

Stanisław Kilian

Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie

Współczesny neofityzm polityczny na tle procesu komercjalizacji polityki

Metoda badań: historyczno-opisowa; wyjaśnianie w konwencji *per analogiam*.

Hipoteza badawcza: Sekularyzacja polityczna staje się źródłem politycznej konwersji, nielojalności partyjnej, negatywnie rzutuje na kształt idei politycznego zobowiązania, w konsekwencji nadweręża zaufanie obywateli do demokracji przedstawicielskiej i reorientuje wybory polityczne w stronę partii o tradycjonalistyczno-konserwatywnym profilu ideowym, a w perspektywie najbliższych lat wpłynie na eskalację radykalnych inicjatyw obywatelskich usytuowanych na marginesie ruchów społecznych lub w postaci niezależnych, antyliberalnych form stymulowanych przez rosnącą falę niezadowolenia społecznego zrodzonego na gruncie procesu profesjonalizacji i elitaryzacji polityki oraz w sytuacji nadwerężenia bezpieczeństwa ekonomicznego obywateli.

Pojęcie neofity odnajdujemy najczęściej w kontekście religijnym; wśród znanych neofitów znaleźli się (każdy z różnych powodów) św. Paweł z Tarsu, Jakub Frank czy Józef Bem; konwersja wyznaniowa odmieniła ich życie, doświadczyli ostracyzmu środowiskowego, ekskomuniki czy, jak w przypadku Józefa Piłsudskiego, propagandowej impertynencji. W opozycji do religijnego prozelityzmu sytuują się ortodoksyjni wyznawcy, męczennicy za wiarę, w jakimś sensie fundamentaliści religijni, nie wykluczając także konsekwentnie wyrażanej, antychrześcijańskiej, postawy cesarza Juliana Apostaty. Z czasem pojęcie neofityzmu i apostazji znalazło się w słowniku języka politologii dla opisanego procesu reorientacji ideowo-politycznej, zjawiska „partyjnej turystyki” i spektakularnych aktów partyjnego renegactwa. Celem badawczym niniejszego szkicu jest analiza źródeł tego zjawiska i ukazanie, w jakim stopniu rzutuje ono na poziom życia politycznego a dalej, w jakim zakresie implikuje destrukcyjne procesy w systemie demokracji przedstawicielskiej, wreszcie, czy i w jakim stopniu stymuluje wśród obywateli-wyborców postawy politycznej abnegacji i nihilizmu.

W badaniach historycznych dotyczących systemu demokracji przedstawicielskiej waloryzuje się dziś dwa jej aspekty: funkcjonalny i aksjologiczny. Z jednej strony, podkreśla się znaczenie decentralizacji i rotacji ośrodka decyzyjnego oraz

mechanizmów kontroli społecznej, z drugiej zaś, umniejsza się rolę systemu wartości i zasad stabilizujących relacje między społeczeństwem a władzą państwową, które w demokracji przedstawicielskiej konstytuują zasadę politycznego zobowiązania (w myśli anglosaskiej *Political Obligation* jest centralną kategorią teorii demokracji) opierającą się na imperatywie naturalnej, wzajemnej wdzięczności w relacjach obywatel-władza państwowa. Stąd też we współczesnej publicystyce politycznej wielką siłę zyskuje zarzut sekularyzacji ideowo-politycznej, odideologizowania systemu politycznego czy nawet „choroby”, formułowany pod adresem systemu demokracji przedstawicielskiej, której symptomem jest coraz bardziej odczuwalna deideologizacja partii politycznych; współczesne partie jako podmioty artykulacji i mobilizacji politycznej stają się po prostu *zombie*, przypominają inercyjne twory (żywe trupy) niezdolne do autentycznej, ideowej mobilizacji elektoratu, co jakiś czas, w okresie kampanii wyborczych, korzystając z instrumentarium marketingowego (teatralizacji i performansu) włączają się do rywalizacji o polityczną dominację; w historii demokracji przedstawicielskiej nie odnotowano podobnego zjawiska. Na kartach opracowań historycznych opisujących funkcjonowanie systemu demokracji przedstawicielskiej wyraźnie widać, że rywalizacja o władzę odbywała się przede wszystkim na płaszczyźnie ideowo-programowej¹, dziś w sytuacji unifikacji programowej partii politycznych i postępującej atrofii ich funkcji artykulacyjnej, przebiega ona na poziomie komunikacyjno-medialnym, co określa się mianem mediatyzacji polityki. W rywalizacji tej, jak ilustrują wyniki badań preferencji politycznych elektoratu, ważne (nierzadko decydujące) znaczenie odgrywa bliżej niesprecyzowane tzw. kryterium atrakcyjności programu, wyrażonego w konstrukcji retorycznej określonej „mglistymi”, często nierealistycznymi deklaracjami usprawnienia państwa². Urynkowanie polityki i jej mediatyzacja stają się przesłanką do sformułowania tezy o samorzutnym przeobrażeniu partii politycznych, dotąd tradycyjnych podmiotów artykulacji interesów obywatelskich poprzez odrzucenie gorsetu ideowego, czyli historycznie zdeterminowanego systemu aksjologicznego pod kątem uelastycznienia programu, a przez to rozszerzenia adresata własnej oferty politycznej. W jakimś stopniu proces ten zauważa współczesny politolog Ivan Krastew, który w rozmowie z Jackiem Żakowskim stwierdził:

Demokracja wymaga istnienia silnych podmiotów: silnej władzy, silnej opozycji, silnej lewicy i silnej prawicy. Gdy wszyscy są słabi i nijacy, ten system nie działa. Nie ma po co wybierać. Nie ma się o co spierać. Nie ma powodu głosować [...] wszystko stało się słabe, nijakie. Wszyscy chcą być w bezbarwnym centrum³.

