

Czy palenie opon odeszło do lamusa?

29 października Centrum Ignacego Daszyńskiego i Fundacja im. Friedricha Eberta zorganizowały w Warszawie konferencję zatytułowaną „Czy palenie opon odeszło do lamusa?”. Konferencja odbyła się w siedzibie OPZZ w Warszawie. Tematem wystąpień zaproszonych gości oraz panelu dyskusyjnego były język, wizerunek i przyszłość związków zawodowych w Polsce w XXI wieku. Postrzeganie związków zawodowych przez społeczeństwo polskie jest w dużej mierze negatywne. Celem konferencji była zatem analiza przedstawianych w mediach informacji na temat związków zawodowych i wymiana doświadczeń w zakresie możliwych strategii komunikacyjnych dla organizacji związkowych. W spotkaniu wzięli udział eksperci i ekspertki, a także przedstawiciele i przedstawicielki związków zawodowych, polityki, mediów i środowiska akademickiego.

W panelu eksperckim wystąpili: Dr Konrad Kubala, socjolog z Uniwersytetu Łódzkiego, **dr Karolina Ziolo-Pużuk** z Centrum Ignacego Daszyńskiego oraz **Tomasz Nagórka** ze związku zawodowego Budowlani.

W swoim referacie Dr Kubala poświęcił uwagę przede wszystkim sposobowi funkcjonowania dyskursu publicznego dotyczącego związków zawodowych w Polsce. Według dr Kubali największą przeszkodą dla związków zawodowych jest negatywne środowisko, w którym działają. Zdaniem socjolo-



ga niezwykle ważną rolę w dyskursie publicznym odgrywają eksperci i ekspertki, którzy za sprawą mediów wywierają wpływ na społeczeństwo. Niestety większość z osób, które zabierają głos w polskich mediach, jest niezwykle krytyczna wobec związków zawodowych, przez co powstaje asymetryczny, przeważająco negatywny obraz działalności związkowej. Osoby sprawujące władzę, jak choćby premierzy, w przeszłości wprawdzie akceptowali związki zawodowe, ale jednocześnie domagali się, by brały one udział w reformach gospodarczych, popierali działania sprzeczne z dbałością o prawa pracownicze. Negatywny wizerunek związków zawodowych znalazł również odzwierciedlenie w języku pracowników i bezrobotnych, którzy postrzegają związki zawodowe jako zbyteczne.



Dr Ziolo-Puzuk zaprezentowała badanie, w którym analizie poddano łącznie 25 artykułów z mediów internetowych. Ekspertka położyła szczególny nacisk na podtytuły, które bardzo często są tendencyjne i sugerują, że związki zawodowe reprezentują wyłącznie indywidualne interesy. Ze względu na niski

stopień uzwiązkowienia, wiele osób nie zdaje sobie sprawy z wykonywanej przez związki pracy i opiera się na stereotypach powielanych przez media. Dr Ziolo-Puzuk przedstawiła też analizę 350 komentarzy pod tekstami dotyczącymi protestów związkowych z 22 września 2018 roku.

Również Tomasz Nagórka jest zdania, że niewielkie uzwiązkowienie to dla związków poważny problem. Według statystyk jego organizacji w sektorze szkolnictwa do związków wstępuje tylko jedna na cztery osoby, a w sektorze przemysłu – zaledwie jedna osoba na dziewięć. W firmach zatrudniających mniej niż 50 pracowników poziom uzwiązkowienia wynosi około 5%. Związki zawodowe i ich działalność nie są obecne w świadomości społeczeństwa. Według sondażu przeprowadzonego przez związek zawodowy Budowlani 85% ankietowanych studentów i studentek dysponuje niewielką lub zerową wiedzą na temat działalności związków. Tym



samym zadaniem, ale również wyzwaniem na przyszłość jest przede wszystkim przekonanie młodych ludzi do związków zawodowych i ich działalności. Tomasz Nagórka przedstawił działania komunikacyjne prowadzone przez związek Budowlani: gazetę, newsletter, stronę www oraz Facebooka oraz opisał, w jaki sposób związek komunikuje się z członkami oraz przedstawia swoje postulaty.

