

Dariusz Piotrowski, Anna Iwona Piotrowska

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
e-mails: dariusz@umk.pl; anna.iwona.piotrowska@gmail.com

**MIEDZY SKUTECZNOŚCIĄ A ETYKĄ –
DYLEMATY KOMUNIKOWANIA
W OBSZARZE POLITYKI GOSPODARCZEJ PAŃSTWA**

**BETWEEN EFFICIENCY AND ETHICS –
COMMUNICATION DILEMMAS
IN STATE ECONOMIC POLICY**

DOI: 10.15611/pn.2018.532.27

JEL Classification: H1, H3, H6, Z13

Streszczenie: Celem pracy jest ustalenie, w jakim zakresie komunikowanie rządu ze społeczeństwem poprzez środki masowego przekazu wpływa na ocenę respondentów dotyczącą zjawisk gospodarczych i działań podejmowanych przez rząd. Wyniki badania ankietowego zrealizowanego przez autorów pracy wskazują na wysoką skuteczność przekazu, rozumianą jako osiągnięcie celów wyznaczonych przez rząd czy też ugrupowania sprawujące władzę w Polsce od 2015 r. Poziom wiedzy i prezentowane postawy respondentów wskazują bowiem, iż stworzono pozytywny wizerunek rządzących jako osób dbających o gospodarkę, a jednocześnie zdołano uniknąć eksponowania i łączenia z ośrodkiem władzy negatywnych zjawisk w obszarze finansów.

Słowa kluczowe: finanse publiczne, gospodarka, perswazja, etyka.

Summary: The aim of the paper was determining the extent to which government's communication with society by means of mass media affects respondents' assessment of economic phenomena and actions taken by the government. The results of a questionnaire survey carried out by the authors point to the high efficiency of messages understood as achieving objectives set by the government or by parties in power in Poland since 2015. In fact, the knowledge and attitudes presented by the respondents indicate that those in power have created a positive image of themselves as people caring for the economy, and at the same time have managed to avoid exposing negative phenomena in the field of finance and linking them with the centre of power.

Keywords: public finance, economy, persuasion, ethics.

1. Wstęp

Sprawnie funkcjonujące państwo kojarzy się z dużą aktywnością ośrodka władzy w wielu obszarach funkcjonowania społeczeństwa. Szczególnie istotne działania, z punktu widzenia realizacji idei dobra wspólnego, podejmowane są w celu zapewnienia odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa zewnętrznego i wewnętrznego oraz w obszarze rozwoju gospodarczego i cywilizacyjnego kraju [Wnuk-Lipiński 1996, s. 272, 273]. Dbałość o gospodarkę przejawia się zasadniczo działaniami realizowanymi w stosunku do przedsiębiorstw, gdyż to one stanowią jej fundament. Przedsiębiorstwa tworzą miejsca pracy, zwiększają poziom innowacyjności gospodarki, a ponadto ich działalność stanowi źródło dochodów podatkowych budżetu państwa i jednostek samorządu terytorialnego. Zadaniem państwa jest zapewnienie przedsiębiorstwom odpowiednich warunków do rozwoju, przez co rozumieć należy stworzenie sprzyjającego otoczenia prawnego i instytucjonalnego. Dążenie do zwiększenia innowacyjności i konkurencyjności krajowych przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym powinno uwzględniać oczekiwania władz i społeczeństwa, ale również możliwości finansów publicznych kraju. Mając na względzie zjawisko odpowiedzialności międzypokoleniowej, jako istotne jawią się tutaj kwestie deficytu budżetowego i zadłużenia jednostek sektora finansów publicznych [Ziółkowska 2012]. Skuteczność administracji skarbowej w zakresie egzekwowania zobowiązań podatkowych, to z kolei obszar działań państwa łączący interesy uczciwych przedsiębiorców z celami polityki budżetowej.

Rządy, realizując politykę gospodarczą, formułują wizje funkcjonowania państwa. Niekiedy propozycje przyjmują postać bardziej sformalizowanych programów rozwojowych. Dla uzyskania społecznej akceptacji zgłaszanych projektów dużo uwagi poświęcane jest, a przynajmniej być powinno, analizie celowości, skuteczności i efektywności proponowanych oraz realizowanych działań. Jednak jak się okazuje, nie mniej ważne niż osiągnięte rezultaty programów jest umiejętne sformułowanie przekazu na ich temat. W kształtowaniu społecznego odbioru zjawisk i procesów gospodarczych coraz większą rolę odgrywają mass media. Pozwalają one bowiem rządzącym na stosowanie wybranych technik perswazji wobec szerokiego grona adresatów. Celem pracy jest ustalenie, w jakim zakresie komunikowanie rządu ze społeczeństwem poprzez środki masowego przekazu wpływa na ocenę zjawisk gospodarczych i działań podejmowanych przez rząd. W pracy przyjęto następującą hipotezę badawczą: stosowana przez ośrodek władzy w Polsce perswazja w obszarze gospodarki i finansów państwa wykazuje wysoką skuteczność w zakresie kształtowania poglądów i postaw wśród badanej grupy respondentów. Realizacja celu pracy i weryfikacja hipotezy badawczej nastąpią w oparciu o krytyczną analizę literatury przedmiotu, obserwację i analizę treści odnoszących się do gospodarki prezentowanych w wybranych mediach oraz wyniki badania ankietowego przeprowadzonego przez autorów pracy wśród studentów Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu kształcących się na kierunku zarządzanie.

