

BEATA ŁACIAK

MEDIALNY OBRAZ PORADNICTWA PRAWNEGO I OBYWATELSKIEGO ORAZ MOŻLIWOŚCI POPULARYZACJI TEJ FORMY POMOCY

PORADNICTWO PRAWNE I OBYWATELSKIE JEST SŁABO OBECNE W POLSKICH MEDIACH – CZĘŚCIEJ W PRASIE NIŻ W INNYCH POPULARNYCH PRZEKAZACH MEDIALNYCH.

PREZENTACJE PRASOWE SĄ RÓŻNORODNE, CHOĆ NIEWYSTARCZAJĄCE.

WIZERUNEK PORADNICTWA JEST POZYTYWNY, ALE W NIEWIELKIM ZAKRESIE DOCIERA DO BENEFICJENTÓW POMOCY.

MOŻLIWOŚĆ UPOWSZECHNIENIA WIEDZY O PORADNICTWIE PRAWNYM I OBYWATELSKIM WYMAGA WIĘKSZEGO WYKORZYSTANIA TELEWIZJI JAKO WCIĄŻ NAJPOWSZECHNIEJ ODBIERANEGO ŚRODKA MASOWEGO PRZEKAZU (ORGANIZACJA TELEWIZYJNEJ KAMPANII SPOŁECZNEJ, WPROWADZENIE PROBLEMATYKI PORADNICTWA PRAWNEGO I OBYWATELSKIEGO DO POPULARNYCH PROGRAMÓW PUBLICYSTYCZNYCH CZY SERIALI TELEWIZYJNYCH).

Instytucje zajmujące się poradnictwem w niewielkim zakresie prowadzą akcję upowszechniania swojej działalności

Z badań Instytutu Spraw Publicznych¹ na temat poradnictwa prawnego i obywatelskiego w Polsce wynika, że instytucje zajmujące się poradnictwem w niewielkim zakresie prowadzą akcję upowszechniania swojej działalności. Za najważniejsze medium, za pośrednictwem którego docierają do beneficjentów, podmioty te uznają Internet: „48% usługodawców publicznych i 62% niepublicznych w badaniu ogólnopolskim twierdzi, że dociera z informacją o możliwości skorzystania ze swoich usług przez Internet”². Instytucje świadczące pomoc wyraźnie przeceniają ten sposób docierania do usługobiorców, ci bowiem zdecydowanie rzadziej niż przedstawiciele tych instytucji wymieniają Internet jako źródło wiedzy o poradnictwie prawnym. Spośród osób korzystających z takiej pomocy tylko 27% deklaruje, że dowiedzieli się o niej z Internetu, w próbie ogólnopolskiej zaś jedynie co dziesiąty (9%) badany wymieniał Internet jako źródło informacji o możliwości skorzystania z bezpłatnej pomocy prawnej. Zarówno beneficjenci instytucji świadczących porady prawne i obywatelskie, jak i ci, którzy z nich nie korzystali, dowiadują się o ich istnieniu i możliwości skorzystania z ich pomocy głównie przez sieć relacji nieformalnych – od znajomych, przyjaciół, rodziny (w wypadku beneficjentów 54% twierdzi, że od znajomych i przyjaciół, z kolei 29% – że od kogoś z rodziny, analogiczne wyniki występują w próbie ogólnopolskiej: odpowiednio 62% i 48%). Tylko niewielki odsetek osób niekorzystających i korzystających z bezpłatnego poradnictwa uzyskał informację o możliwości otrzymania takiej formy pomocy z mediów – prasy, radia, telewizji (10% w próbie docelowej, 3% w ogólnopolskiej). Warto więc sprawdzić, czy i jak poradnictwo prawne i obywatelskie pojawia się w mediach, jaki jest prezentowany jego obraz i czy można przez media upowszechnić wiedzę o tej formie pomocy.

Próbując odpowiedzieć na to pytanie, przeanalizowałam archiwa internetowe następujących dzienników, tygodników i portali internetowych: „Gazeta Wyborcza”, „Fakt”, „Super Express”, „Nasz Dziennik”, Dziennik.pl, Niezależna.pl, „Gazeta Polska”, „Tygodnik Powszechny”, „Polityka”, „Wprost” (w analizie uwzględniono wszystkie artykuły dostępne w bazach internetowych, na przykład „Gazety Wyborczej” od 1997 roku, „Wprost” od 1998 roku,

1 *Poradnictwo prawne i obywatelskie w Polsce. Stan obecny i wizje przyszłości*, red. A. Peisert, T. Schimanek, M. Waszak, A. Winiarska, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2013.

