

# MAKE AMERICA GREAT AGAIN, CZYLI O SYMPTOMIE CHOROBY SPOŁECZNEJ

Tomasz Szymon Markiewka  
Collegium Medicum  
Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

Na temat Donalda Trumpa powstała w ciągu ostatnich kilku lat imponująca liczba publikacji. Nie tylko prasowych, ale także książkowych – na czele z bestsellerowym *Fire and Fury* [Wolff]. Większość tych tekstów wyraża negatywny stosunek do Trumpa. To jednak nie jedyny łączący je element. Domyślnym trybem pisania o 45. prezydencie Stanów Zjednoczonych jest tryb indywidualistyczny.

Co mam na myśli, gdy piszę o „trybie indywidualistycznym”? Przede wszystkim dwie rzeczy. Po pierwsze, skupianie się na indywidualnych cechach prezydenta, na tym, co znajduje się „w nim” – na jego naturze [Markiewka 151-196]. Tego rodzaju analizy mogą dotyczyć najróżniejszych rzeczy: kondycji psychicznej prezydenta, jego sposobu mówienia bądź też seksistowskich i ksenofobicznych wypowiedzi. Po drugie, chodzi o traktowanie Trumpa jako jednostki wyjątkowej – zazwyczaj wyjątkowo źle. Trump jest pierwszym tak szalonym prezydentem, Trump jest najgorszym prezydentem w historii, Trump jest prezydentem celebrytą, Trump jest wyjątkowym głupkiem, Trump jako jedyny mógł sobie pozwolić na wygłaszanie takich to a takich poglądów i mimo tego wygrać prezydenturę i tak dalej.

Jednym z najwyrazistszych przykładów zindywidualizowanego podejścia do obecnego prezydenta USA jest wydana w 2017 roku książka *The Dangerous Case of Donald Trump*. Zawiera ona teksty 27 psychiatrów i ekspertów od zdrowia psychicznego analizujących stan mentalny Trumpa. Ich diagnoza jest, jak łatwo się domyślić, negatywna. Dość powiedzieć, że już w otwierającym tekście spotykamy się ze stwierdzeniem: „Nie trzeba być psychiatrą, aby dostrzec, że nasz prezydent ma problemy psychiczne [...]. Możemy zaoferować społeczeństwu pomoc w zrozumieniu tych niezwykłych i alarmujących zachowań, które zbyt łatwo zrationalizować i znormalizować” [Herman i Lee 7].

Próba wejścia do głowy Trumpa jest dobitną manifestacją tego, jak mocno zindywidualizowany jest współczesny dyskurs polityczny. Sam Trump – bez współpracow-

ników, mediów, powiązań biznesowych, określonego stanu społeczeństwa czy też bez odpowiedniego sposobu finansowania i prowadzenia kampanii prezydenckich w USA – nie byłby w stanie zdobyć obecnej pozycji. Bez względu na swój stan mentalny. A jednak to właśnie jego osoba przyciąga naszą uwagę polityczną.

W niniejszym artykule idę w odwrotnym kierunku i przyjmuję społeczno-kulturowy tryb analizy. Zamiast skupiać się na Trumpie jako Trumpie, koncentruję się na społeczeństwie oraz kulturze, które go „wyprodukowały”. Innymi słowy, zastanawiam się nad tym, jakie procesy społeczno-kulturowe sprawiły, że w amerykańskich wyborach taki sukces odniosło hasło „Uczynić Amerykę na powrót wielką” w połączeniu z brakiem kompetencji, seksizmem i ksenofobią głoszącego je kandydata. Tryb indywidualistyczny, choć ma swoje zalety, nie pozwala dojrzeć szerszych procesów, które spowodowały, że USA – a pośrednio cały świat – znalazły się w takim, a nie innym momencie historii. Mówiąc inaczej, Trump swoją osobą przesłania złożone powody stojące za jego zwycięstwem. Dlatego zamiast próbować analizować każdy najmniejszy aspekt osobowości prezydenta, być może lepszym rozwiązaniem będzie wzięcie jego postaci w nawias.

