia, spiker zachęcał zgromadzonych ludzi do skandowania „Stalin, Stalin”, ale oni samorzutnie zaczęli skandować nazwisko piłkarza – „Cieślik, Cieślik”. Funkcjonariusze SB byli bezradni.

W Polsce dla bezpośredniego przekazu kolarskiego Wyścigu Pokoju rzucono olbrzymie pieniądze i niewyobrażalne jak na lata pięćdziesiąte środki techniczne. Któż w owych czasach mógł sobie wyobrazić relację z helikoptera i samolotu oraz tzw. multiplex, czyli łączenia „na żywo” radiowych reporterów kilku państw.

Terrorysty zaatakowali wioskę olimpijską w 1972 roku w Monachium. Telewizja niemiecka skrętnie i na żywo przebieg wydarzeń relacjonowała, znakomicie ułatwiając ruchy i korektę scenariusza akcji właśnie terrorystom.

W trakcie obowiązywania w Polsce stanu wojennego imprezy sportowe były znakomitą okazją do protestów i manifestowania haseł „Solidarności”. Realizatorzy telewizyjni wykorzystywali wtedy najnowocześniejsze urządzenia techniczne, aby nawet podczas transmisji „na żywo” wyeliminować z wizji niewygodne dla władzy obrazy.

W tonie czysto politycznym zorganizowano i przeprowadzono Igrzyska w Moskwie w 1980 roku.

Tragedia Tybetu przewinęła się przed igrzyskami w Pekinie i dobrze, że nie miała odbicia w trakcie trwania imprezy. Karta Olimpijska zabrania jakiegokolwiek demonstracji politycznej, religijnej czy rasowej na obiektach igrzysk. Politycy chcieli wykorzystać sport do własnych celów, czyli załatwić sprawę rękami sportowców. Politykom mniej chodziło o Tybet, a bardziej o „kopniaka” danego Chińczykom i utrudnienie im spokojnej organizacji i przebiegu imprezy, a nawet jej zerwanie lub zbojkotowanie. Bo oczywiste jest, że największe nawet demonstracje dopięte do igrzysk Tybetowi by nie pomogły, a potężna kampania medialna tworzyła wokół igrzysk atmosferę zagrożenia.

O ile w czasach PRL-u politykę przemycano do sportu, a sport po cichutku wkraadał się do polityki, o tyle po transformacji związki te stały się otwarte i niemal demonstracyjne. Miasta, wielkie firmy, organizacje społeczne zaczęły przejmować drużyny i organizacje sportowe, znane postacie świata polityki stawały się mecenasami, sponsorami, właścicielami klubów. Występując w mediach, ludzie ci dbali o swój pozytywny wizerunek, wykorzystując sport. Grzegorz Schetyna, Ryszard Krauze, Andrzej Rusko, Jan Kulczyk, Zygmunt Solorz, Bogusław Cupiał, Jan Wejchert, Ryszard Czarnecki – z taką samą pewnością poruszali się zarówno po ścieżkach polityki, jak i sportu.

Tak jak sport nie jest wolny od polityki, tak przekazująca go telewizja musi się w tę politykę wikłać. Przekaz telewizyjny będzie rozszerzał obszar znaczeń społecznych, politycznych, kulturowych poza stadion, a w konsekwencji poza sport. Widz

odciągany od stadionu, karmiony obrazami, stanie się zapewne jeszcze bardziej uległym niewolnikiem telewizji, odbierając przekaz mający coraz mniej wspólnego z rzeczywistością, w którym treść została wchłonięta przez formę.

Zrozumienie sportu jest sprawą trudną dla człowieka działającego tylko na zasadzie kibica lub sympatyka, gdyż jego wiedza o tym zjawisku pochodzi z odbiornika telewizyjnego, radia, prasy lub sporadycznego bywania na imprezach sportowych. Na takim właśnie polu poruszają się politycy, usiłujący wykorzystać sport dla celów kreacji własnego wizerunku, wizerunku partii, którą reprezentują, a także ubierania się w szaty patriotyczne bądź wcielania się w postacie aspirujące do tytułu „zbawców świata”, naprawiaczy wszelkiego zła, które sport trapi i zżera.

