



Horyzonty Polityki
2023, Vol. 14, N° 48



MATEUSZ PEKALA

<http://orcid.org/0000-0002-1389-2664>
Akademia Ignatianum w Krakowie
mateusz.pekala@ignatianum.edu.pl

DOI: 10.35765/HP.2374

O potencjalnej roli mediów w umacnianiu społecznej legitymizacji prawa

Streszczenie

CEL NAUKOWY: Celem artykułu jest próba udzielenia odpowiedzi na pytanie: czy media mogą odgrywać pozytywną rolę we wzmacnianiu legitymizacji systemu prawnego w państwie demokratycznym i pod jakimi warunkami mogłyby tę rolę realizować w sposób jak najbardziej efektywny?

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Analiza relacji prawo – media – społeczeństwo jest interdyscyplinarna i opiera się na perspektywie funkcjonalistycznej. Rozważania oparte są na analizie literatury z zakresu nauk prawnych, nauk politycznych oraz nauk o mediach.

PROCES WYWODU: Punktem wyjścia jest analiza cech nowoczesnej demokracji rozumianej jako specyficzny system społeczno-polityczno-prawny w kontekście aktualnego kryzysu legitymizacji prawa. Dalej analizowane są funkcje mediów i skutki mediatyzacji życia społecznego, co służy ukazaniu potencjału mediów dla promowania postaw legalistycznych. W konkluzji zaproponowany został katalog konkretnych sposobów realizacji tego celu, uzupełniony refleksjami na temat optymalnego kształtu wzajemnych relacji pomiędzy mediami, systemem prawnym i obywatelami.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Połączenie rozważań o uwarunkowaniach społecznej legitymizacji prawa z refleksją o skutkach mediatyzacji

Sugerowane cytowanie: Pekała, M. (2023). O potencjalnej roli mediów w umacnianiu społecznej legitymizacji prawa. *Horyzonty Polityki*, 14(48), 115–132. DOI: 10.35765/HP.2374.

proceeds to the conclusion, that media can and should play a positive role in building and strengthening the social prestige of legal institutions. When such conditions as independence, objectivity or high level of meritocratic advanced technologically media could contribute to the raising of the level of maturity of citizens, in particular their legal awareness.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Pierwszym efektem rozważań jest konceptualizacja sposobów realizacji przez media funkcji legitymizacyjnej w społeczeństwie demokratycznym. Towarzyszy jej zestawienie postulowanych czynników systemowych, których realizacja mogłaby zapewnić skuteczność realizacji tej funkcji. Podkreślono także konieczność dalszej debaty nad relacjami pomiędzy nadawcami i odbiorcami, jak również instytucjami państwa i podmiotami społecznymi.

SŁOWA KLUCZOWE:

prawo, legitymizacja, media, mediatyzacja, świadomość prawna

Abstract

ON THE POTENTIAL ROLE OF MASS MEDIA
IN ENHANCING THE SOCIAL LEGITIMACY
OF DEMOCRACY

RESEARCH OBJECTIVE: The aim is to answer the question: can the media play a positive role in enhancing the legitimacy of legal system in democracy?

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The analysis of legal system-media-society relations is interdisciplinary and based on a functionalist perspective. The considerations are based on an analysis of the literature in legal science, political science and media science.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The starting point was the analysis of the systemic features of modern democracy. Next, the subject of the legitimacy of democratic power and current crisis of legitimisation of legal system is presented and the social functions of mass media and the effects of the mediatization of social life are analysed. The conclusion proposes a catalogue of concrete ways of realising this goal, complemented by reflections on the optimal shape of mutual relations between the media, the authorities and citizens.

RESEARCH RESULTS: The combination of a consideration of the determinants of the social legitimacy of law with a reflection on the effects of mediation leads to the conclusion that the media can and should play a positive role in building and enhancing the social prestige of legal institutions. Under conditions such as independence, objectivity or a high level of content, high-tech media could contribute to the maturity of citizens, particularly their legal awareness.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS AND RECOMMENDATIONS: The first outcome of the deliberations is a conceptualisation of the ways in which the media performs its legitimising function in a democratic society. It is accompanied by a compilation of postulated systemic factors, the implementation of which could ensure the effectiveness of this function. The need for further debate on the relationship between broadcasters and audiences, but also state institutions and social actors was highlighted as well.

KEYWORDS:

legal system, legitimacy, the media, mediation, legal awareness

WPROWADZENIE

Skutki dynamicznego rozwoju środków komunikacji są widoczne w wielu obszarach życia społecznego i dotyczą także (albo przede wszystkim) relacji pomiędzy instytucjami publicznymi a obywatelami. Nauka próbuje nadać za rewolucją informacyjną, badając m.in. jej wpływ na funkcjonowanie demokracji. Celem tego artykułu jest podjęcie próby odpowiedzi na pytanie: czy media mogą odgrywać pozytywną rolę we wzmacnianiu społecznej legitymizacji prawa, a jeśli tak, to pod jakimi warunkami będą tę rolę realizować w sposób jak najbardziej efektywny? Głównymi punktami rozważań będą: analiza cech ustrojowych nowoczesnej demokracji (rozumianej jako specyficzny model systemu społeczno-polityczno-prawnego); teoretyczne i praktyczne aspekty aktualnego kryzysu legitymizacji prawa; społeczne funkcje mediów i skutki mediatyzacji życia społecznego; potencjał mediów w zakresie promocji postaw prospołecznych i proprawnych; sposoby realizacji i czynniki systemowe warunkujące realizację przez media funkcji legitymizacyjnej.

