


## WSPÓŁPRACA REGIONALNYCH/LOKALNYCH WYDAWCÓW PRASOWYCH JAKO PRZYKŁAD INTERNACJONALIZACJI MEDIÓW

Paulina Olechowska

 [orcid.org/0000-0002-6110-6656](https://orcid.org/0000-0002-6110-6656)

Instytut Polonistyki, Kulturoznawstwa i Dziennikarstwa  
Uniwersytet Szczeciński

### ABSTRACT

#### **Collaboration of Regional/Local Press Editors as an Example of Internationalization of the Media**

One of the forms of internationalization of the print media is the collaboration of regional/local press editors from neighboring countries. This cooperation may be analyzed from an economic or editorial point of view. It can take different forms – from the simplest ones whose degree of transnationalization/deterritorialization of coverage is low (information about the neighboring country) to those of a higher degree of internationalization (joint production and distribution of media content). The goal of this article is to present theoretical frameworks of different forms of collaboration among press editors from neighboring countries and selected examples of such collaboration in Europe.

**Keywords:** European borderlands, internationalization of media, transboundary media and journalism, print media, press editors

### *Wstęp*

Dotychczasowe badania nad komunikacją medialną ograniczają się zwykle do ram krajowych, a granice państwowe wciąż stanowią główny czynnik określający granice dziennikarstwa i oddziaływania mediów. Pomimo to procesy globalizacyjne i integracyjne wpływają na wzrost medialnej przepuszczalności granic państwowych; sprawiają, że tradycyjne formy komunikacji są coraz częściej osadzone

i analizowane przez medioznawców i badaczy innych dyscyplin naukowych w szerszych, zglobalizowanych strukturach medialnych, ofertach i wzorcach użytkowania (Wessler, Averbek-Lietz 2012, s. 5). Jednym z aspektów tego zjawiska jest internacjonalizacja mediów, polegająca na wychodzeniu mediów i dziennikarstwa poza ramy wyznaczone państwowymi granicami. Przykładem mediów *przekraczających i pokonujących* ramy krajowych systemów medialnych (Oniszczuk 2017, s. 8) są media i dziennikarstwo transgraniczne, oferujące ponadgraniczną treść przekazu, a dzięki bi- lub multinarodowym kodom przekazu (np. wielojęzyczności) wchodzące w skład międzynarodowego systemu komunikowania. Badania określające stopień transnacionalizacji czy deterytorializacji mediów – poza analizą ich cech dystynktywnych, takich jak kody, forma i treść – powinny uwzględniać również sposoby produkcji przekazu oraz rodzaj współpracy dziennikarzy sąsiadujących krajów. Współpraca ta ma bowiem istotne znaczenie dla tworzenia wspólnej przestrzeni medialnej obszaru pogranicza. Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie teoretycznych koncepcji dotyczących zakresów internacjonalizacji prasy oraz modelowych ujęć współpracy regionalnej/lokalnej wydawców prasowych pochodzących z sąsiadujących krajów na podstawie wybranych przykładów z europejskich regionów pograniczy.

### *Internacjonalizacja mediów oraz media transgraniczne – zagadnienia teoretyczne*

Proces internacjonalizacji jest przede wszystkim przedmiotem badań nauk ekonomicznych. W literaturze naukowej występuje zróżnicowanie teorii, nie ma jednej obowiązującej definicji tego procesu, który w największym skrócie oznacza zjawisko oznaczające „(...) każdą formę i zakres powiązań różnych działalności przedsiębiorstw z rynkami zagranicznymi” (Barłożewski 2017, s. 17). Na potrzeby niniejszego opracowania pojęcie internacjonalizacji zostaje przeniesione na grunt nauk o mediach, w których – według przyjętego założenia – proces ten określa zakres umiędzynarodowienia przekazów medialnych wyrażony:

1. różnymi wymiarami form współpracy wydawców/redakcji sąsiadujących krajów (co znajduje odzwierciedlenie w różnych sposobach produkcji przekazu);
2. wskaźnikami określającymi stopień umiędzynarodowienia przekazów (treści przekazów), będących rezultatem tej współpracy.

Analizując międzynarodowy obieg informacji, Preben Sepstrup wyróżnił jego dwa rodzaje: *dwukierunkowy* – gdy przekaz powstający w jednym kraju, i dla niego przeznaczony, jest odbierany w sąsiednim kraju; *wielokierunkowy* – kiedy produkowany i rozpowszechniany przekaz nie ma z góry określonego odbiorcy krajowego (Zanderowski, Cebul, Krycki 2010, s. 339). W niniejszym artykule analizie zostały poddane jedynie dwukierunkowe przekazy, typowe dla mających niszowy i elitarny charakter mediów transgranicznych (por. Wessler, Brüggemann 2012, s. 79), za które uznaję przekazy spełniające kryteria odnoszące się do:

1. organizacji zespołów redakcyjnych – są wynikiem współpracy formalnej lub nieformalnej dziennikarzy z dwu (lub więcej) krajów;
2. zasięgu terytorialnego/grupy docelowej – ukazują się na obszarze pogranicza (rozumianego jako obszar położony w sąsiedztwie, w pobliżu granicy, po obu jej stronach), tym samym są skierowane do transgranicznej publiczności;
3. kodu przekazu – są dwujęzyczne;
4. treści przekazu – są ukierunkowane na problematykę dotyczącą funkcjonowania pogranicza zamieszkanego przez społeczności różnych narodowości (Olechowska 2014, s. 262).

