

Karol B. JANOWSKI

Warszawa

Media. Między misją a rzecznictwem interesów

Streszczenie: Prasa nie kryje ambicji zajmowania znaczącej pozycji w polityce, kreując się na IV władzę. Jest to roszczenie, któremu służą zabiegi o charakterze socjotechnicznym, marketingowym, PR-owskim. Mają na celu szczególne wyeksponowanie pozycji mediów w przestrzeni społecznej. Prasa nie waha się przed wkraczaniem na obszar, który jest domeną grup interesu. „Rzeczypospolita” i „Gazeta Wyborcza” podjęły różnorodne przedsięwzięcia, by chronić swą (wydawcy) pozycję na rynku, w czym posługiwały się narzędziami typowymi dla rzecznictwa interesów. W zależności od rozwoju sytuacji, stosowały perswazję, wykorzystywały relacje towarzyskie, starały się wywrzeć wpływ na proces decyzyjny, ponadto dla wzmocnienia presji tworzyły koalicje. Do realizacji swych partykularnych interesów angażowały opinię i instytucje międzynarodowe, ukazując intencje i działania władz państwowych w negatywnym, odbiegającym od rzeczywistości świetle. Nie stroniły od manipulacji, gróźb i szantażu, przechodząc wreszcie do jawnej konfrontacji. Ta strona funkcjonowania mediów jest zwykle niedostrzegana. Badacze koncentrują się głównie na kulturowych funkcjach prasy, a także roli aktora politycznego lokowanego w IV władzy. Poddane analizie przypadki są próbą wypełnienia luki w literaturze naukowej.

Słowa kluczowe: media, misja, lobbying, mity, manipulacja

Media – IV władzą?

Z punktu widzenia socjologii polityki, kluczową kwestią jest zidentyfikowanie interesów, którym władza służy, preferuje, chroni, eliminuje, które zaś pozostawia naturalnemu biegowi, których wreszcie nie dostrzega (lekceważy). Z paradygmatem władzy wiąże się pytanie „kto (i kim) rządzi?”, a także rozpoznanie środków służących osiągnięciu zamierzonego celu. Kwestie te niejako wyznaczają pole refleksji nt. szczególnego typu podmiotu, który przejawia moc sprawczą w polityce. Mieści się on w porządku formalno-prawnym, nie jest jednak formalnym podmiotem władzy. Wykazuje szczególne zdolności skutecznego wpływania na zdarzenia i procesy polityczne, co czyni zeń istotny czynnik określający paradygmat socjologiczny władzy. Jego siła jest wzmacniana potencjałem zaplecza powiązanego z kapitałem bądź jego finansowego wsparcia. Identyfikując obiekty uczestniczące w polityce, operujące różnorodnymi środkami oddziaływania, nie można pominąć mediów, osobliwie tych, które wykorzystują najnowsze środki komunikacji. Posługują się one wachlarzem różnorodnych narzędzi i procedur, by powodować bądź wpływać na zachowania obywateli oraz oddziaływać na władze.

Coraz częściej i powszechniej wykorzystują one w tym celu dorobek „nauk praktycznych” (nie w pełni odpowiadających kryteriom konstytuującym dyscyplinę naukową), jak marketing polityczny – nakierowany na wywoływanie u odbiorców oczekiwanych przez twórców produktu nastawień i reakcji; public relations (PR), sprowadzający się do

rozeznania czynników – i ich zastosowania – kształtowania przychylnego klimatu dla podmiotu i podejmowanych przezeń działań; socjotechnika (inżynieria społeczna), dostarczająca wiedzy nt. sterowania zachowaniami ludzkimi i wreszcie lobbying – obejmujący działania, z zastosowaniem zestawu narzędzi wpływu – mający na celu skłonienie ośrodków władzy państwowej, by podejmowały korzystne dla grupy interesu decyzje.

Za trafny wypadnie uznać pogląd, iż media osiągnęły niezależność od władzy politycznej, stając się „autonomicznym aktorem na scenie politycznej” (Dobek-Ostrowska, 2004, s. 97), jakkolwiek ich niezawisłość natrafia na ograniczenia. Szczegółnej pozycji rządzących w mediach „publicznych”, towarzyszy fiasko podporządkowania prywatnych. Ich niezależność ma jednak swoje granice (system podatkowy, koncesyjny etc.). Rządzący nie rezygnują z wpływania na środowisko dziennikarskie, stosując m.in. narzędzia dyskrecjonalne, instrumenty zastraszania (lustracja). Niezależność mediów nie oznacza wreszcie bezstronności politycznej. Jest ona określana, w przypadku mediów „publicznych”, mocą dysponenta politycznego. Zaś mediów prywatnych dyrektywami formułowanymi bezpośrednio przez właściciela bądź sygnalizowanymi pośrednio przez grupę interesu, która – kierując się różnymi względami – udziela bądź cofa finansowe wsparcie (m.in. ogłoszenia). Nader ważne są, rozeznane przez media, oczekiwania odbiorców (czytelników, słuchaczy, widzów), które w konkurencji z grupami interesu nierzadko przegrywają.

Prasa nie powstrzymuje się przed odgrywaniem roli ważnego podmiotu. Kreuje się – przywołując zapewne klasyczny rozdział – na IV władzę. „Sens tego pojęcia zawiera się w tym, że media mają kontrolować monteskiuszowski system trójwładzy państwowej, być jego recenzentem i krytykiem, jako rzecznik interesu publicznego i strażnik przyzwoitości tej trójwładzy” (Łukasiewicz, 2003). Ta myśl niejako wytyczyła sposób postrzegania przez środowisko dziennikarskie swego miejsca i roli w przestrzeni publicznej, a polityce w szczególności.

Czy media, zabiegając o pozycje IV władzy, są jednak skłonne działać w zgodzie z intencjami Monteskiusza, czy są gotowe na uszczuplanie nadmiaru swej władzy – jeśli do tego dojdzie – oraz poddać się kontroli, jaka wpisana jest w ideę balansu i hamowania, by ponosić obywatelską odpowiedzialność? „Każda władza musi być kontrolowana – powiada przedstawiciel władzy sądowniczej – wobec sądownictwa robią to w dużej mierze media. Wobec mediów czasem inne media, czasem i sądy, chociaż tego dziennikarze bardzo nie lubią. Ale cóż, skoro mówi się, że każda władza korumpuje, to pewnie czwarta władza czasami też. Istnieje też problem społeczny nazywany skrótowo arogancją władzy, i ten problem na pewno czwartej władzy również dotyczy” (Gardocki, 2004).

Postrzeganie prasy jako IV władzy nie znajduje „umocowania” w prawie. Jest to z jednej strony przejaw nieuprawnionej nadinterpretacji kategorii władzy, z drugiej zaś roszczenia, któremu służą zabiegi o charakterze socjotechnicznym, marketingowym, PR-owskim. Mają one na celu szczególnie wyeksponowanie pozycji mediów w przestrzeni społecznej. Media domagają się przyznania im osobliwej legitymacji, ufundowanej na kreowanym i usilnie forsowanym wizerunku. Ma się nań składać wiarygodność, zaufanie oraz wsparcie społeczeństwa. Środowisko dziennikarskie z wyjątkową mocą i determinacją buduje, stara się upowszechniać i kultywować wizerunek podmiotu spełniającego misję informacyjną, socjalizacyjną, a ponadto – artykulacyjną, aksjologiczną, kreatywną. Głosząc bezstronność, niezależność i obiektywizm, media budują stereotyp opinio-

twórczego strażnika interesu (dobra) społecznego, każąc mniemać, iż ich udziałem są przede wszystkim szczytne powinności i cele. Owe czynniki mają decydować o kształcie funkcji-misji nieograniczonej: artykulacyjnej, wartościującej, kreatywnej; wyrazieli opinii publicznej, kontrolera władzy w wolnym społeczeństwie.

