

CO ZAGRAŻA DEMOKRACJI?

Krytyków demokracji nigdy nie brakowało. Cały **katalog zarzutów** przeciw niej został sformułowany już przez Platona w jego *Państwie*. Czytamy tam o niechęci demokracji do ludzi wybitnych i o dorosłych, którzy starają się upodobnić do młodych, o braku szacunku do prawa i o przestępcach chodzących bezkarnie na wolności (a nawet o przesadnej uwadze poświęcanej zdrowiu). Od filozofów żyjących w następnych stuleciach wiele razy słyszeliśmy, że demokracja jest powolna i tchórzliwa, i właściwie wcale niezdolna do działania, że biedni, którzy są w niej w większości, gnębią bogatą mniejszość, że zamyka człowieka w kręgu najbardziej prymitywnych potrzeb, odbierając poczucie wielkości i zdolność do tworzenia.

Niektóre z tych zarzutów nie są całkiem bezpodstawne, inne raczej chybiają celu („powolne i niezdolne do działania” demokracje wygrały niemal wszystkie wojny w XX wieku). Zastanówmy się raczej, czy słabości i wady demokracji mogą zagrozić jej trwałości. Czy istotnie jest tak, że niesie ona sama w sobie ziarno zagłady?

Niewątpliwie wokół siebie widzimy wiele niepokojących zjawisk. System partyjny jest niezbędnym elementem demokracji przedstawicielskiej, ale przejawia niebezpieczną tendencję do **oligarchizacji**, czyli do przekształcania rządów ludu w **rządy partyjnych elit**. Elity te w dużej mierze uniezależniają się od tych, których teoretycznie miały reprezentować; zdarza się, że dobro wspólne społeczności myli im się z dobrem własnej partyjnej koterii. Osobną kwestią jest poziom tych elit – teoretycznie wybory są mechanizmem pozwalającym obywatelom wybrać najlepszych kandydatów. Jednak ludzie nie zawsze kierują się racjonalnymi motywami – często wybierają nie tych, którzy mają naprawdę coś do powiedzenia, ale tych, którzy mówią dokładnie to, co wyborcy chcą usłyszeć.

Szczególną rolę odgrywają tutaj media – sztukę argumentacji zastąpiły metody znane z agencji reklamowych: chodzi o skonstruowanie takiego wizerunku polityka, który będzie najlepiej odpowiadał gustom masowej widowni. Musi budzić zaufanie, mówić potocznie (choć niekoniecznie bardzo mądrze), dać się zapamiętać i polubić. **Marketing polityczny** też jest ważny. W końcu w demokracji polityk nie tylko powinien mieć dobrze przemyślane poglądy, ale także musi przekonać do siebie ludzi, aby oddali na niego głos. Dobrze przygotowane i wygłoszone przemówienia bardzo w tym pomagają. Ale czasem efektowne powiedzonka zamiast rzetelnych analiz i zwykła reklama decydują o sukcesie jakiegoś wcale nie najlepszego produktu – podobnie dzieje się w świecie politycznego marketingu. Głosy wyborców wpatrzonych w ekran telewizora lub smartfona zdobyć może mąż stanu, ale też i niemądry radykał. Kiedyś za głównych winowajców tego stanu rzeczy uznawano poszukujące sensacji programy telewizyjne oraz tzw. prasę brukową. Dziś coraz więcej uwagi poświęca się **mediom społecznościowym** i ich roli w rozpowszechnianiu fałszywych lub nieścisłych informacji oraz radykalnych poglądów.

Opinię internautów kształtują często osoby przypadkowe, rzekomo dobrze poinformowane i udające bezstronność, a nawet wręcz wynajęte przez polityków do wpływania na debatę nieuczciwymi sposobami. Od kilku lat w tej roli występują nawet same komputery (tzw. boty), które posługując się gotowymi formułami, prowadzą fikcyjną dyskusję w mediach społecznościowych i w ten sposób wpływają na poglądy rzeczywistych uczestników. Internet jest też uprzywilejowanym kanałem

komunikacji dla tzw. **fake newsów** – informacji, które z pozoru wydają się prawdziwe, bo powtórzyło je wystarczająco wiele osób. W nabrzmiałych kwestiach społecznych internet stał się niestety miejscem wymiany **hejtu** niż areną wymiany myśli. W sieci opinie umiarkowane z trudem przebijają się przez bezmyślny radykalizm; to właśnie w internecie rekrutują się zazwyczaj zwolennicy ugrupowań antydemokratycznych.

