



Etos mediów w dobie populizmu

ARTUR FILIPOWICZ SJ

Papieski Wydział Teologiczny w Warszawie – Collegium Bobolanum
Warszawa

Populizm nie spadł jak grom z jasnego nieba. Jest rewersem demokracji przedstawicielskiej. Pochodzi z jej wnętrza, karmi się jej mechanizmami. Stanowi niebezpieczną mutację demokracji, „systemowego wirusa”, z którym trudno walczyć demokratycznymi metodami¹. Powodzenie partii populistycznych stało się na tyle powszechne, że niektórzy nazywają dzisiejszą epokę „wiekiem populizmu”². Czym właściwie jest populizm? Dlaczego media nie powinny być bierne wobec jego roszczeń? W jaki sposób mogą one bronić demokracji liberalnej przed zakusami autorytarnego populizmu? Jak powinny się w tym wszystkim odnaleźć? Odpowiedzi na powyższe pytania próbuje dostarczyć prezentowany artykuł. Autor analizuje problematykę etosu mediów w dobie populizmu z perspektywy personalizmu chrześcijańskiego. Na wstępie przypomniano podstawowe zasady i założenia współczesnej demokracji zachodniej. Potem, niejako w opozycji, zrekonstruowano obraz dzisiejszego populizmu. Kolejna część została poświęcona mediosferze tworzonej przez właścicieli mediów, nadawców, odbiorców, produkty medialne. Następnie przedstawiono wybrane elementy etosu mediów, bardziej adekwatne do roszczeń wysuwanych przez populistów wobec demokratycznego państwa prawnego. Na zakończenie, zaproponowano, być może przydatne mieszkańcom mediosfery, wybrane sposoby radzenia sobie z populizmem.

1. Demokratyczne fundamenty

Od XIX w. państwo liberalno-demokratyczne, nazywane demokratycznym państwem prawnym, stało się modelowym rozwiązaniem poli-

¹ Margaret Canovan, „Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy”, *Political Studies* 47, nr 1 (1999): 6.

² Ivan Krastev, „The Populist Moment”, dostęp 20 lipca, 2017, <http://www.eurozine.com/the-populist-moment>.

tycznym w kulturze zachodniej. Demokracja liberalna, z jaką mamy obecnie do czynienia, nazywana jest także demokracją proceduralną, działającą zgodnie z procedurami prawnymi: zasadami, regułami, przepisami, zarządzeniami. W tak rozumianej demokracji istotną rolę odgrywają procedury niesprzeczne z konstytucją, dobre obyczaje demokratyczne (roztropność, przyzwoitość, bezinteresowność, umiar, cierpliwość, męstwo) oraz kompromis³. Każdy przypadek naruszania procedur skutkuje wypaczeniem demokracji. Idea wolnościowej demokracji jest ściśle powiązana z ideą praw człowieka. Demokratyczne państwo prawne afirmuje podstawowe wartości demokratyczne: wolność, równość, braterstwo, godność osoby ludzkiej, sprawiedliwość, pluralizm, tolerancję⁴. Bazuje na kilku podstawowych zasadach, które warto w tym miejscu przypomnieć.

Z a s a d a s u w e r e n n o ś c i n a r o d u. Naród jest wspólnotą ludzi, niezależną od panującego w danym kraju reżimu politycznego. Człowiek, należący do wspólnoty narodu, w sferze prywatnej jest osobą ludzką, w sferze zawodowej – pełni określoną profesję, zaś w sferze publicznej jest zaangażowanym obywatelem państwa demokratycznego, przyznającym się do narodowych sentymentów. Wielu polityków przypomina, że w dokumentach międzynarodowych jest mowa o prawach człowieka i obywatela. Wprowadzają więc one wyraźne rozróżnienie między obywatelem a człowiekiem. Nie powinno się więc utożsamiać człowieka, będącego członkiem wspólnoty narodowej, z obywatelem, członkiem wspólnoty politycznej państwa. Obywatel to przede wszystkim kategoria prawna i polityczna⁵. Ma on określone uprawnienia i obowiązki, wyznaczone przez prawo i konstytucję. Z czysto formalnego punktu widzenia może aktywnie uczestniczyć w wyborach i ma obowiązek płacenia należnych podatków. Taka minimalistyczna optyka obywatelstwa prowadzi jednak do osłabienia demokracji, czyni ją podatną na zakusy ze strony aktorów politycznych. Politycy chętnie identyfikują obywatela z człowiekiem, przyznając mu minimalistyczne prawa i obowiązki wobec demokracji. Każda władza, nie tylko populistyczna, woli mieć do czynienia z ludźmi niż obywatelami. Ludziom wystarczy zapewnić byt materialny, spokój, bezpieczeństwo, rozrywkę. Obywatele oczekują od władzy czego innego

³ Marcin Król, *Jaka demokracja?* (Warszawa: Wydawnictwo Agora, 2017), 7-10.

⁴ Bernhardt Sutor, *Etyka polityczna. Ujęcie całościowe na gruncie chrześcijańskiej nauki społecznej*, tłum. Alojzy Marcol (Warszawa: Wydawnictwo Kontrast, 1994), 198-200.

⁵ Marek Chmaj, „Suwerenność”, w *Encyklopedia politologii*, t. 1, red. Wojciech Sokół, Marek Żmigrodzki (Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze, 1999), 278.

– uczestnictwa w jej sprawowaniu, aktywności na rzecz demokratycznego państwa prawnego. Są zainteresowani sprawami społeczeństwa. Ideowo angażują się na rzecz innych. Nie można więc redukować ich aktywności w życiu publicznym tylko do płacenia podatków czy wrzucenia głosu do urny wyborczej⁶. Zdarzają się przypadki, że jednostki, grupy społeczne czy partie polityczne próbują nielegalnie przejąć zwierzchnią władzę, należącą do narodu. W takich sytuacjach zasada suwerenności narodu upoważnia suwerena – polityczną wspólnotę wszystkich obywateli – do obrony zagrożonej demokracji.

Zasada trójpodziału i równowagi władz. Kolejną normą demokracji proceduralnej jest zasada trójpodziału, równowagi i współpracy władz: legislatywy (władza ustrojodawcza i ustawodawcza), egzekutywy (władza reprezentacyjna głowy państwa, władza wykonawcza rządu, władza samorządu terytorialnego), judykatury (sądy, trybunały). Wspomniana zasada stanowi skuteczne narzędzie wzajemnego ograniczania się i równoważenia władz. Chroni przed jej nadużywaniem. Uniemożliwia supremację jakiegokolwiek z nich nad pozostałymi władzami⁷.

Zasada przedstawicielstwa. W systemach demokratycznych obowiązuje zasada przedstawicielstwa, rozumiana jako zasada reprezentacji. Uprawnienia władzy zwierzchniej, przynależącej wspólnocie politycznej wszystkich obywateli, są przez niech delegowane na przedstawicieli (wybieranych w powszechnych wyborach) w krajowym ciele ustawodawczym. Dopiero legislatura wyłania władzę wykonawczą (rząd). Demokracja liberalna staje się w ten sposób demokracją przedstawicielską. Nie wyklucza ona możliwości stosowania różnych form demokracji bezpośredniej: referenda (przesądzające, konsultacyjne, ogólnonarodowe, lokalne), sprzeciw ludowy (weto), inicjatywa ludowa, zebranie gminne, badania opinii publicznej⁸.

Zasada pluralizmu społecznego i politycznego. Demokracja liberalna, w przeciwieństwie do państw autorytarnych czy dyktatorskich, dopuszcza rywalizację grup, opinii, idei, dążeń, celów, wartości. Stara się nadać jej charakter pokojowy, niekonfrontacyjny. Określa ramy i płaszczyzny rywalizacji. Dlatego tak ważną rolę w demokracji proceduralnej odgrywa kompromis. Dzięki niemu unika się przenoszenia sporu politycznego poza parlament. Kompromisu nie należy utożsamiać z konsensusem. Konsensus oznacza zgodę istniejącą między członka-

⁶ Król, *Jaka demokracja?* 64-66.

⁷ Andrzej Sylwestrzak, „Władza trzecia »neutralna«”, *Zeszyty Prawnicze UKSW* 11, nr 4 (2011): 49-55.

⁸ Henryk Przybylski, *Politologia. Zarys problematyki*, wyd. 2 (Katowice-Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”, 2004), 183-184.

mi społeczności politycznej. Natomiast kompromis jest rezygnacją, każdej z rywalizujących ze sobą stron, z części postulatów. Powstaje w wyniku negocjacji równych z równymi, w zgodzie z istniejącym prawem. W demokracji nie rządzi siła, lecz kompromis, do którego nie można nikogo przymuszać⁹. Jest on gwarancją demokratycznego pluralizmu. Jego przejawem są: wolność zrzeszania się, prawo do tworzenia instytucji samorządowych, wolność zgromadzeń, petycji, wolność osobista i swoboda wypowiedzi publicznych, wolność mediów¹⁰. Media zresztą od początku zajmowały ważne miejsce w demokratycznych państwach prawnych. Od ich jakości, od informowania o zachowaniach aktorów politycznych, zależy w dużej mierze postawa obywateli.

Zasady demokracji większościowej, szanującej prawa mniejszości. W obecnych systemach demokratycznych większość powstaje w drodze powszechnych wyborów. Ujawnia się najpierw w legislatywie. Większość ustawodawcza wyłania następnie władzę wykonawczą. Dopiero potem egzekutywa wyznacza aparat administracyjny i aparat represji. Ma też pośredni, ograniczony wpływ na judykaturę. Większość ma wprowadzić władzę, lecz nie uobecnia woli całego narodu. Jest reprezentantem jedynie tych wyborców, którzy na nią zagłosowali. Rządząca większość nie może więc narzucać swojej obywatelom, którzy odmówili jej głosu. Władza nie polega na używaniu przymusu lecz na umiejętności przekonywania¹¹. Co więcej, jej działania są ograniczone prawami i interesami mniejszości. W demokracji liczy się siła argumentu, nie zaś argument siły, represji. Kiedy władza nie widzi potrzeby przekonywania wszystkich obywateli do swoich racji politycznych – staje się tyranią. Każda despotcja chętnie zmienia dotychczasowe prawo, tyranizuje obywateli, monopolizuje wiedzę na temat prawdy i moralności. Moralizatorska władza zawsze wyklucza kompromis, traktując nieprzychylnych sobie obywateli jako śmiertelnych wrogów.

