

Lucyna SZOT

Uniwersytet Wrocławski

ORCID ID: 0000-0001-5045-3276

Między wolnością a upolitycznieniem mediów publicznych

Streszczenie: Zjawisko polityzacji mediów publicznych w Polsce, stanowi istotne zagrożenie dla ich niezależności. Media publiczne odgrywają zasadniczą rolę w zakresie reprezentacji interesów społecznych m.in. różnorodność, niezależność oraz rzetelność i kompletność informacji. Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną i kształtuje społeczeństwo obywatelskie. Obowiązek realizacji misji społecznej przez media publiczne wynika z treści ustawy o radiofonii i telewizji. Wobec zjawiska komercjalizacji i polityzacji, w rzeczywistości brak materialnych gwarancji realizacji misji społecznej. Media publiczne umożliwiają legitymizację medialną polityków, co zderza się z niezależną pozycją organizacji medialnych. Tendencja uwolnienia się mediów od jakiejkolwiek politycznej kontroli, pozostaje w sprzeczności z tendencją do wywierania wpływu przez polityków na zawartość mediów (polityzacja mediów).

Rzeczpospolita Polska jest demokratycznym państwem prawnym. W sferze komunikowania społecznego fundamentalne jest prawo do wolności prasy i wolności słowa. Zasadniczą rolę w zakresie reprezentacji interesów społecznych odgrywają autonomiczne media publiczne i niezależni dziennikarze.

Artykuł stanowi wprowadzenie do analizy związanej z mechanizmami nadmiernego upolitycznienia mediów publicznych w Polsce. Autorka posługuje się podejściem normatywnym oraz metodą badań empirycznych ilościowych – kwestionariusza anonimowego przeprowadzonego wśród dziennikarzy mediów regionalnych. Podstawowym celem badawczym jest analiza uwarunkowań niezależności mediów publicznych i dziennikarzy w Polsce, w kontekście procesu polityzacji.

Konstytucyjne deklaracje wolności prasy nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistości, w szczególności w odniesieniu do mediów publicznych. Obecny status prawny i finansowy mediów publicznych skazuje z góry ich organy, na uzależnienie polityczne i balansowanie pomiędzy realizacją misji a koniecznością osiągnięcia zysków.

Słowa kluczowe: komunikowanie polityczne, polityka, media publiczne, niezależność, wolność prasy, misja publiczna, polityzacja mediów

Wstęp

Związek mediów z polityką od zawsze postrzegano jako konfliktogenny. Szczególnie w mediach publicznych w Polsce uwidacznia się zasadnicza sprzeczność pomiędzy: bezstronnością a stronniczością, wymogami kreatywności i krytycyzmu a specjalizacją i rutynizacją pracy, interesami właściciela a obywatelskim prawem do wolności słowa, płaceniem za jakość pracy lub produktu a płaceniem za czas pracy itd. Polaryzacja pól widzenia i wszystkie te sprzeczności tkwią w samej istocie działalności nadawczej. Zjawisko polityzacji i komercjalizacji i warunki ekonomiczne, w jakich się dokonują owe procesy, skutkują pauperyzacją zawodu dziennikarza.

Ramy teoretyczne analizy określa idea „globalnej wioski” Marshalla McLuhana (McLuhan, Powers, 1989) (elektronicznej i cyfrowej publiczności), jako współczesnej wersji greckiego polis i audytorium, poinformowanego w sposób jak najbardziej aktual-

ny i obiektywny o biegu wydarzeń politycznych. Informacja polityczna w mediach jest wszechobecna. Codziennie dostępne jest szerokie spektrum różnorodnych ofert informacyjnych: wiadomości, serwisy informacyjne, raporty na temat tła wydarzeń, analizy oraz komentarze w czasopiśmie, programach publicystycznych, Internecie, serwisach *online*. Jednak ta szeroka i różnorodna oferta informacyjna nie przekłada się na lepsze poinformowanie obywateli o kwestiach politycznych oraz ich większą kompetencję polityczną. Niski jest poziom profesjonalizmu mediów publicznych, w zakresie rzetelności informacji – sposobu umożliwiania, stymulowania, hamowania lub modyfikowania aktywności politycznej i uczestnictwa w procesach politycznych. Natomiast zauważalna jest rosnąca dominacja polityczna mediów. Służebna rola komunikowania masowego w procesie politycznym ulega ciągłym przeobrażeniom, w kierunku odejścia od ich tradycyjnej roli informacyjnej do zawężonej sfery komunikacyjnej i rozrywkowej. Takie są skutki mediatyzacji polityki przez komunikowanie masowe. Władza (wręcz supremacja) mediów i zależność polityki od mediów – jest krytykowana w kontekście legitymizacji tej władzy. Dlatego zasadne są pytania dotyczące struktury właścicielskiej i statusu dziennikarzy, co skorelowane jest z kształtowaniem linii programowej redakcji. Współczesne uwarunkowania władzy mediów ukazują tzw. behawioryści m.in. Richard Laitinen i Richard Rakos, którzy w krytycznym ujęciu współczesnej propagandy¹ dowodzą, że na jej skuteczność wpływają trzy czynniki: publiczność uwikłana w szkodliwy tryb życia (gorzej poinformowana i mniej zaangażowana politycznie), wykorzystanie złożonych procedur badania opinii publicznej (których rezultaty służą propagandyście do zwiększania wpływu) i łączenie przedsiębiorstw medialnych w mega konglomeraty (Laitinen, Rakos, 1997, s. 237–239). Dzięki tym trzem czynnikom potężne elity biznesowe i rządzące zyskują – przy nieświadomości społeczeństwa – olbrzymią władzę. Przeciętny odbiorca nie jest w stanie odróżnić rzeczywistych codziennych wydarzeń politycznych od wirtualnie przetworzonych w mediach przekazów dnia, a także dokonać ich analizy. Aktorzy sceny politycznej reagują na rozwój wpływów medialnych, wykorzystując narzędzia marketingu politycznego, *public relations*, formę teatralizacji życia społecznego (inscenizację wydarzeń i tematów). Dotychczasowa propaganda, dzisiaj przybiera formę reklamy politycznej czy politycznego PR, upodabniając się do mechanizmów marketingu komercyjnego. Powszechne jest wykorzystywanie komercyjnych badań empirycznych i analiz w dotarciu do wyborcy. Powszechny jest udział specjalistów z zakresu PR w planowaniu kampanii wyborczych oraz inicjowaniu przekazów w mediach na jej temat. W taki sposób powstaje wrażenie poinformowania (w oparciu o upubliczniony wycinek rzeczywistości politycznej), a w przekazie medialnym rozgrywa się polityczna inscenizacja.

W kontekście polityzacji mediów – instrumentalnego traktowania mediów przez elity władzy, istotnymi stają się unormowania prawne danego systemu politycznego. Poza tymi wymogami system może mieć dowolną strukturę i układ zależności. Praktyka odrzuca na ogół skrajności, co oczywiście nie pozbawia sensu pytania o to, w jakim kierunku powinien zmierzać system wolności mediów w Polsce (liberalizm bowiem został zakwestionowany), jakie są medialne uwarunkowania kontroli władzy (jaka jest treść tworzonego prawa mediów). Aktualnie, wobec deprecjacji zawodowej dziennikarstwa in-

¹ Nowoczesna propaganda według autorów oznacza „kontrolę zachowania przez manipulację za pomocą mediów”.

formacyjnych i publicystów, pytania o sens i znaczenie komunikowania politycznego zyskują na znaczeniu. Opinia publiczna ma coraz mniej możliwości dotarcia do rzetelnej informacji. Nadmiernie upolitycznione media publiczne nie realizują misji pluralizmu światopoglądowego, nie spełniają swojej ustawowej roli informacyjnej i edukacyjnej (Kucharski, 2019, s. 96)²; także w kontekście uzależnienia ekonomicznego od władzy politycznej (Kucharski, 2019, s. 99)³.

Poniższa analiza stanowi próbę oceny korelacji mediów publicznych i polityki: polityzacji mediów publicznych i funkcji kontrolnej władzy przez media. Podstawowym celem badawczym jest analiza uwarunkowań niezależności mediów publicznych i dziennikarzy w Polsce, w kontekście procesu polityzacji. W polskiej rzeczywistości granice narzucone wolności mediów przez politykę władz, prawo, warunki ekonomiczne – nie były nigdy stałe. Zmieniały się one wraz ze zmianą zasad ustrojowych państwa, polityki rządzących, ekonomicznych warunków rozwoju itp. Po 1989 roku zakreślając liberalne fundamenty wolności: wolna konkurencja, kontrola władz państwowych, wolność słowa, rządy prawa – droga ku rządowi prawa, miała uniemożliwić przemianę systemu demokratycznego w autorytarny. Ramy artykułu nie pozwalają na wnikliwą analizę uwarunkowań politycznych, wpływających na zmianę funkcji mediów publicznych po 2015 roku. Jednak przedstawienie istotnych uwarunkowań systemowych, pozwoli na konkluzje związane z potrzebą mechanizmów kontrolnych i demokratycznych instytucji, ograniczających zarówno zapędy władzy politycznej, jak i ograniczających liberalną wolność mediów (najpełniej korzystających z tej wolności struktur właścicielskich), czy grup interesów. W poszukiwaniu idealnego modelu równowagi rodzi się – na tle sprzeczności interesów uczestników medialnej debaty publicznej – coraz więcej kontrowersji o kształt mediów publicznych i ich polityczną rolę.