Jeśli już rzeczywiście mamy mówić o jakiegoś rodzaju chorobie, to lepiej traktować to pojęcie jako opis dolegliwości społecznej, a nie konkretnej osoby. W trybie społeczno-kulturowym głowa państwa USA staje się tylko symptomem choroby trawiącej społeczeństwo amerykańskie. Tak jak każdy symptom, Trump jest ważny nie sam w sobie, lecz z powodu tego, do czego odsyła. Przy czym nie chodzi o to, że każdy, kto należy do społeczeństwa amerykańskiego, jest nosicielem jakiejś metaforycznej choroby. Jak uczy nas historia, metafora chorobowa używana w takim sensie jest bardzo niebezpieczna, ponieważ może służyć do ksenofobicznego naznaczania pewnych grup społecznych jako gorszych. Wprawdzie mówimy tu nie o żadnej grupie, lecz o całości społeczeństwa amerykańskiego, i już samo to powinno niwelować niebezpieczne skojarzenia, ale i tak należy podkreślić, że problem tkwi nie tyle w konkretnych ludziach, ile w tym, jak zostały ukształtowane relacje polityczne, społeczne i kulturowe, które ich łączą.

Choroba zakłada zaburzenie w organizmie, wybić go ze stanu uważanego za prawidłowy i normalny. Dlatego głównym zadaniem w ramach proponowanej analizy społeczno-kulturowej jest pokazanie, że Stany Zjednoczone jako kraj znalazły się w takim stanie „wybicia”, przy jednoczesnym wskazaniu na przyczynę tej sytuacji. To zaś nieuchronnie kieruje nas w stronę

mediów i tego, w jaki sposób zmieniły się one w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat.

Żeby zrozumieć stan mediów (amerykańskich i nie tylko), nie trzeba wcale sięgać po najnowsze publikacje na ich temat – choć oczywiście warto to robić. Sytuacja medialna w USA nie zmieniała się bowiem gwałtownie w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat. Mamy raczej do czynienia z długotrwałym procesem. Wprawdzie z każdym rokiem nabiera on intensywności, ale swoje początki miał już na tyle dawno, że jego poszczególne aspekty uchwytywali autorzy publikacji z lat 80. i 90. XX wieku. Spójrzmy choćby na zjawisko, które najczęściej wiąże się ze zwycięstwem Trumpa (a także z fenomenami takimi jak Brexit czy sukcesy radykalnej prawicy w Europie), czyli na tak zwaną postprawdę.

Przez postprawdę rozumie się najczęściej funkcjonowanie w przestrzeni medialnej fałszywych, niesprawdzonych wiadomości, które duża część odbiorców traktuje jako wiarygodne. Wielu komentatorów życia politycznego uważa Trumpa za mistrza postprawdy. Sam termin nieprzypadkowo zyskał popularność w czasie jego kampanii wyborczej. Gdy jednak chcemy szukać powodów, dla których takie zjawisko jak postprawda w ogóle mogło zaistnieć na szeroką skalę, warto sięgnąć po klasyczną publikację amerykańskiego kulturoznawcy Neila Postmana *Zabawić się na śmierć*, wydaną po raz pierwszy w 1985 roku [zob. Markiewka 55-61].

Na pozór książka Postmana jest prostą krytyką rozrywkowego wymiaru telewizji, co w dzisiejszych czasach nie robi wrażenia, gdyż narzekanie na tak zwaną telewizyjną papkę jest powszechne. W rzeczywistości jednak amerykański badacz formułuje swoje uwagi bardzo precyzyjnie i robi to w sposób, który wcale nie jest aż tak oczywisty. Nie skupia się bowiem na programach typowo rozrywkowych, lecz na treści z założenia ambitniejszej, to jest na wiadomościach telewizyjnych i rozmowach publicystycznych. Postman uważa bowiem, że to właśnie w takich przypadkach najmocniej uwidaczniają się problemy z przekazem medialnym.

Jeśli coś jest czystą rozrywką, to przynajmniej nie udaje niczego innego. Natomiast programy polityczne mają pozory głębi, choć tak naprawdę często i one są podporządkowane logice bawienia publiczności oraz utrzymywania jej za wszelką cenę przed ekranami. Postman zauważa, że w debatach telewizyjnych unika się sformułowań w rodzaju: „Z jakich źródeł pochodzi ta informacja?”, „Co należy rozumieć przez...?”, „Muszę się nad tym zastanowić”, „Chciałbym przeformułować pytanie...”. Tego typu wypowiedzi są uważane za „spawalnicze” dyskusji, które niepotrzebnie wszystko komplikują

i mogą znużyć dużą część widowni. Efektem ubocznym ich wyrugowania z programów politycznych jest to, że podawane w nich wiadomości są prostsze, słabiej uzasadnione i nie odzwierciedlają skomplikowanej rzeczywistości, co prowadzi do tego, że trudno widzom odróżnić informacje wiarygodne od niewiarygodnych. Jak łatwo się domyślić, tak skonstruowana telewizja jest idealnym środowiskiem dla powstania zjawiska postprawdy. Postman pisze bez ogródek: „widowisko informacyjne jest formatem, który sprzyja rozrywce, a nie edukacji, zadumie czy *katharsis*” [131]. Wszystkie negatywne zjawiska opisywane przez amerykańskiego badacza zostały jeszcze spotęgowane przez internet, który ma swoje zalety, ale z pewnością nie stanowi przestrzeni zachęcającej do krytycznej i pogłębionej lektury. Szerzej o negatywnym wpływie internetu pisze choćby Nicholas Carr w książce *Płytki umysł*.