2. Perswazja w obszarze polityki gospodarczej państwa

Celem polityki gospodarczej państwa jest kierowanie zjawiskami społeczno-ekonomicznymi w sposób przynoszący korzyści dla jak największej części społeczeństwa [Kaja 2014, s. 16–18]. Państwo, realizując politykę gospodarczą, powinno przyczyniać się do lepszego wykorzystywania czynników produkcji, takich jak ziemia, praca i kapitał. Sprzyjać temu mogą tworzenie odpowiedniego klimatu inwestycyjnego, obniżanie kosztów pozyskiwania kapitału czy też dbałość o właściwy poziom zasobu pracy [Horodecka 2008, s. 42–62]. Osiąganiu celów w obszarze gospodarczym powinno towarzyszyć dążenie do zachowania równowagi w kwestii dochodów i wydatków państwa oraz bezpiecznego poziomu długu sektora finansów publicznych.

Podjęmowane przez rządy inicjatywy w zakresie polityki gospodarczej podlegają społecznej kontroli i ocenie. W interesie rządzących jest, aby informacje na temat wyznaczonych w ich ramach celów, realizowanych działań i osiągniętych rezultatów były w odpowiedni sposób komunikowane społeczeństwu. Ogromne znaczenie mediów w tym procesie wynika z dużego zasięgu oddziaływania oraz możliwości kształtowania treści przekazu w sposób pozwalający na osiągnięcie celów wyznaczonych przez nadawcę komunikatu. Współczesne media doskonale nadają się do tej roli, gdyż przestały jedynie przekazywać informacje, a zaczęły kreować rzeczywistość. Tę zdolność mediów wykorzystują politycy, dziennikarze oraz specjaliści od marketingu politycznego. Język, jakim się posługują, wykazuje bowiem często przewagę funkcji perswazyjnej nad informacyjną i emotywną [Lissewski (red.) 2007, s. 61].

Perswazja w szerokim znaczeniu to jakiegokolwiek działanie pobudzające adresata do określonych „wrażeń, przeżyć, nastrojów, przemyśleń, pragnień, pokus, wahań, wątpliwości, rozterek, dylematów, własnych zamiarów i postanowień” [Karwat 2014, s. 73]. A. Balczyńska-Kosman przez perswazję rozumie możliwość skutecznego nakłaniania odbiorcy, celem pozyskania jego akceptacji lub chociażby przychylności w obszarze treści prezentowanych przez nadawcę [Lissewski (red.) 2007, s. 62]. Z kolei G.S. Jowett i V. O'Donnell perswazję definiują jako próby wywierania wpływu na odbiorców przekazu celem kształtowania, wzmacniania bądź zmiany ich postaw i zachowań [Jowett, O'Donnell 2012, s. 33–35]. Perswazja jest zatem jedną z metod nacisku, które M. Karwat uszeregował w zależności od stopnia naruszenia podmiotowości jednostki od najsłabszej formy czyli właśnie perswazji, poprzez manipulację i przymus do przemocy. W perswazji akcentuje on otwartość w kwestii przekonywania do słuszności poglądów i działań. W przypadku manipulacji wskazuje natomiast na zwykle ukryty zamiar i cel oddziaływania [Karwat 1999, s. 26–37]. Obie wspomniane formy łączą fakt dobrowolności działań adresatów.

W świecie polityki częstym kryterium oceny podejmowanych działań jest ich skuteczność. Funkcjonowanie w strukturach społeczeństwa wymaga jednak, aby komunikowanie polityczne oceniane było również z uwzględnieniem aspektu etycznego. Miarą skuteczności przekazu jest głębokość i zakres zmian zachowań oraz po-

staw adresatów komunikatu, w kierunku zgodnym z oczekiwaniami jego nadawcy. Praktyka wskazuje, iż przekaz, aby był skuteczny, powinien łączyć elementy argumentacji logicznej i emocjonalnej. Argumenty logiczne trafiają niestety tylko do wykształconej części społeczeństwa. Ponadto ich przyswojenie wymaga pewnej refleksji, umiejętności analizy i oceny, co z kolei wiąże się z koniecznością poświęcenia czasu. Z kolei argumenty oparte na emocjach odnoszą się do pierwotnych instynktów człowieka i w związku z tym zapewniają szybką reakcję na bodziec. Prawdopodobnie ta może zostać wykorzystana przez specjalistów z zakresu komunikowania z zamiarem osiągnięcia własnych celów, nawet kosztem interesu odbiorców przekazu, co może być wątpliwe z etycznego punktu widzenia.

