(R)ewolucja komunikacyjna a populizm penalny. Szanse i zagrożenia

Katarzyna Struzińska, Michalina Szafrańska

Problematyka wzajemnych relacji między polityką a mediami oraz wpływu tych ostatnich na kierunek polityki kryminalnej pomimo swojej doniosłości cieszy się stosunkowo niewielkim zainteresowaniem polskich specjalistów z zakresu nauk penalnych. Tymczasem od kilkudziesięciu lat środki masowego przekazu odgrywają coraz większą rolę w życiu społecznym. W związku z tym rzetelna analiza populizmu penalnego, podobnie jak innych zjawisk politycznych, nie wydaje się możliwa bez zrozumienia, w jaki sposób media oddziałują na stosunki polityczne i społeczne. Współcześnie – również w państwach o długich tradycjach demokratycznych – obserwujemy niepokojące próby podporządkowania sobie mediów (zwłaszcza publicznych) przez władzę. Zjawiskiem jednak mniej ostentacyjnym niż upolitycznienie środków masowego przekazu, a zarazem bardziej wpływowym, jest tak zwana mediatyzacja polityki. Pojęcie to oznacza proces stopniowego zwiększania się zależności polityki od mediów (Strömbäck & van Aelst, 2013: 342)[1].

W procesach komunikowania politycznego rola mediów informacyjnych jest dwojaka. Po pierwsze, transmitują one przekazy przygotowane przez przedstawicieli partii politycznych i instytucji. Dodatkowo jednak wzrasta także ich znaczenie jako aktora sceny politycznej. Dziennikarze obwołują się reprezentantami opinii publicznej, regularnie i często dosadnie komentują wydarzenia polityczne oraz krytykują działania decydentów. W celu zrozumienia mechanizmów kreowania penalnopopulistycznych przekazów i wpływu, jaki wywierają one na instrumentalizację prawa karnego, a także przewidzenia możliwych kierunków rozwoju tych zjawisk, niezbędna wydaje się analiza sposobu funkcjonowania

[1] Na temat mediatyzacji polityki w języku polskim zob. także Schulz (2006); Kolczyński, Mazur & Michalczyk (2009); Dobek-Ostrowska (2011); Dobek-Ostrowska & Majdecka (2011) oraz Wojtkowski (2012). Problemowi na gruncie polskim poświęcono również cały tom „Zeszytów Prasoznawczych" z 2014 r. (t. 57, nr 2).

współczesnych mediów informacyjnych. Ze względu na brak podobnej refleksji w literaturze szczególnie istotna wydaje się ocena szans i zagrożeń, jakie niosą za sobą tak zwane nowe media w kontekście kreowania oraz podtrzymywania zjawiska populizmu penalnego. Niniejszy artykuł został poświęcony zarysowaniu najistotniejszych kierunków rozwoju nowoczesnych środków masowego przekazu i przedstawieniu, jakie konsekwencje mogą one mieć dla wzrostu lub spadku popularności populizmu penalnego.

Populizm penalny rozważany jest tu z perspektywy politycznej[2]. Oznacza zatem taktykę polityczną zorientowaną na represyjną politykę karną. Owa taktyka polega na odwoływaniu się do powszechnie akceptowanych – rzeczywistych lub domniemanych – przekonań społecznych dotyczących przestępczości oraz polityki kryminalnej, a także na proponowaniu odpowiadających im rozwiązań prawnych, politycznych i organizacyjnych. Zakłada się przy tym, że wspomniane przekonania stanowią wystarczające uzasadnienie dla stosowania kontrowersyjnych rozwiązań, a także niekwestionowany dowód ich słuszności. Drugorzędne znaczenie ma natomiast kwestia, czy rzeczywiście istnieje uzasadniona przyczyna ich wdrożenia oraz w jakim stopniu są one w świetle dowodów naukowych skuteczne. Populizm penalny charakteryzuje się ponadto trzema dodatkowymi właściwościami: opiera się na symbiotycznej relacji pomiędzy polityką, mediami i obywatelami, wyróżnia się specyficznym stylem komunikacji oraz ograniczeniem roli ekspertów w kształtowaniu polityki karnej[3].

Badacze nauk prawnych i społecznych zgodnie podzielają opinię o doniosłym znaczeniu mediów dla populizmu polityków (Wróbel, 2009: 107). Jednocześnie większość rozważań na ten temat ogranicza się do postrzegania środków masowego przekazu jako narzędzia w rękach polityków, którzy z premedytacją wykorzystują je do promowania kontrowersyjnych zmian w prawie karnym. Wydaje się, że tego rodzaju perspektywa znacząco umniejsza rzeczywistą rolę mediów we wzmacnianiu penalnopopulistycznych tendencji występujących wśród polityków. W związku z tym poniżej zarysowane

[2] W badaniach nad populizmem penalnym i populizmem wyróżnić można dwie perspektywy badawcze – społeczną oraz polityczną. Społeczny populizm penalny rozumieć można jako konglomerat przekonań społecznych lub formę społecznej mobilizacji obywateli cechujących się coraz silniejszą punitywnością oraz głośno manifestujących chęć aktywnego uczestnictwa w kształtowaniu polityki karnej państwa. Populizm polityczny oznacza natomiast sposób politycznego działania mającego na celu zyskanie lub podtrzymanie poparcia obywateli, a w konsekwencji utrzymanie lub przejęcie władzy. Przyjęta definicja populizmu penalnego koncentruje się na drugiej ze wskazanych perspektyw. Nie oznacza to jednak, że aspekt społeczny został w niej zupełnie pominięty. Każda skuteczna strategia czy taktyka polityczna opiera się na nośnych społecznie argumentach – populiści penalni odwołują się do społecznych obaw przed przestępczością oraz do rzekomo bardzo punitywnych postaw obywateli wobec sprawców przestępstw. Por. Pratt, 2007: 24 i n.; Czapska & Waltoś, 2007: 397; Zalewski, 2009: 31–32. Więcej na temat populizmu społecznego zob. Johnstone, 2000: 161–180; Dzur & Mirchandani, 2008: 63 i n.

