

Piotr Walewicz*

Tożsamość polityka w mediach społecznościowych. Teoriopolityczna refleksja na temat profilowości (*profilicity*)

**A Politician's Identity in Social Media.
Reflections on Profilicity for Political Theory**

STUDIA I ANALIZY

Słowa kluczowe: profilowość, teoria polityki, media społecznościowe, tożsamość, obserwacja drugiego rzędu

Key words: *profilicity, political theory, social media, identity, second order observation*

Abstrakt: Artykuł ma przede wszystkim na celu wprowadzić do polskiego dyskursu politologicznego pojęcie profilowości (ang. *profilicity*) autorstwa dwóch filozofów: Hansa-Georga Moellera i Paula J. D'Ambrosio. Profilowość to najnowszy, powszechny w późnej współczesności paradygmat tożsamości, funkcjonujący na bazie dominującej w tym okresie obserwacji drugiego rzędu jako mechanizmu poznania siebie i innych. Wypiera on powszechne w dawniejszych epokach szczerść oraz autentyczność, a jego dominującej roli sprzyja rozwój najnowszych technologii, w tym mediów społecznościowych. Profilowość tłumaczyć może także mechanizm budowania tożsamości podmiotu polityki, w tym współczesnego, „zawodowego” polityka i stąd proponowana możliwość zastosowania jej jako kategorii analitycznej w naukach o polityce, ale także innych, pokrewnych naukach społecznych. Artykuł zawiera próby politologicznego spojrzenia na profilowość i to, jak opisują ją jej autorzy, a także stara się zaprezentować kilka sposobów, w jaki uzupełnić może ona już istniejące analizy dotyczące relacji pomiędzy polityką i mediami społecznościowymi.

Abstract: *The article's main goal is to introduce the term 'profilicity', authored by the philosophers Hans-Georg Moeller and Paul J. D'Ambrosio, into Polish political science*

* ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6878-4380>; doktor nauk społecznych w zakresie nauk o polityce i administracji, adiunkt, Wydział Nauk o Polityce i Administracji Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. E-mail: piotr.walewicz@ukw.edu.pl.

discourse. Proficiency is the most recent, common in late modernity, paradigm of identity, functioning on the basis of the domination of second-order observation as the main mechanism of knowing oneself and others. It is displacing sincerity and authenticity as the paradigms of the previous eras, and its dominant role is facilitated by the development of technology, including social media. Proficiency can also explain the mechanism of creating the identity of a political subject, including the contemporary, 'professional' politician and thus it is proposed that it can be used as an analytical category in political science, as well as other social sciences. The article contains attempts to view proficiency and the way it is described by its authors through the lens of political science, as well as tries to present a few ways in which it can supplement existing analyzes of the relationship between politics and social media.

Wstęp

Współczesna polityka na każdym poziomie prowadzona jest w jakiejś mierze w mediach społecznościowych. Facebook, Twitter (obecnie X), czy YouTube trwale wbudowały się w tkankę lokalnej, krajowej i światowej polityki. Natomiast nauki społeczne wciąż niedostatecznie dobrze radzą sobie z wyjaśnianiem fenomenu politycznej aktywności i mobilizacji poprzez media społecznościowe¹. Nie mają trudności z opisywaniem tej sfery rzeczywistości i ukazywaniem jej wpływu na inne, ale już eksplikacja mechanizmów i struktur, całej złożonej ekologii mediów społecznościowych, nastręcza wiele problemów. Jednym z nich jest wpływ nowych technologii komunikacyjnych na budowanie tożsamości jednostki ludzkiej, w tym też tożsamości samego polityka. Zmiany w relacjach międzyludzkich wywołane późną współczesnością wykraczają bowiem poza powstanie nowych kanałów komunikacji i aby spróbować lepiej zrozumieć współczesne zachowania polityczne należy zacząć od tego, jak dostosowuje się do nich ludzka tożsamość, która nie jest przecież niezmiennym, ahistorycznym absolutem.

Oryginalne podejście do rozumienia najnowszego stadium ewolucji tożsamości – jednocześnie interesujące z politologicznego punktu widzenia – zaproponowali dwaj pracujący na chińskich uniwersytetach filozofowie, Hans-Georg Moeller i Paul J. D'Ambrosio. Dominujący w XXI wieku, oparty o wirtualne profile model tożsamości nazwali *proficiency*, co na język polski można przetłumaczyć jako 'profilowość', pozostając leksykalnie spójnym z dwoma poprzednio dominującymi modelami, tj. szczerości (ang. *sincerity*) i autentyczności (ang. *authenticity*). Swoją koncepcję zbudowali na fundamencie teorii Niklasa

¹ H. Margetts, P. John, S. Hale, T. Yasseri, *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*, Princeton–Oksford 2016, s. 5.

Luhmanna, próbując dać nowe odpowiedzi na teoretyzowane przez niego problemy tożsamości oraz relacji umysł-społeczeństwo. Po raz pierwszy podzielili się nią ze światem w 2018 roku na łamach «Philosophy & Social Criticism», a w 2021 roku opublikowali na ten temat książkę².

Tezy Moellera i D'Ambrosio mają znaczenie dla teorii polityki choćby jako rozwinięcie tego, co na temat podmiotu polityki w świetle luhmannowskiej teorii napisała Joanna Wieczorek-Orlikowska³. Mogą też jednak stanowić wartościowy wkład sam w sobie, gdyż ogólne wnioski, jakie można z nich wysnuć na temat politycznej tożsamości we współczesnym świecie będą przydatne do analiz zarówno politologicznych, jak i z zakresu wszystkich w zasadzie nauk społecznych i humanistycznych. Równoważą przede wszystkim badawcze skupienie na samych efektach aktywności politycznej w mediach społecznościowych ujawnieniem i wyjaśnieniem tego, co może dziać się po stronie podmiotu tej aktywności w jego relacji z tym nowym społeczno-technologicznym podsystemem. Chodzi tu o coś więcej niż instrumentalne wyjaśnienia politycznego wykorzystywania mediów społecznościowych, tj. jako platformy do autoprezentacji, na której należy „zarządzać swoim wizerunkiem”⁴ czy jako „narzędzia wpływu”⁵. Chociażby malowniczy przykład Donalda Trumpa pokazuje, że jego relacja z Twitterem doprowadziła zarówno do próby podważenia wyniku wyborów prezydenckich i przewrotu, ale także do jego wcześniejszego osobistego uzależnienia od tej platformy i zbudowanych w jej ramach para-społecznych relacji⁶. Można domniemywać, że relacja polityków z mediami społecznościowymi w ogóle nie jest tak prosta i oczywista, jak relacja rzemieślnika z młotkiem, a co często się zakłada. Chodzi zatem o ukazanie, jak sam funkcjonujący w nich podmiot polityki – a konkretnie jego tożsamość – staje się niejako ich zakładnikiem.

