

## Wstęp

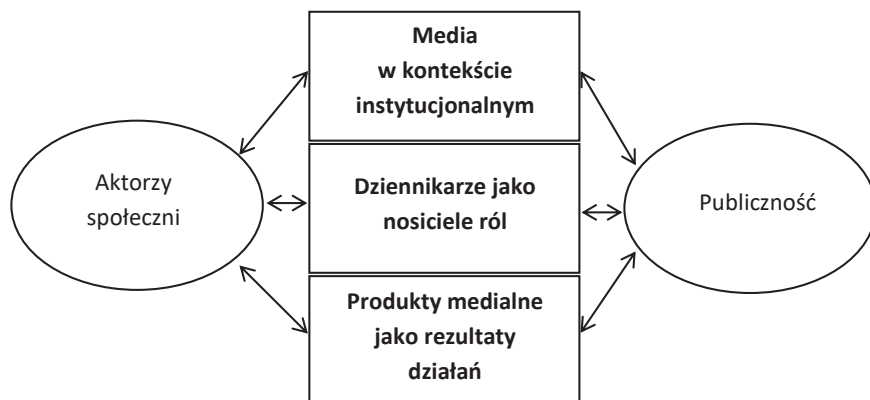
Komunikacja jest centralnym elementem strukturalnym systemu demokratycznego. Współcześnie dawną antyczną agorę zastąpiły media masowe, które stały się najważniejszym pośrednikiem między aktorami politycznymi a publicznością (obywatelami). **To, co wiemy o polityce, wiemy przede wszystkim z mediów, które nie tylko przekazują informacje, lecz także organizują dyskusję i debatę publiczną.** Same w sobie nie są czynnikiem biernym w tych procesach, lecz przyjmują rolę aktywną polegającą na wywieraniu wpływu na przebieg procesów i wydarzeń politycznych. W dłuższej perspektywie komunikowanie i media oddziałują na system polityczny, stopień partycypacji obywatelskiej oraz legitymizację władzy.

Komunikowanie polityczne jako praktyka społeczna cechuje się pewnym natężeniem przyciągającym uwagę publiczności, a jako nauka – kompleksowym i wielostronnym polem badawczym. W jego badanie zaangażowane są różne dyscypliny naukowe: oprócz nauk o mediach i komunikowaniu także politologia, socjologia, prawo, językoznawstwo itd. Znajdują tutaj zastosowanie różne teorie komunikowania masowego, np. teorie systemowe czy teorie działań społecznych, teorie działań jednostkowych, teorie organizacji (komunikowanie organizacyjne), makroteorie dotyczące całego społeczeństwa. W ostatnich dziesięcioleciach znacznie rozrosła się sama teoria komunikowania politycznego, czego wyrazem jest powstawanie dużej liczby różnego typu opracowań, w tym podręczników. W niniejszym skrypcie punkt ciężkości został położony – mówiąc ogólnie – na struktury, aktorów i procesy komunikowania politycznego, które jest w istocie formą komunikowania publicznego (schemat 1).

**Treści polityczne mediów są w istocie rezultatem procesów interakcyjnych w ramach struktur polityki, struktur mediów oraz struktur aktorów.** Celem skryptu (podręcznika) jest przeanalizowanie tychże struktur i procesów z perspektywy nauk o mediach i komunikowaniu oraz zintegrowanie teorii i podejść badawczych istniejących w naukach społecznych. Koncepcja ta znajduje odzwierciedlenie w strukturze pracy. Oprócz klasycznych, podstawowych dzieł

z zakresu komunikowania politycznego (polskich i zagranicznych) wykorzystano w niej wiele nowych polskich opracowań powstałych jako prace magisterskie, doktorskie i habilitacyjne. Osiągnięcia są tutaj spore, a prezentowane analizy szczegółowe są na ogół poprawne z metodologicznego punktu widzenia. Wykaz ważniejszych prac znajduje się w bibliografii.

Schemat 1. Model komunikowania publicznego i jego aspekty analityczne



Źródło: Opracowanie własne.

