

73. Najbardziej uderzały zmiany wprowadzane nagle, radykalnie i bez sensu. Z dnia na dzień np. zrezygnowano z optymalnej dotąd linii sprawdzania wiarygodności D. Tuska zbalansowanym konfrontowaniem jego deklaracji z działaniami z przeszłości - na rzecz obsesyjnej, chamskiej i przeciwskutecznej karykatury. Wzrost radykalizmu i agresji wobec lidera opozycji aż do takich rozmiarów był niezrozumiały i niepotrzebny. Po powrocie z Brukseli do Polski w lipcu 2021, Tusk miotał się i przez prawie 2 lata nie znalazł sposobu na narrację TAI. Wbrew buńczucznym zapewnieniom, nie odpowiadał na pytania i nawet nie wpuszczał na konferencję dziennikarzy TVP. Po prostu zaczął się ich bać się i unikał. Zajmował miejsce lidera nieufności społecznej. Odbijał się od niskiego sufitu niemożności. Do maja 2023 r. Tusk nie był w stanie wyzwolić się z postrzegania go jako proniemieckiego lokaja brukselskich elit i politycznego oszusta. Symbolem tej narracji było powtarzane cyklicznie bon moty w rodzaju fur Deutschland i ujęcie Tuska podającego marynarkę ówczesnemu szefowi Komisji Europejskiej J.C. Junckerowi. Tuska dopadały jego własne przypominane stosownie do tematu słowa lub decyzje z przeszłości, które ośmieszały prawie każdą jego nową inicjatywę. To było ostre, blisko granicy, ale trafiające w punkt i nigdy granicy powagi mediów publicznych nie przekroczyło.

74. TAI aktywnie zarządzał też czasem antenowym dla liderów opozycji. Na antenę w większym niż wcześniej wymiarze zapraszani byli liderzy innych opozycyjnych partii, szczególnie PSL i Lewicy. Tusk nie mógł zdobyć dominującej pozycji lidera opozycji, bał się siły TVP; nigdy też nie zbliżył się do budynku TVP, a tym bardziej nie przekroczył jego progu. To był bastion.

75. W końcu maja Tusk leżał już politycznie na deskach. Udziału w marszu 4 czerwca odmawiali mu po kolei wszyscy kolicjanci z Hołownią, PSLem i Lewicą, przebąkiwano nawet, że dla ratowania szans opozycji w wyborach przekaze wkrótce przywództwo opozycji R. Trzaskowskiemu. Nie należało nic zmieniać. Ale wtedy nastąpiły samobójcze ruchy obozu rządzącego. 29 maja przed zapowiadającym się na niewypał marszem Tuska Prezydent, podpisał ustawę o komisji badającej rosyjskie wpływy, w powszechnym odczuciu odbieraną jako lex Tusk. Zamiast o Tusku milczeć i pozwolić mu na klęskę marszu 4 czerwca, po której mógłby się już nie podnieść - zdefiniowano go jako głównego przeciwnika władzy i punkt odniesienia reszty opozycji. Nagoniło mu to frekwencję na marsz.

76. Tego samego dnia Tomasz Lis opublikował na Tweeterze „znajdzie się komora na Dudę i Kaczora”. Była to oczywista prowokacja hejterskiego trolla, którą należało zignorować albo wyśmiać. Sztab Zjednoczonej Prawicy dał się jednak w to wkręcić na tyle, że 31 maja odpowiedział spotem o ogromnych zasięgach, wykorzystującym ujęcia z Auschwitz-Birkenau, co wywołało niesmak części opinii publicznej, (w tym wielu normalsów) i oburzenie za granicą. Używanie symboli holocaustu w doraźnej walce wyborczej prawie zawsze kończy się źle. Politycy PiS tymczasem w mediach społecznościowych prześcigali się w wysyłaniu postów z pytaniem na tle obozu zagłady „Czy na pewno pod tym hasłem chcesz iść? Marsz 4 czerwca”, wzmagając tylko frekwencyjną falę na marsz 4 czerwca, wznieconą przez Lex Tusk. Zamiast natychmiast uciec z tematu, TVP grało tym przekazem do czerwoności.