2 *Ibidem*, s. 215.

Z badania Instytutu Spraw Publicznych wynika, że w skali lokalnej podmioty poradnictwa prawnego i obywatelskiego cieszą się większą rozpoznawalnością, ich działalność nie jest jednak znana w skali ogólnopolskiej

„Polityki” od 1999 roku, „Super Expressu” od 2004 roku), a także tegoroczne numery najpopularniejszych tygodników ilustrowanych: „Tele Tydzień” i „Życie na Gorąco”, oraz wybrane z ostatniego miesiąca programy publicystyczne prezentowane w głównych stacjach telewizyjnych, odwołałam się ponadto do prowadzonego od lat monitoringu polskich seriali obyczajowych. Analiza obejmowała okres do 15 lipca 2013 roku. „Gazeta Wyborcza” i Dziennik.pl mają charakter liberalny, „Fakt” i „Super Express” są dziennikami tabloidowymi, z kolei „Nasz Dziennik” i Niezależna.pl są pravicowo-konserwatywne. Sprzedaż „Gazety Wyborczej” wynosi obecnie powyżej 200 tysięcy egzemplarzy, „Faktu” – ponad 330 tysięcy egzemplarzy, „Super Expressu” – ponad 150 tysięcy egzemplarzy³. Tygodniki społeczno-polityczne „Wprost” i „Polityka” reprezentują opcję liberalną, wśród tygodników katolickich „Tygodnik Powszechny” jest pismem kierowanym do inteligencji i bardziej liberalnym w odróżnieniu od konserwatywno-narodowej „Gazety Polskiej”. Wymienione tygodniki cieszą się różną popularnością: obecna sprzedaż „Polityki” wynosi ponad 120 tysięcy egzemplarzy, „Wprost” – ponad 130 tysięcy egzemplarzy, „Gazety Polskiej” – ponad 50 tysięcy egzemplarzy, a „Tygodnika Powszechnego” – ponad 16 tysięcy egzemplarzy. „Tele Tydzień” i „Życie na Gorąco” – mające wiosną 2013 roku najwyższy nakład i największą sprzedaż wśród tygodników („Tele Tydzień” ponad 900 tysięcy egzemplarzy, „Życie na Gorąco” prawie 600 tysięcy egzemplarzy)⁴ – to pisma zajmujące się show-biznesem, ale prowadzące także rubryki poradnikowe.

Ze względu na łatwość dostępu analizie poddano media o zasięgu ogólnopolskim. Dodatkowym argumentem przemawiającym na rzecz takiej analizy jest to, że w mediach lokalnych pojawiają się informacje o miejscowych podmiotach świadczących poradnictwo prawne i obywatelskie (doskonale ilustruje to przykład regionalnych wydań „Gazety Wyborczej”). Także z badania Instytutu Spraw Publicznych wynika, że w skali lokalnej podmioty poradnictwa prawnego i obywatelskiego cieszą się większą rozpoznawalnością, ich działalność nie jest jednak znana w skali ogólnopolskiej.

Informacje o poradnictwie prawnym i obywatelskim są bardzo rzadko obecne w polskich mediach. Najczęściej pojawiają się w dziennikach i tygodnikach społeczno-politycznych – łącznie przeanalizowałam ponad 40 tekstów dotyczących poradnictwa, najczęściej krótkich, informujących o działalności różnych instytucji i organizacji świadczących poradnictwo prawne i obywatelskie. Większość z nich pochodziła z „Gazety Wyborczej”, w pozostałych czasopismach albo pojawiały się pojedyncze artykuły na ten temat, albo nie było ich w ogóle (na przykład w „Polityce”, „Super Expressie” i tygodnikach ilustrowanych).

Mimo że w tygodnikach ilustrowanych są czasami udzielane porady prawne, to nigdzie nie znalazłam wzmianki o możliwości skorzystania z bezpłatnego poradnictwa. W „Życiu na Gorąco” są stałe rubryki „Zgodnie z prawem” i „Twoje pieniądze”, w których eksperci odpowiadają na pytania czytelników dotyczące problemów prawnych, głównie z zakresu prawa cywilnego, uprawnień konsumentów i klientów w relacjach z urzędami, bankami, placówkami handlowymi czy usługowymi. Ekspertami są prawnicy przedstawiani z imienia i nazwiska, którzy krótko prezentują prawne możliwości rozwiązania problemu, wyjaśniają uprawnienia i obowiązki stron, ale

³ Por. <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/super-express-i-gazeta-polska-codziennie-zyskaly-czytelnikow> [dostęp: 9 września 2013 roku].