[3] Więcej na temat tak rozumianego populizmu penalnego oraz sposobów jego inspirowania lub wspomagania przez media tradycyjne w: Szafrańska, 2015.

zostaną trzy płaszczyzny analizy wspomagania populizmu penalnego przez media: (1) płaszczyzna konstruowania zaburzonego obrazu przestępczości; (2) płaszczyzna mediatyzacji polityki; oraz (3) płaszczyzna wzbudzania paniki moralnej. Są one rezultatem uwolnienia się środków masowego przekazu spod wpływów politycznych oraz coraz silniejszej instrumentalizacji ekonomicznej mediów masowych[4].

Komercjalizacja środków masowego przekazu i związana z nią silna konkurencja na rynku medialnym wywierają znaczący wpływ na jakość publikowanych w mediach informacyjnych komunikatów poświęconych przestępczości oraz problematyce karania. Wiąże się to przede wszystkim z wyznaczeniem kryteriów atrakcyjności dotyczących przestępczości informacji, które mają szansę przedostać się do świadomości odbiorców i kształtować ich wyobrażenie o tym zjawisku. Chociaż media od początku swojego istnienia zajmują się tematyką przestępczości[5], to nie wszystkie newsy jej poświęcone cieszą się równie dużym zainteresowaniem dziennikarzy. Wiadomość, która zostanie wybrana do publikacji spośród wielu innych, konkurujących o uwagę audytorium informacji, musi przede wszystkim być dostatecznie doniosła lub dramatyczna. Ponadto za pożądane uznawane są takie dodatkowe jej właściwości, jak między innymi przewidywalność, która umożliwia sprawne relacjonowanie zdarzeń oraz budowanie sensacyjnego kontekstu, możliwość uproszczenia i indywidualizacji przekazu, ukazywanie aktualnego ryzyka, kontekst seksualny lub związany z przemocą, udział osób sławnych lub dzieci, możliwość zaprezentowania zdarzeń w formie sugestywnych, ekspresywnych opisów bądź przy pomocy drastycznych obrazów (Jewkes, 2010). Wiąże się to zwykle z rezygnacją z pogłębionych analiz eksperckich, które dla przeciętnego odbiorcy mogą być niezrozumiałe lub nudne, na rzecz tańszych w produkcji i łatwiejszych w odbiorze programów utrzymanych w stylistyce *infotainment*[6]. W rezultacie we współczesnych mediach można obserwować stopniową pauperyzację nadawanych komunikatów (por. Godzic, 2010: 78–79). Ich treść jest opracowywana coraz mniej rzetelnie – często ograniczają się do zestawienia sensacyjnego newsa z dość swobodnie z nim powiązanymi komentarzami, najwięcej zaś uwagi poświęca się ich przedstawieniu w uproszczonej, wzbudzającej sensację formie.

Należy również zauważyć, że dziennikarze, przygotowując komunikaty związane z problematyką przestępczości oraz karania, posługują się zwykle pewnymi

---

[4] Instrumentalizacja ekonomiczna wiąże się z ciągłą presją ze strony konkurencji, agencji informacyjnych, reklamodawców i właścicieli koncernów medialnych oraz z koniecznością wyjścia naprzeciw zainteresowaniom adresatów. Por. Dobek-Ostrowska, 2011: 190.

[5] Na temat historii zainteresowania mediów przestępczością zob. Surette, 2011: 5–15.

[6] Termin ten oznacza typ produkcji medialnych, którego cechą charakterystyczną jest połączenie informacji (*information*) z rozrywką (*entertainment*), prezentacja problemów społecznie ważkich w sposób atrakcyjny dla przeciętnego odbiorcy.

stałymi schematami interpretacyjnymi (tzw. ramami[7]), co służy „uprzyjemnieniu" przyswajania przekazu medialnego. Ramy są wykorzystywane nagminnie, dlatego też sprzyjają rozpowszechnianiu wśród obywateli uproszczonej interpretacji przyczyn przestępczości oraz budują akceptację dla intuicyjnych – a zatem represyjnych – sposobów jej ograniczania. W odniesieniu do przestępczości media szczególnie chętnie posługują się schematami, które określić można mianem ramy wadliwego systemu (Sasson, 1995: 29–54) i ramy okrutnego świata (Bartha, Boda, Medve-Bálint, Szabó & Vidra, 2014). Pierwsza z nich służy do ugruntowania w odbiorcach komunikatu przekonania, że przestępczość stanowi konsekwencję łagodności prawa karnego oraz niewłaściwego jego stosowania przez instytucje wymiaru sprawiedliwości. Druga natomiast – do przekonania ich, że przestępczość to po prostu uzewnętrznienie dewiacyjnych skłonności złych z natury i „nienaprawialnych" sprawców. W obie ramy wbudowany jest postulat drastycznego zaostrzania represji karnej.

Ogół informacji wyselekcjonowanych na podstawie wymienionych kryteriów oraz opartych na wskazanych schematach interpretacyjnych kreuje obraz przestępczości istotnie różniący się od tego, który tworzą statystyki lub badania wiktymizacyjne. Medialna wizja przestępczości charakteryzuje się przede wszystkim nadmierną reprezentacją czynów najcięższych, popełnionych z użyciem przemocy i na tle seksualnym, oraz przeszacowaniem przestępczości popełnianej na dzieciach i przez dzieci. Środki masowego przekazu najczęściej pokazują zbrodnie, które, inaczej niż w rzeczywistości, popełniane są w przestrzeni publicznej przez bezlitosnego, podstępnego sprawcę atakującego nieznaną mu wcześniej ofiarę (por. Reiner, 2007: 302–337; zob. także: Callanan, 2005: 61–78; Greer, 2007: 20–49; Marsh & Melville, 2009: 68–127). Tego rodzaju komunikaty w połączeniu z ograniczeniem przekazu eksperckiego, który mógłby demaskować medialne „półprawdy", mogą wywoływać u odbiorców negatywne zmiany w indywidualnej ocenie prawdopodobieństwa wiktymizacji. Wpływają one ponadto na zwiększanie się w nich strachu przed przestępczością, co z kolei wiąże się ze wzrostem gotowości do popierania radykalnych działań zmierzających do walki z tym zjawiskiem (Krajewski, 2002: 176; Callanan, 2005: 78–84; Kury, 2002: 112–117)[8].

