

WŁODZIMIERZ CHORAŹKI

POLSKIE MEDIA LOKALNE I SUBLOKALNE 1989–1999

Prasa lokalna na przełomie 1988/89 roku

W rok 1989 wchodziła Polska z paroma tysiącami gazetek i biuletynów informacyjnych, wydawanych przez podziemne komisje zakładowe NSZZ „Solidarność”, terenowe koła — utworzonego w grudniu 1988 roku — Komitetu Obywatelskiego przy Lechu Wałęsie oraz inne podziemne ugrupowania demokratycznej opozycji, np. *Tygodnik Mazowsze* (Warszawa), *Goniec Małopolski* (Kraków), *Solidarność Świętokrzyska* (Kielce), *Baszta* (Pyrzyce). Obecnie większość z tych wydawnictw trudno uznawać za prasę, raczej należałoby zaliczyć je do dokumentów życia społecznego, ale wtedy — na przełomie lat 80. i 90. — była to n a j l i c z n i e j s z a g r u p a okresowych wydawnictw lokalnych.

Równocześnie, niejako na marginesie systemu medialnego PRL, egzystowała d r u g a g r u p a gazet i czasopism lokalnych i sublokalnych, wydawanych przez legalnie działające różnorodne towarzystwa (stowarzyszenia) miłośników (przyjaciół) miasta lub ziemi, np. *Pomorze* (Gdańsk), *Kociewski Magazyn Regionalny* (Starogard Gdański), *Ziemia Łomżyńska*, *Przyjaciół Ludu* (Leszno), *Białostoczczyzna*. Do tej grupy należy zaliczyć czasopisma lokalne założone w latach 1983–1986 przez terenowe komórki PRON (Patriotyczny Ruch Odrodzenia Narodowego), np. *Głos Śremski*, *Ziemia Mosińska*, *Wiadomości Nowotomyskie*, *Echa Opalenicy* czy *Wiadomości Grodzkie*, a także lokalne oddziały PTTK, np. *Jaćwież* (Suwałki), *Radomir* (Radom), *Wielkopolska* (Poznań). W sumie nie było ich zbyt dużo — ok. 130 czasopism. Obok zwykłych biuletynów informacyjnych — kronik z działalności poszczególnych towarzystw (zwykle miesięczników, dwumiesięczników i kwartalników), ukazywały się regionalistyczne czasopisma popularnonaukowe (najczęściej jako półroczniki lub roczniki), m.in. *Barbakan* (Warszawa), *Rocznik Jasielski*, *Tatry* (Zakopane), *Karkonosze* (Jelenia Góra), *Ziemia Kolska*, *Żnińskie Zeszyty Historyczne* itd.

Trzecią grupę tworzyły gazety i czasopisma wydawane przez lokalne koła organizacji młodzieżowych związanych z PZPR, ZSL lub SD, np. *Preteksty* w Łomży — pismo młodzieży zrzeszonej w ZSMP, ZMW i ZHP. Kolejną, czwartą — stanowiła prasa zakładowa, będąca organem bądź to zakładowej komórki PZPR lub dyrekcji, bądź też oficjalnych zakładowych związków zawodowych. „Zakładówek” w roku 1988 było ok. dwustu, m.in.: *Wiadomości* (WSK Rzeszów), *Tarnowskie Azoty*, *Petroecho* (Petrochemia Płock), *Echo Cegielskiego* (Poznań), *Elana* (Toruń), *Dolmel* (Wrocław), *Prosto z mostu* (Huta Katowice), *Echo Załogi — Gazeta Dębicka*, *Głos Mielecki* (WSK Mielec), *Życie FŁT* (Kraśnik) itd.

Reprezentantami piątej grupy gazet lokalnych były profesjonalnie redagowane wojewódzkie tygodniki informacyjno-publicystyczne wydawane przez RSW „Prasa-Książka-Ruch” jako organy komitetów wojewódzkich PZPR — w sumie 31 tytułów, m.in. *Kujawy* (Włocławek), *Konkrety* (Legnica), *Trybuna Wałbrzyska*, *TEMI* (Tarnów), *Dunajec* (Nowy Sącz), *Przegląd Koniński*, *Podkarpacie* (Krosno), *Kronika Beskidzka* (Bielsko-Biała) — oraz 13 tygodników komitetów miejskich PZPR, ukazujących się głównie w dużych miastach Górnego Śląska, Mazowsza i Wielkopolski, np. *Głos Zabrze i Rudy Śląskiej*, *Wiadomości Zagłębia* (Sosnowiec), *Goniec Górnos Śląski* (Chorzów), *Południowa Wielkopolska* (Kalisz), *Wielkopolskie Zagłębie* (Kolin), *Życie Pabianic*, *Życie Żyrardowa* lub *Przemiany Ziemi Gnieźnieńskiej*.

