



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Korupcja jako zjawisko społeczno-polityczne i medialne

Author: Krzysztof Nowakowski

Citation style: Nowakowski Krzysztof. (2009). Korupcja jako zjawisko społeczno-polityczne i medialne W: M. Kolczyński, M. Mazur, S. Michalczyk (red.), "Mediatyzacja kampanii politycznych" (s. 325-343). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Krzysztof Nowakowski

Korupcja jako zjawisko społeczno-polityczne i medialne

1. Uwagi wstępne

Nie ma wątpliwości, że gdyby nie media, większość afery w Polsce nie zostałaby ujawniona. Przykładowo, dotyczy to korupcji w Ministerstwie Obrony, nieprawidłowości w Narodowym Funduszu Zdrowia (odwołanie Aleksandra Neumana), sprawy starachowickiej, łódzkiej afery tzw. łowców skór. Ale tworzy to też zły wizerunek Polski na świecie, ponadto powstaje stan świadomości społecznej o panującej w kraju korupcji. Winni tej sytuacji wydają się politycy rozsiewający poglądy o wszechogarniającej korupcji oraz media chętnie podejmujące ten temat i nadające mu właściwe dla siebie proporcje.

Dziennikarstwo to konstruowanie rzeczywistości przy domyślnym założeniu, że przekazy informacyjne spełniają rygory obiektywizmu, a przekazy publicystyczne pochodzą od kompetentnych autorów. Jednak media to nie instytucje naukowe i mają swój udział w tworzeniu obrazów dotyczących np. sytuacji gospodarczej. W świadomości Polaków okres transformacji to czas permanentnego kryzysu, choć tylko w 2001 r. nasz wzrost gospodarczy spadł do 1%. Wbrew opinii o powszechnym zubożeniu dochody realne i indywidualne spożycie rosną nieprzerwanie od 1994 r. o ok. 3% rocznie, a współczynnik Giniego, jako wskaźnik nierówności społecznych, choć ma tendencję wzrostową, nie odbiega od przeciętnego w Unii Europejskiej czy krajach OECD. W opracowywanym przez UNDP rankingu Human Development Polska zajęła w 2006 r. 37. pozycję wśród 177 państw, wyprzedzając m.in. Estonię, Litwę, Słowację, czy Rosję (65. miejsce)¹. Może to oznaczać, że korupcja nie była zasadniczym elementem określającym dynamikę

¹ http://hdr.undp.org/hdr2006/pdfs/HDR_2006_Tables.pdf [data dostępu: 24.09.2007].

gospodarczą i ewolucję całego systemu społeczno-ekonomicznego. Powstaje pytanie: czy polskie afery nie mają jednak mniejszego kalibru niż te towarzyszące prywatyzacji rafinerii Leuna w byłej NRD, kreatywnej księgowości koncernu Enron czy Parmalat, albo nawet korupcji dotyczącej rozdysponowania pomocy dla Iraku, Afganistanu czy dla krajów afrykańskich?

Nasza główna teza brzmi: pozycja mediów w Polsce wynika z kryzysu władzy politycznej i słabości społeczeństwa obywatelskiego. Media kształtują świadomość społeczną wysokiej korupcji w Polsce, na co wpływ mają interesy gremiów politycznych na najwyższych szczeblach władzy, a także korporacji medialnych. Media ujawniając patologie życia publicznego, mogą uzupełniać deficyt demokracji, społeczeństwa obywatelskiego i odpowiadać na potrzeby społeczne, ale też stwarzać zagrożenia mistyfikacji rzeczywistości. Ta mistyfikacja nie jest obojętna dla kreowania zachowań społecznych, ponieważ jeśli ludzie definiują sytuacje jako realne, to w swoich konsekwencjach faktycznie stają się one realne.

2. Korupcja w świadomości społecznej

Media spełniają funkcje społeczne (socjalizowanie, orientowanie, dostarczanie rozrywki i integrowanie), polityczne (tworzenie publiczności, wyrażanie opinii stron politycznych, socjalizowanie polityczne, kształcenie polityczne, krytyka i kontrola), ekonomiczne (przyspieszanie obiegu towarów i pieniądza, kształcenie siły roboczej, terapia socjalna, pomoc w legitymizowaniu rzeczywistości) oraz informacyjne². Uczestniczą w kształtowaniu świadomości społecznej, także tej dotyczącej korupcji. Potwierdzają to badania socjologiczne.

W społeczeństwie polskim powszechna była opinia (95% wskazań CBOS z 2004 r.), że korupcja stanowi duży lub bardzo duży problem³. Według międzynarodowych badań wykonanych przez GFK Polonia wśród 21 krajów europejskich w 2006 r., 93% Polaków uważa, że ich państwo jest skorumpowane. To najgorszy wynik spośród przebadanych krajów. Lepsze wskaźniki miała nawet Rosja — 88% wskazań, Ukraina — 84%, Włochy — 79%, Słowacja — 77%, Węgry — 73%, a Czechy — 66%. W Szwecji i Austrii było to 28%⁴.

Najbardziej znanym z indeksów korupcji jest Corruption Perception Index (CPI) opracowywany co roku przez powstałą w 1993 r. niezależną organizację

² W. Furman: *Dziennikarstwo i public relations jako dwa typy komunikowania*. Rzeszów 2006, s. 81—85.

³ *Postrzeżenie korupcji w Polsce. Komunikat z badań*. Warszawa, czerwiec 2004: CBOS.

⁴ A. Stankiewicz: *Polacy: korupcja wszechobecna*. „Rzeczpospolita” z 4—5.11.2006; <http://www.gfk.pl/page.php?mid=702&=<r=&PHPSESSID=0611439f0f3efc367be2e886abd305f9&print=1> [data dostępu: 24.09.2007].

mającą siedzibę w Niemczech — Transparency International. Badania percepcji (nie doświadczenia) korupcji wykonuje się wśród biznesmenów oraz analityków zajmujących się problematyką danego kraju, a także wśród ekspertów z danego państwa⁵. Przeważają tradycyjnie kraje skandynawskie i najzamożniejsze państwa Zachodu. W 2007 r. Polska zajęła w rankingu 61. pozycję wśród 179 krajów, sytuując się m.in. za takimi państwami, jak Namibia, Kuwejt czy Kuba. W krajach UE gorsze wyniki osiągnęły tylko Bułgaria i Rumunia. Wynik ten świadczy o bardzo wysokim poziomie postrzeganej korupcji. Miejsca, jakie zajmowała Polska w rankingach w poszczególnych latach, pokazuje tabela 1.

Tabela 1

Miejsca Polski w badaniach CPI w poszczególnych latach

Rok badania	Liczba krajów objętych badaniem	Miejsca Polski w rankingu	Wartość CPI dla Polski
1996	54	24	5,6
1997	52	29	5,1
1998	85	40	4,6
1999	99	44	4,2
2000	90	43	4,1
2001	91	44	4,1
2002	102	45	4,9
2003	133	64	3,6
2004	146	67	3,5
2005	159	70	3,4
2006	163	61	3,7
2007	179	61	4,2

Źródło: Indeksy percepcji korupcji CPI z poszczególnych lat. Berlin: Transparency International. Dostępne w Internecie: www.transparency.org

Również inne zestawienia, m.in. opracowywane przez World Audit czy dotyczące konkurencyjności gospodarki, nie dają Polsce wysokiej pozycji na mapach korupcji⁶.

