

Powielacze propagandy

28 lutego 2021

Jest to jeden z najważniejszych aspektów naszego systemu medialnego, a jednak jest mało znany opinii publicznej: większość międzynarodowych wiadomości w zachodnich mediach, dostarczają tylko trzy globalne agencje informacyjne z siedzibą w Nowym Jorku, Londynie i Paryżu.

Kluczowa rola tych agencji oznacza, że zachodnie media często publikują te same tematy, nawet używając tych samych sformułowań. Ponadto rządy, armie i służby wywiadowcze wykorzystują te globalne agencje informacyjne, jako powielacze do rozpowszechniania swoich wiadomości na całym świecie.

Studium przypadku dotyczące wojny w Syrii pokazuje, jak dziewięć wiodących europejskich gazet wyraźnie ilustruje tą kwestię: 78% wszystkich artykułów jakie się w nich ukazały, opierało się w całości lub w części na sprawozdaniach agencji, a 0% na śledztwach dziennikarskich. Co więcej, 82% wszystkich opinii i wywiadów popierało interwencję USA i NATO, a propagandę przypisano wyłącznie stronie przeciwnej.

Coś dziwnego

„Dlatego zawsze musisz zadać sobie pytanie: dlaczego dostaję tą konkretną informację w tej konkretnej formie właśnie teraz? Ostatecznie zawsze chodzi o kwestię władzy” (dr Konrad Hummler, szwajcarski dyrektor ds. bankowości i mediów).

„Skąd gazeta wie, to co wie?” Odpowiedź na to pytanie może zaskoczyć niektórych czytelników gazet: „Głównym źródłem informacji są wiadomości z agencji prasowych. Niemal anonimowo działające agencje informacyjne, są w pewnym sensie kluczem do światowych wydarzeń. Jakie są nazwy tych agencji, jak one działają i kto je finansuje? Aby którąś z agencji ocenić na ile dobrze wie o wydarzeniach na Wschodzie i Zachodzie, należy

znać odpowiedzi na te pytania” (Höhne 1977, s. 11).

Szwajcarski badacz mediów wskazuje: „Agencje prasowe są najważniejszymi dostawcami materiałów dla środków masowego przekazu. Żadne dzienniki nie mogą sobie bez nich poradzić. (...) Tak więc agencje informacyjne wpływają na nasz wizerunek otaczającego nas świata, przede wszystkim dowiadujemy się, co one wybrały za stosowne” (Blum 1995, s. 9).

Ze względu na ich zasadnicze znaczenie, tym bardziej zdumiewające jest to, że agencje te są mało znane opinii publicznej: „Duża część społeczeństwa nie jest świadoma, że □ agencje informacyjne w ogóle istnieją... W rzeczywistości odgrywają one niezwykle ważną rolę na rynku mediów. Pomimo tego wielkiego znaczenia, w przeszłości poświęcano im mało uwagi” (Schulten-Jaspers 2013, s. 13).

Nawet szef agencji informacyjnej zauważył: „W agencjach informacyjnych jest coś dziwnego. Są mało znane opinii publicznej. W przeciwieństwie do gazety, ich działalność nie jest tak bardzo widoczna, ale zawsze można je znaleźć jako źródło danej wiadomości” (Segbers 2007, s. 9).

Niewidzialny układ nerwowy systemu medialnego

Zatem jakie są nazwy tych agencji, które „zawsze są źródłem historii”? Zostały już tylko trzy globalne agencje:

1. Amerykańska Associated Press ([AP](#)) zatrudniająca ponad 4000 pracowników na całym świecie. AP należy do amerykańskich firm medialnych i ma swoją główną redakcję w Nowym Jorku. Wiadomości AP są wykorzystywane przez około 12 000 międzynarodowych wydawnictw medialnych, docierając codziennie do ponad połowy światowej populacji.

2. Quasi-rządowa francuska Agence France-Presse (