1 stycznia 1989 roku ukazywało się oficjalnie (tzn. nie licząc owej największej z wyżej wymienionych grupy prasowej) 370–390 czasopism regionalnych, lokalnych i sublokalnych. Nie istniała praktycznie oficjalna prasa parafialna i uczniowska.

Okragły Stół a media lokalne

Historyczne decyzje, podjęte wiosną 1989 roku przy Okrągłym Stole, zaważyły nie tylko na przyszłości Polski, ale i wszystkich państw bloku wschodniego. Zaważyły także na dalszych losach mediów. Istnienie i dostęp demokratycznej opozycji, zrzeszonej głównie w powstałych w grudniu 1988 roku komitetach obywatelskich „Solidarności”, do wolnych mediów było jej jednym z najważniejszych celów. Bez wolnych mediów przemiany ustrojowe nie mogłyby się dokonać. Powołano specjalny „podstolik — koszyk” poświęcony wyłącznie mediom. Ustalenia tam podjęte zaakceptował Sejm PRL, uchwalając w kolejnych miesiącach kilka ustaw, m.in. o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch”, uwolnieniu cen papieru, wolnym dostępie do urzędzeń poligraficznych. Najważniejszą decyzją było zniesienie cenzury (Głównego Urzędu Kontroli Widowisk, Przedstawień i Publikacji). Tym samym złamany został monopol partyjno-państwowy na wydawanie prasy, nadawanie programów radiowych i telewizyjnych. Wydarzenia toczyły się szybko: 8 marca 1990 roku Sejm przyjął

ustawę o samorządzie terytorialnym; 17 maja odbyły się pierwsze wybory do rad samorządowych szczebla podstawowego, a 6 czerwca 1990 roku był ostatnim dniem istnienia cenzury w Polsce. Od tego dnia tylko niezawisły sąd może decydować, czy publikowane lub przedstawiane materiały są w zgodzie z obowiązującym w Polsce prawem. Równocześnie tylko sąd mógł decydować czy konkretny tytuł prasowy, lokalna stacja radiowa lub telewizyjna, spełniają wymagania prawne Rzeczypospolitej Polskiej, a tym samym może stać się legalnym podmiotem na polskim rynku medialnym. Od tego dnia przestały istnieć wszystkie polityczne przeszkody, uniemożliwiające demokratycznej opozycji legalną działalność wydawniczą. W praktyce zresztą już od września 1988 roku (od słynnej debaty telewizyjnej Wałęsa — Miodowicz) wydawnictwa te praktycznie nie były tępiące przez aparat bezpieczeństwa PRL (może z wyjątkiem wydawnictw trzeciobiegowych: zinów, biuletynów Ruchu WiP i Federacji Anarchistycznej).

Zagadnienia terminologiczne i typologiczne

Zgodnie z przyjętą przez Ośrodek Badań Prasoznawczych typologią Sylwestra Dzikiego, którą stosowano do 31 grudnia 1998 roku (od 1 stycznia 1999 roku obowiązuje nowy podział administracyjny kraju), prasę można było dzielić na: ponadogólnokrajową, ogólnokrajową, regionalną, lokalną (prasę lokalną I stopnia), sublokalną (prasę lokalną II stopnia). Zgodnie z tym podziałem, do prasy regionalnej zaliczano wszystkie czasopisma, których zasięg był mniejszy niż ogólnokrajowy, a większy niż wojewódzki (województwa z lat 1975–1998). Prasa lokalna to takie gazety i czasopisma, których zasięg pokrywał się z granicami tychże województw, a mianem prasy sublokalnej określano pozostałą grupę pism, które kolportowane były na obszarze mniejszym niż jedno województwo.

Podział ten — jasny i przejrzysty — miał jednak swoje słabe strony, gdyż do prasy sublokalnej — obok niskonakładowych gazet i biuletynów gminnych, miejsko-gminnych, osiedlowych, parafialnych — zakwalifikowane zostały np. wysokonakładowe gazety i czasopisma kolportowane wyłącznie w granicach administracyjnych kilkuset tysięcy miast wojewódzkich. Omawiana typologia traci rację bytu w przypadku internetowego wydania gazety lub czasopisma (tzw. wydanie „on line”), gdyż jego zasięg jest nieograniczony, praktycznie ogólnosięwiatowy.

Od 1 stycznia 1999 roku obowiązuje w Polsce nowy, trójstopniowy podział administracyjny kraju: 16 dużych województw oraz 309 powiatów ziemskich i 46 powiatów grodzkich. W ten sposób media regionalne obejmują swoim zasięgiem co najmniej jedno „nowe” województwo, media lokalne — mniej niż jedno województwo, ale i co najmniej jeden powiat, a media sublokalne — pozostałą grupą mediów, np. miejsko-gminne, gminne, osiedlowe, parafialne itd.