Zasada legalności opozycji. W demokracji proceduralnej opozycja ma zagwarantowane prawo przejęcia władzy w wyniku powszechnych wyborów. Może kontrolować partie polityczne, sprawujące aktualnie rządy w państwie. Partie opozycyjne mają zawarowane prawo do przeprowadzania zmian w systemie politycznym, bez naruszania porządku ustrojowego demokracji. Z drugiej strony, legalnie wybrana władza ma prawo oceniać działania opozycji pod kątem jej funkcjonalności systemowej (opozycja służy funkcjom demokracji) lub dysfunkcjonalności. Demokra-

⁹ Król, *Jaka demokracja?* 21-25.

¹⁰ Karol Boromeusz Janowski, „Pluralizm polityczny”, w *Encyklopedia politologii*, t. 1, 224-225.

¹¹ Król, *Jaka demokracja?* 47-49.

tyczne państwo prawne z natury sprzyja opozycji funkcjonalnej. Eliminuje zaś dysfunkcjonalną, tworzoną przez partie i ruchy ekstremistyczne, anarchistyczne, nacjonalistyczne, komunistyczne, faszystujące, autorytarne, totalitarne¹². W sytuacjach ekstremalnych, zagrażających demokracji, władza może je nawet zdelegalizować.

Z a s a d a r z ą d ó w p r a w a. Konstytutywnym elementem demokracji proceduralnej jest przestrzeganie prawa przez organa władz publicznych. Rządy prawa przyczyniają się do racjonalizacji działań politycznych. Obligują egzekutywę do sprawowania władzy w sposób rozumny i racjonalny. Wspierają racjonalność prawodawstwa, wymagając, by uregulowania prawne były wzajemnie zgodne¹³. Gwarantem rządów prawa w państwie demokratycznym są niezawisłe, niezależne instytucje orzekające (sądy, trybunały).

Z a s a d a w o l n y c h w y b o r ó w. Miernikiem demokracji liberalnej są wolne wybory. O wolności wyborów decyduje ich regularność, zgodnie z ustalonymi prawnie terminami upływu kadencji. Do udziału w ubieganiu się o stanowiska w parlamencie są dopuszczane, na równych prawach, legalne siły polityczne funkcjonujące w państwie. Bierne prawo wyborcze przysługuje wszystkim obywatelom. Kandydaci do objęcia stanowisk publicznych, obsadzanych w drodze wyborów, są wyłaniani w sposób demokratyczny (prawybory). W trakcie kampanii wyborczej, mają prawnie zagwarantowaną swobodę upowszechniania własnych poglądów, zdobywania społecznego poparcia. Sam akt wyborczy odbywa się w sposób nieskrępowany, bez jakichkolwiek zewnętrznych nacisków, pod kontrolą społeczną (mężowie zaufania). Zasady obliczania oddanych głosów, ustalania wyników wyborów są jednakowe i jednakowo stosowane wobec wszystkich kandydujących w wyborach. Same wybory są powszechne, równe, a głosowanie tajne¹⁴.

Wymienione zasady tworzą nieusuwalny fundament demokracji liberalnej. Można ją przyrównać *toutes proportions gardées* do „wielkiego klubu” wolnych obywateli. Jeśli obywatele chcą do niego należeć, muszą dobrowolnie przyjąć i przestrzegać obowiązujących w nim zasad. Reguły członkostwa są sednem demokracji. Ale przynależność do demokratycznego klubu nie jest dana raz na zawsze. Trzeba ją ciągle weryfikować, aktualizować, potwierdzać. „Nie ma demokracji w zaciszu domowym. Nie

¹² Przybylski, *Politologia*, 188.

¹³ Ofer Raban, „Racjonalizacja polityki: o związku między demokracją a rządami prawa”, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 76, nr 4 (2014): 25-29.

¹⁴ Przybylski, *Politologia*, 188-191.

ma demokracji leniwych i nie ma demokracji za darmo¹⁵. Tym bardziej że demokracja nękana różnymi zagrożeniami znalazła się w stanie kryzysu. Jednym z kluczowych obecnie zagrożeń jest rosnący w siłę populizm. To właśnie z nim muszą się zmierzyć mieszkańcy demokratycznego *polis*.

2. Mikrofizyka populizmu

Populizm nie przedstawia ściśle określonej doktryny politycznej. Jest raczej wypadkową jednoznacznych twierdzeń, kierujących się właściwą sobie logiką. Wyodrębniając je z wypowiedzi i zachowań aktorów politycznych, można pokusić się o zaprezentowanie opisowej definicji populizmu.

A n t y e l i t a r y z m. Populiści postrzegają świat w optyce permanentnego konfliktu dobra ze złem, moralnie czystego zjednoczonego narodu z niemoralnymi, skorumpowanymi elitami¹⁶. Populizm odwołuje się zazwyczaj do argumentacji *pars pro toto*. Przekonania części narodu, zbieżne z poglądami populistów, są przez nich uogólniane i przedstawiane jako wola politycznej wspólnoty wszystkich obywateli, suwerena. To on sprawuje niezależną władzę zwierzchnią w państwie. Są nim zwykli obywatele, wykluczani przez dotychczasowe elity. Populiści, stając w obronie „prawdziwego ludu”, ogłaszają się jego jedynym głosem i reprezentantem. Pozostała część wspólnoty narodowej, niepodzielająca poglądów populistów, zostaje przez nich zaklasyfikowana jako moralnie zła. Nie można jej więc nazwać „właściwym narodem”¹⁷. „Gorsza część” społeczeństwa staje się tym samym anty-narodem, układem „skorumpowanych elit”, „kastą” dawnego establishmentu, dla którego jedyną drogą zachowania *status quo* pozostaje „ulica i zagranica”¹⁸. W przekonaniu populistów, złe elity wyprowadzają zdezorientowanych ludzi na ulicę. Wykorzystują ich w wojnie przeciwko „prawdziwemu suwerenowi”. Sprzysięgają się z zagranicznymi siłami przeciw ojczyźnie. Działają wbrew narodowej racji stanu.

A n t y p l u r a l i z m. Krytyka elit stanowi konieczny, ale nie jedyny, warunek zakwalifikowania kogoś do grona populistów. W ich zachowaniach można też dostrzec anty-pluralistyczną strategię. Gdy są w opozycji,

¹⁵ Król, *Jaka demokracja?* 188.

¹⁶ Hans-Georg Betz, „The Growing Threat of the Radical Right”, w *Right-Wing Extremism in the Twenty-First Century*, red. Peter H. Merkl, Leonard Weinberg (London: Frank Cass, 2003), 79.

¹⁷ Koen Abts, Stefan Rummens, „Populism versus Democracy”, *Political Studies* 55, nr 2 (2007): 423-424.

¹⁸ Vedi R. Hadiz, Angelos Chryssogelos, „Populism in world politics: A comparative cross-regional perspective”, *International Political Science Review* 38, nr 4 (2017): 405.

krytykują *en bloc* legalnie wybraną władzę. Jest ona dla nich niemoralnym establishmentem, rządzącym bez społecznej legitymacji, nie mającym żadnego prawa do kierowania państwem. Ale identyczną narrację można odnaleźć w wypowiedziach populistów po wygranych przez nich wyborach. Bez skrupowania odmawiają wówczas legalności opozycji parlamentarnej i pozaparlamentarnej. Według nich, opozycja, spiskując przeciwko suwerenowi, sama wyklucza się ze wspólnoty „właściwego narodu”¹⁹. Teraz rządzący populiści dają wreszcie głos gnębnemu dotychczas ludowi. Stają się jego prawdziwym reprezentantem, wyrazicielem woli suwerena, stojącej ponad prawem. Populiści doskonale wiedzą, że doszli do władzy głosami mniejszości społeczeństwa. Reprezentacja demokratyczna ma jednak dla nich niewielkie znaczenie. Liczy się przede wszystkim zwycięstwo moralne, symboliczne. „Właściwy naród” nie jest dla populistów realną wspólnotą ale wykreowaną przez nich fikcyjną, symboliczną całością – homogenicznym, moralnie zjednoczonym organizmem, stworzonym wbrew regułom demokratycznym. Wykreowany w ten sposób „prawdziwy naród” ma prawo mieć autentycznego przedstawiciela, swojego jedyne go rzecznika, którym samozwańczo ogłaszają się populiści²⁰.

B e z p o ś r e d n i a r e p r e z e n t a c j a. Antyelitaryzm i antypluralizm są dla populistów środkiem pozbywania się pośredników między nimi a obywatelami: opozycja parlamentarna i pozaparlamentarna, organizacje pozarządowe (NGO), nieprawomyślne media. Partie populistyczne roszczą pretensje do bycia jedynym bezpośrednim przedstawicielem „prawdziwego ludu”²¹. Dotychczasowi pośrednicy podlegają stygmatyzacji z tego względu, że, w opinii populistów, reprezentują interesy przeciwne woli suwerena. Są chorobą toczącą „zdrową tkankę” narodu.

A n t y i m i g r a c y j n o ś ć. Za wrogów tożsamości narodowej, oprócz „skorumpowanych elit”, populiści uważają imigrantów, uchodźców, azylantów. Imigracja i wielokulturowość stanowią, w przeświadczeniu populistów, śmiertelne zagrożenie dla kultury narodowej, spistości społecznej, tradycyjnego stylu życia. Aby odnieść sukces wyborczy, partie populistyczne często odwołują się do antyimigracyjnych haseł. Podejmują zarazem otwartą walkę z multikulturalizmem i pluralizmem etnicz-

¹⁹ Claude Lefort, *Democracy and Political Theory*, tłum. David Macey (Cambridge: Polity, 1988), 79.

²⁰ Andrew Arato, „Political Theology and Populism”, *Social Research* 80, nr 1 (2013): 150-153.

²¹ Nadia Urbibati, „A Revolt against Intermediary Bodies”, *Constellations* 22, nr 4 (2015): 478.

nym²². Ich zdaniem, polityka „multi-kulti” stanowi niebezpieczeństwo dla tożsamości państw narodowych.

