

HUMOR POLITYCZNY W POLSCE PO WYBORACH W 2005 ROKU, ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM INTERNETU

Prof. dr hab. Zofia Tomczonek
Politechnika Białostocka, Białystok, Polska

Wraz z upadkiem komunizmu umarł humor polityczny – głosi popularna teoria. Po 1989 r. z dnia na dzień społeczeństwu coraz bardziej odechciało się żartów z władzy. Zupełnie, jakby w demokracji było mniej powodów do kpín z rządzącymi. Dlaczego satyra polityczna tak mocno podupadła w III RP? Piotr Ikonowicz tłumaczy to następująco: „[Kiedyś]. była głupia komunistyczna władza i mądre społeczeństwo, które sobie robiło z niej jaja. Natomiast w tej chwili mamy głupią niekomunistyczną władzę i jest dużo trudniej z niej się śmiać, ponieważ sami ją sobie wybieramy” [1]. W latach 90. Polacy opowiadali sobie głównie dowcipy obyczajowe: o zdradzanych mężach, uciążliwych teściowych, czy niezbyt rozgarniętych blondynkach. Wydawało się, że żart polityczny – tak burzliwie rozwijający się w PRL-u, na dobre odszedł do lamusa. Tymczasem jesienią 2005 roku obywatele jakby na nowo odkryli jego siłę i znów zaczęli naigrywać się z partyjnych działaczy. A biczem satyry smagali przede wszystkim Lecha i Jarosława Kaczyńskich – triumfalnych zwycięzców wyborów parlamentarnych i prezydenckich. Fala szyderstw i kpín z bliźniaków oraz ich świty zalała cały kraj.

W polityce śmiesznie jest zawsze. Czasem można odnieść wrażenie, że nawet gdyby nie powstawały kawały, skecze, czy piosenki komentujące rzeczywistość polityczną – i tak byłoby wystarczająco zabawnie. Bo politycy swoim zachowaniem, wypowiedziami i podejmowanymi decyzjami dostarczają aż nazbyt wielu powodów do drwin. A wszechobecne i wszędobylskie media tylko czyhają na potknięcie lub przejęzyczenie.

Obserwowany rozkwit dowcipu politycznego w Polsce jest ściśle powiązany z przejściem steru rządów przez Lecha i Jarosława Kaczyńskich. Co sprawia, że są oni ciekawszym celem kpín i krytyki niż były premier Leszek Miller, albo pierwszy watażka III RP Andrzej Lepper?

FOLKLOR POLITYCZNY

Folklor polityczny to – zgodnie z definicją zaproponowaną przez Waldemara Łysiaka – „sztuka słowa, wyrażająca się spontanicznością, emocjonalnością wyrosłą na gruncie wydarzeń i stereotypowego obrazu świata zarazem, a noszącą znamiona literatury ludowej” [1, s. 6].

Jest to forma anonimowej, doraźnej, spontanicznej twórczości, rodzaj kontestacji, której źródłem jest społeczne wrzenie. Nieodłączną cechą folkloru politycznego jest ulotność, bowiem może być on zrozumiany tylko i wyłącznie w kontekście wydarzeń, które go wygenerowały. Najczęściej przekaz rodzi się na bazie społecznego protestu danej grupy. Wraz ze zmieniającą się sytuacją ewoluuje, wycisza się, a nawet dezaktualizuje.

Wspomniany W. Łysiak do folkloru politycznego zalicza cały obszar treści pozawerbalnych, tkwiących w systemie nadawczym typu face to face, a także wszelkie formy twórczości plastycznej związanej z reakcją na rzeczywistość społeczno-gospodarczo-polityczną.

W praktyce granice folkloru politycznego wyznacza sytuacja historyczna oraz warunki polityczne. Koronnym przykładem jest wpływ cenzury. Ograniczanie wolności słowa wbrew pozorom może działać inspirująco: wymusza stosowanie metafor, porównań, aluzji, niedomówień. Autor przekazu musi nieraz wykazać się nie lada sprytem i pomysłowością, by przechytryć kontrolującego go cenzora. Mimo niewątpliwego wysiłku

intelektualnego twórcy, jego autorstwo bardzo szybko odchodzi w zapomnienie. Dzieje się to w chwili, gdy dany tekst zostaje zaakceptowany przez społeczeństwo. Tu prawa autorskie nie są zastrzeżone. Dzieło zaczyna żyć własnym życiem. W procesie wielokrotnego odtwarzania ulega nieustannym przekształceniom i modyfikacjom. Usamodzielnia się, stając się własnością publiczną. Bo folklor polityczny pomaga funkcjonować w uwierającej rzeczywistości, daje poczucie przynależności do grupy, stanowi wzorzec zachowań.

