

Katarzyna Miętkiewicz

"Polityka - media - manipulacja medialna. Przypadek Polski po 1989 roku", Aleksandra Seklecka, Toruń 2011 : [recenzja]

Preferencje Polityczne : postawy, identyfikacje, zachowania 7, 122-124

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Aleksandra Seklecka: *Polityka – media – manipulacja medialna. Przypadek Polski po 1989 roku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011, s. 286.

Recenzja: Katarzyna Miętkiewicz (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Polska)

Aleksandra Seklecka jest adiunktem w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, autorką monografii (Seklecka A. 2007. *Pełnomocnik Rządu ds. Równego Statusu Kobiet i Mężczyzn*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 174), kilkudziesięciu artykułów naukowych z zakresu marketingu politycznego oraz współredaktorką kilku prac naukowych.

W książce Aleksandry Sekleckiej została podjęta analiza kształtowania się systemu medialnego od 1989 roku w ramach nowej rzeczywistości społeczno – politycznej. Bada ona fragment rzeczywistości, w którym powstaje nowy ład i dokonują się przekształcenia w sferze politycznej, gospodarczej i społecznej. Ten okres dwudziestu lat, jest czasem na przestrzeni którego formułuje się także polski system medialny. Niesie to za sobą zagrożenia występowania manipulacji medialnej, która pojawia się tam, gdzie przepisy prawa mają możliwość rozległej interpretacji. Książka stanowi przedmiot badań nad jednym z wymiarów komunikowania masowego, czyli manipulacją medialną w perspektywie tworzenia i przesyłania do opinii publicznej przekazów za pomocą mediów.

Autorka, kierując się zapewne swoimi zainteresowaniami naukowymi z obszaru takich dziedzin jak między innymi: marketing polityczny, medioznawstwo, manipulacja, poświęciła sporo miejsca w swej książce ww. zagadnieniom. Jak należy przypuszczać, słusznie uważa, że występuje wiele czynników oddziałujących na funkcjonowanie mass mediów, które mają ogromny wpływ na kształtowanie się postaw i opinii obywateli. Zwraca szczególną uwagę na aspekt polityczny, który jest znaczący w obszarze funkcjonowania systemu medialnego i jego możliwości manipulowania za pośrednictwem właśnie mediów. Analizuje relacje mediów i polityki, skupiając się na determinancie politycznej.

Tytuł książki sugeruje, że czytelnik będzie miał do czynienia z opisem działalności politycznej ukierunkowanej na media, jako narzędzia manipulacji opinią publiczną i połączeniem tychże obszarów. Strukturę recenzowanej książki tworzy pięć rozdziałów zaopatrzonych wstępem autorki. Każdy z nich poprzedzony jest uwagami wstępnymi, pomocnymi dla wyjaśnienia tematu rozdziału i określenia jego zakresu w dalszej części pracy. Rozdziały zakończone są uwagami końcowymi podsumowującymi to, co zostało opisane,

wykazującymi, że postawione na początku zadanie zostało osiągnięte a zarazem przypominającymi o konkluzjach rozdziału. Książkę uzupełnia pełna bibliografia oraz wykaz skrótów.

We wstępie autorka wprowadza czytelnika w temat swoich rozważań, prezentując wiedzę z zakresu objaśnianego problemu (manipulacji, mediów i polityki). Odwołuje się do znawców tematu oraz do poszczególnych rozdziałów swojej pracy.

Rozdział pierwszy to rozważania metodologiczne. Jest próbą systematyzacji wiedzy, zaczynając od uporządkowania podstawowych terminów, poprzez odwołanie się do istotnych teorii badawczych i wyjaśniania definicji pojęć, między innymi manipulacji, a w szczególności medialnej manipulacji. Przedstawiony został wachlarz technik manipulacji medialnej zawężonej do czynnika politycznego. Autorka podejmuje próbę odpowiedzi na szereg pytań badawczych. Zastanawia się nad czynnikami wpływającymi na występowanie manipulacji medialnej i w jakich sytuacjach ona zachodzi oraz kto ma wpływ na kreowanie przekazu medialnego. Stawia również pytanie o sposoby, które są używane do manipulowania za pośrednictwem mediów. Rozważa w jakim zakresie media są narzędziem manipulacji opinią publiczną, a w jakim determinantem wyzwalającym manipulację medialną.

