

Jan P. Hudzik*

O prawdziwości naiwnej teorii mediów i polityki. Wokół Noama Chomsky'ego

On the veracity of naive theory of media and politics.
Around Noam Chomsky

STUDIA I ANALIZY

Słowa kluczowe: Noam Chomsky, teoria polityki, propaganda, public relations, media, demokracja, kapitalizm, globalne platformy

Key words: Noam Chomsky, political theory, propaganda, public relations, media, democracy, capitalism, global platforms

Abstrakt: Noamowi Chomsky'emu zarzuca się naiwne rozumienie polityki. Jest on swym politycznym poglądom wierny nawet w wieku 96 lat, co nie przeszkadza mu – jak twierdzą komentatorzy – *still speaking hard truths*. Na czym miałyby polegać dzisiaj owe „bolesne prawdy” naiwnej teorii polityki sprowadzonej do propagandy i public relations? Co mówią one o „inżynierii zgody” w Internecie – gdzie jej tam szukać i jak identyfikować jej mechanizmy, żeby móc przed nią się obronić? Autor artykułu rekonstruuje genealogię Chomsky'ego koncepcji polityki i mediów, poddaje krytycznej analizie jego teorionaukowe podejścia do badań społecznych, szczególnie politologicznych. Testuje prawdziwość/trafność tej koncepcji w odniesieniu do demokracji i kapitalizmu w warunkach cywilizacji cyfrowej i dominacji globalnych platform. Stawia przewrotną hipotezę, według której poglądy Chomsky'ego na media i politykę są naiwne, ale w swej naiwności niepozbawione krytycyzmu, prawdziwości i ponadczasowości – zawierają evergreen content.

Abstract: Noam Chomsky has been accused of having a naive understanding of politics. He remains faithful to his political views even at the age of 96, which does not prevent him, according to commentators, from *still speaking hard truths*. What would these 'hard

* ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4806-7840>; profesor filozofii, Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. E-mail: jan.p.hudzik@gmail.com.

truths' of naive political theory reduced to propaganda and public relations consist of today? What do they say about 'the engineering of consent' on the Internet – where to look for it and how to identify its mechanisms in order to defend against it? The author of this article reconstructs the genealogy of Chomsky's concept of politics and the media, and critically analyses his metatheoretical approaches to social studies, especially political science. He tests the veracity/accuracy of this concept in relation to democracy and capitalism under the conditions of digital civilisation and the domination of global platforms. He poses the perverse hypothesis that Chomsky's views on media and politics are naïve, but in their naivety not devoid of criticism, truthfulness and timelessness – they contain evergreen content.

Uwagi wstępne

Pod koniec lat 80. minionego wieku Noam Chomsky apelował do obywateli demokratycznych społeczeństw, żeby przeszli „kurs intelektualnej samoobrony, chronili się przed manipulacją i kontrolą, i położyli podwaliny pod bardziej prawdziwą demokrację”¹. Było to dawno temu, w ekosystemie mediów masowych. Wydaje się jednak, że apel nie stracił na aktualności w dobie cywilizacji cyfrowej – przeciwnie, nabrał w niej jeszcze dramatyzmu. Żyjemy przecież w świecie, w którym władza mediów skoncentrowana jest w rękach kilku osób, właścicieli dużych platform i wyszukiwarek internetowych. Mają oni klucz do królestwa informacji, kształtują dyskurs publiczny i ramy percepcyjne w skali globalnej. Kilka korporacji kontroluje światowy system informacyjny. GAFAM – Google, Amazon, Facebook (aktualnie Meta Platforms), Apple i Microsoft (plus aplikacje Twitter – obecnie X – i, tym razem chiński, TikTok) to nie tylko źródła wiadomości i informacji – to również jedne z największych na świecie agencji reklamowych. Państwa nadal jeszcze rządzą, ale to platformy panują nad naszymi umysłami i zachowaniami, dzięki stosowaniu algorytmów „krystalizują opinię publiczną” i wdrażają politykę za pomocą mechanizmów państwa. Gigantyczny kapitał i polityka uwikłane są w wielorakie zależności i wspólne interesy, o czym publiczność może dowiedzieć się jedynie przypadkiem, tak jak chociażby wtedy, gdy Elon Musk ujawni (w lipcu 2024 roku), że Unia Europejska żąda od niego cenzury – potajemnego ograniczania treści na platformie X. Denuncjator zdradza, że te same oczekiwania organizacja ta kieruje także wobec wszystkich innych właścicieli wielkich platform cyfrowych, na co oni mają wyrażać zgodę. Lub przy okazji sejmowej komisji śledczej ds. Pegasusa – programu komputerowego, który państwo kupuje w prywatnej firmie

¹ N. Chomsky, *Preface*, [w:] *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*, South End Press, Pluto Press, Boston 1989.

w celu „totalnej inwigilacji” swoich obywateli, przynajmniej w opinii członków tejże komisji.

To dość naiwne spojrzenie na politykę – nie ogranicza się ona przecież tylko do propagandy, za pomocą której władza, polityczny i biznesowy establishment, poprzez kontrolę mediów kształtuje opinię publiczną. Ale Chomsky, z wykształcenia językoznawca, filozof i matematyk, mniej więcej tak właśnie rozumie politykę chyba od czasu, gdy jako dziesięciolatek (!) – czyli w 1938 roku – zainteresował się nią i napisał swój pierwszy esej na temat hiszpańskiej wojny domowej. W grudniu 2024 roku skończył 96 lat (rocznik 1928), *still speaking hard truths*, jak donoszą życzliwi mu komentatorzy. Na czym miałyby polegać dzisiaj owe „bolesne prawdy” naiwnej teorii polityki sprowadzonej do propagandy i *public relations*? Co mówią one o „inżynierii zgody” w Internecie – gdzie jej tam szukać i jak identyfikować jej mechanizmy, żeby móc przed nią się obronić?

Poniżej próbuję odpowiedzieć na te pytania. Artykuł należałoby właściwie potraktować jako notatki z „kursu intelektualnej samoobrony”. Akcent stawiam na „notatki” – nie ma to być żaden systematyczny wykład, nie ma też w nim żadnych rewelacyjnych odkryć na temat propagandy i manipulacji. Sprawy to bowiem dobrze znane i zbyt wiele już o nich napisano. Za przewodnika posłuży mi Chomsky – odtworzę krótko genealogię jego koncepcji polityki i mediów, i przeanalizuję krytycznie jego teorionaukowe podejście do badań społecznych, szczególnie politologicznych. Stawiam i zamierzam potwierdzić dość przewrotną hipotezę, według której jego poglądy na media i politykę są naiwne, ale w swej naiwności niepozbawione jednak krytycyzmu, prawdziwości i ponadczasowości – używając zaś frazy obcej, można by powiedzieć, że zawierają *evergreen content*.

Chomsky i analiza polityczna: nauka i naiwność

W latach 1980–1992 w indeksie cytowań Arts and Humanities Citation Chomsky pojawił się jako najczęściej cytowana żyjąca osoba w tym okresie (w odniesieniu zaś do wszystkich znalazł się on na tej liście zaraz za Freudem i przed Heglem)², pomimo tego że jednocześnie pozostawał – i do dziś nic się w tej sprawie nie zmieniło – w zdeklarowanej opozycji do medialnego mainstreamu, uznany w nim za *persona non grata*. Już w końcu lat 70. minionego wieku «New York Times» pisał o nim, że „jest prawdopodobnie najważniejszym

² *Chomsky is Citation Champ*, «MIT News on Campus and Around The World», <https://news.mit.edu/1992/citation-0415> (5.09.2024).

żyjącym dziś intelektualistą”, który wszelako ma być – w opinii redaktora – niepokojąco rozdwojony (ang. *divided*). Z jednej strony zdobył on bowiem światowe uznanie na polu lingwistyki – jego rewolucyjne dokonania w tym zakresie znane i zrozumiałe są tylko nielicznym – lingwistom i filozofom. Z drugiej natomiast, jest autorem (już wówczas) pokaźnej liczby pism politycznych, dostępnych dla każdego, często „szalenie naiwnych”. Stąd i tytułowy „problem Chomsky’ego”, który ma polegać na wyjaśnieniu, „jak te dwa elementy do siebie pasują”³.

Intuicja zdaje się trafna i do dziś aktualna. Faktycznie, autor ten wykazuje naiwność niejako na dwóch poziomach – po pierwsze w swojej metateoretycznej refleksji nad badaniami społecznymi, po drugie w samym rozumieniu relacji między polityką, mediami a społeczeństwem. Spróbuję to krótko omówić.

Zacznę niejako od końca. Otóż wydaje się, że najlepszej odpowiedzi na zadane przez nowojorskiego dziennikarza pytanie udziela sam Chomsky, kiedy w jednym z wywiadów (z 1982 roku) tłumaczy:

lingwistyka to gałąź nauki, ciężka praca intelektualna. Analiza polityczna, szczerze mówiąc, nie. Myślę, że jest to w zasięgu zwykłej osoby, która nie ma żadnego specjalnego przeszkolenia i po prostu chce kierować się zdrowym rozsądkiem, aby zwrócić uwagę na dostępną dokumentację i wykazać się odrobiną staranności w poszukiwaniu czegoś poza tym, co jest na powierzchni⁴.

To dość naiwne tłumaczenie, co bynajmniej nie pozbawia go prawdziwości. Naiwność, jako cecha charakteru, polega na bezkrytycznym wierzeniu innym i postępowaniu w sposób prosty i szczerzy. Jeśli przejawia się ona w prostych, dychotomicznych podziałach zjawisk społecznych oraz metod ich badania – naukowe vs. nienaukowe, ilościowe vs. jakościowe, lingwistyczne vs. socjologiczne – to nie oznacza to od razu, że podziały te nie są oparte na pewnym realistycznym oglądzie rzeczy. Mowa o zjawiskach złożonych i wieloznacznych, które Mirosław Karwat nazywa syndromatycznymi, tzn. takimi, których istotę „określamy przez splot pewnych cech i kontekstów, przez to, co charakteryzuje sprzężenie ze sobą kilku komponentów”⁵. Do wyjaśniania pojęć tego typu zjawisk nie może mieć więc dlatego wyłączności żadna uniwersalna teoria, metoda, model, ani schemat poznawczy. Nie oznacza to jednak, że nie ma

³ P. Robinson, *The Chomsky Problem*, «The New York Times» 25.02.1979, <https://www.nytimes.com/1979/02/25/archives/the-chomsky-problem-chomsky.html> (5.09.2024).

