

Wyzwania i szanse dla współczesnej polskiej prasy lokalnej

Jakub Parnes

Nie będzie przesadą stwierdzenie, że skala przeobrażeń, jakie dotknęły polski rynek prasy lokalnej po 1989 roku, nie ustępowała skali dokonującej się wówczas transformacji całego systemu medialnego naszego kraju. W latach 90. szczególnie dobrze widoczne było zjawisko bardzo dynamicznego wzrostu ilości wydawanych tytułów sublokalnych i mikroregionalnych¹. Podczas gdy 1 stycznia 1989 roku w naszym kraju ukazywało się oficjalnie zaledwie 370-390 periodyków lokalnych², dekadę później było ich już około 2,5 tysiąca (Chorążki, 1999, s. 60-67). Szybka rozbudowa tego sektora prasy pozostawała w ścisłym związku z upowszechnianiem się idei samorządności lokalnej oraz stopniową decentralizacją skrajnie scentralizowanego w okresie PRL państwa³. Już w marcu 1990 roku Sejm kontraktowy przyjął ustawę o samorządzie terytorialnym, zaś dwa miesiące później odbyły się pierwsze wybory do władz gminnych. Najważniejszym elementem postępującej decentralizacji państwa była reforma samorządowa z 1 stycznia 1999 roku, przywracająca powiaty jako element trójszczeblowego podziału terytorialnego oraz nadająca województwom częściowo samorządowy charakter.

Rozszerzanie się rynku prasy lokalnej odbywało się równocześnie z zasadniczą przebudową jego struktury. Według szacunków Włodzimierza Chorążkiego, w 1999 roku funkcjonowało już tylko 10-15% gazet lokalnych istniejących w latach 1988-1990 (1999, s. 64). Marginalizacji uległa zwłaszcza pozycja periodyków zakładowych (obecnie ok. 4% tytułów lokalnych) oraz gazet związanych ze strukturami partyjnymi (ok. 2%). W bardzo szybkim tempie rosła natomiast liczebność tych rodzajów gazet lokalnych, które nie

¹ Do prasy sublokalnej (lokalnej II stopnia) zaliczyć należy periodyki, których zasięg dystrybucji i zasięg przekazu jest mniejszy niż terytorium powiatu. Z kolei kategoria prasy mikroregionalnej (lokalnej I stopnia) obejmuje tytuły, w przypadku których zasięg dystrybucji i zasięg przekazu jest mniejszy niż jedno województwo, ale obejmuje co najmniej jeden powiat.

² U schyłku PRL najliczniejszą grupę gazet lokalnych stanowiły pisma wydawane w drugim obiegu (poza cenzurą) przez podziemne komisje zakładowe NSZZ „Solidarność” (Chorążki, 1999, s. 59).

³ Relacja między rozwojem prasy lokalnej a decentralizacją kraju miała charakter dwukierunkowy: z jednej strony powstanie samorządu terytorialnego przyczyniło się do rozwoju prasy lokalnej, z drugiej zaś strony, lokalne periodyki wniosły istotny wkład w promowanie idei samorządności lokalnej.

występowały w PRL: prasy parafialnej, samorządowej oraz prywatnej – komercyjnej⁴. Jeśli pominąć pisma parafialne, które w bardzo wielu przypadkach nie spełniają niektórych kryteriów definiujących prasę, to wśród periodyków lokalnych zdecydowanie dominują obecnie dwie, często antagonistycznie nastawione do siebie grupy: pisma prywatne oraz tytuły samorządowe.

Prasa samorządowa

W latach 90., na fali ogromnego entuzjazmu związanego z rozwojem idei samorządności lokalnej, ustawodawca nie zdecydował się na wprowadzenie administracyjno-prawnych czy też ustrojowych barier dla działalności wydawniczej władz lokalnych (zob. Kulesza, 2005, s. 210). W konsekwencji, aż jedna trzecia ukazujących się na terenie Polski periodyków lokalnych może być zaklasyfikowana jako prasa samorządowa (Dziki i Chorążki, 1999, s. 133). Do tej grupy pism lokalnych zaliczyć należy nie tylko tytuły wydawane i administrowane przez organy samorządu, lecz również periodyki publikowane przez różne instytucje podlegające władzom lokalnym (np. ośrodki kultury, biblioteki), a także pisma prowadzone na zlecenie samorządu przez firmy prywatne, instytucje zewnętrzne lub osoby prywatne. W ostatnich latach rośnie również liczba periodyków lokalnych wydawanych przez spółki handlowe, w których samorząd jest częściowym lub jedynym udziałowcem.

Podstawową przesłanką przemawiającą za prowadzeniem przez samorządy działalności prasowej jest konieczność stworzenia płaszczyzny efektywnej, a także możliwie dwustronnej, komunikacji między lokalną władzą a mieszkańcami. Uwzględnić należy przy tym fakt, że prasa komercyjna zwykle nie jest zainteresowana nieodpłatnym publikowaniem – mało atrakcyjnych z punktu widzenia interesów ekonomicznych jej wydawców – obszernych materiałów dotyczących funkcjonowania lokalnych władz, takich jak treści projektowanych lub podjętych decyzji i uchwał czy sprawozdania z sesji organów samorządowych. W tej sytuacji uruchomienie przez samorząd własnego biuletynu informacyjnego może w wielu przypadkach okazać się rozwiązaniem znacznie tańszym dla jego budżetu. Co więcej, dla władz gmin i powiatów publikowanie własnego periodyku stanowi również istotny sposób

⁴ Według danych Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, w 1999 roku co piąty wydawany w Polsce periodyk lokalny był pismem parafialnym, co czwarty tytułem komercyjnym, a przeszło co trzeci - samorządowym (Chorążki, 1999, s. 64).

wywiązywania się przez nie z ich ustawowego obowiązku promowania swojego samorządu, a zarazem upowszechniania idei samorządności lokalnej⁵.

Wymieniony zakres zadań prasy samorządowej wyraźnie sugeruje, że tego typu periodyki powinny nie tyle rywalizować z komercyjną prasą lokalną, co uzupełniać jej ofertę o te elementy, których realizacja może być przez wydawcę prywatnego uznana za nieopłacalną. Praktyka funkcjonowania polskiego sektora prasy lokalnej wskazuje jednak, że aktywność wydawnicza władz lokalnych ma często tak szeroki zakres, że jej realizacja odbywa się kosztem niezależnej prasy sublokalnej i mikroregionalnej⁶. Zawartość samorządowych periodyków nierzadko zdecydowanie wykracza bowiem poza promocję samorządu i bieżącą informację o działalności władz lokalnych, przez co pisma te stanowią nieuczciwą konkurencję dla ukazującej się na obszarze ich kolportażu prywatnej prasy lokalnej. Rywalizację obu grup gazet lokalnych trudno bowiem uznać za zgodną z regułami wolnego rynku w sytuacji, gdy wiele periodyków samorządowych czerpie przychody z płatnego rozpowszechniania i sprzedaży powierzchni reklamowej, a jednocześnie – w sposób bezpośredni lub pośredni – korzysta ze środków publicznych. Wsparcie z tego ostatniego źródła sprawia, że tytuły samorządowe często są w stanie zaoferować znacznie niższe ceny tak czytelnikom, jak i reklamodawcom⁷. Pozycję prasy komercyjnej w walce o szczupły lokalny rynek ogłoszeniowy dodatkowo pogarsza fakt, że miejscowi przedsiębiorcy, zabiegając o jak najlepsze stosunki z lokalnymi decydentami, często chętniej ogłaszają się w periodykach samorządowych. W skrajnych przypadkach dochodzi wręcz do sytuacji o charakterze korupcyjnym, gdy lokalni urzędnicy uzależniają wydanie korzystnej dla danego podmiotu gospodarczego decyzji od zamieszczenia przez niego reklamy w kontrolowanym przez samorząd periodyku (zob. Kacprzak, 2008). Osobnym problemem jest powszechne zjawisko braku równego dostępu lokalnej prasy komercyjnej i prasy samorządowej do informacji dotyczących funkcjonowania samorządu i podlegających mu instytucji.

⁵ Wspieranie i upowszechnianie idei samorządowej oraz promocja gminy wymienione zostały wśród jej zadań własnych w art. 7 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym. Analogiczny zapis znalazł się również w art. 4 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym.

⁶ Używany w tym artykule w odniesieniu do prywatnej prasy lokalnej termin „niezależna” dotyczy jedynie braku formalnego podporządkowania tej grupy pism organom władzy samorządowej i instytucjom przez nie nadzorowanym.

