

Marta Majorek, Justyna Wojniak

## MEMETYZACJA KOMUNIKOWANIA POLITYCZNEGO U PROGU XXI W.

### **Memetising political communication**

**Abstract:** Regarding the contemporary role of mass media, especially television, and rising allegations of trivialization of the political life it is worth to consider how these opinions are justified. It evokes the question whether we are dealing with a situation in which public debate through the media seems to be based not on rational and logical conclusions, but on the competition, whose participants focus exclusively on creating their own images and pursuing symbolic politics. These trends cause that democracy evolves towards mediocracy, and the nineteenth-century ideologies lose their attraction to the simple message, free of thought.

This phenomenon is considered in this paper in the meme theory context. The theory, introduced by Richard Dawkins, refers to a unit of cultural transmission, and in politics can be interpreted as short, blunt message, image or symbol, catchy enough to take over the imagination of the recipient. It is characterized by aggressive persuasion, apparent ambiguity and it is aimed to falsify the reality. Besides, its emotional assessment excludes any rational debate. It seems interesting, therefore, the trend of contemporary democracy, and question whether the public debate limited to an exchange of simplified, emotional arguments involves the danger of civil society erosion.

**Key words:** meme, democracy, media, politics

## Infekcja wirusem idei

W kontekście rozważań na temat obserwowanych współcześnie tendencji globalizacyjnych, wiele uwagi poświęca się procesom restrukturyzacji i reorganizacji światowej polityki, gospodarki i kultury, w wyniku których wyłania się nowa epoka zwana technokapitalizmem<sup>1</sup>. Konieczność taką niejako wymusza zjawisko ewolucji kulturowej, jako że procesy dynamiki społecznej determinowane są w największym stopniu poprzez bodźce o charakterze kulturowym.

Jego geneza po części związana jest z antropologią społeczną i stworzoną na jej gruncie koncepcją dyfuzji, czyli przejmowania i adaptacji wzorów kulturowych jako zasadniczego mechanizmu przemian. Zgodnie z jej założeniami, relatywnie szybki rozwój kultury ludzkiej jako całości zawdzięczać należy zdolności społeczeństw do zapożyczania elementów od innych kultur i włączania ich w obręb własnej<sup>2</sup>. Wnioskować zatem należy, że odkrycia naukowe i wynalazki spełniają rolę drugorzędną, jako że pierwszoplanowe znaczenie ma zdolność absorbowania osiągnięć już istniejących. Nie należy jednak tego interpretować jako postawy pasywnej, przeciwnie: każdy zapożyczony element innej kultury ulega „przetworzeniu”, dostosowaniu do warunków i potrzeb danego społeczeństwa. Proces dyfuzji bezpośrednio uzależniony jest od stopnia otwartości społeczeństw i zacieśnienia kontaktów międzykulturowych oraz podatności danej kultury na zmianę. Nie bez znaczenia jest też czynnik geograficzny: dyfuzja ma miejsce między społecznościami, które z sobą sąsiadują, a element przejmowany przenosi się od centrum do bardziej od niego odległych społeczności.

Proces adaptacji nowych idei czy rozwiązań określonych problemów ma dość złożony charakter, a jego badacze często stosują porównanie pomiędzy dyfuzją idei a rozprzestrzenianiem się wirusów<sup>3</sup>. Pamiętać jednak należy, że mechanizm, który prowadzi do „infekcji”, przebiega w obydwu przypadkach w sposób odmienny, ma także zupełnie inne podłoże. Infekcję ideą należy interpretować jako fakt kulturowy. Zasadnicze znaczenie ma w tym przypadku refleksja i indywidualna decyzja podejmowana na podstawie własnego osądu, ale także w oparciu o opinie innych, które to czynniki mogą w istotny sposób podwyższyć bądź obniżyć próg jednostkowej „odporności”. W związku z tym nawet najbardziej starannie zaplanowana strategia polityczna czy marketingowa może przynieść trudne do przewidzenia rezultaty.

W odniesieniu do dyfuzji idei ma się do czynienia z jej stopniowym charakterem<sup>4</sup>. Każda z jednostek w obrębie systemu społecznego staje w obliczu

---

<sup>1</sup> D. Kellner, *Globalization and the Postmodern Turn*, [www.gseis.ucla.edu/courses/ed253a/dk/GLOBPM.htm](http://www.gseis.ucla.edu/courses/ed253a/dk/GLOBPM.htm) [05.09.2011].

<sup>2</sup> G. Orr, *Diffusion of Innovations*, by E. Rogers, [www.stanford.edu/class/sympsyst205/Diffusion%20of%20Innovations.htm](http://www.stanford.edu/class/sympsyst205/Diffusion%20of%20Innovations.htm) [08.09.2011].