² Zob. H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your Profile: Identity After Authenticity*, Nowy Jork 2021.

³ J. Wieczorek-Orlikowska, *Podmiot polityki w świetle teorii systemowo-funkcjonalnej Niklasa Luhmanna*, Bydgoszcz 2021.

⁴ O. Annusewicz, *Twitter jako przestrzeń autoprezentacji politycznej. Zarządzanie wizerunkiem polityka w mediach społecznościowych*, «Studia Politologiczne» 2017, vol. 45, s. 91–112.

⁵ K. Stefanowicz, *Portale społecznościowe jako narzędzie wpływu politycznego*, «Nowe Media. Czasopismo Naukowe» 2011, nr 2, s. 55–68.

⁶ Por. rozdział dodatkowy w J.A. Roberts, *Too Much of a Good Thing: Are you Addicted to Your Smartphone?*, Austin 2016. Zob. także J. Chait, *Trump Lawsuit Says He's Too Addicted to Twitter to Make Rational Decisions*, «New York Magazine» 23.09.2021, <https://nymag.com/intelligencer/2021/09/trump-lawsuit-trump-too-twitter-addicted-to-think-clearly.html>.

Wprowadzenie do kategorii profilowości (*proflicity*)

Wspomniany wyżej Trump jest także jednym z przykładów, które na łamach swojej książki wykorzystują Moeller i D'Ambrosio. Prominentni politycy, aktywiści czy całe kolektywy są przez nich traktowani na równi ze „zwykłymi” ludźmi pod względem sposobów, w jakie współcześnie kształtują swoje tożsamości. Naukowe przedsięwzięcie obu filozofów nie miało nawet na celu eksplikacji tożsamości prezydentów i szefów partii, ale współczesnego człowieka w ogóle. Choć sami posługują się tylko czasem przykładami prominentnych polityków, ich tezy łatwo czytać z perspektywy politologicznej i samemu odnajdować w rzeczywistości potwierdzające przykłady z tej sfery.

Tym aspektem współczesności, który, za Luhmannem, uznali za najistotniejszy dla swoich przemyśleń obok zróżnicowania funkcjonalnego jest „obserwacja drugiego rzędu”, czyli samopotwierdzenie w procesie poznania poprzez skupienie się na samym akcie poznania⁷. Moeller i D'Ambrosio stwierdzają wręcz, że to ona jest właśnie najbardziej trafną koncepcją pozwalającą zrozumieć dzisiejsze – czyli zakresowo węższe niż ‘współczesne’ – społeczeństwo⁸. Poprzednie epoki wyróżniały się natomiast innym charakterem potwierdzania własnej tożsamości i w kontraście do nich dwaj filozofowie budują kategorię profilowości.

Pierwszą z nich jest szczerść (ang. *sincerity*), czyli dominująca w czasach przedwspółczesnych i we wczesnej współczesności forma dopasowywania swojej tożsamości do społecznie oczekiwanej roli, jaką się wypełnia oraz faktyczne internalizowanie tej roli. Realizowanie społecznych funkcji jest w takim paradygmacie ‘szczerze’, ponieważ zachowania odpowiadają intencjom – nawet jeśli intencje same w sobie są narzucone. Tak budowana tożsamość posłusznie podporządkowuje się „siłom zewnętrznym” w postaci istniejących już stosunków, norm i zwyczajów, internalizując je w pewnej formie gloryfikowania poddańczości. Wówczas każdy szczerze identyfikuje się ze swoją rolą społeczną, natomiast zbiorowość uznaje takie zachowanie za zapewniające harmonijne współistnienie i stabilność. Powszechna w czasach przedwspółczesnych, obecnie szczerść jako sposób budowania tożsamości funkcjonuje m.in. wewnątrz rodzin, w społecznościach religijnych, w sporcie, ale często także w środowisku pracy⁹. W tym paradygmacie egzystencjalnym, jak nazywają go Moeller i D'Ambrosio, człowiek tworzy swoją tożsamość poprzez szczerze wypełnianie

⁷ Por. J. Wieczorek-Orlikowska, *Podmiot polityki...*, s. 63–66, 154.

⁸ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *Sincerity, authenticity and proflicity: Notes on the problem, a vocabulary and a history of identity*, «Philosophy and Social Criticism» 2018, vol. 45, iss. 5, s. 587.

⁹ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your...*, s. 140–142.

społecznej „misji”. Wówczas np. polityk wypełnia szczerze misję służenia społeczeństwu, które oczekuje tego od swojego reprezentanta, a jednocześnie jako rodzic wypełnia inną misję poprzez realizowanie roli oczekiwanej przez jego najbliższą rodzinę. Każda z nich sprawia, że osobowość dopasowuje swoje uczucia i intencje do aktualnej w danym momencie roli, faktycznie wypełniając ją i utożsamiając się z nią, a nie tylko ją „odgrywać”¹⁰. Niemożność lub niezdolność do wypełniania swoich ról zgodnie ze społecznymi oczekiwaniami, gdyż np. są to role ze sobą sprzeczne, jest widziana w tym paradygmacie jako osobista porażka, a nie wada ról i ich układu. Ten bowiem jest dany z góry i niepodważalny – wynika, zależnie od uwarunkowań historyczno-kulturowych, m.in. z boskiego planu, moralnego porządku, czy choćby ludzkiej natury¹¹. Dominacja tego sposobu budowania tożsamości wpływała z tych różnych wymienionych względów na ówczesne uprawianie polityki, kulminując się np. w modelu „męża stanu”, któremu jedni byli w stanie podołać, a inni nie. Oczekiwano zatem od polityków pełnej emocjonalnej i racjonalizującej internalizacji ich „powołania”.