⁷ Sama kwestia płatnego dystrybuowania przez samorządy wydawanych przez siebie periodyków i sprzedawania w nich powierzchni reklamowej budzi poważne wątpliwości prawne. W świetle ustawy o gospodarce komunalnej z 20 grudnia 1996 roku gmina może prowadzić działalność gospodarczą wykraczającą poza sferę użyteczności publicznej wyłącznie poprzez spółki prawa handlowego tworzone z jej udziałem. Niedopuszczalna jest natomiast występująca nągminnie w polskiej prasie samorządowej sytuacja, gdy komercyjna działalność wydawnicza prowadzona jest w ramach budżetu i zakładów budżetowych gminy (zob. Księżki i Gruchot, 2004; Kulesza, 2005, s. 215).

Konsekwencją opisaną powyżej asymetrii warunków rozwojowych prasy samorządowej i prywatnej prasy lokalnej jest widoczna tendencja do wypierania z rynku tej ostatniej. Częstym zjawiskiem jest również przekształcanie niezależnych periodyków sublokalnych i mikroregionalnych w pisma wydawane przez lokalne władze. Przykładem może być tutaj chociażby transformacja należącego do Agencji Wydawniczej PAJ Press Brzezińskiego Informatora Tygodniowego w wydawany przez miejską bibliotekę Brzeziński Informator Samorządowy. Podobna sytuacja miała miejsce w przypadku Gryfu Kościerskiego, który przejęty został przez miejscowy samorząd⁸.

Zastępowanie niezależnej prasy lokalnej przez periodyki samorządowe jest zjawiskiem o tyle niebezpiecznym, że te ostatnie nie są zdolne do realizacji wszystkich funkcji stawianych mediom lokalnym. Tego typu tytuły wprawdzie często radzą sobie stosunkowo dobrze z promowaniem inicjatyw lokalnych oraz integrowaniem miejscowej społeczności (o ile oczywiście prezentują należyty poziom redakcyjny i edytorski), ale – z oczywistych względów - nie sprawdzają się już przy realizacji funkcji kontrolnej⁹. Pisma samorządowe niejako z definicji biorą sobie bowiem za cel prezentowanie jak najkorzystniejszego obrazu sytuacji społeczno-politycznej panującej na obszarze ich funkcjonowania. Przyjęcie takiego założenia sprawia, że na ich łamach dominuje zwykle propaganda sukcesu, zaś tematy niewygodne dla miejscowych władz nie są poruszane¹⁰.

Sytuacja taka wynika z faktu, że zdecydowana większość samorządów angażujących się finansowo i logistycznie w wydawanie periodyków lokalnych zastrzega sobie prawo do ingerowania w ich zawartość. Do takich wniosków skłaniają m.in. przeprowadzone przez S. Brodzińskiego badania sposobu postrzegania periodyków samorządowych przez radnych i członków zarządów gmin Zagłębia Dąbrowskiego (Michalczyk, 2000, s. 186-187). Niemal połowa (47,7%) respondentów zadeklarowała w ankiecie, że władze lokalne powinny mieć

⁸ Obecnie *Gryf Kościerski* ukazuje się jako cotygodniowy dodatek lokalny do gazety *Polska Dziennik Baltycki*.

⁹ Sama niezależność periodyku od władz samorządowych również nie gwarantuje jednak, że będzie on w stanie prawidłowo realizować funkcję kontrolną wobec lokalnej władzy i innych miejscowych instytucji życia publicznego. W niektórych przypadkach zdarza się bowiem, że takie pismo prowadzone jest przez politycznych rywali samorządowych urzędników. W konsekwencji, nie tyle reprezentuje ono interesy mieszkańców, co staje się periodykiem z założenia antysamorządowym, nastawionym na totalną krytykę wszelkich działań władz lokalnych, niezależnie od tego, czy rzeczywiście jest ona w danej sprawie zasłużona. Sytuacja taka prowadzi niekiedy do antagonizowania i atomizacji lokalnej społeczności, a także zniechęcenia części środowisk lokalnych do współpracy z władzą samorządową (zob. Chorążki, 1999, s. 63).

¹⁰ Jak trafnie zauważa Stanisław Michalczyk, jeżeli na łamach pism samorządowych pojawia się już krytyka miejscowej rzeczywistości społecznej, to zwykle ma ona charakter odpersonalizowany (brak wymieniania osób i instytucji odpowiedzialnych za dany problem) lub też jej przedmiotem staje się cała społeczność lokalna (np. piętnowanie braku dbałości o środowisko). Występuje również wyraźna tendencja do obarczania odpowiedzialnością za problemy miejscowej społeczności ośrodków decyzyjnych funkcjonujących na szczeblu centralnym lub regionalnym (Michalczyk, 2000, s. 185-186).

bezpośredni wpływ na gazety samorządowe. Większość ankietowanych (53,5%) uznała również, że periodyki samorządowe reprezentują w pierwszej kolejności interesy władzy samorządowej. O tym, że ta grupa pism reprezentuje przede wszystkim interesy całej społeczności lokalnej przekonanych było niespełna 40% badanych urzędników.

W skrajnych przypadkach zespoły redakcyjne periodyków samorządowych pozbawiane są niemal jakiegokolwiek niezależności od władz lokalnych. Przedstawiciele tych ostatnich ingerują w zawartość publikowanych przez nie artykułów, zlecają opracowanie tekstów na określone tematy i wstrzymują druk materiałów uznanych za „niewłaściwe”. Zazwyczaj jednak lokalni decydenci nie muszą uciekać się do bezpośrednich interwencji w prace redakcji pism samorządowych. Osoby przygotowujące takie periodyki często same starają się bowiem redagować je w taki sposób, by przypadobać się miejscowym urzędnikom, którzy są jednocześnie ich przełożonymi lub też mają wpływ na ich dalszą karierę zawodową.

Mimo że trudno zaprzeczyć istnieniu tytułów samorządowych, których redakcje cieszą się dużą swobodą i niezależnością od polityki władz lokalnych, to należą one do zdecydowanej mniejszości. Warto przytoczyć w tym miejscu wyniki badań przeprowadzonych przez Stanisława Michalczyka wśród dziennikarzy periodyków samorządowych ukazujących się na Śląsku (Michalczyk, 2000, s. 185). Przeszło połowa (55%) z nich zadeklarowała, że ich pisma cieszą się ograniczoną lub wręcz małą niezależnością. Żaden z ankietowanych dziennikarzy nie ocenił natomiast swojego pisma jako cieszącego się całkowitą niezależnością od miejscowych decydentów.

Według większości wydawców prywatnych gazet lokalnych, jedynym sposobem na skuteczną ochronę tego sektora mediów przed nieuczciwą konkurencją ze strony periodyków samorządowych jest wprowadzenie formalnego zakazu wydawania prasy przez organy władzy i administracji lokalnej. W listopadzie 2008 roku, podczas zorganizowanego przez Izbę Wydawców Prasy (dalej: IWP) spotkania wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej, przedstawiciele Stowarzyszenia Prasy Lokalnej, Stowarzyszenia Gazet Lokalnych, Stowarzyszenia Polskich Mediów oraz Komisji Prasy Lokalnej IWP opowiedzieli się za wprowadzeniem takiego zapisu do znowelizowanego prawa prasowego (zob. IWP, 2008). W przypadku jego wejścia w życie, samorzady miałyby jedynie możliwość wydawania bezpłatnego biuletynu informacyjnego, w którym nie mogłyby sprzedawać powierzchni reklamowej. Zakres zawartości takiego biuletynu ograniczać by się musiał do informacji o działalności organów władzy lokalnej i podporządkowanych im instytucji, promocji samorządu, a także edukacji prawnej mieszkańców.

Głównym argumentem przemawiającym za utrzymaniem przez organy władzy lokalnej prawa do prowadzenia działalności prasowej jest natomiast fakt, że w wielu regionach kraju dla periodyków samorządowych nie ma obecnie komercyjnej alternatywy. Problem ten dotyczy w przede wszystkim najmniejszych gmin, pozbawionych bazy czytelniczko-reklamowej wystarczającej dla funkcjonowania prywatnej gazety sublokalnej. Tymczasem trudno zaprzeczyć, że ukazywanie się na danym obszarze wyłącznie pisma samorządowego, z wszelkimi ograniczeniami wynikającymi z jego charakteru, jest i tak lepsze od sytuacji, w której miejscowa społeczność nie ma do swojej dyspozycji żadnego periodyku lokalnego¹¹. Podejmując decyzje w sprawie losów periodyków samorządowych nie można również nie uwzględnić zdania ich odbiorców – członków lokalnych społeczności. Do ciekawych wniosków prowadzą w tej kwestii zrealizowane przez Patrycję Szostok badania śląskiej prasy samorządowej. Wynika z nich, że tego typu lokalne gazety są przez samych czytelników odbierane bardziej jako źródło wiedzy o gminie niż tuba propagandowa miejscowej władzy (Kacprzak, 2008).