¹ M. Śliwa, *Demokracja polska: idee, ludzie, dzieje*, Warszawa 2010, s. 157 i n.

² K. Kłosińska, *O retoryce partii politycznych*, [w:] *Demokracja w Polsce. Doświadczenia zmian*, red. U. Jakubowska, K. Skarżyńska, Warszawa 2005, s. 212–215; R. Marzęcki, Ł. Stach, *Dlaczego Palikot? Młodzi wyborcy Ruchu Palikota: przypadkowy czy „twardy” elektorat nowej siły na polskiej scenie politycznej*, Warszawa 2013, s. 102.

³ Cyt. za: K. Jakubowicz, *Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli*, Warszawa 2013, s. 81.

Wyrazem sekularyzacji politycznej społeczeństwa jest dziś zejście ze sceny politycznej tzw. partii historycznych eksponujących kwestie programowe w kontekście ideowym; jeśli nawet (jak w przypadku partii z lat II RP) ideowość programu miała charakter „mgławicowy”, to jednak była ona wystarczającym spoiwem utrwalającym relacje emocjonalne szeregowych członków, którzy tworzyli ideową drużynę, rodzaj wspólnoty towarzyskiej, zahartowanej w rywalizacji politycznej; konkludując – ideowość stawała się czynnikiem (i probierzem) wyjątkowo trwałej lojalności grupowej, przypominającej swoim charakterem związki rodzinne, etniczne czy wyznaniowe. W języku międzywojennej publicystyki politycznej określenie „my socjaliści”, „my ludowcy” charakteryzowało nie tylko styl myślenia politycznego, ale także odzwierciedlało skalę solidarności i identyfikacji grupowej z zaznaczonym rysem odrębności i odpowiedzialności, rodzajem emocjonalnej więzi ukształtowanej poprzez pokoleniowe doświadczenia historyczne i lojalność ideową; z pracy ideowo-wychowawczej, podporządkowanej wzmocnieniu tej więzi, wyrosły pokolenia młodych socjalistów i ludowców, w dłuższej perspektywie kształtujące profil ideowo-polityczny formacji socjalistycznej czy agrarnej. W tej „sztafecie pokoleń” obejmującej adherentów a nawet sympatyków, znajdują się mechanizmy umożliwiające awans partyjny i karierę partyjno-polityczną; nie będzie przesady w stwierdzeniu, że partie te stawały się szkołą myślenia politycznego⁴. Notabene jeszcze dziś w szeregach Chińskiej Partii Komunistycznej legitymacja ciągłości ideowo-historycznej potwierdzona uczestnictwem członków rodziny w batalii określanej mianem Długiego Marszu jest przesądzającym czynnikiem w procesie rekrutacji elit partyjno-politycznych i najlepszą legitymacją lojalności ideowej. Egzemplifikacją ideowości jako decydującego czynnika uściślającego integrację grupową i solidarność polityczną ale także kryterium umożliwiające wyselekcjonowanie adwersarza ideowego czy „wroga politycznego” dostarcza historia polskiej emigracji politycznej po 1945 roku; w „polskim Londynie” osobiste animozje i resentymenty historyczne z lat międzywojennych przede wszystkim przywiązanie do barw partyjnych uniemożliwiły pełną integrację polityczną i utworzenie wspólnego ośrodka politycznego kierownictwa do walki z ponadpartyjnym wrogiem – ideologią komunistyczną, lecz z drugiej strony, istnienie historycznych ugrupowań politycznych ożywiało nadzieję na odbudowanie życia politycznego w suwerennej Polsce. Stąd też wśród liderów partyjnych nie zdarzały się przypadki neofityzmu politycznego, co najwyżej koniunkturalne, zresztą niezbyt jasno umotywowane odejścia, najczęściej w celu utworzenia konkurencyjnego stronnictwa, jednak o podobnym obliczu ideowym, co metaforycznie określano mianem „zmiany konia w biegu”; emigracyjni polityczni renegaci z trudem zdobywali zaufanie w nowym środowisku, czego doświadczyli m.in.: Stanisław Mikołajczyk, Kazimierz Bagiński czy Jędrzej Giertych. Zmiany ustrojowe po 1989 roku umożliwiły odrodzenie się tzw. partii historycznych (w których upatrywano kontynuację zasady legalizmu na gruncie krajowym, formę afirmacji

⁴ K. Sobolewska-Myślik, *Społeczeństwo obywatelskie a partie polityczne*, [w:] *Samotność idei? Społeczeństwo obywatelskie we współczesnym świecie*, red. B. Krauz-Mozer, P. Borowiec, Kraków 2007, s. 98.