3. Krytyczna analiza wybranych aspektów polityki gospodarczej państwa

K. Kik zauważył, że przez długi czas w Polsce partie polityczne nie odwoływały się do ideologii, nie prezentowały także spójnego systemu wartości [Kasińska-Metryka (red.) 2011, s. 166]. Zarzucał elitom politycznym brak realizacji interesu politycznego opartego na fundamencie ideowym [Kasińska-Metryka (red.) 2011, s. 168]. Po wyborach parlamentarnych w 2015 r., kiedy do władzy w Polsce doszedł obóz Zjednoczonej Prawicy, sytuacja we wspomnianym zakresie uległa znacznej zmianie. Trudno jest jednak określić, czy obserwowana zmiana ma charakter bardziej pozytywny, czy też negatywny. Z pewnością w życiu społecznym, politycznym i gospodarczym pojawiły się nowe idee, pomysły naprawy funkcjonowania państwa oraz wizje rozwoju gospodarczego kraju. Zmianie uległa także polityka informacyjna rządu. Realizowana przez autorów pracy kilkunastomiesięczna obserwacja i analiza zawartości merytorycznej programów informacyjnych stacji TVP 1 oraz TVP Info wykazała, iż komunikacja rządzących i sprzyjających im mediów ze społeczeństwem w obszarze gospodarki i finansów państwa poza funkcją informacyjną zawierała również elementy perswazji. W działaniach wspomnianych instytucji dostrzeżono m.in. stosowanie technik zwiększających skuteczność perswazji opisanych przez A. Pratkanisa oraz E. Aronsona. Mowa tu o odpowiednim zdefiniowaniu problemu oraz sposobu dyskusji o nim, dbałości o wizerunek i wiarygodność nadawcy przekazu, skupieniu uwagi i myśli odbiorców na czymś, na czym zależy nadawcy, przy jednoczesnym odwróceniu ich uwagi od argumentów przeczących prezentowanemu stanowisku, a także wzbudzeniu emocji wśród odbiorców oraz zaproponowaniu im formy reakcji zgodnej z oczekiwaniami nadawcy [Pratkanis, Aronson 2004, s. 48, 49].

Po przeprowadzeniu analizy treści programowych autorzy pracy wyróżnili obszary, w których zastosowanie przez ośrodek władzy perswazji nakierowanej na społeczeństwo było szczególnie mocno widoczne. W dalszej części pracy szczegółowo odniesiono się do takich kwestii, jak: innowacyjność gospodarki, modernizacja armii, deficyt budżetowy, dług publiczny oraz wpływy budżetowe z tytułu podatku od towarów i usług.

Dążenie do wzrostu innowacyjności gospodarki jest wskazywane jako jeden z głównych celów polityki gospodarczej kraju. M. Morawiecki od początku swojej obecności w rządzie podkreślał znaczenie tego zagadnienia, często odwołując się do wizji polskiego samochodu elektrycznego. Zorganizowano nawet konkurs wśród społeczeństwa na wizualizację tegoż pojazdu, choć w rzeczywistości takie zadanie powierza się studiom projektowym. Polski samochód elektryczny, a raczej jego makietę, wystawiono nawet na targach, o czym nie omieszkało poinformować społeczeństwa. Przemilczano jednak fakt, że samochód elektryczny w polskich realiach nie jest ekologiczny, z uwagi na dominujący w naszym kraju sposób wytwarzania energii elektrycznej, i, co ważniejsze z punktu widzenia przyszłych posiadaczy takich pojazdów, jest drogi, gdyż koszt nabycia przekracza znacznie 100 tysięcy zł¹, a koszty zużywanej energii elektrycznej nie należą do niskich². W tej sytuacji ewentualna obniżka ceny pojazdu o kilka tysięcy złotych z tytułu redukcji kwoty akcyzy nie uczyni samochodów elektrycznych przystępnymi dla przeciętnego obywatela naszego kraju. Co więcej, w maju 2018 r., czyli po około dwóch latach od zaprezentowania pomysłu, nadal nie wiadomo nic o ewentualnym wykonawcy tego samochodu oraz o czynionych przez niego nakładach inwestycyjnych w obszarze bezpieczeństwa, komfortu i ekonomiki jazdy³. Należy zatem zadać sobie pytanie, czy w tych okolicznościach jest realne powstanie w najbliższej przyszłości polskiego samochodu elektrycznego. Rodzi się też drugie pytanie, czy pojazd, który powstanie, będzie można określić jako polski⁴.

Kolejny mocno eksponowany w mediach temat to modernizacja polskiej armii. Przez ponad dwa lata pełnienia funkcji Ministra Obrony Narodowej przez A. Macierewicza niemal każdego dnia mówiono o naprawie armii oraz sukcesach w obszarze jej modernizacji. Podawano, iż kwota wydatków obronnych w latach 2016 oraz 2017, w odróżnieniu od lat wcześniejszych, odpowiadała zobowiązaniom Polski wobec NATO i przekraczała 2% PKB. Rzeczywiste efekty działań ministra odbiegały jednak od prezentowanych przez stronę rządową, a wykazywany wzrost wydatków MON nie oznaczał automatycznej poprawy obronności kraju. Wydatki na wojsko obejmują bowiem takie kategorie, jak wynagrodzenia, świadczenia społeczne, koszty bieżącej eksploatacji oraz zakup uzbrojenia. Tylko wydatki dotyczące ostatniego obszaru istotnie mogą poprawić potencjał obronny kraju. Jednak także i tu

¹ Europejskie Stowarzyszenie Producentów Samochodów podało, że w 2017 r. w Polsce zostało sprzedanych zaledwie 439 samochodów czysto elektrycznych oraz 585 hybryd plug-in [*Sprzedaż pojazdów...* 2018].

² Koszt energii elektrycznej zużytej na pokonanie 100 km szacowany jest na 42–85 zł [Brzeziński 2018, s. 58].

³ W tym miejscu warto wspomnieć, że chiński właściciel Volvo zainwestował w projekt nowego Volvo XC90 obejmujący stworzenie płyty podłogowej do kilku modeli tej marki kwotę 11 mld dolarów [Traczyk 2015].