Potrzeby informacyjne społeczności lokalnych, promocyjno-informacyjne zadania samorządów i interesy wydawców prasy prywatnej stosunkowo najlepiej wydaje się godzić stanowisko Michała Kuleszy¹², bazujące – co warto podkreślić – na istniejących już regulacjach ustawowych (2004, s. 209-217). Według jego opinii prawnej, w myśl obowiązujących przepisów samorządy gminne mogą wydawać periodyki lokalne o dość dowolnej treści, przy czym w przypadku pism rozpowszechnianych płatnie musi być to realizowane poprzez spółkę handlową, której częściowym lub jedynym udziałowcem jest gmina. W przypadku, gdy na danym lokalnym rynku prasowym pojawi się jednak pismo niezależne od organów samorządowych, te ostatnie – aby uniknąć angażowania środków publicznych w konkurencję z inwestycjami prywatnymi – powinny ograniczyć swoją działalność wydawniczą do publikacji bezpłatnego biuletynu informacyjnego, realizującego ustawowe zadania gminy w zakresie informacji o działalności władz lokalnych, promocji samorządu i upowszechniania idei samorządowej. Decydująca okazuje się bowiem w tym przypadku – potwierdzona w Konstytucji RP - zasada pomocniczości, która nie pozwala organom władzy zastępować osób fizycznych i podmiotów prywatnych w gospodarce rynkowej, a w tym konkretnym przypadku – na rynku prasowym.

¹¹ Według danych Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, w 1999 roku taka sytuacja miała miejsce w około 40% miast i w aż trzech czwartych (73%) gmin wiejskich (Chorążki, 1999, s. 65).

¹² Dr hab. Michał Kulesza jest profesorem Uniwersytetu Warszawskiego, redaktorem naczelnym miesięcznika *Samorząd Terytorialny*, współautorem reform samorządowych z 1990 i 1998 roku, społecznym doradcą rządu Donalda Tuska ds. dokończenia reformy administracyjnej.

Mimo że – proponowane przez Kuleszę – uznanie nieobecności na lokalnym rynku wydawniczym periodyków prywatnych za wystarczające uzasadnienie dla działalności prasowej samorządu wydaje się być zasadniczo słuszne, to nie można jednak pominąć występowania odwrotnej współzależności. Uwzględnić należy bowiem fakt, że sama działalność prasowa samorządu w wielu przypadkach stanowić może dla potencjalnego prywatnego wydawcy dużą barierę przed wejściem z nowym, niezależnym periodykiem na dany lokalny rynek wydawniczy. Przynajmniej częściowym rozwiązaniem tego problemu wydaje się być wprowadzenie całkowitego zakazu sprzedaży powierzchni reklamowej w pismach samorządowych. Brak zagospodarowania lokalnego rynku ogłoszeniowego przez tytuł samorządowy zwiększyłby bowiem szansę, iż w przyszłości pojawi się na tym terenie wydawca prywatny, który przełamie monopol informacyjny miejscowych władz. Nie bez znaczenia jest też oczywiście to, że zakaz taki wyeliminowałby korupcyjną sytuację, w której samorząd podejmuje decyzje dotyczące lokalnych przedsiębiorców, a jednocześnie pozyskuje wśród nich reklamodawców dla swojego periodyku.

Możliwości i ograniczenia lokalnych mediów internetowych

Trudno oczekiwać, że nawet najdalej posunięte restrykcje dotyczące działalności prasowej samorządów sprawią, że w każdym polskim mieście, gminie i powiecie pojawi się niezależna prasa lokalna. W niektórych regionach na przeszkodzie stoi słabość miejscowej bazy czytelniczno-reklamowej, w innych zaś brakuje prywatnych przedsiębiorców gotowych zaryzykować podjęcie działalności prasowej. W wielu przypadkach jedyną realną szansę na przełamanie monopolu informacyjnego instytucji samorządowych stanowi pojawienie się niezależnych lokalnych serwisów internetowych¹³. Ogromną zaletą tego typu mediów jest to, że ich prowadzenie jest znacznie tańsze i dużo łatwiejsze pod względem logistycznym niż wydawanie tradycyjnej prasy lokalnej¹⁴. Brak konieczności posiadania rozbudowanej bazy reklamodawców powoduje z kolei, że lokalne portale internetowe są zwykle w dużo mniejszym stopniu uzależnione od lokalnych układów biznesowo-towarzyskich niż periodyki drukowane.

¹³ Ponieważ zasięg dystrybucji internetowych serwisów informacyjnych ma w praktyce charakter globalny, wyznacznikiem „lokalności” jest w tym przypadku jedynie treść danej witryny, w której dominuje problematyka dotycząca danej społeczności lokalnej.

¹⁴ Spore znaczenie dla rozwoju lokalnych mediów internetowych ma również rosnąca popularność systemów zarządzania treścią CMS (Content Management System) i serwisów blogowych, znacznie upraszczających proces tworzenia witryny internetowej, a także jej późniejszej aktualizacji i rozbudowy.

Wspomniane czynniki sprawiają, że lokalnym internetowym portalom informacyjnym często udaje się z powodzeniem zadebiutować na tych obszarach, gdzie wcześniej nie powiodły się próby wydawania prywatnych gazet sublokalnych i mikroregionalnych. Do rzadkości nie należą przy tym sytuacje, gdy tradycyjne pisma lokalne, których wydawanie zostało – za zwyczaj ze względów finansowych – zarzucone, wznawiają swoją działalność w formie serwisu internetowego. Dobrym przykładem może być tutaj pomorski portal gazetabytowska.pl, który od pięciu lat kontynuuje tradycje wydawanej niegdyś na tym obszarze Gazety Bytowskiej.

Istotną zaletą lokalnych portali internetowych jest fakt, że prezentowane na ich łamach informacje są znacznie bardziej aktualne niż te publikowane w tradycyjnych periodykach lokalnych, mających zwykle charakter tygodnika lub miesięcznika. Nie bez znaczenia jest również możliwość wykorzystywania przez nie form przekazu niedostępnych dla wydawnictw drukowanych, takich jak nagrania dźwiękowe czy materiały wideo. Największym atutem niezależnych gminnych i powiatowych portali internetowych wydaje się być jednak ich zdolność do budowania rzeczywistej więzi z miejscową społecznością, co ma kluczowe znaczenie w przypadku lokalnych środków przekazu. Internetowe media lokalne, w znacznie większym stopniu niż ma to miejsce w przypadku ich tradycyjnych odpowiedników, umożliwiają bowiem mieszkańcom współtworzenie swojego przekazu, np. poprzez dodawanie komentarzy do artykułów czy publikowanie wiadomości na ogólnodostępnym forum. W ten sposób członkowie społeczności lokalnej zyskują poczucie, że dany portal jest naprawdę „ich” medium – nie tylko przygotowywanym specjalnie dla nich, ale również przez nich współredagowanym¹⁵.

Jak już to zostało wspomniane, funkcjonowanie niezależnych lokalnych internetowych serwisów informacyjnych ma największe znaczenie na tych obszarach, gdzie brakuje prasy sublokalnej i mikroregionalnej. Według danych Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego, problem ten dotyczy w największym stopniu gmin wiejskich (Chorążki, 1999, s. 65). Tymczasem z badań Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że w 2007 roku na obszarach wiejskich dostęp do Internetu posiadało jedynie 29% gospodarstw domowych¹⁶ (GUS, 2008, s. 61). Co więcej, jedynie jedna czwarta mieszkańców wsi (26%)

¹⁵ Włączenie mieszkańców w tworzenie miejscowego niezależnego serwisu internetowego znacznie ułatwia również temu ostatniemu realizowanie kontrolnej funkcji mediów lokalnych. Zdarzają się chociażby sytuacje, w których pracownicy instytucji samorządowych, zaniepokojeni jakimś aspektem ich działalności, anonimowo dzielą się swoimi spostrzeżeniami na łamach miejscowego portalu (zob. Gietka, 2006, s. 96).