M o n o l i t y z m i a u t o r y t a r y z m. Kierownictwo partii populistycznych dąży do absolutnej wewnątrzpartyjnej centralizacji. Członkowie partii muszą być podporządkowani jednemu liderowi. Wewnątrzpartyjne kampanie wyborcze są z góry przewidywalne. Ich celem jest wypromowanie po raz kolejny tego samego przywódcy. Nie do pomyslenia jest pluralizm opinii czy postaw. Niedopuszczalne są jawne wewnątrzpartyjne konflikty. Partia, która chce być jedynym reprezentantem jednego „prawdziwego narodu”, nie może sobie na to pozwolić. Z tego też względu, funkcjonują wewnętrzne mechanizmy kontrolne, tropiące niedyscyplinowanych działaczy partyjnych. Każdy, kto kwestionuje poglądy lidera, zostaje przez władze partii ukarany, wykluczony z jej szeregów²³.

W ł a d z a d y s c y p l i n a r n a. Populiści sprawujący władzę wykorzystują całą gamę strategii kierowanych pod adresem „skorumpowanych elit”: pokazowe procesy, parlamentarne komisje, stygmatyzowanie politycznych przeciwników²⁴. Równolegle prowadzone są antydemokratyczne reformy. Generują one niespotykane wcześniej kryzysy polityczne, ekonomiczne, społeczne. Moralnie „nieskazitelna władza” obarcza dawne elity za sprofundowane przez siebie problemy. Mnożą się teorie spiskowe. Populiści mają zresztą do nich szczególną predylekcję. Będąc u władzy, nadal odgrywają rolę opozycji. Zachowują się tak, jakby byli gnębią mniejszością. W ich mniemaniu dawne elity nieustannie ich blokują, dręczą, atakują w kraju i za granicą. Zwarciu szeregów „prawdziwego ludu” mają służyć marsze poparcia dla rządu i wszechobecna propaganda w mediach zaanektowanych przez populistów. Machina propagandowa ma też przygotować obywateli na nieuniknioną konfrontację, wojnę z antynarodowymi środowiskami dawnego establishmentu²⁵. Populiści często operują w myśl zasady *dive et impera*, postrzegając rzeczywistość w kategoriach konfliktu. Każda sytuacja jest dla nich kryzysem, z którym muszą się zmierzyć. Jeśli aktualnie nie ma żadnego kryzysu – sami go wymyślają, inicjują. Polityka uprawiana przez populistów, znajdująca się w stanie permanentnego kryzy-

²² Montserrat Guibernau, *Migration and the rise of the radical right. Social malaise and the failure of mainstream politics* (London: Policy Network, 2011), 10-12.

²³ Jonathan White, Lea Ypi, „On Partisan Political Justification”, *American Political Science Review* 105, nr 2 (2011): 390.

²⁴ Robert S. Jansen, „Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism”, *Sociological Theory*, nr 29 (2011): 78-79.

²⁵ Jan-Werner Müller, *Co to jest populizm?* tłum. Michał Sutowski (Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2017), 70-71.

su, ma za zadanie wymusić społeczną aprobatę dla ich antydemokratycznych działań, niezgodnych z prawem²⁶.

Mechanika rządzenia. Tryby maszynierii populistycznej władzy wpływają na obywateli państwa. W populistycznym autorytaryzmie obywatele mają postępować zgodnie z oczekiwaniami władzy²⁷. „Prawdziwy naród” musi być przecież zjednoczonym ciałem, podporządkowanym rządzącym, podatnym na ich strategię, gotowym ich poprzeć w najbliższych wyborach. Populiści dbają więc nie tylko o zdobycie władzy lecz także o jej utrzymanie, bez konieczności zawiązywania koalicji z innymi partiami politycznymi. W tym celu dążą do zmiany dotychczasowej konstytucji i obowiązującej ordynacji wyborczej. Populizm jest zresztą wrogiem mechanizmów i wartości kojarzonych z konstytucjonalizmem. Jest nieprzychylny równowadze władz, ograniczeniom nakładanym na większość parlamentarną, ochronie mniejszości, respektowaniu praw podstawowych²⁸. Mechanika rządzenia, uruchamiana przez populistów, odbywa się jednocześnie w trzech kierunkach. Dążą oni do stopniowej kolonizacji państwa, angażują się w masowy klientelizm, wprowadzają legalizm dyskryminacyjny.

Kolonizacja państwa. Populistyczna władza robi wszystko, aby „odzyskać państwo”. Kluczową strategią staje się ograniczenie niezależności sądownictwa. W tym celu populiści dokonują zmian dotychczasowych procedur funkcjonowania judykatury, począwszy od sądu konstytucyjnego: wygaszają kadencje „niewygodnych” sędziów, obsadzają wakujące stanowiska w sądownictwie swoimi partyjnymi działaczami. Wraz ze zmianami w judykaturze podejmowane są różne inicjatywy prowadzące do przejęcia kontroli nad mediami. Dziennikarzy oskarża się o manipulację, jętrzenie, wypaczanie politycznej rzeczywistości. Nieprzyjaznych nadawców posądza się o brak profesjonalizmu. Zarzuca się im wspieranie „skorumpowanych elit”, „antynarodowego establishmentu”, zagranicznych koncernów medialnych. Hołubione i rozbudowywane przez populistów teorie spiskowe dają im asumpt do przejęcia kontroli nad służbami specjalnymi. Przejęte służby są wykorzystywane do tropienia wrogów „prawdziwego ludu”, „zdrajców narodu”. Kolonizowanie państwa odbywa się jawnie, w świetle

²⁶ Carlos de la Torre, *Populist Seduction in Latin America* (Athens: Ohio University Press, 2010), 186-188.

²⁷ Orhan Pamuk (w rozmowie z Michałem Nogasiem), „Ojciec, walizka i droga do Nobla”, *Gazeta Wyborcza. Magazyn świąteczny*, 2-3 września 2017, 6.

²⁸ Cristóbal Rovira Kaltwasser, *Populism vs. Constitutionalism? Comparative Perspectives on Contemporary Western Europe, Latin America, and the United States* (Oxford: The Foundation for Law, Justice and Society, 2013), 6-7, <http://www.fljs.org/sites/www.fljs.org/files/publications/Kaltwasser.pdf>.

kamer, przy otwartej kurtynie. Usprawiedliwieniem tych wszystkich działań staje się wola suwerena artykułowana przez populistyczną władzę²⁹.

Masowy klientelizm. Populiści chętnie wspierają klientelizm rozumiany jako relację, w której „osoba o wyższym społeczno-ekonomicznym statusie (patron) używa swoich własnych wpływów i zasobów do protekcji i wynagradzania wobec osoby o niższym statusie (klient), która ze swojej strony odwzajemnia się przez oferowanie ogólnego poparcia i pomocy włączając osobiste usługi dla patronów”³⁰. Populiści wynagradzają więc swoich popieczników. Obdarzają ich materialnymi i pozamaterialnymi korzyściami, uzależniając od siebie. Handlowanie przywilejami nie odbywa się w zaciszu gabinetów. Jest transparentne. Znajduje swoje moralne uzasadnienie. Państwo ma bowiem prawo wspierać tych obywateli, których uznaje za prawowitych członków narodu.

Legalizm dyskryminacyjny. „Prawdziwy lud” powinien cieszyć się pełną ochroną prawną. Nic zatem dziwnego, że jakiegokolwiek roszczenia, zarzuty wysuwane pod jego adresem są umarzane. Surowo natomiast traktuje się osoby nienależące do „właściwego narodu” lub podejrzewane o działania wymierzone przeciwko niemu. Populistyczna władza kieruje się w tym względzie antydemokratyczną logiką, w myśl której prawo jest stosowane wyłącznie dla jej wrogów, zaś przywileje – dla zwolenników³¹. Jednym z charakterystycznych przejawów dyskryminacyjnego legalizmu w państwie rządonym przez populistów jest defragmentacja społeczeństwa obywatelskiego. Sprzyja temu przyzwolenie rządzących na brutalizację języka i publicznego dyskursu. Władza wymierza swoje ostrze w te organizacje pozarządowe, które się z nią nie zgadzają, uznając je tym samym za „organizacje zdradzieckie”, renegatów. Opór ze strony społeczeństwa obywatelskiego jest dla rządzących wyzwaniem moralnym, symbolicznym. Kwestionuje bowiem ich roszczenia do moralnej reprezentacji narodu. W związku z tym populiści próbują udowodnić, że społeczeństwo obywatelskie nie jest prawdziwym społeczeństwem. W tym celu fabrykują fałszywe dowody. Dzięki nim chcą wykazać, że opozycja ze strony społeczeństwa obywatelskiego, organizacji pozarządowych nie ma nic wspólnego z „właściwym narodem”, ponieważ w jej szeregach znajdują się sponsorowani z zagranicy przedstawiciele dawnego establishmentu, „niemoralnych elit”. NGO-som zostaje wyznaczona rola „zagranicznej agentury”. Paradoksal-

²⁹ Müller, *Co to jest populizm?* 74.

³⁰ Sabina Pandelea, Robert Mieczkowski, „From local clientelism to populism – the case of Radu Mazăre”, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio K* 22, nr 1 (2015): 24-25.

³¹ Kurt Weyland, „The Threat from the Populist Left”, *Journal of Democracy* 24, nr 3 (2013): 29-30.

nie, takimi działaniami populiści wytwarzają, wzmacniają, oferują własny wariant wykluczenia i zawłaszczenia państwa, za który, jako opozycjoniści, obwiniali rządzący wówczas establishment³².

Kluczowym jednak zagrożeniem dla demokracji liberalnej stało się wykreowanie przez populistów nowego frontu walki. Nie przebiega on już między prawicą i lewicą, liberałami czy konserwatystami. Strukturalny konflikt toczy się między elitami coraz mniej ufającymi demokracji przedstawicielskiej a „gniewnym ludem”, który staje się coraz mniej liberalny³³. Populistyczna propaganda osłabia atrakcyjność liberalnych rozwiązań w polityce, gospodarce, kulturze. Wzmacnia popularność polityki konfliktu, wykluczenia, marginalizacji. Utrwała w państwach narodowych trudno usuwalny podział społeczeństwa na „my” („prawdziwy naród”) i „oni” („zdradzieckie elity”). Działania partii populistycznych prowadzą ostatecznie do hipertrofii demokracji proceduralnej, która przeradza się w miękki autorytaryzm, zyskujący rosnącą rzeszę zwolenników³⁴.