W drugim rozdziale szczegółowej analizie zostały poddane regulacje prawne, proces tworzenia prawa i jego przestrzegania. Znajdziemy tu przegląd najważniejszych dokumentów z obszaru prawa medialnego i opis funkcjonowania mediów publicznych i komercyjnych. Nie jest to analiza stricte prawnicza, dzięki temu w przystępny sposób czytelnik zapozna się z tym zawiłym tematem. Przedstawione tu zostały sposoby oddziaływania państwa. Nietrudno zgodzić się z opinią autorki, że polski system medialny, który jest w okresie transformacji trudno zaklasyfikować do istniejących w medioznawstwie typologii. Może być to spowodowane powiązaniem czynnika prawnego z politycznym, ponieważ przepisy prawne tworzone są również przez polityków, którzy je uchwalają. Dowodzi, że takie powiązanie przyczynia się do postrzegania mediów jako narzędzia manipulacji odbiorców przekazu. Zauważa, że przepisy prawne i możliwość ich nadmiernej interpretacji mają wpływ na zjawisko manipulacji.

Trzeci rozdział dotyczy polityki władz państwowych wobec systemu medialnego. Autorka opisuje rolę, jaką odgrywa państwo w funkcjonowaniu rynku medialnego i kształtowaniu warunków istnienia systemu komunikowania masowego. Przedstawia wpływ władz państwa na proces komunikowania masowego zgodnie z wyznaczonymi celami związanymi z przyjętym systemem wartości i czynnikami społecznymi, ekonomicznymi w połączeniu z oczekiwaniami, potrzebami i interesami politycznymi. Argumentacja w tym względzie

poparta jest licznymi przykładami z życia państwa polskiego, zawiera ciekawe spostrzeżenia dotyczące omawianego problemu. W związku z tym, niesie ze sobą wartość poznawczą. Stwierdza, że ugrupowania polityczne, jak i poszczególni politycy nie mają takiego wpływu na media, jak organy państwa. Wychodzi z założenia, że konkurencja o zajęcie najwyższych urzędów w państwie jest duża, przy czym wiele ważnych decyzji zapada w kuluarach.

Rozdział czwarty dotyczy kultury politycznej elit. Autorka skupia się na relacji powiązań między polityką a mediami. Prezentuje sposoby ułożenia współpracy pomiędzy elitą polityczną i mediów. Za elitę polityczną uważa polityków, którzy mają wpływ na decyzje, a tym samym kształtują rynek medialny, co w rezultacie przyczynia się do zaistnienia manipulacji medialnej. Zwraca także uwagę na zjawisko mediatyzacji.

W rozdziale piątym czytelnik zapozna się z pogłębioną analizą dotyczącą kampanii wyborczej, która w manipulacyjny sposób kreuje rzeczywistość. Dowie się jaka jest rola mediów w procesie organizowania kampanii i zabiegania o poparcie z wykorzystaniem mediów, w tym i Internetu. Zawiera także informacje na temat działań socjotechnicznych, jako stałego elementu w przeprowadzaniu kampanii wyborczych.

Klamrą spinającą całość, będącą jednocześnie podsumowaniem zawartości rozprawy, jest zakończenie. Jest także okazją aby przyswojoną wiedzę sobie usystematyzować.

Dążeniem autorki było wzbogacenie wiedzy na temat manipulacji medialnej. Z punktu widzenia czytelnika mogę stwierdzić, że podjęta próba jest satysfakcjonująca. Co prawda nie wyczerpuje do końca tematu, pewnie ze względu na jego wieloaspektowość. Prezentowane w książce analizy wpisują się w nurt badań nad komunikowaniem politycznym. Autorka wykazała się znajomością tematyki, łącząc wnikliwą analizę z przejrzystym i przystępnym stylem oraz logiczną sekwencją rozważań. Spójny podział na części, ciekawa treść, jak i trafna argumentacja powoduje, że książka zadowoli czytelnika. Na uznanie zasługuje zaprezentowanie przez A. Seklecką autorskich wniosków. Aby odpowiedzieć na postawione w tekście pytania, autorka odwołuje się do szeregu badań, analizuje konkretne przypadki, co stanowi cenne źródło informacji dla osób zainteresowanych tematem. Recenzowana książka wzbogaca wiedzę na temat relacji media i polityka. Pozwala także zrozumieć mechanizmy funkcjonowania polskiego rynku medialnego na przestrzeni dwudziestu lat. Bez wątpienia autorka osiągnęła cele, jakie postawiła sobie we wstępie książki.

Książkę można zarekomendować studentom politologii, dziennikarstwa czy socjologii. Stanowi także interesującą lekturę dla przedstawicieli mediów oraz praktyków życia publicznego, specjalistów z dziedziny, jak i dla wszystkich zainteresowanych tematyką.