

GROŻNE I STRONNICZE: ŚRODKI MASOWEGO PRZEKAZU W MYŚLI BRONISŁAWA ŁAGOWSKIEGO

SŁAWOMIR CZAPNIK

Instytut Politologii
Uniwersytet Opolski

ABSTRACT

Dangerous and biased: mass media in the Bronisław Łagowski's thought

Bronisław Łagowski, conservative Polish historian and philosopher of ideas, offers quite interesting inquiry into functioning of the mass media, especially commercial television. From his point of view television is as powerful as threatening to democracy medium. Łagowski also describes Polish mass media, which are – in his opinion – highly biased, and ideologically saturated, he condemns radical anti-Russian skew. For this thinker, mass media ought to be controlled by the society, because they became first and most important estate.

Keywords: television, violence, bias, mass media theory, Bronisław Łagowski

Wstęp

Punktem wyjścia niniejszych rozważań jest konstatacja Andrzeja Walickiego, zdaniem którego Bronisław Łagowski „należy do najznakomitszych publicystów polskich. Poprzestanie na tej konstatacji byłoby jednak pomniejszeniem go: świątecznych warsztatowo publicystów mamy w Polsce sporo, ale Łagowski jest

tylko jeden. Tylko on bowiem łączy talent pisarski z własną, dobrze przemyślaną filozofią polityczną, umiejscawiającą go ponad i poza tzw. podziałami historycznymi; tylko on okazał się zdolny do przejawiania bezkompromisowej, prowokującej wręcz odwagi płynięcia pod prąd, całkowitego ignorowania stadnych odruchów i zmiennych falowań dominującej w mediach opinii publicznej” (Walicki 2008, s. 7).

Warto podkreślić, że choć sam historyk idei i filozof Łagowski konsekwentnie utożsamia się z konserwatyzmem, to jednak w jego twórczości można odnaleźć wiele wątków, które stawiają go na marginesie – jeśli nie poza nim – myśli konserwatywnej w Polsce. Filozof nigdy nie krył swojej opinii o Polsce Ludowej, kraju znajdującym się pod panowaniem utopii socjalistycznej, lecz bezsprzecznie jednak Polski, odrodzonej niczym feniks z popiołów po hekatombie II wojny światowej. Nie wstydzi się swej przynależności do Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej, zaznaczając zarazem, iż nigdy nie był komunistą. Dobrze jego stanowisko odbija stwierdzenie Walickiego, że

Zwalano całą winę na „system” i władzę, a przecież, po pierwsze, ten system nie był od dawna już czymś zewnętrznym, społeczeństwo stało się jego częścią, ulegając, i to dość łatwo, wszystkim pokusom demoralizacji, które stwarzał; po drugie, jeśli system miałby rozgrzeszać nas, społeczeństwo, to musielibyśmy rozgrzeszyć także „ich”, władzę, bo determinizm systemowy dotyczy w pierwszym rzędzie ludzi władzy (Walicki 2000, s. 28).

Jednakże tym, co wyróżnia omawianego filozofa, jest zapewne fakt, że jest on konserwatystą pooświeceniowym, wierzącym – choć może raczej mającym nadzieję, że tak się mogą sprawy potoczyć – w postęp, bardzo dalekim od formacji intelektualnej, którą można określić mianem kontrrewolucjonistów, czyli rewolucjonistów konserwatywnych (przynajmniej od czasu Ernsta Jüngera ta kategoria przestała być oksymoronem). B. Łagowski konsekwentnie opowiada się za postawą ściśle racjonalistyczną, odrzucającą mity, również te związane z powstaniem i zrywami narodowymi (Czapnik 2014, s. 407–423), powszechnie pochwalanymi przez rodzimą prawicę. Jakkolwiek w kwestiach gospodarczych pozostaje konsekwentnym liberałem, to zwraca trzeźwo uwagę, że ludzie bogaci – i bardzo bogaci – powinni płacić podatki wyższe niż przeciętnie zarabiający, państwo bowiem jest gwarantem ich pomyślności i dobrobytu – gdyby nadeszła rewolucja, straciliby oni nie tylko majątki, ale – czego historia nieraz dowiodła – nawet własne życie. B. Łagowski konsekwentnie też sprzeciwia się zarówno ustawowej, jak i orzeczanej sądownie reprivatyzacji, uwypuklając, że majątki niegdysiejszych krezusów często powstały dzięki pracy na wół niewolniczej (pańszczyzna). W sferze kultury krytykuje on postmodernizm, a także – jego zdaniem powszechną – pogardę, jaką ludzie sztuki (np. reżyserzy teatralni) żywią wobec przedsiębiorców. Jego poglądy na środki komunikowania masowego są przejawem klasycznie konserwatywnej – jakkolwiek nieraz spotykanej pośród myślicieli radykalnie lewicowych – postawy znanej jako *Kulturpessimismus*, nade wszystko ostrze jego kry-

tyki wymierzone jest w telewizję komercyjną. Łagowski analizuje polskie media w kontekście przyjętego przezeń założenia o hegemonii kulturowej – w rozumieniu Antonia Gramsciego – środowisk postsolidarnościowych.

Trzeba uwydatnić, że Łagowski od lat nie pisze książek ściśle naukowych, lecz regularnie publikuje swoje felietony (ostatnio głównie w *Przeglądzie*), których zbiory pojawiają się na rynku wydawniczym (Łagowski 1994, 1997, 2007, 2008, 2016). Wziąwszy pod uwagę tygodniowy żywot czasopisma i nieustanną, dwudziestoczworgodziną presję, żeby przekazywać kolejne newsy, jest rzeczą niezwykle ciekawą, że po latach eseje Łagowskiego – niejako zawieszony w czasie i niewyklane w przygodne zdarzenia, które stały się kanwą jego przemyśleń – nabierają znamion korpusu rzetelnej wiedzy o Polsce i w ogóle o świecie. Jakkolwiek filozof nigdy tego nie napisał wprost, to można domniemywać, że próbuje on – w sposób przystępny, lecz zarazem pogłębiony – objaśniać rzeczywistość, wpisując ją w perspektywę dziejową.

Niniejszy artykuł rozpoczynam od omówienia uwag Łagowskiego o telewizji – nadal najpotężniejszym środku masowego komunikowania i urabiania, a nie prostego odzwierciedlenia opinii publicznej. Wykażę, że krytykę telewizji można ująć w szersze ramy, wykraczające poza ideologię konserwatywną. Potem poruszony zostanie problem pełnienia przez media masowe funkcji sykofantów, półpublicznych, półprywatnych oskarżycieli, podważających podstawy zaufania do systemu demokratycznego. Ostatnia zaś część będzie poświęcona zagadnieniu stronniczości mediów, ze szczególnym uwzględnieniem środków masowego przekazu w Polsce (nazywanie ich mediami polskimi byłoby poniekąd nieadekwatne, gdyż wiele z nich należy do kapitału zagranicznego).

O telewizji – śladami Poppa

W tym podrozdziale zwrócę uwagę na konceptualizację przez Łagowskiego prywatnej (komercyjnej) telewizji, w dalszej zaś części uwypuklę jej dookreślenia zaczerpnięte przez niego od innych myślicieli, które jednak – nawet jeśli nie cytowane – są spójne z jego podejściem.

Prywatna telewizja, zauważa Łagowski,

Jest to przedsiębiorstwo dążące do zysku, który osiąga tym pewniej, im więcej ludzi ogląda to, co ono pokazuje. Wysoce opłacalne byłoby emitowanie pornografii bez osłonek, ale prawo na to nie pozwala, trzeba się też liczyć z odstraszeniem religijnym. W danych warunkach kulturowych największy dochód przynoszą telewizji sceny sadyistyczne. Oczywiście, nie może się ona ograniczyć do pokazywania wyłącznie morderstw, strzelania w głowę, dźgania nożami, duszenia, podpalania, spychania samochodów w przepaść itp., ponieważ byłoby to zbyt monotonne; nie ma wyjścia, trzeba czasem pokazać obrazy sentymtalne, rozbierane sceny łóżkowe albo filmy o zwierzętach. Zasadniczo telewizja komercyjna handluje sadyzmem, reszta to są dodatki gratis. Odbierzcie filmom telewizyjnym broń palną i białą, a zobaczycie, że cały ten biznes upadnie. Zajmuje się też telewizja polityką, którą włą-

cza w swoją misję handlową, pokazując polityków głównie po to, aby ich poniżyć, bo to się widzom podoba, czyli jest bardzo komercyjne (Łagowski 2007, s. 171).

