

CZY POLSCE WCIĄŻ POTRZEBNA JEST REGIONALNA PRASA CODZIENNA?

ADAM SZYNOL

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Wrocławski

ABSTRACT

Is Poland still in need of regional daily newspapers?

The regional press constitutes a special element of media system in Poland. As far as geographical range is considered, the regional press operates on a daily basis while, conversely, the local press operates mainly on a weekly or monthly basis. That is why regional dailies are perceived as an essential part of the Polish media landscape. Recently, the situation of regional dailies has been changing dramatically. After years of competition, there is practically only one major company left on the market, namely Polska Press Grupa, subsidiary of German holding Verlagsgruppe Passau. Ongoing monopolisation does not work in favour of the readers as it leads to vanishing rivalry and – potentially – may result in public opinion manipulation. Simultaneously, the market is being eroded by debilitating circumstances, as readership and sales are dropping. This cannot be compensated by publishers' activity in the digital sphere. Consequently, the future of described segment is unstable and uncertain. Finally, the new government is considering the 're-Polonisation' of the media, regional press in particular. The new regulations are still in preparation. However, the idea gives rise to essential questions: whom regional dailies managed by the indicated by the government entities would serve and how this segment is going to survive in such complicated circumstances.

Keywords: regional dailies, Poland, monopolisation, Verlagsgruppe Passau, re-Polonisation

✉ Adres do korespondencji: Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego; ul. Joliot-Curie 15, 50-383 Wrocław; adam.szynol@wp.pl

Wstęp

Regionalna prasa codzienna w ostatnim czasie stała się segmentem medialnym o szczególnym znaczeniu. Wszystko za sprawą zdominowania jej przez niemiecki kapitał. Bawarski koncern, Verlagsgruppe Passau, od lat 90. starał się zdobyć znaczące udziały w tym sektorze. Ostatecznie, za sprawą przejęcia części tytułów regionalnych od brytyjskiego funduszu Mecom w 2013 roku, Niemcy uzyskali dominującą pozycję w omawianym segmencie.

Problem nadmiernej reprezentacji zagranicznych koncernów na polskim rynku medialnym, w szczególności w mediach drukowanych, nieraz trafiał na agendę (medioznawczą, polityczną, medialną, a nawet społeczną), ale nigdy wcześniej nie zyskiwał takiego rezonansu jak po zmianach politycznych, jakie dokonały się po wyborach prezydenckich i parlamentarnych w 2015 roku. Za sprawą politycznego konceptu, zakładającego repolonizację mediów, czyli zmniejszenie udziału obcego kapitału w polskiej prasie, temat urósł nawet do rangi sporu ideologicznego między rządzącymi a opozycją. Tym samym z salonów politycznych przeniósł się do mediów, a w ślad za tym w debatę zaangażowani zostali także odbiorcy.

Wielu polityków w pomyśle repolonizacji dostrzega łatwy sposób na rozwiązanie problemu dominacji niemieckiego podmiotu w jednym sektorze medialnym, abstrahując m.in. od problemów rynkowych, z jakimi boryka się prasa, niejednorodności segmentu oraz regulacji prawnych, których brak w blisko 30-letniej historii wolnego rynku doprowadził do daleko idących konsekwencji. Ich odwrócenie może być trudne i skomplikowane, a co gorsza, może tej części rynku medialnego – wbrew oczekiwaniom – bardziej zaszkodzić niż pomóc. Warto przy tym również nadmienić, że nie ma pewności co do faktycznych intencji decydentów. Zbliżające się wybory samorządowe skłaniają wielu obserwatorów do wniosku, że w proponowanych rozwiązaniach legislacyjnych wcale nie chodzi o dobro mediów, lecz o uzyskanie wpływu na społeczności lokalne, które wkrótce będą dokonywać wyborów politycznych.

Niniejsze opracowanie jest próbą dokonania krótkiej reasumpcji tego, jaka była i jest obecnie rola regionalnej prasy codziennej oraz jaką rolę może odgrywać w przyszłości. Autor postara się również nakreślić, opierając się na dostępnych danych statystycznych oraz własnych obserwacjach i studiach, najistotniejsze problemy, z którymi zmagają się ten sektor medialny.

Jak rodził się segment

Chociaż pierwsza gazeta codzienna powstała w 1650 roku (*Einkommende Zeitung* w Niemczech), to jednak początki prasy masowej upatruje się w pierwszej połowie XIX wieku wraz z udoskonaleniem technik druku. Na tak dynamiczny rozwój prasy, zdaniem Zbigniewa Bajki, wpłynął również sprzyjający klimat przemian społeczno-gospodarczych i politycznych w USA i w Europie (Bajka

2008, s. 129). To właśnie wtedy narodziła się tania i wysokonakładowa prasa amerykańska, zwana *penny press*. Pierwotnie kilkudziesięcioletnie nakłady oferowano przede wszystkim w Nowym Jorku (*The New York Sun*), ale wnet dołączyły doń inne metropolie, m.in. Waszyngton czy San Francisco. Obok tytułów o charakterze ogólnokrajowym powstawały także dzienniki regionalne, jak choćby *Chicago Tribune*.

Równocześnie podobny proces miał miejsce w Europie. W 1826 roku debiutuje najstarszy francuski dziennik *Le Figaro*, a 20 lat później w Anglii *The Daily News* Charlesa Dickensa. „Jednak pierwszym, istotnie tanim dziennikiem, był *The Daily Telegraph*” – stwierdza Bajka (2008, s. 155). W drugiej połowie XIX wieku w wielu europejskich krajach funkcjonowało po kilka wysokonakładowych dzienników. Zdarzały się też sytuacje, w których małe lokalne gazety zwiększały swój zasięg dystrybucji i znaczenie, jak miało to miejsce w przypadku austriackiego *Wiener Zeitung*.

W Polsce działalność wydawnicza w tym okresie była ze względów historyczno-politycznych mocno ograniczona, natomiast wcześniejsze przedsięwzięcia nie miały masowego charakteru i w znakomitej większości nie przetrwały próby czasu. Jak zauważa Z. Bajka, jedną z najtrwalszych inicjatyw wydawniczych była powołana do życia przez ks. Stefana Łuskińkę *Gazeta Warszawska*, która ukazywała się od 1774 roku przez ponad 160 lat (Bajka 2008, s. 222). Niektórzy autorzy wspominają również *Gazetę Krakowską* jako jeden z najstarszych polskich dzienników, choć jak pisze Janusz Osica, od pierwszych swoich dni ukazywała się ona dwa razy w tygodniu w nakładzie 600 egzemplarzy. Przetwała na rynku od 1796 do 1849 roku (Grzelewska i in. 1999, s. 44)¹. Trudno również mówić o masowym oddziaływaniu tych niskonakładowych wydawnictw.

W Królestwie Polskim udało się jednak Brunonowi Kicińskiemu stworzyć z początkiem 1821 roku poważny periodyk informacyjny, czyli *Kurier Warszawski*. Jak wspominają autorzy „Dziejów prasy polskiej”, „była to najtańsza gazeta informacyjna w Polsce, przeznaczona dla «masowego czytelnika»” (Łojek, Myśliński, Władysław 1988, s. 31). *Kurier* ukazywał się aż do wybuchu II wojny światowej.

Dzienniki regionalne, które znamy dzisiaj, powstawały w większości w kolejnych latach po zakończeniu II wojny światowej. Jest jednak kilka wyjątków od tej reguły, gdyż część z nich odwoływała się do wcześniejszych tradycji prasowych, a niektóre zostały założone znacznie później. Do najstarszych dzienników w tym segmencie można zaliczyć dwa łódzkie tytuły: *Dziennik Łódzki* i *Express Ilustrowany*. Na stronie wydawcy, Polska Press Grupy, możemy przeczytać, że *Dziennik* ukazuje się od 1884 roku, a *Express* od 1923².

Zaskakująco, autorzy syntezy poświęconej dziejom prasy, radia i telewizji w Polsce w ogóle nie odnotowują *Dziennika Łódzkiego* w swoim indeksie oma-

¹ Ryszard Filas odnotowuje jednak, że dwa numery *Gazety Krakowskiej* ukazały się w okresie insurekcji kościuszkowskiej w 1794 roku (Filas 2014, s. 207).

² [<http://polskapress.pl/pl/portfolio/prasa/dzienniki/polska-dziennik-lodzki>; <http://polskapress.pl/pl/portfolio/prasa/dzienniki/express-ilustrowany>; 3.04.2017].

wianych tytułów (Grzelewska i in. 1999), mimo iż widnieje on w katalogach cyfrowych Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej w Łodzi z datą pierwszego wydania „25 grudnia 1883 w kalendarzu prawosł., czyli 6 stycznia 1884 w kalendarzu katolickim”³. Wtedy jednak gazeta miała inny charakter, o czym informowano w podtytule: „pismo przemysłowe, handlowe i literackie”. Można zaryzykować stwierdzenie, że mimo różnych transformacji i przerw wywołanych chociażby działaniami wojennymi *Dziennik Łódzki* przetrwał od końca XIX wieku do dziś. Na jego przykładzie można znakomicie analizować przemiany polskiej prasy regionalnej, choć jest to zadanie na osobne studium przypadku. Z kolei *Express Ilustrowany* miał w swojej historii moment, gdy był gazetą o zasięgu ponadregionalnym, a dzisiaj jest postrzegany przez wydawnictwo Polska Press jako dziennik lokalny, wbrew stanowisku niektórych prasoznawców. Problemy typologiczne zostaną poruszone w dalszej części niniejszego studium.

Nawiązywanie do historii przez obecnie wydawane dzienniki regionalne nie jest niczym szczególnym, a ze względów marketingowych i sentymentalnych wręcz zrozumiałym. Wprawdzie *Gazeta Wroclawska*, która do roku 1996 wychodziła jako *Gazeta Robotnicza*, nigdy nie odwoływała się do faktu wydawania pisma o tym tytule pod koniec XIX wieku przez Towarzystwo Socjalistów Polskich w Berlinie, ale już drugi i najstarszy z dolnośląskich dzienników, *Słowo Polskie*, przez cały okres swego istnienia nawiązywał w logo gazety do tytułu, który ukazywał się w latach 1895–1934 we Lwowie⁴. Co ciekawe, nawet po połączeniu obu dzienników 1 grudnia 2003 roku w skonsolidowany tytuł (*Słowo Polskie Gazeta Wroclawska*), do momentu uruchomienia projektu *Polska The Times*, 15 października 2007 roku, dopisek o lwowskim pochodzeniu gazety został utrzymany.

Współczesna historia większości dzienników regionalnych datuje się na pierwszą dekadę od zakończenia drugiej wojny światowej. Wśród tych tytułów znajdują się: *Głos Wielkopolski*⁵, *Dziennik Bałtycki*, *Dziennik Polski*, *Kurier Szczeciński*, *Dziennik Zachodni*, *Gazeta Robotnicza*, *Gazeta Pomorska*, restaurowana *Gazeta Krakowska*, *Nowiny*, *Gazeta Współczesna*, *Gazeta Lubuska*, *Głos Pomorza*⁶ i *Nowa Trybuna Opolska*, pierwotnie jako *Trybuna Odrzańska*. W 1957 roku założony ponownie zostaje *Kurier Lubelski*, a z końcem 1967 roku toruńskie *Nowości*. Od 1970 roku wychodzi *Gazeta Olsztyńska* z mutacją *Dziennik Elbląski*, a w 1971 roku w Świętokrzyskiem powstaje *Echo Dnia* jako alternatywa dla *Słowa Ludu*, które ostatecznie po zmianie na *Słowo* zostanie do *Echa* wcielone w 2006 roku.