idei ciągłości prawno-politycznej państwa) które nie zdołały w pełni adaptować się do nowych warunków, czego najwyraźniej doświadczyli socjaliści z Polskiej Partii Socjalistycznej (Piotra Ikonowicza) czy narodowcy ze Stronnictwa Narodowego (Jana Zamoyskiego). W nowych warunkach politycznych partie te skoncentrowały się przede wszystkim na propagowaniu ocenzonego w latach powojennych idei politycznych poprzez upowszechnienie ich w edukacji historycznej; pierwsza, w nadziei weryfikacji, krzywdzącej dla niej opinii utożsamiającej ją (błędnie) z komunizmem, druga, z zamiarem uwolnienia historii ruchu narodowego od peerelowskiej cenzury i propagandowego zohydzenia oraz ukazania współczesnym generacjom jej prawdziwego oblicza; obie zignorowały oczekiwania współczesnych wyborców-elektoratu, który zdobytego dobrodziejstwa wolności politycznej nie chciał asekurować w gorszej ideologii, lecz wyrażać go w autonomicznej kompetencji formowania ustroju państwa na własną (oderwaną od sentymentów historycznych) współczesną modłę; w ich opinii wizja zmodernizowanej Polski nie pasowała już do retrospektywnych modeli politycznych z lat II RP.

Sekularyzacja ideowa („społeczna aideowość”) implikuje zjawisko urynkowienia polityki i jej mediatyzacji, które sprzyja politycznej konwersji, gdyż dewaluuje pojęcie politycznego zobowiązania i zasadę *fair play* a co gorsze, niweczy edukacyjne wysiłki zmierzające do odrodzenia w świadomości społecznej zasady wzajemności i odpowiedzialności, ujęte w formule *pacta sunt servanda*, jako fundamentu trwałych relacji obywatel-partia polityczna-władza państwowa, co źle wróży jakości życia politycznego. Urynkowienie polityki skutkuje przeniesieniem rywalizacji politycznej z poziomu programowego, a więc obszaru impregnowanego określonym systemem aksjologicznym w jakimś stopniu zideologizowanym (pod kątem narracji ideologię definiuję jako: zespół poglądów funkcjonalny wobec interesów partyjno-politycznych) do poziomu marketingowego, w którym techniki informacyjno-perswazyjne kształtują nowy, koniunkturalny związek (oderwany od idei i programu) między obywatelem-wyborcą a profesjonalnym i zewnętrznym, wynajętym przez partię, kreatorem medialnego wizerunku, handlowcem, oferującym określony „produkt polityczny”; w istocie rzeczy merkantylizm działania politycznego polega na zastąpieniu programu partyjnego ofertą „kompozycji programowej” – konstrukcji retorycznej wyrażonej kwiecistym językiem, frazesami, utrzymanej w stylu realizmu magicznego, „ubogaconej” entuzjastycznymi deklaracjami zmiany w formule: „wszystko będzie inaczej”. W tym związku, w jakimś stopniu anonimowym, komercyjnym, brakuje czynników (bodźców) kreujących czy uściślających emocjonalne relacje o podłożu ideowym, między obywatelem-wyborcą a partią polityczną. W tradycyjnej rywalizacji ideowo-politycznej (co ilustruje historia II RP) charakter tych relacji odzwierciedlał się w osobowości politycznej obywatela-wyborcy, ukształtowanej przez pokoleniową, w jakimś sensie „genetyczną” percepcję wartości i zasad wynikających z emocjonalnej i intelektualnej partycypacji w określonej formacji ideowej i politycznej; czynniki te nie ułatwiały konwersji politycznej, w tym względzie nieliczne przypadki (Zdzisław Stahl) były napiętnowane, w każdym razie opinia społeczna przyjmowała je z oburzeniem. W dobie współczesnej,

w sytuacji komercjalizacji polityki, tego typu relacje już nie istnieją, wytworzył się natomiast konsumencki związek na bazie oferty handlowej – „produktu politycznego”. W związku tym postawa neofityzmu politycznego wydaje się wyborem naturalnym i beznamiętnym, nie wywołuje ostracyzmu opinii publicznej ani też nie obliguje konwertyty do gestów ekspiacji czy nawet wyrazów usprawiedliwienia. Urynkowanie polityki nie ogranicza się do wytworzenia produktu politycznego w postaci kompozycji programowej czy medialnego wizerunku lidera partyjnego czy też symboli politycznych, lecz sięga dalej, w głąb sfery emocjonalno-motywacyjnej (wolicjonalnej) obywateli do ich gustów konsumenckich, czyli preferencji politycznych⁵. Za pomocą wyrafinowanych technik informacyjno-perswazyjnych następuje urabianie tych gustów pod kątem oczekiwań politycznych zleceniodawców – partii politycznych. Celem tej manipulacji jest po prostu (używając języka handlowego) wytworzenie lub wzmocnienie popytu na określony towar, produkt polityczny, co wobec politycznie dojrzałych osobowości (elektorat zdecydowany) nie jest łatwe i wymaga ofensywnych strategii „lokowania produktu politycznego”; wobec elektoratu nieukształtowanego politycznie (tzw. analfabeci funkcjonalni) stosuje się proste techniki marketingowe, wyborcy sprofilowani politycznie (tzw. społeczność świadoma) wymagają subtelnych metod z obszaru psychologii zachowań; jedną z nich jest ofensywa propagandowa z zarzutami nienowoczesności, politycznego obskurantyzmu i staroświeckości tworzącymi gorszą odmianę tradycjonalizmu opisaną w publicystyce politycznej pojęciami: „katonacjonalizm”, „moherowe berety”, „prowincjonalny obskurantyzm”, która niejako zmusza do autoweryfikacji utrwalonych zasad i poglądów lub co najmniej wywołuje emocjonalne rozdrażnienie, niepokój w umyśle adresata rodzi refleksję w brzmieniu: „może jest coś na rzeczy”.

