

11. MEDIA W SŁUŻBIE DEMOKRACJI*

➤ Jakie znaczenie dla życia politycznego mają wolne media? Jak myślicie, dlaczego prasę nazywa się często „czwartą władzą”?

NAJWAŻNIEJSZA OPINIA

Sprawowanie rządów w demokracji konstytucyjnej musi opierać się na przyzwoleniu obywateli. Dla rządzących niezwykle ważne jest więc to, co myślą obywatele, jakie jest zdanie opinii publicznej. **Opinia**

publiczna to wyrażane jawnie (a więc obecne nie tylko w ludzkich głowach, lecz jakoś artykułowane) poglądy obywateli na temat istotnych problemów politycznych i społecznych. Nie jest to więc opinia w każdej sprawie – to, że większość ludzi woli, dajmy na to, kolor czerwony od zielonego, nie jest opinią publiczną (ale mogłoby się nią stać, gdyby przekształciło się w pogląd, że państwo powinno zakazać produkcji zielonych samochodów). Najczęściej za głos opinii publicznej uznajemy stanowisko zajmowane przez większość obywateli. Jeśli zaś żaden pogląd w danej sprawie nie zdobywa realnej większości, mówimy, że **opinia publiczna jest podzielona**.

Na powstawanie opinii publicznej wpływ mają różnego rodzaju **elity** – polityczne, gospodarcze, społeczne, intelektualne, a przede wszystkim media. Środki masowego przekazu kreują opinię publiczną już choćby z tego powodu, że to od nich zależy, które spośród idei intelektualnych, pomysłów politycznych czy gospodarczych będą upowszechniane na masową skalę. W kształtowaniu opinii publicznej wielką rolę odgrywają także **przywódcy opinii**. W świecie idealnym byłoby to ludzie zainteresowani sprawami publicznymi, uważani w swoim środowisku (rodzinnym, przyjacielskim, pracowniczym) za autorytety w kwestiach politycznych. Liderem opinii nie musi być jednak zawsze ktoś, kto formułuje najmądrzejsze opinie, ale ktoś, kto robi to w sposób przyciągający uwagę, a dzięki mediom tradycyjnym lub społecznościowym dociera do dużej liczby odbiorców.

W jaki sposób dowiadujemy się, jaka jest opinia publiczna w danej sprawie? Najczęściej opieramy się na tych sądach, które są wyrażane w mediach – wciąż słyszymy przecież, że „opinia publiczna jest zbulwersowana”, „opinia publiczna domaga się wyjaśnień”. Tą drogą możemy się istotnie dowiedzieć, jakie tematy debaty publicznej uznawane są w tym momencie za ważne albo jakie w danej sprawie ujawniły się stanowiska. Niedobrze by jednak było, gdybyśmy opinie wyrażone w mediach i przez media utożsamiali ze zdaniem opinii publicznej. Więcej dowiemy się z pewnością za pomocą **sondaży**, choć i w tym przypadku istnieje wiele czynników wpływających na ich **wiarygodność**. Musimy też pamiętać, że sondaż ukazuje najczęściej stan świadomości obywateli w jednym, konkretnym momencie. Na opinię publiczną ma wpływ tak wiele różnych okoliczności i zdarzeń, że już w chwili publikacji wyników sondażu może on niezbyt dobrze odzwierciedlać poglądy obywateli.



* W lekcji wykorzystano teksty opracowane przez Łukasza Pawłowskiego.



Czy opinię publiczną można dowolnie kształtować? Jak media wpływają na to, co myślimy? W jakich sprawach jesteśmy bardziej podatni na zewnętrzne wpływy, a w jakich raczej zachowujemy własne poglądy?

SONDAŻ SONDAŻOWI NIERÓWNY

Media nieustannie bombardują nas wynikami różnego rodzaju sondaży. Jak pośród nich rozpoznać te poważne oraz te, które są jedynie medialną zabawą? Pierwszym czynnikiem, który powinniśmy wziąć pod uwagę, oceniając wiarygodność sondażu, jest sposób doboru badanej **próby**, czyli grupy osób, którym ankieterzy zadają pytania. To właśnie odpowiedzi tych respondentów posłużą przecież do wyciągnięcia wniosków na temat opinii całej populacji. Z tego punktu widzenia najmniej wiarygodne są sondaże, w przypadku których przeprowadzający badanie nie mają żadnej kontroli nad tym, kogo badają, takie jak sondy uliczne i telefoniczne czy ankiety prasowe.