---

[7] W analizach medioznawczych terminem „rama" określa się „rodzaj dominującej interpretacji realnej rzeczywistości, którą z określonych względów przyjmują dziennikarze". Ze względu na ograniczone możliwości poznawcze oraz codzienny natłok informacji ludzie przetwarzają docierające do nich treści, wykorzystując schematy poznawcze, oparte na uprzednich doświadczeniach i podzielanych stereotypach na temat rzeczywistości społecznej. Środki masowego przekazu, dla ułatwienia komunikacji, dostosowują swój przekaz do tych schematów, ugruntowując stereotypową wizję świata. Zob. Fras, 2013: 52.

[8] Poza tym już tylko przez stosowanie ramy okrutnego świata i ramy wadliwego systemu media mogą się przyczyniać do wzmocnienia punitywności postaw obywateli, czyniąc z represyjnej polityki kryminalnej naturalną odpowiedź na problem przestępczości.

Należy podkreślić, że kryteriom atrakcyjności informacji muszą podporządkować się również politycy, którzy są zwykle zdeterminowani do zwiększania swej medialnej widoczności. Nieumiejętność zaintrygowania dziennikarzy komunikatem budującym pozytywny obraz własnej osoby lub kompromitującym przeciwników jest równoznaczna z polityczną marginalizacją. W dobie kampanii wyborczych opierających się przede wszystkim na budowie pozytywnego medialnego wizerunku politycy są całkowicie zależni od zainteresowania mediów, co pozwala tym ostatnim w coraz większym stopniu wpływać na procesy polityczne. Środki masowego przekazu rywalizują o uwagę odbiorców (a zarazem wyborców), w związku z czym preferują tematykę niezrutynizowaną – sensacyjną i emocjonalną. Reakcję polityków na tak określone wymagania stanowi dramatyzacja polityki[9].

Mediatyzacja polityki wpływa na atrakcyjność populizmu penalnego, czego przejawem jest narzucenie przez media zarówno preferowanej tematyki komunikatów politycznych (przede wszystkim dotyczą one drastycznych przestępstw przeciwko życiu i zdrowiu lub wolności seksualnej), jak i ich pożądanej stylistyki (mają one być uproszczone, emocjonalne, symboliczne itd.). Posługiwanie się taktyką penalnopopulistyczną stanowi zatem w tych warunkach wyraz politycznej racjonalności. Przez oferowanie mediom prostej i emocjonalnej historii utrzymanej w stylistyce konfliktu politycy mogą kształtować swój wizerunek jako liderów (współczujących ofiarom, a zarazem bezlitosnych dla sprawców) oraz deprecjonować zdolności przywódcze adwersarzy. Ponadto politycy mogą względnie łatwo przewidywać konsekwencje zastosowania tej taktyki. Zakładając, że zdarzenia kryminalne inicjujące penalnopopulistyczną aktywność charakteryzują się dostateczną nośnością (mierzoną poziomem społecznego oburzenia), a postulaty zgłaszane przez polityków cechuje silna represyjność, zainteresowanie środków masowego przekazu jest niemal gwarantowane, a ryzyko ataku ze strony przeciwników politycznych – minimalne.

Konsekwencją dwóch opisanych wyżej „propopulistycznych" kierunków oddziaływania mediów i zarazem najłatwiej dostrzegalnym przejawem wspomagania przez nie populistycznej aktywności polityków jest wzbudzanie paniki moralnej wokół konkretnych wydarzeń kryminalnych. Jest to zjawisko nagłego rozprzestrzeniania się nieproporcjonalnie silnych i błędnie ukierunkowanych społecznych niepokojów, lęków, strachu lub gniewu wobec percypowanego zagrożenia dla porządku społecznego, które są często wywołane przez niepokojące relacje medialne, a wzmacniane przez zmiany w prawie oraz polityce publicznej (Krinsky, 2013: 1; szerzej na temat paniki moralnej Cohen, 2009). Środki masowego przekazu, kierując się kryteriami atrakcyjności newsa (tzw. *newsworthiness*)

[9] Dramatyzacja polityki może być rozumiana jako podejmowanie prób zmierzających do ukazywania ważnych społecznych problemów oraz politycznych relacji w sposób spłycony i dynamiczny, przedstawiania jej jako „pewnej akcji utrzymującej w napięciu słuchaczy lub widzów, w której znacząca rola polityków – jako tych *dramatis personae* – jest wyraziście zarysowana". Zob. Sztumski, 2009: 103.

oraz wykorzystując wspomniane wcześniej, sprzyjające populizmowi penalnemu schematy interpretacyjne, potrafią każde przeciętne zdarzenie przedstawić jako ważki problem społeczny wymagający niezwłocznej interwencji. Przyczynę tego zjawiska może stanowić zarówno spontaniczna, ukierunkowana na zwiększenie oglądalności/poczytności medium aktywność dziennikarzy, jak i zaplanowana akcja marketingowa polityków. Bez względu na genezę informacji, która wywołała panikę moralną, politycy przy pomocy sztabu specjalistów zajmujących się *media relations* przygotowują kolejne przedsięwzięcia pokazujące ich zaangażowanie w walkę o bezpieczeństwo obywateli oraz propagujące drastyczne sposoby rozwiązania nieistniejącego lub co najmniej wyolbrzymionego problemu. Niezależnie od tego, czy taka aktywność zdoła doprowadzić do negatywnych przemian w postrzeganiu ryzyka, poziomie strachu przed przestępczością czy punitywności obywateli, jej rezultat stanowi forsowanie, w atmosferze domniemanej zgody powszechnej, zmiany wpływającej na radykalizację polityki kryminalnej (por. Filar, 2009b: 54–55).