⁴ Por. <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tele-tydzien-z-najwyzsza-sprzedaza-wsrod-tygodnikow-w-polsce-top-68> [dostęp: 9 września 2013 roku].

– co interesujące – nigdy przy okazji takich porad nie sugerują skorzystania z pomocy prawnika, nie wspominają również o możliwości uzyskania bezpłatnej pomocy.

Informacje o poradnictwie prawnym i obywatelskim nie pojawiły się także w analizowanych programach publicystycznych, choć część z nich miała interwencyjny charakter i prezentowała bezradność obywateli wobec prawa i urzędów.

W polskich serialach obyczajowych wątek korzystania z pomocy prawników jest stale obecny, niejednokrotnie widzimy bowiem bohaterów będących ofiarami przestępstw, mających problemy z pracodawcami, rozwodzących się, walczących o opiekę nad dziećmi, adoptujących dzieci, oskarżonych o popełnienie przestępstwa, próbujących odzyskać pieniądze od oszustów, szantażowanych. Konieczność skorzystania z porady prawnej jest więc pokazywana często i w różnych sytuacjach, ale zawsze – niezależnie od swojego statusu społecznego – serialowi bohaterowie szukają pomocy w kancelariach adwokackich, czasami porad udzielają im zaprzyjaźnieni czy spokrewnieni prawnicy. Tylko w serialu, którego akcja dzieje się w środowisku adwokatów (*Prawo Agaty*), kilkakrotnie poznajemy klientów, których sprawy do prowadzenia prawnicy otrzymali jako obrońcy z urzędu.

Bezpłatne poradnictwo prawne i obywatelskie jest prezentowane niemal w każdym odcinku serialu *Głęboka woda*. Pojawiły się do tej pory dwie jego serie: od grudnia 2011 roku emitowano pierwszą, trzynastoodcinkową, emisja drugiej, liczącej 12 odcinków, rozpoczęła się w marcu, a zakończyła się w maju 2013 roku, dalsze losy serialu nie są przesądzone. *Głęboka woda* to serial specyficzny, nadawany w drugim programie Telewizji Polskiej, współfinansowany przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Przedstawia on perypetie grupy pracowników ośrodka pomocy społecznej, w każdym odcinku opowiadając o ich podopiecznych i ich problemach. Pracownicy ośrodka stale są zmuszeni prowadzić poradnictwo, pomagać w załatwianiu różnych spraw urzędowych, występować do sądów (współpracujący z ośrodkiem prawnik pomaga w bardziej skomplikowanych kwestiach prawnych), radzą więc szukającym pomocy, jak napisać pismo do sądu, komornika czy administratora kamienicy, w której mieszkają, informują o przysługującym im prawie do zasiłku, pomocy psychologicznej czy interwencji policji, wyjaśniają, jak zgodnie z prawem wyegzekwować alimenty na dzieci, przeprowadzić separację lub rozwód ze znęcającym się partnerem. Pracownicy serialowego ośrodka udzielają wszechstronnej pomocy bezrobotnym, ofiarom przemocy domowej, ubogim, schorowanym emerytom, rodzinom alkoholików czy narkomanów, ale także nielegalnym emigrantom czy bezdomnym. Kilkakrotnie w analizowanym serialu widzimy, jak pracownicy umawiają podopiecznych na spotkanie z prawnikiem współpracującym z ośrodkiem. Zajmuje się on na przykład pomocą prawną lokatorom w trudnej sytuacji, których nowy właściciel kamienicy próbuje z niej usunąć, uprzykrzając im życie (pod byle pretekstem pozbawia ich wody, ogrzewania, gazu), zastraszając, egzekwując przez komornika niewspółmiernie wysoki czynsz. Prawnik uświadamia lokatorom, jakie działania właściciela są zgodne z prawem, a jakie nie, radzi, jak mają udokumentować bezprawne działania i szkany. Pomoc prawnika przydaje się także w tworzeniu spółdzielni socjalnej przez bezdomnych, którzy w jej ramach organizują jadłodajnię dla potrzebujących, zdobywając na to unijną dotację. Współpracujący z ośrodkiem prawnik zajmuje się również unieważnieniem darowizny, jaką pod przymusem poczynił niewidomy męż-

Informacje o poradnictwie prawnym i obywatelskim nie pojawiają się w telewizyjnych programach publicystycznych o charakterze interwencyjnym

Serial *Głęboka woda* przedstawia bezpłatne poradnictwo prawne jednoznacznie pozytywnie – jako ważny element aktywności ośrodka pomocy społecznej

czynna na rzecz terroryzującej go i znęcającej się nad nim żony (jest także jego przedstawicielem w sprawie rozwodowej).