Myśliciel wspomina Karla Poppera, który doszedł pod koniec życia do wniosku, że korzyści z telewizji są niewielkie w porównaniu ze szkodami moralnymi i intelektualnymi, należałoby więc całkowicie jej zakazać. „Jest to nieczyste marzenie – stwierdza B. Łagowski. – Ponadto nie wiemy, do czego ta zabawka, przedwcześnie dana ludziom, może służyć w przyszłości, gdy ludzkość dojrzeje. Może do czegoś dobrego” (Łagowski 2007, s. 171–172).

Autor artykułu pragnie jednak uzupełnić powyższe stanowisko własnymi uwagami: w pewnych sytuacjach telewizja unika pokazywania przemocy, jeśli byłoby to niezgodne z tym, co można określić mianem szeroko rozumianego bezpieczeństwa narodowego. Dobitym tego świadectwem są relacje z tzw. misji pokojowych i stabilizacyjnych, np. w Iraku lub Afganistanie. Widzom oszczędza się widoku śmierci, wyjąwszy sytuacje, gdy można ją ukazać w sposób zestetyzowany – choćby wtedy, gdy ciało zabitego wygląda dość fotogenicznie, jakby on nie zmarł, lecz jedynie zasnął. Dziennikarze sprzeniewierzają się wtedy swej misji, którą jest monitorowanie wszelkich ośrodków władzy – politycznej, ekonomicznej, czy ideologicznej. Wydaje się nie podlegać dyskusji, że monitorowanie centrów władzy jest szczególnie ważne wtedy, kiedy rządy i politycy wszczynają wojnę, decydują, że będą zabijać – a inni będą umierać (Fisk 2007, s. xxii).

B. Łagowski stawia zdecydowaną tezę: jeżeli prawdą jest, że ludzkość w sferze moralnej czyni pewne postępy, za 50 lat wykorzystywanie telewizji w celach komercyjnych będzie uznane za zbrodnię przeciwko ludzkości, zbrodnię bez przedawnienia. Cechujący telewizję sadyzm – otwarty bądź zestetyzowany – zbliża ją do faszyzmu. Telewizja publiczna zbliża się do telewizji komercyjnych, zwłaszcza w naszym kraju, gdzie Telewizja Polska czerpie większość środków na funkcjonowanie z reklam. Mimo wszystko istnieje pewna szansa, że społeczeństwo – zawstydzone tym, co ogląda – może choć trochę ucywilizować ten publiczny środek masowego przekazu. W przypadku telewizji komercyjnej jest to praktycznie niemożliwe, znajduje się ona bowiem poza kontrolą demokratyczną (Łagowski 2007, s. 172). Myśliciel zauważa, że

W sporze o media występuje za dużo pseudonimów i kryptonimów. Słowo „niezależność” jest pseudonimem i znaczy tyle, co brak odpowiedzialności za to, co się emituje. Jeśli „misja” znaczy: obiektywizm w przekazywaniu informacji i wszechstronne naświetlanie faktów, to powinna obowiązywać tak samo telewizję prywatną, jak publiczną (Łagowski 2007, s. 172–173).

Wydaje się rzeczą właściwą, aby myśl polskiego historyka idei wpisać w szerszy kontekst analiz środka przekazu, jakim jest telewizja. Pozwalają one określić jego stanowisko, a także ukazać pewne kierunki, w którym można by je rozwijać.

Łagowski zgadza się z Popperem, iż

W demokracji nie powinna istnieć żadna niekontrolowana władza polityczna. Telewizja stała się w naszych czasach kolosalną władzą, być może największą ze wszystkich, tak jakby zastąpiła głos Boga. Będzie tak, dopóki my będziemy jej pozwalali na wszelkie nadużycia. Żadna demokracja nie przetrwa, jeżeli nie położy kresu tej wszechwładzy (Popper 1996, s. 50–51).

Popper żąda ujawnienia pełnej władzy telewizji, która skądinąd jest nader poczytnym narzędziem w rękach wrogów demokracji. Marcin Król podkreśla z kolei, że telewizja lansuje określoną wizję natury ludzkiej. Traktuje ona przeciętnego widza jako osobę dość głupią i skłoną do najtańszych wzruszeń. Odbiorca – wedle Króla – lubi przemoc. Co gorsza, telewizja przyczynia się do zacierania granic między fikcją a rzeczywistością (Król 1996, s. 62–63). Inna rzecz, że media masowe z telewizją na czele naciskają na wszystkie trzy władze, ustawodawczą, wykonawczą i sądowniczą, przyczyniając się do zacierania między nimi różnic. W świecie demokratycznym, twierdzi Łagowski, to środki przekazu są jedyną władzą, która jest suwerenna (Łagowski 2007, s. 203).

Warto odnotować, że Łagowski, w odróżnieniu od wielu innych krytyków telewizji, nie jest przeciwnikiem jej amerykańskiej, najczęściej sprowadzającej się do płytkiej rozrywki, której znakiem rozpoznawczym jest ograniczanie się do najniższego wspólnego mianownika: „amerykańska kultura jest najłatwiejsza do naśladowania przez masy, które bez niej nie wiedziałyby, co robić z czasem, co myśleć i co czuć” (Łagowski 2007, s. 113).

Jak zauważa amerykański konserwatywny krytyk edukacji i środków przekazu Neil Postman, „Rozrywka jest nadideologią całego dyskursu w telewizji. Niezależnie od tego, co i z jakiego punktu widzenia jest przedstawiane, to zgodnie z przyjętym z góry założeniem – ma służyć naszemu rozbawieniu i przyjemności” (Postman 2002, s. 130). Przedstawiane są morderstwa i okrucieństwa, a następnie uśmiech i prośba, by widzowie, „jutro znowu byli z nimi”, podczas gdy kilka minut morderstw i zadawania ran powinno wystarczyć jako powód miesiąca bezsennych nocy. Innymi słowy, twierdzi Postman, „Przyjmujemy zaproszenie prezenterów, ponieważ wiemy, że «wiadomości» nie mają być brane pod uwagę, że są jak gdyby zabawą” (Postman 2002, s. 131).

Środki masowego komunikowania, w tym telewizja, są zaprzęgnięte w służbę konsumeryzmu. Jak ujmuje to John Kenneth Galbraith, idea suwerenności konsumenta, podstawowe założenie klasycznej gospodarki kapitalistycznej, jest fikcją: „największy sprzeciw budzi to, że suwerenność tę w istotnej mierze podporządkowali sobie ci, którzy jej służą. Tymczasem nic nie rzuca się bardziej w oczy niż natężenie działalności reklamowo-handlowej. Ekonomisci zaangażowani w bardziej rygorystyczne ujmowanie przyjętej teorii nie oglądają telewizji” (Galbraith 1999, s. 21).