77. Na tym właśnie polegała zasadnicza różnica między tymi dwiema ekipami. Telewizja Kurskiego i Olechowskiego miała samodzielną pozycję i coś w rodzaju medialnego autorytetu, a dzięki temu zdolność blokowania niemądrych pomysłów z zewnątrz (w poprzednich wyborach też ich brakowało). TVP Matyszkowicza i Pereiry była pasem transmisyjnym bez jakiegokolwiek filtra i asertywności. W skutku uratowano marsz Tuska i zrewitalizowano go politycznie i wyborczo. To był pierwszy punkt zwrotny w

ZERWANIE GWINTU

78. Kiedy Tusk po marszu odżył, zrobiono błąd największy. W narracji wobec niego doszło do

„zerwania gwintu” i przegrzania z agresywnym, pozbawionym błysku przekazem politycznym. Krytykę przewodniczącego PO prowadzono skrajnie nieumiejętnie – jak np. przedstawianie go na antenie nagle ni stąd ni z owąd wyłącznie po nazwisku, jako „Tusk” bez imienia i pełnionych funkcji – wywoływało to wrażenie medialnej nagonki. W odczuciu społecznym Tusk stał się ofiarą hejtu, a w takiej sytuacji część sympatii społecznej w naturalny sposób znalazła się po jego stronie. Monotonna linia narracji, która sprowadzała się do codziennej obsesyjnej krytyki Donalda Tuska za wszystko doprowadziła do jego immunizacji również na tę krytykę, która była w oczywisty sposób merytoryczna i trafna. Widzowie TVP coraz częściej przestawali na nią zwracać uwagę. W wyniku przepalenia z intensywnością i wulgarnością ataków podsycanych przez Samuela Pereirę, który forsował w Wiadomościach i innych serwisach informacyjnych felietony choćby o zbyt drogich butach Tuska czy materiały atakujące jego córkę - TVP uskrzydliła politycznego zombie.

79. Przepalony atak na Tuska mógł być pokłosiem fascynacji sztabu tzw. strategią węgierską. Mówiła ona, że po dwóch kadencjach i zmęczeniu nimi społeczeństwa - trzeciej kadencji nie wygrywa się pozytywnym przekazem o ekonomii i inwestycjach, jak na tzw. Programowym Ulu PiS, tylko negatywnym: może my nie jesteśmy święci, ale tamci to dopiero są straszni. Miało to sens. Do tej pory bowiem brakowało wyczucia emocji, która poniosłaby w sondażach, a w każdej poprzedniej kampanii emocja zawsze była. Teraz najpierw irytowano ludzi samozadowoleniem oderwanym od subiektywnych ocen wyborców, opowieścią o szczęśliwym życiu mało znośną nawet dla tych, którzy dokonania doceniali. Potem, kiedy to zawodziło, a po Programowym Ulu notowania PiS nawet nieco spadły - wdrożono strategię węgierską.

80. Problem w tym, że nie potrafią zbudować płynnego, wiarygodnego przejścia do nowej komunikacji, która powinna być mixem pozytywów własnych dokonań i obietnic oraz negatywów w odniesieniu do przeciwników. Ten koncept powiódł się na Węgrzech, gdzie obóz Viktora Orbana ma zdecydowaną przewagę w mediach, ale nie powiódł się w wykonaniu ludzi, którzy przejęli TAI i mieli przeciw sobie potężne media IIIRP. Wobec braku pomysłu na tę nową opowieść, zamieniono ją w karykaturę. Karykaturę tym bardziej odpychającą, że PiS już w maju wystrzelał się z hitów obietnic wyborczych z 800+ na czele. W tej sytuacji strategia węgierska skutkowała w polskiej wersji - nadmiarem złości, agresji i zanurzeniem w przeszłości. Zabrakło balansu i własnych dobrych pomysłów. Ani PiS ani TAI nie potrafili narzucić własnej agendy i narracji, byli coraz bardziej reaktywni, w kółko odpowiadali Tuskowi i w ten sposób pompowali jego tezy.