⁴ N. Solomon, *Noam Chomsky at 95: Still speaking hard truths, still ignored by mainstream media*, «Salon» 15.12.2023.

⁵ M. Karwat, *Manipulacja. Rewizja stereotypów*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2022, s. 492. Więcej na ten temat zob. tenże, *Syndromatyczny charakter przedmiotu nauki o polityce*, [w:] K.A. Wojtaszczyk, A. Mirska (red.), *Demokratyczna Polska w globalizującym się świecie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

sensu wyjaśniać tych pojęć, wydobywać na światło dzienne ich ingredience. Można to czynić przy założeniu, że składniki te zawsze będą niekompletne i nie dość wyraźne, czyli nie będą pozwalały ani opisać dokładnie i wyczerpująco tych zjawisk, ani precyzyjnie odróżnić ich od innych. Proponowany przez Chomsky'ego podział podejść badawczych na naukowe i zdroworozsądkowe nie musi być dlatego od razu bezwartościowy ani z poznawczego, ani z pragmatycznego (odnoszącego się do ludzkich działań) punktu widzenia. Jego krytyczna – „staranna” – analiza danych tworzy pewien unikalny schemat poznawczy. Oparte na nim twierdzenia mają charakter prawdziwościowy, to znaczy taki, że ich wartość logiczna nie musi zależeć od ich treści, lecz od wartości logicznej przemawiających za nimi argumentów.

Naiwność właściwa jest samej idei scjentyzmu, którą Chomsky niejako mechanicznie powtarza w swoim dyskursie o naukach społecznych (pomiędzy świadomie jego rozległe filozoficzno-metodologiczno-historyczne analizy empiryzmu i racjonalizmu związane ze studiami nad językiem⁶). Logika obliczeń i kwantyfikacji zastosowana do zjawisk społecznych – tak samo do języka, jak i do sztuki, nauki, religii czy polityki – to stanowisko oparte na naturalizmie, czyli przekonaniu, że jedynie liczby mają dostęp do „natury” rzeczy, a dokładnie: prawa w postaci przedstawianych liczbowo zależności między zjawiskami. Chomsky nie specjalizuje się w teorii nauki i najpewniej nie zna tradycji metodologicznej (ograniczę się tylko do tej najstarszej) odwołującej się do Arystotelesowskiej maksymy, według której nie we wszystkich wywodach należy szukać tego samego stopnia ścisłości. Dla niego istnieje tylko jeden stopień ścisłości, który Stagiryta przypisałby rozumowaniu apodyktycznemu, czyli „rzeczywistemu dowodzeniu”, polegającemu na wyprowadzaniu wniosków w drodze sylogizmu z bezspornych przesłanek (nie może być inaczej: jest tak i tak)⁷. Takie rozumowanie, zdaniem Filozofa, nie wyczerpuje jednak kwalifikacji naukowości. W badaniach naukowych występuje bowiem także rozumowanie typu dialektycznego, czyli takie, które wychodzi z przesłanek prawdopodobnych. Można z nich wyprowadzić co najmniej dwa poprawne wnioski, trzeba tylko określić, który z nich lepiej nadaje się do przyjęcia, jest bardziej trafny, bardziej prawdopodobny i w tym sensie prawdziwszy. I to z takim właśnie rozumowaniem mamy najczęściej do czynienia w obrębie badań społecznych. Odwołują się one – podobnie, jak każdy z nas na co dzień – również do zdroworozsądkowego postrzegania świata, które jest uwarunkowane miejscem i czasem występowania. Badania naukowe mają więc za

⁶ Zob. na ten temat np. N. Chomsky, *Empiricism and Rationalism*, Excerpted from *Language and Responsibility*, Pantheon, 1977, <https://chomsky.info/responsibility02/> (16.09.2024).

⁷ Arystoteles, *Retoryka*, w tenże, *Retoryka – Poetyka*, przeł. H. Podbielski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1988, s. 64–67.

zadanie ustalać w toku krytycznego przeglądu definicji zastanych sposobów rozumienia rzeczywistości właściwy im stopień – i teraz trzeba by szczegółowo wyjaśnić każdą z tych kategorii, na co w tym wywodzie nie ma miejsca – ścisłości/trafności/prawdopodobieństwa/prawdziwości. Takie operacje na *common sense* wymagają jednak odpowiednich kompetencji i stosownego treningu. Chomsky sądzi inaczej – zdaje się bardziej elitarny i rygorystyczny, naukę ogranicza tylko do *science*. Matematyk bierze w nim górę. I z uporem tłumaczy:

Natura jest nieustępliwa. Nie da się majstrować przy matce naturze, to twarda pani. Dlatego w dziedzinie nauk przyrodniczych jesteśmy zmuszeni postępować uczciwie. W innych dziedzinach nie musimy być uczciwi. Oczywiście istnieją standardy; z drugiej strony są one bardzo słabe. Jeśli to, co proponujemy, jest ideologicznie do przyjęcia, to znaczy wspomaga system władzy, można uniknąć ogromnej liczby problemów⁸.

Autor tych słów zarówno w praktyce, jaki i w teorii, w życiu i w badaniach zachowuje się jednak niezmiennie uczciwie i reprezentuje poglądy ideologiczne nie do przyjęcia przez system władzy. Nigdy nie wspomagał on polityki Stanów Zjednoczonych, przeciwnie: był (i nadal jest) jej radykalnym krytykiem, narażając się na represje i swoisty ostracyzm. Nie jest ulubieńcem opiniotwórczych mediów, nie pojawia się w wydawnictwach, czasopismach, ani programach tv głównego nurtu – nie należy do ich komentariatu. Krytykuje kolejne administracje za ich imperialną politykę zagraniczną, obalanie obcych rządów, instalowanie dyktatur wojskowych rabujących i terroryzujących własne społeczeństwa, za destabilizowanie całych regionów geograficznych – Ameryki Środkowej i Południowej, Bliskiego Wschodu i Azji Południowo-Wschodniej – wzniecanie wojen w Laosie, Kambodży, Wietnamie, Iraku, Afganistanie. W oparciu o wnikliwe analizy danych bezpardonowo demaskuje propagandę mediów, *produkujących zgodę* obywateli na taką politykę.

Jest konserwatystą przynajmniej w tym sensie, że przywraca zdrowemu rozsądkowi zapomnianą, nienowoczesną funkcję głosu sumienia. Szczerość, szlachetność, dające się odczytać jako życiowa naiwność – na wzór biblijnego „tak, znaczy: tak, a nie: nie” (Mt 5, 37–40) – w przekonaniach politycznych, nakazują mu także wiązać badania naukowe z „dobrą robotą”, charakteryzującą się uczciwością i starannością. To cechy *społegliwego opiekuna* (by skorzystać z pojęć Tadeusza Kotarbińskiego), na którym można polegać, któremu można zaufać – osobowości zintegrowanej, silnej, spójnej. Analogie między życiem i refleksją, praktyką i teorią właściwe są jednak bardziej stanowiskom pragmatycznym niż scjentystycznym. Dla tych, którzy nastawieni są na odkrywanie samej prawdy i tylko prawdy, danej w rozumowaniu „apodyktycznym”, liczy się tylko obiektywizm, oparty na założeniu o neutralności aksjologicznej bada-

⁸ N. Chomsky, *O anarchizmie*, przeł. S. Baranowski, Vis-à-vis Etiuda, Kraków 2021, s. 118.

cza, jego bezstronności, niezależności od wszelkich preferencji, przekonań, przesądów, wolności wreszcie od... samego siebie, od własnych dyspozycji osobowościowych.

Obiektywizm, który osiąga się w badaniach ogólnie zwanych interpretacyjnymi lub hermeneutycznymi – w naukach społecznych i humanistycznych – jest czymś innym. Jest zadaniem, celem, który rysuje się stale tylko na horyzoncie procesu badawczego, osiągany na drodze powracania do poprzednich etapów, korygowania popełnianych dotychczas błędów, doprecyzowywania stosowanych pojęć i metod poznawczych, uwzględniania coraz to nowych związków i zależności, w które uwikłany jest przedmiot badań. Horyzont badań humanistyczno-społecznych przesuwają się dlatego i zatacza kręgi wraz z tworzonymi przez nie pojęciami⁹. Badacz zdaje sobie sprawę z tego, że to, czym się zajmuje zmienia się wraz z nim samym, wraz ze zmianą perspektywy, ram percepcyjnych lub dyskursów, w których to coś mu się pojawia i za pomocą których wypowiada się o tym. Że to także jego własne przekonania i namietności służą mu w osiągnięciu obiektywizmu, ponieważ podlegają testowi obowiązujących w danym środowisku (patrz: „paradygmat” Kuhna) kryteriów poprawności badań, ich rzetelności, uczciwości i skrupulatności. Czy wobec tego możliwy jest w ogóle jakiś wolny od wartościowania i oceniania opis lub inne przedstawienie rzeczywistości? A może raczej jest tak, że każde przedstawienie nosi na sobie nie tylko piętno nastawień i intencji, z których powstało i którym ma ono służyć, lecz także ślady medium, które samo jest przekazem, jak głosi teza McLuhana? Chomsky-naturalista nie przeżywa takich metodologicznych dylematów. Chomsky-analityk polityczny – choć nie wprost, to jednak faktycznie z nimi się mierzy. Jest naiwny na poziomie refleksji naukowawczej – *de iure* – ale w praktyce badawczej, czyli *de facto* – krytyczny, roztropny i realistyczny.