W istocie obecność polityków na imprezach sportowych większej rangi ogólnopolskiej lub regionalnej czy lokalnej – to tylko chęć publicznego pokazania się, zmanifestowania swojego sztucznego i mało wiarygodnego zainteresowania czymś, co prawdziwie, autentycznie interesuje dużą część społeczności.

Podporządkowane i często podlizujące się politykom media postępują podobnie, tworząc własną sferę wpływów, wizerunek tytułu prasowego lub stacji – dającej odbiorcy to, czego oczekuje, aby w praktyce przemycić treści ze sportem niemające nic wspólnego.

Państwowe stacje telewizyjne często szermują tu argumentem tzw. misji. Prezes Urbański, szef telewizji państwowej, stwierdził w 2008 roku, iż misyjność zawarta w emisji serialu *M jak miłość* polega również na tym, że zatrzymuje on w domach ludzi aktywnych od 30. do 50. roku życia i dlatego nie planują oni np. manifestacji ulicznych przeciwko polityce rządu. Jeszcze wcześniej prezes stwierdził, że program *Gwiazdy tańczą na lodzie* to misja, gdyż propaguje łyżwiarstwo figurowe, nakłania ludzi do kupowania łyżew i uprawiania kultury fizycznej w formie rekreacji na lodzie.

Dobitym przykładem politycznej manipulacji jest postawa mediów wobec PZPN. Ustami polityków przedstawiany był w mediach jako uosobienie zła, korupcji, dbałości wyłącznie o własne interesy, co spowodowało w społeczeństwie wyłącznie negatywne odczucie i opinie dotyczące tego stowarzyszenia. Hasło „jebać PZPN”, skandowane przez ostatnie lata przez część kibiców na stadionach, zostało zmanipulowane i wykorzystane do politycznej rozgrywki. Wielokrotnie cytowane i powielane okrzyki kilkuset kiboli miały świadczyć o tym, iż naród ma już dość tego stowarzyszenia i apeluje o jego likwidację. *De facto* zaś to zawsze był po prostu niewybredny, wulgarny sposób protestu przeciw decyzji sędziego w trakcie konkretnego meczu. PZPN nie ponosi bezpośredniej odpowiedzialności za korupcję w piłce nożnej i jako organizacji można mu przypisać wcale nie najmniejsze, ale jednak tylko dwa grzechy – tolerowania patologii i zaniechania działań prewencyjnych.

W rezultacie wytworzenia takich nastrojów społecznych dwie stacje telewizyjne – państwowa i komercyjna – transmitowały bezpośrednim przekazem cały, 8-godzinny przebieg zjazdu Polskiego Związku Piłki Nożnej, co jest precedensem

w historii mediów. Oczekiwano wydarzeń dramatycznych, skandali, pyskówek. Komentatorami w studio byli przedstawiciele ugrupowań społecznych i politycznych. Znajomość zjawiska sportu jest wśród sfer politycznych tak porażająco płytka, że nie potrafią oni wyjść w prezentowanej analizie poza populistyczne, sztamkowe stwierdzenia, mające na celu przekonanie społeczeństwa, iż jako „przedstawiciele narodu” dbają o rozwój kultury fizycznej i porządek prawny w jej ewaluacji.

Pokazując patologie stadionowe, pisząc o nich, media ograniczają się do rejestracji faktów. Stają się tym samym propagatorami zwyczajów, idei i haseł proponowanych przez chuliganów, pseudokibiców, bandytów. Oni bowiem dążą do rozgłosu, chcą, aby ich zachowania i często zakryte kapturami lub szalikami twarze widoczne były w telewizji i opisane w prasie. Media wykonują zatem i wobec nich swoją służebną rolę, nie angażując się w proces zapobiegania, prewencji, a tym bardziej w próbę opracowania czy skonstruowania metod likwidacji owych patologii.

