

Anarcho-Biblioteka
Dobry pieróg to wywrotowy pieróg



Jak się robi propagandę?

Maciej Drabiński

Maciej Drabiński
Jak się robi propagandę?
31 stycznia 2011

<https://drabina.wordpress.com/2011/01/31/jak-sie-robi-propagande/>

pl.anarchistlibraries.net

31 stycznia 2011

zuje to równocześnie stopień w jaki media kształtują odbiór rzeczywistości
– zamiast rejestrować, kreują ją.

Spis treści

1. Nieco historii	4
2. Agenci reklamowi, czyli metody cenzury i hipnozy	5
2.1 Cenzura	5
2.2 Zniekształcenie treści – metafora okularów	11
3. Nowomowa	12

roku) i w charakterze jednowymiarowym. W żadnym razie nie wspomina no o tym, iż ciężko było jednoznacznie stwierdzić w jakim stopniu protesty i fala oporu w Europie Zachodniej wobec terapii szokowej (wdrażanej pod pretekstem kryzysu) a w jakim stopniu sprzeciw wobec kapitalizmu jako takiego. Tam gdzie najbardziej widoczny był ten drugi charakter, całkowicie rezygnowano z przedstawienia nawet zdawkowych relacji (jak np. w maju 2010 roku, kiedy w Grecji trwał strajk generalny, TVN24 puścił reportaż o tym jak żaby zablokowały autostradę pod Atenami).

Malkontent może mi zaraz zarzucić: a co z Tunezją i Egiptem? Media przecież często i to w sposób obszerny mówią. Tak to prawda, lecz w jak najbardziej jednowymiarowy sposób (o Tunezji mimo wszystko, mówi się relatywnie mniej niż o Egipcie, właśnie ze względu na czysto klasowy i ekonomiczny charakter walk, które przybierają już powoli postać rewolucji społecznej). Z resztą pojawia się tutaj aspekt „dramaturgii” tych wydarzeń, które na pewno podnoszą słupki oglądalności, bożek współczesnych mediów.

Z resztą jest to bezpieczne. Przecież Egipt leży już w innym „kręgu cywilizacyjnym”, jest daleko i istnieje pewne poczucie wśród elit ekonomicznych oraz politycznych, iż bezpośrednio im te protesty nie zagrażają. Skądinąd także zupełnie odwrotnie przedstawiany jest ich kontekst. Media koncentrują się na drażnieniu wątku „demokratycznej opozycji” walczącej z „dyktaturą” i pragnącej „wolności”. Oczywiście za imperatyw media głównego nurtu przyjmują, że ta „wolność” musi oznaczać „demokrację liberalną” typu europejskiego, z chęcią budowy prawdziwego „wolnego rynku”, czy szeroko rozumianego kapitalizmu. Z tym właśnie kontekście media traktują te zajścia jako „dobrą monetę”, jako swoistą przeciwwagę wobec wydarzeń w Europie Zachodniej. Z drugiej strony straszą one „złymi islamistami” (np. egipskich Braciach Muzułmanach) mimo, iż ich udział w protestach jest znikomy.

Pomija się jednak przy tym ludowy charakter tych wystąpień, które mają charakter klasowy, antykapitalistyczny i zgoła antypolityczny. Niedopowiedziane zostają więc wątki społeczno-ekonomiczne. Koncentrują się na (domniemanej) ucieczce Mubaraka, pomijając fakt, że ze strachu przed ludem uciekają także warstwy posiadające (mimo wszystko z całą pewnością, w mniejszym bądź większym stopniu, związane z prezydentem).

Na polskim gruncie najlepiej ilustruje nam to zjawisko eksploatacja katastrofy smoleńskiej z kwietnia 2010 roku. Tworzy się wokół niej sztuczne zainteresowanie, odwracając tym samym uwagę od kwestii istotnych: pogarszającej się sytuacji bytowej, radykalizacji polityki klasowej władz, etc. Obra-

W ostatnich tygodniach pojawiło się wiele artykułów¹ na temat, jak media głównego nurtu [mainstream] uprawiają niczym *gierkowską propagandę sukcesu*, zaklinając rzeczywistość, próbując wmówić społeczeństwu, że jest „dobrze” a przynajmniej „lepiej” niż ono samo sądzi. Większość tych artykułów skupiała się jednak na demaskowaniu nie tyle co procesu czarowania rzeczywistości, lecz ukazaniu jak dalece media te „odrywają” się od rzeczywistości, jak mocno są zaangażowane w tworzenie nowomowy i propagandy oraz jaką rolę pełnią w zachowaniu społecznego *status quo*.

