

## **Spreparowana rzeczywistość**

Nigdy jeszcze sprawowanie władzy nie było tak proste jak dzisiaj. Trzeba tylko zaakceptować kilka, jeszcze do niedawna nieetycznych warunków. Przede wszystkim postawić na aparat „pijarowski”, czyli zgromadzić wokół siebie speców od sprzedaży, reklamy i promocji wizerunku, tzw. „picerów”.

Okazuje się, że medialna „sprzedaż” polityka niewiele różni się od sprzedaży dowolnego towaru ze sklepowej półki. Mają tu zastosowanie takie same prawa i mechanizmy rynkowe. Tak samo najważniejsze jest wychwalanie zalet produktu i ukrywanie jego wad, a kiedy się one ujawnią, wmawianie ludziom, że są to zalety. W przypadku polityka wmawia się klientom, czyli obywatelom, że wszystko, co on robi, jest dla ich dobra. Pewnie dlatego premier najpierw specjalnie ujawnił dziennikarzom, że w młodości zażywał narkotyki, by potem publicznie odciąć się od tego incydentu (czy to był rzeczywiście incydent) i poważnym tonem głosić morały o szkodliwości zażywania narkotyków przez młodzież.

Opinia publiczna przebadana wcześniej na okoliczność ujawnienia błędów młodości premiera nawet nie przeczuwała, że jeszcze o niczym nie widząc, wszystko już wybaczyła. Ale nawet gdyby rzeczywiście o niczym nie wiedziała, faktem jest, że niektóre negatywne epizody z życia polityków mogą upiększać ich wizerunek i na to liczy Donald Tusk.

Po ujawnieniu skłonności do kielicha u Aleksandra Kwaśniewskiego jego notowania szły w górę. „To normalny człowiek mówiono z podziwem, jeden z nas”.

„Polityka miłości”, z jaką wystąpił na początku swoich rządów Donald Tusk, wciąż ma wielu zwolenników. Badania potwierdzają bardzo wysokie notowania partii rządzącej i premiera. Jest to możliwe dzięki wsparciu większości mediów, dla których najważniejszym, a może nawet jedynym sukcesem Tuska, jest to, że władzy nie sprawuje PiS pod przywództwem Jarosława Kaczyńskiego. Jesteśmy gotowi nawet uwierzyć w tę reklamową rzeczywistość, zdają się mówić zakorzenieni w PRL-u oligarchowie – przeciwnicy lustracji i apologeci III RP.

Byleby nasze interesy rozwijały się tak samo dobrze jak przez minione lata.

A co na to ci, których utarło się nazywać „zwykłymi ludźmi”, bo to o ich głosy toczy się walka? Powinni zaakceptować reklamową rzeczywistość jako prawdziwą, bardzo dla nich korzystną i przyjazną. Pomagają w tym przeróżne badania i sondaże. Ostatnio na zamówienie portalu Gazeta.pl ośrodek IQS Quant Group przeprowadził sondaż na temat prywatyzacji szpitali. Na pytanie, czy czuje się Pan/Pani wprowadzony/a w błąd przez Platformę Obywatelską w sprawie prywatyzowania szpitali, „tak” odpowiedziało 25%, „nie” 45%, „ani tak, ani nie” 17%, a bez zdania było 13% respondentów. Oczywiście tak sformułowane pytania musiało dać takie, a nie inne wyniki.

A warto byłoby wiedzieć jaki procent z tych 45%

„niewprowadzonych w błąd”, czyli nieoszukanych, odpowiedział „nie”, bo zdawał sobie sprawę, że nie może go oszukać żaden oszust, a tym bardziej partia polityczna, która od początku lekceważy swoje wyborcze obietnice.

Stalin mówił, że nieważne, kto głosuje, ważne, kto liczy głosy. Oczywiście ta formuła w warunkach demokracji nie jest zbyt aktualna, ale pod ręką jest inna, trochę tylko zmodyfikowana. Ważne, żeby tak sformułować pytanie, aby odpowiedź na nie była po naszej myśli.

Gdyby zaś mnie zapytano, jaki prezentowany ostatnio sondaż wywołał u mnie największy szok, musiałbym wskazać badanie przeprowadzone przez firmę BAV Consulting. Na próbie 3026 respondentów przeprowadziła ona badania 1300 marek, w tym 99 marek medialnych. Ranking uwzględniał trzy wybrane cechy marek medialnych: inteligentna, arogancka, odpowiedzialna społecznie. Kto wygrał koteczku? W kategorii inteligencja i odpowiedzialność społeczna – oczywiście TVN. W kategorii arogancja na pierwszym miejscu znalazło się Radio Maryja, a na drugim TV TRWAM.

Czy wyniki tego sondażu są faktycznie odbiciem rzeczywistości? Chyba że chodzi o rzeczywistość spreparowaną przez media.

Może znajdzie się jakaś firma sondażowa, która przeprowadzi badania w kategorii: „urabianie opinii publicznej”.

**Wojciech Reszczyński**

„Nasz Dziennik” 15.05.08