Konstytutywną cechą opisywanego zjawiska jest także opozycyjność. Objawia się ona w podkreślaniu własnej tożsamości, odrębności i przekonań. Folklor polityczny kształtuje się bowiem w sytuacjach zagrożenia. Dowodem na to są chociażby dowcipy polityczne z czasów zaborów, okupacji czy PRL. Kawaly pozwalały oswoić nieprzyjazną codzienność oraz uczynić wroga mniej strasznym. Jak słusznie zwraca uwagę T. Swat: „Bezprawie, krzywda, ucisk, tłumienie ludzkich potrzeb i niesprawiedliwość, gdziekolwiek mają miejsce, zawsze znajdują swój wyraz w twórczości ulotnej, spontanicznej. Wyraz ten jest tym jaskrawszy, tym ostrzejszymi znaczonej kreskami, im mocniej tłumione są ludzkie tęsknoty, im przejawem najważniejszej wartości jest autentyczność” [ii, s.8 i następn].

Przy czym rodząca się na takim podłożu twórczość ma jeszcze jedną, ciekawą właściwość. Jest nią perswazyjność. Nie chodzi tu jednak o stosowanie bezpośrednich nakazów i zakazów, ale o zawołane wpływanie na odbiorcę. Umiejętnie zbudowany komunikat znieczula zdolność adresata do podejmowania refleksji, potęguje za to odczuwanie emocji. Dodatkowo nadawca stara się wykreować w umyśle odbiorcy myślenie w kategoriach „my”. Taki zabieg stwarza pozór istnienia wspólnego świata, celów i wartości. Rzeczywistość pęka zatem na dwie części: „naszych” (czyli tych dobrych) i obcych (czyli tych złych). Odbiorca musi wyraźnie opowiedzieć się po jednej ze stron. A tak naprawdę to decyzja już została za niego podjęta. W chwili, gdy adresat poznaje interpretację faktów, podpisuje się pod danym wytłumaczeniem. Bo przecież on jest po właściwej stronie barykady.

„Obcy” to wrogowie wewnętrzni albo zewnętrzni, charakteryzujący się szeregiem negatywnych cech. Ich portret jest oczywiście stereotypowy. „Oni” są głupi aż do granic zwątpienia, niekompetentni, brzydki, źli etc. Teksty opisujące wroga bywają wyjątkowo niewybredne. Często odwołują się do najniższych uczuć odbiorców. Arsenal środków wyrazu jest rzeczywiście potężny. W grę wchodzi: karykatura, kpina, szyderstwo, czy satyra. Ale pojawiają się również psychologiczne analizy poczynań wroga oraz refleksja na temat ludzkiej natury.

Folklor polityczny może też pełnić funkcję polemiczną. Jest wówczas rodzajem społecznego dementi – reaguje na kłamstwo bądź manipulację. Pokazuje inne oblicze rzeczywistości, niż to oficjalnie prezentowane w mediach. Tak było np. w PRL-u, gdy dowcipy polityczne przeciwstawiały się rządowemu przekazowi.

KOMIZM

Przejawem folkloru politycznego jest komizm. Bardzo trudno zdefiniować, na czym polega to zjawisko. Wszystko dlatego, że ma ono charakter wybitnie pograniczny. Zahacza o takie dziedziny jak filozofia, psychologia, estetyka, socjologia, teoria sztuki, teoria literatury i języka, czy fizjologia. Nigdy nie udało się stworzyć ogólnej, wszechstronnej teorii komizmu, bo – jak trafnie zauważyła Danuta Butler – problemów następcza już samo wyodrębnienie przedmiotu takiej analizy. „Zakres zjawisk, które mogłyby pretendować do miana komicznych, jest właściwie nieograniczony „komiczność” nie jest bowiem stałą, immanentną cechą przedmiotów, ale realizuje się w pewnym doraźnym układzie sytuacyjnym i bywa wypadkową działania różnorodnych czynników” [iii]. Butler wskazuje, że komizm jest de facto procesem. Do jego

zainicjowania potrzebny jest bodziec, czyli przedmiot śmieszny. Drugi nieodłączny składnik to obserwator, w świadomość którego dokona się percepcja przedmiotu. Skutek tego skomplikowanego, intelektualno – uczuciowego odbioru objawia się w postaci fizjologicznej reakcji organizmu, czyli śmiechu. Dodatkowo kontakt podmiotu i przedmiotu nie jest izolowanym faktem, lecz aspektem pewnej sytuacji społecznej. Kompleksowa teoria komizmu musiałaby uwzględnić wszystkie te czynniki. Klasyczne ujęcia omawianego zagadnienia koncentrowały się na drobnym wycinku procesu komicznego.