W polskim systemie medialnym polityzacja mediów publicznych pogłębia się, począwszy od ukonstytuowania się Rady Mediów Narodowych i zmiany zarządów i rad nadzorczych w mediach publicznych⁴. Należałoby wstępnie założyć, iż mniej istotne jest to, czy media publiczne faktycznie mają władzę; o wiele istotniejsze jest to, czy powszechnie się w Polsce przyjmuje, że ją mają. Jeśli tak jest, to odbiorcy zachowują się tak, jakby media te posiadały władzę polityczną. A to – ujmując kwestię polityzacji mediów w uproszczeniu – jest w skutkach jednoznaczne z faktyczną władzą tych mediów. Aktorzy sceny politycznej wykorzystują mechanizmy marketingowe, z udziałem mediów. Z drugiej strony media ingerują w procesy polityczne i mają wpływ na zmianę struktur politycznych (co w zasadzie nie było w polskim systemie medialnym przedmiotem badań). Nauce o komunikowaniu społecznym obce są zarówno problematyka, jak i kategorie badań politologicznych. Nauki polityczne natomiast rzadko uwzględniają aspekty komunikowania masowego i badania z tego zakresu.

² Uwarunkowana decyzją polityczną Rady Ministrów ostatnia pomoc publiczna w wysokości 1,26 miliarda zł tytułem rekompensaty za niezapłacony abonament za dwa lata (2018 i 2019), może stanowić niedozwoloną pomoc publiczną.

³ Pogląd Juliusza Brauna: „[...] wielkość pomocy publicznej dla mediów publicznych nie została racjonalnie uzasadniona – uruchomiono system, w którym funkcjonowanie telewizji publicznej jest uzależnione od decyzji politycznej”.

⁴ Rada Mediów Narodowych jest organem kolegialnym utworzonym w 2016 r. powołującym i odwołującym zarządy i rady nadzorcze Telewizji polskiej, Polskiego radia oraz Polskiej Agencji Prasowej.

Niniejsza analiza obejmuje wybrane pola badawcze, związane z uporządkowaniem pojęć i uwarunkowaniami niezależności mediów i dziennikarzy, w kontekście polityzacji mediów publicznych. Merytoryczne treści opierają się na analizie normatywnej dostępnych danych, badaniach empirycznych ilościowych i jakościowych autorki⁵ (wieloletniej obserwacji uczestniczącej w radiu publicznym Wrocław S.A.⁶).

Pojęcie wolności słowa i mediów

Istotą wolności politycznej jest nie tylko proces stanowienia prawa za pośrednictwem swoich przedstawicieli, ale przede wszystkim mechanizm kontroli i ograniczenia władzy. Jak trafnie to wyraził John Stuart Mill „wolność – samorząd [...] nie oznacza, że każdy rządzi sobą, lecz że każdym rządzą wszyscy pozostali” (Mill, 1959, s. 120). Od XVIII-wiecznej Anglii, stopniowo system oparty na rządach prawa przekształcił się w system, którego jądro stanowią rządy ustawodawców. Przekształcenie prawa w działalność ustawodawczą, zaś działalności ustawodawczej w rządy legislatury wymaga istnienia mechanizmów powściągnięcia i równowagi. Z perspektywy politologicznej wolność mediów kwalifikuje się jako publiczne prawo o charakterze „negatywnym”, któremu odpowiada ogólny obowiązek państwa nienaruszania swobody ich działania. Oznacza to, że ostatecznie o zakresie wolności mediów decyduje system prawny państwa. On to bowiem zakreśla jej granice, wskazując na ograniczenia i sposoby korzystania, a także ustanawia prawne jej gwarancje.

W ciągu wieków prawo służyło jako skuteczne ograniczenie arbitralnej władzy. Obecne ustawodawstwo w Polsce po 2015 roku może przestać być już takim zabezpieczeniem. Dziś prawdziwym staje się stwierdzenie odwrotne: to klasa polityczna podtrzymuje prawną ochronę praw mediów, grup społecznych i jednostki. Prawo bowiem uległo redukcji do prawa ustawowego, związanego z polityką państwa. Instrumentalne traktowanie prawa przez polityków, stanowi istotne zagrożenie dla każdej sfery wolności i systemu demokracji. Przykładem jest aktualny system finansowania mediów publicznych, całkowicie uzależniony od decyzji politycznych. W powyższym kontekście istotne jest miejsce zajmowane przez media niezależne od ingerencji państwa, w zasadniczych debatach intelektualnych naszych czasów. Nie mniej istotnym wyzwaniem dla badaczy systemów medialnych, są zagrożenia rynkowe i technologiczne, w kontekście globalizacji.

W polskim systemie prawnym (w sferze deklaratywnej) istnieją unormowania związane z prawem do wolności słowa i wolności mediów. Fundamentem wszystkich wolności prasowych jest *wolność słowa* jako podstawowe prawo człowieka. Wolność słowa to wolność informacji i wyrażania swych poglądów (art. 54 Konstytucji RP). Obywatelską wolność słowa w rzeczywistości realizują niezależni dziennikarze (np. dziennikarze śledczy).

⁵ Badania ilościowe zostały zrealizowane w środowisku dziennikarzy wrocławskich redakcji informacyjnych w okresie od kwietnia 2011 r. do marca 2012 r. technika – anonimowego kwestionariusza, próba 106 dziennikarzy.

⁶ Autorka w charakterze radcy prawnego obsługiwała radio publiczne Wrocław S.A. w latach 2007–2018, uczestnicząc w procesach transformacji.

Od lat podejmowane są w literaturze próby zdefiniowania pojęcia wolności słowa i prasy. Rodowodu pojęcia wolności prasy należy szukać w koncepcji *wolności myśli*. Jest to pojęcie nadrzędne, z którego wypływa wolność przekonań [...] (Michalski, 1998, s. 9). Istotnymi składnikami tej wolności są prawa do wyrażania poglądów politycznych, kultywowania tradycji narodowych i wyznawania religii (Sobczak, 2000, s. 39). „*Wolność przekonań* [...] wymaga wolności wypowiedzi, w tym sensie, że wolność myśli i wolność przekonań mogą znaleźć uzewnętrznienie tylko w przypadku istnienia wolności wypowiedzi. *Wolność wypowiedzi* to pojęcie szersze od pojęcia wolności słowa, oznacza każdą prezentację poglądów, każde ich uzewnętrznienie w sposób widoczny dla innych (słowem, gestem, obrazem itp.)” (Szot, 2003, s. 40).

W literaturze podkreśla się, że wolność wypowiedzi w sferze publicznej ma szczególne znaczenie w postaci wolności prasy (Lech, 1993, s. 11–12). Z wolności wypowiedzi wypływa prawo wyboru formy, w jakiej ta wypowiedź zostanie dokonana, co oznacza między innymi możliwość publikacji. Jedną z takich form publikacji jest nadawanie programu (emisja). *Wolność prasy* jest więc pochodną wolności publikowania w ogóle i dotyczy działalności wszystkich periodycznych środków komunikowania społecznego, niezależnie od stopnia ich aktualnego rozwoju (Barta, Dobosz, 1989, s. 15). *Wolność prasy* to przede wszystkim prawo do nieskrępowanego wydawania gazet i czasopism, do prowadzenia swobodnej polityki wydawniczej i kolportażu (wolność nadawania programu). To zasadniczo, wolność właścicieli (wydawców) – tych, którzy media posiadają i decydują o ich orientacji.

Wbrew pozorom wolność dziennikarzy ma więcej wspólnego z wolnością słowa niż wolnością prasy. Z prawa do wolności słowa (dostępu do informacji publicznej) dziennikarz korzysta znacznie częściej niż inni. Te trzy wolności przenikają się, a nawet warunkują, ale też czasem występują między nimi różnice czy wręcz konflikty. Dopiero na poziomie podmiotów złożonych i procesów zachodzących w systemie politycznym, uwidacznia się rola mediów i znaczenie ich niezależności – jako równoważnika systemu politycznego. Zatem podstawowa różnica – często bagatelizowana – pomiędzy wolnością słowa i prasy (mediów) dotyka sfery życia zbiorowego i polityki (Szot, 2003, s. 38). Bez materialnych gwarancji prawa do informacji publicznej, zasada jawności życia publicznego i transparentności władzy pozostanie iluzoryczna.

Wolność mediów publicznych oznacza prawo do nieskrępowanego nadawania programu (tj. swobodnego procesu wprowadzenia na antenę oraz transmisję przekazu radiowego i telewizyjnego przez daną stację). Liczne ograniczenia w sferze emisji, wskazują na możliwość oddziaływania na stacje m.in. poprzez koncesjonowanie działalności, kontrolę zawartości materiałów czy też ograniczenia źródeł finansowania. Media wolne (w wielkim uproszczeniu) to niezależne od władzy, od nacisków zewnętrznych, od jakiegokolwiek formy cenzury (wolność „od⁷”). Jak słusznie podkreśla Tomasz Goban-Klasa za George Gerbnerem – „istota problemu wolności prasy nie sprowadza się do pytania – czy istnieje wolność czy zależność prasy” i w jaki sposób prawnie jest gwarantowana.

⁷ Od M. Lutra bierze początek – rozwinięte przez G. W. F. Hegla – rozróżnienie między „wolnością od czegoś” tzw. wolność negatywna a „wolnością do czegoś” tzw. wolność pozytywna. Wolność negatywna jest szczególnie eksponowana w doktrynie klasycznego liberalizmu politycznego i ekonomicznego oraz jego współczesnych odmianach (neoliberalizm, libertarianizm, niektóre nurty konserwatyzmu).

Nigdy bowiem nie było i nie będzie prasy całkowicie wolnej, choć bywa całkowicie zależna. Kontrola i zależność prasy jest oczywista. Zasadniczym jest problem: „przez kogo, w jakim zakresie i w jaki sposób prasa jest kontrolowana” (wolność negatywna) (Goban-Klas, 2004, s. 267). Ujęcie wolności w sensie negatywnym oznacza wolność od zewnętrznych oddziaływań podmiotów polityki czy przedstawicieli Skarbu Państwa (jako właściciela). Fundamentalną rolę odgrywają ograniczenia ekonomiczne i technologiczne.