<sup>3</sup> E. Bandyk, *Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci*, Warszawa 2004, s. 147–148.

<sup>4</sup> G. Orr, *Diffusion of Innovations...*

indywidualnej, obejmującej kilka faz, decyzji dotyczącej adaptacji bądź odrzucenia danego typu innowacji<sup>5</sup>. Jeśli chodzi o społeczny wymiar procesu adaptowania innowacji, również można wyodrębnić tu kilka etapów, wyróżnionych w oparciu o kategorie członków społeczeństwa, którzy przyswajają innowację w różnej kolejności<sup>6</sup>. Najwcześniej nowa idea adaptowana jest przez pionierów (*innovators*), którzy pełnią istotną z punktu widzenia danej społeczności rolę wprowadzania do systemu pochodzącej z zewnątrz innowacji. Wykazują się one znacznym stopniem przedsiębiorczości i skłonnością do ryzyka, przy czym warto zauważyć, że stanowią oni niewielki odsetek populacji, ich liczba kształtuje się w granicach dwu–trzech procent.

Kolejną grupę stanowią tak zwani wczesni naśladowcy (*early adopters*). W przeciwieństwie do pionierów, charakteryzujących się daleko idącym kosmopolityzmem, drugą z wymienionych grup cechuje silniejsza więź ze społecznością lokalną. Upowszechniając daną ideę, korzystają z sieci własnych relacji interpersonalnych, przez co pełnią oni w obrębie tej społeczności funkcję liderów opinii. W dalszej kolejności idea adaptowana jest przez wczesną większość (*early majority*), która stanowi około jedną trzecią populacji, za nimi podąża późna większość (*late majority*), sceptycznie nastawiona do nowatorskich rozwiązań, poddająca się im bardziej pod wpływem presji, aniżeli własnego wewnętrznego przekonania. Najpóźniej nowość przyswojona zostaje przez tak zwanych spóźnialskich (*laggards*), uznawanych za konserwatystów. Ich sposób myślenia wykazuje pewne znamiona zaściankowości, a w wielu wypadkach są to jednostki izolowane w sieci społecznych relacji. Co charakterystyczne, osoby takie akceptują innowację w momencie, kiedy nabiorą przekonania, iż przyniesie im to określone korzyści.

## Mem, czyli replikator ewolucji kulturowej

W rozważania na temat infekcji wirusem idei doskonale wpisuje się koncepcja R. Dawkinsa, który zwraca uwagę na analogie, jakich doszukać się można między ewolucją kulturową a ewolucją w ujęciu genetycznym<sup>7</sup>. Zgodnie z jego przekonaniem, „wszelkie życie ewoluuje na drodze zróżnicowanej przeżywalności replikujących się bytów”<sup>8</sup>. Odwołując się do darwinizmu, Dawkins

<sup>5</sup> Według E. Rogersa, proces ten obejmuje pięć faz: faza wiedzy (*knowledge*): jednostka uświadamia sobie istnienia innowacji i sposobów jej wykorzystania; faza perswazji (*persuasion*): krystalizacji ulega pozytywny lub negatywny stosunek wobec innowacji; faza decyzji (*decision*): jednostka dokonuje wyboru co do adaptacji bądź odrzucenia innowacji; faza implementacji (*implementation*): jednostka czyni z innowacji użytek oraz faza zatwierdzenia (*confirmation*): jednostka dokonuje oceny rezultatów, jakie przyniosła podjęta decyzja. E. Rogers, *Diffusion of Innovations*, [za:] G. Orr, *Diffusion of Innovations*...

<sup>6</sup> *Ibidem*.

<sup>7</sup> R. Dawkins, *Samolubny gen*, Warszawa 2007, s. 242.

<sup>8</sup> *Ibidem*, s. 244.

stwierdza, że teoria ta jest zbyt szeroka, by ograniczać ją do obszaru genetyki. Jak zauważa S. Blackmore, darwinizm w ujęciu uniwersalnym to zasada, zgodnie z którą kluczowe znaczenie zyskuje informacja, a jej przekazywanie, związane z przekształcaniem i selekcją, jest równoznaczne z ewolucją. Taką replikującą się jednostką w ujęciu biologicznym stał się gen, ale w określonych warunkach rolę taką spełniać może inna jednostka. Można zatem przyjąć, że inny rodzaj replikatora stać się może determinantem innego rodzaju ewolucji, mianowicie ewolucji kulturowej<sup>9</sup>.