Moim zaś celem jest pokazanie w jaki sposób media to czynią, tzn. jakimi mechanizmami i narzędziami się posługują oraz dlaczego to czynią. Piszę ten artykuł ze względu na dwa powody: (1) chęci ukazania, że uprawianie „propagandy sukcesu”, manipulowanie, posługiwanie się nowomową, czy zwykłe pomijanie pewnych informacji (co akurat – za E. Pietrzyk-Zieniewicz – również traktuje jako nowomowę) przez systemy medialne, nie jest „dziejową teorią spisku” (z resztą sformułowanie takiego zarzutu, właśnie tak brzmiącego jest efektem działań mediów i zabiegów językowych, bowiem taki zwrot niesie ze sobą jednoznacznie negatywne konotacje i zwalania adresata od konieczności dalszego rozwijania myśli – od razu ma wymiar delegitymizujący) lecz powszechną praktyką oraz (2), iż jest to system uniwersalny, funkcjonujący w każdym państwie, niezależnie od jego formalnoprawnej formy ustrojowej, czy też szerokości geograficznej.

Będę w tym wymiarze bazował głównie na pracy P. Bourdieu², w nieco mniejszym stopniu na „Człowieku jednowymiarowym”, H. Marcuse³, na pracy N. Chomskiego – „Świecki kler i zagrożenia demokracji”⁴ (oraz innych artykułach i pracach tego naukowca), a także „Jak Polak z Polakiem”, E. Pietrzyk-Zieniewicz[5]. Z tego właśnie powodu praca będzie raczej posiadać charakter „rzemieślniczy”, w której zaznaczam, przetwarzam, opisuję i rekapituluję o najważniejszych narzędziach i metodach siania manipulacji, kłamstwa, propagandy i tworzenia nowomowy. Innymi słowy, jest to tekst wtórny, acz – jak mniemam – niezbędny, w celu ukazania praw i mechanizmów rządzących mediami.

¹ Artykuły: „Odklejenie elit”; „Pensja Polaka”czyli propaganda sukcesu «Gazety Wyborczej»; „Większość pracowników klepie biedę”.

² Pierre Bourdieu – „O telewizji. Panowanie dziennikarstwa”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009

³ Herbert Marcuse – „Człowiek jednowymiarowy”, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1991

⁴ Noam Chomsky – „Świecki kler i zagrożenia demokracji” [w:] „O naturze i języku”, Wydawnictwo AXIS, Poznań 2005

1. Nieco historii

Historia propagandy, historia przepływu informacji i w końcu historia kontroli oraz cenzury mediów jest tak długa jak, jak długa jest historia państwa, mediów oraz własności prywatnej, która wykształciła uprzywilejowanych i bogatych. Każdy władca dbał o to, by jego imię zostało „dobrze” zapamiętane, moi dbali o to by „motłoch” nie występował przeciw nim, min. poprzez kontrolę informacji (tworzenie legend, mitów, opowieści o heroicznych czynach, nadludzkiej sile czy zwyczajnie sławiących siebie). W XIX wieku kapitaliści z jednej strony starannie dbali o to, by „oficjalna” prasa nic złego na nich nie pisała, z drugiej strony cały czas wisiało widmo zabójstwa lub fałszywych oskarżeń na dziennikarzach z robotniczych (anarchistycznych czy socjalistycznych) pism.

Lecz nowoczesny i w pełni skuteczny system kontroli mediów i przepływu informacji narodził się wraz z epoką propagandy, czyli podczas I Wojny Światowej. To właśnie podczas niej, Wielka Brytania utworzyła pierwsze ministerstwo propagandy: Ministerstwo Informacji, którego celem była *kontrola myśli świata*, w tym szczególnie wpływanie na amerykańskich intelektualistów, by ci optowali za przystąpieniem USA do wojny. Drugim krajem, było USA, w którym utworzono komisję ds. Informacji publicznej, której celem była indoktrynacja, w większości pokojowo i izolacjonistycznie nastawionych, obywateli USA na rzecz przystąpienia tego kraju do wojny.