⁴ Obecny rząd zaoferował koreańskiej firmie LG Chem grant w rekordowej kwocie 242,6 miliona złotych. W fabryce pod Wrocławiem będą produkowane baterie do samochodów elektrycznych. Z pewnością jednak nie będzie można ich traktować jako polskiego wkładu w analizowanym projekcie.

stosowano zabiegi mające sztucznie poprawić skuteczność wydatkowania środków. W większym zakresie aniżeli we wcześniejszych latach stosowano przedpłaty dla producentów uzbrojenia, co poprawiło statystyki, jednak nie zwiększyło znacznie ilości sprzętu w dyspozycji armii. Jako wydatek wojskowy potraktowano również zakup samolotów dla VIP-ów realizowany przez Inspektorat Uzbrojenia. Taki sposób wyliczania wydatków na cele obronne nie znalazł uznania w strukturach NATO, czego skutkiem było sklasyfikowanie Polski w grupie czterech krajów, które nie wypełniły w 2017 r. wspomnianego limitu 2% PKB [*NATO: 2-procentowy...* 2018]. Porażki rządu w kwestii obronności są jednak zdecydowanie większe i obejmują: brak nowoczesnych śmigłowców na wyposażeniu armii jako skutek nieuzasadnionej merytorycznie rezygnacji z zakupu Caracali oraz wstrzymania kolejnego przetargu w tym zakresie, brak obiecanej armii systemu dowodzenia polem walki, kolejne kilkuletnie opóźnienie programu dla łodzi podwodnych czy też podpisanie na niekorzystnych warunkach umowy dotyczącej dostaw systemu obrony powietrznej Patriot⁵.

Ostatnim z omawianych obszarów, gdzie rządzący wskazują na swoje sukcesy, jest kwestia uszczelniania systemu podatkowego i walka z oszustwami w zakresie podatku od towarów i usług. W środkach masowego przekazu wskazywano na zaniechania poprzedniej władzy pozwalające na szerzenie się nadużyć w omawianym zakresie, ukazując jednocześnie pierwsze efekty działań podejmowanych przez rządzący w Polsce obóz Zjednoczonej Prawicy. Dowodem na poprawę sytuacji w obszarze ściągłości PTU były dochody budżetowe realizowane w kolejnych miesiącach 2016 r. Minister Finansów prezentację osiągnięć swojego ministerstwa zakończył jednak na danych listopadowych, gdy dochody z tytułu PTU za 11 miesięcy 2016 r. zbliżyły się do rezultatów odnotowanych za cały 2015 r. Wyniki za grudzień podane zostały opinii publicznej dopiero 25 kwietnia 2017 r., czyli tego samego dnia, gdy publikowano korzystne dane za marzec 2017 r. Pozwoliło to rządzącym na kreowanie o kilka miesięcy dłużej pozytywnego wizerunku w zakresie skuteczności podejmowanych działań. W rzeczywistości fatalne dane grudniowe spowodowały, iż dochody budżetowe z tytułu PTU zrealizowane w 2016 r. były zaledwie o ok. 2,3% (2,83 mld zł) wyższe od odnotowanych w 2015 r. Tempo przyrostu dochodów z tytułu PTU było więc niższe od dynamiki wzrostu PKB w 2016 r., co każe z kolei wątpić w skuteczność działań rządu, a zwłaszcza Ministra Finansów w obszarze uszczelniania systemu podatkowego.

Stosowaniu przez rząd i sprzyjające mu media białej perswazji w obszarze tak zwanych sukcesów gospodarczych towarzyszyło umiejętne sterowanie komunikacją ze społeczeństwem w obszarach niewygodnych dla obozu rządzącego. Mowa tutaj o największym w czasach III RP rocznym przyroście długu Skarbu Państwa, jaki

⁵ Rząd zarezerwował na ten cel 30 mld zł, Amerykanie zaś zażądali ok. 37 mld zł, oferując offset na poziomie ok. 1 mld zł. W tym miejscu należy dodać, że rząd, odrzucając w 2016 r. ofertę sprzedaży helikopterów Caracal szacowaną na ok. 13 mld zł, argumentował swoją decyzję m.in. niskim poziomem offsetu – ten zaś określono na ok. 3 mld zł [Kucharczyk 2018].

miał miejsce w 2016 r. i ogromnym deficycie budżetowym odnotowanym także tego samego roku. Należy zauważyć, że rekordowy deficyt budżetowy w kwocie ok. 46 mld zł wykazano, mimo iż w 2016 r. zaksięgowano wpływy z aukcji na częstotliwości LTE w kwocie ponad 9 mld zł, które pierwotnie były zapisane w budżecie na 2015 r. [Maj 2016], oraz mimo wpłaty z zysku NBP w kwocie ok. 8 mld zł, co także było działaniem niestandardowym. Deficyt i dług publiczny byłyby również wyższe, gdyby nie to, iż odnotowano znaczny spadek inwestycji w gospodarce. Stopa inwestycji w latach 2016 i 2017 była bowiem zbliżona do poziomów obserwowanych w połowie lat 90. XX w. oraz odnotowanych bezpośrednio przed przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej [Szymański 2018]. Kolejnymi obszarami, w których występowało sterowanie przekazem w mediach przychylnych władzy w celu odsunięcia podejrzeń bądź obarczania odpowiedzialnością obozu władzy były problemy finansowe, prawne oraz natury etycznej związane ze SKOK-ami oraz Polską Fundacją Narodową.