Podjmując ogólnonarodową debatę o sporcie, jego przemianach i występujących w nim patologiach, media, a w szczególności telewizja, nie próbują zastosować obiektywnego, szczegółowego spojrzenia i dlatego dyskurs wymyka się spod kontroli. Dziennikarze ulegają pokusie dokonywania prostej oceny produktów, pokusie prostych recenzji jakości merytorycznej i technicznej, zapominając o zrozumieniu i analizowaniu wartości poznawczych, kulturowych, estetycznych, komunikatywnych, artystycznych wreszcie. Trzymając się telewizji – stała się ona tak konsumpcyjna, że w praktyce nie czujemy już jej subtelności smakowych, starając się szybko zaspokoić głód oglądania i przyjmowania. Skoro jednak do publicznej oceny zjawisk telewizyjnych zapraszani są aktorki, aktorzy, piosenkarki, piosenkarze, literaci, biznesmeni i ministrowie – to czegoż się spodziewać? Nie udało mi się znaleźć w powodzi ocen szeroko rozumianej funkcyjności telewizji, rozmów i wystąpień np. medioznawców.

W rezultacie sport i polityka jako zjawiska społeczne, skomplikowane, wielowarstwowe, więcej – przenikające się nawzajem – sprowadzone zostają do roli podnośników poczytności, słuchalności i oglądalności. Wszechobecny jazgot medialny tytujący tych skomplikowanych materii zabija zrozumienie procesów, jakie w nich zachodzą.

Grzegorz Adamczewski

---

## Euranet – edukacja w Europie, Europa w edukacji

Euranet to międzynarodowe przedsięwzięcie mające na celu przekazywanie najważniejszych informacji o krajach członkowskich w perspektywie całej Unii. Powstał z inicjatywy Komisji Europejskiej w celu poprawiania komunikacji pomiędzy decydentami a obywatelami UE.

W lutym 2006 r. Margot Wallström, wiceprezydent Komisji Europejskiej, przedstawiła w Brukseli *Białą księgę w sprawie europejskiej polityki komunikacyjnej*. W odpowiedzi na zaproszenie Komisji Europejskiej utworzono konsorcjum Euranet, składające się z 16 stacji radiowych z 13 państw członkowskich. Nadawcy pochodzą zarówno z sektora publicznego, jak i prywatnego. Konsorcjum przewodniczy nadawca niemiecki, Deutsche Welle (DW), a jego francuskim odpowiednikiem jest Radio France Internationale (RFI). Celem konsorcjum jest zwiększenie zainteresowania mediów europejskich w zakresie konkretnych tematów i poprawienie jakości komunikacji pomiędzy Unią Europejską a jej obywatelami.

Po wygraniu ogłoszonego przez Komisję Europejską przetargu Radio France Internationale (RFI) i Deutsche Welle (DW) połączyły się, 25 lipca 2007 r., z 16 międzynarodowymi, krajowymi i regionalnymi rozgłośniami z 13 krajów UE, tworząc jedno paneuropejskie konsorcjum. Członkami konsorcjum są państwowe oraz prywatne rozgłosie radiowe. Celem tego zjednoczenia jest poprawienie podawania informacji z Europy i o Europie, a także zdawanie relacji o wspólnym życiu w Europie i poprzez to stworzenie tak zwanej Europejskiej Publiczności<sup>1</sup>.

Europejskie Konsorcjum Mediów Euranet zostało oficjalnie przedstawione w lutym 2008 w Brukseli przez Margot Wallström – wiceprzewodniczącą Komisji Europejskiej. Margot Wallström jest komisarzem odpowiedzialnym za stosunki instytucjonalne i strategię komunikacji społecznej. Na wyżej wspomnianym spotkaniu potwierdziła ona, iż Komisja Europejska wesprze finansowo Euranet w ciągu

---

<sup>1</sup> Petra Kohnen: materiały robocze Euranetu, nadesłane autorowi we wrześniu 2008.

następnych 5 lat sumą 5,8 milionów euro. Mimo wsparcia finansowego Komisja Europejska gwarantuje rozgłośniom uczestniczącym w Euranecie całkowitą niezależność redakcyjną.

