TOŻSAMOŚĆ · #POLITYKA NARODOWA

O POTRZEBIE ISTNIENIA MEDIÓW PUBLICZNYCH JAKO WAŻNEJ INSTYTUCJI PAŃSTWOWEJ

Krzysztof Głowacki · 17 marca 2025

Zakorzenione na prawicy myślenie o aparacie państwa jako wrogu wolności trzeba przekroczyć.



W dobie narastania zagrożeń informacyjnych i kulturowych państwo powinno mieć odwagę zainwestowania w profesjonalne, wspólnotowe media publiczne. Zakorzenione na prawicy myślenie o aparacie państwa jako wrogu wolności trzeba przekroczyć – dziś to ono może stać się sojusznikiem w walce o tradycyjne wartości.

Przemiany technologiczne XX i XXI w. przyniosły szereg zmian w dostępie do informacji. Narodziny nowych mediów, przede wszystkim mediów społecznościowych, sprawiły, że przepływ wiadomości stał się niezwykle szybki ze wszystkimi tego pozytywnymi i negatywnymi konsekwencjami. Tymczasem tradycyjne media publiczne od pewnego czasu stały się niespodziewanie języczkiem u wagi każdej kolejnej władzy. Dziś, w dobie wszechobecnego chaosu informacyjnego, potrzeba dalszego istnienia mediów państwowych, choć od czasu do czasu negowana przez różnych liberalnych polityków, jest jeszcze większa niż przed laty. Należy je jednak unowocześnić, postawić ponad bieżącymi konfliktami i uczynić ważnym, nastawionym na realizację interesu narodowego, ogniwem polityki państwa.

Paradygmat narodowy

Na wstępie odrzućmy utopijną wizję bezstronnych, apolitycznych i neutralnych mediów publicznych. Takie nie istnieją i nie mają szansy zaistnieć. Nie będzie żadnej „czystej wody", czyli telewizji, radia czy portali internetowych podających fakty odarte z opinii i ideologii. Jest to niemożliwe z uwagi na naturę tego typu przekazów, zawsze obciążonych w pewnym stopniu stronniczością. Nawet jeśli medium unika otwartego propagowania określonych narracji, to może wpływać na odbiorcę chociażby na poziomie samego doboru wiadomości. Jest możliwa za to budowa mediów o charakterze, który możemy na potrzeby niniejszych rozważań nazwać propaństwowym i pronarodowym. Mowa tu o takich środkach przekazu, których paradygmatem istnienia nie są zysk kapitałowy właściciela ani bieżące potrzeby programowe partii rządzącej, ale szeroko rozumiany interes narodowy. Pojęcie interesu narodowego oczywiście można różnie definiować, lecz wydaje się możliwe wyznaczenie pewnego planu minimum, na który są w stanie zgodzić się wszystkie patriotycznie nastawione środowiska w Polsce. Taką wizją z pewnością rozczarowani będą najbardziej kosmopolitycznie myślący liberałowie i lewicowcy, którzy podejrzliwie patrzą na każdy przypadek odwoływania się do interesu wspólnoty narodowej. Część z wyborców partii tego typu ma jednak (przynajmniej elementarne) intuicje wspólnotowe i znalezienie konsensu społecznego wobec budowy silnych mediów państwowych nie wydaje się niczym niemożliwym. Nawet jednak gdyby nie widać było perspektyw politycznych na pozytywne reformy, to dynamika zmian dzisiejszego świata nakazuje przygotowanie na różne warianty. Możliwość uzdrowienia mediów publicznych w duchu patriotycznym jest w przyszłości wariantem jak najbardziej możliwym do wyobrażenia.

> Procesy globalizacji, rozwój koncernów technologicznych oraz przesuwanie się coraz większej realnej władzy do gremiów ponadpaństwowych stawiają przed państwem narodowym wyzwania dotąd nieznane. Wymaga to refleksji ustrojowej i uznania, że państwo nie powinno kapitulować wobec faktu, że żyjemy w epoce informacji. Media publiczne w proponowanym kształcie miałyby odpowiadać na wyzwania stawiane przez współczesną przestrzeń informacyjną, która w niewielkim stopniu sprzyja myśleniu w kategoriach narodu.