Wskazane przeze mnie cechy definiujące media transgraniczne zawierają możliwie najwięcej elementów analitycznych tego typu mediów obejmujących: struktury organizacyjne instytucji medialnych, twórców mediów/produkcję przekazu, analizę zawartości (kod i treść). Istotą zaprezentowanych poniżej opisów form współpracy wydawców tworzących transgraniczne media drukowane jest zwrócenie uwagi na niewidoczny – z punktu widzenia odbiorców tego typu przekazów – element sposobu produkcji treści, którym są formy organizacji współpracy dwu- lub wielonarodowych zespołów redakcyjnych.

Autorem teorii w zakresie internacjonalizacji mediów drukowanych jest niemiecki medioznawca Jürgen Wilke, który wskazał cztery główne formy internacjonalizacji wydawców prasowych:

1. przejęcie zagranicznego wydawcy (produktu);
2. współpraca między wydawnictwami;
3. ekspansja wydawców zagranicznych;
4. produkcja i dystrybucja przekazów międzynarodowych (Wilke 1999, s. 49).

**Tabela 1. Współpraca między wydawcami jako jedna z form internacjonalizacji mediów drukowanych według Jürgena Wilkego**

Wymiar gospodarczy / ekonomiczny	Wymiar dziennikarski / redakcyjny
Udział finansowy	Współpraca redakcyjna niezależnych wydawców
Współpraca w zakresie druku / dystrybucji / pozyskiwania reklam / dostarczania informacji itp.	
Założenie filii za granicą	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Wilke (1999). Strategien und Grenzen der Internationalisierung von Massenmedien. W: K. Imhof, O. Jarren, R. Blum (eds.). Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, s. 52

Według Wilkego współpraca wydawców prasowych pochodzących z różnych krajów posiada dwa wymiary – gospodarczy/ekonomiczny oraz dziennikarski/redakcyjny. W zakresie gospodarczym obejmuje ona formy współpracy w różnych obszarach: własności/udziału finansowego; produkcji (druku, sprzedaży, marketingu i reklamy, udostępniania informacji/grafik/dostawy różnych składowych

przekazów medialnych); zarządzania i logistyki (filie za granicą). W zakresie współpracy redakcyjnej metod współdziałania jest znacznie więcej, przybierają one różne formy, począwszy od tych podstawowych (np. pomoc w poszukiwaniu źródeł informacji) poprzez wymianę materiałów do wspólnej produkcji materiałów prasowych (Wilke 1999, s. 52).

### *Rodzaje form współpracy wydawców prasowych sąsiadujących krajów*

Akcentowany w rozważaniach teoretycznych aspekt deterytorializacji mediów transgranicznych powoduje, że zaproponowaną przez Jürgena Wilkego typologizację form ponadnarodowej współpracy wydawców prasowych można rozszerzyć o kolejne kategorie, wskazujące na różne wymiary/stopnie czy charakter transnacionalizacji mediów. Jeden z podziałów proponuje Robert H. Schmidt, który badając pod koniec lat 70. XX wieku wzorcowe dla współpracy transgranicznej media „Wielkiego Regionu” Saar-Lor-Lux<sup>1</sup> (por. Goulet, Vatter 2013, s. 2), wskazał:

1. wymianę lub dystrybucję materiałów z jednego kraju przez granicę do kraju sąsiada;
2. informowanie o wydarzeniach w kraju sąsiada;
3. wspólną produkcję programów przez redakcje sąsiadujących ze sobą krajów (Schmidt 1978, s. 11–12).

Najbardziej rozbudowaną kategoryzację form międzynarodowej kooperacji wydawców/nadawców przedstawił Bernd Blöbaum, który na podstawie wywiadów współpracujących ze sobą właścicieli mediów niemiecko-holendersko-belgijskiego pogranicza wyodrębnił:

1. współpracę merytoryczną – opartą na opracowywaniu wspólnych materiałów dziennikarskich i wymianie informacji;
2. współpracę strukturalną – jej przejawem jest ustanowienie organu koordynującego współpracę (biuro kontaktów), której podstawą jest partnerska umowa;
3. współpracę kadrową – polegającą na współpracy i wymianie redaktorów, wolontariuszy czy praktykantów;
4. współpracę finansową – kiedy to realizowane projekty transgraniczne oparte są na wspólnym budżecie (zazwyczaj zaangażowanie środków UE) i ustalonych zasadach w sprawie rozliczania kosztów;
5. współpracę w zakresie public relations i reklamy (Blöbaum 1999, s. 42).