W celu pełnego uchwycenia charakteru zjawisk, które analizują badacze tacy jak Postman czy Carr, musimy uwzględnić jeden istotny czynnik. Ani telewizja, ani internet, ani jakiegokolwiek inne narzędzie do przekazywania informacji nie działają w społeczno-politycznej próżni. Wszystkie współczesne media funkcjonują w ramach globalnego społeczeństwa kapitalistycznego. Ta ziemia jest kluczowa. Choć zdaniem Postmana i Carra telewizja oraz internet same w sobie odznaczają się właściwościami utrudniającymi rzetelne przyswajanie treści, to z pewnością logika kapitalizmu dodatkowo potęguje te cechy, co już lata temu zauważyło wielu badaczy, w tym Robert H. Frank i Philip J. Cook w książce *Spółczesność, w którym zwycięzca bierze wszystko*, wydanej po raz pierwszy w 1995 roku.

Frank i Cook piszą, że nieuregulowany kapitalizm – przez wielu nazywany neoliberalizmem – charakteryzuje się tym, iż niewielka liczba graczy zgarnia ogromne nagrody, a cała reszta zostaje daleko w tyle. To w oczywisty sposób musi potęgować mechanizmy konkurencyjne i wzmacniać postawę „wszystko, byleby tylko wygrać”. Frank i Cook podają liczne przykłady świadczące o tym, jak wiele dziedzin życia – od sportu, przez kulturę, po zawody prawnicze – poddaje się tej logice. Piszą także o świecie mediów, który ich zdaniem ulega coraz większej tabloidyzacji. Uwagę odbiorców przyciągają wyraziste, sensoryjne treści. Istnieje więc duża pokusa wśród ludzi pracujących w mediach, aby w taki właśnie sposób sprzedawać informacje. „Wyższe nagrody i bardziej konkurencyjne otoczenie doprowadziły do zwiększenia poziomu sensoryjności w mediach. W przeszłości, gdy istniało niewielu konkurentów, nieustannie wchodzili oni ze sobą w interakcje. Przy

zaledwie trzech sieciach telewizyjnych, kilku studiach filmowych i garście dużych wydawców było możliwe, aby branża informacyjna oraz branża rozrywkowa stosowały wewnętrzne normy dotyczące tego, co można pokazać lub o czym można pisać. Dodatkowo małe nagrody sprawiały, że pokusa naruszenia tych norm była niewielka” – piszą Frank i Cook [254].

Amerykańscy ekonomiści zauważają, że wspomniane zmiany dotknęły również programów zajmujących się polityką:

„Komentarze polityczne także przeszły w ciągu ostatnich dekad zmianę w wyniku pojawienia się, jak ich nazywa James Fallows, «dziennikarzy celebrytów». [...] Coraz mniej w tego rodzaju programach subtelności i niuansów związanych z tematami politycznymi. Ci komentatorzy, którzy próbują przyjrzeć się danemu zagadnieniu z obu stron, są często zakrzyczani przez pozostałych gości” [251-252].

Konsekwencje tego rodzaju tendencji mogliśmy zobaczyć w amerykańskich wyborach prezydenckich, które wygrał Trump. Jak podaje Naomi Klein w książce *Nie to za mało*, według serwisu Tyndall Report „przez całą kampanię wyborczą trzy największe wieczorne programy informacyjne poświęciły łącznie 32 minuty na analizę programów politycznych (w 2008 roku – 220 minut, co też nie było powodem do chwały). Resztę czasu wypełniały *reality show* o tym, kto, o kim i co powiedział oraz kto prowadzi w którym sondażu” [64].