Z czasem pod wpływem ofensywy propagandowej i natężenia działań perswazyjnych z otoczenia społecznego (rówieśniczego, środowiskowego, zawodowego) często z odczuwania dyskomfortu psychicznego lub dla uniknięcia wstydlivej etykiety staroświeckości wyborów politycznych następuje demonstracyjne porzucenie dotychczasowej formacji ideowo-politycznej i konwersja do nowego środowiska politycznego, czyli samorzutna reorientacja sympatii politycznych. Co więcej, w nowym środowisku politycznym neofita najczęściej staje się nadgorliwym, fanatycznym wyznawcą nowej reorientacji politycznej, jej orędownikiem i wiernym strażnikiem, gdyż tylko w ten sposób może uwiarygodnić afirmację „nowej religii”; poza tym środowisko potrzebuje też autoryzacji niekoniunkturalnego charakteru jego przemiany światopoglądowej. Neoficka reorientacja ideowo-polityczna nie wytrzymuje próby konfrontacji z ideą politycznego zobowiązania, która wyraża się już w akcie głosowania poprzez udzielenie politycznego mandatu–zlecenia (łac. *mandatum* – zlecenie) reprezentantowi-kandydatowi, który przyjmuje na siebie jakieś zobowiązanie a zasada *fair play* obliguje go do jego realizacji, jednak nie wiąże go z powodu nieobligatoryjnego charakteru tego zlecenia (mandat wolny).

⁵ A. Czajowski, *Wyborca na rynku politycznym*, [w:] *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, red. A.W. Jabłoński, L. Sobkowiak, Wrocław 2009, s. 131–133.

W demokracji przedstawicielskiej akt głosowania jest najwyższym i powszechnym wyrazem wolności politycznej (nie licząc różnych form – obywatelskiego nieposłuszeństwa) spełniającym warunek nieograniczonej dobrowolności decyzji politycznej; wolny wybór wynika z autonomii moralnej jednostki określonej poprzez trzy jej komponenty: odczuwanie wolności indywidualnej, pragnienie współdecydowania i poczucie odpowiedzialności, ich wspólnym mianownikiem jest polityczne zobowiązanie, które w systemie demokracji przedstawicielskiej ma charakter ideowo-polityczny. Jeśli zaś pod wpływem procesu urynkowania polityki w akcie wyborczym zabrakło motywacji aksjologicznej, to argument korzyści, wyrażonej w treści prawa i kształcie instytucji publicznych, która indukuje zasadę zobowiązania politycznego, został wyrugowany przez beneficja konsumenckie, które nie potrafią wyzwolić zobowiązania o charakterze politycznym.

W tradycyjnej, opartej na konkurencyjności ideowo-programowej, rywalizacji politycznej można identyfikować korzyści polityczne o wymiarze prawno-instytucjonalnym; treść tych beneficjów wywiera istotny wpływ na kreację zobowiązania o charakterze politycznym, czego praktycznym wymiarem jest powstrzymanie się od aktów kontestacji władzy państwowej i pośrednio rosnące zaufanie do partii, wobec której wytwarza się zobowiązanie typu lojalności ideowej. Natomiast w sytuacji atrofii funkcji artikulacyjnej partii politycznych i zmiany ich charakteru w kierunku *zombie* uwidacznia się zwrot elit politycznych w stronę nowych ośrodków kreowania politycznego życia, tj. redakcji opiniotwórczych pism i mediów elektronicznych; aktorzy polityczni (decydenci) zabiegają w większym stopniu o miejsce antenowe niż o bezpośredni kontakt z wyborcami i promocję programu, media stają się dla nich interaktywną areną konfrontacji politycznej. Co ważniejsze, za pośrednictwem mediów zostaje zainicjowany proces, który można określić mianem społecznej hipnozy, „zbiorowego autyzmu”, który obliczony jest na rozbudzenie i wzmocnienie postaw konsumenckich, poprzez ofertę osobistych, konsumenckich korzyści, które nie kreują zobowiązania politycznego.

Pierwszym etapem strategii hipnozy jest wytworzenie klimatu bezpieczeństwa (w różnych jego aspektach) poprzez selektywny opis realiów życia społecznego z pominięciem problemów o charakterze przewlekłym, które nie dają się rozwiązać w perspektywie kilku lat; poza tym wskazywanie kwestii strategicznych (bezpieczeństwo energetyczne państwa czy zagrożeń wynikających z eskalacji problemów globalnych) stają się źródłem społecznego defetyzmu i demotywują do wyborów politycznych spośród ofert sformułowanych w retoryce interwencyjno-ratunkowej. Notabene wydaje się, że ukazywanie problemów strategicznych dla bezpieczeństwa państwa nie powoduje automatycznego samoograniczenia się w zakresie interesów egoistycznych czy partykularnych; nieliczni obywatele myślą bowiem w kategoriach dobra wspólnego, stąd też partie polityczne o profilu patriotyczno-państwowym rezygnują z postulatów solidarnościowych, mobilizujących do wspólnotowego zaangażowania na rzecz *bonum commune*; w gruncie rzeczy, myślenie patriotyczno-państwowe w swojej naturze solidarnościowe i altruistyczne jest dziś co najmniej deficytowe i jak dowodzą badania historyczne, cechuje społeczeństwo, które chce