<sup>1</sup> Niemiecko-francusko-luksemburski obszar przygraniczny, obejmujący suwerenne państwo Luksemburg, Region Walonii w Belgii, francusko-niemiecką część Belgii, Lotaryngię, francuski departament Meurthe-et-Moselle oraz niemieckie kraje związkowe Saara i Nadrenia-Palatynat.

Jak wynika z powyższych ustaleń teoretycznych, granice pomiędzy zaproponowanymi przez niemieckich<sup>2</sup> medioznawców typologiami form współpracy wydawców i dziennikarzy sąsiadujących ze sobą krajów są płynne, wskazane typologie wzajemnie dopełniają się. Zaprezentowane w dalszej części artykułu przykłady wybranych typów współpracy wydawców prasowych europejskich pograniczy mają na celu udowodnienie tezy o ewolucji form współpracy wydawców prasowych w toku produkcji przekazów. Dlatego zaprezentowany poniżej opis jest propozycją określania stopnia transgraniczności mediów, począwszy od współpracy merytorycznej poprzez strukturalną do kadrowej.

Konsekwencją współpracy strukturalnej (np. podpisania dwustronnego porozumienia pomiędzy mediami, jak i powołania organu odpowiedzialnego za koordynację pracy międzynarodowego zespołu) jest zazwyczaj kooperacja finansowa, określająca udział wkładu finansowego każdego z nadawców w budżet projektu. Z kolei współpraca o charakterze merytorycznym (jak choćby wymiana informacji) jest ściśle powiązana ze współpracą kadrową, polegającą na przykład na wymianie informacji pomiędzy dziennikarzami/redakcjami z sąsiadujących krajów.

### *Media europejskich obszarów pogranicza – studia przypadków*

Rozwój współpracy wydawców i redaktorów pochodzących z sąsiadujących krajów uzależniony jest od czynników o charakterze: kulturowym, polityczno-prawnym, ekonomiczno-technologicznym oraz społeczno-kadrowym. Oczywiście jest, że wielokrotnienie płaszczyzn określających stopień współpracy transgranicznej sprzyja powstawaniu i rozwojowi mediów/dziennikarstwa transgranicznego. Jedną z grup czynników na to wpływających są te o charakterze politycznym, w tym zapoczątkowane po II wojnie światowej procesy integracyjne. Ich wynikiem było powstanie już w latach 60. w krajach demokratycznych Europy Zachodniej pierwszych inicjatyw transgranicznej współpracy wydawców prasowych. Jako jeden z przykładów można wymienić współpracę pięciu dzienników pochodzących z czterech sąsiadujących ze sobą krajów: *De Limburger* (Limburgia, Holandia); *Gazet Van Antwerpen* (Belgia), *Het Belang van Limburg* (belgijsko- i holenderskojęzyczna gazeta, Holandia i Belgia); *Luxemburger Wort* (Luksemburg); *Aachener Zeitung* (Akwizgran, Niemcy); *Gazette de Liège* (francuskojęzyczna gazeta wydawana w Belgii). Współpraca wydawców polegała na wzajemnej wymianie materiałów prasowych; informacje przygotowywane przez dziennikarzy współpracujących redakcji publikowano ze specjalnymi graficznymi oznaczeniami (napis „Grenzlandkontakt”) (Sauerland 1994, s. 168).

Innym przykładem transgranicznej współpracy merytorycznej dwóch redakcji regionalnych dzienników są *Westfälische Nachrichten* (Nadrenia Północna-Westfalia,

2 Media transgraniczne znajdują się głównie w obszarze zainteresowań niemieckich teoretyków mediów, co wynika m.in. z faktu sąsiedztwa krajów posługujących się tym samym językiem (np. Szwajcarii i Niemiec), jak i wysokiego udziału w ofercie niemieckich mediów programów zagranicznych (produkowanych w Belgii, Holandii, Francji).

Niemcy) i *Dagblad Tubantia* (środkowo-wschodnie regiony przygraniczne, Holandia), które w latach 1992–1997 wymieniały się artykułami poświęconymi tematyce pogranicza. Innym przykładem współpracy wydawców polsko-niemieckiego pogranicza jest dziennik lokalny *Ostsee-Zeitung* (Meklemburgia-Pomorze Przednie, Niemcy), redagowany przez Michała Barkasa. Mieszkający w Świnoujściu dziennikarz nie tylko współpracuje z niemiecką redakcją, ale także odpowiada merytorycznie za ukazującą się w rostockim dzienniku kolumnę zatytułowaną „Insel Usedom/ Wyspa Uznam”, poświęconą tematyce pogranicza (więcej w: Olechowska 2012a, s. 164). W tym przypadku współpraca wykracza poza obszar tworzenia treści (współpraca merytoryczna), a opiera się również na kooperacji kadrowej.