Próbę pełnego, filozoficznego wyjaśnienia prezentowanego zagadnienia podjął Henri Bergson. W klasycznym już dziele „Śmiech. Esej o komizmie”, francuski myśliciel przedstawia następującą teorię: „Społeczeństwu nie wystarcza umowa raz na zawsze obowiązująca, ono wymaga ustawicznej dążności do wzajemnego przystosowania się. Każda sztywność charakteru, umysłu, a nawet ciała, będzie czymś podejrzanym dla społeczeństwa, bo jest przypuszczalną oznaką jakiejś słabnącej sily [...]. Społeczeństwo stara się usunąć tę sztywność, aby uzyskać dla swoich członków jak największą elastyczność i możliwie najwyższy stopień uspołecznienia. Owa sztywność właśnie jest komizmem, a śmiech jej skarceniem” [iv, s. 13-39]. Bergson uważa zatem, że śmieszna jest zła adaptacja do zmiennej rzeczywistości. Bawi działanie rutynowe, szablonowe, mechaniczne, hamujące rozwój.

Z kolei Stanisław Bystron postrzega komizm jako siłę negatywną, której zadaniem jest burzenie tego, co już się przeżyło, co jest stare i już się nie sprawdza [v]. Zdaniem autora ta siła przejawia się najpełniej w czasach społecznych kryzysów. Stanowisko Bystronia nie wyjaśnia jednak społecznego zapotrzebowania na śmiech, dowcip i humor w czasach stabilnych. Bo jak przekonuje Kazimierz Żygulski: „potrzeba komizmu jest powszechna i stała w każdej ludzkiej zbiorowości, zmienne są natomiast jej konkretne przejawy, nasilenie oraz techniki” [vi, s.10]. Zdaniem tego autora komizm jest rodzajem więzi społecznej, która rodzi wspólnotę i w tym sensie jest siłą pozytywną. Zatem każdemu stadium życia społecznego odpowiada określona forma oraz potrzeba komizmu. Dlatego też Żygulski szuka humoru także w sytuacjach krańcowych. Chodzi tu o warunki, w których byt danej grupy, jej dorobek, struktura, dziedzictwo i instytucje są zagrożone. Wtedy społeczność stara się za pomocą satyry zachować psychiczną równowagę. Komizm staje się wówczas broni w dramatycznej walce z okrutnym przeciwnikiem. Takim stanom wyjątkowym autor poświęca cały rozdział swojej książki. Co ciekawe, jako ekstremalne przykłady wymienia tylko kłęski żywiołowe, wojny, głód i epidemie. Milczeniem pomija natomiast czasy PRL-u, a zwłaszcza lata 1968, 1970, 1976, 1980, 1981. Żygulskiego usprawiedliwia co prawda data publikacji jego analizy (nie zapominajmy o wszechobecnej cenzurze). Pamiętajmy natomiast, że owe polityczne przesilenia to nic innego, jak właśnie sytuacja krańcowa, a komizm objawił się wtedy w niezwykle spektakularny sposób i pozwalał społeczeństwu oswoić trudną rzeczywistość. Zdolność przywracania ludziom równowagi psychicznej, zachwianej w wyniku ciężkich sytuacji – to funkcja społeczna komizmu. Oprócz tego Żygulski wyróżnia także funkcję karzącą, korygującą, katartyczną oraz rozrywkową.

Na pierwszy plan zdecydowanie wysuwa się funkcja karząca, czy też piętnująca. Zdaniem Z. Freuda śmiech zawsze jest agresywny i wymierzony w kogoś [vii]. To według mnie spore uproszczenie, ale jest ziarno prawdy w tym twierdzeniu. Bo prześmiewca bierze przecież na celownik konkretną, upatrzoną wcześniej ofiarę i nie zostawia na niej suchej nitki. Poza tym