Powyższe rozważania dowodzą, że przynajmniej do pewnego stopnia populizm penalny jest nieuchronną konsekwencją tendencji dominujących w rozwoju środków masowego przekazu oraz związanych z nimi zmian wzorów politycznej rywalizacji o elektorat. Zasadne wydaje się zatem pytanie, czy obserwowany obecnie dynamiczny rozwój tak zwanych nowych mediów, których istnienie wiąże się bezpośrednio z powstaniem i rozwojem sieci internetowej, spowoduje znaczące modyfikacje w tym zakresie. Unikatowe właściwości internetu są przyczyną znaczącej – jakościowej oraz ilościowej – zmiany przekazu oferowanego przez media wirtualne w stosunku do nadawanego w mediach tradycyjnych. Nowe media pozwalają na nieliniowe nadawanie komunikatów – proces ten jest nieograniczony przestrzennie i czasowo oraz interaktywny (odbiorcy mogą się stawać nadawcami), a obcowanie z medium może być silnie zindywidualizowane (czytelnik filtruje interesujące go treści). Wszystko to niewątpliwie może ograniczać zarówno rezultaty mediatyzacji polityki, jak i zdolność środków masowego przekazu do kreowania fasadowych problemów społecznych.

Internet na tle mediów tradycyjnych wyróżnia się multimedialnością – pozwala na przekazywanie informacji w dowolnej formie (za pomocą tekstu, dźwięku, obrazu, filmu), globalnością, transgranicznością oraz swoistą hipertekstualnością – dzięki mnogości stron i portali stwarza on odbiorcy unikatową możliwość korzystania jednocześnie z wielu różnorodnych, dowolnie z sobą zestawionych źródeł informacji (Фомичева, 2012: 300). Media wirtualne są narzędziem nie tylko publicznego, ale również prywatnego komunikowania, ponieważ umożliwiają adresatom treści ich komentowanie, wymienianie uwag, a także publikowanie własnych opinii i spostrzeżeń. W rezultacie są one mniej sformalizowane, co oznacza, że z jednej strony nie są środkami masowego przekazu bardzo zbiurokratyzowanymi, z drugiej jednak nie są tak profesjonalne jak media tradycyjne. Wraz z rozprzestrzenianiem się internetu ludzie uzyskali dostęp do kanałów

informacji wolny od większości ograniczeń związanych z ich właściwościami zarówno osobistymi (np. pochodzeniem, środowiskiem społecznym), jak i zewnętrznymi (takimi jak miejsce zamieszkania czy system polityczny państwa, którego są obywatelami). Jednocześnie media wirtualne stworzyły użytkownikom możliwość włączania się do nowych wspólnot, a także nawiązywania kontaktu z przedstawicielami władz oraz organów administracji, co pozwala im aktywnie uczestniczyć w wymianie komunikatów istotnych z punktu widzenia życia społeczno-politycznego. Wśród najważniejszych właściwości nowych mediów obok ich różnorodności, interaktywności czy też personalizacji przekazu należy również wymienić dawanie użytkownikom poczucia bliskości z innymi, kreowanie ich autonomii – możliwości samodzielnego doboru oraz kontrolowania treści, a także stwarzanie wrażenia prywatności (por. Фомичева, 2012: 302; McQuail, 2008: 150–156). Ze względu na swoje właściwości nowe media z jednej strony pozwalają mieć nadzieję na pewne ograniczenie populistycznych „zapędów" polityków, z drugiej natomiast te same ich cechy, między innymi możliwość nawiązania za ich pomocą bezpośredniego kontaktu z obywatelami, mogą również wzmacniać atrakcyjność populizmu penalnego jako taktyki politycznej.

Skutkiem interaktywności nowych mediów oraz dążenia nadawców komercyjnych do zaakcentowania otwartości na odbiorcę jest demokratyzacja mediów, określana niekiedy także bardziej pejoratywnie mianem „populizmu medialnego" (Mazzoleni, 2010: 375). Technologia globalnej sieci umożliwiła ukształtowanie się tak zwanej kultury uczestnictwa, w której postaciami centralnymi są odbiorca i publiczność. Jej cechy charakterystyczne to ułatwienie kontaktu odbiorcy z nadawcą i innymi użytkownikami, a nade wszystko możliwość tworzenia przekazów (Kowalska, 2014: 185). Nieobecność w nowych mediach centralnego nadawcy daje zatem szansę przełamania medialnego monopolu na definiowanie zagrożeń, a ponadto stwarza odbiorcom możliwość ominięcia pośrednictwa polityków i dziennikarzy w wyrażaniu opinii na temat sposobów walki z przestępczością. Co więcej, demokratyzacja środków masowego przekazu pozwala zwolennikom racjonalnej polityki kryminalnej popularyzować wśród obywateli rozwiązania alternatywne wobec populistycznych propozycji polityków.

Jednocześnie kreatywna partycypacja użytkowników nowych mediów w tworzeniu publikowanych treści może sprzyjać rozwijaniu się populizmu penalnego. Rosnąca popularność tak zwanego dziennikarstwa obywatelskiego[10], definiowanego

[10] Dziennikarstwo obywatelskie realizuje się na kilku płaszczyznach. Dzięki blogom, wideoblogom czy podkastom obywatele uczestniczą w kreowaniu treści medialnego przekazu, samodzielnie dokonując selekcji informacji oraz przygotowując zawartość publikowanego materiału. Dzięki serwisom poświęconym dziennikarstwu obywatelskiemu (np. Kontakt24.pl, Wiadomości24.pl, Salon24.pl), zachęcani są do dostarczania newsów największym mediom informacyjnym, które bardziej lub mniej wnikliwie selekcjonują spośród nich to, co udostępnione zostanie szerszej publiczności. Dzięki opcji dodawania komentarzy przy treściach dziennikarskich lub forom dyskusyjnym udostępnianym przez internetowe serwisy informacyjne internauci mają natomiast możliwość upublicznienia oceny prezentowanych im treści.

jako „czynny udział obywateli w procesie zbierania, relacjonowania, analizowania i dystrybuowania newsów i informacji" (Szpunar, 2010: 139–140), wiąże się ze słabnącym nadzorem nad publikowanymi w internecie treściami. Dziennikarze amatorzy nie podlegają żadnym ograniczeniom wynikającym z kodeksów etycznych ani nieformalnej kontroli reprezentantów branży, co prowadzi do pozostawienia im większej swobody w zakresie weryfikacji przekazywanych odbiorcom informacji (Keen, 2007: 62). Z punktu widzenia populizmu penalnego oznacza to potencjalnie większą łatwość w rozprzestrzenianiu się mogących wywołać społeczne obawy treści nieprawdziwych lub drastycznych. Istotną rolę odgrywa tu również anonimowość użytkowników, w szczególności tych, którzy uczestniczą w dyskusjach na różnorodnych forach oraz komentują treści publikowane na portalach internetowych. Opinie internautów, często odznaczające się radykalizmem, emocjonalnością lub wręcz wulgarnością, mogą być bowiem wykorzystywane przez polityków do legitymizowania ich penalnopopulistycznych poczynań oraz obniżać, już i tak niezadowalający, poziom debaty publicznej na temat przestępczości i karania.

