

Propaganda i smutna rzeczywistość

Public relations - „publiczne relacje”, „PR”, czy po prostu „pijar”, to jedna z dziedzin komunikowania społecznego, która zastępuje z sukcesem dawną - skompromitowaną przez reżimy totalitarne - propagandę. Dziś ta dawna propaganda, zwłaszcza propaganda sukcesu to coś złego, „pijar” zaś jest dobry, bo modny, nowoczesny i postępowy. Wykłada się go jako naukę na uczelniach, bo zapotrzebowanie na specjalistów od „pijaru”, którzy zatroszczą się o dobry wizerunek firmy, organizacji, rządu, stale rośnie. Niestety, „pijar” czy raczej - powiedzmy to wprost - „pic na wodę fotomontaż” skutecznie wypiera prawdziwe dziennikarstwo. A tylko ono jest dla „pijaru” zagrożeniem, bo „pijar” w przeciwieństwie do prawdziwego dziennikarstwa ma skrywać faktyczny stan rzeczy. Dziś rzecznik prasowy to przede wszystkim „pijarowiec” - funkcjonariusz, od którego pracodawca oczekuje ochrony firmy przed światem zewnętrznym oraz przykrywania wpadek czy niedociągnięć firmy lukrem sukcesu. Prym w tym zawodzie wiodą kobiety, a pierwsze prawo polskiego „pijaru” brzmi: im gorsza instytucja, tym ładniejsza rzecznik prasowa. To ona ma ocieplać wizerunek firmy, zjednywać otoczenie, minimalizować krytykę. I jak tu taką panią rzecznik obwiniać o cokolwiek, jeszcze się rozplacze. Pamiętamy, jak decydujący był udział płaczącej posłanki Beaty Sawickiej w sukcesie wyborczym Platformy. Nie wiemy, ile osób w rządzie Donalda Tuska zajmuje się „pijarem”. Mówi się, że jest ich kilkuset, że bardzo liczy się

z ich zdaniem premier, gdyż posiadli umiejętność przekuwania porażek w sukces partii i rządu, wynosząc „sztukę pijaru” na poziom dawnej propagandy. To właśnie im, pracownikom propagandy, podającym się za „pijarowców”, zawdzięczamy wykoślawiony, fałszywy obraz Polski. Pobyt premiera na targach nowych technologii CeBIT w Hanowerze i jego spotkanie z kanclerz Angeli Merkel dostarczył mediom propagandowego paliwa na kilka dni. „Polska ma największą dynamikę rozwoju przemysłu informatycznego w całej UE” – zakomunikował wiceminister gospodarki Dariusz Bogdan. „Polska posiada jeden z najnowocześniejszych na świecie systemów zakładania działalności gospodarczej – w 15 minut przez internet”. Atrakcją targów okazała się replika prawdziwego domu, „mieszkanie przyszłości”, w którym robot wchodzi w interakcję z człowiekiem. Spodobał się także „asystent osób starszych”. Powodów do dumy z naszego udziału w targach jest znacznie więcej i o to właśnie chodzi, by mówić, mówić jak najwięcej o tym, co ma nas ucieszyć, dowartościować, czym możemy się pochwalić. A że są to typowe propagandowe wodotryski, każdy może sprawdzić, próbując założyć w ciągu 15 minut firmę w internecie.

Natarczywe, wręcz nachalne poszukiwanie przez rząd Donalda Tuska sukcesu może i jest zrozumiałe, bo skoro nikt nas nie chwali, chwalmy się sami. Czy jednak sukcesami można przykrywać totalne klęski, tematy wstydlive, wręcz kompromitujące nas w świecie. Polska znajduje się na jednym z

ostatnich miejsc w Europie (za nami tylko Rumunia i Bułgaria) pod względem wyżywienia dzieci. 800 tysięcy dzieci głoduje - wynika z raportu „Głód i niedożywienie dzieci w Polsce”, opracowanego przez Dom Badawczy Maison. W miastach powyżej 200 tysięcy mieszkańców głoduje co 10 dziecko. Oto prawdziwa skala naszej „innovacyjności”, „postępu technologicznego”, „unowocześnienia”, itd.

Spece premiera od propagandy milcza, gdy dociera do nich wiadomość o śmierci 2.5-letniej Dominiki, 3.5-miesięcznego Bartka, 9-letniej Karoliny, dzieci, którym nikt nie udzielił na czas pomocy. Gdyby ci spece wystukali sobie w internecie tylko dwa słowa „zmarło dziecko”, znaleźliby prawdziwy obraz naszej służby zdrowia pod rządami Platformy. To nie jest żadna „służba”, to bezlitosne przedsiębiorstwo, które w ramach „systemu” odhumanizowano i nastawiono na zysk. Żałosne, wręcz niemoralne jest chwalenie się „wysokimi technologiami”, gdy chore, umierające dziecko musi czekać na karetkę i gdy tyle dzieci głoduje.

Wojciech Reszczyński

326Nasz Dziennik 07.03.13