

DR HAB. AGNIESZKA ŁUKASIK-TURECKA, PROF. KUL  
DR ANDRZEJ SZABACIUK

Instytut Nauk o Polityce i Administracji KUL

# JAK UCHRONIĆ SIĘ PRZED MANIPULACJAMI WYBORCZYMI?

Zbliżające się wybory parlamentarne w Polsce przez wielu analityków czy politologów uważane są za jedne z najważniejszych w ostatnich latach, gdyż mogą określić dalszy kierunek rozwoju Polski na najbliższe dekady. Bez względu na to, czy tak rzeczywiście będzie, czy też tego typu wypowiedzi traktować należy jako element retoryki zachęcającej do większej aktywności obywatelskiej, możemy stwierdzić nieco trywialnie, że każde wybory niosą ze sobą określoną zmianę polityczną.

**P**odczas wyborów suweren w sposób bezpośredni wyraża swoją aprobatę lub dezaprobatę wobec rządzących i udziela określonemu ugrupowaniu czy koalicji wyborczej mandatu do dalszego sprawowania władzy, ewentualnie od tej władzy je odsuwa. Uczestnictwo w wyborach jest jednym z obowiązków każdego świadomego obywatela, bo to naród zgodnie z Konstytucją jest suwerenem, który ma prawo określać, komu deleguje część swoich prerogatyw. Kampania wyborcza jest naturalnym elementem każdego demokratycznych wyborów i wraz ze wzrostem emocji jej towarzyszących, z reguły zastrzeżeniu ulega także język debaty publicznej. Nie jest to nic nadzwyczajnego, podobnie jak manipulacje wyborcze, które krytykowano już w starożytnej Grecji czy Rzymie. Wady ustroju demokratycznego eksponowali m.in. Arystoteles, Platon, a w swoich sztukach wyśmiewał je Arystofanes. Nawet obrońca

republiki Cyceron akcentował ułomność systemu demokratycznego. Jednak, jak zaznaczył Winston Churchill w Izbie Gmin w listopadzie w 1947 r., mając świadomość niedociągnięć systemu rządów demokratycznych, należy pamiętać, że jest to system najlepszy z dotychczas praktykowanych.

Demagogia i populizm są zjawiskami od początku obecnymi w demokracji, kreującymi fałszywy, zakrzywiony obraz rzeczywistości w celu manipulowania decyzjami wyborczymi. Te praktyki, nawet jeżeli są zgodne z prawem, należy ocenić jednoznacznie negatywnie moralnego punktu widzenia. Jednak obecnie, dzięki zastosowaniu nowych technologii i w dobie rewolucji informacyjnej, coraz trudniej jest takim praktykom przeciwdziałać i skutecznie je piętnować. Tym bardziej że dzięki ogromnej popularności mediów społecznościowych umasowieniu ulega także sama kampania wyborcza i tworzone na jej potrzeby przekazy. Obok zawodowych specjalistów od kreowania wizerunku politycznego włączają się w nią terenowi działacze i sympatycy partii.

Populizmowi i demagogii towarzyszą także inne zjawiska, które powoli stają się nieodłącznym elementem wyborów – propaganda i dezinformacja. Występują one zarówno w państwach demokracji liberalnej, jak i państwach autorytarnych czy totalitarnych. Przy czym w państwach demokratycznych z reguły działania te są prowadzone przez osoby czy podmioty w sposób luźny związane z określonymi ugrupowaniami politycznymi, aby w ten sposób uniknąć oskarżeń o naganne praktyki. Ewentualnie są one efektem zaangażowania podmiotów zewnętrznych. Najgroźniejsze były przypadki ingerowania Chin i Federacji Rosyjskiej w wybory prezydenckie w Stanach Zjednoczonych, ale podobne



*ANALIZUJĄC TREŚĆ KOMUNIKATÓW WYBORCZYCH, NALEŻY PRZEDE WSZYSTKIM WYSTRZEGAĆ SIĘ TYCH, KTÓRE BUDZĄ W NAS EMOCJE. JEŻELI MA MIEJSCE TAKA SYTUACJA, W TYM MOMENCIE POWINNA ZAPALIĆ SIĘ NAM „CZERWONA LAMPKA” I NALEŻY NA SPOKOJNIE PRZEANALIZOWAĆ TREŚĆ TAKIEGO KOMUNIKATU POD KĄTEM JEGO RZETELNOŚCI*

oskarżenia pojawiały się w kontekście wyborów prezydenckich we Francji, wyborów parlamentarnych w Niemczech czy Wielkiej Brytanii, oraz referendum w sprawie wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. W tych konkretnych przypadkach mamy do czynienia z dobrze zaplanowaną operacją nadzorowaną przez służby specjalne, w których działania propagandowe i dezinformacyjne splatają się z cyberprzestępczością. Warto zwrócić uwagę, że Polska jako państwo zaangażowane we wsparcie Ukrainy i społeczeństwa obywatelskiego na Białorusi może paść ofiarą tego typu praktyk w kampanii wyborczej.

Wojna Rosji przeciwko Ukrainie oraz pośrednie i bezpośrednie jej skutki stanowiąc mogą, obok następstw pandemii COVID-19, jeden z centralnych elementów kampanii wyborczej. Oba te tematy łączą się z szeregiem kwestii szczegółowych, z których część ma duży potencjał polaryzacyjny. Musimy mieć świadomość, że polaryzowanie społeczeństwa jest w interesie konkurujących ze sobą ugrupowań, łatwiej wówczas poszerza się i niejako zarządza elektoratami. Wątki budzące największe emocje bywają często wykorzystywane w kampanii wyborczej. Dochodzić może do manipulowania faktami i kreowania niepełnego obrazu rzeczywistości. Krótkie komunikaty, które są obecnie powszechnie stosowane w marketingu politycznym, często prezentują nazbyt uproszczony obraz rzeczywistości.