Bezpośredni, niereglamentowany dostęp do odbiorcy za pomocą nowych mediów może być oczywiście postrzegany jako szansa na ograniczenie sprzyjających populizmowi tendencji mediatyzacyjnych w polityce. Niestety nawet pobieżna obserwacja sposobów wykorzystania internetu przez polskich polityków dla celów marketingowych pozwala stwierdzić, że nowe media są przez nich uznawane za kolejne, niczym nieograniczone narzędzie promowania penalnopopulistycznych inicjatyw. Zwraca również uwagę, że powszechne już wykorzystywanie dla celów komunikacji politycznej mediów społecznościowych (takich jak: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube)[11] ułatwia politykom kreowanie szczególnej, familiarnej więzi z obywatelami. Jest to jedna z rozpoznawalnych cech populistycznego stylu komunikacji (Reisigl, 2011: 175). Takie aktywności, jak regularne zamieszczanie zdjęć rodzinnych, relacji z codziennych zajęć, posługiwanie się stylem potocznym oraz reagowanie na komentarze odbiorców komunikatów, pomagają budować wizerunek polityka jako „jednego z nas".

Media społecznościowe pomagają też w kreowaniu typowych dla populizmu penalnego prowizorycznych wspólnot wokół dramatycznych zdarzeń kryminalnych, które stają się inspiracją dla populistycznego prawotwórstwa. Mogą one powstawać z inicjatywy polityków lub ich zaplecza do spraw *public relations*, starających się wykorzystać zdolność wirusowego rozprzestrzeniania się idei w internecie dla zdobycia poklasku. Liczne wydarzenia ostatnich lat pokazały jednak, że portale społecznościowe stają się kluczowym narzędziem spontanicznej

[11] Media społecznościowe mogą być wykorzystywane w celach politycznych nie tylko przez przedstawicieli szeroko pojmowanej władzy, ale również przez samych obywateli. Służą one wyrażaniu społecznego niezadowolenia, pełnią funkcję integracyjną oraz mogą się stać narzędziem społecznego nieposłuszeństwa. Jednym z przykładów wykorzystania nowych mediów przez członków społeczeństwa, chcących zamanifestować swój sprzeciw wobec władz, są wydarzenia, które rozegrały się w 2011 r. podczas tzw. arabskiej wiosny. Zob. m.in. Robertson, 2013: 325–342.

mobilizacji społecznej – od akcji protestacyjnych lub charytatywnych aż po usieciowione ruchy społeczne (Castells, 2013: 15). M. Castells upatruje w tych serwisach przestrzeń komunikacyjnej autonomii, pozostającą w zasadniczej mierze poza kontrolą instytucji publicznych i organizacji medialnych. Są one zarazem źródłem tak zwanej przeciwwładzy rozumianej jako zdolność obywateli do kwestionowania znaczeń i interpretacji narzucanych im przez ośrodki władzy z wykorzystaniem mechanizmów manipulacji symbolicznej (Castells, 2013: 17)[12]. Dla populizmu penalnego może to oznaczać dwojakiego rodzaju konsekwencje. Z jednej strony wirtualne wspólnoty grupować mogą przeciwników populistycznych inicjatyw, gotowych demaskować fasadowe działania polityków oraz bronić swobód obywatelskich ograniczanych w imię zapewniania bezpieczeństwa. Z drugiej – media społecznościowe to także potencjalny katalizator rozwoju słabo widocznego w polskiej przestrzeni publicznej społecznego populizmu penalnego. W krajach o długiej tradycji demokratycznej (w szczególności anglosaskich) manifestuje się on wyraźnie przez aktywizację oddolnych ruchów i organizacji społecznych roszczących sobie prawo do reprezentowania pokrzywdzonych oraz kształtowania polityki kryminalnej (Pratt, 2007: 3–4).

Podobne obawy i nadzieje wiążą się z coraz swobodniejszym dostępem obywateli do gigantycznych cyfrowych zasobów informacji. Internet, zapewniając łatwy dostęp do treści niezależnych i niszowych, pozwala na uniezależnienie się odbiorców od tradycyjnych źródeł informacji. Ponadto, dzięki dostępnemu oprogramowaniu filtrującemu, pozwala on personalizować dostarczane treści oraz selekcjonować pożądane informacje, w rezultacie czego wpływ najpopularniejszych nadawców mediów tak zwanego głównego nurtu na poglądy odbiorców może zostać ograniczony. Należy jednak zauważyć, że przeciętny użytkownik internetu raczej nie korzysta z tego rodzaju programów oraz rzadko sięga do bogatych zasobów naukowych znajdujących się w sieci. Zwykle rezygnuje on z aktywnego poszukiwania interesujących go wiadomości i pozostaje biernym konsumentem treści zgromadzonych w najpopularniejszych serwisach internetowych (Szpunar, 2012: 161–165).

Portale publikują codziennie ogromną liczbę informacji, co paradoksalnie utrudnia obywatelom zrozumienie otaczającego ich świata. Nadmiar dostarczanych treści może bowiem powodować niezdolność do selekcjonowania tego, co rzeczywiście jest warte poznania[13]. Zjawisko przeładowania informacyjnego

---

[12] Jak wskazuje Castells: „Przymus i zastraszanie, wynikające z monopolu państwa na stosowanie przemocy, to podstawowe mechanizmy pozwalające narzucić społeczeństwu wolę tych, którzy sprawują władzę nad jego instytucjami. Ważniejszym i bardziej stabilnym źródłem władzy jest jednak konstruowanie znaczeń w ludzkich umysłach". Zob. Castells, 2013: 17.

[13] Jak wskazuje T. Goban-Klas, w internecie „zalew i potop wszelkich danych (*data smog*) jest nader realny i nadal rośnie. Oto paradoks obfitości danych i łatwości manipulowania nimi. I tu kryje się najpoważniejszy paradoks internetu – z pewnością gromadzi wiedzę, ale czy nie tworzy ogromu pseudowiedzy?" (Goban-Klas, 2011: 153).