Wyspecjalizowane firmy zajmujące się badaniem opinii publicznej muszą więc dbać o to, by próbka miała charakter nie tylko **losowy**, ale i **reprezentatywny**. W danej kwestii odmienne poglądy mogą mieć przecież ludzie dysponujący różnym wykształceniem czy doświadczeniem życiowym (młodzi – starsi), mieszkający w różnych miejscach (duże miasto – małe miasto – wieś), wykonujący różne zawody. Chcąc poznać poglądy ogółu obywateli, trzeba więc postarać się odtworzyć wśród respondentów istniejącą strukturę społeczną czy zawodową. Jeśli próba losowa jest dostatecznie liczna, to jest reprezentatywna, to znaczy że uwzględnia owo zróżnicowanie społeczne i zmniejsza ryzyko popełnienia poważnego **błędu pomiaru**. Dane o wielkości próby i możliwym błędzie pomiaru wyrażonym procentowo publikuje się wraz z wynikami sondażu, jako że mają zasadnicze znaczenie dla jego oceny. Przyjmuje się, że dobre badania opinii publicznej, podobnie jak badania naukowe, powinny być przeprowadzone na reprezentatywnej próbie losowej liczącej z reguły w Polsce tysiąc lub więcej osób.

Nie jest też rzeczą prostą sporządzenie dobrych **pytań sondażowych** – najpierw trzeba jasno określić, jakiego rodzaju informacje chcemy w danym badaniu uzyskać. Inne wyniki osiągniemy przecież, gdy zapytamy np. o to, jaką partię respondenci darzą zaufaniem, a inne pytając, na jakie ugrupowanie zamierzają głosować. Respondenci udzielą też najpewniej odmiennych odpowiedzi, jeśli zamiast zapytać: „czy woli pan/pani telewizję czy radio?“, zapytamy „dlaczego woli pan/pani radio?“. Badający musi też wziąć pod uwagę pewne prawidłowości psychologiczne – respondenci chętniej odpowiadają „tak” niż „nie”, często też mają skłonność do udzielania odpowiedzi, które w ich mniemaniu aprobeje ankieter. Mogą również ukrywać swoje prawdziwe zapatrywania czy preferencje, uznając, że dane opinie czy zamierzenia zostaną uznane za niewłaściwe, głupie lub śmieszne.

SKĄD SIĘ BIORĄ RÓŻNICE W SONDAŻACH?

- tzw. błąd statystyczny – wyniki badania opinii społecznej nie mogą być dokładne, błąd wynosi zwykle ok. 3 pkt. proc. (w dół lub w górę);
- data wykonania badania – poparcie może się zmienić niemal z dnia na dzień;
- metoda – tzw. wywiady bezpośrednie, czyli rozmowy z ankietowanymi, prowadzą często do przeszacowania poparcia dla rządzących, lepiej sprawdzają tu się wywiady telefoniczne;
- odmowy udziału – mogą zniekształcić próbę badawczą i wykrzywić wynik sondażu.

