

## Stolarz ministrem

Kto jak kto, ale felietoniści naprawdę nie powinni narzekać na obecne czasy, niosące wręcz – by sięgnąć po przeżywaną drugą młodość frazę – klęskę urodzaju. Czy nie jest zjawiskiem godnym skomentowania choćby bezprecedensowy rozkwit kultury vae victis, czyli rehotu rozkoszy na wiadomość o przeciwnikach politycznych w więziennej celi?

Pani wiceminister sprawiedliwości, wygłaszająca prawdy Le Palisse'a („Każdy ma prawo nie jeść i nie pić” – rzeczywiście, któż zaprzeczy?) z powagą Katona i empatią Marii Antoniny proponującej paryżanom ptifurki też godna jest przecież czułej uwagi.

Mnie jednak szczególnie zaciekał w tych dniach fenomen nowych ośrodków i podmiotów władzy politycznych, a konkretnie – „aktorów niepaństwowych”. *Non-state actor* lepiej brzmi, ale samo zjawisko opisywane jest przecież od lat nie tylko przez angielskich, ale i polskich politologów. Jest zresztą co opisywać, bo, jak wyliczają podręczniki, za podmioty takie można uznać zarówno międzynarodowe korporacje i potentatów finansowych, ale i organizacje pozarządowe, „sieci rozproszone” w rodzaju współtwórców bitcoinów, międzynarodowe związki zawodowe i grupy medialne.

To ostatnie najbardziej pewnie rzuca się w oczy: śledząc trochę polską scenę medialną nie potrafię czasem wyjść z podziwu, jak spójnie opisują życie polityczne portale Onet i Noizz, dziennik Fakt, tygodnik Newsweek i miesięcznik Forbes, należące do Ringier Axel Springer Polska AG. Tytuły te nie tylko każdego dnia prezentują prawdziwie nowatorską interpretację starej dziennikarskiej zasady, w myśl której należy prezentować różne stanowiska i opinie, ale też potrafią na portalu ofeminin (również należącym do Ringier Axel Springer Polska AG) racjonalnie przekonywać Polaków do budowania poliamorycznych rodzin i życia w zgodzie ze znakami zodiaku. Ileż radości muszą mieć z tego niemieccy, szwajcarscy i kanadyjscy inwestorzy!

Moją uwagę przykuł jednak inny podmiot, a mianowicie koncern Ikea, wbrew potocznemu skojarzeniu zarejestrowany notabene nie w Szwecji, skąd wywodził się jego właściciel, lecz – a to ze względów podatkowych – w Holandii. I nie, nie chodzi mi o głośne wycofanie przez koncern swoich reklam z jednej z polskich stacji telewizyjnych. Tym posunięciem mógłby być zaskoczony tylko ktoś, kto nie kojarzy choćby historii z roku 2012, kiedy to z katalogu Ikei przeznaczonego na rynek w Arabii Saudyjskiej znikły wizerunki kobiet bez hidżabów. Ikea lubi po prostu żyć dobrze – bardzo dobrze – z władzami krajów, w których prowadzi interesy, trudno jej mieć to za złe. Myślę, że całą sytuację z wycofaniem reklam można by wręcz wykorzystać w celach ściśle poznawczych: być może materiały Ikei i obecność jej reklam można uznać za ciekawy indyktor prawdziwych, a nie zawsze ujawnianych wprost pragnień rządu? Pragnień, które doświadczeni biznesmeni potrafią odczytać? Skoro znikają zdjęcia kobiet, to znaczy, że rządzący nie znoszą wizerunków kobiet. Skoro znikają reklamy z anteny Telewizji Republika, to znaczy...? Ciekawy wątek, podrzucam go fachowcom od politologii.

Moją szczególną uwagę przykuła deklaracja złożona przez koncern 22 grudnia, w dniu powołania przez min. Kierwińskiego na stanowisko wiceministra spraw wewnętrznych pana Macieja Duszczyka, który odpowiadać ma za kwestie międzynarodowe, politykę migracyjną oraz działania dotyczące bezpieczeństwa na granicy. „Gratulujemy! – skomentowała tę nominację Ikea Polska w tweecie, który obejrzał ponad milion osób (to więcej nawet niż odsłony niektórych publikacji Onetu). – Jesteśmy gotowi do współpracy przy tworzeniu i wdrażaniu dobrej polityki migracyjnej”.

Taki komunikat budzi zrozumiałą sympatię (miło jest czytać o firmach, zwłaszcza zagranicznych, które chwalą i wspierają władze naszego kraju), ale i zaskoczenie. Mniejsza nawet o naturę deklarowanej przez koncern współpracy, choć możliwości jest tu wiele. Ikea mogłaby na przykład, jak wskazywało wielu komentatorów, podzielić się swoimi doświadczeniami w dziedzinie akulturacji i integracji imigrantów, szczególnie może w sztokholmskich dzielnicach Husby, Tensta czy Norsborg (inna rzecz, że mogą to być doświadczenia nie do końca bezpośrednio – w tych akurat dzielnicach Ikea nie prowadzi sklepów). Może jednak również zaoferować sprzedaż po promocyjnej cenie dwudziestu tysięcy drabinek BEKVÄM, koców HOLMVI czy termosów BEHÖVD – możliwości są tu praktycznie nieograniczone.

Nie, nie w głowie mi sortowanie katalogu on-line by dociec, w jaki sposób Ikea gotowa jest wesprzeć min. Duszczyka. Zastanawiam się raczej nad istotą tej sytuacji. Ofertę współpracy złożyło bowiem wiceministrowi nie – jak nieraz się zdarza – stowarzyszenie skupiające sędziów czy historyków, noblista, międzynarodowa kancelaria prawna albo lider ruchu obywatelskiego. Z ofertą współpracy wystąpił – to

prawda, duży, z podziemnym parkingiem i pysznymi kuleczkami mięsnymi w bufecie, ale jednak – sklep stolarski. Naprawdę trudno jest w tych okolicznościach nie wspomnieć na przysłowie o żabie, która podstawia swą nogę w kuźni. Kuźnia to po szwedzku, o ile wiem, „smedja”. Kto wie, może pod nazwą SMEDJA pojawi się już niedługo w sklepach koncernu nowy produkt, a dokładniej usługa – oferowanie rządowi całego świata swej pomocy w materii tak delikatnej jak imigracja?

Już byłem gotów tak pomyśleć, gdy tknęło mnie skojarzenie. Nie, oferta Ikei została skierowana wyłącznie pod adresem władz Polski i świetnie świadczy o realizmie władz koncernu, o ich poczuciu miary, ale i gotowości do naprawy odległych nawet, a przecież nadal bolesnych zaszłości, w czym pomoc zresztą może wspomniane przeze mnie wyżej miejsce rejestracji spółki. Ikea zamierza po prostu naprawić błąd, uczyniony ongiś nieopatrznie do spółki przez pana Zagłobę oraz Jana Zamoyskiego – i podarować Polsce Niderlandy.

*Wojciech Stanisławski*

*Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa  
Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury*



Ministerstwo Kultury  
i Dziedzictwa Narodowego

---