odzyskać utracone państwo. Co więcej, w mentalności zbiorowej społeczeństwa polskiego funkcjonuje myślenie o istnieniu jakiegoś bliżej nieokreślonego mechanizmu samoregulacji życia państwowego, myślenie to jest ubogacone motywami opatrnościowymi i transcendentalnymi, co znajduje swój wyraz w tradycjonalistycznej, w swej wymowie antypaństwowej przede wszystkim nieobowiązującej (w znaczeniu zobowiązania politycznego) formule: „Niech każdy robi w swoim kółku, co każe Duch Boży, a całość jakoś się ułoży”. Stąd też na rynku ofert politycznych nie występują dziś „produkty” obliczone na zaspokojenie oczekiwań klientów w dłuższej perspektywie, do których konsument wcześniej powinien dojrzeć, lecz krótkie serie, „towary” przeznaczone do natychmiastowego użytku, ujmując to metaforycznie „bez gwarancji”, co w kategoriach politologicznych oznacza, porzucenie zobowiązań oferenta politycznego, czyli grę *unfair*.

Odejście od zasady *fair play* i porzestanie na zwyczajowej obietnicy ze strony oferenta jest możliwe właśnie dzięki medialnej hipnozie. Drugim elementem tej hipnozy jest propagowanie filozofii liberalnej w wersji „nieograniczonej partycypacji”, która wywiedziona jest z założenia, że każdy obywatel niezależnie od predyspozycji, kompetencji czy uzdolnień jest konsumentem politycznym lub co najmniej jest nim w „stanie projektowania”, w kształcie niedokończonym. Pod wpływem presji socjotechnicznej realizowanej za pośrednictwem mediów, co w gruncie rzeczy – jak zauważają to Andrzej Szahaj i Marek Jakubowski – prowadzi do fałszowania rzeczywistości⁶ (lub jej intencjonalnego kreowania), ale też mody, lansowania filozofii epikureizmu czy świadomych decyzji zostaje wzmocniona motywacja konsumentka, której efektem są określone, sprofilowane, wybory polityczne, ale przede wszystkim – w mojej opinii – surrealistyczne postrzeganie rzeczywistości i świata, opisywanie go w konwencji realizmu magicznego, co w szerszej skali implikuje myślenie paradoksalne. Notabene podobny sposób myślenia został w latach 2001–2008 wykorzystany przez amerykańskie instytucje parabankowe na rynku kredytów hipotecznych w postaci pożyczek NINJA (*No Income, No Job, No Assets* – bez dochodu, bez pracy, bez majątku). Nie bez znaczenia jest wykorzystanie naturalnej, osobniczej skłonności jednostki do rywalizacji; z punktu widzenia biopolityki i psychologii zachowań, bezkrytycznie akceptujemy czynniki wzmacniające nasz organizm i szanse w walce o dominację. Stąd też ulegamy presji medialnej (informacyjno-perswazyjnej), która oferuje nam substytuty leków (suplementy diety), używki (wzmacniacze) czy strategie leczenia (homeopatia), alternatywny etos wychowania (antypedagogika) itd. W podobny sposób, czyli na podstawie sprawdzonej opinii autorytetów społecznych, przetestowanych rozwiązań w demokracjach zachodnich itp. przyjmujemy produkty polityczne, z tą jednak różnicą, że w niektórych przypadkach przyjęcie tej oferty jest uzależnione od uprzedniej rezygnacji z dotychczasowej orientacji ideowo-politycznej, co indukuje konwersję polityczną czyli neofityzm. Z drugiej strony, zastosowanie konsumentckiej hipnozy nie rozwiązuje problemów społecznych, zresztą nie stawia sobie takiego zadania, jej głównym celem jest usytuowanie obywatela w wykreowanej przez media

⁶ A. Szahaj, M.N. Jakubowski, *Filozofia polityki*, Warszawa 2005, s. 175.