Istotnym elementem jest też to, na co zwraca uwagę Zygmunt Bauman, jeden z wykładawców Łagowskiego, do którego ten drugi odnosi się zawsze z wielkim

szacunkiem. Nasi przodkowie, zauważa Bauman, właściwie nie mieli narzędzi skutecznego działania na dużą odległość, jednak bardzo rzadko stykali się z cierpieniem ludzi żyjących poza zasięgiem znajdujących się w ich rękach narzędzi. Telewizją całkowicie zmieniła tę sytuację. Codziennie spotykamy się z ogromem udreki ludzi na całym świecie. Pośrednio stykamy się z ich ponurym losem, lecz co do zasady nie mamy większych możliwości ulżenia ich niedoli. Wskutek tej bezsilności cierpi nasze poczucie moralności – jesteśmy świadomi zła, któremu nie jesteśmy w stanie zapobiec (Bauman 2003, s. 212–213). Oczywiście, widzowie często otrzymują *erzac* czynienia dobra – wystarczy wysłać SMS-a, aby uratować głodujące dziecko w Afryce, można wpłacić pieniądze na subkonto danej fundacji, aby jakieś ciężko chore dziecko mogło otrzymać w Stanach Zjednoczonych najnowocześniejszą terapię jakiegś niezwykle rzadkiej i – co szczególnie istotne – fotogenicznej choroby. W tym przemyśle wykorzystywania szlachetnych uczuć moralnych niepoślednią rolę odgrywają ludzie majątni, a właściwie superbogaci. Chyba najlepiej tłumaczy to Adam Smith w „Teorii uczuć moralnych”. Powtórzmy za jego znawczynią: „Nie odrzucając całkowicie pierwiastka samolubnego w postawach człowieka, uznaje on [Smith – dop. S.C.] sympatię za czynnik, który sprawia, że człowiek interesuje się losem innych ludzi i że potrzebne mu jest ich szczęście choćby tylko po to, by zyskać przyjemność, jaką daje fakt, że jest się jego świadkiem. To zainteresowanie losem innego człowieka odbywa się przez współdoznawanie z nim” (Petsch 1989, s. xvii). Przypomnijmy, że pod koniec życia Smith wyżej cenił tę książkę niż słynne – skądinąd częściej cytowane niż czytane – „Bogactwo narodów”. Wyniośli ludzie, którym sprzyja fortuna, czytamy w „Teorii uczuć moralnych”, nie lubią, gdy ludzka niedola ośmiela się zakłócać ich niezamącone poczucie pomyślności. Ludzie wysokiej rangi są obserwowani przez wszystkich, ludzie radośnie wyobrażają sobie radość i triumf, które są trwałym składnikiem ich egzystencji (Smith 1989, s. 74). Wydaje się, że ten stan rzeczy wyjaśnia – przynajmniej w pewnej mierze – fakt, że ludzie majątni i celebryci chętnie uczestniczą w różnej proveniencji balach dobroczynnych i imprezach charytatywnych. Cechą tej klasy próżniaczej – jak i wszelkich jej protoplastów – jest unikanie pożytecznej pracy i przedstawianie różnic majątkowych w kategoriach odmienności intelektualnych czy estetycznych (Veblen 1998, s. 35, 79).

Łagowski zwraca uwagę na fakt o doniosłym znaczeniu, a mianowicie ten, że „Wszystkie trzy władze działają pod presją nieustannie mierzzonej opinii publicznej, interpretowanej przez media. [...] Wola ludu wyrażana w sondażach jest zaledwie półfabrykatem. Pełnowartościowym produktem politycznym staje się dopiero po zinterpretowaniu przez media” (Łagowski 2008, s. 203). Postman podkreśla, że postrzeganie opinii jako mierzalnej fałszuje proces realnego opiniowania, tak istotny dla demokratycznego społeczeństwa. Sondaże są niebezpieczne, ukrywają bowiem przed ludźmi proces opiniowania (Postman 2006, s. 163). Co więcej: „Zanim sondaże urosły w siłę, przywódców politycznych – którzy przecież i wówczas nigdy nie lekceważyli opinii publicznej – oceniano na pod-

stawie zdolności do podejmowania decyzji zgodnych z ich najlepszą wiedzą; byli więc za nie odpowiedzialni. W miarę jak sondaże doskonalały swoje metody i zyskują coraz szerszy zasięg, rośnie nacisk na przywódców, by zrezygnowali z samodzielnego decydowania o czymkolwiek i podporządkowali się opiniom wyborców – niezależnie od tego, jak źle wyborcy owi byłiby poinformowani i jak krótkowzroczne wydawaliby opinie” (Postman 2006, s. 164).

Dodajmy, że sama telewizja ukazuje siebie jako instytucję na wskroś demokratyczną – regularne, cotygodniowe lub nawet codzienne dane telemetryczne decydują o tym, czy dana audycja pojawi się następnym razem na wizji. Programy działają wedle spencerowskiej reguły przetrwania najlepiej przystosowanych. Widzowie w coraz większym stopniu są skłaniani do aktywności (interaktywności), która w rzeczywistości jest zamaskowaną pasywnością. Najdobitniej świadczą o tym różnego rodzaju show, w których uczestnicy starają się zaskarżyć sympatię widzów, decydujących o ich losie w programie. Zwykle o przejściu zawodnika lub zawodniczki do kolejnej rundy decyduje liczba wysłanych, płatnych SMS-ów. Rzecz jasna, właściciele i wysokiej rangi urzędnicy biurokracji medialnych wciąż podkreślają, że są szczerymi demokratami, dającymi odbiorcom tylko to, czego oni sami pragną. Jest to tylko wytarty frazes, odbiorcy bowiem przedstawia się już wybrane przez kogoś programy. Innymi słowy, rację miał Karol Marks, który stwierdził: „Ludzie sami tworzą swoją historię, ale nie tworzą jej dowolnie w wybranych przez siebie okolicznościach, lecz w takich, w jakich się bezpośrednio znaleźli, jakie zostały im dane i przekazane” (Marks 1949, s. 13). W tym kontekście trudno odmówić racji Popperowi, który podkreśla z naciskiem: „Otóż nic w demokracji nie usprawiedliwia tezy tego dyrektora stacji telewizyjnej, dla którego produkowanie coraz marniejszych programów odpowiada zasadom demokracji, «gdyż ludzie tego chcą». Gdyby tak było, to do diabła z demokracją!” (Popper 1996, s. 42–43). W demokracji, powtórzmy za Popperem, nic nie stoi na przeszkodzie, aby ludzie dysponujący wiedzą dzielili się nią z innymi. Takim narzędziem edukacyjnym mogłaby być telewizja, jednak – czego już filozof i zwolennik wolnego rynku nie dodaje – musiałaby być wyłączona z gry sił kapitalistycznych i pogoni za oglądalnością. Celem telewizji, jak można zauważyć, nie jest dostarczanie informacji o rzeczywistości, w gruncie rzeczy ma ona tylko jeden cel, a mianowicie sprzedać produkt. Jest nade wszystko instytucją komercyjną. Jak zaznacza liberał John Condry: „Jej wartości są identyczne z wartościami rynku, a jej struktura i jej funkcjonowanie są odpowiednio do tego celu skontrolowane. Zadaniem ludzi odpowiedzialnych za programy jest przyciągnięcie uwagi publiczności i przykucie jej na tak długo, żeby można było potem nadać reklamę” (Condry 1996, s. 17). Ciekawa wydaje się idea Poppera, aby dostęp do tworzenia programów telewizyjnych ograniczyć instytucjonalnie, poprzez system profesjonalnych licencji i pozwoleń podobny do kształcenia i samorządu lekarzy, które – gdyby ktoś się sprzeniewierzył ustalonym zasadom – byłyby cofnięte, a dana osoba usunięta z zawodu (Popper 1996, s. 47).

Poza sporem pozostaje, że jedną z najbardziej nikczemnych form działania telewizji – a także innych mediów, głównie o charakterze tabloidowym – jest zniesławianie, odarcie ze czci, pozbawienie godności określonych osób. Będzie to przedmiotem analizy w dalszej części artykułu.

Medialne szczucie

Wydaje się, że w dzisiejszym świecie osoby publiczne, zwłaszcza konkurujący ze sobą politycy, skłonni są do wzajemnego oczerniania się, czego skutkiem ubocznym jest postępująca delegitymizacja całej klasy politycznej. Racjonalna postawa nakazuje zatem zachować daleko idącą wstrzemięźliwość wobec zgoła Orwellowskich „dwóch minut nienawiści”. Łagowski zwraca uwagę, że nie jest to niczym nowym – przywołując znaną ze starożytnej Grecji instytucję sykofantów. Medialne seanse nienawiści – w Polsce ich ofiarą padł choćby Lew Rywin – często są powiązane ze zjawiskiem paniki moralnej (*moral panic*): nagłych, gwałtownych wybuchów oburzenia w sytuacji, gdy jakieś zdarzenie (a nade wszystko jego ucieleśnienie w postaci konkretnej osoby lub grupy osób) uznaje się za zagrożenie dla wartości i interesów społecznych (Garland 2008, s. 10).