Niezależność mediów publicznych nie jest jedynym rodzajem wolności, nie jest też koniecznie wolnością, którą powinniśmy najwyżej cenić. Jest to jednak wolność podstawowa w sferze komunikacji społecznej, ze względu na szczególne funkcje – misję publiczną. Artykuł 21 ustawy o radiofonii i telewizji nakazuje: „sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej, umożliwić obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym poprzez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli i krytyki społecznej” (Ustawa z 29 grudnia 1992, art. 21 ust. 1).

Obok aspektu negatywnego wolność to także coś pozytywnego – w kategoriach władzy i szans. Jak się wydaje jest to zdolność do sprawowania władzy, realizacji szans. Zatem należy podkreślić, iż wolność mediów publicznych jednocześnie wymaga afirmacji, zakłada ich aktywność w sferze informacyjnej, edukacyjnej i rozrywkowej. Istotną staje się kwestia wolności polegającej na dostępie do środków działania. Jest to kwestia materialnych uwarunkowań funkcjonowania mediów jako tzw. czwartej władzy. Z funkcji informacyjnych i kontrolnych media publiczne, w szczególności po 2015 roku przestały się wywiązywać. Istotą funkcji kontrolnej mediów publicznych jest nie tylko swobodna emisja w ramach materialnych gwarancji, ale przede wszystkim realny mechanizm kontroli i ograniczania władzy i podmiotów gospodarczych. Jest to swoista funkcja równoważnika systemu politycznego, opierająca się na medialnej kontroli społecznej i transparentności instytucji demokratycznych w państwie.

Wolność mediów publicznych w polskim systemie prawnym

Ostatecznie o zakresie wolności mediów decyduje system prawny państwa i uwarunkowania rynkowe. One to bowiem zakreślają jej granice, wskazując na ograniczenia i sposoby korzystania, a także ustanawiają prawne i materialne jej gwarancje.

Obecna Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej zawiera dwa podstawowe dla *wolności prasy* przepisy: art.14 i 54. Dyspozycja art.14 określa: „Rzeczpospolita Polska zapewnia wolność prasy i innych środków społecznego przekazu” (Konstytucja RP z 2 kwietnia 1997, art. 14). Ustawodawca konstytucyjnie zagwarantował instytucjonalną wolność prasy⁸. Artykuł 54 stanowi: „1. Każdemu zapewnia się wolność wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji, 2. Cenzura prewencyjna środków społecznego przekazu oraz koncesjonowanie prasy są zakazane. Ustawa może wprowadzić obowiązek uprzedniego uzyskania koncesji na prowadzenie stacji radiowej lub telewizyjnej” (Konstytucja RP, art. 54). Ustawodawca przyjął sze-

⁸ Pojęcie prasy obejmuje wszelkie środki masowego komunikowania, w tym media elektroniczne.

roko rozumianą wolność słowa i druku, także sformułowano zakaz koncesjonowania prasy. Wyjątkiem jest konstytucyjna możliwość wprowadzenia koncesji na prowadzenie stacji radiowych i telewizyjnych. Zatem dopuszczono odmienność prawnego traktowania poszczególnych mediów (Boć, 1998, s. 106).

W polskim systemie prawnym definicję *wolności prasy* znajdujemy w ustawie z dnia 28 stycznia 1984 r. Prawo Prasowe. W pierwszym artykule zawarta jest deklaracja: „Prasa ... korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli krytyki społecznej” (Ustawa z 28 stycznia 1984, art. 1).

Szczególną rolę w polskim systemie reglamentacji wolności prasy ma pełnić Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. Artykuł 213 ust. 1 Konstytucji stanowi: „Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stoi na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji”. Sprawowana przez Krajową Radę – deklaratywna ochrona wolności słowa, prawa do informacji i interesu publicznego obejmuje radiofonię i telewizję, przy współdziałaniu upolitycznionego organu – Rady Mediów Narodowych. W rzeczywistości organy te nie są zdolne do uruchomienia jakichkolwiek mechanizmów kontrolnych, związanych z bezstronnością, obiektywizmem i wysoką jakością nadawanych programów. Upolityczniona rola mediów publicznych, angażujących się w po stronie rządu w konflikcie z opozycją, spowodowała obniżenie ich prestiżu i wiarygodności.

Istnieje potrzeba uruchomienia dodatkowych mechanizmów kontrolnych wewnątrz-redakcyjnych, związanych z przesłankami profesjonalizmu zawodowego dziennikarzy, w tym dokumentowanie faktów (gromadzenie dowodów źródłowych) i gromadzenie dowodów autoryzacji wypowiedzi. Istotne jest egzekwowanie kompetencji warsztatowych np. racjonalizacji oceny ujemnej (unikanie przejawskrawiania, ideologizacji, itd.). Kluczowa byłaby postawa bezstronności i towarzysząca treściom publicystycznym zasada obiektywizmu, gdyż dziennikarze marginalizując standardy zawodowe – stają się propagandystami (często realizują bezkrytycznie polecenia przełożonych i nie zadają niektórych wskazanym politykom niewygodnych pytań) (Gluza, Wiśniewska, 2019, s. 74–79).

Choć polskie prawo zabrania cenzury prewencyjnej (art. 54 Konstytucji) mechanizm cenzorski działa nadal. Przede wszystkim każdy redaktor naczelny i w pewnym sensie każdy dziennikarz jest cenzorem (autocenzura). To co dziennikarz przekazuje do emisji, czy składa do publikacji jest skorelowane z linią programową redakcji. Nie oznacza to, że w pełni podziela poglądy polityczne i strategię programową nadawcy. Zgodnie z art. 10 ust. 2 i 3 ustawy Prawo prasowe: „dziennikarz, w ramach stosunku pracy ma obowiązek realizowania ustalonej w statucie lub regulaminie redakcji, w której jest zatrudniony, ogólnej linii programowej redakcji”, a działalność dziennikarza sprzeczna z linią programową redakcji stanowi naruszenie obowiązku pracowniczego, co może być podstawą rozwiązania stosunku pracy. O linii programowej redakcji przesądza redaktor naczelny i kolegium redakcyjne – podporządkowani nadawcy. Dziennikarze dokonując selekcji informacji, uwzględniają preferencje polityczne nadawcy (tzw. cenzura podmiotowa). Chociaż dziennikarze znają skandale życia politycznego, wiedzą, że niektóre z nich nie zostaną upublicznione.

Zjawisko cenzury wewnętrznej powoduje, że media publiczne tracą swą niezależność. Krytyka rządu, wpływowych podmiotów politycznych i ekonomicznych staje się pozorna i formalna. Błędy polityczne są tuszowane, porażki przemilczane, a w ich miej-

sce lansuje się interpretacje, odpowiadające aktualnym interesom politycznym. Wśród doświadczonych dziennikarzy przeważa opcja adaptacyjna. Początkujący w zawodzie podejmują ryzykowne tematy, według dokładnego instruktażu i pozostają pod wewnętrzną kontrolą. Mechanizm selekcji polega na tym, że pewne materiały nie mieszczą się w czasie antenowym, inne są eksponowane, a ich powstanie inspirowane; zakazuje się emisji niewygodnych materiałów, utrudnia emisję bądź ogranicza środki na dane przedsięwzięcia – wszystko w majestacie prawa.

Niezależność dziennikarzy

W amerykańskiej koncepcji obiektywizmu dziennikarskiego dominuje podejście związane z obiektywizmem jako postawą bezstronności, apolityczności, braku zaangażowania (postawą wolną od wartościowania); oparte na przekonaniu o rozłączności informacji i opinii (opis wydarzeń najbardziej jak to możliwe zgodny z faktami, bezstronny politycznie, z uwzględnieniem rezygnacji z własnych opinii i poglądów, sympatii i uprzedzeń). Europejski model dziennikarstwa kładzie większy nacisk na interpretację oraz analizę wiadomości. Ideologiczne podejście do polskiego dziennikarstwa nawiązuje do modelu europejskiego. Kluczowe dla jakości demokracji w Polsce jest uznanie przez dziennikarzy ich powinności – dostarczania bezstronnych informacji.