Kiedy mówimy o wpływie kapitalizmu na media, należy uwzględnić jeszcze jeden czynnik. Chodzi o rolę pieniędzy w kształtowaniu tego, co widzimy i czytamy w telewizji, prasie i internecie. Milton Friedman, guru neoliberalizmu, pisał kilkadziesiąt lat temu o zbawienym wpływie kapitalizmu i pieniędzy na przepływ informacji w społeczeństwie. Twierdził, że w państwie kapitalistycznym wystarczy przekonać do „najdziwniejszej nawet idei” kilku bogatych ludzi i już można zacząć ją rozprowadzać [54]. Zauważał wprawdzie, iż taka sytuacja ogranicza wpływy ludzi ubogich, sądził jednak, że to dobrze, ponieważ propagowanie idei powinno wiązać się z wysiłkiem. Niech zatem osoby, których na to nie stać, zabiegają o pomoc bogaczy w forsowaniu własnych poglądów. Friedman nie wspominał jednak o drugiej stronie medalu. A wygląda ona tak, że w społeczeństwie kapitalistycznym ludzie bogaci mają nieporównywalnie większe możliwości oddziaływania na przekaz medialny niż ich ubożsi współobywatele. Bracia Koch, amerykańscy miliarderzy, nie muszą rozpaczliwie zabiegać o pomoc finansową w rozpowszechnianiu własnych poglądów. Sami sobie finansują przekaz. Klein w *To*

zmienia wszystko podaje, że *think tanki* zajmujące się negowaniem wpływu człowieka na globalne ocieplenie, a tym samym wspomagające interesy wielkich korporacji, otrzymują co roku około 900 milionów dolarów. Pieniądze te pochodzą w większości od konserwatywnych fundacji powiązanych z miliarderami, takimi jak Charles i David Kochowie [53]. Te działania najwyraźniej przynoszą skutki, ponieważ mimo narastającego z roku na rok przekonania klimatologów, że ludzie są odpowiedzialni za katastrofę klimatyczną, amerykańska opinia publiczna coraz bardziej w to wątpi. Według badań firmy Harris Interactive, które przytacza Klein, jeszcze w 2007 roku 71% Amerykanów wierzyło, że spalanie paliw kopalnych doprowadzi do zmiany klimatu, w 2011 roku było to już tylko 44% ankietowanych osób [43].

O tym samym problemie pisze również Colin Crouch w *Psuciu wiedzy*. Zacytujmy dłuższy fragment, ponieważ angielski socjolog trafnie ujmuje w nim działający tu mechanizm:

„Zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych interesy wielkiego biznesu związanego z sektorem energetycznym (szczególnie te braci Koch) fundują *think tanki*, które z kolei opłacają raporty naukowców próbujących podważyć szeroki, niemal powszechny konsensus badawczy mówiący o tym, że istnieje związek między działalnością ludzi, szczególnie tą związaną z przemysłem naftowym, a zmianą klimatyczną. Te sceptyczne raporty są później wyławiane przez wpływową część amerykańskich mediów, szczególnie sieć telewizyjną Fox, której właścicielem jest Murdoch, i prezentowane jako odkrycia o wyższym statusie niż odkrycia wszystkich innych ekspertów badających problem zmiany klimatycznej” [73; zob. Markiewka 216-219].

Wpływy wielkiego kapitału na media doprowadziły w wielu miejscach na świecie, szczególnie w Stanach Zjednoczonych, do powstania niepokojących zjawisk. W 2013 roku Thomas Ferguson, Paul Jorgensen i Jie Chen opublikowali w „International Journal of Political Economy” tekst, w którym dowodzili, że dwie największe partie polityczne w USA, Demokraci i Republikanie, są w niepokojąco dużym stopniu uzależnione od pieniędzy wielkiego biznesu: „Mówi się od dawna, że żyjemy w epoce informacji. To prawda, a wiele firm zdaje sobie z tego sprawę, przesuując granice coraz bardziej i próbując na tym zarobić. Uiszczają opłatę, a ich polityczni sprzymierzeńcy z obu partii sterują państwową taktyką w kierunku ciemnej strony mocy” [31]. Autorzy artykułu pisali te słowa w kontekście niepokojących nadużyć władz amerykańskich, które walcząc o bezpieczeństwo kraju, zaczęły naruszać prawa swoich obywa-

teli. Groźny wpływ pieniędzy sięga jednak o wiele dalej. Ferguson w wywiadzie dla „Gazety Wyborczej” mówił na przykład o bezpośrednim oddziaływaniu kapitału na media: „Proszę spojrzeć na «Washington Post» – odkąd dwa lata temu kupił go właściciel Amazona Jeff Bezos, gazeta maniackalnie broni niskich podatków. Słynny publicysta Harold Meyerson napisał komentarz w obronie podatków i dwa dni później wyleciał z roboty” [“Wybory prezydenckie”].