¹⁶ Zgodnie ze stosowaną w całej UE metodologią, GUS przyjmuje, że gospodarstwo domowe ma dostęp do internetu także wtedy, gdy posiada ono odpowiednie urządzenia (np. telefon komórkowy obsługujący WAP

korzysta z internetu co najmniej raz w tygodniu (GUS, 2008, s. 69). W tej sytuacji trzeba przyznać, że gminne i powiatowe portale internetowe mają wciąż stosunkowo ograniczony zasięg społeczny, przez co mogą one stanowić podstawowe źródło informacji lokalnych jedynie dla części społeczności lokalnych. Poza sferą ich oddziaływania pozostają przede wszystkim osoby starsze, gorzej wykształcone, biedniejsze i nieaktywne zawodowo¹⁷ (zob. GUS, 2008, s. 68-70).

Poważną barierą ograniczającą możliwość realizowania przez niezależne gminne i powiatowe portale internetowe funkcji lokalnych środków przekazu jest również ich nieuregulowany status, wynikający przede wszystkim z obowiązującego w naszym kraju przestarzałego, niedostosowanego do współczesnych realiów prawa prasowego. Mimo kolejnych rozstrzygnięć sądowych, sporo wątpliwości budzi wciąż kwestia obowiązku rejestracji portali internetowych, a zarazem – objęcia osób ich redagujących obowiązkami i przywilejami wynikającymi z prawa prasowego. Sądy okręgowe często nie przyznają autorom lokalnych serwisów internetowych prawa do zarejestrowania ich jako dzienników lub czasopism. Odmowa taka spotkała m.in. redaktorów nieistniejącej już witryny szyciepoprzemysku.prv.pl, poświęconej monitorowaniu działalności przemyskich polityków i urzędników. Orzekający w tej sprawie w lipcu 2007 roku Sąd Najwyższy uznał tymczasem, że „osoba rozpowszechniająca bez rejestracji we właściwym sądzie okręgowym dziennik bądź czasopismo za pośrednictwem Internetu, zarówno wówczas, gdy przekaz taki towarzyszy przekazowi utrwalonemu na papierze, stanowiąc inną elektroniczną jego postać, jak i wówczas, gdy istnieje tylko w formie elektronicznej w Internecie, wyczerpuje znamiona przestępstwa z art. 45 ustawy prawo prasowe” (Sąd Najwyższy, 2007 s. 7). Wobec dużego poruszenia, jakie wśród użytkowników internetu wywołało uzasadnienie tej decyzji, prezes Sądu Najwyższego uspokajał później na łamach prasy, że obowiązek rejestracji dotyczy wyłącznie tych serwisów internetowych, które mają charakter dziennika lub czasopisma, tj. posiadają stałe wydania z określonego dnia, a zarazem opatrzone są numerem bieżącym i datą (Gardocki, 2007). W 2008 roku Sąd Okręgowy w Słupsku uznał jednak, że niespełniający wspomnianych warunków portal gazetabytowska.pl i tak powinien zostać zarejestrowany jako dziennik lub czasopismo (Maj, 2008).

lub GPRS będący w zasięgu sieci oferującej dostęp do takich usług), ale nikt z jego członków nie korzysta z nich do łączenia się z internetem (GUS, 2008: 61).

¹⁷ W 2007 roku, spośród ogółu polskich gospodarstw domowych pozbawionych dostępu do internetu, 32% jako powód wskazywało zbyt wysokie koszty sprzętu, 31% - zbyt wysokie koszty dostępu do internetu, 20% - brak odpowiednich umiejętności, zaś 9% - brak technicznych możliwości podłączenia się do sieci na danym obszarze (GUS, 2008, s. 63).

Praktyka funkcjonowania prywatnych gminnych i powiatowych serwisów internetowych wskazuje, że tego typu media wciąż nie są traktowane przez miejscowe władze i instytucje jako pełnowartościowe lokalne środki przekazu. Nierzadko zdarza się, że urzędnicy nie widzą potrzeby udzielania informacji redaktorom niezależnych lokalnych portali informacyjnych (zob. Templin, 2008). Osobnym problemem pozostają podejmowane przez przedstawicieli lokalnych władz próby pociągnięcia właścicieli prywatnych lokalnych serwisów internetowych do odpowiedzialności za komentarze umieszczane na ich łamach przez anonimowych internautów (zob. Gietka, 2006, s. 96)¹⁸.

Zagrożenia dla niezależności prywatnej prasy lokalnej

Rozpatrując wpływ władzy lokalnej na prasę lokalną trzeba podkreślić, że bynajmniej nie ogranicza się on do poruszonej w pierwszej części artykułu kwestii działalności wydawniczej instytucji samorządowych. Również prywatne periodyki sublokalne i mikroregionalne, mimo swojej formalnej niezależności, w swoim codziennym funkcjonowaniu narażone są na liczne naciski ze strony miejscowych decydentów. Do najpopularniejszych form represji wobec „niepokornych” tytułów lokalnych należy obłożenie redakcji danej gazety embargiem na dostęp do informacji oraz wstrzymanie publikowania na jej łamach płatnych ogłoszeń samorządowych. Lokalni urzędnicy niekiedy wymuszają również na miejscowych podmiotach gospodarczych zaprzestanie umieszczania reklam w określonych periodykach, szantażując przedsiębiorców możliwością bojkotowania ich firm w publicznych przetargach, wydania niekorzystnych dla nich decyzji lub sabotowania ich działalności nieustannymi kontrolami różnego rodzaju służb podległych samorządom (np. inspekcjami sanitarno-epidemiologicznymi, kominiarskimi itp.)¹⁹. Do rzadkości nie należy także eksmitowanie redakcji z lokalu wynajmowanego przez nią od gminy lub powiatu, jak to miało chociażby miejsce w przypadku Nowego Życia Pabianic (Pytlakowski, 2002, s. 29). W skrajnych sytuacjach dochodzi nawet do wyrzucania z pracy tych

¹⁸ Zarzut taki przedstawiono m.in. właścicielom serwisu Kartuzy.info. W grudniu 2008 roku orzekający w tej sprawie Sąd Okręgowy w Słupsku uznał jednak, że ponieważ nie wszystkie formy działalności portalu internetowego podlegają prawu prasowemu, nie można obciążać jego właściciela odpowiedzialnością za dyskusje toczące się poza jego wiedzą i świadomością. Tym samym, dopóki wpisy na forum portalu nie stanowią integralnej części publikowanych na nim artykułów, nie jest wskazane uznawanie ich za materiał prasowy podlegający rygorom prawa prasowego (Chudziński, 2008).

¹⁹ Jak trafnie zauważa Juliusz Braun, zagrożeniem dla niezależności prywatnego tytułu lokalnego mogą być też pozamedialne przedsięwzięcia gospodarcze jego właściciela (2003, s. 18). Ten ostatni może bowiem być skłonny tak redagować swój tytuł, aby za wszelką cenę unikać konfliktu z władzami samorządowymi, który mógłby się negatywnie odbić na innych niż prasowa sferach jego działalności.

dziennikarzy i członków ich rodzin, którzy zatrudnieni są w podległych samorządowi instytucjach²⁰.

Pozycję prywatnych gazet lokalnych dodatkowo pogarsza fakt, że mają one zwykle bardzo skromne możliwości zapewnienia ochrony prawnej swoim dziennikarzom. W rezultacie, pisma lokalne w większym stopniu niż ogólnokrajowe środki masowego przekazu narażone są na konsekwencje spraw sądowych wytaczanych im przez urażonych ich działalnością urzędników i polityków. Dobrym przykładem może być tu postawienie redaktor naczelnej Nowego Życia Pabianic Magdaleny Hodak pięciu zarzutów o łamanie prawa prasowego²¹ (Pytlakowski, 2002, s. 30).

Podatność lokalnych gazet na różnego rodzaju represje ze strony miejscowych władz sprawia, że redaktorzy wielu tego typu periodyków stają przed dramatycznym dylematem: zachować całkowitą niezależność swojej gazety i tym samym narazić ją na zniknięcie z rynku, czy też w mniejszym lub większym stopniu ulec naciskom lokalnych decydentów. W wielu przypadkach dziennikarze decydują się na to drugie rozwiązanie i zaczynają unikać poruszania kontrowersyjnych i niewygodnych dla lokalnej władzy tematów. Nierzadko przyczyną wprowadzenia takiej swoistej autocenzury jest lęk przed utratą ważnych reklamodawców. Sytuacja taka ma zwłaszcza miejsce w przypadku, gdy na obszarze funkcjonowania danego pisma jest tylko jeden duży podmiot gospodarczy. Ewentualna publikacja krytycznego wobec tej firmy artykułu (np. dotyczącego oszustw podatkowych) oznacza pozbawienie gazety istotnej części jej dochodów, a tym samym podważenie ekonomicznych podstaw jej dalszego funkcjonowania²².