Według Dawkinsa, nowym rodzaj replikatora, jaki pojawił się na gruncie kultury, stała się jednostka przekazu kulturowego. Jest ona tożsama z jednostką naśladownictwa<sup>10</sup>:

Przykładami memów są melodie, idee, obiegowe zwroty, fasony ubrań, sposoby lepienia garnków lub budowania łuków. Tak, jak geny rozprzestrzeniają się w puli genowej, przeskakując z ciała do ciała za pośrednictwem plemników lub jaj, tak memy propagują się w puli memów, przeskakując z mózgu do mózgu w procesie szeroko rozumianego naśladownictwa. Jeśli naukowiec przeczyta lub usłyszy jakiś dobry pomysł, przekazuje go kolegom i studentom. Wspomina o nim w artykułach i na wykładach. O propagowaniu się nośnej idei można powiedzieć wtedy, gdy przenosi się z mózgu do mózgu<sup>11</sup>.

Jeszcze bardziej dobitnie ideę memu oddaje stwierdzenie cytowanego przez Dawkinsa N. K. Humphreya, który uznaje memy za struktury żywe, nie tylko w ujęciu metaforycznym, ale wręcz dosłownym. Mem porównuje on do umieszczonego w mózgu pasożyta, wykorzystującego ów mózg do rozprzestrzeniania memu w taki sam sposób, w jaki „wirus podporządkowuje sobie aparat genetyczny gospodarza”<sup>12</sup>.

Jako egzemplifikację nośnej idei, która replikuje się według omawianego wzorca, Dawkins przywołuje ideę Boga. Wskazuje, że mechanizm jej replikacji opiera się w dużej mierze na przekazie ustnym i pisanym, wspieranym jednocześnie przez dzieła artystyczne. Autor stawia w tym miejscu pytanie, co decyduje o tym, że idea ta jest tak trwała i stabilna, iż zdolna była ugruntować się w przestrzeni kulturowej na przestrzeni wielu pokoleń. Odpowiedź przynosi niewątpliwie fakt, że tak skonstruowany mem w przemożny sposób oddziałuje na ludzką psychikę. Wartość tego oddziaływania polega na tym, że z jednej strony wielu ludziom dostarcza odpowiedzi na pytania dotyczące sensu ludzkiej egzystencji. Ponadto niesie z sobą także pociechę w trudnych życiowych sytuacjach i stanowi

<sup>9</sup> S. Blackmore, *Memetics Does Provide a Useful Way of Understanding Cultural Evolution*, [w:] F. Ayala, R. Arp, *Contemporary Debates in Philosophy of Biology*, Chichester 2010, s. 255.

<sup>10</sup> R. Dawkins proponuje zastosowanie do niej nazwy *mimem*, jako że określenie to wywodzi się z adekwatnego greckiego rdzenia. Skrótowiec tej nazwy do „mem” podyktowane jest potrzebą stworzenia „kulturowego odpowiednika” dla określenia „gen”. Dodatkowym uzasadnieniem dla zastosowania takiego sformułowania jest, według cytowanego autora, jego bliskie pokrewieństwo znaczeniowe z angielskim *memory*, oznaczającym pamięć oraz francuskim *même* (taki sam). Zob. R. Dawkins, *Samolubny gen...*, s. 244.

<sup>11</sup> *Ibidem*.

<sup>12</sup> *Ibidem*.

swego rodzaju obietnicę naprawienia po śmierci krzywd i niesprawiedliwości życia doczesnego<sup>13</sup>.

Warto w tym zastanowić się, czy wszystkie memy rozumiane jako jednostki kulturowej informacji replikują się w tak samo skuteczny sposób. Proces replikacji memów możliwy jest w drodze wspomnianego już naśladowstwa. Nie wszystkie jednak memy posiadają cechy, dzięki którym w jednakowym czy choćby zbliżonym stopniu będą takiego naśladowstwa przedmiotem. Innymi słowy, podobnie jak w przypadku genów, możemy mówić o istnieniu swego rodzaju naturalnego doboru memów, w rezultacie którego to konkretne cechy memów decydują o ich zdolności przetrwania. Wśród tych cech Dawkins wymienia trzy zasadnicze: długowieczność, płodność oraz wierność kopiowania<sup>14</sup>.

W przypadku memów, jak się wydaje, szczególnie trudno jest mówić o wierności kopiowania. Wynika to z faktu, że przekazywanie idei rzadko odbywa się w identycznej formie, w jakiej dana jednostka się z nią zetknęła. Wpływa na to niewątpliwie wiedza czy doświadczenia odbiorcy, a także jego indywidualna interpretacja, które nawet nieświadomie mogą zostać w ideę „wplecione” podczas przekazywania jej dalej. Uznać więc należy, że memy podlegają nieustannym procesom modyfikacji oraz mutacji, podczas gdy ich zręby pozostają takie same.