Świadomość istniejącej wśród Polaków wysokiej korupcji oraz percepcja korupcji i obraz Polski w sferach międzynarodowych nie znajdują jednak jednoznacznego potwierdzenia w drugiej grupie badań.

⁵ *Transparency International Corruption Perception Index*. Berlin 2006. Dostępne w Internecie: http://www.transparency.org/www/new_room/in_focus/cpi_2006 [data dostępu: 24.09.2007].

⁶ <http://www.worldaudit.org/democracy.htm> [data dostępu: 24.09.2007].

3. Praktyki korupcyjne Polaków

Inaczej przedstawia się powszechność korupcji w perspektywie badań doświadczenia korupcji przez obywateli. Pozycja Polski nie odbiega tu istotnie od wielu innych krajów, które w CPI opartym na percepcji tego zjawiska wyraźnie Polskę wyprzedzają.

Na zlecenie Transparency International Instytut Gallupa przeprowadził w 2006 r. badania wśród 59 661 osób z 62 państw w ramach Globalnego Barometru Korupcji. Z krajów Europy Wschodniej ujął Albanii, Bułgarię, Chorwację, Czechy, Kosowo, Macedonię, Polskę, Rumunię, Serbię, Rosję, Mołdowę i Ukrainę⁷. Doświadczenia łapówkarskie obywateli tych krajów przedstawia tabela 2.

Tabela 2
Doświadczenie łapówkarstwa w wybranych krajach:
Kto płacił łapówkę w ostatnim roku?

Kraj	Tak [%]	Nie [%]
1	2	3
Kraje UE		
Austria	2	98
Czechy	17	83
Dania	2	98
Finlandia	1	99
Francja	2	98
Grecja	17	83
Hiszpania	2	98
Holandia	2	98
Islandia	2	96
Luksemburg	6	94
Niemcy	2	98
Norwegia	2	98
Polska	5	94
Portugalia	2	98
Szwecja	2	98
Wielka Brytania	2	98

⁷ *Report on the Transparency International Global Corruption Barometer 2006*. Berlin, 7 December 2006: Transparency International. Dostępne w Internecie: www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/gcb/2006/Global_Corruption_Barometer_2006_report.pdf [data dostępu: 24.09.2007].

cd. tab. 2

1	2	3
Kraje spoza UE		
Szwajcaria	1	99
Maroko	60	40
Rosja	8	92
Ukraina	23	77
Japonia	3	97
USA	2	98
Średnia dla wszystkich krajów badanych	9	91

Źródło: *Report on the Transparency International Global Corruption Barometer 2006*. Berlin, 7 December 2006: Transparency International. Dostępne w Internecie: www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/gcb/2006/Global_Corruption_Barometer_2006_report.pdf

Występuje brak spójności między 61. pozycją Polski w CPI a ustaleniami Globalnego Barometru Korupcji z 2006 r. opartymi na badaniach gospodarstw domowych. Przykładowo, w ramach Globalnego Barometru Korupcji 5% respondentów w Polsce odparło, że miało w ciągu ostatnich 12 miesięcy praktyczne doświadczenia związane z korupcją (w Czechach, które zajmują w CPI 41. pozycję, było to 17%, w Grecji — 11%, a nawet w Luksemburgu — 6% badanych). W badaniach CBOS z 2006 r. obserwujemy wyraźny spadek deklaracji o własnym udziale w praktykach łapówkarskich. W 2000 r. było to 14% badanych, w 2002 r. — 16%, 2003 r. — 17%, 2004 r. — 15%, 2005 r. — 15%, a w lipcu 2006 r. — 9%. Autorka badań Anna Kubiak interpretowała to rzeczywistym zmniejszeniem aktywności obywateli w tym zakresie oraz w jeszcze inny sposób — obawami i lękami przed przyznawaniem się w badaniach sondażowych do zachowań publicznie piętnowanych. O rozległości otoczenia korupcyjnego może świadczyć personalna znajomość osób biorących łapówki. W 2000 r. było to 30% badanych, w 2001 r. — 26%, 2002 r. — 21%, 2003 r. — 22%, 2004 r. — 23%, 2005 r. — 21%, a w 2006 r. — 18%. Poza prywatnymi przedsiębiorcami na znajomość dużej liczby (5 i więcej) osób biorących łapówki wskazywały osoby o niższym statusie społecznym. A. Kubiak zauważa, że deklaracje te mogą bardziej wyrażać przekonanie o otaczającym świecie skorpumpowanych ludzi i instytucji, niż wskazywać na rzeczywiste kontakty z biorącymi łapówki. Odsetek osób deklarujących w kolejnych badaniach, że próbowano im wręczyć łapówkę, wygląda następująco: 2000 r. — 13%, 2001 r. — 9%, 2002 r. — 7%, 2003 r. — 5%, 2004 r. — 7%, 2005 r. — 6% i 2006 r. — 7%⁸. Za obszar objęty największą korupcją respondenci uznali służbę zdrowia, ale do wręczania łapówek jej pracownikom przyznało się tylko 8%. Podobne wyniki podawała *Diagnoza Społeczna 2005*, gdzie ustalono, że nieformalne opłaty w służbie zdrowia dotyczyły 6%

⁸ A. Kubiak: *Codzienne doświadczenia korupcyjne Polaków. Barometr korupcji 2006. Raport z badań*. Warszawa 2006, s. 7—8, 11, 14—15.

gospodarstw domowych, a prezenty wyrażające wdzięczność — 9% gospodarstw. Także Eurobarometr wskazał na 7% Polaków dających łapówki w tym obszarze (na Litwie było to 15%, na Węgrzech — 14%, na Słowacji — 13%, a w Grecji — 9%)⁹. W innych badaniach międzynarodowych aż 81% Polaków stwierdziło, że nie daje łapówek. Rzadziej do korupcji przyznawali się tylko Estończycy i Austriacy (82%), Słoweńcy (89%) oraz Portugalczycy (94%). Najmniej zdecydowanie zaprzeczali Węgrzy (47%), Ukraińcy (43%) oraz Rumuni (38%). 56% Polaków sądziło, że korupcja jest w Polsce większa niż w innych krajach, a według 49% z korupcją nie ma sensu walczyć, bo zawsze była, jest i będzie. Co trzeci Polak (34%) uważa, że „bez łapówek nawet mechanizmy państwa, które jeszcze jakoś funkcjonują, przestałyby działać”, ale to jeden z niższych wskaźników w tych badaniach, porównywalny z odpowiedziami w Wielkiej Brytanii i Austrii (po 32%). W 1999 r. Bank Światowy i EBOiR przeprowadziły ankietę (Business Environment and Enterprise Performance Survey — BEEPS) w 22 krajach dokonujących transformacji. Później te badania kontynuowano. O tym, że korupcja ogranicza tam mechanizmy rynkowe, świadczy nasilenie *state capture* („państwo zawłaszczone”). Według tych badań, indeks zawłaszczenia państwa i korupcji administracyjnej dotyczący Polski był jednym z najniższych w regionie¹⁰. W 2002 r. procent firm płacących łapówki w Polsce (18,6%) był niższy niż na Litwie (20,6%), na Węgrzech (22,6%), w Bułgarii (32,8%) czy Rumunii (36,7%). Ma też tendencję spadającą, ponieważ w 1999 r. było to w Polsce 33,2% firm. Również wysokość łapówek (w procentach przychodów firm) istotnie nie odbiegała od tej w innych krajach środkowoeuropejskich¹¹. W 2006 r. Bank Światowy przedstawił raport *Anticorruption in Transition 3* opracowany na podstawie ankiet przeprowadzonych wśród 20 000 przedsiębiorców z 26 byłych krajów socjalistycznych oraz Turcji, Niemiec, Grecji, Irlandii, Portugalii i Hiszpanii. W 2002 r. połowa polskich firm przyznawała, że bez łapówek trudno cokolwiek załatwić w urzędach. W 2005 r. było to już 38% (średnia dla nowo przyjętej do UE ósemki wynosiła 30%). Spadł też średni odsetek przychodów, jakie firmy przeznaczają na łapówki, z 1,2% do 0,8%. Gorzej było na Litwie i na Węgrzech, a przykładowo w Czechach — 0,7%. Korupcja była w 2005 r. większym problemem dla biznesu w Azerbejdżanie, Czechach i Rosji niż w Polsce¹². W badaniach *Nations in Transit 2006* przeprowadzonych przez Freedom House skala ocen wynosiła od 1 (najniższy poziom korupcji) do 7 (najwyższy). Do rankingu wykorzystano raporty, włączając w to informacje organizacji pozarządowych, instytucji kredytowych oraz innych międzynarodowych organizacji, a także lokalnej prasy i wybranych danych rządowych (por. tab. 3).