Do najmłodszych stażem gazet regionalnych należą: białostocki *Kurier Poranny* (1989 rok), *Express Bydgoski* (1990), *Dziennik Wschodni* w Lublinie (1993) i *Super Nowości* w Rzeszowie (1997). Warto jednak podkreślić, że mają

³ [<http://skany.wbp.lodz.pl/czasopisma/category/9-dziennik-lodzki-pismo-przemyslowe-handlowe-i-literackie.html>; 4.04.2017].

⁴ Więcej o historii dolnośląskich tytułów: Szynol 2004.

⁵ Uruchomienie redakcji nastąpiło jeszcze podczas trwania wojny, w lutym 1945 roku.

⁶ 12.01.2007 na bazie *Głosu Pomorza*, *Głosu Koszalińskiego/Ślupskiego* i *Głosu Szczecińskiego* nowy właściciel tych dzienników stworzył *Głos Dziennik Pomorza*.

one bardziej charakter miejski, a ich zasięg dystrybucji jest często mocno ograniczony. Stąd też przez niektórych badaczy są klasyfikowane jako dzienniki lokalne (Sonczyk 1999, s. 70)⁷.

Socjalistyczny model prasy

O ile w historycznych, przedwojennych początkach prasy w Polsce pełniła ona bardzo różne funkcje i rzadko kiedy była powszechnie dostępna, o tyle sytuacja ta diametralnie się zmieniła w okresie Polskiej Republiki Ludowej. Na mocy partyjnej uchwały z kwietnia 1947 roku powołano do życia Robotniczą Spółdzielnię Wydawniczą, która ramię w ramię z Głównym Urzędem Kontroli Publikacji, Prasy i Widowisk (od 1981 roku Główny Urząd Kontroli Publikacji i Widowisk) wytyczała nie tylko granice tego, co i gdzie można było publikować, ale przede wszystkim wyznaczała linie redakcyjne poszczególnym tytułom prasowym. Jak wspomina Sylwester Dziki (2000, s. 54):

RSW jako centralna organizacja wydawnicza PZPR, działająca pod bezpośrednim kierownictwem KC, zajmowała czołowe miejsce – i to w dwojakim tego słowa znaczeniu – w polskim życiu wydawniczo-prasowym. Była edytorem licznych wydawnictw prasowych, mających funkcję organów partyjnych i uzewnętrzniających związek z PZPR oraz pism pozostałych udziałowców, organizacyjnie niezależnych. Posiadała szeroko rozbudowany techniczny warsztat edytorski, umożliwiający faktycznie pełnienie funkcji organizatora i koordynatora życia prasowo-wydawniczego.

W dodatku w posiadaniu ‘koncernu’ było 17 drukarni, a bogata i dopasowana do potrzeb odbiorców sieć punktów dystrybucji (głównie kioski Ruchu) stawiała RSW w pozycji monopolisty. Dzienniki regionalne zostały wprzęgnięte w tę propagandową maszynę jako istotny element uzupełniający stosunkowo mało liczny segment gazet o zasięgu ogólnokrajowym.

Nie jest intencją autora ani celem niniejszej publikacji opisywanie zadań i ‘dokonań’ poszczególnych tytułów w okresie partyjnego monopolu na wydawanie prasy, ale kilka uwag warto poczynić. Nie da się zupełnie abstrahować od okoliczności, w jakich – mimo wszystko – rozwijała się prasa regionalna w Polsce po II wojnie światowej. Przede wszystkim jednak trzeba wspomnieć o konsekwencjach, jakie wiążą się z funkcjonowaniem dzienników przez kilkadziesiąt lat na rynku prasowym, którym nie rządziły prawa podaży i popytu. Tak długi okres sprzyjał utrwaleniu się pewnych zachowań, w tym także preferencji czytelniczych.

Jak relacjonuje Ryszard Filas (1991), podstawą struktury Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej był podział na 17 regionów. Wyłączając stołeczny, w każdym z pozostałych funkcjonował dziennik partyjny, organ Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. Z kolei w dwunastu większych regionach najczęściej od koń-

⁷ Daty powstania poszczególnych tytułów były weryfikowane w: W. Sonczyk 1999; A. Szynol 2004; P. Kuca, W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński (2014) oraz na stronach internetowych wydawców.

ca lat 60. ukazywały się także popołudniówki, a w siedmiu największych również drugi dziennik poranny, w początkowych latach istnienia zwykle wydawany przez Czytelnika.

W misternym planie medialnej propagandy każdemu typowi dziennika przypisywano nieco inne funkcje. Co więcej, mimo paradoksalnie niewielkiej wiedzy na temat zarządzania i marketingu, starano się dość precyzyjnie wyznaczać audytoria, do których poszczególne pisma miały być adresowane. Gazety organy miały za zadanie w najszerszym zakresie indoktrynować ogół społeczeństwa i rozpowszechniać, jak byśmy to dziś określili, partyjne przekazy dnia. Dzienniki Czytelnikowskie były adresowane do nieco bardziej wykształconych odbiorców, najczęściej mieszkańców dużych lub średnich miast, więc i język, którym się w nich posługiwano, był inny. Popołudniówki stanowiły w pewnym sensie tabloidy tamtych czasów. Miały dużo mniejszy nakład, ale mogły sobie pozwolić na bardzo skrótowe traktowanie tematów politycznych i poruszać obyczajowe, a nawet kryminalne.

Z rozmów, które wiele lat temu przeprowadził autor niniejszego opracowania z zarządzającymi dolnośląskimi dziennikami, wynikało, że nawet depesze Polskiej Agencji Prasowej były dopasowane do opisanego powyżej targetowania. Organy partyjne, zwane także gazetami typu A, otrzymywały najobszerniejsze wypowiedzi partyjnych sekretarzy, dzienniki Czytelnika (typ B) dostawały wersje okrojone i nieco inaczej zredagowane, natomiast popołudniówki (typ C) korzystały z wariantów najkrótszych, dzięki czemu pozostała część szpalt mogły wypełniać lżejszymi treściami.

I tak na przykład na Dolnym Śląsku dziennikiem organem była *Gazeta Robotnicza*, której nakład w wydaniu magazynowym sięgał nawet pół miliona egzemplarzy. Dziś takimi wartościami mogłyby się poszczycić wyłącznie dwa tabloidy ogólnokrajowe. Drugim dziennikiem porannym było *Słowo Polskie*, wydawane w pierwszym roku istnienia (od 27.08.1945 roku) pod nazwą *Pionier*. *Słowo* zamieszczało zdecydowanie więcej artykułów poświęconych zagranicy, miało również szpalty z literaturą⁸. W 1967 roku do wspomnianej pary dzienników dołączyła popołudniówka – *Wieczór Wrocławia*. Z założenia tytuł miał lżejszy charakter i dość ograniczoną dystrybucję ze względu na reglamentację papieru, którego na wydawanie wojewódzkiego organu PZPR zabraknąć nie mogło. Stan ten utrzymał się na Dolnym Śląsku wyjątkowo długo, bo aż do końca listopada 2003 roku⁹.

Mówiąc o długofalowych konsekwencjach dla rynku regionalnej prasy codziennej, warto przytoczyć dane liczbowe dotyczące nakładów. Jak relacjonował w ekspertyzie sejmowej Walery Pisarek (1995, s. 1):

jednorazowy średni nakład jednego z 17 organów komitetów wojewódzkich partii w Polsce sięgał 220 tys. egz.; średni jednorazowy nakład jednego z 6 niepartyjnych

⁸ To akurat można uznać za schedę po lwowskim *Słowie Polskim*, w którym pisali m.in. Leopold Staff, Gabriela Zapolska, Kazimierz Przerwa-Tetmajer czy Władysław Reymont.

⁹ *Wieczór Wrocławia* przestał być jednak wydawany w cyku popołudniowym w 1997 roku.

dzienników porannych wynosił około 130 tys. egz.; średni jednorazowy nakład jednego z 12 dzienników popołudniowych wynosił około 80 tys. egz. Produkcja była rzeczywiście nędzna.

Chociaż z dzisiejszej perspektywy dane te wydają się raczej wygórowane, to znaczące okazały się przede wszystkim proporcje między poszczególnymi tytułami oraz przywileje, jakie towarzyszyły dziennikom partyjnym. Gazety organy otrzymywały największy nadział papieru, a to oznaczało, że miały szansę trafić pod przysłowiowe strzechy. Przy kilkuset tysięcy nakładach dzienniki te były dostępne praktycznie w każdej najmniejszej miejscowości, gdzie tylko znajdował się kiosk Ruchu. Zdaniem autora tego studium, to między innymi ten przywilej zadecydował o przyszłości części tytułów regionalnych. Jako że były niemal od początku swojego istnienia w zasięgu największej liczby mieszkańców poszczególnych regionów, to przez kilkadziesiąt lat czytelnicy zdążyli się do tych dzienników przyzwyczaić. Nawet jeśli po transformacji cały sektor prasowy przeżył istotną redukcję nakładów, to i tak przez kolejne lata proporcje między opisanymi typami gazet w wielu miejscach się utrzymały. Dlatego też część z byłych dzienników partyjnych przetrwała do dziś i to pomimo niechlubnej roli w historii.

Warto wspomnieć, że gazety organy miały pierwszeństwo w drukarni i były lepiej eksponowane w kioskach. Dodatkowo, jako jedyne mogły oferować cotygodniowe magazyny na weekend z programem telewizyjnym z największym wyprzedzeniem. Dzisiaj ten argument wydaje się mało ważny, ale kilkadziesiąt lat temu nie było ani Internetu, ani nawet prasowych przewodników telewizyjnych. Drugi dziennik poranny miał niemal o połowę niższy nakład i nie docierał do najmniejszych miast regionu. Zresztą z założenia był raczej propozycją dla lepiej wyedukowanego odbiorcy wielkomięjskiego, więc nie było większego sensu, by dystrybuować go na terenach wiejskich. Z kolei popołudniówki przy nakładzie stanowiącym około jednej trzeciej tego, co miały do dyspozycji prasowe organy wojewódzkie, mogły być traktowane jedynie jako uzupełnienie oferty czytelnicy. Fakt ten miał jeszcze inne poważne konsekwencje. Dziennikarze piszący do gazet typu C byli gorzej opłacani i zasadniczo traktowani po macoszemu. Nic więc dziwnego, że w niektórych przypadkach najmowali się do pracy w dwóch tytułach równocześnie.

Reasumując, okres ręcznie czy też partyjnie sterowanego rynku prasowego odcisnął na nim znaczące piętno. Z jednej strony sztucznie wykreował przyzwyczajenia czytelnicy, które w rezultacie w wielu regionach doprowadziły do tego, że jedynymi gazetami codziennymi, jakie pozostały na rynku do dziś, są skompromitowane w czasach PRL-u dzienniki organy (np. *Gazeta Robotnicza* czy *Trybuna Opolska*). Z drugiej strony wytworzył wiele mechanizmów, niezgodnych z zasadami wolnego rynku, wśród nich choćby przekonanie dziennikarzy o nieśmiertelności tytułów i trwałego związania z jednym miejscem pracy. Był to zresztą jeden z bodaj najtrudniejszych do rozwiązania problemów podczas likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej i prywatyzacji prasy w Polsce

w ogóle. Walka między Komisją Likwidacyjną a zespołami dziennikarskimi niejednokrotnie rozciągała się na lata, jak miało to miejsce na przykład z *Gazetą Robotniczą* we Wrocławiu¹⁰.