W tym kontekście ciekawe wydaje się spostrzeżenie S. Blackmore dotyczące kopiowania się przez memy w drodze naśladowania w opozycji do ich rekonstruowania przez naśladowcę<sup>15</sup>. Cytowany przez wspomnianą autorkę E. Jablonka zauważa zasadność rozróżnienia między reprodukcją a replikacją, co wydaje się podważać znak równości, jaki Dawkins stawia pomiędzy memem a genem. Nieco dalej idzie D. Sperber wskazując, że większość elementów kulturowych jest „re-produkowana” w tym sensie, iż jest przez uczestników wielokrotnie tworzona i przetwarzana. Zbyt dużym uproszczeniem byłoby natomiast twierdzenie, że jest ona „reprodukowana”, co oznaczałoby bezrefleksyjne kopiowanie i powielanie<sup>16</sup>.

Zaprezentowana przez Dawkinsa teoria memu, zdaniem wielu badaczy, nie jest zadowalająca i stanowi zbyt duże uproszczenie, jako że samo istnienie memów cały czas czeka na naukowe udowodnienie<sup>17</sup>. Kolejną wątpliwość budzi fakt, że w odróżnieniu od replikatorów, jakimi są geny, stosunkowo niewiele wiadomo o tym, jak taką funkcję w sferze kultury spełniają memy. Pewne analogie narzucają się w dość oczywisty sposób, aczkolwiek mogą one prowadzić do błędnych wniosków, dlatego należy podchodzić do nich z dużą dozą ostrożności<sup>18</sup>.

<sup>13</sup> *Ibidem*, s. 245.

<sup>14</sup> *Ibidem*, s. 246.

<sup>15</sup> S. Blackmore, *Memetics...*, s. 262.

<sup>16</sup> *Ibidem*, s. 263.

<sup>17</sup> *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*, red. R. A. Aunger, Oxford 2000, s. 7.

<sup>18</sup> S. Blackmore, *Memetics...*, s. 261.

Badacze wprawdzie żywo dyskutują na temat natury memów, podczas gdy brak jest dziś jeszcze jednoznacznej definicji pojęcia czy spójnej terminologii opisującej ich fenomen. Część teoretyków zajmuje dość radykalne stanowisko, zgodnie z którym zasadne byłoby koncentrowanie uwagi na zachowaniach, z pominięciem analizy stanów świadomości łączonych z memami, podczas gdy inni zwracają uwagę na fakt, że dziedzictwo kulturowe w jednoznaczny sposób implikuje istnienie swoistego kulturowego replikatora, a naturalna selekcja może sprzyjać transmisji informacji oraz procesom społecznego uczenia się. Wspomniane niejasności powodują, że najprostszym rozwiązaniem staje się odwołanie do analogii z genem, przy ograniczonych próbach identyfikacji mechanizmów replikacji, selekcji, zmienności czy transmisji w obszarze kulturowym<sup>19</sup>.

Poszczególni badacze analizujący zagadnienie różnią się także w swoich opiniach na temat koncepcji Dawkinsa, uznając ją z jednej strony za użyteczną analogię, a z drugiej – za niewiele znaczącą metaforę<sup>20</sup>. Krytykę w odniesieniu do omawianej koncepcji wywołuje również nadanie przez jej autora kulturze postaci jednostek – krytycy podkreślają bowiem, że kultura tworzy pewien system, na który składa się szereg elementów na tyle z sobą powiązanych, iż wprowadzanie w tym obszarze podziałów zmierzających do ich wyodrębnienia, byłoby nie tylko niepożądane, ale nawet szkodliwe. Co więcej, kultura może być postrzegana jako swoisty kompleks wiedzy, który ma znaczenie wyłącznie jako całość<sup>21</sup>.

Oparcie kultury wyłącznie o konstrukcję w postaci memów mogłoby zatem prowadzić do niepotrzebnej atomizacji myśli i dorobku ludzkości<sup>22</sup>. Z drugiej jednak strony, nowa rzeczywistość wymaga przyjęcia nowych strategii działania i zastosowania nowych narzędzi. Wiąże się to z koniecznością porzucenia ugruntowanych nawyków myślowych i schematów<sup>23</sup>. Część badaczy postrzega rzeczywistość społeczną raczej jako obszar, w którym pewne procesy zachodzą w sposób niezdeterminowany, niepoddający się koordynacji, samorzutnie. Słowo-klucz stanowi tutaj fragmentaryzacja i dekonstrukcja, często tożsama z radykalnie pojmowaną destabilizacją<sup>24</sup>.

Najbardziej jednak poważny zarzut pod adresem koncepcji memu wprowadzić można z jej fundamentalnego założenia dotyczącego replikacji i naśladownictwa. Podważa ono bowiem całkowicie autonomię jednostki ludzkiej, a człowiek zostaje tym samym pozbawiony własnej woli i sprowadzony do kompleksu memów. Zakwestionowana zatem zostaje ludzka kreatywność, a wszystko, co osiągnęła ludzkość, sprowadzić można do zdolności gromadzenia, selekcjonowania, kopiowania i powielania. Obraz jednostki, jaki się wobec tego

<sup>19</sup> *Darwinizing...*, s. 8.