Funkcje i zadania mediów lokalnych

Do podstawowych zadań mediów lokalnych i sublokalnych zalicza się:
 wszechstronną, bieżącą informację lokalną,
 kontrolę władz lokalnych,
 promowanie inicjatyw lokalnych,
 pełnienie funkcji „trybuny społeczności lokalnej”,
 integrację środowiska lokalnego,
 kształtowanie lokalnej opinii społecznej — funkcje opiniotwórcze,
 integrację społeczności lokalnej w strukturach lokalnych i ponadlokalnych,
 wspieranie lokalnej kultury,
 promocję „małej ojczyzny”, edukację ekonomiczno-gospodarczą społeczności lokalnej,
 funkcje reklamowo-ogłoszeniowe, w stosunku do lokalnych reklamodawców,
 funkcję rozrywkową, zakotwiczoną lokalnie dzięki tematyce, formie lub autorstwu.

Wymienione funkcje są wypadkową planów i oczekiwań najważniejszych podmiotów lokalnych:

odbiorców (społeczności) lokalnych (czytelników lub słuchaczy — widzów),
 właścicieli mediów lokalnych (nadawców lub wydawców),
 lokalnego biznesu, czyli potencjalnych reklamodawców,
 nadrzędnych ośrodków decyzyjnych (np. rząd, władze wojewódzkie, hierarchia Kościołów i związków wyznaniowych), jak i władz lokalnych,
 zespołu redakcyjnego.

Rozmijanie się poszczególnych typów mediów (różniących się formą własności) z funkcjami zakładanymi a spełnianymi w rzeczywistości jest główną przyczyną ich trwałego rozwarstwienia. Łatwo wyróżnić dwa, trzy często antagonistyczne nurty:

1. Media samorządowe.
2. Niezależne media wolnorynkowe (komercyjne).
3. Media lokalnych oddziałów partii politycznych lub związków zawodowych.

Pozostałe typy mediów są bardziej „neutralne”, jeśli uwzględnimy pełnione funkcje i przekazywane treści. Do nich zaliczamy:

4. Media tzw. III sektora: m.in. stowarzyszenia miłośników (przyjaciół) miasta lub ziemi, organizacje mniejszości narodowych.
5. Media terenowych struktur kościelnych (diecezji, dekanatów, parafii, zgromadzeń zakonnych).
6. Media zakładowe.

Promocja „małej ojczyzny”, integracja społeczności lokalnej w strukturach lokalnych i ponadlokalnych, promowanie inicjatyw lokalnych — to funkcje dominujące w mediach samorządowych; funkcje kontrolne wobec władz lokalnych, jak i funkcja „trybuny (rzecznika) społeczności lokalnej” — dominują w mediach wolnorynkowych. Są one często nadużywane, zarówno w jednym, jak i drugim typie mediów. Sprawdza się powszechne przekonanie, że wolne media i władza — nawet ta lokalna — z natury pozostają na pozycjach antagonistycznych.

Bez względu na stosunek władz lokalnych do wydawanej przez siebie prasy, wspomaganey finansowo stacji radiowej lub lokalnej telewizji kablowej, zawsze będą podlegać one większym lub mniejszym ograniczeniom w przedstawianiu lokalnych treści. Nie chodzi tu o jawną cenzurę, bo żaden z przedstawicieli władz lokalnych by się nie zdobył na to w obecnych czasach, lecz wynikającą z podległości służbowej — autocenzurę. Strona przeciwna, media wolnorynkowe, zarzuca mediom samorządowym uprawianie — za społeczne środki — „propagandy sukcesu” i przemilczanie, wręcz ukrywanie przed społecznością lokalną niewygodnych tematów. Przedstawiciele mediów samorządowych mają pretensje do strony przeciwnej o nadmierną, często nieuzasadnioną krytykę, przedstawianie spraw w sposób tendencyjny lub wypaczony, wskutek czego prasa ta zniechęca część środowisk do współpracy z władzą lokalną, a tym samym doprowadza do antagonizowania i atomizacji społeczności lokalnej. Jeden i drugi typ mediów znajduje wsparcie ze strony niektórych elit politycznych, jak np. lobby samorządowego, lobby wolnorynkowego (liberalnego), przedstawicielei rządu lub silnych i wpływowych stowarzyszeń pozarządowych. Z ponad sześciuset tytułów prasowych zaliczanych do grupy czasopism niezależnych (wolnorynkowych), tak naprawdę w pełni niezależnych jest nie więcej niż 130–150. Są one finansowo samowystarczalne, posiadają duże zaplecze czytelnicze, a tym samym mogą kreować rzeczywistość lokalną, mieć wpływ na działania i decyzje władz lokalnych, rzeczywiście oddziaływać na społeczność lokalną. Na pozostałe czasopisma w mniejszym lub większym stopniu oddziałuje lokalna władza, lokalny biznes oraz lokalni działacze polityczni. Znane są przypadki nękania wydawców niezależnych gazet przez władze lokalne. Mogą to być działania pośrednie, np. na lokalnych reklamodawców, poligrafów i kolporterów. Wszystko dzieje się z poszanowaniem prawa i nie należy się dziwić, że reklamodawca rezygnuje z zamieszczania reklam i ogłoszeń w skonfliktowanej z władzami gazecie lokalnej, nie mogąc wytrzymać np. cotygodniowych kontroli służb (bezpośrednio lub pośrednio) podległych staroście, burmistrzowi lub wójtowi — inspekcji sanitarno-epidemiologicznych, kominiarskich, gazowniczych, energetycznych, finansowych, BHP itp. Reklamy i ogłoszenia to najważniejsze źródła dochodu niezależnego, wolnorynkowego czasopisma.