publiczne ośmieszanie od wieków stosowane jest jako forma represji. Tak jest zresztą po dziś dzień, zwłaszcza w małych społecznościach, mocnointegrowanych, gdzie kontrola nad życiem jednostki jest stosunkowo silna. Dowodem na to jest decyzja jednego z amerykańskich sędziów z lipca 2007 r. Michael Cicconetti skazał trzech mężczyzn na dość nietypową karę. W każdy piątek między 16:00 a 19:00 oskarżeni musieli paradować przed budynkiem sądu w jasnożółtym stroju...kurczaka. Dodatkowo przestępcy mieli nosić tablicę z napisem „NIE dla Chicken Ranch w Painesville” Wyjaśnił, że Chicken Ranch to znana w Nevadzie sieć domów publicznych, gdzie prostytutka jest legalna. W ten oto sposób sędzia powiązał restrykcje z rodzajem przewinienia, bo skazani dopuścili się przestępstw na tle seksualnym. Zresztą sędzia Cicconetti już wcześniej wymierzał zaskakujące kary. Mężczyznę, który nazwał policjanta świnią, umieścił w celi z prawdziwym prosiakiem i kazał mu trzymać transparent z napisem „To nie jest funkcjonariusz policji”. Z kolei para, która ukradła statuetkę Jezusa z bożonarodzeniowej stajenki, musiała przebrać się za postaci biblijne i rozmawiać z osłem [viii]. Przyznajmy: uczynienie z człowieka publicznego pośmiewiska jest represją wybitnie dotkliwą. Ale przykład pomysłowego sędziego z Painesville świetnie ilustruje także wychowawczy aspekt komizmu.

Wyśmianie może być bowiem swoistą lekcją dla ofiary kpiarza. Ta nauczka ma jednak charakter konstruktywny. Tutaj nie chodzi o samo ukaranie, tylko o wskazanie błędu z sugestią jego naprawienia. Jest to funkcja korekcyjna. Celem jest ulepszenie rzeczywistości, usunięcie wad i niedociągnięć. Świetnym przykładem jest twórczość komediopisarzy. Balzak szydził ze skapca Tartuffe'a, domagając się w ten sposób poprawy ludzkich charakterów. Na tym polega właśnie funkcja korygująca komizmu.

W niektórych okolicznościach dominuje funkcja katartyczna. Wtedy naczelnym zadaniem komizmu jest usunięcie skumulowanego napięcia, tarć czy niezadowolonia, które nieuchronnie powstają w każdej grupie społecznej. Komizm ma oczyścić atmosferę, a ponieważ łączy się z zabawą – przynosi w efekcie psychiczne odprężenie. Ten trik często stosują negocjatorzy, aby w sytuacji ostrego napięcia zredukować nieco konflikt.

Tu dochodzimy do ostatniej funkcji komizmu wyróżnionej przez Żygulskiego. To dostarczanie rozrywki, aby wypełnić wolny czas i zlikwidować poczucie nudy. „Gdy [komizm]. przestaje być traktowany jako zabawa – znika wspólnota śmiechu, pozostają natomiast treści wywołujące oburzenie, nienawiść, zgrozę, pogardę, wstręt i prowokujące nieraz do czynnych interwencji” [ix, s. 7 i następane].

KOMIZM POLITYCZNY

Szczególną formą komizmu jest jego odmiana polityczna, postrzegana najczęściej jako broń służąca do osiągania zamierzonych celów. Bo przecież polityka to gra interesów, nierzadko obciążona wysokim ryzykiem. Jednak takie postawienie sprawy jest nadmiernym uproszczeniem. Komizm polityczny może bowiem prowadzić do integracji grupy, a nawet wzmacniać autorytet. Jest zawsze odpowiedzią na bieżącą sytuację. Odzwierciedla aktualne poglądy i przekonania, a przez to niezwykle szybko się dezaktualizuje. Nawet w tej samej – społecznie rzecz biorąc – wspólnocie, odczytanie pewnych treści po dłuższym czasie jest w zasadzie niemożliwe bez rzetelnej wiedzy historycznej. Słowem trzeba znać kontekst, aby się śmiać.

Komizm polityczny może być też rozumiany jako forma uczestnictwa, i to nawet zaangażowanego. Opowiedzenie dowcipu jest bowiem równoznaczne z usytuowaniem

się po danej stronie barykady. Bywa, że samo rozpowszechnianie materiałów staje się wręcz aktem odwagi. Dość wspomnieć kolportowanie bibuły w PRL-u, czy podziemnych wydawnictw w czasie okupacji.

A represje za opowiadanie tekstów komicznych znane są od starożytności. Już wtedy z powodzeniem funkcjonowały przepisy, które miały chronić cześć czy też majestat władzy.