Jednoznaczne wnioski co do wartości głoszonych przez media deklaracji, wierności szlachetnym powinnościom, prawdzie i godności, a także pojmowania przez nie odpowiedzialności dostarcza zdarzenie, którego animatorami i uczestnikami byli dziennikarze. Tłumnie, poddając się zasadzie ważności (autorytetu), pozycji w środowisku, popularności, wzięli udział w demonstracji przeciwko karze, jaką sąd (kolejne instancje) nałożył na wydawcę lokalnego dziennika za zniesławienie urzędnika gminy w Policach. Miejszem trzydniowego protestu, rozpoczętego 22 marca 2004 r., był plac przed Sejmem w Warszawie, gdzie została ustawiona klatka dla dzikich zwierząt, symbolizująca więzienie. W niej kolejno „osadzali” się przedstawiciele mediów (pierwsi – redaktorzy naczelni „Faktu” i „Super Expressu”). Protest, który relacjonowały radio i telewizja, przerodził się w spektakl nie pozbawiony akcentów komicznych (potrząsanie kratą, przyjmowanie – w zależności od inwencji – póż przypisywanych dzikim zwierzętom), ale też żalonych (ustawianie się w kolejce do klatki, by być dostrzeżonym przez publiczność). Happening przyciągnął uwagę „gawiedzi”.

Demonstracja ukazała zdolności mobilizacyjne, które udatnie wykorzystali prominentni przedstawiciele środowiska, przekonując do kolektywnego przeżywania solidarności korporacyjnej. Akcję uzasadniano zagrożeniami ze strony państwa, osobiście rządzącej formacji politycznej. Sprzeciwiano się „kneblowaniu ust dziennikarzem, którzy mówią prawdę i demaskują aferzystów”. Psychoza zagrożenia udzieliła się szefowi organizacji Reporterzy bez Granic, który wystąpił do prezydenta o ułaskawienie dziennikarza, rzecznikowi praw obywatelskich, który doszukiwał się błędów w procedurze sądowej, szefowi Obserwatorium Wolności Mediów...

Tymczasem powody, dla których wszczęto dziennikarski protest niewiele miały wspólnego z rzeczywistością. Wręcz kłamano, posłużono się manipulacją, wprowadzając w błąd opinię publiczną. Gmina bowiem, na skutek niejasnych (nieuczciwych) operacji, straciła zaufanie do redakcji „Więści Polickich”, pozbawiając ją zamówień (ogłoszenia i usługi poligraficzne). Ukrywano fakt, że przed kolejnymi instancjami sądowymi właściciel i redaktor naczelny nie zdołał przedstawić dowodów, potwierdzających zarzuty o korupcję, nepotyzm i partyjniactwo urzędnika gminnego. Przemilczano to, iż ów urzędnik stał się przedmiotem nagonki, potwarzy, przy czym redakcja nie oszczędzała jego rodziny. Zachowanie redaktora zostało przez sąd napiętnowane. Sąd zobligował go do przeproszenia. Wobec kolejnej odmowy, sąd zasądził karę 3-miesięcznego więzienia, zawieszając ją. Sprawa znalazła epilog w Sądzie Najwyższym, który w odpowiedzi na kasację, utrzymał nakaz przeproszenia. Wyrok kwestionowali dziennikarze, starając się nie dopuścić do upublicznienia odmiennej wersji przebiegu zdarzeń i ich genezy (m.in. odmawiała tego „Gazeta Wyborcza”), żądając zwolnienia obwinionego od odbywania kary, a nawet w ogóle zdjęcia zeń jakiegokolwiek odpowiedzialności.

Przedsięwzięcia, podjęte pod hasłem obrony wolności słowa, dla których pretekstem była „krzywda” dziennikarza z Polic, ukazały niedostatek indywidualnej refleksji osób bądź instytucji, które uległy „Tygrysom w klatce”. Wsparły one akcję wątpliwą moralnie, poddając się presji kolektywu (korporacji), który sprawnie posłużył się narzędziami

wpływu, powodując mnożenie uczestników „tłumu” przekonanego „społecznym dowodem słuszności”. Dziennikarze, żądając bezkarności za ewidentnie niegodne czyny, lokowali swój happening na poziomie najwyższych wartości, występowali pod hasłami obrony wolności słowa, walki z uciskiem państwa i prawa. W istocie – manipulując faktami, wprowadzając w błąd opinię publiczną – domagali się specjalnego, uprzywilejowanego traktowania swego środowiska, osłabienie odpowiedzialności karnej, wręcz bezkarności.

Medium – grupą interesu

W zależności od okoliczności, media pełnią typowe dla grupy interesu funkcje. Posługują się narzędziami wpływu, które mają na celu urzeczywistnianie różnorodnych potrzeb. Nierzadko interes publiczny (dobro publiczne), na który powołują się media, okazuje się mitem, skrywającym wolną grę grupowych interesów (Ehrlich, 1974, s. 44). Mitem, wraz z deklaracjami o urzeczywistnianiu wyższych aspiracji, skrywa (kamoufluje) rzeczywiste dążenia, które mają charakter partykularny, bywa – sprzeczny z dążeniami większości społeczeństwa. Nie w każdym przypadku następuje rozdział między interesem grupowym (partykularnym) a społecznym. To jednak nie podważa mocy twierdzenia o sile interesu jako czynnika generującym działania grup bądź instytucji, w tym prasy.

Okolicznością uzasadniającą traktowanie mediów jako grupy interesu, jest niebezpośrednie (zewnętrzne) uczestnictwo w podejmowaniu decyzji politycznych oraz nieponoszenie za nie odpowiedzialności. Nie mają swych członków (formalnych reprezentantów) we władzach ustawodawczych, wykonawczych i sądowniczych. Nie jest to potrzebne dla ochrony i realizacji interesów grupowych. Wszak dotyczą one jedynie określonych decyzji czy konkretnych aktów prawnych – ich przyjęcia bądź zaniechania. Ten czynnik – pamiętając o ambicjach odgrywania roli IV władzy – stanowi istotny element refleksji nad źródłami procesów władczych (pytanie „kto rządzi?”). Czynnik, który ma zastosowanie do mediów, to możliwość współpracy grup interesu celem spotęgowania siły wpływu poprzez tworzenie koalicji. Generalnie starają się one przestrzegać zasady niemieszania się w działalność innych grup. W przypadku sprzeczności interesów dochodzi do konkurencji, której przedmiotem mogą być rozstrzygnięcia władz (rzadko), bądź poparcie społeczne, okazywane przez czytelników, widzów, słuchaczy; dobro o wyjątkowo wysokiej wartości.

„Rzeczypospolitej” misja obrony prawdy i wolności vs. ochrona własnych interesów

Za przykład rzecznictwa interesów może posłużyć działanie „Rzeczypospolitej”, która starała się skłonić prokuraturę, aby odstąpiła od wszczęcia procesu sądowego przeciw jej wydawcy. Presspublika (właścicielem większościowym była norweska spółka Orkla – 51 proc. udziałów) została oskarżona o działanie na szkodę Państwowego Przedsiębiorstwa Wydawniczego (dalej – PPW, posiadacz 49 proc. udziałów w Presspublice). W lu-

tym 2002 r. prokuratura przedstawiła trzem członkom zarządu Presspubliki zarzuty przekroczenia uprawnień i spowodowania szkody. Zastosowała jednocześnie środek zapobiegawczy, zatrzymując im paszporty i zakazując opuszczania Polski. Decyzja prokuratury spotkała się ze sprzeciwem przedstawicieli mediów polskich (koalicja), którzy 15 kwietnia wystąpili do Prokuratury Rejonowej Warszawa-Ochota, składając poręczenie oraz wnioskuje o zwolnienie obwinionych z aresztu tymczasowego. Uznali oni, iż środki zapobiegawcze – „nieadekwatne i zbyt uciążliwe” – uniemożliwiają kierowanie spółką, w szczególności wydawanie „jednego z największych i najbardziej renomowanych niezależnych polskich dzienników” (*Szefowie...*, 2002).

Od początku sporu, który miał charakter biznesowy, redakcja starała się nadać swoim działaniom wzniosły charakter, zaś udziałowca spółki, domagającego się dotrzymania zobowiązań, skompromitować. Przydawała jego postępowaniu niegodne aksjologicznie i politycznie intencje. Przede wszystkim jednak spór ukazywano jako odbicie dążeń zmierzających do poddania dziennika – który „demaskował nadużycia władzy” – „kontroli politycznej”, co miało – wedle dziennika – przynieść cofnięcie Polski z demokratycznej drogi przemian. Władze miały wykorzystywać prokuraturę do walki z opozycyjną prasą oraz tłumienia wolności słowa. Dziennik, kreując się na jej rzecznika i strażnika, wielokrotnie na swych łamach tą argumentację wzbogacał o różnorakie wątki, tworząc obraz dramatycznych zmagania z rządową nagonką.