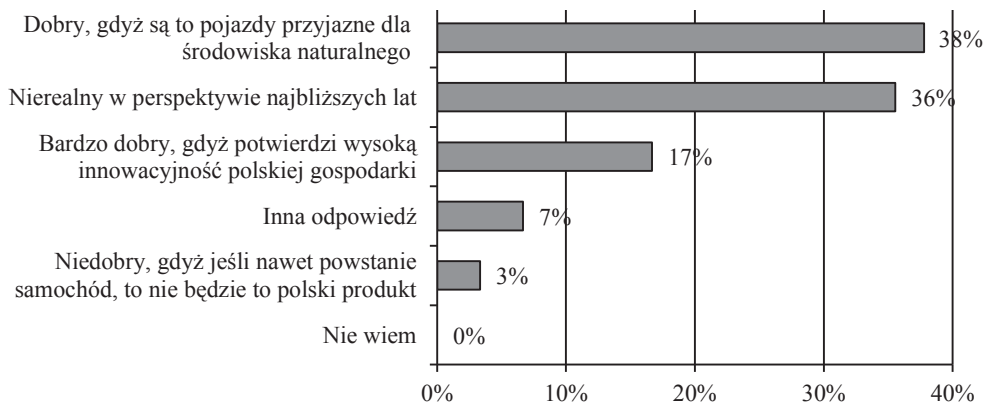
4. Prezentacja wyników badań własnych

Podstawę weryfikacji hipotezy badawczej stanowią wyniki badania własnego przeprowadzonego w formie badania ankietowego w marcu 2018 r. wśród studentów I roku zarządzania kształcących się na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. W wyniku realizacji badania uzyskano odpowiedzi od 90 respondentów, do których skierowano pytania pozwalające określić ich poziom wiedzy i prezentowane postawy w kwestii polityki gospodarczej państwa oraz poznać źródła pozyskiwana informacji w obszarach objętych badaniem.

W kwestionariuszu zamieszczono trzy pytania, które odnosiły się do pomysłu budowy polskiego samochodu elektrycznego oraz takich cech pojazdu, jak cena i warunki eksploatacji. Pozyskanie odpowiedzi w tym zakresie miało na celu określenie wpływu perswazji ze strony instytucji państwa na postrzeganie przez respondentów idei odnoszącej się do wdrażania innowacji w gospodarce.

Z danych zamieszczonych na rys. 1 wynika, że 55% respondentów pozytywnie odniosło się do idei stworzenia polskiego samochodu elektrycznego. Odpowiedzi udzielone na pozostałe pytania zadane respondentom wykazały wysoką świadomość ankietowanych, iż cena samochodu elektrycznego jest zdecydowanie wyższa aniżeli cena samochodu z napędem spalinowym (85%). Ponadto 53% ankietowanych potrafiło wskazać różnego rodzaju problemy wiążące się z eksploatacją samochodów elektrycznych, przy czym najczęściej podawano niewielką liczbę punktów ładowania oraz mały zasięg tego rodzaju pojazdów.

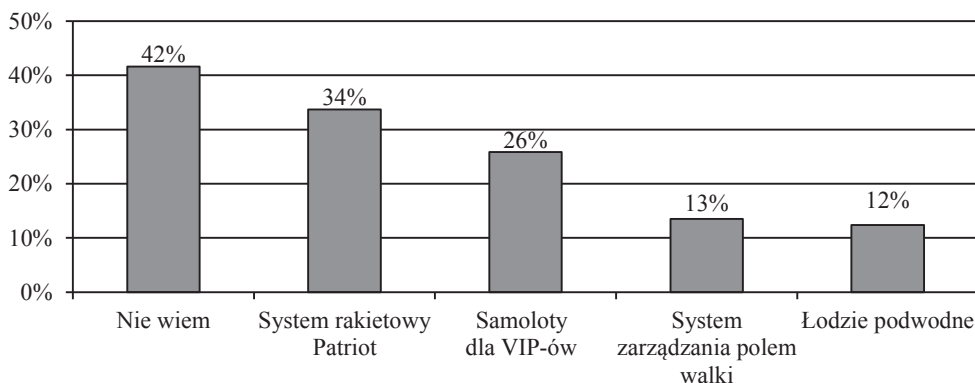
Cztery kolejne pytania odnosiły się do funkcjonowania polskiej armii. W ocenie 55% respondentów sytuacja armii poprawiła się w ostatnim okresie, przy czym dla 8% była to zmiana znacząca. 24% ankietowanych nie dostrzegło zmiany, natomiast 20% oceniło ją jako pogorszenie, w tym 1% jako poważne. W przypadku wydatków



Rys. 1. Ocena pomysłu budowy polskiego samochodu elektrycznego

Źródło: wyniki badań własnych.

modernizacyjnych 57% respondentów wskazało, iż były one wyższe niż w poprzednich latach, 24% nie miało zdania, natomiast po 20% udzieliło odpowiedzi, iż wyniosły one ok. 35 mld zł bądź przekroczyły 2% PKB. Respondenci zapytani o podanie przykładów zrealizowanych wydatków modernizacyjnych w 42% nie byli w stanie wskazać przykładu, dla 34% był to system Patriot, natomiast dla 26% samoloty dla VIP-ów (rys. 2).