Na podstawie dotychczasowych badań można stwierdzić, że współcześnie realizowane transgraniczne projekty medialne (pojęcie ‘projektu’ ma podkreślić ich efemeryczność) mają często improwizowany charakter, powstają *ad hoc* na miarę potrzeb informowania mieszkańców regionów pograniczy o ważnych wydarzeniach, procesach czy zjawiskach przekraczających – w różnych wymiarach – granice jednego państwa. Jednym z takich przykładów jest powstały w 2017 roku, i kontynuowany w kolejnym, niemiecko-duński multimedialny projekt BeltMedia Lab. Czterech wydawców prasowych: duński Sjøallandske Medier (korporacja medialna wydająca dziennik *Sjøallandske Nyheder* oraz Folketidende Gruppen posiadająca dziennik *Lolland-Falsters Folketidende*<sup>3</sup>) oraz niemieccy Kieler Zeitung Verlags (wydawca *Kieler Nachrichten*) i Lübecker Nachrichten Verlag (właściciel dziennika o tym samym tytule)<sup>4</sup> stworzyli swoistego rodzaju „spółdzielnię dziennikarską”, informującą o budowie mającego połączyć Niemcy ze Skandynawią tunelu pod Beltem Fehmarn. Zadaniem tworzonej przez czterech dziennikarzy redakcji jest nie tylko bieżące monitorowanie kolejnych etapów inwestycji (50 pomysłów 2011, s. 21), ale i tworzenie pewnego rodzaju bilateralnego forum opinii i dialogu jako narzędzia realizacji transgranicznych konsultacji społecznych (budowie tunelu sprzeciwia się znaczna część mieszkańców po niemieckiej stronie). Po dwóch dziennikarzy z Niemiec i Danii tworzy redakcję sprawującą merytoryczny nadzór nad ukazującą się na łamach czterech dzienników serią tekstów poświęconych nie tylko budowie inwestycji, ale i niemiecko-duńskiemu pograniczu. Na potrzeby projektu „Beltmedia Lab” (w 2017 roku) (Das Belt 2017, s. 9) i „Beltmedia Lab 2” (w 2018 roku) (Beltmedia 2018, s. 3) uruchomiono specjalną stronę internetową (<http://story.kn-online.de/unsere-nachbarn>) opisującą życie mieszkańców regionu (niem. „Unsere Nachbarn”, tłum. „Nasi sąsiedzi”). Ten bilateralny projekt medialny oparty jest na pogłębionej współpracy merytorycznej (wspólna produkcja tekstów) i kadrowej (współpraca młodych dziennikarzy, wizyty w partnerskich redakcjach).

Transgraniczna komunikacja i współpraca pochodzących z różnych krajów wydawców prasowych może być również analizowana w odniesieniu do struktur

3 Obydwe gazety ukazują się w południowym regionie Zelandia.

4 Obydwa dzienniki ukazują się w północnej części regionu Szlezwik-Holsztyn; *Lübecker Nachrichten* kolportowany jest również we wschodniej części Meklemburgii-Pomorza Przedniego.

rynkowych i strategii zarządzania firmą medialną (Altmeppen, Karmasin, Rimscha 2012, s. 40). Pomimo że mają one charakter narodowy, są istotnym elementem wpływu na rozwój ponadnarodowych mediów. Przykładem jest nawiązana w latach 90. XX wieku niesformalizowana współpraca dzienników regionalnych trzech krajów: *Aachener Zeitung* (Akwizgran, Niemcy), *De Limburger* (Limburgia, Holandia) i *Grenz-Echo* (Liège, Belgia) (Sauerland 1994, s. 164). Redakcje przekazywały sobie informacje o regionie przygranicznym, jednak próba rozszerzenia kooperacji i stworzenia wspólnego transgranicznego projektu prasowego nie powiodła się z powodu oporu wydawcy ukazującego się od 1927 roku w Belgii niemieckojęzycznego dziennika *Grenz-Echo*. Sprzeciwił się on tworzeniu konkurencyjnego względem niego samego projektu prasowego, a jego głównymi argumentami była walka o rynek reklamowy (*Grenz-Echo* jest dostępny również w wielu punktach sprzedaży w północnej części Luksemburga), jak i konkurencyjność treści (redakcję tworzyli stali i współpracujący redaktorzy z Holandii i Belgii, wydawca posiadał lokalną redakcję w Akwizgranie) (Sauerland 1994, s. 101 i 188).