Celem wzmocnienia nacisku na rząd, „Rzeczpospolita” sięgnęła po różnorodne narzędzia, mieszczące się w instrumentarium marketingu politycznego, a przede wszystkim lobbyingu. Posługując się manipulacją, skrywała rzeczywiste intencje, tworzyła koalicje poparcia (w kraju i za granicą), nie wahała się posłużyć szantażem (ewentualność zagranicznych retorsji), prowadziła negatywną kampanię, przedstawiając w niekorzystnym świetle i niezgodnym z rzeczywistością intencje i działania władz państwowych. Więcej sugerowano, że Polska to państwo bezprawia. Natomiast „Rzeczpospolita” – obiekt nagonki i represji – to wzorzec przywiązania do wolności, enklawa godności i przyzwoitości.

Zarzuty te nie znajdowały potwierdzenia w faktach. Negatywny wizerunek, kreowany przez dziennik stał się narzędziem walki z władzą. Tymczasem działanie rządzącej formacji charakteryzowało się powściągliwością w stosowaniu jakichkolwiek środków, które mogłyby podważyć jej wizerunek jako ugrupowania, które w pełni i bez zastrzeżeń zaadoptowało demokratyczny ład.

„Rzeczpospolita” chroniąc swoje interesy, zmobilizowała sojuszników. 28 stycznia 2003 r. Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy przyjęło rezolucję, w której przytoczono zarzuty, których inspiratorem bądź autorem była „Rzeczpospolita”, wspierana przez instytucje lub środowiska niechętnie aktualnie rządzącej ekipie: „prawne nękanie” niezależnych mediów, co sytuowało Polskę na mapie demokracji i wolności obok Azerbejdżanu i Białorusi; „wszystkie poczynania władz wobec Presspubliki to zorganizowana akcja mająca na celu poddanie «Rzeczypospolitej» kontroli politycznej” (*Wolność...*, 2003). Na efekty kampanii negatywnej, w której fałsz i manipulacja przeważały nad prawdą i godnością – sztandarowe wszak wartości głoszone przez „Rzeczpospolitą” – liczył dziennik, zapowiadając, że Rada Europy „mogłaby zawiesić członkostwo Polski” (*Prawne...*, 2003). Światowe Stowarzyszenie Wydawców Gazet (WAN) powołało komisję, która miała zbadać, czy rząd polski podjął próbę przejścia kontroli nad „Rzeczpospolitą”, a także przeanalizować przebieg „wszystkich postępowań prokuratorskich

przeciwko członkom zarządu Presspubliki” (*WAN...*, 2003). Za znamieny wypadnie uznać fakt, że prace komisji nie zwięździł dokument końcowy, który potwierdzałby kolportowane przez dziennik zarzuty.

W rezultacie to Polska stała się obiektem międzynarodowego „nękania”, kiedy teza o „represjonowaniu” Presspubliki oraz norweskiego współwłaściciela została nagłośniona, a ich insynuacje zyskały wsparcie. Dziennik, poszerzając grono sojuszników wprowadził ich w błąd, skrywając rzeczywiste intencje, kreśląc obraz autorytarnych zagrożeń. Kreując się na „obrońcę” wolności, korzystał tym samym ze swego rodzaju premii w stosunku do władz państwowych, które zdominowane przez ludzi wywodzących się z ancien régime, były ukazywane jako niezdolne do zaabsorbowania reguł demokracji.

Analiza podejmowanych przez „Rzeczpospolitą” działań skłania do skonfrontowania ich z „racją stanu”, która wyraża nadrzędne interesy narodu i państwa, ponad interesy partykularne. Wydaje się nie podlegać kwestii – mając na uwadze rolę wzorcotwórczą i kreatywną – że wymóg rozumienia nadrzędności interesu narodu w tym przypadku okazał się dla „Rzeczypospolitej” odległy.

Władze państwowe nie zdołały przeciwstawić się – zapewne dysponując ograniczonymi możliwościami politycznymi oraz potencjałem intelektualnym – zorganizowanej przez lobbystę akcji; Zarząd Presspubliki oraz szefowie Orkli Media korzystali z usług międzynarodowych firm doradczo-audytorskich (*Prezesi...*, 2004). Władze zmuszone do defensywy, sparaliżowane niekorzystnym dla Polski wizerunkiem, nie zdołały podjąć kontrakcji. Polska, zaangażowana w proces negocjacji akcesyjnej do UE, stała się przedmiotem niczym skrywanej kampanii negatywnej. Rząd ani nie mógł, ni próbował wpływać – brak na to dowodów, poza nieprawdziwymi zarzutami kolportowanymi przez „Rzeczpospolitą” – na jej działalność edytorską. Wiele natomiast wskazuje, że zmierzał do pozbycia się kłopotliwego związku. Sprawa ostatecznie została rozwiązana w marcu 2013 r., kiedy po kolejnych zmianach właścicielskich, Presspublikę przejęła Gremi Media, uprzednio wykupując PPW.

Rząd w rezultacie groźby naruszenia interesów spółki stał się obiektem kampanii, w której prawda, przyzwoitość i rzetelność zostały poddane próbie, a przez „Rzeczpospolitą” pogrzebane. Władze państwowe z konfrontacji wyszły, ponosząc klęskę. Ustąpiły wobec skutecznie przeprowadzonej promocji, reklamy i czarnego PR, kiedy głosząc cele deklarowane, przydając im wzniosłe intencje, skrywano cele rzeczywiste. 26 marca 2004 r. śledztwo zostało umorzone „z braku dostatecznych danych uzasadniających popełnienie przestępstwa” (*Prezesi...*, 2004).

„Gazety Wyborczej” lobbying z Rywinem w tle

O ile przypadek „Rzeczypospolitej” jawi się jako incydent – jakkolwiek wyczerpuje znamiona lobbyingu – to zgoła w innym wymiarze rysuje się przedsięwzięcie podjęte przez spółkę Agora, osobiście „Gazetę Wyborczą”. Przyniosło ono nie tylko oczekiwane efekty – wycofanie inicjatywy ustawodawczej, która godziła w jej interesy korporacyjne. Spowodowało bowiem skutki zapewne nieprzewidywane, jednak dla formacji rządzącej, autoryzującej projekt ustawy, rozległe: klęska w wyborach parlamentarnych oraz jej „zgruzowanie”, przekładające się na utratę wpływów w społeczeństwie na dłuższy okres.

U genezy mitu o największej bodaj aferze korupcyjnej po 1989 r. oraz jej animatorach leżał skierowany 15 stycznia 2002 r. przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji do rządu – wobec braku prawa do inicjatywy ustawodawczej – projekt medialnej ustawy antymonopolowej. Będąc próbą ustawowego uporządkowania rynku medialnego w Polsce, przewidywał ograniczenia koncentracyjne, które dotyczyły dzienników, stacji radiowych oraz telewizyjnych. Sprzeciw wobec tych rozwiązań zgłosiła m.in. Agora – właściciel i wydawca „Gazety Wyborczej” – spółka notowana od 1999 r. na giełdzie w Warszawie i Londynie. W rezultacie aktywności kapitałowej na rozlicznych polach – reklama, wydawanie prasy (w tym magazynów), rozgłoszenie radiowe, Internet, serwis ogłoszeniowy – osiągnęła ona mocną pozycję na rynku medialnym. Potraktowała projekt ustawy jako akt ograniczający jej plany korporacyjno-finansowe. „Nowelizacja ustawy przyjęta przez rząd oznacza *de facto* dyskryminację polskich firm na ich własnym rynku [...] Ta ingerencja w wolność życia gospodarczego budzi nasz głęboki sprzeciw co do zasady, niezależnie od interesów ekonomicznych Agory” – stwierdzał zarząd Agory (*Oświadczenie...*, 2002). Dążenie do poszerzenia wpływów kapitałowych wydaje się zrozumiałe i oczywiste, jak i rozumiały jest opór wobec inicjatywy legislacyjnej, którą Spółka zinterpretowała jako akt ograniczający jej przedsięwzięcia biznesowe; zamierzano bowiem nabyć TV Polsat oraz umacniać i rozwijać obecność na polu radiowym.