Na zakończenie tej części artykułu jeszcze jedna uwaga: naukowe, racjonalne i wielostronne poznanie rzeczywistości, ma być intersubiektywnie komunikowalne i poznawalne¹⁰. To zaś możliwe jest przy zastosowaniu różnych metod akceptacji wiedzy, różnych miar jej ścisłości. Wszystkie muszą jednakowoż ostatecznie odwoływać się do doświadczenia. Matematyczne przyrodoznawstwo, realizujące nowoczesną koncepcję nauki, oparte było na ilościowym opisie zjawisk, dla którego konstruuje się ich idealizacje, czyli modele teoretyczne. Empiryczna treść musi się dać w nie włożyć. Podstawowym źródłem

⁹ Zob. M. Ball, *Wędrujące pojęcia w naukach humanistycznych: krótki przewodnik*, przeł. M. Bucholc, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2012.

¹⁰ Zob. K. Ajdukiewicz, *Zagadnienia i kierunki filozofii. Teoria poznania. Metafizyka*, „Czytelnik”, Warszawa 1983, s. 72.

nauki nadal – i tu nic się nie zmienia do czasów Arystotelesa – nie są abstrakcyjne pojęcia i dyskursywny rozum, lecz konkrety dane w doświadczeniu¹¹.

Chomsky konstruuje modele zjawisk politycznych – świadomie upraszczające, przybliżeniowe, nawet idealizacyjne – w przeważającej mierze w oparciu o poznanie „naiwne” w znaczeniu potoczne, zdroworozsądkowe. Taka teoriopoznawcza koncepcja nabywania wiedzy ma – w zamierzeniu – uchronić teoretyczne myślenie przed zerwaniem osobistego kontaktu badacza z odnośnymi zjawiskami. Racjonalny obraz świata nie może być wolny od poglądów i ideowych zaangażowań jego twórcy. Chomsky o tym wie – i na ukazaniu tego momentu w swych humanistycznych narracjach najbardziej mu zależy.

Krytyka badań naukowych

Nie ma ideologicznie niezaangażowanych badań społecznych – tu zgoda z Chomsky'm – co jednak – i tu już zgody nie ma – nie pozbawia ich charakteru naukowego. Tak czy inaczej, do pierwszej części tego twierdzenia dochodzi on na własny sposób, przypisując manipulację i kontrolę społeczną wszelkim formom publicznej aktywności ludzi – naukowców i nie-naukowców – których zalicza do grupy/klas nazywanej czasem przez niego po prostu „inteligencją” (o czym jeszcze poniżej). Ale to by oznaczało, że da się jednak również „majstrować przy naturze”, że liczby w nauce nie są aksjologicznie neutralnym nośnikiem informacji. Wykorzystywane są na rzecz ideologii mechanicznego determinizmu szczególnie w teorii nauk społecznych, powiedzmy takich jak ekonomia (odwołująca się do uniwersalnych praw wolnego rynku, analogicznych do praw fizyki), czy historia (odkrywająca uniwersalne prawa rozwoju dziejów). Lewicowo zorientowani badacze społeczni rozpoznają te formy determinizmu jako produkt „burżuazyjnej wiary”, której przeciwstawiają myśl krytyczną, podkreślającą „cechy ludzkie, takie jak na przykład zdolność człowieka do zmieniania świata i uczynienie z niego wspólnego świata, z którego wszyscy skorzystają”¹². A takie talenty idą w parze z uczciwością. Tu zgoda.

Relacje międzyludzkie nie mają charakteru mechanicznego, nie da się więc ich traktować tylko (!) jako środki do realizacji określonych celów. Nie da się też dlatego zaprogramować prawdziwego wpływu technologii na społec-

¹¹ Więcej na ten temat zob. S. Kamiński, *Pojęcie nauki i klasyfikacja nauk*, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1981, s. 66–67, 193–194.

¹² Ch. Fuchs, *Communication and Capitalism. A Critical Theory*, University of Westminster Press, London 2020, s. 169.

czeństwo, ponieważ nie stanowią one odrębnego od niego bytu, nie rządzą się niezależnymi od niego racjonalnościami. Słowo „technologia” powstało od dwóch greckich słów: *techne* – sztuka, rzemiosło, wykonywanie czegoś zgodnie z regułami – oraz *logos*: słowo, ale także rozum, zasada prawdziwości. Używanie urządzeń technicznych wiąże się z określonymi praktykami społecznymi, zastanymi sposobami ich rozumienia. Szczególnie technologie nowoczesne to zjawiska syndromatyczne, które należy rozumieć w kategoriach mikstury rozmaitych czynników, ich powiązań i uwarunkowań. Wzięte z osobna nie są one niczym specyficznym – np. smartfon służy jako komputer, telefon lub telewizor, ale przecież nie jest tylko ani jednym, ani drugim, ani trzecim. Razem tworzą nową jakość, nie stanowią prostej sumy składników. Oddziaływanie na siebie różnych czynników skutkuje nieprzewidywalnymi synergiami. Żadna technologia nie ma dlatego tylko jednego wpływu na społeczeństwo, który wywoływałby z góry określone i przewidywalne skutki. Technologia to medium i struktura, które – jak wnioskuje austriacki socjolog, Christian Fuchs – umożliwiają i ograniczają określone praktyki społeczne, ale ich nie determinują¹³.

Propaganda

W swych badaniach polityki i mediów Chomsky nie szuka partnerów do dyskusji wśród klasyków nauk społecznych, lecz... *public relations*. Jest konsekwentny – wyraźnie bardziej interesuje go *Realpolitik*, niż jałowe akademickie dywagacje. Inspiracje i konteksty, które modelowały jego stanowisko w tej sprawie, wymagają krótkiego omówienia.

Pochodzą one przede wszystkim od Waltera Lippmanna (1889–1974), amerykańskiego dziennikarza i pisarza, zajmującego się kształtowaniem i manipulowaniem opinii publicznej przez media, oraz Edwarda Bernaysa (1889–1995), którego Chomsky charakteryzuje jako czołową postać branży *public relations*. Wydaje się, że to ten pierwszy, czyli Lippmann jakby olśnił obydwu – Bernaysa i Chomsky'ego – kiedy w 1922 roku proroczo stwierdził, że „we współczesnym świecie najważniejszą rewolucją nie jest rewolucja przemysłowa, ekonomiczna ani polityczna, tylko ta, która zachodzi w obszarze tworzenia zgody wśród rządzonych”. Tłumaczył to następująco:

Za życia nowego pokolenia, które kontroluje dzisiejszą politykę perswazja stała się świadomą sztuką oraz stałym organem sprawowania rządów. Nikt z nas nie jest w stanie zrozumieć, jakie wywoła to konsekwencje, jednak można bez wątpienia stwier-

¹³ Zob. tamże, s. 170.

dzić, że znajomość metod wytwarzania zgody zmieni wszystkie założenia polityki. Pod wpływem propagandy, niekoniecznie w złowrogim znaczeniu tego słowa, jedyne stałe w naszym sposobie myślenia zostały zastąpione przez zmienne¹⁴.

Bernays „kupuje” tę diagnozę i już w rok po ukazaniu się cytowanej książki wydaje własną, pt. *Krystalizacja opinii publicznej*, która ma być odpowiedzią na narastające zapotrzebowanie na profesjonalne usługi *public relations*. Powtarza w niej tezę Lippmanna, że „prawdopodobnie najistotniejszą cechą XX wieku z perspektywy społecznej, politycznej i przemysłowej jest poświęcanie większej uwagi opinii publicznej przez jednostki, grupy czy ruchy”¹⁵. I za pomocą analizy licznych przykładów definiuje zawód „doradcy *public relations*”, zwanego dotychczas „propagandzistą”, „agentem prasowym” lub „specjalistą od reklamy”. Według jego ustaleń doradca ma badać „opinię publiczną, próbując odkryć, jak poprawić albo usprawnić usługi przedsiębiorstwa oraz walczyć z błędnymi lub szkodliwymi przekonaniem na jego temat”¹⁶.

To fundamentalne historyczne opracowanie „skrystalizowało” zawód pija-rowca, który zajmuje się budowaniem i utrwalaniem/krystalizowaniem w opinii publicznej pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa, osoby lub organizacji gospodarczej, politycznej, społecznej, religijnej czy naukowej. To definicyjna cecha *public relations* – uwielbianego do dziś przedmiotu badań w obszarze komunikacji społecznej i marketingu. Mowa przecież o najistotniejszej cesze współczesnej cywilizacji – przyciąganiu uwagi konsumentów wszelkich dóbr materialnych i postmaterialnych, związanych z naszymi emocjami i psychicznym dobrostanem. Z tych właśnie powodów PR najchętniej bywa dziś wręcz utożsamiany z etyką zawodową¹⁷, albo po prostu redukowany do – neutralnego aksjologicznie – „zarządzania komunikowaniem w obrębie i w otoczeniu instytucji (urzędu, przedsiębiorstwa, organizacji)”¹⁸. Ale i sam wizerunek zawodu doradcy PR bynajmniej również nie jest żadnym gotowym „faktem” – to także tylko konstrukt, produkt PR, co rzuca się w oczy szerszej publiczności

¹⁴ W. Lippmann, *Public Opinion*, Harcourt, Brace and Company, New York 1922, s. 248, cyt. za: E.L. Bernays, *Krystalizacja opinii publicznej* [ang. *Crystallizing Public Opinion*, 1923], przeł. O. Siara, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2019, s. 52.

¹⁵ E.L. Bernays, *Krystalizacja opinii...*, s. 49.

¹⁶ Tamże, s. 54.