Media publiczne w czasach globalizacji

Aby lepiej zrozumieć niniejszą propozycję, przenieśmy się na inne pole działalności nowoczesnego państwa. U zarania państwowości amerykańskiej Sąd Najwyższy w USA nadał sobie uprawnienia do kontrolowania demokratycznie wybranej władzy poprzez rozstrzyganie zgodności ustaw z Konstytucją, a co za tym idzie, również sporów o kompetencje i prerogatywy. Ta instytucja, silnie umocowana w tradycji ustrojowej Stanów Zjednoczonych, dała wówczas spontaniczną odpowiedź na powstałą sytuację konfliktową. Problemem była walka o władzę pomiędzy różnymi siłami i instytucjami wewnątrz państwa, w której brak było rozjemcy. Obecność nadrzędnego nadzorcy stabilizowała ustrój i regulowała zasady gry politycznej, umożliwiając jej ukierunkowanie na rozwój. Przynajmniej w teorii (bo z praktyką bywa różnie) władza sądownicza na szczeblu ustrojowym ma być arbitrem, który umożliwia polubowne rozstrzyganie wewnętrznych sporów. Rozwój nowoczesnego sądownictwa był odpowiedzią na jedno z ówczesnych zagrożeń dla istnienia państwa – pogrążanie się w nierozstrzygalnych konfliktach między różnymi siłami politycznymi, prowadzące do chaosu i destabilizacji wewnętrznej.

Choć ustrojowe spory o kompetencje również dziś mogą niepokoić, to jednak głównym zagrożeniem dla istnienia państwa wydają się destrukcyjne dla wspólnoty narodowej trendy kulturowe. Tak jak niegdyś instytucje władzy sądowniczej stały się odpowiedzią na pewne zagrożenia dla istnienia wspólnoty, tak w dobie informacji nie możemy udawać, że wyzwania nie uległy zmianie. Stąd też państwo nie tylko nie powinno wycofywać się z rynku medialnego w imię „neutralności światopoglądowej", ale wręcz powinno silniej zaangażować się w kreację takiego przekazu, który będzie tożsamość budował. Aby media publiczne były w stanie taką funkcję pełnić, muszą uzyskać podobny status, jaki dziś mają Trybunał Konstytucyjny bądź Sąd Najwyższy – status zwornika ustroju. Pomimo że polityczny chaos panujący wokół wspomnianych instytucji w momencie pisania tych słów nie napawa optymizmem, pozostańmy przy tej analogii. Poziom umocowania ustrojowego i istotność dla spójności państwa to te cechy Trybunału Konstytucyjnego, do których chcemy się odwołać, myśląc o roli mediów publicznych. Co istotne, nie potrzeba do tego żadnej prawnej rewolucji. Konstytucja RP mówi o Krajowej Radzie Radiofonii i Telewizji, która „stoi na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji". Na podstawie tego właśnie organu należy zbudować media państwowe. Karkołomne próby powoływania alternatywnych instytucji w rodzaju Rady Mediów Narodowych z dużym prawdopodobieństwem skończą się upadkiem całego projektu wraz z porażką wyborczą partii, która w ten sposób będzie próbowała kreować przekaz medialny na swoje polityczne potrzeby. Pierwszym krokiem ku budowie lepszych mediów publicznych nie musi więc być kolejna rewolucja prawna, lecz zarysowanie na nowo paradygmatów istnienia państwowych środków przekazu oraz rozsądne rozwinięcie istniejących już przepisów. Trwała oraz zakorzeniona ustrojowo obecność patriotycznie i wspólnotowo nastawionych mediów publicznych w państwie polskim służy bowiem naszej racji stanu. Zwróćmy uwagę na dwie podstawowe funkcje, które powinny pełnić takie środki przekazu: funkcję wspólnototwórczą oraz funkcję bezpieczeństwa państwa i narodu.