Szczerłość została jednak w pewnym momencie wczesnej współczesności wyparta przez inny paradygmat, czyli autentyczność (*authenticity*). Była ona reakcją na tę wewnętrzną mnogość tożsamości, czasem trudnych do pogodzenia. Opierała się na potrzebie odkrycia i pielęgnowania „oryginalnego, aktualnego siebie”. Dynamizacja współczesności zaburzyła bowiem możliwość zakotwiczenia osobowości w konkretnym miejscu w społeczeństwie, m.in. w związku ze zwiększoną mobilnością oraz pojawieniem się wyboru drogi zawodowej. Autentyczność wyłoniła się wraz z upowszechnieniem paradygmatu indywidualizmu, odwracając wektor formowania tożsamości, który od teraz nie wskazywał już od zewnątrz do wewnątrz, tylko na odwrót. Już nie presja społecznych relacji, ale manifestowanie siebie stało się mechanizmem odpowiedzialnym za kształtowanie tożsamości¹². Role społeczne są w tym paradygmacie już nie podstawą tożsamości, ale „maskami”, które zakłada się na swoje prawdziwe Ja¹³. Współczesność zyskuje dzięki temu nowe wyjaśnienie – to zerwanie z reżimem szczerości, wiążącym ludzi z miejscem, rolą i statusem, który zastąpiony został reżimem konieczności poszukiwania i manifestowania własnej odrębności, mimo iż istnieją siły społeczne, polityczne czy ekonomiczne, które mogą takie przedsięwzięcie blokować lub utrudniać¹⁴. Wewnętrznym paradoksem tego paradygmatu jest to, iż poprzez istnienie przymusu

¹⁰ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *Sincerity...*, s. 583–584.

¹¹ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your...*, s. 150.

¹² H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *Sincerity...*, s. 585–586.

¹³ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your...*, s. 164.

¹⁴ Tamże, s. 168–169.

„bycia sobą”, ale bez wyjaśnienia tego, co ono oznacza, ludzie i tak jedynie przymierzają kolejne kostiumy. Imitują modele zaobserwowane u innych – rodziców, postaci literackich, artystów itp. – gdyż nikt nikogo nie uczy, jak „odnaleźć siebie”. Zatem podobnie jak w paradygmacie szczerości, tutaj także mamy do czynienia z paradoksem, kiedy następuje podporządkowanie się społecznym oczekiwaniom, tyle że tutaj żąda się bycia indywidualistą – nawet wbrew sobie¹⁵. W kwestii aktywnej działalności politycznej nastąpiło przez to zerwanie z modelem męża stanu, którym zostawało się z racji urodzenia lub statusu. Od teraz, we współczesności, wystarczał jeden wybór, aby zupełnie odmienić swoje losy i przymierzyć nowy kostium. Poprzez auto-odkrycie (ang. *self-discovery*) lub auto-kreację (ang. *self-creation*) można uczynić bycie „zawodowym” politykiem częścią swojej tożsamości, do momentu aż jakiś inny wybór lub nowa refleksja co do własnego Ja podsunie nową funkcję, którą można spełniać¹⁶. Stąd m.in. mnożąca się we współczesności ilość polityków, którzy na co dzień są znanymi biznesmenami, sportowcami czy artystami. Jeśli w ramach auto-odkrycia poczują chęć spróbowania swoich sił jako polityk, jest to wręcz premiowane przez indywidualistyczne społeczeństwo oczekujące takiego poszukiwania siebie od wszystkich.

Wynikające z jej paradoksów powolne zanikanie autentyczności w XXI wieku jest czymś, z czym niektórym – szczególnie tzw. starszym pokoleniom – trudno się pogodzić. W związku z nowymi typami relacji w mediach społecznościowych pojawiają się obawy o „utrata siebie” (ang. *losing oneself*), a owa nostalgia wobec autentyczności uniemożliwia konceptualną i filozoficzną krytykę tych zjawisk¹⁷. Dlatego właśnie Moeller i D’Ambrosio zaproponowali koncepcję opisującą paradygmat tożsamości, który wykorzystując instrumentalnie zarówno szczerość, jak i autentyczność, jest jednocześnie czymś innym i czymś więcej. Profilowość jest według nich paradygmatem, który najlepiej opisuje współczesne konstruowanie tożsamości w warunkach rozpowszechnionej obserwacji drugiego rzędu. Mamy z nią do czynienia zawsze, gdy widzimy coś na ekranie telewizora, na profilu znajomego na portalu społecznościowym, gdy sprawdzamy oceny i opinie na temat restauracji lub hoteli, lub gdy czytamy recenzję książki. To mechanizmy oceniania i rankingi, pozwalające nam obserwować obserwujących, a nie sam przedmiot obserwacji. Determinują i pozwalają nam przewidywać to, czego po średnich z ocen/opinii spodziewa się przeciętny człowiek. Stąd np. wszechobecność „gwiazdkowych” systemów oceniania w Internecie, gdzie własną opinią na temat nigdy nawet nie doświadczanego miejsca lub aktywności formułujemy na podstawie matematycznej średniej

¹⁵ Tamże, s. 171–172.

¹⁶ H.-G. Moeller, P.J. D’Ambrosio, *Sincerity...*, s. 592–594.

¹⁷ H.-G. Moeller, P.J. D’Ambrosio, *You and Your...*, s. 178.

wyciągniętej z opinii innych, zaprezentowanej do tego w łatwej do bezrefleksyjnego zaakceptowania graficznej formie gwiazdek.

Moeller i D'Ambrosio stwierdzają jednak, że najlepszym przykładem tej powszechności obserwacji drugiego rzędu są media społecznościowe. Jest tak m.in. dlatego, że nie tylko pozwalają nam zobaczyć, jak ktoś jest obserwowany przez siebie i innych, ale w ogóle wszystkie treści, które tam udostępniamy tworzone są właśnie z założeniem, że w ten sposób będą obserwowane – będą podlegać wielu mechanizmom oceny, opiniowania i upowszechniania¹⁸. Posługując się terminologią luhmannowską, Moeller i D'Ambrosio wyjaśniają, jak media społecznościowe funkcjonują poprzez strukturalne powiązanie systemu mediów masowych i systemu intymności, w którym buduje się tożsamość poprzez obserwację drugiego rzędu. Tożsamość nabywa się drogą publicznego prezentowania profili, poprzez które opowiada się o sobie zarówno innym, jak i sobie samemu¹⁹. W swojej książce dwa filozofowie prezentują to zjawisko na bardzo malowniczym przykładzie fotograficznym, ukazującym zmianę, która zaszła w drugiej dekadzie XXI wieku. W jej wyniku nawet będąc osobiście obecnym na jakimś wydarzeniu, coraz rzadziej obserwujemy je bezpośrednio, ale czynimy to poprzez ekran swojego smartfona, którym nagrywamy filmy i robimy zdjęcia – czyli obserwujemy dane wydarzenie tak, jak będzie ono widziane oczami tych, którym te zapisy udostępniemy w mediach społecznościowych. Od teraz to poprzez konstrukcję tożsamości w trybie obserwacji drugiego rzędu oraz auto-prezentację odnajduje się w zewnętrznosci giddensowskie bezpieczeństwo ontologiczne. Ta zewnętrznosc nie jest jednak sztywna i narzucona z góry, jak w poprzednich paradygmatach, ale płynna i reaktywna, związana z cechami (bardzo) późnej współczesności, które wykorzeniają człowieka zarówno z miejsca fizycznego, jak i społecznego. Jak podkreślają Moeller i D'Ambrosio, obserwacja drugiego rzędu nie jest ani liniowa ani cyrkularna, ale podobna do sieci lub kłacza/rhizomy, nieodwracalnie dzieląc świat na wiele perspektyw i racjonalności, wzajemnie równorzędnych, z których nie da się już wydzielić jednej wiążącej²⁰.