Artykuł nie ma na celu przedstawiania najnowszego dorobku nauk o komunikacji społecznej. Chodzi raczej o poruszenie kilku

wybranych wątków, które na gruncie medioznawstwa są już dobrze opracowane, ale jak do tej pory nie uzyskały odpowiedniego oddźwięku w naukach prawnych. Rozważania są oparte na podejściu funkcjonalistycznym, stosowanym zarówno w naukach prawnych, naukach politycznych, jak i w naukach o komunikacji społecznej (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 108; Marshall, 2004, s. 98–99, 373). Szeroko rozumiane prawo jest tu traktowane jako jeden z wielu podsystemów kształtujących porządek społeczny, a dobra komunikacja – jako niezbędny warunek takich procesów jak np. socjalizacja czy partycypacja (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 24–25).

Przyjęcie tezy, że media mogą odgrywać pozytywną rolę we wzmacnianiu społecznej legitymizacji prawa nie wydaje się kontrowersyjne, jednak szczegółowa analiza systemowych uwarunkowań funkcjonowania „czwartej władzy” oraz konkretnych sposobów realizacji przez nie różnych ról społecznych wciąż jest wyzwaniem m.in. dla socjologii prawa. Artykuł ma charakter teoretyczny i projektujący (a nie deskryptywny), a zaproponowane w pkt. 4. konceptualizacje należy traktować jako przyczynek do dalszych rozważań nad pożądanym kształtem relacji pomiędzy państwem, mediami i obywatelami.

LEGITYMIZACJA I JEJ KRYZYS

W wąskim ujęciu system demokratyczny to taki, w którym władza jest wyłaniana cyklicznie w drodze wolnych i uczciwych wyborów. Na ideę demokracji składa się jednak cały szereg założeń dotyczących nie tylko politycznych, ale także i prawnych oraz społecznych aspektów funkcjonowania współczesnych państw. Do wymogów demokratycznej gry o władzę zalicza się np. współzawodnictwo partii politycznych reprezentujących rozbieżne interesy różnych grup społecznych i rzeczywistą możliwość wyboru między kandydatami i programami. W aspekcie prawnym podkreśla się konieczność gwarantowania w aktach normatywnych i respektowania w praktyce praw i wolności obywatelskich, a także przestrzegania zasad rządów prawa (w rozumieniu zarówno formalnym, jak i materialnym), do czego można dodać postulat prowadzenia merytorycznej (opartej na dowodach, *evidence-based*) polityki publicznej (Marshall, 2004, s. 50;

Pilipiec, 2008, s. 266–268). W obszarze społecznym wskazuje się zaś na konieczność rozwijania różnych form uczestnictwa obywateli w życiu publicznym (demokracja bezpośrednia, konsultacje społeczne itp.). W myśl poglądu, że „publiczna dyskusja, racjonalna argumentacja i przekonywanie są najważniejszymi formami sprawowania władzy politycznej” (Kuniński, 2004, s. 124) konflikty społeczne powinny być rozwiązywane na drodze dialogu, kompromisu i współpracy (a nie w formie polaryzującej i destrukcyjnej konfrontacji). Z tego powodu (ale także np. z punktu widzenia ochrony przed populizmem i tendencjami autorytarnymi) istnienie efektywnych instytucji społeczeństwa obywatelskiego jest warunkiem realizacji ideału rządów ludu. Wśród zasad demokracji wymienia się też m.in.: wolność zakładania i przystępowania do organizacji, wolność wypowiedzi, prawo do głosowania, prawo do ubiegania się o urzędy publiczne, istnienie alternatywnych źródeł informacji oraz uzależnienie instytucji ustalających politykę rządu od głosów wyborców i od innych sposobów ujawniania ich preferencji (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 116–120).

Zagadnienie legitymizacji państwa i prawa jest szeroko opisane w literaturze naukowej i doczekało się wielu ujęć teoretycznych (zob. np. Szczepański, 2018, s. 233–234; Winclawska, 2018, s. 236–237; Secler, 2012, s. 245–246; Biernat, 2000, *passim*). Potrzeba legitymizacji pojawia się w każdym (nie tylko demokratycznym) systemie politycznym w momencie pojawienia się władzy publicznej z jej własnym systemem norm, „który zaczyna rościć sobie pretensję do pierwszeństwa przed wszystkimi pozostałymi” (Kozak, 2008, s. 40). Zewnętrzne uprawomocnienie jest czymś pozytywnym i pożądanym, z jednej bowiem strony dostarcza państwu uzasadnienia moralnego, z drugiej zaś zapewnia skuteczność i stabilność rządów (Łabędź, 2004, s. 1261–1262). Legitymizacja nie dotyczy jednak poszczególnych aktorów sceny politycznej, ale raczej całego demokratycznego systemu polityczno-prawnego w wyżej zarysowanym kształcie. Jej wysoki poziom jest niezbędny do trwania państwa, budowania zaufania do instytucji publicznych oraz zwiększania skuteczności polityk publicznych. Legitymizowany system prawny to taki, który jest uznawany za obowiązujący, w efekcie czego ustanawiane przez niego normy cieszą się społecznym autorytetem. Z kolei brak społecznego uprawomocnienia skutkuje znacznym obniżeniem skuteczności działania państwa i prawa (Pałeczki, 2003, s. 127).

