

WAŻNOŚĆ MEDIACJI W SPORZE PROPAGOWANA W MEDIACH MASOWYCH NA PRZYKŁADZIE RZĄDOWEJ KAMPANII SPOŁECZNEJ „MASZ PRAWO DO MEDIACJI”

ANNA LUSIŃSKA

Uniwersytet Gdański
Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa

ABSTRACT

The validity of mediation in the dispute promoted in the mass media as an example of government awareness campaign: You have the right to mediation

Alternative dispute resolution (ADR) are becoming increasingly popular. One of the methods of ADR are mediations. They consist in making an attempt to reach a settlement or a mutually satisfactory resolution of a conflict through mediation – a third party, which is neutral towards all parties and subject of the conflict, designed to help work out a compromise. The survey conducted by the Ministry of Justice proved that mediation is not very well known by the Poles. The main reason for the lack of interest in this method of dispute resolution is insufficient knowledge among justice practitioners and the general public. In the absence of sufficient knowledge, lack of social acceptance for the extra-judicial settlement of disputes is also apparent. The Ministry of Justice decided to change this state in the government of PO in late 2011 and 2012, emphasizing the importance of this problem with a national, educational and informational social campaign, which circulated in the mass media and was entitled: *You have the right to mediation*.

Key words: mediation, mass media, social campaigns, civic education

✉ Adres do korespondencji: Uniwersytet Gdański, Instytut Filozofii, Socjologii i Dziennikarstwa, ul. Bażyńskiego 4, 80-952 Gdańsk

Wprowadzenie

Spór jest sytuacją, w której istnieją sprzeczne stanowiska między osobami, grupami czy instytucjami określanymi jako strony. Prawo międzynarodowe określa go jako niezgodę co do prawa bądź faktu, a także sprzeczność stanowisk prawnych lub interesów między dwiema osobami¹.

Spór nazywany też konfliktem²; by nie narastał i nie przerodził się w wojnę, winien zostać jak najszybciej rozwiązany. Do jego zażegnania mogą być wykorzystywane różne narzędzia. Współcześnie coraz bardziej popularne stają się alternatywne sposoby rozstrzygania sporów (*Alternative Dispute Resolution* – Alternatywne Metody Rozwiązywania Sporów, w skrócie: ADR). To grupa procedur, która polega na polubownym, często pozasądowym rozstrzygnięciu powstałego konfliktu. Należy do nich zaliczyć: arbitraż, minirozprawę, negocjacje, skróconą rozprawę przed ławą przysięgłych, prywatnego sędziego, a także mediację (postępowanie mediacyjne) z uwzględnieniem mediatora³.

1. Mediacje

Jedną z metod ADR są mediacje, czyli zgodnie z definicją: „(...) próba doprowadzenia do ugodowego, satysfakcjonującego obie strony rozwiązania konfliktu na drodze dobrowolnych negocjacji prowadzonych przy udziale trzeciej osoby, neutralnej wobec stron i ich konfliktu, czyli mediatora, który wspiera przebieg negocjacji, łagodzi powstające napięcia i pomaga – nie narzucając jednak żadnego rozwiązania – w wypracowaniu kompromisu”⁴.

Regulację prawną na jej temat wprowadzono do Kodeksu postępowania cywilnego (art. 183¹ i n.)⁵ nowelizacją z dnia 28 lipca 2005 roku⁶. Po niej, w kolejności, w umowach cywilnych pojawiły się klauzule mediacyjne, a radcy prawni

¹ Por. W. G ó r a l c z y k, S. S a w i c k i: Prawo międzynarodowe publiczne w zarysie, Warszawa 2011, s. 332.

² Por. E. B a b b i e: Istota socjologii, Warszawa 2007, s. 142–144.

³ Alternatywne Metody Rozwiązywania Sporów, <http://www.law.uj.edu.pl/centrumars/index.php?action=slovnicek> (dostęp: 8.07.2013).

⁴ Definicja mediacji, www.ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/ (dostęp: 8.07.2013).

⁵ Art. 183 kpc, http://kodeks.ws/postepowania_cywilnego/rozdzial_1_mediacja_i_postepowanie_-_pojedyncze.htm (dostęp: 8.07.2013); http://kodeks.ws/postepowania_cywilnego/art183-1-10.htm (dostęp: 8.07.2013).

⁶ Por.: Mediacja jest alternatywnym sposobem rozstrzygania sporów uregulowanym Ustawą z dnia 28.07.2005 r. o zmianie ustawy – Kodeks Postępowania Cywilnego oraz niektórych ustaw (Dz.U. 2005 r., nr 172, poz. 1438) art. 183¹–183¹⁵ kpc, <http://www.infor.pl/dziennik-ustaw,rok,2005,nr,172/roz,1438,ustawa-z-dnia-28-lipca-2005-r-o-zmianie-ustawy-kodeks-postepowania-cywilnego.html> (dostęp: 8.07.2013).

na mocy Kodeksu Etyki zostali zobowiązani do informowania klientów o możliwości rozwiązania danego sporu na takiej właśnie drodze⁷.

Mediacje są stosowane w szerokiej gamie konfliktów: rodzinnych, małżeńskich, pokoleniowych; towarzyskich, koleżeńskich, rówieśniczych; zbiorowych; w sprawach spadkowych, majątkowych i cywilnych; pracowniczych, w administracji i sporach urzędowych; w sprawach gospodarczych; w sprawach karnych, a także dotyczących nieletnich.