<sup>20</sup> S. Blackmore, *The Meme Machine*, Oxford 1999, s. 33.

<sup>21</sup> *Darwinizing...*, s. 10.

<sup>22</sup> M. Midgley, *Why Memes?*, [w:] *Alas, Poor Darwin*, red. H. Rose, S. Rose, London 2001, s. 67.

<sup>23</sup> S. K. White, *Political Theory and Postmodernism*, Cambridge 1991, s. 23–24.

<sup>24</sup> R. Rorty, *Dekonstrukcja*, [w:] *Filozofia amerykańska dziś*, red. T. Komendziński, A. Szahaj, Toruń 1999, s. 189.

wyłania, jest tożsamy z kompleksem genów i memów, w związku z czym trudno jest mówić o jakiegokolwiek obdarzonej świadomością i niezależnością myślenia osobowości.

### Memy w przekazie politycznym

W świetle poczynionych rozważań interesujące wydaje się pytanie o funkcjonowanie memów jako jednostek kulturowej informacji w obszarze polityki. Budowanie swego rodzaju scenariusza uprawiania polityki w warunkach globalizacji, w większości wypadków bazuje na przekonaniu o zacieraniu się granic tej sfery ludzkiej aktywności<sup>25</sup>. Polityka zatracza swoje centrum i ulega generalizacji, nie jest już głównym polem, na którym zapadają decyzje o kształtowaniu przyszłości społeczeństwa. Wyodrębnieniu ulegają rozmaite obszary subpolityki, wśród których główną rolę odgrywają gospodarka czy nauka.

Funkcja polityki zaczyna sprowadzać się do chronienia, porządkowania, dyskusji i symbolizowania, a zdecydowany akcent pada na jej konserwujące oddziaływanie, polegające na osłanianiu i rozbudowywaniu istniejącego już poziomu społecznych i demokratycznych uprawnień. Nieodłączną jej cechą wydaje się także coraz dalej idąca jej mediatyzacja<sup>26</sup>, szczególnie uwidaczniająca się w trakcie kampanii wyborczych, uznaje się bowiem, że to media stanowią współcześnie istotną przestrzeń uprawiania polityki. Jako jedno z głównych źródeł informacji, stają się podstawowym elementem kształtowania opinii i zachowań politycznych. Nie można sobie przecież wyobrazić sytuacji, w której podmioty takie, jak partie polityczne czy kandydaci do sprawowania urzędów państwowych dystansują się od mediów, świadomie pozbawiając się możliwości docierania w ten sposób do społeczeństwa. Rosnąca popularność nowych technologii w tym obszarze kjarzona jest w dużej mierze z wyłanianiem się alternatywnych wobec środków masowego przekazu źródeł informacji. Ich słabość stanowić może miałki niejednokrotnie charakter czerpanych za ich pośrednictwem treści. Nie da się jednak zaprzeczyć, że specyfika nowych mediów, a zwłaszcza internetu, ogranicza, a wielu wypadkach, ku zaniepokojeniu niektórych rządów, całkowicie eliminuje jakąkolwiek możliwość kontroli przepływu informacji<sup>27</sup>.

Jednocześnie traktowanie mediów jako tak zwanej czwartej władzy nie jest do końca uzasadnione. Należy je raczej postrzegać w kategoriach politycznego pola walki – obszaru, w którym toczy się batalia o władzę. Wiąże się z tym

<sup>25</sup> U. Beck, *Spoleczeństwo ryzyka*, Warszawa 2004, s. 341–343.

<sup>26</sup> Ilustracją dla tak postawionej tezy może być kampania wyborcza, a następnie okres dwu kadencji prezydenta USA, R. Reagana. W przekonaniu niektórych badaczy stanowiły one przykład zatarcia granic pomiędzy aktorstwem a rzeczywistym sprawowaniem urzędu przez tego polityka. Zob. m.in.: M. Balkin, *What is a Postmodern Constitutionalism?*, „Michigan Law Review” 1992, Vol. 90, s. 1970–1971.