¹⁷ Zob. np. J. Olędzki, *Etyka w polskim public relations. Refleksje badawcze*, Wydawnictwo Aspra, Warszawa 2009; zob. też Kodeks Etyki PR Związku Firm Public Relations, <https://zfpr.pl/kodeks-etyki-pr/> (14.09.2024) – w pierwszym punkcie mowa jest o tym, że PR „komunikuje tylko prawdziwe informacje”, punkt drugi brzmi następująco: „W celu dochowania szczególnej staranności, rzetelności i uczciwości, specjalista PR jest zobowiązany relacjonować fakty w ich właściwym kontekście, bez zniekształceń i manipulacji”.

¹⁸ J. Gładys-Jakóbk, *Psychologiczno-społeczne uwarunkowania procesów komunikowania*, [w:] B. Jung (red.), *Media, komunikacja, biznes elektroniczny*, Difin, Warszawa 2001, s. 40.

szczególnie wtedy, gdy jego teoretycy i praktycy dzielnie walczą ze spopularyzowaną i zwulgaryzowaną wersją tego zawodu, według której miałby on być sztuką manipulacji społecznej, „wiązką socjotechnik” wykorzystywanych dla odniesienia sukcesu wyborczego lub komercyjnego¹⁹.

Krytyczna podejrzliwość wobec tych „autopijarowskich” przedsięwzięć jest jednak wskazana. Wydaje się bowiem, że wszelkie te budujące definicje zawodu – wykorzystujące emocjonalne moce abstrakcyjnych pojęć rzetelności, uczciwości, staranności, prawdomówności itd. – mają wymazać z pamięci publicznej jego największe historyczne „osiągnięcia” – a przynajmniej te spośród nich, których autorem był sam Bernays. Nie bez powodu twórca (koncepcji) zawodu (bo za takiego siebie uważał) nazwany został przez swojego biografa „ojcem przekrętu” (*the father of spin*)²⁰. Miał niezwykle osiągnięcia zarówno na polu teorii, jak i wdrażającej ją praktyki. W 1928 roku publikuje książkę pt. *Propaganda* poświęconą totalitarnym metodom formatowania świadomości i kontrolowania zachowań jednostek za pomocą propagandy medialnej. Demaskuje w niej system demokratyczny, obnaża rządzące nim ukryte mechanizmy manipulacyjne. Píše, że „Istotną cechą społeczeństwa demokratycznego jest świadome i inteligentne sterowanie zachowaniami oraz opiniami tłumu. Ci, którzy manipulują tymi zachodzącymi w społeczeństwie procesami tworzą niewidoczny rząd sprawujący rzeczywistą władzę w kraju”²¹. Co więcej – „ojciec przekrętu” nie waha się nawet dowodzić, że to właśnie ci manipulatorzy są solą demokracji i zaczynem postępu cywilizacyjnego:

Jest wszakże jasne, że to inteligentna mniejszość może wykorzystać propagandę w sposób ciągły i systematyczny. To właśnie od takich mniejszości, skłonnych do nawracania innych grup, w których zbiegają się egoistyczne interesy i dobro ogółu, zależy postęp i rozwój Ameryki. Tylko poprzez czynną siłę tych nielicznych inteligentnych ludzi społeczeństwo jako całość staje się świadome i może działać na rzecz nowych idei²².

Tak racjonalnie, oświeceniowo – dobro ogółu, postęp, demokracja – uzasadniony pomysł na „przekręt” musiał pociągnąć za sobą rzesze uczniów i nawiedzonych fanatyków, do grona których zaliczał się m.in. Joseph Goebbels. Ale jego autor okazał się również wirtuozem na polu wdrożeniowym. Spektakularny sukces odniósł w latach 50., kiedy podjął się zadania zdyskredytowania rządu Gwatemali przed władzami USA – rządu demokratycznego, a w każdym razie zdecydowanego uruchomić procesy demokratyzacyjne, które miały

¹⁹ Zob. R. Wiśniewski, M. Zarzecki, *Wstęp do wydania polskiego*, E.L. Bernays, *Krystalizacja opinii...*

²⁰ L. Tye, *The Father of Spin: Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, Picador, New York 2002.

²¹ E.L. Bernays, *Propaganda*, przeł. R. Wierchoń, Wydawnictwo Wektory, Wrocław 2020, s. 19.

²² Tamże, s. 37.

upodobnić państwo do porządku prawnego USA. „Ojciec przekrętu” osiągnął to w bardzo prosty sposób, *inteligentnie sterując* amerykańską opinią publiczną za pomocą kłamstwa, polegającego na przypisaniu władzom gwatemalskim jawnie fałszywej etykiety „komuniści”. W czasach zimnej wojny było to wystarczającym argumentem, żeby przekonać polityków w Waszyngtonie do zagranicznej interwencji. Dochodzi w rezultacie do jednej z największych akcji CIA w Ameryce Łacińskiej – Amerykanie dokonują zamachu stanu w Gwatemali i instalują tam marionetkowy rząd. Co zyskał przez to Bernays? Otóż przedstawił on sferze publicznej amerykańską korporację, United Fruit Company, dla której pracował od końca lat 40., jako bojownika – ang. *crusader* to ktoś więcej, kto prowadzi krucjatę – przeciwko komunizmowi w Środkowej i Południowej Ameryce. Umożliwił w ten sposób firmie dalszą, wolną od wszelkich podatków, uprawę plantacji bananów w Gwatemali, i zapewnił jej (przez dłuższy czas) pozycję monopolisty w handlu bananami i ananasami uprawianymi w krajach tzw. Trzeciego Świata (szczególnie Ameryki Centralnej). W opinii Mario Vargas Llosy, peruwiańskiego laureata Literackiej Nagrody Nobla, skutki tej interwencji dla Gwatemali i reszty Ameryki Łacińskiej to dekady kwitnącej tam „partyzantki i terroryzmu oraz dyktatury wojskowe mordujące i torturujące rodaków oraz rabujące własne kraje, co wstrzymało nadejście demokracji o co najmniej pół wieku”²³.

Autorstwo tej dziejowej katastrofy Vargas Llosa przypisuje niewidocznemu i nieznanemu szerszej opinii publicznej ekspertowi od reklamy i *public relations*. Od przedstawienia jego roli w całym tym wydarzeniu rozpoczyna on swój fabularyzowany reportaż z 2019 roku pt. *Burzliwe czasy*. I wisienka na torcie: Żeby uchronić amerykańską i światową publiczność od wszelkich tego typu niepożądanych skojarzeń (imperializm, terroryzm, mordy...) Bernays poczynił jeszcze jeden *inteligentny przekręt*, polegający na zmianie nazwy przedsiębiorstwa na Chicquita – egzotyczną piękność, nieokreśloną co do pochodzenia i znacznie miłszą dla oka (ikona) i ucha niż „United Fruit”.

Demokracja i media – Chomsky raz jeszcze

Chomsky zgadza się z Lippmannem i Bernaysem, że demokracja musi dysponować jakimś narzędziem do panowania nad ludem, potrzebuje wręcz „nowej rewolucji”, którą ma być „produkcja przyzwolenia” lub inaczej: „inżynieria zgody”. Ma ona być dla demokracji – powie obrazowo – niczym „pałka

²³ M. Vargas Llosa, *Burzliwe czasy*, przeł. M. Chrobak, Wydawnictwo Znak, Kraków 2020, s. 392.

dla państwa totalitarnego”²⁴: pałowany *demos* zamienia się w ogłupiałe *stado* zarządzane strachem, traci poczucie przynależności, gubi się, nie potrafi zrozumieć wspólnych interesów. I o to chodzi. Taki opis sytuacji wygląda bardziej publicystycznie niż „naukowo”. Dychotomiczne podziały zjawisk syndromatycznych muszą irytować naiwnością i powierzchownością, wsparte jednak bogatym materiałem dowodowym (jak zobaczymy) poruszają trafnością.

Istnieją więc dwie koncepcje demokracji: według pierwszej społeczeństwo „ma środki do partycypacji w jakiś znaczący sposób w prowadzeniu swoich spraw oraz środki informacji są otwarte i bezpłatne”²⁵. Druga oparta jest na przekonaniu, że „należy zabronić społeczeństwu zarządzania własnymi sprawami, a środki informacji muszą być ściśle i rygorystycznie kontrolowane”²⁶. No i tak się właśnie rzeczy się mają. Dlaczego? Ano dlatego, że – Chomsky nadal korzysta z dziennikarskich pomysłów – istnieją dwie klasy społeczne. Jedna „wyspecjalizowana” (ang. *specialized class*), którą Chomsky nazywa czasem także po prostu „inteligencją” i następująco charakteryzuje:

Nowoczesna inteligencja w społeczeństwach kapitalistycznych – na przykład w Stanach Zjednoczonych – ma pewien dostęp do prestiżu i władzy poprzez służbę państwu. To samo odnosi się do liberalnej inteligencji na Zachodzie. Służba państwu obejmuje manipulację społeczną, ochronę kapitalistycznej ideologii i kapitalistycznych instytucji w ramach kapitalizmu państwowego²⁷.

To niewielki procent populacji, „odpowiedzialni mężczyźni”, spełniający w systemie funkcje wykonawcze: myślą, planują i rozumieją wspólne interesy, sprawują aktywną rolę w prowadzeniu spraw publicznych, podejmują decyzje w kwestiach politycznych, gospodarczych i ideologicznych. Cała reszta, większość społeczeństwa, musiałaby w takim razie tworzyć drugą klasę – byłby to owo bite pałką medialnej propagandy „zdezorientowane stado” (ang. *bewildered herd*), przed którego deptaniem i rykiem trzeba się chronić. To obywatele drugiej klasy, którzy spełniają w demokracji tylko funkcję „widzów”, a nie aktorów, uczestników akcji. Wolno im się wypowiadać w sprawach publicznych tylko przy okazji wyborów. Jeśli próbują brać udział w zarządzaniu własnymi sprawami, to, jako zbyt głupi, żeby je zrozumieć, sprawiają tylko kłopoty. Żeby tych kłopotów uniknąć, trzeba produkować zgodę, „Klasa polityczna i decydenci muszą zapewnić [stadu] jakieś znośne poczucie rzeczywistości, chociaż muszą również zaszczepić odpowiednie przekonania”²⁸.