Bezpłatne poradnictwo prawne w serialu *Głęboka woda* jest przedstawione jednoznacznie pozytywnie – jako ważny element aktywności ośrodka pomocy społecznej. Pracownicy placówki zostali ukazani jako ludzie empatyczni, zaangażowani w swoją pracę, starający się zawsze pomóc, szukając rozwiązań zgodnych z prawem, ale także najkorzystniejszych dla zainteresowanych. Jednocześnie serial wielokrotnie prezentuje sytuacje budzące wątpliwość, czy działania zgodne z prawem są zawsze najlepsze z punktu widzenia osób potrzebujących pomocy. Serialowi beneficjenci poradnictwa prawnego to najczęściej ludzie w trudnej sytuacji życiowej, bezrobotni, bezdomni, uzależnieni, wymagający niemal nieustannej pomocy, ale często także reprezentujący różne zawody, różny poziom wykształcenia, którzy na skutek sytuacji losowych przeżywają niełatwy okres w życiu, a wsparcie prawne, czasami połączone z psychologicznym, pozwala im poradzić sobie z problemami. Serial wydaje się dobrą formą promocji poradnictwa prawnego i obywatelskiego, ograniczonego jednak tylko do ośrodków pomocy społecznej jako instytucji świadczących taką pomoc. *Głęboka woda* nie miała masowej oglądalności na poziomie innych najpopularniejszych seriali, ale była emitowana w nie najlepszym czasie antenowym – w późny niedzielny wieczór, kiedy stacje komercyjne proponowały programy czy filmy bardziej atrakcyjne dla przeciętnego widza. Pierwsza seria zgromadziła przed odbiornikami telewizyjnymi średnio niewiele ponad 2 miliony widzów, druga seria – ponad 500 tysięcy oglądających⁵. Ponad połowę widzów stanowili ludzie słabo wykształceni, starsi, emeryci lub pracownicy fizyczni, a więc kategorie osób, które ze względu na swoją sytuację materialną mogą być potencjalnymi beneficjentami bezpłatnego poradnictwa prawnego.

W tekstach prasowych tematyka poradnictwa prawnego pojawia się w kilku wymiarach – przede wszystkim w artykułach o charakterze informacyjno-poradnikowym. Informuje się w nich czytelników o możliwościach i zasadach korzystania z bezpłatnych porad prawnych oraz instytucjach świadczących takie usługi. Część tych tekstów to właściwie krótkie komunikaty, mówiące o tym, że w danym mieście powstały punkty bezpłatnych porad prawnych, gdzie się mieszczą, w jakich godzinach funkcjonują i kto je zorganizował. Z analizowanych materiałów prasowych dowiadujemy się o rozpoczęciu działalności takich punktów poradnictwa w Warszawie, Łodzi, Radomiu, Kielcach, Lublinie, Gdańsku czy Białymstoku. Kilka artykułów jest poświęconych idei bezpłatnego poradnictwa prawnego, zawierając na końcu tekstu spis wybranych instytucji i organizacji społecznych w Polsce, do których można się zwrócić o taką poradę. Pisząc o możliwości skorzystania z bezpłatnych porad prawnych, podkreśla się, że jest to alternatywa wobec kosztownego poradnictwa profesjonalistów: „Porady w kancelarii prawnej nie należą do najtańszych. Na szczęście jest wiele możliwości uzyskania bezpłatnej pomocy. Jeśli nie możesz rozwiązać swojej sprawy bez pomocy prawnika, a nie stać cię na wizytę w biurze adwokackim, skorzystaj z przedstawionych niżej możliwości”⁶, „Nie stać cię na adwokata, skorzystaj bezpłatnie z porad w biurach pomocy prawnej”⁷. W artykułach tych wskazuje się również, że poradnictwo jest przeznaczone dla osób, których nie

5 Por. <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/drugi-sezon-serialu-gleboka-woda-stracil-1-63-mln-widzow> [dostęp: 9 września 2013 roku].

6 P. Gronowski, *Gdy nie stać cię na prawnika*, Dziennik.pl, 13 października 2007 roku.

7 *Doradzą i napiszą pismo procesowe*, „Gazeta Wyborcza. Rzeszów”, 5 marca 2007 roku.

stać na płatną pomoc prawników, czasami zaś informuje się czytelników, że w niektórych instytucjach o poradę mogą się ubiegać tylko osoby niezamożne, niezbędne jest więc przedstawienie zaświadczenia o dochodach⁸.