Klasyczne teorie za źródła legitymizacji uznawały np.: *sacrum*, prawo naturalne, tradycję, charyzmę lub uzasadnienia racjonalno-prawne, natomiast współcześni badacze za przykład zasady legitymizującej władzę uznają „ideologię obywatelstwa”, która opiera się na zagwarantowaniu jednostkom praw cywilnych, politycznych i społecznych (Marshall, 2004, s. 170; Kozak, 2008, s. 43–44). Proces legitymizacji polega na uzyskiwaniu społecznego poparcia dla „zasad zdobywania władzy, co rzecz jasna stanowi istotny wyróżnik państw demokratycznych, w których władza jest wyłanianą w drodze wyborów, a nie zawłaszczana jak w przypadku państw totalitarnych” (Szczepański, 2018, s. 233). Główną rolę odgrywają tu społeczne (a nie innego rodzaju) źródła uprawomocnienia systemu: „Legitymizacja jest tym, co zostaje przyznane stabilnemu podziałowi władzy, gdy uznaje się go za obowiązujący” (Marshall, 2004, s. 169–170).

Bez wątplenia najprostszym sposobem uzyskania posłuchu jest stosowanie przez władzę publiczną przymusu, jednak jest to nie tylko sprzeczne z ideą demokracji jako „rządzenia przez rozmowę”, ale też nieskuteczne. Wypada zgodzić się z poglądem mówiącym, że „rządzenie demokratyczne jest zajęciem znacznie trudniejszym niż autorytarne. Jest jednakże zajęciem bez porównania bardziej szlachetnym” (Pałeczki, 1993, s. 37). W perspektywie długoterminowej zaś żaden system wykorzystujący jedynie przymus i strach nie ma szans na przetrwanie (Kozak, 2008, s. 41–42). W ujęciu Habermasowskim społeczna legitymizacja władzy oznacza „demokratycznie wyrażoną wolę zbiorową, ukształtowaną w warunkach nieskrępowanego dyskursu o wartościach” (Łabędź, 2004, s. 1262). Dialog społeczny staje się tutaj pojęciem centralnym, uzasadniającym istnienie całego systemu polityczno-prawnego: „Prawnie ukonstytuowana władza państwowej administracji musi, jeśli ma nie wyschnąć źródło sprawiedliwości, z którego samo prawo czerpie swą legitymizację, mieć u swych podstaw stanowiącą prawo władzę komunikacyjną” (Habermas, 2005, s. 162). Nie wystarcza zatem milczące przyzwolenie obywateli na działania państwa, a najlepiej gdy obywatele w sposób czynny okazują swoją akceptację dla instytucji publicznych, np. partycypując wyborach i innych procesach decyzyjnych. Na pewno nie chodzi jednak o posłuszeństwo wywołane indoktrynacją czy lękiem, a o świadome i dojrzałe postawy jednostek i grup działających w duchu idei społeczeństwa obywatelskiego. Podobne ujęcie przyjmuje

się w rozważaniach na temat legitymizacji prawa, gdzie posiadanie przez nie podstawności oznacza istnienie powszechnego społecznego przekonania o jego obowiązywaniu (Kozak, 2008, s. 31, 35).

Koncentracja na społecznych źródłach uprawomocnienia pozwala uznać, że legitymizacja jest pojęciem z zakresu świadomości społecznej, a nie prawa (Winclawska, 2018, s. 235). Innymi słowy jest ona jednym z elementów kultury prawnej danego społeczeństwa, co z kolei skłania do wniosku, że refleksji na jej temat nie można prowadzić w oderwaniu od ogólnych założeń danego systemu polityczno-prawnego. Pozwala także dostrzec, że stan legitymizacji w każdym społeczeństwie nigdy nie jest stały i zmienia się w zależności od wielu różnorodnych czynników (Łabędź, 2004, s. 1261–1262).

Władza legitymizowana pozostaje w partnerskich stosunkach z instytucjami społeczeństwa obywatelskiego, a relacje państwa z obywatelami polegają na szczerym dialogu i skutecznej współpracy. Wysoka efektywność konsultacji i metod partycypacyjnych buduje zaufanie do instytucji państwowych, a pośrednio wzmacnia też podmiotowość grup i organizacji społecznych. W tym sensie posiadanie demokratycznego mandatu jest warunkiem realizacji ideału demokracji jako rządów przez rozmowę, a legitymizacja może być traktowana jako specyficzny zasób, umożliwiający władzy demokratycznej skuteczne realizowanie celów społecznych (Biernat, 2014, s. 220–228). Z kolei na poziomie świadomości jednostki legitymizacja może być traktowana jako pozytywny efekt procesu socjalizacji (prawnej, obywatelskiej, politycznej), który skłania daną osobę do przyjmowania odpowiednich postaw społecznych, w szczególności do korzystania z posiadanych praw i angażowania się w sprawy publiczne. Dobrze funkcjonująca demokracja potrzebuje świadomych i odpowiedzialnych obywateli. W odniesieniu do norm prawnych końcowym efektem procesu „wychowywania” obywatela byłoby przyjęcie przez niego perspektywy krytycznego legalizmu, definiowanego jako postawa „o motywacji zasadniczej, gdzie norma prawna jest aprobowana z uwagi na to, że jest oceniana jako słuszna czy sprawiedliwa” (Pilipiec, 2008, s. 274). Sam ustawodawca może tu jednak oddziaływać jedynie w sposób pośredni, dbając o autorytet poszczególnych organów państwa (Pieniążek, & Stefaniuk, 2014, s. 209–210).