Choć sondaże przeprowadza się po to, by badać opinię publiczną, często one same dopiero ją krystalizują lub nawet zmieniają. Wyobraźmy sobie, że do człowieka, który nie zastanawiał się nigdy nad pracą Trybunału Konstytucyjnego, przychodzi ankieter, prosząc o ocenę działań tej instytucji. Wiele osób niechętnie przyznaje się do niewiedzy, zamiast więc wybrać odpowiedź „nie wiem”, ów człowiek może szybko rozważyć to, co wie o Trybunale, i powiedzieć: „uważam, że pracuje znakomicie”. W ten oto sposób sondaż przyczynił się do wykreowania czyjejś opinii. Zapoznanie się z wynikami sondażu może z kolei wpłynąć na zmianę naszych poglądów, np. niektóre osoby modyfikują swoje opinie, tak aby dostosować się do zdania większości. Ma to szczególne znaczenie w przypadku **sondaży przedwyborczych**: ogłoszenie, iż jakaś partia ma niskie poparcie, prowadzi nierzadko do dalszej erozji jej elektoratu, jako że wyborcy nie chcą, by ich głos się „zmarnował”. Dlatego właśnie w wielu krajach, także w Polsce, obowiązuje zakaz publikowania wyników sondaży tuż przed dniem wyborów. Problem w tym, że w dobie powszechnego dostępu do internetu nawet w czasie **ciszy wyborczej** z łatwością dotrzemy do wielu sondaży sporządzonych przed jej ogłoszeniem. Poza tym nawet w dniu wyborów w sieci – jeszcze przed zakończeniem ciszy wyborczej – można znaleźć wyniki sondaży *exit poll*, czyli przeprowadzanych na osobach wychodzących z lokali wyborczych. W związku z tym pojawiają się głosy, że w tych nowych warunkach utrzymywanie ciszy wyborczej nie ma już sensu.

Z Ż Y C I A W Z I Ę T E

Oto kilka tytułów tekstów opublikowanych w serwisach internetowych, omawiających wyniki sondażu poparcia dla partii politycznych na początku lutego 2019 roku:

• **PiS na prowadzeniu, Koalicja Obywatelska z największym spadkiem, Wiosna Biedronia na podium**

więcej: <https://dorzeczy.pl/sondaz/92543/PiS-na-prowadzeniu-Koalicja-Obywatelska-z-najwiekszym-spadkiem-Wiosna-Biedronia-na-podium.html>

• **PiS już poniżej 30%, ale nadal z wielką przewagą. Dzięki osłabieniu PO przez Wiosnę**

więcej: <https://natemat.pl/263137,sondaz-partyjny-luty-2019-pis-z-ogromna-strata-na-rzecz-wiosny-druga-po>

• **Wiosna na podium, siedem partii w Sejmie. Sondaż dla „Faktów” TVN i TVN24**

więcej: <https://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/wiosna-biedronia-wysoko-w-sondazu-partyjnym-dla-faktow-tvn-i-tvn24,906848.html>

• **Pierwszy sondaż z partią Wiosna Roberta Biedronia. Mocne trzecie miejsce**

więcej: <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114884,24432550,pierwszy-sondaz-z-partia-wiosna-roberta-biedronia-mocne-trzecie.html>

• **Już zimą Wiosna ma 14% poparcia. Biedroń połknął jedną trzecią Koalicji Obywatelskiej**

więcej: <https://oko.press/juz-zima-wiosna-ma-14-proc-poparcia-biedron-polknal-jedna-trzecia-koalicji-obywatelskiej/>

• **Sondaż wyborczy: Robert Biedroń zamieszal na politycznej scenie. Zobacz najnowszy sondaż**

więcej: <https://www.wnp.pl/parlamentarny/sondaze/robert-biedron-zamieszal-na-politycznej-scenie-zobacz-najnowszy-sondaz,421.html>

• **Sondaż Kantar: Koalicja Obywatelska traci przez Biedronia, Korwin w Sejmie**

więcej: <https://www.rp.pl/Polityka/190209628-Sondaz-Kantar-Koalicja-Obywatelska-traci-przez-Biedronia-Korwin-w-Sejmie.html>



Sprawdź aktualne wyniki sondaży poparcia dla partii politycznych. Zastanów się, dlaczego różne media prezentują wyniki sondaży w odmienny sposób.

CZYM ZAJMUJE SIĘ „CZWARTA WŁADZA”?