Po krótkiej przerwie kawowej odbyła się dyskusja panelowa, w której wzięli udział **Dariusz Gierycz**, redaktor naczelny „Społomowca Warszawskiego”, **Krzysztof Szuba** ze

związku zawodowego Ciepłowników i **Piotr Szumlewicz**, przewodniczący Rady OPZZ na Mazowszu. Rozmowę moderowała **dziennikarka** Gazety Wyborczej **Adriana Rozwadowska**. Tematem dyskusji były działania związków w mediach, sposoby komunikacji z mediami oraz modele komunikacji wewnętrznej obowiązujące w organizacjach związkowych.

Według Piotra Szumlewicza głównym problemem związków zawodowych jest to, że wywołują one w społeczeństwie skojarzenia z negatywnymi stereotypami. Zdaniem prelegenta związki powinny się od nich odciąć i skoncentrować na innych, niestereotypowych wartościach i kwestiach. Jako przykłady spraw, nad którymi związki mogłyby się pochylić, ekspert podał przejrzystość działań w związkach i problemy społeczne takie jak mobbing czy patriarchy w miejscu pracy.

Dariusz Gierycz zgodził się z Szumlewiczem, że związki zawodowe powinny przywiązywać szczególną wagę do ochrony praw pracowniczych rozumianych jako prawa człowieka i pracować nad zmianą wizerunku. Społeczeństwo często zapomina, na straży jakich wartości



stoją związki, dlatego też konieczne jest zdystansowanie się od opinii, że związki wspierają jedynie zrzeszonych pracowników, i skupienie się w większym stopniu na ich

wspieraniu dla wszystkich pracowników. Ponadto Gierycz jest zdania, że symboliczne palenie opon jest symbolem gotowości do walki o swoje cele, dlatego nie należy rezygnować z tego rodzaju symboliki podczas protestów.

Krzysztof Szuba nie zgodził się z przedmówcą. Jego zdaniem wizerunek związków zawodowych należy budować w oparciu o wiedzę, doświadczenie i mądrość, które stanowią wystarczające środki nacisku i pozwalają zyskiwać szacunek wśród ludzi, a nie silne działania symboliczne, jak palenie opon. Związki powinny być „inteligentnym partnerem” i dysponować „rzetelną wiedzą”. Symbol płonących opon jest według Szuby przestarzały.

Następnie przyszedł czas na dyskusję z uczestnikami konferencji, podczas której Szumlewicz wyraził pogląd, że media nie wiedzą, w jaki sposób informować o działaniach związkowych. Stwierdzeniu temu zaprzeczyła redaktor Adriana Rozwadowska, która są-

dzi, że związki zawodowe, zwłaszcza te niewielkie, często nie są wystarczająco otwarte na media, co sprawia, że trudno o nich w interesujący sposób pisać. Pojawiły się głosy z publiczności, że małe związki nierzadko obawiają się kontaktów z mediami i nie angażują się w nie. Ponadto w przypadku niektórych kwestii większa otwartość na media wcale nie leży w interesie związków, co według Szumlewicza jeszcze bardziej uwypukla, jak ważną rolę w kontekście wizerunku związków odgrywa przejrzystość.

Na podsumowanie panelu i konferencji postawiono pytanie o to, jak należy dalej postępować, a także jakie jest znaczenie komunikacji wewnątrz związków i pomiędzy nimi oraz – przede wszystkim – jak można ją usprawnić. Szuba podkreślił, że czasopisma związkowe i wszelkie inne formy komunikacji muszą być dobrze przemyślane, a podstawą sukcesu jest informowanie wszystkich związkowców i związkowczyń oraz uwzględnianie ich opinii w prowadzeniu komunikacji wewnętrznej. Według Gierycza i Szumlewicza przede wszystkim należy przyciągać do związków młodych ludzi.