Poruszaniu drażliwych i kontrowersyjnych problemów nie sprzyja również bardzo wąta autonomiczność prasy sublokalnej i mikroregionalnej w obrębie lokalnych

²⁰ Dziennikarka dwutygodnika *Wieści Miechowskie* Małgorzata Kopeć przyznała, że miejscowy starosta powiatowy usiłował zmusić ją do opublikowania w jej gazecie tekstu napisanego przez jego partyjnych kolegów sugerując, że w przeciwnym razie może ona stracić posadę nauczycielki w podlegającej samorządowi miejscowej szkole średniej (Pytlakowski, 2002, s. 30).

²¹ W obronie dziennikarki stanęły m.in. ogólnokrajowe środki przekazu. Wielu przedstawicieli mediów ogólnopolskich wsparło również Andrzeja Marka, redaktora naczelnego *Wieści Polickich*, skazanego na trzy miesiące więzienia za rzekome zniesławienie naczelnika wydziału promocji i informacji Polic. Zasadność zarzutów stawianych przez Marka samorządowemu urzędnikowi wzbudziła jednak w środowisku dziennikarskim spore kontrowersje (zob. Czuchowski i Sawka). Ostatecznie, redaktor *Wieści Polickich* został ulaskawiony przez prezydenta Lecha Kaczyńskiego.

²² Podobną podatność na naciski lokalnej władzy i biznesu wykazuje również nierzadko lokalna prasa tzw. III sektora, czyli tytuły wydawane przez różnego rodzaju stowarzyszenia, organizacje pozarządowe i fundacje. Ze względu na szczupłość własnych zasobów finansowych, tego rodzaju gazety w wielu przypadkach uzależnione są bowiem od życzliwości władz samorządowych i wsparcia powiązanego z nimi lokalnego biznesu. Z tego powodu gazety niekomercyjne zwykle unikają tematów kontrowersyjnych i powstrzymują się od otwartej krytyki negatywnych działań lokalnych decydentów.

społeczności. W przeciwieństwie bowiem od pracowników ogólnopolskich środków masowego przekazu, dziennikarze z gazet lokalnych nie są dla czytelników osobami anonimowymi, lecz funkcjonują w ramach różnego rodzaju miejscowych układów zawodowych i towarzyskich. Każde wystąpienie przeciwko lokalnym autorytetom bądź też dominującym w danej społeczności zasadom i przekonaniom może więc skazać redaktorów lokalnych periodyków co najmniej na społeczny ostracyzm.

Według szacunków Włodzimierza Chorążkiego, jeśli uwzględnić opisane powyżej źródła nacisku, to faktyczną niezależnością cieszy się jedynie co czwarta - piąta prywatna gazeta lokalna (1999, s. 63). Do tego wąskiego grona zaliczyć można bowiem jedynie te tytuły, które zdołały wypracować sobie finansową stabilność i samowystarczalność oraz względnie duże zaplecze czytelnicze. Tylko współwystępowanie obu tych czynników gwarantuje bowiem lokalnej gazecie możliwość oddziaływania na miejscową rzeczywistość i monitorowania działań lokalnych decydentów.

Ekspansja wydawców gazet regionalnych na lokalne rynki prasowe

Obok działalności prasowej samorządów i nacisków ze strony lokalnej władzy i biznesu, wyzwaniem dla niezależnych prywatnych periodyków sublokalnych i mikroregionalnych jest również aktywność wydawców dzienników regionalnych na lokalnych rynkach prasowych. Niemal wszystkie gazety regionalne posiadają obecnie swoje mutacje przeznaczone dla poszczególnych obszarów lokalnych. Przykładowo, Dzienniki Wschodni dysponuje czterema mutacjami - lubelską, białą, chełmską i zamojską, zaś Dziennik Polski ukazuje się codziennie w aż siedmiu wydaniach lokalnych: krakowskim, podkrakowskim, tarnowskim, podkarpackim, zachodniomałopolskim, podhalańskim i limanowskim²³. Biorąc pod uwagę potrzeby informacyjne społeczności lokalnych, ocena funkcjonowania lokalnych mutacji dzienników regionalnych nie jest jednoznaczna. Z jednej strony stanowią one do pewnego stopnia konkurencję dla niezależnych periodyków

²³ Ciekawa sytuacja ma miejsce w przypadku *Echa Dnia*, które posiada dwuszczeblowy system mutacji. Trzy główne wydania tego dziennika – świętokrzyskie, radomskie i podkarpackie – mają wspólne około jednej trzeciej zawartości. W ramach wydania świętokrzyskiego ukazują się dodatkowo trzy mutacje lokalne: jedna kielecka i dwie przeznaczone dla pozostałej części województwa. Inne rozwiązanie stosowane jest natomiast przez większość dzienników regionalnych należących do grupy Polskapersse: *Dziennik Bałtycki*, *Dziennik Łódzki*, *Gazetę Wrocławską* i *Głos Wielkopolski*. W ostatnich latach zrezygnowano w nich z przygotowywania typowych mutacji lokalnych. Obecnie gazety te ukazują się jedynie w dwóch wersjach: jednej, przeznaczonej dla stolicy regionu i drugiej, poświęconej pozostałej jego części. Przyjęcie takiego modelu pozwoliło wprowadzić zmniejszyć koszty wydawania dzienników, ale jednocześnie znacząco ograniczyło ilość informacji przeznaczonych dla poszczególnych obszarów lokalnych położonych poza stolicą regionu.

sublokalnych i mikroregionalnych, ponieważ rywalizują z nimi o zlecenia reklamodawców. Z drugiej jednak strony, to właśnie istnienie lokalnych mutacji gazet regionalnych zapobiega całkowitemu zdominowaniu tych dzienników przez wiadomości pochodzące z głównej aglomeracji danego województwa.

Z punktu widzenia niezależnej prasy sublokalnej i mikroregionalnej, głównym wyzwaniem są zresztą nie tyle mutacje dzienników regionalnych, co ekspansja wydawców tych ostatnich w sektorze tygodników lokalnych. W niektórych przypadkach polega ona na zakładaniu nowych tytułów, czego przykładem może być realizowany od sierpnia 2001 roku przez Echo Dnia program tworzenia tygodników lokalnych dołączanych do piątkowego wydania tej gazety²⁴. Dużo częściej jednak niż na uruchomienie nowego pisma lokalnego, wydawcy gazet regionalnych decydują się na przejęcie obecnych już na rynku periodyków. Do największej tego typu transakcji doszło w marcu 1997 roku, kiedy to należąca do Verlagsgruppe Passau spółka Prasa Bałtycka przejęła dwa pomorskie wydawnictwa – Arkona i Ossa, powstałe z rozpadu spółki Xima Holding (Chorążki, 1999, s. 70-71). Większość należących do nich tygodników lokalnych, w tym m.in. Dziennik Tczewski i Nasz Tygodnik Nowy – Kartuzy, ostatecznie utraciła samodzielność i zaczęła być kolportowana jako dodatki do piątkowego wydania Dziennika Bałtyckiego²⁵. Przekształcanie ukazujących się niegdyś niezależnie tygodników sublokalnych i mikroregionalnych w dodatki do dzienników regionalnych jest tendencją charakterystyczną nie tylko dla Dziennika Bałtyckiego, lecz dla całego polskiego rynku prasy lokalnej. Podobny proces zachodził m.in. w przypadku Głosu Wielkopolskiego (np. tygodnik Chodzieżanin), Dziennika Łódzkiego (np. tygodnik Nad Wartą) czy Gazety Olsztyńskiej (np. tygodnik Rozmaitości Ełckie).