Koniec monopolu socjalistycznego

Mimo że proces likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch” i prywatyzacji mediów drukowanych w Polsce po roku 1989 był przedmiotem wielu opracowań, to można odnieść wrażenie, że okres transformacji od systemu monopolu partyjno-wydawniczego do wolnorynkowej rywalizacji nie został w pełni zbadany i opisany. Nic dziwnego, gdyż często przekształcenia poszczególnych tytułów prasowych to historie na osobne opracowania naukowe. Było jednak kilka głównych zasad, którymi kierowano się podczas tej zmiany. Jak relacjonuje Bajka (1994, s. 7):

w ramach likwidacji koncernu RSW „PKR” część tytułów została oddana nieodpłatnie zespołom (spółdzielniom, spółkom) dziennikarskim, część sprzedana bądź spółdzielniom (spółkom) dziennikarskim wyłącznie lub z udziałem innych podmiotów (np. banków), bądź też nowym właścicielom – krajowym lub zagranicznym, zazwyczaj z – symbolicznym chociażby – zawarowaniem praw zespołów dziennikarskich.

Bajka podkreśla również istotne różnice w wycenach, jakie Komisja ustalała w trakcie przetargów, mimo podobnej kondycji porównywanych tytułów. I tak na przykład rekordowe ceny padły na Górnym Śląsku, gdzie za *Dziennik Zachodni* zażądano 40 mld złotych, a za konkurencyjną *Trybunę Śląską* 23,1 mld złotych¹¹. Z perspektywy czasu można zaryzykować stwierdzenie, że zarówno członkom Komisji Likwidacyjnej, jak i dziennikarzom, którzy odsprzedawali w okresie wtórnej prywatyzacji swoje udziały podmiotom zagranicznym, zabrakło wyobraźni i rozeznania w kwestii właściwej wyceny wartości gazet. W ciągu półtora roku od momentu uchwalenia ustawy z 22 marca 1990 roku 149 tytułów prasowych zyskało nowych właścicieli. W przypadku 71 z nich były to spółdzielnie dziennikarskie (Schliep 1996).

Demontaż monopolu prasowego był utrudniony z kilku powodów. Po pierwsze, przemiany społeczno-polityczne zapoczątkowane wiosną 1989 roku spowodowały pierwsze ruchy w redakcjach. Zanim uchwalono ustawę likwidującą RSW, w wielu miejscach już trwały zaawansowane rozmowy na temat przekształceń własnościowych¹². Na przykład w *Słowie Polskim* we Wrocławiu rozważano zmianę tytułu, a w kolejce do kupna udziałów w gazecie ustawili się Brytyjczycy (Maxwell) i Norwegowie (Orkla). Ci drudzy jesienią 1990 roku uruchomili

¹⁰ Wychodzenie ze struktur RSW rozpoczęło się tuż po uchwaleniu ustawy z 22.03.1990 roku, a zakończyło dopiero wyrokiem Sądu Okręgowego we Wrocławiu 16 sierpnia 1993 roku.

¹¹ Kwoty przed denominacją, czyli po przeliczeniu odpowiednio 4 mln i 2,3 mln zł.

¹² W kilku przypadkach rozważano zamknięcie jednego z funkcjonujących w regionie tytułów, np. *Wieczór Wrocławia* i *Echo Dnia*.

wspólnie z NSZZ „Solidarność” we Wrocławiu *Dziennik Dolnośląski*¹³. Największe gazety regionalne, mimo swej niechlubnej roli w PRL-u, mogły paradoksalnie być o swój los spokojne, bowiem ze względu na dominującą pozycję w regionach były też najczęściej najbardziej dochodowymi dziennikami. Nic dziwnego, że w kolejce po nie ustawiało się wielu chętnych, tak było np. w przypadku *Gazety Krakowskiej* (czterech oferentów) czy *Dziennika Łódzkiego* (ośmiu). Dzięki temu stare dzienniki regionalne niemal w komplecie przetrwały okres transformacji. Co więcej, zaczęły uruchamiać lokalne mutacje (Filas 1994, s. 65).

Po drugie, Komisja Likwidacyjna nie kryła swojego celu – ‘odkomuszania’ redakcji. Starła się więc tak pokierować procesem prywatyzacji, by zmniejszyć wpływy dotychczasowych decydentów w ukształtowanych w dobie socjalizmu zespołach redakcyjnych. To z kolei napotykało duży opór ze strony dziennikarzy, którzy każdą próbę narzucenia z zewnątrz np. redaktora naczelnego traktowali jako zamach na niezależność gazety czy też potencjalną groźbę utraty miejsca pracy. Tego typu przepychanki między zespołem, wojewodą i Komisją Likwidacyjną miały miejsce w *Gazecie Robotniczej* we Wrocławiu, dlatego też proces prywatyzacji trwał tu blisko trzy i pół roku. Zdarzały się również sytuacje, w których Komisja lub przedstawiciele rządowej administracji (np. wojewodowie) próbowali przekazywać dzienniki w zarząd nowym partiom (Porozumienie Centrum, Zjednoczenie Chrześcijańsko-Narodowe, Kongres Liberalno-Demokratyczny, Unia Demokratyczna), ale na szczęście ten model niebiznesowy nie sprawdził się bodaj w żadnym regionie. Jak stwierdza Tomasz Mielczarek (2007, s. 89):

podstawową konsekwencją likwidacji RSW była ideowa demonopolizacja i odpolitycznienie polskiej prasy informacyjnej, towarzyszyło temu jednak zubożenie oferty wydawniczej. Chociaż na miejsce zamykanych dzienników powoływano nowe, okazywały się one nietrwałe.

Wybierając oferentów, Komisja starała się uwzględnić kilka aspektów jednocześnie. Z jednej strony, jak już wspomniano, chciała dekomunizować gazety, z drugiej zaś dobierać partnerów, którzy mogliby zaniedbane technologicznie i menedżersko wydawnictwa wzmocnić. Dlatego kooperantów dla spółdzielni dziennikarskich wyszukiwano spośród izb i towarzystw gospodarczych, nowo zakładanych spółek czy banków. Zapewne nie jest dziełem przypadku, że w kilku regionach takie wzmocnienie, na wniosek Komisji Likwidacyjnej, miał zapewnić Bank Handlowo-Kredytowy¹⁴. Tyle tylko, że zamiast służyć pomocą w unowocześnianiu spółek wydawniczych, został on wykorzystany do nieuczciwych operacji finansowych, dziś znanych pod hasłem ‘oscylator’ lub afera ‘Art-B’, z udziałem Bogusława Bąsika i Andrzeja Gąsiorowskiego.

¹³ Numer zerowy ukazał się 31 sierpnia 1990 roku, ale regularne wydania ruszyły dopiero 24 września. Pismo upadło z końcem października 1991 roku.

¹⁴ Wśród tytułów, w których prywatyzowaniu udział wziął BH-K, były m.in.: *Słowo Polskie* z Wrocławia, *Gazeta Lubuska* z Zielonej Góry, *Gazeta Krakowska* i *Trybuna Opolska*.

W przypadku oferentów zagranicznych wybór KL padł na francuskiego magnata prasowego Roberta Hersanta oraz na norweską Orkę. Hersant był znany (nie w młodości) ze swych prawicowych poglądów, a na początku lat 90. miał już spory majątek i doświadczenie zdobyte na rodzimym rynku¹⁵. Dlatego w Polsce był witany z otwartymi rękami. Podobnie było z Norwegami. Co prawda ich doświadczenie w branży medialnej datowało się zaledwie na połowę lat 80. XX wieku, ale wielkość spółki i tym samym jej zasoby były praktycznie nieograniczone. Nie bez znaczenia były także związki towarzyskie, przyjacielskie, jakie zrodziły się w okresie organizowania się polskiego podziemia, w szczególności tworzenia Niezależnego Samodzielnego Związku Zawodowego „Solidarność”. Skandynawowie, znani z zamiłowania do poszanowania praw jednostki i swobód obywatelskich, w wielu miejscach Polski pomagali związkowcom w ich walce z reżimem. To za namową Władysława Frasyniuka, jednego z liderów dolnośląskiej opozycji, Orka na miejsce swoich pierwszych inwestycji medialnych wybrała Wrocław, zamiast bezsprzecznie bliżej Norwegii położonego Gdańska. Zdecydowały właściwie względy towarzyskie i dar przekonywania opozycjonisty. Jak słusznie konkluduje Mielczarek (2007, s. 82):

Chociaż działalność Komisji Likwidacyjnej RSW mogła budzić wiele zastrzeżeń, doprowadziła do demonopolizacji rynku prasowego, utorowała drogę pluralizmowi, a zarazem znacznie ograniczyła wpływy gazet należących do ugrupowań politycznych rządzących w czasach PRL. Partie te, choć formalnie nie zostały pozbawione prawa wydawania własnych gazet, straciły wpływ na polski system medialny, a co za tym idzie – polską opinię publiczną.

W kierunku duopolu

Prywatyzacja, która dokonała się za sprawą realizacji ustawy likwidującej Robotniczą Spółdzielnię Wydawniczą, nie zakończyła procesu zmian własnościowych w regionalnej prasie codziennej. Kolejny etap, przez Filasa nazwany fazą pozorowanej stabilizacji i zmian podskórnych albo wtórną prywatyzacją, polegał na

przekazywaniu rozproszonych (pomiędzy wiele podmiotów) praw własności tytułów wcześniej sprzedanych lub przekazanych spółdzielniom dziennikarskim w nowe ręce (Filas 1999, s. 40).

Zatem z jednej strony mogliśmy obserwować dużą aktywność i ekspansję zagranicznych inwestorów, a z drugiej nieporadność, krótkowzroczność, a po części także zachłanność dziennikarzy, wyprzedających swoje udziały innym podmiotom. W ten sposób w ciągu kilku lat imperium Roberta Hersanta urosło do ośmiu tytułów, po dwa w czterech regionach: *Dziennik Bałtycki* i *Wieczór Wybrzeża*,

¹⁵ Ze względu na swoje zamiłowanie do skupowania gazet zyskał nawet przydomek „Le papivore”.

Dziennik Łódzki i Express Ilustrowany, Dziennik Zachodni i Trybuna Śląska oraz Gazeta Krakowska i sportowe Tempo.

Warto w tym miejscu poczynić uwagę dotyczącą braku transparentności tego procesu. O ile spółka Socpresse zapewne była znana większości obserwatorów rynku prasowego, o tyle francuski magnat zdobywał udziały w wymienionych tytułach także przez inne firmy, takie jak: Książnica, Euromarket, Tower czy Polska-Press¹⁶ (Bajka 1994). Jest zatem wielce prawdopodobne, że część dziennikarzy nawet dokładnie nie wiedziała, komu tak naprawdę sprzedawała swoją gazetę. Jak relacjonował prasoznawca kilka lat później:

Hersant kupował dzienniki regionalne i lokalne do spółki z różnymi kontrahentami (głównie regionalnymi komisjami „Solidarności” i spółdzielniami dziennikarskimi), ale nigdzie nie miał udziałów większościowych. Większość wspólników Francuza nie miała jednak pieniędzy, ten więc płacił za nich, z czasem zaś wykupywał ich udziały, spłacał kredyty, które brali z banku itp. Po mniej więcej dwóch latach z udziałowca mniejszościowego stawał się głównym, często dominującym partnerem w spółkach (Bajka 1998, s. 22–23).