Członkami Euranetu są następujące rozgłośnie: RTBF (Belgia), Bulgarian National Radio i RFI Sofia (Bułgaria), Radio France Internationale (Francja), Skai Radio (Grecja), Punto Radio Castilla y León (Hiszpania), Radio Netherlands Wereldomroep (Holandia), Deutsche Welle (Niemcy), Polskie Radio S.A. i Polskie Radio Szczecin S.A. (Polska), Europa Lisboa (Portugalia), Czech Radio Praha (Republika Czeska), Radio International RFI Romania (Rumunia), Radio Slovenia International (Słowenia), Hungarian Radio (Węgry).

Konsorcjum Euranetu kierowane jest przez cały okres swojego istnienia przez dwóch przewodniczących (CEO), którzy wspierają i współplanują strategię i dalszy rozwój Euranetu. Odpowiedzialność finansową w stosunku do EU ponosi Erlends Calabuig z RFI, odpowiedzialność redakcyjną za Euranet sprawuje Petra Kohnen z DW<sup>2</sup>. W skład konsorcjum wchodzi oprócz wyżej wymienionych: Board of Members, Management Committee, Editorial Committee.

Do Board of Members należą menadżerowie lub dyrektorzy rozgłośni biorących udział w Euranecie. Management Committee składa się oprócz zarządzających Euranetem (CEO) z menadżerów z Hiszpanii, Polski i Holandii, którzy wybierani są na rok. To oni są odpowiedzialni za strategię reklamowe, wystąpienia w Internecie, emisje i frekwencje. Do Editorial Committee należą redaktorzy odpowiedzialni za poszczególne emitowane języki.

W skład konsorcjum wchodzi następujące rozgłośnie odpowiadający za poszczególne języki: Deutsche Welle (niemiecki, francuski, angielski, hiszpański, polski, grecki), Radio France Internationale (francuski, niemiecki, angielski, polski, hiszpański), Radio Netherlands Wereldomroep (angielski, hiszpański), Punto Radio Castilla y León (hiszpański), Polskie Radio S.A. (polski), Polskie Radio Szczecin S.A. (polski), RTBF (francuski), Bulgarian National Radio (bułgarski, niemiecki, francuski, angielski, hiszpański), RFI Sofia (bułgarski), Czech Radio Praha (czeski, niemiecki, angielski, francuski, hiszpański), Skai Radio (grecki), Hungarian Radio (węgierski), Radio Romania International (rumuński, niemiecki, angielski, francuski, hiszpański), RFI Romania (rumuński), Radio Slovenia International (niemiecki, angielski), Europa Lisboa (portugalski).

Do roku 2013 do wspólnego projektu dołączą dalsze rozgłośnie z 27 krajów UE. Mogą one zostać przyjęte, jeśli konsorcjum uzna, że spełniają wszystkie postawione im warunki.

Euranet informuje o wydarzeniach kulturalnych, społecznych, ekonomicznych i politycznych w Europie z perspektywy ogólnoeuropejskiej. Dzienny czas emisji

<sup>2</sup> Dane pochodzą z materiałów dostarczonych przez Justynę Brońską z Deutsche Welle i Euranet. Wrzesień i październik 2008.

o Europejczykach i dla Europejczyków wynosi od 30 do 60 minut. Programy Euranetu emitowane są w głównych godzinach słuchania i wielokrotnie przetwarzane i emitowane przez inne rozgłośnie. Mamy do czynienia z różnymi rodzajami programów:

1. Wiadomości: codziennie ważne informacje o bieżących wydarzeniach w Europie.
2. Aktualne wydarzenia: Codziennie ważne informacje z polityki, ekonomii i społeczeństwa.
3. Magazyny: codziennie szczegółowe audycje i reportaże poświęcone Unii Europejskiej i jej mieszkańcom oraz najważniejszym wydarzeniom politycznym, społecznym, kulturalnym i gospodarczym we wspólnocie z paneuropejskiego punktu widzenia.
4. *Dossiers*: wielokrotnie w roku audycje dotyczące różnych tematów, od emigracji poprzez energię, klimat do *lifestyle*.
5. *Live*: od trzech do czterech razy w roku emisje na żywo o szczególnie ważnych wydarzeniach w Europie.

