

MICHAEL FLEISCHER

Ideologia – jej funkcje komunikacyjne i kognitywne

0. Wymiar problemu

Wychodząc od kognitywizmu oraz od konstruktywistycznej teorii komunikacji, zjawisko ideologii (wyprodukowane przez konstrukt ideologii) analizować trzeba, moim zdaniem, w kilku powiązanych ze sobą wymiarach. Generalnie przyjąć można, że ideologia to jeden z wielu globalnych schematów interpretacji świata, służący do generowania, stabilizowania i uczynienia przekonującymi przekonań organizujących następnie zarówno myślenie oraz komunikowanie o świecie, jak i budowę systemu społecznego. Ideologia to środek dyskursowy, umożliwiający przeforsowanie określonych mniemań wobec mniemań i opinii innych uczestników komunikacji w ten sposób, że przenosi on bycie przekonującym i motywację danego mniemania na bardziej kompleksowe instancje niż instancję pojedynczego uczestnika komunikacji. Komunikować każdy z nas może zawsze i tylko w swoim imieniu swoje „prawdy” widziane przez swoje okulary. Z punktu widzenia komunikacji wadą tego mechanizmu jest jednak to, że każdy inny uczestnik komunikacji może to samo. Wynaleźliśmy więc takie nadrzędne instancje, które pozwalają sytuować własne poglądy na szerszym i stabilniejszym tle niż tło naszych prywatnych mniemań. Wadą również tego mechanizmu jest jednak to, że zabieg ten stosować mogą także wszyscy inni uczestnicy komunikacji. W związku z tym istotna staje się waga (relewancja) danej instancji, zastosowanej do motywacji mojego poglądu. I w tej sytuacji to już nie moje mniemanie konkuruje z mniemaniami innych, lecz konkurują ze sobą właśnie nadrzędne instancje. Te zaś – jako mechanizm – mają tę zaletę, że ich hierarchizacja ustalona jest w danej przestrzeni komunikacji wcześniej, to znaczy nim dochodzi do konkretnych komunikacji. Mechanizm ten pozbawiony jest oczywiście jakichkolwiek aspektów treściowych; tym samym ideologia odnosić się może do wszystkich tematów komunikacji i do wszystkich sytuacji komunikacyjnych, niezależnie od czasu i przestrzeni komunikacji. Kiedy bowiem dla zwiększenia wagi moich wypowiedzi powoływałbym się, z mocą instancji motywującej, na poglądy mojego szwagra, powodzenie mojej komunikacji byłoby znikome,

o wywołaniu śmieszności w oczach mojego interlokutora nie wspomnę. Kiedy jednak motywuję i stabilizuję mój pogląd opinią jakiejś partii, jakiego uznanego filozofa czy instancją religijną, wtedy to mój interlokutor ma problem, nie ja. Śmieszność tego mechanizmu z kolei polega na tym, że najczęściej sami aktywizujemy w tych celach od razu najwyższą instancję w danej przestrzeni komunikacji, oczywiście – aby zapobiec jej wykorzystaniu przez naszego interlokutora, przez co stosujemy znany z teorii ewolucji *overshoot effect*. Temu jednak zapobiega pluralizm ideologii i szeroki ich wachlarz obecny na rynku.

W tej sytuacji pojawia się kolejna funkcja ideologii, a mianowicie jej charakter sygnalizacyjny, określający i sytuujący dyskursowe pochodzenie danego mniemania, opinii, poglądu itp. na jakimś szerszym tle. Aktywizując w celu motywowania moich mniemań określoną ideologię, zdradzam tym jednocześnie moje dyskursowe pochodzenie, zdradzam, z jakiej supragrupy pochodzę lub do jakiej można mnie zaliczyć. To samo czyni oczywiście mój interlokutor i to samo ja czynię z moim interlokutorem, przez co do głosu dochodzi funkcja orientująca, sytuująca nas zawsze w szerszych kontekstach komunikacji.

W tym momencie aktualne staje się pytanie o producenta właściwości „bycia przekonującym”, o którą w ideologii w pierwszym rzędzie chodzi. Jeśli uczestnicy komunikacji (zarówno w komunikacjach argumentacyjnych, jak i wszystkich innych) muszą czynić przekonującymi swoje poglądy, wtedy zapytać trzeba: co produkuje owo bycie przekonującym? Produkuje je oczywiście: a) sama ideologia, produkują je b) programy komunikacji oraz c) jeden z obszarów obrazu świata, które z kolei odpowiedzialne są za – przebiegającą w trakcie socjalizacji – produkcję takich poglądów, jakie następnie motywowane i stabilizowane mogą być za pomocą ideologii, która te poglądy sama wyprodukowała. Gdyż to ideologia (a ściślej – jej mechanizm) produkuje poglądy, nie odwrotnie. Ze względu na to, że panuje zawsze i musi zawsze panować pluralizm ideologii (nawet jeśli w jakichś obszarach, jak na przykład w systemach totalitarnych, istnieją tylko dwie konkurujące ze sobą ideologie, ale właśnie – dwie), a zatem ze względu na to, że obecne są zawsze co najmniej dwie ideologie, mechanizm ten znakomicie funkcjonuje. Gdyby istniała tylko jedna ideologia, nikt by jej nie zauważył, za pomocą jakiej bowiem ideologii miałby ją zauważyć? Mechanizm ten do tego stopnia znakomicie funkcjonuje, że nie trzeba nawet dbać o to, by pojawiły się przynajmniej dwie ideologie, gdyż ideologia jako zjawisko zawsze obecna jest w co najmniej dwóch wariantach. Przy czym w najprostszym wypadku jedna z nich stanowi przeciwieństwo drugiej (czyli składa się z i pracuje za pomocą negatywizowanych konceptów tej pierwszej, jak np. chrześcijaństwo/religie i ateizm). W sytuacji, w której obecna byłaby tylko jedna ideologia (co, jak wiemy, nie jest możliwe), ta natychmiast przestałaby być ideologią, stając się (ewidentną!) oczywistością, która, i to jest ciekawe, miałaby tę cechę, że o niej by się nie komunikowało, gdyż byłaby ona zinzwizybilizowana, to znaczy: niewidoczna dla uczestników komunikacji. Przynajmniej w mojej obecności nikt w ostatnim czasie nie dyskutował (komunikował) o posiadaniu przez nas dwojga uszu lub

o tym, że wszyscy jesteśmy ludźmi, i nie starał się rozstrzygać kwestii, czy to słuszne, czy nie. Właśnie dlatego – ponieważ wszyscy posiadamy dwoje uszu i jesteśmy ludźmi, nie ma sensu i możliwości o tym komunikować. Chyba że ktoś ma tylko jedno ucho lub nie jest człowiekiem, ale to ostatnie należałoby za pomocą jakiejś ideologii „udowodnić”. Mechanizm ideologii natomiast wymaga, by istniało także coś innego, o czym – ponieważ to istnieje – można, a nawet trzeba dyskutować. Nie po to oczywiście, by jakąś kwestię rozstrzygnąć, lecz tylko i wyłącznie po to, by komunikować i motywować za pomocą ideologii cokolwiek, gdyż motywowanie również odbywa się w ramach komunikacji. Dla siebie, prywatnie, nie muszę (sobie!) uzasadniać, że mam rację, gdyż i tak ją mam i nikt mnie nie przekona, że jest inaczej. Nie dlatego, że to niemożliwe, lecz dlatego, że (w przywołanej tu sytuacji) nie ma nikogo poza mną, kto mógłby mnie przekonać. Kiedy natomiast ktoś się na horyzoncie pojawi, wtedy muszę mój pogląd motywować – i to niezależnie od tego, czy ów drugi, który się pojawił, ma ten sam czy inny pogląd. Komunikacja jest oczywiście z takiego stanu rzeczy „zadowolona”, gdyż to pozwala jej przebiegać.