⁹ Ibidem, s. 23.

¹⁰ *Anticorruption in Transition, a Contribution to the Policy Debate*. Washington, September 2000: The World Bank, s. 15.

¹¹ *Transition Report*. London 2002, s. 28.

¹² J.H. Anderson, C.W. Gray: *Anticorruption in Transition 3*. Washington 2006: The World Bank.

Tabela 3

Rating korupcyjny dla nowych członków UE

Kraj	1999— 2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Miejsce w CPI (2006)
Czechy	3,25	3,75	3,75	3,50	3,50	3,50	3,50	46
Estonia	3,25	2,75	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	24
Węgry	2,50	3,00	3,00	2,75	2,75	2,75	3,00	41
Łotwa	3,50	3,50	3,75	3,50	3,50	3,50	3,25	49
Litwa	3,75	3,75	3,75	3,50	3,50	3,75	4,00	46
Polska	2,25	2,25	2,25	2,50	2,50	3,00	3,25	61
Słowacja	3,75	3,75	3,25	3,25	3,25	3,00	3,00	49
Słowenia	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,25	28
Średnia	3,03	3,09	3,03	2,94	2,94	3,00	3,09	43

Źródło: Na podstawie *Nations in Transit 2006*. Dostępne w Internecie: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm=261&=2006> oraz *Transparency International Corruption Perception Index*. Berlin 2006. Dostępne w Internecie: http://www.transparency.org/www/new_room/in_focus/cpi_2006

Rating dla Polski z 2006 r. został wyżej oceniony niż dla Litwy, Czech i Łotwy. Dla państw bałkańskich średnia ocena wynosiła 4,75, a dla krajów byłego Związku Radzieckiego — 6,13 (dla Rosji — 6,00, a dla Ukrainy — 5,75)¹³.

O pewnych sprzecznościach między percepcją korupcji a uczestnictwem w praktykach korupcyjnych w Polsce świadczą też badania Ernst&Young wśród 600 największych firm na świecie, wywodzących się z 19 krajów. W opinii zagranicznych menedżerów w Polsce afer korupcyjnych jest więcej niż np. w Sudanie, Nigerii czy Ghanie, a co piąta światowa spółka przyznała, że z powodu zagrożenia korupcją zrezygnowała z inwestowania w naszym kraju. Jednak badania pokazały też, że w ciągu ostatnich 2 lat w Europie Zachodniej i USA z wymuszeniami łapówek czy oszustwami spotkało się 75% badanych firm, a w Polsce tylko 32%¹⁴. Firmy doradcze KPMG i SMG KRC zapytały inwestorów zagranicznych w Polsce, jakie są ich problemy (badania z końca 2005 r.). Dla 71,9% opinia, że trudno coś załatwić bez łapówki, jest fałszywa (dla 21,9% — prawdziwa), choć dla 87,5% biurokracja jest wszechobecna, a sądownictwo wolne i nieskuteczne¹⁵. Także według badań World Economic Forum przeprowadzonych wśród 102 krajów, Polska znajdowała się w grupie państw o średniej korupcji i miała mniejsze nielegalne dotacje do sfery politycznej niż np. Czechy i Słowacja. Również te dane wskazują, że pozycja Polski wśród krajów przekształcających się nie jest niska¹⁶. Kontrastuje to z wynikami badań dotyczącymi percepcji korupcji przeprowadzonymi przez

¹³ *Nations in Transit 2006*. Dostępne w Internecie: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm=261&=2006> [data dostępu: 24.09.2007].

¹⁴ L. Kostrzewski: *Polska, Polska... Czy to tam, gdzie kradną*. „Gazeta Wyborcza” z 30.06.2006.

¹⁵ P. Maciejewicz: *Tani pracownicy, a jacy profesjonalści*. „Gazeta Wyborcza” z 13.04.2006.

¹⁶ *Global Competitiveness Report 2003*. World Economic Forum, October 2003.

polskie instytucje badawcze, a także prezentowanymi przez indeks CPI. Percepcję wielkiej korupcji w Polsce w skali krajowej i międzynarodowej tworzą w dużym stopniu politycy i media. Nie oznacza to oczywiście, że korupcja w Polsce nie występuje — rzecz w tworzeniu odpowiednich proporcji. Dochodzi do tego relatywizacja percepcji korupcji. W badaniach socjologicznych respondenci nie lokalizują korupcji we własnych środowiskach, lokują ją natomiast na innych polach. Występuje tu mechanizm społecznego przemieszczania zjawiska. Potwierdzają to badania Fundacji im. Stefana Batorego przeprowadzone wśród posłów i prokuratorów, którzy wbrew powszechnej percepcji nie widzieli problemu korupcji we własnych szeregach. Tylko dla 23% posłów w 2004 r. politycy, parlamentarzyści byli grupą, gdzie korupcja występowała najczęściej (dla próby ogólnopolskiej w 64%), i tylko dla 1% prokuratorów dziedziną najbardziej objętą w 2005 r. korupcją były sądy i prokuratura (dla próby ogólnopolskiej w 64%)¹⁷.

4. Rola mediów w kreacji świadomości korupcyjnej społeczeństwa

Polska w rankingu Freedom of the Press należy do krajów z wolną prasą i zajmuje 22. miejsce wśród 195 państw (2007 r.), m.in. za Czechami, Litwą, Słowacją i Węgrami, ale m.in. przed Grecją (25. pozycja), Włochami (29), Bułgarią (34) i Rumunią (42)¹⁸. 61% badanych przez TNS OBOP w marcu 2006 r. uważa, że wolność prasy w Polsce jest taka, jak powinna być, 11% — że jest za duża, a dla 22% wolności tej jest za mało¹⁹. Również w badaniach MillwardBrown SMG/KRC ponad 50% respondentów uważa media za wiarygodne źródło informacji (najlepiej wypada radio), a 63% respondentów zgadza się z poglądem, że dziennikarze reprezentują wysoki poziom moralny²⁰. Zgodnie z wynikami TNS OBOP największym zaufaniem darzono Polskie Radio — 76% badanych, prasę — 70%, radiostacje komercyjne — 69%, prywatne stacje telewizyjne — 68%, Telewizję Polską S.A. — 65%²¹. To duży kapitał umożliwiający kreację rzeczywistości społecznej.