To właśnie w propagandzie biznes dostrzegł niebywałą szansę na kreowanie umysłów, potrzeb, oddziaływanie na ludzi –produkcji/tresowania jednostek, ujmując to w ujęciu M. Foucaulta. To właśnie bezpośrednim następstwem powstania propagandy wojennej, były narodziny propagandy kapitału: *Public Relations* (PR), marketingu (co ciekawe, przykład dosyć ciekawej nowomowy stanowi większość definicji marketingu, który skupiają się na wmówieniu, że celem marketingu nie jest tworzenie potrzeb, jak np. def. P. Kotlera) oraz reklamy.

Równocześnie propaganda, media zaczęły być ujmowane jako doskonały środek społecznej kontroli oraz zapobiegania zmianie *status quo* (Bernays, Lippmann).

Pamiętajmy, iż burżuazja cały czas żyła w strachu przed masami, by te nie zapragnęły pozbawić jej władzy i uprzywilejowanej pozycji. Sam strach był intensyfikowany procesem demokratyzowania się państw. Wkrótce jednak odkryto, iż te „niebezpieczne” skutki „demokracji” można było łagodzić, można było nadal zapewnić ochronę zamożnej mniejszości przed [biedną]

Jak sądzę każdy, w mniejszym bądź większym stopniu, zdaje sobie z tego sprawę. Widzi odwracanie pojęć, np. gdy jest zmuszony przeczytać artykuł w prasie amerykańskiej o „bojownikach o wolność” w postaci południowo-amerykańskich szwadronów śmierci, gdy czyta o tym jaki to reżim w Salwadorze był demokratyczny, a kolumbijski (jak np. można to było przeczytać w „Polityce”) nadal jest (a jako alternatywa przedstawiana jest zła postać H. Chaveza, dyktatora i „komucha”). W podobny sposób odbiorca nowomowy polskiego rządu zdaje sobie z tego sprawę z jej istnienia, gdy B. Kudrycka forsując kolejne ograniczenia w dostępie do edukacji i jej komercjalizację (które najbardziej uderzą w biednych) argumentuje to troską o „równość” i „równość szans”.

Za pewne wystarczyłoby teraz włączyć TVN24 by się przekonać o skali użycia tego typu konstrukcji. Co istotne, to te konstrukcje językowe, po odrobieniu treningu, jest w stanie wyłapywać niemal każde ucho.

Współczesnie jednak nowomowa nabiera także innego kształtu: celowych pominięć oraz niedomówień w intertekście. Jest to zasadnicza jakościowa różnica pomiędzy tą nową formą nowomowy, a starą. W „starej” to ideologia(e) stanowi punkt wyjścia, nowy typ nie jest już tekstem, lecz właśnie jego brakiem. W ten sposób wyznacza się *linię kłamstwa* przebiegającą pomiędzy *naszym dobrym samopoczuciem, a sytuacją w jakiej się faktycznie znaleźliśmy*.

Innymi słowy: ma ona odwracać uwagę od istotnych kwestii, poprzez ich maskowanie, ukrywanie, poprzez próby powiedzenia – „danych zjawisk nie ma”. W ten sposób chce się je eliminować dany problem ze społecznej świadomości, uniemożliwiając powstania ruchu sprzeciwu wobec niego.

Najbardziej dobitnie to ilustrują nam to ostatnie miesiące i perfidne nieinformowanie przez media głównego nurtu o skali i charakterze protestów w Europie Zachodniej. Bowierni burżuazyjne media kierując się logiką usuwania ze świadomości wszystkiego co jest dla nich nie wygodne i podważa logikę kapitału, milczą na dany temat, stwarzając pozory, że system jest stabilny i niezagrożony. Pokazując prawdę o skali i charakterze protestów, Polacy być może by się „rozjuszyli”, zobaczyliby przykład oporu, co stanowić mogłoby iskrę, znak dla podobnych protestów w Polsce, co oczywiście nie leży w interesie kapitału i właścicieli polskich mediów oraz elit politycznych. W ten sposób tworzy się komunikację jednowymiarową i człowieka jednowymiarowego.

Oczywiście czasem wspominało o tych protestach. Zazwyczaj jednak były to zdawkowe informacje, często we wrogim tonie (jak „relacja” niedoszłego turysty nie mogącego wylecieć z lotniska w Madrycie we wrześniu 2010

dem samych dziennikarzy (przykładem może być próba wytworzenia przez media poczucia, że prywatyzacja, komercjalizacja czy reprivatyzacja kamienic mieszkalnych, są czymś oczywistym, naturalnym i niezbędnym a widz, który najczęściej będzie pierwszą ofiarą tych zmian, ma to w pełni akceptować i wspierać).

