

Janusz Golinowski:

Wymiary ekspozycji debat politycznych w mediach

W refleksji teoretycznej nad problemem legitymizacji wzorów demokratycznego społeczeństwa nie sposób pominąć rosnącego wpływu środków masowej komunikacji. Najbardziej efektywnymi i ekonomicznymi środkami komunikowania są prasa, radio, telewizja, czyli mass media¹. Mają one ogromne znaczenie w kreowaniu obrazu demokracji i znacząco wpływają na kształtowanie opinii odbiorców. Przyznanie mediom funkcji kanałów emitujących przekazy polityczne – apele, dyskusje, oświadczenia polityków, ale także komentarz dziennikarski, stawia je niejako w „samym sercu”

procesów socjalizacyjnych i edukacyjnych.

Współczesne media – a szczególnie telewizję – należy postrzegać jako technicznego aranżera procesu politycznego, bowiem stanowi ona najbardziej wyraziste i powszechnie dostępne forum komunikacji politycznej². Ze względu na kreatywny wymiar działania telewizja w istotny sposób modyfikuje model dyskursu politycznego, stając się głównym kanałem komunikacyjnym pomiędzy politykami i społeczeństwem. Poprzez stosowanie nowoczesnych technik informacyjnych możemy bardziej aktywnie **urzeczywistniać mo-**

¹ Zob. T. G o b a n - K l a s: *Public relations, czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania*. Warszawa 1997, s. 136. Obszerną charakterystykę mass mediów zamieścił w *Encyklopedii marketingu* też T. Sztucki, do których zalicza: gazety, czasopisma, radio, telewizję, Internet, środki reklamy zewnętrznej i pocztowej. Zob. T. S z t u c k i: *Encyklopedia marketingu*. Warszawa 1998, s. 58.

² Hipotetycznie można założyć, że najbardziej popularnym środkiem masowego przekazu jest telewizja ze względu na szeroki zasięg i liczebność odbiorców oraz możliwość łączenia efektów obrazu, dźwięku, tekstu, koloru i ruchu pobudzających zbiorową wyobraźnię i emocje, wywierające – tym samym – istotny wpływ na postrzeganie i rozumienie zjawisk i procesów politycznych.

del partycypacji obywateli w życiu publicznym³, tworzący przesłanki do artykulacji interesów społecznych zarówno w wymiarze jednostkowym, jak i zbiorowym. Proces artykulacji interesów jednostkowych i grupowych daje podstawy do kreowania zagregowanego modelu oczekiwań społecznych, wskazując jednocześnie na możliwości ich realizacji. Stanowi zatem warunek *sine qua non* pełnego realizowania zasad de-

mokracji. Uczestnictwo polityczne, rozumiane jako proces wymiany informacji, tworzy przesłanki do prowadzenia dialogu o potrzebach i interesach poszczególnych grup społecznych i zawierania kompromisu. To właśnie za pośrednictwem interaktywnych mediów realnych wymiarów nabiera możliwość dyskursu publicznego, a tym samym pełniejszego uczestnictwa obywateli w życiu społecznym⁴.

³ Krytykując praktykę i teorię liberalnej demokracji, przedstawiciele komunitarianizmu (nurtu w amerykańskiej filozofii politycznej powstałego w latach 80., związanego m.in. z nazwiskami M. Walzera, B. Barbera, M. Sandela czy A. MacIntyre'a) wskazywali na ograniczenia liberalizmu w warstwie politycznej, moralnej i filozoficznej. Podkreślali oni, że w warstwie politycznej – indywidualizm liberalnej demokracji „rozmywa” cnoty obywatelskie, co przekłada się na brak zainteresowania sprawami publicznymi i dbałości o wspólne dobro. W warstwie moralnej – liberalny indywidualizm pozbawia nas zakorzenienia w grupach, wspólnotach i społecznościach (w rodzinie, wspólnocie religijnej, społeczności obywateli), które konstytuują nasze tożsamości. W warstwie filozoficznej – liberalizm oferuje uniwersalne zasady moralne, które są zbyt abstrakcyjne, by służyć moralnemu życiu. Liberalizm nie jest w stanie ukonstytuować społeczności wyposażonej w podzielany przez jej członków horyzont moralny. Kładąc nacisk na potrzebę wzajemnej moderacji stosunków jednostka – społeczeństwo obywatelskie – państwo, twórcy analizowanych koncepcji eksponują wartość aktywnego zaangażowania obywateli w proces samorządzenia się, który umożliwi realizację zasad demokracji poprzez nie tylko rządy „dla ludzi”, bo te zapewnią demokracja przedstawicielska, ale rządy „przez ludzi”. Na temat komunitarianizmu zob. *Encyclopedia of Democracy*. T. 1. Red. S. Lipsset. London 1995, s. 277–281.

⁴ Zob. F. Arterton: *Political Participation and Teledemocracy*. "Political Science and Politics" 1988, vol. 21, nr 3, s. 620–628. Zwolennicy koncepcji, opierającej się na wykorzystaniu interaktywnych mediów w debacie publicznej, proponują formę demokracji bezpośredniej, która – dzięki współczesnym technologiom telekomunikacyjnym – umożliwi podjęcie dyskusji i głosowanie przez miliony obywateli. Można sobie wyobrazić, że każde gospodarstwo domowe zostałoby wyposażone w urządzenie pozwalające na głosowanie projektów legislacyjnych zarówno w sprawach krajowych, jak i lokalnych. Komputer centralny rejestrowałby głosy. Powszechne głosowania mogłyby odbywać się nawet częściej, a prostota i łatwość głosowania w domu zwiększyłyby poziom społecznej partycypacji. Takie pomysły wywołują krytykę – czy wyborcy są dostatecznie kompetentni, by podejmować decyzje legislacyjne? Zwolennicy teledemokracji odpowiadają na to, że każdy będzie mógł przywołać na swój ekran informacje, które pomogą mu podjąć decyzję. Ponadto zwracają oni uwagę, że poprzez system poczty elektronicznej i telekonferencji porozumiewanie się głosujących i zadawanie pytań umożliwi uczestniczenie w dyskusji. Technologia telekomunikacyjna pozwala zatem do pewnego stopnia imitować debaty, które toczyłyby się w trakcie bezpośredniego zgromadzenia w parlamencie.

Charakteryzując istotę dyskursu publicznego, możemy powiedzieć, że jest to całokształt zachowań komunikacyjnych na forum publicznym. W zakres tak rozumianego dyskursu wchodzi dyskurs polityczny, prowadzony przez polityków, dziennikarzy, ekspertów, autorytety moralne czy ludzi biznesu. Ujmując lapidarnie, **dyskurs polityczny można zdefiniować jako debatę nad wykorzystaniem zbiorowych zasobów, kwestią oficjalnej władzy (komu zostaną powierzone uprawnienia do podejmowania legalnych ustawodawczych i wykonawczych decyzji) oraz oficjalnych sankcji (co państwo ma nagradzać, a co karać)**⁵. Dyskurs polityczny staje się narzędziem godzenia sprzecznych interesów – bowiem ingeruje w życie narodu, państwa czy wspólnoty lokalnej. Toruje on drogę ewentualnemu kompromisowi, doprowadzając argumenty i opinie różnych grup do powszechnej świadomości, wpływa zatem na kształtowanie się postaw obywatelskiego zaangażowania i poszukiwania konsensusu w sprawach kluczowych. Równocześnie jest mową zwalczających się frakcji, w której na

pierwszy plan wysuwa się przeciwstawienie „przyjaciół-wróg”⁶. Ekspozując podmiotowy wymiar dyskursu politycznego, możemy wskazać na jego trzy zasadnicze funkcje.

Funkcję strażnika, który prowadzi obserwację zjawisk i procesów politycznych w celu rozpoznania zachodzących zmian. Poprzez stałą obserwację i analizę otoczenia społecznego oraz politycznego można określić czynniki zagrażające lub sprzyjające realizacji wartości uznawanych przez społeczeństwo. Na marginesie warto wspomnieć, że Internet oprócz niewątpliwie funkcji edukacyjnych, może realizować formy swoistego „prania mózgu”⁷.

Funkcję decydenta, który określa decyzje polityczne, co do kierunków działania władzy, preferencji społecznych czy sposobów realizacji wartości politycznych. Jest więc czynnikiem poprawiającym współdziałanie poszczególnych części składowych społeczeństwa. Należy podkreślić, że społeczna dyskusja nad kluczowymi zagadnieniami państwa stanowi imperatyw demokratycznego funkcjonowania władzy oraz relacji pomiędzy rządzącymi a rządzonymi.

⁵ Zob. R. D e n t o n, J. W o o d w a r d: *Jak zdefiniować komunikację polityczną?* W: *Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki*. Red. J. S z c z u p a - c z y Ń s k i. Warszawa 1998, s. 202.

⁶ Ibidem.

⁷ Zob. T. W i t k o w s k i: *Psychomanipulacje*. Warszawa 2000, s. 212–216. Przykładowo, różnego rodzaju grupy satanistyczne umieszczają na stronach internetowych, najczęściej portali niewiadomego pochodzenia, cały instruktaż postępowania łącznie z samounicestwieniem. Osoby młode, w poszukiwaniu inności i niepowtarzalności doznawanych wrażeń, niejednokrotnie korzystają ze wskazówek wirtualnych zabójców.

Funkcję nauczyciela, który prowadzi socjalizację nowych członków społeczeństwa, dzięki czemu starsze pokolenie może przekazać im własne wartości i wzory postępowania. Kształtowanie pożądaných postaw politycznych leży w żywotnym interesie zarówno rządzących, jak i całego społeczeństwa. W tej funkcji dyskurs polityczny umożliwia transmisję dziedzictwa historycznego, społecznego i kulturowego dla przyszłych pokoleń.

