

Jak mediatyzacja wpływa na zmianę dyskursu politycznego?

Dominująca rola mediów masowych wpływa nie tylko na zmianę systemu społecznego, kulturowego, politycznego, ale i na dyskurs polityczny. Aby zrozumieć jak mediatyzacja polityki wpływa na zmianę dyskursu politycznego niezbędne jest odwołanie się do zjawiska mediatyzacji, które jest charakterystyczne dla XX i XXI wieku. Początków tego zjawiska należy szukać już w ewolucji mediów masowych, głównie tych audiowizualnych. Mediatyzacja odnosi się do wielopłaszczyznowych relacji mediów masowych, można wyróżnić między innymi mediatyzację komunikowania społecznego, relacji społecznych, życia politycznego czy mediatyzację polityki, która nie jest niczym innym jak proces, w którym dochodzi do kolonizacji polityki przez media masowe. To w trakcie tego procesu, aktorzy i podmioty polityczne poddawane są ciągle rosnącej presji funkcjonowania w mediach, dlatego też podlegają ich prawom i dostosowują się do reguł gry narzucanych przez media, co sprawia, że media tak naprawdę zyskują dominującą rolę nad podmiotami politycznymi¹.

Mediatyzacja - krótka charakterystyka

Mediatyzacja jest dynamicznym procesem, który może różnić się w zależności od czasu i miejsca występowania. Omawiając mediatyzację, nie sposób nie przywołać Jaspera Stömbäckiego, który scharakteryzował cztery fazy mediatyzacji polityki.

W fazie pierwszej aktorzy polityczni dostrzegają znaczenie mediów masowych, w szczególności jeżeli chodzi o kreowanie przez nich określonego obrazu rzeczywistości, co stanowi podstawę do formowania opinii publicznej, która jest ważna dla aktorów politycznych. Instytucje starają się wykorzystywać media, by móc wpłynąć na społeczeństwo. W tej fazie media często są zależne od polityki.

Druga faza następuje wtedy, gdy media masowe stają się bardziej niezależne od rządów i instytucji politycznych. Wzrasta wpływ organizacji medialnych na aktorów politycznych, dla których media nie są jedynie kanałem transmisyjnym. Media oddziałują na kształt przedstawianej rzeczywistości, komentują ją, wartościują i selekcionują jej treść. Dochodzi do skomplikowanych wzajemnych zależności. Z jednej strony media stają się pół-niezależne, kontrolują swój przekaz i mają

¹ Ł. Wojtkowski, *Mediatyzacja polityki. Amerykańska kampania prezydencka 2008*, Toruń 2012, s. 44.

możliwość przeciwstawiania się tym, którzy próbują ingerować w ich treści. Z drugiej strony, aktorzy i instytucje polityczne mogą zarządzać mediami, również wywierać na nie presję.

W trzeciej fazie media nadal są głównym źródłem informacji i kanałem komunikacji pomiędzy społeczeństwem a politykami. W codziennej praktyce media stają się niezależne i ważne, instytucje i aktorzy polityczni muszą się dostosowywać do ich potrzeb. W fazie tej to organizacje medialne wpływają na polityków i wywierają na nich presję. Co więcej, zaczyna dominować również rzeczywistość stworzona przez media, która krok po kroku skutecznie zastępuje tę prawdziwą.

W ostatniej, czwartej fazie media masowe są głównym źródłem informacji i kanałem komunikacji. Intensywność oddziaływania mediów w tej fazie jest dużo większa, co prowadzi do sytuacji, w której komunikacja polityczna bez udziału mediów jest niemożliwa. Zaobserwować można całkowitą dominację rzeczywistości medialnej, która zastępuje tę faktyczną. W fazie tej pojawiają się nowe metody komunikacji politycznej. Zaliczyć do nich można kampanie permanentne oraz wysoki stopień profesjonalizacji polityki i kampanii politycznych².

