

Ograniczenie wpływu podmiotów zagranicznych na media w Polsce to słuszny kierunek

2 grudnia 2016

Ograniczenie wpływu podmiotów zagranicznych na media w Polsce, to słuszny kierunek myślenia. Niestety spóźniony o jakieś 27 lat, w tym znaczeniu że abstrakcyjnym idiotyzmem było otwarcie rynku bez żadnych ograniczeń dla inwestorów zagranicznych. Większość państw w tym zakresie, także w ramach Unii Europejskiej posiada specjalne regulacje zaporowe, co więcej są kraje takie jak Niemcy, gdzie organizacje branżowe chronią w praktyce dostęp do udziału w rynku przez szereg regulacji formalnych i nieformalny wpływ na rynek zamieszczanych reklam. Nie ma czegoś takiego jak wolny rynek mediów, nie ma więc wolnych mediów, a na pewno nie ma czegoś takiego jak wolna konkurencja na rynku mediów o odbiorców przekazu, jak i zlecenia na reklamę.

To do czego doszło w Polsce jest niesłychane. Potraktowano media mniej więcej tak, jak traktuje się handel pietruszką lub podobnymi towarami masowymi. Zresztą nie tylko media, ponieważ podobny scenariusz wykreowano w przypadku sektora bankowego. Jakoś tak dziwnie się stało, że dominująca część mediów w Polsce i instytucji finansowych, jeżeli weźmiemy pod uwagę ich udział w rynku – zależy od zewnętrznych właścicieli, co najmniej w stopniu pozwalającym na sprawowanie generalnej kontroli nad kierunkiem działania tych podmiotów u nas w kraju.

Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że niektóre podmioty zajmujące się działalnością medialną w naszym kraju, a mające finansowanie zewnętrzne – przez lata odgrywały i nadal jeszcze niestety odgrywają w prezentowaniu określonej narracji polityczno-ekonomiczno-społecznej w naszym kraju. Temu się nie

da zaprzeczyć, oczywiście trudno udowodnić, żeby to było celowe – liczy się jednak ostateczny efekt, ten był taki jaki znamy.

Ten stan rzeczy nie może być dłużej tolerowany w taki sposób, w jaki był tolerowany do tej pory tj. państwo wykazywało zupełny brak zainteresowania rynkowi mediów. Samo oddziaływanie na rynek poprzez kierunkowanie strumienia reklam to bardzo mało, to nie jest niezbędne zagranicznym tytułom do wywierania wpływu na opinię publiczną w kraju. Ponieważ jesteśmy pod wyraźną presją czynników innych, niż wewnętrzne na sytuację społeczno-polityczną w kraju. Nie trzeba być analitykiem think tanku, żeby to stwierdzić. Wystarczy włączyć telewizję, może nie reżimową, albowiem to rzeczywiście strata czasu, chyba że ktoś wie jak ją oglądać, umiejętnie odfiltrowując przekłamania. Jako państwo nie możemy być bezbronni wobec istotnych domniemań działań o charakterze wrogim naszemu państwu. Nie można mieć dzisiaj złudzeń, bo jutro będzie za późno, o ile już nie jest.

Bezwzględnie poważnym problemem są regulacje prawa Unii Europejskiej, które mamy obowiązek przestrzegać. Sytuacja z punktu widzenia prawa Unii jest jednoznaczna, nie ma mowy o żadnych dodatkowych ograniczeniach, których się wcześniej nie wynegocjowało. Z tego powodu należy nieco inaczej podchodzić do kwestii oceny sukcesu negocjacji akcesyjnych, dzisiaj widać jak zaczęła się dziać rzeczywistość z jakiego rodzaju sukcesem mieliśmy do czynienia. Na pewno nie był to nasz sukces. Być może będzie szansa w przypadku redefiniowania formuły Unii, jednak należy mieć tą sprawę na uwadze, albowiem będzie wielki krzyk w znaczeniu ograniczenia wolności prasy itd.

Nie jest dobrym pomysłem wszelkiego rodzaju repolonizacja mediów, chociaż można pokusić się żeby w przypadku jednego lub dwóch tytułów, jakaś grupa kapitałowa wykupiła udziały a następnie przeprowadzić jakiegoś rodzaju reprywatyzację – już na nowych zasadach. Jeżeli będzie to się działo w oparciu o zakup, bez presji prawnej na aktualnych posiadaczy danych

tytułów – to można to przeprowadzić. Jednakże sama sytuacja promowania repolonizacji, wytworzy już istotne ciśnienie na obecnych właścicieli. W przypadku mediów jednak, warto nie oszczędzać pieniędzy, liczą się bowiem cele generalne. Specjaliści powinni ocenić, czy łatwiej jest stworzyć nowe konkurencyjne media o charakterze polskim i przejąć rynek, czy też właśnie drogą stopniowego wykupywania istniejących już tytułów, jak powstaną do tego okazje. Dzisiaj na rynku mediów sytuacja jest bardzo trudna, tytuły, w tym nawet największe internetowe walczą o przetrwanie. To mogłoby znacząco ułatwić działania, jeżeli stworzono by odpowiednią strategię przewidującą powiązanie możliwych i nie ryzykownych działań w systemie prawnym z ofensywnymi działaniami zakupowymi na rynku.

Osobnym problemem jest jednak zapewnienie apolityczności tak stworzonych, czy też przetworzonych mediów. Prawdopodobnie w bieżącym układzie politycznym, nie da się uniknąć upolitycznienia. Jest to jednak naturalny etap przez jaki trzeba przejść i koszty z nim związane ponieść. W końcu w ostateczności lepiej jak mamy do czynienia z manipulacjami sterowanymi wewnątrz, niż gdyby dokonywano manipulacji z zewnątrz.

Autorstwo: krakauer

Źródło: ObserwatorPolityczny.pl