Już z tych trywialnych przykładów widoczne staje się, że ani komunikacja, ani ideologia (ani wiele innych rzeczy) nie mają nic wspólnego z treściami, lecz wszystko z utrzymywaniem w ruchu określonych procesów czy mechanizmów. W tym wypadku – procesy komunikacji. „Bycie przekonującą” ideologii (a pośrednio – mniemań) produkowane jest więc przez samą ideologię – widoczne staje się również przez to, że przekonujące coś jest zawsze i tylko w ramach tej jednej ideologii, która owo bycie przekonującym twierdzi. Negowane zaś może być tylko przez inną ideologię, twierdzącą oczywiście swoje własne bycie przekonującym, czyli bycie przekonującym mniemań w ramach siebie samej. Mamy tu zatem do czynienia z typowym mechanizmem samoreferencyjnym ukierunkowanym tylko i wyłącznie na własne oddziaływanie, niemającym zaś nic wspólnego z jakimikolwiek treściami, za pomocą których mechanizm ten jest jedynie realizowany. Podobnie jak ewolucji jest absolutnie „obojętne”, czy realizuje swój mechanizm przy pomocy mrówek, kotów czy nas (czy wszystkich razem).

Relevantne dla nas są zatem trzy wymiary: wymiar teoretyczny, wymiar realizacji mechanizmu oraz wymiar kognitywny. Wymiar teoretyczny omówiłem wyżej – ideologia jest jednym z samoreferencyjnych submechanizmów komunikacji, służącym do utrzymywania komunikacji w ruchu, do produkowania nawiązywalności komunikacji oraz do motywowania mniemań. Kiedy obwieszczam wszem i wobec: „ludzie mają dwoje uszu”, słuchacze odpowiedzą co najwyżej: „aha”. I komunikacja się kończy. Kiedy zaś powiem: „ludzie powinni mieć jedno ucho”, zostanę bez wątpienia poproszony o umotywowanie tego poglądu, co, jak widać, powoduje perpetuowanie się komunikacji. Pierwsze z moich zdań nie produkowało konieczności aktywacji ideologii, po pierwsze ze względu na brak konkurencyjnych ideologii w tym zakresie, a po drugie ze względu na brak w tym zdaniu ideologemu, czyli elementu nośnego danej ideologii. W drugim zdaniu takim elementem jest słowo *powinni*. Słowo to funkcjonuje wyłącznie ideologicznie, czyli w ramach jakiejś ideologii, gdyż

zakłada istnienie konieczności posiadania jakiejś pożądanej przyszłości. Ideologie zawsze bowiem możliwe są tylko dla przyszłości. W terażniejszości oczywiście, ale dla przyszłości, która przez to, że nigdy nie może być osiągnięta, ponownie (tym razem w sposób nie do uniknięcia) stabilizuje terażniejszość. Ideologie relewantne stają się tylko wtedy, kiedy odnoszą się do stanów chcianych, czyli przyszłych, przez co z kolei pozwalają czynić niewidocznym to, do czego w rzeczy samej jedynie służą – do perpetuowania komunikacji, do produkowania nawiązywalności komunikacji. Teraz bowiem możemy debatować na temat przyszłości i kształtu terażniejszości w celu dotarcia do takiej przyszłości, jakiej w terażniejszości chcemy; tym samym nie zauważamy, że w rzeczy samej perpetuujemy jedynie komunikację. I te znowu są „zadowolone”.

W wymiarze realizacji samego mechanizmu relewantna jest konstrukcja decydującego submechanizmu ideologii, czyli zastosowanie zabiegu abdukcji wspólnie z jednym z elementów obrazu świata (mianowicie obszaru polaryzującego). W tym wymiarze sama ideologia pochodzi z jednego z programów komunikacji – programu komunikacji polityka. Ideologia generowana i sterowana jest przez abdukcję w celu wykształcenia obszaru polaryzującego obraz świata, obsługującego w głównej mierze program komunikacji polityka.

W wymiarze kognitywnym ideologia (obok wielu innych elementów) służy do generowania konkretnych treści, za pomocą których jako mechanizm może zostać zastosowana, i sprowadza się do konkretnej semantyki tego konstruktów, który w różnych przestrzeniach komunikacji może być odmienny, przez co pokazuje, co w danym obszarze uchodzi za ideologię oraz jak i w jakim celu za pomocą semantyki ideologia jest stosowana. Sprowadza się to zatem do pytania: a co ludzie na to?

Przejdźmy zatem do omówienia tych dwóch ostatnich wymiarów zjawiska ideologii. Najpierw zajmę się charakterem abdukcyjnym ideologii, następnie pokażę jej funkcjonowanie w ramach obrazu świata, po czym przejdę do jej związków z programem komunikacji polityka. W ramach wymiaru kognitywnego pokażę, z jaką semantyką pojęcie ideologii funkcjonuje w Polsce w komunikacjach, z czego wywnioskować można, jakie konkretne funkcje, z uwagi na posiadaną semantykę, może spełniać w konkretnych komunikacjach zdaniem ich uczestników (odwołam się tutaj do wyników moich badań semantyki tego pojęcia z roku 1993 i 2000).

1. Ideologia i abdukcja

Nim przejdę do omówienia abdukcji, naszkicuję krótko wewnątrzsystemowe rozumienie ideologii, to znaczy w pewnym sensie tautologiczne zastosowania tego pojęcia w celu perpetuowania komunikacji w ramach tak zwanych nauk humanistycznych i utrzymywania tym samym tych nauk w ruchu. W celu realizacji tej funkcji debatuje się w filozofii, politologii, w tradycyjnych filologiach itp. na temat ideologii,

wnosząc coraz to nowe wewnętrzny systemowe definicje, w celu – patrząc z perspektywy obserwatora zewnętrznego – produkcji nawiązywalności komunikacji, patrząc zaś z perspektywy wewnętrznego uczestnika tego procesu – w celu ustalenia i stabilizacji rozumienia ideologii, odpowiadającego naszej (meta-) ideologii, czyli reprezentowanej przez nas teorii, szkoły filozoficznej, własnemu image'owi itp., czyli ogólnie – temu, „jak być powinno”. Jak bowiem wynika z uwag poczynionych wyżej, stanowiska ideologiczne reprezentują zawsze tylko inni, nigdy zaś my sami. Ideologiczni są nasi przeciwnicy czy konkurenci na rynku idei, my natomiast reprezentujemy zawsze „prawdę”, „słuszne stanowisko”, „prawdziwy stan rzeczy” itp. Z drugiej strony, omówię krótko pewną ciekawą koncepcję z lat 80. XX w., stanowiącą wtedy nową próbę analizy zjawiska z punktu widzenia systemu biologicznego i dostarczanych przez niego uwarunkowań.

Ową biologiczną perspektywę zaproponował swego czasu Ulrich Kull (1979), wychodząc z założenia, że każda manifestacja kultury (pod którym to pojęciem Kull rozumie wszystko, co nadbudowuje się na zjawiskach biologicznych) bazuje na jednej lub wielu ideach wiodących, z których generuje się ideologie – definiowane (ujmując rzecz w uproszczeniu) jako „wszystkie socjalnie i politycznie ważne opinie, które są wspólne dla większej ilości ludzi”, przy czym obowiązuje postulat, że „ideologie [zawierają] zawsze zdania nie do dowiedzenia” (tamże: 104), będące podstawą dla wyobrażeń ukierunkowanych na cel dla społeczności w ramach danej kultury. Owe ukierunkowane na cel wyobrażenia wyprowadzane są *post factum* z określonej ideologii.

Ideologia musi zatem umożliwiać wywodzenie zdań nakazujących i zakazujących, na które orientują się ukierunkowane na cel wyobrażenia. Prawa te (zdania normatywne) tworzą *etos* (system normatywny) danej kultury. W praktyce zdania normatywne prowadzą do wytworzenia się określonych systemów porządku dla zachowań w obszarze gospodarczym, politycznym, społecznym i obyczajowym. W ten sposób powstają instytucje kultury. Przez nie stabilizowane i kanalizowane jest nasze rzeczywiste zachowanie. Instytucje przekazywane są przez tradycję.

