

Jak trafiony messerschmitt

12 listopada 2021

Kto pomyślałby, że tak profesjonalna stacja jak CNN z właściwym patronatem może nagle tracić popularność i to z dnia na dzień. Co wydarzyło się, że oglądalność stacji topnieje szybciej niż śnieg w kwietniowym słońcu; ciesząca się wcześniej wysoką oglądalnością od stycznia straciła 76% dotychczasowych odbiorców. Stacja Fox News odnotowała w październiku 1,4 miliona widzów, ze spadkiem 37%, natomiast MSNBC – 657 000 co oznacza spadek o 61% w porównaniu z danymi ze stycznia. „Financial Times” dostrzegł, że wszystkie liberalne media gwałtownie straciły zaufanie odbiorców. Przeciętnie 50% zeszłorocznej oglądalności jest wizerunkowym fiaskiem. Najbardziej znamieny jest spadek zainteresowania trzema głównymi nadawcami Fox, CNN i MSNBC w grupie wiekowej 20-30 latków.

<https://www.youtube.com/watch?v=1Hzi8H52IiA>

Polityka jako zasadniczy temat medialny równoznaczna jest z dużym zainteresowaniem i biznesem. Aktywne politycznie pokolenie wieku średniego z nawykiem oglądania głównego nurtu informacyjnego konfrontowane z politycznym zjawiskiem pandemii przekonało się, że główne stacje zamiast wiadomości, przekształciły programy do ustawicznie monotematycznych pozorów dyskusji. Programy zapowiadane jako publicystyczne nabrały charakteru plotek z poziomu targowiska próżności, czy magła. Tradycyjnie republikańskie stany w procesie wyborczym prezentowane były jako wspierające hasła i kandydaturę demokratów, czemu przeczyła rzeczywistość ulicy. Ludzie dostrzegając, że świat nie jest jedno, czy dwubarwny, oczekują mediów nadążających za ich oczekiwaniami. Z tego powodu młodzi przenieśli swoje zainteresowanie informacją do niszowych nadawców o niewielkim zasięgu, ale spełniających ich oczekiwania. Przesyt przyprawiający o mdłości propagandy pandemicznej ostatecznie obrzydził natręctwem stylu resztki

zaufania widzów do głównych nadawców.

Kłamliwe poranne komunikaty o rosnącej liczbie zachorowań, zgonów w konfrontacji z rzeczywistością doczekały się ostatecznej weryfikacji w postaci odrzucenia. Ludzie mieniący się dziennikarzami zatracili się w ustawicznym opatrywaniu wszelkich zdarzeń własnymi, albo zleconymi komentarzami. Prezentacje sprawności posługiwania się nowomową zastąpiły rzeczowość w tak zwanych „talk shows” (pokazach oratorskich). Jeśli uczestnikom wciąż wydaje się, że wypowiadają się w imieniu publiczności, to jedynie dowód na ich oderwanie się od rzeczywistości.

Nie inaczej jest na polskim rynku medialnym. Niezależnie od podejmowanej tematyki polityki migracyjnej, przez problem aborcji do kwestii nowego ładu, zwanego zielonym, czy jeszcze bardziej kłamliwie „polskim ładem” narzucają odbiorcom myślenie, zatem sami są odrzuceni.

Ostateczna konkluzja jest jednoznaczna jak fakt, że liberalno-lewicowe niemal identycznie jak prawicowe media sojusznico kłamią. Odrzucone, chętnie zwalczając, bądź ośmieszając będą niewielkie platformy, indywidualnych nadawców powtarzając slogan o potrzebie uczciwej konkurencji, zawłaszczając monopol na prawdę, opatrując w Wikipedii tysiące wpisów jako „fake”. Wielu święcie przekonanych, że takie jest oblicze prawdy nie ułatwia powrotu normalności. Ślepa wiara w kłamstwo ma wysoką cenę, a jaki rachunek wystawić kłamcy?

Opracowanie: Jola

Na podstawie: [YouTube.com](https://www.youtube.com)

Źródło: WolneMedia.net