Problemy amerykańskich mediów związane z tym, że zostały one zbyt mocno wystawione na działanie mechanizmów wolnorynkowych (czytaj: na działanie pieniądza), podsumowuje znany ekonomista Joseph Stiglitz:

„Nigdy nie będziemy mieć w USA prawdziwie konkurencyjnych mediów, z mnóstwem gazet i stacji telewizyjnych prezentujących różnorodne poglądy, ale moglibyśmy mieć rynek bardziej konkurencyjny, niż mamy teraz. Moglibyśmy z większą stanowczością nadzorować przestrzeganie prawa antymonopolowego, mając na uwadze to, że chodzi tu nie tylko o kontrolę na przykład rynku reklamowego, ale także kontrolę rynku idei. Moglibyśmy zachować większą czujność w sytuacjach, w których firmy medialne próbują przejąć kontrolę nad gazetami, telewizją i radiem. I moglibyśmy udzielić publicznego wsparcia mediom, które przyczyniłyby się do zróżnicowania rynku. Jak by na to nie patrzeć, dobro publiczne to dobro publiczne – jeśli państwo będzie dobrze funkcjonować, wszyscy na tym skorzystamy” [241].

Cytat pochodzi z książki *Cena nierówności*, która naprowadza nas na drugi – po mediach – istotny element kulturowo-społecznej układanki stojącej za sukcesem Trumpa. Chodzi o rosnącą przepaść między najbogatszymi mieszkańcami USA oraz całą resztą, a także o powiązany z tym procesem brak reprezentacji politycznej dla dużej części obywateli i obywaterek. Oba wspomniane tematy zostały w ciągu ostatnich lat dogłębnie omówione [Chang; Chomsky; Frank i Cook; Harvey; Judt; Monbiot; Piketty; Stiglitz; Wilkinson and Pickett]. Dlatego też pozwolę sobie ograniczyć się do streszczenia najważniejszych aspektów problemu.

Mniej więcej od przełomu lat 70. i 80. XX wieku w Stanach Zjednoczonych, a także w wielu innych miejscach świata zachodniego, mamy do czynienia z trzema równoległymi procesami. Po pierwsze, podatki dla najbogatszych stają się coraz niższe. Po drugiej wojnie światowej najwyższy próg opodatkowania wynosił w USA nawet 91%. Dziś jest poniżej poziomu 40%. Po drugiej, realne płace (zarobki z uwzględnieniem infla-

cji) klasy średniej stoją w miejscu – a gdy weźmiemy pod uwagę mężczyzn zatrudnionych na pełen etat, wręcz spadają [Stiglitz 66-101]. Choć więc co roku PKB Stanów Zjednoczonych idzie w górę, tak samo zresztą jak efektywność pracy, to większość społeczeństwa nie korzysta z tego wzrostu. Po trzecie, nasilają się nierówności społeczne, co zresztą jest pochodną pierwszego i drugiego z wymienionych procesów. Skoro gospodarka się rozwija, a klasy średnia i niższa na tym nie korzystają, większość zysków musi płynąć w stronę osób zamożnych. Jeśli osoby te płacą coraz mniejsze podatki, ich dochody rosną. Nie chodzi tylko o to, że zostaje im więcej pieniędzy po opłaceniu podatków. Zmniejszenie najwyższych stawek opodatkowania sprawia również, że firmy chętniej oferują bajeczne wynagrodzenia. Kiedy stawka w USA wynosiła około 90%, pracodawcom opłacało się przeznaczyć dochody firmowe na innowacje bądź na mniej zarabiających pracowników, a nie na swoje największe gwiazdy. Nie ma sensu dawać komuś kolosalnej podwyżki, skoro i tak spora jej część zostanie pobrana przez państwo w formie podatku.

Skalę wzrostu nierówności można próbować uświadomić sobie na kilka sposobów. Na przykład patrząc na dysproporcję w zarobkach między dyrektorami generalnymi a zwykłymi pracownikami. W Stanach Zjednoczonych wynosi ona obecnie około 200 : 1, choć jeszcze kilkadziesiąt lat temu było to 30 : 1. Jak podaje Ha-Joon Chang za Economy Policy Institute, 1% najlepiej zarabiających Amerykanów w latach 1976–2006 zwiększył swój udział w dochodzie narodowym ponaddwukrotnie – z 10% do 22,9%. 0,1% najbogatszych poradziła sobie jeszcze lepiej – ich udziały wzrosły ponadtrzykrotnie. Za ten wzrost odpowiada przede wszystkim zwiększenie wynagrodzeń kadry zarządzającej [191].