Całym mnóstwem rzeczy – choćby dostarczaniem nam rozrywki (nie zawsze zresztą najwyższej jakości). Jednak media pełnią także bardzo istotne funkcje w życiu publicznym, dlatego nazywane są czwartą władzą. Przede wszystkim ich zadaniem jest **informowanie** o tym, co się dzieje. Rolą mediów jest także **analizowanie** wydarzeń, wyjaśnianie ich przyczyn i prognozowanie skutków – nie wystarczy powiedzieć, co się stało, ale trzeba także spróbować wytłumaczyć, dlaczego to się wydarzyło i co z tego może wyniknąć. Bardzo ważna jest też **funkcja kontrolna** mediów – dziennikarze patrzą na ręce polityków, ujawniając przypadki nadużywania przez nich władzy. Dzięki mediom ujawniono wiele nieprawidłowości, a czasem nawet przestępstw i wielkich afer. Media obserwują także działalność instytucji publicznych i często ją krytykują. W ten sposób wywierają poważny wpływ na podejmowane przez polityków decyzje – krytyka mediów może doprowadzić nawet do zmiany polityki rządu, do wycofania się z jakiegoś pomysłu albo do zajęcia się ignorowanym dotąd problemem.

Gwarancją wypełniania przez media tych funkcji jest ich **niezależność od władzy**. Nie mogą być zmuszone do wypełniania poleceń rządzących, nie powinno też być ograniczane ich prawo do przekazywania informacji. Dlatego w demokratycznych państwach prawnych istnieje zakaz cenzury prewencyjnej, a więc dokonywanej przed upowszechnieniem wypowiedzi (możliwa jest natomiast cenzura represyjna – sąd może nakazać wstrzymanie dalszego rozpowszechniania wypowiedzi z powodu naruszenia obowiązujących norm prawnych). Dziennikarze mają też prawo do **tajemnicy dziennikarskiej**, czyli do nieujawniania źródeł uzyskanych informacji (z wyjątkiem spraw najcięższych przestępstw, takich jak morderstwo czy zdrada stanu). Marzeniem wszystkich redakcji jest ponadto **niezależność ekonomiczna**. W dobie rosnącej konkurencji na rynku mediów i spadającego czytelnictwa prasy jest o nią coraz trudniej, więc aby uzyskać odpowiedni zysk ze sprzedaży np. tytułu prasowego, należy dbać o odpowiedni poziom dotarcia do odbiorców – jest to możliwe dzięki profesjonalizacji i specjalizacji pracy dziennikarskiej. Problemy finansowe zwiększają co prawda zależność mediów od reklamodawców, którymi są nie tylko prywatne firmy, ale też spółki Skarbu Państwa kontrolowane przez rząd. Prywatni właściciele mediów (gazet, telewizji, serwisów społecznościowych) również mogą chcieć je wykorzystywać do celów prywatnych.

Czy przekaz dziennikarski jest pełny i całkowicie obiektywny? To byłaby rzecz niezwykle trudna. Dziennikarze każdego dnia muszą dokonywać wyboru spośród tysięcy zdarzeń, jako że żadna gazeta czy stacja telewizyjna nie jest w stanie przekazać wszystkich informacji. Kierują się własną oceną wagi poszczególnych zdarzeń czy wiadomości. **Selektywność doboru informacji** jest koniecznością, niesie ze sobą jednak pewne zagrożenie, ponieważ



▲ Media są wszędzie. Informują, komentują, kontrolują, edukują, współtworzą kulturę (nie tylko masową), a wreszcie – bawią. Czasem niestety upraszczają i dezinformują...

dziennikarze mogą – świadomie bądź nieświadomie – tworzyć niepełny bądź wręcz nieprawdziwy obraz rzeczywistości. Oczywiście na wolnym rynku gazeta (rozgłośnia radiowa czy stacja telewizyjna) musi dbać o to, by na jej łamach znalazły się ważne informacje – gdy jakąś istotną wiadomość pominie, może w oczach wielu czytelników utracić **wiarygodność**.

Moje ostatnie
selfie z żubrem bije
rekordy w sieci!



Nie zapominajmy też, że dziennikarze, wydawcy i właściciele gazet czy stacji telewizyjnych mają swoje poglądy, opowiadają się po którejś stronie publicznych sporów, popierają jednych polityków, innych zaś zwalczają. Media więc muszą być z natury rzeczy selektywne, a często bywają także **stronnicze**. Z punktu widzenia odbiorców bardzo istotny jest więc **pluralizm mediów** – to, że nie mówią one jednym głosem, lecz spierają się ze sobą. Przed wyrobieniem sobie zdania w jakiejś sprawie możemy więc zapoznać się z argumentami wszystkich stron, przekonać się, jak relacjonują i komentują dane wydarzenie różne gazety czy stacje telewizyjne.

