

Edward S. H e r m a n , Noam C h o m s k y. *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. London: Vintage 1994.

Autorzy są profesorami uczelni amerykańskich. Edward S. Herman specjalizuje się w finansach i wykłada w stanowym University of Pensylwania. Opublikował wiele książek, poświęconych m.in. problemom terroryzmu i nieformalnym wpływom wielkich mocarstw na kształt polityki mniejszych państw. Noam Chomsky jest profesorem Massachusetts Institute of Technology. Wśród jego książek są pozycje poświęcone zagrożeniom dla pokoju i demokracji istniejącym we współczesnym świecie.

Problem kształtu sceny politycznej spędza sen z oczu wielu ludzi, także w Polsce. Omawiana pozycja prezentuje możliwości wpływu mediów – zwłaszcza telewizji, ale także prasy i radia – na rozwój polityki i opinii publicznej. Co prawda, autorzy skupiają się niemal wyłącznie na sytuacji w Stanach Zjednoczonych, niemniej ukazwane przykłady w wyrazisty sposób odsłaniają mechanizmy manipulacji dokonywanych przez rzekomo wolne media. W opinii autorów formalnie wolne środki masowego przekazu są uwikłane w wiele układów niepozwalających im na poszukiwanie i przekaz prawdy; wśród tych ograniczeń jest pragnienie pozyskania jak najszerszej rzeszy odbiorców i co za tym idzie uleganie ich wyimaginowanym lub rzeczywistym upodobaniom.

Książka składa się z 6 części poprzedzonych wstępem oraz zamkniętych konkluzją. Posiada odnośniki do bogatego materiału źródłowego, jak też indeks i tabele ułatwiające analizę opisywanych zagadnień. Poszczególne rozdziały omawiają sposoby i przyczyny manipulowania informacją, przy czym od samego początku jest jasne, iż autorzy za cel postawili sobie wykazanie poważnego stopnia zakłamania tzw. wolnych mediów.

W pierwszym, niejako wstępnym rozdziale, omówiona została pozycja, jaką odgrywają media w USA. Przedstawione zostały powiązania, jakie łączą media zarówno ze światem polityki, jak i wielkiego biznesu. Autorzy nazwali tę część: „Model propagandy” Jest rzeczą ciekawą, iż mimo braku zinstytucjonalizowanego aparatu propagandowego, przeważająca część środków społecznego przekazu zgodnie współpracuje w kreowaniu nie do końca prawdziwego obrazu rzeczywistości.

W kolejnych pięciu częściach omawianej pozycji autorzy, wykorzystując wydarzenia ogniskujące uwagę opinii publicznej przez wiele miesięcy, a niekiedy i lat, pokazują przykłady stosowania technik i zabiegów manipulacyjnych, skutkujących ukształtowaniem opinii społecznej i rynku medialnego w pożądaną sposób. Wśród omawianych wydarzeń przewijają się m.in. wątki polskie: śmierć ks. Jerzego Popiełuszki i tzw. bułgarski ślad w zamachu na Jana Pawła II.

Obecna sytuacja polityczno-społeczna w Polsce jest dosyć skomplikowana. Media, które od 12 lat starają się zachować – z mniejszym lub większym powodzeniem – niezależność od nacisków politycznych, nierzadko ulegają presji ze strony wielkiego biznesu i samej opinii publicznej. Opisywane w omawianej publikacji mechanizmy – aczkolwiek występujące w innym kraju i okolicznościach – są bardzo często podobne do zjawisk zachodzących w Polsce. Ich dokładna znajomość może pomóc

---

przewyciężyć problemy, z jakimi boryka się polskie społeczeństwo. Może także wpłynąć na odnowę i umocnienie pozytywnej roli, jaką odgrywają media w budowaniu postawy odpowiedzialnej wolności.

*Piotr H. Kieniewicz MIC*