(*information overload*) – dostrzeżone jeszcze przed erą globalnego usieciowienia, jest obecnie problemem powszechnym. Jest ono nie tylko skutkiem gwałtownego wzrostu liczby udostępnianych informacji, łatwości ich powielania i przesyłania czy wzrostu liczby i pojemności kanałów dystrybucji. Wynika również z typowej dla przestrzeni wirtualnej fragmentaryzacji komunikatów, sprzeczności i niedokładności publikowanych informacji, ale także z niskiej świadomości informacyjnej odbiorców oraz słabych umiejętności porównywania i przetwarzania dostępnych treści. Odbiorca pozostaje zwykle bezradny wobec „zaśmiecenia infosfery" (Babik, 2014: 89). Alternatywą dla samodzielnego błądzenia po sieci i pobieżnej lektury mniej lub bardziej przypadkowych artykułów jest zwrot w kierunku nowej generacji gatekeeperów. Jak wskazuje K. Krzysztofek,

> Oni już nie tyle filtrują informacje, co integrują systemy i użytkowników, pomagają w nawigacji, analizują, kontekstualizują i autentufikują informacje, pomagają w ich przekształceniu w zasoby wiedzy. (…) Przeciążenie informacyjne narzuca potrzebę pomocy (Krzysztofek, 2014: 35).

Należy podkreślić, że elektronicznymi narzędziami służącymi do selekcjonowania publikowanych w sieci treści mogą się posługiwać nie tylko adresaci internetowych komunikatów, ale również ich nadawcy. Możliwość śledzenia reakcji odbiorców na określoną informację (np. liczby kliknięć w link do artykułu, liczby i treści komentarzy) pozwala mediom w pewnym stopniu odgórnie kierować procesem wzbudzania moralnej paniki – mogą one eksponować treści przykuwające największą uwagę, a następnie odsyłać do kolejnych, podobnych komunikatów dotyczących spraw wywołujących w społeczeństwie silne emocje.

Dodatkowym czynnikiem wzmacniającym skłonności mediów do sztucznej skandalizacji wydarzeń jest delinearyzacja przekazu. Adresat komunikatów publikowanych w mediach tradycyjnych otrzymuje dobrany przez medialnych gatekeeperów oraz ściśle ustrukturyzowany przekaz informacyjny. Tymczasem odbiorca treści internetowych spośród setek newsów sam wybiera te, które uzna za szczególnie zajmujące lub warte poznania. Swoje decyzje opiera on najczęściej jedynie na nagłówku lub krótkim wprowadzeniu do tekstu wyświetlonym na stronie głównej portalu informacyjnego lub internetowych „agregatorów wiadomości" (np. Google News, Digg, Wykop.pl)[14]. Ze względu na to, że „klikalność" (Goban-Klas, 2011: 435) artykułu, którą przelicza się wprost na zyski z reklam, stanowi miarę jego atrakcyjności, coraz powszechniejsza staje się praktyka ukrywania umiarkowanie interesujących treści pod szokującymi i często wprowadzającymi w błąd nagłówkami. W rezultacie do użytkownika mediów wirtualnych, pomimo posiadania przez niego dostępu do znacznie większej liczby źródeł informacji oraz możliwości bieżącego komentowania aktualnych wydarzeń

[14] Portale tego typu są stale i szybko aktualizującym się indeksem informacji publikowanych w internecie, stanowią rodzaj „internetowej gazety na temat innych gazet". Szerzej na ten temat zob. Levinson, 2010: 159–173.

politycznych, zamiast rzetelnie opracowanych, skłaniających do przemyśleń oraz debaty komunikatów docierają przede wszystkim nacechowane emocjonalnie informacje o brutalnych zdarzeniach (Gurevitch, Coleman & Blumler, 2009: 176). W obliczu wspomnianego wcześniej ograniczenia aktywności wielu czytelników portali internetowych do prześledzenia tytułów na stronie głównej może to się przyczyniać do budowania się w ich świadomości pesymistycznej wizji świata jako miejsca pełnego przypadkowych oraz okrutnych zbrodni.

Zwiększanie dostępu do informacji specjalistycznych może się okazać przeszkodą w upowszechnianiu się populizmu penalnego. Dzięki coraz większej gotowości do publikacji treści naukowych w trybie tak zwanego otwartego dostępu obywatele mają możliwość szybkiego zapoznania się z wiedzą kryminologiczną. Media wirtualne mogą się ponadto stać dla eksperckiego przekazu alternatywnym kanałem komunikacji, niestrzeżonym przez medialnych selekcjonerów informacji. Wiedza ekspercka z reguły odbiega od kryteriów medialnej atrakcyjności, stąd w stabloidyzowanych mediach informacyjnych relacje oraz komentarze, które się do niej odwołują, stanowią rzadkość. Internet umożliwia zatem wzmocnienie słyszalności racjonalnego głosu naukowców. Z drugiej strony, Internet jednak, jako medium ludyczne zorientowane na krótki, plastyczny przekaz (por. McQuail, 2008: 156), może w ostatecznym rozrachunku przyczyniać się do dalszej infantylizacji mediów informacyjnych.

Ze względu na obowiązującą w nowych mediach zasadę egalitaryzmu w procesie tworzenia treści przekazów mogą one ponadto sprzyjać dalszej dewaluacji wiedzy eksperckiej, między innymi przełamując informacyjną dominację specjalistów z poszczególnych dziedzin i uznając komunikaty amatorów interesujących się daną problematyką za równie wiarygodne (Szpunar, 2010: 50). Choć trudno się zgodzić z radykalnymi tezami, jakoby demokratyzacja mediów miała być równoznaczna z kultem amatorszczyzny i degeneracją kultury (Keen 2007: 62–63), nie można lekceważyć zagrożeń związanych z zalewem wątpliwej jakości informacji, które trudno zwykle odseparować od treści wartościowych. Dodatkowo równanie głosu zasłużonego autorytetu w danej dziedzinie z opiniami laików nie wpływa korzystnie na poziom zaufania obywateli do wiedzy specjalistycznej, co w rezultacie może ułatwić forsowanie penalnopopulistycznych inicjatyw.