Treść jest więc zniekształcana pod wymogi systemu, w takim stopniu, iż często się zdarza, że przedstawiane sprawy nie mają niczego wspólnego z rzeczywistością (choćby we wstępie zasugerowane wysokości zarobków w Polsce). Bardzo ciekawy przykład stanowi przykład podawany przez Chomskiego, odnośnie konfliktu w Timorze Wschodnim.

W 1979 roku London Times opublikował artykuł poświęcony ludobójstwu w Timorze oskarżając o dokonywanie tego czynu Indonezję. Co się jednak stało w nowojorskiej edycji pisma?

Opublikowało ono teoretycznie artykuł pod tym samym tytułem, podpisany przez tego samego dziennikarza, lecz miał on zupełnie inną treść. Co prawda był to ten sam artykuł, ale całkowicie zmieniono w nim kolejność poszczególnych akapitów, przez co artykuł nabrał charakteru broniącego oprawców a nie ich oskarżających.

Dorzućmy do tego jeszcze zwyczajną niekompetencję dziennikarzy, którzy często chcą szczerze zająć się daną kwestią, ale nie potrafią i jej nie rozumieją, to wyjdzie nam bardzo niebezpieczna w odbiorze papka. Nie zapomnijmy jednak, że to media kształtują rzeczywistość w ten sposób, iż ludzie wierzą w to co ona pokazuje. Jeżeli czegoś nie ma w TV, to to nie istnieje. W ten o to sposób telewizja decyduje o politycznym czy społecznym istnieniu danego zjawiska. Wszystko musi być (poczawszy od polityki, skończywszy na happeningach) robione pod nią.

3. Nowomowa

Tradycyjne rozumienie pojęcia „nowomowa” kojarzy się nam z orwellowskim procesem nadawania (odwracania) znaczeń poszczególnym wyrazom i wyrażeniom. I tak pokój stał się wojną, zaś wojna pokojem. Wolność niewolą, zaś niewola wolnością. Nierówności równością, równość nierównością. Od czasów państwa dobrobytu doszło kilka nowych znaczeń: partia socjalistyczna stała się partią wspierającą kapitalizm, despotyczne rządy stały się demokratyczne, niewolne wybory stały się wolnymi.

większością (Madison), czy mówiąc bardziej dosadnie: chronić posiadających przed *zadeptaniem i rykiem oszołomionej trzody* (Lippmann) poprzez wykorzystywanie nowych technologii i możliwości, które umożliwiały odpowiednie *kształtowanie umysłów*. Chciano to osiągnąć poprzez świadomie manipulowanie masami, ich potrzebami, nawykami, zachowaniem i opiniami (Bernays).

Obywatele zaczęli więc być zalewani etosem kapitalizmu, przekonywani o jego „wyższości”, bowiem masy w dalszy ciągu stanowiły dla posiadających zagrożenie (czego najlepszym przykładem jest raport przedstawiony przez M. Moore’a w jego filmie: „Capitalism a love story”⁵) za pomocą mediów, kultury (w szczególności filmów), szkoły, etc.

2. Agenci reklamowi, czyli metody cenzury i hipnozy

Metafora, użyta przez H. Marcuse, porównująca dziennikarzy do agentów reklamowych, z całą pewnością, w bardzo klarowny sposób, obrazuje nam rolę mediów w systemie kapitalistycznym: mają one za zadanie „sprzedać” pewne zachowania, wytworzyć dyskursy i „normy”, które nie dość, iż będą legitymizować system, to także zapobiegać będą zmianie społecznego *status quo*. Innymi słowy: mają one wytworzyć jednowymiarowy sposób komunikacji pomiędzy masami a elitami ekonomicznymi (i politycznymi), prowadząc do wytworzenia się *jednowymiarowego uniwersum komunikacyjnego* a w konsekwencji do *jednowymiarowego człowieka*, nie widzącego żadnej alternatywy.

Wkraczamy więc na pole istnienia wielu – mniej lub bardziej – widocznych i niewidocznych mechanizmów oraz narzędzi, procedur i zabiegów, a także otwartych mechanizmów cenzury.

2.1 Cenzura

Dla większości osób cenzura nasuwa jedno skojarzenie – reżim autorytarny (najczęściej traktowany jako synonim „komuny”) z „ministerstwem prawdy”, które czuwa nad tym, co wolno a czego nie wolno publikować. Większości wydaje się, że w „wolnej Polsce”, która przecież stanowi integralną część „wolnego świata” cenzury nie ma, bo jej być po prostu nie może.

