

PiS przejmie 120 tygodników i dzienników

8 grudnia 2020

PiS idzie śladami swoich węgierskich sojuszników. Państwowy koncern PKN Orlen poinformował o zamiarze przejęcia domu wydawniczego Polska Presse, jednego z największych właścicieli medialnych nad Wisłą. Cała operacja odbywa się pod sztandarem „repolonizacji mediów”. Cel jest jednak jasny – rząd w obliczu narastającego kryzysu chce wzmocnić arsenał propagandowy.

Polska Presse to olbrzymie konsorcjum medialne. W rękach należącego obecnie do niemieckiej grupy Verlagsgruppe Passau (VGP) podmiotu znajduje się ponad 20 dzienników i 150 tygodników. Wszystkie z nich posiadają również swoje serwisy internetowe. Łączna liczba czytelników szacowana jest na ponad 17 milionów.

Najcenniejszym zasobem, z punktu widzenia skutecznej polityki informacyjnej są regionalne dzienniki. Tytuły takie jak „Dziennik Łódzki”, „Gazeta Krakowska”, „Kurier Lubelski”, „Głos Wielkopolski” czy „Dziennik Łódzki” na zaufanie swoich czytelników pracowały przez kilkadziesiąt lat.

O tym, że PiS planuje „repolonizację” mediów mówiło się od co najmniej dwóch lat. W 2019 roku przed wyborami parlamentarnymi, Krystyna Pawłowicz, jeszcze wtedy posłanka, zapowiadała, że „jesienią zajmiemy się mediami”.

Proces ten, zapewne z powodu konieczności obsługi innych, w tym również wewnętrznych konfliktów, odsunął się w czasie. „O tym, że Orlen powinien zdążyć z przejęciem Polska Press do końca roku, usłyszałem od polityka PiS w wieczór wyborczy po II turze wyborów prezydenckich. Nie wierzyłem wtedy” – napisał dziennikarz „Wprost” Dariusz Grzędziński.

Działania Orłenu są adaptacją na polskie warunki węgierskiego

scenariusza. W kraju rządzonego przez Victora Orbana – sojusznika Kaczyńskiego – nie ma już żadnej krytycznej wobec rządu gazety. Najgłośniejszym przypadkiem było zamknięcie w 2016 roku największego węgierskiego dziennika opozycyjnego „Nepszabadsag”. Niektóre z tytułów zostały przejęte przez oligarchów ze stajni premiera, a inne po prostu upadły. Na Węgrzech jedynie 9 procent wszystkich pieniędzy przeznaczonych na ogłoszenia rządowe trafia do mediów niezależnych od Fideszu. Rząd w ten sposób foruje wybrane, posłuszne mu media. Organizacja Reporterzy bez Granic umieściła Węgry na 87. miejscu na liście 180 państw sklasyfikowanych w rankingu wolności prasy.

Podobne praktyki stosuje się również w Rosji. Koncern Gazprom kupił telewizję NTV od Władimira Gusinskiego, medialnego potentata, a w 2013 roku przejął też koncern Profmedia, skupiający kilkadziesiąt stacji informacyjnych i rozrywkowych.

„Zapowiedziana, i nie wiadomo czemu przeprowadzona dopiero tak późno Gazpromizacja regionalnych mediów, jest teoretycznie znakomitym narzędziem nie tylko do dalszej nepotyzacji polskiego życia społeczno-politycznego, ale także wzrostu lokalnego, biznesowego klientelizmu oraz prowadzenia czarnego PR wobec opozycyjnych konkurentów politycznych” – zwraca uwagę w rozmowie z portalem „Strajk” Łukasz Hassliebe, komentator polityczny i bloger.

Hassliebe ma pomysł w jaki sposób pracownicy przejętego tytułu mogliby stawiać opór ideologizacji ich tytułów. „Pierwszą ofiarą, jak zawsze, padną dziennikarze, dlatego już teraz na ich miejscu zakładałbym związek zawodowy. Najlepiej taki niezwiązany z PIS. W ten sposób mogą sobie dać czas na opóźnienie czystek i znalezienie nowej pracy, bo że PiS przejdzie się po związkach zawodowych mediów to też jest jasne. Jak to u każdej władzy lubującej się w przemocy wobec słabszych. Nadchodzą czasy solidarności z lokalnymi portalami i ufam, że Polacy zaczną wreszcie płacić za dobre, lokalne teksty” – mówi Hassliebe.

To fatalna wiadomość, szczególnie dla Polski lokalnej – zwraca uwagę Agnieszka Dziemianowicz-Bąk, posłanka Nowej Lewicy. „To upartyjnienie mediów docierających do ponad 17 mln ludzi w całym kraju. Upartyjnienie, nie żadna nacjonalizacja – ten ruch nie ma nic wspólnego z państwem, a wszystko wspólne z partią rządzącą. Lokalne dzienniki zostają podporządkowane spółce na czele której stoi ulubieniec prezesa partii rządzącej, zasłużony działacz PiS. Nie ma też nic wspólnego z „dekoncentracją” mediów – przeciwnie, to ich koncentracja i podporządkowanie linii, którą znamy z pasków TVP. To bardzo smutny dzień dla rzetelnych mediów, dziennikarzy, a przede wszystkim dla odbiorców – szczególnie tych, którzy mają dostęp wyłącznie do TVP – a takich jest ok. 30% Polaków – i dla których lokalna prasa była alternatywą wobec telewizyjnej propagandy” – mówi polityczka dla Strajku.

Władze Orlenu tłumaczą kierunek działań światowym trendem inwestycji w big data. „Polska Press posiada bazę wiedzy na temat preferencji klientów, prowadzonych transakcji czy wartości koszyka w odniesieniu do grupy 60,07 proc. użytkowników internetu w całej Polsce. Dzięki temu w ramach Grupy Orlen możliwe będzie utworzenie nowych modeli biznesowych, które pozwolą na lepsze pokrycie geograficzne oraz dopasowanie oferty dla docelowej grupy klientów” – piszą przedstawiciele PKB Orlen.

Tworzenie wewnętrznych baz danych to kluczowy trend na rynku reklamy, ale również sprzedaży detalicznej. W celu lepszego zarządzania bazą klientów i szybszej odpowiedzi na ich potrzeby, na przeniesienie kompetencji sprzedażowych do wewnątrz organizacji zdecydował się m.in. Walmart – jeden z największych sprzedawców detalicznych na świecie. W 2019 r. również PepsiCo uznała, że pozyskiwanie danych będzie kluczowe dla rozwoju firmy i zbudowała własne kompetencje planowania mediów” – czytamy w komunikacie spółki.

Autorstwo: PN

Źródło: Strajk.eu