81. Tusk wyczuł to rozedrganie TVP, która przestała nad sobą panować. I na zimno to wykorzystał. Symbolem pogubienia się Telewizji w ostatniej kampanii zostanie briefing Tuska pod siedzibą TAI przy placu Powstańców, w trakcie którego wybiegł z budynku nabuzowany redaktor M. Rachoń (skąd inąd świetny anchor swoich formatów) i w dość agresywny sposób briefing ten zakłócił. To było zerwanie gwintu w wersji turbo. Ludzie zobaczyli, że TVP po prostu odbiło. Lider PO, który przez 7 lat rządów Kurskiego bał się nawet zbliżyć do TVP a cóż dopiero do niej wejść - teraz gdy poczuł krew, słabość i brak planu - przeprowadził skuteczną prowokację u jej progu a wkrótce ten próg przekroczył. Tak kruszał bastion TVP.

82. Pogubienie się i swoista implozja TAI w kampanii była skutkiem kompleksu Pereiry wobec Olechowskiego podobnego do tego jaki żywił do poprzednika Matyszkowicz. Obaj za wszelką cenę chcieli udowodnić przed otoczeniem polityczno-instytucjonalnym, że zrobią wszystko lepiej niż poprzednicy. Mimo, że nowym szefom TVP i TAI bardzo wyraźnie mówiono, żeby niczego nie zmieniać w przekazie, bo jest optymalny Pereira co jakiś czas nadymał się na Twitterze, że teraz to dopiero będzie wow i nowa jakość. Sprawiało to wrażenie swoistego syndromu ADHD u nowej ekipy i znalazło wyraz w szeregu dziwnych, pozornie świetnych a de facto szkodliwych zmian programowych.

83. Charakterystyczny jest tu przykład programu Jak oni kłamią? Pozornie to bardzo dobry pomysł,

żeby demaskować kłamstwa TVN zwłaszcza, że program robiony i prowadzony był sprawnie. Z drugiej strony, jeśli codziennie widzowie TVP Info słuchali przed Wiadomościami analizy kłamstw, która z racji konieczności wypełnienia 12-minutowego programu musiała schodzić do spraw szczegółowych i nieistotnych to się z nimi po prostu oswajali i do nich przyzwyczajali. Słońce wschodzi i zachodzi, biegacz biega a „oni kłamią”. Nic nadzwyczajnego. Da się z tym żyć. W perspektywie wyborów mogło być to demobilizujące. Skuteczna była taktyka dotychczasowa: raz na kilka tygodni miażdżący TVN materiał w Wiadomościach demaskujący jakieś spektakularne kłamstwo Faktów (jak choćby o odwiedzinach grobów smoleńskich w covidzie), zmultiplikowany dziesiątkami powtórek w Info. Wtedy szło im to w pięty i było przez ludzi zapamiętane. Nie należało tego zmieniać.

84. Podobnie nie należało zmieniać powitania w Wiadomościach. Jaki był sens, jaka idea czy korzyść dla TVP czy w ogóle Dobrej zmiany, żeby na kilka miesięcy przed wyborami zmienić formułę powitania w Wiadomościach na np. „Dobry wieczór, Danuta Holecka, witam Państwa w POLSKIEJ TELEWIZJI, zapraszam na Wiadomości”? Wszelkie zabawy ze zmianą nazw, logo czy barw bez żadnego uzasadnienia dezorientują widzów. Bo czy nazwa Telewizja Polska już nie była wystarczająco polska? Czy było to może mrugnięcie, że inne telewizje nie są polskie? Jeśli tak to, dlaczego tego nie wyjaśniono, żeby cieszyć się codziennie tym skojarzeniem? A może była to riposta na zakłęcie Moniki Olejnik w Kropce nad i „Witamy w wolnych mediach”? Tylko po co zajmować się w ogóle Moniką Olejnik? To oczywiście szczegół i tzw. duperela ale pokazująca, że brak pomysłu na treść przekazów wypełniano biegunką pomysłów na zabiegi formalne, zmiany dla zmian, z których nic nie wynikało.

85. Niekiedy niestety wynikało - ale na gorsze i ze stratą widowni. Tak było z pomysłem nakazania wszystkim oddziałom terenowym Telewizji Polskiej na kilka tygodni przed wyborami, żeby rozpoczynać regionalne programy informacyjne od głównej informacji ogólnopolskiej przysyłanej przez TVP Info. Dokładnie takiej samej w Lublinie, we Wrocławiu, w Szczecinie czy Olsztynie. Było to tak idiotyczne, że aż trudno uwierzyć. Osłabiało to jedyną przewagę konkurencyjną jaką ma TVP3 czyli lokalność, dla której ludzie oglądają ten kanał. Widownia programów informacyjnych w regionach przed wyborami zamiast wzrosnąć - zmalała.