Konsekwencją ekspansji wydawców gazet regionalnych na lokalne rynki prasowe jest w wielu przypadkach zubożenie oferty tych ostatnich. Przykładem może być tutaj sytuacja na Dolnym Śląsku, gdzie w 2004 roku związana z Polskapresse spółka przejęła od norweskiej Orkli legnicki tygodnik Konkrety. Ponieważ stanowił on konkurencję dla Panoramy Legnickiej, dodawanej do należącego do Polskapresse regionalnego dziennika Gazeta Wrocławska, w 2006 roku niemiecki koncern doprowadził do zamknięcia ukazujących

²⁴ Obecnie w regionie świętokrzyskim ukazuje się osiem tygodników (Echo Ponidzia, Echo Powiśla, Echo Starachowic, Echo Końskich, Echo Jędrzejowa, Echo Ostrowca Świętokrzyskiego, Echo Włoszczowy i Echo Skarżyska Kamiennej), zaś w regionie radomskim kolejne trzy (Echo Przysuchy, Echo Szydłowca i Echo Białobrzeskie).

²⁵ Nieco inna sytuacja miała miejsce w przypadku *Dziennika Elbląskiego*, na bazie którego powstała z czasem ukazująca się codziennie lokalna mutacja *Gazety Olsztyńskiej* przeznaczona dla Elbląga oraz powiatów elbląskiego i braniewskiego.

się od 1972 roku Konkretów (zob. Medeksza, 2006). Podobny proces konsolidacji dokonał się również po wspomnianym już przejęciu przez Polskapresse periodyków lokalnych należących do wydawnictw Arkona i Ossa. Nowy właściciel zdecydował się na fuzję tych tygodników lokalnych, które wcześniej ze sobą konkurowały. Taki los spotkał m.in. Mój Tygodnik - Echo Ziemi Lęborskiej (Ossa) i Nasz Tygodnik Nowy - Lębork (Arkona), które połączone zostały w jeden dodatek do Dziennika Bałtyckiego – Echo Ziemi Lęborskiej (Chorążki, 1999, s. 72).

W porównaniu do niezależnych prywatnych periodyków sublokalnych i mikroregionalnych, zaletą tygodników lokalnych należących do wydawców dzienników regionalnych jest zazwyczaj ich stabilniejsza sytuacja finansowa, lepsze zaplecze techniczne i większa sprawność warsztatowa ich zespołów dziennikarskich. Ceną za profesjonalizację tej grupy periodyków lokalnych jest jednak bardzo duże ograniczenie ich samodzielności, polegające na całkowitym uzależnieniu ich rozwoju od polityki dużych koncernów wydawniczych. W wielu województwach tygodniki należące do wydawcy miejscowego tytułu regionalnego tracą swój unikalny, lokalny charakter, gdyż odgórnie narzucana jest im zarówno jednolita szata graficzna, jak i podobne rozwiązania redakcyjne.

Potencjalnym atutem lokalnych tygodników wydawców prasy regionalnej mógłby być fakt, że – będąc w większym stopniu niezależne od miejscowych układów polityczno-biznesowych – mogłyby one skuteczniej realizować kontrolne zadania prasy wobec lokalnych instytucji życia publicznego. W praktyce jednak periodyki te najczęściej nie wykorzystują możliwości wynikających z silniejszej pozycji ekonomicznej ich właścicieli i koncentrują się niemal wyłącznie na realizacji funkcji informacyjnej, rozrywkowej i reklamowo-ogłoszeniowej. Problem ten dotyczy przede wszystkim tych tygodników lokalnych, które funkcjonują jedynie jako dodatek do dziennika regionalnego.

Lokalne mini-koncerty wydawnicze

Alternatywę wobec ekspansji wydawców gazet regionalnych na lokalne rynki prasowe stanowi tworzenie mini-koncernów, wydających po kilka tytułów lokalnych. Włodzimierz Chorążki za główną przyczynę powstawania tego typu podmiotów uznaje dążenie do poprawienia kondycji ekonomicznej lokalnych pism, a tym samym – pośrednio – podniesienia ich poziomu dziennikarskiego i edytorskiego (1999: 71). Dzięki funkcjonowaniu kilku tytułów w obrębie jednego wydawnictwa możliwe jest bowiem efektywniejsze wykorzystanie zazwyczaj stosunkowo płytkiego lokalnego rynku reklamowo-

ogłoszeniowego. Jednocześnie, ze względu na efekty skali, obniżeniu ulega koszt składu, druku i kolportażu poszczególnych gazet.

W latach 90-tych wiodące mini-koncerny wydawały nawet po kilkanaście lokalnych tytułów prasowych. Obecnie największym tego typu podmiotem jest funkcjonująca od 1990 roku Agencja TiO z Legionowa. Aktualnie wydaje ona sześć tygodników dystrybuowanych na terenie powiatu ciechanowskiego (Czas Ciechanowa), pułtuskiego (Tygodnik Pułtuski), nowodworskiego (Tygodnik Nowodworski), legionowskiego (Mazowieckie To i Owo), mińskiego (Lokalna) i warszawskiego zachodniego (Życie Łomianek), a także dwumiesięcznik Gazeta Zielonki. Periodyki Agencji TiO funkcjonują w poszczególnych powiatach Mazowsza jako osobne tytuły, ale posiadają wspólną część redakcyjną i reklamową – Jarmark Mazowiecki. Łączny nakład wszystkich gazet tego wydawnictwa waha się w granicach 14-16 tys. egzemplarzy (Agencja TiO, 2008).

Na terenie dawnego województwa gdańskiego i elbląskiego prowadzi natomiast działalność Wydawnictwo Pomorskie, mające swoją siedzibę w Tczewie. Obecnie należą do niego cztery tygodniki powiatowe: Gazeta Tczewska, Gazeta Kociewska, Gazeta Malborska i Kurier Kwidzyński. Wszystkie pisma tego mini-koncernu, wraz z dwoma tygodnikami innych wydawców – Głosem Kaszub i Panoramą Powiatu Wejherowskiego – kolportowane są razem z mikroregionalnym dodatkiem publicystyczno-reklamowym Dziennik Pomorski oraz wspólnym programem telewizyjnym (Wydawnictwo Pomorskie, 2008). Na bazie wspomnianych sześciu tytułów utworzono też witrynę informacyjną PortalPomorza.pl.

Oprócz wymienionych mini-koncernów, na polskim rynku prasowym funkcjonuje jeszcze wiele innych, mniejszych grup, wydających po 2-3 tytuły lokalne. Przykładem mogą być tutaj Oficyna Wydawnicza Nowy Łowiczanie (Nowy Łowiczanie, Wieści z Główna i Strykowa), Biuro Promocji i Reklamy „FAMA” (Wieści Wolbromskie, Wieści Miechowskie), Prasa Beskidzka (Głos Ziemi Cieszyńskiej, Kronika Beskidzka) czy Nowiny Raciborskie Sp. z o.o. (Nowiny Raciborskie, Nowiny Wodzisławskie, Tygodnik Rybnicki). Trzy tytuły (Tygodnik Opoczyński, Tomaszowski Informator Tygodniowy, Informator Tygodniowy Przysuchy) wydaje również obecnie Agencja Wydawnicza PAJ Press z Tomaszowa Mazowieckiego. W latach 90., w najlepszym dla siebie okresie, była one właścicielem lub współwłaścicielem aż 12 tygodników powiatowych i miejsko-gminnych. Jednym z nich był wspomniany już Brzeziński Informator Tygodniowy, który przejęty został przez władze lokalne i ukazuje się obecnie jako Brzeziński Informator Samorządowy. Do osłabienia pozycji wydawnictwa PAJ Press częściowo przyczyniła się również ekspansja

grupy Polskapresse na łódzki rynek prasowy. Należące niegdyś do PAJ Press tygodniki 7 Dni (Piotrków Trybunalski) i Informator Tygodniowy Skierniewic przejęte zostały przez regionalny Dziennik Łódzki i przekształcone w jego dodatki lokalne. Przykład ten potwierdza, że mini-koncerny nie zawsze są w stanie powstrzymać ekspansję wydawców gazet regionalnych na lokalne rynki prasowe. Co więcej, opisana już historia pomorskich wydawnictw Arkona i Ossa dowodzi, że niekiedy sam fakt skupienia w jednej spółce wielu tytułów lokalnych zachęca zagraniczne koncerny do próby przejęcia takiego wydawnictwa, a tym samym szybkiego opanowania danego lokalnego rynku reklamowego²⁶.