(tamże: 104–105)

Strukturę danej kultury scharakteryzować można zatem według Kulla przez następujący szereg:

idee wiodące (podstawowe oglądy rzeczy) → ideologie → wyobrażenia ukierunkowane na cel → system normatywny (*etos*) → instytucje normatywne (budowanie porządku, wymuszanie) → zachowania i działania

Ideologie posiadają w tym ujęciu tę właściwość, iż wyprowadzać da się z nich tylko dany *etos* składowy, one same „dążą jednak do tego, by ich *etos* składowy stał się *etos*em uniwersalnym” (tamże: 107). Inną ważną – a uwarunkowaną biologicznie – właściwością jest to, iż „genetyczny zakres reakcji ludzkiego zachowania [jest] mniejszy niż pole możliwości stojące do dyspozycji ludzkiego umysłu w celu stworzenia systemów normatywnych, a tym samym instytucji normatywnych. Człowiek

jest zatem w stanie ustalać normy przekraczające jego zdolności zachowań. Prowadzi to w następstwie albo do zmiany norm zachowań poprzez stopniowy proces lub rewolucję kulturalną, lub też do zbudowania systemu »podwójnej moralności«, w ten sposób kultura się korumpuje” (tamże).

Wewnątrzsystemowe (czyli ideologiczne) próby definiowania pojęcia ideologii podsumowane zostały przez Terry’ego Eagletona (1993), który dał przegląd sposobów charakteryzowania ideologii z perspektywy analizy dyskursu. Prekursorską rolę Eagleton przypisuje w tym zakresie Emile’owi Durkheimowi, który metodę ideologiczną scharakteryzował jako zasadę wychodzącą od pojęć, „które poprzedzają zbieranie faktów, zamiast być z nich wyprowadzane” (Durkheim 1965: 142). Decydujące nie jest przy tym jednak, że sądy te są powzięte z góry, lecz że się przy tych sądach obstaje (Eagleton 1993: 10). W przypadku ideologicznej władzy nie chodzi o znaczenia, lecz o konserwowanie znaczeń (por. Thompson 1984: 132). „Pojęcie ideologii odsyła [...] nie tylko do systemów wartości, lecz także do problemu władzy. O jaki typ odesłania tu chodzi? Najczęstsza odpowiedź twierdzi, że ideologia ma coś wspólnego z legitymizacją panującej klasy społecznej lub grupy. John B. Thompson (1984: 4) pisze: »Badanie ideologii [...] oznacza badanie sposobu i rodzaju, w jakim znaczenie (lub sygnifikacja) stosowane są do tego, by utrzymać relacje władzy«.. [...] Proces legitymizacji obejmuje co najmniej sześć różnych strategii: legitymizację sił będących u władzy przez propagowanie spokrewnionych przekonań i wartości, przez uczynienie czegoś oczywistym i uniwersalizację przekonań, które przez to nie wymagają już sprawdzenia i stają się nieodzowne, przez szkalowanie konkurujących przekonań, przez wykluczenie rywalizujących koncepcji [...] i przez zawoalowanie społecznych realności w sposób zgodny z ideologią” (Eagleton 1993: 12).

„Ideologie widziane są często jako zorientowane na działania kompleksy przekonań, a nie jako spekulatywne systemy teoretyczne. Jakkolwiek niedorzecznie metafizyczne są te debatowane przekonania, muszą się one przy pomocy dyskursu ideologicznego dać przełożyć na jakiś »praktyczny« stan dostarczający swym zwolennikom celów, motywacji, przepisów, imperatywów itp.” (tamże: 59). Służącymi do tego środkami są między innymi legitymizacje i uniwersalizacje.

„Ideologia jest funkcją relacji wypowiedzi językowej do jej kontekstu społecznego” (tamże: 17). W tym sensie istnieje możliwość – mówi Eagleton – wyróżnienia dwóch rodzajów aktów mowy: „aktów mowy ukierunkowanych na opis przedmiotów, jakimi one są, przy czym chodzi także o kryteria prawdziwości i fałszywości, oraz aktów mowy, które są wyrazem nastawień i norm, dla których te kryteria nie obowiązują. W tym rozumieniu język kognitywny to jedna sprawa, a język normatywny druga” (tamże: 25). „Może zatem byłoby korzystne rozumienie ideologii nie jako określonego kontekstu dyskursów, lecz jako kompleksu oddziaływań wewnątrz dyskursów” (tamże: 224).

Martin Seliger natomiast definiuje ideologię jako „zbiór idei, poprzez które postuluje się, wyjaśnia i uzasadnia środki i cele zorganizowanych działań społecznych.

Jako działania społeczne rozumiane są szczególnie działania polityczne, niezależnie od tego, czy ukierunkowują się one na utrzymanie, poprawę, zniszczenie lub restaurację określonego porządku społecznego” (Seliger 1976: 11).

Ciekawe uwagi na temat ideologii znaleźć można także w pracach V.N. Vološinova (1929), który badał grę sił społecznych w języku. Koncepcje Vološinova rozwinął następnie Michel Pêcheux (1975), wprowadzając kategorię *procesu dyskursowego* i *formacji dyskursowej*, w ramach analogii do Saussure'owskiego rozróżnienia między *langue* a *parole*. „Formacja dyskursowa rozumiana być może jako zbiór reguł, które ustalają, co może i co ma być powiedziane z punktu widzenia określonego stanowiska społecznego. Wyrażenia posiadają znaczenie wyłącznie dzięki formacji dyskursowej, w której występują, i zmieniają je, kiedy przenoszone są w inne formacje dyskursowe. Formacja dyskursowa konstytuuje w ten sposób »matrycę znaczeniową« lub system relacji językowych, w którym wytwarzane są konkretne procesy dyskursowe. Każda poszczególna formacja dyskursowa jest częścią ustrukturyzowanej totalności takich zjawisk, które Pêcheux nazywa »interdyskursem«. Formacje dyskursowe zaś są wpisane w formacje ideologiczne, zawierające zarówno praktyki dyskursowe, jak i niedyskursowe. Każdy proces dyskursowy jest zatem wpisany w relacje ideologiczne i formowany jest przez ich ciśnienie. Język jako taki jest względnie autonomicznym systemem [...]. Ale właśnie ponieważ system tworzy wspólną bazę wszystkich formacji dyskursowych, staje się on medium konfliktów ideologicznych. »Semantyka dyskursu« badałaby więc, jak elementy konkretnej formacji dyskursowej są wzajemnie powiązane, aby w odniesieniu do kontekstu ideologicznego tworzyć proces dyskursowy. Pozycja danej formacji dyskursowej w obrębie jakiejś kompleksowej całości, która obejmuje także jej kontekst ideologiczny, pozostaje jednak ukryta dla poszczególnego mówiącego przez akt nazywany przez Pêcheux »zapominaniem«. Tylko przez zapominanie lub przez wypieranie znaczenia jawią się dla mówiącego jako oczywiste i naturalne. Mówiący »zapominają«, że są jedynie funkcją formacji dyskursowej i ideologicznej i uważają się błędnie za autorów swych własnych dyskursów” (Eagleton 1993: 225–226). W tym kontekście Eagleton mówi o dwóch rodzajach dyskursów – o „dyskursie jako czymś, co konstytuuje naszą praktykę, oraz o dyskursie jako sposobie, w jaki o tej praktyce mówimy” (tamże: 241).