⁵ Słynny raport Citybanku można przeczytać min. pod następującym adresem: <http://www.scribd.com/doc/6674234/Citigroup-Oct-16-2005-Plutonomy-Report-Part-1>

Mamy w końcu „demokrację”, państwo dba o „prawa człowieka” i nie istnieje orwellowskie „ministerstwo prawdy”.

Ależ ono istnieje, w każdej redakcji, w każdej jednostce medialnej – o tym co ważne a co nie, o tym co pójdzie a co nie, decyduje szereg czynników, lecz wszystkie one podporządkowane są dwóm następującym: interesu i bezpieczeństwu kapitału oraz stosunków własnościowych. Staje się ona przez to pozornie dobrowolna (co spostrzegł Orwell w przedmowie do „Folwarku Zwierzęcego”⁶), przybierając często postać autocenzury. W konsekwencji jest ona znacznie bardziej wysublimowana i znacznie bardziej skuteczna, tłumiąc wszelkie niepożądane głosy i ataki na panującą ortodoksję (niezależnie od tego, z czyjej strony one padają).

W takim więc razie należy wyróżnić następujące mechanizmy cenzury we współczesnych mediach:

1. **Stworzenie odpowiednich warunków komunikacyjnych:** komentator komentując dane wydarzenie w telewizji staje przez ogromną trudnością w wypowiedzeniu wartościowej myśli. Objawia się to głównie narzuceniem mu określonych warunków strukturalnych. Mam tutaj na myśli: (1) ograniczenie czasu, które najczęściej jest tak duże, że nie ma on ani czasu na przemyślenie danej kwestii, ani też na sformułowanie wartościowej myśli. Powoduje to ogólne spłylenie jego komunikatu do pewnych banałów, komunałów lub frazesów. (2) Narzucenie tematu rozmowy, z której nie powinien (a czasem nie może) zbaczać co naturalnie prowadzi do tego, że często jest mu się odnieść do pewnych analogii. (3) Narzucenie rozmówcy reguł gry, które najczęściej są korzystne dla jednej strony, niekorzystne dla drugiej. (4) Rola prowadzącego, który często nawet nie świadomie faworyzuje jedną stronę (stronniczość). Oczywiście istnieją także zabiegi celowe: ukryta semantyka, ledwo widoczne znaki, ukazywanie zniecierpliwienia, wywieranie presji, manipulowanie czasem, przerywanie, wtrącanie (w tym specjalizuje się T. Lis), wskazywanie na uciekający czas, co w konsekwencji może doprowadzić do utraty gruntu pod nogami jednej ze stron, najczęściej tej wobec której pada wytyczna z góry, iż trzeba ją złamać (często stosuje się to podczas debat, np. w przypadku francuskich debat polityków i biznesu ze związkowcami w TV). (5) Kompozycja sceny i jej nastawienie (czy nawet liczebność) wobec gości, która jest bardzo widoczna w debatach czy programach typu: „Młodzież kontra”

⁶ Która sama w Wielkiej Brytanii została „ukryta” i nie wydawana przez ponad 30 lat

Innym przykład może stanowić porównanie Kolumbii i Wenezueli. I tak warto zastanowić się dlaczego Chavez jest kreowany na „dyktatora” przez większość mediów a były prezydent sąsiedniej Kolumbii – Alvaro Uribe kreowany był na wielkiego demokratę. Jest to o tyle zastanawiające, że Uribe ostatnio próbował dokonać tego samego co Chavez – zmienić konstytucję zapewniając sobie możliwość sprawowania urzędu prezydenta trzeci raz. Nie spotkało się to praktycznie z żadnymi negatywnymi reakcjami mediów głównego nurtu. Często w ogóle przemilczano sprawę bądź poinformowano o tym w małym nagłówku gdzieś na 5 czy 6 stronie dziennika.

Dodatkowo Uribe kreowany był na wielkiego demokratę pomimo licznych zbrodni popełnianych przez władze Kolumbii – mordowani i represjonowani są związkowcy, lewicowi i wolnościowi aktywiści, obrońcy praw człowieka. Ponadto rok rocznie przesiedla się dziesiątki tysięcy ludzi i pozbawiania ich majątku całego życia pod pretekstem „walki z narkobiznesem” lub „terroryzmem”. Celem faktycznym jest chęć zapewnienia wielkim latyfuntarzom czy międzynarodowym korporacjom taniej ziemi. Zgodnie ze wszystkim wskaźnikami (min. freedom house) pod względem wolności słowa i pluralizmu politycznego Kolumbia znajduje się za Wenezuelą. Gdy jednak to Chavez pokusił się o zmianę konstytucji okrzyknięto go tyranem a Wenezuelę uznano za państwo autorytarne.