Informacje o poradnictwie prawnym i obywatelskim pojawiają się przy okazji artykułów o akcjach czasowych czy okazjonalnych działaniach różnych instytucji w ramach lokalnych festynów lub dni otwartych. Czytamy więc na przykład o akcji dziennika „Fakt” i radnych z Gdańska organizujących na swoich dyżurach spotkania ze specjalistami z różnych dziedzin prawa, którzy udzielali chętnym bezpłatnych porad, poznajemy także program Dni Aktywności Obywatelskiej, które mają propagować organizacje pozarządowe i postawy obywatelskie, a w ich ramach jedną z atrakcji ma być bezpłatne poradnictwo prawne i obywatelskie.

Bezpłatne poradnictwo prawne jest także prezentowane jako element pomocy ofiarom przemocy domowej czy przestępstw w ogóle. W analizowanych materiałach prasowych można znaleźć informacje o organizacjach, instytucjach, programach i akcjach na rzecz ofiar przestępstw. Jedną z takich akcji jest Tydzień Pomocy Ofiarom Przestępstw, organizowany od 2003 roku. W jednym tygodniu lutego organizacje pozarządowe oraz prokuratorzy, sędziowie, adwokaci, asesory i kuratorzy sądowi w różnych miejscach w Polsce mają dyżury, w czasie których udzielają bezpłatnych informacji na temat uprawnień przysługujących pokrzywdzonym i doradzają, gdzie takie osoby mogą uzyskać pomoc. Czasami w akcję włączają się także komendy policji. W jednym z analizowanych artykułów czytamy: „Komenda Wojewódzka Policji w Radomiu organizuje akcję Niebieski Tydzień już po raz szósty. Jej celem jest uświadomienie mieszkańcom, jakie mają prawa i obowiązki, gdy staną się ofiarami przestępstw”⁹. Tego typu doraźne akcje poradnictwa prawnego jawią się jako przedsięwzięcia budzące różne kontrowersje. Po pierwsze, przeważnie mają krótkotrwały charakter, gdy więc osoby zainteresowane uzyskują informację o takim wydarzeniu, okazuje się czasem, że właśnie zostało ono zakończone. Po drugie, włączenie w poradnictwo prawne sędziów wywołuje sprzeciw części z nich jako sytuacja niezręczna (w lokalnych środowiskach istnieje zagrożenie, że sędziowie udzielają porad ofiarom przestępstw, potem zaś mogą orzekać w ich sprawach, co budzi wątpliwość dotyczącą bezstronności sędziów).

Kwestia bezpłatnego poradnictwa prawnego jest poruszana w prasie także przy okazji artykułów poświęconych emigrantom, zwłaszcza objętym Indywidualnym Programem Integracji, w ramach którego, jak czytamy, jest im udzielana pomoc, obejmująca „poradnictwo specjalistyczne, w tym poradnictwo prawne, [...] udzielanie informacji oraz wsparcia w kontaktach z innymi instytucjami, w szczególności z instytucjami rynku pracy, ze środowiskiem lokalnym oraz organizacjami pozarządowymi”¹⁰.

Wątek poradnictwa prawnego i obywatelskiego pojawia się również w tekstach prezentujących działalność organizacji powstałych przy wydziałach prawa. Z analizowanych materiałów prasowych czytelnik może się na przykład dowiedzieć o Uniwersyteckiej Poradni Prawnej na Uniwersytecie Jagiellońskim czy Klinice Praw Dziecka na Uniwersytecie Łódzkim oraz o ponad 20 innych przyuczelnianych jednostkach. Są one prezentowane, z jednej strony, jako forma kompetentnej, bezpłatnej i łatwo dostępnej pomocy dla obywateli, zwłaszcza tych mniej zamożnych, z drugiej zaś strony – jako

W artykułach prasowych wskazuje się zwykle, że poradnictwo jest przeznaczone dla osób niezamożnych, których nie stać na płatną pomoc prawników

Doraźne i krótkotrwałe akcje poradnictwa prawnego są przedsięwzięciami budzącymi czasem różne kontrowersje

8 P. Gronowski, *Gdy nie stać cię na prawnika*, op. cit.

9 A. Jurek, *Pomoc dla ofiar przestępstw*, „Gazeta Wyborcza. Radom”, 24 listopada 2009 roku.

10 D. Olejniczak, *Ich dom został daleko*, „Gość Niedzielny” 2013, nr 24.

Studenckie Poradnie Prawne są prezentowane jako forma kompetentnej, bezpłatnej i łatwo dostępnej pomocy dla obywateli, zwłaszcza mniej zamożnych

najlepsza metoda praktycznej nauki zawodu dla studentów prawa. Jak czytamy: „Przyszli prawnicy mają się tu uczyć służby publicznej oraz wrażliwości na naruszanie praw człowieka”¹¹.