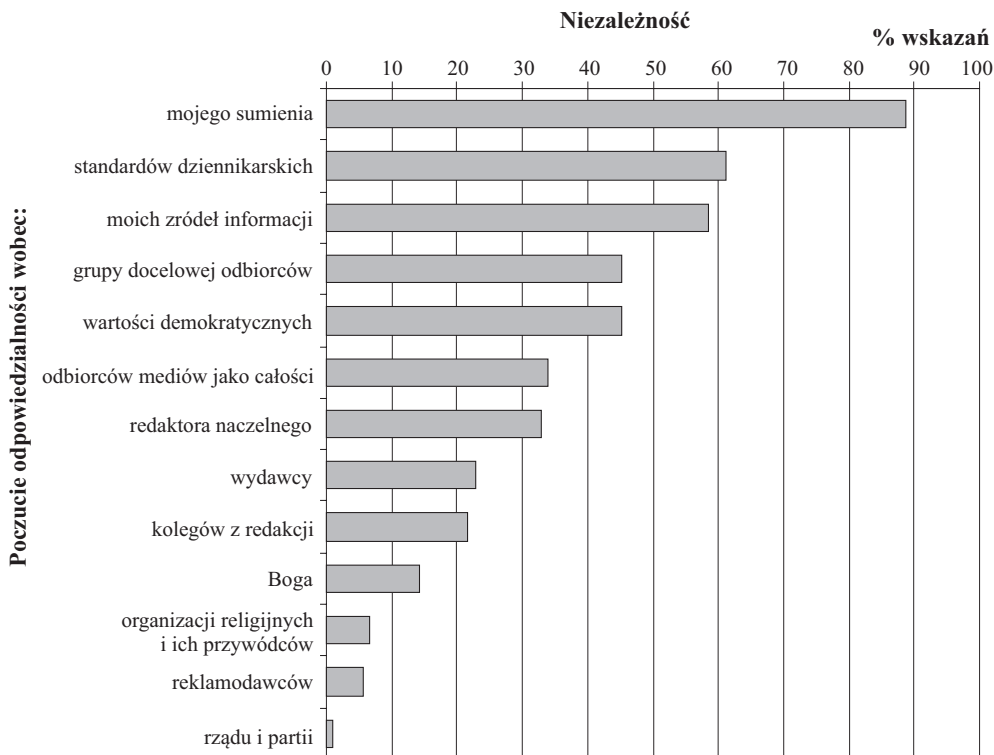
W badaniach empirycznych autorki próba odpowiedzi na pytania o istotę profesjonalnego dziennikarstwa informacyjnego i wspólnego systemu wartości doprowadziła do hipotetycznego założenia, iż fundamentalną wartością dla dziennikarzy jest niezależność⁹. Pomimo zwątpienia w możliwość subiektywnej autonomii – w kontekście politologicznym istotne są powody, dla których dziennikarze czują potrzebę podkreślania własnej autonomii, niezależności oraz to, od czego względnie od kogo pragną być niezależnymi. Z przeprowadzonych przez autorkę badań wynika, iż dziennikarze chronią swą niezależność jako naczelną w swoim zawodzie wartość. System i hierarchię wartości dziennikarza obrazuje (w pewnym sensie) poniższa charakterystyka. Na pytanie zamieszczone w ankiecie: „W stosunku do kogo lub czego czuje się Pan/Pani odpowiedzialny (-a) jako dziennikarz?”, prawie wszyscy respondenci (94 – 88,7%) wskazali na najwyższą odpowiedzialność wobec własnego sumienia, następnie 65 (61,3%) wskazało na najwyższą odpowiedzialność wobec standardów dziennikarskich (oczywiście, pojęcie to mogło być bardzo różnie rozumiane). Podobnie, bo 62 (58,5%) wskazało na 5, najwyższy, stopień odpowiedzialności wobec źródeł informacji. W dalszej kolejności 48 (45,3%) wyróżniło odpowiedzialność wobec grupy docelowej odbiorców i ten sam wynik uzyskała odpowiedzialność wobec wartości demokratycznych. Na dalszej pozycji znalazły się inne wartości.

Na podstawie uzyskanych wyników można skonstruować hierarchię wartości: własne sumienie, standardy dziennikarskie, źródła informacji, grupa docelowa odbiorców, wartości demokratyczne, odbiorcy mediów jako całość, redaktor naczelny, wydawca, koledzy redakcyjni, Bóg, organizacje religijne i ich przywódcy, reklamodawcy, partie

⁹ Wolność dziennikarza jest pochodną wolności słowa i wolności prasy. Oznacza ona w istocie prawo dziennikarza do wolności słowa, tj. swobodę w dostępie do informacji, prawo do nieskrępowanego wyrażania myśli, przekonań, wypowiedzi, słowa, jak również swobodnej ich publikacji.

i idee polityczne. Najważniejszą wartością okazała się niezależność – dla dziennikarzy informacyjnych w środowisku wrocławskim (Szot, 2013, s. 161–167)¹⁰.

Wykres 1. Hierarchia wartości według kryterium odpowiedzialności (niezależności) [w %]



Źródło: Opracowanie własne.

Obrazuje to przywiązanie dziennikarzy do niezależności, a także standardów dziennikarskich i potrzeby lojalności wobec źródeł informacji i odbiorców. Dopiero w dalszej kolejności dziennikarze mają poczucie odpowiedzialności wobec decydentów redakcyjnych. Natomiast zewnętrzne wpływy nie są, ich zdaniem znaczące (politycy, reklamodawcy, organizacje religijne). Wyniki wskazują na poczucie względnej niezależności światopoglądowej dziennikarzy (odpowiedzialność wobec własnego sumienia i systemu wartości) i przywiązanie do standardów zawodowych (w tym szacunku wobec odbiorcy)

¹⁰ Badania ilościowe zostały zrealizowane w środowisku dziennikarzy wrocławskich redakcji informacyjnych w okresie od kwietnia 2011 r. do marca 2012 r. Badaniem objęto dziennikarzy zarówno mediów publicznych, jak i komercyjnych, w ramach czterech typów redakcji: radio 31 (29,2%) dziennikarzy, telewizja 27 (25,5%), dzienniki 27 (25,5%) i czasopisma 21 (19,8%). Zrealizowano je za pomocą ankiety (metoda ankietowa) wypełnianej anonimowo przez respondenta. Ankieta składała się z trzech części. Pierwsze osiem pytań dotyczyło uwarunkowań kultury dziennikarskiej, druga część zawierała dalsze pytania merytoryczne (19) i trzecia część dotyczyła danych metryczkowych (6 pytań), łącznie ankieta składała się z 33 pytań zamkniętych. W badaniu w odniesieniu do większości pytań przyjęto skalę do pomiaru oceny od 1 (ocena najgorsza) do 5 (ocena najlepsza). Schemat doboru: próba wynosiła 106 dziennikarzy czynnych zawodowo.

oraz wartości demokratycznych w państwie. Pewnym uzasadnieniem może być postawa „poprawności politycznej” przy udzielaniu odpowiedzi. Dlatego, zasadne jest dalsze poszukiwanie wartości w dziennikarstwie informacyjnym, za pomocą innych narzędzi służących pogłębionej analizie (np. związki między zmiennymi; tabele krzyżowe; jakościowe wywiady pogłębione).

Także ogólnopolskie badania ankietowe w środowisku dziennikarzy, przeprowadzone na zlecenie SDP 13–20 września 2010 r., potwierdziły, iż zdaniem 60,3% ankietowanych dziennikarze kierują się w pracy przede wszystkim „własnym sumieniem”, jednak aż 72% uznało, iż kierują się w pracy przede wszystkim poleceniami zwierzchników, a zgodnie ze wskazaniem kodeksów dziennikarskich postępowało mniej niż 0,5% respondentów¹¹.

Zgromadzone dane źródłowe pozwalają na analizę wyników na podstawie korelacji nieparametrycznych¹². Na uwagę zasługuje istotna współzależność między sumieniem dziennikarza a standardami w dziennikarstwie. W odpowiedzi na pytanie: „W stosunku do kogo lub czego czuje się Pan/Pani odpowiedzialny(-a) jako dziennikarz”, odnotowano istotny współczynnik korelacji (wk 0,298) między stwierdzeniami: „mojego sumienia” i „standardów dziennikarskich” oraz „wartości demokratycznych” (wk 0,271), co wskazuje na ich współzależność. Z kolei opierając się na współczynniku korelacji, można stwierdzić istotną zależność między standardami dziennikarskimi a wartościami demokratycznymi i odbiorcami mediów, a także źródłami informacji. Najwyższy współczynnik korelacji (wk 0,538) dotyczył stwierzeń: „standardów dziennikarskich” i „wartości demokratycznych”. Wskazywać to może na utożsamianie przez dziennikarzy tych wartości. Także istotny współczynnik korelacji (wk 0,366) zaistniał między stwierdzeniami: „standardów dziennikarskich” i „odbiorców mediów jako całości”, a także „grupy docelowej odbiorców” (wk 0,323) i „moich źródeł informacji” (wk 0,309), co przesądzało o ich współzależności. Zdecydowanie mniejszy współczynnik (wk 0,192) wskazał na zależność standardów dziennikarskich w odniesieniu do „redaktora naczelnego”, natomiast inne wartości nie uzyskały znaczącego współczynnika korelacji, czasem nawet wynik ujemny.

W odpowiedziach, mimo mniej znaczącego uznania wartości związanych z redakcyjną hierarchią służbową, interesująca zależność wystąpiła między kategorią „redaktora naczelnego” i „wydawcy”. Wystąpił tu wysoki współczynnik korelacji (wk 0,589), co potwierdza praktyczne współdziałanie redaktora naczelnego i wydawcy. Między tezą „redaktor naczelny” w kontekście „kolegów w redakcji” wystąpił także istotny współczynnik korelacji (wk 0,360), analogicznie między wydawcą a kolegami w redakcji (wk 0,224), świadczą to o wewnątrzredakcyjnych powiązaniach i zależnościach.

Zastanawiająco wysokie współczynniki korelacji pojawiły się w kontekście analizy zależności między instytucjami religijnymi a innymi kategoriami władzy i wpływu.

¹¹ Ogólnopolskie badanie dziennikarzy opracował Instytut Monitorowania Mediów wraz ze Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich. Próba nie miała charakteru losowego. Badanie, 13–20 września 2010 r., przeprowadzono metodą indywidualnej ankiety kwestionariuszowej, którą wypełniło 507 dziennikarzy. Odpowiedziało na nią 830 osób, z czego 76,5% zadeklarowało, że dziennikarstwo jest ich podstawowym źródłem dochodu (tę grupę w badaniu określono mianem dziennikarzy). Pełny raport: http://www.press.pl/raporty/pdf/www-data/DZIENNIKARZE_2010_IMM.pdf.

¹² Cytowane współczynniki korelacji osiągnęły poziom istotności $\lambda > 0,05$.

Dane źródłowe między stwierdzeniami: „organizacji religijnych i ich przywódców” a „rządu” (wk 0,517), „Boga” (wk 0,413), „partii i idei politycznych” (wk 0,408) i „naszych reklamodawców” – wskazują na znaczące wzajemne powiązania tych sfer wpływów. Na powiązania w sferze wzajemnych interesów wskazuje współczynnik korelacji (wk 0,357) między „naszymi reklamodawcami” i „rządem” oraz współczynnik korelacji (wk 0,322) między „naszymi reklamodawcami” i „partiami i ideami politycznymi”. Znaczący współczynnik korelacji między reklamodawcami, rządem i partiami politycznymi potwierdza w istotnym zakresie wpływy partykularnych interesów komercyjnych i politycznych, nie zaś ochronę interesu publicznego.