²⁴ N. Chomsky, *Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda*, Seven Stories Press, New York 1997, s. 17.

²⁵ Tamże, s. 6.

²⁶ Tamże, s. 7.

²⁷ N. Chomsky, *Empiricism and Rationalism...*

²⁸ N. Chomsky, *Media Control...*, s. 15.

Łatwo powiedzieć – zadanie karkołomne. Idzie przecież o to, żeby zapewnić ludziom poczucie rzeczywistości i jednocześnie zaszczerpić im takie poglądy, które odpowiadałoby oczekiwaniom inteligentnej służby państwowej. W opisie tej procedury kryje się pewna dwuznaczność – głupota stada jest jego właściwością „naturalną”, z urodzenia, czy też sztuczną – wyprodukowaną? Odpowiedź zależy od pewnych założeń natury antropologicznej. Nie chcę wchodzić w szczegóły filozoficznego zaplecza politycznych analiz Chomsky'ego – przekroczyłoby to ramy tych rozważań. Tak więc, krótko mówiąc, idea nowoczesnej demokracji oparta jest na założeniu, że nie istnieje coś takiego jak „esencjalistyczna natura ludzka”. „Natura” ta to tylko mit, produkt historyczny. Można dlatego na wiele sposobów ją interpretować – każda z takich interpretacji była motorem napędowym zmian społecznych w nowoczesności. Dla usprawiedliwienia praktyk sprawowania nad ludźmi kontroli i manipulowania nimi trzeba było przyjąć założenie, że „ludzie są pustymi organizmami, plastycznymi, łatwymi do kontrolowania, łatwymi do rządzenia i tak dalej, bez zasadniczej potrzeby walki o znalezienie własnej drogi i decydowania o własnym losie”²⁹. Sam Chomsky odrzuca hipotezę „pustego organizmu” – antropologiczne podstawy zmiany społecznej widzi w tym, że „ludzki umysł jest złożonym systemem współdziałających ze sobą zdolności, które nie rozwijają się za pomocą jednolitych zasad «ogólnej inteligencji»; składa się z «organów mentalnych» tak samo wyspecjalizowanych i zróżnicowanych jak te w ciele”³⁰. Stanowisko to otwiera drogę do zmian społecznych, wyklucza natomiast jakiegokolwiek deterministyczne ich pojmowanie – nie ma jednolitych zasad, które regulowałyby naszym zachowaniem i określały relacje, jakie między nami zachodzą. Istnieje więc coś takiego jak „natura ludzka”, jest ona niezmienna (z wyjątkiem biologicznych zmian gatunku) – i dzięki niej możemy „myśleć o społeczeństwie, w którym swobodnie ustanowione więzi społeczne zastępują kajdany autokratycznych instytucji”³¹.

Koncepcja „pustego organizmu” użyteczna jest dla etatystycznych ideologów i administratorów, ponieważ eliminuje wszelkie moralne hamulce dla manipulacji i kontroli społecznej nad *stadem*. Idzie o to, by dać mu poczucie samostanowienia, pozbawiając jednocześnie świadomości tego, że jest pod ścisłą kontrolą. Chomsky drobiazgowo rozpracowuje ten inżynierski projekt w jednej ze swoich najgłośniejszych książek pt. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* [Produkowanie zgody: Polityczna ekonomia mass mediów] napisanej wspólnie z ekonomistą, Edwardem S. Hermanem. Ukazała się ona w 1988 roku w „niezależnym” wydawnictwie Pantheon Books.

²⁹ N. Chomsky, *Empiricism and Rationalism...*

³⁰ Tamże.

³¹ N. Chomsky, *O anarchizmie*, s. 142.

Pojawia się w niej głośny „model propagandy”, według którego media nie przedstawiają żadnej „obiektywnej rzeczywistości” – rozpowszechniają tylko informacje filtrowane i kształtowane przez wiele (dokładnie: pięć) czynników. Pierwszym i najważniejszym filtrem regulującym przepływ treści, która dociera do publiczności, jest to, co dotyczy właściciela mediów: „wielkość, skoncentrowana własność, bogactwo właścicieli i orientacja na zysk dominujących firm zajmujących się środkami masowego przekazu”³². Media służą interesom władzy państwowej i korporacyjnej, które są ze sobą ściśle powiązane. Kontrolują i ograniczają debatę publiczną w sposób, który pozwala im wspierać *status quo* – istniejące relacje władzy, system przywilejów i niesprawiedliwości społecznych. Produkcja przyzwolenia jest w rękach kapitału, czyli „społeczności biznesowej”, która posiada ogromne zasoby finansowe pozwalające jej sprawować kontrolę nad mediami. Do mobilizowania opinii społecznej media posługują się językiem propagandy, który wykorzystuje pojęcia o silnym zabarwieniu emocjonalnym, wymykające się wszelkiej empirycznej weryfikacji.

Paradygmatycznym wydarzeniem w USA, które zdaniem Chomsky’ego przetestowało i obnażyło mechanizmy i skutki funkcjonowania mediów jako narzędzia mobilizacji miał być strajk robotników w Remington Rand w latach 1936–1937. Zastosowana wobec niego akcja propagandowa została nazwana „formułą Mohawk Valley” i potraktowana jako „naukowa metoda łamania strajku”³³. Naukowy *public relations* zbiera swoje żniwa, wykazuje skuteczność w mobilizowaniu opinii publicznej przez faworyzowanie pustych, jałowych koncepcji, od których robi się ciepło na sercu – takich, jak amerykańizm³⁴. Któż – pyta krytyk retorycznie – mógłby być przeciw „naszym wojskom”, gdy wyruszają one na wojnę przeciw „złym ludziom” w Wietnamie, Iraku czy Afganistanie, którzy nic innego nie pragną, jak tylko zakłócać nasze harmonijne, amerykańskie, wspólnotowe życie?

Chomsky wypowiada się radykalnie – sięga do istoty znaczenia propagandy, nie zasłania się ideami sfery publicznej, wolnością słowa i zgroma-

³² E.S. Herman, N. Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York 1988, s. 2. Pozostałe cztery filtry to: „2. reklama jako główne źródło dochodu mediów; 3. opieranie się mediów na informacjach dostarczanych przez rząd, biznes i «ekspertów» finansowanych i zatwierdzanych przez te główne źródła i agentów władzy; 4. «flak» [ang. ostra krytyka] jako środek dyscyplinowania mediów i 5. «antykomunizm» jako narodowa religia i mechanizm kontroli” (tamże).

³³ Formuła ta zawiera różne plany działania, takie jak złamanie zaufania przywódców związkowych, grożenie strajkującym pracownikom użyciem przemocy lub wykorzystanie lokalnych zbirów do ich zastraszania, obwarowywania zakładów pracy itp. Zob. *Mohawk Valley Formula*, «Pocket HRMS», <https://www.pockethrms.com/hr-terms/mohawk-valley-formula/> (15.09.2024).

³⁴ N. Chomsky, *Media Control...*, s. 21.

dzeń. Ujawnia, że hasła propagandy same nic nie znaczą. Ich wartość polega na odwracaniu uwagi „zdezorientowanego stada” od oczywistych problemów społecznych, takich jak powiedzmy brak zabezpieczeń socjalnych. Nie wystarczy – powiada – dać nakarmić wtedy *stado* oglądaniem Super Bowl czy serialu komediowego – trzeba wzbudzić w nim strach przed wrogiem. A strach panoszy się i jest zaraźliwy: nawet gdy wiem, że wojna, na której walczą „nasi chłopcy” jest bezsensowna, imperialna i niesprawiedliwa, to i tak nie powiem tego głośno, bo a nuż w tym środowisku potraktuje mnie ktoś jak zdrajcę, kolaboranta..., doniesie na mnie i z byle powodu zwolnią mnie z pracy... Lepiej więc się nie wychylać i siedzieć cicho (mechanizm opisany jako model spirali milczenia) – dokładnie tak samo działa dziś tzw. poprawność polityczna. Puste koncepcje produkujące przyzwolenie na *status quo* mają więc paradoksalną, farmakoniczną naturę – łączą ludzi ze sobą i dzielą jednocześnie, integrują ich i dezintegrują, pobudzają w nich energię duchową i gaszą ją zarazem. Tym samym chwytem w latach 30. posłużył się Hitler, strasząc swój naród przed Żydami i innymi grupami etnicznymi. Stado trzeba „pałować” w taki sposób, żeby nie widziało swojego wyrafinowanego oprawcy, a żyzne łąki, na których się wypasa, uważało za własną posiadłość, przez siebie wybraną. I żeby się nie rozproszyło, a jednocześnie, żeby każda owca była osobno, nie miała zaufania do innych, nie widziała niczego, co łączyłoby ją z innymi, niczego poza strachem. I konkluzja: „Media nie przyczyniają się do «kryzysu demokracji», jakiego obawiał się liberalny establishment, ale są czujnymi strażnikami chroniącymi przywileje przed zagrożeniem publicznego zrozumienia i uczestnictwa”³⁵.

Inteligentna mniejszość i zdezorientowane stado internautów

W 2002 roku Herman i Chomsky aktualizują swoją książkę, aby uwzględnić rozwój Internetu. Dochodzą do wniosku – jak wspomina Chomsky w wywiadzie z 2021 roku – „że niewiele się zmieniło”. I tłumaczy, dlaczego: „Źródła informacji są wciąż te same. Jeśli chcesz wiedzieć, co dzieje się w Karaczi, to na Facebooku czy Instagramie nie znajdziesz wiarygodnych informacji poza tymi, które przefiltrowują media głównego nurtu. Pierwszą rzeczą, którą robię rano, jest czytanie «The New York Times», «Washington Post», «Financial Times» i tak dalej. Stamtąd pochodzą informacje.”. I dalej: „Możesz czerpać informacje z innych źródeł – Internet umożliwia zapoznanie się z prasą zagraniczną, jeśli jesteś zainteresowany. Myślę jednak, że głównym skutkiem Internetu jest zawężenie zakresu informacji, do których większość ludzi ma dostęp, poprzez

³⁵ N. Chomsky, *Necessary Illusions...*, s. 11.

wciągnięcie ich w bańki mediów społecznościowych. Model propagandy jest w zasadzie taki sam³⁶.

