

BOGUSŁAWA DOBEK-OSTROWSKA

*Polski system medialny na rozdrożu.
Media w polityce, polityka w mediach*

Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego,
Wrocław 2011, 224 s.

(Sebastian Kozłowski)

W tym roku z serii „Komunikowanie i media” Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego ukazała się monografia Bogusławy Dobek-Ostrowskiej: *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*. W pracy tej poruszone zostały ważne kwestie związane z licznymi pytaniami o wiarygodność i niezależność mediów w Polsce, interesujące zarówno opinię społeczną, polityków, jak i samo środowisko dziennikarskie. Autorka stara się uchwycić problematykę etyki zawodowej, a także uwarunkowań politycznych czy partyjnych. Wielowymiarowość publikacji polega na wielostronnej analizie głównych dylematów rozwojowych polskiego systemu medialnego. Mamy tu zatem do czynienia ze spojrzeniem od strony procesów oraz jednostkowych decyzji zmierzających do powiązania mediów z politykami. Z drugiej strony autor-

ka porusza nie mniej ważny problem uzależniania formy i stylu prowadzenia działalności politycznej od oczekiwań rynku medialnego. Szczególnie ta druga płaszczyzna jest nieco mniej dostrzegana w dyskursie publicznym, gdyż na ogół łatwiej jest zapewne zauważyć problem uzależnienia mediów od polityków niż polityków od mediów. W zgrabny sposób autorka uchwyciła tę niejednoznaczną, nieoczywistą przecież korelację. Wszakże zjawiska skorelowane nie muszą w automatyczny i prosty sposób współwystępować w charakterze jednokierunkowej, najłatwiejszej do powierzchownego wyjaśniania zależności przyczynowo-skutkowej. Zatem z naukowego punktu widzenia, dostrzegając współzależność pomiędzy światem mediów i światem polityki, dzięki tej monografii, możemy zauważyć dialektyczny charakter dzisiejszego układu poli-

tyczno-medialnego oraz rodzących się tu napięć. Istniejące stosunki autorka analizuje z jednej strony „z punktu widzenia uczestników sceny politycznej, to jest polityków, partii, liderów partyjnych oraz samych mediów, czyli ich właścicieli, wydawców, dziennikarzy i pracowników mediów”, a więc zadaje sobie pytanie: „ile mediów jest w polityce?”¹. W ten sposób bada strategię medialne polityków, ich metody, działania służące wkomponowaniu się w media. Z drugiej strony skupia się na problemie ilości polityki w mediach, próbując ocenić polityczne zaangażowanie lub dystans do polityki ze strony dziennikarzy, właścicieli i wydawców². Po przeczytaniu książki można odnieść wrażenie, że w nie mniejszym stopniu niż naciski polityczne na dziennikarzy i redakcje, ważnym problemem do dyskusji są uzależnienia i swego rodzaju „naciśki” dziennikarskie wpływające na polityków w układzie behawioralnym.

Badając oddziaływanie ze strony polityków na media w dość oryginalny sposób, autorka dostrzega mniej zagrożeń dewiacyjnych, korupcyjnych, dotyczących pracy dziennikarzy zatrudnionych w wielkich koncernach medialnych niż w małych, prowincjonalnych, lokalnych redakcjach. Stara się przy tym pokazać rozmaitość i nieporównywalność różnych instytucji medialnych ze względu na ich wielkość oraz ułożenie, co jej zdaniem jednak zdecydowanie przema-

wia na niekorzyść tych mniejszych, właśnie o charakterze lokalnym. Stwierdza tu dość dosadnie: „Dziennikarze pracujący dla dużych organizacji medialnych w mniejszym stopniu niż małe redakcje lokalne są narażeni na korupcję i służenie interesom lokalnych grup nacisku, które mogą pochodzić z różnych sfer – politycznej, ekonomicznej czy kościelnej. Nie są tak podatni na wpływy towarzyskie czy lokalnych koterii”³. Wyraża przy tym jasny pogląd, iż na wyższym poziomie pracy dziennikarskiej w Polsce nie mają miejsca przejawy klientelizmu i koleśnictwa, które w jej przekonaniu tak bardzo widoczne są w małych gminach i powiatach. Zdaniem autorki przykład afery Rywina (choć niewyjaśnionej do końca), określanej jako największy skandal o charakterze korupcyjnym po 1989 roku dowodzi, że media dystansują się względem elit rządzących. Media w jej przekonaniu unikają bliższych związków, rezygnując z doraźnych, wymiernych korzyści, w obawie przed negatywnymi konsekwencjami w dłuższej perspektywie prowadzonej działalności. Powołuje się przy tym jednocześnie na obserwacje procesów politycznych oraz badania realizowane na szczeblu lokalnym i regionalnym, głównie w mniejszych miejscowościach, podkreślając: „Tam te związki są znacznie wyraźniejsze i często noszą znamiona patologiczne”⁴. Nie można odmówić w dużej mierze autorce racji, szczególnie, gdy mamy do czynienia z różnymi informacjami medialny-

¹ B. Dobek-Ostrowska, *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wrocław 2011, s. 13.