Łagowski w sposób jednoznaczny wypowiada się w kwestii podstawowych cech dziennikarstwa w Polsce:

Niektórzy studiują teorię propagandy i długo uczą się ją stosować. Okazuje się, że niepotrzebnie. Ludzi uzdolnionych do propagandy jest mnóstwo wokół nas. Perfidna propaganda telewizyjna (celuje w niej TVN) czy gazetowa potrzebuje takich talentów, jakimi są obdarzone kumoszki z targowiska, które na przemian głośnym pyskowaniem i perfidnymi półsłówkami urabiają targowiskową opinię publiczną. Patronem propagandystów jest i niech pozostanie na wieki wieków przeklęty Goebbels. Dobra sprawa nie miała nigdy tak utalentowanego propagandzisty. To się łatwo tłumaczy. Do wybitności w tym fachu oprócz talentu potrzebna jest jeszcze niskość uczuć, cynizm, bezwzględność (Łagowski 2007, s. 49).

Myśliciel uwypukla, że toczona przez media i polityków walka z korupcją sama pod wieloma względami jest przejawem korupcji. Po pierwsze, korupcja oznacza rozkład, zepsucie, a przekupstwo to jedynie jeden z jej – skądinąd nie najważniejszy – wymiarów. Można przypuszczać, twierdzi B. Łagowski, że wciąganie odbiorców w atmosferę oskarżycielstwa i kłamstwa jest większym złem niż nieuczciwie rozstrzygnięty przetarg. Po drugie, w klimacie oskarżycielstwa można oskarżać każdego i o wszystko. Kiedy się nie pamięta, co się robiło konkretnego dnia kilka lat temu, jest to podejrzane. Kiedy się pamięta – również, bo widocznie miało to dla danej osoby znaczenie. Po trzecie, zmasowane oskarżenia partyjno-medialne podważają niezawisłość sądów, decydujących o kwestiach winy bądź niewinności. Po czwarte, Łagowski upatruje w „walce z korupcją” (którą nieodmiennie bierze w cudzysłów), w której liderzy partyjni i medialni nawiązują emocjonalną więź z masami żądnymi karnania, coś gorszego od populizmu

– a mianowicie pelzający faszyzm. Nader ironicznie odpowiada na powszechne odezwy antykorupcyjne, w które włączyli się nawet poeci, postulujący pisanie wierszy na ten temat. Po piąte, środki masowego przekazu chętnie przyjmują rolę ujadającej nagonki na daną osobę lub formację polityczną. Mogą się one sprzymierzyć tylko z taką władzą, która poluje na ludzi (w sensie metaforycznym lub dosłownym) (Łagowski 2007, s. 49–51, 71–74).

Łagowski zwraca uwagę, że manipulacja i podsycanie strachu społeczeństwa nie są skutkiem ubocznym funkcjonowania mediów masowych, lecz są głęboko w nich zakorzenione. Przywołuje stanowisko Josepha A. Schumpetera:

Ponieważ pierwszą rzeczą, jaką człowiek gotowy jest popełnić dla swojego ideału czy interesu, jest kłamstwo, powinniśmy wiedzieć, że skuteczna informacja jest niemal zawsze sfalszowana lub wybiórcza i że skuteczne rozumowanie w polityce polega przede wszystkim na próbach podniesienia pewnych twierdzeń do rangi dogmatów i pozbycia się innych; w sumie sprowadza się to do manipulowania psychiką (Łagowski 2007, s. 217).

Co ciekawe, wezwanie do przyjęcia postawy krytycznej wobec przekazów medialnych jest zbieżne z dywagacjami członków marksistowskiej szkoły frankfurckiej, w tym Ericha Fromma, któremu Łagowski poświęcił nadzwyczaj krytyczny artykuł, zatytułowany „Pałę Fromma” (Łagowski 2008, s. 84–91). Fromm przekonuje, że pożądanym stanowiskiem jest postawa głębokiej nieufności, radykalnego sceptycyzmu i założenie, że prawdopodobnie wszystko to, co słyszymy, jest kłamstwem lub zafalszowaniem. Jest to zdecydowanie zdrowsza postawa od założenia przeciwnego (wiary, iż ludzie z reguły mówią prawdę), gdyż większość tego, co czytamy w gazetach, to zafalszowane interpretacje podawane za fakty, a większość tego, co słyszymy, jest całkowitą nieprawdą, pół prawdą, pół fałszem (Fromm 1997, s. 54).

Stwierdzenie Fromma, moim zdaniem, należałoby uzupełnić – nie należy również wierzyć temu, co widzimy, zwłaszcza wobec siły, z jaką przemawia obraz. Nie dotyczy to jedynie obrazów zainscenizowanych na użytek mediów czy też całkowicie sfalszowanych. Trzeba podkreślić, że jeżeli przekaz werbalny jest sprzeczny z przekazem pozawerbalnym (np. wizualnym), to przejawiamy skłonność do zaufania temu drugiemu. Na przykład początkowo w zachodnioeuropejskich przekazach telewizyjnych z nalotów paktu północnoatlantyckiego (NATO) na Jugosławię w 1998 roku komentarzom pozytywnie odnoszącym się do tych działań towarzyszyły obrazy zniszczeń po bombardowaniach i cierpienia ich ofiar, co u większości widzów wywoływało krytyczną reakcję. Z czasem zadbano o to, by dostarczać mediom efektowne obrazy namierzania określonych celów przez pilotów (np. mostów) i odpalania rakiet, które je niszczą – bez żadnego odniesienia się do tego, jakie niosło to skutki dla lokalnej ludności cywilnej.

Łagowski przypomina o instytucji sykofantów, dobrowolnych oskarżycieli, osób na wół prywatnych, na wół instytucji. Ich uwagę przyciągał każdy obywatel Aten, który w jakiś sposób się wyróżniał. Sykofanci nie cofali się przed wysuwaniem najbardziej absurdalnych oskarżeń, skutkujących wygnaniem lub

śmiercią ich ofiar. Twórca zwycięstwa w bitwie pod Salaminą (jednej z kluczowych w dziejach Europy), Temistokles, musiał uciekać z Aten. Oskarżony przez bezwzględnego sykofanta, Sokrates popełnił samobójstwo. Najlepszym okresem dla sykofantów były czasy, gdy działo się coś istotnego. Sykofanci epoki współczesnej, zaznacza Łagowski, są bardzo podobni do swoich starożytnych protoplastów, lecz obecnie dysponują oni daleko potężniejszymi środkami zniesławiania w postaci prasy wysokonakładowej, radia czy – *last but not least* – telewizji (Łagowski 2004b).

Media skazują niektóre osoby na niesławę, piętnują je, odzierają z wszelkiej godności, a nawet wywołują nienawiść współobywateli. Odwoływanie się do najniższych instynktów stanowi sposób pozyskania masowej publiczności, ze wszystkimi tego konsekwencjami. Szczególnie widoczne stało się to w przypadku Lwa Rywina, którego nazwisko miało się stać synonimem wszelkich (faktycznych i rzekomych) nieprawości III Rzeczypospolitej – a zwłaszcza korupcji. Poniżanie Rywina przybierało nader drastyczne formy: na okładce tygodnika *Wprost* z lutego 2003 roku zamieszczono wizerunek jego głowy w muszli klozetowej. Zdaniem *Wprost*, „Twarz Rywina w klozecie była metaforą moralnego dna części elit III RP, które sytuowały się ponad prawem i moralnością” (Ferfecki 2007). Tej opinii nie podzielił jednak wymiar sprawiedliwości, nakazując w precedensowym wyroku przeproszenie producenta filmowego przez umieszczenie przeprosin na okładce. Uznał, że odwołanie do skojarzeń skatologicznych jest uwłaczające dla każdego człowieka, nawet dla skazanego. Jeśli okładka była satyrą, to mimo wszystko przekraczała dopuszczalne granice, upokarzając i poniżając Rywina. Zdaniem warszawskiego sądu apelacyjnego, motywem zrobienia takiej okładki było „zwiększenie sprzedaży i poniżenie osoby”, a nie zabranie głosu w dyskusji o korupcji (wrób 2008).