Przykład ten dowodzi, że granice państwa stanowią istotną barierę w internacjonalizacji prasy nie tylko w aspekcie jej dystrybucji (por. Gerhards 1993, s. 99–100), ale i działań w sferze public relations/reklamy. Dlatego według Blöbauma współpraca w tych dwóch obszarach występuje najrzadziej, co jest wynikiem braku dobrze rozwiniętych przygranicznych rynków reklamowych (Sauerland 1994, s. 188). Potwierdzają to również wyniki badań mediów regionu Saar-Lor-Lux, które przeszło piętnaście lat później prowadził amerykański badacz Kevin Grives (Grieves 2012, s. 113–134). Jeszcze innym przykładem potwierdzającym tezę o wpływie wciąż słabo rozwiniętych ponadnarodowych rynków reklamowych na kondycję transgranicznych mediów drukowanych jest *Dreiland-Zeitung* (tłum. *Gazeta Trzech Krajów*, w skrócie 3), ukazujący się w latach 1991–2001 jako cotygodniowy dodatek do szwajcarskiego dziennika *Basler Zeitung* (*BaZ*). Docierał on do czytelników w regionie granicznym trzech krajów: północno-zachodniej Szwajcarii, południowej Badenii (Niemcy) i górnej Alzacji (Francja). Celem pisma było informowanie mieszkańców trójnarodowego obszaru o wydarzeniach o charakterze społecznym i kulturalnym. Redakcję pisma tworzyło pięciu współpracujących ze sobą ponad granicami państw dziennikarzy pochodzących z: Bazylei, gdzie mieści się redakcja *BaZ* zapewniająca obsługę administracyjną i techniczną współpracujących dziennikarzy (Szwajcaria), Fryburga (Niemcy) i Mulhouse (Francja) (Prinzing, Blum 2013, s. 117). Zamknięcie cieszącego się dużym zainteresowaniem, głównie niemieckich, czytelników (sprzedaż w prenumeracie), dwujęzycznego niemiecko-francuskiego dodatku było rezultatem nie tylko konieczności redukcji kosztów produkcji z uwagi na kryzys gospodarczy. Decydujący był fakt, że 3 nie generował przychodów z reklam (Knechtli 2002). Według Michaela Meyena czynnikami określającymi pozycję medium na danym rynku medialnym są kapitał ekonomiczny wydawcy oraz pozycja na rynku reklamowym (Meyen 2013, s. 210), co w przypadku omawianych mediów transgranicznych ma istotne znaczenie.

Ważnym czynnikiem ekonomicznym, będącym impulsem dla rozwoju mediów transgranicznych, jest pozyskanie zewnętrznych źródeł finansowania, w tym m.in.

z funduszy Unii Europejskiej. Wśród najbardziej znanych instrumentów polityki regionalnej są inicjatywy Interreg wspierające europejską współpracę terytorialną (Goulet, Vatter 2013, s. 2). Należy jednak zaznaczyć, że UE finansuje tylko te projekty transgranicznej współpracy medialnej, które realizują paradygmat pozytywnej oceny wsparcia. Projekty te mają więc z założenia charakter krótkotrwały, gdyż wnioskodawca z góry określa datę zakończenia realizacji projektu (raport końcowy). Jak słusznie podkreśla Grieves, takie kryteria „(...) wymagają [od wnioskodawcy] pewnego stopnia elastyczności harmonogramów kadrowych i programowych” (Grieves 2012, s. 164), co bezpośrednio wpływa na nawiązywane formy współpracy pomiędzy wydawcami pochodzącymi z różnych krajów.

Istnieją również inne formy dofinansowania projektów transgranicznej współpracy medialnej. Przykładem jest kwartalnik *Extra: JugendJournal Saar-Lor-Lux*, który realizuje wszystkie możliwe formy współpracy: merytoryczną, strukturalną sformalizowaną, finansową, kadrową i reklamową. *Extra* ukazuje się od 2004 roku, początkowo jako dwujęzyczny dodatek do dzienników regionalnych: francuskiego *Le Républicain Lorrain* i niemieckiego *Saarbrücker Zeitung*, a od 2007 roku dołączany jest również do luksemburskiego *Tageblatt*. Jego wydawanie zostało zainicjowane przez instytucje dwustronne: Fundację na rzecz Niemiecko-Francuskiej Współpracy Kulturalnej (Stiftung für die Deutsch-Französische Kulturelle Zusammenarbeit) i Francusko-Niemieckiej Rady Kultury (Deutsch-Französischer Kulturrat). Fundacje finansują wydawanie dodatku oraz współorganizują cotygodniowe spotkania redakcyjne młodzieży z regionów przygranicznych Saary i Lotaryngii oraz z Luksemburga. Nad zawartością dodatku pracuje młodzież w wieku 14–18 lat, podejmując tematy bliskie im w codziennym życiu przy granicy. W 2005 roku projekt został nagrodzony w konkursie na Niemiecko-Francuską Nagrodę Dziennikarską, dwa lata później dodatek stał się częścią oficjalnego programu Europejska Stolica Kultury Luksemburg i „Wielkiego Regionu” Saar-Lor-Lux.

Wśród głównych przeszkód w realizacji transgranicznych projektów medialnych wymienia się czynniki o charakterze kulturowym – różnice językowe oraz odmienność kultury dziennikarskiej, na które składają się głównie zróżnicowane struktury organizacyjne i zwyczaje zawodowe. Poziom kompetencji międzykulturowych dziennikarzy zajmujących się tematyką transgraniczną wpływa na rozwój współpracy merytorycznej i kadrowej.