Tylko trzy spośród analizowanych artykułów podejmowały problem poradnictwa prawnego jako ważnej kwestii społecznej wymagającej systemowego rozwiązania. Piszemy o tym jako o palącym problemie, który rząd powinien rozwiązać, gdyż „z uwagi na pogłębiające się ubóstwo, coraz więcej obywateli ma ograniczony dostęp do pomocy prawnej”¹², jak zaś przekonuje dziennikarz – przedstawiciel wszystkich partii politycznych są skłonni poprzeć projekt ustawy o bezpłatnym poradnictwie prawnym. W cytowanym artykule nie rozwija się kwestii, jak takie poradnictwo miałyby wyglądać. Z innego tekstu¹³ dowiadujemy się z kolei, że prace nad systemem bezpłatnej pomocy prawnej trwają od 2004 roku, ale brakuje zarówno środków finansowych na stworzenie systemu pomocy, jak i rozstrzygnięcia tego, jak system ten miałby wyglądać – czy opierałby się na dotychczasowych instytucjach świadczących porady prawne i obywatelskie, czy też tworzyłyby nowe, do kogo byłby kierowany i czy byłby w pełni bezpłatny. O zaletach stworzenia systemu poradnictwa prawnego i obywatelskiego przekonuje także publicystka „Gazety Wyborczej”, pisząc, że „obywatel dobrze poinformowany jest dla państwa tańszy niż obywatel nieświadomy. Lepiej radzi sobie w życiu, rzadziej pakuje się w kłopoty, a jeśli się wpakuje, to wie, co zrobić, by nie wpaść w większe. Obywatel uświadomiony rzadziej staje się klientem opieki społecznej, nie trafia na garnuszek państwa”¹⁴.

Kwestia braku poradnictwa prawnego pojawia się także w artykułach prezentujących skomplikowane sytuacje prawne konkretnych obywateli. Piszemy wówczas w oskarżycielskim tonie o obywatelach bezradnych, pozostawionych samym sobie wobec niesprawiedliwego prawa, na przykład, że „emeryci o bardzo ograniczonych środkach do życia, niezdolni do wynajęcia adwokata do przeprowadzenia skomplikowanego procesu – są tej niesprawiedliwości ofiarą”¹⁵.

Obraz poradnictwa prawnego i obywatelskiego, jaki wyłania się z analizy materiałów prasowych, to wizerunek usług prężnie się rozwijających, ale wciąż niewystarczających, głównie kierowanych do najuboższych, ofiar przestępstw, szczególnie ofiar przemocy domowej (najczęściej bowiem artykuły prasowe traktują o poradnictwie właśnie w takich wypadkach, prezentuje się również najwięcej organizacji zajmujących się pomocą takim pokrzywdzonym), prowadzonych przez organizacje pozarządowe i przez studentów prawa w przyuczelnianych poradniach czy klinikach prawa. Opisywane w prasie sprawy, w jakich można uzyskać porady, to – poza przemocą domową – głównie inne sprawy rodzinne (dotyczące spadku, rozwodu, alimentów), a także inne sprawy cywilne z zakresu prawa pracy, ubezpieczeń, praw konsumentów. Poza poradami prawnymi w różnych kwestiach analizowane artykuły prasowe traktują również o innych formach pomocy: przygotowaniu pism do urzędów czy sądów, pisaniu CV, przygotowaniu do rozmów z policją lub prokuraturą. W tekstach prasowych podkreśla się także, że bezpłatne poradnictwo prawne ma czasami charakter długotrwałej pomocy – aż do pozytywnego rozwiązania sprawy, a nawet, zwłaszcza

11 N. Sromek, *Twarde prawo do rozgryzienia*, „Tygodnik Powszechny” 2011, nr 20.

12 [pł], *Prawnicy będą działać bezpłatnie?*, Niezależna.pl, 10 lipca 2013 roku.

13 N. Sromek, *Twarde prawo do rozgryzienia*, *op. cit.*

14 E. Siedlecka, *Obywatel świadomy, to obywatel tańszy*, „Gazeta Wyborcza”, 17 czerwca 2009 roku.

15 P. Nasternak, *Obywatel bezradny*, „Gazeta Polska” 2011, nr 3.

w wypadku ofiar przemocy, do czasu, gdy podopieczny odzyska zdolność do samodzielnego funkcjonowania i radzenia sobie z problemem.