W tym samym czasie Norwegowie zdobywali kolejne tytuły w kilku innych regionach Polski. Do 1994 roku włącznie nabyli udziały w siedmiu dziennikach, chronologicznie były to: *Słowo Polskie* we Wrocławiu – 1991 rok; *Wieczór Wrocławia*, *Głos Pomorza* (Koszalin), *Nowiny* (Rzeszów), *Gazeta Współczesna* (Białystok) – 1993 rok; *Gazeta Pomorska* (Bydgoszcz) i *Kurier Poranny* (Białystok) – 1994 rok¹⁷. Jak zauważa Katarzyna Cira, wykupując udziały, Norwegowie stosowali metodę małych kroków, „stopniowo uzyskując w wybranych dziennikach dominującą pozycję kapitałową” (Cira 2000, s. 10). Wynikało to nie tyle ze strategii inwestycji w sektorze prasowym, ile raczej ze struktury i sposobu zarządzania całej firmy. Orkla była w tym czasie dużym przedsiębiorstwem, którego medialna dywizja stanowiła tylko pewien ułamek, niekoniecznie najważniejszy. Stąd też decyzje o zakupach udziałów w polskich dziennikach zapadały w centrali spółki w Oslo (Szynol 2016, s. 30).

We wrześniu 1994 roku dochodzi do historycznej transakcji, wyznaczającej nową erę w sektorze regionalnej prasy codziennej. Ze względu na problemy finansowe na rodzimym rynku Hersant pozbywa się udziałów w ośmiu regionalnych dziennikach w Polsce. Nie bez znaczenia jest tu aktywność Franza Xavera Hirtreitera, szefa koncernu Passauera. To właśnie on, jak relacjonuje Bajka, na wieść o kłopotach francuskiego magnata i jego długach

jedzie do Paryża i – po dłuższych negocjacjach – kupuje te udziały za 80 mln marek (w niektórych relacjach mówi się o 100 lub 80 mln marek, ale z obowiązkiem inwestowania dodatkowych 20 mln) (Bajka 1998, s. 25)¹⁸.

¹⁶ Nie jest przypadkiem, że właśnie pod tą nazwą, choć pisaną łącznie, występował w późniejszym czasie w Polsce niemiecki koncern – Verlagsgruppe Passau.

¹⁷ Dane dotyczące nabywania udziałów w poszczególnych dziennikach weryfikowano w: Kuca, Furman, Wolny-Zmorzyński 2014; Cira 2000; Bajka 1994, 1998.

¹⁸ Kwotę 100 mln marek podaje T. Mielczarek (2007, s. 138).

Hersant pozostawia sobie jedynie *Rzeczpospolitą*, ale ostatecznie po dokupieniu 2% udziałów i uzyskaniu pakietu większościowego (51%) sprzedaje ją norweskiej Orkli za rekordową jak na polski rynek kwotę 46 mln dolarów (Cira 2000, s. 11).

Jednak mówiąc o pierwszych inwestycjach koncernu Verlagsgruppe Passau (VGP) na naszym rynku medialnym, trzeba wspomnieć o tzw. cichym wejściu niemieckiej grupy do Polski. W grudniu 1993 roku nikomu bliżej nieznaną firmą Interpublication ze Szwajcarii kupiła 50% udziałów w *Gazecie Robotniczej*. Dziennik po kilku latach walk o prawa do gazety był już w kiepskiej kondycji finansowej, dlatego prawdopodobnie mało kto wnikał, skąd tak naprawdę pochodzi inwestor i czemu jest zainteresowany kupnem dolnośląskiego tytułu. Jak się wkrótce okazało, za szwajcarską spółką stał koncern Passauera, który świadomy potencjalnej niechęci do niemieckiego kapitału w mediach (zwłaszcza na ziemiach odzyskanych) podstawił Interpublication. Podobnym wybiegiem Niemcy posłużyli się kilka miesięcy później w Krakowie, nabywając 25% udziałów w *Dzienniku Polskim* (Bajka 1994, s. 12)¹⁹.

VGP nie poprzestało na tych zdobyczach. W kolejnych latach Niemcy nabywali dalsze tytuły regionalne i lokalne, organizując także strukturę spółki zależnej – Polskapresse z oddziałami w poszczególnych regionach. W 1996 roku kupują od Wojciecha Fibaka dwa wielkopolskie tytuły: *Gazetę Poznańską* i *Express Poznański*, a w następnym roku *Wiadomości Dnia* w Łodzi – i jest to już trzeci tytuł prasowy w Łódzkiem. Być może właśnie dlatego do zakupu ostatniego niepodbitego dziennika w centralnym regionie Niemcy używają spółki Wydawca, której właścicielem jest Hirtreiter. Trzy lata później *Wiadomości* zostają włączone do *Dziennika Łódzkiego*, co chyba najlepiej świadczy o pierwotnych intencjach inwestorów.

Omawiany w tym miejscu okres to swoisty wyścig zbrojeń. Oba koncerny starają się ubiec konkurenta w zdobywaniu wciąż jeszcze samodzielnych dzienników regionalnych. W połowie dekady Norwegowie kupują udziały w *Dzienniku Wschodnim* (Lublin) i *Dzienniku Wieczornym* (Bydgoszcz), a w 1996 roku większościowe udziały w popularnej na Opolszczyźnie *Nowej Trybunie Opolskiej*. Dwa lata później kolejny bardzo lubiany przez czytelników dziennik regionalny, *Gazeta Lubuska*, trafia w całości pod skrzydła Orkli. Stulecie zamyka zakup *Głosu Szczecińskiego* oraz mniejszościowego pakietu w Dziennikarskiej Oficynie Wydawniczej Rondo, wydającej *Głos Koszaliński* z mutacją *Głos Słupski*. Przy posiadaniu już *Głosu Pomorza* zapowiadało to późniejszą wielką fuzję, którą przeprowadzi jednak już nowy właściciel, brytyjski fundusz Mecom.

Rok 2000 to także pewna cezura w opisywanym pojedynku norwesko-niemieckim. Obie firmy dochodzą do porozumienia w zakresie współpracy przy pozyskiwaniu reklam i ogłoszeń do swoich tytułów. W ten sposób dochodzi do założenia brokera reklamowego, firmy Mediatak. Większościowe udziały obejmuje

¹⁹ W nowszym opracowaniu R. Filas podaje, że miało to miejsce już w 1991 roku (2014, s. 20).

Polskapresse, Orkla 41%, a pozostałe kilka procent Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft, wydawca *Expressu Bydgoskiego* i toruńskich *Nowości*. Mediatak działa do roku 2008 i jest ewidentnym dowodem na to, że okres wolnorynkowej agresywnej konkurencji w sektorze prasy regionalnej mamy już za sobą, a wchodzimy w etap duopolu, a nawet monopolu spluralizowanego (Filas 1991, s. 38).

Przełom wieków to czas na porządkowanie aktywów w obu koncernach. Ich wspólną cechą jest przede wszystkim optymalizacja kosztów. Jej najistotniejszymi przejawami są transformacje lub likwidacje popołudniówek oraz fuzje tytułów²⁰. Na przykład *Wieczór Wrocławia* przez 30 lat swojego istnienia był popołudniówką, ale gdy tylko Orkla postawiła własną, nowoczesną drukarnię, zmieniła jego cykl wydawniczy na poranny (luty 1997 roku). Niestety, tyle samo szczęścia nie miały dwie inne gazety popołudniowe: *Express Poznański*, który Polskapresse połączyła w grudniu 1999 roku z *Gazetą Poznańską*, oraz *Dziennik Wieczorny*, który mimo zmiany cyklu wydawniczego na poranny ostatecznie został sfuzjonowany przez Orkę z *Gazetą Pomorską* w listopadzie 2000 roku. Rok później podobny los spotkał *Wieczór Wybrzeża*, który Polskapresse włączyła do *Dziennika Bałtyckiego*. W ten sposób subsegment prasowy praktycznie zakończył swoje istnienie. Można powiedzieć, że jego symbolicznym domknięciem było zlikwidowanie *Wieczoru Wrocławia*, który w grudniu 2003 roku stał się wkładką do połączonych dzienników dolnośląskich: *Gazety Wrocławskiej* i *Słowa Polskiego*.

Z dzisiejszej perspektywy można zaryzykować stwierdzenie, że niezależnie od przemian własnościowych los popołudniówek był w Polsce przesądzony. Przyczyn ich likwidacji było kilka. Przede wszystkim, zdaniem autora niniejszego opracowania, przemiany na rynku pracy. W drugiej połowie lat 90. z mapy Polski zniknęło wiele dużych państwowych zakładów pracy, w tym także takich, w których funkcjonował system zmianowy. Sprywatyzowane przedsiębiorstwa w znacznej mierze z tego sposobu organizacji pracy zrezygnowały. Grono czytelników, którzy jeszcze w początkach lat 90. kończyli pracę wczesnym popołudniem, a właśnie wtedy w kioskach pojawiały się popołudniówki, znacząco się skurczyło. Ponadto w medialnym obiegu pojawiło się wiele lokalnych stacji radiowych, które dostarczały na bieżąco informacje z regionu. Gdy do tego dodamy jeszcze raczkujący, ale szybko zyskujący na popularności Internet oraz stopniową rezygnację z regularnego czytelnictwa dzienników prasowych – efekt wydaje się logiczny i nieunikniony.

Powyższa argumentacja tylko w części odnosi się do fuzji dzienników porannych, które przeprowadzono zarówno w gronie tytułów Orkla, jak i Passauera. Najistotniejszym był zdecydowanie czynnik ekonomiczny. Przedstawiciele obu koncernów nie kryli, że słabnąca kondycja mediów drukowanych, w tym przede wszystkim spadająca sprzedaż dzienników oraz zmniejszające się wpływy

²⁰ Przekształcenia miały miejsce także w tytułach nienależących do omawianych firm. Na przykład *Kurier Szczeciński*, który pierwotnie był czytelnikowskim dziennikiem porannym, w 1960 roku został przekształcony w gazetę popołudniową, by w kwietniu 1994 roku powrócić do cyklu porannego (Olechowska 2014, s. 139).

z reklam i ogłoszeń, obniżały rentowność ich wydawnictw. Oczywiście było, że zmiany dotkną wcześniej opisywane regiony trzytytułowe, np. łódzkiego, dolnośląskiego czy Wielkopolski. W 2000 roku VGP przeprowadziła wspomnianą już fuzję, w wyniku której *Wiadomości Dnia* stały się wkładką *Dziennika Łódzkiego*. Ale największą operacją tego typu było połączenie trzech dolnośląskich dzienników. Pierwszego grudnia 2003 roku specjalnie ściągnięty z Łodzi do Wrocławia Julian Beck przeprowadził karkołomną fuzję byłego dziennika organu (*Gazeta Wroclawska*) z poczytelnikowskim tytułem o lwowskim i literackim rodowodzie (*Słowo Polskie*), połykając jednocześnie byłą wielkomiejską popołudniówkę (*Wieczór Wrocławia*)²¹. Nic dziwnego, że powstała w ten sposób hybryda, *Słowo Polskie Gazeta Wroclawska*, już na starcie straciła wielu czytelników²². Niemniej głównym profitem dla wydawnictwa były znaczące oszczędności. T. Mielczarek twierdzi, że w wyniku tych działań konsolidacyjnych pracę straciło 305 dziennikarzy (2007, s. 142).