Wydaje się, że nieprzerwany strumień propagandy mówiący o uzasadnionej pogardzie, którą ludzie odczuwają wobec skorumpowanej klasy politycznej, służy jedynie dalszemu osłabieniu pozycji polityków i wywołuje kolejną falę krytyki w mediach (Bard, Söderqvist 2006, s. 83). Proces ten przypomina błędne koło, a jego nieuniknioną kulminacją jest śmierć demokracji przedstawicielskiej, całkowita niemoc polityków i dyktatura hiperrealnych mediów. Innymi słowy, „Cały ten proces jest zatem tworzony, kontrolowany, odzwierciedlany i badany przez tę samą grupę, czyli media, a system ten nie toleruje żadnej kontroli, analizy lub krytyki z zewnątrz” (Bard, Söderqvist 2006, s. 84). Analogicznie ujmuje to Łagowski:

We wszystkich krajach demokratycznych obserwujemy falę oskarżycielstwa skierowaną przeciw rządzącym elitom i zastarzałym układom interesów. Czy jest to reakcja na zepsucie rządzących, czy objaw zepsucia samych mediów? A może jedno zbiega się z drugim, bo dzięki czemu „czwarta władza” mogłaby zachować republikańską cnotę, skoro pozostałe władze w szybkim tempie ulegają demoralizacji (Łagowski 1997, s. 168).

Jakkolwiek nie wiadomo mi, aby sam Łagowski w swych tekstach posłużył się kiedykolwiek tą kategorią, wydaje się, że można go uznać za jednego z bardziej przenikliwych rodzimych znawców zjawiska moralnej paniki. Co ważne, moralna panika występuje nie tylko w wiadomościach, lecz również w formatach rozrywkowych. Jej rdzeniem są pewne postawy wobec osób lub zjawisk związanych z zagadnieniami kontroli społecznej (Altheide 2009, s. 79). Narracja strachu przed dewiantami i innymi ludźmi zagrażającymi porządkowi społecznemu jest od lat obecna w wielu różnych mediach, zarówno w prasie, jak i telewizji (Altheide 2009, s. 81–82). W połowie drugiej dekady XXI wieku w Polsce symbolem moralnej paniki była tzw. ustawa o bestiach (trudno o bardziej odczłowieczającą nazwę), pozwalająca trzymać w odosobnieniu ludzi, których uznaje się za zagrożenie dla innych – nawet po odbyciu przez nich wieloletnich wyroków więzienia. Łagowski już w połowie lat 90. ubiegłego wieku – a zatem na długo przed powstaniem partii, która (co sugeruje sama nazwa) budowała kapitał społecznego zaufania do siebie, nawołując do zaostrzenia kar dla przestępców, Prawa i Sprawiedliwości – uwydatnił ważny mechanizm:

Zapytany o pogląd w sprawie publicznej przeciętny człowiek odpowie przeważnie słowami, jakie wyczytał w gazecie lub usłyszał w telewizji. Nie zawsze jednak to, co przychodzi mu łatwo sformułować, wyraża jako rzeczywiste przekonania. Ludzie czują, że wizja rzeczywistości przedstawiona przez media nie jest spójna i nie jest w głębszym sensie prawdziwa. Chętnie wierzą w oskarżenia, ale jednocześnie są przekonani, że media więcej zatajają, niż ujawniają. Czyż bez działania tajemniczych sił sugerowany przez media ogrom nieprawości mógłby pozostać bez kary albo w ogóle zaistnieć? [...] W Polsce, podsycając ogólną podejrzliwość, media budzą oczekiwanie Wielkiego Prokuratora, ale w co obróci się to oczekiwanie i w jakiej postaci pojawi się Wielki Prokurator, to już od mediów nie zależy (Łagowski 1997, s. 168).

Wydaje się rzeczą właściwą, aby wobec powyżej opisanej mocy mediów zadać istotne pytanie o charakter tzw. czwartej władzy, jej usytuowanie w łądzie społecznym. Ta kwestia zostanie zarysowana poniżej.

Między władzą czwartą a piątą

Należy zdawać sobie sprawę, że środki masowego przekazu są uwikłane w gęste sieci zależności – nie tylko od swych odbiorców, polityków, ale również potężnych sił ekonomicznych (takich jak korporacje transnarodowe), które mają znaczący – często główny – wpływ na ich funkcjonowanie. Zjawisko to jest antytezą demokracji – dyrektorzy wykonawczy koncernów nie odpowiadają przed społeczeństwem obywatelskim, lecz przed swymi radami nadzorczymi i akcjonariuszami. Ich jedynym celem jest osiągnięcie zysku, a nie dobrostan społeczny. Polską specyfiką, zaznacza Łagowski, jest ponadto jawnie prezentowana stroniczość polityczna mediów, która nie wpisuje się w oś lewica–prawica, lecz postsolidarność–postkomunizm. Jednym z przejawów supremacji postsolidarnościowych

elit jest rusofobia, będąca wręcz oficjalną ideologią państwową po roku 1989. Co gorsza, fikcyjne – wedle Łagowskiego – zagrożenie ze strony Rosji rodzi już prawdziwe i nader negatywne skutki w postaci bezzasadnych wydatków na zbrojenia. Kwestią, która oburza omawianego myśliciela, jest swoisty rewizjonizm historyczny – rzutowanie obecnych sojuszy na historię, w tym dzieje II wojny światowej. Rodzi to oczywiste pytanie, które można uznać za wariację starego problemu – kto będzie kontrolował kontrolerów. Stąd też Łagowski pozytywnie przyjął ideę oddolnego nadzorowania działalności mediów, uznających siebie za czwartą – choć *de facto* starających się zastąpić wszystkie trzy pozostałe – władzę. Tak dochodzimy do koncepcji tzw. piątej władzy.

Łagowski zwraca uwagę, że każde – w tym, rzecz jasna, i polskie – społeczeństwo potrzebuje nie tylko zrozumieć własne sprawy, lecz także objąć rozumem własne istnienie i świat wokół siebie. Zapewnić to może wyłącznie publiczna dyskusja, prezentacja różnych punktów widzenia i stanowisk oraz nieocenzurowana informacja. W obecnej Polsce nie ma zinstytucjonalizowanej cenzury, niemniej brak wolnego obiegu opinii. Kiedy wyłania się jakaś istotna kwestia, „natychmiast uruchamia się ten piekielny mechanizm konformizujący” i każdy musi mieć w danej sprawie to samo zdanie (Łagowski 2007, s. 488–489). Osobliwością polskiego dziennikarstwa po roku 1989 jest nade wszystko jawna stronnicość polityczna, w zasadzie niedemonstrowana publicznie przez dziennikarzy zachodnich. W polskiej prasie głównego nurtu nie zdarza się nawet przypadkiem uczciwe rozważenie słuszności argumentów, rzeczowe rozpatrzenie racji wszystkich stron sporu czy konfliktu, obiektywne objaśnienie sytuacji. Jedyne w niszowych mediach masowych, które sympatyzują z Sojuszem Lewicy Demokratycznej (SLD), spotyka się bardziej ambiwalentną postawę – rozdarcie między próbą przypodobania się przeciwnikom a pokusą stawienia oporu (Łagowski 1997, s. 168). Odpowiedź na to, jak odbija się to na odbiorcach środków masowego przekazu, jest dość prosta:

Przeciętnego obywatela cechuje brak poczucia rzeczywistości w sprawach wykraczających poza sferę jego realnego działania i prywatnego interesu, niezdolność sądzenia w sprawach polityki wewnętrznej i zewnętrznej. Dotyczy to nawet osób mających wyższe wykształcenie i udaną karierę zawodową (Łagowski 1994, s. 73–74).

Decyzje polskich władz, zaznacza Łagowski, są oceniane przez środki masowego przekazu i polityków różnych opcji według tego, co o nich sądzą „zagraniczne rynki finansowe” i „kapitał spekulacyjny”. Zaznacza przy tym, że nie jest niepodległościowcem i dla niego liczy się przede wszystkim, czy decyzje zapadające w żywotnych sprawach Polski są korzystne czy szkodliwe, a nie, czy zapadają w Polsce lub gdzie indziej. Nie zakłada jednak, że

między naszymi interesami a interesami „rynków finansowych” i kapitału spekulacyjnego istnieje przedustawna harmonia. [...] te „rynk finansowe” i ten kapitał spekulacyjny nieźle zarabiają na nieodpowiedzialności i sprzedajności mediów. Wyjścia z tego położenia nikt nie widzi (Łagowski 2007, s. 134).