W praktyce większość mediów lokalnych podlega innemu rodzajowi cenzury — nieformalnemu — środowiskowemu. Na poziomie mikrolokalnym — gdzie każdy każdego zna — konieczna jest często duża odwaga w przedstawianiu niewygodnych faktów. Bardzo istotne są w tym przypadku powiązania rodzinne, zawodowe, towarzyskie i koleżeńskie. W wielu miejscowościach wydawcy i nadawcy muszą uwzględnić w swoich wypowiedziach (często przemilczać) ewentualną reakcję „kryminogennych struktur i układów nieformalnych”.

Prasa lokalna i sublokalna po 1989 roku

W miarę upływu czasu ubywa gazet i czasopism lokalnych i sublokalnych, które sięgają korzeniami burzliwych lat 1988–1990; zostało ich już niewiele — 10–15 proc. Nie zmienia to faktu, że do tej pory, na przekór sceptykom, w miejsce upadających czasopism pojawiają się nowe (niektóre są znawiane), coraz lepsze; w ubiegłym dziesięcioleciu liczba czasopism lokalnych i sublokalnych nigdy nie była mniejsza niż 1600, ale i nie większa niż 2500. Z tego ok. 1/4 tytułów to prasa parafialna. Choć w zdecydowanej większości nie spełnia ona wszystkich podstawowych kryteriów definiujących prasę, a także w ograniczonym stopniu spełnia funkcje, które są udziałem „świeckiej” prasy lokalnej i sublokalnej, i nie wykorzystuje wszystkich gatunków dziennikarskich, to jednak uwzględniana jest we wszelkich zestawieniach. Należy przyjąć, iż prasa parafialna jest jednym z wielu elementów w systemie krzewienia wiary.

Status instytucjonalno-prawny polskiej prasy lokalnej i sublokalnej

Wśród 2428 gazet i czasopism ukazujących się w Polsce (zob. tabela, str. 66–67), a zaliczanych do prasy lokalnej i sublokalnej, ok. 26 proc. stanowią pisma wolnorynkowe (niezależne) wydawane przez wielo- i jednopodmiotowe spółki (osoby prywatne); ok. 36 proc. to pisma wydawane lub współwydawane przez lokalne samorządy (w tym ok. 40 proc. 6–8 stronicowe biuletyny informacyjne); ok. 10 proc. to pisma tzw. III sektora, wydawane i finansowane przez towarzystwa miłośników miasta (ziemi), stowarzyszenia (w tym wyższej użyteczności) i fundacje; ok. 2 proc. to pisma lokalnych oddziałów partii politycznych i związkowych komisji regionalnych, miejskich i zakładowych; kolejne 4 proc. to gazety zakładowe, a ok. 22 proc. to pisma parafialne (w tym ok. 80 proc. biuletyny informacyjno-formacyjne)¹. Wśród czasopism III sektora znajdują się nieliczne (kilkanaście tytułów) lokalne i sublokalne pisma mniejszości narodowych i etnicznych².

Oczywiście status prawny i własnościowy poszczególnych pism jest często trudny do ustalenia, gdyż w wielu pismach, zaliczanych do grupy wolnorynkowej (niezależnej), ma udział lokalny samorząd (dofinansowanie bezpośrednio, np. wkładka samorządowa, ale najczęściej pośrednio, np. płatne komunikaty o przetargach) i na odwrót; niektóre pisma samorządowe są uczestnikami gry wolnorynkowej, gdyż finansowanie przez lokalny samorząd jest symboliczne. Zarządy niektórych miast i gmin korzystają z ustawowych

¹ Najczęściej prasa samorządowa redagowana i wydawana jest przez wytypowanych (oddelegowanych) przez władze lokalne pracowników miejskich, miejsko-gminnych lub gminnych ośrodków (domów) kultury.