Wcale nie mniejsze kontrowersje wzbudziła fuzja tytułów na Górnym Śląsku. Popularna i lubiana *Trybuna Śląska*, o równie długiej historii co *Dziennik Zachodni*, została decyzją szefów Polskapresse do niego włączona. W wyniku tej konsolidacji pracę straciło 60 osób. Również i w tym przypadku, co było do przewidzenia, spółka nie uzyskała efektu prostego zsumowania sprzedaży obu tytułów, ale – jak zauważa Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek (2014, s. 197) – „połączenie przyniosło też wydawcy spore oszczędności dzięki zmniejszeniu liczby etatów, kosztów papieru i druku”. Niemal równo dwa lata później, w grudniu 2006 roku, po udanym przejściu Oficyny Wydawniczej Wielkopolski, Polskapresse włączyła *Gazetę Poznańską* do *Głosu Wielkopolskiego*. I tak kolejny region trzytytułowy przeszedł do historii²³.

Ostatnim osiągnięciem Orkli na polskim rynku prasowym był zakup od Michała Sołowowa w kwietniu 2004 roku dwóch kieleckich dzienników – *Echa Dnia* i *Słowa Ludu*. Mimo zmiany tytułu na *Słowo* ostatecznie w czerwcu 2006 roku w Świętokrzyskiem Norwegowie pozostawili tylko *Echo Dnia*. Zwolnienia dotknęły obie redakcje i objęły około 30 pracowników. Ale największą fuzję w gronie tytułów orkłowskich przeprowadził już nowy właściciel – Mecom. Z trzech pomorskich tytułów utworzono jeden. W styczniu 2007 roku zamiast *Głosu Szczecińskiego*, *Głosu Koszalińskiego/Ślupskiego* i *Głosu Pomorza* czytelnicy dostali do ręki *Głos – Dziennik Pomorza*. Zabieg ten był jednak na tyle sprytny, że większość odbiorców zapewne nawet nie dostrzegła zmiany, bo w logo nowej gazety można było w dalszym ciągu odczytać dużą czcionką pisany *Głos*

²¹ Fuzja została oprotestowana przez dziennikarzy, ale ostatecznie po 4,5 roku postępowania antymonopolowego przeciwko Polskapresse zostało ono umorzone. Szczegóły postępowania: Szynol 2010a.

²² Z danych sprzedażowych wynika, że trzy dzienniki przed fuzją sprzedawały około 70 tysięcy egzemplarzy średnio dziennie, a nowa gazeta zaledwie 45 tysięcy.

²³ W przeciwieństwie do sytuacji na Dolnym Śląsku przynajmniej w tym przypadku Polskapresse z decyzją o fuzji zaczęła do momentu uzyskania prawomocnego wyroku umarzającego postępowanie antymonopolowe.

Szczeciński i *Głos Koszaliński*. W dolnej części logo można było natomiast zauważyć ‘właściwy’ tytuł: *Głos – Dziennik Pomorza* z drobnymi dopiskami odpowiednio: Zachodniego i Środkowego. W rezultacie nowy dziennik nie stracił zbyt wielu czytelników przyzwyczajonych do starych nazw, a z drugiej zyskał miano lidera w Zachodniopomorskiem pod względem czytelnictwa i sprzedaży. Przy okazji poczyniono również oszczędności, gdyż z pracą pożegnało się 46 osób, w tym 26 dziennikarzy²⁴.

Koniec duopolu i postępująca monopolizacja

W 2006 roku Norwegowie podejmują ważną i trafną dla nich decyzję – rezygnują z mediów. O ile dla ich rodzimego rynku prasowego był to spory szok, bo postanowienie to wiązało się z przejęciem części segmentu prasy codziennej w Norwegii przez Brytyjczyków, o tyle w Polsce nie wzbudziło większego rezonansu. Przede wszystkim dlatego, że nasz rynek od kilkunastu lat był już zdominowany przez zagraniczne podmioty. Poza tym zamiana podmiotu norweskiego na brytyjski nie budziła niepokoju. W dalszym ciągu zachowany był podział na regiony opanowane przez koncern bawarski i te, w których Mecom zastąpił Orklę. Nie zmieniono nawet szefowej w nowo powołanej w listopadzie 2006 roku spółce Media Regionalne do zarządzania byłymi orkłowskimi dziennikami regionalnymi²⁵. Kontrowersje, i to raczej w Skandynawii niż w Polsce, wzbudził fakt, że na zakup medialnych aktywów Orkli w Europie Mecom pożyczył 137 mln euro od... Orkli. Wprawdzie David Montgomery, prezes Mecomu, zapowiadał podniesienie rentowności przejmowanych tytułów prasowych, ale nie było to żadne novum i nawet wielka fuzja tytułów na Pomorzu nikogo specjalnie nie zaskoczyła. Tym bardziej że była przygotowana przez poprzedników. Kontynuowana była nawet reklamowa współpraca w ramach Mediataku.

Sytuację zmienił dopiero projekt *Polska The Times*, uruchomiony 15 października 2007 roku. Polskapresse, bazując na doświadczeniach na rynku niemieckim, a przede wszystkim na podobnym pomysłem wdrożonym w Czechach we wrześniu 2006 roku, chciała go zrealizować także w Polsce. Projekt opierał się na tym, by na bazie istniejących tytułów regionalnych, którym nadano wspólną makietę i strukturę poszczególnych sekcji, zbudować tytuł ogólnopolski. Odtąd dzienniki regionalne miały w nazwie słowo ‘Polska’ oraz swój stary tytuł, np. *Polska Dziennik Bałtycki*, *Polska Głos Wielkopolski* czy *Polska Gazeta Krakowska*²⁶. W celu podniesienia prestiżu gazety podjęto współpracę z brytyjskim *The Times*, stąd też

²⁴ masz-pap, Połączenie dzienników na Pomorzu [http://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/polaczenie-dziennikow-na-pomorzu; 22.04.2017].

²⁵ Joannę Pilcicką odwołano dopiero po przejęciu Mediów Regionalnych przez VGP w 2013 roku.

²⁶ W związku z wdrożeniem projektu *Słowo Polskie Gazeta Wrocławska* zrezygnowała z pierwszych dwóch członów i przyjęła postać *Polska Gazeta Wrocławska*.

obecność jego logo w dziennikach Polskapresse. W regionach, w których koncern posiadał dwa tytuły, tylko jeden realizował projekt, dlatego zmiany nie objęły *Expressu Ilustrowanego* i *Dziennika Polskiego* – w tym ostatnim i tak Polskapresse miała wciąż mniejszościowe udziały. Aby zwiększyć zasięg nowego tytułu, do projektu dokooptowano *Kuriera Lubelskiego*²⁷ i uruchomiono jedenaście nowych tytułów, były to: *Polska Szczecin*, *Polska Koszalin*, *Polska Olsztyn*, *Polska Białystok*, *Polska Kujawy*, *Polska Lubuskie*, *Polska Mazowsze*, *Polska Metropolia Warszawska*, *Polska Kielce*, *Polska Rzeszów* i *Polska Gazeta Opolska*.

Niestety, pierwsze wyniki sprzedażowe *Polski* wskazywały na to, że pomysł się nie przyjął. Już na starcie bowiem sprzedaż nowo utworzonych tytułów była kilkakrotnie niższa niż wydrukowany nakład (średnio blisko 4-krotnie). Rekordzistką była *Polska Mazowsze* z przebitką 5,5²⁸. Po roku sytuacja nie była wiele lepsza, bo mimo znacznej redukcji nakładów wciąż sprzedaż była kilkakrotnie niższa (średnio 3,3 razy). Tym razem niechlubny rekord ustanowiła *Polska Gazeta Opolska* z wynikiem 5,4. Warto dodać, że sprzedaż najmniej popularnych dzienników z tego grona nieznacznie przekraczała w październiku 2008 roku 500 egzemplarzy²⁹. Chyba nie było już wtedy mediaplannera/buyera, który dałby się nabrać na to, że *Polska* jest udanym projektem o zasięgu ogólnokrajowym. Marek Gędek ocenia, że:

cały projekt realizowano bez znajomości rynków mediów regionalnych z narzuconym odgórnie schematem szaty graficznej, z którym wielu czytelników nie chciało i nie umiało się utożsamiać. Zwłaszcza że zmian dokonywano niekiedy z dnia na dzień. Skala klęski była ogromna (Gędek 2015, s. 73).

Co więcej, także koszt wprowadzenia *Polski* na rynek okazał się znaczący. W 2007 roku strata Polskapresse wyniosła blisko 66 mln złotych, a w kolejnym była prawie dwa razy większa – ponad 128 mln. Rok 2009 firma zamknęła również na minusie – prawie 94 mln złotych³⁰.

O porażce świadczył fakt zwolnienia z Polskapresse jednego z pomysłodawców projektu, Tomasza Wróblewskiego, po niespełna roku od uruchomienia *Polski*. Jeszcze dobitniej dowiodło tego zamknięcie większości nowych tytułów z końcem lutego 2009 roku. Na mapie projektu, obok tytułów stricte regionalnych pozostały tylko *Polska Mazowsze* i *Polska Metropolia Warszawska*. W kolejnych latach stopniowo zacierano ślady po projekcie, najpierw zaczęto usuwać dopisek *The Times*, a następnie wycofano się także z tytułu *Polska*. Jediną pozostałością jest dziś ukazująca się dwa razy w tygodniu *Polska Metropolia Warszawska*, choć przy sprzedaży 2720 egzemplarzy (luty 2017, ZKDP) trudno traktować ten tytuł poważnie.

²⁷ Na mocy porozumienia z dotychczasowym wydawcą, firmą Multico, we wrześniu 2008 roku doszło do wykupienia dziennika przez Polskapresse i wtedy przeszedł gruntowną zmianę szaty graficznej.

²⁸ Wykorzystuję ogólnodostępne dane ZKDP.

²⁹ Szczegółowe dane zob.: Szynol 2010b, s. 175.

³⁰ Dane na podstawie raportu firmy Verdict.