Charakterystyczna jest także zależność między nasileniem komizmu politycznego a ustrojem, w jakim się on rodzi. Jak słusznie zauważa K. Żygulski: „Systemy absolutne wspierane siłą aparatu władzy politycznej i kultem autorytetu, zwłaszcza osób i instytucji personifikujących tę władzę, zwykle ograniczają swobodne przejawianie się komizmu politycznego, a w każdym razie surowo go kontrolują [...]. Kroniki historyczne pozostawiły nam wiele informacji o wysiłkach władców, pragnących dostać w swe ręce i ukarać tych, którzy ośmielili się ich ośmieszać [...]. Władcy obrażali się zarówno za komiczne przedstawianie ich samych i polityki, jaką uprawiali, jak i wysmiewanie kraju czy społeczeństwa, jakim rządzili. Jak długie miewali przy tym ręce, może świadczyć przykład losu polskiego satyryka imieniem Stercovius, który za czasów rządów króla Szkocji, a następnie także Anglii i Irlandii, Jakuba I, napisał w naszym kraju satyrę na Szkotów. Oburzyła ona tak króla [...], iż podjął skuteczne działania, aby doprowadzić do skazania i stracenia autora. Udało mu się to ostatecznie; skrupulatne kroniki informują, iż kosztowało to rząd angielski 600 funtów”^[x].

Komizm polityczny jednoczy ludzi o podobnych poglądach, dlatego świetnie się sprawdza jako narzędzie opozycji. Oczywiście wysmianie władcy absolutnego czy dyktatora jest dużo bardziej ryzykowne niż szydzenie z nieudolnego premiera w demokracji parlamentarnej. Jednak w każdym z tych przypadków dowcipniś wytacza swoją największą broń – inteligencję. Jest to środek niezwykle skuteczny, a przy tym tani. Poza tym żartowniś nie musi korzystać z arsenału skupionego w rękach władzy, a najczęściej i tak nie ma do niego dostępu.

DOWCIP

Świadomym i umiętnym wywołaniem komizmu jest dowcip. Taką definicję proponuje T. Lipps. Z kolei T. Fischer rozumie to zjawisko jako „gotowość łączenia z zaskakującą szybkością obcych sobie wyobrażeń”^[xi]. W obu tych przypadkach mamy do czynienia z czynnościowym ujęciem omawianego fenomenu. W naukowych opracowaniach funkcjonuje także podejście przedmiotowe. Dowcip jest wtedy uznawany za przejaw sprawności myślowej i błyskotliwości jego autora. To wytwór szczególnych, psychicznych dyspozycji.

Część badaczy nadaje terminowi „dowcip” ogólniejsze znaczenie. Zaliczają do jego zakresu takie środki wyrazu jak mimika, gestykulacja, formy plastyczne, muzyczne, czy językowe. Większą popularnością cieszy się jednak podejście zawężające dowcip wyłącznie do zjawisk wyrażających się w postaci językowej.

Cytowana już Danuta Butler określa dowcip jako „konstrukcję intelektualną, która zmusza odbiorcę do operacji myślowych, następujących w określonej kolejności”^[xii], s.4]. Wypada zgodzić się z tym punktem widzenia. Dowcip jest zatem pewną logiczną sekwencją, zwartą i niezwykle skondensowaną, wywołującą ciąg skojarzeń w umyśle odbiorcy. To krótki, humorystyczny tekst, zakończony zaskakującą pointą^[xiii].

Niemal wszyscy teoretycy zgodnie podkreślają właśnie ten ostatni atrybut dowcipu. Istota pointy polega na gwałtownym i niespodziewanym odwróceniu się od logicznego przebiegu danej sekwencji^[xiv], s.98-108]. Niezbędnym elementem jest także kontekst zabawowy. Bez niego pointa nie wywoła śmiechu. Żartowniś musi zatem umiętnie

zarysować czas i miejsce akcji, podkreślić charakterystyczne cechy bohaterów etc. bywa, że funkcję pointy pełnią wyrazy powszechnie uznawane za obraźliwe. Niecenzuralne epitety kontrastują wtedy z poważną materią opisywaną w dowcipie.

Nikomu nie udało się dotychczas wyjaśnić mechanizmu powstawania dowcipów. Twórczość ta ma charakter anonimowy i deformuje się w kolportażu. Prześmiewcy dostosowują bowiem poszczególne utwory do swoich możliwości interpretacyjnych. Tekst raz puszczony w obieg usamodzielnia się, stając się „dobrem publicznym”.

Dobry dowcip powinien być zwięzły, aktualny i nowatorski. Przysłowiowe odgrzewane kotlety nie cieszą się nigdy dużą popularnością. Najgorsze, co może spotkać kawalarza, to usłyszeć zarzut: „dowcip stary jak świat!”. W cenie są zatem: zmysł obserwacji, refleks i błyskotliwa odpowiedź na aktualne wydarzenia. Dowcip jest bowiem żywy tylko wtedy, gdy ktoś go słucha.