² Większość czasopism mniejszości narodowych i etnicznych ma charakter środowiskowy i kolportowana jest na obszarze całej Polski. Istnienie prasy łączącej cechy czasopisma lokalnego i czasopisma mniejszości narodowej jest możliwe tylko tam, gdzie zamieszkują one tereny w zwartych grupach, dotyczy to głównie: Białorusinów na Podlasiu; Litwinów w okolicach Puńska i Sejnu; Niemców na Opolszczyźnie, Słowaków na Spiszu i Orawie, Łemków w okolicach Gorlic i Krynicy oraz Kaszubów i Kociewiaków na Pomorzu Gdańskim.

zapisów o działalności gospodarczej samorządów lokalnych i powołują tzw. zakład budżetowy, którego głównym zadaniem jest wydawanie gazety. Taki status instytucjonalno-prawny — samorządowej gazety — umożliwia redakcji (wydawcy) prowadzenie działalności gospodarczej, m.in. zamieszczanie płatnych reklam i ogłoszeń oraz odpłatny kolportaż pisma. Ta forma wydawania gazety samorządowej przyczynia się do zmniejszenia tzw. strat. Często to „zmniejszenie strat” przynosi takie zyski, że gazeta... zarabia. Są to jednak przypadki odosobnione, najczęściej są to biuletyny informacyjne zarządów i rad samorządowych, np. w 100 proc. finansowane z pieniędzy podatników.

Jeszcze bardziej zmatwana sytuacja panuje wśród pism wydawanych pod szyldem towarzystw miłośników ziemi lub miast lub przez fundacje, gdyż pieniądze na działalność wydawniczą mogą pochodzić zarówno z dotacji samorządów lokalnych, lokalnego biznesu, środków prywatnych i w mniejszym stopniu — własnych środków. Brak środków finansowych, nie obciążonych różnymi uwarunkowaniami, sprawia, że tego typu pisma unikają tematów mogących wywołać zadrażnienia z potencjalnymi sponsorami. Dominują neutralne tematy historyczne, krajoznawcze, wspomnieniowe i folklorystyczne.

Rozmieszczenie gazet lokalnych i sublokalnych w Polsce

Gmin w Polsce jest prawie 2500, a miast 875, prasa lokalna i sublokalna ukazuje się w co czwartej gminie wiejskiej (27 proc.) i co drugim mieście (59 proc.). Trudno wyjaśnić, dlaczego w wielu stosunkowo dużych miastach polskich nie istnieje żaden tytuł prasowy, choć z całą pewnością mają ku temu sprzyjające warunki. Są w Polsce regiony, w których w ponad 3/4 miasteczek nie ma nawet najzwyczajszego biuletynu informacyjnego, np. powiaty dawnych województw: radomskiego, kieleckiego, włocławskiego, sieradzkiego, przemyskiego lub krośnieńskiego.

Najwięcej tytułów prasowych jest tam, gdzie istnieją odpowiednie warunki w postaci: zaplecza intelektualnego, kulturalnego i poligraficznego (bliskość dużego, mocnego ośrodka miejskiego — stolicy regionu, np. Warszawa, Kraków, Poznań, Gdańsk, Wrocław, Szczecin, Bydgoszcz, Białystok, Lublin i Górny Śląsk). Siłę poszczególnych rejonów Polski pod względem prasy lokalnej i sublokalnej mierzyć trudno, gdyż to raczej zjawisko niewymierne. Najwyżej można porównywać poszczególne regiony między sobą, analizując np. współzależności między liczbą mieszkańców a liczbą występujących tam tytułów prasowych, porównywać liczbę (proporcję) amatorskich (samorządowych) biuletynów informacyjnych, z liczbą profesjonalnych (komercyjnych) tygodników i dwutygodników informacyjno-publicystycznych oraz magazynów o charakterze regionalistycznym i lokalnym. Ważna w tych porównaniach jest częstotliwość ukazywania się gazet w poszczególnych regionach, jednorazowy nakład i zwroty, ale przede wszystkim poziom merytoryczny przekazywanych w nich treści. Ale w tym przypadku ocena należy wyłącznie do czytelników.

**Prasa lokalna i sublokalna odnotowana w bazie danych
stan z 31 maja**

Lp.	Województwo	Liczba ludności w tys.	Liczba pow. grodzkich	Liczba pow. ziemskich	Liczba miast	Liczba gmin	Pisma lokalne	Pisma sublokalne	Razem prasa lokalna i sublokalna	Czasopisma samorządowe	%
1.	Dolnośląskie	2985	4	26	89	169	12	154	166	66	40
2.	Kujawsko-pomorskie	2098	4	19	51	144	7	102	109	35	32
3.	Lubelskie	2241	4	20	40	213	20	117	137	58	42
4.	Lubuskie	1010	2	11	40	82	12	69	81	35	43
5.	Łódzkie	2673	3	20	42	177	14	109	123	51	42
6.	Małopolskie	3207	3	19	54	182	19	257	276	114	41
7.	Mazowieckie	5065	4	38	83	325	36	250	286	86	30
8.	Opolskie	1091	1	11	34	71	5	71	76	37	49
9.	Podkarpackie	2117	4	20	45	160	14	137	151	48	32
10.	Podlaskie	1224	3	14	36	118	10	54	64	31	48
11.	Pomorskie	2179	4	15	42	123	7	135	142	30	21
12.	Śląskie	4894	19	17	69	166	41	254	295	99	34
13.	Świętokrzyskie	1328	1	13	29	102	12	58	70	36	51
14.	Warmińsko-mazurskie	1460	2	17	47	116	5	78	83	26	31
15.	Wielkopolskie	3346	4	31	108	226	26	240	266	92	35
16.	Zachodniopomorskie	1730	3	17	61	114	8	95	103	34	33
	Ogółem	38-648	65	308	870	2488	248	2180	2428	878	36

* Uwaga! Zmiany na rynku mediów, zwłaszcza prasy lokalnej i sublokalnej, w skali roku wynoszą około 10 proc.