Paradoksalnie, to właśnie w ostatnich latach opisywany projekt miałby dużo większe szanse powodzenia. Wszystko za sprawą wycofania się Mecomu z Polski i sprzedaży Mediów Regionalnych konkurentowi, czyli Polskapresse. Za dziewięć dzienników regionalnych i dwanaście bezpłatnych tygodników należąca do VGP spółka zapłaciła jedynie 8 mln złotych³¹. Zgodę na przejęcie tytułów rywala wyraził w październiku 2013 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Postawił tylko jeden warunek – konieczność odsprzedaży *Dziennika Wschodniego* wraz z serwisami internetowymi. Decyzja o tyle mało zrozumiała, że z jednej strony Urząd Antymonopolowy dbał o to, by jeden podmiot nie zdominował regionalnego rynku prasowego w Lubelskiem, ale z drugiej otworzył furtkę do tego, żeby Polskapresse uzyskała niemal monopolistyczną pozycję w całym kraju. Na rynku regionalnej prasy codziennej pozostawało wtedy bowiem zaledwie sześć tytułów, a i tak część z nich miała bardziej charakter lokalny niż regionalny. Po dwa takie tytuły Polskapresse sięgnęła we wrześniu 2014 roku: *Express Bydgoski* i toruńskie *Nowości*. Wraz z miejskimi dziennikami spółka nabyła od właściciela, czyli firmy Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft³², także 17 tygodników lokalnych i drukarnię³³. Pod koniec lutego 2015 roku Polskapresse sfinalizowała scalanie nabytych w poprzednich dwóch latach tytułów, odświeżyła logotyp i zmieniła nazwę na Polska Press Grupa.

Poza koncernem należącym do Verlagsgruppe Passau w segmencie regionalnej prasy codziennej pozostają dziś zaledwie cztery tytuły, ale stricte regionalny i znaczący tylko jeden – *Gazeta Olsztyńska*. Nie dość, że nie ma ona konkurencji na tamtejszym rynku czytelnictwym, to jeszcze zbiera z niego większość reklam i ogłoszeń. Do wydawcy dziennika należy bowiem także 20 tygodników lokalnych. Większościowe udziały w spółce wydawniczej Edytor posiada Franz Xaver Hirtreiter (90%) i już raz negocjował jej sprzedaż. W 2008 roku – jak relacjonuje Mariusz Kowalewski (2010) – 100 mln złotych miał mu oferować Mecom, ale do transakcji ostatecznie nie doszło, bo Brytyjczyków dopadł kryzys i raczej musieli zacząć swoje aktywa sprzedawać, niż kupować nowe. Nawet sami dziennikarze *Olsztyńskiej* spekulują, że prędzej czy później do transakcji dojdzie – to tylko kwestia czasu i ceny.

W stolicy Pomorza Zachodniego pozostał drugi z samodzielnych dzienników regionalnych, wydawany przez polską spółkę o nazwie tożsamej z tytułem – *Kurier Szczeciński*. Jak relacjonuje Paulina Olechowska (2014), o udziały w dzienniku zabiegali zarówno Niemcy, jak i Norwegowie. W 2006 roku Orkli udało się nabyć pół procent udziału w spółce wydawniczej od jednego ze spad-

³¹ Warto w tym miejscu zaznaczyć, że w 2011 roku za 51,01% wydawnictwa Presspublica grupa Gremi Media Grzegorza Hajdarowicza zapłaciła Mecomowi 80 mln złotych, a za resztę udziałów, należących do skarbu państwa, Hajdarowicz zapłacił 55 mln zł.

³² Z którą VGP wymieniał się w 2009 roku udziałami w prasie w Czechach i na Słowacji.

³³ rednow, Polskapresse nowym właścicielem *Expressu Bydgoskiego* [<http://www.expressbydgoski.pl/bydgoszcz/a/polskapresse-nowym-wlascicielem-expressu-bydgoskiego,10866092/>; 23.04.2017].

kobierców, ale ostatecznie sąd tę transakcję unieważnił. Od momentu, gdy Mecom sfuzjonował trzy pomorskie dzienniki Orkli, nie było już sensu zabiegania o *Kuriera*, bo i tak w rankingach czytelnictwa i sprzedaży spadł on na dalsze pozycje. Kto wie, czy z dzisiejszej perspektywy zarządzający gazetą nie zmieniliby swoich wcześniejszych decyzji. Obecnie kondycja *Kuriera Szczecińskiego*, który musi konkurować zarówno z tytułem płatnym Grupy Polska Press (*Dziennik – Głos Pomorza*), jak i jej bezpłatnym miejskim tygodnikiem (*Nasze Miasto*³⁴), jest raczej kiepska. Sprzedaż poniżej 9 tysięcy jest tego najlepszym dowodem.

W południowo-wschodniej Polsce ukazują się jeszcze dwa inne, należące do polskich wydawnictw dzienniki: *Dziennik Wschodni* i *Super Nowości*. Po tym, jak UOKiK nakazał Polskapresse odsprzedać pierwszy ze wspomnianych tytułów, część zespołu redakcyjnego postanowiła poszukać miejscowego inwestora, który wsparłby założenie wydawnictwa i odkupienie gazety. Plan się powiódł i dzięki temu od maja 2014 roku właścicielem *Dziennika* jest spółka Corner Media. Czy jednak dziennik regionalny o średniej dziennej sprzedaży około 5 tysięcy egzemplarzy będzie w stanie utrzymać się na rynku? Zadania na pewno nie ułatwia konkurencyjny *Kurier Lubelski*, choć jego sprzedaż jest jeszcze niższa (ok. 3,5 tys.). Tyle że *Kurier* funkcjonuje w ramach grupy wydawniczej Polska Press. Z kolei *Super Nowości* (Wydawnictwo Prasowe Super Nowości) muszą na Podkarpaciu rywalizować z dużo starszym i silniejszym dziennikiem *Nowiny*. Tabloidowa formuła *SN* podobno sprawdza się nie najgorzej, a sprzedaż w granicach 7 tysięcy egzemplarzy jak na kolportaż ograniczony głównie do największych miast regionu wydaje się wciąż zadowalająca.

Podsumowując, ostatnie lata przyniosły znaczące umocnienie się jednego podmiotu w sektorze regionalnej prasy codziennej. Grupa wydawnicza Polska Press dążyła do uzyskania pozycji monopolistycznej, podobnie jak miało to miejsce na rynku czeskim. Jest to uzasadnione z punktu widzenia ekonomiki mediów, ale rodzi istotne konsekwencje dla czytelników. Po pierwsze, dominacja jednej spółki to oczywiście ograniczenie pluralizmu w omawianym segmencie medialnym, zwłaszcza że w ramach podnoszenia rentowności wydawnictwa łączono/likwidowano tytuły prasowe z wieloletnią tradycją. Po drugie, przy rozbudowanej infrastrukturze wydawniczej i poligraficznej znacząco utrudnione jest funkcjonowanie konkurencyjnych podmiotów, a tym bardziej wchodzenie na rynek nowych. Po trzecie, istnieje nie do końca potwierdzona obawa, że niemiecki właściciel dzienników regionalnych może poprzez swoje gazety wpływać (by nie rzec: manipulować) na opinię publiczną w Polsce. To tylko niektóre powody, dla których zawrotną karierę w ostatnim czasie zrobiło pojęcie „repolonizacja mediów”.

³⁴ Za czasów Mecomu *Moje Miasto Szczecin*.

Repolonizacja a przyszłość regionalnej prasy codziennej w Polsce

Za sprawą kilku polityków oraz dziennikarzy, którzy zasilili szeregi obecnie rządzącej partii, temat nadreprezentacji niemieckiego kapitału w polskich mediach wrócił na agendę ze zdwojoną siłą. Już pierwsze zapowiedzi i kuluarowe rozmowy tuż po wygranych przez Prawo i Sprawiedliwość wyborach sprawiły, że tematem zainteresowały się media w Niemczech. Katarzyna Domagała i Małgorzata Matzke w listopadzie 2015 roku relacjonowały dla internetowego serwisu Deutsche Welle, że polski rząd wziął na celownik niemieckich wydawców.

Obok przekształcenia mediów publicznych w narodowe niekomercyjne instytucje kultury, którymi kierować będą jednoosobowe zarządy, chodzi również o zmiany w strukturze własności mediów pod kątem „repolonizacji”. Mowa jest o częściowym „wyparciu niemieckich wydawców” z rynku, „odkupieniu od nich udziałów”, tworzeniu „polskich mediów” (Domagała, Matzke 2015).

Prawdziwą burzę wywołał jednak dopiero artykuł Wojciecha Czuchnowskiego w *Gazecie Wyborczej*, w którym dziennikarz stwierdził, że:

rząd analizuje możliwość zakupu niemieckiego koncernu Polska Press, właściciela większości gazet regionalnych w Polsce. Kupującym ma być bank PKO BP. Gra idzie o 20 dzienników w 15 województwach i 100 lokalnych tygodników (Czuchnowski 2016).

Autor artykułu podał nawet przepis na to, jak na bazie przejętych gazet miałyby powstać partyjny koncern prasowy. Oczywiście w oficjalnych wypowiedziach wszyscy potencjalni udziałowcy tego projektu zaprzeczyli, ale lawina spekulacji ruszyła. Pod koniec stycznia 2017 roku z kolei media informowały o próbach przejścia przez PiS telewizyjnego kanału informacyjnego TVN24³⁵.

Trudno uwierzyć, by opiniotwórcze gazety same wykreowały powyższe tematy, tym bardziej że po fazie mniej lub bardziej potwierdzonych doniesień medialnych pojawiły się oficjalne wypowiedzi polityków rządzącej partii. Wynika z nich jasno, że pomysł repolonizacji mediów jest traktowany w decyzyjnych gremiach poważnie i rozważane jest przyjęcie ustawowych regulacji w tym zakresie. Jasny sygnał dał lider PiS-u Jarosław Kaczyński na spotkaniu 28 stycznia z łódzkimi działaczami partii. Stwierdził, że konieczna jest reforma mediów, a jako przykład ich niewłaściwego funkcjonowania prezes Kaczyński podał sektor regionalnej prasy codziennej. Lider PiS-u opowiedział się za wykorzystaniem regulacji z ustawy medialnej we Francji³⁶.

Swoistym katalizatorem prac nad ustawą stał się list prezesa Ringier Axel Springer Media do pracowników firmy w Polsce (czyli głównie dziennikarzy

³⁵ Zob.: G. Balawender, PiS chciał kupić TVN24 [<http://www.rp.pl/Media-i-internet/170139899-PiS-chcial-kupic-TVN24.html>; 24.04.2017].

³⁶ Zob.: M. Krzymowski, Plany repolonizacji mediów. Od czego chce zacząć Kaczyński? [<http://www.newsweek.pl/polska/polityka/plany-repolonizacji-mediow-od-czego-chce-zaczac-kaczynski-artykuly,404401,1.html>; 24.04.2017].

Faktu, *Newsweeka* i portalu Onet). W ujawnionym w połowie marca e-mailu Mark Dekan komentował m.in. udaną reelekcję Donalda Tuska na szefa Rady Europejskiej i tym samym porażkę polskiego rządu oraz Jarosława Kaczyńskiego, otwarcie sprzeciwiających się temu wyborowi. Dekan sugerował polskim dziennikarzom, że dla tych, którzy cenią sobie takie wartości, jak wolność i demokracja (czyli także dla dziennikarzy RASP), tylko zjednoczona Europa i mocne poparcie Polski dla UE daje szansę na „pomyślność przyszłych pokoleń”. List był szeroko komentowany w różnych mediach i przyjmowany skrajnie odmiennie w zależności od sympatii politycznych poszczególnych redakcji. Jednym z najbardziej krytycznych głosów był materiał w głównym wydaniu Wiadomości w TVP zatytułowany „Skandaliczna instrukcja dla dziennikarzy”.