Koncept abdukcji, do którego omówienia teraz przejdę, wprowadzony został przez Charlesa S. Peirce'a (1931–1960: 5.181, 5.431, 6.439), który postuluje abdukcję jako trzeci rodzaj wnioskowania (obok indukcji i dedukcji). Dla przypomnienia scharakteryzuję krótko wszystkie trzy rodzaje wnioskowań. Przyjmijmy za Braunem i Radermacherem (1978: 13), że G to generalne zdanie, S to specjalizacja, a R rezultat, i wprowadźmy warunek, że z dwóch elementów wnioskujemy o pozostałym. W tym wypadku uzyskujemy trzy możliwości (przy czym: \wedge to koniunkcja 'i'; \rightarrow to implikacja 'jeśli..., to...'):

Dedukcja = $G \wedge S \rightarrow R$, Indukcja = $S \wedge R \rightarrow G$, Abdukcja = $R \wedge G \rightarrow S$

Dedukcja jest analitycznym, a indukcja i abdukcja są syntetycznym rodzajem wnioskowania. Punktem wyjścia abdukcji jest więc obecność rezultatu i generalnego zdania, z których wnioskujemy o specjalizacji. Czyli: znany nam jest skutek jakiegoś działania oraz posiadamy hipotezę na temat jego pochodzenia. Z obydwu tych elementów wnioskujemy następnie o przyczynie znanego nam skutku. Już pierwszy rzut oka na mechanizm abdukcji pokazuje, że w celu asymilacji pojawiających się „problemów” czy „zjawisk” bardzo często odwołujemy się (nie tylko w życiu codziennym) do abdukcji, i to zarówno w odniesieniu do postrzegania, jak i w celu realizacji procesów kognitywnych. Można nawet – jak postuluje to Fritz Simon (2000) – wyjść z założenia, że abdukcja stanowi centralną operację konstrukcji rzeczywistości w rozumieniu konstruktywizmu. Procedura ta polega na tym, że „obserwator, postrzegający jakieś wydarzenia lub zjawiska, formułuje reguły, które – gdyby były prawdziwe – pozwalałyby oczekiwać pojawienia się właśnie tych obserwowanych wydarzeń” (tamże: 99); kolejny krok zaś, jakiego w tym procesie dokonujemy, to zapomnienie założenia *gdyby były* i traktowanie następnie danego stanu rzeczy jako prawdziwego. Wystarczy bowiem zapomnieć, że postulowane reguły są hipotezą, i wystarczy traktować je jako obowiązujące i oczywiste reguły. Do tego dochodzi jeszcze jeden aspekt: podczas stosowania abdukcji w procesie komunikacji operujemy najczęściej jedynie za pomocą weryfikacji, nie stosując prawie nigdy falsyfikacji. Kiedy podjęte decyzje lub stawiane hipotezy zwieńczone są powodzeniem, zadowolamy się najczęściej weryfikacją, nie przechodząc do próby ich falsyfikacji. Mechanizm abdukcji zilustrowany został swego czasu przez Paula Watzlawicka za pomocą równie dowcipnego, co przekonującego przykładu jako „zasada pozornej weryfikacji hipotez”:

Pewien mężczyzna idzie klaszcząc przez ulice. Kiedy spotyka znajomego, ten pyta go: „Dlaczego klaszczesz w dłonie?”, mężczyzna odpowiada: „Robię to, by przepłoszyć słonie!”. „Ależ – mówią znajomy – tu w ogóle nie ma słoni!”. Na co mężczyzna odpowiada: „A widzisz, działa!”.

(za: Simon 2000: 99)

Nie tylko w komunikacjach codziennych traktujemy zjawiska czy doświadczenia jako zweryfikowane, kiedy nie są one bezpośrednio sfalsyfikowane, lecz wręcz nie podejmujemy prób ich falsyfikacji. „Innymi słowy: w przypadku abdukcji konstruowane są wyjaśnienia, które same dbają o to, że zjawiska nieoczekiwane stają się zjawiskami oczekiwanymi. Kiedy tak wykreowane oczekiwania zostają potwierdzone przez empiryczne sprawdzenie, wtedy hipotezy – przynajmniej w naszym poznaniu codziennym – uznawane są za potwierdzone i zweryfikowane” (tamże: 99).

W większości wypadków posiadamy bowiem wiedzę na temat skutków, co do których jesteśmy przecież przekonani, że je obserwujemy, oraz wiedzę na temat jednej (lub wielu) hipotez wyjaśniających dane zjawisko (dany skutek), hipotezy te jednak na poziomie uczestnika komunikacji traktujemy jako tak zwaną prawdę. A ponieważ hipotezy wyjaśniające świat zawsze są ideologiczne i bazują jako na punkcie oparcia i punkcie orientacyjnym (= scenariusze uzasadnieniowe i legitymizacyj-

ne) na ideologiach (z jednego jedyne go powodu – ponieważ „świat” jest aseman-tyczny i nic nie znaczy, znaczenia zaś ze względu systemowych nie są neutralne), znalezienie przyczyny także dlatego jest takie proste, że przyczyna jest już zawarta w hipotezach wyjaśniających świat i w leżących u ich podstaw ideologiach. Wyjątek stanowią tu nauki ścisłe, jako że te nie operują za pomocą ideologii, lecz konwencji, które same stawiane są stale pod znakiem zapytania. Nauka jest w tym sensie jedynym systemem funkcyjnym systemu społecznego, który sam stawia pod znakiem zapytania swoją własną konstrukcję. Ideologie tego nie czynią i czynić nie mogą. Stawianie pod znakiem zapytania podstaw jakiejś ideologii zniszczyłoby ją, a zatem również bazujący na niej model wyjaśniania świata. W ten sposób abdukcja pozwala na wynalezienie rzeczywistości, bazując przy tym na uzasadnionym rodzaju wnioskowania.

Do tego dochodzi aspekt kreatywny – w tym sensie, że znajdowanie (tak rozumianych) przyczyn nie posiada granic. W ramach danej ideologii oczywiście. Znajdowanie przyczyn może wykorzystywać zasadę kreatywności, której manifestacje opierać się muszą tylko na umowach – wynegocjowanych, a następnie podzielanych na zasadzie wiary opiniach – i muszą być zgodne z ideologią wyjściową. Ponadto za pomocą abdukcji produkowane mogą być także: wielość opinii, pluralizm prawd i moralności. Kiedy bowiem w danych komunikacjach funkcjonuje równocześnie wiele (mniej lub bardziej ze sobą sprzecznych czy kompatybilnych) ideologii, może z nich zostać wytworzona właśnie wielość opinii, prawd, moralności, która zainicjować może konkurencję i zagwarantować nawiązywalność komunikacji, przez co do głosu dochodzą zjawiska ‘władzy’, ‘panowania’, ‘dominacji’, ‘hegemonii’ itp. Nie oznacza to jednak, że jako uczestnicy komunikacji całkowicie pomijamy procesy indukcyjne i dedukcyjne. Pojawiają się one oczywiście, tyle że nie nadają się do tworzenia hipotez wyjaśniających świat w tym stopniu, w jakim możliwe staje się to w przypadku zastosowania abdukcji i wynikającej z niej kreatywności.

Operacja abdukcji ma również to do siebie, że jej rezultaty są logicznie konsy- stentne (spójne), a tym samym rozwijają swego rodzaju własne życie, kiedy przesłanki prowadzą do wniosków, które potwierdzają przesłanki (por. Simon 2000: 99).

Wydaje mi się, że zaproponowany swego czasu przez Siegfrieda J. Schmidta (2003) „mechanizm decyzji/przesłanki” wykazuje dokładnie ten właśnie charakter. Decyzja wywołuje bowiem (na tym samym poziomie, w tym samym czasie, w tej samej przestrzeni) przesłankę, która wywołana zostać może tylko z określonej decyzji, a więc tylko tak a nie inaczej. W tym sensie przesłanka nie byłaby niczym innym jak właśnie tą ideologią, która czyni z określonej decyzji tę decyzję i decyzję w ogóle. Rozumując w ten sposób, trzeba by uznać, że nie mógłby jednak obowiązywać hipercykl Manfreda Eigena (zob. Eigen 1970; Eigen/Schuster 1979; por. także Fleischer 2002a: 219–222), gdyż nie można twierdzić, co Siegfried J. Schmidt czyni, że przesłanka (również) produkuje swą decyzję i że chodzi o związek ściśle komple- mentarny. Schmidt rozwiązuje ten problem, twierdząc, że nie chodzi tutaj o sukce- danne następstwo, lecz o równoczesność, zgodnie z którą w momencie pojawienia

się decyzji, z tej poczynionej decyzji wynika równocześnie przesłanka, która – także równocześnie – konstituuje decyzję jako decyzję. Jednocześnie indukcja, dedukcja i abdukcja skonceptualizowane są jako operacje sukcedanne, przynajmniej w tej mierze, że zakładamy, iż przyczyna poprzedza czasowo skutek. W przypadku Peirce'owskiej abdukcji mamy natomiast do czynienia z procesem, w którym przyczyna nie tyle ma zostać znaleziona (w przeszłości), co skonstruowana (w teraźniejszości) – w ten sposób Peirce elegancko obchodzi problem „przyczyny i skutku”. Nawiązując do Charlesa S. Peirce'a, należałoby zatem w odniesieniu do postulowanego przez Schmidta procesu „przesłanka/decyzja” mówić o abdukcji, a więc o mechanizmie sterowanym przez ideologię. Przesłanka danej decyzji byłaby więc zawsze ideologią, która albo konstruowana jest przez decyzję, albo też konstruuje decyzję (jako decyzję). W obydwu wypadkach założyć trzeba jako relewantny czynnik czas, a odrzucić równoczesność.