Doceniając powyższe walory, nie sposób pominąć jego znaczenia we współczesnej demokracji, zwłaszcza że nowoczesne środki medialne stwarzają potencjalną możliwość dotarcia do szerokiej rzeszy społeczeństwa. Zastosowanie technik informacyjnych skraca dystans społeczeństwa wobec władzy. Rewolucja informacyjna wpływa zarówno na proces podejmowania decyzji, bowiem decydenci mają nieporównywalnie więcej informacji o złożonych procesach życia społeczno-politycznego i gospodarczego, a także na sposób komunikowania się obywatela z władzą.

Pozostaje jednak problem skuteczności wykorzystania środków masowej ko-

munikacji do procesu demokratyzacji społeczeństwa oraz problem ich wpływu na edukację obywateli. Tutaj jednak pojawia się wiele kontrowersji dotyczących wykorzystania mass mediów w skutecznym egzekwowaniu fundamentalnych zasad i praw demokracji. Wspomniane kontrowersje wpisują się w spór, co do **istoty, tendencji i perspektyw społeczeństwa informacyjnego**. Przedstawiciele różnych dyscyplin naukowych, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom społecznym, próbują przedstawiać korzyści i koszty wynikające z konsekwencji postępu technicznego, co nie oznacza, że istnieje tu powszechna zgoda. Niewątpliwie, wraz z rozwojem nowoczesnych form komunikacji medialnej, wiara w technikę przyjmuje postać nieomal materialistycznej religii, wynikającej z przekonania o deterministycznym charakterze wpływu mediów⁸. „Mamy tutaj do czynienia [powiada Ulrich Beck – J. G.] ze wszystkimi cechami wiary religijnej do czegoś nieznanego, niewidocznego, nienamacalnego. [...] Wiara w postęp jest zaufaniem nowoczesności we własną siłę tworzenia, którą stała się technika.”⁹

⁸ Stworzona w latach 60. koncepcja deterministycznego charakteru wpływu mediów McLuhana podkreślała, że nie można w badaniach ograniczyć się do treści przekazywanej *explicite*, a należy ją rozszerzyć o same media, czyli o narzędzie, które staje się treścią i oddziałuje na nas w sposób niejawni. Powszechnie krytykowane podejście zyskuje na znaczeniu w latach 90. W 1994 r. po 30 latach książkę McLuhana wydano ponownie ze wstępem L. Laphama, usprawiedliwiającym jej aktualizację. Czytamy tam, że to, co powiedział McLuhan w 1964 r. nabrało sensu wraz z pojawieniem się nowych technologii, takich jak poczta elektroniczna, Internet i MTV. Zob. L. L a p h a m: *Introduction*. W: M. M c L u h a n: *Understanding Media. The Extention of Man*. Boston 1994, s. 3–5.

⁹ U. B e c k: *Spoleczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Warszawa 2002, s. 318.

Uwzględniając kontekst szybko postępujących zmian technologicznych, podążamy w kierunku **teledemokracji rozumianej jako interaktywne komunikowanie się poszczególnych segmentów władzy i społeczeństwa w sprawach politycznych, wspomaganych elektronicznie**¹⁰. Agory publiczne przestają spełniać swoją podstawową rolę w rozstrzyganiu kwestii społecznych, ustępują miejsca nowoczesności, a w tym nowoczesnym formom komunikacji społecznej. Agory publiczne coraz bardziej są zastępowane przez domowe „centra odbioru informacji”¹¹. Medietyzacja polityki staje się nieodłącznym elementem życia publicznego. Jest to proces przekształcania sfery publicznej, w którym główny aktor, tzn. środki masowego przekazu, stają się podstawowym elementem relacji politycznych¹². Nasuwa się jednak pytanie, czy rozwój teledemokracji zmierza do sytuacji, w której społeczeństwa będą bardziej inteligentne, czy tylko bardziej inteligentnie rządzone?

Podstawowym problemem demokracji w dobie multimediiów jest rozdźwięk pomiędzy aktywnym uczestnictwem obywateli w życiu publicznym na różnych

poziomach, począwszy od lokalnego do ogólnonarodowego przy jednoczesnym, świadomym wyborze programów politycznych a pewną formą nieświadomego uczestnictwa w spektaklu, jakiego dostarcza polityka i w jaki się przekształca, czyli do „konsumpcji polityki”. W powyższe sprzeczności wpisuje się program pobudzania i aktywizacji uczestnictwa obywateli w życiu publicznym. Sprawy publiczne są własnością wszystkich, toteż tak rozumiane uczestnictwo oznacza, że każdy ma prawo nie tyle do polityki jako spektaklu, ile do informacji, co nakłada na podmioty publiczne obowiązki w zakresie sprawiedliwej dystrybucji wiedzy społecznej i informacji. Pojawia się zatem problem statusu przedmiotowego i kierunków rozwoju teledemokracji.

W interpretacjach opierających się na stanowiskach **optymistycznych** teledemokracja oznacza sposób urzeczywistniania się idei demokracji uczestniczącej. Warunkiem rozwoju demokracji jest konieczność stałej konwersacji, otwartej argumentacji i debaty, w której dokonuje się formowanie opinii publicznej. W sferze publicznej¹³,

¹⁰ Zob. T. B e c k e r: *Teledemocracy. Bringing Power Back to People*. "The Futurist" 1981, vol. 15, nr 3, s. 6–9.

¹¹ Zob. R. R o t y: *Movements and Campaigns*. Dissent 1995, s. 55–57.

¹² Zob. B. D o b e k - O s t r o w s k a, R. W i s z n i o w s k i: *Teoria komunikowania publicznego i politycznego*. Wrocław 2001, s. 127–129.

¹³ Postulatywny charakter koncepcji sfery publicznej, stworzony przez J. Habermasa, pokazuje mechanizmy powstawania debaty publicznej i jej znaczenie dla społeczeństwa obywatelskiego. Powyższe kwestie m.in. zaważyły na jej popularności i zastosowaniu do analizy przemian w mediach. Koncepcja sfery publicznej została rozwinięta w teorii działania komunikacyjnego. Zob. J. H a b e r m a s: *Teoria działania komunikacyjnego*. Warszawa 1999.

wspieranej przez środki masowej komunikacji, trwa dialog społeczny umożliwiający praktycznie wszystkim zainteresowanym obywatelom wyrażanie swoich stanowisk i opinii. W przestrzeni publicznej, gdzie powstają i działają instytucje społeczeństwa obywatelskiego, następuje przygotowanie aktorów politycznych i jednocześnie kontrola – poprzez dyskurs publiczny – instytucji politycznych. Warunkiem funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego jest utrzymanie stałego procesu dyskusji¹⁴.

Miejscem tej dyskusji i jednocześnie instytucją społeczeństwa obywatelskiego, ze względu na znaczenie mediów elektronicznych dla współczesnej demokracji, powinny być media publiczne. Media publiczne – w założeniu – mają możliwość stać się klasycznymi instytucjami pośredniczącymi między państwem a obywatelami. Ich kreatywny wymiar oddziaływania winien przejawiać się pod postacią mobilizacji obywateli, pozyskiwania ich i angażowania do działalności związanej ze sprawowaniem władzy. W trakcie debat publicznych władze informują o swoich zamiarach, a obywatele wyrażają swoje opinie. Jest

to niemal forma demokracji bezpośredniej. W proponowanym ujęciu teledemokracja sprzyja rozwojowi świadomego i zaangażowanego politycznie społeczeństwa. Dzięki temu podnosi się poziom efektywności procesu politycznego, począwszy od definiowania problemów i określania możliwości ich rozwiązania, poprzez implementację decyzji, aż po kontrolę jej wdrażania.

Potrzebę ewolucji współczesnych systemów politycznych w kierunku demokracji uczestniczącej uzasadnia konieczność stworzenia równych szans startu i samorealizacji jednostek w procesie politycznym. Uczestnictwo polityczne nie ogranicza się tylko do dysponowania własnym głosem w wyborach¹⁵. Jest ono nieustającą debatą publiczną, umożliwiającą wyznaczanie priorytetów decyzyjnych, wzajemne poznawanie partnerów i ich interesów, zachowanie autonomii grupowej oraz kreowanie wspólnoty obywateli w jej trzech wymiarach: interesów publicznych, wspólnego dobra i aktywności obywateli¹⁶. Tworzenie wspólnoty obywatelskiej staje się tutaj podstawowym przesłaniem debaty publicznej.

¹⁴ B. Barber dowodząc, że żadna teoria obywatelska nie może zrodzić się z dogmatów liberalizmu politycznego jako antidotum na słabości liberalnej demokracji, proponuje własny model „silnej demokracji”, opartej na powszechnej i bezpośredniej partycypacji różnych form aktywizacji obywateli w życiu społecznym i publicznym oraz na szerokiej dyskusji publicznej. Zob. B. B a r b e r: *Strong Democracy. Participatory Politics for a New Age*. Berkeley 1984, s. 151 i nast.

¹⁵ B. Barber wprowadza określenie demokracji prewencyjnej, rozumianej jako narzędzie obywatelskiego zaangażowania poprzez udział w debacie, jednocześnie najskuteczniejszego sposobu obrony demokracji. Zob. *Rozmowa z B. Barberem*. „Polityka” 2003, nr 16, s. 42–45.

¹⁶ Zob. B. B a r b e r: *Strong Democracy. Participatory Politics for a New Age...*, s. 178.