Tworzenie wspólnoty

Aby pójść kilka kroków w przód, czasem trzeba zrobić jeden krok w tył. Ta metafora dobrze oddaje to, co należałoby zrobić z programami politycznymi w mediach publicznych. Jeśli spojrzymy na rynek stacji telewizyjnych, nie dostrzeżemy różnicy pomiędzy pasmami publicystycznymi w telewizjach komercyjnych a państwowym TVP INFO. Wśród debat dominują kilkunasto-kilkudziesięciominutowe dyskusje z kilkoma walczącymi o uwagę politykami naraz. Z takich programów najczęściej nic nie wynika ani dla widza, ani dla uczestnika, który usilnie próbuje przebić się ze swoim przekazem przez kilka minut, które są mu dane w ramach tego typu rozmów. Wywiady jeden na jeden dziennikarza z politykiem z kolei zwykle są po prostu okazją do zaprezentowania partyjnego przekazu dnia. „Krokiem w tył" byłaby rezygnacja z tego typu mało wartościowych i polaryzujących form na rzecz dłuższych i bardziej swobodnych debat. Być może również rezygnacja z jednego programu informacyjnego na rzecz wieczornych pasm publicystycznych i politycznych na innych kanałach. Programy te powinny raczej uwznioślać intelektualnie widza i dawać mu okazję do przemyślenia tematu debaty. Tak jak mamy do czynienia ze zjawiskiem „wtórnego analfabetyzmu", tak możemy również obserwować „wtórną depolityzację" społeczeństwa. Teoretycznie z wyborów na wybory obserwujemy coraz większą frekwencję. Praktycznie rozmowy o polityce są coraz bardziej płytkie i powierzchowne, a społeczeństwo staje się coraz łatwiej sterowalne przez partyjnych spin doktorów. Za „repolityzację" mas odpowiedzialność powinny wziąć m.in. media państwowe.

Obciążeniem mediów komercyjnych, którego nie ma telewizja publiczna, jest to, że nastawione na maso-

wego odbiorcę, muszą poszukiwać form banalnych i degradujących intelektualnie. Ludzie zwykle chcą oglądać proste przekazy i gorące awantury. Mniejsza zależność od reklam w telewizji państwowej daje możliwość przykładania mniejszej uwagi do popularności i tworzenia programów ambitniejszych. Choć tworzenie telewizji na wyższym poziomie intelektualnym mogłoby wiązać się z potencjalnym spadkiem oglądalności, nie oznaczałoby to jednak zupełnej marginalizacji TVP względem komercyjnej konkurencji. Być może, przy odpowiedniej jakości programów, wydarzyłoby się nawet coś odwrotnego: telewizja państwowa stałaby się właśnie tym, czego ludziom brakuje w dobie TikToka, rolek na Instagramie i innych tego typu prostych form przekazu. Dobrym przykładem tego, że przynajmniej część odbiorców chciałaby bardziej poważnego traktowania, jest niesłabnąca popularność debat tematycznych na internetowym Kanale Zero. Dyskusje na palące tematy polityczne, historyczne czy gospodarcze zdobywają w Internecie setki tysięcy, a czasem nawet miliony wyświetleń. Przykład medium założonego przez dziennikarza sportowego pokazuje, że paradoksalnie w dobie krótkich filmików i lakonicznych komentarzy dużą popularność mogą zdobyć długie, kilkugodzinne rozmowy. Czy są to formy możliwe do realizowania w telewizji bądź radio? Oczywiście, że są. Więc dlaczego TVP kilka razy w tygodniu, w godzinach największej oglądalności, nie mogłaby na swoich głównych kanałach transmitować tego typu programów zamiast tureckich seriali i powtórek starych polskich filmów? Innym przykładem tego, jak telewizja dziś odstaje poziomem od mediów alternatywnych są debaty w ramach wyborów na prezydenta Warszawy w 2024 r. Największy poziom i największy rozgłos zdobyły debaty zorganizowane przez wspomniany Kanał Zero oraz portal wp.pl. Trwające po 3 oraz 2,5 godziny programy były rozmowami na żywo pomiędzy kandydatami, które moderował prowadzący, ale ze wzajemnymi interakcjami i wewnętrzną dynamiką. Zupełnie w innym duchu odbyła się debata w TVP, w której politycy bardziej wygłaszali swoje opinie na różne, znane z góry tematy, a nie rzeczywiście debatowali między sobą. Tylko na ten drugi, państwowy (dodajmy, że przyjazny dla siebie) teren udał się broniący posady Rafał Trzaskowski. Internetowe debaty zebrały niespełna milion wyświetleń i były materiałami, na podstawie których rzeczywiście można było zbudować w sobie sympatię bądź antypatię do kandydatów.