Kluczowym uwarunkowaniem realizacji przez dziennikarza wartości demokratycznych i interesu publicznego, a nie partykularnego (indywidualnego), jest potrzeba ciągłego poszerzania jego niezależności. Diagnoza aktualnych uwarunkowań niezależności dziennikarza redakcji informacyjnych w środowisku wrocławskim dotyczyła także aspektów wewnątrzredakcyjnych. Zasadniczo niezależność dziennikarska wpisana jest w linię programową medium. Fundamentalne znaczenie wytycznych redakcji i linii redakcyjnej na zachowanie dziennikarzy potwierdziły wyniki badań empirycznych. W odpowiedzi na pytanie: „Które z poniższych elementów mają największy wpływ na zachowania dziennikarzy?”, w ankiecie w skali od 1 (nie ma żadnego wpływu) do 5 (ma bardzo duży wpływ) zdecydowanie potwierdzono decydujący wpływ wytycznych redakcyjnych. Odpowiedzi, iż największy wpływ na zachowania dziennikarzy mają „wytyczne redakcyjne/linia redakcyjna organizacji medialnej” udzieliło 48 dziennikarzy (45,3%), oceniając ich bardzo duży wpływ, ich duży wpływ potwierdziło 27 (25,5%), natomiast 3 stopień w gradacji wpływu wskazało 25 dziennikarzy (23,6%), zatem w gradacji 5 i 4 stopień wpływu na zachowania dziennikarzy łącznie potwierdziło 75 dziennikarzy (70,8%), natomiast w gradacji 5, 4 i 3 stopnia 100 dziennikarzy (94,4%).

Zdecydowanie mniejszy wpływ przypisano „edukacji dziennikarskiej”. Druga w kolejności odpowiedzi kategoria w ocenie zaledwie 14 dziennikarzy (13,2%) uznana została za mającą bardzo duży wpływ na zachowania dziennikarzy. Trzecia w kolejności potwierdzona kategoria wpływu to: „dział prawny/prawnicy (prawo medialne)” – zaledwie 8 dziennikarzy (7,5%) uznało dział prawny/prawników za mający bardzo duży wpływ. Wskazania (ma bardzo duży wpływ) na „dziennikarskie kodeksy etyczne” udzieliło 9 badanych (8,5%).

Można odnieść wrażenie, że poza wyrazistym wpływem linii programowej redakcji (wytycznymi redakcji) brak odniesienia do innych kategorii wpływów. Z pewnością właściciel organizacji medialnej (którego reprezentują zarządzający) dysponuje skutecznymi instrumentami, nawet w ocenie samego środowiska dziennikarskiego, służącymi swobodnemu prowadzeniu polityki programowej. Zawód dziennikarza, mimo oczywistej konieczności identyfikowania się z linią polityczną medium zatrudnienia, wytwarza w ludziach także potrzebę niezależności, zachowania własnej osobowości. Problem „niezależności” mediów jest skomplikowanym zagadnieniem zarówno moralnym, jak i prawnym oraz politycznym. „Media służą społeczeństwu” – tę brzmiącą banalnie prawdę wykorzystuje się często jako zasłonę skrywającą grę polityczną, prowadzoną w imieniu jakiejś konkretnej grupy czy orientacji politycznej. Jeśli jest się za kimś (lub za czymś) – trzeba być zarazem przeciwko komuś (lub czemuś) (Bauer, Chudziński, 2004, s. 257).

Zdaniem Stanisława Mocka osiągnięcie autonomii zawodowej „to jest prawdziwa miara drogi, którą przeszło dziennikarstwo od 1989 r. – swoistej samo edukacji obywatelskiej i demokratycznej” (Mocek, 2006, s. 166). Jak wynika z badań Szymona Ossowskiego i Agnieszki Stępińskiej z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, przeprowadzonych w 2008 r. wśród 329 ankietowanych dziennikarzy, do podstawowych wartości dziennikarzy zaliczają niezależność (autonomię) zawodową (Ossowski, Stępińska, 2010, s. 41–42).

Z drugiej strony do zacierania, a nawet do eliminowania sfery autonomii i twórczych cech zawodu dziennikarskiego, tym samym do upowszechniania niekorzystnego stereotypu w dużym stopniu przyczyniają się – być może czyniąc to nieświadomie – sami dziennikarze. Istnieją przypadki, gdy dziennikarze, którzy wiele lat zajmowali się głównie informacją, zaczynają prowadzić *talk-show* czy odchodzą od zawodu do PR-u.

W pewnym uproszczeniu można stwierdzić, iż niezależność dziennikarska jest w znacznej mierze pochodną niezależności danego medium tj. im większa jest niezależność medium, tym większy jest zakres niezależności dziennikarzy. W ujęciu definicyjnym niezależny to niepodlegający władzy kogoś innego, niepozostający w sytuacji podporządkowania, niebędący przedmiotem zewnętrznej kontroli lub rządów, autonomiczny, wolny (Taylor, Willis, 2006, s. 139). Względna niezależność danego medium jest osiągnięta, gdy organizacja medialna kontroluje własne interesy: produkcję, dystrybucję i prezentację. Jednak w mediach lokalnych taki zakres kontroli bardzo trudno uzyskać. Dotyczyć to może niezależności ekonomicznej globalnych korporacji. Niezależnie od przyjętej perspektywy mediów lokalnych, trzeba uwzględnić fakt, iż media funkcjonują w kontekście korporacyjnego, międzynarodowego kapitału. Ogromne znaczenie mają więc interesy właścicieli, kapitał i zysk. Według Pierre’a Bourdieu, stopień autonomii pojedynczego dziennikarza zależy przede wszystkim od stopnia koncentracji prasy (która, zmniejszając liczbę potencjalnych pracodawców, zwiększa niepewność zatrudnienia), następnie od pozycji jego gazety wśród innych tytułów (czy znajduje się bliżej bieguna „intelektualnego”, czy „komercyjnego”), ponadto od jego pozycji w medium (pracownik etatowy, wolny strzelec), dającego mu do dyspozycji różne gwarancje statusowe (związane zwłaszcza z uznaniem), jak też od jego wynagrodzenia (czynnik zmniejszający podatność na miękkie formy *public relations* oraz uzależnienie od pracodawcy i zleceń, za pomocą których dokonuje się nacisk ze strony sponsorów) oraz, wreszcie, jego zdolności do niezależnego tworzenia informacji (Bourdieu, 2009, s. 105).

Każdy dziennikarz ma świadomość, iż nie tylko od niego, jego wyobraźni i wiedzy zależą efekty jego pracy. Nie tylko od jego determinacji zależy, dokąd pojedzie lub z kim się spotka. W istocie chodzi o świadomość licznych uwarunkowań i ograniczeń. Kwestia jest kluczowa, gdyż zdaniem autorki jedynie niezależny dziennikarz może być w praktyce wyrazicielem obywatelskiego prawa do rzetelnej informacji. Tylko profesjonalny dziennikarz może zagwarantować rzetelną (obiektywną) informację. Chociaż odmienne mogą być podejścia do roli zawodowej, przykładowo w odniesieniu do reportera, dla jednych jego rola kończy się na zdaniu relacji, inni są przekonani, że jego rolą jest kształtowanie opinii publicznej, naprawianie świata. Obydwa podejścia, nawiązują do profesjonalizmu w tym sensie, iż relacja możliwie najpełniejsza i najprawdziwsza dostarcza wiedzy i pozwala odbiorcy wyrobić własne zdanie. Czasami, przez szacunek dla odbiorcy i przekonanie o jego inteligencji i wrażliwości, lepiej gdy dziennikarz czegoś

nie dopowiada, dając szansę wyobraźni odbiorcy. Takie podejście do profesjonalizmu uznaje, iż zawód ten jest obarczony szczególnym obowiązkiem, misją. Granice niezależności dziennikarza określa system prawny i polityczny – jako regulatory zewnętrzne i sumienie (swoista autocenzura¹³) – mechanizm wewnętrzny. Z systemem prawnym i politycznym ściśle związane jest komunikowanie polityczne, w którym dziennikarz jest istotnym ogniwem (Goban-Klas, 2000, s. 42–43).

Problem stronniczości

Historycznie polski system medialny jest zakorzeniony w instytucjach państwa, co wyjaśnia bliskie związki ze światem polityki. Warunki społeczno-polityczne, w których funkcjonują dziennikarze, nakładają na nich obowiązek bezstronności, ale nie obojętności wobec istotnych spraw społecznych. Istnieje przepaść między ideałami neutralnego, niezależnego obserwatora a praktyką głęboko zakorzenioną w tradycji stronniczego dziennikarstwa zaangażowanego. Media stają się czasem narzędziem aktorów politycznych, środkiem ścierania się politycznych argumentów, a nawet platformą polityczną. Trzydzieści kilka lat to zbyt krótki okres, aby wykształciły się prawidłowości i trwałe cechy systemowe. Systemy partyjne w dojrzałych demokracjach potrzebowały stuleci, podobnie systemy medialne.

Aspiracje podmiotów politycznych wykorzystują stronniczość mediów, zwłaszcza publicznych. W praktyce media publiczne podlegają zawołowanej infiltracji politycznej, natomiast silne media komercyjne, odporne na naciski polityczne, same stają się siłą polityczną reprezentującą interesy swoich właścicieli. Media te kierują się własną logiką i własnymi interesami. Polega to na personalizacji polityki i przekształceniu jej w spektakl, dramatyczne widowisko. Ma to być widowisko atrakcyjne, a więc zrozumiałe, ekscytujące, sprawiające przyjemność; słowem: zyskujące wśród odbiorców popularność (Goban-Klas, 2000, s. 135). Polityka staje się medialnym spektaklem, w którym rolę bohaterów odgrywają politycy (Dobek-Ostrowska, 1997, s. 72).