Podobnie jest z rocznicami. Gdy mijało 10 lat od masakry w Salwadorze dokonanej przez szwadrony śmierci wyszkolone w USA, światowe media milczały. Nie milczano jednak przy obchodach rocznicy „jesieni ludów” z 1989 roku. Są więc wydarzenia ważne i ważniejsze oraz takie, o których mówić po prostu nie wypada, bądź nie wolno.

2.2 Zniekształcenie treści – metafora okularów

Media nie przedstawiają rzeczywistości, one ją kreują – w szczególności telewizja (za kilka lat, pierwszeństwo, prawdopodobnie, przejmie Internet). W ten oto sposób media kształtują umysły swoich odbiorców. Nie poruszając (tj. pomijając) tematów istotnych, skupiając się za to na tanich sensacjach, pozbawia się widza informacji kluczowych, często decydujących o naszym byciu, czy funkcjonowaniu w zastanej rzeczywistości.

Innym jednak sposobem kształtowania rzeczywistości jest przedstawienie istotnych spraw w zniekształcony sposób, taki który będzie aprobowany przez kierownictwo (właściciela), zmodyfikowany przez wcześniej opisany konformizm i autocenzurę i zgodny z pozycją społeczną oraz światopoglą-

stwie (by nie być gorsze) muszą o tym napisać kolejne gazety (Y,Z). W przeciwnym razie narażają się na utratę czytelników (*ratingu*) a więc potencjalnych zysków z reklam. To oczywiście prowadzi do dzikiego prześcigania się pomiędzy mediami w poszukiwaniu tanich sensacji, które jednak przyciągną oko odbiorcy i pozwolą na wzrost słupeków *ratingowych*. Jednocześnie prowadzi to do *mentalnego zamknięcia*, homogenizacji oraz określenia przez media hierarchii wartości, tworząc jednocześnie kolejny powód dla autocenzury. Nie warto jest „robić” materiałów o czymś, co nie przyciągnie widzów.

W dobie gospodarki kapitalistycznej nie mamy co liczyć na możliwość pełnej realizacji idei „wolności słowa”. Kapitał stał, stoi i stać będzie na uprzywilejowanej pozycji, skutecznie broniąc by zbyt niepochlebne, antysystemowe, krytyczne głosy były marginalizowane. Oczywiście ktoś może mi tu zarzucić – przecież nikt formalnie, nie odbiera wam wolności słowa, możecie tworzyć własne media ! Tak to prawda, teoretycznie możemy. Jednakże nasza wolność słowa ograniczona jest przez kapitał w taki o to sposób, iż go nie posiadamy, by stworzyć własne, „opiniotwórcze” media, charakteryzujące się szerokim zasięgiem. Jak to niegdyś powiedział N. Chomsky (lub podobnie, nie pamiętam dokładnie): *wolność słowa istnieje [w USA] wystarczy, że wyłożysz 20 mln dolarów na własną gazetę.*

System dokładnie zabezpiecza jednowymiarowość przekazu, zabezpiecza status quo, bowiem zamożni posiadają wszelkie możliwości do pacyfikowania wszelkich niepożądanych głosów. Podporządkowanych i wiernych panującym dyskursom dziennikarzy się nagradza, krnąbrnych się marginalizuje. Dobrzy intelektualiści, piszący pochlebnie o „naszym systemie” są eksponowani, Ci „źli intelektualiści”, znikają gdzieś w eterze.

Dotychczasowe przykłady umiejscawiałem raczej w kontekście kwestii ekonomiczno-społecznych. Spójrzmy jednak na przykłady z zakresu polityki zagranicznej i wewnętrznej państwa. Media naturalnie eksponują zbrodnie popełniane przez „wrogów” panującego reżimu (jak np. eksponowanie zbrodni Czerwonych Khmerów), zaś pomijane są „nasze” zbrodnie (jak np. eksterminacja 1/3 populacji Timoru Wschodniego przez wspieraną przez USA, Indonezję). Inny przykład stanowi przykład Kosowa. Gdy z okazji rocznicy uzasadniającej bombardowania Kosowa, krytycznie o tym fakcie wypowiedział się rosyjski obrońca praw człowieka, A. Sołżenicyn, jego głos został pominięty w relacjach medialnych, zaś pozytywny głos Havla, był eksponowany do granic absurdu.