Dlaczego jednak nierówności społeczne są złe – dlaczego można je nazywać „chorobą społeczną”? Jednej z najbardziej kompleksowych odpowiedzi na to pytanie udzielił Richard Wilkinson i Kate Pickett w książce *Duch równości*. Pokazali oni na imponującej bazie danych korelację między nierównościami oraz różnymi problemami społecznymi, w tym takimi, które do słownie są chorobami, na przykład stresem i otyłością. Oczywiście korelacja to nie jest jeszcze wyeliminowanie przyczynowo-skutkowe, ale Wilkinson i Pickett pokazują, że zależności powtarzają się w tak wielu krajach i stanach (porównywali oni ze sobą zarówno poszczególne państwa, jak i stany amerykańskie), iż trudno potraktować je jako przypadek albo efekt zupełnie innych przyczyn. Spójrzmy dla przykładu na fragment dotyczący stresu i objawów lękowych wywołanych przez nierówności:

„Większa nierówność panująca w społeczeństwie zdaje się potęgować w ludziach lęki związane z oceną społeczną, gdyż sprawia, że status społeczny nabiera większego znaczenia. Im większe zróżnicowanie statusu, tym ludzie są mniej skłonni uważać się za równych sobie na podstawie wspólnego człowieczeństwa. [...] Jeśli nierówności są znaczniejsze: jedni ludzie wydają się liczyć bardziej niż pozostali, a inni praktycznie nie liczą się wcale, pozycja każdego w hierarchii nabiera szczególnego znaczenia. Większym nierównościom towarzyszą często wzmożona rywalizacja i wzmożony niepokój o status. Chodzi nie tylko o to, że im wyższa stawka, tym bardziej każdy przejmując się tym, na którym miejscu wyłuduje. Rzecz również w tym, że przy wzajemnej ocenie w większym stopniu bierze się pod uwagę status społeczny” [60].

Innym poważnym problemem związanym z narastającymi nierównościami jest ograniczenie mobilności społecznej. Najprościej mówiąc, oznacza to tyle, że coraz częściej dzieci osób ubogich same zostają ubogie, a dzieci osób bogatych stają się bogate. Zjawisko przybrało takie rozmiary w USA, że Stiglitz mówi złośliwie, iż amerykańskie dziecko ma w życiu do dokonania tylko jeden ważny wybór: jak bogatych rodziców chce mieć. Wilkinson i Pickett podają, że jeszcze w 1980 roku zaledwie 10% dochodów synów znajdowało uzasadnienie w zarobkach rodziców. W roku 2000 było to już 36% [179]. To olbrzymi wzrost w ciągu zaledwie 20 lat. A pamiętajmy, że ograniczona mobilność zachodzi w społeczeństwie, w którym różnice pomiędzy dobrze i słabo zarabiającymi są coraz większe, co tylko potęguje dotkliwość tego zjawiska.

Podsumujmy, jaki obraz Stanów Zjednoczonych wyłania się na podstawie przedstawionych przykładów. Mamy do czynienia ze społeczeństwem, w którym jakość informacji i dyskusji politycznych systematycznie się pogarsza. Coraz większy wpływ na treść rozprawdzanych wiadomości mają osoby niezwykle zamożne. Wszystkie trzy składowe obiegu medialnego – nadawcy, medium, odbiorcy – znajdują się w stanie dalekim od ideału. W dodatku obieg informacyjny zachodzi w coraz bardziej podzielonym społeczeństwie, gdzie sytuacja jednej klasy społecznej znacząco się poprawia, podczas gdy inne zostają w tyle. Na domiar złego przeskoczenie do wyższej klasy od kilkadziesiąt lat nie było tak trudne jak obecnie. Różnice nawarstwiają się więc pokoleniami. To wszystko wpływa na to, że obywatele mają problemy ze stresem, lękami, otyłością czy zaufaniem. Dwie partie, które zdominowały amerykańską politykę, znajdują się pod przemożnym wpływem wielkiego biz-

nesu, a różnice między nimi w poglądach na gospodarkę ulegały przez ostatnie lata stopniowemu zatarciu.