W Polsce na straży ładu medialnego stoi **Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji**, której członków wybierają Sejm (2), Senat (1) i prezydent (2). Jej działalność jest jednak często krytykowana – wielu polityków i komentatorów uważa, że upolityczniona Rada jest właściwie niepotrzebna i stanowi raczej zagrożenie niż tarczę chroniącą niezależność mediów. Środowisko dziennikarskie powołało także **Radę Etyki Mediów**, która broni wolności słowa i mediów, a także zajmuje stanowisko w sprawie kontrowersyjnych programów i nieetycznych działań dziennikarzy.

Żadne z tych regulacji nie dotyczą jednak nowego rodzaju mediów, czyli **mediów społecznościowych**, w których każdy z nas jest zarówno odbiorcą treści, jak i ich twórcą. Z jednej strony wydawało się, że ten nowy rodzaj mediów będzie sprzyjał poprawianiu jakości mediów tradycyjnych, bo odbiorcy będą mogli natychmiast zwracać uwagę na błędy,

NIE TYLKO FAKE NEWSY

10 rodzajów informacji wprowadzających w błąd

Propaganda



Treści stronnicze



Clickbait



Teoria spiskowa



Treści sponsorowane



Pseudonauka



Satyra i mistyfikacja



Wprowadzanie w błąd



Błąd



Fałsz



▲ Skuteczne filtrowanie informacji medialnych wymaga czasu i umiejętności. Oto dziesięć rodzajów informacji potencjalnie wprowadzających w błąd, które warto poznać, by móc je później rozpoznać. Więcej informacji znajdziecie na stronie programu „Mind Over Media Polska. Szkoła krytycznego myślenia”: <https://media.ceo.org.pl/aktualnosci/nie-tylko-fake-newsy>

pominięte fakty lub nieuczciwe komentarze. Niestety rzeczywistość okazała się bardziej złożona, a media społecznościowe sprzyjają też rozprzestrzenianiu się fałszywych informacji.

W tym miejscu pojawia się problem **odpowiedzialności** – jeśli ktoś w mediach wprowadza ludzi w błąd, pisząc np. że dany polityk był zamieszany w przestępstwo lub ma na koncie skandal obyczajowy, to w jaki sposób fałszywie oskarżony człowiek może domagać się sprawiedliwości? W dawnych czasach pozwaby po prostu wydawcę gazety czy producenta programu telewizyjnego, domagał się przeprosin i sprostowania. Ale jeśli fałszywa informacja pojawia się np. na Facebooku czy Twitterze, kto jest odpowiedzialny: czy ten, kto tę informację zamieścił (np. z anonimowego konta), czy też ten, kto pozwolił na jej opublikowanie? Właściciele mediów społecznościowych tłumaczą, że są one jedynie platformą wymiany komunikatów, narzędziem, a w związku z tym nie mogą odpowiadać za każdy wpis każdego użytkownika. Tłumaczą, że to tak, jakby producent młotki odpowiadał za to, że ktoś młotkiem jego firmy wybił komuś szybę.

To jednak nie do końca dobre tłumaczenie. Media społecznościowe zarabiają bowiem nie tylko na zwykłych reklamach zamieszczanych w ich serwisach, ale także na opłatach za promowanie określonych wpisów. A zatem jeśli chcemy kogoś wprowadzić w błąd, możemy napisać fałszywą informację, a następnie wypromować ją za pieniądze. Czy wówczas właściciel medium również powinien być zwolniony z odpowiedzialności? Dyskusje na ten temat trwają, a dynamiczny rozwój mediów społecznościowych i ich globalny zasięg sprawiają, że prawo ma coraz większe trudności z regulacją tego obszaru rzeczywistości.

MŁODZI LUDZIE A MEDIA

Z badań prowadzonych przez biuro Rzecznika Praw Obywatelskich w 2017 roku widać, że młodzi ludzie raczej nie korzystają z tradycyjnych środków masowego przekazu i nie mają do nich zaufania. Krytycznie oceniają dziennikarzy, a niektórzy twierdzą nawet, że w Polsce nie ma wolnych mediów.