Potocznym odpowiednikiem dowcipu jest kawał. Przy czym termin ten kojarzy się z czymś ostrym, dosadnym, a nawet grubiańskim. Natomiast dowcip to forma bardziej wysublimowana, stonowana i subtelna. Zbigniew Raszewski podkreśla, że choć celem kawału jest rozbawienie słuchaczy, to nie zawsze musi być on dowcipny [xv, s.11]. Dowodem na to są chociażby żarty seksistowskie, czy rasistowskie, które – mimo całej swojej obrzydliwości – mają rzesze zwolenników.

Anegdota, facecja, dykteryjka, humoreska, kawał, żart, gadka – Julian Krzyżanowski wszystkie wymienione terminy uważa za synonimy dowcipu [xvi]. Do tego zestawu należy jeszcze dolożyć śląskie „bery”, czy pochodzące z niemieckiego określenie „wic”.

SATYRA POLITYCZNA W INTERNECIE

Po upadku komunizmu wydawało się, że żart polityczny odchodzi do lamusa. Jednak po spektakularnym, podwójnym zwycięstwie Prawa i Sprawiedliwości humor polityczny nieoczekiwanie zmartwychwstał. Przybrał też zupełnie nowe oblicze – satyra przeniosła się do cyberprzestrzeni.

Elektroniczny komentarz skutecznie wyparł stare formy satyry. Kiedyś triumfy święcił polityczny kabaret, dziś niewielu artystów szydzi z władzy. Muzycy rockowi też nie kwapią się do wyśmiewania ekipy rządzącej. A to właśnie rock dostarczał dawniej najostrejszych komentarzy na temat klasy politycznej w Polsce. Wystarczy wspomnieć kultowe piosenki Kazika: „Panie Waldku, czyli lewy czerwcowy” (po obaleniu rządu Jana Olszewskiego), czy „Łysy jedzie do Moskwy” (po słynnej aferze Olina).

Polscy specjaliści od marketingu politycznego nie nauczyli się jeszcze, że sieć może być fantastycznym narzędziem w ich rękach. Niekończące się kłótnie o czas antenowy, wrywanie zdań z kontekstu, oskarżenia o dyskryminowanie kandydatów – te zarzuty nie dotyczą internetu. Bo sieć wręcz wymusza zderzenie ze sobą różnych punktów widzenia, idei, poglądów i stanowisk. W wirtualnej przestrzeni wszyscy są równi. Dlatego elektroniczne łączy to najbardziej obiecująca forma docierania do lektoratu. Zdaniem wielu badaczy Internet pozwoli „odświeżyć” procedury demokratyczne i zmobilizuje obywateli do czynnego uczestnictwa w życiu politycznym swego kraju. Bo „sieć przekształca zainteresowanych wyborców w wyborców poinformowanych, a poinformowanych w wyborców zaangażowanych” [xvii].

Howard Rheingold, pionier analiz na temat społecznego znaczenia Internetu, stawia niezwykle interesującą tezę. Jego zdaniem dzięki usieciowieniu na naszych dokonuje się społeczna rewolucja. Komunikujący się ze sobą internauci tworzą bowiem nowy rodzaj tłumu – tzw. smart mobs [xviii]. To kolektyw samoorganizujący się, twórczy,

współpracujący. Możliwość swobodnej komunikacji i wymiany myśli wytwarza kapitał społecznego zaufania oraz przyczynia się do kumulowania wiedzy. Mamy więc do czynienia z czymś, co można określić jako zbiorową mądrość.

„Sposób, w jaki działają smart mobs, przywodzi Rheingoldowi na myśl strategię właściwą nowoczesnym doktrynom wojennym: tzw. swarming (rojenie się). Sprawdza się ona i w sposobie działania roju pszczół, i w dawnym sposobie walki indiańskich plemion. Samodzielne i doskonale skomunikowane grupy uderzeniowe mogą sprawnie reagować na zmiany sytuacji na polu bitwy, grupując się („rojąc”) i uderzając. Militarne skojarzenia są tu oczywiście nie na miejscu, istotna jest idea. Dzięki informowaniu się w czasie rzeczywistym i technologiom mobilnym można prowadzić skoordynowane działania w sferze publicznej” [xix].

Z koncepcji Rheingolda płynie niezwykle budujący wniosek. Dzięki nowym mediom społeczności otrzymują nie tylko szansę na sprawną komunikację, ale też na skuteczne, oddolne działanie. Mają coś do powiedzenia. I mają jak. Ludzie są mądrzy niejako nie w pojedynkę, lecz dzięki sieci powiązań, elektronicznej wymianie informacji i sile tkwiącej w grupie. To olbrzymie wyzwanie dla polityków i speców od marketingu politycznego. Bo ze smart mobs trzeba się komunikować inaczej – sprytniej.