Mediatyzacja polityki jest jedną z form relacji polityków i mediów, w której to media zajmują pozycję nadrzędną względem polityki, decydując o jej medialnym dostępie, wizerunku, społecznej percepcji i znaczeniu. Mediatyzację polityki można uznać za uzależnienie polityki od mediów, czyli dostosowywanie się poszczególnych elementów świata polityki do potrzeb mediów masowych, które stały się głównym dostarczycielem treści politycznych i społecznych. Natomiast polityka, dostosowując się do roli nadawców, wdraża założenia i metody marketingu politycznego, aby móc wykorzystać dominację mediów, która daje możliwość większego dostępu do odbiorców³.

Mediatyzacja może również przybrać postać radykalną, funkcjonalną, kiedy to nadawca na każdym etapie tworzenia politycznej rzeczywistości medialnej, przez selekcję informacji, treść, formę doniesień dokonuje wszelkich zniekształceń⁴.

Dyskurs polityczny

Na styl dyskursu politycznego wpływa rodzaj poruszanych problemów, argumentacja a także stopień ekspresji językowej i otwartości w wyrażaniu własnych myśli, intencji i emocji. Można wyróżnić dwa style dyskursu. Pierwszy to dyskurs ideologiczny, w którym polityk zorientowany jest na propagowanie ideologii, aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców posługuje się

² Ibidem, ss. 51-53.

³ Ibidem, s. 54.

⁴ Ibidem, s. 55.

uproszczonymi schematami. Do jego cech należy kategoryczność przekonań i ocen, bezkompromisowość, emocjonalność oraz narzucanie swoich poglądów. Natomiast dyskurs o stylu zadaniowym charakteryzuje się realizmem, co można zauważyć w konstruowaniu rzeczywistości po przez przekazywane komunikaty, które są zgodne z obserwacjami. Polityk posługujący się stylem zadaniowym jest nastawiony na kompromis, otwarty na pozyskiwanie nowych informacji i gotowy do ustępstw⁵.

Dyskurs polityczny, który jest tworzony w Internecie, nie jest włączany w zakres dyskursu publicznego tworzonego przez media masowe. Powstają dwa odrębne dyskursy: oficjalny i internetowy, które rządzą się odmiennymi prawami i są od siebie oddzielone. Dyskurs internetowy to przede wszystkim komentarz do dyskursu oficjalnego. Świadczyć mogą o tym tematy internetowych dyskusji, które dotyczą aktualnych wydarzeń politycznych. Internauci to recenzenci spektaklu politycznego, który rozgrywa się na medialnej scenie. Politycy wciąż wybierają media masowe jako kanał, za którego pomocą mogą dotrzeć do szerokiej publiczności. Politycy coraz częściej biorą pod uwagę dyskurs internetowy w procesie podejmowania decyzji politycznych, pomimo tego, że w dyskursie internetowym można zauważyć: agresję, ekstremalne poglądy, brutalność i jakże powszechne oskarżenia bez pokrycia. Pomimo tego, że Internet umożliwia „spotkanie się” ludzi o różnych poglądach, to celem nie jest szukanie porozumienia, lecz bezkompromisowy spór.

Dyskurs polityczny dotyczy wyjątkowo ważnych kwestii, mających wpływ na życie rzeszy ludzi. Odgrywa również ważną rolę w budowaniu intersubiektywnego obrazu świata i definiowania rzeczywistości społecznej. Grupy mające udział w konstruowaniu dyskursu politycznego mają możliwość wprowadzania danych kwestii do dyskursu i eliminowania z niego tego, czego ich zdaniem nie można i nie wypada mówić. Dzięki temu zyskują zdolność narzucania obrazu świata pozostałym grupom. M. Foucault podkreśla, że „dyskurs jest władzą, dzięki której grupy uprzywilejowane utrwalają swój status. Produkcja dyskursu jest bowiem przez nie kontrolowana, selekcyonowana i organizowana. Dyskurs prowadzi więc do odtwarzania porządku społecznego zgodnie z ich intencjami”⁶. Kogo więc możemy nazwać współczesnymi twórcami dyskursu politycznego? Czy należy mówić o elitach, czy o mediach?