Nastolatki swoje poglądy budują na niesprawdzonych i niepowiązanych ze sobą strzępach informacji lub zapożyczają od dorosłych i rówieśników. Często sięgają do internetu, ale nie sprawdzają wiarygodności źródeł, przekazów czy dziennikarzy. Popularnością wśród młodzieży cieszą się też youtuberzy i vlogerzy, którzy nadają zwykle skrajnie subiektywne treści, nasycone negatywnymi emocjami, prześmiewcze, a czasem nawet wulgarne.

JAK RADZIĆ SOBIE Z FAKE NEWSAMI?

Międzynarodowa Federacja Stowarzyszeń i Instytucji Bibliotekarskich (IFLA) opublikowała zestaw zasad, które mają pomóc w rozpoznawaniu fake newsów. Zaleca:

- rozważ, jakie cele i intencje ma twórca informacji;
- zapoznaj się z treścią wiadomości (próbując ją zrozumieć całościowo), a nie tylko z samym jej nagłówkiem czy leadem*;
- sprawdź, czy autorzy informacji są wiarygodni;
- upewnij się, że źródła przywoływane w informacji są rzetelnie cytowane;
- sprawdź datę publikacji, aby zobaczyć, czy informacja jest aktualna;
- upewnij się, czy informacja nie ma charakteru satyrycznego;
- rozważ, czy twoje własne uprzedzenia nie wpływają na odbiór informacji;
- zapytaj ekspertów i poszukaj niezależnych potwierdzeń informacji;
- i na koniec najważniejsze: zastanów się, zanim udostępnisz się taką informację dalej.

* Lead – pierwszy wyodrębniony akapit w artykule prasowym, zamieszczony bezpośrednio po tytule.



ŻYCIE PRYWATNE POLITYKÓW

Życie polityków pozostaje nieustannie w centrum uwagi mediów. Nie tylko informują one o ich wystąpieniach, decyzjach czy działaniach, ale próbują dowiedzieć się jak najwięcej o ich przeszłości, stanie majątku i sposobie, w jaki został uzyskany, a nawet o rodzinie, krewnych i przyjaciółach. Nie ustaje dyskusja na temat tego, jak głęboko wolno mediom ingerować w życie prywatne polityków. Niektórzy uważają, że decydując się na bycie osobą publiczną, polityk musi pogodzić się z tym, że wszystkie jego sekrety mogą zostać w każdej chwili wyciągnięte na światło dzienne. Nawet z pozoru nieznaczące fakty mogą przecież okazać się bardzo istotne dla oceny wiarygodności danego polityka, pomóc obywatelom stwierdzić, czy dana osoba zasługuje na zaufanie, czy będzie postępowała wiarygodnie i odpowiedzialnie.

Co więcej, politycy niekiedy sami pokazują w mediach swoje życie prywatne, bo uważają, że pomoże im to zyskać sympatię wyborców. Przeciwnicy takiego sposobu rozumowania sądzą z kolei, że także politycy mają prawo – choć z pewnością bardziej ograniczone niż inni ludzie – do ochrony swojej prywatności. Dziennikarze muszą być więc bardzo ostrożni w ujawnianiu różnych faktów dotyczących osób publicznych – zanim napiszą o tym, że dany polityk przed laty poważnie chorował, albo że jego syn ma kłopoty z alkoholem, powinni wykazać, że ujawnienie tych faktów nie jest poszukiwaniem taniej sensacji, ale ma istotne znaczenie dla jakości życia publicznego. A jakie jest twoje zdanie na ten temat?

Wolność prasy to jeden z wielkich bastionów wolności.