Filozof zdaje sobie sprawę, że znaczące uzależnienie rządów od globalnego kapitału powoduje, iż wpływ na politykę zyskują siły, których ani nikt nie wybierał, ani przed nikim nie odpowiadają. Obrazuje tę sytuację rozmowa dziennikarza *New York Timesa* Thomasa Friedmana z premierem Tajlandii, przytaczana w książce „Lexus i drzewo oliwne”. Friedman przyznał, że przyczynił się do usunięcia z urzędu poprzednika premiera, choć nawet nie wiedział, jak się nazywa. Siedział w domu, w piwnicy, i patrzył, jak baht¹ tanieje. Następnie zadzwonił do maklera i nakazał mu wycofanie aktywów ze wschodnioazjatyckich rynków wschodzących. Dziennikarz stwierdził: „Jeden dolar, to jeden głos. Panie premierze, jak się pan czuje z Tomem Friedmanem jako swoim wyborcą?” (Friedman 2001, s. 213). To kpiące sformułowanie wiele mówi o stanie demokracji we współczesnym świecie i pozwala lepiej zrozumieć obserwowane w wielu krajach (w tym europejskich) zniechęcenie do polityki i instytucji demokratycznych. Wybory stają się grą pozorów, a niekiedy nawet farsą, kiedy brak jest alternatywy politycznej, a władze muszą – jak twierdzi dziennikarz – przywdziać „złoty kaftan bezpieczeństwa” (*golden straitjacket*), czyli przyjąć zespół zaleceń sprzyjających napływowi kapitału (niska inflacja, rygorizm budżetowy, prywatyzacja i deregulacja gospodarki), ograniczających pole działania w dziedzinie gospodarki i redystrybucji.

Łagowski zwraca uwagę, że nie sposób ukryć, iż Rzeczpospolita znajduje się w stanie – w jakiejś mierze koniecznej (zdaniem polityków) geopolitycznie, w jakiejś natomiast dobrowolnej – daleko idącej zależności od Stanów Zjednoczonych. Obecnie Polska, za pośrednictwem rządzących „żebrze o rakiety Patriot i choćby pluton amerykańskich żołnierzy” (Łagowski 2012), wręcz błagając o zainstalowanie bazy antyrakietowej w Polsce, choć naraziłoby to nasz kraj na atak jądrowy głównego wroga USA, jakim – w domyśle – jest Rosja.

Wspomnienie o Rosji nie jest przypadkowe. Łagowski konsekwentnie utrzymuje, że rusofobia – zwana przezeń niekiedy „antyrusizmem” – jest oficjalną polską ideologią państwową, co znajduje oczywiste odzwierciedlenie w propagandzie. Owa propaganda demonizuje Rosję, przypisując jej agresywne intencje względem innych państw, w tym sąsiadów – także Polski. Różnego autoramentu – i często samozwańczy – eksperci od tzw. wojny hybrydowej, wojskowości i bezpieczeństwa narodowego straszą rosyjskim atakiem militarnym. Taką postawę można określić mianem absurdu i psychologicznej patologii, w atak Rosji na członka NATO może uwierzyć tylko ten, kto „ma źle w głowie” (Prof. Łagowski... 2014). Łagowski dostrzega w tym znamiona poważniejszego problemu – osłabienia prestiżu prawdy w polityce i kulturze, co w znacznej części dotyczy środków przekazu:

Widzimy, zapewne cyniczne, podejście do emitowanych treści, więc pojęcie wojny informacyjnej jest jak najbardziej odpowiednim pojęciem dla określenia tego, co się obecnie dzieje. Usiłuje się kształtować świadomość mas w różnych krajach,

¹ Waluta Tajlandii.

zwłaszcza w sytuacji konfliktu, za pomocą odpowiednio dobranych treści, bo to nie są informacje, i przeciętny człowiek często temu ulega na zasadzie psychologii tłumu, albo obojętnie na całą dziedzinę polityki, jeżeli ta wojna informacyjna przekroczy już jakieś granice sensu, co się nierzadko zdarza (Prof. Łagowski... 2014).

W sposób równie jednoznaczny, co zasadny, obala przekonanie, jakoby Polacy byli specjalistami od kwestii rosyjskich. Główny nurt poglądów na temat Rosji ukształtował się w warunkach zmagania z rosyjskim – a później radzieckim – imperializmem, w atmosferze wrogości podszytej – kiedyś realnymi, a dziś bezpodstawnymi – obawami przed zbrojną napaścią ze wschodu.

Rusofobia, twierdzi Łagowski, osiągnęła niespotykane wcześniej rozmiary od czasu aneksji Krymu przez Rosję i jej zaangażowanie się w pomoc separatystom we wschodniej Ukrainie. Po pierwsze, Rosjanie w znacznej większości traktują Krym jako nieodłączną część Rosji. Po drugie, „Polski rząd wydaje ogromne sumy na zbrojenia kosztem rozwoju kraju. Jeśli przewiduje wojnę, to powinien budować schrony dla ludności. I budowałby, gdyby Amerykanie mieli schrony do sprzedania. Dla siebie schronów nie potrzebuje, bo wzorem poprzedników w razie wojny ucieknie za granicę” (Prof. Bronisław Łagowski... 2014). Po trzecie, ujawnili się – szczególnie w Internecie – samozwańczy tropiciele piątej kolumny Moskwy. Z żarliwością opisywanych powyżej sykofantów zaliczają oni do *agentów wpływu* Rosji każdego, kto odważy się odejść od tego, co za Ignacio Ramonem nazwać można *la pensée unique* (jedyną myślą). Nawet trzeźwe stwierdzenie, że na Ukrainie giną cywile po obu stronach frontu, jest napiętnowane jako „mówienie Putinem”, co ma być najcięższą obelgą. Można zatem, twierdzi Łagowski, przypuszczać, że w Polsce istnieje jednak cenzura, choć nie znamy jej adresu (Łagowski 2015b). Po czwarte, nawet najbardziej oderwana od realiów teza o Rosji zyskuje posłuch w atmosferze patriotycznego szantażu:

Telewizja ma specjalny zmysł do wyszukiwania półwariatów wzywających do wojny, jak tresowany pies policyjny do wywąchania kokainy. Jeden z takich wywąchanych twierdzi w popularnej telewizji, że Rosja nie tylko może najechać Polskę, ale musi to zrobić. Jej celem bowiem jest stworzenie imperium od Lizbony do Władywostoku, a Polska znajduje się w środku i zawadza. Logiczne. Telewizja, tak jak postawiła w centrum uwagi społecznej brednie o zbrodni smoleńskiej, tak teraz daje polskiemu makkartyzmowi nowe geopolityczne uzasadnienie, w porównaniu z którym dotychczasowa wojownicza retoryka władz rządowych i medialnych będzie się wydawała umiarkowana, a w oczach radykalnych patriotów defetystyczna (Łagowski 2015b).

Nader istotną sprawą, poruszaną przez Łagowskiego, jest przenoszenie nienawiści do Rosji na historię państwa polskiego, aż po twierdzenia, że II Rzeczpospolita powinna się sprzymierzyć z III Rzeszą, aby pokonać Związek Radziecki. Jak przekonuje historyk i publicysta Piotr Zychowicz, „Hitler w latach 1933–1939 darzył Polaków olbrzymim szacunkiem”, „Uważał nas za naród antykomunistów i dzielnych żołnierzy. Jego idolem był Józef Piłsudski” (Czy Polska powinna... 2012). Polacy starali się nawet popsuć Rosjanom świętowanie zwycięstwa nad

hitlerowcami, choć – co wynikało z nazistowskiej ideologii – celem III Rzeszy było, powtórzmy za Łagowskim,

zajęcie przestrzeni zaludnionej przez Słowian. Część z nich miała być wymordowana, pozostali byli przeznaczeni na niewolników w służbie Niemców. Z tego, że tak się nie stało, nie należy wnioskować, że to było niemożliwe. Tak jak hitlerowcy wazyli się na Oświęcim, tak samo mieliby odwagę zaprowadzenia niewolnictwa. Nie udało się z oczywistego powodu: Związek Radziecki zmobilizował wszystkie swoje siły, aby Niemcom na to nie pozwolić. Według niemieckich historyków, 80% strat zadała Niemcom Armia Radziecka (opieram się na artykule prof. Normana Daviesa) (Łagowski 2015a).