Wzrost liczby różnorodnych instytucji i organizacji społecznych implikuje nasilenie się współzawodnictwa interesów politycznych, przekładających się na pluralizm praw i wolności obywatelskich. W tym kontekście media publiczne mają możliwość budowania wspólnej płaszczyzny porozumienia różnych grup społecznych oraz traktowania odbiorców jak obywateli, a nie jak konsumentów¹⁷. Argumentem w obronie mediów publicznych jest twierdzenie, że deregulacja systemów medialnych stanowi zagrożenie dla instytucji demokratycznego obywatelstwa, ponieważ oddaje kontrolę nad informacją w ręce międzynarodowych korporacji. W konsekwencji taka tendencja może doprowadzić do erozji jakości powszechnej usługi, jaką jest publiczne medium, do której dostęp mają wszyscy¹⁸. Niektórzy ze znawców problematyki medialnej postulują rozwój publicznie finansowanego, samoorganizującego się społeczeństwa obywatelskiego, które nie jest zdominowane przez produkcję i wymianę towarów. Publiczny model środków przekazu wymaga postkapitalistycznego społeczeństwa obywatelskiego, którego istnienie byłoby gwarantowane demokratycznymi instytucjami państwowymi. Według Keane'a maksymalna, możliwa do przeprowadzenia

dekomercjalizacja środków masowego przekazu w życiu społeczeństwa obywatelskiego jest kluczowym warunkiem uwolnienia mediów od cenzury państwowej i rynkowej¹⁹.

Problem ten nabiera szczególnego znaczenia w młodych demokracjach, gdzie mocno eksponowana kultura masowa bardziej odpowiada potrzebom biernej publiczności. Nie sprzyja to krytycznej refleksji nad kondycją władzy politycznej czy proponowanych przez nią kierunkach reform. Media publiczne powinny ułatwiać możliwość udziału w dyskursie politycznym, nie mogą być zatem zdominowane ani w treści, ani w strukturze zarządzania przez korporacje medialne czy partie polityczne. Specyfiką tego modelu rozwiązań, postulującego kreatywny udział mediów publicznych w systemie demokratycznym, jest założenie podkreślające konieczność pełnego lub chociażby większociowego uczestnictwa obywateli w życiu społecznym i politycznym.

W stanowiskach opartych bardziej na przesłankach **realistycznych** tysiące e-mailów czy faksów wysyłanych przez obywateli w trakcie trwania debaty publicznej pod adresem rządzących, nie czynią tych ostatnich bardziej intencjonalnymi w swojej działalności politycznej. Jak sugeruje Jürgen Habermas,

¹⁷ Zob. N. Stevenson: *Understanding Media Cultures. Social Theory and Mass Communication* Sage. London 1997, s. 63.

¹⁸ Ibidem, s. 62.

¹⁹ Zob. J. Keane: *Media a demokracja*. Londyn 1992, s. 105–106.

początkowe stadium rozwoju rynku sprzyjało powstaniu sfery publicznej, czyli areny społecznej niezależnej od rządu i cieszącej się autonomią wobec potężnych korporacji ekonomicznych. Obecnie mamy do czynienia z „refeudalizacją” sfery publicznej, gdzie same media stają się wielkimi korporacjami lansującymi komercję, rozrywkę i nowoczesną manipulację propagandową²⁰. Koncentracja rynku medialnego²¹ nadaje samej sferze publicznej wymiary fasadowości. Mamy raczej do czynienia z „konsumowaniem polityki” aniżeli aktywnym w niej uczestnictwem statystycznego obywatela. Teledemokracja nie tyle zwiększa szanse demokracji bezpośredniej, ile bardziej programuje zachowania obywateli.

Polityka medialna powoduje transformację organizacji politycznych. Znaczący wpływ mediów na życie społecz-

ne i polityczne prowadzi do tego, że rozbudowana organizacja polityczna staje się zbędną. Jej miejsce zajmują grupy ludzi zajmujących się budowaniem i utrwalaniem wizerunku danej organizacji politycznej. Promocja indywidualnej wolności prowadzi do tak intensywnego zróżnicowania interesów, że tradycyjne instytucje polityczne nie są w stanie reprezentować interesów wielkich grup społecznych. Procedury stereotypowej personifikacji polityki²² jako typy stosunków społecznych, wyrażają uproszczony sposób myślenia. Jest on charakterystyczny nie tylko dla statystycznego obywatela, ale również dla samych polityków, których samoświadomość i wzajemna percepcja zatrzymała się na poziomie schematów zdroworozsądkowych, powodując postrzeganie zjawisk makrospołecznych (w tym władzy publicznej) w katego-

²⁰ J. Habermas twierdzi, że w XIX w. rozwój kapitalizmu w Anglii stworzył przesłanki do powstania sfery publicznej, umożliwiającej racjonalną debatę polityczną, otwartą dla wszystkich zainteresowanych, tzn. stworzył reguły, w których publiczna dyskusja nie podlegała procedurom manipulacji. Obecnie opinia publiczna jest tworzona przez rzeczników koncernów medialnych, kreujących niejednokrotnie wypaczony obraz rzeczywistości. Zob. J. H a b e r m a s: *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge 1991, s. 3–7.

²¹ Na temat trendów rozwoju rynku medialnego piszą m.in. M. Kuncznik i A. Zipfel. Zob. M. K u n c z n i k, A. Z i p f e l: *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*. Warszawa 2000, s. 244–264.

²² M. Karwat, wskazując na mechanizm trywialnej psychologizacji, charakteryzuje redukcyjny sposób spostrzegania polityki przez pryzmat: identyfikowania sił politycznych z osobistymi cechami ich przywódców; stosunków pomiędzy poszczególnymi grupami politycznymi z osobistymi animozjami, przyjaźniami i porachunkami ich przedstawicieli; wpływu autorytetów politycznych na podobieństwo wyłaniania gwiazd socjometrycznych; identyfikacji interesów grupowych z interesami jednostkowymi, a szczególnie z osobistymi motywami i intencjami ich liderów, gdzie konflikty o podłożu społecznym, ekonomicznym, kulturowym czy światopoglądowym utożsamia się z animozjami personalnymi lub też te ostatnie usprawiedliwia się tymi pierwszymi. Zob. M. K a r w a t: *Stereotypowa personifikacja polityki*. „Studia Polityczne” 1996, nr 5, s. 89–90.

riach mikrostrukturalnych (kameralnych) lub co najwyżej w kategoriach spektaklu teatralnego.

Kategorię teatralnego wymiaru polityki umacnia, ubrana w demokratyczne szaty, polityka „bez ideologii”. Stwarza ona wyjątkowo korzystne warunki dla ludzi wielkiego kapitału czy korporacji międzynarodowych do wynajęcia polityków lub nawet przejęcia władzy w wielu obszarach życia społecznego państw wprowadzających reżimy demokratyczne. Jak podkreśla T. Bodio: „[...] współcześnie wszechobecna i – co paradoksalne – zyskująca popularność w społeczeństwach, polityka »bez ideologii« – z całym jej zapleczem marketingowym, nie sprzyja upodmiotowieniu społeczeństw. Uczestnictwo tych podmiotów w aukcjach politycznych transformujących się państw, umożliwia kupno najlepszych z oferowanych towarów: przywódców, grup nacisku, aktów normatywnych, decyzji wykonawczych, niszczących rodzime banki, gałęzie produkcji itp. Tutaj strony transakcji nie mają równych praw i szans. Sama transakcja preferuje ludzi władzy i kapitału, wyposaża ich w instrumenty służące zawłaszczaniu praw podmiotowych innych ludzi. Sankcjonuje fikcję prawną i faktyczną podmiotowości po-

litycznej – bowiem ogranicza, a niekiedy wręcz uniemożliwia – egzekucję zobowiązań przywódców i elit politycznych.”²³

W stanowiskach eksponujących podejście **pesymistyczne** podkreśla się, że to nie naród kontroluje elity, dzięki dobrodziejstwu alternacji władzy i zmienia je, posługując się siłą karty wyborczej, ale odwrotnie, to elity, dzięki interaktywnym mediom, docierają do poszczególnych segmentów wyborców, sprawując nad nimi kontrolę. Spotykamy tu groźną pułapkę interaktywnej polityki²⁴. Gromadząc dane o orientacji i preferencjach politycznych poszczególnych grup społecznych czy obywateli, łatwiej jest oddziaływać w kampanii wyborczej na wyselekcjonowane segmenty wyborców. Herbert Schiller twierdzi, że pogląd o nieograniczonych możliwościach osobistego wyboru w korzystaniu z różnorodnych, dostępnych w państwach demokratycznych mass mediów jest jednym z mitów ułatwiających sterowanie ludzkimi umysłami. Złudność tego poglądu polega na mylnym interpretowaniu obfitości środków przekazu jako różnorodności treści²⁵. Należy przy tym dodać, że przeciętny odbiorca masowych mediów nie zdaje sobie sprawy ze stopnia koncentracji kapitału

²³ T. B o d i o: *Przywództwo polityczne w obliczu wyzwań transformacyjnych*. W: *Przywództwo polityczne*. Red. T. B o d i o. Warszawa 2001, s. 222.

²⁴ Na temat potencjalnej manipulacji z udziałem mediów pisze J. Sinder. Zob. J. S i n d e r: *Democracy on-line: tomorrow's electronic electorate*. "The Futurist" 1994, vol. 28, nr 5, s. 9–11.

²⁵ Zob. H. S c h i l l e r: *Sternicy świadomości*, Kraków 1976, s. 24–36.

wydawniczego pozornie zróżnicowanych ośrodków komunikacji. Jeśli ma się do dyspozycji takie imperia medialne, jak Silvio Berlusconi czy Rupert Murdoch, to łatwo zawładnąć tak nieustabilizowanym elektoratem.