RESET

86. Zjawisko zerwania gwintu najlepiej widać na przykładzie serialu Reset. Do dzisiaj jest on otoczony przez wielu ludzi obozu patriotycznego czcią i uważany za największy sukces TVP ostatniego roku. To przypadek wart krótkiego studium, żeby wytłumaczyć na czym polegał błąd w podejściu do Telewizji części aktywu Dobrej zmiany. Pod koniec 2022 roku Olechowski umówił się z Rachoniem na serial dokumentalny o prorosyjskim zwrocie w polityce europejskiej, którego jednym z demiurgów był Tusk. Miał być mocny materiał przed wyborami. Krótka seria. 5 odcinków na wrzesień-październik. Nowe szefostwo TAI dostało projekt in status nascendi w prezencje.

87. Nawet mniej ważne, że tuż przed startem serii szefostwo TAI tradycyjnie leczyło kompleksy i walczyło z cieniem poprzedników - tu przykład wypowiedzi w Gazecie wyborczej: „Kto liczy na wciąż pojawiające się setki Tuska z "fur Deutschland" albo w nieskończoność powtarzane ujęcia szefa PO z Putinem, ten bardzo się zawiedzie. To jest zrealizowane naprawdę na europejskim, jeśli nie światowym poziomie, nie będzie żadnego bicia piany jak dotychczas bywało. Ten program ma obrazować nową jakość w TAI i TVP Info.” Ważne było to co stało się potem. Pierwsze odcinki Resetu sformatowane jeszcze przez Olechowskiego istotnie były hitem. Gdy zabrakło Olechowskiego projekt się posypał.

88. Reset w wyniku absurdalnej zmiany planów zaczęto zgrywać już w czerwcu tuż przed

wakacjami, gdy ludzie przestają interesować się polityką, a ostatecznie zgrano w wakacje, choć serial planowany był na wrzesień jako krótka seria z dojechaniem emisją do wyborów. W trakcie emisji serii zaczęto kręcić kolejne odcinki, których zamiast 5 zrealizowano aż 16. W rezultacie nastąpiło klasyczne zerwanie gwintu. Przed samymi wyborami serialem pasjonowało się ledwie kilkaset tysięcy betonowego elektoratu Prawicy, gdy miliony, które ceniły tradycyjny film polityczny TVP poczuło przesyt tematem. Całość wraz z prowadzonymi jednocześnie w polityce informacyjnej atakami na Tuska tworzyło dezorientację przesytem i wątpliwości, dlaczego w kampanii, która rozstrzygnie o przyszłości ciągle jesteśmy zanurzeni w przeszłości.

89. Kolejny odcinek Resetu 3 października, tj. na 12 dni przed wyborami przyniósł absolutną bombę wyborczą: nagranie z podlewanego alkoholem spotkania polskiej SKW i rosyjskiej FSB w Kadynach przy rosyjskiej granicy, które odbyło się w czasach rządów Tuska w 2012. Sprawa powinna być szokująca, bo popijawa z Ruskimi odbywała po ataku na Gruzję i po zbrodni smoleńskiej. W poprzednich latach, przy odpowiedniej oprawie i zbudowaniu odpowiedniego napięcia byłby to wyborczy game changer i nokaut dla opozycji. Teraz wiadomość ta spłynęła jak woda po gęsi i na nikim nie zrobiła wrażenia. Było już tego po prostu za dużo. Tak działa w narracji politycznej zerwanie gwintu.