Profilowość posiada trzy główne aspekty, z których pierwszym jest policzalna uwaga w wyniku wyróżniania się lub bycia zauważalnym, drugim jakościowe uznanie jako efekt pewnej „fajności” lub jakichkolwiek wyjątkowych osiągnięć, zaś trzecim normatywna aprobata, będąca skutkiem spójności z etycznymi oczekiwaniami danego kontekstu (np. politycznego, akademickiego lub estetycznego)²¹. Przejawia się to dążeniem do wybrania i zaprezen-

¹⁸ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *Sincerity...*, s. 587.

¹⁹ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your...*, s. 36.

²⁰ Tamże, s. 46.

²¹ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *Sincerity...*, s. 588.

towania coraz to bardziej przykuwających uwagę zdjęć profilowych, czy udostępnianiu w Internecie zdjęć lub nagrań ze swoich aktywności – prywatnych lub zawodowych – podejmowanych często już zupełnie nie dla siebie, tylko w celu udostępnienia. Następnie obserwujemy, jak obserwują te zdjęcia lub nagrania inni i jakie są ich reakcje, aby na tej podstawie uzyskiwać wskazówki co do tego, co i jak należy zaprezentować, aby te reakcje były silniejsze i aby było ich coraz więcej. Miarą sukcesu poszukiwania tożsamości nie jest już ani adekwatne wpisanie się w oczekiwane społecznie role, ani odnajdywanie siebie wobec sprzeczności tych ról, tylko bycie obserwowanym i lubianym (w rozumieniu tych słów, jakie narzuciły nam media społecznościowe i ich funkcjonalności) lub wysoko ocenianym w ogólnie dostępnych rankingach.

Politologiczne znaczenie paradygmatu profilowości

Prawie każdy użytkownik Internetu, w tym także zdecydowana większość światowych polityków, buduje swoją tożsamość poprzez konta, profile, kanały (ang. *feeds*), memy, quasi-castingi, czy pewnego rodzaju auto-patronaż²². Konta są wirtualnymi przestrzeniami, będącymi podstawową formą identyfikacji, w ramach której możemy prezentować swój profil, ale także skazujemy się na podległość prywatnemu podmiotowi, będącego właścicielem i jedynym regulatorem medium, w którym swoje konto zakładamy. Profile są obrazem nas samych, ale tworzonym i prezentowanym w intencji bycia przedmiotem obserwacji obserwujących. Nie wystarczy już mieć wewnętrznego poczucia misji parlamentarzysty – obecnie trzeba to rozgłosić i upowszechnić poprzez swoje profile, aby nadać temu znaczenie. Kanały – czyli mechanizm prezentowania użytkownikowi treści udostępnianych przez innych – są natomiast odzwierciedleniem dynamicznego i wiecznie głodnego kapitalizmu, w których pętlę zdobywania pieniędzy i konsumowania dóbr zastąpiło zdobywanie i konsumowanie wciąż nowych informacji. Podporządkowując się temu wiecznie przyspieszającemu mechanizmowi profil musi bezustannie być uaktualniany elementami, które z kolei wymagają coraz większej uwagi – inaczej algorytm przestanie pokazywać je innym użytkownikom. Proces ten w przypadku polityków najbardziej zauważalny jest w trakcie kampanii wyborczych, kiedy to prezentacja swoich profili zyskuje na szczególnym znaczeniu. Co ciekawe, nawet bycie bohaterem memów jest w paradygmacie profilowości pożądane, gdyż zdejmuje z człowieka część ciężaru tworzenia i udostępniania coraz to nowszych treści w celu bycia dostrzegalnym. Dla mało znanego polityka zosta-

²² Por. H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your...*, s. 54–64.

nie bohaterem mema jest zjawiskiem pozytywnym, gdyż nagle jego nazwisko staje się rozpoznawalne, a ruch na jego własnych profilach rośnie. Budowanie tożsamości polityka w warunkach profilowości wyjątkowo dobrze obrazuje także porównanie z castingiem, które czynią Moeller i D'Ambrosio, gdyż w tej grupie szczególnie mamy do czynienia z rywalizacją o uwagę publiczności, a w ramach tej rywalizacji aktor staje się ważniejszy od roli, jaką ma do odegrania. Owa grupa społeczna stanowi adekwatną egzemplifikację także tego, co dwa filozofowie określają angielskim *curating* – opieki nad własnymi profilami. Zjawisko to polega na doświadczaniu tożsamości poprzez prezentację różnych aspektów swojej osoby w formie niekończącego się testu, mającego na celu coraz lepsze dopasowywanie profilu tak, aby wiedzieć co, jak, gdzie, kiedy i komu pokazywać, aby przykuć jak najwięcej uwagi. Stąd m.in. coraz powszechniejsze zatrudnianie przez polityków profesjonalnych doradców i ekspertów od mediów społecznościowych, którzy potrafią lepiej zarządzać tym procesem i często z góry wskazać, który aspekt swojej osoby warto zaprezentować w celu zdobycia polubień, komentarzy i udostępnień.

Innym, istotnym z politologicznego punktu widzenia, wątkiem dotyczącym zaproponowanej przez Moellera i D'Ambrosio kategorii jest jej relacja z demokracją²³. Posiłkując się przykładami narracji pochodzących ze współczesnych dzieł kultury masowej ukazują wszechobecną „demokratyczność” coraz większej ilości sfer życia społecznego – zapraszania do oddawania głosów, komentowania, krytykowania, wystawiania ocen praktycznie wszystkiemu i przez każdego. W warunkach profilowości, wykraczającej przecież poza same media społecznościowe, wręcz należy być ocenianym i poddawany pod opinię, bez względu na to, czy jej autor ma kompetencje do jej wystawiania. Jak podkreślają Moeller i D'Ambrosio, Internet nie okazał się wolną od dominacji przestrzenią, w której rozkwitnie jedna ludzka kolektywna racjonalność i ucieleśni się prawdziwa demokracja bezpośrednia. Jest natomiast przestrzenią niesłyszanej wielości perspektyw, racjonalności i etosów, gdzie wszystko może być oceniane według dowolnych kryteriów, a każda z tych ocen jest tymczasowa i ulotna, zanim nie zostanie nadpisana przez kolejną. Nikomu nie daje się czasu do namysłu, namawiając go do szybkiego podzielenia się opinią zarówno na temat zabawnego filmu z kotem, jak i nagrania z doniosłego politycznie wydarzenia. Sama opinia też nie jest zbyt wiele warta, służąc wyłącznie do potwierdzenia pewnej konkretnej perspektywy oraz do sprawienia, by dany materiał trafił na kanał jak największej liczby osób i był dalej oceniany. Każda ocena jest zatem przedmiotem innej oceny w ramach mechanizmu obserwacji drugiego rzędu, a każdy, kto ocenia jest oceniany za swój akt oceniania. Opinie

²³ Por. tamże, s. 78–80.

i sądy są częścią „demokratycznych” pętli zwrotnych społecznej legitymizacji. Jak stwierdzają Moeller i D’Ambrosio, nie tylko profilowość jest demokratyczna, ale sama demokracja jest „profilowa”²⁴.

Kolejnym przykładem na to, jak nowy paradygmat tożsamości wpływa na zachowania polityczne jest przywołana przez samych autorów sytuacja wywołana przez znaną amerykańską piosenkarkę, która przez całą karierę stroniła od określania swoich poglądów politycznych. Nieoczekiwanie, w kontekście wyborów śródkresowych w Stanach Zjednoczonych w 2018 roku po raz pierwszy na swoim profilu na jednym z portali społecznościowych zachęciła fanów do zagłosowania, wcześniej określając swoje sympatie polityczne wobec Partii Demokratycznej. Serwisy informacyjne donosiły, iż w ciągu jednego dnia po opublikowaniu przez nią wpisu, zdalnie zarejestrowało się do głosowania co najmniej 65 tysięcy dodatkowych osób obserwujących jej profil²⁵. Sytuacja powtórzyła się w 2023 roku, kiedy organizacja pozarządowa zajmująca się pomocą w rejestracji wyborców stwierdziła po podobnym wpisie artystki rekordowy ruch na swojej stronie internetowej, a także ogromny wzrost liczby rejestrujących się młodych osób²⁶. Moeller i D’Ambrosio uważają, że tym nieoczekiwanym stanięciem po określonej stronie sceny politycznej i udostępnieniem tego faktu na obserwowanym przez miliony osób profilu piosenkarka działała we własnym interesie. Dopasowała swój profil – a to co innego niż dopasowanie siebie – do rosnących w przemyśle muzycznym oczekiwań odbiorców wobec artystów, aby odciąli się od dyskryminujących poglądów kojarzonych z Partią Republikańską. Co istotne, to, czy poglądy artystki faktycznie są zgodne z trendem ku progresywności jej młodych słuchaczy, nie ma znaczenia w uwarunkowaniach dominacji paradygmatu profilowości. Nie jesteśmy nawet w stanie zweryfikować w żaden sposób, czy polityczne wyznania celebrytów w mediach społecznościowych są szczerze (bo czują, że mają do wypełnienia jakąś misję wobec konkretnej grupy) czy autentyczne (bo są rzeczywistym odzwierciedleniem ich osobowości), gdyż media te zwyczajnie nie funkcjonują w tych paradygmatach tożsamości. To profil, a nie sama osoba, dokonuje politycznego wyznania²⁷.

²⁴ Tamże, s. 80.

²⁵ L.R. France, *Voter registration reportedly spikes after Taylor Swift post*, «CNN» 9.10.2018, <https://edition.cnn.com/2018/10/09/entertainment/taylor-swift-voter-registration/index.html>.

²⁶ C. Thomas, *Taylor Swift’s Call for Fans to Register to Vote Helped Drive Surge in Traffic to Registration Site*, «The Hollywood Reporter» 22.09.2023, <https://www.hollywoodreporter.com/news/politics-news/taylor-swift-urges-fans-vote-spike-traffic-registration-site-1235597460/>.

²⁷ Por. H.-G. Moeller, P.J. D’Ambrosio, *You and Your...*, s. 84–88.

Z powyższego zjawiska wyciągnąć można dwa istotne wnioski. Pierwszym jest swego rodzaju rozmycie granicy pomiędzy tym, kto jest a kto nie jest „politykiem”, gdyż w zasadzie każdy może wykreować sobie profile, które poprzez udostępniane treści i wpływ na zachowania odbiorców będą miały znaczenie polityczne. Drugim jest uzasadnione podejrzenie, że w epoce mediów społecznościowych i powszechnej aktywności w nich „zawodowych” polityków – dokładnie tak jak w przypadku wspomnianej piosenkarki – również nie wiemy i nie mamy możliwości zweryfikować, czy wyznania i manifesty przez nich czynione za pośrednictwem profili są szczerze lub autentyczne. Moeller i D'Ambrosio odwołują się ponownie do Luhmanna i stwierdzają, że ramach paradygmatu profilowości polityka też działa w warunkach obserwacji drugiego rzędu, a polityczny sukces odnoszą ci, którzy potrafią manipulować tym, jak są obserwowani. Przywołując zarówno krańcowy przykład Adolfa Hitlera, ale także bardziej współczesny Donalda Trumpa, dwaj filozofowie próbują udowodnić, że w warunkach demokracji każdy jest w stanie zostać wybranym przez większość, o ile tylko potrafi stworzyć sobie publiczny profil, z którym owa większość będzie się mogła identyfikować²⁸. Stanowi to zatem drugi wątek relacji profilowości z demokracją – wszelkie wybory odbywają się w formie konkursów na najlepsze zarządzanie swoimi profilami. Kto potrafi to robić najlepiej, wygrywa i jest w stanie utrzymać swoją pozycję. Cytując Naomi Klein, autorzy zgadzają się, że współczesny polityk musi tworzyć „markę” podobnie jak firmy w warunkach kapitalizmu, a jedna i druga grupa podmiotów musi do tego wykorzystywać profile oraz umiejętność zarządzania nimi w celu zdobycia władzy lub zysków²⁹. Polityk musi opiekować się swoimi profilami ciągle, nie tylko w okresach około-wyborczych. Jak stwierdzają Moeller i D'Ambrosio, nie tylko urzędowe decyzje, ale „wszystko co robi polityk – ślub, zjedzenie pizzy, czy na przykład wypicie piwa – może potencjalnie stać się częścią rywalizacyjnego wystąpienia przed ogólną publicznością”, czyli stać się polityczne i przyczynić się do politycznego sukcesu lub porażki³⁰.

Możliwe zastosowania profilowości jako kategorii analitycznej w politologii

Przedstawiona wyżej relacja pomiędzy podmiotem i jego tożsamością a mediami społecznościowymi może uzupełnić, wzbogacić lub dodać nowe, istotne wątki w szeregu różnych podjętych już prób uteoretyzowania związku

²⁸ Tamże, s. 96.

²⁹ Tamże, s. 108.

³⁰ Tamże, s. 98.

między polityką i politykami a mediami społecznościowymi. Badacze z całego świata podeszli do tego zagadnienia na wiele różnorodnych sposobów, które wniosły wiele do naszych możliwości opisanego i wyjaśnienia poruszanych problemów. Poniżej wybrano kilka z takich podejść, bardzo się od siebie różniących zarówno na poziomie epistemologicznym, jak i metodologicznym. W każdym z nich odnaleźć można jednak pewne aspekty, w których spojrzenie na badany problem przez pryzmat kategorii profilowości pozwala lepiej zrozumieć prezentowane przez tych różnych autorów tezy.

Z tych wybranych podejść duże znaczenie poznawcze, dające także możliwość wyciągnięcia istotnych, uaktualniających wniosków dla teorii polityki, ma analiza wpływu mediów społecznościowych na polityczną działalność zbiorową (ang. *collective action*). Helen Margetts, Peter John, Scott Hale i Taha Yasseri dzięki zastosowaniu eksperymentalnej i wielkoskalowej analizy danych w kontekście politycznych zawirowań na całym świecie w XXI wieku doszli do szeregu ciekawych konkluzji. Przede wszystkim udało im się pokazać, że media społecznościowe umożliwiają ich użytkownikom wspieranie działań politycznych swoistymi „mikro-donacjami czasu i pieniędzy, które mogą urosnąć do skali masowej mobilizacji”³¹. Zwracają uwagę na to, że dominujące w naukach społecznych pejoratywne postrzeganie tzw. slaktywizmu jako „bezcelowego wciskania klawiszy”³², wynika z powierzchownych i uprzedzonych analiz, nieznanających potwierdzenia w danych empirycznych. Dołączają tym samym do grona badaczy pragnących na dobre wpisać to zjawisko w poczet istotnych dla nauk o polityce kategorii³³. Według Margetts *et al.*, media społecznościowe przyczyniły się do przewartościowania kalkulacji zysków i strat politycznej aktywności. Ułatwiły możliwość równoczesnej przynależności do różnych grup – nawet w przypadkach, kiedy ich cele są zupełnie heterogeniczne – poprzez wyłączenie potrzeby osobistych interakcji. Politologiczno-behawioralna analiza czwórki badaczy pokazała także, że przewidywanie skali internetowej aktywności politycznej wymyka się dotychczasowym modelom opartym o dane demograficzne (np. zarobki, wiek, płeć), a o wiele bardziej zaczyna pasować do psychologicznych modeli osobowości. Udało im się chociażby powiązać fakt częstszego angażowania się osób o osobowości indywidualistycznej, ale tylko wówczas, jeśli ich zaangażowanie będzie widoczne dla innych. Wskazali także, iż każda masowa polityczna mobilizacja w mediach społecznościowych potrzebuje pewnej masy krytycznej, którą osiąga się przez zsięciowanie wystarczającej ilości osób o niskim progu mobilizacji (tzn. dołą-

³¹ H. Margetts i in., *Political Turbulence...*, s. 198.

³² Tamże, s. 199.

³³ Por. A. Pazderska, *Slaktywizm – iluzoryczna aktywność czy realne działanie?*, «Świat Idei i Polityki» 2017, t. 16, s. 151–173.

czających już przy małej ilości bodźców), których główną cechą osobowości jest ekstrawertyzm³⁴. Wiele z tych wniosków łączy się z problematyką, którą właśnie kategoria profilowości ma wyjaśniać. Internetowe zaangażowanie tylko pod warunkiem widoczności tego zaangażowania dla innych można wytłumaczyć właśnie tym nowym paradygmatem tożsamości. Natomiast szybkie nawiązywanie relacji pomiędzy profilami ekstrawertyków, szukających motywu dla zbudowania lub wzmocnienia swojej tożsamości politycznej Moeller i D'Ambrosio zdołali już nawet określić jako „budowanie więzi pomiędzy profilami” (ang. *profile bonding*)³⁵.

Zupełnie inne podejście, bo nie czerpiące z psychologii a raczej z informatyki, prezentuje Taina Bucher. Zajęła się ona sposobem, w jaki algorytmy organizują życie w i poza mediami społecznościowymi. Posługuje się pojęciem „władzy algorytmów” (ang. *algorithmic power*), przenikających ludzkie doświadczenia i tworzących nowe rodzaje wspólnot³⁶. Bucher rozbudowuje tezy przedstawicieli nauk technicznych, przyznających wprost, iż każdy komputerowy program, kod, algorytm jest zawsze przez kogoś i w jakimś celu stworzony³⁷. Jej inspirowana myślą Jacques'a Rancière'a i Michela Foucaulta materialistyczno-dyskursywna analiza ukazuje technologiczne rozwiązania jako polityczne narzędzia odpowiadające decyzjom na temat tego, jak ma być uporządkowany świat oraz co może być mówione, myślane, tworzone i robione. Rolą algorytmów jest rządzenie (czyli wcale nie zarządzanie) tym, co, dla kogo i w jakich warunkach ma być widoczne i tym samym może być poznane. Poprzez technologiczną kontrolę tych ram ludzkiej percepcji wpływają pośrednio na zachowanie człowieka, z jednej strony znajdującego się pod presją bycia widzianym, a z drugiej w strachu przed byciem niewidzialnym³⁸. W takiej strukturze to jednak zawsze jakieś ludzkie decyzje określają to, co warte jest zobaczenia. Jak podsumowuje Bucher, algorytmy kształtują życie, ale życie kształtuje też algorytmy – stąd zawsze względne i historycznie uwarunkowane będzie to, co jest treścią właściwą, pożądaną, a także to, co przez algorytmy uznane będzie za warte upowszechnienia³⁹. Analiza myśli Bucher przez pryzmat profilowości dodaje jej kolejnej warstwy, potwierdzającej tezy badaczki, ale także wyjaśniającej niektóre ich składowe. Wszak to właśnie Moeller i D'Ambrosio pokazują, z czego wynika i jak objawia się ta współczesna

³⁴ Por. H. Margetts i in., *Political Turbulence...*, s. 201–202.

³⁵ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your...*, s. 259.

³⁶ T. Bucher, *If... Then: Algorithmic Power and Politics*, New York 2018, s. 67.

³⁷ Tamże, s. 68. Stwierdzenie to przypomina najsłynniejszą tezę politologa Roberta W. Coxa o tym, iż w nauce każda teoria jest zawsze stworzona przez kogoś i po coś.

³⁸ Por. tamże, s. 82–88.

³⁹ Tamże, s. 158–159.

presja na bycie widzialnym i widzianym. Wzięte razem, oba podejścia pozostawiają nas jednak jeszcze z pytaniem: czy to, że algorytmy tak działają, wynika z natury profilowości, czy to profilowość jest ich tworem? Prawdopodobniejsze wydaje się to pierwsze, gdyż, jak pokazali dwa filozofowie, ten paradygmat tożsamości funkcjonuje w późnej współczesności także poza mediami społecznościowymi.

Kolejnym podejściem, które zdecydowano się tutaj zaprezentować jako potencjalnie powiązane na poziomie teoretycznym z kategorią profilowości, jest analiza politycznej instrumentalizacji mediów społecznościowych jako aspektu tzw. technopopulizmu, opisywanego przez Christophera J. Bickertona i Carlo Invernizzi'ego Accetti'ego⁴⁰. Zwracają oni uwagę na technokratyczny wymiar funkcjonowania liderów politycznych w Internecie, który pociąga za sobą transformację organizacyjną wewnętrznej struktury partii populistycznej. Polega ona na wymianie najbliższego otoczenia przywódcy lub innego istotnego reprezentanta partii z oddolnych działaczy i wieloletniej partyjnej kadry na zatrudnianych z zewnątrz ekspertów od wizerunku i opinii publicznej. Badacze podają przykład Matteo Salvini'ego, lidera włoskiej Ligi Północnej, który w pewnym momencie dokonał takiej właśnie substytucji w celu „ideologicznej i organizacyjnej odnowy”, stając się nierozzerwalnie związanym ze swoim tabletem, ale także z zaprzyjaźnioną firmą informatyczną⁴¹. Prowadzący ją eksperci uruchomili wokół Salvini'ego operację, która funkcjonowała prawie jak redakcja dziennika, publikując o rząd wielkości więcej wpisów niż konkurenci, posługując się autorskim systemem publikacyjnym i stale monitorując reakcje czytelników⁴². W świetle prezentowanej w niniejszym tekście koncepcji w nowy sposób spojrzeć można na te obiekty, które pośredniczą pomiędzy podmiotem polityki a jego własnym profilem w mediach społecznościowych. Sposób odwoływania się do potrzeb para-społecznych potencjalnych wyborców poprzez dopasowywanie swojego profilu do ich oczekiwań można próbować tłumaczyć dokładnie tak, jak Moeller i D'Ambrosio wytłumaczyli przypadek przywołanej wcześniej w artykule piosenkarki, a także za pomocą wspomnianego *profile bonding*.

Nowe spojrzenie na budowanie tożsamości może znaleźć zastosowanie nawet w rozważaniach, które można wpisać w nauki o bezpieczeństwie. Jedną z ciekawszych metafor, jakimi politolodzy określają media społecznościowe – do tego epistemologicznie bliską analizom technopopulizmu – jest wojna. W ten sposób podeszli do tego P.W. Singer i Emerson T. Brooking, opisując

⁴⁰ Ch.J. Bickerton, C.I. Accetti, *Technopopulism: The New Logic of Democratic Politics*, Oksford 2021, s. 86–87.

⁴¹ Tamże.

⁴² M. Pucciarelli, *Salvini Ascendant*, «New Left Review» 2019, vol. 116, iss. 7, s. 17.

przekształcenie mediów społecznościowych w nowy rodzaj politycznej broni⁴³. Zwrócili uwagę na nieznaną i niepoznaną dotąd nowe przestrzenie konfliktu, ale także zupełnie nowe narzędzia i taktyki jego prowadzenia. Pierwszym i najbardziej adekwatnym przykładem, jakim się posługują, jest stworzenie zupełnie nowego wizerunku Donalda Trumpa, które możliwe było dopiero w momencie upowszechnienia się Twittera. Opisują oni, jak z wielokrotnego bankruta-milionera-celebryty, który jeszcze na kilka lat przed swoją prezydenturą reklamował na swoich profilach suplementy diety i materace swojej marki, przeistoczył się w jedną ze stron w wykreowanych przez samego siebie konfliktach, które miały ogarnąć cały świat. Podobnie jak omawiany przez Pucciarelli'ego Salvini, Trump również zredefiniował swój wizerunek za pomocą stale rosnącej ilości wpisów, ich strategicznemu publikowaniu w odpowiedzi na konkretne wydarzenia i komunikaty oraz systematycznemu kontrolowaniu sprzężenia zwrotnego w postaci reakcji użytkowników Twittera. Inne badania potwierdzają, że przywódcy populistyczni faktycznie skuteczniej zarządzają swoimi profilami (wykorzystując tutaj terminologię Moellera i D'Ambrosio), gdyż to z tymi profilami najłatwiej się ich odbiorcom utożsamiać, o czym świadczy m.in. przewaga w ilości wywoływanych reakcji⁴⁴. Natomiast dzięki temu, że wpisy populistów otrzymują większe zainteresowanie, wyciąganie przez nich wniosków z obserwacji drugiego rzędu jest tym łatwiejsze. Co również istotne w kontekście niniejszego artykułu i kategorii profilowości, Singer i Brooking zwrócili uwagę na uzależniającą naturę mediów społecznościowych, będącą wynikiem ich świadomej inżynierii ze strony ich właścicieli. Stwierdzili oni jednoznacznie, że Trump nie tylko wykorzystał media społecznościowe, ale także sam się od nich uzależnił, publikując osobiście po kilkadziesiąt wpisów dziennie⁴⁵. Można zatem powiedzieć, że relacja pomiędzy podmiotem polityki a jego profilem przestała być jednokierunkowa i instrumentalna, a stała się dwukierunkowa i przybrała charakter wzajemnej zależności. Moeller i D'Ambrosio wykorzystując właśnie przykład Trumpa sami stwierdzają, że szczególnie kryzysy pozwalają politykom profilować się jako zbawcy⁴⁶. Mogą w owo bycie zbawcą wierzyć lub nie, lecz niestety, jak pokazali ci badacze, nie jesteśmy w stanie stwierdzić, czy dany polityk faktycznie wierzy w to, co udostępnia. Kiedy więc Singer i Brooking piszą o „uzależnieniu” Donalda Trumpa od Twit-

⁴³ Zob. P.W. Singer, E.T. Brooking, *LikeWar: The Weaponization of Social Media*, Boston–Nowy Jork 2018.

⁴⁴ Por. wyniki badań prowadzonych w ramach projektu badawczego DEMOS H2020: *Populist Leaders Thrive on Social Media*, DEMOS H2020, <https://demos-h2020.eu/en/populist-leaders-thrive-on-social-media>.

⁴⁵ P.W. Singer, E.T. Brooking, *LikeWar...*, s. 3.

⁴⁶ H.-G. Moeller, P.J. D'Ambrosio, *You and Your...*, s. 259.

tera, może chodzić nie – lub nie tylko – o uzależnienie behawioralne w sensie psychologicznym, ale o uzależnienie od tego medium jako narzędzia potwierdzania swojej tożsamości, której utraty każdy z nas się obawia.

Pomimo tych obiecujących, potencjalnych zastosowań, aplikowalność profilowości jako kategorii analitycznej ma też swoje dostrzegalne ograniczenia. Przede wszystkim jest to koncepcja kierująca metodologię w stronę badań o charakterze jakościowym, w zasadzie nie do wykorzystania w badaniach ilościowych. Te drugie wciąż są istotną, a w krajach anglosaskich podstawową, formą uprawiania politologii, w której rozmyty, otwarty i niepewny charakter profilowości jako kategorii analitycznej byłby barierą trudną do pokonania. Te same cechy sprawiają jednocześnie, że twierdzenia oparte o taką kategorię prawdopodobnie byłyby w większości lub całości нефalsyfikowalne. Wszak nawet Moeller i D'Ambrosio, nie mają pewności co do przykładów, które sami podają. Można próbować wskazywać jeszcze więcej ograniczeń, lecz uzasadnionym wydaje się przypuszczenie, iż profilowość mogłaby stać się powszechną i uznaną kategorią analityczną tylko w niektórych nurtach badawczych, aczkolwiek wiele innych dobrze by uzupełniała.

Podsumowanie

W świetle przedstawionych rozważań pytanie o to, czy to polityk kontroluje swój profil, czy może to profil kontroluje polityka, zyskuje kilka potencjalnych odpowiedzi, zależnych od paradygmatu tożsamości, który uznaje się za obowiązujący. Gdyby obowiązywała, tak jak w czasach przedwspółczesnych, szczerść, wówczas z pewnością to profil – w tym wypadku spełniana rola męża stanu – sterowałby politykiem. Ów robiłby wszystko, aby faktycznie realizować swoją społeczną funkcję, a nie jedynie stwarzać takie pozory, gdyż na tym budowałby swoją tożsamość. W przypadku obowiązywania paradygmatu autentyczności, jak we wczesnej współczesności, to raczej polityk sterowałby w pełni swoim profilem bez patrzenia na innych i ich opinie. Jako *self-made man* sam określałby funkcję, jaką chce spełniać w społeczeństwie oraz decydował, jak długo i w jakim wymiarze to robić, bez względu na zewnętrzne oczekiwania. Natomiast w uwarunkowaniach późnej współczesności i wynikającej z dominacji obserwacji drugiego rzędu profilowości jako paradygmatu tożsamości, znaczenie zyskuje coś innego. Mniej liczy się to, czy profil polityka faktycznie reprezentuje jego osobowość, ale to, że aby zbudować swoją tożsamość musi opierać się na tym, jak widzą go inni.

Jak podkreślają Moeller i D'Ambrosio, nie ma już powrotu do paradygmatu szczerści lub autentyczności i wszelkie nostalgiczne nawoływania ich przywró-

cenia – m.in. w sferze polityki – są nie tylko skazane na porażkę, ale dodatkowo tylko wzmacniają dominację profilowości. Nie będzie powrotu do „prawdziwego” stylu uprawiania polityki, bo „prawdziwym” jest teraz robienie tego poprzez profile, będące narzędziami nie tylko zyskiwania tożsamości, ale także zarabiania pieniędzy oraz sprawowania władzy⁴⁷. Jeśli tezy Moellera i D’Ambrosio faktycznie trafnie diagnozują współczesną rzeczywistość, to politolodzy nie powinni przechodzić obok nich obojętnie. Podporządkowanie działalności podmiotu polityki obserwacji drugiego rządu i jej konsekwencjom powinno dać nowe spojrzenie na zagadnienia zarówno teorii polityki, jak i badań nad komunikacją polityczną, przywództwem, polityką zagraniczną, kampaniami wyborczymi, aktywizmem politycznym, ideologiami oraz wieloma innymi obszarami.

Bibliografia

- Annusewicz O., *Twitter jako przestrzeń autoprezentacji politycznej. Zarządzanie wizerunkiem polityka w mediach społecznościowych*, «Studia Politologiczne» 2017, vol. 45.
- Bickerton Ch.J., Accetti C.I., *Technopopulism: The New Logic of Democratic Politics*, Oksford 2021.
- Bucher T., *If... Then: Algorithmic Power and Politics*, New York 2018.
- Chait J., *Trump Lawsuit Says He’s Too Addicted to Twitter to Make Rational Decisions*, «New York Magazine» 23.09.2021, <https://nymag.com/intelligencer/2021/09/trump-lawsuit-trump-too-twitter-addicted-to-think-clearly.html>.
- France L.R., *Voter registration reportedly spikes after Taylor Swift post*, «CNN» 9.10.2018, <https://edition.cnn.com/2018/10/09/entertainment/taylor-swift-voter-registration/index.html>.
- Margetts H., John P., Hale S., Yasseri T., *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*, Princeton–Oksford 2016.
- Moeller H.-G., D’Ambrosio P.J., *Sincerity, authenticity and proficity: Notes on the problem, a vocabulary and a history of identity*, «Philosophy and Social Criticism» 2018, vol. 45, iss. 5.
- Moeller H.-G., D’Ambrosio P.J., *You and Your Profile: Identity After Authenticity*, Nowy Jork 2021.
- Pazderska A., *Slaktywizm – iluzoryczna aktywność czy realne działanie?*, «Świat Idei i Polityki» 2017, t. 16.
- Populist Leaders Thrive on Social Media*, DEMOS H2020, <https://demos-h2020.eu/en/populist-leaders-thrive-on-social-media>.
- Roberts J.A., *Too Much of a Good Thing: Are you Addicted to Your Smartphone?*, Austin 2016.
- Singer P.W., Brooking E.T., *LikeWar: The Weaponization of Social Media*, Boston–Nowy Jork 2018.
- Stefanowicz K., *Portale społecznościowe jako narzędzie wpływu politycznego*, «Nowe Media. Czasopismo Naukowe» 2011, nr 2.
- Thomas C., *Taylor Swift’s Call for Fans to Register to Vote Helped Drive Surge in Traffic to Registration Site*, «The Hollywood Reporter» 22.09.2023, <https://www.hollywoodreporter.com/news/politics-news/taylor-swift-urges-fans-vote-spike-traffic-registration-site-1235597460/>.
- Wieczorek-Orlikowska J., *Podmiot polityki w świetle teorii systemowo-funkcjonalnej Niklasa Luhmanna*, Bydgoszcz 2021.

⁴⁷ Tamże, s. 108.