Mediator winien zatem cieszyć się zaufaniem stron konfliktu, ponieważ to one go wybierają (bywa nim osoba bliska czy krewna, np. koleżanka lub brat, siostra). Może go też jednak wyznaczyć sąd z listy stałych mediatorów⁸. Stąd, w drugim przypadku, często staje się nim ktoś zupełnie obcy stronom. Docelowo ma on pomóc zwaśnionym stronom w wypracowaniu ugody. Warto ponadto podkreślić, że pierwsza grupa mediatorów wykształciła się w 1996 roku z Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka na podstawie metody Williama Lincolna zwanej *Conflict Resolution & Research Institute, Washington DC*. Obecnie jest ona stosowana przez ponad ośmiuset mediatorów pracujących w sprawach pochodzących ze zlecenia sądu⁹.

Każda mediacja powinna kierować się jednakowymi zasadami. Do podstawowych standardów mediacji należą zatem zasady: dobrowolności i zakazu wywierania przez mediatora nacisku na strony; poufności (obowiązek zachowania w tajemnicy informacji pozyskanych w związku z przeprowadzoną mediacją); bezstronności i zakazu pobierania przez mediatora dodatkowych korzyści wykraczających poza ustalone ze stronami wynagrodzenie; bezpieczeństwa (godności) stron i dbania o zachowanie ich równowagi; neutralności (zakazu wysuwania przez mediatora konkretnych propozycji rozwiązania sporu); szybkości i efektywności postępowania; czuwania przez mediatora nad zgodnością z prawem porozumienia osiągniętego przez strony¹⁰.

Warto wspomnieć, że na mediatorze, oprócz powyższych zasad, ciąży też obowiązek informacyjny wobec stron, a z punktu widzenia etyki – ograniczenia względem jego działalności reklamowej. Dodatkowo każdą mediację winny cechować: nieformalność i prywatność postępowania, budowanie atmosfery

⁷ Regulacja prawna mediacji, <http://www.aspektyprawa.pl/alternatywne-sposoby-rozstrzygania-sporow-adr-%E2%80%933-mediacja/> (dostęp: 8.07.2013).

⁸ Zob. Opracowanie Departamentu Współpracy Międzynarodowej i Praw Człowieka Ministerstwa Sprawiedliwości we współpracy ze Społeczną Radą ds. Alternatywnych Metod Rozwiązywania Konfliktów i Sporów przy Ministrze Sprawiedliwości, Informacja o postępowaniu mediacyjnym w sprawach cywilnych/gospodarczych, dokument pdf, www.ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/ (dostęp: 8.07.2013).

⁹ Więcej na temat mediacji: Ch.W. M o o r e : Mediacje. Praktyczne strategie rozwiązywania konfliktów, Warszawa 2009, s. 15–30.

¹⁰ Zob. M. K o s z o w s k i : Prawno-etyczne aspekty wykonywania zawodu mediatora (zasady etyki mediatora) z uwzględnieniem standardów europejskich, *ADR. Arbitraż i Mediacja* 2008, nr 4, s. 3–8.

szacunku stron do siebie, a także poczucie bezpieczeństwa oraz satysfakcja rozstrzygnięć dla stron konfliktu (*win-win*/wygrany-wygrany)¹¹.

2. Działania Ministerstwa Sprawiedliwości w sprawie mediacji

W listopadzie 2009 roku w Ministerstwie Sprawiedliwości został powołany do życia Departament Praw Człowieka. Z dniem 1 kwietnia 2010 roku metody ADR, w tym mediacja, przeszły do kompetencji tegoż departamentu (obecnie Departamentu Współpracy Międzynarodowej i Praw Człowieka). Usytuowanie mediacji w jednym miejscu struktury organizacyjnej Ministerstwa Sprawiedliwości spowodowało urealnienie prowadzenia skutecznych działań na rzecz upowszechniania i popularyzacji metod ADR w rozwiązywaniu sporów.

Z badań przeprowadzonych przez ministerstwo wynikało, że mediacja i inne metody ADR to zagadnienia słabo znane Polakom. Główną przyczyną braku zainteresowania takimi sposobami oraz braku społecznej akceptacji była niewystarczająca wiedza na temat ADR wśród prawników, praktyków wymiaru sprawiedliwości oraz ogółu społeczeństwa¹².

Ponieważ Ministerstwo Sprawiedliwości przykłada szczególną wagę do zagadnień ADR, uznało, że podniesienie poziomu wiedzy na temat alternatywnych metod rozwiązywania konfliktów i sporów, a w szczególności mediacji, jest możliwe poprzez działania dwojakiego typu: kampanie społeczne o charakterze informacyjno-edukacyjnym oraz szkolenia z zakresu ADR.

Stworzono strategię *Sprawne Państwo* oraz program zatytułowany: *Skuteczny wymiar sprawiedliwości – działania Ministerstwa Sprawiedliwości na 500 dni*, ogłoszone 9 sierpnia 2010 roku. W jego ramach opracowany został znak firmowy mediacji – logo, na którym umieszczono dwie splecione dłonie i napis: „Masz prawo do mediacji”¹³.