Jednym z przykładów instytucji wspierającej współpracę kadrową i integrację środowiska dziennikarzy sąsiadujących krajów są posiadające charakter ponadnarodowy samoregulujące organizacje dziennikarskie. Pierwszą z nich jest zainicjowane w 1993 roku stowarzyszenie dziennikarzy Interregionale Presse/Presse interrégionale (IPI) zrzeszające prawie 100 dziennikarzy z Saary i Nadrenii-Palatynatu (Niemcy), Lotaryngii (Francja), Walonii (Belgia) i Luksemburga. Celem współfinansowanego w programie Interreg II stowarzyszenia było wspieranie i wzmocnienie współpracy transgranicznej między dziennikarzami sąsiadujących pograniczy. W jego ramach oferowano m.in. kursy językowe; stworzono agencję informacyjną „Wielkiego Regionu” Saar-Lor-Lux (Blöbaum 1999, s. 41–42). Stowarzyszenie udzielało także wsparcia w zakresie nawiązywania kontaktów z instytucjami/osobami w sąsiadujących



krajach. Tym samym funkcjonujące do 2006 roku stowarzyszenie było pierwszą próbą wykreowania w Europie agencji informacyjnej o międzynarodowym charakterze i regionalnym wymiarze (Toullec, Goulet 2013, s. 94). Po zakończeniu finansowania projektu z funduszy unijnych przyszłość IPI stanęła pod znakiem zapytania. Współpracujący dziennikarze nie wytworzyli modelu biznesowego agencji. Ponownie czynniki ekonomiczne zdecydowały o niemożliwości kontynuowania projektu, gdyż współpracujące ze sobą redakcje nie były skłonne dzielić się swoimi treściami z agencją w takim stopniu, jak zakładano (Grieves 2012, s. 87–88).

Innym przykładem instytucji mającej za zadanie intensyfikację współpracy kadrowej dziennikarzy sąsiadujących krajów jest powstały w 1993 roku Polsko-Niemiecki Klub Dziennikarzy „Pod Stereo-Typami” (Der Deutsch-Polnische Journalistenclub „Unter Stereo-Typen”), zarejestrowany jako stowarzyszenie non profit z siedzibą w Poczdamie. Usytuowany przy Towarzystwie Polsko-Niemieckim Brandenburgii (Deutsch-Polnische Gesellschaft Brandenburg, DPG Brandenburg e.V.) Klub zrzeszał ok. 70 dziennikarzy i prowadził działalność polegającą na organizowaniu spotkań dziennikarzy z obu krajów; ustanowieniu biura koordynacyjnego, które docelowo miało przekształcić się w regionalną agencję prasową (stowarzyszenie wydawało dwa periodyki: dwujęzyczny biuletyn *Transodra* oraz przegląd polskiej i niemieckiej prasy *Transodra Ekstra. Wzdłuż i w poprzek granicy*); nawiązywaniu współpracy między dziennikarzami z obu krajów (Olechowska 2012b, s. 56–59; Olechowska 2017, s. 34–38). Idea powstania kolejnej regionalnej agencji – podobnie jak w przypadku IPI – nie została zrealizowana, przede wszystkim z powodu braku środków finansowych. Idea wspierania współpracy kadrowej polskich i niemieckich dziennikarzy jest realizowana natomiast do dziś, choć już nie tak intensywnie, głównie dzięki indywidualnym kontaktom koordynatorów ze stron niemieckiej (Ruth Henning) i polskiej (Andrzej Kotula).

## Podsumowanie

Dziennikarstwo i media transgraniczne oferują przekaz dwu- lub wielokierunkowy, zachodzący pomiędzy nadawcami i odbiorcami, którzy pochodzą z sąsiadujących krajów. Bezpośrednia bliskość geograficzna właścicieli mediów powoduje, że nawiązana między nimi współpraca, będąca jedną z odmian internacjonalizacji, może posiadać różne formy – począwszy od współpracy merytorycznej (informowanie o wydarzeniach w kraju sąsiada), poprzez współpracę strukturalną (bardziej sformalizowany charakter), skończywszy na kooperacji ekonomicznej (np. wspólny rynek reklamy i public relations). Na formę realizowanej współpracy wpływają czynniki o charakterze: kulturowym, polityczno-prawnym, ekonomiczno-technologicznym oraz społeczno-kadrowym. Ich heterogeniczność powoduje, że opisane w artykule przykłady współpracujących ze sobą wydawców prasowych z różnych krajów skutkują kooperacją, która ma charakter tymczasowy/doraźny i która traktowana jest raczej jako projekt elitarny (*quality papers*) (Heinderyckx 2015, s. 3174). W odniesieniu do samej funkcji dziennikarstwa (inkluzywnego) przyczynia się

zaś według Milicy Pesic do budowania mostów między różnymi społecznościami (Pesic 2007, s. 152). Wielość i zróżnicowanie czynników wpływających na realizację transgranicznych projektów medialnych powoduje, że część badaczy podważa istnienie wspólnej, transgranicznej przestrzeni medialnej. Vincent Goulet i Bénédicte Toullec proponują zastąpienie pojęcia *transgraniczny* terminem *międzyregionalny*, sugerując, że granice państwowe w komunikacji medialnej nie zostały zniesione, zaś wspólna przestrzeń medialna może zostać ustanowiona jedynie na podstawie współpracy (Toullec, Goulet 2013, s. 87, 106). Pomimo tych opinii badanie stopnia internalizacji mediów transgranicznych, które w niniejszym opracowaniu ograniczono do egzemplifikacji różnych form współpracy nadawców/wydawców pochodzących z sąsiadujących krajów, winno stać się przedmiotem dalszej eksploatacji naukowej w celu wypracowania instrumentarium badania stopnia rozwoju transgranicznej/międzyregionalnej przestrzeni medialnej. Dzięki analizie form współpracy mediów pogranicza można:

1. wskazać czynniki dominujące o charakterze kulturowym, polityczno-prawnym i technologiczno-ekonomicznym wspierające lub hamujące rozwój mediów transgranicznych;
2. wskazać, którzy nadawcy i jakie strategie medialne sprzyjają kształtowaniu struktur komunikacji transgranicznej;
3. określić specyfikę warsztatu dziennikarzy specjalizujących się w tematyce trans- czy przygranicznej (por. Alfter 2017);
4. zdefiniować stopień umiędzynarodowienia zawartości przekazu w płaszczyźnie treści (np. frekwencja występowania odniesień do obszarów współpracy/konfliktu) i formy (np. wielojęzyczność/autorstwo materiału);
5. wskazać dominujące funkcje przekazów transgranicznych (np. informacyjna, opiniotwórcza czy rozrywkowa).

Analiza transgranicznych przekazów w zaproponowanych obszarach jest konieczna w przypadku próby określenia cech przygranicznej komunikacji medialnej. Ponadto w sferze badań politologicznych i socjologicznych analizę form współpracy mediów sąsiadujących ze sobą krajów można traktować jako swoistego rodzaju barometr strategicznej komunikacji zewnętrznej państwa (por. Szymańska 2014, s. 273–292), jak i jeden z czynników określających stopień integracji obszarów pograniczy zarówno w ich wymiarze społecznym, jak i instytucjonalnym.

## Bibliografia

- „Beltmedia Lab2”: Deutsch-dänisches Projekt. (2018). *Lübecker Nachrichten*, nr 7 (8), Oktober, s. 3.
- Alfter B. (2017). Grenzüberschreitender Journalismus. Handbuch zum Cross-Border-Journalismus. Köln.
- Altmeppen K.-D., Karmasin, Rimscha M., Bjørn von M. (2012). Die Ökonomie grenzüberschreitender Medienkommunikation: Ein Beitrag zum Verhältnis von Marktstrukturen und Medienmanagement in transnationaler Perspektive. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, nr 60 (2), s. 40–59.
- Barłózewski K. (2017). Wpływ ekspansji zagranicznej na efektywność przedsiębiorstw. Warszawa.
- Blöbaum B. (1999). Europäische Grenzen und journalistische Grenzen. Medienkooperationen in europäischen Grenzregionen und das Problem europäischer Öffentlichkeit. W: Imhof K., Jarren O., Blum R. (eds.). Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft (s. 35-46). Opladen/Wiesbaden.
- Cunningham F. (ed.). 50 pomysłów w sprawie przyszłości gazet. Publikacja związana z 50 rocznicą European Newspaper Publisher Association. Listopad 2011.
- Das Belt Media Lab (2017). *Kieler Nachrichten*, nr 14, s. 9.
- Goulet V., Vatter Ch. (2013). Einleitung – Nationale, grenzüberschreitende und europäische Herausforderungen für die Produktion und Verbreitung von Medieninhalten in Grenzräumen. W: Goulet V., Vatter Ch. (eds.). Champs médiatiques et frontières dans la «Grande Région» SaarLorLux et en Europe Mediale Felder und Grenzen in der Großregion SaarLorLux und in Europa. Band 1. SARAVI PONTES – Beiträge zur internationalen Hochschulkooperation und zum interkulturellen Wissensaustausch (s. 1–9). Saarbrücken.
- Gerhards J. (1993). Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. *Zeitschrift für Soziologie*, nr 2, s. 96–108.
- Grievies K. (2012). Journalism across Boundaries: The Promises and Challenges of Transnational and Transborder Journalism. New York: Palgrave Macmillan.
- Heinderyckx F. (2015). Transnational News Media and the Elusive European Public Sphere. *International Journal of Communication*, nr 9 (1), s. 3174.
- Knechtli P. (2002). Basler Mediengruppe schöpft. Wachstums-Hoffnung im EU-Raum. OnlineReports, 12 Januar 2002 [<http://archiv.onlinereports.ch/2002/DreilandRegioMeyer.htm>; 31.08.2018].
- Meyen M. (2013). Der Begriff des journalistischen Felds in Deutschland. Transfer und Anwendungspotenziale. W: Goulet V., Vatter Ch. (eds.). Champs médiatiques et frontières dans la «Grande Région» SaarLorLux et en Europe. Mediale Felder und Grenzen in der Großregion SaarLorLux und in Europa. Band 1. SARAVI PONTES – Beiträge zur internationalen Hochschulkooperation und zum interkulturellen Wissensaustausch (s. 221–246). Saarbrücken.
- Olechowska P. (2012a). Dziennikarstwo transgraniczne na przykładzie powiatu swinoujskiego. *Edukacja Humanistyczna*, nr 2, s. 168–180.
- Olechowska P. (2012b). Media z polsko-niemieckiego pogranicza. Wybrane lokalne przypadki. W: Pawlak P., Strzelecki W., Morais da Costa G.J. (red.). Kultura – media – etyka: media w perspektywie etycznej i kulturowej w kontekście rewolucji teleinformatycznej. *Studia Europaea Gnesnensia*, t. 10, s. 53–76.