Uczestniczące w programie rozgłośnie dostarczają (zależnie od języka) pojedynczych elementów audycji dla poszczególnych programów, na przykład sprawozdań, reportaży, wywiadów itd., które potem we wspólnych programach są łączone i przez poszczególne rozgłośnie emitowane.

Euranet produkuje około 110 tysięcy minut programów rocznie. Wszystkie elementy programowe emitowane są na istniejących frekwencjach uczestniczących w projekcie rozgłośni.

W pierwszym roku nadawania Euranet emituje audycje w języku niemieckim, angielskim, francuskim, polskim i hiszpańskim. Audycje Euranetu po bułgarsku, grecku, portugalsku, rumuńsku i węgiersku występują głównie w magazynach i *dossier*. Docelowo do roku 2012 programy te mają być emitowane we wszystkich 23 oficjalnych językach UE. Rozgłośnie uczestniczące w programie liczą dziennie od 12 do 19 milionów słuchaczy. Do tego dochodzą jeszcze słuchacze spoza Europy – ok. 30 milionów.

Od lipca 2008 istnieje wspólna strona internetowa Euranet Radio Community: [www.euranet.eu](http://www.euranet.eu). Odbiorcom oferowane są przykładowo: *Dziś w Europie*, *Artykuły*, *O nas*, *Zostaw wiadomość*, aktualne informacje o Europie oraz reportaże tematyczne, a także wspólnie przez rozgłośnie uznane *Top-Stories z Europy*. Będą one początkowo emitowane w pięciu językach kluczowych (francuski, polski, angielski, hiszpański i niemiecki). Do tych ofert dochodzą jeszcze oferty *Live-Streaming*, *Audio-On-Demand*, a także *Podcast*. Każdy program radiowy w ramach Euranetu może być odsłuchany na żywo lub na życzenie w każdym z tych pięciu języków.

Od końca września 2008 aktualna oferta internetowa Euranetu będzie dalej rozszerzona o audycje multimedialne. Pierwszoplanową rolę będzie odgrywać Radio Community.

Słuchacze i użytkownicy Euranetu mogą również dyskutować między sobą na różne tematy i wymieniać się swoimi spostrzeżeniami i uwagami. W ten sposób będzie wspierany wielojęzyczny dialog i wymiana poglądów na tematy europejskie<sup>3</sup>.

## Euranet University Circle

Aby wesprzeć rozwój działalności radia i Internetu, został powołany do życia tzw. University Circle. W ramach tego projektu studenci dziennikarstwa i języków obcych mają możliwość wykorzystywania materiałów naukowych. Oprócz tego studenci biorący udział w programie uniwersytetów przedstawiają swoje opinie o audycjach oraz dostarczają propozycji dla audycji Euranetu osobom realizującym programy.

W projekcie biorą udział następujące uniwersytety: Cambridge University, Roosevelt Academy University College Middelburg, IHECS w Brukseli, RWTH Aachen, Tampere Universität w Finlandii, Babes-Bolyai Uniwersytet w Rumunii, a także Uniwersytet Wrocławski w Polsce. Koordynatorem programu na UWr jest dr Grzegorz Adamczewski.

Jednym z celów inicjatywy University Circle jest przekazywanie wiedzy o Europie, a więc dostarczanie podstawowej wiedzy na temat Europy, wspólnej historii, dziedzictwa kulturowego, organizacji europejskich itp. University Circle realizuje cele UE w zakresie stworzenia najbardziej dynamicznej, bazującej na wiedzy przestrzeni gospodarczej. Edukacja w Europie wedle tego zamierzenia osiągnie najwyższy poziom i będzie uznawana za wzór dla całego świata pod względem jakości i dostosowania do potrzeb. Systemy edukacji w Europie będą na tyle kompatybilne, że umożliwią obywatelom swobodną mobilność i korzystanie z różnych ofert kształcenia. Kwalifikacje, wiedza i umiejętności zdobyte w każdym kraju UE będą uznawane we wszystkich krajach Unii i umożliwią podjęcie w nich pracy zawodowej i dalsze kształcenie. Wszyscy Europejczycy niezależnie od wieku będą mieli możliwość uczenia się przez całe życie. Europa dla wspólnych korzyści będzie otwarta na współpracę ze wszystkimi regionami i powinna stać się tym miejscem, które najchętniej wybierają studenci, nauczyciele akademicki i naukowcy z innych regionów świata.