2. Ideologia a obraz świata

Nie bez powodu ideologia jest zjawiskiem powszechnym w komunikacjach, a także w postrzeganiu jako procesie, ponieważ opiera się również na czynnikach wewnętrznych obrazu świata jako regulatywu procesów komunikacji. W ramach konstruktywistycznej ogólnej teorii komunikacji (zob. Fleischer 2007) obraz świata rozumiany jest jako kompleksowy system funkcyjny składający się z obszaru wewnętrznego i zewnętrznego – odpowiedzialnych za generowanie takich a nie innych komunikacji. Elementy obszaru zewnętrznego możemy tutaj pominąć, gdyż nie mają one relewantnych odniesień do zjawiska ideologii, ma je natomiast obszar wewnętrzny. Dla przypomnienia podam, że wymiar wewnętrzny składa się z trzech globalnych obszarów organizacyjnych.

Po pierwsze, z fundamentalnych elementów sięgających głęboko w struktury obrazu świata i stanowiących jego podstawę, jakimi są odpowiedzialne za reprezentowane przez obraz świata i konstruowane w nim relacje przestrzenne i czasowe.

Po drugie, z obszaru relacyjnego obrazu świata decydującego pośrednio o wewnętrznej manifestacji norm i wartości (oraz ich hierarchii), a zatem o tym, co można zobaczyć, kiedy się obserwuje (czyli ‘jak zdecydowaliśmy się widzieć rzeczy, mimo iż nie są one może takie, jak my i jakimi je widzimy’). Obszar ten cechuje się tym, że jest w znacznym stopniu modyfikowalny, a jego treści mogą być poddane pod dyskusję. Z uwagi na funkcje dba on o koherencję i specyfikę supragrup lub interdyskursu, reprezentuje ich normy i wartości, nie zaprzeczając istnieniu innych; zabezpiecza on jedynie specyficzną manifestację własnej supragrupy i własny dyskurs do wewnątrz.

Po trzecie, z interesującego nas tu obszaru polaryzującego obraz świata, który decyduje o tym, że ‘coś jest takie a nie inne i tylko takie a nie inne może być’. Obszar

ten decyduje o dopuszczalności elementów lub relacji w ramach komunikacji w ten sposób, że organizuje on odpowiednio wypowiedzi, dyskursy itp. z uwagi na to, co w nich jest dopuszczalne, a co niedopuszczalne; tym samym wykazuje tylko dwie opcje (decyzje typu *tak/nie*). Zabezpiecza on dyskurs lub interdyskurs na zewnątrz i odgranicza go od wpływów zewnątrzsystemowych.

Głównym celem funkcjonowania tego obszaru w odniesieniu do ideologii jest uczynienie niewidocznymi innych możliwości realizacji czegoś, innych sposobów komunikowania, a w końcu – innych możliwości widzenia świata. Obszar polaryzujący umożliwia ponadto zdjęcie odpowiedzialności za sposoby komunikowania i za komunikowane treści z uczestnika komunikacji – i przeniesienie ich do nadrzędnej instancji, na którą poszczególne uczestniki komunikacji nie ma wpływu i której jako taki (czyli jako uczestnik procesu) nawet nie widzi i widzieć nie może (nie powinien), by móc adekwatnie komunikować. To nie on jest za cokolwiek odpowiedzialny, ponieważ tak przecież komunikują wszyscy, wszyscy mówią to samo (=abdukcja); z czego wyciąga wniosek – wszyscy tak robimy. Tym samym nie sytuuje się on już w wymiarze jednostkowym, który jest niebezpieczny i niestabilny, gdyż wymaga uzasadnień i legitymizacji, lecz reprezentuje – jak mu się wydaje i o czym jest święcie przekonany – pogląd „wszystkich”, sytuując się w czymś innym niż jego jednostkowa perspektywa. W tym mechanizmie ideologia znajduje swoje motywacje, swoje uzasadnienia, swoje (przyjmowane na zasadzie wiary) prawo do reprezentowania takich a nie innych opinii. Obszar polaryzacyjny pozwala indywidualnemu uczestnikowi komunikacji na reprezentowanie swoich (jak mu się wydaje) poglądów z mocą poglądów „grupy”, „wszystkich”, „nas”; czyli tych metonimii komunikacyjnych, które odpowiedzialne są za produkcję oraz konieczne są do produkcji nawiązywalności komunikacji i uczynienia niewidocznym zastosowania abdukcji.

Przykład: jeśli napiszę, że formułowane właśnie tu przeze mnie poglądy na temat *ideologii* są poglądem wszystkich uczonych, wtedy zainteresowani mieć będą nieczyste sumienie, a więc problem. Opisany tu przeze mnie mechanizm – nad czym oczywiście ubolewam – funkcjonuje jednak niestety w obie strony, a więc ‘uczeni’ (proszę uwzględnić – tylko każdy z nich z osobna, tylko i wyłącznie dla siebie) myślą sobie, że jest dokładnie na odwrót, i to oni mają rację, gdyż tak jak oni (czyli każdy z nich osobno!) myślą wszyscy uczeni, o czym przecież wszyscy z nich (ale osobno!) wiedzą. To jednak jeszcze za mało, konieczne jest także zastosowanie abdukcji. Zróbmy to zatem: skoro więc wszyscy inni, a nie ja, mają rację, to reprezentowany przez Fleischera konstruktywizm jest jego wymysłem, a więc niepoważnym zjawiskiem, jak to zwykle u Fleischera. W tej sytuacji nie pozostanę dłużny i będę twierdził, że skoro to ja mam rację (jako że reprezentuję konstruktywizm, co do którego wszyscy przecież wiedzą, że jest on koncepcją głęboko słuszną), to w takim razie wszyscy inni są minus-X (czyli zacofoani, nieoświeceni, nie dysponują aktualną wiedzą itp.). Nie jest oczywiście istotne, kto z nas ma rację. Istotne jest, że wszyscy, oni i ja, jesteśmy zadowoleni i udało nam się zaklasyfikować tego drugiego tam,

gdzie będąc, daje nam poczucie komfortu nie tylko umysłowego. W obrazie świata funkcjonuje jednak również obszar relacyjny. Ten zaś odpowiedzialny jest za to, że tolerujemy się nawzajem i pozwalamy sobie nawzajem się krytykować. A możemy to robić z zachowaniem komfortu umysłowego tylko dlatego, że z aktywizacji obszaru polaryzującego wiemy, że to i tak my mamy rację. Proszę ponadto zauważyć, że kiedy wszyscy uczeni przejdą w końcu na moje (oczywiście słuszne) pozycje i uznają nareszcie, że to ja mam rację, nic się nie zmieni, wtedy znowu „wszyscy” będziemy przekonani o tym, że mamy rację i że innej racji, jak jeno nasza (czyli dawniej – moja), nie ma. I w rzeczy samej – nie ma jej, bo racja zawsze jest nasza. Kiedy zaś ja przejdę na czyjeś pozycje, dojdzie do tego samego. Jakż efektowny mechanizm.