Spółka zapewniała, że jej aktywność biznesowa mieści się w rygorach najwyższych standardów etycznych. Etyka i moralność, godność i przyzwoitość, prawda i wiarygodność – mieszczące się w obszarze medialnej misji – to elementy, które od początku powstania były przez nią głoszone: „Chcemy realizować wartości, którymi kierowaliśmy się zakładając tę firmę, i którym pozostajemy wierni – prawda, tolerancja, poszanowanie praw człowieka, pomoc potrzebującym. Staramy się je nie tylko propagować [...] ale także czynnie wprowadzać w życie. Naszym celem jest zarządzanie spółką w sposób przejrzysty i przewidywalny na wszystkich płaszczyznach naszej działalności” – stwierdzano na portalu Spółki (*Nasze...*, 2013).

Kwestią otwartą pozostaje, czy i na ile podejmowane przez nią przedsięwzięcia zmierzające do ochrony pozycji na rynku medialnym pozostawały w zgodzie z deklarowanymi zasadami? By nie dopuścić do uchwalenia ustawy w zapowiadanej kształcie, sięgała ona po różne strategie, które charakteryzowały się różnorodnością i stopniowalnością: utrzymywanie z przedstawicielami rządu zażyłych stosunków (m.in. towarzyskie spotkania premiera z prezes zarządu Agory i redaktorem naczelnym „Gazety Wyborczej”), negocjowanie z nim różnych rozwiązań, wreszcie – gdy zażyłość oraz „miękkie” środki zawiodły – posłużono się narzędziami walki.

Celem wzmocnienia akcji sprzeciwu wobec inicjatywy antymonopolowej, koncern prasowy – podobnie jak Presspublika, z którą Agora współdziałała, wzmacniając sprzeciw przeciw polityczno-prawnemu „nękananiu” – poszukiwał sojuszników poza granicami państwa. Nie powstrzymywał się przed budowaniem wizerunku władz, nie przystającego do realnego ich obrazu. Wśród deputowanych Parlamentu Europejskiego list Spółki kolportował Jaś Gawroński (włoski eurodeputowany), który nie bez satysfakcji wyznał: „wniosłem do końcowej rezolucji komisji poprawkę, która została przyjęta. W poprawce tej Parlament Europejski wyrażał między innymi zaniepokojenie pewnymi aspektami projektu nowej ustawy o radiofonii i telewizji, które mogą prowadzić do nadmiernego wpływu rządu na polskie media” (*Gawroński...*, 2003). Z kolei współautor tendencyjne-

go raportu, eurodeputowany z ramienia Prawa i Sprawiedliwości, Marcin Libicki oświadczył: „Jest bardzo ważne, że opinia publiczna dowiedziała się o sytuacji w mediach w Europie, w tym w Polsce. Taki był cel raportu i to się udało” (*Nie nękać...*, 2003).

W obronę interesów Spółki zaangażował się jej amerykański udziałowiec. Agora – pisał z emfazą przedstawiciel amerykańskiego koncernu Cox Enterprises, Inc. (10,3% udziałów Agory) – „staje się klejnotem polskiej ekonomii oraz głównym głosem demokracji i wolności w sprawach europejskich. Jest to wielkie osiągnięcie i firma Cox jest bardzo dumna, że może dzielić tę dumę [...] Zwracam się do pana, panie premierze, z prośbą, aby pan w jak najbliższym czasie przemyślał ten stan rzeczy [...] Polska może powrócić do poprzedniej izolacji od międzynarodowego handlu, finansów i technologii. Proszę zrozumieć dobrze, że kraj, który zmienia swoje prawa i regulacje, by zniszczyć już istniejące związki gospodarcze, które zawiązano w dobrej wierze, zmierza w kierunku destabilizacji” (Pietrzak, 2004). W liście, zawierającym niczym skrywany szantaż, nietrudno odnaleźć ton wyższości i buty w określaniu standardów moralno-etycznych oraz przekonanie o dopuszczalności presji na suwerenne państwo, by manipulowało prawem, podporządkowując je partykularnym interesom.

Całej sprawie osobliwego rysu nadała propozycja uzyskania wpływu na proces legislacyjny. 22 lipca 2002 r. w gabinecie redaktora naczelnego „Gazety Wyborczej” spotkali się Adam Michnik i Lew Rywin, który zasugerował, że występuje z upoważnienia „grupy trzymającej władzę”, w której skład miał wchodzić m.in. premier, i jest władny doprowadzić do korzystnych dla Agory zapisów w prawie regulującym rynek medialny za sumę 17,5 mln USD (Smoleński, 2002). Wcześniej, 11 lipca prezes Spółki Wanda Rapaczynski [pisownia oryginalna – uwaga KBJ] przekazała Rywinowi notatkę, w której sformułowała oczekiwania względem ustawy medialnej. 15 lipca doszło do kolejnego spotkania, w trakcie którego, zapewnił on, że ustawa zostanie przyjęta w kształcie oczekiwanym przez Agorę oraz przedstawił warunki, na jakich to się stanie.

Oferta Rywina stanowiła dla Agory wyzwanie, któremu sprostanie okazało się w równym stopniu trudne co ryzykowne. Lew Rywin, człowiek sukcesu, legitymujący się uznanymi dokonaniem w zakresie sztuki filmowej (producent m.in. filmu *Pianista* w reżyserii Romana Polańskiego, uhonorowanego Oscarami w trzech kategoriach), obracający się w tym samym kręgu biznesowo-towarzyskim co Adam Michnik, zdawał się być człowiekiem zaufania publicznego. Nadawał on ofercie godny zaufania i odpowiedzialny charakter. Jakkolwiek wedle raportu Banku Światowego z 1999 r., koszt blokowania ustawy w Sejmie miał wynosić – 3 mln USD (*Korupcja w Polsce*, 1999, s. 7–8). Środowisko dziennikarskie „Gazety Wyborczej”, z jej redaktorem naczelnym, którego zasługi dla przełomu w 1989 r. oraz rola wzorcotwórcza i opiniotwórcza były dostrzegane i doceniane, zostało postawione przed dylematami wykraczającymi poza incydent, ale przede wszystkim dotychczasowe doświadczenia i doznania, a także wyobrażenia o swej pozycji, roli i misji.

Wbrew głoszonym zasadom moralnym i etycznym, Agora („Gazeta Wyborcza”) wkroczyła do gry, której stawką były korzyści biznesowe. Po wtóre, Michnik, sztandarowa postać opozycji demokratycznej, zdecydował się na użycie niegodnych, potępianych niejednokrotnie środków – potajemnego nagrywania rozmowy, co stawiało pod znakiem zapytania wzajemną lojalność. Jakkolwiek w przeciwnym razie zabrakło by dowodu, potwierdzającego złożenie oferty korupcyjnej. W trakcie spotkania raczono się alkoholem.

23 lipca – a więc nazajutrz po spotkaniu – rząd przyjął korzystną z punktu widzenia interesów Agory poprawkę do ustawy medialnej, a następnie, 26 lipca, skierował ją do Sejmu...

„Gazeta Wyborcza” z półrocznym opóźnieniem opublikowała relację ze spotkania, uzasadniając je „śledztwem”, mającym na celu pełne wyjaśnienie sprawy. Nasuwa się wszakże odmienna interpretacja, wedle której Spółka kontynuowała rozmowy, licząc na wynegocjowanie korzystniejszych warunków „korupcyjnego” kontraktu bądź uzyskania pełniejszej wiedzy nt. natury, mechanizmów operacji oraz ew. zleceńodawców oferty. „Śledztwo” dziennikarskie nie odsłoniło związków między ofertą korupcyjną a działaniem „grupy trzymającej władzę”. Wyrazem bezradności było opublikowanie materiału, w którym relacjonowano jedynie zdarzenie sprzed pół roku, kiedy wiedza o nim była już powszechna.