² Tamże.

³ Tamże, s. 37.

⁴ Tamże, s. 83.

mi na temat skandalicznych działań wójta, burmistrza czy radnego z małej gminy, prezentowanymi np. przez ogólnopolską, komercyjną stację telewizyjną. Tymczasem, trudno się bezkrytycznie zgodzić z taką konstatacją autorki stojącej (w pewnym sensie dzięki temu argumentowi) w obronie wielkich nadawców przeciwko małym bez analizy specyfiki interesów różnorodnych mediów, szczególnie komercyjnych, o których nie możemy zapominać, że z założenia mają być dochodowe, więc i ich działania w tej sferze są nieobojętne. Oczywiście jest przecież to, że naciski i wpływ ze strony prowincjonalnych funkcjonariuszy publicznych na tego typu „wielkie” media jest znikomy. O wiele znacznie więcej za to może być ich oddziaływanie na małą gazetę lokalną, która głównie utrzymuje się z ogłoszeń zamieszczanych przez lokalną jednostkę samorządu terytorialnego, w której znaczącą rolę odgrywają akurat opisywani funkcjonariusze jako zlecciodawcy – „chlebodawcy”. Niestety, realia rynkowe niejako wypychają media lokalne w układ uzależnienia od największego, a często nawet jedynego żywiciela – ogłoszeniodawcy na danym terenie, jakim jest administracja lokalna. Tymczasem w skali ogólnopolskiej umiejętność medialnego atakowania słabszego i w pewnym sensie bezbronnego podmiotu wcale jeszcze nie świadczy o niezależności dziennikarskiej. Dopiero umiejętność bez pardonowego opisywania wpływowych środowisk w skali krajowej i międzynarodowej mógłby być ważkim argumentem przemawiającym na korzyść tezy o niezależności mediów wygłoszo-

nej w omawianej monografii. Autorka mniej jednak dostrzega tutaj zagrożenia wynikające z funkcjonowania wielkich koncernów medialnych, w kontekście procesu globalizacji. To, że owi więksi, ogólnopolscy nadawcy mogą sobie pozwolić na obiektywną ocenę działalności wójta, działającego gdzieś na Podkarpaciu, nie oznacza przecież, że równie zdecydowanie będą walczyć przeciwko wielkim, globalnym koncernom i światowym interesom wielkich mocarstw. Ostatnio należy mieć w tej kwestii wątpliwości, kiedy tak wiele dowiadujemy się chociażby o powiązaniach światowego potentata medialnego Ruperta Murdocha ze znaczącymi w skali międzynarodowej politykami, o zadziwiającej „jednomysłności” np. w sprawie „słuszności” amerykańskiej interwencji w Iraku, w artykułach wszystkich zatrudnionych przez niego na całym świecie dziennikarzy. Zatem nasuwa się znacznie więcej pytań, co do obiektywizmu dziennikarzy zatrudnionych w wielkich koncernach medialnych, co oczywiście w Polsce wygląda dość specyficznie i przypuszczalnie nie tak źle na tle chociażby sąsiednich państw. Być może autorka nie uchwyciła wyraźnie jednej, oczywistej prawidłowości, że łatwiej jest bić słabszego niż silniejszego. Zatem, kiedy media uderzają w mało znaczących samorządowców nie oznacza, iż będą równie zdeterminowane, aby uderzyć w interesy swego wydawcy i jego relacje z politykami działającymi w skali światowej. Dziś, w erze globalizacji, opisując polski rynek medialny ulegający coraz większemu umiędzynarodowieniu, trudno jest raczej mówić o niezależności w układzie poli-

tyki i mediów w oderwaniu od wielkich procesów zewnętrznych. Jest to oczywiście niewielki uszczerbek omawianej książki, której czytelnik może czuć lekki niedosyt, jeśli jest silniej zorientowany na poszukiwanie odzwierciedlenia problemów globalizacji w działalności polskiego rynku medialnego w układzie trendów tzw. mainstreamu. Oczywiście autorka w wielu miejscach podkreśla wagę procesu globalizacji, szczególnie w odniesieniu do mediów światowych.

W przypadku mediów polskich autorka bardziej zwraca uwagę na to, co ogólnie dzieje się na skutek globalizacji, czyli podkreśla wagę przeobrażeń technologicznych, nowych potrzeb i zwiększającego się uniezależnienia odbiorców, mających przecież dostęp do stale rosnącej liczby źródeł informacyjnych, takich jak np. Internet, telewizja kablowa i satelitarna oraz radio, dzięki czemu mogą sami dokonywać wyboru⁵.