Oceniając zjawisko powstawania mini-koncernów prasowych trzeba przyznać, że wydawane przez nie gazety często charakteryzują się wyższym od innych periodyków lokalnych poziomem redakcyjnym i edytorskim, a także stabilniejszą sytuacją ekonomiczną. Co więcej, dzięki możliwości zbierania ogłoszeń z kilku obszarów lokalnych, mini-koncerny są również mniej podatne na naciski ze strony lokalnych władz czy przedsiębiorców. Nie bez znaczenia jest także fakt, że mini-koncerny, ze względu na swój niewielki rozmiar i zasięg funkcjonowania, nie ograniczają zwykle swobody wydawanych przez siebie tytułów takim stopniu, jak ma to miejsce w przypadku tygodników lokalnych należących do wydawców dzienników regionalnych. Z drugiej jednak strony, nie da się całkowicie wykluczyć możliwości pojawienia się konfliktu na linii redakcja lokalnego periodyku – władze mini-koncernu. Przykładem może być tutaj spór między zespołem redakcyjnym Kuriera Wejherowskiego a kierownictwem Wydawnictwa Pomorskiego. W jego efekcie wszyscy dziennikarze Kuriera w 2003 roku odeszli z pracy, a następnie założyli własną gazetę – Panoramę Powiatu Wejherowskiego.

Instytucjonalizacja sektora prasy lokalnej

Już na początku lat 90-tych pojawiły się pierwsze próby tworzenia różnego rodzaju organizacji, które działałyby na rzecz wzmocnienia pozycji prasy lokalnej i wzrostu jej niezależności od innych uczestników lokalnego życia publicznego. Kwestia ta miała o tyle

²⁶ Niekiedy lokalne tytuły stają się ofiarami nadmiernych ambicji właścicieli mini-koncernów je wydających. Taka sytuacja miała miejsce w przypadku wydawnictwa ATW spod Radomia. W najlepszym dla siebie 1994 roku kontrolowało ono trzy dzienniki lokalne (*Gazeta Kielecka – 24 Godziny*, *Dziennik Radomski – 24 godziny*, *Dziennik Częstochowski – 24 Godziny*), a także siedem tygodników lokalnych w Skarżysku-Kamiennej, Ostrowcu Świętokrzyskim, Starachowicach, Końskich, Busku Zdroju, Pińczowie i Zamościu. Plany ekspansji ATW na kolejne lokalne rynki prasowe przekreśliła jednak nieudana i bardzo kosztowna próba uruchomienia ogólnopolskiego dziennika *24 Godziny*. Upadek ATW przetrwać zdołały jedynie cztery tygodniki lokalne, którym udało się usamodzielnic: *Gazeta Starachowicka*, *Gazeta Ostrowiecka*, *Gazeta Skarżyska* i *Tygodnik Poniżnia* (Bilik, 1996, s. 251-252).

istotne znaczenie, że wielu pionierów polskiej prasy lokalnej nie miało wcześniej praktycznie żadnego doświadczenia w zakresie redagowania i wydawania gazet. Jedną z pierwszych inicjatyw zmierzających do wsparcia rozwoju prasy lokalnej było utworzenie w 1992 roku – przy wydatnej pomocy Krajowego Instytutu Badań Samorządowych w Poznaniu – Stowarzyszenia Prasy Lokalnej w Polsce. Mimo że organizacja ta została powołana do życia głównie przez wydawców i redaktorów z Wielkopolski, wkrótce powstało pięć jej filii: pomorska, śląska, małopolska, lubelska i mazowiecka. Różnice poglądów co do dalszej działalności Stowarzyszenia sprawiły jednak, że niektóre jego oddziały usamodzielniały się. W taki sposób doszło do powstania m.in. Warszawskiego Stowarzyszenia Prasy Lokalnej i Stowarzyszenia Prasy Lokalnej Lubelszczyzny (Chorążki, 1999, s. 78-79). Spore sukcesy odnotowało Polskie Stowarzyszenie Mediów Lokalnych w Tarnowie, które wraz z Tarnowską Agencją Rozwoju Regionalnego zaczęło organizować coroczne Sejmiki Mediów Lokalnych. W pozostałych regionach prasowych - m.in. szczecińskim, olsztyńskim i kieleckim - próby utworzenia stowarzyszeń wydawców prasy lokalnej zakończyły się niepowodzeniem. W 1996 roku oficjalnie rozpoczęło natomiast działalność Ogólnopolskie Stowarzyszenie Prasy Parafialnej.

Ważną rolę w rozwoju prasy lokalnej odgrywa obecnie Komisja Prasy Lokalnej Izby Wydawców Prasy (dalej: IWP). Z jej inspiracji uruchomiono m.in. przeznaczony dla wydawców i dziennikarzy gazet lokalnych program bezpłatnego doradztwa prawnego z zakresu prawa autorskiego i prawa prasowego. W latach 2006-2007 IWP po raz pierwszy przeprowadziła współfinansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego program szkoleniowy „Akademia Prasy Lokalnej”. Głównym jego celem była poprawa konkurencyjności lokalnych periodyków poprzez podniesienie kwalifikacji zawodowych osób zatrudnionych w ich redakcjach. Lokalni redaktorzy uzyskali możliwość udoskonalenia swojego warsztatu dziennikarskiego, graficy zapoznali się z nowymi systemami formatowania gazety, zaś dla osób zarządzających lokalnymi wydawnictwami przygotowano szkolenia z zakresu organizacji i finansowania mediów oraz marketingu i reklamy.

Przełomowe znaczenie dla polskiej prasy lokalnej miało powstanie w 1999 roku Stowarzyszenia Gazet Lokalnych (SGL). Założycielami tej organizacji byli wydawcy i redaktorzy naczelni ponad 20 największych w Polsce prywatnych gazet lokalnych, których łączny tygodniowy nakład przekraczał 250 tys. egzemplarzy (SGL, 2007). Z czasem do SGL przystąpiły kolejne tytuły, również te mniejsze, o nakładzie wynoszącym zaledwie 2 tys. egzemplarzy. Obecnie Stowarzyszenie skupia około 60 wydawców, będących właścicielami

około 80 tytułów lokalnych²⁷ o łącznym nakładzie jednorazowym wynoszącym powyżej pół miliona egzemplarzy (Księski, 2007). Warto zaznaczyć, że do Stowarzyszenia Gazet Lokalnych należeć mogą wyłącznie gazety rozpowszechniane płatnie, niezależne od zagranicznych koncernów i władz samorządowych.

Jednym z głównych zadań SGL jest integracja środowiska polskich wydawców prywatnych gazet lokalnych, a także prowadzenie działań promocyjnych i lobbingowych na rzecz tego sektora prasy. Przykładem tych ostatnich może być walka Stowarzyszenia o zerową stawkę podatku VAT dla periodyków lokalnych. SGL pełni również rolę koordynatora współpracy polskich wydawców lokalnych pism z organizacjami i instytucjami o charakterze ogólnokrajowym (m.in. Izba Wydawców Prasy) lub międzynarodowym (Światowe Stowarzyszenie Gazet). Istotnym elementem działalności SGL jest dążenie do podniesienia poziomu redakcyjnego i edytorskiego gazet lokalnych. Jeszcze przed formalnym powstaniem Stowarzyszenia, bo już w 1994 roku, zaczęto organizować spotkania, mające zapewnić pracownikom lokalnych gazet z różnych części kraju możliwość wymiany swoich doświadczeń zawodowych²⁸. Od 2001 roku podobną rolę pełni witryna Gazetylokalne.pl, która jest jedynym tej wielkości źródłem informacji dla wydawców i pracowników polskich tytułów lokalnych. Aby umożliwić lokalnym periodykom zapoznanie się z ich pozycją rynkową, SGL wspiera proces standaryzacji badań czytelnictwa tego sektora prasy. Od 2002 roku działalność badawcza Stowarzyszenia odbywała się w ramach Lokalnego Badania Czytelnictwa, zaś w 2005 roku SGL nawiązało współpracę z firmą badawczą SMG/KRC.

Stowarzyszenie Gazet Lokalnych stara się również stymulować proces podnoszenia kwalifikacji zawodowych przez dziennikarzy prasy lokalnej. Tylko w latach 1998-2002 w zorganizowanych przez tę instytucję szkoleniach i warsztatach udział wzięło 450 dziennikarzy i wydawców ze 150 lokalnych redakcji. Szczególną rolę odgrywa realizowany od początku 2003 roku „Program Prawny”. Dzięki niemu, wydawcy i dziennikarze prasy lokalnej mogą nie tylko skorzystać z porad prawnych, ale również wziąć udział w szkoleniach z zakresu prawa prasowego i praw pokrewnych.

Wszystkie opisane powyżej pola działalności SGL są ściśle związane z prowadzonym przez tę organizację monitoringiem zagrożeń dla rozwoju prasy lokalnej. Stowarzyszenie usiłuje m.in. przeciwdziałać nieuczciwej konkurencji ze strony gazet samorządowych, a także

²⁷ Różnica między ilością wydawców i tytułów skupionych w SGL wskazuje na to, że do Stowarzyszenia chętnie wstępują lokalne mini-koncerty, w tym m.in. Wydawnictwo Pomorskie i Agencja TiO.