Medialny wizerunek poradnictwa prawnego i obywatelskiego radykalnie nie odbiega od obrazu, jaki wyłania się z przywoływanych badań Instytutu Spraw Publicznych. W analizowanych materiałach prasowych nieco rzadziej pisze się o biurach poselskich i senatorskich jako miejscach udzielania porad, z badań zaś wynika, że tego typu instytucje także dość często prowadzą działalność poradniczą. Skoro więc medialny wizerunek poradnictwa prawnego i obywatelskiego jest zgodny z rzeczywistością – i zdecydowanie pozytywny – warto zapytać o to, dlaczego media tak rzadko są źródłem wiedzy o istnieniu takiej możliwości pomocy. Sądzę, że powodów jest kilka. Po pierwsze, w analizowanych tytułach prasowych tekstów na temat poradnictwa prawnego nie było zbyt dużo, po drugie, czytelnictwo prasy codziennej i tygodników społeczno-politycznych jest w Polsce na dość niskim poziomie (dane z Polskich Badań Czytelnictwa wskazują, że na przełomie 2012 i 2013 roku najpopularniejsze dzienniki – „Fakt” i „Gazeta Wyborcza” – były czytane przez nieco ponad 11% badanych, z kolei czytelnictwo tygodników społeczno-politycznych kształtowało się na poziomie 3–5%¹⁶), po trzecie, częstszymi beneficjentami poradnictwa prawnego i obywatelskiego są, jak pokazują badania, kobiety, które rzadziej czytają gazety i czasopisma objęte analizą.

Rekomendacje

- ▶ Ważną kwestią w wymiarze prowadzonych analiz jest popularyzacja wiedzy na temat poradnictwa prawnego i obywatelskiego za pośrednictwem prasy lokalnej, która jest najczęściej czytana poza dużymi miastami.
- ▶ Wiedza o możliwości skorzystania z bezpłatnego poradnictwa prawnego i obywatelskiego powinna się także znaleźć w tygodnikach ilustrowanych – czytanych częściej niż dzienniki i tygodniki społeczno-polityczne oraz chętniej przez kobiety. Organizacje i instytucje świadczące porady prawne i obywatelskie mogłyby nawiązać współpracę z czasopismami prowadzącymi rubryki z poradami (zastąpienie stale współpracujących, opłacanych przez gazetę prawników bezpłatnymi poradami ekspertów w zamian za pojawiające się przy tej okazji informacje o organizacji i świadczonych przez nią usługach).
- ▶ Ważnym kanałem informacji i upowszechniania poradnictwa prawnego powinna być telewizja, jak bowiem pokazują badania Instytutu Spraw Publicznych¹⁷, prawie trzy czwarte badanych ogląda telewizję więcej niż trzy godziny w tygodniu – takiego wyniku popularności nie mają prasa, radio czy Internet, jest to więc szansa dotarcia do najszerzego odbiorcy.
- ▶ Najbardziej naturalne wydaje się prezentowanie informacji na temat poradnictwa prawnego i obywatelskiego w telewizyjnych programach publicystycznych i interwencyjnych, w których często przedstawiane trudne sytuacje życiowe bohaterów tych programów są wynikiem braku wczesnej reakcji na pojawiające się problemy, niewiedzy, gdzie należy szukać pomocy, i nieznamomości prawa. Poradnictwo prawne i obywatelskie powinno być propagowane jako podstawowa forma radzenia sobie z problemem, która może pozwolić na znalezienie prostszych, rozsądnych rozwiązań. Ważne wydaje się także zaakcentowanie tego,

¹⁶ Por. <http://www.pbczyt.pl/ogolnopolskie.html> [dostęp: 9 września 2013 roku].

¹⁷ *Poradnictwo prawne i obywatelskie w Polsce. Stan obecny i wizje przyszłości*, op. cit.

W tekstach prasowych podkreśla się także, że bezpłatne poradnictwo prawne ma czasami charakter długotrwałej pomocy – aż do pozytywnego rozwiązania sprawy

że poradnictwo ma bezpłatny charakter, może być korzystniejsze dla wszystkich zainteresowanych i nie zamyka możliwości ewentualnej drogi sądowej w przyszłości, dostarczając jednak lepszego przygotowania do jej wszczęcia.