Filtrowanie informacji jest dziś szczególnie łatwym zabiegiem nie tylko z powodów technologicznych, lecz także własnościowych: dominujące wyszukiwarki i platformy mediów społecznościowych mają skoncentrowaną własność w rękach kilku osób (Mark Zuckerberg, Elon Musk, Bill Gates, Larry Page i Siergiej Brin [Google]), które mają klucz do królestwa informacji, kształtując dyskurs publiczny i ramy percepcyjne w skali globalnej. A do tego są także największymi na świecie agencjami reklamowymi, które gwarantują szeroki zasięg reklamodawcom i precyzyjne targetowanie klientów³⁷. Internauta nie widzi swego „oprawcy”, czyli producentów filtrującej bańki, którzy zamknęli go w niej za pomocą algorytmów łączących treść ze zinterpretowanymi przez nie jego (konkretnego użytkownika) preferencjami. I dlatego czuje się z tym komfortowo – wydaje mu się, że sam porusza się w sieci i wybiera treści wedle własnego uznania, a przy tym zachowuje anonimowość w zaciszu swojego mieszkania bądź w dowolnym miejscu o dowolnej porze przy użyciu swojego kieszonkowego komputera – smartfonu. Jeśli w takim razie ktoś nim manipuluje i podsuwa mu gotowe obrazy świata, to musi czynić to zaiste perfekcyjnie.

W opisaney sytuacji wystarczy jednak posłużyć się zdrowym rozsądkiem, jak sugeruje Chomsky, i rozejrzeć wokół, by zorientować się, że jesteśmy robotnikami w winnicy wielkich korporacji. Mark Zuckerberg, dyrektor generalny Meta, w 2024 roku po raz ósmy był przesłuchiwany w Kongresie USA w charakterze świadka. Pozywają go rodziny, których dzieci dokonały samookaleczeń lub popełniły samobójstwo po zobaczeniu pewnych treści w mediach

³⁶ V. Pickard, *Talking Radical Media with Noam Chomsky*, «The Nation» 13.08.2021. Media tradycyjne od początku zajęły Internet i stale utrzymują w nim pozycję dominujących dostawców wiadomości. Oto przykład: W listopadzie 2016 roku najbardziej popularnym internetowym serwisem informacyjnym był CNN.com. – CNN była wtedy 17. najczęściej odwiedzaną witryną internetową na świecie. W tym samym czasie niezależne serwisy informacyjne alternet.org i demokracjnow.org znalazły się dopiero na 5967. i odpowiednio 9493. pozycji na liście najczęściej odwiedzanych stron internetowych świata. Media alternatywne, specjalizujące się w krytycznej analizie wiadomości, a nie w ich tworzeniu, mają ograniczone zasoby i mały zasięg. (Podaję za: Ch. Fuchs, *Propaganda 2.0: Herman and Chomsky's Propaganda Model in the Age of the Internet, Big Data and Social Media*, [w:] J. Pedro-Carañana, D. Broudy, J. Klaehn (red.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, University of Westminster Press, London 2018, s. 78–80.) Spójrzmy na nasz rynek medialny – głównych dostawców informacji w Internecie. Media publiczne tradycyjnie w czasach III RP są rządowe, reszta pozostaje w rękach prywatnych właścicieli, głównie zagranicznych: TVN – (obecnie) Warner Bros. Discovery, Onet – Ringer Axel Springer, GW – Agora, której jednym z największych akcjonariuszy jest fundusz George'a Sorosa (MDIF).

³⁷ Zob. więcej na ten temat J. Kreft, *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Universitas, Kraków 2022.

społecznościowych, przedstawiających wykorzystywanie seksualne dzieci. Globalne platformy działają – jak powiadają niektórzy – niczym kowboje na Dzikim Zachodzie: zgarniają zasoby i dowolnie według własnych utajnionych (tajemnica handlowa!) kodów je algorytmizują, przetwarzają i wykorzystują³⁸. Zbijają na tym fortunę. Z raportów, którymi dysponują rządy poszczególnych państw oraz instytucje międzynarodowe wynika, że „modele biznesowe największych firm technologicznych odciskają negatywne piętno na użytkownikach, przyczyniając się do pogłębienia stanów chorobowych, zaburzenia relacji społecznych czy utrwalenia nierzeczywistego obrazu świata”³⁹.

Dlaczego mogą to robić – i unikać odpowiedzialności karnej? Bo model propagandy jest taki sam. Bo na straży ideologii kapitalizmu stoją nadal *inteligentne mniejszości* – powiązany wspólnymi interesami konglomerat ludzi biznesu, mediów i polityki – które skrzętnie ukrywają swoją władzę i przywileje przed upublicznieniem. Produkują w tym celu publiczną zgodę na *status quo*, odwracając uwagę *zdezorientowanego stada* od rzeczywistości, takiej, która – mówiąc krótko – bezpośrednio dotknęła amerykańskich dzieci.

Inteligentne mniejszości to nie tylko właściciele dużych platform. To także ich polityczni sojusznicy. Kim dziś są? Spójrzmy na niektórych z nich – np. na autorów i sponsorów tzw. *Wytycznych w zakresie etyki dotyczące godnej zaufania sztucznej inteligencji*⁴⁰ – tak brzmi tytuł dokumentu Komisji Europejskiej. Przygotowała go „grupa ekspertów wysokiego szczebla ds. sztucznej inteligencji”. Wypracowali oni siedem kluczowych wymogów dotyczących etycznych zasad sztucznej inteligencji: 1) przewodnia i nadzorczą rolę człowieka, 2) solidność techniczna i bezpieczeństwo, 3) ochrona prywatności i zarządzanie danymi, 4) przejrzystość, 5) różnorodność, niedyskryminacja i sprawiedliwość, 6) dobrostan społeczny i środowiskowy oraz 7) odpowiedzialność⁴¹. Są to jedynie „wytyczne”, czyli wskazówki, które nie mają żadnej mocy prawnej. Autorzy zastrzegają, że „Należy je traktować jako żyjący dokument, który należy poddawać przeglądowi i aktualizować w miarę upływu czasu, aby zapewnić jego ciągłą adekwatność w kontekście zachodzących nieustannie zmian technologicznych i społecznych oraz zwiększania się poziomu wiedzy.

³⁸ Zob. np. H. Chmielewska-Szljajfer, *Cyfrowe korporacje spod znaku Big Tech kolonizują świat. Pierwszą ofiarą będą media informacyjne*, «Oko Press» 10.07.2024.

³⁹ M. Krawczyk, *Nowe uprawnienia dla użytkowników, obowiązki dla Big Tech. „Konstytucja Internetu” już obowiązuje*, «Prawo.pl» 29.08.2023, <https://www.prawo.pl/biznes/nowe-uprawnienia-dla-uzytkownikow-obowiazki-dla-big-tech-konstytucja-internetu-juz-obowiazuje,522830.html> (16.09.2024).

⁴⁰ Zob. dokument na stronie: https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plm-rep/COMMITTEES/JURI/DV/2019/11-06/Ethics-guidelines-AI_PL.pdf (16.09.2024).

⁴¹ Tamże, s. 3.

Niniejszy dokument powstał w celu rozpoczęcia dyskusji na temat «godnej zaufania sztucznej inteligencji dla Europy»⁴².

Zdrowy rozsądek podpowiada, że to wszystko tylko zasłona dymna, potocznie: ściema, pozorne działania – na koszt europejskiego podatnika – służące odwróceniu uwagi publicznej od realnych problemów, jakie stwarza demokracja Big Tech. Zamiast „wytycznych” można by wstawić Dekalog – byłoby taniej, a niewykluczone, że wtedy i skuteczność dokumentu mogłaby się okazać większa. Wydaje się zatem, że nikt nie jest w stanie Big Tech-u zatrzymać – żadne kodeksy etyczne, ani żadne akty prawne, takie jak chociażby *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2022/2065*⁴³, które przyjęła Komisja Europejska w sierpniu 2023 roku. Ustawodawcy i komentatorzy nadali temu rozporządzeniu rangę „przełomowego unijnego aktu prawnego, regulującego odpowiedzialność firm technologicznych za treści publikowane na platformach internetowych oraz gwarantującego ochronę użytkowników przed nadużyciami, m.in. takimi, które wynikają z nieprawidłowego przetwarzania ich danych”⁴⁴. Pytanie, na czym miałyby polegać przełom, na czym gwarancje? Najpewniej na tym, że jest to akt normatywny, który nakazuje dostawcom bardzo dużych platform i wyszukiwarek internetowych m.in. powinność przewidywania „wpływu usługi na wykonywanie chronionych Kartą praw podstawowych, w tym godności ludzkiej, wolności wypowiedzi i informacji, w tym wolności i pluralizmu mediów, prawa do życia prywatnego, ochrony danych, prawa do niedyskryminacji, praw dziecka i ochrony konsumentów” (punkt 81), tudzież (nakazuje powinność przewidywania) ryzyka negatywnego wpływu swoich usług „na procesy demokratyczne, dyskurs obywatelski i procesy wyborcze, a także na bezpieczeństwo publiczne” (punkt 82).