W sierpniu 2012 roku Ministerstwo Sprawiedliwości wdrożyło miesięczną, ogólnopolską kampanię outdoorową promującą mediację. Wzór plakatów mediacyjnych przekształcono na billboardy, metroboardy oraz na reklamy internetową i prasową. We współpracy ze Społeczną Radą ds. Alternatywnych Metod Rozwiązywania Konfliktów i Sporów przy Ministrze Sprawiedliwości opracowane

¹¹ Ibidem.

¹² „Według respondentów sąd to najlepsza instytucja, do której należy zgłaszać się w przypadku sporu bądź konfliktu. Na pytanie: „Do sądu czy do mediatora?” – 57% badanych odpowiedziało, że wybrałoby drogę sądową. Tylko co piąta osoba (19%), która słyszała o pozasądowych sposobach rozwiązywania konfliktów, skorzystałaby z usług mediatora. Badania prowadzone przed kilkoma laty ukazywały, że słowo „mediacja” znał co piąty respondent, a instytucja ta często utożsamiana była z mediami, medytacją, awiacją, a zatem terminami odmiennymi od procedury mediacji”. Wypowiedź ministra sprawiedliwości, <http://www.mamprawo.fika.pl/index.php?main=8&sub=12&item=30> (dostęp: 15.06.2013).

¹³ Logo dostępne na: http://ms.gov.pl/Data/Thumbs/_public/foto/2012/MTU4eDExOSFjcm9w,-odawedywmatablica_2.jpg (dostęp: 13.08.2013).

zostały cztery druki informacji o mediacji dla stron postępowań sądowych. Rozsyłano je do sądów wszystkich szczebli z prośbą o załączanie do pism kierowanych do stron w poszczególnych rodzajach spraw¹⁴. Zlecono też aktualizację trzech broszur mediacyjnych (dwóch cywilnych i gospodarczej). Wprowadzono w nich dane zgodne ze stanem prawnym na 1 grudnia 2012 roku. Uwzględniono przede wszystkim nowelę Kodeksu postępowania cywilnego, która weszła w życie 2 maja 2012 roku¹⁵. Pojawiły się również nowe materiały promujące mediację – zmodyfikowane plakaty mediacji gospodarczej i rodzinnej oraz sześć rodzajów ulotek¹⁶. Dodatkowo w październiku tegoż roku z okazji Międzynarodowego Dnia Mediacji (MDM)¹⁷ odbyła się konferencja pt. *Mediacja – inna forma sprawiedliwości*¹⁸.

3. Analiza kampanii społecznej „Masz prawo do mediacji”

Nazwa kampanii

Nazwa kampanii ujmuje swoją prostotą. Jest czytelna i wyrazista. Informuje, że każdy, niezależnie od płci, pochodzenia, wieku, statusu majątkowego, dysponuje prawem do korzystania z mediacji jako alternatywnej metody rozstrzygnięcia konfliktu. Jej kompozycja kojarzy się z prawami człowieka. Jakby mediacje miały stać się jednym z nich.

Hasło kampanii

Pierwsze działania o charakterze informacyjno-edukacyjnym z zakresu ADR rozpoczęły się w październiku 2010 roku. Od tego czasu są one prowadzone pod ogólnym hasłem: „Masz prawo do mediacji”. W latach 2011–2012 kampanię promowało natomiast rozbudowane hasło, uszczegóławiające slogan, brzmiące: „Dzięki mediacjom masz szansę zachować dobre relacje oraz rozwiązać konflikt taniej i szybciej”.

¹⁴ Informacje w formie elektronicznej można pobrać na stronie Ministerstwa Sprawiedliwości z zakładki: „Publikacje, akty prawne, statystyki”.

¹⁵ Nowe broszury, a także erraty do starszej wersji dostępne są w zakładce „Publikacje” na stronie Ministerstwa.

¹⁶ Umieszczono je na stronie Ministerstwa (www.ms.gov.pl) w zakładce: „Publikacje/materiały promocyjne”.

¹⁷ Tradycja obchodzenia Międzynarodowego Dnia Mediacji istnieje na świecie od 2005 roku. Święto przypadające w każdy trzeci czwartek października zostało zainicjowane przez Association for Conflict Resolution, Amerykańskie Stowarzyszenie Profesjonalistów w Rozwiązywaniu Konfliktów, <http://www.cossw.pl/sub.php?news=412> (dostęp: 15.01.2013).

¹⁸ Więcej informacji na ten temat znajduje się na stronie Ministerstwa Sprawiedliwości w zakładce: „Międzynarodowy Dzień Mediacji 2012”.

Nadawca

Inicjatorem, głównym nadawcą kampanii i w dużym stopniu wykonawcą było Ministerstwo Sprawiedliwości. Oprócz zlecenia oprawy graficznej i wykonania spotów reklamowych, zaangażowało się też w organizację Międzynarodowego Dnia Mediacji, panele dyskusyjne czy szkolenia.

Problem

Kampania poruszała problem niezajomości i niewiedzy na temat dostępnych środków prawa, a więc problem o charakterze globalnym. Skupiła się ona jednak na kwestii jego rozwiązania w obszarze lokalnym. W związku z wielością przyczyn konfliktów i sporów kampanię zakrojono na skalę ogólnopolską, by dotrzeć do jak największej grupy odbiorców.

Cel

Kampania miała na celu upowszechnienie wiedzy o mediacji jako alternatywnej metodzie rozwiązywania sporów wobec postępowania sądowego. Chciano wskazać płynące z niej korzyści i wyjaśnić wynikające z niewiedzy wątpliwości.