<sup>27</sup> M. Castells, *Grassrooting the Space of Flows*, [w:] *Cities in the Telecommunication Age: the Fracturing of Geographies*, red. J. O. Wheeler, Y. Aoyama, B. Warf, New York 2000, s. 22.

zjawisko personalizacji polityki, która zdaniem części badaczy zaczyna przypominać widowisko, jakim jest opera mydlana<sup>28</sup>. Atmosfera skandalu, towarzysząca niektórym przedsięwzięciom przez polityków działaniom, staje się nierzadko ich bronią we współzawodnictwie, które ma miejsce w obszarze polityki epoki informacyjnej. Akcent, jaki pada na rolę mediów we współczesnym społeczeństwie wiązać należy przede wszystkim z rozpatrywaniem pojęcia kultury w kategoriach systemu komunikacji. Przyjmując takie założenie, zgodzić się wypada, iż współczesne społeczeństwo w coraz większym stopniu wydaje się koncentrować wokół procesów związanych z produkcją, dystrybucją i manipulowaniem symbolami, a granica pomiędzy światem realnym i symbolicznym przestaje istnieć<sup>29</sup>.

W kontekście stawianych mediom masowym, a w szczególności telewizji, coraz powszechniejszych zarzutów trywializacji i emocjonalizacji życia politycznego warto zastanowić się, na ile opinie te są uzasadnione. W rozwoju komunikacji politycznej w systemach demokratycznych okresu powojennego dokonąć można rozróżnienia kilku wyraźnych faz<sup>30</sup>. W pierwszym z nich kształtowana ona była w warunkach stabilnego systemu politycznych instytucji i przekonań, przy czym proces komunikacji politycznej w zasadzie zdominowany był przez partie polityczne i ich liderów, co w pewien sposób determinowało również rolę środków masowego przekazu.

Na kolejny okres decydujący wpływ wywarł zwiększający się stopień mobilności elektoratu i profesjonalizacji działalności partii politycznych, które jednocześnie zaczęły dostosowywać swój przekaz do warunków determinowanych przez medium, jakim stała się dysponująca określoną liczbą kanałów telewizja. Medium to, dzięki stopniowo zwiększającej się dostępności, oglądalności i atrakcyjnej formie prezentacji, stało się dla polityków i kandydatów na najwyższe urzędy instrumentem ułatwiającym dotarcie do szerokich grup odbiorców. Oddziaływanie na nich za pośrednictwem zróżnicowanych form przekazu wizualnego i dźwiękowego w celu promowania swojej osoby okazało się na tyle efektywne, że we wszystkich rozwiniętych państwach demokratycznych telewizja zyskała status najważniejszego medium komunikowania politycznego<sup>31</sup>. O takim sposobie postrzegania jej roli przesądziło nie tyle traktowanie jej jako podstawowego źródła informacji o aktualnych wydarzeniach<sup>32</sup>, ale fakt, że medium to zaczęło w znacznym stopniu wydarzenia te kreować.

<sup>28</sup> M. Castells, *Materials for an Exploratory Theory of the Network Society*, „British Journal of Sociology” 2000, Vol. 51, No. 1, s. 5–9.

<sup>29</sup> M. Castells, *The Rise of the Network Society*, Malden MA 2004, s. 403.

<sup>30</sup> J. G. Blumler, D. Kavanagh, *The Third Age of Political Communication: Influence and Features*, „Political Communication” 1999, Vol. 16, No. 3, s. 209.

<sup>31</sup> *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, red. D. L. Swanson, P. Mancini, Westport CT 1996, s. 251–252.

<sup>32</sup> Wykorzystywanie łączności satelitarnych umożliwiło przyspieszenie i usprawnienie przepływu informacji, dzięki czemu przekaz zaczął być realizowany w sposób bezpośredni, „na żywo”, niezależnie od dystansu dzielącego nadawcę i odbiorcę komunikatu. Sieci kablowe z kolei stały się narzędziem segmentacji rynku, ułatwiając specjalizację w nadawaniu komunikatów poprzez kierowanie ich do zawężonego grona adresatów.



Okres trzeci, jakkolwiek wciąż pozostaje w fazie wstępnej, kształtowany jest przez kilka wyraźnych trendów, które przesądzać mają o istotnej jakościowej różnicy pomiędzy współczesnymi a poprzedzającymi je formami politycznej komunikacji. Zauważyć przy tym należy, że przejawia się to nie tylko w stosowaniu coraz bardziej zróżnicowanych i złożonych narzędzi politycznej komunikacji. Przypisywana ponowoczesności płynność i fragmentaryzacja zjawisk i struktur społecznych, wiąże się z rozszerzeniem spektrum podmiotów będących zarówno nadawcami, jak i odbiorcami treści o charakterze politycznym, przy czym w tak pojmowanych warunkach zacierać zaczyna się granica pomiędzy komunikatami, które uznać można za polityczne, a tymi, które takiego wymiaru są pozbawione. Tak więc polityczny charakter aktu komunikacji wydaje się w pewnej mierze determinowany w sposób subiektywny i intuicyjny. Zjawisku temu towarzyszy wzmiankowane już postrzeganie polityki w sposób instrumentalny, z punktu widzenia możliwych do uzyskania profitów, co czyni obywateli konsumentami a nie „wyznawcami” określonych poglądów politycznych, natomiast polityków zmusza do większego wysiłku w celu utrzymania społecznego zainteresowania i poparcia. Wśród determinantów współczesnej komunikacji politycznej wymienia się również zjawisko sekularyzacji polityki, traktowanej wcześniej jako swista sfera sacrum. Ilustracją tego staje się obniżenie statusu osób parających się na co dzień działalnością polityczną i relatywnie niski poziom społecznego zaufania z tym związany oraz rosnący wpływ na procesy decyzyjne formowanych w mniej lub bardziej doraźny sposób grup interesu.