Badacze wskazują, że rzeczywiste czynniki zapewniające państwu i prawu uznanie mogą mieć rozmaity charakter: moralny,

psychologiczny, antropologiczny, ekonomiczny, historyczny, a nawet egoistyczny (Kaczorowski, 2004, s. 1517). Kształtowanie społecznej legitymizacji jest zadaniem wielu instytucji społecznych, począwszy od środowisk rodzinnych i różnych poziomów szkolnictwa, przez grupy rówieśnicze (np. harcerstwo), środowiska branżowe, organizacje pozarządowe (np. tzw. *watchdogi* czy inicjatywy *fact-checkingowe*), instytucje z obszaru religijno-moralnego, na samych instytucjach rządowych i samorządowych skończywszy (Łabędź, 2004, s. 1263). Warto do tego katalogu dodać także współczesne media.

Demokracja, prestiż prawa, społeczeństwo obywatelskie, zaufanie i partnerstwo społeczne – wszystkie te idee łączy to, że przechodzą one dzisiaj głąboki kryzys, którego źródeł upatruje się m.in. w strukturalnych zmianach zachodzących we współczesnych społeczeństwach (globalizacja, rosnąca złożoność, dyferencjacja funkcjonalna, pluralizacja, multicentryczność itp.), skutkujących „rozmywaniem” zakresu tradycyjnie rozumianej władzy państwowej. Państwo w coraz mniejszym stopniu jest dzisiaj wszechwładnym ośrodkiem decyzyjnym. Staje się raczej jednym z wielu aktorów sieciowych układów władzy, obok nowych centrów polityki prawa, czyli np. organizacji międzynarodowych, podmiotów gospodarczych i finansowych, grup interesów czy organizacji społecznych (Stępień, 2008, s. 155; Morawski, 2010, s. 594). Można tu wspomnieć także o słabej kondycji demokracji parlamentarnej, kryzysie reprezentacji politycznej, kolejnych falach populizmu, powrocie tendencji autorytarnych, alienacji instytucji publicznych od obywateli oraz apatii obywatelskiej i ogólnym kryzysie zaufania społecznego. Z pewnością nie jest to wyczerpujący katalog procesów skutkujących tym, że dawne uzasadnienia prawomocności już nie wystarczają i że aktualnie „stoimy przed rozpaczliwą koniecznością odzyskania podstawności zarówno przez demokratyczną politykę, jak i przez prawo” (Kozak, 2008, s. 54). Być może jedną z konstruktywnych odpowiedzi na to wyzwanie jest podjęcie badań nad tym, czy (i jak) media mogą pomóc w odbudowaniu zaufania do szeroko rozumianego systemu prawnego.

MEDIA I ICH SPOŁECZNE FUNKCJE

Termin „medium” oznacza środek komunikacji, a cechą wyróżniającą media masowe jest to, że służą one do komunikowania się relatywnie niewielkiej liczby nadawców z dużym gronem odbiorców np. poprzez prasę, radio, telewizję i internet (Marshall, 2004, s. 321). Aktualnie stosowane terminy takie jak: media elektroniczne, media cyfrowe (wirtualne), media interaktywne (społecznościowe), Web 2.0 czy media posttelewizyjne, mają na celu odróżnienie „starych” mediów od „nowych”, a nawet „nowych nowych mediów” (Walecka-Rynduch, 2019, s. 90–91; Lakomy, 2013, s. 50–52, 66–68; Levinson, 2010, s. 15–17; Lister i in., 2009, s. 71, 76, 340). Żyjemy bowiem w czasach bezprecedensowej ekspansji środków komunikowania, a proces ten od lat 80. XX w. „nabrał przyspieszenia, a obecnie – stymulowany postępowaniem technicznym, komercjalizacją i globalizacją systemów medialnych – zdaje się mieć własną, trudną do okiełznania dynamikę” (Schulz, 2006, s. 1). Wśród ekspertów panuje jednak zgoda co do tego, iż oparty na kulturze partycypacji internet zdynamizował sferę publiczną (Lakomy, 2013, s. 54–56; Lister i in., 2009, s. 328–329).

Na dorobek nauk o komunikowaniu składa się wiedza z zakresu m.in. psychologii, socjologii, politologii, nauk prawnych, filozofii, nauk ekonomicznych, nauk technicznych czy językoznawstwa (Walecka-Rynduch, 2019, s. 99; Dobek-Ostrowska, 2004, s. 21). Celem tego artykułu nie jest ani przegląd starszych czy nowszych teorii mediów, ani wskazywanie nowych problemów badawczych, nie ma tu także miejsca na opisywanie wyników badań empirycznych. Wystarczy wskazać, że główne nurty analiz to: badania nad treściami przekazywanymi przez media masowe i skutkami przekazywanych przez te treści wywoływanymi; badania struktury własnościowej mediów (funkcjonowanie korporacji mediowych i ich komercjalizacja); badania nad wpływami ideologicznymi mediów w sferze promowania sposobu życia i myślenia; badania nad wpływem mediów na politykę w ustrojach demokratycznych (np. za pośrednictwem zniekształcania i/lub ograniczania informacji czy odwracania uwagi widzów od problemów społecznych) (Marshall, 2004, s. 321–322). Badania nad komunikacją polityczną dotyczą natomiast: podsystemu politycznego, podsystemu medialnego i społeczeństwa oraz zachodzących między nimi interakcji. Przedmiotem analiz mogą tu być np.: aktorzy

polityczni i procesy polityczne; nadawcy masowi i ich działania komunikacyjne; zawartość komunikatów i ich wpływ na publiczność (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 29–47, 113).