Odbiorcy

Grupę docelową dokładnie określił nadawca. Akcję skierowano do dorosłych obywateli, którzy mogli w przyszłości stać się lub znajdowali się w stanie sporu bądź konfliktu. Zakwalifikowano ich do trzech grup¹⁹:

- Społeczeństwo jako ogół. Tu celem uczyniono upowszechnienie wiedzy społecznej o ADR. Chodziło o uświadomienie, że po rozstrzygnięciu sporu nie trzeba iść do sądu, ale można go rozwiązać poprzez rozmowę, kompromis czy konsensus.
- Strony zaistniałego sporu lub konfliktu, a więc strony postępowania przygotowawczego lub sądowego. Celem stało się tu uświadomienie, że mediacja pozwala na samodzielne wypracowanie rozwiązania sporu. Dodatkowo nie jest ono narzucone przez organ procesowy.
- Grupy zawodowe: sędziowie, referendarze, prokuratorzy, mediatorzy, funkcjonariusze policji, kuratorzy sądowi i korporacje prawniczych. Chciano zwiększyć dostępność do metody oraz zachęcić do rozwiązywania za jej pomocą konfliktów czy sporów.

¹⁹ Grupy odbiorców kampanii, <http://mediatornvc.blogspot.com/2012/08/kampania-2012-masz-prawo-do-mediacji.html> (dostęp: 9.07.2013).

Realizacja

Wykreowaniem wizerunku kampanii zajęła się krakowska agencja reklamowa Opus B²⁰. Wcześniejsze projekty realizowane przez tę firmę to zlecona przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej kampania „Mama ma”²¹ czy kampania Ministerstwa Rozwoju Regionalnego pt. „Brodaczom podobno nie dają”²².

Analiza 4P

W skład tak zwanej mieszanki marketingowej (nazywanej w literaturze fachowej „marketing mix” lub „4P”) wchodzi: produkt, cena, dystrybucja oraz promocja²³. Należy podkreślić, że „4P” to termin związany zarówno z marketingiem komercyjnym (z którego wyrósł), jak i społecznym. Subtelna różnica polega na odmiennym definiowaniu jego poszczególnych elementów²⁴.

Produkt

Produktem nazywa się przedmiot działania. Nie ma on charakteru materialnego i polega na zmianie zachowania odbiorcy w przyszłości, np. w sytuacji ewentualnego konfliktu. W akcji „Masz prawo do mediacji” było to ukształtowanie świadomości o istnieniu alternatywnych wobec drogi sądowej metod rozstrzygnięcia konfliktów oraz zachęcenie do ich stosowania. Kampania reklamowała zatem produkt niematerialny, jakim jest wiedza społeczeństwa polskiego na temat mediacji, a także jej wykorzystania w przypadku rozwiązywania sporów i konfliktów, przydatny każdemu współczesnemu Polakowi.

Cena

Cenę trudno jest przełożyć na język marketingu społecznego. Można jednak mówić o kosztach psychologicznych wynikających z działań kampanii. To ewentualny dyskomfort wynikający ze zmiany nawyków, takich jak chociażby przełamanie niechęci do stosowania mediacji czy wstyd związany z koniecznością przedstawienia problemu neutralnemu mediatorowi.

Kampania miała też realne koszty. Została sfinansowana i zrealizowana przez Ministerstwo Sprawiedliwości w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego w obszarze Priorytetu V *Dobre rządzenie* Programu Operacyjnego *Kapitał Ludzki*

²⁰ Opus B, http://www.opus-b.pl/opus_b_advertising.html#o_nas (dostęp: 9.07.2013).

²¹ O kampanii „Mama ma”, http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,2266,mama_ma_dosyc (dostęp: 15.01.2013).

²² O kampanii „Brodaczom nie dają”, http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,410,brodaczom_nie_daja (dostęp: 15.01.2012).

²³ D. M a i s o n, N. M a l i s z e w s k i: Co to jest reklama społeczna, [w:] D. M a i s o n, P. W a s i l e w s k i (red.): Propaganda dobrych serc, czyli pierwszy tom o reklamie społecznej, Kraków 2008, s. 14–16.

²⁴ Ibidem, s. 14.

2007–2013 – *Ułatwianie dostępu do wymiaru sprawiedliwości*²⁵. A zatem wszystkie koszty kampanii zostały pokryte ze środków Unii Europejskiej. Ministerstwo nie musiało więc oszczędzać. Na samo stworzenie i promocję kampanii wydano 7,8 mln złotych²⁶.

Dystrybucja

Dystrybucję w odniesieniu do społecznych kampanii można przyrównać jedynie do udostępniania środków ułatwiających realizację postulowanej w akcji zmiany²⁷. W przypadku niniejszej kampanii były to na przykład zamieszczane na stronie internetowej instytucji: broszury i ulotki informacyjne, bazy adresowe do sieci koordynatorów ds. mediacji oraz wskazówki, jak korzystać z mediacji i jakie mogą płynąć z tego korzyści.

Zasięg kampanii określono jako ogólnopolski (około dwustu lokalizacji na terenie Polski). W sierpniu 2012 roku w kolejnej odsłonie dotychczasowe reklamy telewizyjne oraz audycje radiowe przeniesiono na outdoor, media elektroniczne i prasę.