W tym kontekście pojawia się pytanie co do udziału rządu, w tym premiera w operacji, którą autoryzował uczestnik „biesiady” w gabinecie redaktora naczelnego gazety. Oto prezes Rady Ministrów miałby skorzystać z usług biznesmena, by ten przekazał propozycję korupcyjną, której przyjęcie przez Agorę miało przynieść korzyści jej oraz osobie ją składającej. Przede wszystkim wpływy finansowe miały zasilić fundusze rządzącej formacji politycznej. Jeśli rola Lwa Rywina jako składającego ofertę spółce medialnej oraz jej reakcja zdaje się nie ulegać kwestii, to już makiawelizm SLD – której bardziej można przypisać nieporadność – rysuje się jako wątpliwy. Z przebiegu zdarzeń, kiedy dochodziło także do konfrontacji, wyłania się stan konsternacji polityków, którzy mają trudności ze zdefiniowaniem sytuacji. Rywin zaś nie potrafił wskazać – także w trakcie procesu sądowego, kiedy ważyły się wszak jego losy – osób, które miały składać mu obietnice i oczekiwać korzyści za ich spełnienie.

Godzi się zwrócić uwagę na fakt, że w okresie po 1989 r. formacja lewicowa okazywała respekt i szacunek środowisku wywodzącemu się z opozycji demokratycznej, osobliwie – Adamowi Michnikowi. W okresie zaś przygotowywania ustawy rząd okazywał mu wyjątkową spolegliwość, graniczącą z uległością, wykraczającą poza normy uznane w relacjach podmiotów publicznych i prywatnych. Co najważniejsze, nie znaleziono żadnego materialnego dowodu na to – poza oświadczeniem autora oferty korupcyjnej – iżby ośrodek dyspozycji politycznej był jej animatorem bądź inicjatorem. W tej perspektywie afera nabrała znamion wirtualnych co najmniej jeśli idzie o oczekiwania przeciwników lewicy. Jednak dla nich „grupa trzymająca władzę” pozostawała nęcącym obiektem, eksploatowanym w następnym okresie. Rywin poniósł konsekwencje karne. W znacznej mierze były one efektem silnej presji mediów (lobbying) oraz polityków na sąd, który orzekł wyrok, budzący niemało wątpliwości prawnych. Aliści skutki „afery” przybrały nader konkretny wymiar, przynosząc wizerunek, który przesądził o klęsce lewicy w wyborach 2005 r. W następnym okresie „Gazeta...” podtrzymywała ten wizerunek, troszcząc się o ożywianie znaku równania między „afery Rywina” a lewicą i jej personalnie wskazywanymi przedstawicielami.

Zasadna wydaje się konstatacja, iż sprawa zdawała się otwierać zgoła nowy rozdział usytuowania dziennika („GW”), kreującego się na mentora „poprawności” moralno-etycznej w polityce, w stosunku do przedsięwzięcia businessowego – jego wydawcy – spółki Agora. Publikacja „Gazety Wyborczej” nie pozostała bez echa. Niezależnie od intencji, kiedy jednak supozycja o zakulisowych mocach stojących za inicjatywą korupcji nie została potwierdzona, poczęła egzystować własnym życiem, któremu impetu

nadali przeciwnicy lewicy. Rychło, bo już 14 stycznia 2003 r. Sejm powołał Komisję Śledczą do zbadania ujawnionych w mediach zarzutów dotyczących przypadków korupcji podczas prac nad nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji. 24 września 2004 r. Sejm przyjął raport (231 za, 169 przeciw, 2 wstrzymujące), który zawierał najdalej idące oskarżenia czołowych osób w państwie i postulował postawienie ich przed Trybunałem Stanu.

Komisja korzystała z wyjątkowo bogatej oprawy medialnej, której nie szczędziła także „Gazeta Wyborcza”, zabiegając o usunięcie ze swojego wizerunku skazy świadczącej o udziale w aferze korupcyjnej. Jej prace przybrały formę spektaklu teatralnego, w którym role zostały z góry rozpisane. Dominowały te, które wyrażały dążenie do skompromitowania formacji rządzącej. „Widzowie” spektaklu pozostali w stanie niepewności co do rzeczywistych efektów prac komisji. Wprawdzie wyrażano przekonanie, iż działania komisji przyczyniły się do walki z korupcją, jednocześnie wskazywano na to, iż stały się one okazją do promocji politycznej oraz kreowania wizerunku medialnego konkretnych osób (Jan M. Rokita i Zbigniew Ziobro). Za znamienne wypadnie uznać rezultaty badań, które wskazały na to, iż ponad trzy czwarte Polaków uznało, że sejmowa komisja śledcza, ani sąd nie ujawniły prawdy o sprawie korupcji. Natomiast 80 proc. stwierdziło, iż państwo w walce z korupcją okazało się bezsilne (Badania OBOP, 2004). Polityczne efekty prac komisji uległy odłożeniu. Wyborcy zachowali w pamięci przesłania polityczne, jakie formułowali główni aktorzy spektaklu.

Wprawdzie Agora odniosła zwycięstwo, doprowadzając do wyeliminowania zagrożeń niesionych przez ustawę, jednakże „Gazeta Wyborcza” utraciła wiele z sympatii, jaką dotąd darzyło ją społeczeństwo. Otóż na pytanie „Czy «GW» opóźniła opisanie afery Rywina ze względu na...?” 41 proc. respondentów OBOP (badania z 26 marca 2004 r.) wskazało na „prowadzoną przez siebie grę z rządem w celu wymuszenia korzystnych dla siebie zapisów ustawy”; „prowadzone śledztwo dziennikarskie” – 24 proc.; „interes państwa” – 12 proc. (*Komisja...*, 2004). „Rzeczpospolita”, konkurent „Gazety Wyborczej” do lauru „przyzwoitości” przekonywała, że „już po ujawnieniu sprawy nadal kontynuował on (Michnik) swoją grę, wskazując jako winnych jednych, a odciążając innych z rządzącego obozu, wyraźnie pragnąc zachować swoją szczególną wewnątrz niego rolę, rolę *par excellence* polityczną, która z natury klóci się z funkcją mediów [...] Czynienie z Michnika czempiona walki z korupcją jest kolejnym mitem” (Wildstein, 2004). Niemniej jednak, o ile wziąć pod uwagę efektywność podjętych przez dziennik działań blokujących inicjatywę legislacyjną, zasadną wydaje się teza o wysokiej sile wpływu medium-grupy interesu – „Gazety Wyborczej” – na kształt oraz funkcjonowanie polityki w Polsce.

Kwestią otwartą pozostaje na ile zabiegi zmierzające do „utrącenia” ustawy korespondowały z „interese publicznym”? Otóż po pierwsze, w Polsce, na tle przepisów europejskich, bariery antymonopolowe – m.in. w efekcie storpedowania ustawy – praktycznie nie istnieją. Istotne wnioski – doprawdy będące dopełnieniem konfrontacji między Agorą a autorami antykoncentracyjnej legislacji – sformułowano pod adresem Polski w Strassburgu. Wymieniono następujące sprawy: afery Rywina – Agora „została ponoć poproszona o zapłacenie łapówki za «lobbing», by uzyskać lepsze warunki prawa medialnego, pozwalające wydawcy na zakupienie prywatnej stacji telewizyjnej”; obecność kapitału zagranicznego – aż 40 proc. rynku prasy drukowanej w Polsce jest w jego rękach, „co tworzy problemy dla wolności dziennikarskiej”, gdyż zagraniczni wydawcy

„stwarzają mniej przychylne warunki pracy niż w swoich własnych firmach, co zniechęca do profesjonalizmu”; wadliwe prawo prasowe – art. 10 ogranicza wolność dziennikarzy, gdyż „muszą być posłuszni i postępować według generalnych wytycznych swojego wydawcy”; brak zapisów antykoncentracyjnych – „nie ma obecnie reguł (i brak jest planów ich wprowadzenia) dotyczących koncentracji w mediach i ochrony pluralizmu” (*Korupcja*, 2004).