Media tyzacja życia społecznego w odniesieniu do sfery polityki oznacza „kolonizację” gry o władzę przez media (Secler, 2012, s. 245; Michalczyk, 2010, s. 9). Środki komunikacji stały się istotnym elementem kultury politycznej, rozumianej jako „normy, wartości i symbole, które pomagają w uprawomocnieniu systemu władzy politycznej w danym społeczeństwie” i zawierającej „elementy wiedzy nabytej, którą członkowie danego społeczeństwa uznają za prawdę” (Marshall, 2004, s. 166). Media mogą wobec instytucji publicznych odgrywać rolę pozytywną (współpraca) lub negatywną (konflikt). Aktorzy polityczni zaś szybko uczą się wykorzystywać media do osiągnięcia własnych celów w grze o poparcie społeczne (Schulz, 2006, s. 2). Mateusz Nieć analizuje w tym kontekście takie zjawiska jak: medialne kampanie wyborcze, propaganda polityczna i public relations, manipulacje medialne, marketing polityczny, demarketing, propaganda socjologiczna, dyplomacja kulturalna, sponsoring, fakto-*id*y, pseudoeventy i wydarzenia medialne (Nieć, 2013). Jednocześnie, niektórzy twierdzą, że częsta obecność polityków i funkcjonariuszy publicznych w mediach może owocować „raczej bardziej sceptycznym nastawieniem do polityki niż większą jej akceptacją” (Schulz, 2006, s. 2; zob. także: Drelich, 2017, s. 47–48; Marshall, 2004, s. 166, 322).

Problematyka relacji pomiędzy państwem a nadawcami medialnymi jest bardzo skomplikowana, a modele teoretyczne oscylują tu między podporządkowaniem mediów władzy a podporządkowaniem władzy mediom:

Przekazy mediów są wszędzie poddawane nadzorowi rządów, ale ograniczenia z tym związane mogą być bardzo różne: od niewielkich regulacji o charakterze doradczym (dotyczących np. niepokazywania w telewizji reklam papierosów czy nagości), do wszechogarniającej cenzury w społeczeństwach totalitarnych (Marshall, 2004, s. 321).

Ponadto obawy budzi wzrastająca zależność aktorów politycznych od nadawców:

Ilościowy udział mediów masowych w komunikacji politycznej jest trudny do zmierzenia. Wiele wyników badań wskazuje jednak na to, że jest on bardzo duży i ciągle rośnie. Takie podsumowanie musi rodzić

pytanie o skutki, jakie rozwój ten będzie miał dla jakości procesów politycznych i aktywności politycznej obywateli (Schulz, 2006, s. 10).

Mateusz Nieć podsumowuje:

Publika ma określone oczekiwania i politycy muszą się podporządkować masowemu gustom, wiedzą, czego od nich oczekuje publika i politycy owe oczekiwania publice dają. (...) Istotą komunikowania politycznego w nowoczesności jest zatem rywalizacja w przestrzeni symbolicznej o wiarygodność (Nieć, 2013, s. 267).

Problem medialnej „gry o wiarygodność” dotyczy także instytucji składających się na szeroko rozumiany system prawny.

Mediatyzacja życia społecznego, rozumiana jako proces dostosowywania się różnych podsystemów społecznych do logiki systemu medialnego, powoduje, że to nadawca masowy (lub ten, kto ma możliwość wywierania na niego wpływu) ma zawsze przewagę (Michalczyk, 2010, s. 9; Walecka-Rynduch, 2019, s. 98–107). Źródła wzrastającej potęgi mediów dzieli się na: strukturalne, psychologiczne oraz normatywne (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 115). Coraz większa rola nadawców nie oznacza jednak pojawienia się nowego ośrodka władzy, bo przecież nie posiadają oni uprawnień i kompetencji władczych, nie podejmują decyzji w sprawach publicznych ani nie mogą narzucać ani egzekwować u obywateli określonych zachowań – co bynajmniej nie znaczy, że nie dysponują żadnymi możliwościami wywierania wpływu (Secler, 2012, s. 248, 256). Media mają bowiem duże znaczenie np. dla procesów socjalizacji, partycypacji, percepcji problemów społecznych oraz implementacji decyzji publicznych (Schulz, 2006, s. 183).

Oprócz dostarczania rozrywki wymienia się następujące funkcje mediów: informowanie (zbieranie, selekcjonowanie i rozpowszechnianie informacji), organizowanie forum debaty politycznej, kształtowanie opinii publicznej (np. przez decydowanie o dostępie aktorów politycznych do sfery publicznej i o zakresie tego dostępu), strukturyzacja tematów podejmowanych publicznie (*agenda setting*), interpretowanie i ocenianie wydarzeń na scenie politycznej, kontrola i krytyka władzy, wpływanie na decyzje władzy, artykułowanie interesów różnych grup społecznych, integracja (Schulz, 2006, s. 13, 30; Dobek-Ostrowska, 2004, s. 136–137). Z powyższymi funkcjami powiązane są modelowe role dziennikarzy takie jak: dziennikarz

nagłaśniający, dziennikarz adwokat, dziennikarz mediator, dziennikarz pedagog, dziennikarz tropiciel, dziennikarz precyzyjny (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 79–80).