3. Mikrofizyka mediów

W dobie rosnącego populizmu media mają do odegrania niebagatelną rolę. Sprawują przeciw funkcję forum dyskursu obywatelskiego. Dzięki nim może się toczyć debata pozwalająca rozważać najważniejsze kwestie społeczno-polityczne. Są przeciw mediatorami między obywatelem a państwem. Pełnią rolę „psa obronnego i stróżującego” (*watchdog*) społeczeństwa. Media monitorują przestrzeganie swobód obywatelskich i politycznych. Obserwują wszystkich aktorów życia publicznego: egzekutywę, legislatywę, judykatywę, władzę samorządową, organizacje pozarządowe, sektor publiczny, prywatny a także sektor małych i średnich przedsiębiorstw. Media ujawniają nieprawidłowości i patologie, dążąc do sprawiedliwego ukarania winnych. I wreszcie, ich rolą w demokratycznym państwie prawnym jest edukowanie społeczeństwa. Mobilizowanie obywateli do zaznajamiania się z bieżącą polityką i sprawami publicznymi, moderowanie dyskusji na ten temat, przekonywanie wszystkich do partycypacji publicznej oraz świadomego, aktywnego udziału w wyborach. Funkcja

³² Karin Priester, *Rechter und linker Populismus. Annäherung an ein Chamäleon* (Frankfurt-New York: Campus Verlag, 2012),

³³ Ivan Krastev, „Europe’s Disintegration Moment”, dostęp 21 sierpnia, 2017, <http://www.theeuropean-magazine.com/ivan-krastev-2/6233-the-decline-of-the-eu>.

³⁴ Marc F. Plattner, „Populism, Pluralism, and Liberal Democracy”, *Journal of Democracy* 21, nr 1 (2010): 87.

mediów jest więc nie do przecenienia. Wszystko jednak zależy od stopnia wierności uznawanemu etosowi³⁵.

Specyfika dzisiejszych mediów jest odmienna od kanonów z końca ubiegłego wieku. Stały się one kreatorem życia jednostki i społeczeństwa. Dawny obszar grafosfery ustąpił miejsca nowej przestrzeni medialnej – mediosferze³⁶. Nie powstała ona jednak samoistnie. Stworzyli ją wspólnie właściciele, twórcy, nadawcy i odbiorcy mediów. Jest też ona przestrzenią produktów medialnych i struktur organizacyjno-instytucjonalnych³⁷. W tak skonstruowanej wielopoziomowej mediosferze żyją i funkcjonują konkretne jednostki, grupy, społeczeństwo. W dobie nowych mediów i technologii komunikacyjnych dawny etos medialny wymaga korekty. Dzięki Internetowi każdy może komunikować się z każdym niezależnie od czasu i miejsca pobytu. Może komunikować wszystko wszystkim w myśl zasady: wszyscy–wszystko–zawsze–wszędzie (*anyone, anything, anytime, anywhere*)³⁸. W efekcie powstaje niespotykane wcześniej społeczeństwo informacyjne, w którym dotychczasowy odbiorca mediów staje się ich twórcą, autorem, wydawcą i nadawcą. Korzysta z możliwości natychmiastowej publikacji własnych prac, mając jednocześnie dostęp do produktów medialnych pozostałych uczestników mediosfery³⁹.

Nowa rzeczywistość medialna potrzebuje zaktualizowanego etosu. Nie może się on zacieśniać do deontologii dziennikarza i postulowania określonych zachowań odbiorcy. Powinno się zredefiniować zespół wartości, norm i zwyczajów, warunkujących właściwy sposób postępowania mieszkańców mediosfery. Przede wszystkim istotne jest zrewidowanie zdolności mediów do pełnienia swoich zadań w demokracji liberalnej. Tym bardziej że dotknięte komodyfikacją, tabloidyzacją i upolitycznieniem, muszą się zmierzyć z rosnącym populizmem.

³⁵ Pippa Noris, *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*, wyd. 2 (Cambridge UK: Cambridge University Press, 2003), 23-32.

³⁶ Christina Swalbe, „Change of Media, Change of Scholarship, Change of University: Transition from the Graphosphere to a Digital Mediosphere”, w *Mashup Cultures*, red. Stefan Sonvilla-Weiss (Vienna: Springer, 2010), 178-179.

³⁷ Michał Dróżdż, *Logos i ethos mediów. Dyskurs paradygmatyczny filozofii mediów* (Tarnów: Wydawnictwo Biblos, 2005), 34.

³⁸ Karol Jakubowicz, „From PSB to PSM: A New Promise for Public Service Provision in the Information Society”, w *Media Freedom and Pluralism. Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*, red. Beata Klimkiewicz (Budapest-New York: Central European University Press, 2010), 199.

³⁹ Nancy Kranich, *The Information Commons: A Public Policy Report* (New York: University School of Law, 2004), 24.

K o m o d y f i k a c j a. Informacja jako swobodnie dostępna wiedza staje się towarem handlowym. Komodyfikacja mediów polega na przekształceniu produktów medialnych z wartości użytkowej na wartość wymienną. W ten sposób komodyfikowane informacje, technologie komunikacyjne stają się narzędziami maksymalizacji zysków. Profity ekonomiczne czerpią właściciele mediów komercyjnych i publicznych. Obecne utowarowanie mediów jest wypadkową globalnego kryzysu finansowego i rosnącego wpływu neoliberalizmu na cały obszar mediosfery⁴⁰. Właściciele mediów, na każdym etapie procesu medialnego, kierują się rachunkiem kosztów i zysków, obniżają wydatki, zwiększają dochody. Jeżeli urynkowienie mediów utrzyma się na obecnym poziomie, będzie miało wpływ na obniżenie standardów dziennikarskich. W konsekwencji zostanie ograniczony przepływ informacji. Zanikną pogłębione analizy medialne, zmniejszy się poziom wiedzy odbiorców, wygaśnie debata publiczna⁴¹.

T a b l o i d y z a c j a. Komodyfikacja, podporządkowując media wymogom rynku, doprowadziła do ich tabloidyzacji⁴². Tabloidyzacja obejmuje zakres, formy i styl produktów medialnych. Zakres dotyczy ilości miejsca zajmowanego przez informację w przekazie medialnym. Obserwuje się rosnącą banalizację informacyjną. Informacje „twarde” (polityka, gospodarka) ustępują miejsca informacjom „miękkim” (sport, rozrywka, celebryci, przestępczość). Informacje ogólne dają pierwszeństwo produktom rozrywkowym, użytkowym. Wiadomości zagraniczne przegrywają z wiadomościami krajowymi. Transformacji ulega forma produktów medialnych. Skracana jest długość artykułów w prasie. Mniej czasu zajmują audycje radiowe, telewizyjne, wpisy na forach internetowych mediów. Tekst ustępuje miejsca nagłówkom i ilustracjom. Komunikacja wizualna przeważa nad werbalną. Dla odbiorcy ważniejszy staje się *lead* wiadomości niż jej zawartość. Zmianie też ulega sam styl komunikacji. Wzrasta stopień ich personalizacji. Dominuje medialny *voyeuryzm*. Ogólnikowe informacje koncentrują się bardziej na osobowościach aktorów życia publicznego

⁴⁰ Jaromír Volek, „Niezamierzone skutki »komunikacyjnej ideologii« w kontekście społeczeństwa informacyjnego”, w *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych. W drodze do wolności słowa i mediów*, red. Bogusława Dobek-Ostrowska (Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2006), 40-42.

⁴¹ Jürgen Habermas, „Rynek, media i demokracja”, tłum. Emilia Wrocławska, dostęp 3 lipca, 2017, <http://www.newsweek.pl/europa/rynek-media-i-demokracja,44595,1,1.html>.

⁴² Małgorzata Posyłek, „Nowe oblicze polityki w mediach – tabloidyzacja, infotainment, politainment i kreowanie faktów”, *Studia Socialia Cracoviensia* 13, nr 2 (2015): 148.

niż prezentowanych przez nich poglądach. Ekspozowana jest wyrazistość i kontrowersyjność formułowanych opinii, sądów bez ich należytego uzasadnienia. Media skupiają się na łatwych do zaprezentowania, bulwersujących tematach. Przedstawiają je w sposób powierzchowny, uproszczony, zwulgaryzowany. Góruje ludyckość przekazów medialnych. Zubożona jest ich warstwa werbalna, bazująca na ograniczonym kodzie językowym⁴³. Jednocześnie ulega spłyceciu merytoryczna zawartość programów informacyjnych. „Aby utrzymać widza, a co za tym idzie słupki oglądalności i opłacalność całego przedsięwzięcia, newsy muszą być coraz bardziej atrakcyjne, krótsze, prostsze i szybciej podawane. Konkretna informacja to nudna informacja, a czas antenowy jest zbyt cenny na dłuższy. W programach ważna jest dramaturgia, łatwe do odczytania emocje”⁴⁴. Wszystko to prowadzi do sytuacji, w której media coraz rzadziej stanowią forum obywatelskiego dyskursu. Traktowanie aktorów politycznych jako celebrytów sprawia, że sfera publiczna jest postrzegana przez pryzmat osób a nie procesów. Istotniejsza stała się rola jednostki aniżeli instytucji. Pojedynczy politycy są ważniejsi od partii politycznych i ciał kolektywnych. Media w znacznej mierze rezygnują z merytorycznej i pogłębionej analizy ich działalności publicznej⁴⁵.

Konsekwencją tabloidyacji przekazów medialnych jest przedstawianie polityki jako kłótni, awantury, nie zaś jako publicznej debaty, w której strony politycznego sporu, prezentując swoje racje, próbują się nawzajem zrozumieć. W serwisach informacyjnych, programach publicystycznych politycy są konfrontowani ze sobą. Klóćą się o sprawy, które mają niewielki wpływ na codzienne życie obywateli. Kryterium doboru uczestników „politycznego show” zależy od stopnia ich impulsywności, temperamentu. W ten sposób obywatele postrzegają politykę jako personalny konflikt jej głównych aktorów, niemający nic wspólnego z rozwiązaniami o charakterze systemowym⁴⁶.

⁴³ Karol Jakubowicz, *Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli* (Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 2013), 130-131.