Samo komunikowanie polityczne należy widzieć i rozumieć jako element demokracji. Bez niego demokracja w ogóle by nie funkcjonowała lub funkcjonowałaby w sposób bardzo ograniczony. Obywatele nie wiedzieliby, co się dzieje w strukturach polityki i władzy zarówno na szczeblach centralnym, regionalnym, jak i lokalnym. Komunikowanie polityczne przebiega – jak powiedziano – w sferze publicznej. Sam termin powstał w XVIII wieku – w dobie oświecenia – jako wyraz żądania jawności, a ściślej: w celu przeforsowania wolności obywatelskich. **Sfera publiczna nie jest zjawiskiem wyłącznie empirycznym, podlegającym opisowi, lecz również postulatem czy stanem pożądanym.** Normatywny ładunek pojęcia wynika z jego centralnej pozycji w teorii demokracji. Sfera publiczna jest tym elementem, który przydaje decyzjom politycznym racjonalności i legitymizacji demokratycznej. Proces ten powinien obejmować wszystkich obywateli danej wspólnoty, a przynajmniej stosownie wyrażać ich interesy, sami obywatele zaś winni je artykułować w formie opinii i argumentów, wymieniać między sobą poglądy i osiągać konsensus w drodze dyskusji. Sfera publiczna powinna się cechować otwartością, dostępnością dla każdego, szansą wypowiedzi i bycia wysłuchanym. Cecha otwartości jako centralna właściwość sfery publicznej zakłada, że istnieje „otwarty”, swobodny przepływ informacji, partycypacja w komunikacji publicznej.

Oprócz zasadniczego aspektu demokratyzacyjnego komunikowanie polityczne zawiera co najmniej pięć dodatkowych aspektów. Są nimi:

1. Aspekt personalny. Istotne jest tutaj pytanie: kto komunikuje? Komunikatorów jest w istocie wielu. Są nimi przede wszystkim aktorzy polityczni, którzy wypowiadają się przez media, które także same w sobie są komunikatorem.

2. Aspekt treściowy. Istotne jest pytanie: co się komunikuje? Z idealnego punktu widzenia odpowiedź jest prosta, powinno się komunikować prawdę, co nie zawsze jest realizowane, jeśli wziąć pod uwagę złożoność interesów aktorów społecznych.

3. Aspekt formalny. Istotne jest pytanie: za pomocą jakich kanałów i form się komunikuje? Teoria komunikowania masowego daje odpowiedź na to pytanie (teoria poszczególnych mediów, teoria form).

4. Aspekt ilościowy. Istotne jest pytanie: ile treści o przesłaniu politycznym się komunikuje? Sprawa jest o tyle skomplikowana, że pozornie treści „niepolityczne” mają skutki polityczne (np. obyczajowe, socjalne, sportowe).

5. Aspekt jakościowy. Istotne jest pytanie: jaki jest stopień wiarygodności treści, ile jest w nich propagandy, manipulacji i demagogii? Dla przeciętnego odbiorcy są to rzeczy „nierozszyfrowywalne”.

Zasygnalizowane wyżej zagadnienia są przedmiotem szczegółowych analiz w skrypcie. Chodzi o to, żeby jego czytelnicy (studenci, pracownicy naukowo-dydaktyczni, dziennikarze, pracownicy PR, działacze publiczni itd.) poznali i zrozumieli całą złożoność komunikowania politycznego, porównywali go ze stanem własnej wiedzy, sytuacji i obserwacji mediów. Współczesny dynamiczny rozwój teorii komunikowania politycznego należy konfrontować z własnymi przemyśleniami i obserwacjami życia publicznego.

**Struktura skryptu.** Skrypt składa się z 10 rozdziałów, których treść może stać się przedmiotem wykładów i ćwiczeń uniwersyteckich. Niektóre z nich – ze względu na objętość – mogą być rozłożone na dwa wykłady, w sumie 30 godzin w semestrze.

Rozdział 1 pt. *Komunikowanie polityczne jako praktyka i nauka – podstawowe pojęcia, perspektywy badawcze* jest wprowadzeniem do całej problematyki komunikowania politycznego. Omawia jego istotę i strukturę dyscypliny, systematyzuje obszary teoretyczno-badawcze. Rozdział zawiera definicje podstawowych pojęć, takich jak *polityka*, *komunikowanie/komunikacja* oraz – na tej bazie – *komunikowanie polityczne*, *społeczeństwo medialne*. To ostatnie należy uznać za analityczne pojęcie przewodnie. Istotne znaczenie ma zdefiniowanie *mediatyzacji polityki*, która stanowi bazę komunikowania politycznego.

Rozdział 2 pt. *Aktorzy i instytucje komunikowania politycznego* systematyzuje zagadnienia dotyczące aktorów pojmowanych zarówno indywidualnie (poszczególne osoby występujące na scenie politycznej), jak i zbiorowo (np. partie polityczne). Z innej perspektywy aktorów można podzielić na aktorów artykulacji interesów, agregacji (łączenia) interesów i realizacji interesów. W rozdziale wskazano na normatywne cechy aktorów, które jednak często nie przejawiają

się w praktyce. Aktywnym aktorem w komunikowaniu politycznym są media. Ponieważ odbiorcami skryptu będą nie tylko studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej, zagadnienie mediów omówiono w sposób dość szeroki.