Tydzień później rutynowy, cotygodniowy przekaz Dekana do pracowników stał się przedmiotem 56. posiedzenia sejmowej Komisji Kultury i Środków Przekazu. W czasie drugiej części debaty wicepremier i minister kultury, Piotr Gliński, zapowiedział, że do połowy roku gotowy będzie projekt nowelizacji prawa prasowego i dekoncentracji rynku medialnego, nad którymi mają pracować wspólnie: resort kultury, UOKiK i KRRiT. Dzień później, podczas 57. posiedzenia dyskutowano o sytuacji prasy w Polsce³⁷. W trakcie dwudniowych obrad padało niewiele argumentów merytorycznych, za to nie brakowało politycznych przepychanek i argumentów *ad personam*. Posłanka Elżbieta Kruk argumentowała, że zawłaszczenie polskiej prasy przez zagraniczne podmioty jest tak wysokie (80%), że staliśmy się ewenementem na skalę światową. Takie zjawiska występowały w krajach kolonialnych – perorowała posłanka PiS-u. Krzysztof Mieszkowski z Nowoczesnej z kolei uznał, że powinniśmy być wdzięczni zagranicznym inwestorom za to, że uratowali polskie media. Joanna Lichočka, posłanka PiS-u, a nieco wcześniej dziennikarka telewizji Republika, zarzucała przedstawicielom opozycji, że nie mają pojęcia o wolności słowa i lepiej, żeby się w ogóle na ten temat nie wypowiadali.

W oficjalnym tonie wypowiadał się także wiceminister kultury Jarosław Sellin, ale głównym przesłaniem było powtórzenie słów lidera partii, że Polska powinna zaostriżyć prawo własności mediów na wzór regulacji stosowanych we Francji. Politycy najchętniej powoływali się na raport „Koncentracja kapitału w mediach i jej zapobieganie we Francji oraz Niemczech” wykonany na zlecenie Instytutu Staszica³⁸. Abstrahowali przy tym jednak od kontekstu historycznego, politycznego, a przede wszystkim ekonomicznego, które miały kluczowe znaczenie w rozwoju zarówno regulacji prawnych, jak i samego rynku prasy codziennej w analizowanych krajach. Sellin zaprzeczył, jakoby rząd miał gotowy plan „odbicia” gazet lokalnych i regionalnych w celu wygrania najbliższych wyborów

³⁷ Retransmisja posiedzeń do odtworzenia [<http://www.sejm.gov.pl/Sejm8.nsf/PosKomZreali-zowane.xsp?komisja=KSP#56> (57)].

³⁸ Do pobrania ze strony: [http://instytutstaszica.org/wp-content/uploads/2017/03/IS_koncentracja_mediow_i_jej_zapobieganie_we_Francji_i_Niemczech.pdf].

samorządowych, ale z drugiej strony nie wykluczył możliwości przejmowania mediów od zagranicznych inwestorów przez spółki skarbu państwa³⁹.

Repolonizacja stała się zatem areną walk politycznych i pewnego rodzaju wytrychem w dyskusji nad przyszłością prasy w Polsce, w szczególności regionalnej prasy codziennej⁴⁰. Politycy zdają się przy tym nie dostrzegać kilku najistotniejszych aspektów. W dyskusji o zdominowaniu mediów drukowanych bardzo często myli się poszczególne segmenty prasowe. Politykom zależy głównie na mediach informacyjnych, a nie kolorowych magazynach, choć akurat w tym ostatnim segmencie udział obcego kapitału jest bodaj największy, zwłaszcza biorąc pod uwagę kilkusetmilionowe nakłady niektórych tytułów. Mylne jest przekonanie wielu uczestników tej dyskusji, że prasa lokalna została zdominowana przez niemieckich inwestorów⁴¹. Politycy nie zadali sobie nawet trudu, by dokładnie sprawdzić i policzyć, ile lokalnych tygodników i miesięczników należy do grupy wydawniczej z Passau. Szybko przekonaliby się, że większość gazet strictly lokalnych jest wydawana przez polskie podmioty lub przy współudziale Polska Press Grupy. Podczas wspomnianych już marcowych posiedzeń sejmowej Komisji KiŚP prezes Izby Wydawców Prasy, Wiesław Podkański, słusznie stwierdził, że tylko skromna część wydawców prasy lokalnej należy do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (132 wydawców, 340 tytułów). Stąd tak nieprecyzyjne są szacunki dotyczące nie tylko wyników sprzedaży, ale także struktury własnościowej całego sektora, który prezes IWP ocenia na 1600 tytułów (i to tylko tygodników lokalnych).

Problemy typologiczne piętczą się jeszcze bardziej, gdy pod uwagę weźmiemy wkładki do dzienników regionalnych. Z deklaracji grupy wydawniczej Polska Press wynika, że raz w tygodniu, najczęściej w czwartki lub piątki, dołączają do swoich regionalnych tytułów ponad 100 dodatków lokalnych w postaci osobnych grzbietów. Można je zatem traktować jako niemal osobne byty medialne. Rekordzistą pod tym względem jest *Dziennik Zachodni* z 32 takimi wkładkami. Niejednokrotnie są to dobrze znane lokalnym społecznościom tygodniki, które w latach 90. funkcjonowały zupełnie samodzielnie, a po wykupieniu przez koncern Passauera zostały włączone do dzienników regionalnych. Stanisław Michalczyk (2000, s. 80, 170 i nast.) proponował nawet stworzyć dla nich osobną kategorię – prasa mikroregionalna. Podobnie zresztą jak dla lokalnych czy raczej (wielko-)miejskich dodatków do *Gazety Wyborczej*.

³⁹ Zob.: [<http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/repolonizacja-mediow,220,0,2283740.html>; 24.04.2017].

⁴⁰ Pomysł ograniczenia obcego kapitału w mediach może także liczyć na poparcie 60% Polaków – wynika z sondażowego badania, przeprowadzonego na zlecenie domu mediowego UM. Podaje za: [<http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/repolonizacja-mediow-badanie-poparcia-spoolecznego;24.04.2017>].

⁴¹ Niestety, w błąd wprowadzali także dziennikarze niektórych ogólnokrajowych mediów, zob. np.: [<http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artykul/repolonizacja-mediow-projekt-pis,174,0,2266798.html>; 24.04.2017].

To również nie wyczerpuje problemów definicyjnych i metodologicznych w odniesieniu do podziału na prasę regionalną i lokalną⁴². Wśród tytułów powszechnie uznawanych za dzienniki regionalne można znaleźć i takie, których ograniczony obszar dystrybucji i zawartość sugerują ich lokalny charakter. Na przykład *Express Ilustrowany*, zgodnie z deklaracją wydawcy, jest kolportowany tylko w trzech powiatach województwa łódzkiego i w istocie trudno dziś go uznać za regionalny (mimo ponadregionalnego zasięgu w okresie międzywojennym). Wątpliwości można mieć także w odniesieniu do *Super Nowości*, kolportowanych w kilkunastu największych miastach Podkarpacia. Także trzy wymienione w tym opracowaniu kurieri: *Szczeciński*, *Poranny* i *Lubelski* mają raczej lokalny charakter, nawet jeśli wydawnictwa deklarują kolportaż na terenie całego województwa. O ile w przypadku *Kuriera Szczecińskiego* przy prawie 17-tysięcznym nakładzie jest to możliwe do zrealizowania, o tyle w przypadku dwóch pozostałych (6–7 tys.) – praktycznie niemożliwe.

Podsumowując te krótkie rozważania typologiczne, warto odnotować pewną prawidłowość. Od momentu, gdy z polskiego pejzażu medialnego zaczęły znikać popołudniówki oraz gazety codzienne byłych miast wojewódzkich, pojawiła się tendencja, żeby traktować dzienniki jako periodyki regionalne. Nawet w opracowaniach naukowych dotyczących statystyki tytułów regionalnych i lokalnych dzienniki są traktowane łącznie (np. Filas 1994, 1999). Być może wynika to z faktu, że jedną z charakterystycznych cech prasy lokalnej i sublokalnej stała się ich częstotliwość (najczęściej tygodniki lub miesięczniki). Ostatnim poziomem, na którym informacje są przekazywane w cyklu codziennym, jest prasa regionalna, stąd też naturalna predylekcja do tego, by dziennik, nawet w swej treści skierowany do mieszkańców średnich lub dużych miast wraz z przyległościami (vide *Kurier Poranny* w Białymstoku), traktować jak prasę regionalną. W przypadku badań komparatystycznych należy zwracać uwagę na to, że metodologicznie takie ujęcie może być kwestionowane.

Zakończenie

Kondycja regionalnej prasy codziennej nie jest dzisiaj najlepsza. I nie zmieni tego nawet wieloletnia historia większości pokrótce opisanych tytułów czy – słabnące z roku na rok – przywiązanie czytelników do tradycyjnych mediów. Od ponad dekady obserwujemy systematyczne spadki sprzedaży egzemplarzowej gazet codziennych, a w ostatnich latach tendencja ta jeszcze się nasiliła. Dwucyfrowe wyniki in minus w procentowych zestawieniach rok do roku nikogo już dzisiaj nie dziwią. Dane za ostatnie dwa lata (2015–2016) przedstawiono w tabeli 1.

Porównując średnią sprzedaż ogółem w 2016 roku do poprzedniego, wszystkie dzienniki odnotowały znaczące spadki. W gronie 24 tytułów tylko trzy zmieściły

⁴² Po szczegółowe opracowanie tego problemu odsyłam do: Szynol 2011.

Tabela 1. Średni nakład i sprzedaż ogółem dzienników regionalnych w latach 2015–2016

Tytuł	2015		2016		Dynamika w proc.
	nakład	sprzedaż	nakład	sprzedaż	
<i>Gazeta Pomorska</i>	46 541	40 778	42 247	36 870	-9,6
<i>Dziennik Zachodni</i>	56 337	39 513	50 905	33 957	-14,1
<i>Głos Wielkopolski</i>	38 616	29 779	34 380	26 509	-11
<i>Express Ilustrowany</i>	37 402	28 415	33 006	24 106	-15,2
<i>Dziennik Bałtycki</i>	32 194	24 074	29 145	20 566	-14,6
<i>Dziennik Łódzki</i>	32 398	22 665	28 151	19 673	-13,2
<i>Głos – Dziennik Pomorza</i>	28 985	22 472	25 925	19 450	-13,4
<i>Gazeta Lubuska</i>	24 398	20 103	22 734	18 001	-10,5
<i>Echo Dnia</i>	26 726	19 403	23 843	16 659	-14,1
<i>Dziennik Polski</i>	26 583	18 833	24 492	16 562	-12,1
<i>Gazeta Krakowska</i>	23 683	16 696	21 727	14 696	-12
<i>Nowiny</i>	21 668	15 889	19 707	14 219	-10,5
<i>Gazeta Wroclawska</i>	23 408	16 295	20 726	14 187	-12,9
<i>Gazeta Olsztyńska</i>	21 941	14 422	18 633	12 175	-15,6
<i>Nowa Trybuna Opolska</i>	19 969	14 321	17 707	12 159	-15,1
<i>Nowości</i>	17 152	12 646	14 718	11 327	-10,4
<i>Express Bydgoski</i>	16 419	11 048	13 997	10 057	-9
<i>Kurier Szczeciński</i>	19 752	11 050	17 890	9 716	-12,1
<i>Super Nowości</i>	14 321	8 250	13 127	7 409	-10,2
<i>Dziennik Wschodni</i>	9 898	6 329	9 538	5 809	-8,2
<i>Gazeta Współczesna</i>	8 289	6 262	7 754	5 449	-13
<i>Kurier Poranny</i>	6 984	5 333	6 629	4 788	-10,2
<i>Kurier Lubelski</i>	7 663	4 276	7 254	3 708	-13,3
<i>Polska Metropolia Warszawska</i>	10 699	3 740	9 087	2 998	-19,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ZKDP.

się w wyniku jednocyfrowym: *Gazeta Pomorska*, *Express Bydgoski* i *Dziennik Wschodni*. Z kolei największą stratę zanotowała *Polska Metropolia Warszawska*, której dalsze utrzymywanie wydaje się pozbawione racjonalnych podstaw, zwłaszcza przy zwrotach na poziomie ponad 60%.