Upolitycznienie mediów traktować należy jako element szerszego procesu, który R. Herbut łączy z orientacją strategiczną partii politycznych na instytucje państwowe i nazywa kolonizacją administracji publicznej przez rządzące ugrupowania (Herbut, 2002, s. 10). Zdaniem autora jednym ze sposobów wpływania na labilny i niezdecydowany elektorat oraz zapewnienie sobie silnej pozycji jest przechwycenie kontroli nad organami władzy publicznej, samorządami lokalnymi, instytucjami publicznymi przez obsadzanie stanowisk. Jak się wydaje, owe mechanizmy władzy (jej zawłaszczania) stały się przesłanką utrudniającą dalszy rozwój demokracji obywatelskiej w Polsce. Wykorzystywanie zasobów państwa do promowania własnej partii, jej liderów i programu prowadzi do instrumentalnego wykorzystywania mediów. Nie przez przypadek każdorazowo po zmianie koalicji rządzącej jako pierwsza następuje nowelizacja ustawy

¹³ Do 1989 r. autocenzura była powszechna. Obecnie stosuje się ją, aby zapobiec wszelkim problemom, jakie mogłyby wystąpić, gdyby rezultat pracy dziennikarza okazał się niewygodny dla wydawcy, producenta, redaktora naczelnego, dyrektora programowego. Inne ujęcie nawiązuje do indywidualnej interpretacji demokratycznej zasady wolności słowa, co oznacza samoograniczenie w imię dziennikarskiej odpowiedzialności za słowo.

medialnej. W ten sposób przez obsadzanie stanowisk koalicja rządząca zapewnia sobie kontrolę nad publicznymi nadawcami. Zdaniem Dobek-Ostrowskiej: wynikiem ponad 20 lat przeobrażeń mediów masowych w Polsce jest głębokie upolitycznienie mediów publicznych, stronniczość i zaangażowanie się w proces polityczny, co stanowi jedną z najważniejszych przeszkód blokujących wejście w etap dojrzałości mediów (Dobek-Ostrowska, 2010, s. 17). W literaturze medioznawczej wyrażane są krytyczne poglądy, iż dziennikarze narzucają czy sugerują odbiorcy własny osąd rzeczy i zdarzeń, wykraczając poza przypisaną im rolę (Kononiuk, 2018, s. 31–34).

Dziennikarz telewizyjny powinien wprowadzać odbiorców w debatę publiczną. Jeśli jednak w realizowanych przez siebie programach publicystycznych opowiada się po jednej ze stron w zarysowanej różnicy zdań, staje się uczestnikiem sporu czy nawet gry politycznej, zamiast być jedynie moderatorem (Kwasigroch, Mikołajczyk, 2005, s. 134).

Należałoby się zgodzić z argumentacją Collina Sparksa, iż media w Polsce oraz innych krajach w tym regionie Europy są, z jednej strony, wysoko u rynkowione i spluralizowane, a z drugiej „podporządkowane raczej elitom i grupom interesów, niż rozwojowi idei służby interesowi publicznemu” (Sparks, 2001, s. 89). Media postrzegają rzeczywistość społeczną z określonej perspektywy, podlegają uwarunkowaniom wynikającym z interesów ekonomicznych i politycznych ich właścicieli. Niektórzy dziennikarze potrafią się szybko dostosować do potrzeb zatrudniających ich instytucji. Wpływa to na brak bezstronności. Relacji często nie wzbogaca analiza tła wydarzeń, ujęta w kontekście wielostronnych uwarunkowań i zależności. Tendencyjność przejawia się w eksponowaniu w jednoznaczny i uproszczony sposób stanowiska politycznego; także w niepublikowaniu przeciwnych punktów widzenia. Dziennikarze funkcjonują w ramach systemu, w którym ich pracodawcy w sposób jawny lub ukryty funkcjonują jako część instytucji państwa (Taylor, Willis, 2006, s. 137).

Proces komunikowania politycznego związany jest z legitymizowaniem władzy (Sobkowiak, 1998, s. 149–161) (legitymizacja wyborcza i medialna) i służy artykułowaniu, mobilizacji i zarządzaniu w sytuacjach konfliktu. Jednym z głównych miejsc walki o hegemonię są media. Dominujące idee i wartości przedstawia się w takiej formie, aby sprawiała wrażenie, że są korzystne dla interesów tych, których w rzeczywistości upodrzędniają. Koncepcja hegemonii A. Gramsciego stanowi fundament wielu analiz, których przedmiotem jest funkcjonowanie mediów i sposoby prezentacji wiadomości. Ideologiczna zawartość mediów przejawia się w odpowiednim selekcjonowaniu faktów, konstruowaniu i prezentacji wzmacniającej dominujące negatywne idee i przekonania. Badania często obnażają sposoby wspierania dominującej ideologii przez ukrytą stronniczość.

Uwarunkowania niezależności mediów publicznych

W sferze komunikowania społecznego fundamentalne jest prawo do wolności prasy (art. 14) i wolności słowa (art. 54) (Konstytucja RP z 2 kwietnia 1997, art. 14 i 54). Deklarowana w Polsce zasada wolności prasy – jako gwarancja obywatela do rzetelnej, a więc prawdziwej, uczciwej, jawnej i dokładnej informacji – nie jest realizowana w pełni, gdyż oddanie do użytku prywatnym właścicielom struktur medialnych i oddanie we władanie politykom mediów publicznych uprzywilejowuje nielicznych. Z tych wzglę-

dów obywatele i niezależni dziennikarze, mogą z deklarowanych wolności korzystać w ograniczonym zakresie.

Niezależność mediów publicznych uwarunkowana jest zasięgiem kompetencji organów państwowych, zwłaszcza w kontekście zmiany ustroju po 1989 roku, kiedy to cenzura realizowana przez państwo przekształciła się w cenzurę sprawowaną przez właściciela. Media publiczne należały i wciąż należą do Skarbu Państwa. Aktualna zmiana ideologii władzy po 2015 roku znacznie zwiększająca kompetencje organów państwowych, m.in. poprzez działanie Rady Mediów Narodowych, istotnie ograniczyła ich niezależność. Kluczowa jest autocenzura i swoista poprawność polityczna. Dobrze dokumentuje „propagandystów dobrej zmiany” materiał opisujący przypadki 12 karier redakcyjnych w telewizji publicznej, z perspektywy braku profesjonalizmu i działalności propagandowej: jak zidentyfikować wroga, jak szczuć na środowiska LGBT, jak przypisać winę opozycji, jak wzmacniać propagandę rządu, jak zdyskredytować protestujących, jak manipulować liczbami, jak zakłamywać historię, jak zrobić hejt na wizji, jak promować siebie, jak unikać podawania faktów, jak atakować rozmówcę, jak śledzić układ (Gluza, Wiśniewska, 2019, s. 74–79).

Budowany po 1989 roku mechanizm kontroli władzy przez media publiczne (w ramach ideologii dziennikarskiej tzw. „psa łańcuchowego”) został zaburzony. W sytuacji kryzysowej, z tym większą determinacją należy przypominać o powinnościach mediów publicznych, wobec społeczeństwa obywatelskiego. Zapewnienie wolności mediom publicznym jest jednoczesnym działaniem z dwóch przeciwstawnych kierunków: pierwszym, zmierzającym do nieprzekroczenia granicy konstytucyjnej i ustawowej ingerencji zapewniającej autonomię środków przekazu, a z drugiej strony ingerencję podjętą w celu niedopuszczenia do naruszenia w mediach publicznych interesu publicznego i obywatelskiego, dookreślonych w porządku konstytucyjnym i ustawowym.

Konstytucyjne deklaracje wolności mediów nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistości. Ustawowa misja mediów publicznych związana z urzeczywistnianiem dialogu społecznego, nie jest w praktyce realizowana. Brakuje mechanizmów zapewniania niezależności redakcyjnej i dziennikarom, w szczególności w zakresie linii programowej i polityki kadrowej. Obecny status prawny i finansowy mediów publicznych skazuje z góry ich zarządy na uzależnienie polityczne i balansowanie pomiędzy realizacją misji a koniecznością osiągania zysków. Ochroną interesu narodowego są uzasadniane stopniowo wdrażane formy oddziaływania prawnego i politycznego na media publiczne, poprzez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji i Radę Mediów Narodowych (art. 54 ust. 2, art. 213 ust. 2 Konstytucji RP, art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji).

Należałoby skonstatować, iż media publiczne w młodej polskiej demokracji o słabo rozwiniętym społeczeństwie obywatelskim są na początku swej misji swoistego równoważnika systemu politycznego. Katarzyna Pokorna-Ignatowicz opisała usytuowanie telewizji w systemie politycznym i medialnym PRL. Według autorki, społeczna własność środków masowego przekazu stała się podstawą dla rządzącej partii komunistycznej dla podporządkowania i kontroli środków masowego przekazu. W czasach PRL kluczowe znaczenie miała zasada instrumentalizacji, która dawała partii rządzącej niczym nieograniczone prawo kontroli mediów, zwane niekiedy „ręcznym sterowaniem”. Media podporządkowane partii komunistycznej funkcjonowały w tzw. nomenklaturze, co oznaczało bezpośredni wpływ rządzących na obsadę stanowisk w redakcjach i instytucjach medial-

nych. Kierownicze posady otrzymywały osoby lojalne wobec kierownictwa partyjnego (Pokorna-Ignatowicz, 2003, s. 30–33).