I w takim społeczeństwie pojawia się Donald Trump. Mówi o tym, że cała waszyngtońska elita polityczna jest skorumpowana i nieudolna. Mówi do przedstawicieli klasy średniej i niższej, że przywróci im godność. Uczyni Amerykę na powrót wielką. Nie dba przy tym o fakty i nie ma dnia, aby nie podawał fałszywych informacji. Czy jego zwycięstwo powinno dziwić? Oczywiście, że nie. W kraju, gdzie od lat duża część społeczeństwa ma poczucie, że jest jej coraz gorzej; gdzie mało kto dba o jakość i reprezentatywność debaty publicznej, bo liczą się przede wszystkim sensacyjność i wyrazistość; gdzie największe partie polityczne nie potrafią znaleźć języka przemawiającego do klasy średniej i niższej – jedyną rzeczą, która może dziwić, jest to, że pojawienie się kogoś takiego jak Trump zajęło tyle czasu. Choć opisywana tu choroba społeczna jest problemem USA od co najmniej kilkudziesięciu lat, to pierwszy jej dobitny symptom polityczny pojawił się dopiero w 2016 roku.

Co gorsza, większość osób skupia się właśnie na samym symptomie, a nie na jego przyczynach. Po rozdaniu Złotych Globów w styczniu 2018 roku wśród przeciwników Trumpa popularność zdobyła idea, aby w następnych wyborach wystartowała Oprah Winfrey. Celebrytka przeciwko celebrycie. Jedna wyrazista postać przeciwko innej. Wszystkie tego typu pomysły opierają się na błędnym założeniu, że problemem jest sam Trump – wystarczy wystawić przeciwko niemu kogoś o porównywalnej sile oddziaływania, ale z mądrzejszymi poglądami, i wszystko wróci do normy. Niestety leczenie tylko symptomów choroby, zamiast jej samej, nie jest rozwiązaniem. Ani w medycynie, ani w polityce. Tym, czego potrzebuje społeczeństwo amerykańskie, są pomysły i determinacja w walce z problemami generowanymi przez współczesny kapitalizm, a nie efektywne medialnie wojny celebryckie.

Na szczęście są też powody do umiarkowanego optymizmu. Po kryzysie finansowym w 2008 roku powstało sporo rzeczowych tekstów trafnie definiujących problemy społeczeństwa amerykańskiego, a szerzej – całego świata kapitalistycznego. Część została zresztą przywołana w tym artykule, choćby *Cena nierówności* Josepha Stiglitz. Sukces Trumpa i sposób, w jaki do niego doszło, uświadomił też wielu ludziom kłopoty z obiegiem informacji w internecie i mediach. W tym sensie Trump rzeczywiście zadziałał jak symptom ostrzegający przed głębszymi, niebezpiecznymi problemami. Coraz większe grono osób otwarcie pisze o obecnym prezydencie jako nieuchronnym skutku społeczeństwa kapitalistycznego.

Wspomniana już parokrotnie Klein w swojej najnowszej książce *Nie to za mało* stwierdza: „Trump jako prezydent nie jest niczym szokującym. Jest raczej przewidywalną, a nawet banalną konsekwencją wszechobecnych idei i trendów, którym już dawno temu powinniśmy byli postawić tamę. Dlatego nawet gdyby ta koszmarna prezydentura miała się jutro skończyć, nadal musielibyśmy mierzyć się z politycznymi uwarunkowaniami, które ją stworzyły i które produkują repliki Trumpa na całym świecie” [19].

Podjęwane są też polityczne próby walki z obecnym stanem rzeczy. Bezpośrednio po kryzysie w 2008 roku powstał ruch Occupy Wall Street, który sprzeciwiał się nadużyciom sektora finansowego i nadmiernej władzy symbolicznego 1% najbogatszych Amerykanów. Wielu uczestników i uczestniczek tego ruchu brało aktywny udział w kampanii prezydenckiej Berniego Sandersa, który przedstawiał się jako socjalistyczny demokrat i bez skrupułów obnażał problemy amerykańskiego społeczeństwa, mówiąc głośno na przykład o nierównościach społecznych. Choć ostatecznie nie wygrał wyborów (ani nawet prawyborów w Partii Demokratycznej), to pokazał, że jest w Stanach Zjednoczonych miejsce na równościowe przesłanie polityczne. Wydaje się zatem, że trafna diagnoza problemu przynajmniej w jakimś stopniu przebija się do świadomości publicznej mimo wciąż nadmiernej indywidualizacji sfery politycznej. Pytanie, czy zostanie zrobiony kolejny krok i czy uda się zastosować skuteczne środki lecznicze. •