Rozwój technologiczny oraz związane z nim radykalne skrócenie czasu przesyłania i obróbki informacji doprowadziły do fetyszyzacji „aktualności" oraz uczynienia z niej podstawowego kryterium oceny jakości dziennikarstwa[15]. Wzrost szybkości przepływu informacji i typowa dla nowych mediów możliwość bieżącego aktualizowania komunikatów umożliwia osobom korzystającym

[15] Konieczność nieustannego aktualizowania komunikatów wpływa na znaczący wzrost liczby informacji zamieszczanych w mediach wirtualnych. Szacuje się, że w 2006 r. łączna wielkość cyfrowych informacji wynosiła ok. 60 miliardów gigabajtów, a w 2010 r. miała wynieść już 1000 miliardów gigabajtów. Por. Романов & Васильев, 2011: 98.

z internetu dostęp do najnowszych wiadomości, dziennikarzom zaś w razie potrzeby pozwala na ich sprostowanie lub uzupełnienie, co sprzyja bardziej rzetelnemu informowaniu. Należy jednak zauważyć, że tocząca się pomiędzy nadawcami rywalizacja o pierwszeństwo w dostarczaniu wiadomości „z ostatniej chwili" wpływa na jakość komunikatów – pojawianie się w nich nieuprawnionych uproszczeń, wypaczanie sensu przedstawianych informacji, a nawet konstruowanie faktoidów. Jak zauważa Z. Bauer:

> Symulowanie aktualności sprowadza się do obrotu efektownymi jej opakowaniami. Skoro (…) informacje dotyczą faktów, których weryfikacja przez czytelnika jest niemożliwa, cóż stoi na przeszkodzie, by wytwarzać jedynie opakowania? Cóż stoi na przeszkodzie, by „fakty" istniały tylko w słowach, w samej formie przekazu, nie stanowiąc jego treści? (Bauer, 2011: 45).

Oprócz tego wymóg aktualności oraz konieczność dostarczania informacji zwracających uwagę statystycznego odbiorcy niosą z sobą ryzyko przedstawiania przeciętnych wydarzeń kryminalnych w sposób szczególnie dramatyczny. Oznacza to przede wszystkim wzniecanie i podtrzymywanie paniki moralnej przez eksponowanie najbardziej sensacyjnych lub drastycznych wątków oraz spekulowanie na podstawie fragmentarycznych danych dotyczących przebiegu zdarzeń, motywacji sprawcy i właściwego sposobu jego ukarania. W rezultacie może to prowadzić do kształtowania się pozbawionych obiektywnych podstaw obaw przed przestępczością oraz uwrażliwienia obywateli na populistyczny przekaz polityków.

Podobne – sprzyjające wykorzystywaniu przez polityków taktyki populizmu penalnego skutki wywołują również inne przemiany, które w związku z postępem technologicznym zachodzą w obrębie środków masowego przekazu. Charakterystyczna dla nowych mediów hipertekstualność pozwala przez umieszczanie w pobliżu treści artykułu odpowiednich linków z łatwością odesłać czytelnika do innych tekstów dotyczących opisywanej sprawy kryminalnej lub zdarzeń do niej podobnych. Wpływa to na ocenę subiektywnego ryzyka wiktymizacji i może wzbudzać poczucie zagrożenia przestępstwem danego typu. Efekt ten jest często wzmacniany przez techniczną oraz transmisyjną konwergencję środków masowego przekazu (Szpunar, 2010: 146). Konwergencja techniczna wiąże się z nieprzerwanym i niemal nieograniczonym dostępem do informacji za pomocą mobilnych urządzeń elektronicznych. Konwergencja transmisyjna natomiast to częsta praktyka powielania tych samych treści na różnych platformach medialnych (zwykle sprowadza się ona do przenoszenia wiadomości z prasy drukowanej i programów telewizyjnych do internetu) lub na dziesiątkach różnych stron internetowych. Oba rodzaje konwergencji wiążą się z narażaniem adresatów przekazu na nieustanną ekspozycję na informacje, które, ze względu na budowanie wrażenia, że zagrożenia są wszechobecne, mogą negatywnie wpływać na poczucie bezpieczeństwa ich odbiorców.

Rozwój nowych mediów ściśle się wiąże z dążeniem do stworzenia społeczeństwa informacyjnego. Dotychczasowe metody komunikowania są modyfikowane,

co wpływa na jakościową zmianę w sposobie życia współczesnego człowieka. Jednostka musi być bardziej aktywna, szybciej reagować na kolejne wiadomości pojawiające się w przestrzeni wirtualnej, stopniowo staje się swoistym *e-homo* (Романов & Васильев, 2011: 98). W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera towarzyszący ekspansji internetu problem tak zwanego cyfrowego wykluczenia (*digital divide*) – pogłębianie się nierówności w dostępie do informacji pomiędzy mieszkańcami regionów czy przedstawicielami grup społecznych, którzy dysponują jedynie ograniczoną możliwością korzystania z zasobów internetowych lub są jej całkowicie pozbawieni. Nowe media dokonały „cyfrowego" podziału społeczeństw, przy czym nie ogranicza się on wyłącznie do kryterium ekonomicznego, zgodnie z którym dostęp do treści wirtualnych posiadają osoby mogące sobie pozwolić na kupno komputera oraz instalację łącza internetowego. Równie istotnym czynnikiem jest umiejętność posługiwania się zasobami internetu – cyfrowo wykluczeni są również ci z użytkowników, którzy pomimo posiadania dostępu do sieci nie potrafią wykorzystywać znajdujących się w niej źródeł do uzyskiwania potrzebnych im informacji (por. Засурский, 2011: 33–36.). Z nierównością w dostępie do nowych mediów wiąże się różnica wiedzy (*knowledge gap*) polegająca na szybszym przyswajaniu większej ilości treści przez członków grupy o wyższym statusie społeczno-ekonomicznym, co wiąże się z potęgowaniem różnic pomiędzy poziomem poinformowania przedstawicieli poszczególnych warstw społecznych (Goban-Klas, 2004: 265). Analizując wpływ nowych mediów na wzrost lub spadek postaw populistycznych, nie należy pomijać problemu cyfrowego wykluczenia, ponieważ może ono sprawić, że część obywateli zostanie całkowicie pozbawiona dostępu do wielu komunikatów, służących zarówno wspieraniu, jak i zwalczaniu populizmu penalnego.