Komentarz: w zasięgu zwykłej osoby, która nie ma żadnego specjalnego przeszkolenia prawnego i kieruje się tylko zdrowym rozsądkiem – jakby to ujął Chomsky – jest zorientowanie się, że możliwość skutecznego egzekwowania takiego prawa jest ...żadna! To tylko fikcja prawna, mająca służyć odwróceniu uwagi *stada* od biznesowych praktyk globalnych korporacji. Kolejny produkt *inteligentnej mniejszości*, która faktycznie stoi na straży korporacyjnych interesów powiązanych z instytucjami międzynarodowymi, takimi jak Unia Europejska. Ma działać jak środek znieczulający: *bądźcie pewni, że szeryfowie nadal są w mieście, bronią prawa i czuwają nad waszym bezpieczeństwem*. To finalny przekaz „Konstytucji Internetu”.

⁴² Tamże, s. 4.

⁴³ Tekst dokumentu na stronie: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065> (17.09.2024).

⁴⁴ M. Krawczyk, *Nowe uprawnienia dla użytkowników...*

W rzeczy samej mamy tu do czynienia z sytuacją dokładnie odwrotną – z twardym dowodem na brak jakiejkolwiek skutecznej kontroli nad etycznymi i prawnymi aspektami działalności producentów sztucznej inteligencji. Oni sami potrafią siebie zresztą najlepiej skontrolować – dlatego nie, stać ich przecież na to. Microsoft tworzy w tym celu Laboratorium Naukowe FATE: Fairness, Accountability, Transparency, and Ethics in AI (Uczciwość, Odpowiedzialność, Przejrzystość i Etyka w AI)⁴⁵. I w tym przypadku tak samo trzeba być bardzo naiwnym, żeby uwierzyć w skuteczność takiej etycznej autokontroli – i nie potraktować jej jako integralnego elementu *public relations* korporacji. Nie odczytać jako języka abstrakcyjnych pojęć, pustych haseł i sloganów, których zadanie polega wyłącznie na tym, by pobudzać zaufanie do firmy, budować i wzmacniać jej wizerunek na konkurencyjnym rynku. Trudno też wobec tego spodziewać się, żeby europejscy „eksperci wysokiego szczebla” byli wolni od lobbingsowej aktywności amerykańskich producentów bądź sponsorów najbardziej zaawansowanych technologii informatycznych. Nie ma tu żadnej równowagi sił. Środki finansowe, którymi dysponują międzynarodowe koncerny IT oraz operatywność, jaką one im zapewniają w wymiarze politycznym i gospodarczym, właściwie uniemożliwiają jakąkolwiek efektywną – finansową (podatki), prawną lub etyczną – kontrolę nad ich poczynaniami ze strony zewnętrznych podmiotów, prywatnych bądź państwowych. Jakże mogłaby być taka kontrola skuteczna, skoro – posłuchajmy Tadeusza Klementewicza –

Polityków asekurują teraz także technooptymiści – zwolennicy ideologii kalifornijskiej. To sekundanci i utrzymankowie Muska, Bezosa, Zuckerberga. Ich koncerny medialne, think tanki, rady nadzorcze, fundusze wyborcze pozwalają na wygodne życie wszystkim, którzy mogą coś uszczknąć z ich fortuny. Tę zawdzięczają niskim podatkom, rajom podatkowym, prywatyzacji wynalazków poczętych w sektorze publicznym czy możliwości uspołeczniania strat. Wszyscy oni radzi by zastąpić radykalną przebudowę kapitalizmu wielkich korporacji kolejnymi innowacjami, jak obecnie sztuczną inteligencją⁴⁶.

Kapitalizm w stanie nieustannej przebudowy to kapitalizm wyczynowy, nastawiony na nieskończony wzrost produkcji, tworzenie stale nowych wartości, zdobywanie przewagi konkurencyjnej poprzez zmianę oferty produktów i usług. Nie da się postawić mu tamy. Wszystkie platformy, które wypuściły swoje modele generatywne w latach 2018–2023 strzegą swoich odkryć i nie udostępniają informacji na temat szkolenia systemów bazodanowych i ich

⁴⁵ Microsoft, <https://www.microsoft.com/en-us/research/theme/fate/> (17.05.2023).

⁴⁶ T. Klementewicz, *Teraz straszy Kamiński z Wąsikiem. PiS zdemistyfikował demokrację liberalną*, «Trybuna» 10.01.2024, <https://trybuna.info/opinie/teraz-straszy-kaminski-z-wasikiem-pis-zdemistyfikowal-demokracje-liberalna/> (2.02.2024).

oceniania, zasłaniając się tajemnicą handlową. Algorytmy targetowania użytkowników wszelkich programów, w tym również tych, które można by zaliczyć do szkoleń w zakresie *intelektualnej samoobrony* przed manipulacją i kontrolą, objęte są tajemnicą handlową platform, które je oferują.

Polityka widoczności w sieci

Od czasu, gdy amerykańskie laboratorium badawcze OpenAI udostępniło ChatGPT – pod koniec 2022 roku – kapitał cyfrowych korporacji spod znaku Big Tech niepomniernie wzrasta i kolonizuje świat. Pociąga to za sobą – jak mówi Andrzej Zybertowicz – „strukturalne zatrucie infosfery”, oznaczające degradację komunikacji publicznej, która ma polegać

na stałym informacyjnym przeciążeniu, dominacji przekazów emocjonalnych i antagonyzujących, a wszystko zalewa ocean dezinformacji. Wiedza umożliwiająca zrozumienie świata została zastąpiona przez niekończące się strumienie poszatkowanych informacji, w tym bodźców audio i wideo, które przynoszą coraz większą dezorientację, uzależnienia i agresję⁴⁷.

„Pałowanie” stada ma się więc nadal dobrze – a właściwie nabiera dopiero rozpędu. Przedstawieniu tu wcześniej mistrzowie tej dyscypliny – Lippmann i Bernays – byłiby wręcz zachwyceni. Wszystko, co wydaje nam się obszarem wolności – surfowanie, blogowanie, postowanie, mailowanie... – podlega ścisłej kontroli. Zupełnie innej niż ta, na którą mogły sobie pozwolić media masowe. Podstawowa różnica między sieciami komputerowymi a nadawaniem (przez mass media) polega na tym, że sieć jest uniwersalną maszyną, jednocześnie technologią i produkcją, dystrybucją i konsumpcją. Użytkownicy są nadawcami i odbiorcami w jednym, producentami i dystrybutorami treści zalgorytmizowanych, ułożonych według zestawu instrukcji – programu komputerowego – których oni nie znają i nie są w stanie przeniknąć. To nie jest więc tak, że to my dopasowujemy się do technologii cyfrowych, odwrotnie: to one dopasowują nas *do siebie*. To istotna różnica. *Inteligentni* zwolennicy kalifornijskiej ideologii zmirzają w dokładnie innym kierunku, produkują społeczne przekonanie, wedle którego to właśnie my, a nie technologia, określamy sposoby korzystania z komputera i Internetu. Odrzucają naszą uwagę od prawdziwych interesów ekonomicznych, preferencji ideologicznych, kłamstw i agresji promowanych przez algorytmy

⁴⁷ Zob. A. Zybertowicz, *Dwie pułapki rozwoju AI*, «Obserwator Finansowy.pl» 25.12.2023, <https://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/makroekonomia/trendy-gospodarcze/dwie-pulapki-rozwoju-ai/>.

Big Tech-u⁴⁸. Problemem jest więc nadal *inżynieria zgody – model propagandy jest w zasadzie taki sam*.

Polityka widoczności to znana kategoria, obecna w filozofii politycznej Hannah Arendt czy Jacquesa Rancière'a. Autorce *Kondycji ludzkiej* polityka przedstawia się jako „sieć relacji” – metafora „sieci” wydaje się szczególnie interesująca w odniesieniu do Internetu. Otwarty i równy dla wszystkich dostęp do danych – zarówno na poziomie ich pobierania, jak przekazywania i tworzenia własnych, nowych informacji – na platformach społecznościowych zawiera wyraźne konotacje semantyczne demokracji. Samo pojęcie „platformy” ma także konotacje przestrzenno-horyzontalne wskazujące na równość pozycji jej użytkowników. Nie oznacza to jednak oczywiście, że obecność i zachowania każdego z nich, każda relacja między nimi na platformie od razu musi mieć znaczenie polityczne⁴⁹. Bycie polityczne wiąże się z możliwością pojawienia się w sferze publicznej, bycia w niej uznanym i wysłuchanym. Rzecz w tym, że Internet wbrew pozorom nie daje wszystkim takich możliwości. Jest to bowiem nie tylko zwykłe medium, lecz także kapitał, jeden z najważniejszych dziś czynników produkcji społeczeństwa kapitalistycznego, w którym tylko mniejszość ma środki i możliwości przyciągania uwagi i uzyskiwania widoczności. Obserwują ten proces krytyczni analitycy mediów, dostrzegając, że ich władza przesuwana się z kontroli produkcji informacji w kierunku zdobywania przez informację uwagi i widoczności. Uwaga i widoczność wymagają pieniędzy i siły roboczej. Kapitał zaś nie dzieli się swoim majątkiem⁵⁰. Kumuluje zyski, nie zawsze uczciwie zwalcza konkurencję i tam, gdzie to tylko możliwe, ukrywa swoje dochody i unika opodatkowania – korzysta z rajów podatkowych. Nie zna granic terytorialnych, wykorzystuje sztuczną inteligencję do produkcji treści audio-wideo. Coraz łatwiej przez to o dezinformację, coraz trudniej – jeśli jeszcze w ogóle jest to możliwe – odróżnić to, co autentyczne od tego, co zmanipulowane. Treści produkowane przez technologie *deepfake* przedstawiają osoby – żywe lub zmarłe – które mówią i robią rzeczy, których nie powiedziały, ani nie zrobiły; mogą inicjować konflikty społeczne, wzywać do wojny, wpływać na wybory⁵¹.

⁴⁸ Zob. tamże. A. Zybertowicz powołuje się tu na opracowanie Shoshany Zuboff pt. *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, przeł. A. Unterschetz, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2020.

⁴⁹ Zob. T.G. Smith, *Politicizing Digital Space: Theory, The Internet, and Renewing Democracy*, University of Westminster Press, London 2017, s. 37.