Powyższe, bieżące, przykłady mają pokazać istotną funkcję, jaką powinny pełnić media publiczne: tworzenie wspólnoty narodowej. Truizmem dziś jest mówienie, że społeczeństwo jest podzielone, a emocje polityczne rozgrzane do czerwoności. Telewizja, radio i inne media państwowe powinny tworzyć przestrzeń do debaty na sprawy najważniejsze dla narodu. Powinny w ten sposób na nowo, w nowoczesnej rzeczywistości, polityzować masy. Aby było to możliwe, konieczna jest rezygnacja z upodabniania się przez stacje państwowe do stacji komercyjnych i znalezienie innej formuły, która nie tylko promowałaby poważną debatę publiczną, ale również byłaby atrakcyjną alternatywą dla bezmyślnej sieczki oferowanej przez wiele ze stacji.

Bezpieczeństwo państwa i narodu

> W czasach zagrożeń kulturowych media publiczne powinny być jednym z instrumentów obrony państwa przed prądami globalistycznymi. Dziś państwo musi tworzyć wyraźną przeciwwagę dla antywspólnotowej propagandy płynącej z bogatych ośrodków medialnych, gdyż leży to w jego żywotnym interesie. Państwo jest bowiem najwyższą formą organizacji narodu, w którego to narodu istnienie godzą liberalne wizje świata bez granic i tożsamości. Gruntowna zmiana porządku kulturowego i społecznego będzie również upadkiem świata państw, jakie znamy. Aby

skutecznie bronić tożsamości narodowej, media nie mogą być jednak tubą propagandową ugrupowania aktualnie rządzącego ani zakładnikiem bieżących postulatów politycznych. Minione lata w TVP INFO pokazały dobitnie, że nadmierne upartyjnienie przekazu nie służy ani interesowi publicznemu, ani nawet samemu obozowi rządzącemu. Media publiczne powinny być w stanie zapewnić na tyle dużo pluralizmu przekazu, aby nie zrazić do siebie widza centrowego, mało zaangażowanego emocjonalnie w polityczne spory. Co jednak równie istotne, pluralizm powinien być na tyle ograniczony, aby nie promować skrajnych, antynarodowych ideologii. Ta propozycja swoistej autocenzury bardzo nie pasuje do wizerunku, który sami sobie nadają współcześni dziennikarze, mający zawsze na ustach takie hasła jak „niezależność" czy „bezstronność". Pod płaszczykiem wolności słowa zawsze jednak kryją się jakieś systemy wartości, które koniec końców i tak prowadzą do promocji określonych ideologii. A jaką, jak nie propaństwową i pronarodową, orientację mają mieć media publiczne?

Praktycznych przykładów negatywnej roli mediów komercyjnych w bezpieczeństwie narodowym mamy aż nadto. Warto wspomnieć chociażby sytuację na granicy polsko-białoruskiej w 2021 r. Stojąc w obliczu konfliktu hybrydowego, byliśmy świadkami zachowania całkowicie antypaństwowego i godzącego w bezpieczeństwo państwa ze strony wielu wpływowych dziennikarzy. Przepychanie się ze strażnikami w wykonaniu reporterów TVN, próby nielegalnego dostawania się do przygranicznej strefy zakazanej czy rzucanie obelg na antenie w kierunku obrońców granicy – to tylko niektóre przykłady postaw otwarcie osłabiających nasze bezpieczeństwo. Nieprzyjaciele Polski, w tym wypadku reżim Łukaszenki, doskonale wiedzą o tej słabości naszej demokracji (jak i demokracji liberalnych w ogóle) i ją bezwzględnie wykorzystują. Napór na granicę miał w tym kontekście dwa ważne cele. Pierwszy to próba destabilizacji wschodniej granicy i zalewanie Polski i Europy nielegalnymi migrantami. Drugi, bardziej istotny w kontekście niniejszych rozważań, to sianie demoralizacji i fermentu wewnętrznego za pośrednictwem aktywistów, „wolnych mediów" i „obrońców wolnego słowa". Licząc na społeczny opór wobec tego typu przekazów, nie można zdezerterować od budowania antyglobalistycznych i patriotycznych narracji wkoło tego typu kryzysów. Naturalną przeciwwagą muszą być m.in. wiarygodne media państwowe. W trakcie kryzysu na granicy taka przeciwwaga była, lecz same media już wtedy miały bardzo niski poziom ogólnego zaufania społecznego, ze względu na swoje otwarte upartyjnienie. Dlatego też, jeszcze raz, należy podkreślić konieczność zbudowania mediów publicznych jako instytucji zaufania publicznego, a nie kolejnego organu państwa, którego sposób działania zmienia się o 180 stopni wraz ze zmianą władzy. Tylko wówczas jest szansa na dotarcie z przekazem do szerszej puli odbiorców.