Rozdział 3 pt. *Struktury polityki i mediów* omawia modele kierowania politycznego, zagadnienie kultury politycznej oraz teoretyczne problemy mediów i komunikowania masowego, w tym zawartość mediów i publiczność medialną. To szerokie tło ma na celu właściwe osadzenie komunikowania politycznego i jego odpowiednie rozumienie (wiedza ta jest potrzebna studentom politologii, doradztwa politycznego i publicznego oraz bezpieczeństwa). Zagadnieniem aktualnym jest koncepcja demokracji i polityki 2.0 zrodzona w warunkach rosnącego znaczenia Internetu w polityce.

Rozdział 4 pt. *Opinia publiczna jako przestrzeń komunikowania politycznego* systematyzuje problemy związane z tym współczesnym fenomenem społecznym. Rozdział zawiera odpowiedzi na pytania, co to jest opinia publiczna, jakie są jej funkcje i modele oraz jak dochodzi do jej formułowania. Oprócz mediów opinię publiczną kształtuje komunikacja interpersonalna zachodząca w grupach. Ma ona różne poziomy (ogólnokrajowe, regionalne, lokalne), a coraz istotniejszego znaczenia nabiera – w warunkach integracji państw – europejska opinia publiczna. Problemami opinii publicznej zajmowało się wielu badaczy, począwszy od XVIII wieku. Rozdział syntetyzuje różne poglądy i koncepcje w kontekście komunikowania politycznego.

Rozdział 5 pt. *Dziennikarstwo polityczne* omawia rodzaje (politycznej) oferty medialnej (faktyczną i fikcyjną), zjawisko *infotainmentu*, dziennikarstwo polityczne w perspektywie teoretycznej, funkcje i zadania dziennikarstwa politycznego oraz jego praktyczne aspekty. Dziennikarze ze swoimi cechami osobowymi, poglądami, usytuowaniem w systemie medialnym odgrywają istotną i bezpośrednią rolę w komunikowaniu politycznym na wszystkich szczeblach „drabiny” systemu, ale głównie na szczeblu centralnym. Rozdział analizuje relacje między dziennikarstwem (dziennikarzami) a polityką (aktorami politycznymi). Obie instytucje żyją w zasadzie w symbiozie i są sobie wzajemnie potrzebne. W literaturze od dawna istnieje problem z odpowiedzią na pytanie, kto ma większą władzę: dziennikarze czy politycy (problem „czwartej władzy”). Rozdział przybliża te zagadnienia.

Rozdział 6 pt. *Polityczny management komunikacyjny* charakteryzuje współczesne trendy w komunikowaniu politycznym, takie jak inscenizacja polityki, komunikacja skandalizacyjna, polityka jako rozrywka. Ważną jego częścią jest analiza komunikacji kampanijnej, ponieważ żyjemy w okresie ciągłych kampanii, nie tylko wyborczych, ale także społecznych (omawiana jest sama istota kampanii). Ostatnią częścią rozdziału jest omówienie strategii komunikacyjno-politycznych. W skład pojęcia *polityczny management komunikacyjny* wchodzi zagadnienia propagandy politycznej, marketingu politycznego, politycznych

*public relations*. Znajdują one odzwierciedlenie w bogatej literaturze przedmiotu – polskiej i zagranicznej.

Rozdział 7 pt. *Polityczne public relations* analizuje PPR jako formę komunikowania politycznego. PR to „życzeniowa konstrukcja rzeczywistości”, a w tym przypadku „życzeniowa konstrukcja rzeczywistości politycznej”. Aktorzy stosują różne formy managementu komunikacyjnego po to, aby skonstruować rzeczywistość (polityczną) i „sprzedać” ją publiczności. W rozdziale wskazano na cechy i właściwości politycznych PR i ich instrumenty. Ogólne pojęcie *polityczne PR* należy odróżniać od ich form szczegółowych, jak propaganda, marketing, reklama czy *spin doctoring*. Działania prowadzone w ramach PPR prowadzą często do powstawania „polityki symbolicznej” wypierającej „politykę rzeczywistą”. Przykładów praktycznych jest tutaj wiele.