Sytuacji omawianego segmentu nie uratują wydania elektroniczne, bo ich sprzedaż waha się od kilkudziesięciu do kilkuset 'egzemplarzy'⁴³. Nie ma jednak wątpliwości, że obecność produkowanych przez prasowe newsroomy treści w Internecie jest dziś ich jedyną drogą do przetrwania. Wydawcy na całym świecie ponoszą skutki bezpłatnego udostępniania przez kilka, a nawet kilkanaście lat własnych treści w sieci i teraz muszą z tym przyzwyczajeniem odbiorców walczyć. Głównym sposobem na to są tak zwane *paywalle*, czyli płatny dostęp do zawartości udostępnianej *online*. Nieudana okazała się na polskim rynku próba ze słowacką firmą Piano Media. Projekt, w który zaangażowało się wielu polskich wydawców, w tym Polskapresse, Media Regionalne i Agora, został ostatecznie zamknięty z końcem sierpnia 2016 roku. Agora uruchomiła więc własny *paywall* metryczny, dzięki któremu zgromadziła już ponad 100 tysięcy płatnych subskrybentów. Tą drogą zamierza również podążać Polska Press, choć na razie bez większych sukcesów. Póki co dzienniki regionalne zbierają unikalnych użytkowników w sieci. Ich liczba według ostatnich danych Gemiusa robi wrażenie⁴⁴. Wśród serwisów internetowych dzienników regionalnych najlepiej wypadł *dziennikzachodni.pl*, który w lutym 2017 roku zgromadził ponad 2,3 mln użytkowników. Pod względem liczby odsłon bezkonkurencyjne było jednak kieleckie *echodnia.eu*, które w ciągu miesiąca uzbierało ich ponad 23 miliony⁴⁵. Tyle tylko że na razie te statystyki nie przekładają się na wyniki finansowe wydawcy.

Polska Press była także do niedawna wysoko notowana w serwisach tematycznych, nawet na drugim miejscu w sferze informacyjno-publicystycznej, ale od ponad roku Megapanel takich danych już nie publikuje. Aby wzmocnić swoją obecność w Internecie, z końcem 2016 roku spółka uruchomiła studio telewizyjne w Warszawie i zapowiedziała aranżację takich pomieszczeń także w swoich regionalnych oddziałach. Na razie jest zbyt wcześnie, by ocenić szansę powodzenia tego projektu, ale dowodzi on jasno, że firma stawia na Internet i treści wideo. Być może właśnie tym zamierza się odróżnić od lokalnej konkurencji, a nawet od graczy ogólnopolskich, którzy nie zawsze dysponują wartościowym kontentem lokalnym. Jak zauważa T. Mielczarek (2014, s. 15):

ostatnie ćwierćwiecze nie było zbyt łaskawe dla gazet regionalnych. Paleta oferowanej prasy znacznie zubożała. Bliższa analiza ich zawartości skłania też do wniosku, że proponowane treści, prowadzone kampanie informacyjne, akcje promocyjne, nie mówiąc już o szacie graficznej analizowanych gazet, uległy stopniowemu upodobnieniu.

⁴³ Najlepsze wyniki odnotowuje *Echo Dnia*, wg ZKDP 822 w lutym 2017.

⁴⁴ Dane za luty 2017 podają za: [<http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/serwisy-regionalne-trojmiasto-pl-przed-dziennikzachodni-pl-silesion-pl-kamila-durczoka-pozza-czolowka>; 24.04.2017].

⁴⁵ W obu kategoriach wygrał jednak portal *trojmiasto.pl*.

Ale z drugiej strony badacz dodaje, że dzienniki regionalne „są nadal jednym z podstawowych mediów integrujących społeczności lokalne, dokumentują ich codzienne życie ekonomiczne, kulturalne i społeczne” (Mielczarek 2014, s. 15). I dobrze by było, żeby politycy w pełnieniu tej funkcji im nie przeszkadzali.

Bibliografia

- Bajka Z. (1994). Kapitał zagraniczny w polskich mediach. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 5–22.
- Bajka Z. (1998). Kapitał zagraniczny w polskiej prasie – lata dziewięćdziesiąte. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 21–35.
- Bajka Z. (2008). Historia mediów. Kraków: Towarzystwo Słowaków w Polsce.
- Cira K. (2000). Zagraniczne koncerny prasowe na polskim rynku dzienników regionalnych. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 7–33.
- Czuchnowski W. (2016). Powstanie koncern prasowy PiS? „Padły słowa, że trzeba kupić Fakt, ale to był tylko taki żart...”. *Gazeta Wyborcza*, 19 października [http://wyborcza.pl/7,75398,20857172,powstanie-koncern-prasowy-pis-padly-slowa-ze-trzeba-kupic.html; 24.04.2017].
- Domagała K., Matzke M. (2015). Repolonizacja mediów: Polskie media pod obserwacją. 29 listopada [http://www.dw.com/pl/repolonizacja-mediow-polskie-media-pod-observacja/a-18881567; 24.04.2017].
- Dzierżyńska-Mielczarek J. (2014). *Polska Dziennik Zachodni*. W: P. Kuca, W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński (red.). *Dzienniki regionalne w Polsce* (s. 192–205). Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Dziki S. (2000). Prasa w rozwoju historycznym. W: Z. Bauer, E. Chudziński (red.). *Dziennikarstwo i świat mediów* (s. 32–58). Kraków: Universitas.
- Filas R. (1991). Prasa polska w procesie przemian 1989–1991. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Filas R. (1994). Pięć lat przemian mediów w Polsce: bilans wstępny. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 57–66.
- Filas R. (1999). Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999). *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 31–55.
- Filas R. (2014). *Polska Gazeta Krakowska*. W: P. Kuca, W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński (red.). *Dzienniki regionalne w Polsce* (s. 206–217). Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Ğędek M. (2015). Rynek medialny w Polsce. Zarys ewolucji ostatnich czterdziestu lat. Lublin: Norbertinum.
- Grzelewska D., Habielski R., Kozieł A., Osica J., Piwońska-Pykało L., Skwierawski F. (1999). Prasa, radio i telewizja w Polsce. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Kowalewski M. (2014). Ile wytrzyma Edytor. *Press*, nr 10, s. 10–11.
- Kuca P., Furman W., Wolny-Zmorzyński K. (red.) (2014). *Dzienniki regionalne w Polsce*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Łojek J., Myśliński J., Władysław W. (red.) (1988). *Dzieje prasy polskiej*. Warszawa: Wydawnictwo Interpress.
- Michałczyk S. (2000). Media lokalne w systemie komunikowania. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mielczarek T. (2007). Monopol, pluralizm, koncentracja. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

- Olechowska P. (2014). *Kurier Szczeciński*. W: P. Kuca, W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński (red.). *Dzienniki regionalne w Polsce* (s. 136–151). Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Pisarek W. (1995). *Ogólnoinformacyjna prasa codzienna w Polsce. Zmiany lat 1989–1995*. Ekspertyza nr 81 dla Biura Studiów i Ekspertyz Sejmu RP.
- Schliep K. (1996). *Prywatyzacja prasy codziennej*. W: G. Kopper, I. Rutkiewicz, K. Schliep (red.). *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995* (s. 129–138). Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ.
- Sonczyk W. (1999). *Media w Polsce. Zarys problematyki*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Szynol A. (2004). *Prasa codzienna na Dolnym Śląsku 1989–2003*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskiej Szkoły Wyższej Edukacji TWP.
- Szynol A. (2010a). Cztery i pół roku sądowej batalii UOKiK kontra Polskapresse – krótka historia monopolizowania rynku regionalnej prasy codziennej na Dolnym Śląsku. W: K. Pokorna-Ignatowicz (red.). *Media lokalne i dziennikarstwo. Aspekty współczesne i historyczne* (s. 49–66). Kraków: Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego.
- Szynol A. (2010b). *Prasa regionalna w Polsce 20 lat po przełomie ze szczególnym uwzględnieniem Dolnego Śląska – stan obecny i perspektywy rozwoju*. W: K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman (red.). *Radio i gazety. Transformacja polskich mediów regionalnych po 1989 roku* (s. 161–177). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Szynol A. (2011). *Media regionalne a lokalne – główne problemy definicyjne*. W: S. Michalczyk, D. Krawczyk (red.). *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki*, tom II (s. 101–125). Gliwice: OLPRESS.
- Szynol A. (2016). From political to economic monopoly – the case of regional dailies in Poland. W: K. Konarska, A. Szynol (red.). *Media and Journalism in the Digital Era* (s. 25–39). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.

STRESZCZENIE

Regionalna prasa codzienna stanowi szczególnie element systemu medialnego w Polsce. To pod względem zasięgu prasy ostatni szczebel, dzięki któremu czytelnik otrzymuje każdego dnia bieżące informacje. W ostatnim okresie segment ten przechodził wiele istotnych transformacji. Po wielu latach walki o dominację, na rynku pozostał praktycznie tylko jeden liczący się podmiot: Polska Press Grupa, będąca częścią niemieckiego holdingu Verlagsgruppe Passau. Dokonująca się monopolizacja nie jest zjawiskiem korzystnym dla odbiorców, choćby ze względu na zaniżającą konkurencję w tym sektorze oraz na możliwość sterowania opinią publiczną (a takie zarzuty pojawiały się wielokrotnie w przestrzeni politycznej i medialnej). Równocześnie mamy do czynienia ze stale słabnącym zainteresowaniem prasą, także regionalną, ze strony odbiorców. Świadczą o tym dane o kurczącym się czytelnictwie i dramatycznie spadającej sprzedaży. Tego trendu nie jest w stanie zrównoważyć aktywność wydawców w sferze mediów cyfrowych. Zatem przyszłość opisywanego segmentu stoi pod znakiem zapytania. Sytuację dodatkowo komplikuje zapowiedź polityków dotycząca repolonizacji mediów. W szczególności miałoby to dotyczyć właśnie regionalnej prasy codziennej. Konkretnych propozycji przeprowadzenia tej skomplikowanej operacji na razie nie poznaliśmy. W tym aspekcie warto się zastanowić, czy i komu miałyby służyć prasa regionalna zarządzana przez wskazane podmioty gospodarcze. Otwarte pozostaje więc pytanie, jak w niedalekiej przyszłości funkcjonować będzie regionalna prasa codzienna i czy przypadkiem nie okaże się, że jej egzystencja jest poważnie zagrożona.

Słowa kluczowe: prasa regionalna, monopolizacja, Verlagsgruppe Passau (VGP), Polska Press Grupa, repolonizacja