rzeczywistości społecznej, w „realiach” rzeczywistości medialnej lub rzeczywistości w ruchu, lecz co ważniejsze, pozbawia go ewentualnych roszczeń wobec oferenta, czyli władzy państwowej wynikających z idei politycznego zobowiązania; obywatel poprzez decyzję wyborczą, autoryzację wyborów politycznych, czyli wyrażenie zgody na zawarcie umowy o charakterze handlowym, nabywa określony „produkt polityczny” a sprzedający nie odczuwa moralnego obowiązku wypełnienia treści zobowiązania, gdyż umowa ta została oderwana od systemu aksjologicznego i podporządkowana oczekiwaniom klienta o charakterze najczęściej funkcjonalno-hedonistycznym. Stąd też jeśli oferent-polityk zmienia orientację i barwy partyjne-nową firmę, czyli *de facto* staje się neofitą, to klient-wyborca nie powinien odczuwać rozczarowania, nie powinien też traktować transakcji w kategoriach politycznego cwaniactwa czy oszustwa, gdyż zasady handlu wcale nie są oszukańcze. Istnieje jednak część społeczeństwa, różnie definiowana (Maciej Hłowiecki określa ją mianem „społeczności świadomej”, Bogusława Dobek-Ostrowska „wyborcami zdecydowanymi”, Tomasz Goban-Klas „elektoratem dojrzałym”), która nie ulega hipnozie, co więcej, nie waloryzuje ona życia politycznego w kategoriach komercji, „umowy handlowej” i oczekuje odwzajemnienia za dobrowolne ograniczenie swej niezależności (wynikającej z autonomii moralnej) w imię uczestnictwa w zbiorowości politycznej oraz przekazanie legitymacji do rządzenia, czyli podporządkowania się systemowi prawno-ustrojowemu; w tej grupie znajdują się nonkonformiści, nierzadko byli już propagatorzy rynku ofert politycznych, którzy w nowej sytuacji, jako „iluminaci” filtrujący zasadę *fronti nulla fides* upominają się o etyczny wymiar życia politycznego w formule „dobrego państwa” i „sprawiedliwej władzy”. Z tej grupy najczęściej rodzą się też różne formy obywatelskiego nieposłuszeństwa; środowiskowe inicjatywy kontestacyjne oraz społeczne (środowiskowe) ruchy oburzenia. W wymiarze aksjologicznym działalność tej grupy wyraża się w propagowaniu bliżej nieokreślonej „religii obywatelskiej” jako katalogu wartości i zasad moralnych na ogół zaczerpniętych z katalogu wartości religii publicznej określającej etyczny wymiar życia społecznego i przywracającej pierwotny sens idei politycznego zobowiązania; wartości religii publicznej stają się funkcjonalne wobec kanonów religii obywatelskiej oraz rzutują na kształt relacji społecznych. „Religia obywatelska – podkreśla badacz tej problematyki – winna służyć wytworzeniu odpowiednich stosunków pomiędzy społeczeństwem obywatelskim a państwem, a więc również powinna określać państwowość najpełniej wyrażającą potrzeby społeczeństwa obywatelskiego”⁷. Abstrahując od tradycyjnej na gruncie polskim koneksji między religią publiczną wywiedzioną z dekalogu a religią obywatelską a nawet ignorując kwestię postępującej sekularyzacji część społeczeństwa można upomnieć się o uniwersalne wartości obecne we wszystkich religiach monoteistycznych, tj.: piękno, wolność, prawda, sprawiedliwość i uczciwość w relacjach wzajemnych. Demokracja przedstawicielska wymaga zrewidowania fundamentów etycznych, jako warunku *sine qua non* obrony jej egzystencji, poprzez odejście od wartościowania uwzględniającego kryterium

⁷ P. Grabowiec, *Religia obywatelska jako propozycja aksjologiczna w erze globalnej*, [w:] *Wizje dobrego państwa. Idee i teorie*, red. A. Lisowska, A.W. Jabłoński, Toruń 2007, s. 82–83.

funkcjonalności i pragmatyzmu, czyli oceny w aspekcie rynkowym, gdzie trudno jest dostrzec jakieś mankamenty, lecz pod kątem wpływu na obniżenie poziomu etycznego relacji społecznych, źródła relatywizmu moralnego oraz dewaluacji wartości tradycyjnie konstytuujących pojęcie „dobra wspólnego”. W gruncie rzeczy postulaty te, często analizowane we współczesnej publicystyce politycznej, wydają się być truizmami; nie ulega bowiem wątpliwości, że skala oceny mechanizmów sprawności i funkcjonalności demokracji jest ściśle określona, natomiast granice zachowań etycznych są nieokreślone (zawsze można być jeszcze lepszym), co otwiera możliwości ewolucji. Czynnikiem sprawczym tej ewolucji może być również polityczny prozelityzm; innymi słowy, bez oddziaływania czynników patogennych (neofityzm jest jednym z nich) proces przeobrażenia systemu demokracji w ogólnie nie byłby możliwy. W tym kontekście prozelityzm polityczny stanowi zagrożenie systemu demokracji, ale też pobudza jej reakcję „immunologiczną”, której wyrazem są formy hybrydowe, jak np. „demokracja kierowana” w Polsce po 1926 roku umożliwiająca koncentrację decyzji politycznych w ręku przywódcy – autorytetu politycznego (Józef Piłsudski) z poszanowaniem zasady konkurencyjności partii politycznych i wolnych wyborów.

Efektom ubocznym komercjalizacji polityki jest wzrastająca fala społecznego niezadowolenia szukającego dla siebie zinstytucjonalizowanych form, przede wszystkim kontestująca neoliberalny kształt ustroju politycznego, znajdująca (chwilowe) oparcie w ugrupowaniach tradycjonalistycznych, konserwatywnych, stojących na gruncie manichejskiego kodeksu moralnego, w konwencji opisywania świata w czerni i bieli. Motywem działania tej grupy jest przedmiotowy postulat obrony tożsamości zbiorowej, zagrożonej relatywizmem moralnym wyrosłym na gruncie komercjalizacji polityki i sekularyzacji politycznej. Grupa ta zdobywa medialną popularność poprzez forsowanie poglądu, że obrona tradycyjnych wartości religijno-moralnych w sekularyzowanym świecie polityki nie powinna być postrzegana jako odmiana donkiszoterii ani przejaw fundamentalizmu religijnego, lecz jest naturalnym odruchem wynikającym ze stanu odczuwania zagrożenia tożsamości zbiorowej⁸. W rządzie przeciwników politycznych tej grupy sytuują się ultraliberalne (o emancypacyjnym charakterze celów i radykalnych formach działania) ruchy promujące alternatywny styl życia, wyrosłe na gruncie urynkowienia polityki i wykorzystujące media do popularyzowania swojego programu; jednak na bazie ich asertywnej, bezkompromisowej postawy rodzą się napięcia społeczne, które przyczyniają się do destabilizacji systemu politycznego, nadwerężają społeczne zaufanie do demokracji przedstawicielskiej a także, co ważniejsze, wyzwalają reakcję grupowej samoobrony w formie ruchów antyliberalnych, inicjatyw obywatelskiego protestu, które swoich charakterem wpisują się w nurt zachowań politycznych profilujących ideowo bazę rekrutacyjną ugrupowań politycznych o wyraźnie konserwatywno-nacjonalistycznym obliczu ideowym i radykalnej strategii działania. Na tej podstawie można spekulować, że ugrupowania te, kreując – jak ujmuje to