- ▶ Skuteczną formą popularyzacji poradnictwa prawnego i obywatelskiego może być jego wprowadzenie do popularnych seriali telewizyjnych. W produkcjach tych, jak wiadomo, coraz częściej – z dobrymi rezultatami – pojawiają się wątki edukacyjno-informacyjne, zamieszczane na zamówienie różnych organizacji społecznych. W takim wypadku jest jednak ważne, aby kwestia poradnictwa nie została wprowadzona jednorazowo, doraźnie, ale stanowiła powtarzający się motyw, na przykład związany z pracą czy wolontariatem bohatera. Istotna jest także prezentacja różnych beneficjentów i możliwie wielu problemów, z jakimi zwracają się oni po poradę.
- ▶ Skuteczna w popularyzacji wiedzy o poradnictwie prawnym i obywatelskim może się również okazać telewizyjna kampania społeczna, przeprowadzona najlepiej w najpopularniejszym ogólnopolskim medium, czyli telewizji publicznej. Równie efektywna, moim zdaniem, może być także kampania plakatowa w miejscach i instytucjach publicznych, takich jak przychodnie zdrowia, urzędy pracy, szkoły, środki komunikacji miejskiej, Wybór telewizji wydaje się oczywisty ze względu zarówno na powszechność dostępu do niej, jak i częste korzystanie z niej osób starszych, bezrobotnych, chorych, dla których oglądanie telewizji stanowi niejednokrotnie jedyną formę spędzania czasu. Kampania plakatowa z kolei umożliwia dłuższe ekspozowanie informacji i spisanie przez zainteresowanych danych adresowych instytucji, do których mogą się zgłosić po pomoc. Szczególnie ważny wydaje się tutaj wybór miejsc ekspozycji, czyli takich obszarów przestrzeni publicznej, z którymi stykają się wymienione kategorie osób. Kampania społeczna powinna być przede wszystkim informacyjna – pokazująca możliwości skorzystania z bezpłatnej pomocy i związane z tym korzyści dla beneficjentów. Jak się wydaje, kampania taka może być szczególnie skuteczna, nie dotyczy bowiem drażliwych kwestii i nie wymaga zmiany postaw, przekazuje jedynie porcję wiedzy o poradnictwie prawnym i obywatelskim, które – jak pokazują badania – jest zjawiskiem ciągle słabo rozpoznawanym.
- ▶ Niezależnie od formy popularyzacji, szczególnie istotne wydaje się podkreślenie bezpłatności poradnictwa prawnego i obywatelskiego, pokazanie różnorodności spraw, z jakimi można się zwrócić o pomoc, i ułatwień w kontaktach z osobami mało mobilnymi (na przykład możliwość kontaktu przez Internet czy wizyty wolontariusza u beneficjenta).

BEATA ŁACIAK

dr hab. Beata Łaciak jest socjologiem, profesorem Uniwersytetu Warszawskiego, dziekanem Wydziału Stosowanych Nauk Społecznych i Resocjalizacji. Interesuje się socjologią obyczajów, mediów i dzieciństwa. Uczestniczyła także w programach badawczych dotyczących polityki rodzinnej, praw dziecka, korupcji, społeczności lokalnych i władzy. Autorka kilkudziesięciu artykułów naukowych i kilku książek.

ANALIZY

I OPINIE

#133

09.2013

„Analizy i Opinie” – seria kilkunastu analiz dotyczących ważnych tematów dla Polski i Europy. W ten sposób Instytut Spraw Publicznych chce aktywnie włączyć się w debatę publiczną – pokazywać istotne problemy, często nieobecne w polskiej i ogólnoeuropejskiej debacie, oraz proponować konkretne rozwiązania. Tematyka poruszana w „Analizach i Opiniach” obejmuje zagadnienia związane między innymi z integracją europejską, polityką społeczną, edukacją, administracją publiczną, polityką migracyjną i polityką wschodnią.

Publikacja przygotowana została w ramach projektu systemowego współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki „Opracowanie kompleksowych i trwałych mechanizmów wsparcia dla poradnictwa prawnego i obywatelskiego w Polsce”



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Za treść publikacji odpowiada Instytut Spraw Publicznych.
Przedruk materiałów Instytutu Spraw Publicznych w całości lub części jest możliwy wyłącznie za zgodą Instytutu. Cytowanie oraz wykorzystanie danych empirycznych jest dozwolone z podaniem źródła.

© Copyright by Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2013

Redaktor serii: dr Jacek Kucharczyk
Koordynator serii: Rafał Załęski, e-mail: publikacje@isp.org.pl
Redakcja językowa: Marcin Grabski (www.mesem.pl)

Adres: Instytut Spraw Publicznych
ul. Szpitalna 5 lok. 22, 00-031 Warszawa
tel. 22 556 42 60, faks 22 556 42 62
e-mail: isp@isp.org.pl, www.isp.org.pl

Publikacja rozpowszechniana bezpłatnie