W pierwszym wypadku zawsze ja/pozostali będę miał/będą mieli rację, a stro-
na przeciwna, czyli oni/ja, będą/będę reprezentowali/-ł stanowisko ideologiczne. I to nawet wtedy, kiedy dyskusja nasza byłaby na jakikolwiek ze wszystkich możliwych innych tematów. Ideologia zaś nigdy by się nawet w zarysach w naszej dyskusji nie pojawiła, gdyby nie było mnie lub pozostałych. Nawiasem mówiąc, właśnie dlatego nie ma możliwości pojawienia się ideologii w publikacjach redagowanych w schemacie komunikacji ‘tom ku czci’ (czego sobie i innym oczywiście nie życzę, gdyż, jak wiemy, zapobiega temu obszar relacyjny). A wszystko to dzieje się i oddziałuje bez konieczności zdawania sobie sprawy z opisywanych tu zjawisk. Ponieważ komunikacja wynalazła w tym celu mechanizm czynienia niewidocznym (czyli inwizibilizacji), który pozwala nam podlegać mechanizmom i komunikować w ich ramach, zachowując dobry humor oraz rację.

Pozostaje jeszcze jedna niepokojąca puenta. Skoro bowiem ja jestem w stanie opisać ten mechanizm zewnątrzsystemowo, to sytuuję się na bardziej kompleksowym poziomie niż ten, na którym znajdują się inni, z czego nareszcie wynika niezbicie, że to jednak ja mam obiektywnie rację, a pozostali nawet nie mogą dostrzec, że i jak ideologicznie argumentują, ponieważ właśnie argumentują ideologicznie, czyli podlegają zasadzie, że nie można zobaczyć oczu, którymi się patrzy, by zobaczyć, jak się patrzy. Niestety, jednak nie zadowala mnie to, że mam w końcu rację, gdyż z tego – ani dla mnie, ani dla innych – nic nie wynika. Gdyż inni mają rację na swoim poziomie, na którym ‘racja’ jest wynikiem pewnej operacji relewantnej dla ich poziomu, a ja z moją analizą i jej narzędziami nie istnieję. Ja zaś mam rację na moim poziomie, na którym ‘racja’ jest moim obiektem badań w tym samym stopniu, w jakim są nim inni, którzy stosują w sposób konieczny (niewidoczne dla nich) ideologie jako operację, w celu uzyskania takich lub innych (widocznych) rezultatów, np. w publikacji dotyczącej ideologii. Ja zaś badam te operacje z punktu widzenia ich funkcji; jakiegokolwiek funkcje by to były i o czymkolwiek by pisano. Dla innych z tego, co ja robię, nic nie wynika; dla mnie nic z tego, o czym pozostali piszą, nie jest interesujące, poza tym, jak piszą. Jakkolwiek okrutny (dla nas wszystkich) jest wniosek zawarty w ostatnim zdaniu, jest on na szczęście również fałszywy. Ponieważ wszyscy bierzemy udział w systemie funkcyjnym i programie komunikacji,

jakim jest nauka (tu: lingwistyka i nauka o komunikacji), przywykli jesteśmy do stawiania rzeczy pod znakiem zapytania i podawania w wątpliwość zasad naszej pracy oraz falsyfikowania naszych teorii. A zatem prezentowany tu przykład możemy analizować wspólnie, gdyż ani pozostali nie są takimi, jakimi ich w przykładzie przedstawiłem, ani ja nie jestem tym, na kogo się w tym przykładzie stylizuję. Jesteśmy po prostu w stanie traktować nawet te przykłady, w których sami występujemy, jako przykłady, a nie jako perspektywę uczestnika. Innymi słowy: ta książka nie może być ideologiczna (chyba że będzie – ale i wtedy sobie z tym poradzimy).

Nie poradzą sobie natomiast z tym politycy, tzw. humaniści oraz wszyscy inni uczestnicy komunikacji, komunikujący za pomocą i w ramach programu komunikacji, jakim jest polityka, skąd koncept ideologii pochodzi. Nie poradzą sobie, ponieważ dla nich jest on niewidoczny. Widoczne jest co prawda słowo, w tym wypadku słowo języka polskiego, lecz niewidoczny jest koncept, czyli ten zastosowany obiekt, który umożliwia dopiero określone komunikacje. Zajmijmy się teraz tym właśnie aspektem problemu.

Skoro 'ideologia' posiada omawiane tu właściwości i spełnia także funkcje dla komunikacji, konstrukt ten pochodzić musi z jakiegoś programu komunikacji, który go wygenerował jako swój konstrukt stabilizujący. W mojej ogólnej teorii komunikacji 'ideologia' sytuuje się w polityce jako programie komunikacji. Program ten pracuje wewnątrz za pomocą bardzo ciekawego modusu, a mianowicie in stytucjonalizacji komunikacji. Uprawiającym politykę (nie tylko politykom oczywiście, lecz wszystkim uczestnikom komunikacji, którzy stosują ten program) jako jedynym wolno reprezentować zinstytucjonalizowane opinie, mniemania, poglądy itp., takie więc, których sami jako indywidualni uczestnicy komunikacji nie muszą reprezentować, a nawet nie są w stanie tego czynić. Generalnie mamy bowiem zawsze tylko własne zdanie, własną opinię, własne mniemanie, skądkolwiek by one pochodziły i jakkolwiek by się je maskowało (jako opinie jakiejś grupy w ramach swego własnego dyskursu lub w interdyskursie, a więc na poziomie materiałowym komunikacji). Jako systemy świadomości nie możemy siebie samych instytucjonalizować i przemawiać w imieniu X bez popadania w śmieszność lub w coś gorszego. Kiedy jednak dokonuje się tego skutecznie, to znaczy kiedy inni to akceptują, uprawia się politykę. Krytycy literaccy, filmowi, teatralni, tak zwani uczeni występujący w mediach w charakterze 'autorytetów', czyli eksperci (przy czym to, co mówią, nie ma najmniejszego znaczenia dla realizowanej przez nich instancji 'autorytetu/eksperta medialnego'), starają się to co prawda w różnym zakresie w swych miejscach komunikacji z różnym powodzeniem realizować. Nie udaje im się to jednak nigdy, ponieważ nie zostaje to zaakceptowane oraz ponieważ zawsze dopuszczalne jest zdekonspirowanie tego jako próby przeforsowania własnego zdania lub właśnie własnej ideologii – tymczasem chodzi w rzeczy samej jedynie o mniej lub bardziej zręczną próbę zastosowania w mediach obcego programu komunikacji i jego modusu, modusu polityki. Nie można uprawiać gospodarki, jeśli nie bierze się „poważnie” towaru i pieniądza; tak samo jak religii, nie biorąc poważnie bogów i wiary,

medycyny bez zdrowia i normalności, prawa bez ustawy i regulacji, wojska bez rozkazu i przemocy itp. Tylko i wyłącznie w polityce komunikacja instytucjonalizowana jest w ten sposób, że opinie, mniemania, potrzeby, wizje, ideologie itp. stają się społecznie relewantne, widoczne, transparentne i komunikowalne jako opinie, mniemania itp. danej formacji społecznej. Innymi słowy: polityka niczego nie chce i też ma niczego nie chcieć, nie posiada celu, kierunku, a w końcu – treści, lecz jest po to, by cokolwiek manifestować, uczynić odczytywalnym i identyfikowalnym, przedstawiać i kanalizować jako zinstytucjonalizowaną komunikację. W tym sensie instytucjonalizacja komunikacji jest wtórna, bo jest taka, jaka jest, na tle instytucji (to tylko pozornie tautologia). Zasada reprezentowania większości stanowi przy tym tylko jeden czynnik stabilizujący spośród wielu innych i nie dotyczy zasad generowania samego programu. Obok tej zasady stosowane mogą być też metody dyktatorskie, metody zorientowane religijnie czy gospodarczo, czyli wewnątrzsystemowo – czyli ideologicznie. Zewnętrznie natomiast program polityka pracuje za pomocą modusu tworzenia partii. Mówiąc ‘partie’, nie mam tu na myśli tylko partii politycznych, jak zmanifestowane są one dzisiaj, lecz wszystkie procedury tworzenia ideologicznie czy poprzez opinię motywowanych komunikacji, a następnie często także grup społecznych. Zasada ta funkcjonuje w systemie społecznym generalnie. Jako uczestnicy danej formacji społecznej tworzymy stale grupy, związki interesów itp. Polityka umożliwia to w sposób zinstytucjonalizowany.