Konieczność kontroli tzw. czwartej władzy – która ma ambicje stać się władzą pierwszą, a nawet jedyną – jest dla Łagowskiego oczywista. Życzliwie przywitał on powstanie organizacji Global Media Watch, która miała wziąć pod obronę ofiary mediów – widzów, czytelników i słuchaczy. Jakkolwiek zachował pewną rezerwę wobec ideologii tego radykalnie lewicowego projektu – o którym dowiedział się od wzmiankowanego powyżej Ramoneta, wieloletniego redaktora naczelnego *Le Monde diplomatique* – zwrócił uwagę na tę „nową odmianę ruchu ekologicznego, poszerzającego swoje zainteresowania na skutki działania mediów” (Łagowski 2004a). Należy uwypuklić, że nadzór nad mediami masowymi staje się coraz trudniejszy, gdyż

Hiperkoncerny medialne korzystają z nowych możliwości, jakie otworzyła „neoliberalna” globalizacja, przejmują najrozmaitsze sektory masowej komunikacji w wielu krajach, rozszerzają się na informatykę, elektronikę i telefonię. Stają się głównymi aktorami „neoliberalnej” globalizacji, zdolnymi narzucać społeczeństwom swoją ideologię, wszczynać i wygaszać międzynarodowe „debaty”, prowadzić „brudne wojny” medialne (Łagowski 2004a).

Odbiorcy mają prawo oczekiwać od środków przekazu więcej prawdy i więcej etyki. Należy się przeciwstawić wszechmocnemu panowaniu mediów – potrzebna jest jakaś kontrwładza wobec nich.

Warto przybliżyć genezę metafory mediów (pierwotnie tylko prasy) jako *czwartej władzy*, a właściwie *czwartej stanu* (*the Fourth Estate*), co rzuci nowe światło na rozpatrywaną problematykę. Lord Macaulay w swoich *Essays* (1843) dosłownie konstatuje: „Galeria, na której siedzą reporterzy prasy, stała się czwartym stanem w królestwie”, w którym dotąd uznawało się istnienie trzech stanów – monarchii, szlachty i mieszczaństwa (Toepflitz 2006, s. 70–71). Innymi słowy, prasę oryginalnie postrzegano nie jako kolejną władzę (ta należała do króla, rządu i parlamentu), lecz jako stan, a więc odrębną grupę interesów.

Warto zauważyć, że w drugiej dekadzie XXI wieku miano piątej władzy najczęściej zyskują ludzie, którzy publikują w Internecie, wypełniając funkcje kontrolne tradycyjnych mediów. Symbolem takiego obywatelskiego dziennikarstwa jest Glenn Greenwald, człowiek, do którego zwrócił się sygnalista (*whistleblower*) Edward Snowden, ujawniający skalę inwigilacji globalnej komunikacji elektronicznej przez amerykańskie i brytyjskie służby specjalne. Greenwald

był z wykształcenia prawnikiem, który stał się blogerem, wypowiadającym się w sprawach prywatności, swobód obywatelskich, wojny i technologii. Dodajmy, że wyreżyserowany w roku 2013 przez Billa Condon'a biograficzny film fabularny o Assange'u i WikiLeaks korporacja DreamWorks zatytułowała „Piąta władza” (*The Fifth Estate*), honorując w ten sposób na wpeł formalny status nowych form cyfrowego publikowania, daleko wykraczający poza czwartą władzę. Gwoli ścisłości, Greenwald nie lubi być określany mianem piątej władzy, gdyż politycy, prawnicy i część dziennikarzy próbuje ograniczyć ochronę (na przykład prawo do tajemnicy i niejawnych źródeł) do ludzi, których oni sami uznają za dziennikarzy (Rusbridger 2013).

Kontroli mediów głównego nurtu podejmują się media alternatywne, zwane niekiedy obywatelskimi czy też niezależnymi. Trzeba uwypuklić, że ten podział – przynajmniej w warstwie nazewniczej – ma aspekt wyraźnie wartościujący. Jeżeli przyjąć, że kryterium wyróżnienia stanowi pozycja zajmowana w systemie medialnym, to należałoby wprowadzić generalnie podział na media głównego nurtu i poboczne (niszowe), choć zapewne bardziej adekwatne byłoby stworzenie kontinuum, na którego krańcach znajdowałyby się te dwie kategorie. Warto śladem Immanuela Wallersteina i jego koncepcji systemu-świata (np. Wallerstein 2011) wprowadzić podział środków przekazu na centralne, półperyferyjne i peryferyjne. Istnienie kategorii *mediów niezależnych* samoistnie sugeruje, że przeciwstawiane im *media głównego nurtu* są zależne. Bezspornie, te drugie są bardziej uwikłane w spłot rozlicznych czynników: gospodarczych, politycznych, prawnych itp. Jednakże nie sposób apriorycznie przyjąć, że niezależność jest immanentną cechą *niezależnych mediów*: z pewnością nie są one niezależne od przekonań i postaw ich twórców i odbiorców, którzy często są uczestnikami relacjonowanych wydarzeń.

Podsumowanie

Jakkolwiek powyższa analiza ma z konieczności charakter wstępu, szkicu, to jednak pozwala ona wysnuć pewne wnioski o charakterze ogólnym, choć zakorzenionym w koncepcjach omawianego historyka idei. Warto wskazać najmocniejszy element jego podejścia, jak i pewien wyraźny mankament.

Łagowski doskonale zdaje sobie sprawę, że pytanie o media – szczególnie telewizję – wiąże się w pewnym stopniu z pytaniem o ogólny stan kultury danego społeczeństwa, ostatecznie zaś o ingerencję państwa w tę sferę. Z jednej strony dziewiętnastowieczni liberałowie sprzeciwiali się ingerencji państwa w kulturę, byli bowiem przekonani, że każdy człowiek ze swej natury szuka piękna i pragnie rozwoju intelektualnego. Z drugiej strony od czasów Zygmunta Freuda wiadomo, że człowiekiem kieruje libido i popęd zniszczenia, w tym destrukcji samego siebie. Innymi słowy,

Dzisiejszy człowiek wcale nie pragnie być doskonalszy niż jest, przeciwnie, zdobyty poziom ucywilizowania traktuje jako uciążliwość, „hipokryzję”, „zakłamanie” i nieautentyczność (Łagowski 1997, s. 206–207).

Wydaje się, że filozof pominął fundamentalny wymiar wpływu telewizji – a obecnie i Internetu, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych (*social media*) (Czapnik 2013, s. 30–46) – jej oddziaływanie na dzieci. Być może zgodziłby się on nawet ze swym ideologicznym antagonistą Herbertem Marcuse, według którego

Teraz obserwujemy schyłek wpływu rodziny na wychowanie dziecka, które od wczesnych lat jest poddawane działaniu wzorców konformizmu proponowanych przez szkołę, prasę, radio, telewizję. System oficjalny urabia potrzeby, pragnienia jednostki, określa skalę pożądanych dóbr i usług oraz wzorce tego, co później ona sama zaczyna odczuwać jako swoje szczęście. System kontroli, najczęściej nie-uświadamianej przez jednostkę, przenika do wszystkich zakamków jej prywatnego życia. Steruje nawet jej spontanicznymi reakcjami (Marcuse 1991, s. xxv–xxvi).

Łagowski lekceważy rozrywkę, nawet jeśli trafnie definiuje jej znaczenie dla przeciętnego odbiorcy. W kapitalistycznych państwach liberalnej demokracji starano się ją zaprząć w celu wzmocnienia pewnych tendencji politycznych i ideologicznych. W czasach zimnej wojny CIA celowo kreowało pewne formy kultury (np. magazyn *Commentary*, ukazujący się w Polsce w latach siedemdziesiątych jako *Ameryka*), by promować interesy Stanów Zjednoczonych. John Lennon był nieustannie inwigilowany przez Federalne Biuro Śledcze (FBI), gdy po rozpadzie The Beatles zamieszkał w USA, a funkcjonariusze FBI na jego koncertach równie pracowicie, co niedorzecznie, zapisywali słowa piosenek i żartów z publicznością (Street 2006, s. 65).