Promocja

Materiały związane z promocją kampanii emitowano za pośrednictwem różnych mediów oraz outdooru. Do instytucji związanych z wymiarem sprawiedliwości i mediacjami trafiły ulotki i broszury informacyjne oraz plakaty. Podjęto działania pokrewne z zadaniami kampanii w celu organizacji obchodów Międzynarodowego Dnia Mediacji oraz spotkań, paneli dyskusyjnych czy wspomnianej już konferencji w pełni poświęconych tej tematyce.

W tym miejscu należy też odnieść się do reklamy społecznej oraz innych narzędzi służących promocji i działaniom informacyjno-edukacyjnym.

Marketing bezpośredni

Informator

W ramach projektu ministerstwo wydało informator o ADR w nakładzie 500 tysięcy egzemplarzy. Zatytułowano go: *Czy tylko sąd rozstrzygnie w sporze? Mediacja i sądownictwo polubowne. Zostałem pokrzywdzony przestępstwem i co dalej?*. W przystępny sposób, w formie odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania, wyjaśniono w nim najważniejsze zasady oraz sposób prowadzenia różnych form mediacji. Skierowano go nie tylko do stron istniejących już konfliktów czy

²⁵ Pełna informacja na temat programów, <http://ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/dzialania-ministerstwa-sprawiedliwosci-w-przedmiocie-mediacji/> (dostęp: 9.07.2013).

²⁶ Na temat ministerialnych funduszy na kampanię, http://www.gazetaprawna.pl/artykuly/-708-183,ministerstwa_wydaja_miliony_na_promocje_i_kampanie_informacyjne.html (dostęp: 9.07.2013).

²⁷ D. M a i s o n , N. M a l i s z e w s k i : op. cit., s. 15.

sporów. Opracowano dla wszystkich, którzy sami bądź których bliscy znajdują się w sporze i poszukują lub będą poszukiwali sposobów jego rozwiązania.

Billboardy, flashboardy, plakaty i ulotki

W 2012 roku w niemal dwustu lokalizacjach na terenie całej Polski ukazały się billboardy promujące mediacje. Do dystrybucji przekazano także 375 tysięcy ulotek informujących o jej sześciu rodzajach oraz trzy tysiące plakatów o mediacji: gospodarczej oraz rodzinnej²⁸. Plakaty te zostały wydrukowane 6 i 20 sierpnia tegoż roku na stronach redakcyjnych tygodnika *Newsweek*. Billboardy w formie flash ukazywały się natomiast przez dwa tygodnie na popularnej stronie internetowej Wirtualna Polska.

Broszury informacyjne

Wydrukowano i rozesłano dwa miliony broszur informacyjnych dotyczących mediacji. Opisywały one nie tylko trzy nowe mediacje – w prawie karnym, cywilnym oraz rodzinnym, ale także pięć wznawianych – w sprawach rodzinnych, gospodarczych, cywilnych, nieletnich i karnych. Miały one dotrzeć i dotarły do każdego z sądów okręgowych, komend wojewódzkich policji oraz ośrodków mediacyjnych.

Reklama prasowa, wizualna i audytywna

Spoty telewizyjne i radiowe

W zakresie mediacji rodzinnej i gospodarczej wyprodukowano również piętnasto- i trzydziestosekundowe spoty telewizyjne oraz radiowe. Ich produkcją zajęło się warszawskie studio filmowe M5. Pierwsza odsłona kampanii nastąpiła w pierwszym kwartale 2011 roku (13 lat od wprowadzenia mediacji do polskiego systemu prawa karnego, 10 lat od istnienia jej w sprawach nieletnich i 6 lat w prawie cywilnym²⁹). Premierowa emisja odbywała się we wszystkich głównych kanałach ogólnopolskich telewizji. Natomiast od października do końca listopada emitowane one były po raz kolejny już tylko w trzech głównych, ogólnopolskich kanałach. Spoty można było obejrzeć także na stronie ministerstwa, witrynach instytucji związanych z mediacjami, w serwisie YouTube oraz na portalu kampaniespoleczne.pl. Pierwszy ze spotów dotyczył tematyki mediacji rodzinnych lub partnerskich³⁰, drugi dotyczył spraw gospodarczych³¹.

²⁸ O rodzajach mediacji pisała E. G m u r z y ń s k a : Rodzaje mediacji, [w:] E. G m u r z y ń s k a , R. Morek (red.): Mediacje. Teoria i praktyka, Warszawa 2009, s. 111–112.

²⁹ O kolejnych odsłonach kampanii, http://prawo.gazetaprawna.pl/artykuly/491814,masz_prawo_do_mediacji_rusza_kampania_informacyjna_ms.html (dostęp: 15.01.2013).

³⁰ Masz prawo do mediacji, spot 1, <http://www.youtube.com/watch?v=ytAXnoSp8KE> (dostęp: 13.09.2013).

³¹ Masz prawo do mediacji, spot 2, <http://www.youtube.com/watch?v=p5Gqu3QLsrw> (dostęp: 13.09.2013).

Artykuły i audycje tematyczne

Równoległe do telewizyjnych i radiowych spotów reklamowych od listopada do grudnia 2011 roku w telewizjach o profilu biznesowym (takich jak chociażby TVN, CNBC Biznes oraz TV Biznes) emitowane były programy promujące wyłącznie mediację gospodarczą³².