Konstatacji tej towarzyszy często zarzut, że za sprawą mediów debata publiczna upodabnia się do rywalizacji nie na racjonalne argumenty i logiczne wnioski, ale do konkursu, którego uczestnicy koncentrują się wyłącznie na kreowaniu własnego wizerunku i uprawianiu polityki symbolicznej. Tezę tę potwierdzać może przekonanie N. Postmana o postępującym wyjałowieniu kultury politycznej, w konsekwencji którego „zabawimy się na śmierć”. Podporządkowanie działalności politycznej wymogom telewizyjnego widowiska i zastąpienie demokracji partyjnej regułami public relations stanowi efekt swoistej kolonizacji polityki przez system medialny. Tendencje te sprawiają, że demokracja ewoluuje w kierunku mediokracji, czego przejawem jest fakt, iż XIX-wieczne ideologie tracą swoją siłę przyciągania na rzecz prostego, niewymagającego głębszej refleksji przekazu. Polityka w swojej konwencjonalnej formie, koncentrująca się wokół rządów czy wyborów, traci na znaczeniu, jej miejsce zajmuje polityka w ujęciu ponowoczesnym, określana często mianem polityki stylu życia.

A zatem mem interpretowany jako krótki, dosadny komunikat, obraz bądź symbol, na tyle chwytliwy, by opanować wyobraźnię odbiorcy, znakomicie odpowiada przywołanym zabiegom, jakim zdają się hołdować współcześnie politycy. Dominujące znaczenie zyskuje bowiem atrakcyjny wizerunek oraz operowanie odpowiednim zestawem haseł i symboli, co przydaje współczesnemu dyskursowi politycznemu znamion powierzchowności i wywołuje wrażenie przewagi

formy nad rzeczywistą treścią. Dyskurs ten w coraz większym stopniu cechuje jednocześnie agresywna perswazja, pozorna wieloznaczność i dążenie do zafałszowania rzeczywistości, a jednocześnie emocjonalny charakter, wykluczający jakąkolwiek racjonalną debatę.

Wydaje się, że tego rodzaju przesunięcie akcentów w sferze polityki, jakie współcześnie można zaobserwować, nie byłoby możliwe, gdyby nie istniejące społeczne przyzwolenie czy wręcz zapotrzebowanie. W obrębie relacji wiążących jednostkę z państwem coraz bardziej wyraża się bowiem postawa konsumenta, oczekującego od rządzących bezpośrednich profitów, a w mniejszym stopniu nastawionego na zaspokojenie potrzeb zbiorowości, której jest członkiem. Konsekwencją tego stanu rzeczy staje się pojmowanie państwa w kategoriach supermarketu, dostarczającego dóbr i usług pożądaných przez konsumentów i użytkowników<sup>33</sup>. Oparte na logice rynku stosunki pomiędzy jednostką a jego politycznymi przedstawicielami, przy jednoczesnym osłabieniu identyfikacji z partiami politycznymi i państwem jako takim, nie mogły pozostać bez wpływu na formę i treść, jaką współcześnie przybiera polityczny przekaz. Wykazująca daleko idącą autonomię sfera dziennikarstwa i publicystyki politycznej również w coraz większym stopniu poddawana jest wymogom rynku, co również wpływa na formę i jakość współczesnej komunikacji politycznej.

Równolegle, na co zwraca uwagę wielu autorów, wśród elit politycznych coraz powszechniej stosowaną formą politycznej komunikacji staje się permanentna kampania skoncentrowana wokół lidera, którym najczęściej jest partyjny przywódca. Elementem tego rodzaju kampanii stają się rutynowe działania takie, jak zjazdy członków partii, spotkania jej kierownictwa, konferencje prasowe czy publiczne wystąpienia prominentnych jej członków. Wydarzeniom tym przydawana jest określona oprawa, co czyni je przedmiotem szczególnego zainteresowania mediów, a w konsekwencji przyciąga uwagę masowego odbiorcy. Tego rodzaju inicjatywy zyskują często miano kampanii bez kandydatów<sup>34</sup>.