Innym przykładem może być wiosna roku 2020 i nadchodząca pandemia COVID-19. Wówczas, na samym początku wzrostu zakażeń nowym, nieznanym dotychczas wirusem, kraj obiegła informacja o planowanym zamknięciu Warszawy. Choć plotka została dość szybko zdementowana przez Ministerstwo Zdrowia, to zdążyła rozprzestrzenić się po stolicy. Szczęśliwie oprócz chwilowej paniki nie doświadczyliśmy żadnych negatywnych konsekwencji tego fake newsa. Po czasie rzecznik Koordynatora Służb Specjalnych poinformował o zewnętrznych źródłach, z których miała wypłynąć niepokojąca dla warszawiaków informacja. Czy współczesna przestrzeń medialna jest gotowa na tego typu, inspirowane zza granicy, testowanie odporności naszego społeczeństwa? Patrząc na prędkość rozchodzenia się nawet najbardziej wątpliwych informacji – nie. Istotne wydaje się istnienie rzetelnego i budzącego zaufanie

medium publicznego, które nie będzie startowało na równorzędnych zasadach w wyścigu o prędkość podania newsa, warunkującą często skuteczność docierania do odbiorcy. Media publiczne powinny w obliczu tego typu zagrożeń pełnić funkcję instytucji zaufania publicznego, nawet jeśli przez sam fakt swojego istnienia w takiej formie będzie ona budzić niechęć części społeczeństwa.

Media państwowe, czyli co?

Przechodząc od podstaw ideowych do konkretów, zastanówmy się na tym, jak w praktyce powinny wyglądać media państwowe w Polsce. Obecnie pod hasłem „media publiczne" rozumiemy Telewizję Polską i Polskie Radio. U zarania III RP telewizja i radio były zupełnie wystarczające do zapewniania możliwości kierowania przekazu przez władzę do przeciętnego obywatela. Nie odrzucając bardziej tradycyjnych form komunikacji, dziś wzrok państwa powinien zwrócić się również w stronę innych, bardziej nowoczesnych, środków przekazu. Wbrew pozorom ostatnie lata dają nam solidny punkt zaczepienia dla rozważań o rozwoju w tym zakresie.

Po pierwsze, co powszechnie wiadome, większość ruchu myśli i debaty publicznej odbywa się dziś w Internecie. W mediach społecznościowych uwagę zdobywa się krótkimi komunikatami, najlepiej wizualnymi. Media publiczne, aby budować swoje zasięgi, a tym samym wpływ na obywatela, powinny pójść drogą nadawców komercyjnych i próbować tworzyć krótkie wycinki najciekawszych fragmentów debat i programów transmitowanych uprzednio w radio, telewizji czy na innych kanałach komunikacji. Wówczas dzięki mocy algorytmów miałyby szansę docierać do masowego odbiorcy. W innym wypadku proponowane w rozdziałach powyżej długie pasma publicystyczne w niewielkim stopniu będą docierać do ludzi młodych, często niezdolnych do skupienia uwagi przez dwie godziny wyczerpującej rozmowy. Chcąc nie chcąc, dziś do dużej części społeczeństwa dociera się poprzez popularne „shortsy", a nie przez dłuższe formy przekazu. Nie musi to być pogłębianie degradacji poznawczej młodych ludzi – odpowiednio skonstruowane filmiki są zachętą do wysłuchania bądź przeczytania obszerniejszych fragmentów materiału. A ten powinien być również łatwo dostępny na każde kliknięcie. Ponadto, dla bardzo dużego odsetka społeczeństwa to właśnie media społecznościowe są pierwszym źródłem informacji o świecie. Budowanie zasięgu na kontach mediów państwowych to droga do tego, aby pierwszym źródłem informacji dla obywatela nie była międzynarodowa korporacja o profilu lewicowym, ale medium państwowe będące pod demokratyczną kontrolą.