Rozwój mediów wirtualnych na zawsze odmienił proces komunikowania masowego. Tendencje charakterystyczne dla nowych mediów mają zarówno negatywny, jak i pozytywny wpływ na życie polityczno-społeczne. Użytkownik internetu, będący zarazem odbiorcą i nadawcą treści, coraz częściej, pomimo pozorów aktywnego uczestniczenia w debacie publicznej, izoluje się od wspólnoty, w której funkcjonuje, nie potrafi przekuć swojego wirtualnego zainteresowania w rzeczywiste zaangażowanie w rozwiązywanie problemów społecznych (por. Gurevitch, Coleman & Blumler, 2009: 177–179). W natłoku informacji przestaje on zwracać uwagę na jakość komunikatów, zaczyna wybierać treści łatwe do przyswojenia oraz dostarczające szeroko rozumianej rozrywki. To jednak właśnie egalitaryzm w dostępie oraz kreowaniu informacji jest przyczyną największych nadziei wiązanych z funkcjonowaniem nowych mediów. Pozwalają one na integrację członków danego społeczeństwa oraz włączanie ich do realnych działań mających wymiar polityczny. Świadczą o tym między innymi prowadzone w wirtualnych środkach przekazu oddolne kampanie społeczne, samomobilizacja obywateli za pomocą mediów społecznościowych oraz prowadzenie konsultacji społecznych z użyciem platform internetowych. Być może to

właśnie niejednoznaczny status środków masowego przekazu sprawia, że mogą one tworzyć otwartą i różnorodną przestrzeń, w której możliwy jest pluralizm postaw oraz prowadzenie wielowątkowej debaty społeczno-politycznej.

Nowych mediów i zachodzących w nich tendencji nie można zatem ocenić jako jednoznacznie złych czy dobrych ani do końca przewidzieć bardziej odsuniętych w czasie konsekwencji ich rozwoju. Nie należy też zbyt pochopnie stawiać tezy o nadejściu cyfrowej rewolucji, która całkowicie zdezaktualizuje dotychczasowe wzorce komunikowania masowego, a wraz z nimi zjawisko mediatyzacji polityki. Jak przekonywająco stwierdza Jenkins:

> Historia uczy nas, że stare media nigdy nie umierają – a nawet niekoniecznie znikają. Umierają zaledwie narzędzia, których używamy, by dostać dostęp do treści medium (…). Odkąd okazało się, że medium zaspokaja jakąś ludzką potrzebę, wciąż funkcjonuje w obrębie większego systemu możliwości komunikacyjnych. (…) Druk nie zabił mowy. Kino nie zabiło teatru. Telewizja nie zabiła radia (Jenkins, 2006: 19).

Internet sam w sobie – podobnie jak inne media przed nim – nie zrewolucjonizuje zatem najpewniej życia społecznego, ale bez wątpienia stanie się ważnym i niosącym zmiany elementem szerszych struktur społecznych (Kowalska, 2014: 161). Kierunek tych zmian – również w kontekście populizmu penalnego – nie będzie zapewne jednolity, a dużą rolę w jego wyznaczeniu odegra praktyka wykorzystania cyfrowego potencjału przez aktorów politycznych i korporacje medialne.

Aby jednak nie lokować jego przyszłości wyłącznie w rękach podmiotów zorientowanych na interesy własne, warto zasygnalizować potrzebę spoglądania na problem rozwoju nowych mediów przez pryzmat adresatów politycznego przekazu. Ich zdolność do samodzielnego selekcjonowania treści godnych uwagi, odróżniania faktów od fikcji lub opinii oraz opierania się manipulacji zależna jest od poziomu kompetencji komunikacyjnej. Stąd są wśród nich zarówno odbiorcy pasywni – w dużej mierze bezbronni wobec medialnych zabiegów perswazyjnych, jak i odbiorcy aktywni – krytyczni i refleksyjni (Hopfinger, 2003: 24). Aby sprawić, by liczebność tych drugich istotnie przewyższała pierwszych, a tym samym zmniejszyć podatność odbiorców na populistyczny lub sprzyjający populizmowi przekaz, należy opowiedzieć się za postulowanym w naukach o komunikacji projektem powszechnej i efektywnej[16] edukacji medialnej.

> Skala udziału mediów w naszym życiu i ich często przemilczana rola „edukacyjna" sprawiają, że tak ważne jest zrozumienie wewnętrznej logiki współczesnych systemów medialnych i próby uczenia się na poziomie jednostkowym nie tyle „od mediów", ile mediów – czyli rozumienia, interpretowania i wreszcie krytykowania ich przekazów i zawartych w nich znaczeń (Kowalska, 2014: 136).

---

[16] Dogłębną analizę inicjatyw z zakresu szeroko rozumianej edukacji medialnej w Polsce zawiera opracowanie Fundacji Nowoczesna Polska *Cyfrowa przyszłość. Edukacja medialna i informacyjna w Polsce – raport otwarcia*. Szczególnie krytycznie podsumowano w nim zakres i jakość kształcenia w ramach polskiego systemu edukacji szkolnej (Lipszyc, 2012).

Co więcej, ze względu na omówiony wyżej rozwój mediów partycypacyjnych i konwergentnych konieczne jest dostrzeżenie w edukacji medialnej czegoś więcej aniżeli tylko narzędzia obrony przed szkodliwym wpływem komunikacji masowej (Lisowska-Magdziarz, 2012: 134–142). W dobie kultury uczestnictwa równie ważne jak wzbudzanie krytycyzmu odbiorców jest kształcenie aktywnego użytkownika mediów – kreatywnie zmieniającego ich zawartość oraz wchodzącego w relacje z innymi użytkownikami. Taki wszechstronny rozwój kompetencji medialnych obywateli oznacza nie tylko osłabienie nośności penalno-populistycznego dyskursu polityków. Zwiększa również szansę na to, że udział społeczeństwa w procesach prawotwórczych kształtować się będzie raczej w duchu idei społeczeństwa obywatelskiego niż społecznego populizmu penalnego.