⁵ K. Skarżyńska, *Jak porozumiewają się politycy: język ostrych kategoryzacji; psychologiczne przyczyny i konsekwencje*, [w:] *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2001, ss. 123-124.

⁶ M. Juza, *Wykorzystanie internetowych środków przekazu w procesie komunikowania politycznego*, [w:] *Media i polityka. Relacje i współzależności*, red. M. Adamik-Szysiak, Lublin 2014, s. 233.

Rola obywateli w procesie komunikowania politycznego to głównie bierny odbiór przekazu dyskursu politycznego tworzonego przez elity symboliczne. Jediną możliwością nadania komunikatu przez obywateli jest ich udział w wyborach, ale też w akcjach protestacyjnych, demonstracjach, sondażach opinii publicznej etc. Ta asymetria komunikacyjna pomiędzy elitami symbolicznymi a resztą społeczeństwa wynika z tego, że komunikowanie polityczne odbywa się na płaszczyźnie mediów masowych i stanowi odzwierciedlenie podziału na uprzywilejowanych, aktywnych nadawców i biernych odbiorców⁷.

Pauperyzacja języka polityki

Pauperyzacja przyczynia się do obniżenia jakości politycznego mówienia, co wiąże się ze wzrostem liczby tekstów populistycznych. Operują one językiem skrajnych tonacji, przeważnie emocjonalnym, nieracjonalnym, jest to mowa napastliwa, agresywna. Czasami język ten jest ultranarodowy, patriotyczny, religijny, a innym razem ma charakter ekonomiczny, chwali przeszłość komunistyczną i jej rozwiązania społeczne, gospodarcze⁸.

Można dostrzec również nadmierne używanie słów nacechowanych emocjami, co pozwala stwierdzić, że na współczesnej scenie politycznej nie ma już *dyplomatycznej powściągliwości*. Często, gdy polityk się zdenerwuje, głośno wyraża swoje emocje, przeważnie jest to język brutalnej walki, a nie demokratycznej rywalizacji⁹. Emocje, które wyłączają rozum i rozsądek są złym doradcą nie tylko w polityce, ale i w życiu. Niski poziom komunikacji blokuje też uznanie racji innego gracza politycznego, ponieważ dany polityk czy ugrupowanie kurczowo trzymają się doktryny i własnej prawdy. Politycy różnych partii mają swoją silnie zideologizowaną prawdę, a wielu z nich nie jest w stanie przyjąć jakichkolwiek argumentów.

Pauperyzacja wzrasta w skutek zmian obyczajowych, obniżenia kultury osobistej, zmiany modelu grzeczności. Po zmianie ustroju w Polsce tendencje postmodernistyczne zaczęły radykalnie zmieniać polską kulturę. Nastąpiło dowartościowanie potoczności i pospolitości. Politycy współcześnie objaśniają nawet skomplikowane zjawiska społeczne wyrażeniami potocznymi.

⁷ Ibidem, s. 233.

⁸ K.Ozóg, Pauperyzacja języka współczesnej polityki, „LingVaria” 1/2006, s. 89

⁹ Ibidem, s. 88.

Można interpretować to jako zamierzoną pauperyzację będącą świadomym krokiem i elementem wielkiej gry politycznej¹⁰.

Pauperyzacja to przede wszystkim styl potoczny, który schlebia zwykłemu odbiorcy poprzez odwołanie się do jego najprostszycy doświadczeń życiowych i jest w dużej mierze stylem antyintelektualnym. Szczególnie często używana jest metaforyka potoczna, która odwołuje się do doświadczeń masowego konsumenta¹¹. Z pospolitością ściśle związana jest karnawalizacja języka współczesnej polityki. To dążenie do zabawy słownej, subtelnej lub niewybrednej gry językowej, żartu, dowcipu, ironii, czasami zamierzonej groteski czy czarnego humoru. Na tę kategorię zwraca szczególną uwagę myślenie postmodernistyczne człowiek ma być przede wszystkim człowiekiem rozrywki, zabawy. Politycy często bawią się prymitywnymi skojarzeniami, również ze strefy seksu czy wydalania. Takie zachowania natychmiast są zauważane przez media, a następnie rozpowszechniane. Zdarza się, że publikacja takiego zachowania przyniesie zamierzony skutek, lecz przeważnie daje negatywny efekt¹². Politycy powinni zdawać sobie sprawę z wagi słów, jakich używają, ponieważ obecnie słowo odgrywa wielką rolę. W polskim dyskursie politycznym coraz wyraźniej można zauważyć nutę agresji. Z jednej strony służyć ma to dyskredytacji i degradacji przeciwnika, przeważnie poprzez oskarżenie, obwinienie i potępienie. Z drugiej strony językowe środki definiowania sensu, skutków i intencji działań, tym samym tożsamości przeciwnika często są uznawane za piętnujące i obelżywe¹³.