Ważną przestrzenią, którą również należy zagospodarować, są podcasty i kanały w serwisach typu YouTube. W 2022 r. władze TVP stworzyły serwis SwipeTo, opierający się właśnie na tego typu audycjach, skierowanych głównie do młodzieży. Portal i jego odsłony na różnych platformach streamingowych okazały się jednak niewypałem, a nowe kierownictwo zupełnie pogrzebało projekt. Trudno jednak znaleźć powód, dla którego powinno się zrezygnować z tej gałęzi mediów. Ludzie dziś słuchają rozmów i podcastów podczas drogi do pracy, sprzątania, uprawiania sportu czy zwykłego spacerowania. Podcasterzy i youtuberzy kształtują opinię publiczną, przeprowadzając wywiady z politykami i publicystami. Przykładem może tutaj być np. kanał Imponderabilia, który w 2020 r. przeprowadził rozmowy ze wszystkimi najważniejszymi kandydatami na urząd Prezydenta RP, zdobywając tym miliony wyświetleń. Rynek podcastów jest wciąż bardzo dynamiczny i rozwojowy. Próg zdobycia popularności jest relatywnie niski, jeżeli porównamy to z konkurencją istniejącą wśród stacji telewizyjnych czy radiowych. Trudno o lepsze warunki do rozwoju podcastów tematycznych, wspieranych finansowo i instytucjonalnie przez państwo. Pozytywnym, wyłamującym się ze schematu przykładem jest Muzeum Historii Polski, które będąc instytu-

cją państwową, od kilku lat rozwija swoją audycję, zdobywającą spore zasięgi na platformach podcastowych, i promuje w sposób interesujący zawiłości polskiej historii. Swój podcast prowadziła również spółka CPK, próbując popularyzować rozwój infrastrukturalny Polski. Pokazuje to też, że różne gałęzie mediów nie muszą być centralnie sterowane z ulicy Woronicza w Warszawie, a mogą być platformami komunikacji różnych państwowych instytucji. Tymczasem wciąż brak decyzji politycznej o inwestycji w więcej tego typu nowych form przekazu. A przecież pól do zagospodarowania jest pełno: kultura w różnych jej gałęziach, społeczeństwo, geopolityka czy ekonomia.

Internet dziś to również duże, tzw. wertykalne portale, typu Onet, WP czy Interia. Celem i istotą istnienia takich stron jest szerokie zagospodarowywanie uwagi czytelnika poprzez prezentowanie szerokiego zakresu tematycznego. Możemy tam znaleźć najnowsze wiadomości z krajowej i globalnej polityki, nowości z popkultury, lifestyle, sport, prognozy pogody i wszystko inne, co może przyciągnąć uwagę czytelnika. Próbą kreowania podobnego portalu jest serwis i.pl, będący częścią grupy Polska Press, który jednak wciąż nie przebił się popularnością do powszechnego obiegu informacji. Wydaje się, że przy przewagach konkurencyjnych, jakie ma portal ze wsparciem państwa, strona powinna dynamicznie się rozwijać i trafiać do coraz szerszych rzesz odbiorców. Być może konieczne jest lepsze zdefiniowanie strategii rozwoju portalu i zatrudnienie do kadry zarządzającej ludzi z większym doświadczeniem w rozwoju mediów komercyjnych. Innym, tym razem pozytywnym przykładem działalności mediów publicznych w Internecie był Tygodnik TVP – medium niszowe i inteligenckie, nienastawione na masowego odbiorcę. Dłuższe teksty pisane o historii czy kulturze siłą rzeczy nie mają szerokiego oddziaływania społecznego, ale mogą być skuteczną formą wpływania na elity. Można zapytać: czy to na pewno rola mediów publicznych? Nie zadajemy sobie tych pytań w przypadku państwowych think tanków, takich jak Ośrodek Studiów Wschodnich czy Polski Instytut Spraw Międzynarodowych. Uznajemy, że głosy eksperckie w tak ważnej dla państwa dziedzinie jak polityka międzynarodowa mogą być finansowane publicznie. A czy kultura, historia czy ekonomia również nie zasługują na taki status? Medium tego typu, jak zlikwidowany w skandaliczny sposób Tygodnik TVP, mogłoby być zarówno wkładem w debatę publiczną, jak i wsparciem merytorycznym dla innych instytucji państwa.