Wzmocnienie powyższych działań stanowiły artykuły tematyczne publikowane w *Gazecie Wyborczej* oraz cykl audycji tematycznych w TOK FM, Roxy FM oraz Radiu Złote Przeboje wraz z emisją spotów radiowych w stacjach grupy RMF FM. Dzięki szerokiemu spektrum środków przekazu wszelkie wiadomości dotyczące mediacji gospodarczej miały szansę dotrzeć do wielu zainteresowanych.

Partnerstwo

Ministerstwo Sprawiedliwości współdziałało z instytucjami oraz podmiotami takimi jak: Społeczna Rada ds. ADR przy Ministrze Sprawiedliwości³³, Rzecznik Praw Dziecka, Rzecznik Praw Obywatelskich, sieć koordynatorów do spraw mediacji, organizacje pozarządowe reprezentujące środowisko mediatorów, w tym Stowarzyszenie Mediatorów Rodziny³⁴, Polskie Centrum Mediacji³⁵, Dolnośląski Ośrodek Mediacji, Wydawnictwo Wolters Kluwer, a także inne resorty i instytucje.

A. Konferencja

W ramach obchodów Międzynarodowego Dnia Mediacji (MDM) 19 października 2011 roku Ministerstwo Sprawiedliwości razem z Rzecznikiem Praw Dziecka i we współpracy ze Społeczną Radą ds. ADR zorganizowało konferencję pt. *Mediacja w Polsce – stan i perspektywy*. Jednym z celów konferencji uczyniono analizę obecnych regulacji dotyczących mediacji w Polsce, ich skuteczności i perspektyw pożądaných zmian.

³² O promocji mediacji, <http://ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/dzialania-ministerstwa-sprawiedliwosci-w-przedmiocie-mediacji/> (dostęp: 15.01.2013).

³³ Jest to organ składający się z wybitnych praktyków i przedstawicieli świata nauki. Rada zajmuje się opiniowaniem wszystkich działań Ministerstwa Sprawiedliwości. Kreuje ona także kierunki, w jakich powinny iść dalsze działania ministerstwa w tym zakresie.

³⁴ Stowarzyszenie skupia specjalistów z różnych ośrodków, którzy od wielu lat w pracy z rodziną stosują procedurę mediacji. Wśród członków są przedstawiciele poradni rodzinnych, rodzinnych ośrodków diagnostyczno-konsultacyjnych, organizacji pozarządowych (m.in. Centrum Mediacji Fundacji „Partners” Polska, Polskiego Centrum Mediacji czy Komitetu Ochrony Praw Dziecka), ośrodków prywatnych – psychologowie, socjologowie, prawnicy, pedagodzy i inni specjaliści, <http://www.smr.org.pl/> (dostęp: 7.08.2013).

³⁵ Stowarzyszenie powstałe w maju 2000 roku. Kontynuuje ono rozpoczętą w 1992 roku działalność Zespołu ds. Wprowadzenia Mediacji w Polsce przy Stowarzyszeniu Penitencjarnym Patronat, http://mediator.-org.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=92&Itemid=97 (dostęp: 7.08.2013).

B. Akcje lokalne

Działania o charakterze lokalnym z okazji obchodów MDM odbywały się za pośrednictwem koordynatorów ds. mediacji, licznych organizacji pozarządowych i innych podmiotów zainteresowanych popularyzacją ADR w Polsce. Z informacji Ministerstwa Sprawiedliwości wynika, że obchody odbywały się w wielu miastach i w różnych formach. Z tej okazji skorzystano z promocji w postaci: informacyjnych ulotek, biuletynów, stanowisk informacyjnych w sądach i na uczelniach, prezentacji filmów o mediacji, konferencji prasowych, audycji radiowych, reportaży telewizyjnych, pokazów scenek mediacyjnych „na żywo”, konkursów, bezpłatnych warsztatów, wykładów, szkoleń i porad, spotkań z młodzieżą, konferencji, seminariów, spotkań sędziów z mediatorami, „dni otwartych”.

C. Szkolenia

W 2011 roku odbyły się szkolenia dla osób, które jako pierwsze mają kontakt ze stronami sporu: sędziów, mediatorów oraz pracowników punktów obsługi interesanta. Miały one za zadanie nie tylko przybliżyć problematykę ADR, ale przede wszystkim zachęcić do szerokiego korzystania z form mediatyzacji w bieżącej pracy.

4. Ocena kampanii

Można powiedzieć, że kampania odniosła sukces. Obrazują to między innymi zamieszczone na stronach Ministerstwa Sprawiedliwości sprawozdania z lat 2005–2012. Warto pamiętać, że skuteczność mediacji, zgodnie ze statystyką, jest oceniana na podstawie liczby zawartych ugód lub umorzonych postępowań w wyniku zatwierdzenia ugody zawartej przed mediatorem. Statystyki nie mierzą niestety stopnia wyciszenia emocji stron czy stworzenia warunków do spokojnej rozmowy o sporze i porozumienia, jak rozwiązać ten spór w sposób najbardziej korzystny dla obu stron.