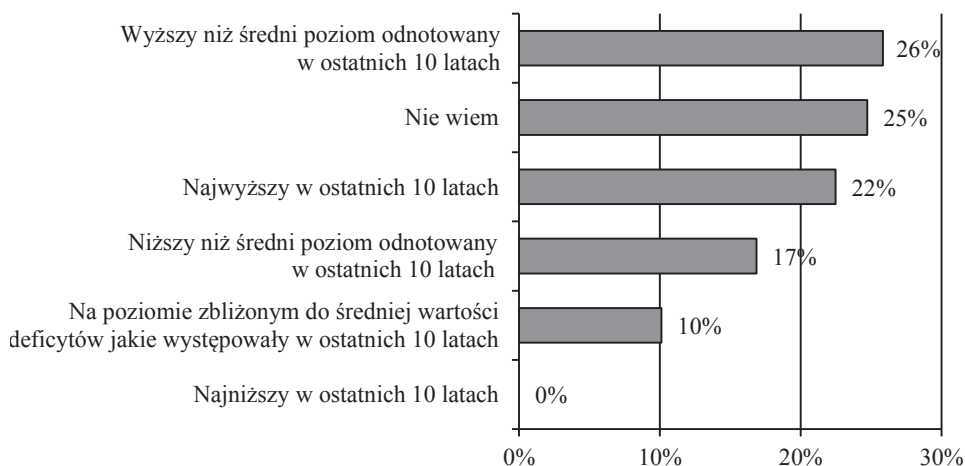


Rys. 2. Zakupy armii w okresie minionych dwóch lat

Źródło: wyniki badań własnych.

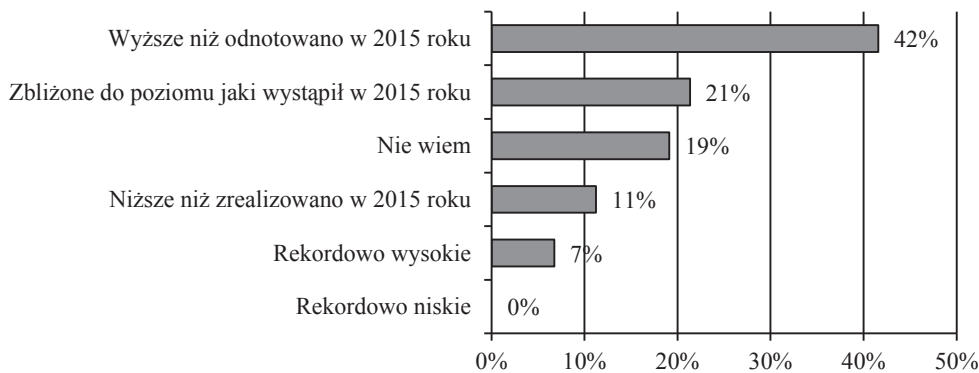
Kolejne pytania dotyczyły problematyki finansów publicznych, a w szczególności kwestii deficytu budżetowego oraz dochodów z tytułu podatku od towarów i usług. Uzyskane w tym obszarze odpowiedzi zamieszczono na rys. 3 oraz 4. Ana-

liza danych zamieszczonych na rys. 3 wskazuje, że 48% ankietowanych było świadomych, iż poziom deficytu budżetowego w 2016 r. należał do wysokich. W przypadku wpływów z VAT, 49% ankietowanych była zdania, że były one wyższe lub znacząco wyższe niż w 2015 r. (rys. 4).



Rys. 3. Ocena poziomu deficytu budżetowego w 2016 roku

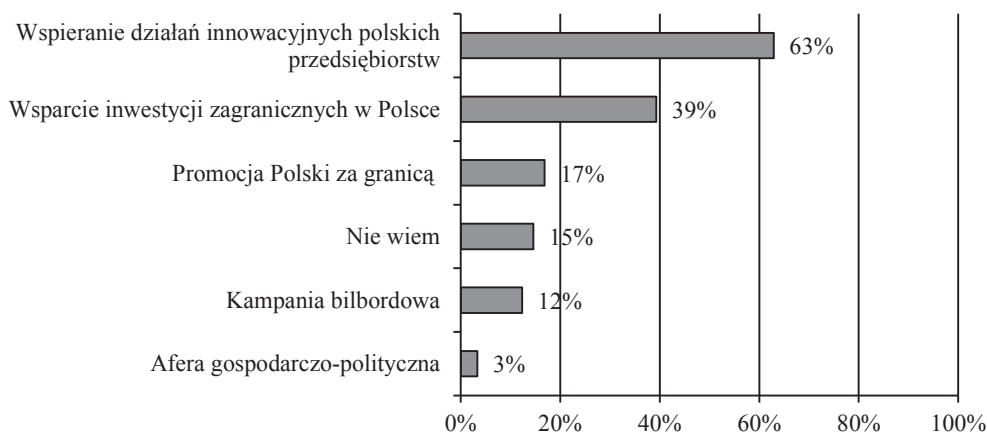
Źródło: wyniki badań własnych.