Według idei interakcjonizmu symbolicznego dziennikarstwo to konstruowanie obrazów rzeczywistości i proponowanie ich odbiorcom, przy domyślnym za-

¹⁷ A. Kubiak: *Opinia publiczna i prokuratorzy o korupcji. Raport z badań*. Warszawa 2005, s. 22.

¹⁸ *Global Press Freedom 2007*. Dostępne w Internecie: <http://www.freedomhouse.org/uploads/fop/2007/pfscharts.pdf> [data dostępu: 24.09.2007].

¹⁹ *Sondaż TNS OBOP. Polacy za dziennikarzami*. „Gazeta Wyborcza” z 23.03.2006.

²⁰ K. Antoszewski: „Czyste informacje”. *Badania MillwardBrown SMG/KRC*. W: *Media, reklama i public relations w Polsce*. Red. J. Olędzki. Warszawa 2005, s. 61, 66.

²¹ *Zaufanie do instytucji I. Media*. Warszawa, październik 2003: TNS OBOP.

łożeniu obiektywizmu informacji i kompetencji autorów przekazów. Ale są i inne perspektywy w spojrzeniu na dziennikarstwo: funkcjonalna (dziennikarstwo precyzyjne), teorii konfliktu (aktywny udział w rozgrywaniu konfliktów społecznych, dziennikarstwo śledcze), teorii wymiany (poznawanie potrzeb odbiorców i ich zaspokajanie, dziennikarstwo konsumenckie)²². Swoisty idealizm w realizacji misji dziennikarskiej i obiektywizm poznawczy nie wytrzymują próby weryfikacyjnej. Wynika to z ograniczeń percepcji niezwykle złożonej rzeczywistości, ale też z uwikłania dziennikarzy w realizację interesów indywidualnych i zbiorowych. To dziennikarze proponują tematy dyskusji i wskazują, o czym ludzie powinni myśleć, regulują skalę ważności zagadnień. Informacje są jednak często oderwane od kontekstu, utrudniają zrozumienie sensu i znaczenia wydarzeń. W ten sposób media nie odpowiadają na ważne pytania, tylko powiększają chaos w odbiorze rzeczywistości, także tej dotyczącej skali korupcji w kraju.

Media można, korzystając z terminologii Niklasa Luhmanna, nazwać systemami autopojetycznymi. To systemy samoorganizujące się, tworzące i zmieniające swą strukturę przy wykorzystaniu informacji ze środowiska. Systemy, na które ludzie nie mają żadnego wpływu, gdyż rządzą się własnymi prawami rozwoju²³. Wprawdzie „termostat” w takim systemie został przez kogoś nastawiony, ale potem autopojetyczne systemy N. Luhmanna regulują się same, choć są zależne od otoczenia. Na ten układ składają się: pamięć systemu, jego wrażliwość na bodźce, zdolność przetwarzania informacji, konstruowanie rzeczywistości, uzupełnianie pamięci. Między poszczególnymi systemami istnieją zależności wynikłe z funkcjonowania tych elementów²⁴. System ma cechy autopojetyczne, tzn. samoreferencyjne, czyli sam wyznacza swoje granice, określa swoją strukturę, tworzy elementy składowe i sam się odtwarza. Jednocześnie przyjmuje bodźce z otoczenia tylko w takim zakresie, jaki zostanie przetłumaczony na wewnętrzny język systemu. N. Luhmann traktuje media masowe jako jeden z podsystemów w systemie społecznym. Inne to: gospodarka, polityka, nauka, sztuka, prawo czy religia. W działalności mediów N. Luhmann wyróżnił 3 obszary: dziennikarstwo, reklama i rozrywka. Dziennikarstwo to stałe i seryjne wytwarzanie oraz przetwarzanie nowości. Taka działalność to rozpowszechnianie faktów, które stale muszą być odnawiane. Dodatkowo, powinny bawić odbiorców, a ich wiarygodność dopiero z czasem jest weryfikowana. Takie dziennikarstwo opiera się na zaskoczeniu, nowości, konflikcie, w którym występują zwycięzcy i przegrani, naruszaniu norm, skandalu, możliwości dokonania oceny moralnej, opiniach przedstawianych jako wiadomości. Dziennikarstwo, reklama i rozrywka, choć odmienne, działają równocześnie i mogą się nawzajem inspirować. Media oddziałują na inne podsystemy — reklama na gospodarkę, a dziennikarstwo na system polityczny i od-

²² W. Furman: *Dziennikarstwo i public relations...*, s. 109.

²³ N. Luhmann: *Essays on Self-Reference*. New York 1990, s. 3; Idem: *Teoria polityczna państwa bezpieczeństwa socjalnego*. Przeł. G. Skąpska. Warszawa 1994.

²⁴ W. Furman: *Dziennikarstwo i public relations...*, s. 74—77.

wrotnie. Także same media korygują się wzajemnie. Funkcją mediów masowych jest sterowanie samoobserwacją systemu społecznego. Oznacza to stałe odbieranie bodźców i przetwarzanie ich w informacje, w konsekwencji czego powstaje wyobrażenie rzeczywistości.

Obecnie politycy, jako element politycznego systemu autopolitycznego, stają się osobami wirtualnymi, marketing zastępuje ideologię, polityka staje się spektaklem pełnym intryg i dramatycznych sytuacji. Media interpretują i wartościują wydarzenia, osoby, tematy, są w stanie kreować rzeczywistość, a w konsekwencji, wpływać na polityczne procesy decyzyjne. Niejednokrotnie politycy ograniczają się tylko do informacji medialnych. Ale jest też tak, że dziennikarze, mający dużą popularność społeczną, kreowani są na polityków (np. Tomasz Lis). Zamazuje się wtedy granica między interpretacją medialną a działaniami politycznymi, co jest obserwowane przez odbiorców i może obniżać funkcje kontrolne mediów. Media rzadko wyjaśniają przyczyny i mechanizmy procesów politycznych i ekonomicznych. Jest to dla nich raczej arena służąca przyciągnięciu uwagi czytelnika i widza. W większości wypadków dziennikarz jest jedynie dostarczycielem prostej, nieprzetworzonej informacji, nie mając szansy na jej weryfikację; często nie posiada wiedzy, która pozwoliłaby na nią. Niejednokrotnie też nikt od niego takiej weryfikacji nie oczekuje, a do tego dochodzi prozaiczny brak na nią czasu wynikający z tempa pracy dziennikarskiej.

Jak już pisaliśmy, media proponują tematy i dyktują, o czym ludzie powinni myśleć. Jeśli nie ma rozbieżności między znaczeniami wydarzeń prezentowanymi przez media i uznawanymi przez społeczeństwo, sprzyja to ukształtowaniu konwencji dotyczących przekonań i sposobów postępowania. Rolą mediów jest zainteresowanie publiczności, zgodnie z systemem wartości i doświadczeń obywateli. Kryzys polityczny rodzi popyt na populizm i na informacje o korupcji. Ludzie, nie ufając politykom, chętnie przyjmują takie wiadomości, a politycy, walcząc między sobą, chętnie informacje o korupcji przekazują. Jak zauważyła Małgorzata Fuszara, podejście mediów (głównie prasy) jest jednowymiarowe, oparte na cechach skandalu, udratycznienia i oskarżenia. Pozbawia to odbiorców głębszej refleksji, skupia na pojedynczych przypadkach²⁵. Dziennikarze rzadziej sięgają do raportów NIK, gdzie w obszerny sposób przedstawia się mechanizmy korupcyjne, propozycje rozwiązań systemowych i nie szuka się sensacji. Raporty te trudne są do tabloidyzacji.