II. DYSKURSY

Tabela 1. Informacje o liczbie postępowań mediacyjnych oraz wyniku mediacji

MEDIACJE							
w postępowaniu przygotowawczym	w sprawach karnych	w sprawach nieletnich sprawców czynów karalnych	w sprawach cywilnych	z zakresu prawa pracy	w sprawach rodzinnych	w sprawach gospodarczych	
Liczba postępowań w sprawach karnych zakończonych w wyniku postępowania mediacyjnego w powołanych jednostkach organizacyjnych prokuratury	Liczba postępowań w sprawach karnych w sądach powszechnych zakończonych w wyniku postępowania mediacyjnego	Liczba postępowań w sprawach przeciwko nieletnim zakończonych w wyniku postępowania mediacyjnego	Liczba postępowań mediacyjnych w sprawach cywilnych, w których umorzono postępowanie w wyniku zatwierdzenia ugody zawartej przed mediatorem	Liczba postępowań mediacyjnych w sprawach z zakresu prawa pracy w sądach rejonowych, w których umorzono postępowanie w wyniku zatwierdzenia ugody zawartej przed mediatorem	Liczba postępowań w sprawach rodzinnych w sądach powszechnych, zakończonych w wyniku postępowania mediacyjnego	Liczba postępowań mediacyjnych w sprawach gospodarczych, w których umorzono postępowanie w wyniku zatwierdzenia ugody zawartej przed mediatorem	
2005 r.							
699 spraw (74,7% zawartych ugód)	4440 spraw (62% zawartych ugód)	343 sprawy (81,9% zawartych ugód)	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych	brak danych
2006 r.							
1447 spraw (74,2% zawartych ugód)	5052 sprawy (60,6% zawartych ugód)	366 spraw (81,4% zawartych ugód)	1448 spraw (19,6% umorzono postępowanie)	33 sprawy (15,2% umorzono postępowanie)	270 spraw (47% zawartych ugód)	256 spraw (39,8% umorzono postępowanie)	

2007 r.						
1822 sprawy (74,9% zawartych ugód)	4178 spraw (65,9% zawartych ugód)	325 spraw (84,7% zawartych ugód)	1399 spraw (23% umorzono postępowanie)	74 sprawy (10,8% umorzono postępowanie)	326 spraw (47,5% zawartych ugód)	258 spraw (49,3% umorzono postępowanie)
2008 r.						
1506 spraw (78,9% zawartych ugód)	3891 spraw (65,6% zawartych ugód)	261 spraw (85,4% zawartych ugód)	1455 spraw (21,5% umorzono postępowanie)	107 spraw (6,5% umorzono postępowanie)	427 spraw (50,5% zawartych ugód)	210 spraw (36% umorzono postępowanie)
2009 r.						
1296 spraw (80,4% zawartych ugód)	3714 spraw (67,4% zawartych ugód)	293 sprawy (87,4% zawartych ugód)	1842 sprawy (14,8% umorzono postępowanie)	252 sprawy (8,7% umorzono postępowanie)	716 spraw (47,5% zawartych ugód)	540 spraw (37,9% umorzono postępowanie)
2010 r.						
1217 spraw (78,9% zawartych ugód)	2541 spraw (89,5% zawartych ugód)	348 spraw (75% zawartych ugód)	2196 spraw (18,4% umorzono postępowanie)	195 spraw (13,3% umorzono postępowanie)	1092 sprawy (40,2% zawartych ugód)	848 spraw (35,7% umorzono postępowanie)
2011 r.						
Brak danych	3251 spraw (63,7% zawartych ugód)	312 spraw (81% zawartych ugód)	2514 spraw (6,3% umorzono postępowanie)	65 spraw (33,8% umorzono postępowanie)	1149 spraw (41% zawartych ugód)	1429 spraw (17,7% umorzono postępowanie)
2012 r.						
Brak danych	3252 sprawy (69,2% zawartych ugód)	322 sprawy (80,7% zawartych ugód)	2844 sprawy (8,9% umorzono postępowanie)	284 sprawy (13,7% umorzono postępowanie)	1342 sprawy (41,7% zawartych ugód)	2354 sprawy (17,9% umorzono postępowanie)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych statystycznych dotyczących mediacji, <http://ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/publikacje-akty-prawne-statystyki/> (dostęp: 25.09.2013).

II. DYSKURSY

Podsumowanie

Społeczna kampania „Masz prawo do mediacji” została zakrojona na szeroką skalę, dzięki czemu wiele osób dowiedziało się o możliwości wykorzystania tej metody w dziedzinie rozwiązywania sporów. Drogi komunikacji materiałów promocyjnych były dobrze dopasowane do założonej przez nadawcę grupy docelowej odbiorców, a zróżnicowane źródła komunikatów reklamowych niewątpliwie przyczyniły się do polepszenia odbioru kampanii. Dziwi jedynie brak wykorzystania w promocji działań popularnych mediów społecznościowych typu Facebook czy Twitter.

Z badań przeprowadzonych przez Ministerstwo Sprawiedliwości wynikało, że mediacja jest mało znana Polakom. Główną przyczyną braku zainteresowania tą właśnie metodą rozwiązywania sporów wydawała się niewystarczająca wiedza zarówno wśród prawników, praktyków wymiaru sprawiedliwości, jak i ogółu społeczeństwa. Z braku wystarczającej wiedzy wynikał także brak społecznej akceptacji pozasądowego rozwiązywania sporów.