90. I tu dochodzimy do puenty studium tego przypadku. Uświadommy sobie ten rozdźwięk rozchodzących się dynamik: aktywność ideowej części wyborców Dobrej zmiany emocjonuje się i nagrzany ogląda serial do końca, ale jest go coraz mniej, liczony jest już tylko w setkach tysięcy, tymczasem miliony normalsów, letnich wyborców Dobrej zmiany znużone przekazem odpływają w zubożeniu. Wyborów nie wygrywa się przekonywaniem przekonanych, rozpalaniem już nagrzanych czy żelbetonowaniem betonu. Wybory wygrywa się mobilizacją ludzi letnich, wyborców letnich, czasem interesownych, z pogranicza, wahających się (nawet nie na kogo tylko czy w ogóle iść głosować) - do tego, żeby w tym jednym dniu ich zmobilizować. Przekonać do skorzystania z demokratycznego mandatu w zgodzie ze swoimi przekonaniem. To jest istota medium publicznego. Cały czas mówimy przecież o medium publicznym. Czym innym jest kwestia rozłożenia akcentów i stawki na wartości. (Neo-TVP robi w Pytaniu na Śniadanie na Trzech Króli manifestacje LGBT, poprzednicy promowali wartości polskie i konserwatywne, a jedno i drugie znajduje miejsce w telewizji publicznej.) Na tym polegała też cała filozofia prowadzenia telewizji przez poprzednika: dotrzeć ofertą dla normalsów i zmobilizować do udziału w demokracji wyborców letnich, z pogranicza. To oni robili różnicę. W latach dziewięćdziesiątych istniały przecież radykalne partie prawicowe z charyzmatycznymi liderami, którzy gromadzili wielkie rozgrzane tłumy nawet w odległych miejscowościach, przekonani, że to zapowiedź sukcesu w wyborach. Kiedy jednak przychodziło co do czego, okazywało się, że są poniżej progu. O sukcesie w wyborach decydują normalsi a nie nagrzani. Tej prawdy nowe szefostwo TAI nie rozumiało.

91. Warto porównać Reset z innym projektem o tej samej tematyce, wokół którego TVP zbudowała wydarzenie półtora roku wcześniej. Już po agresji Putina na Ukrainę, w rocznicę Smoleńska 2022 Telewizja wyemitowała film według pomysłu Kurskiego, rozwiniętego przez Olechowskiego, zrealizowany przez Tulickiego „Nasz człowiek w Warszawie” bez litości obnażający słabość i uległość graniczącą ze zdradą ekipy Tuska wobec Rosji. Film obejrzało (z szybką powtórką) 4 000 000 ludzi, w następnych powtórkach kolejne miliony, bo film ciągle się bardzo dobrze oglądał. Tusk był wściekły, wiedział, że ta forma przekazu, jednorazowy 80-minutowy film w przystępny sposób wykładający niewygodną dlań prawdę trafia pod strzechy i go obnaża. Nieprzypadkowo wystąpił do sądu o zabezpieczenie i zakaz emisji Naszego człowieka w Warszawie. Tak go bolało.

92. Tusk mimowolnie potwierdzał tym samym tezę główną tego opracowania, że właśnie ten model przekazu sprawdzał się we wszystkich poprzednich wyborach: rozpędzona telewizja z formatami dla masowej widowni, z oglądanym dołączonym propolskim i konserwatywnym przekazem informacyjnym i od czasu do czasu ważnym filmem politycznym z wielką widownią. Ale jednym,

raz na jakiś czas a nie szesnastoma. Resetu do sądu Tusk nie pozywał. Wiedział, że to już nie działa i mu nie szkodzi. Podobnie jak nie szkodziły następne, słabe filmy Tulickiego o Sikorskim, o uległości Tuska wobec Niemiec czy rocznicy Nocnej zmiany. Inflacja i wysyp tych produkcji sprawiały wrażenie, podobnie jak dokręconej serii Resetu, robionych bardziej dla wierszówki niż skutecznego, emocjonującego przekazu filmowego. Przeszły zupełnie bez echa. Zatem przed wyborami, kiedy był najbardziej potrzebny, zabrakło w TVP dobrego i skutecznego filmu politycznego.

93. Dla syntezy dotychczasowej części analizy ciśnie się na usta porównanie cokolwiek trywialne: Telewizja Kurskiego i Olechowskiego była może nie idealnym, ale za to realnym, soczystym i pożywnym kotлетem formatów live, sportu, rozrywki, widowisk i popularnych seriali porządnie przyprawionym informacją i skutecznym przekazem politycznym. Matyszkowicz i Pereira nie lubili tego kotleta, bo nie był ich; Odkroili i wyrzucili jego bardziej smakowitą część; nie dali w zamian niczego porównywalnie smacznego. Do tego, co zostało na talerzu dołożyli pieprzu i soli. No i przesolili. I przepieprzyli.

Cdn.