⁸ J. Bartyzel, *Demokratyczna idolatria i arystofobia w ujęciu konserwatywnej krytyki demokracji*, [w:] *Dylematy współczesnej demokracji*, red. S. Wróbel, Toruń 2011, s. 28.

Grzegorz Foryś – „politykę sporu” czyli konfrontacji między elitami decydenckimi a niesformalizowanymi grupami obywateli będą wzmacniać swoją siłę oddziaływania politycznego, zdobywać medialną popularność. Niezależnie od tego czy obawy te są uzasadnione, wzrost społecznego zaufania do ugrupowań o wyraźnym, skrytalizowanym profilu ideowym a przez to konfrontacyjnym stylu działania wydaje się nieodległą perspektywą najbliższych lat.

W obszarze badań naukowych dotyczącym politycznej konwersji pozostaje kwestia tzw. grupowego neofityzmu. Niewiele komunikatów naukowych na ten temat przekazują środowiska badawcze; analiza tej kwestii przez pryzmat koniunkturalnej zmiany profilu ideowego wybranych partii politycznych, w ramach koalicji rządzącej, nie rodzi zarzutów dywersji czy zdrady, przed którymi nie potrafi obronić się indywidualny neofita; poza tym zjawisko grupowego neofityzmu jest często maskowane w eufemistycznym języku opisującym koalicje polityczne, które zawiązały się na dość upowszechnionej w życiu politycznym zasadzie kompromisu, stosowanej często w obliczu silniejszego przeciwnika politycznego, najczęściej z myślą o uniknięciu paraliżu decyzyjnego⁹. Nie należy jednak zapominać, że zawiązanie koalicji, czy raczej uzyskanie zgody na utworzenie nowego organizmu politycznego pod presją okoliczności czy wizją egoistycznych korzyści, uwarunkowane jest najczęściej bezpiecznym manewrem „zejścia z kursu” lub zdecydowanym, uargumentowanym wyborem strategii kontaminacji politycznej, uwzględniającej możliwość integracji odmiennych dotąd wartości ideowych, opierającej się na rezygnacji z ambicji personalnych, akceptacji nowych celów politycznego działania (czego ilustracją jest fenomen emigracyjnej Rady Politycznej utworzonej, jak wówczas to określano, z połączenia „wody z ogniem”, czyli związku ideowych przeciwników: PPS i SN) co trudno byłoby zakwalifikować do rozwiązań uwzględniających warunki kompromisu. Stąd też grupowy neofityzm nie jest możliwy bez kontaminacji ideowo-politycznej, tej zaś nie należy postrzegać jako wyrafinowanej wersji kompromisu, lecz jako dążenie do stworzenia nowego organizmu, bytu politycznego, w którym obie strony porozumienia (czy nawet kilka stron) afirmują wartości, zasady, cele i strategię działania, które dotąd stanowiły decydujące kryterium ich samoidentyfikacji i w żadnym kontekście nie były do przyjęcia.

Konkluzja

Neofityzm polityczny nie jest efektem procesu naturalnej ewolucji ideowo-politycznej (dojrzwania poglądów widocznych w biografjach liderów współczesnych partii politycznych), lecz jest postawą wyrosłą na gruncie urynkowania polityki i w klimacie sekularyzacji ideowej; nasilająca się aideowość społeczeństwa pozbawia wybory polityczne motywacji ideowej, przez co nadweręża ideę partyjnej lojalności i zasadę politycznego zobowiązania. Odczuwanie obowiązku wdzięczności przestaje być cnotą obywatelską, dlatego obywatele bez jakichś wyrzutów sumienia

⁹ O negatywnych skutkach wyboru strategii kompromisu politycznego jako niweczącej wizję politycznego działania wypowiada się (proponując wybór strategii konfrontacyjnych), J.W. Gilley, *Menedżer jako polityk*, przeł. K. Masłowski, Warszawa 2010, s. 124.