W tym kontekście ideologia staje się bardzo skutecznym konstruktem, pod warunkiem że sama pozostanie dla uczestników komunikacji niewidoczna. Ideologia jest tu więc narzędziem, za pomocą którego asymilować możemy cudze komunikacje (i to wszystkie, a nie tylko te, które odnoszą się do uprawiania polityki rozumianej potocznie), na tle moich własnych czy tych mojej supragrupy. Przez zastosowanie tego konstruktów i realizację za jego pomocą odpowiednich komunikacji uzyskuje się możliwość instytucjonalizacji swoich własnych komunikacji. Zarzucając bowiem komuś ‘ideologizowanie’, czyli stosowanie ‘ideologicznych’ argumentów, nie mogę tego czynić prywatnie (jako ‘ja’), lecz muszę dla zachowania równowagi w mocy i ciężarze gatunkowym obydwu przeciwstawnych stanowisk zinstytucjonalizować swoje poglądy.

Weźmy kolejny przykład. Jeśli ktoś chciałby mi zarzucić niezrozumiałość moich koncepcji naukowych, ich bełkotliwość zgoła, czy, jak uczynił to swego czasu pewien profesor, twierdzić, że są one „obce polskiej humanistyce”, to mogę oczywiście argumentować moimi kompetencjami naukowca, odwoływać się do siły moich argumentów, nie przekona to jednak ani potencjalnego adwersarza, ani owego profesora. Nie obejdę się więc bez zinstytucjonalizowania moich koncepcji. Będę zatem twierdził, że reprezentuję konstruktywizm epistemologiczny (ostatnie słowo dla dodania sobie animuszu oraz wagi, gdyż mądrze brzmi), który na świecie (w tym celu muszę, jak widać, dokonać polaryzacji na ‘Polskę’ i ‘świat’, przy czym Polska nie jest światem, a w każdym razie jest zacofana) stanowi aktualny stan naszej teorii i jest powszechnie reprezentowany (co jest oczywiście nieprawdą, ale nie musi on

tego wiedzieć). I sytuacja co nieco się zmienia. Ja czuję się lepiej, gdyż już nie jestem sam, on również, gdyż ma w osobie swego adwersarza (czyli mnie) do czynienia z przedstawicielem obcej mu co prawda, ale jednak szkoły, z którą, a nie z którym, może się teraz nie zgadzać lub spierać. Ponadto nie musimy się atakować osobiście, tylko przenosimy nasz spór na poziom sporu koncepcji, a to zawsze kulturalniej. Pozostałe wnioski wynikające z tego przykładu są identyczne z wnioskami z poprzedniego przykładu z 'uczonymi', a zatem możemy je pominąć. Najważniejsze, że możemy teraz zarzucać drugiej stronie ideologizowanie, tworzenie sekt i reprezentowanie obcych nam ideologii. 'Fleischer' jako taki bowiem nie może być ideologią. Może ją i jakąś tylko reprezentować, a w tym celu konieczna jest jego instytucjonalizacja w ramach komunikacji. To samo dotyczy oczywiście 'uczonych' – znów każdego z osobna. A poza komunikacją występujemy wszędzie tylko i wyłącznie z osobna. Komunikować zaś w ramach polityki jako programu komunikacji możemy tylko w roli obiektów zinstytucjonalizowanych. Inaczej np. w kularach konferencji naukowej (np. dotyczącej ideologii), tutaj znowu każdy jest samotny i musi argumentować lub ogólnie – komunikować za pomocą innych programów komunikacji, ale przez to ideologia i zarzut ideologiczności są znowu nie na miejscu lub wywołują tylko śmieszność. Może dlatego w kularach konferencji tak rzadko rozmawia się o kwestiach naukowych.

3. A co ludzie na to – ideologia w wymiarze kognitywnym

Na zakończenie przedstawię pozycję w hierarchii oraz profil semantyczny słowa *ideologia*, jakie zrekonstruowałem w ramach moich badań polskiej symboliki kolektywnej (przeprowadzonych w latach 1993 i 2000). Ustalając hierarchię słów uznanych przez respondentów za ważne dla kultury polskiej, prosiłem o usytuowanie słowa na skali od +100 do -100. Badając zaś semantykę słowa, pytałem o jego znaczenia dla ludzi w Polsce*.

Hierarchiczne usytuowanie słowa *ideologia* dla uczestników komunikacji w Polsce przedstawia tabela 1; dla orientacji podaję słowa podobnie sytuowane z uwagi na ocenę ich nacechowania.

Ideologia sytuowana jest z uwagi na natężenie wartości jako słowo bardzo słabo nacechowane pozytywnie, przy czym kobiety oceniają jego wartość dużo pozytyw-

* Hierarchię słowa badałem za pomocą pytania: „Proszę ocenić podane niżej słowa i wyrażenia na skali od +100 (bardzo pozytywne słowo) do -100 (bardzo negatywne słowo). Proszę oceniać spontanicznie, nawet jeśli nie ma Pan/Pani co do oceny zupełnej pewności”. Semantykę natomiast za pomocą pytania: „Co znaczą Pana/Pani zdaniem następujące słowa dla ludzi w Polsce. Proszę podać 5 słów lub wyrażen charakteryzujących znaczenie podanych słów. Proszę pisać spontanicznie, nawet jeśli nie ma Pan/Pani zupełnej pewności”. W pierwszym etapie w ankiecie udział wzięło w roku 1993 – 181, a w roku 2000 – 150 respondentów; w drugim etapie w roku 1993 – 143, a w roku 2000 – 150 respondentów).

Tabela 1

Słowo	2000			1993			2000			
	ogół.	K	M	ogół.	K	M	≤30	≥31	S	Pu
pluralizm	32	32	31	37	33	47	30	35	31	34
ideologia	23	30	8	13	16	7	22	24	22	17
policeja	17	16	18	–	–	–	11	24	16	19
prawica	15	22	0	13	14	9	13	17	18	10
lewica	–7	–14	7	–5	–3	–8	–4	–11	–8	–8
polityka	–18	–19	–16	–	–	–	–22	–13	–16	–19
komunizm	–51	–57	–38	–49	–49	–49	–55	–46	–52	–56

Puste rubryki (–) oznaczają, że danego słowa w roku 1993 nie badano; K = kobiety, M = mężczyźni, S = studenci, Pu = pracownicy umysłowi; siódma i ósma szpalta dotyczą wieku respondentów.

niej niż mężczyźni. O ile w roku 1993 trend ten także się pojawił, to był on jednak dużo słabiej zmanifestowany. W roku 2000 mężczyźni nie zmienili swego zdania, kobiety natomiast oceniały to słowo dwukrotnie pozytywniej niż w roku 1993. Wiek natomiast nie ma wpływu na ocenę, podobnie jak uwzględnione tu zawody. Stwierdzamy zatem, że w aktualnych komunikacjach polscy ich uczestnicy rozumieją słowo *ideologia* jako pojęcie generalnie pozytywne, aczkolwiek sytuujące się w sferze słów słabo nacechowanych. Z tych i z pozostałych danych (zob. Fleischer 1995, 2003a) wnioskować można, że słowo to nie jest symbolem kolektywnym i nie spełnia takich funkcji w systemie.

Profil semantyczny *ideologii* przedstawia tabela 2, w której wyróżnione zostały podstawowe (najczęściej się pojawiające) określenia charakteryzujące to słowo oraz (rzadziej podawane) warianty i bardziej kompleksowe wyrażenia (liczby podane w tej tabeli są liczbami absolutnymi).