Te ambitne, ale realistyczne, ogólnie sformułowane cele znalazły swoją konkretną interpretację w postaci trzech celów strategicznych i 13 celów o charakterze operacyjnym, które zostały przyjęte w Barcelonie w 2002 r. Zostały one opisane w kluczowym dla edukacji europejskiej dokumencie *Edukacja w Europie: różne systemy kształcenia i szkolenia – wspólne cele do roku 2010. Szczegółowy program pracy dotyczący realizacji celów w systemach edukacyjnych i szkoleniowych w Europie (Education and training in Europe: diverse systems, shared goals for 2010. The work programme on the future objectives of education and training systems)*:

---

<sup>3</sup> Ibidem.

Cel strategiczny 1:

Poprawa jakości i efektywności systemów edukacji w UE wobec nowych zadań społeczeństwa wiedzy oraz zmieniających się metod i treści nauczania i uczenia się.

Cel strategiczny 2:

Ułatwienie powszechnego dostępu do systemów edukacji zgodnie z nadrzędną zasadą kształcenia ustawicznego, działanie na rzecz zwiększenia szans zdobycia i utrzymania zatrudnienia oraz rozwoju zawodowego, jak również aktywności obywatelskiej, równości szans i spójności społecznej.

Cel strategiczny 3:

Otwarcie systemów edukacji na szersze środowisko i świat w związku z koniecznością lepszego dostosowania edukacji do potrzeb pracy zawodowej i społeczeństwa oraz sprostania wyzwaniom wynikającym z globalizacji.

Tym samym polityka oświatowa została wyraźnie zdefiniowana jako część europejskiej polityki zatrudnienia. Postanowienia z Lizbony i Barcelony zwiększają rolę i rozszerzają kompetencje UE w polityce oświatowej. Nie oznacza to jednak łamania zasady subsydiarności, bardziej chodzi tu o metodę koordynowania działań prowadzonych na różnych płaszczyznach, o współdziałanie Unii, państw członkowskich, władz regionalnych, partnerów społecznych i całych społeczeństw<sup>4</sup>.

W ramach realizacji „procesu lizbońskiego” powstało określenie „europejski obszar wiedzy”, obejmujące „europejski obszar badań i innowacji” oraz „europejski obszar edukacji i szkoleń” (w jego skład wchodzi europejski obszar szkolnictwa wyższego i europejski obszar uczenia się przez całe życie). Współpraca paneuropejska w zakresie szkolnictwa wyższego odbywa się w ramach tzw. procesu bolońskiego.

Program „barceloński” zobowiązuje kraje członkowskie i kandydujące do podjęcia wysiłków, aby przy wsparciu Komisji Europejskiej podnieść poziom oświaty w krajach członkowskich. Do mierzenia poziomu jakości edukacji ustalono katalog ważnych celów i wskaźników (indykatorów). Mają one bezpośrednie przełożenie na rozwój i próby reformatorskie w oświacie krajów członkowskich, także i w Polsce.

Dokument *Edukacja w Europie: różne systemy kształcenia i szkolenia – wspólne cele do roku 2010* przedstawia krytyczną ocenę obecnej sytuacji w oświacie. Czytamy w nim między innymi:

Mimo znaczących zmian, jakie miały miejsce, systemy edukacji są nadal pod wieloma względami skoncentrowane głównie na instytucjonalnym funkcjonowaniu placówek edukacyjnych. Większą uwagę zwraca się na nauczanie niż uczenie się, bardziej koncentruje się na programach nauczania niż na uczniach i nadal wyżej ceni się abstrakcyjną wiedzę akademicką niż dostosowanie programów kształcenia do potrzeb odbiorców. W związku z tym należy rozszerzyć współpracę z wieloma różnymi instytucjami i organizacjami z sektora biznesu, placówkami badawczymi, partnerami społecznymi oraz szeroko rozumianym społeczeństwem. Wymaga tego również przekształcenie placówek edukacyjnych w uczące się organizacje<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Ibidem.