odwracają się od demokracji przedstawicielskiej; rośnie absencja wśród młodego elektoratu oraz rozwija się apatia polityczna, obywatele-wyborcy nie angażują się w życiu politycznym jako recenzenci i kontrolerzy projektów politycznych władzy, przez co afirmują często opresyjny styl sprawowania władzy wyrażony w systemie prawa i instytucjach publicznych. Z drugiej strony, decydenci polityczni nie doświadczając presji społecznej rezygnują z wyrażania respektu dla opinii publicznej, ignorują znaczenie legitymacji i mandatu społecznego, reagują (w ograniczonym zakresie) na postulaty ruchów obywatelskiego oburzenia obawiając się ich możliwej eskalacji. Nie oznacza to jednak, że obywatele utracili poczucie obowiązku wdzięczności wobec państwa, lecz zostało ono zredukowane do zasady samarytanizmu. Zasada ta – jak wyjaśnia Marta Majorek – odwołuje się do akceptowanego w badaniach politologicznych twierdzenia, że każdy człowiek posiada silną dyrektywę moralną spieszenia z pomocą innym ludziom, osobom zazwyczaj będącym w stanie zagrożenia¹⁰. Z tej przesłanki rodzi się nadzieja, że w sytuacji zagrożenia bezpieczeństwa państwa można liczyć na samorzutny odruch zbiorowej ofiarności, wywiedziona z tkwiącego w osobowości politycznej samarytanizmu. *Summa summarum* neofityzm w klimacie słabnięcia społecznego respektu dla wartości i zasad regulujących życie publiczne znajduje sprzyjające warunki do rozwoju, co więcej, relatywizm moralno-etyczny umotywowany utylitarnymi celami staje się czynnikiem stymulującym polityczny prozelityzm. Upowszechnienie się neofityzmu grupowego (środowiskowego) stymuluje reorientację wyborów politycznych w stronę ugrupowań o skryzalizowanym, wyrazistym obliczu ideowym, te zaś obierają konfrontacyjną strategię działania politycznego, co źle wróży wyobrażeniom o stabilności systemu demokracji przedstawicielskiej. W zbiorowej postawie (hipotezę tę wspiera retrospektywna analiza życia społecznego) występuje naturalny proces społecznej akomodacji do warunków środowiskowych (nie wyłączając środowiska politycznego), innymi słowy, społeczeństwa rezygnują z konfrontacji na rzecz imperatywu akomodacji, lecz warunkiem tego procesu są określone granice ideowe; w sytuacji swoistego bałaganu wartości zasad i celów nie ma się do czego przystosowywać, brakuje bowiem punktu oparcia, na tym tle neofityzm z pewnością nie jest formą akomodacji.

Bibliografia

- Bartyzel J., *Demokratyczna idolatria i arystofobia w ujęciu konserwatywnej krytyki demokracji*, [w:] *Dylematy współczesnej demokracji*, red. S. Wróbel, Toruń 2011
- Czajowski A., *Wyborca na rynku politycznym*, [w:] *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, red. A.W. Jabłoński, L. Sobkowiak, Wrocław 2009, s. 131–133
- Gilley J.W., *Menedżer jako polityk*, przeł. K. Masłowski, Warszawa 2010, s. 124
- Grabowiec P., *Religia obywatelska jako propozycja aksjologiczna w erze globalnej*, [w:] *Wizje dobrego państwa. Idee i teorie*, red. A. Lisowska, A.W. Jabłoński, Toruń 2007

¹⁰ M. Majorek, *Idea politycznego zobowiązania w myśli anglosaskiej* (praca doktorska obroniona w Instytucie Nauk Politycznych UJ w 2009 r. – promotor W. Bernacki), maszynopis, s. 224–225.

- Jakubowicz K., *Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli*, Warszawa 2013
- Kłosińska K., *O retoryce partii politycznych*, [w:] *Demokracja w Polsce. Doświadczenia zmian*, red. U. Jakubowska, K. Skarżyńska, Warszawa 2005
- Majorek M., *Idea politycznego zobowiązania w myśli anglosaskiej* (praca doktorska obroniona w Instytucie Nauk Politycznych UJ w 2009 r. – promotor W. Bernacki), maszynopis
- Marzęcki R., Stach Ł., *Dlaczego Palikot? Młodzi wyborcy Ruchu Palikota: przypadkowy czy „twardy” elektorat nowej siły na polskiej scenie politycznej*, Warszawa 2013
- Sobolewska-Myślik K., *Społeczeństwo obywatelskie a partie polityczne*, [w:] *Samotność idei? Społeczeństwo obywatelskie we współczesnym świecie*, red. B. Krauz-Mozer, P. Borowiec, Kraków 2007
- Szahaj A., Jakubowski M.N., *Filozofia polityki*, Warszawa 2005
- Śliwa M., *Demokracja polska: idee, ludzie, dzieje*, Warszawa 2010

Modern-day political zeal and the process of politics commercialization

Abstract

The heuristic layer of the article includes the argumentation of the thesis that going to the opposite party and political reorientation based on an egoistic motive, called political neophytism, is becoming an impulse for the evolution of new political life forms and for the birth of new, hybrid political parties, which in turn are becoming a vivifying force of representative democracy, and which allow for keeping the quality of political life on a higher level, which can also be seen in the choice of legal-institutional solutions. In the public opinion the political conversion phenomenon is not gaining acceptance, for it is contrasting with the commonly accepted party loyalty rule and it bends the idea of political commitment, which is profiling the relations between the electorate and their deputies. Because of this some part of this electorate turns its back to political parties and transfers its expectations (and ruling authorization) to alternative subjects of common interest articulation, most commonly towards mass social movements. Others, in turn, feeling that they have been „cheated” by the neophyte, turn away from active political life completely and resign from taking part in the elections, others still turn to ideologically mutated historical parties which try to adopt the system of values and ideological cannons to the shifting socio-political conditions. In these groups there are the followers of radical parties with a clear ideology presented in the tradition and conservatism categories; the context of the way of thought of such a group can be used to analyze the election success of the Congress of the New Right – Janusz Korwin Mikke in the European Parliament election. It is also an important element of this presentation to prognose the changes in the political system under the phenomenon of political neophytism and similar behaviors, e.g. political mimicry.

Key words: political neophytism; political secularization; political parties articulation function atrophy; medial hypnosis; civil religion