Korupcja stała się obecnie nośnym medialnie tematem i nie zawsze dla dziennikarzy bezpiecznym. W 2005 r. na 58 zamordowanych na świecie dziennikarzy 14 przypadków związanych było z ujawnianiem korupcji²⁶. W ostatnich latach zalała Polskę fala artykułów o korupcji, głównie w dziennikach ogólnopolskich.

²⁵ M. Fuszara: *Obraz korupcji w prasie*. W: *Korupcja w życiu codziennym*. Red. J. Kurczewski, B. Łaciak. Warszawa 2000.

²⁶ <http://transparency.org/pressfreedom/2006/infocus/home> [data dostępu: 24.09.2007].

W „Gazecie Wyborczej” w okresie 1.01.1990—31.05.2007 ukazało się 18 251 tekstów zawierających słowo „korupcja”, w tym od 1.01.2000 do 31.05.2007 — większość — 13 919 artykułów (w okresie 1.01.1990—31.12.1994 było to 1411 tekstów). W samym 2005 r. artykułów tych było 2180. W okresie 1.01.1990—31.05.2007 słowo „korupcja” pojawiło się w 862 tytułach, w tym w okresie 1.01.2000—31.05.2007 w 669 tytułach. W drugim czołowym, opiniotwórczym dzienniku — „Rzeczpospolitej”, wyraz „korupcja” wystąpił w okresie 1.01.1993—31.05.2007 w 2225 artykułach (142 tytułach), w tym w okresie 1.01.2000—31.05.2007 w 1530 artykułach i 110 tytułach²⁷. Widać, że nasilenie informacji medialnych o korupcji to okres ostatnich ok. 8 lat.

Budowa tego typu świadomości może paraliżować mechanizmy polityczne i ekonomiczne oraz tworzyć ogólną atmosferę bezradności, nieufności i bezalternatywności. Przykładowo, obawy może budzić organizacja przetargu, skoro wszyscy uważają, że przetargi są ustawione. W mass mediach występuje naturalna dla tej formy przekazu informacji tendencja do personalizacji mechanizmów politycznych, czemu przekazy korupcyjne bardzo dobrze służą. Personalizacja problemu to główna metoda dziennikarstwa, która jednak nie zawsze pomaga w zrozumieniu głębszych mechanizmów. Z jednej strony, ukonkretnia, urealnia temat, z drugiej jednak, rozmywa go i praktycznie stanowi rozproszenie problemu, bo oznacza znalezienie winowajcy i ofiary, bez ujawniania wspomnianych mechanizmów. W ten sposób media dramatyzują sytuacje korupcyjne, ale nie zawsze są cierpliwe w kontrolowaniu dalszego przebiegu poszczególnych spraw, w myśl opinii, że czytelnik/słuchacz może nie pamiętać. Pojawia się skłonność do uogólniania i rozwija się kultura mało precyzyjnego przekazu. Prezentacja korupcji mieści się w populistycznej polityce, która polega na werbalizowaniu udratyzowanego opisu, a potem prezentowaniu prostego rozwiązania — zamknijmy złodziei, to nie będą kradli. Rekonstrukcje medialne są częścią powszechnego zjawiska fabularyzacji i fikcjonalizacji rzeczywistości w mediach. Przykładem takiego spektaklu była komisja zajmująca się sprawą Lwa Rywina, która zamiast skupiać uwagę na wyjaśnianiu, dlaczego osoby będące formalnie poza instytucjami władzy mogą określać kształt ustawodawstwa, koncentrowała uwagę opinii publicznej na kłótniach między członkami komisji, między nimi a przesłuchiwanymi osobami. Komisja kreowała postacie partyjne i polityczne, służyła interesom poszczególnych ugrupowań politycznych.

Polak przez lata dowiadywał się z mediów, że w kraju jest korupcja, obecnie politycy przekonują, że wszędzie jest tzw. układ. Profesor Janusz Reykowski zauważa, że diagnoza, w której główną kategorią objaśniającą jest układ, to wygodna sytuacja dla władzy. „Właściwie prawie każdy mógłby powiedzieć, że ma lub miał do czynienia z jakimś »układem« i że ten »układ« zrobił mu jakieś krzywdy”²⁸. Choć opis systemu opartego na układzie jest krytykowany przez większość

²⁷ Dane na podstawie archiwum „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”.

²⁸ *Kaczyńscy nie mają rządu dusz. Rozmowa z Prof. J. Reykowskim.* „Przegląd” 2007, nr 26, s. 9.

mediów, wpisuje się w ogólną atmosferę kraju powszechnej korupcji, w budowie której te media uczestniczyły. Pojawiają się nowe, podejmowane przez media, definicje rzeczywistości, oparte na pojęciu oligarchii jako osób ze sfery biznesu budujących swoje ogromne majątki poprzez powiązania ze sferą publiczną. Tymczasem poziom oligarchizacji gospodarki w Polsce jest niższy niż w większości krajów europejskich. Jeśli przyjmiemy za miarę stosunek wartości majątku dziesięciu najbogatszych rodzin do PKB, to w Polsce było 2,3%, w Niemczech — 4,3%, we Francji — 5,1%, w Hiszpanii — 5,8%, na Ukrainie — 8,5%, w Rosji — 8%, a w socjaldemokratycznej Szwecji — 20%. W odróżnieniu od Rosji czy Ukrainy polscy biznesmeni nie kupili bogactw naturalnych, a przemysł metalurgiczny należy do zagranicznych inwestorów. W procesach prywatyzacyjnych dominował leasing pracowniczy, niesłużący procesom oligarchicznym. Wśród 100 najbogatszych w Europie Środkowej i Wschodniej w 2007 r. dominują Rosjanie i Ukraińcy. Na liście znajduje się tylko 15 Polaków, z których najwyższą, dopiero 35. pozycję ma Michał Sołowow, a następny, Zygmunt Solorz-Żak — 49.²⁹ Włodzimierz Wesołowski przeprowadził analizę elit ekonomicznych na podstawie m.in. list najbogatszych Polaków opracowywanych przez tygodnik „Wprost” (1991—2004). Wskazał na kształtowanie się nowej elity niezależnej od zasobów wyniesionych ze starego systemu³⁰. Majątki czołowych polskich biznesmenów, takich jak Michał Sołowow, Roman Karkosik, Krzysztof Pawiński, Leszek Czarnecki, w niewielkim stopniu uzależnione są od transakcji z sektorem państwowym³¹. Jednak media na te tematy właściwie milczą. W samym przemyśle medialnym przeważają obcy inwestorzy, a Agora jako jedyna znacząca polska firma jest zdominowana przez pracowników firmy i rozproszony akcjonariat.

Relacje między mediami a politycznym systemem autopojetycznym powodują zagrożenia instrumentalizacji mediów. Trudno znaleźć równowagę między demaskacją patologii a ryzykiem destabilizacji i manipulacji. Oskarżenia o korupcję stają się elementem walki politycznej, szczególnie przed wyborami. Tak, przykładowo, było także we Francji, gdy posłużył się tym narzędziem Dominique de Villepin w stosunku do obecnego prezydenta Nicolasa Sarkozy. Dla polityki i poszczególnych partii charakterystyczna jest dość naturalna tendencja do odsuwania pól, gdzie należy dokonywać trudnych wyborów. Zawieramy osobom, politykom wykazującym energię w potępieniu korupcji, ale odsuwającym trudne wybory instytucjonalne, naruszające prawdziwe grupy interesów. Dlatego z problemem korupcji wiąże się jej instrumentalizacja. W sensie heurystycznym oznacza to umieszczenie zjawiska na liście ważnych zagadnień społecznych, jego instytucjonalizację i podejmowanie działań zaradczych. Wtedy nie jakieś obiektywne jego cechy przesądzają o tym, że zjawisko znajdzie się na liście problemów

²⁹ J. Piński, K. Trębski: *Monarchowie Wschodu*. „Wprost” 2007, nr 39, s. 45—50.