Często więc obywatele przeżywają bolesne rozczarowanie, gdy polityk, którego poparli, zawiedzie ich zaufanie. Takie rozczarowanie łatwo przemienia się w negatywną opinię na temat całej klasy politycznej. Rosnące poczucie frustracji prowadzi zaś zwykle do bierności („po co mam chodzić na wybory, skoro oni wszyscy są tacy?”) albo do poparcia kogoś, kto obiecuje, że „skończy z tym wszystkim”. **Populizm** odwołuje się do ludu i zwraca się przeciw zawodowym elitom politycznym, obiecując łatwe rozwiązania trudnych problemów. Zwykle też są to rozwiązania bardzo radykalne i twarde, co wielu publicystom nasuwa skojarzenia z faszyzmem (patrz: fragment książki Jana-Wernera Müllera na s. 109). Jakie mogą być skutki sięgnięcia po władzę przez populistyczne ugrupowanie? Może ono przystosować się do demokratycznych reguł i upodobnić do innych partii (za co w następnych wyborach z pewnością nie ominie go kara ze strony zawiedzionych wyborców), może też zupełnie nie poradzić sobie z rządem i pchnąć państwo w otchłań anarchii. Prawdopodobne jest też rozwiązanie trzecie – że spróbuje przemienić demokrację w jakąś formę autorytaryzmu.

Szansą populistów może się okazać **niewydolność państwa**, która wynika między innymi ze słabości administracji i niskiego etosu pracy urzędników. W wielu krajach problemem jest korupcja – jej rozpowszechnienie zmniejsza zaufanie obywateli do państwa, nie tylko dlatego, że narusza ona elementarne poczucie sprawiedliwości, ale także podważa sens wolnej konkurencji w gospodarce i osłabia efektywność działań państwa. Korupcja jest zjawiskiem groźnym także ze względu na bliskie i podlegające niejasnym regułom związki polityki (i polityków) z gospodarką.

Czy można przeciwdziałać wszystkim tym zagrożeniom? Nie tylko można, ale trzeba. Niezbędne jest stałe reformowanie struktur państwa, tworzenie dobrego prawa (w tym antykorupcyjnego) i egzekwowanie go. Najważniejszym środkiem ochronnym wydaje się jednak istnienie dynamicznie działającego **społeczeństwa obywatelskiego**. Obywatele dobrze poinformowani i zaangażowani w sprawy publiczne będą z pewnością mniej skłonni do popierania populistycznych polityków. Jeśli zaś chodzi o demokratyczną obsesję zdrowia i zdrowej żywności, która tak śmieszyła Platona, to obawiamy się, że raczej nic się nie da zrobić...

Andrzej Waśkiewicz, *Społeczeństwo znane ze słyszenia w: Przewodnik obywatelski. Wiedza o społeczeństwie w liceum i technikum – zakres podstawowy. Część 1, s. 93-95*

KORUPCJA – wykorzystywanie władzy lub funkcji publicznej do uzyskania korzyści majątkowych albo osobistych. Korupcją jest zatem nie tylko przyjęcie lub żądanie łapówki (prezentu) w zamian za pozytywną decyzję w jakiejś sprawie, ale także wykorzystywanie majątku publicznego do celów prywatnych, płatna protekcja, finansowanie partii w zamian za zdobycie wpływów, czy też uchylanie od obowiązku celnego, podatkowego itp.

POPULIZM (od łac. *populus* – lud) – metoda walki politycznej, polegająca na zdobywaniu poparcia przy pomocy chwytliwych haseł i obietnic prostych rozwiązań społecznych i ekonomicznych problemów (np. bezrobocia, nierówności, ubóstwa) oraz ostrą krytykę elit politycznych. Politycy i partie populistyczne wykorzystują i rozbudzają irracjonalne lęki i nadzieje, negują istniejący w danym państwie sposób sprawowania władzy oraz dzielą społeczeństwo na dwie antagonistyczne grupy – lud, czyli „nas, zwykłych ludzi”, i rządzących. Programy populistów mogą odwoływać się do idei lewicowych (np. zapewnić więcej świadczeń socjalnych), prawicowych (wprowadzić niższe podatki) i nacjonalistycznych (wyrzucić z kraju imigrantów, nie wpuścić uchodźców itp.)



Przewodnik obywatelski to podręcznik, z którego warto (się) uczyć!

Dodatkowe informacje i materiały znajdziesz na stronie internetowej:

<https://koss.ceo.org.pl/wos-do-liceum>