Siła negatywnego wizerunku. Konkluzje na czasie

Analiza funkcjonowania czołowych dzienników polskich skłania do sformułowania wniosku, iż prasa – pełniąc niejako przypisane sobie funkcje, głosząc służbę dobru społecznemu (publicznemu) – nie waha się przed wkraczaniem na obszar, który jest domeną grup interesu, nie stroniąc od stosowania narzędzi lobbyingu. „Rzeczpospolita” i „Gazeta Wyborcza” podjęły różnorodne działania, by chronić swą (wydawcy) pozycję na rynku, w czym posługiwały się narzędziami typowymi dla rzecznictwa interesów. Sięgały po środki mieszczące się w instrumentarium lobbyingu. W zależności od rozwoju sytuacji, stosowały perswazję, wykorzystywały relacje towarzyskie, starały się wywrzeć wpływ na proces decyzyjny, ponadto, dla wzmocnienia presji, tworzyły koalicje. Do realizacji swych partykularnych interesów – lekceważąc polską rację stanu – angażowały opinię i instytucje międzynarodowe, ukazując intencje i działania władz państwowych w negatywnym, odbiegającym od rzeczywistości, świetle. Nie stroniły od manipulacji, gróźb i szantażu, przechodząc wreszcie do jawnej konfrontacji. Ta strona funkcjonowania mediów jest zwykle nie dostrzegana. Badacze koncentrują się głównie na kulturowych funkcjach prasy, a także roli aktora politycznego postrzeganego jako podmiot IV władzy.

Przypadek „Gazety Wyborczej” jawi się jako wręcz typowy dla klasycznego lobbyingu. Jakkolwiek każe zwrócić także uwagę na deklaracje i przesłania etyczno-moralne. Wydaje się wszakże, iż poza skonstatowaniem faktu lobbyingowego charakteru działań dziennika, skutecznie chroniącego swoje interesy – co jest oczywiste i zrozumiałe – sprawa zasługuje na szczególną uwagę z innego, ważniejszego punktu widzenia, a mianowicie mechanizmów życia publicznego. Oto na przebieg dramy politycznej przemożny wpływ wywierają media. Potwierdza to ich rolę w kształtowaniu nastawień i zachowań społeczeństwa poprzez medialne kreowanie obrazu polityki, budowanie wizerunku politycznego, oraz tworzenie stereotypów i podtrzymywanie mitów.

Siłę prasy potwierdza postępujący proces mediatyzacji polityki oraz utrwalania się tendencji ukazującej oddziaływanie technik i środków marketingowych. Uzyskują one przewagę nad racjonalnym przeżywaniem przez społeczeństwo dramy politycznej. Media – w zależności od siły wpływu – zawłaszczają funkcje kreacyjne, monopolizując treść opinii publicznej. Wypadnie podzielić pogląd, iż w dialogu politycznym „społeczeństwo schodzi na dalszy plan, główną rolę grają zaś same media substytuujące opinię publiczną, która staje się bierną widownią tego prozaicznego spektaklu” (Pyka, 2009, s. 46). Sądząc po efektach, prasa może na swoje konto zaliczyć stan wiedzy politycznej, świadomości i nastrojów społecznych, ale też przyczynianie się do kreacji, podtrzymania bądź zniszczenia wizerunku politycznego osób, które stały się przedmiotem zainteresowania. Miast

rzetelnego spełniania funkcji informacyjno-edukacyjnych i socjalizacyjnych, posługuje się – epatując „newsem” – nader często manipulacją, inicjuje nagonki, przekonuje, iż otaczająca rzeczywistość to świat występku i korupcji.

Analizowane przypadki lobbyingu potwierdzają udział mediów, a co najmniej ich części w grze politycznej, kiedy wpływają na procesy decyzyjne, na zachowania polityków, bądź stają się środkami komunikacji, o uwagę których oni zabiegają. Szczególnie wymowną jest sprawa lewicy. Jej pozycja uległa zakwestionowaniu na niestabilnym, „otwartym” rynku politycznym w 2005 r. Stało się tak na skutek własnej nieporadności, braku doktrynalnej wyrazistości, niepodlegającym wątpliwości nieprawidłowościom, związkom businessu i polityki, które obciążały kojarzony z nią rząd oraz popełnionych błędów. Godzi się stwierdzić, że jej dokonania w sferze polityki i gospodarki trudno było zakwestionować (stan gospodarki, poziom bezrobocia, efekty polityki europejskiej etc.). Natomiast zdarzenia „aferalne” zostały wyolbrzymione. Nie wykraczały bowiem poza te, które były dotąd – i nadal są – udziałem konkurencji politycznej (*Korupcja w Polsce*, 1999, s. 7–8). Jak przyznaje obserwator sceny politycznej, niechętny lewicy – rządy prawicy, która traktowała ją jako „politycznych barbarzyńców”, tworzone po jej klęsce w 2005 r. przekroczyły „wszystko co robili politycy” owej formacji: „Jeszcze wiele razy w biegu historii okaże się, że «zbrodnie» przypisywane postkomunistom z czasem stawały się polityczną normą” (Krasowski, 2012, s. 291).

Faktem jest, że „dokonania” prawicy w tym zakresie były niejednokrotnie skrywane bądź pomniejszane. Przykładem „afery hazardowa” (wrzesień 2009), kiedy prominentni politycy (w tym szef klubu parlamentarnego i ministrowie) prowadzili negocjacje w sprawie korzystnych dla branży hazardowej rozwiązań legislacyjnych. Jej stawką miały być zyski, daleko przewyższające kwotę „rywinową”; także same straty państwa. Ukazała ona bezpośrednie związki polityków partii rządzącej z biznesem. Forma, relacje między polityką a biznesem, rozmiar ekonomiczny strat państwa wydają się poważniejsze niż wirtualna „afery Rywina”. „Afera hazardowa” została wyciszona, jej główni bohaterowie przesunięci w cień, grupa rządząca oszczędzona.

Natomiast czyny lewicy za sprawą „politycznej poprawności” były niejednokrotnie wyolbrzymiane, a bywa – kreowane (sfingowana „afery węglowa”, w tle śmierć B. Bliidy). W ten sposób dążenie do zniszczenia lewicy nabierało wznioślejszego charakteru. Naprzeciw temu zapotrzebowaniu wychodziło opanowanie mediów przez ludzi sprzyjających prawicy, niekryjących niechęci wobec szeroko pojmowanej lewicy (*Media...*, 1995). To właśnie na fali afery związanej z wirtualną i mityczną „gtw”, media zjednoczyły się z opozycją polityczną, która uzyskała – w efekcie wykreowania czynników, obciążających układ rządzący – zdecydowaną przewagę nad przeciwnikiem, przekonując wyborców o konieczności dokonania zasadniczego „przełomu” w polityce polskiej.

Zjawisko jednoczenia się prawicy wobec siły lewicy nie jest nowe ani wyjątkowe. W 2005 r. pozycja lewicy stała się spoiwem działań prawicy, mobilizującej swe moce do jej eliminowania oraz jednoczącej się, by – wykorzystując efekty czarnego PR, ukazującego związki lewicy z „misją” Rywina – przeważać szalę zwycięstwa wyborczego oraz – by je zmaterializować. Projekt koalicji PO–PiS, budowany na pokrewieństwie ideowo-politycznym oraz wrogości do lewicy stracił uzasadnienie w sytuacji „zgruzowania” przeciwnika politycznego. Wspólna idea IV RP przestała być elementem spajającym sojusz, otwierając fazę rywalizacji między dwoma, postsolidarnościowymi ugrupowaniami.

Lewica, która w wyborach 2001 r. osiągnęła imponujące zwycięstwo, w 2005 poniosła klęskę. Jej skutki uległy rozłożeniu w czasie. Udziałem przegranej formacji politycznej jest lokowanie się w obszarze graniczącym z utratą politycznej egzystencji (parlament). Owe skutki mieściły się najogólniej w strategii gazety, wedle której lewica winna cierpliwie czekać na otwarcie wrót do „salonu” wolności i demokracji. O wejściu doń miała rozstrzygać „Gazeta Wyborcza”, dziennik przypisujący sobie prawo do wydawania certyfikatu aktora dramy politycznej w Polsce. Niesymetryczne, niezgodne z deklarowanymi zasadami liberalnymi oraz obiektywizmem podejście wyznaje „Gazeta Wyborcza”, przypisująca sobie prawo do wyrokowania w sprawach etycznych. „SLD mniej wolno, bo po szkarlatynie, po ciężkiej chorobie, jaką była PRL obowiązuje kwarentanna [...] mniej wolno także jako opozycji” (Milewicz, 2000) – oto uzasadnienie dystrybucji politycznej, za którą dziennik się opowiadał, kreując się na mentora politycznej „elegancji”. Czynił tak na przekór uniwersalnym regułom demokracji parlamentarnej, poddając je lokalnej interpretacji i – mimo werdyktu wyborców – wzywając do politycznej aprobaty bądź odmowy.