George Mason (1725–1792), amerykański polityk i mąż stanu

DEBATY W III RZECZYPOSPOLITEJ

Demokracja to nie tylko większościowa procedura podejmowania decyzji. Ogromne znaczenie ma poprzedzające głosowanie **publiczna debata**, w której konfrontują się różne stanowiska i argumenty. Nawet polityczne rozstrzygnięcie kwestii przez rząd czy parlament nie musi oznaczać końca dyskusji – często toczy się ona dalej, bo przegrani nie tracą nadziei na to, że z czasem uda im się przekonać adwersarzy, zyskać większe poparcie i w końcu doprowadzić do zmiany podjętej uprzednio decyzji. Dyskusje w demokracji dotyczą bardzo różnych spraw: gospodarczych, politycznych, społecznych, moralnych. Niekiedy wprowadza się rozróżnienie na **spory ideowe i techniczne**. Spór o karę śmierci miałby należeć do pierwszej kategorii, spór o wysokość podatków do drugiej. W praktyce jednak taki podział nie zdaje egzaminu – dyskutując o tym, czy należy stosować karę śmierci, używamy także „technicznych” argumentów (np. analizując koszty ekonomiczne i społeczne różnych sposobów karania przestępców), natomiast w debacie na temat wysokości podatków odwołujemy się nierzadko do idei i wartości, takich jak wolność, równość czy sprawiedliwość.

Po 1989 roku najbardziej gorącymi tematami debat były: ocena przeszłości, jakość demokracji, wolny rynek a bezpieczeństwo socjalne, Kościół a demokracja, surowe prawo, miejsce Polski w świecie, toczono też różne spory cywilizacyjne – o granice wolności, wprowadzenie zakazu przerywania ciąży, prawa kobiet i inne. Wiele z tych dyskusji trwa nadal



◀ *Deбата publiczna to ważny element ustroju demokratycznego i sposób szukania porozumienia i przekonywania obywateli. Niestety w polskich mediach za rzadko pojawiają się eksperci i liderzy opinii, a zbyt często politycy, którzy nie rozmawiają ze sobą, tylko nawzajem się oskarżają i obrażają.*

i stanowi nieodłączny element życia politycznego*. Jednak źle się dzieje, gdy temperatura sporu uniemożliwia porozumienie i polaryzuje społeczeństwo. Tak się stało po katastrofie lotniczej pod Smoleńskiem, w której zginął także Tomasz Merta, autor pierwszego wydania tego podręcznika, wybitny ekspert edukacji obywatelskiej. Choć od tej katastrofy minęło już wiele lat, a Polacy zdążyli w tym czasie przeżyć kolejne dramatyczne wydarzenia, to powstałe wtedy podziały w społeczeństwie są nadal głębokie i trwałe, nawet przy domowym stole.



Spróbuj odszukać w mediach materiały na temat jednej z toczących się aktualnie debat publicznych. Wypisz argumenty, jakimi posługiwali się zwolennicy różnych stanowisk. Oceń, w jaki sposób różne media relacjonowały spór – czy starały się zachować bezstronność, czy też otwarcie opowiadały się po którejś stronie. Jak sądzisz, jaki wpływ w tym przypadku miały media na poglądy obywateli? Czy jedynie wyrażały ich opinie, czy też raczej próbowały je modyfikować?

KARTA ETYCZNA POLSKICH MEDIÓW

Karta Etyczna Mediów została podpisana 29 marca 1995 roku przez prezesów największych polskich mediów i organizacji dziennikarskich.

Sygnatariusze Karty deklarują, że w swojej pracy kierować się będą następującymi zasadami:

- prawdy – dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy dokładają wszelkich starań, aby przekazywane informacje były zgodne z prawdą, sumienne i bez zniekształceń relacjonują fakty w ich właściwym kontekście, a w razie rozpowszechnienia błędnej informacji niezwłocznie dokonują sprostowania;
- obiektywizmu – autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonuje różne punkty widzenia;
- oddzielenia informacji od komentarza – wypowiedź ma umożliwiać odbiorcy odróżnienie faktów od opinii i poglądów;
- uczciwości – działanie w zgodzie z własnym sumieniem i dobrem odbiorcy, nieuleganie wpływom, nieprzekupność, odmowę działania niezgodnego z przekonaniami;
- szacunku i tolerancji – poszanowania ludzkiej godności, praw, dóbr osobistych, a szczególnie prywatności i dobrego imienia;
- pierwszeństwa dobra odbiorcy – podstawowe prawa czytelników, widzów i słuchaczy są nadrzędne wobec redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców;

* Więcej o najważniejszych debatach w III Rzeczypospolitej na końcu podręcznika (s. 306–309).