Teoretycznie sejm, senat i prezydent nie muszą powoływać członków KRRiT według kryteriów politycznych. W rzeczywistości jednak mniej się liczą kryteria fachowe, niż polityczne. Tak się dzieje w młodych demokracjach o słabo rozwiniętym społeczeństwie obywatelskim, które nie jest zdolne ani wypracować bezpartyjnych sposobów promocji specjalistów na stanowiska publiczne, ani dostatecznie kontrolować działań polityków. Osiąganie przez KRRiT swoistego kompromisu politycznego w interesie publicznym, zostało zdominowane przez interesy partyjne. Czego konsekwencją stał się polityczny wpływ na skład rad nadzorczych i zarządów mediów publicznych. Apogeum nastąpiło wraz z ukonstytuowaniem się Rady Mediów Narodowych. W efekcie tego swoistego paralelizmu politycznego po 2015 roku władze mediów publicznych pod kierownictwem Prezesa Jarosława Kurskiego mogły skutecznie realizować szeroko zakrojone zmiany personalne, przenosząc potrzebę realizacji linii politycznej na niższe szczeble zarządzania. Polityka kadrowa miała wpływ na zawartość programów informacyjnych i publicystycznych, sposób doboru gości, komentarze odredakcyjne itd. Należy zgodzić się z poglądem ugruntowanym w literaturze medioznawczej w oparciu o badania empiryczne, iż w zasadzie aktualnie w telewizji publicznej nie istnieje dziennikarstwo neutralne (obiektywne). A nawet jeśli dziennikarze są oddani zawodowej idei „obiektywizmu”, przekazywane przez nich wiadomości posiadają pewne wartości polityczne – pod wpływem wielu czynników, począwszy od procedur gromadzenia informacji po zasady rekrutacji dziennikarzy i założenia ideologiczne podzielane przez ogół społeczeństwa (Hallin, Mancini, 2007, s. 27). Jednak istotny jest stopień powiązań pomiędzy mediami i podmiotami politycznymi oraz proporcje pomiędzy zaangażowanym a neutralnym/informacyjnym dziennikarstwem politycznym. W polskim systemie mediów publicznych, jak się wydaje, charakterystyczna jest kontrola sprawowana przez większość polityczną (daną partię lub koalicję partyjną sprawującą władzę). Nieefektywne, źle zorganizowane i nieskutecznie zarządzane; nadmiernie upolityczniony lub komercyjny program – skutkują opinią, iż polskie media publiczne pozostają w długotrwałym kryzysie (kryzys zarządzania, finansowania, opóźnienia technologicznego). Systemowi temu sprzyjają charakterystyczne dla polskich mediów publicznych długotrwałe procesy decyzyjne i liczne szczeble kontrolne wewnętrzne i zewnętrzne.

Fundamentalne znaczenie ma polityka państwa wobec mediów publicznych i ich relacje z odbiorcami (w kontekście dialogu ze społeczeństwem). Aktualnie ustawowa misja mediów publicznych związana z urzeczywistnianiem dialogu społecznego i kształtowaniem społeczeństwa obywatelskiego, jest w praktyce realizowana przez pryzmat interesów politycznych partii Prawo i Sprawiedliwość. Upolitycznienie KRRiT, a w konsekwencji rad nadzorczych i zarządów nadawców publicznych, pomimo okresów „kohabitacji” między parlamentem i rządem a KRRiT i władzami mediów publicznych (np. w 1993 r.) – oznacza naruszenie zasady bezstronności politycznej mediów publicznych.

Proces polityczny w Polsce uniemożliwił realizację ideałów solidarności i celów ustawy, jakim był politycznie pluralistyczny i możliwie zrównoważony skład KRRiT i składy organów zarządzających nadawcami publicznymi. Prawdłowo określone w ustawie zadania nadawców publicznych, bez materialnych gwarancji (warunków potrzebnych do ich wypełniania) nie mogą być realizowane. Jednocześnie państwo i klasa polityczna

aktywnie wykorzystuje formalne i nieformalne mechanizmy wpływu, by instrumentalnie się mediami publicznymi posługiwać (np. co do odpowiedniej zawartości programu, szczególnie w informacji i publicystyce oraz doбором występujących w nim osób). Nie ma skutecznego systemu określania zadań mediów publicznych i ich egzekwowania. Brak odpowiedzialności rad nadzorczych i zarządów za właściwą realizację programów. Dodatkowo, rynek mediów sprzyja komercjalizacji telewizji publicznej i jej uzależnieniu od przychodów reklamowych.

Obecny status prawny i finansowy nadawców publicznych skazuje z góry ich zarządy na uzależnienie polityczne i balansowanie pomiędzy realizacją misji a koniecznością osiągnięcia zysków.

Podsumowanie

Przedstawienie istotnych uwarunkowań systemowych wolności mediów w Polsce, uprawnia do konkluzji związanych z potrzebą stworzenia skutecznych mechanizmów kontrolnych i demokratycznych instytucji, ograniczających zarówno zapędy władzy politycznej, jak i ograniczających struktury właścicielskie, czy grupy interesów. W poszukiwaniu modelu równowagi – na tle sprzeczności interesów uczestników medialnej debaty publicznej – kontrowersyjny jest aktualny kształt mediów publicznych i ich polityczna rola.

Konstytucyjnie zagwarantowana instytucjonalna wolność środków społecznego przekazu (art. 14 Konstytucji RP) oznacza suwerenność mediów w państwie, a ściślej niezależność zarządzających mediami tzn. właścicieli (wydawców). Nie oznacza zaś wolności dziennikarzy, chociaż prawo do wolności słowa, zagwarantowane w Konstytucji i normach prawa międzynarodowego, faktycznie urzeczywistniają dziennikarze. Nie jest to optymalny wariant gwarantujący wolność przekonań i opinii, kształtowanych na podstawie nieskrępowanego przepływu prawdziwych i rzetelnych informacji. Opiera się bowiem na założeniu, że posiadający i kontrolujący prasę są zainteresowani rozwojem demokracji i kształtowaniem opinii publicznej. Brakuje w tym modelu gwarancji wywiązywania się z obowiązków względem demokratycznego społeczeństwa. Szczególna rola mediów publicznych w tym zakresie, została zredukowana do dziennikarstwa zaangażowanego na rzecz partii sprawującej władzę (PiS).

Jeżeli media mają być pośrednikiem między instytucjami systemu politycznego i społeczeństwem, a nie tubą propagandową rządu, muszą mieć gwarancje wolności i niezależności od systemu sprawowania władzy. Ustawodawca musi zatem wprowadzić takie regulacje, które ograniczą jego zakusy wobec mediów (Mrozowski, 2001, s. 129). W powyższym kontekście istotne jest miejsce zajmowane przez problematykę niezależności mediów publicznych od ingerencji państwa, w zasadniczych debatach intelektualnych naszych czasów. W dyskusjach o polskich mediach często podnosi się, iż to ustawa umożliwiła opanowanie mediów publicznych przez polityków, czy też temu nie zapobiegła. Wykładnia prawna przepisów prowadzi do uznania, iż ustawa z 1992 r. umożliwiała niezależność i bezstronność polityczną mediów publicznych (autonomię). O jej praktycznym zastosowaniu przesądził system polityczno-partyjny i słabość społeczeństwa obywatelskiego.

W rzeczywistości konstytucyjnie zagwarantowana instytucjonalna wolność mediów publicznych powinna oznaczać suwerenność nadawców w państwie, a ściślej niezależność zarządzających mediami tzn. właścicieli-nadawców oraz autonomię dziennikarzy. Konstrukcja prawna opiera się na założeniu, że posiadający i kontrolujący media są zainteresowani rozwojem demokracji i kształtowaniem opinii publicznej. Brakuje w tym modelu gwarancji wywiązywania się z obowiązków względem demokratycznego społeczeństwa.

Prawo do wolności słowa, zagwarantowane w Konstytucji, faktycznie urzeczywistniają niezależni dziennikarze, redaktorzy, producenci czy zarządzający mediami. Polskie media publiczne często cechuje brak osobistej, profesjonalnej niezależności członków władz i wielu dziennikarzy oraz pracowników mediów publicznych. Środowisko dziennikarskie często charakteryzuje postawa zaangażowania politycznego. Zatem ugruntowanie etosu służby publicznej oraz bezstronności politycznej będzie procesem długotrwałym i złożonym. W teorii demokracji powyższej praktyce przeciwstawia się zasadę powoływania kandydatów na określone stanowiska na podstawie ich kwalifikacji, niezależnie od przynależności partyjnej czy orientacji politycznej. Taka zasada przybliżyłaby w Polsce perspektywę powstania prawdziwie publicznych i niezależnych mediów. Zdaniem Karola Jakubowicza: „Sukces budowy demokracji i nowego ładu medialnego w Polsce będzie można ogłosić dopiero wtedy, gdy społeczeństwo odzyska media publiczne” (Jakubowicz, 2007, s. 261).