Analizując treść komunikatów wyborczych, należy przede wszystkim wystrzegać się tych, które budzą w nas emocje. Jeżeli ma miejsce taka sytuacja, w tym momencie powinna zapalić się nam „czerwona lampka” i należy na spokojnie przeanalizować treść takiego komunikatu pod kątem jego rzetelności. Warto się zastanowić, czy przedstawia pełny obraz sytuacji, czy ukazuje pełny jej kontekst, czy nie bazuje na stereotypach, pomówieniach czy innych formach manipulacji przekazem. Należy mieć świadomość, że obecnie za przygotowanie kampanii wyborczych odpowiada sztab specjalistów, którzy w porozumieniu z politykami danego ugrupowania opracowują określoną strategię kampanijną. Dobór tematów podnoszonych w materiałach wyborczych często jest efektem badań socjologicznych, analiz politologicznych, antropologicznych czy z zakresu psychologii społecznej.

Emocje mogą też towarzyszyć określonym obietnicom wyborczym. Tutaj również warto zachować daleko idącą powściągliwość i nie do końca ufać tego typu przekazom i nie dać się nabrać na okółwyborczą karuzelę obietnic. Warto spojrzeć na nie z dystansem i zastanowić się, czy są realne, czy dane ugrupowanie w przeszłości wywiązywało się z deklarowanych obietnic wyborczych i jak mają się one do programu wyborczego czy profilu ideologicznego danej partii. Większość czołowych polityków nie jest z nami od dziś, tak więc możemy wyrobić sobie



*UCZESTNICTWO W WYBORACH  
JEST JEDNYM Z OBOWIĄZKÓW  
KAŻDEGO ŚWIADOMEGO  
OBYWATELA, BO TO NARÓD  
ZGODNIE Z KONSTYTUCJĄ JEST  
SUWERENEM, KTÓRY MA PRAWO  
OKREŚLAĆ KOMU DELEGUJE  
CZĘŚĆ SWOICH PREROGATYW*





MUSIMY MIEĆ ŚWIADOMOŚĆ,  
ŻE POLARYZOWANIE  
SPOŁECZEŃSTWA JEST  
W INTERESIE KONKURUJĄCYCH  
ZE SOBĄ UGRUPOWAŃ,  
ŁATWIEJ WÓWCZAS POSZERZA  
SIĘ I NIEJAKO ZARZĄDZA  
ELEKTORATAMI. WĄTKI BUDZĄCE  
NAJWIĘKSZE EMOCJE BYWAJĄ  
CZĘSTO WYKORZYSTYWANE  
W KAMPANII WYBORCZEJ



swoje zdanie na temat ich wiarygodności, skuteczności i, co najważniejsze, konsekwencji określonych decyzji politycznych. Wszak polityków, zresztą nie tylko polityków, należy przede wszystkim rozliczać z czynów, jak uczy ewangeliczna mądrość – „po owocach ich poznacie”.

Odrzucając emocje towarzyszące dyskusjom wyborczym, powinniśmy zastanowić się również nad profilem ideologicznym każdej z partii. Nie tym deklarowanym, lecz wynikającym z określonych decyzji politycznych i ich konsekwencji. Warto samemu sobie odpowiedzieć na pytanie, czy jest on spójny z naszym kodeksem moralnym i światopoglądem politycznym, czy określone ugrupowanie albo dany polityk rzeczywiście reprezentuje bliskie nam poglądy polityczne, czy tylko wykonuje gest w naszą stronę, próbując poszerzyć swój elektorat.

Dobrze też zwrócić uwagę na miejsce czerpania informacji wyborczych. Media tradycyjne są z reguły bardziej wiarygodne od mediów nowoczesnych ze względu na profesjonalną weryfikację informacji. Oczywiście, analizując prezentowane w nich treści, należy czytać je przez pryzmat określonego profilu ideologicznego charakteryzującego dane media – trudno oczekiwać pochwał Prawa i Sprawiedliwości w „Gazecie Wyborczej” i telewizji TVN, podobnie jak szukać zasług Donalda Tuska w TVP czy telewizji „Trwam”. Jednak z największym dystansem należy odnosić się do informacji zawartych w nowych mediach. Ze względu na praktycznie nieograniczoną możliwość zamieszczania i udostępniania informacji w mediach społecznościowych, a także utrudnioną ich weryfikację, są one częstym miejscem rozpowszechniania przekazów propagandowych i mylących czy wręcz fałszywych. Warto pamiętać, że współcześnie media społecznościowe stanowią jeden z najważniejszych filarów ekosystemu prokremłowskiej propagandy i dezinformacji, odpowiadający za umasowienie przekazów. To właśnie w mediach społecznościowych najczęściej aktywizują się podmioty zagraniczne, które straszą ukraińskimi uchodźcami wojennymi, zniechęcają do pomocy Ukrainie, straszą ukraińskim zbożem, starają się skłócić polskie społeczeństwo w kontekście sytuacji na granicy polsko-białoruskiej czy podważają zasadność naszego sojuszu ze Stanami Zjednoczonymi oraz korzyści płynące z członkostwa w Unii Europejskiej i Sojuszu Północnoatlantyckim.

Zwiększona świadomość zagrożeń występujących w intensywnym okresie kampanii wyborczej pozwoli nam w większym stopniu chronić się przed manipulacjami przedwyborczymi. Warto ten czas poświęcić na spokojne i rozważne zapoznanie się z ofertami i dorobkiem tych, którzy w przyszłości będą nas reprezentować. Bo do tego, że należy wziąć udział w najbliższych wyborach parlamentarnych, mamy nadzieję, nie trzeba nikogo przekonywać.