

Nic za darmo

Gdy zadając pytania, dziennikarz przedstawia fakty czy zjawiska nie mające nic wspólnego z rzeczywistością, a w odpowiedzi, otrzymuje, podane również świadomie, fałszywe informacje i oceny, to mamy do czynienia z kombinacją logiczno-semantyczną pod nazwą „wywiad”. Do takiej oszukańczej gry dochodzi najczęściej, gdy rozmawiają ze sobą dziennikarze i politycy o tych samych poglądach, uznających za wrogów tych samych politycznych przeciwników lub reprezentujących to samo środowisko, albo mających po prostu wspólne interesy. Takie wywiady najczęściej można przeczytać w „Gazecie Wyborczej” lub usłyszeć w TVN 24.

Na przykład, dziennikarze pytają Donalda Tuska, czy będzie się także kierował pokusą odzyskania publicznych mediów, a on odpowiada, że na początek chce, by zrezygnowano z abonamentu. Oszukańcza symbioza polega na tym, że dziennikarz „sprzedaje” swój polityczny pogląd jako pytanie, na które nie oczekuje wcale odpowiedzi, a polityk pod wpływem krytycznej, wygodnej dla niego oceny rzeczywistości zawartej w pytaniu, nie musi już (jeśli nie chce) wcale na nie odpowiadać. I może dalej przedstawiać swoje polityczne credo jako pewną poważną konsekwencję „problemu”. Pora wyjaśnić te niuanse. W pytaniu do Donalda Tuska użyty przysłówek „także” ma dowodzić, że poprzednia ekipa (w domyśle PiS) zawłaszczyła media, a teraz

Platforma Obywatelska stoi przed „pokusą” ich odzyskania. Prawda jest jednak inna. Taka mianowicie, że PiS mediów publicznych nie odzyskał tym samym nie mógł zawłaszczyć. Platforma Obywatelska „także” niczego nie musi odzyskiwać. Media publiczne po 1989 roku pozostały wciąż postkomunistyczne, choć w ciągu ostatnich dwóch lat zachowały zdecydowanie większy polityczny umiar niż tzw. niezależne media prywatne, szczególnie dwie duże prywatne telewizje. Zdaniem Donalda Tuska, zniesienie abonamentu jest najlepszym sposobem na to, by media publiczne wykonywały swoją misję i były pozbawione kontroli politycznej. Przez ostatnie 18 lat media publiczne pobierały abonament, czy zatem należy założyć że nie wykonywały swojej misji? Ależ wykonywały, choć z odpowiedzialnością za słowo, rzetelnością ukazywania wydarzeń, prezentowaniem zróżnicowanych poglądów, prawem do kontroli i krytyki społecznej bywało różnie. Równocześnie szereg zadań z rodzaju tzw. „misyjnych” wzięły na siebie dobrowolnie media prywatne. I nie musiały być ponadto zobligowane do: (cytuje dalej za ustawą) respektowania chrześcijańskiego systemu wartości, umacniania rodziny, zwalczania patologii społecznych, itd.) Jak życie pokazało, niektóre zadania z dziedziny „misji mediów publicznych” (np. informacja czy publicystyka) media prywatne potrafiły wykonać bardzo skutecznie, bez obowiązku zachowania szeregu różnych ustawowych warunków i ograniczeń i co najważniejsze we własnym interesie.

Na likwidacji abonamentu zyskają media prywatne, ponieważ osłabi się pozycja rynkowa, a tym samym finansowa, dalej programowa, mediów publicznych. Sprawa realizacji misji czy prawnego umocowania mediów publicznych wydaje się dziś, w świetle ostatniej i przyszłych kampanii wyborczych, kwestią znacznie mniejszej wagi niż zapewnienie prywatnym mediom korzystniejszego źródła finansowania z rynku reklam. Pogląd powtarzany w kółko przez Donalda Tuska, że ci, co dysponowali mediami publicznymi, zawsze przegrywali wybory, odwraca uwagę od meritum sprawy. A meritum, to stara prawda, że za wszystko trzeba płacić. Donald Tusk odwdzięcza się mediom prywatnym za poparcie jakiego mu udzielały przez dwa lata, oczywiście z nadzieją na przyszłość.

Wojciech Reszczyński

„Nasz Dziennik” 15.11.07