³⁰ W. Wesołowski: *Evolution of Polish Economic Elite since 1989*. In: *Cohesion and Division of Economic Elites in Central and Eastern Europe*. Ed. G. Lengyel. Budapest 2004, s. 49—50.

³¹ W. Gadomski: *I ty zostaniesz oligarchą*. „Gazeta Wyborcza” z 15—16.09.2007.

społecznych (naturalna historia problemu społecznego). „To, czy jakiś stan rzeczy zostanie uznany za ważny problem społeczny, zależy przede wszystkim od tego, jak zostanie zdefiniowany, a także od tego, czy definicje te zostaną przyjęte i staną się podstawą zbiorowych działań służących rozwiązaniu skonstruowanego w ten sposób problemu”³². Oznacza to, że problem społeczny korupcji nie kształtuje się oddolnie, a sprawą zasadniczą jest nastawienie ośrodków władzy i wykorzystanie zasobów medialnych. Także polskie media specjalnie nie akcentowały tego tematu do ok. 1998 r. W Polsce dopiero w pewnym momencie, głównie dzięki mediom, władza uznała korupcję za problem społeczny.

5. Problem dziennikarstwa śledczego

Termin „przetrzęsanie brudów” (*muckraking*) pochodzi jeszcze z 1906 r. Doprowadzono wtedy do pobudzenia świadomości społecznej obywateli i upodmiotowienia opinii publicznej³³. Ta forma dziennikarska ma swoje tradycje, znane chociażby z afery Watergate z lat 70. Problem polega na tym, że większość informacji pochodzi nie ze śledztw, ale z tzw. przecieków, informacji tajnych lub poufnych, od parlamentarzystów czy agend rządowych. Dziennikarstwo śledcze mieści się w medialnym paradygmacie konfliktu. Ma niejasny status prawny i wymaga niezwyklej rzetelności i cierpliwości. Paradoks tego dziennikarstwa polega na tym, że „gdybyśmy chcieli wymagać od dziennikarzy śledczych moralnej nieskazitelności — to nie byłoby zdolni do penetrowania mrocznego świata, który jest przedmiotem ich badań i w ten sposób nie mogliby wykonywać swojej pracy”³⁴.

Dziennikarstwo śledcze wyrosło w Polsce na podłożu kryzysu władzy wykonawczej, sądowniczej i ustawodawczej. Nie tyle opisuje rzeczywistość, ile chce ją zmieniać. Zrywa z bezstronnością faktów, obiektywizacją znaczeń. Chce odkryć prawdę głębszą, jednak często wikła się w niezrozumiałe opisy i może przedstawiać rzeczywistość paradoksalnie, w formie uproszczonego ujęcia spiskowego. To jest zasadnicze niebezpieczeństwo. Teksty śledcze należy badać także jako przekazy funkcjonujące w warunkach współczesnej komunikacji masowej — przystosowane do specyficznego sposobu odbioru. To sposób oparty na postawie konsumpcyjnej, niewymagającej dużego wysiłku i stwarzającej pozory zaspokojenia

³² K.W. Frieske: *Korupcja znana i nieznaną*. W: *Polska. Ale jaka?* Red. M. Jarosz. Warszawa 2005, s. 274.

³³ W. Adamczyk: *Ujawnianie korupcji w działalności amerykańskich muckrakerów*. W: *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych*. Red. M. Palczewski, M. Worsowicz. Łódź 2006, s. 29.

³⁴ M. Kieran: *The Regulatory and Ethical Framework for Investigative Journalism*. In: *Investigative Journalism. Context and Practice*. Ed. H. De Burgh. London—New York 2001, s. 151.

różnorodnych potrzeb, głównie informacyjnych i rozrywkowych³⁵. Jak zauważa Tomasz Goban-Klas, prawdziwe dziennikarstwo śledcze wymaga silnego zaplecza prawnego, finansowego i politycznego oraz zainteresowania opinii publicznej, bo ona tworzy popyt na to dziennikarstwo i daje ostateczną ochronę polityczną. To zaplecze nie jest aż tak silne, ponieważ słabnie czytelnictwo gazet, następuje tabloidyżacja telewizji³⁶. Obserwujemy powiązania instytucji medialnych z korporacjami biznesowymi. Potężne korporacje medialne związane są z innymi korporacjami, także spoza rynku medialnego. W USA, przykładowo, telewizja ABC jest własnością Walt Disney Corp., NBC powiązana jest z General Electric. Tymczasem ważne, aby podmiotowość mediów oparta była na niezależności ekonomicznej związanej z działalnością medialną. Dochodzi do tego koncentracja rynku medialnego, która może doprowadzić do tego, że media przestaną odgrywać rolę „czwartej władzy” czy ostatecznej instancji kontrolnej w społeczeństwie i staną się elementem struktur korporacyjnych. Obecne układy oligopolistyczne utrudniają walkę z korupcją³⁷.

Spadek liczby artykułów śledczych w ostatnim czasie wynika z ograniczeń trudnych w odbiorze materiałów dziennikarskich. Są to często teksty niejedolite i długie, wymagające szczególnej uwagi czytelnika lub rzadziej słuchacza czy widza. Powtarzają się w kolejnych dniach i numerach, co nie ułatwia percepcji. Przykładowo, afera starachowicka pojawiła się w „Rzeczpospolitej” w 123 artykułach, a problemy związane z PZU w 182 artykułach.

O tym, że dziennikarze śledczy nie zawsze w sposób w pełni udokumentowany relacjonują zjawiska korupcyjne, świadczą coraz częściej przegrywane przez nich procesy. Przykładowo, dotknęło to dziennikarza „Rzeczpospolitej” w sprawie głośnego artykułu o toruńskim sędzim — *Sędzia do wynajęcia*³⁸. Nawet dziennikarze opisujący i analizujący powiązania w resorcie ministra zdrowia Mariusza Łapińskiego, zresztą nagrodzeni za to przez SDP, zgodnie z decyzją sądu nie występowali w obronie interesu społecznego, lecz firm farmaceutycznych zabiegających o umieszczenie na liście leków refundowanych swoich specyfików³⁹. Czasami media podtrzymują też atmosferę zakulisowych mechanizmów podejmowania decyzji. W połowie 2005 r. „Rzeczpospolita” podała na pierwszej stronie informację, że w Polsce działa zakonspirowana sekta (ok. 3 tys. osób) przenikająca do świata polityki i instytucji finansowych, na której czele stoi były wiceprezes PZU. W powiązanych z nią organizacjach funkcjonują znani politycy i uczeni. Istotnym źród-

³⁵ M. Worsowicz: *Pragmatyka tekstów śledczych. Wybrane zagadnienia*. W: *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka...*, s. 124.

³⁶ T. Goban-Klas: *Dziennikarstwo śledcze w USA. Powstanie, rozkwit, rozkład*. W: *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka...*, s. 11.

³⁷ T. Zalewski: *Przycinanie pazurów*. „Polityka” 2003, nr 26, s. 51.