<sup>5</sup> Ibidem oraz: [www.euranet-community.eu/](http://www.euranet-community.eu/).



A zatem cytowany dokument stanowi drogowskaz dla wszystkich systemów edukacyjnych. „Zbieżność edukacyjna” staje się jednym z podstawowych terminów oświatowych we współczesnej Europie. Nie chodzi o to, aby np. polski system edukacyjny był taki sam jak w innych krajach UE, chodzi o to, aby był on zbieżny na poziomie celów strategicznych, jakie zamierzamy osiągnąć. Ten „wspólny język” stosowany jednocześnie we wszystkich systemach oświatowych państw członkowskich UE będzie zwiększał szanse absolwentów polskich szkół i uczelni na jednolitym europejskim rynku pracy i upodabniającym się europejskim rynku edukacji.

Wskazując cele edukacyjne i określając wskaźniki, Unia Europejska stworzyła ramy, w które powinny się wpisać systemy edukacji krajów członkowskich, poszczególne szkoły, z którymi powinien się zmierzyć każdy nauczyciel. Trudno sobie dzisiaj wyobrazić instytucję edukacyjną w jakimkolwiek państwie członkowskim, która chcąc zasłużyć na europejski znak jakości lub po prostu na dobrą opinię swoich absolwentów, nie uwzględni tych dokumentów przy budowaniu programu szkoły, szkolnego systemu nauczania, tworzenia warunków do nauki języków obcych czy ewaluacji pracy placówki oświatowej. Jednym ze środków prowadzących do tego celu jest między innymi powołanie do życia Europejskiej Unii Radiowej i University Circle.

Celem projektu jest ponadto: „poznanie założeń, celów i historii Unii Europejskiej na tle procesów integracyjnych współczesnego świata”, „umiejętność postrzegania integracji europejskiej w kontekście przemian geopolitycznych współczesnego świata oraz szans rozwojowych Polski” i „umiejętność określania wzajemnej zależności między podstawami tożsamości i suwerenności polskiej oraz podstawami wspólnotowymi Unii Europejskiej”. Celem edukacyjnym jest również „rozumienie kontekstu europejskiego aktualnych wydarzeń społecznych, kulturalnych, gospodarczych i politycznych w Polsce i Europie” oraz „przygotowanie do aktywnego uczestnictwa w życiu publicznym Polski i Unii Europejskiej w okresach przedakcesyjnym i pełnego członkostwa”. Podstawa programowa zakłada, że do zadań szkół ponadgimnazjalnych należy: „budzenie zainteresowania sprawami dotyczącymi integracji europejskiej, działaniami rządów w tym zakresie oraz skutkami integracji dla każdego mieszkańca Unii”, „ułatwienie rozumienia głównych zasad funkcjonowania struktur Europejskich”. Studenci mogą korzystać z bogatej oferty dotyczącej treści nauczania, która uwzględnia następujące zagadnienia: „Proces integracji europejskiej w perspektywie historycznej”, „Droga państw europejskich do Unii Europejskiej”, „Stosunek społeczeństw krajów członkowskich do rozszerzenia Wspólnot Europejskich”, „Ewolucja prawa Unii Europejskiej”, „Ewolucja instytucji Unii Europejskiej”, „Procedury podejmowania decyzji”, „Gospodarka Unii Europejskiej”, „Jednolity europejski rynek pracy i jego dostępność dla obywateli”, „Droga krajów członkowskich do Unii Gospodarczej i Walutowej”. Do treści przekazywanych za pośrednictwem Euranetu na falach eteru i za pośrednictwem University Circle na salach wykładowych i w uniwersyteckich rozgłośniach radiowych należą również: „Bezpieczeństwo