## LISTA PRAC CYTOWANYCH

- Carr, Nicholas. *Płytki umysł. Jak internet wpływa na nasz mózg*. Translated by Katarzyna Rojek, Wydawnictwo Helion, 2013.
- Chang, Ha-Joon. *23 rzeczy, których nie mówią ci o kapitalizmie*. Translated by Barbara Szelewa, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2013.
- Chomsky, Noam. *Zysk ponad ludzi. Neoliberalizm a ład gospodarczy*. Translated by Marcelina Zuber, Wydawnictwo Dolnośląskie, 2000.
- Crouch, Colin. *Psucie wiedzy. Ukryte skutki finansowego zawłaszczania życia publicznego*. Translated by Ewa Bińczyk et al., Wydawnictwo Naukowe UMK, 2017.
- Ferguson, Thomas. Interview by Maciej Jarkowicz. "Wybory prezydenckie w USA: tu rządzą pieniądze. Rozmowa z Thomasem Fergusonem". *Wyborcza.pl*, 6 lutego 2016, <http://wyborcza.pl/magazyn/1,124059,19588708,wybory-prezydenckie-w-usa-tu-rzadza-pieniadze-rozmowa-z-thomasem.html>.
- Ferguson, Thomas, et al. "Party Competition and Industrial Structure in the 2012. Elections Who's Really Driving the Taxi to the Dark Side?", *International Journal of Political Economy*, vol. 2, no. 42, 2013, pp. 3-41.
- Frank, Robert and Philip J. Cook. *Społeczeństwo, w którym zwycięzca bierze wszystko: dla czego garstka najbogatszych posiada o wiele więcej niż reszta z nas*. Translated by Tomasz Szymon Markiewka, Wydawnictwo Naukowe UMK, 2017.
- Friedman, Milton. *Kapitalizm i wolność*. Translated by Bartosz Sałbut, Wydawnictwo Helion, 2008.
- Harvey, David. *Przestrzenie globalnego kapitalizmu*. Translated by Jerzy Paweł Listwan, Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, 2016.
- Herman, Judith, and Bandy Lee. "Prologue". *The Dangerous Case of Donald Trump: 27 Psychiatrists and Mental Health Experts Assess a President*, edited by Bandy Lee, Thomas Dunne Books, 2017, pp. 1-10.
- Judt, Tony. *Żle ma się kraj. Rozprawa o naszych współczesnych bolączkach*. Translated by Paweł Lipszyc, Wydawnictwo Czarne, 2011.
- Klein, Naomi. *Nie to za mało. Jak stawić opór polityce szoku i stworzyć świat, jakiego nam trzeba*. Translated by Marek Jedliński. Warszawskie Wydawnictwo Literackie, 2018.
- . *To zmienia wszystko. Kapitalizm kontra klimat*. Translated by Hanna Jankowska, Katarzyna Makaruk, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza, 2016.
- Markiewka, Tomasz Szymon. *Język neoliberalizmu. Filozofia, polityka i media*. Wydawnictwo Naukowe UMK, 2017.
- Monbiot, George. *How Did We Get Into This Mess? Politics, Equality, Nature*. Verso, 2017.
- Piketty, Thomas. *Kapitał w XXI wieku*. Translated by Andrzej Bilik, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2015.
- Postman, Neil. *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*. Translated by Lech Niedzielski, Muza, 2002.
- Stiglitz, Joseph. *Cena nierówności. W jaki sposób dzisiejsze podziały społeczne zagrażają naszej przyszłości?* Translated by Robert Mitoraj, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 2015.
- Wilkinson, Richard, and Kate Pickett. *Duch równości. Tam gdzie panuje równość, wszystkim żyje się lepiej*. Translated by Paweł Listwan, Wydawnictwo Czarna Owca, 2011.
- Wolff, Michael. *Fire and Fury: Inside the Trump White House*. Little, 2018.

## ABSTRACT

**MAKE AMERICA GREAT AGAIN, ON THE SYMPTOM OF A SOCIAL DISEASE**

Tomasz Szymon Markiewka

The article is a proposal of a socio-cultural analysis of the reasons behind Donald Trump's election success. Although many texts have been written about the current President of the USA, most of them focus on him, his individual traits. This text, however, treats Trump as a symptom of a broader social disease which has spread across the United States. Its two most vital aspects include the growing social inequality and drop in the quality of media discourse. These are the reasons why the slogan "Make America Great Again", preached by the candidate who showed an inclination for sexism, xenophobia and dissemination of false information, was so successful.

Key words: Trump, capitalism, neo-liberalism, social inequality, media