³⁸ P. Machajski: „Rzeczpospolita” przegrała z toruńskim sędzią. „Gazeta Wyborcza” z 3.08.2007.

³⁹ H. Kowalik: *Dokąd idzie dziennikarstwo śledcze*. „Przegląd” 2007, nr 38, s. 20—23.

dłem dochodów miały być państwowe instytucje i firmy⁴⁰. Temat nie był później kontynuowany, ale znalazł miejsce w atmosferze i świadomości społecznej. Takie sytuacje nie poprawiają pozycji niezależnego w swej istocie dziennikarstwa śledczego. Funkcjonują także tzw. killerzy — dziennikarze do wynajęcia, członkowie tzw. grup hakowych, którzy za odpowiednią rekompensatę podejmą się każdego tematu dotyczącego wytypowanej osoby i dążą do jej zniszczenia⁴¹.

6. Zakończenie

Na niski poziom zgeneralizowanego zaufania w społeczeństwie polskim wpływ ma świadomość wszechogarniającej korupcji. Tworzą się uwarunkowania oparte na błędnych kołach przyczynowości. Im więcej ludzie dostrzegają wokół siebie praktyk korupcyjnych, tym mniejsze prawdopodobieństwo przypisują karze i dlatego w większym stopniu angażują się w te praktyki. Mówi się o mnożnikowym efekcie percepcji⁴². Badania empiryczne Charlesa F. Manskiego potwierdzają znaczenie postrzegania korupcji w podtrzymywaniu tego zjawiska⁴³. Także inne badania krajów przekształcających się postrzeganie korupcji wiąże z gotowością do angażowania się w praktyki korupcyjne, co oznacza, że im większy stopień korupcji dostrzegamy, tym bardziej jesteśmy skłonni do dawania łapówek⁴⁴. Tworzenie specyficznego klimatu wokół korupcji, nagłaśnianie afer może więc przyczyniać się do jej ograniczenia, ale może też utrwalać przekonanie o jej powszechności i „normalności” (motywacja 40% badanych wśród osób, które wręczały łapówki)⁴⁵. Ta rozpowszechniona świadomość korupcji sprzyja postawom spiskowym i bezalternatywności.

Symptomatyczny w tym kontekście wydaje się raport CBOS z października 2003 r.⁴⁶ Na otwarte pytanie — „Kto tak naprawdę rządzi w Polsce?” — odpowiada: rząd, premier — 24% (w tym 3% z negatywną charakterystyką i inwektywami — „złodziejski”, „skorumpowany”, „rząd kolesiów” itp.), kliki, kolesie, układy, korupcja, pieniądze — 14%, prezydent — 13%, elity finansowe, biznes — 12%,

⁴⁰ B. Kittel, J. Jabrzyk: *Podziemny krąg*. „Rzeczpospolita” z 10.06.2005.

⁴¹ M. Maliszewski: *Dziennikarskie grzeszki*. W: *Media, reklama i public relations w Polsce...*, s. 113.

⁴² T. Strzałecki: *Przyczyny korupcji. Studium krajów postkomunistycznych w okresie transformacji*. W: *Oblicza, uwarunkowania, przeciwdziałanie*. Red. A. Dylus, A. Rudowski, M. Zaborowski. Wrocław 2006, s. 89.

⁴³ C.F. Manski: *Identification of Endogenous Social Effects: the Reflection Problem*. „The Review of Economic Studies” 1993, no. 60, s. 531—542.

⁴⁴ Por. T. Strzałecki: *Przyczyny korupcji...*, s. 94.

⁴⁵ A. Kubiak: *Codzienne doświadczenia...*, s. 28.

⁴⁶ *Kto naprawdę rządzi w Polsce*. Warszawa, październik 2003: CBOS.

złodzieje, cwaniacy, banda łobuzów, mafia — 11%, lewica — 9%, chaos, bałagan, nikt nie rządzi — 9%, partie i elity polityczne — 8% (w tym 3% z negatywną charakterystyką i inwektywami — „sitwa”, „skorumpowani”, „dbający tylko o własne interesy”), parlament — 7%, kler, Kościół — 4%, Żydzi — 4%, stary system, komuniści, ludzie SB, „czerwona burżuazja” — 3%, ludzie niekompetentni, nieodpowiedzialni, głupcy itp. — 3%, obcy kapitał, USA, MFW, UE, „Zachód” — 2%, inne i niejasne odpowiedzi — 4%, trudno powiedzieć — 9% (badani mogli wskazać więcej niż 1 odpowiedź). Mniej więcej co 10 osoba nie potrafiła odpowiedzieć na zadane pytanie. Zamykanie się w poczuciu zaufania do „swoich” i nieufność do świata zewnętrznego mogły powodować, że wśród badanych 44% opisywało świat władzy w kategoriach patologii, a 12% — ukrytych sił. Brak zaufania społecznego, ograniczanie go do osób najbliższych, negatywne zaufanie może sprzyjać nawet postawom spiskowym. Taka idea spisku uderza w praworządność, niszczy postawy obywatelskie, rodzi fatalizm i autorytaryzm, „a więc wykształca postawy [...] właściwe raczej dla społeczeństw plemiennych lub feudalnych, a nie nowoczesnych demokracji”⁴⁷. Brak zaufania społecznego, któremu towarzyszą powiązania klientelistyczno-korupcyjne, może także sprzyjać bierności politycznej obywateli oraz tendencjom autorytarnym niejednokrotnie obserwowanym w społeczeństwie polskim. 42% Polaków deklarowało w listopadzie 2006 r. obojętność wobec sposobu sprawowania władzy i wobec tego, czy rząd jest demokratyczny czy niedemokratyczny. Dla 40% badanych niekiedy rządy niedemokratyczne są bardziej pożądane niż demokratyczne (35% było przeciwnego zdania)⁴⁸. Stosunek do sfery politycznej wyraża frekwencja wyborcza, która w Polsce tradycyjnie cechuje się szczególnie niskim poziomem uczestnictwa i w wyborach parlamentarnych w 1991 r. wynosiła 43%, w 1993 r. — 52%, 1997 r. — 48%, 2001 r. — 46%, a w 2005 r. — 41%. Przy tak małej frekwencji po wyborach w 2005 r. rządziła koalicja mająca faktyczne poparcie 19% dorosłych Polaków. To określa zasięg delegitymizacji władzy w Polsce⁴⁹. Swoisty monotematyzm medialny koncentrujący się na korupcji, układach i zjawiskach pochodnych nie sprzyja budowie legitymizacji.

Na zakończenie można stwierdzić, że media nie opisują świata nierzeczywistego, tylko świat w proporcjach nierzeczywistych, służących interesom polityków oraz interesom ekonomicznym i politycznym samych mediów. Taki stan rzeczy utrudnia przeprowadzanie zmian i może zmniejszać zaufanie do samych mediów. Tropienie afer korupcyjnych przez media jest nie do przecenienia, wpływa na zmiany postaw społecznych wobec korupcji. Nie służy jednak w krótszej perspektywie budowie zaufania społecznego, ponieważ powstają podziały społeczne, izolowane są elity. Kształtowanie tego typu świadomości korupcyjnej może być czynnikiem zmiany, ale też może kształtować postawy przyzwalające i bezalternatywne.

⁴⁷ P. Kozłowski: *Szukanie sensu, czyli o naszej wielkiej zmianie*. Warszawa 1995, s. 37.