**Ośrodka Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego
1999 roku***

Czasopisma niezależne	%	Inne czasopisma lokalne i sublok.	%	W tym: parafialne dekanalne i diecezjalne	%	Tygodniki	%	Dwutygodniki	%	Miesięczniki	%	Inne (w tym: dwum. i kwartalniki)	%	Liczba tytułów prasy lokalnej i subl. na 10000 mieszk. wojew.
53	32	47	28	33	20	35	21	31	19	65	39	35	21	0,56
29	27	45	41	26	24	18	16	8	7	52	48	31	28	0,52
24	18	55	40	30	22	15	11	10	7	60	44	52	40	0,61
24	30	22	27	12	15	6	7	9	11	43	53	23	28	0,80
37	30	35	28	17	14	33	27	8	6	59	48	23	19	0,46
36	13	126	46	77	28	17	6	8	3	157	57	94	34	0,86
90	32	110	38	66	23	45	16	37	13	147	51	57	20	0,56
16	21	23	30	10	13	8	11	10	13	39	51	19	25	0,70
21	14	83	55	54	36	12	8	10	7	80	53	49	32	0,71
13	20	20	31	7	11	5	8	3	4	37	58	19	30	0,52
53	37	59	42	39	27	43	30	11	8	64	45	24	17	0,65
72	24	124	42	78	26	54	18	32	11	139	47	70	24	0,60
15	21	19	27	9	13	8	11	5	7	31	45	26	37	0,52
30	36	27	32	15	18	17	20	17	20	39	47	10	13	0,56
77	29	97	36	49	18	47	18	21	8	141	53	57	21	0,79
35	34	33	32	20	19	20	19	18	17	49	48	16	16	0,59
625	26	925	38	542	22	383	16	238	10	1202	49	605	25	0,63

Zeszyty
PRASOZNAWCZE

Na czele listy znajduje się silnie zurbanizowany Górny Śląsk (ponad 40 dużych i średnich miast oraz prawie 100 miasteczek i osad górniczych liczących od 5 do 20 tys. mieszk.) — ukazuje się tu prawie 300 gazet i czasopism lokalnych; ok. 290 tytułów wychodzi na Mazowszu, po ok. 270 w Wielkopolsce i w Małopolsce, w pozostałych 12 regionach ukazuje się ich od 70 — Podlasie, do 170 — Dolny Śląsk. „Statystykę” Mazowszu poprawia Warszawa i dawne województwo stołeczne, gdyż ukazuje się tam 70 proc. wszystkich czasopism mazowieckich. W Małopolsce i na Podkarpaciu ukazuje się łącznie ponad 420 gazet lokalnych i sublokalnych, ale zaledwie 6-8 proc. z nich to profesjonalne tygodniki informacyjno-publicystyczne, i aż 85-90 proc. to czasopisma i biuletyny ukazujące się nie częściej niż raz w miesiącu. Blisko 60 proc. prasy małopolsko-podkarpackiej to nieprofesjonalne, informacyjne biuletyny gminne lub parafialne. Ważną rolę odgrywa tu prasa regionalistyczna. Najmniej tytułów lokalnych i sublokalnych ukazuje się na tzw. „ścianie wschodniej” i w centrum Polski.

Najwięcej tygodników i dwutygodników wychodzi na Pomorzu Nadwiślańskim (woj. pomorskie, część woj. kujawsko-pomorskiego i woj. warmińsko-mazurskiego) bo ok. 60. Jest to efekt działalności wydawniczej passauerowskiej Prasy Bałtyckiej (ponad 20 tygodników — dodatków), Wydawnictwa „Edytor”, wydającego *Gazetę Olsztyńską* i *Express Pojezierza* (8 tygodników lokalnych — dodatków kolportowanych do końca 1998 roku z magazynowym wydaniem *Wieczoru Wybrzeża*, m.in.: *Gazeta Brodnicka*, *Gazeta Morąska*, *Gazeta Nowomiejska*, *Gazeta Ostródzka* itp.), Wydawnictwa Pomorskiego w Tczewie (w różnych okresach 12–16 tytułów) oraz Agory Gazety (kilka tygodników, m.in. *Czas Brodnicy*, *Czas Świecia*, *Czas Nakła* itd.). Kolejne miejsca zajmują: Górny Śląsk, Dolny Śląsk i Wielkopolska — od 55 do 40 tygodników i dwutygodników. Prawie 50 proc. gazet lokalnych i sublokalnych wydawanych w Polsce to miesięczniki. Miesięczniki dominują wśród prasy samorządowej i parafialnej, dwumiesięczniki i kwartalniki przeważają wśród czasopism III sektora. Typowa gazeta samorządowa (najczęściej miesięcznik) ukazuje się w nakładzie 600-800 egzemplarzy, niezależna gazeta wolnorynkowa (zazwyczaj tygodnik lub dwutygodnik) ukazuje się w nakładzie 2500-3000 egzemplarzy.