Ważnym segmentem mediów publicznych jest także obecność ośrodków odpowiedzialnych za prezentowanie polskich interesów za granicą. Dziś najbardziej znanym przykładem tego typu medium jest Biełsat, podlegający Telewizji Polskiej i odpowiadający za promocję polskiej kultury na Białorusi. Próbą prezentowania polskiego stanowiska, skierowanego raczej do zachodniego odbiorcy, był kanał TVP World. Choć widać świadomość potrzeby istnienia kanałów przekazu uczestniczących w zagranicznej debacie publicznej, to kolejne próby tworzenia tego typu stacji na dużą skalę zazwyczaj toną w wewnętrznych przepychankach instytucjonalnych. Skutkiem tego jest niska obecność polskiej narracji za granicą i brak możliwości realnego reagowania na różnego rodzaju kryzysy wizerunkowe za pośrednictwem mediów. Wydaje się, że w tej dziedzinie nie należy wyważać otwartych drzwi i tworzyć kolejnych bytów, lecz włożyć odpowiednie środki w stabilizację i promocję mediów nadających za granicę.

Zagrożenia

Nie da się ukryć, że proponowane rozwiązania niosą za sobą również pewne ryzyka, które warto na koniec niniejszych rozważań przedstawić i przedyskutować. Model szerokich, sięgających do różnych form przekazu i hojnie finansowanych przez państwo mediów publicznych może przynosić skojarzenia z ustrojami totalitarnymi. Oczywiście, danie władzy monopolu na głoszenie prawdy zazwyczaj nie jest dobrym

pomysłem. Gdybyśmy znaleźli się w sytuacji realnej potęgi mediów publicznych, wraz z jednoczesną marginalizacją mediów komercyjnych, wówczas należałoby obawiać się o możliwość wykorzystania takiego systemu do powrotu do władzy totalitarnej. Dziś, w 2024 r., nie ma jednak mowy o tworzeniu jakiejkolwiek znaczącej dominacji przekazu państwowego nad przekazem ośrodków pozapaństwowych. Wręcz przeciwnie, globalizacja postępuje, a wraz z nią coraz mniejszy jest udział czynników narodowych w kreowaniu wyobraźni przeciętnego człowieka. Dziś światopogląd i estetykę „przeciętnego zjadacza chleba" w ogromnej mierze kształtują prądy zupełnie niezależne od demokratycznej władzy. W związku z tym próba zwiększenia roli państwa w tym segmencie nie jest propozycją zawładnięcia duszą obywatela, lecz raczej wyrwania jej ze szponów algorytmów i zachcianek wielkich korporacji. Ciężar walki o wolność i tożsamość nie znajduje się dziś na osi państwo-obywatel, ale na osi wspólnotowość-globalizm. W tym właśnie duchu należy dokonać stosownych reform mediów publicznych. Wizja, w której przez kontrolę polityczną nad mediami dojdzie do powrotu do systemu propagandy znanego chociażby z III Rzeszy, jest dziś kompletnie nierealna. To, co maksymalnie może dojść do skutku, to przesunięcie akcentów i obecność większej refleksji w debacie publicznej nad powagą polityki państwa. Aby chociaż to osiągnąć, należy odkręcać zakorzenione w drugiej połowie XX w. na prawicy myślenie o aparacie państwa jako wrogu wolności, bo dziś to właśnie państwo narodowe powinno być sojusznikiem w walce o tradycyjne wartości.

Nagranie: https://www.youtube.com/watch?v=ymuCAKPX4w0

Oryginał: https://nlad-kopia1113.instawp.site/o-potrzebie-istnienia-mediow-publicznych-jako-waznej-instytucji-panstwowej/

WSPÓŁTWÓRZ NOWY ŁAD

Za Nowym Ładem stoją czytelnicy, którzy dorzucają się do jego istnienia. Dołącz do nich — jednorazowo, w kwocie, która Ci odpowiada.

DOŁĄCZAM

wspieram.nlad.pl

Zeskanuj, aby wesprzeć