Rozdział 8 pt. *Komunikowanie polityczne w kampaniach wyborczych* jest w pewnym sensie uszczegółowieniem i konkretyzacją dwóch poprzednich rozdziałów. Wybory są „jądrem” demokracji, a komunikacja wyborcza – „jądrem” komunikowania politycznego. Właśnie tzw. normalne (codzienne) komunikowanie polityczne jest bardzo często podporządkowane komunikowaniu wyborczemu w warunkach „kampanii permanentnych” lub „kampanii bez kandydatów”. W rozdziale omówiono funkcje wyborów, postawy wyborców wobec wyborów, historyczną ewolucję kampanii wyborczych, ich cechy oraz metody badań. Kampanie wyborcze zwracają na siebie uwagę społeczeństwa, nawet tych ludzi, którzy na co dzień nie interesują się polityką. Oczywiście zagadnienie ma bardzo bogatą literaturę. Są badacze, którzy interesują się głównie tym zagadnieniem.

Rozdział 9 pt. *Polityka medialna i komunikacyjna* ujmuje komunikowanie polityczne z nieco innej perspektywy. Jego jakość uzależniona jest od wielu podmiotów sfery politycznej, w tym głównie państwa, partii politycznych, organizacji medialnych, organizacji społecznych itd. Polityka medialna/komunikacyjna – najogólniej rzecz biorąc – reguluje stosunki medialno-komunikacyjne w państwie, ale także szerzej, np. w Unii Europejskiej. Polityka medialna/komunikacyjna jest nierozzerwalnie związana z systemami demokratycznymi. W systemach totalitarnych była podporządkowana partii rządzącej (państwu). W rozdziale omówiono podstawowe cele i zasady polityki medialnej, zdefiniowano samo zjawisko (pojęcie) oraz wskazano na jej aktorów krajowych i międzynarodowych. Podstawą polityki medialnej jest wolność mediów.

Rozdział 10 pt. *Komunikowanie polityczne w przestrzeni lokalnej* zwraca uwagę, że przestrzeń lokalna i funkcjonujące w niej społeczności lokalne są istotnym elementem całego systemu społecznego. Ze względów dydaktycznych szeroko omówiono zagadnienia społeczności lokalnych i mediów lokalnych będących podstawą piramidy całego systemu medialnego w państwie (dominacja ilościowa). Lokalne komunikowanie polityczne jest podstawą demokracji lokalnej. Na jego bazie kształtuje się lokalna opinia publiczna. Oprócz mediów ważnym elementem jej kształtowania się jest komunikacja interpersonalna (ludzie roz-

mawiają ze sobą o sprawach lokalnych). W Polsce po 1990 roku lokalne władze stanęły przed koniecznością stworzenia określonych form dialogu ze społecznością, musiały wypracować samorządową politykę komunikacyjną.

**Sposoby użytkowania skryptu.** Ze względu na teoretyczny i niekiedy abstrakcyjny charakter zawartości konieczne jest czytanie skryptu ze zrozumieniem od pierwszego do ostatniego rozdziału. Podstawą rozumienia treści jest wiedza z zakresu teorii komunikowania masowego (skrypt z tego zakresu znajduje się w obiegu rynkowym oraz w bibliotekach). Weryfikacją nabytej wiedzy jest umiejętność odpowiedzi na pytania kontrolne zamieszczone po każdym rozdziale, które będą miały zastosowanie podczas pisemnego lub ustnego egzaminu końcowego. Możliwe jest także czytanie poszczególnych rozdziałów w zależności od potrzeb wynikających z ćwiczeń. Skrypt zawiera wiedzę podstawową, w celu jej pogłębienia należy sięgać do podanej po każdym rozdziale literatury uzupełniającej. Jej zestawienie zbiorcze znajduje się w bibliografii, która zawiera też pozycje dodatkowe, niepodane po każdym rozdziale. Duże znaczenie ma uważne studiowanie schematów i tabel, które są integralną częścią tekstów, często ich sednem i uogólnieniem.

Skrypt daje ogólny pogląd na współczesne (w dobie społeczeństwa medialnego) komunikowanie polityczne zachodzące w systemach demokratycznych. Przeznaczony jest głównie dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, lecz może być także wykorzystywany przez studentów kierunków pokrewnych, takich jak doradztwo polityczne i publiczne oraz bezpieczeństwo wewnętrzne i międzynarodowe. Jest ujęciem syntetyzującym problematykę komunikowania politycznego, która wśród polskich i zagranicznych badaczy cieszy się dużym zainteresowaniem. Autor wyraża podziękowanie tym badaczom, którzy nadsyłali i dostarczali bezpośrednio swoje książki i inne prace. Zostały one wykorzystane podczas pisania skryptu.