

Modzelewski: Nowa definicja „wolnych mediów” z podatkami w tle

15 sierpnia 2021

Dzięki zmobilizowanej w sposób bezprecedensowy akcji lobbingowej mającej na celu załatwienie przedłużenia koncesji dla jednej ze stacji telewizyjnych, dowiedzieliśmy się czym są, a czym nie są w Polsce „wolne media” A.D 2021. Warto podkreślić, że w ich obronie stają autorytety (liberalne), równie liberalni dziennikarze oraz cały AntyPiS, który przecież reprezentuje zdrową część naszego społeczeństwa, czyli wszystkie siły proeuropejskie, proamerykańskie oraz „proatlantyckie” (to ostatnie pojęcie nie jest w pełni czytelne, ale znawcy wiedzą o kogo idzie). Dorobek debaty na ten temat jest aż tak bogaty, że na pewno przejdzie nie tylko do historii, ale także do podręczników oraz encyklopedii. Tak więc „wolne media” charakteryzują następujące niezbędne cechy:

- są faktyczną własnością amerykańskiej oligarchii (zwanej przyjaźnie „koncernem” lub „korporacją”),
- nawet gdy formalny status firmy, która jest wydawcą lub nadawcą, jest z zupełnie innego państwa i jest ona faktycznie swoistym słupem, który ma fasadowo spełniać warunki uzyskania tejże koncesji, to w przypadku gdy właścicielem tej firmy jest amerykański koncern, to owo medium jest „wolne”,
- pełne wsparcie owego medium dla wszystkich głównych odmian AntyPiSu, a zwłaszcza tej jego części, która sama nazywa się „opozycją liberalną”,
- pełna akceptacja przez to medium – jak wiemy – wielkiego dorobku transformacji ekonomicznej naszego kraju od 1989 roku, której zaznaliśmy zwłaszcza pod rządami Leszka Balcerowicza, będącego jednym z wielkich (największych?) autorytetów „wolnych mediów”, oraz negacja istnienia jakichkolwiek patologii tego okresu: „wolne media” całkowicie odrzucają wszystkie nikczemne pomówienia na temat oszustw i wyłudzeń podatków, które zafundowali nam liberalna Unia Europejska oraz amerykański (czyli „międzynarodowy”) biznes podatkowy,
- nieprzejednany, bezkompromisowy stosunek do wszystkich przeciwników „wolnych mediów”: dla nich nie ma miejsca w debacie: muszą być marginalizowani a najlepiej eliminowani.

Każde medium, które nie spełnia powyższych cech jest zniewolone, będąc wyłącznie „tubą propagandową” władzy lub innym podobnym bezeceństwem. Na pewno nie ma tych cech stacja telewizyjna czy gazeta, która:

- jest własnością innej firmy („koncernu”) niż amerykańskiego (np. ORLENu)
- poprze lub napisze coś dobrego o „pisowskich rządach” – żadnego symetryzmu,
- skrytykuje Balcerowicza oraz potwierdzi istnienie oszustw podatkowych w „liberalnej gospodarce”.

Ci, co głoszą tego rodzaju „zbrodnie słowne”, nie należą do świata liberalnej demokracji. Tu pełna zgoda. Przed wszystkim są wrogami „wolnych mediów”, a to wyklucza ich z członkostwa w świecie „Zachodu”, do którego przecież bezspornie należymy (bez reszty).

Pragnę również scharakteryzować pobieżnie media, które dopiero aspirują do miana „wolnych”. Przed wszystkim muszą one propagować te przepisy podatkowe, które są „korzystne dla podatników” przy okazji reklamując przedstawicieli międzynarodowego (czyli amerykańskiego) biznesu podatkowego. Są to podmioty „renomowane”, więc część ich renomy spłynie w sposób trwały na owe media.

Tu pewna refleksja na marginesie. Istnieją dwa rynki biznesu podatkowego:

- ów renomowany, który oferuje jakąś tajemniczą wiedzę na ten temat, mającą dużo większą wartość niż usługi pozostałych podmiotów;
- cała reszta, czyli rynek nierenomowany, który oferuje swoje usługi na naszym, siermiężnym poziomie, przez co są one dużo tańsze.

Nie bardzo wiemy na czym polega owa tajemna wiedza, którą oferują firmy renomowane, bo zatrudniają one tych samych absolwentów polskich szkół i uczelni: w związku z tym, że od prawie pół wieku kształcą co roku setki (a czasami tysiące) polskich specjalistów podatkowych, to mogę w pełni potwierdzić, że absolwenci zatrudniani przez podmioty z pkt. 1) nie różnią się od pozostałych. Być może właśnie w trakcie pracy w tych podmiotach zdobywają jakąś tajemną wiedzę, która ma tak wysoką wartość? Chyba jednak nie, bo już setki byłych pracowników firm renomowanych rozpoczęło samodzielną działalność a ich usługi nie wyróżniają się niczym szczególnym: z reguły są na przyzwoitym poziomie rynkowym. Dlaczego więc ów renomowany biznes jest droższy od reszty? Może to też rodzaj renty kolonialnej, która jest ściągana z reguły z post komunistycznych antypodów, gdzie niszczy się „wolne media”?

Witold Modzelewski