⁴⁸ *Krytyczni demokraci: akceptacja demokracji a ocena jej funkcjonowania w Polsce. Komunikat z badań*. Warszawa, styczeń 2007: CBOS, s. 2—4.

⁴⁹ R. Markowski: *Polak zdradza za kotarą*. „Polityka” 2007, nr 35, s. 29.

Znaczącą rolę w zwalczaniu korupcji odgrywa kontekst strukturalny, w tym stabilność prawna, bezpieczeństwo egzystencjalne (poczucie sprawiedliwości, bezpieczeństwa socjalnego, ochrona obywateli itp.) i trwałość porządku społecznego, podporządkowanie władzy regułom prawa, realizowanie uprawnień i egzekwowanie obowiązków obywatelskich⁵⁰. Na tym polu media powinny być bardziej aktywne, choć może nie jest to aktywność wystarczająco spektakularna, aby przyciągnąć uwagę odbiorcy. Oprócz problemów korupcji, populizmu, agenturalności, stoją przecież przed nami ważne zagadnienia globalizacji, integracji, interesu narodowego, rozwoju instytucji demokratycznych, legitymizacji i w ich prezentacji media powinny także uczestniczyć.

Bibliografia

- Adamczyk W.: *Ujawnianie korupcji w działalności amerykańskich muckrakerów*. W: *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych*. Red. M. Palczewski, M. Worsowicz. Łódź 2006.
- Anderson J.H., Gray C.W.: *Anticorruption in Transition 3*. Washington 2006: The World Bank.
- Anticorruption in Transition, a Contribution to the Policy Debate*. Washington, September 2000: The World Bank.
- Antoszewski K.: „Czyste informacje”. *Badania MillwardBrown SMG/KRC*. W: *Media, reklama i public relations w Polsce*. Red. J. Olędzki. Warszawa 2005.
- Frieske K.W.: *Korupcja znana i nieznana*. W: *Polska. Ale jaka?* Red. M. Jarosz. Warszawa 2005.
- Furman W.: *Dziennikarstwo i public relations jako dwa typy komunikowania*. Rzeszów 2006.
- Fuszara M.: *Obraz korupcji w prasie*. W: *Korupcja w życiu codziennym*. Red. J. Kurczewski, B. Łaciak. Warszawa 2000.
- Gadomski W.: *I ty zostaniesz oligarchą*. „Gazeta Wyborcza” z 15—16.09.2007.
- Global Competitiveness Report 2003*. World Economic Forum, October 2003.
- Goban-Klas T.: *Dziennikarstwo śledcze w USA. Powstanie, rozkwit, rozkład*. W: *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych*. Red. M. Palczewski, M. Worsowicz. Łódź 2006.
- Kaczyńscy nie mają rządu dusz. Rozmowa z Prof. J. Reykowskim*. „Przegląd” 2007, nr 26.
- Kieran M.: *The Regulatory and Ethical Framework for Investigative Journalism*. In: *Investigative Journalism. Context and Practice*. Ed. H. De Burgh. London—New York 2001.
- Kittel B., Jabrzyk J.: *Podziemny krąg*. „Rzeczpospolita” z 10.06.2005.
- Kostrzewski L.: *Polska, Polska... Czy to tam, gdzie kradną*. „Gazeta Wyborcza” z 30.06.2006.

⁵⁰ P. Sztompka: *Socjologia*. Kraków 2006, s. 318—319.

- Kowalik H.: *Dokąd idzie dziennikarstwo śledcze*. „Przegląd” 2007, nr 38.
- Kozłowski P.: *Szukanie sensu, czyli o naszej wielkiej zmianie*. Warszawa 1995.
- Krytyczni demokraci: *akceptacja demokracji a ocena jej funkcjonowania w Polsce. Komunikat z badań*. Warszawa, styczeń 2007: CBOS.
- Kto naprawdę rządzi w Polsce*. Warszawa, październik 2003: CBOS.
- Kubiak A.: *Codziennie doświadczenia korupcyjne Polaków. Barometr korupcji 2006. Raport z badań*. Warszawa 2006.
- Kubiak A.: *Opinia publiczna i prokuratorzy o korupcji. Raport z badań*. Warszawa 2005.
- Luhmann N.: *Essays on Self-Reference*. New York 1990.
- Luhmann N.: *Teoria polityczna państwa bezpieczeństwa socjalnego*. Przeł. G. Skąpska. Warszawa 1994.
- Machajski P.: „Rzeczpospolita” przegrała z toruńskim sędzią. „Gazeta Wyborcza” z 3.08.2007.
- Maciejewicz P.: *Tani pracownicy, a jacy profesjonalści*. „Gazeta Wyborcza” z 13.04.2006.
- Maliszewski M.: *Dziennikarskie grzeszki*. W: *Media, reklama i public relations w Polsce*. Red. J. Olędzki. Warszawa 2005.
- Manski C.F.: *Identification of Endogenous Social Effects: the Reflection Problem*. „The Review of Economic Studies” 1993, nr 60.
- Markowski R.: *Polak zdradza za kotarą*. „Polityka” 2007, nr 35.
- Piński J., Trębski K.: *Monarchowie Wschodu*. „Wprost” 2007, nr 39.
- Postrzeżenie korupcji w Polsce. Komunikat z badań*. Warszawa, czerwiec 2004: CBOS.
- Report on the Transparency International Global Corruption Barometer 2006*. Berlin, 7 December 2006: Transparency International.
- Sondaż TNS OBOP. Polacy za dziennikarzami*. „Gazeta Wyborcza” z 23.03.2006.
- Stankiewicz A.: *Polacy: korupcja wszechobecna*. „Rzeczpospolita” z 4—5.11.2006.
- Strzałecki T.: *Przyczyny korupcji. Studium krajów postkomunistycznych w okresie transformacji*. W: *Oblicza, uwarunkowania, przeciwdziałanie*. Red. A. Dylus, A. Rudowski, M. Zaborski. Wrocław 2006.
- Sztompka P.: *Socjologia*. Kraków 2006.
- Transition Report*. London 2002.
- Transparency International Corruption Perception Index*. Berlin 2006.
- Wesołowski W.: *Evolution of Polish Economic Elite since 1989*. In: *Cohesion and Division of Economic Elites in Central and Eastern Europe*. Ed. G. Lengyel. Budapest 2004.
- Worsowicz M.: *Pragmatyka tekstów śledczych. Wybrane zagadnienia*. W: *Dziennikarstwo śledcze. Teoria i praktyka w Polsce, Europie i Stanach Zjednoczonych*. Red. M. Palczewski, M. Worsowicz. Łódź 2006.
- Zalewski T.: *Przycinanie pazurów*. „Polityka” 2003, nr 26.
- Zaufanie do instytucji i. Media*. Warszawa, październik 2003: TNS OBOP.

Global Press Freedom 2007. Dostępne w Internecie: <http://www.freedomhouse.org/uploads/fop/2007/pfscharts.pdf>
http://hdr.undp.org/hdr2006/pdfs/HDR_2006_Tables.pdf

<http://transparency.org/pressfreedom/2006/infocus/home>

<http://www.gfk.pl/page.php?mid=702&=<r=&PHPSESSID=0611439f0f3efc367be2e886abd305f9&print=1>

http://www.transparency.org/www/new_room/in_focus/cpi_2006

<http://www.worldaudit.org/democracy.htm>

Nations in Transit 2006. Dostępne w Internecie: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm=261&=2006>

www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/gcb/2006/Global_Corruption_Barometer_2006_report.pdf