Jeśli natomiast idzie o działania „Gazety Wyborczej” po politycznym „trzęśnięciu” w 2005 r., starała się ona w kwestii tzw. „afery Rywina” realizować wzajemnie uzupełniające się strategie. Po pierwsze, szło o nadanie wiedzy o niej takiego kształtu, by nie kładła się cieniem na deklarowanej przez nią misji „dobra społecznego”. By w pamięci społecznej zapadły szczególnie intensywnie te elementy, które świadczyły o niegodnym, nieuczciwym działaniu tych, którym gazeta nieopatrznie zawierzyła. Nie zaskakuje tedy reakcja Adama Michnika, który nie zdołał opanować irytacji, wzburzenia i agresji, odnosząc się do deprymujących i niewygodnych dlań pytań dotyczących roli Spółki (gazety) w aferze: „A dla mnie obraźliwe jest to, że pani mnie pyta. Że pani ma odwagę [...] To niech się pani zastanowi, w czym pani uczestniczy? Pani uczestniczy jako dziennikarz i obywatel w psuciu tego państwa”; Rada Etyki Mediów wyraziła sprzeciw wobec zachowania Michnika, jako „osoby publicznej” (Michnik, 2003). Gazeta zabiegała o utrwalanie mitu, wedle którego formacja lewicowa była niejako naturalnie podatna na korupcję, co „wzbogacało” jej wizerunek jako ugrupowania niedojrzałego do sprostania wymogom demokracji.

Owe cele są nadal niezmiennie realizowane. Sile ukształtowanego przez gazetę mitu ulegają politycy, nie wyłączając lewicowych. Wypadnie ten fakt wiązać w ogóle ze stanem wiedzy Polaków, także polityków i ich otwartością na pogłębioną refleksję w kwestiach polityki, osobliwie „afery Rywina”. „Ma Pan rację – stwierdził nieżyjący (zginął w katastrofie „smoleńskiej”) kandydat SLD na prezydenta RP – pisząc o indolencji polityków, którzy nawet doskonałe analizy pozostawiają bez refleksji i bez wyciągnięcia wniosków dla dalszego działania” (Szmajdziński, 2010).

Dokonując najogólniejszego oglądu podejścia do kwestii „afery”, nasuwa się wniosek, że z kolei ludzie nauki dotykając jej, unikają stawiania pytań pozwalających na wieloaspektowe wyjaśnienie, „ślizgając” się po powierzchni problemu. Nie radzi sobie z tym autor wydanej ostatnio pracy obejmującej okres 1989–2012, będącej kolejną wersją jego wcześniejszych publikacji (objętość – 670 stron drobnego druku). W książce opis „afery Rywina” pomieszczono w obszernym rozdziale (Dudek, 2013, s. 487–503). Godzi się zauważyć, że autor (pracownik UJ i IPN), legitymujący się wykształceniem historycznym, nie zdołał przekroczyć ograniczeń swojej dyscypliny. Zdaje się sprawnie operować

warsztatem historyka, nie radzi sobie wszakże z naporem faktów. Wynika to zapewne ze skrócenia dystansu czasowego, co zwykle historykom przysparza trudności. Profesja ta nie gwarantuje bowiem swobodnego poruszania się po współczesnej materii. Jakkolwiek warsztat historyczny wypadnie uznać za wielce wartościowy, pod warunkiem, że pozostaje się wiernym jego rygorom. Po wtóre, do analizy procesów współczesnych nieodzowne jest korzystanie z dorobku czy rekomendacji innych nauk (m.in. politologii). Autor książki nie zdołał wydobyć zasadniczych elementów i mechanizmów politycznych, pozwalających na systemowe, wieloaspektowe ujęcie zdarzenia; nie wykorzystał „nauk praktycznych”, lekceważąc ich dorobek.

W książce nie utrzymano wreszcie nieodzownego dystansu i neutralności ideowo-politycznej. Autor nie zachowuje bezstronności, przejmując bezkrytycznie wnioski sformułowane przez wyjątkowo wysoko cenioną przez niego sejmową komisję śledczą. W tym też objawia się programowa i aprioryczna niechęć do lewicy, co poważnie obniża wartość refleksji naukowej. Jakkolwiek jednocześnie wydobywa naganność działań „Gazety Wyborczej”. Jednakowoż krytyka ta ma znamiona stronniczej antypatii politycznej. Nie zdołał się on wyzbyć demonstrowania orientacji ideowo-politycznej, wykazującej pokrewieństwo z osobliwym, polskim konserwatyzmem. Wypadnie nadto zadumać się nad obyczajem, który ostatnio gości w publikacjach polskich autorów, będącym dowodem prowincjonalnej uległości autorytetom, które z nauką niewiele mają wspólnego. Omawianą książkę otwiera banalna doprawdy wypowiedź Jana Pawła II (Dudek, 2013, s.11), skłaniając do przypomnienia zwyczaju kultywowanego w przeszłości przez część naukowców, polegającego na rozpoczynaniu wywodów cytatami z Marksa, Lenina etc.

Zasługuje na zasygnalizowanie publikacja, w której ukazano „afere” w kontekście postępującego procesu mediatyzacji, jakkolwiek uczyniono to powierzchownie, nie wykraczając poza jej opis. Ten kierunek refleksji wypadnie uznać za interesujący (Haber, 2006). Trudno z kolei dociec, dlaczego w pracy zawierającej rozważenia nt. kreowania przywództwa politycznego zbrakło wątku Rywina. Wszak intensywnie kultywowany przez „Gazetę Wyborczą” mit zawierał negatywne przesłanie, które odegrało w walce politycznej rolę zasadniczą. W książce nie podjęto próby wyjaśnienia meandrow przywództwa czołowego polityka lewicy, jedynie przywołuje się dziennikarski komentarz. To nie przydaje oryginalności ni rzetelności wywodom o ambicjach naukowych, przeciwnie obniża ich wartość. To nie dziennikarskie opinie winny być punktem odniesienia dzieła naukowego, lecz odwrotnie; wypadnie to uznać za element abecadła pracy naukowej (Kasińska-Metryka, 2012, s. 180–181).

W pracy nie dostrzeżono siły mitu wykreowanego przez „Gazetę Wyborczą”. Tymczasem pozostaje on klinicznym, mającym znamiona typu idealnego, przykładem horrendalnej wręcz manipulacji wizerunkiem. Jaki jest powód niewykorzystania owego wątku w pracy nt. przywództwa politycznego? Czy jest przejawem unikania refleksji nad zagadnieniami kontrowersyjnymi, czy wyrazem minimalizmu, unikania trudu odkrywania głębszych uwarunkowań, niechęci do wieloczynnikowego ujmowania problemów? Co sprawiło, iż w książce, która mogła stanowić ważny krok w przedmiotowej refleksji naukowej, nie wykorzystano nieodparcie nasuwających się wniosków, pozwalających uczynić z niej dzieło kompletne, finalizujące gruntowne studia nad fenomenem przywództwa politycznego; uwaga dotyczy całej książki, której lektura wskazuje na zlekceważenie uwag recenzenta. O ile zaś chodzi o sprawę szczegółową, tj. „afere Rywina”, to

jej pominięcie jest o tyle zaskakujące, że autorka przywołanego dzieła sygnowała w 2005 r. pracę zbiorową, zawierającą opracowanie, w którym analizowano ten przypadek. Uznano go za przykład wkraczania mediów na obszar rzecznictwa interesów, posługiwania się przez nie marketingiem, socjotechniką, manipulacją, „czarnym” PR-em, a przede wszystkim ukazano wpływ „afery” na proces kreowania negatywnego wizerunku i jego skutków politycznych (Janowski, 2005, s. 43–63).