MEDIA A SPOŁECZNA LEGITYMIZACJA PRAWA

Skrótowa charakterystyka społecznych funkcji mediów pozwala łatwo dostrzec, że namysł nad rozwojem środków społecznego przekazu ma bardzo wiele wspólnego z refleksją na temat aktualnej kondycji demokracji. Media mogą bowiem odgrywać pozytywną lub negatywną rolę w utrzymaniu stabilności instytucji publicznych. Dlatego idee społeczeństwa obywatelskiego i rządów prawa są silnie powiązane z funkcjonowaniem mediów:

Wielu autorów wskazuje, że warunkiem istnienia i sprawnego funkcjonowania reżimów demokratycznych jest gęsta i wielokierunkowa sieć komunikacyjna, gwarantująca zbieranie, przetwarzanie i dystrybucję informacji. Media masowe, tworzące system medialny, grają w tym procesie rolę zasadniczą (...) (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 109; zob. także Marshall, 2004, s. 347).

Z kolei monopol środków komunikacji może być w tym kontekście traktowany jako cecha systemu totalitarnego (Marshall, 2004, s. 401; Secler, 2012, s. 248).

Powiązanie tematyki uprawomocnienia państwa i prawa z kwestią mediatyzacji życia społecznego jest uzasadnione również dlatego, że

system polityczny potrzebuje legitymizacji działania, którą mogą zapewnić media masowe, dystrybuując i wyjaśniając odbiorcom decyzje polityczne oraz dostarczając systemowi politycznemu wiedzy na temat ich odbioru, potrzeb i oczekiwań publiczności, społecznej rzeczywistości (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 110).

Można się nawet spotkać z tezą, że tradycyjna legitymizacja wyborcza współcześnie została poszerzona o „legitymizację medialną”, postrzeganą pozytywnie, jako proces wspierania uprawomocnienia demokracji przez system medialny (podobnie jak to czynią inne podsystemy społeczne, np. edukacja) (Dobek-Ostrowska, 2004,

s. 226). Media mogą i powinny taką rolę odgrywać. Środki komunikacji społecznej mogą być postrzegane wręcz jako najbardziej skuteczne narzędzie legitymizacji ze względu na: ich duży (i wciąż wzrastający) zasięg i rozległe grono odbiorców; duże ich znaczenie jako elementu strukturalnego komunikacji, dialogu i narracji (odzwierciedlanie, ale i tworzenie społecznej rzeczywistości); dużą skuteczność w przekazywaniu wiedzy oraz kształtowaniu opinii i postaw jednostek, ich społeczny autorytet jako nośnika idei, wartości, stylu życia itp., wpływ na kulturę polityczną i prawną; zrozumiałość i atrakcyjność przekazu pod względem formy; możliwość wykorzystywania wielu kanałów komunikacji; możliwość docierania do różnorodnych grup i dopasowania komunikatu charakterystyki odbiorcy (młodszy/starszy; początkujący/doświadczony; wg pełnionej roli społecznej/zawodowej). Przykłady konkretnych sposobów realizacji przez media funkcji legitymizacyjnej zostały przedstawione w tabeli nr 1.

Tabela 1. Wybrane sposoby realizowania funkcji legitymizacyjnej przez media

Forma działania	Przykładowe tematy przekazów medialnych
Edukacja (upowszechnianie wiedzy wśród różnych grup społecznych)	Treść i znaczenie idei demokracji, praw człowieka i obywatela, społeczeństwa obywatelskiego oraz innych wartości demokratycznych
	Wartości i zasady konstytucyjne i systemu władzy: ustawodawczej, wykonawczej, sędziowskiej i samorządowej
	Główne zasady poszczególnych gałęzi prawa, zasady działania poszczególnych instytucji (procedury, załatwianie spraw)
	Najważniejsze wyzwania i kierunki polityk publicznych; <i>ratio</i> najważniejszych aktów prawnych
	Zasady myślenia krytycznego (jako obrony przed populizmem i dezinformacją i budowania odporności informacyjnej społeczeństwa)
Promowanie konkretnych postaw i zachowań prospołecznych	Korzyści z obywatelskiego zaangażowania w sprawy publiczne i dojrzałych postaw obywatelskich, rozwijanie świadomości politycznej i prawnej
	Korzystanie z przyznanych prawem uprawnień i wypełnianie prawnych zobowiązań względem państwa
	Kompetentny udział w wyborach: samorządowych, parlamentarnych, prezydenckich i do Parlamentu Europejskiego
	Formy aktywności społecznej (np. samorząd, poradnictwo obywatelskie, organizacje pozarządowe) – korzystanie z nich oraz angażowanie się w ich organizację i rozwój
	Udział w konsultacjach społecznych oraz w innych formach partycypacji i współdecydowania (budżet obywatelski, referendum lokalne itp.)
	Budowanie mechanizmów społecznej kontroli władzy i przeciwdziałania patologiom instytucji publicznych

Źródło: opracowanie własne.

Realizacja legitymizacyjnego potencjału mediów wymaga wypracowania odpowiednich mechanizmów systemowych. W szczególności chodzi o skuteczne gwarancje przestrzegania zasady niezależności nadawców od władzy, co jest warunkiem podstawowym dla budowania wiarygodności przekazu (Secler, 2012, s. 247). Polityczna instrumentalizacja mediów niszczy ich autorytet i tworzy szkodliwy podział na poglądy oficjalne, które są głoszone jako „obowiązujące” w sferze publicznej, i ukrywane poglądy rzeczywiste. Konieczny jest wyraźny (ale życzliwy) rozdział mediów od polityki, polegający na tym, że każdy z podsystemów koncentruje się na realizowaniu własnych zadań, nie wchodzi w konfrontację z innymi, a tam, gdzie występują zbieżne cele, efektywnie z nimi współpracuje. Relacje na linii władza – media powinny być w najwyższym stopniu transparentne, a wzajemne poszanowanie autonomii powinno być odzwierciedlone w aspektach: prawnym, organizacyjnym, ekonomicznym i personalnym.