Autorka podjęła się z powodzeniem próby scharakteryzowania tego, czym jest system medialny (wywodząc to pojęcie z koncepcji T. Parsonsa, upowszechnionej przez K. Deutscha i D. Eastona) i precyzyjnie opisała jego działanie we współczesnej Polsce po 1989 roku. Jednocześnie nakreśliła zmiany zachodzące w Europie Środkowej i w naszym kraju na tle wielkich przemian medialnych na zachodzie. Ze względu na szeroki wachlarz problemów badawczych słusznie nie podjęła się scharakteryzowania całego, przecież niesłychanie złożonego systemu medialnego, lecz wy-

brała jego ważny fragment, jakim są głównie związki massmediów i partii politycznych⁶. Omawiana publikacja, jak podkreśla sama autorka, „mieści się w dziedzinie studiów nad komunikowaniem politycznym, które wykształciły się na przełomie lat 50. i 60. XX w. i znajdują się na pograniczu politologii i nauki o komunikowaniu”⁷.

W tej niezwykle interesującej publikacji autorka nie unika dogłębnej analizy i wieloaspektowego opisanie zmiany wizerunku medialnego głównych aktorów sceny politycznej w ciągu ostatnich lat. Podejmuje się również badania tak ważnych, aktualnych i przełomowych wydarzeń z punktu widzenia mediów oraz polityków, jak katastrofa smoleńska. Wyraźnie podkreśla: „Katastrofa smoleńska stanowiła istotny czynnik determinujący poziom mediatyzacji polityki w czasopiśmie opiniotwórczych”⁸. Przy tym także odważnie obnaża i ekspozuje preferencje polityczne polskich gazet widoczne np. w czasie kampanii wyborczych, zarówno te, do których się przyznawały („Gazeta Wyborcza”), jak i te skrywane pomiędzy wierszami („Rzeczpospolita”)⁹.

W pracy tej autorka posługuje się dokładnymi badaniami, danymi statystycznymi, opracowaniami dotyczącymi aspektów ilościowych związanych z obecnością treści politycznych w poszczególnych mediach. Zapewne takie precyzyjne, procentowe oblicze-

⁵ Tamże, s. 32.

⁶ Tamże, s. 13.

⁷ Tamże, s. 14.

⁸ Tamże, s. 148.

⁹ Tamże, s. 138.

nia udziału poszczególnych formacji politycznych w przekazie różnych mediów pozwalają na dogłębną ocenę zaangażowania po określonej stronie sporu politycznego lub są dowodem obiektywizmu i neutralności nadawców.

Badaczka opisuje zarówno media publiczne, jak i prywatne. Analizując zmieniające się składy zarządu TVP od 1993 roku pod kątem przynależności politycznej (formalnej lub nieformalnej) poszczególnych prezesów, dowodzi słuszności tezy o upolitycznieniu telewizji publicznej, co kwestionuje społeczną misję tej instytucji¹⁰. Na tym tle autorka formułuje zdecydowanie bardziej pozytywną ocenę działalności nadawców niepublicznych, podkreślając, że nasi najwięksi nadawcy komercyjni – w odróżnieniu do Europy Środkowo-Wschodniej – pod względem struktury własnościowej nie znajdują się w rękach zagranicznych inwestorów. Autorka widzi w założycielach tych stacji raczej pasjonatów, ludzi aktywnych i kreatywnych¹¹. Analizując w szczególności działalność TVN, TV Polsat, RMF FM oraz Radia ZET, uważa, że „ich wspólną cechą jest rozczarowanie kulturą polityczną elit rządzących i niezwykle niska ocena tych elit, czasami niesprawiedliwa, ale przeważnie uzasadniona, sceptycyzm i negatywizm”¹². Oczywiście w różnym stopniu krytykują one aktorów sceny politycznej, nie mniej jednak wśród nich autorka nie dostrzega przejawów inte-

gracji dziennikarzy i właścicieli stacji z elitami politycznymi. Zatem paradoksalnie korzystniej i bardziej obiektywnie wyglądają dziś media komercyjne niż publiczne, którym oficjalnie i prawnie przypisuje się ważną misję i oczekuje od nich najwyższego stopnia obiektywizmu oraz apolityczności. Smutna jest ta konstatacja, ale zapewne uzasadniona w świetle bogatej i wielowymiarowej analizy przeprowadzonej przez Bogusławę Dobek-Ostrowską.

Książka ta niewątpliwie warta jest polecenia nie tylko naukowcom, ale szczególnie środowisku dziennikarskiemu i politykom, którzy dzięki lekturze mogliby uzyskać bardzo rzeczową wiedzę na temat realiów funkcjonowania mediów w Polsce, co niewątpliwie może być istotnym krokiem do pozytywnej zmiany myślenia na rzecz podejmowania racjonalnych decyzji.

Sebastian Kozłowski

¹⁰ Tamże, s. 151–155.

¹¹ Tamże, s. 157.

¹² Tamże, s. 158.