(jest to np. bardzo ciekawe, dlaczego w programie tym zaprasza się „wyznawców” UPR, a pomija się np. PPP, której liczebność i poparcie jest porównywalne, a może i większe od UPR) czy programach T. Lisa. (6) Dobór komentatorów. Bardzo rzadko zdarza się by zapraszano do programów komentatorów nieprzewidywalnych, antysystemowo nastawionych (a jeżeli już to raczej w celu ich ośmieszenia). Zamiast tego faworyzowani są Ci prosystemowi, którzy dobrze się zaprezentują, nie będą „robić scen”, nie powiedzą niczego niebezpiecznego. Są to najczęściej stali bywalcy (np. „eksperci” z SGH wypowiadający się stale w tematach poświęconych ekonomii, natomiast krytycznych ekonomistów jak np. T. Kowalika, praktycznie się nie zaprasza), którzy powtarzają te same, wyświechtane „prawdy” i „dogmaty”, które w żaden sposób nie negują obowiązującej ortodoksji, wręcz przeciwnie, stojący dodatkowo często wobec siebie umownie i na pokaz w opozycji. Prowadzi to do stałego samowzmacniania przekazu.

2. **Wymuszenie konformizmu dziennikarzy oraz polityczne interwencje:** rzucają się w oczy w tej materii, aż 3 kwestie: (1) niepewność zatrudnienia dziennikarzy, (2) homogenizacja środowiska dziennikarskiego oraz (3) polityczny charakter nominacji na stanowiska kierownicze. Poprzez (ad.1) niepewność zatrudnienia dziennikarzy należy rozumieć fakt, iż na każdą posadę czeka rezerwowa armia dziennikarzy, który w każdym momencie mogą zająć dane miejsce. Wymusza to rzecz jasna konformizm zatrudnionych dziennikarzy. Jeżeli nie będą przestrzegać wytycznych i obowiązujących dogmatów, zostaną zwolnieni lub w najlepszym razie przeniesieni bądź zawieszni (czyli defacto pozbawieni dochodów). Innymi słowy: granicę ich autonomii wyznacza obecny reżim ekonomiczny. Mogą pisać wyłącznie do granicy krytyki obowiązującego reżimu społeczno-ekonomicznego. Nie wolno im go skrytykować, ani nawet otrzeć się o taką krytykę, ani tym bardziej przedstawić żadnej alternatywy, by czasem nie zachwiać jednowymiarowej komunikacji. Zmusza to ich do dokonywania autocenzury. To w istocie (ad.2) prowadzi do homogenizacji, zamknięcia środowiska dziennikarskiego. Skutkiem tego jest to, że dziennikarze czytają dziennikarzy, wzorują się na sobie i dopuszczają tylko określone jednostki, a to w istocie jest prostym krokiem do powstania cenzury. Cenzury ukrytej, ale bardzo wyrafinowanej, objawiającej się np. faktem, że żaden dziennik nie wydrukuje artykułu

mało znanego dziennikarza (czy innej osoby), który dobrze się nie sprzeda. Konformizm się także popłaca (ad.3) przy nominacjach na stanowiska kierownicze. Dziennikarz skrupulatnie broniący dominującej ortodoksji, przestrzegający wytycznych i „zasad gry” może liczyć na awans na wyższe stanowisko. W przeciwnym razie spotka go kara, lub przynajmniej brak nagrody. Jest to bardzo skuteczny środek dyscyplinujący (co genialnie zilustrował M. Foucault w „Nadzorować i karać”), zmuszający do autocenzury w środowisku dziennikarskim. Przykładem takiej kary, za bycie nieposłusznym wobec dominujących dyskursów, może być publiczne napiętnowanie A. Domańskiego przez A. Michnika, guru neoliberalnej nowomowy.