Kolejnym wyzwaniem w tym zakresie jest zbudowanie porozumienia aksjologicznego, czyli ugruntowanie katalogu wartości społecznych, który miałby funkcję integracyjną i wyznaczałby zakres współdziałania poszczególnych instytucji. Mając na uwadze abstrakcyjny model dobrze funkcjonującej władzy ludu, można tu upatrywać nadziei w takich ideach jak: dobro wspólne, bezpieczeństwo, rozwój gospodarczy, praworządność, prawa człowieka, wolności i prawa obywatelskie, dialog społeczny, samorządność, pomocniczość itp. Tradycyjne ujęcia legitymizacji odwołują się przecież właśnie do sfery wartości, uprawomocnienie warunkując ukształtowaniem u obywateli „przekonania, że struktury, procedury, działania, decyzje, kierunki polityki, urzędnicy i przywódcy, mają cechę słuszności, właściwości i wartości moralnej i że winny być one akceptowane ze względu na te właściwości” (Szczepański, 2018, s. 233–234; zob. także Winclawska, 2018, s. 235). Należy ponadto zadać pytanie o możliwość przewyciężenia wyraźnie dominującej w mediach funkcji rozrywkowej (tabloidyżacja, *politainment* itp.) (Walecka-Rynduch, 2019, s. 58–62; Drelich, 2017, s. 32; Michalczyk, 2010, s. 236).

Dalszy dynamiczny rozwój silnej i jakościowej „czwartej władzy” może przynieść wiele pozytywnych skutków dla kształtowania dojrzałych postaw obywatelskich, w szczególności w zakresie

podnoszenia poziomu świadomości prawnej. Będzie to realne przede wszystkim wtedy, gdy nadawcy będą w praktyce realizowali swoje społeczne funkcje, opierając się na odpowiednim etosie. Nie da się tego jednak osiągnąć najlepszą nawet regulacją prawną, ponieważ jest to raczej kwestia wartości i zasad etycznych (Schulz, 2006, s. 185). Każda z powyższych kwestii wymaga odrębnego opracowania wykraczającego poza ramy niniejszych rozważań. Szkieletowe propozycje w zakresie kształtowania wzajemnych relacji pomiędzy państwem, mediami i obywatelami zostały przedstawione w tabeli nr 2.

Tabela 2. Wybrane czynniki wzmacniające legitymizacyjną funkcję mediów

Obszar	Czynniki sprzyjające realizacji funkcji legitymizacyjnej przez media
Uwarunkowania polityczno-prawne	Respektowanie zasad demokratycznej gry o władzę oraz formalnych i materialnych zasad rządów prawa, transparentność procesów decyzyjnych
	Przestrzeganie zasady niezależności (przyjaznego rozdziału) władzy i mediów
	Wiarygodność aktorów publicznych zarówno w odniesieniu do relacji z mediami, jak i w stosunkach z obywatelami
	Wspieranie rozwoju instytucji społeczeństwa obywatelskiego, podejście partnerskie do obywateli (konsultacje, stosowanie metod partycypacyjnych)
	Szacunek dla racjonalności i wiedzy naukowej
Uwarunkowania dotyczące nadawców medialnych	Przestrzeganie zasady niezależności (przyjaznego rozdziału) władzy i mediów
	Rozwijanie innych niż rozrywka funkcji społecznych, np. edukacyjnej i wychowawczej
	Obiektywne kontrolowanie instytucji władzy i rzetelne ujawnianie nieprawidłowości
	Profesjonalizm, rzetelność i wysoka jakość merytoryczna przekazywanych treści, szacunek dla racjonalności i wiedzy naukowej (bez sztucznego „szukania sensacji” i podsycania negatywnych emocji)
	Pluralizm i ograniczanie negatywnych efektów zaostrzonej rywalizacji rynkowej pomiędzy nadawcami
	Spółeczna odpowiedzialność nadawców w relacjach z partnerami społecznymi i odbiorcami

Uwarunkowania społeczne (dotyczące obywateli)	Zainteresowanie jakościowymi treściami przekazów medialnych (nie tylko o charakterze rozrywkowym)
	Budowanie silnych i skutecznych instytucji społeczeństwa obywatelskiego (fundacje, stowarzyszenia, organizacje branżowe, samorządy itp.)
	Aktywny udział różnych grup obywateli w życiu publicznym (partycypacja w państwowych procesach decyzyjnych)
	Obiektywne kontrolowanie zarówno władzy, jak i mediów oraz ich wzajemnych relacji
	Nieufność wobec nadawców nieobiektywnych, nierzetelnych i uwikłanych w bieżącą walkę polityczną
	Przeciwstawianie się próbom podsycania konfliktów społecznych i pogłębiania polaryzacji, sprzeciwianie się próbom podważania demokracji, nieufność wobec ruchów populistycznych

Źródło: opracowanie własne.