Świadomość siły mitu, wypływającego z jego powtarzalności skłania „Gazetę Wyborczą” do jego ożywiania i podtrzymywania. Schemat jest prosty. W przypadku pojawienia się nazwiska Rywina, gazeta powieliła mit, uwydatniając związek z „grupą trzymającą władzę” (wraz z nazwiskami). Gdy osoby z tej mitycznej grupy pojawiają się w relacjach czy komunikatach, dziennik ukazuje drugi kierunek tego związku – z Rywinem. Upór, z jakim dziennik nadal obsesyjnie kolportuje mit o „aferze Rywina”, ukrywając skutecznie przeprowadzony lobbying, stał się powodem skierowania listu do redaktora naczelnego „Gazety...”.

„Szanowny Panie Adamie, wraz z resztą Redakcji, pleciecie maniakalnie (jakkolwiek interesownie) androny, adresowane do odbiorcy mało politycznie wyedukowanego, niemającego wiedzy nt. lobbyingu. Doprawdy, nie wiem czy nie należałoby tu mówić o «bezwstydie» czy braku «godnej» postawy...? Nb. pojęcie «misji» jest tu nie na miejscu, choćby dlatego, że jest ono tyleż niekreślone co mylące. Aliści tym samym stosujecie Państwo manipulację, pokrywającą rzeczywisty sens tzw. «afery Rywina». Pozostaje ona wszak udatnie przeprowadzonym przedsięwzięciem lobbyingowym, jakkolwiek przynoszącym także straty jego animatorowi (Agora)”. W odpowiedzi Adam Michnik napisał: „W sprawie Rywina nie mam nic nowego do powiedzenia ponad to, co mówiłem już wielokrotnie” (*Korespondencja*, 2010). Tym samym próba przekonania do odmiennych racji utraciła sens...

Bibliografia

- Badania OBOP, 6–9 maja 2004, *Bezsilne państwo*, „Gazeta Wyborcza” z 20.05.2004.
- Dobek-Ostrowska B. (2004), *Problem mediów masowych w procesie demokratyzacji systemu politycznego w Polsce – szanse i zagrożenia*, w: *Polska w dobie przemian*, red. A. Kasińska-Metryka, Kielce.
- Dudek A. (2013), *Historia polityczna Polski 1989–2012*, Kraków.
- Ehrlich S. (1974), *Władza i interesy*, Warszawa.
- Gardocki L. (pierwszy prezes Sądu Najwyższego), *Arogancja czwartej władzy*, „Rzeczpospolita” z 5.01.2004.
- Gawroński prostuje *Jakubowską*, „Gazeta Wyborcza” z 2–4.05.2003.
- Haber G., *Afera Rywina a procesy zachodzące w medioświecie III Rzeczypospolitej*, „Dyskurs” 2006, nr 4.
- Janowski K. B. (2005), *Kto rządzi? W kręgu refleksji nad paradygmatem władzy*, w: *Oblicza współczesnej polityki (aspekty teoretyczne)*, red. A. Kasińska-Metryka, M. Skawińska, Kielce.
- Kasińska-Metryka A. (2012), *Proces kreacji przywódców politycznych. Od ujęcia tradycyjnego do współczesnego*, Kielce.
- Komisja śledcza pomogła walczyć z korupcją. Afera Rywina. Sondaż OBOP*, „Rzeczpospolita” z 31.03.2004.

- Korespondencja internetowa (2010), *Karol B. Janowski do Adama Michnika*, Sat, 8 May 2010 11:31:37 +0200 oraz *Michnik do Janowskiego*, Thu, 27 May 2010 15:49:49 +0200.
- Korupcja w Polsce. Przegląd obszarów priorytetowych i propozycje przeciwdziałania zjawisku*, Raport Banku Światowego z 11.10.1999, Warszawa.
- Korupcja, koncentracja i obcy kapitał. W Strasburgu o aferze Rywina i polskich mediach*, „Rzeczpospolita” z 22.04.2004; *O wolności i pluralizmie. Strasburg krytycznie o Berlusconi i aferze Rywina*, „Rzeczpospolita” z 23.04.2004.
- Kowalik H., *Dziennikarze – tygrysy czy barany*, „Przegląd” 2004, nr 14, <http://www.przegląd-godnik.pl/pl/artykul/dziennikarze-tygrysy-czy-barany>, 1.08.2013.
- Krasowski R. (2012), *Po południu*, Warszawa.
- Łukasiewicz M., *Czwarta władza*, „Rzeczpospolita” z 25–26.01.2003.
- Media (raczej) stroniczne*, „Rzeczpospolita” z 5.01.1996.
- Michnik A., *Nie ma pani prawa pytać*, przedruk wywiadu w radiu TOK FM, „Rzeczpospolita” z 3.10.2004.
- Milewicz E., *Pamięć niemowlęcia*, „Gazeta Wyborcza” z 18.02.2000.
- Nasze wartości i zasady*, http://www.agora.pl/agora/1,108806,9439650,Nasze_wartosci_i_zasady.html#TRNavSST, 4.07.2013.
- Nie nękać wydawcy. Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy: Polska na cenzurowanym*, „Rzeczpospolita” z 29.01.2003.
- Oświadczenie zarządu Agory w sprawie projektu nowelizacji ustawy o TV* z 20.03.2002, <http://www.agora.pl/agora/1,112550,749698.html>, 11.08.2013.
- Pietrzak M., *List*, „Trybuna” z 1.03.2004.
- Prawne nękanie niezależnych. Rada Europy. Wolność mediów w Polsce zagrożona*, „Rzeczpospolita” z 27.01.2003.
- Prezysi bez zarzutów*, „Rzeczpospolita” z 30.03.2004.
- Pyka R. (2009), *Polityzacja mediów a bezradność polityków wobec mediatyzacji polityki – zapowiedź końca starego porządku*, w: *Za kulisami spektaklu. Medialne wizerunki polityki*, red. M. Sołowski, Toruń.
- Smoleński P., *Ustawa za łapówkę, czyli przychodzi Rywin do Michnika*, „Gazeta Wyborcza” z 27.12.2002.
- Stanowisko Rady Etyki Mediów*, „Rzeczpospolita” z 10.10.2004.
- Szefowie mediów ręką za zarząd*, „Presspubliki”, 15.04.2002, <http://www.media.org.pl/poreczenie.html>, 30.06.2004.
- Szmajdziński J. do K. B. Janowskiego*, mail z 18.02.2010 12:21:30.
- WAN zbada sprawę Presspubliki*, *Media*, „Rzeczpospolita” z 15–16.02.2003.
- Wildstein B., *Bohaterowie poza wszelkim podejrzeniem. Agora przyjęła dla obrony swoich interesów metodę typową dla uczestnika układu – nieoficjalne negocjacje i próby prywatnych nacisków*, „Rzeczpospolita” z 9.03.2004.
- Wolność mediów zagrożona*, „Gazeta Wyborcza” z 27.01.2003.

Summary

The media. Between the public remit and protecting interests

The printed press has the overt ambition to occupy a significant position in politics, making itself the fourth estate. This ambition is served by tools of social engineering, marketing, and PR. Their purpose is

to make the position of the media particularly prominent in the social sphere. The press does not hesitate to enter the domain of various groups' interests. The „Rzeczpospolita” and „Gazeta Wyborcza” dailies have undertaken a variety of projects to protect their (publisher's) position on the market, resorting to tools that are typical of the protection of interests. Depending on the situation, they have applied persuasion, used social relations, sought to influence decision-making processes, and formed coalitions to strengthen the pressure they can apply. To accomplish their particular interests they have involved public opinion and international bodies, presenting the intentions and actions of state authorities in a negative light, different from the actual picture. They have not shunned manipulation, threats and even blackmail, ultimately resorting to open confrontation. This aspect of media functioning usually goes unnoticed. Researchers have mainly focused on the cultural functions of the press, as well as the role of a political actor vested in the fourth estate. The cases analyzed in this paper are an attempt to fill a gap in the academic literature.

Key words: media, public remit, lobbying, myths, manipulation