Jakkolwiek ogólna konkluzja powyższych rozważań nie jest w najmniejszej mierze optymistyczna, to jednak wydaje się ona – co ważniejsze – na wskroś realistyczna. Zgodnie z duchem rozważań Łagowskiego można przyjąć, że w obecnej neoliberalnej fazie kapitalizmu firmy medialne będą służyć raczej swoim właścicielom aniżeli społeczeństwu. Może – a idąc śladem rozważań Łagowskiego, powinno – być inaczej, choć w tym kontekście byt jest bardzo odległy od powinności. Jak w początkach epoki faszystów pisał Walter Benjamin, „Tylko przez wzgląd na pozbawionych nadziei nadzieja jest nam dana” (cyt. za: Marcuse 1991, s. 314).

Bibliografia

- Altheide D.L. (2009). Moral panic: From sociological concept to public discourse. *Crime, Media, Culture*, t. 5, nr 1, s. 79–99.
- Bard A., Söderqvist J. (2006). Netokracja. Nowa elita władzy i życie po kapitalizmie. Warszawa.
- Bauman Z. (2003). Razem, osobno. Kraków.

- Condry J. (1996). *Złodziejka czasu, niewierna służebnica*. W: J. Condry, K. Popper. *Telewizja. Zagrożenie dla demokracji* (s. 5–35). Warszawa.
- Czapnik S. (2014). (O) błędne powstania i bunty Polaków w XIX i XX wieku w oczach Bronisława Łagowskiego. W: T. Sikorski, M. Śliwa, A. Wątor (red.). *Pieć i niebo Polaków. Powstania narodowe, bunty i rewolucje. Inspiracje, kontynuacje, spory o pamięć* (s. 407–423), t. 1. Kraków.
- Czy Polska powinna była w 1939 roku iść z Hitlerem!? Michał Karnowski rozmawia z Piotrem Zychowiczem, autorem głośnej książki „Pakt Ribbentrop-Beck” (2012). wPolityce.pl, 25.08.2012 [<http://wpolityce.pl/polityka/138697-czy-polska-powinna-byla-w-1939-roku-isc-z-hitlerem-michal-karnowski-rozmawia-z-piotrem-zychowiczem-autorem-glosnej-kniazki-pakt-ribbentrop-beck>; 13.09.2015].
- Perfecki W. (2007). Okładką w mur. *Wprost*, 2.12.2007 [<http://www.wprost.pl/ar/118855/Okladka-w-mur/?pg=0>; 13.09.2015].
- Fisk R. (2007). *The Great War for Civilization. The Conquest of the Middle East*. New York.
- Friedman T. (2001). *Lexus i drzewo oliwne. Zrozumieć globalizację*. Poznań.
- Fromm E. (1997). *O sztuce istnienia*. Warszawa–Wrocław.
- Galbraith J.K. (1999). *Godne społeczeństwo. Program troski o ludzkość*. Warszawa.
- Garland D. (2008). On the concept of moral panic. *Crime, Media, Culture*, t. 4, nr 1, s. 9–30.
- Król M. (1996). *Telewizja i demokracja. Posłowie*. W: J. Condry, K. Popper. *Telewizja. Zagrożenie dla demokracji* (s. 53–77). Warszawa.
- Łagowski B. (1994). *Liberalna kontrrewolucja*. Warszawa.
- Łagowski B. (1997). *Szkice antyspołeczne*. Kraków.
- Łagowski B. (2004a). Potrzebna piąta władza. *Przegląd*, 15.02.2004 [<https://www.tygodnikprzeglad.pl/potrzebna-piata-wladza/>; 30.03.2017].
- Łagowski B. (2004b). Władza sykofantów. *Przegląd*, 27.04.2004 [<http://www.tygodnikprzeglad.pl/wladza-sykofantow/>; 10.03.2016].
- Łagowski B. (2007). *Duch i bezdusność III Rzeczypospolitej. Rozważania*. Kraków.
- Łagowski B. (2008). *Pochwała politycznej bierności*. Elbląg.
- Łagowski B. (2012). Czy leci z nami rząd?. *Przegląd*, 9.04.2012 [<http://www.tygodnikprzeglad.pl/czy-leci-z-nami-rzad/>; 10.03.2016].
- Łagowski B. (2015a). Gruba niewdzięczność. *Przegląd*, 4.05.2015 [<http://www.tygodnikprzeglad.pl/gruba-niewdziecznosc/>; 10.03.2016].
- Łagowski B. (2015b). Piąta kolumna i makkartyzm. *Przegląd*, 9.03.2015 [<http://www.tygodnikprzeglad.pl/piata-kolumna-i-makkartyzm/>; 10.03.2016].
- Łagowski B. (2016). *Polska chora na Rosję*. Warszawa.
- Marcuse H. (1991). *Człowiek jednowymiarowy. Badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*. Warszawa.
- Marks K. (1949). *Osiemnasty Brumaire’a Ludwika Bonaparte*. Warszawa.
- Petsch D. (1989). *Słowo wstępne*. W: A. Smith. *Teoria uczuć moralnych* (s. xi–xxx). Warszawa.
- Popper K. (1996). *Prawo dla telewizji*. W: J. Condry, K. Popper. *Telewizja. Zagrożenie dla demokracji* (s. 37–51). Warszawa.
- Postman N. (2002). *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*. Warszawa.
- Postman N. (2006). *Technopol. Triumf techniki nad kulturą*. Warszawa.
- Prof. Bronisław Łagowski: zajęcie Krymu zostało zrobione na wzór polski (2014). Onet, 7.10.2014 [<http://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/prof-bronislaw-lagowski-rusofobia-to-jest-obecnie-ideologia-panstwowa/51vhw>; 10.03.2016].

- Prof. Łagowski: rusofobia to jest obecnie ideologia państwowa (2014). Onet, 7.10.2014 [<http://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/prof-bronislav-lagowski-rusofobia-to-jest-obecnie-ideologia-panstwowa/51vhw>, 10.03.2016].
- Rusbridger A. (2013). The Snowden Leak and the Public. *New York Review of Books*, 21.11.2013 [<http://www.nybooks.com/articles/2013/11/21/snowden-leaks-and-public/?pagination=false>; 10.03.2016].
- Smith A. (1989). Teoria uczuć moralnych. Warszawa.
- Street J. (2006). Mass media, polityka, demokracja. Kraków.
- Toeplitz K.T. (2006). Dokąd prowadzą nas media. Warszawa.
- Veblen T. (1998). Teoria klasy próżniaczej. Warszawa.
- Wallerstein I. (2011). The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century, 2. ed. Berkeley–Los Angeles.
- Walicki A. (2000). Polskie zmagania z wolnością, wyd. 2. Kraków.
- Walicki A. (2008). Przedmowa. Łagowski jest tylko jeden. W: B. Łagowski. Pochwała politycznej bierności (s. 7–11). Elbląg.
- wrób (2008). Lew Rywin wróci na okładkę *Wprost*. *Gazeta Wyborcza*, 26.01.2008 [<http://wyborcza.pl/1,75478,4871591.html>; 13.09.2015].

STRESZCZENIE

Bronisław Łagowski, polski konserwatywny historyk i filozof idei, oferuje nader interesujące spojrzenie na funkcjonowanie środków masowego przekazu, szczególnie zaś telewizji komercyjnej. Z jego punktu widzenia telewizja jest potężnym i zagrażającym demokracji medium. Łagowski opisuje również polskie media, które – jak uważa – są bardzo stronnice i nasycone ideologią, potępia choćby ich zdecydowaną antyrosyjskość. Z perspektywy myśliciela środki masowego przekazu powinny być kontrolowane przez społeczeństwo, stały się bowiem pierwszą i najważniejszą władzą.

Słowa kluczowe: telewizja, przemoc, stronnicość, teoria mediów masowych, Bronisław Łagowski