- Olechowska P. (2014). Transgraniczne projekty medialne na przykładzie polsko-niemieckiego pogranicza – studium rozwoju od 1989 roku po współczesność. *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, t. 6 (14), s. 259–273.
- Olechowska P. (2017). „Mosty nad granicą”. Polsko-Niemiecka Nagroda Dziennikarska w latach 1997–2015. Szczecin.
- Oniszczyk Z. (2017). Komunikacja transnarodowa jako przyszłość komunikowania międzynarodowego? *Political Preferences*, vol. 16, s. 5–16.
- Pesic M. (2007). Rola mediów w informowaniu o różnorodności. W: M. Ratajczak (red.). *Multi-kulturalizm w sferze mediów* (s. 147–155). Wrocław.
- Prinzing M., Blum R. (2013). Transnationale Regionen mit Sprachbarrieren: Wie überwindet der Journalismus die Grenzen? W: Goulet V., Vatter Ch. (red.). *Champs médiatiques et frontières dans la «Grande Région» SaarLorLux et en Europe Mediale Felder und Grenzen in der Großregion SaarLorLux und in Europa*. Band 1. SARAVI PONTES – Beiträge zur internationalen Hochschulkooperation und zum interkulturellen Wissenschaftsaustausch (s. 109–121). Saarbrücken.
- Sauerland D. (1994). Grenzüberschreitende raumbezogene Information und ihre Defizite im belgisch-niederländisch-deutschen Dreiländereck. Dargestellt am Beispiel von Tageszeitungen und Rundfunksendern. *Informationen und Materialien zur Geographie der Euregio Maas-Rhein*, Beiheft nr 6.
- Schmidt R.H. (1978). Grenzüberschreitende Publizistik in Rundfunk, Tagespresse und Zeitschriften der Grossregion Saarland, Westpfalz, Lothringen, Luxemburg, Trier. Darmstadt.
- Szymańska A. (2014). Znaczenie mediów w strategicznej komunikacji zewnętrznej państwa – szkic teoretyczny. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 2 (57), s. 273–292.
- Toullec B., Goulet V. (2013). Ce que le concept de «champ journalistique» peut dire de l'espace médiatique transfrontalier de la Grande Région. W: Goulet V., Vatter Ch. (red.). *Champs médiatiques et frontières dans la «Grande Région» SaarLorLux et en Europe Mediale Felder und Grenzen in der Großregion SaarLorLux und in Europa*. Band 1. SARAVI PONTES – Beiträge zur internationalen Hochschulkooperation und zum interkulturellen Wissenschaftsaustausch (s. 94). Saarbrücken.
- Wessler H., Brüggemann M. (2012). *Transnationale Kommunikation. Eine Einführung*. Wiesbaden.
- Wessler H., Averbeck-Lietz S. (2012). Grenzüberschreitende Medienkommunikation. Konturen eines Forschungsfeldes im Prozess der Konsolidierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, Sonderband nr 2, s. 5–18.
- Wilke J. (1999). Strategien und Grenzen der Internationalisierung von Massenmedien. W: Imhof K., Jarren O., Blum R. (red.). *Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft* (s. 47–60). Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Zanderowski R., Cebul K., Krycki M. (2010). *Międzynarodowe stosunki kulturalne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

## STRESZCZENIE

Jedną z form internacjonalizacji mediów w sektorze prasowym jest współpraca regionalnych/lokalnych wydawców sąsiadujących ze sobą krajów. Kooperację tę można analizować z punktu widzenia gospodarki lub redakcji. Może ona posiadać różne rodzaje – od najprostszyc, charakteryzujących się niskim stopniem transnacjonalizacji/deterytorializacji przekazu (informowanie o kraju sąsiada), do tych mających wyższy stopień umiędzynarodowienia (wspólna produkcja i dystrybucja przekazu). Celem artykułu jest przedstawienie teoretycznych koncepcji dotyczących form współpracy wydawców prasowych obszarów pograniczy oraz prezentacja wybranych przykładów takiej współpracy w Europie.

**Słowa klucze:** europejskie pogranicza, internacjonalizacja mediów, media i dziennikarstwo transgraniczne, media drukowane, wydawcy prasy