Stan ten postanowiło zmienić Ministerstwo Sprawiedliwości w rządzie PO w latach 2010–2012, podkreślając ważność tego problemu za pomocą ogólnopolskiej, edukacyjno-informacyjnej kampanii społecznej, rozpowszechnianej w mediach masowych, zatytułowanej „Masz prawo do mediacji”, której hasło brzmiało: „Dzięki mediacjom masz szansę zachować dobre relacje oraz rozwiązać konflikt taniej i szybciej”.

Efekty zwiększenia zainteresowania tą właśnie metodą ukazuje zestawienie tabelaryczne. Można je również obserwować na stronie Ministerstwa Sprawiedliwości. Zestawienia statystyk mediacyjnych zamieszczane są co pół roku³⁶.

Bibliografia

- Babbie E.: *Istota socjologii*, Warszawa 2007.
- Gmurzyńska E.: *Rodzaje mediacji*, [w:] E. Gmurzyńska, R. Morek (red.): *Mediacje. Teoria i praktyka*, Warszawa 2009, s. 111–112.
- Góralczyk W., Sawicki S.: *Prawo międzynarodowe publiczne w zarysie*, Warszawa 2011.
- Koszowski M.: *Prawno-etyczne aspekty wykonywania zawodu mediatora (zasady etyki mediatora) z uwzględnieniem standardów europejskich, ADR. Arbitraż i Mediacja* 2008, nr 4, s. 3–8.
- Maison D., Maliszewski N.: *Co to jest reklama społeczna*, [w:] D. Maison, P. Wasilewski (red.): *Propaganda dobrych serc, czyli pierwszy tom o reklamie społecznej*, Kraków 2008, s. 14–16.
- Moore Ch.W.: *Mediacje. Praktyczne strategie rozwiązywania konfliktów*, Warszawa 2009.
- Opracowanie Departamentu Współpracy Międzynarodowej i Praw Człowieka Ministerstwa Sprawiedliwości we współpracy ze Społeczną Radą ds. Alternatywnych Metod Rozwiązy-

³⁶ Zestawienia statystyk mediacyjnych, <http://ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/publikacje-akty-prawne-statystyki/> (dostęp: 13.09.2013).

wania Konfliktów i Sporów przy Ministrze Sprawiedliwości, Informacja o postępowaniu mediacyjnym w sprawach cywilnych/gospodarczych, dokument pdf, www.ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/ (dostęp: 10.01.2014).

Ustawa z dnia 28 lipca 2005 r. o zmianie ustawy – Kodeks postępowania cywilnego oraz niektórych innych ustaw, Dz.U. 2005, nr 172, poz. 1438, <http://www.infor.pl/dziennik-ustaw,rok,2005,nr,172/roz,1438,ustawa-z-dnia-28-lipca-2005-r-o-zmianie-ustawy--kodeks-postepowania-cywilnego.html> (dostęp: 10.01.2014).

Źródła internetowe

- http://kodeks.ws/postepowania_cywilnego/art183-1-10.htm (dostęp: 10.01.2014)
- http://kodeks.ws/postepowania_cywilnego/rozdzial_1_mediacja_i_postepowanie_pojednawcze.htm (dostęp: 10.01.2014)
- http://mediator.org.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=92&Itemid=97 (dostęp: 10.01.2014)
- <http://mediatornvc.blogspot.com/2012/08/kampania-2012-masz-prawo-do-mediacji.html> (dostęp: 10.01.2014)
- http://ms.gov.pl/Data/Thumbs/_public/foto/2012/MTU4eDExOSFjcm9w,odawedywmatablica_2.jpg (dostęp: 10.01.2014)
- <http://ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/dzialania-ministerstwa-sprawiedliwosci-w-przedmiocie-mediacji/> (dostęp: 10.01.2014)
- <http://ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/publikacje-akty-prawne-statystyki/> (dostęp: 10.01.2014)
- http://prawo.gazetaprawna.pl/artykuly/491814,masz_prawo_do_mediacji_rusza_kampania_informacyjna_ms.html (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.aspektyprawa.pl/alternatywne-sposoby-rozstrzygania-sporow-adr-%E2%80%93-mediacja/> (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.cossw.pl/sub.php?news=412> (dostęp: 10.01.2014)
- http://www.gazetaprawna.pl/artykuly/708183,ministerstwa_wydaja_miliony_na_promocje_i_kampanie_informacyjne.html (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.infor.pl/dziennik-ustaw,rok,2005,nr,172/roz,1438,ustawa-z-dnia-28-lipca-2005-r-o-zmianie-ustawy--kodeks-postepowania-cywilnego.html> (dostęp: 10.01.2014)
- http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,2266,mama_ma_dosyc (dostęp: 10.01.2014)
- http://www.kampaniespoleczne.pl/kampanie,410,brodaczom_nie_daja (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.law.uj.edu.pl/centrumars/index.php?action=slowniczek> (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.mamprawo.fika.pl/index.php?main=8&sub=12&item=30><http://www.cossw.pl/sub.php?news=412> (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.ms.gov.pl/pl/dzialalnosc/mediacje/> (dostęp: 10.01.2014)
- http://www.opus-b.pl/opus_b_advertising.html#o_nas (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.smr.org.pl/> (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.youtube.com/watch?v=p5Gqu3QLsrw> (dostęp: 10.01.2014)
- <http://www.youtube.com/watch?v=ytAXnoSp8KE> (dostęp: 10.01.2014)