europejskie w wymiarze międzynarodowym i wewnętrznym”, „Prawa i obowiązki obywatelskie, obywatelstwo europejskie, obywatelski wymiar procesu integracji europejskiej”, „Europa wartości. Duchowy wymiar Europy – edukacja, kultura”, „Rola i zasady działania samorządów terytorialnych w Unii Europejskiej”, „Miejsce organizacji europejskich, w tym Rady Europy”. Dzięki edukacji europejskiej obecnej w UC i Euranecie każdy może lepiej poznać historię, cele i zasady działania głównych instytucji oraz podstawy prawa UE. Można również dowiedzieć się, jakie są prawa i obowiązki obywateli, mechanizmy współpracy i komunikowania się oraz źródła informacji na temat UE. Dzięki temu można już samodzielnie gromadzić, analizować i interpretować informacje na określony temat dotyczący UE.

Dodatkowo, oprócz uczestniczących rozgłośni, Programy Euranetu są przejmowane przez liczne rozgłosnie studenckie (Campus Radio). Lokalne stacje partnerskie posiadają status członka stowarzyszonego w konsorcjum. Do rozgłośni partnerskich należą (wraz z odpowiedzialnością językową):

CUR 1350 Cambridge University (angielski, francuski, niemiecki), Hochschulradio Aachen, Universität Aachen (angielski, francuski, niemiecki), TIDE Radio Hamburg Media School (angielski, francuski, niemiecki), Campus Radio Bonn Universität Bonn (angielski, francuski, niemiecki), Radio Campus Paris Paris Universities (angielski, francuski, niemiecki), Student European Radio Nantes (angielski, francuski, niemiecki), Finlandia Radio Moreeni Tampere University (angielski, francuski, niemiecki), Uniradio Uniwersytet Wrocławski Wrocław (polski, angielski, czeski).

Już niedługo do wspomnianych szesnastu rozgłośni radiowych dołączą inne, by wszystkie kraje członkowskie Unii Europejskiej miały swoich przedstawicieli w Europejskiej Unii Radiowej oraz w Europejskim Kręgu Uniwersyteckim, tak by projekt zapoczątkowany przez europejskie rozgłosnie radiowe nie tylko zataczał coraz szersze kręgi w środowisku dziennikarskim, ale także wniknął głęboko w struktury wyższych uczelni Europy, stając się ważnym ogniwem w unijnym systemie edukacji akademickiej, przyczyniając się do lepszego wzajemnego poznania europejskiej rodziny narodów.



Zdecydowana większość artykułów w przedstawionym tomie dotyczy zjawiska medializacji. Punkt widzenia większości autorów jest raczej empiryczny niż teoretyczny. Medializacja dotyczy przeróżnych dziedzin społecznej komunikacji, zaś jej zawrotna kariera związana jest niewątpliwie z dynamiką rozwoju funkcyjnego systemu mediów. W konsekwencji inne społeczne systemy funkcyjne jakoś temu wzrostowi usiłują sprostać, a medializacja jest ceną, jaką za to płacą. Na przykład społeczne zainteresowanie rozmaitymi epidemiami, które przecież nie są charakterystyczne wyłącznie dla naszych czasów, nie da się wytłumaczyć jakimiś osobliwymi postęпами nauk przyrodniczych, w tym szczególnie medycznych. Natomiast świetnie się one tłumaczą zainteresowaniem medialnym. Nie inaczej jest ze sportem, edukacją oraz – rzecz jasna – polityką. Ta ostatnia w społecznej świadomości istnieje wyłącznie dzięki medializacji, choć nadal – o czym wiemy mniej – pozostaje w sferze negocjacyjnej, więc społecznie mniej efektywnej. Co ciekawe, zjawisko to dotyczy w największym stopniu samych mediów.

Jeśli Czytelnicy tej książki choć w części podzielą wyrażone w niej przekonania, będziemy usatysfakcjonowani. Jeśli nie – nasza satysfakcja będzie jeszcze większa. Nie ma bowiem w nauce niczego gorszego niż kadzidła powszechnej zgody.

*Redaktorzy tomu*

ISBN 978-83-7432-651-3



9 788374 326513