Poszukiwanie nowych form docierania do wyborców jest skutkiem zmian zachodzących w populacji osób uprawnionych do głosowania. W. Cwalina i A. Falkowski piszą o nowym pokoleniu wyborców określanym mianem milenium kids, echo boomers, digital nation, czy Generacja Y. To dzieci i młodzież z roczników 1979-1994: „[...] są to młodzi ludzie którzy wychowani na przekazie telewizyjnym w znaczącym stopniu uodpornili się na jego siłę perswazyjną. Swobodny dostęp do wszelkich mediów i szum informacyjny, w którym wyrosli, sprawiły, że różnorodna i coraz bogatsza oferta rynkowa nie robi większego wrażenia. Są też mało wrażliwi na oddziaływanie tradycyjnych kampanii promocyjnych. Nieograniczony dostęp do środków masowego przekazu, a zwłaszcza do zasobów informacyjnych Internetu, sprawił, że są oni bardziej niż ich poprzednicy świadomi świata, w którym żyją i jego problemów” [x, s.440-441]. To bardzo atrakcyjna grupa dla polityków, ponieważ większość „dzieci milenium” albo już ma, albo wkrótce nabędzie prawo wyborcze. Przy czym optymalnym kanałem komunikacji z generacją Y jest właśnie sieć.

Niestety, polscy politycy kompletnie nie potrafią wykorzystać najlepszych praktyk Internetu. Wszystko dlatego, że ciągle nie rozumieją jego specyfiki. Wciąż pokutuje przekonanie, że internauci (podobnie jak odbiorcy innych mediów) łatwo podlegają manipulacji, a tym samym sukces wyborczy zależy od dobrze skonstruowanego wizerunku. Niż bardziej mylnego. Użytkownicy Internetu są bardzo wrażliwi na wszelkie próby perswazji, szukają obiektywnej informacji, komunikują się między sobą i oczekują natychmiastowej reakcji na swoje wirtualne działania. Z punktu widzenia polityki sukces wyborczy nie może być zatem utożsamiany z masową obecnością w sieci. Wręcz przeciwnie – sukcesem jest obecność w tych zakątkach, gdzie jest to naprawdę potrzebne. O ile w 2005 r. sztaby wyborcze zupełnie nie popisały się w tej kwestii, o tyle internauci w niezwykle sposób zademonstrowali swoją siłę – wykształcili komentarz polityczny w wersji satyrycznej.

Minione 18 lat do zdecydowanie za mało, by Polacy mogli odreagować dekady, kiedy polityczny dowcip był surowo wzbroniony. Bo satyra kwitła nad Wisłą zawsze w trudnych dla narodu chwilach. Choć po 1989 r. obwieszczono śmierć humoru politycznego – ten

nieoczekiwanie zmartwychwstał. Przybrał jednak nową formę: gorącego, elektronicznego komentarza. Niektórzy twierdzą nawet, że Internet stał się czymś na kształt drugiego obiegu. Psycholodzy i socjologowie wskazują wyraźne analogie między atmosferą społeczną w PRL i III RP pod rządami braci Kaczyńskich. „Wtedy satyra pełniła rolę społeczną, misyjną. Wykiwała skapstwo Gomulki, krasomówstwo Gierka, sztywność Jaruzelskiego. Żarty były bronią społeczeństwa przeciwko władzy. Także dziś krańcowość różnego rodzaju posunięć rządu, które nazwałbym godnymi czasów azjatycko – tatarskich, prowokuje ulicę do odreagowania” [xx]. – tłumaczy profesor Zbigniew Nęcki.

Są podobieństwa, ale jest też zasadnicza różnica, o dziwo kompletnie pomijana przez komentatorów. W PRL-u śmiali się WSZYSCY. Społeczeństwo miało wspólnego wroga – władzę. Teraz śmieje się GRUPA obywateli rozczarowanych rządami Kaczyńskich. A Humor polityczny objawia się przede wszystkim w Internecie. Jest w tym pewna manifestacja: my – z wolnej cyberprzestrzeni, a wy – ze świata polityki. W PRL-u ze wspólnoty wykluczona była władza, którą piętnowano śmiechem. Dziś jest podobnie. Tyle, że mamy do czynienia ze znacznie mniejszą zbiorowością prześmiewców. Wydaje się, że nowy nurt humoru politycznego może być dobrą lekcją dla obydwu stron. Po pierwsze: dla rządzących, by dobrze poznać inny punkt widzenia. Po drugie: dla prześmiewców, bo żarty mogą być punktem wyjścia do stworzenia alternatywnej wizji porządku społecznego. Jak trafnie zauważył Eryk Lipski, dowcip polityczny zawiera głębszą warstwę znaczeniową: „Wysztydzając nieład wyraża potrzebę ładu, wysztydzając niesprawiedliwość jest wołaniem o sprawiedliwość, kpiąc z niekompetencji dopomina się o fachowość tam, gdzie jest ona potrzebna” [xxii, s.10].