- wolności i odpowiedzialności – wolność mediów nakłada na dziennikarzy, wydawców, producentów, nadawców odpowiedzialność za treść i formę przekazu oraz wynikające z nich konsekwencje.

S Ł O W N I C Z E K O B Y W A T E L S K I

OPINIA PUBLICZNA – wyrażane jawnie poglądy obywateli dotyczące istotnych problemów społecznych i politycznych. Najczęściej za głos opinii publicznej uznajemy stanowisko zajmowane przez większość obywateli. Jeśli znaczące grupy obywateli mają odmienne poglądy w tej samej sprawie, mówimy, że opinia publiczna jest podzielona. Opinia publiczna ma w państwie demokratycznym wyjątkowo duże znaczenie i politycy muszą przy podejmowaniu decyzji brać ją pod uwagę.

SONDAŻ – technika badania opinii publicznej, zakładająca zwrócenie się z pytaniem czy ankietą do grupy respondentów stanowiących próbkę reprezentatywną dla całej populacji.

CENZURA – urzędowa kontrola różnych rodzajów wypowiedzi (takich jak: książki, gazety, filmy, programy telewizyjne i radiowe, teksty piosenek) pod względem ich zgodności z ideologią głoszoną

przez rządzących lub powszechnie uznawanymi zasadami religii czy moralności. Jeśli do takiej kontroli dochodzi przed upowszechnieniem wypowiedzi, mówimy o cenzurze prewencyjnej; jeśli po jej opublikowaniu – o cenzurze represyjnej. Szczególnie ostra była cenzura prewencyjna w państwach totalitarnych – nie tylko nie dopuszczała ona do rozpowszechniania treści niezgodnych z obowiązującą ideologią, ale w dodatku zabraniała oznaczania miejsc, w których nastąpiła ingerencja cenzorska. We współczesnych państwach demokratycznych stosowanie cenzury prewencyjnej jest zabronione. Dozwolona jest natomiast cenzura represyjna – sąd może nakazać wstrzymanie dalszego rozpowszechniania wypowiedzi z powodu naruszenia obowiązujących norm prawnych czy obyczajowych (np. wypowiedzi antysemickiej bądź obrażającej uczucia religijne).

SPRAWDŹ SIĘ SAM/SAMA!

- ✓ Kto i w jaki sposób uczestniczy w kształtowaniu opinii publicznej?
- ✓ Dlaczego każde badanie opinii publicznej obarczone jest pewnym błędem pomiaru?
- ✓ Jakimi zasadami powinni kierować się w swej pracy dziennikarze i dziennikarki? Czy dotyczy to także osób publikujących teksty lub nagrania w mediach społecznościowych? Dlaczego?
- ✓ Jakie funkcje pełnią media? Zilustruj je przykładami.
- ✓ Dlaczego przekazy medialne warto odbierać w sposób krytyczny? Pokaż na przykładach, jak można sprawdzić ich wiarygodność.

P O P U L A R N E M E D I A W P O L S C E

Ogólnopolskie stacje radiowe: Polskie Radio - 5 stacji, Radio RMF FM, Radio TOK FM, Radio ESKA, Radio ZET, Radio Żółte Przeboje, Radio Kolor, Radio RMF Classic, Radio Pogoda, Radio WAWA, Radio Maryja.

Ogólnopolskie stacje telewizyjne: Telewizja Polska (TVP) - TVP 1, TVP 2, TVP 3, TV Polonia, TVP Info; TVN, TVN 24, TVN 24 BIS; Polsat, Polsat 2, Polsat News; TV 4; TV Puls; Telewizja Trwam.

Portale internetowe: Onet.pl, Wp.pl, Interia.pl, Tvn24.pl, Gazeta.pl, Wyborcza.pl.

Źródło: Opracowano na podstawie: <https://www.wirtualnemedi.pl/>, [dostęp: 30 grudnia 2018].