ZAKOŃCZENIE

Połączenie rozważań na temat aktualnego kryzysu legitymizacji z pytaniem o skutki ekspansji mediów pozwala dostrzec, jak wiele łączy te dwa, wydawałoby się odległe od siebie, obszary. Teza mówiąca, że środki komunikacji mogą i powinny odgrywać pozytywną rolę w kształtowaniu postaw prospołecznych i proprawnych została w niniejszym artykule zarysowana na bardzo ogólnym poziomie, jest to bowiem dopiero zaproszenie do dalszej debaty (i badań empirycznych) nad systemowymi uwarunkowaniami dotyczącymi nadawców, instytucji prawnych i aktorów społecznych. Dotychczas badano głównie wpływ mediów na scenę polityczną, tymczasem, skoro „tworzywem polityki publicznej jest język”, w centrum uwagi powinna znaleźć się kwestia potencjału, jaki mają media w kontekście społecznego ugruntowywania idei demokratycznego systemu prawnego (Majone, 2004, s. 15; Michalczyk, 2010, s. 242–285).

Przyjmuje się, że jednym z najważniejszych wyzwań stojących aktualnie przed naukami społecznymi jest „nadażanie” za rewolucją informacyjną i proponowanie sposobów zapobiegania jej negatywnym skutkom (Schulz, 2006, s. 185). Ponadto, do czego przyczynkiem jest niniejszy artykuł, warto zastanawiać się nad możliwościami wykorzystywania mediów do osiągnięcia efektów pozytywnych, na przykład do promowania postaw prospołecznych i podnoszenia poziomu społecznej legitymizacji państwa i prawa.

BIBLIOGRAFIA

- Biernat, T. (2000). *Legitymizacja władzy politycznej. Elementy teorii*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Biernat, T. (2014). *Władze publiczne w demokratycznym państwie prawa. Prawo – Instytucje – Zasoby*. Kraków: Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego.
- Dobek-Ostrowska, B. (2004). *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Drelich, S. (2017). Ucieczka od umiaru. Polityka w erze mediów masowych. *Logos i Ethos*, 45, 29–51. DOI: 10.15633/lie.2336.
- Habermas, J. (2005). *Faktyczność i obowiązki. Teoria dyskursu wobec zagadnień prawa i demokratycznego państwa prawnego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Kaczorowski, P. (2004). Władza. W B. Szlachta (red.), *Słownik społeczny* (s. 1513–1524). Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Kozak, A. (2008). Kryzys podstawności prawa. W O. Bogucki, & S. Czepita (red.), *System prawny a porządek prawny* (s. 29–57). Szczecin: Uniwersytet Szczeciński.
- Kuniński, M. (2004). Demokracja. W B. Szlachta (Red.), *Słownik społeczny* (s. 116–132). Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Lakomy, M. (2013). *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*. Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Levinson, P. (2010). *Nowe nowe media*. M. Zawadzka (Tłum.). Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *Nowe media. Wprowadzenie*. M. Lorek, A. Sadza, & K. Sawicka (Tłum.). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Łabędź, K. (2004). Socjologia polityki. W B. Szlachta (red.), *Słownik społeczny* (s. 1253–1272). Kraków: Wydawnictwo WAM.
- Majone, G. (2004). *Dowody argumenty i perswazja w procesie politycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Marshall, G. (Red.) (2004). *Słownik socjologii i nauk społecznych*. M. Tabin (Red. nauk. polskiego wydania). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Michalczyk, S. (2010). *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Morawski, L. (2010). Dwa pojęcia polityki prawa. W A. Choduń, & S. Czepita (Red.), *W poszukiwaniu dobra wspólnego. Księga Jubileuszowa Profesora Macieja Zielińskiego* (s. 585–596). Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.

- Nieć, M. (2013). *Komunikowanie polityczne w nowoczesnym państwie*. Warszawa: Wolters Kluwer S.A.
- Pałeczki, K. (1993). *Cnoty główne demokracji*. Kraków: Ośrodek Edukacji Obywatelskiej i Ekonomicznej WOM.
- Pałeczki, K. (2003). *Prawoznawstwo. Zarys wykładu. Prawo w porządku społecznym*. Warszawa: Difin.
- Pieniążek, A., & Stefaniuk, M. (2014). *Socjologia prawa. Zarys wykładu* (wyd. 4. poszerzone i uaktualnione). Warszawa: Wolters Kluwer S.A.
- Pilipiec, S. (2008). Autorytet prawa obowiązującego. W O. Bogucki, & S. Czepita (Red.), *System prawny a porządek prawny* (s. 265–283). Szczecin: Uniwersytet Szczeciński.
- Schulz, W. (2006). *Komunikacja polityczna. Koncepcje teoretyczne i wyniki badań empirycznych na temat mediów masowych w polityce*. A. Koźuch (Tłum.). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Secler, B. (2012). Medialny wymiar legitymizacji władzy. *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, 4, 245–249. DOI: 10.14746/ssp.2012.4.13.
- Stępień, M. (2008). *Responsywna administracja publiczna*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Szczepański, D. (2018). Legitymacja. W J. Marszałek-Kawa, & D. Plecka (Red.), *Leksykon wiedzy politologicznej* (s. 233–234). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Walecka-Rynduch, A. (2019). *MediaEgo w MediaPolis. W stronę nowego paradygmatu komunikowania politycznego*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Windawska, M. (2018). Legitymizacja. W J. Marszałek-Kawa, & D. Plecka (Red.), *Leksykon wiedzy politologicznej* (s. 234–239). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>