Wyniki szczegółowej analizy geograficznego rozmieszczenia gazet lokalnych i sublokalnych, ich statusu instytucjonalno-prawnego, częstotliwości ukazywania się, nasycenia rynku czytelniczego oraz poziomu merytorycznego, pozwalają na stwierdzenie, iż istotny wpływ mają tu specyficzne dla poszczególnych części Polski uwarunkowania i tradycje historyczne, kulturowe, wydawnicze i czytelnicze. Np. już od połowy XIX wieku prasa lokalna istniała i mocno ugruntowała się na ziemiach zaboru pruskiego, tj. w Wielkopolsce i na Kujawach oraz Pomorzu Nadwiślańskim. Wejście tych ziem w skład państwa polskiego w latach 1919-1920 stało się dodatkowym impulsem do dalszego rozwoju tej prasy. Po II wojnie światowej najdłużej utrzymywała się prasa powiatowa (lokalna) właśnie w Wielkopolsce i na Kujawach oraz w niektórych rejonach dawnej Galicji. Wielu wydawców wielkopolskich,

kujawskich i pomorskich gazet lokalnych świadomie odwołuje się do przedwojennej tradycji i wzorów (choćby tylko do starych winiet), np. *Gazeta Jarocińska*, *Głos Wągrowiecki*, *Słowo Szamotuł*, *Gazeta Kartuska*, *Gryf Kościerski*, *Gazeta Tczewska* i *Gazeta Grudziądzka*. Działania te potęgują przywiązanie czytelników do swojsko brzmiącego tytułu, który kiedyś czytali rodzice, dziadkowie lub pradiadkowie.

Koncentracja prasy lokalnej i sublokalnej

W latach 1990–1993, czyli niespełna po roku, dwóch od ponownego zaistnienia niezależnej i samorządowej prasy lokalnej, dochodziło do pierwszych prób jej koncentracji. Czynnikiem koncentrującymi były:

- a) niezależne profesjonalne zespoły dziennikarsko-wydawnicze,
- b) lokalne prywatne wydawnictwa prasowe,
- c) agencje informacyjno-reklamowe,
- d) drukarnie.

Powodem „ucieczki od wolności” poszczególnych wydawców i redaktorów gazetek sublokalnych były głównie kłopoty finansowe i różnorodne naciski formalne i nieformalne, ale także inne istotne powody, np. chęć podniesienia poziomu dziennikarskiego i edytorskiego pisma. Nie bez znaczenia były powody osobiste. Zespolenie skromnych sił dziennikarskich, maksymalne wykorzystanie skromnego rynku reklamodawców i ogłoszeniodawców, zminimalizowanie kosztów składu i druku (własna drukarnia) oraz wspólny, sprawny kolportaż, to podstawowe zalety tworzonych mini-koncernów. Właściciele mini-koncernu zapewniali redakcji duży stopień samodzielności, deklarowali „zasadę nieingerencji” w zawartość merytoryczną gazety, w zamian oczekiwali skuteczności w akwizycji reklam i ogłoszeń. W efekcie zapewniony był byt gazety.

Już na początku lat 90. pojawiło się w Polsce kilkanaście, wyposażonych w wysokowydajny sprzęt poligraficzny i komputerowy, nowoczesnych drukarni, które wyspecjalizowały się w usługach na rzecz prasy lokalnej i sublokalnej, polegających m.in. na ich profesjonalnym składzie, łamaniu, korekcie i druku. Oferowały przy tym bardzo korzystne warunki finansowe i co najważniejsze — terminowość, często z dostawą do centralnego punktu kolportażowego.

Do przodujących drukarni świadczących w latach 90. tego typu usługi zaliczyć należy: „Drukarnię Poznańską” (ok. 30–40 tytułów), „Norpol Press” — Wrocław (ok. 30–35 tytułów), „Rola Press” — Opole (ok. 20–25 tytułów), Polsko-Amerykańskie Towarzystwo Prasowe w Krakowie (ok. 20–25 tytułów) i „Exbud-Poligrafie” z Kielc.