²⁸ Pod tym względem działalność SGL nie ogranicza się wyłącznie do naszego kraju. Od początku 2003 roku Stowarzyszenie realizuje bowiem projekt „Profesjonalne zarządzanie niezależną gazetą lokalną”, którego celem jest przekazywanie polskich doświadczeń wydawcom niezależnej prasy lokalnej na Ukrainie (SGL, 2007).

wspierać tytuły sublokalne i mikroregionalne najbardziej zagrożone przez lokalne dodatki do dzienników regionalnych, w tym zwłaszcza tych wydawanych przez zagraniczne koncerny. Zrzeszeni w SGL wydawcy słusznie uznali, że najlepszą reakcją na oba te zjawiska jest wzmocnienie kondycji ekonomicznej niezależnych pism lokalnych. Temu celowi służyć ma zawarte w 2005 roku porozumienie reklamowe „Tygodnik Lokalny” (dalej: TL), stanowiące odpowiedź na ekspansję gazet regionalnych i ogólnokrajowych na lokalne rynki ogłoszeniowe. W ramach TL, reklamodawca uzyskuje możliwość przeprowadzenia – za pośrednictwem jednego zlecenia i przy znacznych rabatach – kampanii reklamowej w około 80 tytułach lokalnych z całej Polski (Księski, 2007). Główną zaletą tego pakietu ma być zapewnienie ogłoszeniodawcy możliwości dotarcia ze swoją ofertą do grupy czytelników pomijanej przez ogólnopolskie kampanie reklamowe, czyli mieszkańców mniejszych miejscowości i wsi. Aby rozpropagować koncepcję ogólnopolskiej reklamy w tytułach lokalnych, wszystkie gazety uczestniczące w tym projekcie opatrzone są wspólnym logo „TL”. Nie zmienia to jednak faktu, że lokalne tygodniki zachowują pełną swobodę obsługi swojego własnego rynku reklamowego.

Podsumowując, rozwój różnego rodzaju form współpracy wydawców prywatnej prasy lokalnej wydaje się być najskuteczniejszym sposobem na podniesienie poziomu redakcyjnego i edytorskiego tego rodzaju gazet, zagwarantowanie im finansowej i organizacyjnej stabilizacji, a zarazem na zwiększenie ich zaplecza czytelniczego. Tylko spełnienie wszystkich tych warunków może pozwolić niezależnym periodykom lokalnym na stawienie czoła dwóm zjawiskom stanowiącym dla nich obecnie największe wyzwanie: wydawniczej aktywności samorządów oraz ekspansji wydawców dzienników regionalnych na lokalne rynki prasowe. Kluczowe znaczenie ma w tym przypadku fakt, że dzięki członkostwu we wspomnianych organizacjach i stowarzyszeniach dana gazeta lokalna może wzmocnić swoją pozycję rynkową bez konieczności rezygnowania ze swojego największego atutu – niepowtarzalnego, lokalnego charakteru, będącego odzwierciedleniem specyficznych potrzeb informacyjnych miejscowej społeczności.

Bibliografia

- Agencja TiO. (2008). Tygodniki Mazowska. <http://tio.com.pl/reklama/oferty/mapka08.pdf> (dostępny 04.02.2009).
- Bilik, Andrzej. (1996). „Jak nie powstał dziennik 24 Godziny”. Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa; T. XXVI: Transformacja mediów (1989-1995). Alina Słomkowska (red.). Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, s. 251-252.
- Braun, Juliusz. (2003). „Media lokalne i regionalne wobec procesów koncentracji rynku”. Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń. Igor Borkowski i Aleksander Woźny (red.). Wrocław: Oficyna Wydawnicza Arboretum, s. 14-20.
- Chorążki, Włodzimierz. (1999). „Polskie media lokalne i sublokalne 1989-1999”. Zeszyty Prasoznawcze 1-2, 59-81.
- Chudziński, Michał. (2008). „Wpis na forum nie podlega prawu prasowemu”. Dziennik Internautów. http://di.com.pl/news/25040,0,Wpis_na_forum_nie_podlega_prawu_prasowemu.html (dostępny 11.02.2008).
- Czuchnowski, Wojciech, Jerzy Sawka. (2004). „Spór o wolność słowa czy o Andrzeja Marka?”. Gazeta Wyborcza. <http://serwisy.gazeta.pl/kraj/1,34314,2018464.html> (dostępny 10.02.2009).
- Dziki, Sylwester, Włodzimierz Chorążki. (1999). „Media lokalne i regionalne”. Dziennikarstwo i świat mediów. Zbigniew Bauer i Edward Chudziński (red.). Kraków: Universitas, s. 121-140.
- Gardocki, Lech. (2007). „Strona www.sn.pl nie jest dziennikiem ani czasopismem”. Rzeczpospolita. http://www.rp.pl/artukul/55731,57716_Strona_www_sn_pl_nie_jest_dziennikiem_ani_czasopismem.html (dostępny 01.02.2009).
- Gietka, Edyta. (2006). „Panie Lechu, pan to sprawdzi”. Polityka 42 (22576), s. 96-97.
- Główny Urząd Statystyczny. (2008). Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2004-2007, Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.

http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_NTS_spoleczenstwo_informacyjne_w_Polsce_2004_2007.pdf (dostępny 09.02.2009).

Izba Wydawców Prasy. (2008). Stanowisko wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej w sprawie projektów zmian w prawie prasowym.

http://www.izbaprasy.pl/pliki/081115_Puszczkowo_stanowisko_ws_pp.doc (dostępny 06.02.2009).

Kacprzak, Izabela. (2008). „Koniec gazetek burmistrzów?”. Rzeczpospolita.

<http://www.rp.pl/artypk/224357.html> (dostępny 10.02.2009).

Księski, Dominik, Arkadiusz Gruchot. (2004). Stanowisko Stowarzyszenia Gazet Lokalnych w sprawie gazet samorządowych. Warszawa: Stowarzyszenie Gazet Lokalnych.

<http://www.sdp.pl/Forum%20Dziennikarzy%202004/linki%20do%20nr%206%202004/sss.doc> (dostępny 01.02.2009).

Księski, Dominik. (2007). Reklama w sieci.

<http://www.gazetylokalne.pl/index.php?area=1&p=static&page=reklama-w-sieci> (dostępny 11.02.2009).

Kulesza, Michał. (2004). „Opinia prawna w przedmiocie niektórych zjawisk konkurencji na rynku prasy lokalnej”. Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego.

Materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współdziałaniu Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Senatu RP Longina Pastusiaka 21 września 2004 r. Warszawa: Kancelaria Senatu, s. 209-220.

http://www.spl.top.pl/dokumenty/prasa_lokalna_w_budowie_spolecze%F1stwa_obywatelskiego.pdf (dostępny 04.02.2009).

Maj, Marcin. (2008). „Strony internetowe jednak do rejestracji?”. Dziennik Internautów.

http://di.com.pl/news/19073,0,Strony_internetowe_jednak_do_rejestracji.html (dostępny 11.02.2009).

Medeksza, Łukasz. (2006). „Legnica: Koniec tygodnika Konkrety?”. Piąta władza.

<http://5wladza.blogspot.com/2006/12/legnica-koniec-tygodnika-konkrety.html> (dostępny 03.02.2009).

Michalczyk, Stanisław. (2000). Media lokalne w systemie komunikowania – współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

Pytlakowski, Piotr. (2002). „Cenzor wójt”. *Polityka* 32 (2362), s. 29-30.

Sąd Najwyższy. (2007). Postanowienie IV KK 174/07.

http://www.sn.pl/orzecznictwo/uzasadnienia/ik/IV-KK-0174_07.pdf (dostępny 04.02.2008).

Stowarzyszenie Gazet Lokalnych . (2007). Informacje o SGL.

<http://www.gazetylokalne.pl/index.php?area=1&p=static&page=impressum> (dostępny 11.02.2009).

Templin, Longina. (2008). „Nie zamierzamy spocząć na laurach”. *Kartuzy.info*.

<http://kartuzy.info/index.php?m=2&id=3936> (dostępny 12.02.2009).

Wydawnictwo Pomorskie. (2008). Prezentacja.

<http://www.wpomorskie.pl/?a=PREZENTACJA> (dostępny 07.02.2009).