Kolejnym wyznacznikiem ponowoczesnego charakteru politycznej komunikacji staje się ten sposób strategia, polegająca na centralizacji organizacji politycznej i eksponowaniu osoby przywódcy, co wiąże się z tworzeniem krótkich linii komunikacji umożliwiających bezpośredni dostęp do niego przedstawicielom mediów. Za przejaw wspomnianej centralizacji w obrębie komunikacji politycznej uznać natomiast można powoływanie specjalnych zespołów czy sekretarzy prasowych koordynujących czy też inicjujących kontakty z mediami<sup>35</sup>.

<sup>33</sup> W. L. Bennet, *Branded Political Communication: Lifestyle Politics, Logo Campaigns and the Rise of Global Citizenship* [w:] *Politics, Products and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*, red. M. Micheletti, A. Føllesdal, D. Stolle, New Brunswick NJ 2004, s. 103.

<sup>34</sup> M. Clark, *Selling Issues*, „Campaign and Elections” 1993, No. 14, Vol. 1, s. 26.

<sup>35</sup> Przykładu tego rodzaju działań dostarcza przeprowadzenie przez premiera T. Blaira daleko idących reform w funkcjonowaniu brytyjskich Rządowych Służb Informacyjnych (United Kingdom Government Information Service), których celem było ułatwienie kontaktów z mediami. Powołano także do życia rządową komórkę do spraw komunikowania (Strategic Communication Unit), skupiającą dziennikarzy oraz urzędników odpowiedzialnych za politykę informacyjną i komunikacyjną rządu.

Ma to w dużej mierze związek z relatywnie częstym sięganiem przez polityczne elity po instrument w postaci kampanii negatywnych, wymierzonych przeciwko politycznym konkurentom. Z drugiej strony pamiętać jednak należy, że specyfika konkretnego środka komunikacji politycznej narzucać może w tej dziedzinie istotne ograniczenia. Telewizyjne bądź radiowe serwisy informacyjne czy łamy poczytnych dzienników okazać się mogą mniej przydatne w rozpowszechnianiu ich przesłania, zwłaszcza jeżeli ma ono kontrowersyjny charakter bądź radykalny wydźwięk.

Z tego też względu nie powinien zaskakiwać fakt, że zarówno politycy, jak i ich doradcy zaczynają poszukiwać bardziej bezpośrednich form dotarcia do potencjalnego wyborcy. Wykorzystanie zatem w tym celu reklamy czy udział w programach rozrywkowych mogą okazać się nader skutecznymi instrumentami, służącymi przyciągnięciu uwagi opinii publicznej. Mimo stosowania tych nieco mniej konwencjonalnych zabiegów, działalność rządzących tudzież opozycji pozostaje nadal elementem polityczno-medialnego kompleksu<sup>36</sup>. Rodzić to może niebezpieczeństwo podporządkowania życia publicznego mechanizmom toczącej się permanentnie kampanii oraz presji ze strony środków masowego przekazu.

### **Memetyzacja polityki a jakość debaty publicznej**

Koncepcja „memetyzacji” niewątpliwie stanowi interesującą próbę odpowiedzi na pytanie o mechanizmy rozprzestrzeniania się idei czy dyfuzji innowacji. Wpisuje się także w ponowoczesne realia przekazu politycznego, którego fragmentaryzacja, estetyzacja oraz nastawienie na osiągnięcie jak najwyższych wyników w sondażach politycznego poparcia, nie pozostawi ani miejsca, ani czasu na namysł i deliberację, które towarzyszyć powinny podejmowaniu decyzji politycznych, zarówno po stronie rządzących, jak i wyborców.

Interesujący wydaje się zatem kierunek, w jakim zmierza współczesna demokracja oraz to, czy zawężenie debaty publicznej do wymiany uproszczonych, zabarwionych emocjonalnie argumentów nie niesie z sobą niebezpieczeństwa erozji społeczeństwa obywatelskiego. Zauważany we współczesnych społeczeństwach problem malejącego zainteresowania obywateli sferą publiczną i tendencja do zanikania tradycyjnie pojmowanej partycypacji w życiu politycznym budzą uzasadnione zaniepokojenie. Warto być może zwrócić jednak uwagę, że w obliczu globalizacji, w „nowym” społeczeństwie, określanym często mianem społeczeństwa informacji czy wiedzy, połączonym gęstniejącą siecią wzajemnych zależności, tworzą się nowe formy interakcji i więzi. Uzasadnione więc może okazać się poszukiwanie odpowiadających zmieniającym się warunkom form uprawiania polityki i sposobów angażowania się w nią obywateli.

---

<sup>36</sup> *Politics, Products and Markets...*, s. 252.