⁴⁴ Instytut Monitorowania Mediów, *Wizja świata. Emocje wyzwolone. Badanie zawartości głównych wydań Panoramy, Wiadomości, Faktów, Wydarzeń w listopadzie 2010 r.* (Warszawa: IMM, 2011), 4, https://www.imm.com.pl/sites/default/files/raporty/wizja_swiate_emocje_wyzwolone_raport_imm.pdf_0.pdf.

⁴⁵ Dorota Piontek, *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyacja informacji o polityce* (Poznań: Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, 2011), 143-150.

⁴⁶ Taż, „The tabloidization of political discourse: The Polish case”, *Central European Journal of Communication* 4, nr 2 (2011): 290-291.

Nabierają przekonania, że polityka toczy się w kręgu tych samych osób, zaś obywatelom została wyznaczona rola widowni, kibiców, respondentów.

Utrwalany w ten sposób medialny dyskurs powoduje utratę wiarygodności i zaufania odbiorców. Prowadzi do odracjonalizowania wyborów politycznych, podejmowanych przez obywateli. „Im więcej jest o żonach i dzieciach, tym mniej jest o doradcach. Im więcej o grze w piłkę, tenisa czy salonowca, tym mniej o kompetencji i wiedzy kandydatów. Kryteria publicznego wyboru przesuwają się z programów i kompetencji ku sympatii i taniej popularności”⁴⁷. W efekcie tabloidyżacja stanowi nie tylko zagrożenie dla demokracji lecz także uniemożliwia jej skuteczne funkcjonowanie. Pozbawia bowiem medialnych odbiorców potrzebnej im wiedzy do korzystania ze swoich praw obywatelskich. Traktuje ich jako konsumentów „newsów”, dając im niewiele jako obywatelom. Wyzwała w nich, uruchamianą przez populistów, mizantropię, mizoginizm, ksenofobię, lęk, strach i niechęć do obcych.

M e d i o k r a c j a. Tabloidyżacja mediów utworzyła drogę mediokracji, rozumianej jako sprawowanie rządów przez media. Zastępują one istniejące instytucje i procesy demokratyczne. Mediokracja doprowadziła do mediatyzacji polityki, deformując samą demokrację⁴⁸. Doszło do swistego paradoksu: media, uniezależniając się od instytucji politycznych, zyskały w społecznym odbiorze status nie czwartej, ale „pierwszej władzy”. Stając się polityczną siłą, przywiązały do siebie polityków i społeczeństwo. Podmioty życia publicznego, politycznego zaczęły się kierować w swoich działaniach logiką medialną, stosując uproszczenie, polaryzację, intensyfikację, personalizację, wizualizację, stereotypizację⁴⁹.

Urynkowane, stabloidyżowane, pretendujące do bycia „pierwszą władzą” media wymagają zredefiniowania. Konieczny jest namysł nad modernizacją, aktualizacją misji, dla której istnieją, a także ewentualnymi zmianami w organizacji i sposobie ich działania. Tym bardziej że media, opierając się na nieadekwatnym etosie medialnym, przestając służyć obywatelom, stają się konkurentem demokracji. Pograżone w wykreowanej przez siebie wirtualnej rzeczywistości mają nikłe szanse zmierzenia się z wyzwaniami, jakie stawia populizm demokratycznemu państwu prawnemu. Istnieje zatem pilna potrzeba przemyślenia i określenia takich warto-

⁴⁷ Jacek Żakowski, „Polityk, celebryta, banita”, dostęp 11 sierpnia, 2017, <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1502585,2,debata-politycy-w-czasach-tabloidow.read>.

⁴⁸ Tomasz Gackowski, „What power resides in the mass media? Typology of media’s power”, *Politické Vedy* 17, nr 4 (2014): 112-113.

⁴⁹ Zbigniew Oniszczyk, „Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji”, *Studia medioznawcze* 47, nr 4 (2011): 14-18.

ści, norm i zwyczajów, które umożliwiłyby mediom pełnienie swoich zadań w demokracji liberalnej.

4. Adekwatny etos

Kluczowe dla nowego medialnego etosu stają się cztery podstawowe zasady: zasada komunikowania prawdy, budowania prawdziwych informacji, odpowiedzialności za prawdziwość treści a także odpowiedzialności za odbiór mediów⁵⁰. Powyższe zasady wyznaczają ramy adekwatnego etosu mediów, nowej kultury medialnej. Z perspektywy personalizmu chrześcijańskiego w jej centrum znajduje się człowiek komunikujący – *homo communicans* i *homo communicus*, racjonalny podmiot działań medialnych. On jest podstawowym źródłem komunikacji, ma niezbywalną godność osobową, decyduje o racjonalnych wyborach i działaniach w mediosferze. Media istnieją dla człowieka, a nie człowiek dla mediów⁵¹. Są one „placem, miejscem spotkań, gdzie można wyrazić sobie serdeczność, albo zadać rany, nawiązać pożyteczną dyskusję lub dokonać linczu moralnego”⁵². Media muszą na nowo odkryć swoją misję budowania mostów, sprzyjania spotkaniu, integracji społeczeństwa. Powinny się one przyczyniać do lepszego zrozumienia i respektowania osobowej godności wszystkich aktorów mediosfery: właścicieli, twórców, nadawców, odbiorców. Aby tak się stało, nieodzowna jest wspólna refleksja, dyskusja, dialog na temat pożądaných norm, zasad etycznych i zawodowych.

S t r u k t u r y m e d i a l n e. Pierwsza platforma debaty nad kształtem adekwatnego do dzisiejszych czasów etosu mediów jest związana ze strukturami i funkcjonowaniem systemów medialnych oraz ich kontrolą. Szczególnie ważną kwestią jest tutaj odpowiedzialność instytucji medialnych. Jej zakres powinny regulować odpowiednie unormowania prawne, etyczne, zasady organizacyjne. Od właścicieli, wydawców zależy stopień uniezależnienia się od nacisków zewnętrznych. Ze względu na silne więzy, łączące media z gospodarką, polityką i kulturą, konieczny jest taki system zarządzania, który byłby w stanie zagwarantować poprawne relacje

⁵⁰ Michael Galhinsky, „Framing a Rights Ethos: Artistic Media and the Dream of a Culture without Borders”, w *Media, Mobilization, and Human Rights. Mediating Suffering*, red. Tristan Anne Borer (London: Zed Books, 2012), 69-70.

⁵¹ Papieska Rada do spraw Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu* (Watykan 2000), nr 21.

⁵² Franciszek, *Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Komunikacja i miłosierdzie – owocne spotkanie* (Watykan 2016).

między różnymi podmiotami⁵³. Właściciele mediów powinni, w większym niż obecnie stopniu, uniezależnić się od partii i elit politycznych, eliminując u siebie mediokratyczne skłonności⁵⁴. Spoczywa więc na nich zadanie określenia wyraźnej linii programowej swojej firmy a także podstawowych wartości, których odzwierciedlenie byłoby widoczne w produktach medialnych. Od właścicieli, w dużym stopniu, zależy poziom kultury medialnej.

P r o d u k t y m e d i a l n e. Kolejna płaszczyzna debaty nad kształtem adekwatnego etosu mediów powinna dotyczyć produktów medialnych. Każdy z nich składa się z nośnika i zawartości. O ile nośnik (papier, odbiornik telewizyjny, radioodbiornik, komputer, komórka) nie zależy od nadawcy, o tyle zawartość produktu medialnego już od niego zależy⁵⁵. Treść odgrywa niebagatelną rolę. Może się ona przyczyniać do rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, wzmacniając tym samym demokrację, ale może też prowadzić do jej degeneracji.

Postprawda. Niebezpieczną właściwością produktów medialnych jest zawarta w nich postprawda (*post-truth*). Stała się ona wizytówką współczesnej polityki, skażonej wirusem populizmu. Definiuje się ją przymiotnikowo jako „okoliczności, w których fakty mają mniejszy wpływ na kształtowanie opinii publicznej niż odwołania do jej emocji i osobistych przekonań”⁵⁶. Obecny świat zachodniej polityki odchodzi od reguł i zasad demokratycznych. Zaczyna się w nim zadamawiać postprawdziwa polityka, manipulująca emocjami obywateli. Brakuje w niej miejsca na fakty i rzeczowe argumenty. Prawda utraciła swoje znaczenie. Dla polityków ważniejsze jest kreowanie nieprawdziwych narracji w celu zdobycia, egzekwowania, utrzymania się przy władzy⁵⁷. Mistrzami opowieści o lepszym, uczciwszym, sprawiedliwszym świecie są populiści. Ich narracja jest adresowana do obywateli. Zawarte w niej opisy i argumentacje są często wzmacniane odwołaniami do opinii publicznej. Problem w tym, że jej przekonania, po-

⁵³ Jan Paweł II, *List do rodzin z okazji Roku Rodziny „Gratissimam Sane”* (Watykan 1994), nr 10.

⁵⁴ Papieska Rada do spraw Środków Społecznego Przekazu, *„Aetatis novae”. Instrukcja duszpasterska o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia Instrukcji „Communio et progressio”* (Watykan 1992), nr 14.

⁵⁵ Anna Jupowicz-Ginalska, *Marketing medialny* (Warszawa: Wydawnictwo Difin, 2010), 56-57.

⁵⁶ Artur Bartkiewicz, „Jak postprawda zabija media”, dostęp 13 lipca, 2017, <http://www.rp.pl/Komentarze/170209552-Jak-postprawda-zabija-media.html#ap-1>.

⁵⁷ The Economist, „The post-truth world. Yes, I’d lie to you”, dostęp, 13 lipca, 2017, <https://www.economist.com/news/briefing/21706498-dishonesty-politics-nothing-new-manner-which-some-politicians-now-lie-and>.

trzeby, postulaty są profilowane przez populistów. Głos ich zwolenników, stanowiących część opinii publicznej, zostaje uznany za głos całej wspólnoty narodowej, suwerena. To on przecież upoważnił populistów do podejmowania konkretnych działań politycznych. W ten sposób pomniejszeniu ulega rola społeczeństwa obywatelskiego na rzecz opinii publicznej. Życie polityczne zostaje sprowadzone do haseł, sloganów, zaś sama polityka do „medialnego show”, ocenianego przez publiczność głosującą przez telefon lub klawiaturę komputera. Dzisiejsze produkty medialne wychodzą, niestety, naprzeciw tym oczekiwaniom polityków. Przedstawiają jednocześnie obiektywne dane, odmienne interpretacje tych danych, nieuzasadnione lub kłamliwe narracje. Wszystkie te elementy wymieszane z memami i hejtami są jak jeden postprawdziwy „koktail medialny”, serwowany członkom teledemokracji.