3. **Cenzura ekonomiczna właściciela:** jest to nad wyraz oczywisty fakt. To właściciel (lub jego przedstawiciele) decyduje o kursie, linii programowej, o dopuszczaniu czy odrzucaniu danych materiałów bądź tematów, jakie „niebezpiecznych”, „nie merytorycznych”, które po prostu negują (bądź czasem się nie mieszczą) w panującej ortodoksji. Oczywiście nadrzędnym celem jest ochrona swojego biznesu (bądź biznesów). W szerszej perspektywie chodzi o ochronę kapitalizmu jako systemu, poprzez próbę tworzenia jednego wymiaru społeczeństwa poprzez odpowiednie kreowanie mas, ich opinii, potrzeb, zachowań, szerząc np. etos kapitalizmu, czy deprecjonowanie, pomijanie, dyskredytowanie alternatyw. To dlatego prawie nigdy w mediach nie przedstawi się nam żadnej alternatywy wobec status quo (chyba, że będzie służyć kapitalowi). Nigdy także media nie skrytykują biznesu należącego do właściciela – na takiej zasadzie NBC, które należy do GE, nigdy nie skrytykuje elektrowni jądrowych. Oczywiście spotkamy się z jednostkowymi opisami patologii systemu, biorącymi za serce historiami, ale tylko pod dwoma warunkami: (1) że są to wydarzenia dramatyczne, które zapewnią odpowiedni rating (np. poziom oglądalności) oraz, że (2) przedstawienie ich nie będzie negować, czy też krytykować całego systemu. To znaczy, iż musi ono zostać przedstawione jednowymiarowo. Zostać oparte na zasadzie: to zjawisko (np. nieprawdopodobny wyzysk w fabryce firmy x) jest tylko patologią, jednostkowym przypadkiem, zgniłym jabłkiem, pochodzącym ze zdrowej jabłoni. Z resztą jak można mówić o wolności słowa, gdy ponad 85% mediów w USA, należy do 5 korporacji, wg. Federalnej Komisji Łączności.

4. **Odwracanie uwagi:** jest to pewna forma nowomowy (co rozwijam szerzej w dalszej części artykułu), polegająca na celowym odwracaniu uwagi od innych, często znacznie bardziej istotnych, kwestii poprzez zajmowanie się sprawami błahymi, bądź poprzez celowe przemilczenia. Dlatego też, media tak chętnie eksponują tematy dramatyczne, spektakularne, przyciągające uwagę, poprzez „robienie” materiałów o morderstwach, gwałtach, kradzieżach, co pozwala im odciągać uwagę od innych, istotnych, kwestii natury politycznej czy ekonomicznej. Innymi słowy, sensacje tego typu, zabierają czas, które zarówno media, jak i odbiorca, mogli wykorzystać na coś innego. Ostatnio ulubionym w Polsce tematem, jest sprawa Katastrofy pod Smoleńskiem, która dla przeciętnego Polaka nie ma żadnego (bądź prawie żadnego) wpływu, lecz potrafi elektryzować, równocześnie odciągając uwagę od spraw ekonomicznych. Pamiętajmy przy tym, iż media w zdecydowanej większości kierują się znacznikiem *ratingu* (oglądalność w przypadku TV, słuchalności w przypadku radia i czytelników w przypadku prasy), stając się jednym z najważniejszych bodźców. To tylko zwiększa wymiar ścigania się za tanimi sensacjami (nie tak dawno kolega wyraził mi wielką radość faktu, że to jego redakcja jako pierwsza pokazała spalone zwłoki mężczyzny, który spalił najpierw swe dziecko, a potem sam się podpalił), często je reżyserując, nadając im dramaturgii. Skutkiem tego jest oczywiście banalizacja.

5. **Homogenizacja mediów:** jednym z najbardziej wyświechtanych frazesów zwolenników wolnego rynku jest mityczna, zbawcza i wspaniała siła konkurencji. Nie będę się zajmował ogólnie konkurencją, lecz konkurencją na rynku mediów, która prowadzi do ich uniformizacji, homogenizacji. Wynika to z dwóch rzeczy: (1) narzucenia przez konkurencję określonych praw, wymogów, ograniczeń i mechanizmów, równo, wobec wszystkich mediów (np. prawa reklamy) oraz (2) kierowania się *ratingiem*. Efekt jest bardzo prosty i widoczny gołym okiem: wszystkie media są takie same. Serwisy informacyjne mówią to samo i tak samo. Okładki prasy są identyczne, artykuły są o tym samym i tak samo przedstawiają dane informacje. Jediną różnicę czasem stanowi kolejność przekazywanych newsów. Jest to skutek tego, że wszystkie media, by nie stracić na słupkach *ratingowych* (a więc zysków z reklam) wzorują się na sobie (czasem wręcz kopiuje się wzajemnie). Jest to swoisty „efekt luster”. Jeżeli gazeta X napisze o sprawie A, to w następ-