Gwarancją wolności mediów jest przejrzystość ich struktur wewnętrznych. Winny być odrębne unormowania dla struktur właścicielskich (cele ekonomiczne sprzężone z prawem własności), podmiotów polityki, wydawców (cele komercyjne i wydawnicze) i dziennikarzy (redaktorów). Instytucje funkcjonujące w ramach systemu mediów powinny ujawniać stosunki własnościowe i sposób ich zarządzania i finansowania. Zgodnie z Rezolucją 1003 Rady Europy na temat etyki dziennikarskiej zasada „przejrzystości” w mediach, stanowić powinna gwarancję dla wolności słowa i praw obywatelskich (Rezolucja 1003, 1994, s. 155–160). Za najważniejsze w tej rezolucji można uznać twierdzenie, że celem mediów jest pewien rodzaj pośrednictwa (mediation), pełnienie służby informacyjnej. Wolność zaś musi być chroniona także w samych mediach wobec wewnętrznych nacisków. Z tego względu wydawcy i dziennikarze powinni ze sobą współpracować, mając zakodowane w świadomości, że uzasadnione poszanowanie orientacji ideologicznej wydawców i właścicieli jest ograniczone przez bezwzględny wymóg, aby informacja była prawdziwa, a opinie etyczne (Pisarek, 1996, s. 293). Rezolucja określa, że poczucie potrzeby wolności mediów towarzyszy poczucie potrzeby ich odpowiedzialności. Wyrazem kompromisu między jednym i drugim jest idea, że normy zachowania się dziennikarzy, redaktorów i wydawców/nadawców powinny wynikać z samoograniczenia twórców, czyli być ustalane przez nich samych, a nie przez jakiegokolwiek organy państwa (Pisarek, 1996, s. 291). Należy zgodzić się z poglądem, iż „idea samoregulacji etycznej mediów uważana jest za jedyny sposób zapobiegania ich nadużyciom, dający się pogodzić z nadrzędną zasadą wolności mediów” (Golka, 1995, s. 22–32). Interesującej analizy w kontekście niezależności mediów dokonał Tadeusz Kononiuk, który wskazuje na zasadę „przejrzystości mediów” – uznaje on, iż „stworzenie czytelnych i przejrzystych zależności między właścicielami–wydawcami–dziennikarzami, jest podstawową gwarancją i zarazem wskaźnikiem wolności słowa i praw obywatelskich (Kononiuk, 1998, s. 16–17).

Powyższy proces uwalniania mediów publicznych od wpływów politycznych (i ekonomicznych) i służenia społeczeństwu obywatelskiemu, uzależniony także będzie od stabilizacji politycznej i dojrzenia w Polsce kultury politycznej rozwiniętej demokracji.

W literaturze przedmiotu przyjmuje się, iż (zwłaszcza w odniesieniu do procesów politycznych) media zazwyczaj służą umocnieniu *status quo*, czyli są odbiciem porządku społecznego, ale mogą być także wykorzystywane, żeby mu się przeciwstawić (tzn. kształtować go); to, która z tych tendencji przeważa, zależy od stabilności lub niestabilności społeczeństwa (Dahlgren, Sparks, 2007, s. 162). Dysonans pomiędzy deklaracyjną wolnością mediów publicznych (zawartą w normach prawnych) a rzeczywistym uzależnieniem od polityki i ekonomii, należałoby niwelować m.in. poprzez „realizowanie odpowiedniej polityki programowej, dającej odbiorcom poczucie uzyskiwanej wartości, której nie chcieliby stracić, oraz przekonanie, że media publiczne to zarówno sfera prawdziwie pluralistycznej i demokratycznej debaty publicznej, jak też ich reprezentant i rzecznik w relacjach z państwem” (Jakubowicz, 2007, s. 252). W relacjach między mediami publicznymi i instytucjami publicznymi zasadniczym jest problem, relatywnego stopnia autonomii mediów publicznych oraz stopnia, do jakiego i za pomocą jakich środków mogą one być ograniczone – co w znaczący sposób wpływa na ich rolę w społeczeństwie. Jednak wątpliwe będzie rozwiązanie aktualnej kryzysowej sytuacji, bez rezygnacji klasy politycznej z instrumentalnego traktowania mediów publicznych oraz bez rozstrzygnięcia kwestii sposobu ich finansowania m.in. wobec nowych wyzwań technologii cyfrowej.

Bibliografia

- Barta J., Dobosz I. (1989), *Skrypty Prawo prasowe i autorskie*, Wyd. UJ, Kraków.
- Bauer Z. (2004), *Co to jest redagowanie?*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków.
- Bourdieu P. (2009), *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Berlin I. (1991), *Dwie koncepcje wolności*, w: *Dwie koncepcje wolności i inne eseje*, przekład H. Bartosiewicz, D. Grinberg, S. Kowalski, M. Tański, Res Publica, Warszawa.
- Boć J. (1998), *Konstytucje Rzeczypospolitej oraz komentarz do Konstytucji RP z 1997 roku*, Instytut Promocji i Reklamy Lord Kass, Wrocław.
- Dahlgren P., Sparks C. (2007), *Komunikowanie i obywatelskość. Mass media w społeczeństwie, czyli atak na system nadawców publicznych*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław.
- Dobek-Ostrowska B. (2010), *System partyjny a media w Polsce – zależności i relacje*, „Studia Medioznawcze”, nr 2 (41).
- Dobek-Ostrowska B. (1997), *Współczesne systemy komunikowania*, Wydawnictwo UW, Wrocław.
- Gardocki L. (1993), *Europejskie standardy wolności wypowiedzi a polskie prawo karne*, „Państwo i Prawo”, nr 3.
- Gerbner G. (1996), *Mass Media and Human Communication Theory* (w zbiorze:) *Sociology and Mass Communication*, red. D. McQuail, Harmondsworth 1972.
- Głuzka R., Wiśniewska K. (2019), *Propagandyści dobrej zmiany*, „Press”, Press Sp. z o.o. Sp.k., nr 03–04.
- Goban-Klas T. (2004), *Granice wolności mediów*, *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków.

- Goban-Klas T. (2000), *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, PWN, Warszawa.
- Golka B. (1995), *Etyka dziennikarska: utopia czy ratunek*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2.
- Hallin Daniel C., Mancini P. (2007), *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Herbut R. (2002), *Teoria i praktyka funkcjonowania partii politycznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Jakubowicz K. (2007), *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Kononiuk T. (1998), *Wolność prasy, wolność dziennikarzy*, „Forum Dziennikarzy”, nr 7–8.
- Kononiuk T. (2018), *Rzetelne dziennikarstwo. Aksjologia i deontologia*, Wyd. Oficyna Wyd. Aspra-JR, Warszawa.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.*, Dz. U. 1997, Nr 78, poz. 483.
- Kucharski S. (2019), *Miliard w rekompensacie*, „Press”, Press Sp. z o.o. Sp.k., nr 03–04.
- Kwasigroch A., Mikołajczyk E. (2005), *Czy wolno?*, TVP S.A., Warszawa.
- Laitinen R. E., Rakos R. F. (1997), *Corporate Control of Media and Propaganda: A Behavior Analysis*, w: red. P. A. Lamal, *Cultural Contingencies: Behavior Analytic Perspectives on Cultural Practices*, Praeger, Westport, CT.
- Lech G. (1993), *Europejskie standardy wolności wypowiedzi a polskie prawo karne*, „Państwo i Prawo”, nr 3.
- McLuhan M., Powers B. R. (1989), *The global village*, New York.
- Michalski B. (1998), *Podstawowe problemy prawa prasowego*, Dom Wyd. Elipsa, Warszawa.
- Mill J. S. (1959), *O wolności*, przekład A. Kurlandzka, PWN, Warszawa.
- Mocek S. (2006), *Dziennikarze po komunizmie*, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa.
- Mrozowski M. (2001), *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa.
- Ossowski S., Stepińska A. (2010), *Polski dziennikarz – niezależny altruista?*, „Etyka w Mediach”, nr 5.
- Pisarek W. (1996), *Kodeksy etyki dziennikarskiej*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bajera, E. Chudziński, Oficyna Cracovia, Kraków.
- Pokorna-Ignatowicz K. (2003), *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL. Między polityką a widzem*, Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Rezolucja 1003 Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy z dnia 1 lipca 1993 r. w sprawie etyki dziennikarskiej (1994)*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4.
- Sartori G. (1994), *Teoria demokracji*, przekład P. Amsterdamski, D. Grinberg, PWN, Warszawa.
- Sobczak J. (2000), *Polskie prawo prasowe*, Oficyna Wyd. Book Service, Poznań.
- Sobkowiak L. (1998), *Legitymizacja polityczna*, w: *Studia z teorii polityki*, red. A. Jabłoński, L. Sobkowiak, Wydawnictwo UW, Wrocław.
- Sparks C. S. (2001), *Comparing transition in Poland, Russia, China*, “West European Politics”, nr 24 (3).
- Szot L. (2003), *Wolność dziennikarzy w polskim systemie prawnym*, Atla 2, Wrocław.
- Szot L. (2013), *Dziennikarze mediów lokalnych. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wydawnictwo UW, Wrocław.
- Taylor L., Willis A. (2006), *Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy*, Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz. U. 1993, Nr 7, poz. 34, ze zm.
- Ustawa z dnia 28 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, Dz. U. 1984, Nr 5, poz. 24, z późn. zm.

Between the freedom and politicisation of public media

Summary

The occurrence of media politization in Poland is a very essential threat to their independence. Public media act their fundamental part in field of representation of public interests e.g. diversity, independency, reliability and completeness of information. Public radio and TV broadcasting implement their public mission and form civil society. The duty of public mission implementation by the public media arises from the polish Radio and Television Broadcasting Act. In face of the occurrence of commercialization and politization, there are, in the fact, no guaranties of public mission implementation.

Public media enable legitimization of politicians using media, what collides with independent position of media organizations. The tendency of media to free from any political control stands opposite to tendency of politicians to have an influence on the contents of media (media politization).

The Republic of Poland is a legal democratic state. In aspect of social communication, there is a fundamental right to freedom of press and freedom of speech. In scope of representation of public interests, the essential part play autonomic public media and independent journalists.

The article is an introduction to the analysis related to the mechanism of excessive public media politization in Poland. The author uses a normative approach and a method of empirical quantitative research – an anonymous questionnaire conducted among journalists of regional media. The main research objective is to analyse the conditions of independence of public media and journalists in Poland, in the context of the political process.

Constitutional guarantees of freedom of press find no reflection on reality, particularly in scope of public media. Present legal and financial status of public media condemns their organs to political dependence and balancing between public mission implementation and necessity of income gaining.

Key words: political communication, politics, public media, independency, of freedom of press, public mission, media politization