Fake news. Obok postprawdy inną groźną cechą produktów medialnych są *fake newsy*, rozpowszechniane w mediach społecznościowych. O ile postprawda bywa wykorzystywana zasadniczo przez aktorów politycznych, o tyle *fake news* wykracza poza sferę polityki. Adresowany jest do każdego konsumenta medialnych tworów. *Fake news* nie jest prawdziwą informacją. Jest jej podróbką, imitacją, atrapą, mistyfikacją, pseudofaktem, informacyjną fikcją. Kryje się w nim zamierzona przez nadawcę nieprawda. *Fake newsy* nie służą bowiem informowaniu odbiorcy ale manipulacji. Są tworzone i dystrybuowane w jednym celu: adresat ma w nie uwierzyć. W zamierzeniu twórców *fake newsa* ma być on zmyślona, świadomie spreparowana informacja, która, odwołując się do emocji, lęków, uprzedzeń odbiorcy, chce zmienić jego dotychczasowy stosunek wobec otaczającej rzeczywistości⁵⁸.

N a d a w c a. Jakość produktów medialnych zależy od właścicieli, wydawców mediów. Kluczową jednak rolę odgrywają twórcy medialni i dziennikarze. Na nich spoczywa moralna odpowiedzialność za tworzenie i przekaz redagowanych treści. To oni powinni dbać o adekwatny, transparentny obraz życia społeczno-politycznego, niezależny od czyichkolwiek interesów, nacisków politycznych i instytucjonalnych, manipulacji, przekupstwa, ideologii, lobbingu. Centralną wartością pracy dziennikarskiej jest informacja zgodna z prawdą, wolna od niedopowiedzeń, przekłamań, *fake newsów*, upiększeń, autocenzury.

Obowiązki. Obowiązkiem nadawcy w demokratycznym państwie prawnym jest stanie na straży prawa każdego obywatela do rzetelnej, prawdziwej informacji, do bezstronnego ujawniania i nagłaśniania potrzeb oraz

⁵⁸ Lion Gu, Vladimir Kropotov, Fyodor Yarochnik, *The Fake News Machine. How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public* (Dublin: TrendLabs, 2017), 4-8.

konfliktów społecznych. Nadawca powinien formułować i dystrybuować sporządzoną przez siebie informację w taki sposób, aby nie pomijać, nie uprzywilejowywać, nie dyskryminować żadnej grupy interesów, jeżeli nie godzą one w dobro publiczne, w konstytucyjne podstawy ładu społecznego, w prawa człowieka i obywatela. W demokracji proceduralnej od nadawcy wymaga się postępowania zgodnego z regułą lojalności wobec podstawowych zasad konstytucyjnych (zasada wolności słowa, tolerancji, równouprawnienia). Na nim też spoczywa ogromna odpowiedzialność społeczna. Przekazywana przez niego informacja nie jest lustrzanym odbiciem rzeczywistości. Jest jej interpretacją. W związku z tym twórca produktu medialnego musi dołożyć szczególnej staranności przy sporządzaniu wiadomości i jej emitowaniu. Pomocne w tym względzie mogą się okazać zasady rzetelnego dziennikarstwa: „5W+H” i „SVO”. Reguła „5W+H” (*what?, who?, when?, where?, why?, how?*) nakazuje dziennikarzowi, by zawarł w informacji odpowiedzi na następujące pytania: co, kto, kogo, czego (dotyczy wiadomość), kiedy, gdzie (miała ona miejsce), dlaczego (doszło do zdarzenia) i jak (się ono odbyło). Jej uzupełnienie stanowi zasada „SVO” (*Subject-Verb-Object*), porządkująca strukturę komunikatu informacyjnego, w którym podmiot występuje przed orzeczeniem zaś dopełnienie znajduje się na końcu zdania⁵⁹. W procesie informacyjnym nadawcy powinni oddzielać czystą informację (element obiektywny) od komentarza (element subiektywny), emitowaną wiadomość od reklamy⁶⁰. Zastosowanie wspomnianych reguł umożliwi nadawcom skuteczne eliminowanie *fake newsów* i hejtów. W odzyskaniu zaufania odbiorców pomoże im zrezygnowanie z usług trolli, hejterów, lamerów, botów⁶¹.

Dylematy. Twórcy produktów medialnych stają przed wieloma dylematami etycznymi, z którymi muszą się zmierzyć. Warto wymienić niektóre z nich. Z pewnością takim dylematem będzie konflikt między prawem do informacji, jakie ma społeczeństwo, a prawem do ochrony prywatnego życia człowieka, jego danych osobowych, dóbr osobistych. Dziennikarz musi się z tym problemem skonfrontować, zwłaszcza wtedy, gdy publicznie obnaża prywatne życie znanych osób, o których informacje pozyskał podstępem, przekupstwem, bezprawną inwigilacją. Nadawca musi też rozważyć społeczną stosowność tworzenia takich produktów medialnych

⁵⁹ Sunil Saxena, *Web Journalism 2.0* (New Delhi: Tata McGraw-Hill, 2012), 48-50.

⁶⁰ Janet Kolodzy, *Practicing Convergence Journalism: An Introduction to Cross-media Storytelling* (New York-London: Routledge, 2013), 182-183.

⁶¹ Marta Regina Jabłońska, „Język nienawiści w Internecie – podłoże, ewolucja i odpowiedzialność prawna”, *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Oeconomica* 326, nr 6 (2016): 68-69.

(satyra, karykatura, reklama), które naruszałyby kulturowe tabu, godziły w obyczajowość społeczeństwa, były przejawem braku szacunku dla tradycji, wartości, stylu życia mniejszości religijnych, kulturowych, etnicznych. Szczególnym problemem moralnym staje się prezentowanie przemocy, okrucieństwa, pornografii, przestępczości. Ważną, choć niedocenianą kwestię etyczną stanowi komercjalizacja informacji zdobywanych przez informatorów. Nadawca, w pogoni za *newsem*, często wywiera finansową presję na informatorze do tego stopnia, że przymusza go do pozaprawnych i nieetycznych zachowań⁶².

Zasady. Sami nadawcy muszą rozwiązać zasygnalizowane problemy i dylematy. Właściwych przesłanek do ich rozstrzygnięć może dostarczyć norma personalistyczna. „Norma ta jako zasada o treści negatywnej stwierdza, że osoba jest takim dobrem, z którym nie godzi się używanie, które nie może być traktowane jako przedmiot użycia i w tej formie jako środek do celu. W parze z tym idzie treść pozytywna normy personalistycznej: osoba jest takim dobrem, że właściwe i pełnowartościowe odniesienie do niej stanowi tylko miłość”⁶³. Norma personalistyczna definiuje dobroć i słuszność ludzkiego działania. A zatem moralnie godziwe będzie tylko takie działanie, które ma na względzie dobro osoby – adresata działania. Z tego względu nadawca jest zobowiązany wziąć pod uwagę osobę odbiorcy, jego przekonania, upodobania, kulturę, zainteresowania, potrzeby informacyjne⁶⁴. Nie może zapominać, że w całym procesie komunikacyjnym na początku znajduje się osoba – nadawca, na końcu zaś osoba – odbiorca⁶⁵.

Odbudowanie zaufania u odbiorców wymaga podjęcia przez środowisko nadawców odpowiedniej strategii. Przede wszystkim ich rolą jest informowanie a nie fabrykowanie wiadomości. Informując, powinni formować adresata medialnych produktów, rozwijać jego samoświadomość, działać dla każdego i z każdym⁶⁶. Jeśli media mają służyć dobru jednostek i społeczeństwa, wszyscy członkowie mediosfery muszą unikać dzielenia się słowami i obrazami deprecjonującymi drugiego człowieka, upowszechniającymi nienawiść i nietolerancję, eksploatującymi ludzi

⁶² Ewa Nowak, Karolina M. Cern, *Ethos w życiu publicznym* (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008), 101-106.

⁶³ Karol Wojtyła, *Miłość i odpowiedzialność*, wyd. 2 (Kraków: Wydawnictwo Znak, 1962), 24.

⁶⁴ Papieska Komisja do Środków Społecznego Przekazu, *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu „Communio et progressio”* (Watykan 1971), nr 39.

⁶⁵ Jan Paweł II, *Orędzie na XVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Społecznego Przekazu w służbie pokoju* (Watykan 1983), nr 6.

⁶⁶ Jan Paweł II, *List do rodzin z okazji Roku Rodziny „Gratissimam Sane”*, nr 20.

słabych, wrażliwych, niepełnosprawnych⁶⁷. Rolą nadawców jest nie tylko ujawnianie nieprawidłowości sfery publicznej i politycznej, lecz w równym stopniu pokonywanie barier nieufności społecznej przez inicjowanie pogłębionej debaty, dyskusji z udziałem szerokiej grupy odbiorców⁶⁸. Media powinny sprzyjać komunikacji konstruktywnej, odrzucając uprzedzenia wobec innych, promować kulturę spotkania⁶⁹. Twórcy medialni nie mogą służyć jednej grupie interesów przeciwko drugiej. Nie powinni być stroną konfliktów partyjnych, politycznych, biznesowych. Wymaga się od nich zrezygnowania z narracji dyskryminacyjnej, ksenofobicznej, nacjonalistycznej⁷⁰. W dobie obecnego kryzysu demokracji zachodniej obowiązkiem moralnym nadawcy staje się podejmowanie wszystkich możliwych działań, zmierzających do depolaryzacji społeczeństwa obywatelskiego.

O d b i o r c a. Zadania i obowiązki ciężące na odbiorcach są znacznie większe niż się powszechnie uważa. Odbiorca bowiem powinien rozróżniać i dokonywać odpowiedzialnego wyboru produktów medialnych, starać się je zrozumieć⁷¹. Nie może sobie pozwolić na „uśpienie” własnego zmysłu krytycznego. Musi być aktywnym odbiorcą produktów medialnych, umieć dostrzegać zawartą w nich prawdę i ewentualne manipulacje⁷². Właściwie interpretować podawane mu informacje. Oceniać je w zależności od źródeł pochodzenia i kontekstu. Dokonywać ich dokładnego wyboru i ostrożnego osądu. Uzupełniać otrzymane wiadomości innymi źródłami. Otwarcie wyrażać wobec nich aprobatę, zastrzeżenia lub dezaprobatę⁷³. Ludzie mediów nie mogą zapominać, że każdy odbiorca ma prawo wolnego dostępu do aktualnych, różnorodnych informacji. Im większy pluralizm medialny,

⁶⁷ Benedykt XVI, *Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie, nowe relacje. Krzewić kulturę poszanowania, dialogu i przyjaźni* (Watykan 2009).