Wyraźnie widać, że w przypadku *ideologii* w profilu semantycznym przeważają ogólnojęzykowe komponenty leksykalne (*poglądy, cel, polityka, idea, myśl, system*) z lekkim tylko odchyleniem w kierunku polityki (*partia, socjalizm*), przede wszystkim w wyrażeniach. Uwagę zwracają też sformułowania pochodzące z czasów komunistycznych (*przewodnia myśl polityczna, myśl przewodnia, myśl polityczna*) – zaskakujące jest tutaj jednocześnie pojawienie się *wiary*, słowa z kontekstu religijnego. Obserwuje się także względną równowagę określeń. Żaden element profilu nie wysuwa się na pierwszy plan, mamy do czynienia z wyrównanym stosunkiem poszczególnych składników. *Ideologia* to słowo nasemantyzowane politycznie, przy czym dominuje wymiar leksykalny, brak natomiast elementów semantyki komunikacyjnej.

Zestawiając dane uzyskane w roku 1993 z danymi z roku 2000 otrzymujemy tabelę 3 (ograniczam się tutaj do podstawowych klas podanych przez respondentów określeń), z której widoczne stają się zmiany semantyki pojęcia, jakie zaszły w ciągu siedmiu lat od przeprowadzenia poprzednich badań.

Tabela 2

<i>Ideologia</i>						
Podstawa	<i>n</i>	Warianty	<i>n</i>	Wyrażenia	<i>n</i>	Ogółem
pogląd	19	poglądy	11	pogląd na świat poglądy polityczne pogląd na życie, na świat poglądy religijne	4 2 1 1	38
cel	19	cele	2	cel i sens działań cel życiowy	1 1	23
polityka	17	politykierstwo polityczny	1 1	polityczna myśl przewodnia polityczny plan działania	1 1	21
idea	14	idee	3	idea funkcjonująca w społeczeństwie idea i logika	1 1	19
myśl	8	myśli myśliciel myślenie	2 1 1	myśl przewodnia myśl polityczna myśl wiodąca myślenie polityczne	4 1 1 1	19
system	10			system poglądów system norm politycznych system polityczny systemy totalitarne	4 1 1 1	17
wiara	14			wiara w coś	1	15
partia	12	partie	1	partia polityczna	1	14
teoria	10	teorie	1	teoria struktury tworu, np. politycznego	1	12
socjalizm	10					10

W roku 1993 na pierwszym miejscu jednoznacznie sytuują się nienacechowane elementy profilu; odniesienia do polityki czy do totalitaryzmu lub wiary są raczej słabo zmanifestowane. Zagęściwszy ten profil do trzech elementów, otrzymujemy następujący obraz: a) wymiar neutralny (*poglądy, cel, idea, myśl, teoria*) – 53,4%; b) wymiar polityczny (*polityka, system polityczny*) – 18,3%; c) *komunizm* – 11,5% oraz d) *wiara* – 7,2%.

Dominacja wymiaru neutralnego jest jednoznaczna, sytuacja w roku 2000 nieco się jednak zmienia. Profil semantyczny jako taki zostaje co prawda zachowany, zmieniają się natomiast relacje – z dominacji jednego z elementów w kierunku rozmycia jednoznacznej dominacji któregoś z nich. Pojawia się natomiast nowy element semantyki pojęcia *faszizm*. Zagęszczając dane również w tym wypadku, otrzymujemy następujące grupy: a) *totalitaryzm* – 32,8%; b) *poglądy* – 30,0%; c) *polityka* – 10,0% oraz d) *wiara* – 7,3%.

Jak widzimy, wymiar neutralny traci jednoznacznie swoją dominację i w roku 2000 mamy do czynienia z dwoma na równi zmanifestowanymi wymiarami (*totalitaryzm* i *poglądy*). Wydaje się, że większa bliskość do historycznego zjawiska totalitaryzmu w roku 1993 powoduje jego słabiej nacechowane postrzeganie i odwrotnie – oddalenie od tego zjawiska powoduje silniejsze jego wystąpienie wśród uczestników komunikacji. Komponenty *wiara* i *polityka* zachowują zasadniczo swoje pozycje. O ile zatem w roku 1993 *ideologia* była konceptem, w którego semantyce dominował wymiar neutralny, sytuujący ideologię jako zjawisko sprowadzalne zasadniczo bez aktywacji elementów wartościujących do światopoglądu, posiadanych przekonań, opinii itp. – o tyle w roku 2000 *ideologia* zachowuje co prawda ten wymiar, dodatkowo pojawia się jednak silniejszy aspekt wartościujący, odnoszący to pojęcie do konkretnych negatywnych ruchów społecznych.

Tabela 3

<i>Ideologia</i>			
2000 (<i>n</i>)	%	1993	%
komunizm (13), totalitaryzm (3)	10,7	poglądy	18,3
światopogląd (5), przekonania (4), myśl przewodnia (3), zasady (3)	10,0	cel	11,1
poglądy (13), pogląd (3)	10,7	polityka	10,1
polityka	10,0	idea	9,1
faszystyzm (8), nazizm (4), Hitler (4), skini	8,7	myśl	9,1
cel (6), ideał (3)	6,0	system	8,2
propaganda (4), manipulacja (3)	4,7	wiara	7,2
wiara	4,0	partia	6,7
fanatyzm	3,3	teoria	5,8
teoria	3,3	socjalizm	4,8
zło	3,3		
partia	2,7		
nietolerancja	2,7		

Jak się więc okazuje, to, co myślą ludzie, ma tylko nieliczne odniesienia do rozważań w ramach nauk humanistycznych.

Literatura

- Braun, E., Radermacher, H. (red.) (1978): *Wissenschaftstheoretisches Lexikon*, Graz–Wien–Köln.
 Durkheim, E. (1965): *Die Regeln der soziologischen Methode*, Neuwied.
 Eagleton, T. (1993): *Ideologie. Eine Einführung*, Stuttgart.
 Eigen, M. (1970): *Selbstorganisation der Materie und die Evolution biologischer Makromoleküle*, „Naturwissenschaftliche Rundschau”, nr 23, s. 777–779.

- Eigen, M., Schuster, P. (1979): *The Hypercycle. A Principle of Natural Self-organization*, Berlin.
- Fleischer, M. (1995): *Das System der polnischen Kollektivsymbolik*, München.
- Fleischer, M. (2002a): *Teoria kultury i komunikacji*, Wrocław.
- Fleischer, M. (2002b): *Konstrukcja rzeczywistości*, Wrocław.
- Fleischer, M. (2003a): *System polskich symboli kolektywnych*, Wrocław.
- Fleischer, M. (2003b): *Corporate identity i public relations*, Wrocław.
- Fleischer, M. (2004a): *Europa, Niemcy, USA i Rosja w polskim systemie kultury*, Wrocław.
- Fleischer, M. (2004b): *Kognitywny wizerunek Wrocławia*, Wrocław.
- Fleischer, M. (2005): *Obserwator trzeciego stopnia. O rozsądnym konstruktywizmie*, Wrocław.
- Fleischer, M. (2007): *Ogólna teoria komunikacji*, Wrocław.
- Kull, U. (1979 [1989]), *Evolution des Menschen. Biologische, soziale und kulturelle Evolution*, Stuttgart.
- Pêcheux, M. (1975): *Language, Semantics and Ideology*, London.
- Peirce, Ch.S. (1931–1960): *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, vols. I–VIII, Cambridge, Mass.
- Seliger, M. (1976): *Ideology and Politics*, London.
- Schmidt, S.J. (2003): *Geschichten&Diskurse*, Reinbek.
- Simon, F.B. (2000): *Psychopathologische Konstruktionen*, [w:] G. Rusch, S.J. Schmidt (red.): *Konstruktivismus in Psychiatrie und Psychologie*, Frankfurt/M., s. 87–103.
- Thompson, J.B. (1984): *Studies in the Theory of Ideology*, Cambridge.
- Vološinov, V.N. (1975 [1929]): *Marxismus und Sprachphilosophie*, Frankfurt/M.–Berlin.