⁵⁰ Zob. Ch. Fuchs, *Propaganda 2.0...*, s. 78.

⁵¹ Zob. na temat wykorzystywania sztucznej inteligencji do produkcji treści audio-wideo w obszarze polityki np. stronę organizacji non-profit European Association for Viewers Interests, EAVI. Media Literacy for Citizenship, <https://eavi.eu/the-threat-of-ai-generated-disinformation/> (16.09.2024).

Ale to nie tylko programy sztucznej inteligencji stanowią dziś zagrożenie dla demokracji. Może to przede wszystkim fenomen mediów społecznościowych wieszczy jej schyłek. Przestaje w nich bowiem obowiązywać dawny podział między tym, co prywatne a tym, co publiczne – obydwie te sfery zostają połączone w tym, co społeczne. Związują się tam wspólnoty jednostek zespolonych głównie przez skłonność do skupiania się na sobie i zajmowania się sobą, niezdolnych dlatego do przekładania swoich prywatnych problemów na sprawy publiczne. Ta skłonność to syndrom pomieszania ludzkich namiętności, mentalności i aspiracji z technologicznymi możliwościami, pozwalającymi politykom ujawniać je w dowolnym czasie i miejscu, publicznie zabierać głos, wstawiać na platformę krótkie teksty, spontaniczne fotografie i filmiki z dowolnych wydarzeń. Wielką politykę zamieniają w indywidualną politykę życiową⁵². Krytyk mediów punktuje katalog ich przewin:

Tweety i informacje w Internecie przepływają z taką prędkością, że nie ma czasu na prawdziwą dyskusję i spór. Posty są zwykle krótkie, zabawne i powierzchowne. Internetowa zwięzłość prowokuje powierzchowność i negację złożoności świata. Komunikacja w Internecie zwykle rozgrywa się we fragmentarycznych i izolowanych społecznościach, bańkach filtrujących i komorach pogłosowych, którym brakuje konstruktywnych kontrowersji⁵³.

Instytucje państwa, rząd, parlament, tak samo jak partie i poszczególni politycy nie mogą oprzeć się pokusie potwierdzania racji swojego istnienia, produkowania na nie zgody przez samo pojawianie się ogłupiałemu *stadu* w mediach – dziś szczególnie na platformie X (Twitter). Forma wypowiedzi, techniczne ograniczenie liczby znaków, naraża je na nieadekwatność wobec treści, niefrasobliwość, popkulturową zabawność. Pojawić się za wszelką cenę – tylko to się liczy: patrzcie: jestem wyjątkowy, czuвам, zrobiłem to!, ja, premier w czasie kataklizmu powodziowego na Dolnym Śląsku we wrześniu 2024 roku jem „zupę szczawiową od Gosi przywiezioną w słoiku”. Ten sam aktor, parę dni wcześniej, sfrustrowany, epatujący zmiennymi nastrojami i groźnymi minami, na tej samej platformie pisze: „Jeśli chcemy przywrócić ład konstytucyjny oraz fundamenty liberalnej demokracji, musimy działać w kategoriach demokracji walczącej”. A to już komunikat dotyczący fundamentalnych kwestii ustrojowych, i choć nie da się go porównać z informacją o zupie szczawiowej, to jednak kanał i forma przekazu uprawniają do takich zestawień. Ale gdy zestawienia te wejdą nam w nawyk, to uruchamiają w nas mechanizm obronny

⁵² Zob. A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001, s. 291–313; Bauman o popkulturze. Wypisy, Koncepcja i wybór M. Halawa i P. Wróbel, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 199–202.

⁵³ Ch. Fuchs, *Propaganda 2.0...*, s. 87.

– i czasem usprawiedliwiamy go, powołując się na zdrowy rozsądek, dla zachowania równowagi psychicznej, żeby...nie zwariować. Polega on na tym, że wobec wszystkiego, co *online*, przyjmujemy postawę *ironiopolityczną* (a takie pojęcie teoria już sobie przyswoiła: ang. *ironipolitical attitude*), według której nie ma co traktować tego poważnie, bo to tylko królestwo fałszywych iluzji maskujących ukrytą prawdę. Prawdziwa polityka musi być prowadzona tylko w poważnej przestrzeni *offline*. To, co dzieje się *online* co najwyżej może być zapowiedzią jej nadejścia. Gaśnie wraz z tym u obywateli wola zaangażowania i uczestnictwa – czeźnie demokracja⁵⁴.

„Demokracja walcząca” i „zupa od Gosi” to funkcjonalnie jedno i to samo, co „amerykanizm” według Chomsky’ego: dezintegrujące ciuciubabki, które *demos* zamieniają w ogłupiałe *stado*. Zamykają mu oczy na sprawy publiczne i ukrywają przed nim faktyczne interesy władzy, blokują w rezultacie stworzenia wspólnej sfery politycznej. To wszystko naiwne i bolesne, ale... prawdziwe.

Bibliografia

- Ajdukiewicz K., *Zagadnienia i kierunki filozofii. Teoria poznania. Metafizyka*, „Czytelnik”, Warszawa 1983.
- Arystoteles, *Retoryka*, w tenże, *Retoryka – Poetyka*, przeł. H. Podbielski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1988.
- Ball M., *Wędrujące pojęcia w naukach humanistycznych: krótki przewodnik*, przeł. M. Bucholc, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2012.
- Bernays E.L., *Krystalizacja opinii publicznej*, przeł. O. Siara, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2019.
- Bernays E.L., *Propaganda*, przeł. R. Wierzchoń, Wydawnictwo Wektory, Wrocław 2020.
- Chmielewska-Szłajfer H., *Cyfrowe korporacje spod znaku Big Tech kolonizują świat. Pierwszą ofiarą będą media informacyjne*, «Oko Press» 10.07.2024.
- Chomsky is Citation Champ, «MIT News on Campus and Around The World», <https://news.mit.edu/1992/citation-0415> (5.09.2024).
- Chomsky N., *Empiricism and Rationalism*. Excerpted from *Language and Responsibility*, Pantheon, 1977, <https://chomsky.info/responsibility02/> (16.09.2024).
- Chomsky N., *Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda*, Seven Stories Press, New York 1997.
- Chomsky N., *Necessary Illusions: Thought Control in Democratic Societies*, South End Press, Pluto Press, Boston 1989.
- Chomsky N., *O anarchizmie*, przeł. S. Baranowski, Vis-à-vis Etiuda, Kraków 2021.
- Fuchs Ch., *Communication and Capitalism. A Critical Theory*, University of Westminster Press, London 2020.
- Fuchs Ch., *Propaganda 2.0: Herman and Chomsky's Propaganda Model in the Age of the Internet, Big Data and Social Media*, [w:] J. Pedro-Carañana, D. Broudy, J. Klaehn (red.), *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, University of Westminster Press, London 2018.

⁵⁴ Zob. T.G. Smith, *Politicizing Digital Space...*, s. 31–32.

- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.
- Gładys-Jakóbiak J., *Psychologiczno-społeczne uwarunkowania procesów komunikowania*, [w:] B. Jung (red.), *Media, komunikacja, biznes elektroniczny*, Difin, Warszawa 2001.
- Halawa M., Wróbel P. (opr.), *Bauman o popkulturze. Wypisy*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Herman E.S., Chomsky N., *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York 1988.
- Kamiński S., *Pojęcie nauki i klasyfikacja nauk*, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1981.
- Karwat M., *Manipulacja. Rewizja stereotypów*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2022.
- Karwat M., *Syndromatyczny charakter przedmiotu nauki o polityce*, [w:] K.A. Wojtaszczyk, A. Mirska (red.), *Demokratyczna Polska w globalizującym się świecie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
- Klementewicz T., *Teraz straszy Kamiński z Wąsikiem. PiS zdemistyfikował demokrację liberalną*, «Trybuna» 10.01.2024, <https://trybuna.info/opinie/teraz-straszy-kaminski-z-wasikiem-pis-zdemistyfikowal-demokracje-liberalna/> (2.02.2024).
- Krawczyk M., *Nowe uprawnienia dla użytkowników, obowiązki dla Big Tech. „Konstytucja Internetu” już obowiązuje*, «Prawo.pl» 29.08.2023, <https://www.prawo.pl/biznes/nowe-uprawnienia-dla-uzytkownikow-obowiazki-dla-big-tech-konstytucja-internetu-juz-obowiazuje,522830.html> (16.09.2024).
- Kreft J., *Władza platform. Za fasadą Google, Facebooka i Spotify*, Universitas, Kraków 2022.
- Lippmann W., *Public Opinion*, Harcourt, Brace and Company, New York 1922.
- Olędzki J., *Etyka w polskim public relations. Refleksje badawcze*, Wydawnictwo Aspra, Warszawa 2009.
- Pickard V., *Talking Radical Media with Noam Chomsky*, «The Nation» 13.08.2021.
- Robinson P., *The Chomsky Problem*, «The New York Times» 25.02.1979, <https://www.nytimes.com/1979/02/25/archives/the-chomsky-problem-chomsky.html> (5.09.2024).
- Smith T.G., *Politicizing Digital Space: Theory, The Internet, and Renewing Democracy*, University of Westminster Press, London 2017.
- Solomon N., *Noam Chomsky at 95: Still speaking hard truths, still ignored by mainstream media*, «Salon» 15.12.2023.
- Tye L., *The Father of Spin: Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, Picador, New York 2002.
- Vargas Llosa M., *Burzliwe czasy*, przeł. M. Chrobak, Wydawnictwo Znak, Kraków 2020.
- Zuboff S., *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, przeł. A. Unterschetz, Wydawnictwo Zys i S-ka, Poznań 2020.
- Zybertowicz A., *Dwie pułapki rozwoju AI*, «Obserwator Finansowy.pl» 25.12.2023, <https://www.obserwatorfinansowy.pl/tematyka/makroekonomia/trendy-gospodarcze/dwie-pulapki-rozwoju-ai/> (5.09.2024).