⁶⁸ Jan Paweł II, *Orędzie na XXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Społecznego Przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju* (Watykan 1987), nr 4-8.

⁶⁹ Franciszek, *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Przekazujemy nadzieję i ufność w naszych czasach* (Watykan 2017).

⁷⁰ Jan Paweł II, *Orędzie na XXVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Społecznego Przekazu w służbie autentycznego pokoju w świetle „Pacem in terris”* (Watykan 2003), nr 4.

⁷¹ Sobór Watykański II, *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”* (Watykan 1963), nr 9.

⁷² Paweł VI, *Orędzie na VI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Masowego Przekazu w służbie prawdy* (Watykan 1972).

⁷³ Papieska Komisja do Środków Społecznego Przekazu, *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu „Communio et progressio”*, nr 82.

tym mniejsze prawdopodobieństwo, że obywatele ulegną populistycznej propagandzie.

5. Media wobec populizmu

Etos mediów, odnowiony i adekwatny do dzisiejszego stanu demokracji, może pomóc „mieszkańcom” mediosfery w polemice z populistami. Stosowana przez media dotychczasowa narracja wykluczenia i emocjonalnej krytyki populizmu nie przynosi efektów. Co więcej, wraz z jego krytyką rośnie społeczne poparcie dla partii populistycznych. Skoro medialne antypopulistyczne działania nie są w stanie obronić demokracji proceduralnej przed populizmem, oznacza to, że są one nieskuteczne. Spróbujmy jednak zaproponować niektóre sposoby zmierzenia się mediów z roszczeniami podnoszonymi przez populistów.

Wartości demokratyczne, którymi kierują się ludzie mediów, powinny ich skłonić do dialogu z populistami, nie zaś do ich wykluczania, do merytorycznej rozmowy o realnych problemach mieszkańców *polis*. Aby tak się stało, właściciele, nadawcy, dziennikarze, twórcy i odbiorcy mediów muszą porzucić stereotypy, uprzedzenia, powierzchowne opinie na temat populizmu. Niczego nie zmieni samozamartwianie się faktem, że społeczeństwo padło ofiarą populistów, nacjonalistów, neofaszystów, ksenofobii. Pogłębi to rosnącą przepaść, wykopaną przez populistów, między „prawdziwym narodem” a „niemoralnym establishmentem” do tego stopnia, że nikt już nie będzie w stanie przerzucić żadnego mostu ponad podziałami. Być może warto się wczytać w wypowiedzi populistów. Znaleźć zawarte w nich ziarna prawdy. Spojrzeć na populizm nie tylko jako na zagrożenie, lecz także jako na potencjalną korektę samej demokracji. Ma się bowiem wrażenie, że „liberalni technokraci” przestali odpowiadać na potrzeby, oczekiwania zwykłych obywateli⁷⁴. Partie populistyczne potrafiły natomiast nie tylko zgromadzić wokół siebie elektorat, kwestionujący dotychczasowy sposób uprawiania polityki, lecz także wprowadziły w obszar publicznego dyskursu kwestie i problemy społeczne, pomijane przez dotychczasowych decydentów.

Stosowana przez media strategia stygmatyzowania populistów i ich zwolenników przynosi odwrotny efekt. Wytykanie im wieku, prowincjonalności, braku wykształcenia, prawicowych poglądów, niższego statusu materialnego, społecznego nie mieści się w kanonach racjonalnego dyskursu. Dodatkowo, poważnym naruszeniem osobowej godności jest etykieto-

⁷⁴ Cas Mudde, Christóbal Rovira Kaltwasser, „Populism and (liberal) democracy: a framework for analysis”, w *Populism in Europe and the Americas: Threat Or Corrective for Democracy?* red. Cas Mudde, Christóbal Rovira Kaltwasser (New York: Cambridge University Press, 2012), 17.

wanie zwolenników populizmu jako osób załężnionych, niesamodzielnych, infantylnych, niezrównoważonych psychicznie, dysfunkcyjnych, społecznych, merkantylnych. Odwoływanie się w medialnym sporze z populizmem do argumentacji *ad hominem*, *ad personam*, *ad baculum*, *mutatio controversia* czy *ad auditorem* jest tylko zgrabną figurą erystyczną, stosowaną zresztą z powodzeniem przez populistów. Strategie erystyczne, same z siebie, niczego nie wyjaśniają. Nie wpływają na samoświadomość obywateli. Medialna kampania wykluczania populistów z demokratycznej agory, na której toczy się spór wokół wizji państwa, polityki, jej pryncypiów stanowi symptom intelektualnej bezradności wobec niekiedy słusznych roszczeń populizmu. Budowanie wokół populistów „kordonu sanitarnego”, polegającego na odmawianiu im prawa głosu w mediach, jest jedynie powielaniem populistycznej retoryki *à rebours*. Nieracjonalne, podszyte emocjami zabiegi antypopulistyczne, stosowane przez media, są w takim samym stopniu antypluralistyczne jak zachowania populistów. Co więcej, wykluczanie ich z debaty medialnej wzmacnia tylko wiarygodność partii populistycznych w oczach społeczeństwa.

Populistów należy krytykować za to, że stanowią poważne zagrożenie dla demokracji. Nie oznacza to jednak, że media nie powinny prowadzić z nimi dyskusji. Rozmawianie z populistami nie jest tożsame z mówieniem jak populiści. Ludzie mediów mogą przecież poważnie traktować podnieszone przez nich problemy, a zarazem nie zgadzać się ze sposobem ich definiowania i artykulacji. Krytykowanie populistów za wykluczanie kogośkolwiek ze wspólnoty narodowej nie może prowadzić do sytuacji, w której ludzie mediów przyznają sobie taką prerogatywę. Stojąc na straży demokratycznych wartości konstytucyjnych, nie mogą oni pozbawiać populistów statusu wolnych i równych im współobywateli. Muszą pamiętać, że także populiści mają niezbywalną godność osobową, są prawowitymi członkami społeczeństwa. Tak długo, jak przestrzegają demokratycznych procedur, działają w ramach obowiązującego prawa i zgodnie z prawem, tak długo ludzie mediów powinni utrzymywać z nimi kontakt. Co więcej, powinni podjąć pogłębioną refleksję nad postulatami podnoszonymi przez partie populistyczne. Być może warto się zastanowić, czy przypadkiem niektóre dezyderaty populizmu nie pomogłyby skorygować liberalnej demokracji. Chodzi przede wszystkim o zwrócenie uwagi na tych obywateli, których wartości, tożsamość, potrzeby są niedostatecznie reprezentowane w sferze publicznej. Populizm zmusza też mieszkańców demokratycznego *polis* do ponownego przemyślenia kwestii politycznej reprezentacji. Stawia pytania o kryteria przynależności do wspólnoty narodowej, politycznej. Zachęca do ponownego przyjrzenia się argumentom przemawiającym na korzyść

społeczeństwa pluralistycznego. Skłania do poszukiwania sposobów zaradzenia bolączkom tych obywateli, którzy popierają populizm.

Media nie powinny się od tych kwestii dystansować. Nie mogą też traktować elektoratu partii populistycznych jako ludzi „gorszej kategorii”, napędzanych frustracją, gniewem, rewanżyzmem. Jeśli media nie zmieniają dotychczasowego podejścia do populistów, niewykluczone, że jako pierwsze utworzą drogę populistycznemu autorytaryzmowi.

Bibliografia:

Abts Koen, Stefan Rummens. „Populism versus Democracy”. *Political Studies* 55, nr 2 (2007): 405–424.

Arato Andrew. „Political Theology and Populism”. *Social Research* 80, nr 1 (2013): 143-172.

Benedykt XVI. *Orędzie na 43. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Nowe technologie, nowe relacje. Krzewić kulturę poszanowania, dialogu i przyjaźni*. Watykan 2009.

Betz Hans-Georg. „The Growing Threat of the Radical Right”. W *Right-Wing Extremism in the Twenty-First Century*, redakcja Peter H. Merkl, Leonard Weinberg, 74-93. London: Frank Cass, 2003.

Canovan Margaret. „Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy”. *Political Studies* 47, nr 1 (1999): 2-16.

Chmaj Marek. „Suwerenność”. W *Encyklopedia politologii*, t. 1, redakcja Wojciech Sokół, Marek Żmigrodzki, 277-278. Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze, 1999.

De la Torre Carlos. *Populist Seduction in Latin America*. Athens: Ohio University Press, 2010.

Drózd Michał. *Logos i ethos mediów. Dyskurs paradygmatyczny filozofii mediów*. Tarnów: Wydawnictwo Biblos, 2005.

Franciszek. *Orędzie na 50. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Komunikacja i miłosierdzie – owocne spotkanie*. Watykan 2016.

Franciszek. *Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Przekazujemy nadzieję i ufność w naszych czasach*. Watykan 2017.

Gackowski Tomasz, „What power resides in the mass media? Typology of media’s power”. *Politické Vedy* 17, nr 4 (2014): 109-141.

Galhinsky Michael. „Framing a Rights Ethos: Artistic Media and the Dream of a Culture without Borders”. W *Media, Mobilization, and Human Rights. Mediating Suffering*, redakcja Tristan Anne Borer, 67-95. London: Zed Books, 2012.

Guibernau Montserrat. *Migration and the rise of the radical right. Social malaise and the failure of mainstream politics*. London: Policy Network, 2011.

Gu Lion, Vladimir Kropotov, Fyodor Yarochkin. *The Fake News Machine. How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. Dublin: TrendLabs, 2017.

Hadiz Vedi R., Angelos Chryssogelos. „Populism in world politics: A comparative cross-regional perspective”. *International Political Science Review* 38, nr 4 (2017): 399-411.

Instytut Monitorowania Mediów. *Wizja świata. Emocje wyzwolone. Badanie zawartości głównych wydań Panoramy, Wiadomości, Faktów, Wydarzeń w listopadzie 2010 r.* Warszawa: IMM, 2011. https://www.imm.com.pl/sites/default/files/raporty/wizja_swiatea_emocje_wyzwolone_raport_imm.pdf_0.pdf.