Rys. 4. Ocena wielkości wpływów z VAT w 2016 roku

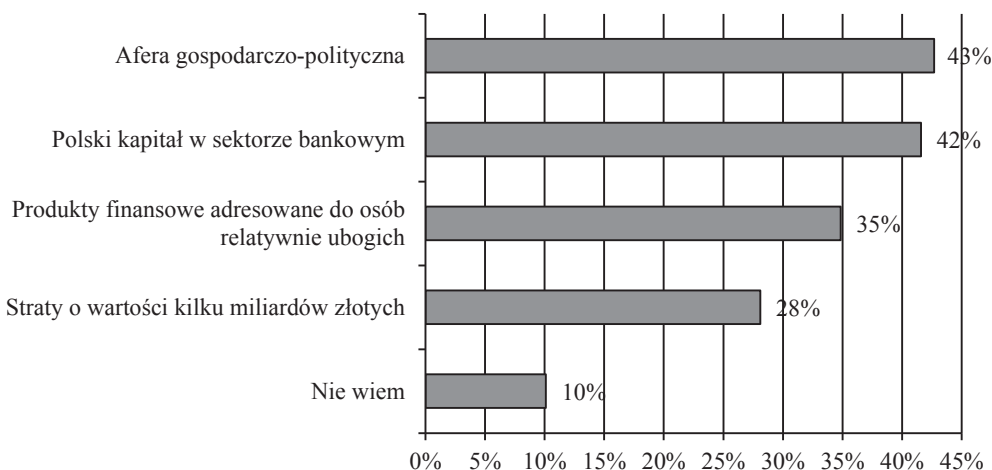
Źródło: wyniki badań własnych.

Ostatnie z analizowanych pytań odnosiły się do poruszanych w mediach spraw, które z racji pojawiających się poważnych wątpliwości natury etycznej i prawnej można określić mianem afer, a które jednocześnie można personalnie powiązać z przedstawicielami obozu sprawującego władzę w Polsce od listopada 2015 r. Uzyskane w tych obszarach odpowiedzi zaprezentowano na rys. 5 oraz 6.



Rys. 5. Skojarzenia respondentów z Polską Fundacją Narodową

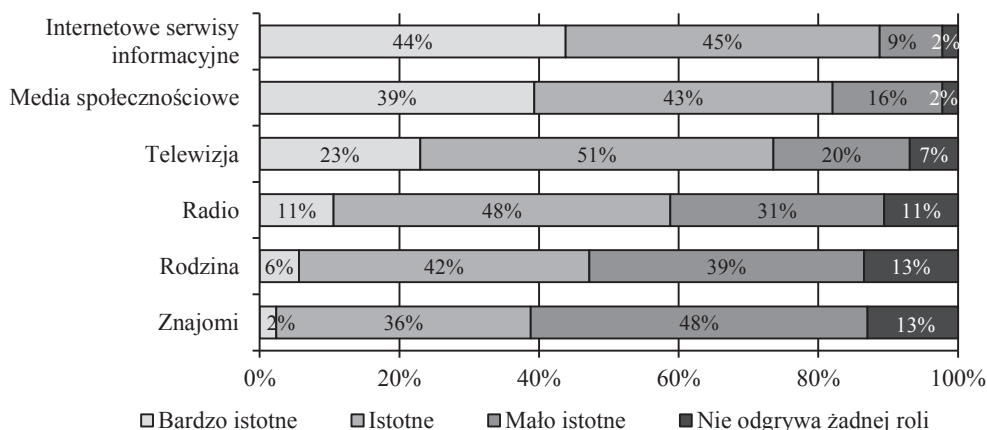
Źródło: wyniki badań własnych.



Rys. 6. Skojarzenia respondentów ze SKOK-ami

Źródło: wyniki badań własnych.

Odpowiedzi zamieszczone na rys. 5 i 6 wskazują, iż respondenci w większości nie mieli wiedzy na temat kontrowersji wokół działań PFN. Znacznie dłuższy czas funkcjonowania w mediach tematu SKOK-ów sprawił, iż zdecydowanie więcej respondentów świadomych było problemów finansowych tych instytucji oraz powiązań ze światem polityki.



Rys. 7. Źródła pozyskiwania informacji na temat stanu gospodarki i finansów państwa

Źródło: wyniki badań własnych.

Otrzymane w wyniku realizacji badania dane pozwoliły wskazać także najważniejsze źródła pozyskiwania danych przez respondentów. Dominują mass media, a przede wszystkim nowoczesne kanały komunikacji, takie jak internetowe serwisy informacyjne oraz media społecznościowe (rys. 7).

5. Zakończenie

Komunikowanie rządu ze społeczeństwem odbywa się głównie za pomocą środków masowego przekazu takich jak telewizja i radio. Osoby uczestniczące w badaniu wskazywały natomiast, iż podstawowym źródłem pozyskiwania wiedzy na temat zjawisk społeczno-gospodarczych są internetowe serwisy informacyjne oraz media społecznościowe. Można zatem sądzić, iż rządzącym trudno było skutecznie kształtować poglądy i postawy w obszarze gospodarki i finansów państwa wśród badanej grupy respondentów. Mimo wspomnianych ograniczeń, rządzący potrafili jednak skutecznie oddziaływać na respondentów w zakresie postrzegania kwestii unowocześniania gospodarki oraz modernizacji armii. Respondenci w większości poparli ideę budowy polskiego pojazdu elektrycznego, co jednak stało w sprzeczności z ich przemyśleniami dotyczącymi kosztów nabycia i warunków eksploatacji tych pojazdów. Podobnie wysokie oceny zmian dokonanych w armii i wiedza na temat znacznych kwot wydatków na jej utrzymanie, kontrastowały z brakiem znajomości, lub niewłaściwym wskazaniem rodzaju sprzętu zakupionego w ramach procesu modernizacji armii. Rządzący zdołali również przekonać respondentów do swoich sukcesów w kwestii ściągłości podatku od towarów i usług. 49% ogółu respondentów (60,5% spośród tych, którzy wykazali się jakąkolwiek wiedzą w tym zakresie) określiło zrealizowane wpływy z VAT w 2016 r. jako rekordowe bądź wyższe od osiągniętych.