Jak mediatyzacja polityki wpływa na zmianę dyskursu politycznego?

Mediatyzacja przyczynia się do zmiany zachowania aktorów politycznych pod wpływem narzucanym zasad przez media masowe, przykładem takich transformacji jest przede wszystkim dyskurs, jakim posługują się politycy. Zaczęła dominować w nim przede wszystkim nadmierna kolokwialność i skrótowość, która wynika ze zmiany dyskursu politycznego na dyskurs internetowy. Ponadto, coraz częściej można obserwować na różnych dostępnych platformach social mediów, czy też w mediach masowych, bezrefleksyjne wypowiedzi aktorów politycznych nacechowane ładunkiem emocjonalnym i często nieaprobowanym przez społeczeństwo

¹⁰ Ibidem, ss. 86-89.

¹¹ Ibidem, s. 86.

¹² Ibidem, s. 87.

¹³ J. Bralczyk, *O języku propagandy i polityki*, Warszawa 2007, s. 248.

zachowanie, jedynie by móc zaistnieć w mediach. Mediatyzacja polityki nie tylko przyczyniła się do zmiany dyskursu politycznego, ale i również do pojawienia się polityków-celebrytów na scenie politycznej. Margaret Thatcher w swojej biografii użyła następującego stwierdzenia „polityk, który nie jest chętny, dostosować swojego wystąpienia i sposobu bycia do zasad narzucanych przez współczesne media, ujawnia brak dbałości o zdobycie władzy politycznej”¹⁴. Powodem współczesnego dyskursu politycznego, wplatającego coraz więcej cech charakterystycznych dla języka internetowego, nie jest jedynie narzucenie zasad przez media masowe, ale i chęć zaistnienia aktorów politycznych w mediach i dotarcia do jak największego grona odbiorców, która skłania ich do zmiany swojego zachowania i języka, tylko i wyłącznie dla rozpoznawalności, bez której współcześnie osiągnięcie sukcesu na scenie politycznej staje się coraz trudniejsze.

Bibliografia

1. Biernacka-Ligęza I., *Lokalna polityka zmediatyzowana – fakt czy mit?* [w:] *Media i polityka. Relacje i współzależności*, red. Adamik-Szysiak M., Lublin 2014.
2. Bralczyk J., *O języku propagandy i polityki*, Warszawa 2007.
3. Juza M., *Wykorzystanie internetowych środków przekazu w procesie komunikowania politycznego*, [w:] *Media i polityka. Relacje i współzależności*, red. Adamik-Szysiak M., Lublin 2014.
4. Ożóg K., *Pauperyzacja języka współczesnej polityki*, „LingVaria” 1/2006.
5. Skarżyńska K., *Jak porozumiewają się politycy: język ostrych kategoryzacji; psychologiczne przyczyny i konsekwencje*, [w:] *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, red. Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K., Warszawa 2001.
6. Wojtkowski Ł., *Mediatyzacja polityki: amerykańska kampania prezydencka 2008*, Toruń 2012.

¹⁴ I. Biernacka-Ligęza, *Lokalna polityka mediatyzowana - fakt czy mit?* [w:] *Media i polityka. Relacje i współzależności*, red. M.Adamik-Szysiak, Lublin 2014, s. 208.