Media w równej mierze są elementem nadzoru i kontroli, jak i społecznego wyalienowania. Realizuje się w ten sposób ideę obserwatorium elektronicznego, czyli system stałej obserwacji obywateli. W dość ponurej metaforze panopticonu-synopticonu, Z. Bauman wskazuje ma możliwości sterowania zachowaniami ludzi z użyciem mass mediów²⁶. O ile w konwencji panopticonu media realizują system kontroli poprzez tendencję do narzucania jednolitych sposobów zachowania, będąc swoistą bronią, skierowaną przeciwko różnicy, wyborowi i różnorodności, o tyle konwencja synopticonu przekształca techniki sterowania w kierunku uwodzenia odbiorcy, narzucając mu określony sposób percepcji rzeczywistości. W rozumieniu Baumana interaktywność mediów ma charakter jednokierunkowy, bowiem nawet ci, którzy mają dostęp do sieci internetowej, mogą wybierać jedynie w takim zakresie, na jaki pozwalają im dostawcy informacji. W dosadny sposób powyższy problem konstataje L. Grossman, podkreślając,

że: „[...] teledemokracja jawi się ponurą wizją wyobcowanych, milczących wyborców, kryjących się samotnie w elektronicznym kokonie. [...] Podłączona do sieci opinia publiczna retransmituje potem swe niedojrzałe, naiwne i jednostronne poglądy, czyniąc to błyskawicznie i bez zastanowienia – wystarczy jej prosta instrukcja z ekranu, by nacisnąć odpowiedni przycisk na „tak” lub „nie”. Tacy izolowani obywatele elektroniczni nie są w stanie stworzyć politycznej wspólnoty.”²⁷

Sceptyczny stosunek do wykorzystania środków masowej komunikacji w służbie demokracji wychodzi naprzeciw wierze w moc postępu i siłę witalną humanistycznego rozwoju człowieka. Niejednokrotnie: „[...] wiara w postęp zastępuje głosowanie [uważa Ulrich Beck – J. G.] co więcej, jest ersatzem pytań w rodzaju zgody na zapas na cele i skutki, które pozostają nieznanne i nienazwane. Postęp jako program polityczny jest niezapisaną kartą, oczekuje się nań zgody ryczałtem, jakby była to ziemską drogą do nieba. W modelu postępu zostały postawione na głowie podstawowe wymogi demokracji. Już nawet to, że idzie tu w ogóle o zmianę społeczeństwa, wymaga dodatkowego wyjaśnienia. Oficjalnie idzie o coś zupełnie innego i zawsze o to samo: eko-

²⁶ Zob. Z. Bauman: *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika?* Warszawa 2000, s. 60–65.

²⁷ L. Grossman: *Republika elektroniczna. W: Władza i społeczeństwo. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki.* Red. J. Szczupaczyński. Warszawa 1998, s. 291.

nomiczne priorytety, konkurencję na światowych rynkach i miejsca pracy. Zmiana społeczna jest przeprowadzona tylko zastępczo, według modelu zmieniających się głów.²⁸

Podążając za „duchem postępu”, telewizja coraz bardziej przypomina arenę wzorcowych form postmodernistycznego wpływu, które przejawiają się poprzez zastępowanie rzeczywistości obrazami. Różnorodne sposoby połączenia elementów wyrwanych z całości tworzą barwną mozaikę, której ceną staje się deformacja i połowiczność interpretacji przestrzeni publicznej charakterystyczna dla kulturowego pastiszu²⁹. Obraz i rzeczywistość nakładają się na siebie, tworząc przesłanki do kultury symulacji. Optymiści zwracają uwagę na zdolność odbiorcy do stawiania oporu, telewizję zaś traktują jako przestrzeń publiczną, rodzaj agory, gdzie odbywa się publiczna dyskusja nad ważnymi społecznie sprawami, a rezultaty tej dyskusji mają charakter racjonalnie uargumentowanych wniosków. Telewizyjny widz, co prawda z odległości, ale uczestniczy w tej debacie, ocenia przedstawiane argumenty na podstawie ich uczciwości oraz racjonalności i dochodzi do własnych wniosków. Pesymiści natomiast twierdzą, że ko-

mercializacja telewizji niszczy jej potencjalną rolę jako elementu kreującego przestrzeń publiczną. Znikają lokalne agory, które dawniej pozwalały miejscowym liderom opinii publicznej na skuteczne wdrażanie standardów normatywnych i respektowanych wartości. Lokalne zbiorowości coraz bardziej przypominają luźną garść niepowiązanych końców³⁰.

Przedstawiciele nauk społecznych zajmujący się problematyką humanistycznych aspektów rozwoju człowieka i społeczeństwa sugerują, że jednym z największych przekłamań liberalnej demokracji jest obietnica wykreowania racjonalnego wyborcy, czego przejawem jest rosnąca apatia polityczna, także w ustabilizowanych demokracjach. Założenie, że dzięki masowemu dopływowi informacji uda się ujednoczyć poziom poinformowania poszczególnych segmentów społeczeństwa, jest stanowiskiem raczej idealistycznym, bardziej życzeniowym aniżeli rzeczywistym.

Telewizja jest wzorem postmodernistycznym poprzez – wręcz obsesyjne – eksponowanie wyglądu, co prowadzi do celebrowania zmysłowości i konsumeryzmu. Kupujemy obrazy, opakowania, wyglądy, style. Pastisze i kolaże stały się czymś naturalnym. Charakterystycz-

²⁸ U. B e c k: *Spółeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności...*, s. 317.

²⁹ F. Jameson charakteryzuje pastisz jako formę „posługiwania się martwym językiem”; swoistego rodzaju parodię, która „zatraciła poczucie humoru”. Zob. *Postmodernizm*. Red. R. N y c z. Kraków 1998, s. 193–195.

³⁰ Zob. Z. B a u m a n: *Globalization: The Human Consequences*. Cambridge 1998, s. 24.

ne dla postmodernizmu jest też odnośnię się do siebie. Telewizja staje się w pewien sposób strukturą samoodnoszącą się do własnej medialnej rzeczywistości³¹. Zachowanie dystansu okazuje się szczególnie trudne w wypadku telewizji, ponieważ używa ona technik wzmagających poczucie bliskości i familijności. Mowa tu na przykład o cotygodniowych cyklach, w których występują te same postacie, witaniu się z zapraszonymi gośćmi, zwracaniu się do gości po imieniu, odwoływaniu się do przekazanych już przez telewizję informacji. Wszystko to ma dać odbiorcy poczucie przynależności do jednego kręgu wtajemniczonych, którzy to samo wiedzą i podobnie myślą. Efektem podejmowanych zabiegów, dotyczących sposobu organizowania rzeczywistości medialnej jest brak zdolności odbiorcy do myślowej samoidentyfikacji³², brak umiejętności rozpoznawania własnych granic i umiejętności ich reprodukcji w sposób zapewniający ciągłość tożsamości. Telewizja narzuca odbiorcom własne horyzonty doświadczenia i poznawania, a także percepcję tego, co jest racjonalne.

Telewizja nie stosuje się do konwencji realistycznej i narracyjnej, a ukazuje każdą z nich wprost jako konwencję

właśnie. Wzorcowość telewizji jako formy postmodernistycznej, przejawia się we fragmentaryzacji – ukazywaniu obrazów bez intencji, aby stanowiły znaczącą czy koherentną całość. Polisemiczność, heterogeniczność i wewnętrzne sprzeczności – głosi W. Godzic – to cechy charakterystyczne telewizji³³. Jej polisemiczność odnosi się do odczytywania treści przez odbiorców, ponieważ publiczność reaguje indywidualnie na treści i interpretuje je zależnie od swej sytuacji kulturowej (przykładowo: strajki we Francji, fala powodzi w Chinach, pamiętnik żony byłego prezydenta Clintona, król Ubu w Babilonie). Przekrój i charakter tych informacji sprawia, że komunikowanie za pomocą mass mediów tworzy nowy typ człowieka i nowy typ kultury. Jest to kultura przekazu medialnego, formułującego typ człowieka łatwego w obróbce, zmiennego, poddającego się przekształceniom i uzupełnieniom niemal na nieskończoną liczbę sposobów.

Telewizja, podobnie jak inne technologie, nie może funkcjonować jak autentyczna przestrzeń publiczna, ponieważ będzie to zawsze przestrzeń publiczna technologicznie zapośredniczo-

³¹ U. Eco nazywa telewizję – neotelewisją, ponieważ stale odwołuje się do siebie zamiast do rzeczywistości zewnętrznej. Obszerną analizę tego zjawiska przeprowadził U. Eco w swojej pracy pt.: *Pejzaż semiotyczny*. Zob. U. E c o: *Pejzaż semiotyczny*. Warszawa 1972.

³² Zob. N. L u h m a n n: *Tautology and Paradox in the Self-Description of Modern Society*. "Sociological Theory" 1998, vol. 6, s. 21–27.

³³ Zob. W. G o d z i c: *Rozumieć telewizję*. Kraków 2001, s. 4.

na. Miejsce zintegrowanej społeczności zajmują technicznie zapośredniczone reakcje, w których interaktywne media zastępują kontakt *face to face* w procesie budowania poczucia bliskości i wspólnoty doświadczeń³⁴. Środki informacji i przekazu, z jednej strony, tworzą duchowe środowisko dla bytowania człowieka, stając się częścią jego osobowości, życia, myślenia, wartościowania. Tutaj horyzont poznawczy odbiorcy poszerza się o doświadczenia i przemyślenia innych. Zarazem, z drugiej strony, pomniejszona jest rola własnych doświadczeń, doznanych w wyniku bezpośrednich kontaktów ze światem zewnętrznym. Technologia łączy ludzi, którzy są przestrzennie oddaleni, lecz oddala tych znajdujących się w pobliżu. Wszyscy stają się „cybersąsiadami”. W przestrzeni medialnej nie ma miejsca na „mojość”, nikt nie stoi na straży jednostkowych i zbiorowych praw, „[...] pojawia się planetarnie udoskonalana i rozbudowywana maszyna zarządzania międzyludzkimi relacjami przez ich generalne zapośredniczenie.”³⁵

Przestrzeń medialna jest doskonałym wynaturzeniem przestrzeni publicznej. Jednostka pozbawiona jest doświadczenia bezpośredniego oraz możliwości kształtowania tego doświadczenia, jego konceptualizacji,

usensownienia, wyprowadzania wniosków, oceny czy uczenia się na jego podstawie. Nie istnieje argumentacja, nie ma przesłanek, założeń i wniosków, nie ma myśli, są dane zmysłowe, ale nie nasze – cudze. Oznacza to zawieszenie dialogu, czyli wymiany doświadczeń i związanych z tym refleksji. Wreszcie, zahamowany zostaje proces samopoznania i zyskiwania samoświadomości, który występuje w procesie komunikacji. Komunikacja zmediatyzowana nie opiera się na szczerości, prawdzie i zrozumiałej jasności wyводу. Zmediatyzowana przestrzeń mnoży pragnienia, nie pozwalając na ich zaspokojenie w bezpośrednim kontakcie z przedmiotem pragnienia, będącym także przedmiotem medialnym.

Refleksja nad mediami – zarówno ta, której patronuje przesąd deterministyczny, pokrywający się ze stanowiskiem pesymistycznym, jak i ta, u której źródeł znajduje się przesąd indeterministyczny, czyli bliski optymistycznemu – potwierdza swoje własne przesady. Innymi słowy, optyści wydobywają z rzeczywistości elementy pozytywne i wierzą, że odbiorca ma siłę, która wybawi go z zachłanności praw rynku, pesymiści zaś roztaczają przed nami ponure wizje technokultury i totalnej kontroli.

³⁴ Zob. J. Thompson: *The Media and Modernity* Polity Press. Cambridge 1995, s. 81–83.

³⁵ W. Chyla: *Technologicznie zapośredniczona (medialna) przestrzeń publiczna: ponowoczesna maszyna rządzenia bez ludzi*. W: *Formy estetyzacji przestrzeni publicznej*. Red. J. Wojciechowski, A. Zeidler. Warszawa 1998, s. 28.

W dalszej części wywodu możemy postawić pytanie, w jakiej mierze media (a szczególnie telewizja) pomagają, a w jakiej utrudniają rozwój procesów demokratyzacji i publicznej dyskusji? W warstwie postulatywnej możemy rozpatrywać media jako neutralnych obserwatorów sceny politycznej. Media służą celom edukacyjnym, propagowaniu wzorów kulturowych, rozrywce, przekazywaniu i upowszechnianiu informacji i opinii. W warunkach nieskrępowanego rozwoju media, przede wszystkim, przynoszą odbiorcy obiektywną informację, wprowadzając czasami elementy interpretacji określonych zdarzeń. Zatem nie tworzą faktów, lecz przekazują o nich wiedzę, taka więc wizja propagowana nie istnieje. Poprzez rozpowszechnianie pełnego zakresu opinii politycznych umożliwiają publiczności dokonywanie politycznych wyborów i stają się fundamentalnym elementem jawności i przejrzystości życia społeczeństwa. Są postrzegane jako mechanizmy stojące na straży zasad nowoczesnego i demokratycznego państwa³⁶.

Jednocześnie nie sposób polemizować ze stanowiskiem, co do wpływu telewizji, która, jak podkreślają przedstawiciele nauk społecznych,

stworzyła nowy typ człowieka (*homo mediorum*)³⁷. Telewizor stał się narzędziem, „oknem na świat”, który zajmuje centralne miejsce niemal w każdym domu. Zastąpił on miejsce stołu, przy którym zbierała się cała rodzina, spożywając posiłek i uczynił nasze mieszkania salami teatralnymi. Stajemy się swoistymi niewolnikami telewizora, zwykle bezkrytycznie przyjmując przekazywane obrazy, bez analizy ich celu, intencji czy wymowy.

Złożoność, wielowymiarowość i wieloaspektowość rzeczywistości społecznej sprawia, iż zrozumienie choćby niewielkiej jej części w pełni i obiektywnie przekracza możliwości człowieka. Dynamizowany przez media, coraz szybszy przepływ informacji, podatność na nowość i różnorodność powodują konieczność dokonywania ciągłych wyborów w obrębie stylów życia, systemów wartości czy mechanizmów podejmowania decyzji. Rzeczywistość społeczna zawiera zbyt wiele informacji, by można je było w całości ogarnąć, analizować i wydawać adekwatne sądy. Musimy uświadomić sobie, że ambiwalencja zachowań i brak konsekwencji w postawach nie są spowodowane niedostatkami informacji. Istnieją dlatego, ponieważ człowiek nie jest

³⁶ Telewizja, zgodnie z wykładnią założeń programowych, winna realizować misję informacyjną poprzez procedury informowania obywateli o istniejących wydarzeniach, wyjaśniać znaczenie tych wydarzeń, tworzyć platformę dla otwartej dyskusji politycznej, ułatwiać powstawanie opinii publicznej, ujawniać działania rządu i instytucji politycznych oraz reprezentować różne poglądy polityczne. Zob. B. M c N a i r: *Introduction to Political Communication*. London 1995, s. 21–22.

³⁷ Zob. J. D z w o ņ c z y k: *Populistyczne tendencje w społeczeństwie*. Warszawa 1997, s. 96.

w stanie w jednej chwili skorzystać z całej swojej wiedzy. Mając mnóstwo informacji, możemy doświadczać ambiwalencji w takim samym stopniu, jak wtedy gdy liczba dostępnych nam informacji jest ograniczona. Aby sprostać temu zadaniu, zaczynamy posługiwać się pewnymi mechanizmami upraszczającymi³⁸.

Ze względu na wspomnianą gmatwaninę informacji i złożoność świata społecznego podejmowanie decyzji i formułowanie sądów w sposób szybki i efektywny możliwe jest przez zastosowanie uproszczonych reguł myślowych – tzw. heurystyk³⁹. Wszyscy wybiórczo traktują informacje i posługują się skrótami poznawczymi. Jeśli nasze postawy zależą od tego, jakich informacji użyjemy i jak postrzegamy dany problem, to tworzenie ram dla naszego widzenia obrazu rzeczywistości jest nieuniknionym elementem postępowania każdego z nas. Bez względu na stopień uwikłania czło-

wieka w politykę⁴⁰ fakt używania skrótów poznawczych staje się nieodłączną częścią naszego życia i pojawia się bez względu na poziom wykształcenia, liczbę posiadanych informacji i ilość czasu poświęconego na rozmyślanie.

Wychodząc naprzeciw naszym oczekiwaniom, poprzez wykorzystywanie zasady społecznego dowodu słuszności⁴¹, media „wdrukowują” określony schemat reakcji odbiorcy, zachęcając go do proponowanych zachowań. Eksponując siłę oddziaływania mediów, często określa się je mianem nośnika przemocy symbolicznej, monopolizującego całokształt życia duchowego człowieka. W celu uzyskania możliwie szerokiej akceptacji odbiorcy powszechnym zjawiskiem jest wykorzystywanie przez telewizję haseł emocjonalnych i antyintelektualnych, które wyrażają potrzebę prostych rozwiązań trudnych problemów. Ten swoistego rodzaju magnetycz-

³⁸ Na temat mechanizmów upraszczających nasze myślenie pisze J. Mandrosz. Zob. J. Mandrosz: *Czynniki ograniczające racjonalność poglądów i zachowań politycznych*. W: *Podstawy psychologii politycznej*. Red. K. S k a r ż y ń s k a. Poznań 2002, s. 170–175.

³⁹ Zob. R. C i a l d i n i: *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk 1999, s. 20.

⁴⁰ W literaturze można spotkać się z różnymi charakterystykami; przyjmuje się różne kryteria do określania stopnia upolitycznienia jednostki. Jedną z typologii jest propozycja A. Chodubskiego, który wyodrębnia sześć podstawowych kategorii aktywności politycznej. Są to: przywódcy – osoby sprawujące formalnie bądź nieformalnie najwyższe funkcje władcze; zawodowi politycy – osoby wyspecjalizowane w pracy w instytucjach politycznych; aktywiści – działacze społeczni, a zwłaszcza polityczni, osoby zaangażowane w kształtowanie różnych przejawów polityki; wysoko upolitycznieni obywatele – osoby skupiające się w organizacjach politycznych, z własnej woli i celowo włączające się w nurt życia politycznego; nisko upolitycznieni obywatele – osoby niewykazujące zainteresowania sprawowaniem władzy ani funkcji publicznych, ujawniające negatywny stosunek do polityki; wyobcowani i apolityczni – ludzie mający negatywny stosunek do świata polityki. Zob. A. C h o d u b s k i: *Jednostka, naród, państwo*. W: *Wprowadzenie do nauki o państwie i polityce*. Red. B. S z m u l i k, M. Ż m i g r o d z k i. Lublin 2002, s. 135–136.

⁴¹ Zob. R. C i a l d i n i: *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka...*, s. 141.

ny wpływ sprawia, że telewizję od momentu jej upowszechnienia uważa się za środek przekazu o dużej sile oddziaływania na odbiorcę, w tym na jego postawy i świadomość społeczną. O tym także wiedzą politycy, dostrzegając **interaktywny charakter związków pomiędzy potencjalnym wyborcą, mediami i „światem polityki”**⁴².

Telewizja pełni funkcję „pośrednika” między potencjalnym wyborcą a przedstawicielami partii politycznych. Wszelka działalność polityczna tak dalece wiąże się z formami medialnego przekazu, że społeczeństwo nie wyobraża sobie uprawiania polityki bez udziału masowych komunikatorów. Dzięki mediom partia polityczna, lider partyjny czy kandydat polityczny może dotrzeć do „każdego gospodarstwa domowego” i stać się „twarzą w twarz” ze swoim przyszłym wyborcą⁴³. Współcześnie telewizja stała się głównym źródłem informacji politycznej. Jej możliwości oddziaływania politycznego na społeczeństwo osiągnęły znaczne rozmiary. Jednocześnie w systemach politycznych rodzi się tendencja do adaptowania reguł i logiki działania mediów wzorowanych na języku reklamy, w której jest wiele odieni manipulacji. Mówiąc o medialnych efektach przekazów politycznych, nale-

ży podkreślić, że środki masowej komunikacji (szczególnie telewizja) są ważnym czynnikiem kształtowania ludzkich opinii, postaw i zachowań. W procesie przekazywania informacji o charakterze politycznym media dostarczają również przesłanek do interpretowania i wyciągania wniosków. Mając na uwadze olbrzymią liczbę informacji, środki masowej komunikacji zmuszane są do ich selekcji i odpowiedniej ekspozycji. Procedury strukturalizacji zdarzeń w znaczący sposób wpływają na formowanie opinii publicznej, ponieważ koncentrują uwagę odbiorców na określonych zjawiskach politycznych, ignorując inne.

Proces kształtowania opinii publicznej pod wpływem przekazów informacyjnych przebiega w trzech etapach: gromadzenia informacji, selekcji informacji – koncentracji na tych najważniejszych oraz określeniu preferencji⁴⁴. Ustalanie hierarchii ważności informacji „porządku dnia” (*agenda setting*) można definiować jako proces nierównego współzawodnictwa, w którym uczestniczą media, politycy i odbiorcy. W praktyce oznacza to, że wydarzenia i osoby, którym poświęca się największą uwagę w programach informacyjnych, przyciągają zainteresowanie odbiorców i są postrzegane jako społecz-

⁴² Zob. J. Wó d z: *Socjologia dla prawników i politologów*. Warszawa 2000, s. 123.

⁴³ Zob. B. Dobe k - Ostrowska, R. Wisznio wski: *Teoria komunikowania publicznego i politycznego...*, s. 155.

⁴⁴ Zob. M. Kunczn ik, A. Zi pfe l: *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu...*, s. 83–87.

nie ważne, co sugeruje, że środki masowego przekazu determinują proces informowania odbiorców i rządzących o wyborze tematów debaty politycznej. W ten sposób mass media są nie tylko komentatorem czy kreatorem wydarzeń politycznych, ale także arbitrem właściwości formy przekazu⁴⁵. Zakłada się tutaj, iż media stanowią podmiot posiadający własne cele, dla realizacji których oddziałują w sposób świadomy i choćby częściowo efektywny na społeczeństwo lub jego fragmenty⁴⁶. Można więc postawić tezę, że **środki masowego przekazu występują w podwójnej roli: nie tylko widzów, ale przede wszystkim aktorów politycznych, głęboko tkwiących w procesie politycznym**. Czyni to z mediów podmioty polityczne, mające własne, żywotne interesy. Media masowe tworzą znaczące, zorganizowane instytucje, które nie tylko służą uczestnikom debaty politycznej, ale poprzez tylko samą swoją obecność, kreują własne standardy, oczekiwania i realizują własne interesy.

Popularyzacja telewizji była najistotniejszym czynnikiem, który zdecydował o powstaniu i rozwoju marketingu politycznego i personalizacji polityki, co w istotny sposób wpływa na demokrację i mechanizmy jej działania⁴⁷.

Organizacje polityczne, wychodząc na przeciw oczekiwaniom swoich wyborców, kreują przekaz polityczny, złożony – jak powiada J. Muszyński – z co najmniej trzech warstw: warstwy ideologicznej, doktrynalnej i ludzkiej⁴⁸. Media koncentrują się na prezentacji liderów politycznych, którzy dla masowego obywatela coraz częściej zaczynają symbolizować programowo-ideologiczny wizerunek partyjny na arenie rywalizacji wyborczej. Cały zespół pojęć i symboli ma nadać sens rywalizacji, pozwalając aktorom sceny politycznej odnaleźć punkty zakotwiczenia w postaci etykiety partyjnej, symboliki i tradycji historycznej. Komercjalizacja przekazu medialnego sprawia, że osoby publiczne traktuje się jako swoistego rodzaju zakładników własnego zaplecza politycznego, znajdującego odwzorowanie w:

- procedurach przeniesienia symboliki danej organizacji politycznej na wizerunek partyjnego lidera;
- tendencjach do etykietowania poszczególnych ugrupowań nazwiskami ich liderów;
- wzroście zainteresowania mediów osobami publicznymi, sprawami ich prywatnego życia.

Tak budowana formuła wizerunku polityka podlega ogromnym uproszcze-

⁴⁵ Zob. P. Pawełczyk, D. Pióntek: *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym*. Poznań 1999, s. 109–110.

⁴⁶ Zob. O. Sochacki: *Socjologia polityczna*. Gdańsk 1996, s. 123.

⁴⁷ Zob. M. Karwat: *Sztuka manipulacji politycznej*. Toruń 2001, s. 163.

⁴⁸ Zob. J. Muszyński: *Marketing polityczny*. Warszawa 1999, s. 117.

niom, jednak, kierując się wymogami medialności przekazu, bardzo często twierdzi się, że nie jest istotne, jaki polityk jest naprawdę, lecz jak jest postrzegany przez otoczenie⁴⁹. Proces tworzenia przekazów politycznych oparty jest na procedurach podyktowanych wymogami rynku. W coraz większym stopniu o sukcesie wyborczym polityków decyduje umiejętność znalezienia się przed kamerami telewizyjnymi. O wyborze tym nie decydują umiejętności, doświadczenie i wiedza, ale cały zestaw komponentów niewerbalnych, tworzący określony obraz aktora politycznego. Polityk, który pragnie liczyć się z mediami, coraz częściej utwierdza się w przekonaniu, że mogą one „być zarówno okrutną bronią, jak i bezpieczną tarczą”⁵⁰ i to w dużej mierze od niego samego zależy czy staną po jego, czy po przeciwnej stronie.

Strategia medialna wymusza na politykach i kandydatach kreowanie wyglądu na kształt prezentera telewizyjnego. Polityczną nowością medialną jest udział znanych polityków w programach typu *talk-show* (zwłaszcza tych, które zapewniają aktywny udział widzów), gdzie głównym celem uczestnictwa jest redefiniowanie bądź łagodzenie wizerunku polityka. Media

oferują bezpłatną formę dotarcia do wyborcy, politycy zaś atrakcyjne informacje, wzmagające zainteresowanie programem medialnym. Wygrywają ci, którzy najlepiej potrafią wykorzystać swoje umiejętności telegeniczne. Rolę czynnika selekcyjnego odgrywają także sondaże opinii publicznej. Większość obywateli widuje polityków wyłącznie na ekranie, w wyreżyserowanych wystąpieniach, mających na celu przekazanie widzom takiego, a nie innego (wymyślonego przez polityków) ich wizerunku i odpowiedniego przesłania. Taka selekcja odbywa się z uwzględnieniem przede wszystkim kompetencji medialnych, pozostawiając na uboczu pozostałe umiejętności i talenty polityczne. Sondaże nie są źródłem informacji jedynie dla odbiorców, ale także dla polityków, którzy stają się coraz bardziej podatni na zmianę swoich poglądów i zachowań pod wpływem sugestii płynących z owych badań⁵¹.

Poprzez kolportowanie wywiadów czy reportaży media wywołują problemy dotyczące różnych przejawów życia politycznego i społecznego, wobec których sami politycy nie mogą pozostać obojętni. W ten sposób środki masowego przekazu coraz częściej stanowią już nie

⁴⁹ Zob. G. U l i c k a: *Wpływ marketingu politycznego na zmiany w życiu publicznym państw demokratycznych*. W: *Trudna sztuka polityki. Szanse, ryzyko, błąd*. Red. T. K l e m e n t o w i c z. „Studia Politologiczne” 1996, s. 163–164.

⁵⁰ Zob. K. A u g u s t y n i n: *Media w polityce*. „Brief” 2000, nr 7, s. 63.

⁵¹ Zob. J. W ó d z: *Socjologia dla prawników i politologów...*, s. 161.

tylko źródło informacji o wydarzeniach politycznych, ale są wykorzystywane przez polityków do walki wyborczej czy kreowania ich wizerunku. Politycy, rozumiejąc siłę mass mediów, chcą wykorzystać je do swoich celów. „Uświadamiają sobie, że trzeba tak uprawiać politykę, by przetworzona przez media informacja, którą sami generują, była gotowa na czas głównych wydań wieczornych wiadomości telewizyjnych.”⁵²

Uczestnictwo mediów w debacie politycznej coraz częściej czyni z niej spektakl. Spektakl dla publiczności, w którym aktorzy odgrywają różne role, czerpiąc z nich różnorodne satysfakcje. Ale także przypomina to sytuacje, w których aktorzy grają dla partnerów, z partnerami i przeciw partnerom⁵³. Większość społeczeństwa niewiele wie o programach polityków czy partii, na które głosuje. O poparciu dla polityka decyduje wykreowany obraz, a nie reprezentowany system wartości, program gospodarczy czy wizja polityczna. Zmagania polityków o wizerunek w konsekwencji prowadzą do sytuacji, że politycy są „opakowywani” stylistyką reklamy na potrzeby telewizyjnych transmisji⁵⁴. Ważniejszy jest wizerunek kandydata lub jakość medialnej prezentacji niż kwestie programowe.

W większości przypadków ten sposób postrzegania debat jest narzucany przez media, w tym stacje telewizyjne. Komentarze skupiają się na tym, kto lepiej wypadł, kto lepiej odpowiadał na skomplikowane pytania, tylko w niewielkim stopniu odnoszą się do prezentowanych programów lub cech politycznych, pożądanym na określonym stanowisku. Komunikowanie polityczne staje się zatem zabiegiem rytualnym, a nie sposobem przekazywania prawdziwych informacji. Wydaje się, że współczesna demokracja, jeśli będziemy ujmować ją przez pryzmat ekspozycji symbolicznej, opiera się na umowności jako podstawie stabilności systemu politycznego. Jednak brak wyraźnych granic tej umowności powoduje, że przestajemy odróżniać świat rzeczywisty od świata wykreowanego przez polityków i środki masowego przekazu. Powoduje to, że dla znacznej części społeczeństwa polityka staje się rodzajem sensacyjnego serialu, który nie ma za dużo wspólnego z życiem szarego człowieka⁵⁵. W tym miejscu możemy zapytać o rolę debat politycznych, wskazując na zalety i ograniczenia tej formy komunikowania politycznego.

Deбата polityczna staje się forum emisji informacji, aby propagować

⁵² Zob. K. Augustynin: *Media w polityce...*, s. 63.

⁵³ Zob. P. Pawełczyk, D. Piótek: *Socjotechnika w komunikowaniu politycznym...*, s. 47.

⁵⁴ Zob. R. Wiszniowski: *Marketing wyborczy*. Wrocław 2000, s. 120.

⁵⁵ Zob. M. Mazur: *Marketing polityczny*. Warszawa 2002, s. 270.

rzządzających miał być bezsilnym, izolowanym obserwatorem. Inicjatywy jego były początkowo odtrącane. SLD krytycznie oceniało działania rządu i parlamentu. W wyniku podziałów w obozie rządzącym pod koniec kadencji KP SLD stał się najliczniejszym Klubem w Sejmie.

W wyborach samorządowych w 1998 r. SLD, działając na podstawie umowy koalicyjnej „Porozumienie wyborcze SLD, samorządy '98” – podpisanej przez 32 partnerów (bez PPS) – wystąpił pod hasłem: „Mądrze – Zdrowo – Bezpiecznie”. SLD uzyskał w wyborach do Sejmików Województw 3 750 tys. głosów, tj. ok. 32%, co było kolejnym przyrostem elektoratu o 4%, tj. o ponad 187 tys. głosów więcej wobec wyborów parlamentarnych w 1997 r. (Po 1998 r. SLD współrządził w 171 powiatach i miał 70 starostów.) SLD skorzystał przede wszystkim z możliwości tkwiących w aktywnej i ofensywnej kampanii wyborczej, wykazującej błędy i ograniczenia koalicji rządowej. Uzyskał też w części premię wynikającą z opozycyjności oraz przebiegu dyskusji w sprawie podziału terytorialnego kraju.⁵⁰

Dyskusja nad formułą SLD rozpozczęła się w szeregach SdRP niemal

w chwili powołania Sojuszu. J. Wiatr wskazywał, że należy stworzyć wyraziste mechanizmy decyzyjne w ramach SLD. Istnienie oddzielnego Komitetu Wyborczego i Klubu Parlamentarnego powodowało bowiem, iż nie wiadomo było, kto rzeczywiście kierował SLD. Optował także za uszczupleniem roli związków zawodowych w ramach Sojuszu. Uważał, że działacze związkowi o ambicjach politycznych powinni kandydować do Sejmu z list SLD, ale jako osoby, a nie przedstawiciele związków.⁵¹ W połowie 1996 r. M. Borowski wysunął projekt przekształcenia SdRP w SLD: „Jeden program – jeden klub – jedna polityka”. Wszystkie ugrupowania wchodzące w skład bloku wyborczego SLD musiałyby w wyborach podporządkować się jednemu programowi, po wyborach wszyscy posłowie wybrani z list SLD mieliby skupić się w jednym klubie, który by prowadził wspólną politykę. Ta koncepcja sprowadzała się do utrzymania sojuszu, ale w innej formule. Ograniczeniu miałyby ulec wpływy OPZZ, a SdRP odgrywać by miała decydującą rolę w ustalaniu list wyborczych.⁵² Z kolei, J. Oleksy stwierdził, że: „SLD jako komitet wyborczy powoływany tylko na czas wy-

⁵⁰ Zob. G. Rydlewski: *Scena polityczna w Polsce po wyborach samorządowych 1998 r.* „Myśl socjaldemokratyczna” 1999, nr 1, s. 29.

⁵¹ Zob. J. Wiatr: *Co nam zostało z tych lat? Szkice i polemiki.* Toruń 1995, s. 107.

⁵² Zob. przemówienie Marka Borowskiego w: *Seminarium Aktywu Kierowniczego SdRP. Mierki '96.* Warszawa 1996, s. 38-39.

borów nie jest formułą skuteczną i nie będzie nią w przyszłości. Ograniczając dalszy napływ nowych podmiotów do SLD, SdRP musi przestać «wstydzić» się, że jest partią polityczną i socjaldemokracją. Trzeba uczciwie powiedzieć, że trzonem Sojuszu jest SdRP i doskonale wiemy, ile zadań spada w kolejnych kampaniach na barki naszej partii”.⁵³ Zapowiedział powrót do dyskusji nad formułą SLD po wyborach. W owym czasie były brane pod uwagę dwa rozwiązania: pierwsze to usamodzielnienie SdRP i pójście do wyborów oddzielnie, co spotkałoby się ze sprzeciwem związków zawodowych, drugie, to powołanie nowego ugrupowania politycznego, na nowych zasadach, ale pod starą nazwą SLD.

Po wyborach w 1997 r., po których SLD przeszedł do opozycji parlamentarnej, w szeregach SdRP przybrała na sile dyskusja o zmianie formuły SLD. Narastało przeświadczenie, że formuła komitetu wyborczego wyczerpała się. SLD nie był jednolitą strukturą. W dotychczasowej formule SLD rodziły się tendencje do autonomizacji poszczególnych jej podmiotów, a to z kolei wpływało na osłabienie całego bloku. Nie było też oczywiste, kto ponosi odpowiedzialność za program wyborczy i efekty sprawowanej władzy. Niepoko-

jącym zjawiskiem dla wielu polityków było też istnienie „dwuwładzy” w lewicy. Z jednej strony – SLD, z drugiej – SdRP, a próba likwidacji tej dychotomii przez połączenie stanowisk przewodniczącego SdRP i SLD (L. Miller) okazała się niewystarczająca. Ponadto art.100 nowej Konstytucji RP precyzował, że kandydatów na posłów i senatorów mogą zgłaszać partie polityczne oraz wyborcy. Nie była wówczas dostatecznie jasna możliwość tworzenia koalicji partii, a taką koalicję już w jakimś sensie tworzyła SLD. Kwestię tę miała rozstrzygnąć nowa ordynacja wyborcza.⁵⁴

Na dodatek SdRP przestawała się rozwijać, zahamowany został rozwój nowych kół w terenie, a przyływ nowych członków był minimalny (SdRP zatrzymała się na poziomie ok. 60 tys. członków). Ponadto struktura delegatów na kolejne kongresy i konwencje dawała do myślenia wielu działaczom. Mało kobiet, młodzi tracili na znaczeniu, a średnia wieku delegatów zwiększała się (na II Kongresie w 1993 r. – średnia 41 lat, na III w 1997 r. – 43, na IV w 1999 r. – 45).

III Kongres SdRP uzupełnił statut o art. 39 mówiący o możliwości rozwiązania partii lub jej połączenia z inną (innymi), ustanawiając likwidatora.

⁵³ *Seminarium Aktywu Kierowniczego SdRP. Mierki'96*. Warszawa 1996, s. 96.

⁵⁴ Ordynacja wyborcza została uchwalona w 2001 r.

leczeństwa. Wzrost niechęci i wrogości pomiędzy przedstawicielami euroentuzjastów i eurosceptyków prowadzi do silniejszej identyfikacji ekspresywnej i zadaniowej we własnej grupie odniesienia. Ukierunkowanie uczestników debaty, a tym samym zbiorowości oglądającej ten spektakl, na selektywne postrzeganie rzeczywistości odbywa się poprzez odpowiednie dobranie znanych i utrwalonych stereotypów, które dzięki określonym procedurom identyfikacyjnym mogą w dowolny sposób wyrażać złożone wieloaspektowe problemy społecznych interakcji⁶³. Przyjęta procedura optymistycznego czy pesymistycznego scenariusza obrazu rzeczywistości przez euroentuzjastów (eurofanatyków) bądź eurosceptyków (narodowych ksenofobów) utrwała określony obraz perspektyw koncepcji społecznego funkcjonowania Polski w strukturach unijnych.