niętych w 2015 r. Wysoką skuteczność działań, w tym konkretnym przypadku polegających na ograniczaniu dostępu do informacji, dostrzec można również w obszarze kontrowersji wokół działalności Polskiej Fundacji Narodowej. Praktycznie ten temat nie zaistniał w świadomości respondentów jako afera gospodarczo-polityczna. Nieco inaczej wygląda sprawa problemów SKOK-ów. Instytucje te kojarzone są z ogromnymi stratami finansowymi oraz aferą gospodarczo-polityczną, jednak udzielone w badaniu odpowiedzi nie pozwoliły określić, czy wspomniane negatywne określenia wiązane są z obecnym czy też poprzednim obozem władzy. Jedyнным obszarem, gdzie nie zdołano ukształtować i utrwalić pozytywnego odbioru zjawiska wśród badanej grupy osób, była kwestia olbrzymiego deficytu budżetowego wykazanego w 2016 r.

Uwzględniając fakt trudności w dotarciu z własnym przekazem do grupy młodych odbiorców, jaką stanowili respondenci, uznać należy, że władza w Polsce skutecznie stosuje perswazję w obszarze gospodarki i finansów państwa. Nawiązując z kolei do tytułu pracy, sądzić można, iż rządzący opowiedzieli się za skutecznością przekazu, traktując kwestie etyczne jako drugorzędne. Sukces przyjętej strategii komunikacji należy łączyć z właściwym dobozem haseł, treści oraz stosowaniem częstych powtórzeń mających na celu utrwalenie poglądów zgodnych z oczekiwaniami rządzących. Wysoki poziom skuteczności przekazu wynika także w pewnej mierze z niewłaściwie realizowanej polityki informacyjnej przez opozycję oraz niezależne media i ekspertów. Dostrzec można tutaj trudności z formułowaniem zrozumiałego dla społeczeństwa a zarazem przekonującego przekazu uwzględniającego wyniki ocen i wnioski płynące z analiz sytuacji gospodarczej kraju i finansów państwa.

Literatura

- Brzeziński M., 2018, *Trochę gorzej, za to... drożej*, Auto Świat, nr 13(1165), s. 58.
- Horodecka A., 2008, *Ewolucja celów polityki gospodarczej. Rola zmian otoczenia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Jowett G.S., O'Donnell V., 2012, *Propaganda and Persuasion*, Sage, London.
- Kaja J., 2014, *Polityka gospodarcza. Wstęp do teorii*, Oficyna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa.
- Karwat M., 1999, *Sztuka manipulacji politycznej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Karwat M., 2014, *Podstawy socjotechniki dla politologów, polityków i nie tylko*, Difin, Warszawa.
- Kasińska-Metryka A. (red.), 2011, *Studia nad przywództwem politycznym. Ustalenia metodologiczne i praktyka*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Kucharczyk M., 2018, *Trzy miliardy offsetu przy caracalach nie zadowolily. Przy patriotach miliard wystarczy*, <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/offset-za-patrioty-technologie-za-miliard-zlotych-od-amerykanow,825001.html> (28.03.2018).
- Lissewski P. (red.), 2007, *Polityka i perswazja*, Wydawnictwo Naukowe INPiD UAM, Poznań.
- Maj M., 2016, *Koniec sagi o częstotliwościach LTE. UKE podjął decyzje, pora na inwestycje!*, Dziennik Internautów Biznes i Prawo, <http://di.com.pl/koniec-sagi-o-czestotliwosciach-lte-uke-podjal-decyzje-pora-na-inwestycje-55081> (25.03.2018).

- NATO: 2-procentowy próg wydatków spełniły cztery kraje; Polska – nie*, 2018 <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/nato-2-procentowy-prog-wydatkow-speelniły-cztery-kraje-polska-nie/d613597> (25.03.2018).
- Pratkanis A., Aronson E., 2004, *Wiek propagandy. Używanie i nadużywanie perswazji na co dzień*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Sprzedaż pojazdów elektrycznych w Polsce i Europie – podsumowanie 2017 r.*, 2018, <http://www.rynekinfrastruktury.pl/wiadomosci/drogi/sprzedaz-pojazdow-elektrycznych-w-polsce-i-europie--podsumowanie-2017-r---61587.html> (28.04.2018).
- Szymański D., 2018, *Plan Morawieckiego na razie tylko na papierze. Polska z najgorszym wynikiem od 1996 r.*, <https://businessinsider.com.pl/finanse/makroekonomia/polska-z-najnizsza-stop-a-inwestycji-od-1996-r/6h6r1tb> (25.03.2018).
- Traczyk W., 2015, *Volvo XC90 – pierwsza jazda dużego Wikinga*, http://motogazeta.mojeauto.pl/Premiery/Volvo_XC90_pierwsza_jazda_duzego_Wikinga,a,254763.html (28.04.2018).
- Wnuk-Lipiński E., 1996, *Demokratyczna rekonstrukcja: z socjologii radykalnej zmiany społecznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Ziółkowska W., 2012, *Finanse publiczne. Teoria i zastosowanie*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań.