

*Jakub Potulski*

## **Przywództwo narcystyczne jako specyficzna cecha wieku informacji**

Jednym z centralnych problemów współczesnej teorii polityki stanowi refleksja nad fenomenem przywództwa. Waga tychże rozważań wynika z faktu, iż przywództwo jest naturalnym zachowaniem człowieka i ujawnia się obok zachowań ekonomicznych i prokreacyjnych jako podstawowa naturalna wartość społeczna wyrażająca się w zdobywaniu zaufania, szacunku, uznania dla czynów, dominacji nad innymi, a zwłaszcza w sferze władzy i zyskiwania sławy<sup>1</sup>. Przywództwo jest zjawiskiem powszechnym w zbiorowościach ludzkich, dobrem, o które się rywalizuje. Jest to jedna z podstawowych wartości i regulatorów ludzkiego życia. W społecznościach ludzkich zawsze istniała nierówność rozdziału władzy. Jak pisał angielski filozof Bertrand Russel w książce *Władza. Nowa analiza społeczna*, wynika to po części z zewnętrznej konieczności, a częściowo przyczyny tkwią w naturze ludzkiej. Po pierwsze większość wspólnych przedsięwzięć (działań zbiorowych) możliwych jest do przeprowadzenia tylko wtedy, gdy kierują nimi jakieś ciała zarządzające, a po drugie niektóre osoby są obdarzone zdolnościami przywódczymi, podczas gdy inne zawsze będą chętniej słuchały rozkazów; pomiędzy nimi rozciąga się szeroki wachlarz przeciętnych ludzi, którzy w pewnych sytuacjach same chcą przewodzić, jednak w innych wolą podlegać czyjejś woli. Impuls do podporządkowania się, który jest równie powszechny jak dążenie do dominacji i przywództwa, ma swoje korzenie w strachu<sup>2</sup>. Uznaje się, iż człowiek od zarania funkcjonowania w strukturach życia społecznego, realizując potrzebę bezpieczeństwa, podporządkowuje się wymaganiom, normom, zasadom postępowania grupy, przy czym stara się jednocześnie dominować nad innymi ludźmi (członkami grupy) w imię zdobycia dominacji, przywództwa<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> A. Chodubski, *Cywilizacyjne formy przywództwa*, [w:] *Przywództwo polityczne. Teorie i rzeczywistość*, pod red. L. Rubisza, K. Zuby, Toruń 2005, s. 81.

<sup>2</sup> B. Russell, *Władza. Nowa analiza społeczna*, Warszawa 2001, s. 22–23.

<sup>3</sup> A. Chodubski, op.cit., s. 81.

Pojmując „przywództwo” jako zdolność podporządkowania sobie jednostek, grup i organizacji oraz kierowania ich zachowaniami uznaje się, iż w każdej dowolnie liczebnej zbiorowości, jeśli nie jest to jedynie pewna liczba osób przypadkowo znajdujących się na tym samym miejscu, jakaś forma przywództwa jest rzeczą nieuniknioną. Badania psychologów społecznych wykazały, że w zbiorowościach utworzonych dla celów eksperymentalnych z kilku przypadkowo dobranych ludzi, którym powierza się do wykonania jakiegoś zadanie, spontanicznie wyłaniają się dwie role przywódcze. Z jedną związane jest organizowanie działań zbiorowych zmierzających do wykonania zadania, z drugą zaś zapobieganie konfliktom, dbałość o dobre stosunki, o miłą atmosferę, o integrację wewnątrzgrupową<sup>4</sup>. Dlatego też wyróżnia się niekiedy dwa ogólne typy przywódców: 1) przywódcy zadaniowi – nastawieni na wykonanie danego zadania; 2) przywódcy społeczno – emocjonalni – którzy sprzyjają stwarzaniu oraz utrzymywaniu dobrego klimatu psychologicznego w danej grupie<sup>5</sup>.

Pojawienie się przywództwa wynika więc z konieczności funkcjonalnych i unocznia podstawowe funkcje władzy, jakimi są: koordynacja działań zbiorowych oraz zapewnienie wewnętrznej integracji czy spójności grupy. Niekiedy także zauważa się że pojawienie się przywództwa związane jest z potrzebą afirmowania ważnych dla grupy ideałów i wartości przez dostarczenie wzorów osobowych, a w razie potrzeby egzekwowania właściwych sposobów postępowania<sup>6</sup>.

W rozważaniach dotyczących sfery polityki od niepamiętnych czasów zajmowano się problemem przywództwa politycznego i osobowościami liderów i niezmiennie poświęca się mu wiele uwagi. Jednocześnie jednak uznaje się niekiedy, iż przywództwo należy do najczęściej obserwowanych i najgorzej rozumianych zjawisk na świecie, i mimo licznych studiów nie osiągnięto zgody, czym ono w istocie jest i na czym polega jego sprawowanie<sup>7</sup>. Znaczącą trudność w rozważaniach związanych z przywództwem stanowi fakt, iż zagadnienie to staje się amorficzne i trudne do zdefiniowania ze względu na wielość czynników, na jakie wskazuje się, jako dla niego konstytutywne<sup>8</sup>. Badacze podejmujący się próby stworzenia ogólnej teorii przywództwa starają się zredukować problem do najprostszych wymiarów, gdyż taka metoda badawcza umożliwia najskuteczniejsze przewidywania i rekonstrukcje.

Jedną z wartościowych teorii związanych z analizą fenomenu przywództwa jest zaproponowana przez amerykańskiego politologa Aarona Widlavsky'ego tzw. „kultu-

<sup>4</sup> B. Szacka, *Wprowadzenie do socjologii*, Warszawa 2003, s. 397.

<sup>5</sup> P.G. Zimbardo, F.L. Ruch, *Psychologia i życie*, Warszawa 1997, s. 566.

<sup>6</sup> B. Szacka, op.cit., s. 397, P. Sztompka, *Socjologia*, Kraków 2002, s. 381.

<sup>7</sup> Por. M.G. Herman, *Elementy przywództwa*, [w:] *Władza i społeczeństwo*, t. 2, Warszawa 1998, s. 297.

<sup>8</sup> A. Widlavsky, *Kulturowa teoria przywództwa*, [w:] *Władza i społeczeństwo*, t. 1, Warszawa 1995, s. 274.

rowa teoria przywództwa". Widlavsky uznał, iż przywództwo jest funkcją ustroju bądź kultury politycznej. Układy makropolityczne ograniczają mikropolitykę poczynań jednostkowych. Jak pisał amerykański politolog, ustalając jakie typy przywództwa łączą się najczęściej z określonymi systemami władzy, wiemy czego szukać i natychmiast potrafimy rozpoznać niespodzianki<sup>9</sup>. Można zatem uznać, iż przywództwo ma w dużym stopniu charakter kontekstowy, a o kontekście można mówić wskazując na układ społeczny, w którym sprawuje się przywództwo albo o nie walczy. Podążając tropem analiz Widlavsky'ego i rozszerzając jego koncepcję kulturowej teorii przywództwa podejmuje się problem cywilizacyjnych form przywództwa. W tym wypadku wskazuje, iż model przywództwa politycznego ulega ciągłym przeobrażeniom, które powoduje kształtujący się ład kulturowy i cywilizacyjny. Polski politolog Andrzej Chodubski pisał, iż w procesie dziejowym ujawniło się kilka charakterystycznych typów przywództwa, które zwykło się ujmować w kategorii i modele: 1) charyzmatyczne; 2) hegemoniczne; 3) autorytarne; 4) dogmatyczne; 5) pragmatyczne; 6) reprezentacyjne. Modele te są wynikiem poziomu rozwoju cywilizacyjnego, kontekstu sytuacyjnego, społeczno-politycznego i ekonomicznego, rozwiązań instytucjonalnych oraz cech osobowościowych<sup>10</sup>.

Poszukując zatem odpowiedzi na pytanie dotyczące istoty i charakteru przywództwa politycznego we współczesnym świecie należy zadać sobie pytanie o cechy charakterystyczne tworzące współczesny ład cywilizacyjny a następnie szukać odpowiedzi, w jaki sposób kształtuje on nowoczesne formy przywództwa politycznego. Jednym ze współczesnych uczonych, który jak się uznaje w najlepszy sposób oddał „ducha” naszych czasów jest hiszpański socjolog Manuel Castells, który w swoim trzytomowym dziele zatytułowanym „Wiek informacji” (porównywanym z fundamentalną pracą Maxa Webera dotyczącą istoty nowoczesności *Gospodarka i społeczeństwo*) pisał, iż rewolucja technologiczna, skoncentrowana wokół technik informacyjnych, przeobraziła z dużym przyspieszeniem materialne, społeczne i kulturowe podstawy życia społecznego. Rewolucja technik informacyjnych przekształcając całość procesów, wokół których zorganizowane są społeczeństwa spowodowała wyłonienie się nowej struktury społecznej i przejście od cywilizacji przemysłowej do nowej epoki rozwoju ludzkości do tzw. „wieku informacji”<sup>11</sup>. Castells pisał, iż jako trend historyczny, dominujące funkcje i procesy Wiek Informacji są w coraz większym stopniu organizowane wokół sieci. Sieci stanowią nową morfologię społeczną naszych społeczeństw, a rozprzestrzenianie się logiki usieciowienia w sposób zasadniczy zmienia funkcjonowanie i wyniki w procesach produkcji, doświadczenia, władzy i kultury.

<sup>9</sup> Ibidem, s. 277.

<sup>10</sup> A. Chodubski, op.cit., s. 81.

<sup>11</sup> Por. M. Castells, *Spoleczeństwo sieci*, Warszawa 2007, s. 19–42.

Pisząc o politycznym wymiarze społeczeństwa sieci Castells pisał, iż w Wieku Informacji polityka zaczyna być coraz częściej rozgrywana w przestrzeni mediów. Przywództwo zostaje spersonalizowane, tworzenie obrazu jest tworzeniem polityki. Kimkolwiek są aktorzy polityczni i jakiegokolwiek mają orientacje, funkcjonują w grze o władzę dzięki i przez media. Fakt, że polityka musi być formułowana w języku elektronicznych mediów, ma znaczące konsekwencje dla własności, organizacji i celów politycznych procesów, politycznych aktorów i politycznych instytucji<sup>12</sup>. We współczesnych społeczeństwach ludzie uzyskują informacje i kształtują swoje opinie polityczne głównie za pośrednictwem mediów, przede wszystkim telewizji. By oddziaływać na umysły i wolę ludzi, przeciwstawne opcje polityczne, ucieleśnione w partiach i kandydatach, wykorzystują media jako swój podstawowy środek komunikowania, wywierania wpływu i perswazji. Aktorzy polityczni muszą stosować się do reguł, technologii i interesów mediów – to media wyznaczają ramy dla polityki. Media są dziś główną przestrzenią polityki, a logika mediów wyznacza zasadnicze ramy polityki w jej treści, organizacji, procesach i przywództwie<sup>13</sup>. Z tego punktu widzenia ważnym tematem analiz politologicznych powinna stać się próba odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób media wpływają na zmianę formy przywództwa.

Kształtujący się ład informacyjny generuje nowe zasady funkcjonowania sfery polityki. Media jako wyjątkowa siła generująca postawy, zachowania i aspiracje ludzi tworzą nową jakość kultury i cywilizacji. Jeżeli uznamy dominującą rolę mediów w kształtowaniu współczesnych procesów politycznych to można przyjąć, iż logika funkcjonowania mediów musi w jakiś sposób wpływać na charakter przywództwa w Wieku Informacji. Pod wpływem mediów zmienia się charakter przywództwa, który przyjmuje nowe formy związane z kształtującym się ładem kulturowo-cywilizacyjnym. Prymat mediów w przestrzeni polityki promuje szczególnie model przywództwa. Dominującym typem przywódcy stał się przywódca narcystyczny, dominującym typem legitymizacji – legitymizacja medialna, a autorytet został zastąpiony przez wizerunek. We współczesnej polityce lider polityczny musi być aktywnie obecny w mediach gdyż w przeciwnym wypadku polityczne propozycje lub kandydaci nie mają szansy na uzyskanie szerokiego wsparcia. Przywódca musi zatem akceptować swoją stałą obecność w mediach i być jednocześnie tzw. „osobowością medialną”, czyli dobrze prezentującą się np. w telewizji i co ważne posiadającą umiejętność posługiwania się mediami w celu zjednania sobie zwolenników i wywierania na nich wpływu.

Wymagania te powodują, iż we współczesnym świecie polityki coraz większe znaczenie odgrywają tzw. osobowości narcystyczne, a w siatce motywacyjnej zaczyna coraz częściej dominować potrzeba bycia podziwianym. Wysoka pozycja społeczna

<sup>12</sup> Ibidem, s. 473.

<sup>13</sup> M. Castells, *Siła tożsamości*, Warszawa 2008, s. 336, 340.

przywódcy, uroczysta oprawa publicznych wystąpień polityków zajmujących wysoką pozycję w hierarchii władzy, stałe zainteresowanie mediów powodują, iż do roli przywódcy aspirują osoby o wybujałych tendencjach narcystycznych, dla których realizacja zadań wynikająca z konieczności pełnienia służby publicznej staje się środkiem do zaspokojenia osobistej próżności i potrzeby prestiżu.

Charakter współczesnych przemian cywilizacyjno-kulturowych powoduje, iż następuje zmiana osobowości politycznych liderów. W sferze polityki coraz częściej pojawiają się osoby, które często przejawiają cechy osobowości narcystycznej. Polityka zawsze przyciągała osobowości narcystyczne ale z uwagi na fakt, iż obecnie przywódcy polityczni stali się bardziej widoczni i stale znajdują się w świetle reflektorów coraz częściej wymogi, a także i presję związaną z tym faktem, mogą wytrzymać tylko osoby o odpowiednich predyspozycjach osobowościowych tym bardziej, iż polityka podobnie jak i inne wymiary życia współczesnego człowieka, stała się miejscem spektaklu, a politycy zrównali się z gwiazdami show-biznesu, a debata polityczna sprowadza się do zachwalania (umiejętnej sprzedaży) towaru (własnej osoby). Dzisiejsze „supergwiazdy” polityki coraz częściej mają osobowość, którą Zygmunt Freud określił jako narcystyczną. Amerykańscy psychologowie Theodore Million i Roger Davis w pracy pt. *Zaburzenia osobowości* pisali, iż istnieją osoby nieznośnie aroganckie i wyniosłe, tak zakochane w sobie, że gubią się w fantazjach o swej boskiej potędze, niewyczerpanym bogactwie, genialnej inteligencji czy niezrównanej sławie. Nie tylko uważają się za lepszych od innych, ale i gardzi nimi za to, że są gorsi albo po prostu przeciętni. On błyszczy, a my mamy na niego patrzeć z podziwem i uwielbieniem. Osoby takie mają innych za nic, bezwstydnie je wykorzystując. Egocentryzm czyni je obojętnymi na dobro i prawa innych ludzi, a często również i przepisy prawa obowiązujące w społeczeństwie. Aby usprawiedliwić swoje postępowanie, do znudzenia posługują się racjonalizacją. Prezentują wygodne dla siebie racje, które stawiają je w jak najlepszym świetle, uzasadniają ich bezwzględność i postawę wyższości. Radzą sobie z krytyką i niezadowoleniem uznając, że inni po prostu mu zazdroszczą. To nie on ma problem tylko inni widząc jego zdolności i dostrzegając własną nicość rzucają mu kłody pod nogi. Są to ludzie, którzy mają osobowość narcystyczną<sup>14</sup>. Freud uważał, iż ludzie tego typu sprawiają na innych wrażenie „osobowości”, szczególnie dobrze nadają się do podtrzymywania innych ludzi, pełnienia roli przywódców, wytyczania ścieżek rozwoju kultury i niszczenia istniejącego stanu rzeczy<sup>15</sup>.

Rozpoznanie osobowości narcystycznej nabrało szczególnego znaczenia pod koniec XX w. wraz z rozwojem indywidualizmu. Narcyzm współczesnych przywódców politycznych współgra z kulturą indywidualistycznych społeczeństw nowoczesnych,

<sup>14</sup> T. Million, R. Davis, *Zaburzenia osobowości we współczesnym świecie*, Warszawa 2005, s. 365.

<sup>15</sup> M. Maccoby, *Narcystyczni przywódcy*, [w:] *Atrybuty przywódcy*, Gliwice 2006, s. 33.

gdyż jak się wskazuje w kulturach indywidualistycznych wyżej ceni się tożsamość jednostki niż tożsamość grupową, dlatego też narcyzm świetnie wpisuje się w tzw. klimat kulturowy. Kultury indywidualistyczne pozwalają jednostce na wyrażania najwyższego uznania dla siebie i swoich dokonań. Człowiek może zatem otwarcie mówić o odniesionych sukcesach, a nawet o swojej wielkości<sup>16</sup>. W społecznościach nowoczesnych, w których kładzie się nacisk na indywidualizm istnieje ryzyko wystąpienia narcystycznych zaburzeń osobowości, które w największym stopniu dotyczy przedstawicieli zawodów związanych z „gwiazdorstwem” w przemyśle rozrywkowym, w sporcie, czy też w polityce<sup>17</sup>. Narcystyczne zaburzenie osobowości powoduje, iż 1) jednostka ma wyolbrzymione poczucie własnej ważności; 2) pochłaniają ją fantazje o nieograniczonym własnym powodzeniu, mocy, wybitnych zdolnościach; 3) przekonana jest o własnej wyjątkowości i unikalności, którą mogą zrozumieć lub z którą mogą obcować tylko inni wyjątkowi bądź zajmujący wysoką pozycję ludzie; 4) wymaga przesadnego podziwu; 5) ma poczucie posiadania specjalnych uprawnień, tzn. bezpodstawnie oczekuje szczególnie przychylnego traktowania lub automatycznego podporządkowania się innych jej oczekiwaniom; 6) nastawiona jest eksploatacyjnie wobec innych ludzi, tzn. wykorzystuje ich do osiągnięcia własnych celów; 7) brak jej empatii: niechętnie rozpatruje cudze uczucia i potrzeby i nie jest skłonna identyfikować się z nimi; 8) często zazdrości innym lub uważa, że inni jej zazdroszczą; 9) swą postawą i zachowaniem ukazuje wyniosłość i arogancję<sup>18</sup>.

Wśród problemów pojawiających się z realizacją przez narcyzów specyficznej roli przywódczej zwraca się uwagę na fakt, iż osoby takie słuchają jedynie takich informacji jakich pragną, nie uczą się łatwo od innych, nie lubią też uczyć – wolą indoktrynować i wygłaszać przemówienia. Ze względu na swoją wrażliwość na krytykę narcystyczni przywódcy nie tolerują odmiennego zdania i nawet jeśli mówią że stawiają na pracę zespołową oznacza to w praktyce, że chcą mieć do czynienia z grupą potakiwaczy. Nadwrażliwość na krytykę powoduje, że kiedy są zagrożeni lub atakowani nie słuchają innych<sup>19</sup>.

Ze względu na dominację mediów w procesach politycznych zmiany zachodzą nie tylko w osobowości lidera ale także w sposobie uprawomocnienia przywództwa. W tradycyjnej teorii polityki wielce znaczącą kategorią służącą do analizy fenomenu przywództwa było pojęcie autorytetu. M.in. Max Weber odróżniał władzę od autorytetu. Władzę utożsamiał z przymusem, podczas gdy autorytet (panowanie) uważał za zdolność do wymuszenia posłuszeństwa w oparciu o legitymizację (akceptację)<sup>20</sup>. Od

<sup>16</sup> T. Million, R. Davis, *Zaburzenia osobowości we współczesnym świecie*, Warszawa 2005, s. 369.

<sup>17</sup> *Ibidem*, s. 370.

<sup>18</sup> *Ibidem*, s. 366–367.

<sup>19</sup> Por. M. Maccoby, *op.cit.*, s. 42–45.

<sup>20</sup> Por. M. Weber, *Gospodarka i społeczeństwo*, Warszawa 2002, s. 40, 158.

czasów Maxa Webera przyjęto, iż podstawą polityczno-psychologicznej charakterystyki przywództwa politycznego jest pojęcie autorytetu jako formy panowania, która jest konieczna przywódcy aby mógł kierować innymi ludźmi. Uznawano, iż utrata autorytetu oznacza utratę możliwości kierowania innymi ludźmi. Żaden przywódca polityczny, a szczególnie w państwie demokratycznym, nawet posiadając możliwość zastosowania instytucjonalnych instrumentów wymuszających określone zachowania, nie może doprowadzić do sytuacji utraty autorytetu, gdyż w tym wypadku może zostać zmuszony przez swoich dawnych zwolenników do rezygnacji z przywództwa.

Coraz częściej jednak w rozważaniach poświęconych liderom politycznym centralnym problemem staje się nie autorytet ale wizerunek. Wizerunek oznacza tworzone w określonym celu szczególnego rodzaju wyobrażenie, które poprzez wywoływanie skojarzeń przydaje obiektowi dodatkowych wartości i w ten sposób przyczynia się do jego emocjonalnego odbioru<sup>21</sup>. Amerykański socjolog George Ritzer w pracy *Makdonaldyzacja społeczeństwa* (wyd. pol. Warszawa 2005) zwracał uwagę na fakt, jak telewizja wpłynęła na charakter wyborczych debat politycznych poczynając od długich, godzinnych przemówień a skończywszy na dziesięciosekundowych reklamówkach<sup>22</sup>. Lider polityczny aby przyciągnąć do siebie zwolenników stara się zatem wpływać na nich nie siłą swoich argumentów i autorytetu ale przykuć uwagę do wykreowanego na potrzeby mediów wizerunku. Powoduje to, iż coraz częściej zwraca się uwagę, iż polityka wkracza w wiek fabrykowanych wizerunków. Podstawą objęcia pozycji przywódczych nie jest już więc autorytet ale wizerunek. Każdy kandydat ubiegający się o jakikolwiek urząd państwowy otacza się specjalistami od kreowania wizerunku i dopiero odpowiednio „opakowany” ma szansę odnieść sukces wyborczy, co często odbywa się kosztem chwilowej utraty tożsamości czy też kłamstwa<sup>23</sup>. Media stają się dyktatorami i manipulatorami opinii publicznej i są zdolne w krótkim czasie wykreować bohaterów oraz po niedługim czasie ich skompromitować manipulując ich wizerunkiem medialnym. Dlatego też podstawą dla legitymizacji działań przywódców politycznych staje się coraz częściej medialny spektakl, wyreżyserowane zachowania i wytworzony wizerunek. Politycy w coraz większym stopniu żyją ze sprzedaży wrażeń, a w coraz mniejszym ze świadczenia rzeczywistych usług, które tradycyjnie dostarczali wyborcom – z przywództwa, zarządzania, realnej reprezentacji i kierowania debatą<sup>24</sup>. Przywódcy coraz częściej rezygnują z budowania swojego

<sup>21</sup> W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny – perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 153.

<sup>22</sup> Por. G. Ritzer, *Makdonaldyzacja społeczeństwa*, Warszawa 2005, s. 134–135.

<sup>23</sup> W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny – perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2005, s. 147.

<sup>24</sup> Por. wywiad Georga Ritzera dla tygodnika „Polityka” z dnia 21 kwietnia 2007 r. „Polityka” nr 16 2007, z dn. 21 kwietnia 2007 r., s. 3–8.

autorytetu na rzecz budowania medialnego wizerunku jako szybszego, wymagającego mniej wysiłku i skuteczniejszego sposobu zjednywania sobie zwolenników. Fenomen „autorytetu” został zastąpiony przez fenomen „wizerunku”<sup>25</sup>. „Autorytet” jest wypierany przez „idola”. Przywództwo polityczne budowane jest przede wszystkim w oparciu o wizerunek, a miarą przywódcy coraz częściej jest nie to co robi ale to co powiedział lub też jak wygląda. Obywatel zostaje zastąpiony przez telewidza.

Oparcie przywództwa na wizerunku zamiast na autorytecie spowodowało jednak, iż przywództwo polityczne stało się coraz bardziej „kruche”. Wizerunek medialny nie jest czymś stabilnym i raz na zawsze danym i łatwo jest go podważyć. Konsekwencją oparcia relacji przywódca polityczny – społeczeństwo na wizerunku stało się zwiększenie niestabilności w życiu społeczno-politycznym, częste przenoszenie głosów z jednej partii politycznej (jednego lidera) na drugą (innego lidera), rozczarowanie wobec sfery polityki, która skupiając się na teatralnych formach przykuwania uwagi w coraz mniejszym stopniu zajmuje się rozwiązywaniem rzeczywistych wyzwań. Problemem współczesnego przywództwa, ale także i społeczeństwa stała się duża niestabilność sfery polityki i brak rzeczywistych autorytetów w życiu społeczno-politycznym prowadząca do jego anarchizacji i barbaryzacji.

Konsekwencją mediatyzacji sfery polityki stał się także stały przymus sprzedaży własnej osoby. Politycy odgrywają swoisty spektakl przed widzami-wyborcami, aby zyskać ich poparcie, które jest równoznaczne ze zdobyciem władzy. Wydaje się, iż powoduje to, iż w sferze polityki osobowość narcystyczna jest uzupełniania przez syndrom osobowościowy określony przez Ericha Fromm'a jako „osobowość rynkowa” (*marketing personality*). Osobowości rynkowe motywuje do działania głównie niepokój o to co sądzi o nich otoczenie, który przenika wszystko co robią. Ponieważ osobowości rynkowe tak bardzo chcą się przypodobać innym i złagodzić ten niepokój, znakomicie potrafią przekonywać innych do siebie. Człowiek taki tak pragnie żeby go doceniano (wybrano), że staje się dokładnie taki jak ludzie, w których towarzystwie przebywa. Jest przy tym mało skłonny do budowania bliższych relacji i ma także mniej skrupułów moralnych. Erich Fromm zwracał uwagę, iż fenomen nazywany przez niego osobowością marketingową (charakterem merkantylnym) opiera się na rozumieniu samego siebie jako towaru, a własnej wartości nie jako „wartości użytkowej”, lecz „wartości wymiennej”. Takim sposobem istota żywa staje się towarem na „rynku osobowości”. Zasada oceny wartości jest identyczna zarówno na rynku osobowości, jak i towarów – na pierwszym oferuje się na sprzedaż osobowość, a na drugim dobra. Sukces zależy w znacznej mierze od tego, w jaki sposób uda się sprzedać własną osobowość, dlatego też jednostka rozumie siebie jednocześnie jako sprzedawcę i towar,

<sup>25</sup> Por. S. Herbst, *Legitimate power in the media age: revisiting Carl J. Friedrich „authority, reason and discretion”*, „Political Communication”, vol. 23, nr 3, 2006, s. 285–290.



który należy sprzedać. Celem osobowości marketingowej jest całkowita adaptacja, posunięta do tego stopnia, by zapewnić bycie pożądanym zgodnie ze wszystkimi warunkami nakładanymi przez rynek osobowości<sup>26</sup>.

Przemiany zachodzące we współczesnym świecie polityki powodują, iż zmienia się charakter przywództwa politycznego realizowanego głównie w przestrzeni mediów i wyłania się szczególny model przywódcy. Jaki jest więc, czy też jaki może być typ idealny polityka-przywódcy w wieku informacji? Wydaje się, iż dla współczesnych czasów bardzo charakterystyczny może stać się model dziennikarz-przywódcy polityczny, w którym osoba obecna w przestrzeni mediów i wykorzystująca swoją popularność zdobytą poprzez działalność publicystyczną stawia się w roli trybuna ludowego stojącego po stronie ludzi przeciwko skorumpowanym i skompromitowanym politykom. Produktem nowoczesnych mediów masowych stają się populistyczni i popularni dziennikarze, którzy stawiając się w roli bezstronnych i kompetentnych obserwatorów sceny politycznej uzyskują coraz większe zaufanie i poparcie społeczne. Stopniowo autorytetami w dziedzinie polityki stają się coraz częściej dziennikarze, którzy postrzegani są jako bezstronni obserwatorzy i specjaliści od problemów publicznych. Może to powodować, iż coraz częściej będą oni aspirować do objęcia pozycji przywódczych czego najlepszym przykładem są obecne także w polskim życiu politycznym polityczne zamiary prezenterów telewizyjnych i znanych dziennikarzy, którzy umiejętnie budując swój wizerunek i wykorzystując media coraz częściej nie kryją swoich ambicji politycznych.

<sup>26</sup> E. Fromm, *Mieć czy być*, Poznań 2000, s. 224–225.