Jabłońska Marta Regina. „Język nienawiści w Internecie – podłoże, ewolucja i odpowiedzialność prawna”. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica* 326, nr 6 (2016): 67-79.

Jakubowicz Karol. „From PSB to PSM: A New Promise for Public Service Provision in the Information Society”. W *Media Freedom and Pluralism. Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*, redakcja Beata Klimkiewicz, 193-228. Budapest-New York: Central European University Press, 2010.

Jakubowicz Karol. *Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 2013.

Jan Paweł II. *Orędzie na XVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Społecznego Przekazu w służbie pokoju*. Watykan 1983.

Jan Paweł II. *Orędzie na XXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Społecznego Przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju*. Watykan 1987.

Jan Paweł II. *List do rodzin z okazji Roku Rodziny „Gratissimam Sane”*. Watykan 1994.

Jan Paweł II. *Orędzie na XXVII Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Społecznego Przekazu w służbie autentycznego pokoju w świetle „Pacem in terris”*. Watykan 2003.

Janowski Karol Boromeusz. „Pluralizm polityczny”. W *Encyklopedia politologii*, t. 1, redakcja Wojciech Sokół, Marek Żmigrodzki, 224-225. Kraków: Kantor Wydawniczy Zakamycze, 1999.

Jansens Robert S. „Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism”. *Sociological Theory*, nr 29 (2011): 75-96.

Jupowicz-Ginalska Anna. *Marketing medialny*. Warszawa: Wydawnictwo Difin, 2010.

Kaltwasser Cristóbal Rovira. *Populism vs. Constitutionalism? Comparative Perspectives on Contemporary Western Europe, Latin America, and the United States*. Oxford: The Foundation for Law, Justice and Society, 2013. <http://www.fljs.org/sites/www.fljs.org/files/publications/Kaltwasser.pdf>.

Kolodzy Janet. *Practicing Convergence Journalism: An Introduction to Cross-media Storytelling*. New York-London: Routledge, 2013.

Kranich Nancy. *The Information Commons: A Public Policy Report*. New York: University School of Law, 2004.

Król Marcin. *Jaka demokracja?* Warszawa: Wydawnictwo Agora, 2017.

Lefort Claude. *Democracy and Political Theory*. Tłumaczenie David Macey. Cambridge: Polity, 1988.

Mudde Cas, Christóbal Rovira Kaltwasser. „Populism and (liberal) democracy: a framework for analysis”. W *Populism in Europe and the Americas: Threat Or Corrective for Democracy?* redakcja Cas Mudde, Christóbal Rovira Kaltwasser, 1-26. New York: Cambridge University Press, 2012.

Müller Jan-Werner. *Co to jest populizm?* Tłumaczenie Michał Sutowski. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2017.

Noris Pippa. *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Wyd. 2. Cambridge UK: Cambridge University Press, 2003.

Nowak Ewa, Karolina M. Cern. *Ethos w życiu publicznym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2008.

Oniszczyk Zbigniew. „Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnych relacji”. *Studia medioznawcze* 47, nr 4 (2011): 11-21.

Pamuk Orhan (w rozmowie z Michałem Nogasiem). „Ojciec, walizka i droga do Nobla”. *Gazeta Wyborcza. Magazyn świąteczny*, 2-3 września 2017, 4-7.

Pandelea Sabina, Robert Mieczkowski. „From local clientelism to populism – the case of Radu Mazăre”. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, Sectio K* 22, nr 1 (2015): 23-29.

Papieska Komisja do spraw Środków Społecznego Przekazu. *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu „Communio et progressio”*. Watykan 1971.

Papieska Rada do spraw Społecznego Przekazu. „*Aetatis nova*”. *Instrukcja duszpasterska o przekazie społecznym w dwudziestą rocznicę ogłoszenia Instrukcji „Communio et progressio”*. Watykan 1992.

Papieska Rada do spraw Społecznego Przekazu. *Etyka w środkach społecznego przekazu*. Watykan 2000.

Paweł VI. *Orędzie na VI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu. Środki Masowego Przekazu w służbie prawdy*. Watykan 1972.

Piontek Dorota. „The tabloidization of political discourse: The Polish case”. *Central European Journal of Communication* 4, nr 2 (2011): 275-292.

Piontek Dorota. *Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Tabloidyżacja informacji o polityce*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, 2011.

Plattner Marc F. „Populism, pluralism, and liberal democracy”. *Journal of Democracy* 21, nr 1 (2010): 81-92.

Posyłek Małgorzata. „Nowe oblicze polityki w mediach – tabloidyżacja, infotainment, politainment i kreowanie faktów”. *Studia Socialia Cracoviensia* 13, nr 2 (2015): 145-157.

Priester Karin. *Rechter und linker Populismus. Annäherung an ein Chamäleon*. Frankfurt-New York: Campus Verlag, 2012.

Przybylski Henryk. *Politologia. Zarys problematyki*, wyd. 2. Katowice-Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”, 2004.

Raban Ofer. „Racjonalizacja polityki: o związku między demokracją a rządami prawa”. *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* 76, nr 4 (2014): 21-39.

Saxena Sunil. *Web Journalism 2.0*. New Delhi: Tata McGraw-Hill, 2012.

Sobór Watykański II. *Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli „Inter mirifica”*. Watykan 1963.

Sutor Bernhardt. *Etyka polityczna. Ujęcie całościowe na gruncie chrześcijańskiej nauki społecznej*. Tłumaczenie Alojzy Marcol. Warszawa: Wydawnictwo Kontrast, 1994.

Swalbe Christina. „Change of Media, Change of Scholarship, Change of University: Transition from the Graphosphere to a Digital Mediosphere”. W *Mashup Cultures*, redakcja Stefan Sonvilla-Weiss, 178-188. Vienna: Springer, 2010.

Sylwestrzak Andrzej. „Władza trzecia »neutralna«”. *Zeszyty Prawnicze UKSW* 11, nr 4 (2011): 30-65.

Urbibati Nadia. „A Revolt against Intermediary Bodies”. *Constellations* 22, nr 4 (2015): 477-486.

Volek Jaromír. „Niezamierzone skutki »komunikacyjnej ideologii« w kontekście społeczeństwa informacyjnego”. W *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych. W drodze do wolności słowa i mediów*, redakcja Bogusława Dobek-Ostrowska, 37-60. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2006.

Weyland Kurt. „The Threat from the Populist Left”. *Journal of Democracy* 24, nr 3 (2013): 18-32.

White Jonathan, Lea Ypi. „On Partisan Political Justification”. *American Political Science Review* 105, nr 2 (2011): 381-396.

Wojtyła Karol. *Miłość i odpowiedzialność*. Wyd. 2. Kraków: Wydawnictwo Znak, 1962.

Etos mediów w dobie populizmu

STRESZCZENIE

Państwa zachodniej demokracji znalazły się obecnie w stanie kryzysu, m.in. za sprawą populizmu. Populizm jednak nie przyszedł znikąd. Od dawna żył w cieniu demokracji. Koincydencja różnych czynników sprawiła, że wyszedł on na światło dzienne, niespodziewanie uzyskując społeczną akceptację w państwach narodowych. Popularność partii populistycznych stała się na tyle powszechna, że niektórzy określają dzisiejszą epokę „wiekiem populizmu”. Na sukces populistów wpłynęła nie tylko ich manipulacyjna retoryka, lecz także nieadekwatna reakcja mediów. Stosowana przez nie narracja wykluczenia i emocjonalnej krytyki populizmu okazała się nieskuteczna, przyczyniając się tym samym do wzrostu społecznego poparcia dla partii populistycznych. Prezentowany artykuł próbuje zredefiniować relację mediów do populizmu. Kluczową rolę w tym procesie może odegrać etos mediów, adekwatny do obecnej sytuacji. Jego komponenty zależą w dużej mierze od zrozumienia istoty samego populizmu oraz specyficznej roli, jaką media odgrywają w demokratycznym państwie prawnym. Tym kwestiom zostały poświęcone trzy pierwsze części artykułu: 1. *Demokratyczne fundamenty*; 2. *Mikrofizyka populizmu*; 3. *Mikrofizyka mediów*. Na wstępie przypomniano podstawowe założenia demokracji liberalnej. Zrekonstruowano obraz dzisiejszego populizmu. Przedstawiono specyfikę mediów, funkcjonujących w wielopozio-

mowej mediosferze. W dalszej części (4. *Adekwatny etos*) wskazano na te elementy etosu mediów, które pomogłyby mieszkańcom mediosfery zmierzyć się z roszczeniami, podnoszonymi przez populistów wobec demokracji. Na zakończenie (5. *Media wobec populizmu*) zaprezentowano niektóre sugestie, mogące pomóc ludziom mediów w sporze z populistami.

Słowa kluczowe: populizm, media, demokracja, etos mediów, personalizm chrześcijański

Media in the Age of Populism

SUMMARY

Western democracies are now in a state of crisis i.a. due to populism. Populism, however, did not come out of nowhere. It has long lived in the shadow of democracy. The coincidence of various factors made it come to light, unexpectedly gaining social acceptance in nation-states. The popularity of populist parties has become so widespread that some describe contemporary epoch as “the age of populism”. The success of the populists was influenced not only by their manipulative rhetoric, but also by the inadequate reaction of the media. The narrative of the exclusion and emotional critique of populism proved to be ineffective, thus contributing to increased social support for populist parties.

The article attempts to redefine media relations to populism. The ethos of the media which is relevant to the present situation plays a key role. Its components depend largely on the understanding of the essence of populism itself and the specific role that the media play in a democratic state. The first three parts of the article are devoted to the following issues: 1. Democratic Foundations, 2. Microphysics of Populism, 3. Microphysics of Media. At first, the basic assumptions of liberal democracy were recalled. The image of today’s populism has been reconstructed. The specifics of the media, functioning in a multi-level media sphere. In the next section (4. Appropriate ethos), those elements of the ethos of the media were pointed out which would help the inhabitants of the media sphere deal with the claims posed by populists in the face of democracy. In the end (5. Media regarding Populism), some suggestions were made to help media people deal with populist disputes.

Keywords: populism, media, democracy, media ethos, Christian personalism