Ale istnieje też realne niebezpieczeństwo związane z przeniesieniem się satyry do cyberprzestrzeni. Profesor Michael Comfield uważa, że media interaktywne – przede wszystkim Internet – są zagrożeniem dla demokracji. „Dostarczają one obywatelom tak zwanego faux populizm, to znaczy poczucia dobrego, niosącego samozadowolenie uczestnictwa w życiu politycznym kraju pozbawionego jednak jakichkolwiek znamion odpowiedzialności. Decyzje polityczne podejmowane są bowiem w domowym zaciszu, bez dodatkowych zobowiązań wobec żadnej z sił politycznych” [xxiii, s.]. Według Comfielda może to rozleniwiać ludzi. Wyborcy odwrócą się od czynnego uczestnictwa w życiu publicznym. Nie będą już aktywnie wspierać swoich kandydatów (np. nie będą organizować im zaplecza wyborczego). Zadowolą się interaktywną, uboższą formą partycypacji.

Bibliografia

1. Gwiżdż na przyszc, „Wprost” z 26.07.1998[?]. W. Łysiak, Wielka kontestacja. Folklor polityczny w PRL, PSO Sp. z o.o. – Poznań 1998. – S. 7 i następne
2. T. Swat. Religijność robotników, „Kierunki”, 1981, R. XXVII, nr 49, s.4
3. D. Butler. *Polski dowcip językowy*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe. – Warszawa, 1974. – S. 8 i następne
4. K. Bergson. *Śmiech. Esej o komizmie*. – Kraków: Wydawnictwo Literackie. – 1977, S. 6–7
5. S. Bystron. *Komizm*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich. – Wrocław, 1960.
6. K. Żygulski. *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*, Państwowy Instytut Wydawniczy. – Warszawa, 1985. – S. 11

7. Z. Freud. *Dowcip i jego stosunek do nieświadomości*. – Warszawa: Wydawnictwo KR, – 1993.
8. Associated Press Television News (APTN News Semice), 29.07.2006
9. K. Żygulski, op. cit., s.33
10. ibidem, s. 155-156
11. D. Butler, op. cit., s.30
12. ibidem, s. 33 i następane
13. Porównaj: D. Brzozowska. *O dowcipach polskich i angielskich*. – Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, 2000. – S. 13-39
14. J. Trzynadłowski. *Małe formy literackie*. – Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich. – 1977. – S. 98-108
15. Z. Raszewski. *Wstęp do teorii kawału // Polska Sztuka Ludowa* –* Nr 2. – Warszawa, 1990.
16. J. Krzyżanowski, *Studia z dziejów literatury polskiej* – Warszawa, 1949.
17. W. Cwalina, A. Falkowski, *Mark eting polityczny. Perspektywa psychologiczna*. – Gdańsk, 2006.
18. www. rheingold.com
19. Przyjdźcie ubrani na biało, „Tygodnik Powszechny” z 6.02.2006
20. Cwalina, Falkowski, op., s.440-441
21. Satyra na czasie, „Newsweek” z 10.06.2007
22. *Dowcip surowo wzbroniony. Antologia polskiego dowcipu politycznego*. Toruń: Wydawnictwo Comer. – 1990. – S. 10
23. W. Cwalina, A. Falkowski, op. cit., s. 438

СОЦИАЛЬНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМИРУЮЩЕГОСЯ БЕЛОРУССКОГО ОБЩЕСТВА

А.С. Царёв

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, г. Минск, Беларусь

Социальное управление в сфере высшего профессионального образования рассматривается как осознанное, систематическое, специально организованное взаимодействие субъектов образовательного процесса в целях упорядочивания и совершенствования процессов функционирования и развития высшей школы. Образовательная система как объект управления рассматривается в виде органического единства двух организационных форм: учебно-предметной и социальной. Если первая характеризуется самой технологией обучения, то вторая – взаимоотношением субъектов образования. Эти взаимоотношения и представляют специфический предмет социального управления высшим образованием, входящий в структуру социологии управления.

Эффективное управление высшим образованием требует, с одной стороны, рассматривать высшее образование в качестве элемента сложной системы обще-