Debata polityczna umożliwia skanalizowanie wiadomości tak, aby osiągnąć identyfikację tylko określonej grupy odbiorców. U podstaw całego arsenału figur retorycznych, stosowanych w przekazie politycznym jest

poszukiwanie argumentów, których słuszności można oczekiwać poprzez odwołanie się do nośności społecznej. Nastawienie na „tani poklask” i popularność określonej części społeczeństwa sprowadza się więc do licytacji obietnic nie w formie zobowiązań własnych, lecz stwierdzeń „należy się wam”⁶⁴. Posługując się hasłami i symbolami obliczonymi na rozbudzenie emocji zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, politycy odwołują się do poszukiwania i mitologizowania wspólnych korzeni grupowego upośledzenia w statusie materialnym czy społecznym, a więc do bezrobotnych, emerytów i rencistów czy też rolników. Intencją określonych zabiegów komunikacyjnych w debatach publicznych jest ostre rozgraniczanie, kto jest przyjacielem i patriotą, a kto wrogiem narodu, z uogólnianiem tego podziału na całość otoczenia. Procedury tak rozumianej weryfikacji negatywnej polegają na wyolbrzymianiu różnic i pomniejszaniu podobieństw w odniesieniu do innych systemów wartości, których się nie aprobeuje⁶⁵. Wytwarzanie psychozy strachu staje się głównym orężem w tworzeniu specy-

⁶³ Zob. J. G o l i n o w s k i: *Osobliwości konfliktów ideologicznych w społeczeństwie okresu transformacji ustrojowej...*, s. 85–86.

⁶⁴ Zob. M. K a r w a t: *Sztuka manipulacji politycznej...*, s. 103–105.

⁶⁵ Zob. J. G o l i n o w s k i: *Oblicza konfliktów współczesnego porządku demokratycznego*. W: *Oblicza i koncepcje rozwiązywania konfliktów w polskiej myśli politycznej XX wieku*. Red. A. W o j t a s, M. S t r z e l e c k i. Bydgoszcz 2000, s. 284–285. Za przykład niech posłuży, mocno eksponowany przez polityków z ugrupowań antyunijnych, problem związany z utratą suwerenności narodowej. Postowie Samoobrony i Ligi Polskich Rodzin akcentują zagrożenia związane z wykupem polskiej ziemi przez obywateli Unii Europejskiej, a szczególnie problem upadku polskiego rolnictwa (przykładowo poseł Z. Wrzodak podnosi problem 600 tys. wniosków składanych przez przedstawicieli Związku Wypędzonych w Niemczech z tytułu roszczeń odszkodowawczych wobec majątku tzw. Ziemi Odzyskanych).

ficznej spistości grupy poszkodowanych wyrastającej ze wspólnej walki przeciwko istniejącemu *status quo*. Emocjonalne wymiary identyfikacji w przekazie politycznym zostają wzmocnione szeregiem narzędzi i socjotechnik wpływu, tj. aktami „odcinania się” – podkreślającymi niechęć do jakichkolwiek form współpracy; aktami obwiniania – wypowiedziami sugerującymi, że winą za istniejący stan rzeczy należy obciążyć politycznych wrogów (wrogów narodu), jednostronnie ich przeciwnika; negatywnymi domniemaniami – oznaczającymi przypisywanie rywalowi intencji negatywnych; wrogimi formami pytań, rozkazów czy żądań mającymi na celu pełne podporządkowanie rywala poprzez wymuszenie uległości w sposób otwarty lub poprzez szantaż⁶⁶.

Debata polityczna stanowi platformę, która nie likwiduje braku wiedzy, ponieważ komunikaty polityczne nie zgadzają się z możliwościami komunikatywnymi odbiorców, nie dotyczą bowiem ich przestrzeni i wyobrażeń komunikacyjnych. W naturze politycznego przekazu tkwi ucieczka od wyrazistego sensu, którego rolę przejmuje wykładnia figur symbolicznych, podpartych retoryką teatru dramatycznego. To ona wypełnia pustkę politycznych przekazów. Panowanie symboli umożli-

liwia ucieczkę od zasady weryfikacji prawdy i fałszu, bo symbol nie podlega temu kryterium. Polityczne symbole mogą być za to akceptowane bądź odrzucane. Umiejętność poruszania się w tym znaczeniowym gąszczu gwarantuje wyborczy sukces. Polityczna symbolika bowiem spełnia magiczną funkcję. Jest odpowiednikiem zaklęcia, za pomocą którego można zawładnąć wyborcami. Warto zauważyć, że wyraźnie obco brzmiące, a do tego niejasne znaczeniowo formuły, pojawiają się zarówno w kontekście stylistycznym, jak i statystycznym. Zwroty typu: „ścieżka wzrostu gospodarczego” „oferta off-setowa”, „restrukturyzacja”, „procedury akcesyjne” opatrzone szeregiem materiałów statystycznych, raportów i prognoz, to tylko nieliczne przykłady tego wcielenia politycznej retoryki.

Powyższe zwroty spełniają swoistą funkcję graniczną, wyznaczają zamknięty obszar polityki, do którego wstęp mają tylko nieliczni wtajemniczeni wchodzący w skład dobrze poinformowanych⁶⁷. Używanie tajemniczych, bo niezrozumiałych dla przeciętnego odbiorcy, słów-zaklęć nadaje politykowi status mędrca obdarzonego szczególnymi predyspozycjami do sprawowania władzy. Oczywistym wydaje się, że w tej sytuacji nie może dojść do identyfika-

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ Politycy wykorzystują tu dość powszechną regułę posłuszeństwa autorytetowi. O blaskach i cieniach ślepego posłuszeństwa pisze R. Cialdini. Zob. R. C i a l d i n i: *Wywieranie wpływu na ludzi...*, s. 191–200.

cji polityka z wyborcą, bo świat polityki nabiera nieoczekiwanie znamion sfery *sacrum*. Język dyskursu politycznego tworzy w ten sposób posunięte stadium alienacji, w którym poszczególne grupy obywateli, będąc strukturą wyalienowaną, są pochłaniane przez wyalienowaną egzystencję społecznego otoczenia, wypełnioną poczuciem bezsilności i społecznej anomii⁶⁸.

Na zakończenie warto dodać, że w dyskursie potocznym, także w Polsce, często pojawiają się poglądy o tym, że o życiu politycznym decydują ukryte, głęboko zakonspirowane, nieznane szerszemu ogółowi siły. Siły te – co gorsza – są wrogo nastawione do naszego kraju, ponieważ ich głównym przesłaniem jest opracowywanie tajemniczych planów kontroli społeczeństwa. Uznając, iż jakaś silna grupa w sposób niejawni kontroluje sytuację polityczną, zaczynamy twierdzić, że nic w polityce nie dzieje się jawnie. Wyobrażenie, że jest się obiektem spisku, jest swoistego rodzaju ucieczką, stanowi obronę naszej znikomości bądź naszej wielkości. Obie tendencje wyobrażeń

mają charakter obronny, bowiem maskują naszą podświadomą niepewność⁶⁹.

Największym zagrożeniem dla stabilności porządku demokratycznego nie jest ścieranie się sprzecznych dążeń w politycznych debatach czy dyskusjach, ale uwiad bądź degeneracja publicznego forum. Prezentacja wizji przyszłości obrazującej rozwój społeczny i gospodarczy jest sposobem wywołania satysfakcji, budowaniem zaufania potrzebnego dla akceptacji rządzących przez społeczeństwo⁷⁰. Polityk obiecując, wzbudza nadzieje i marzenia o czymś, co wcześniej wydawało się niedostępne. Ujawnia w świadomości ludzi nieuświadomiane, tłumione oczekiwania i tęsknoty. Objawem kryzysu państwa byłaby sytuacja, gdyby władzę sprawowano w efekcie wymuszonego konsensusu, tworzonego na skutek jedynie słusznych, politycznych czy ekonomicznych racji. Ogólnie mówiąc, procedury funkcjonowania systemów demokratycznych wymagają nadania wszelkiej działalności politycznej wymiarów symbolicznych, przejawiających się pod postacią debat i dyskusji politycznych.

⁶⁸ Zob. J. D z w o ñ c z y k: *Populistyczne tendencje w społeczeństwie...*, s. 82.

⁶⁹ Zob. S. R o b i n s, M. P ó s t: *Paranoja polityczna. Psychopatologia nienawiści*. Warszawa 1999, s. 2 i 69. Według autorów pracy, reakcja paranoiczna jest przesadną formą wypróbowanego w polityce stylu czujnej podejrzliwości, uważnej obserwacji i wykorzystywania okazji. Paranoja, zwłaszcza w politycznym wydaniu, rzadko bywa całkowitym urojeniem. Jest przeważnie wypaczeniem jakiejś prawdy.

⁷⁰ Polityka potrzebuje zaufania, nawet gdy nie jest do zaufania i komunikacji w pełni redukowalna. Zaufanie musi opierać się na wartościach. Sprowadzenie polityki wyłącznie do techniki gry o władzę, gubi jej istotę. Prowadzi do skrajnego relatywizmu w pojmowaniu interesów społecznych i politycznego cynizmu. Zob. M. K a r w a t: *Polityka jako problem zaufania*. W: *Metafory polityki*. Red. B. K a c z m a r e k. Warszawa 2001, s. 207.

Janusz Golinowski:

Dimensions of presenting political debates in media

The accepted scheme of explanation tries to analyse the effect the state-of-the-art multimedia techniques have on realizing a model of more active participation of people in public life in which medialisation of politics is becoming an inseparable element. Therefore, teledemocracy which means interactive communication between particular segments of the authority is the basic challenge of contemporary times. However, the main problem of democracy in the era of multimedia is a dissonance between active participation of citizens in public life with a simultaneous conscious choice of political programs and a form of unconscious participation in the performance the politics provides people with transforming it into "consumption of politics". Quoting the opinions of scholars representing different scientific disciplines, the author points at various faces of teledemocracy, and at the same time, at the consequences of politics medialisation. The author suggests that if politics is only reduced to struggle for power techniques it loses its essence. Such attitude leads to an extreme relativism in comprehending social interests, as well as to political cynicism. It is also a challenge for modern Polish democracy, and maybe particularly for the Polish political reality loaded with spontaneous processes of transformation.