Praktycznie wszystkie dzienniki regionalne i część ogólnokrajowych, m.in. *Gazeta Wyborcza*, *Super Express*, *Życie* i ostatnio katolicki *Nasz Dziennik*, doceniły znaczenie „lokalnego i sublokalnego” czytelnika, a zwłaszcza „nie zagospodarowany” rynek reklamo-ogłoszeniowy. W tym celu stworzona została terenowa sieć punktów akwizycji reklam i ogłoszeń. Ich kierownikami

nierzadko zostawali redaktorzy zlikwidowanych gazet sublokalnych zachęcani niezłymi propozycjami finansowymi. Niekiedy lokalne punkty akwizycji reklam podnoszono do rangi oddziału wydawnictwa i tym samym powstawały warunki do stworzenia lokalnej mutacji gazety lub lokalnego dodatku. Niektórzy wydawcy gazet — zwłaszcza regionalnych — nawiązywali kontakt z lokalnymi samorządami, które głównie z środków przeznaczonych na promocję finansują „swoje” dodatki lub kolumny, np. *Głos Koszaliński/Głos Słupski*. W niektórych regionach Polski ta forma prowadzenia polityki informacyjnej przez władze lokalne tak się rozpowszechniła, że spowodowała zanik miejscowej prasy sublokalnej. Mając na uwadze rozwój demokracji lokalnej, integrację społeczności lokalnej, zjawisko to — wypieranie autentycznych gazetek lokalnych przez tytuły regionalne i ogólnokrajowe — należy oceniać negatywnie.

Jest regułą, że dzienniki regionalne mutują swoje wydania terenowe. Mutacje powiatowe i miejsko-gminne ma np. *Głos Wielkopolski* — aż 13 wydań, m.in.: *Głos Piłski, Głos Leszczyński, Głos Koniński, Głos Ostrowski, Głos Gorzowski, Głos Kaliski* itd.), *Gazeta Poznańska* — ma niewiele mniej, np. *Gazeta Piłska, Gazeta Konińska* i parę innych; *Gazeta Pomorska* — m.in. *Gazeta Toruńska, Gazeta Kujawska*, te z kolei swoje powiatowe i miejskie „podmutacje”. Podobnie jest w innych regionach Polski, np. *Gazeta Lubuska, Gazeta Wrocławska, Dziennik Łódzki, Wiadomości Dnia* (Łódź).

Za „klasyczną” formę koncentracji (monopolizacji) prasy sublokalnej należy jednak uznać specjalnie w tym celu stworzone wydawnictwa prasowo-wydawnicze obsługujące lokalny rynek wydawniczy. Najlepiej zorganizowane i nieprzerwanie utrzymujące się na rynku przez całą dekadę lat 90. są trzy wydawnictwa — mini-koncerty:

1. Wydawnictwo Pomorskie z Tczewa, które w latach 1990–1999 wydawało i nadal wydaje od 12 do 16 tygodników sublokalnych, z których najważniejsze to: *Gazeta Tczewska, Gazeta Kociewska* (Starogard Gdański), *Gazeta Elbląska, Gazeta Grudziądzka, Gazeta Malborska, Kurier Iławski* i ukazujący się od maja 1999 roku bezpłatny dziennik — *Gazeta Trójmiasto*. Wszystkie tygodniki kolportowane są z regionalnym dodatkiem publicystyczno-reklamowym — *Dziennik Pomorski* oraz wkładką telewizyjną Tele Program. Łączny nakład wydawanych tygodników wynosi ok. 80 tys. egzemplarzy.

2. PAJ Press sp. cyw. z Tomaszowa Mazowieckiego, wydawała lub współwydawała 7–12 tygodników powiatowych i miejsko-gminnych, m.in.: *TIT* (Tomaszów Mazowiecki), *BIT* (Brzeziny), *7-Dni* (Piotrków Trybunalski), *ITS* (Skierniewice) i *TOP* (Opoczno).

3. Wydawnictwo „To i owo” z Legionowa, powstałe w maju 1990 roku, wydawało w różnych okresach dekady lat 90. od 3 do 9 tygodników lokalnych. Obecnie są to: *To i Owo* — Legionowo, *Tygodnik Wołomiński, Tygodnik Nowodworski, Tygodnik Pułtuski, Tygodnik Wyszowski* i od początku 1999 *Powiatowy Tygodnik Ciechanowski*. Niewykluczone, że przed rokiem 2000 zostaną wydane kolejne 2–3 tygodniki.

W tym samym czasie co Wydawnictwo Pomorskie w Tczewie, powstał w Trójmieście jeszcze jeden mini-koncern — Xima Holding sp. z o.o., który

zaczął wydawać na Pomorzu Nadwiślańskim oraz Warmii i Mazurach, pod wspólnym tytułem *Nasz Tygodnik ...*, kilkanaście gazet lokalnych. W końcu 1993 roku doszło do jego podziału na dwa mini-koncerty: Wydawnictwo „Arkona” SA i Wydawnictwo „Ossa” SC.; pierwsze nadal wydawało 16–18 tygodników *Nasz Tygodnik Nowy...*, a drugie 4–6 tygodników lokalnych *Mój Tygodnik...* W marcu 1997 roku przeżywające trudności finansowe wydawnictwa zostały wykupione przez passauerowską Prasę Bałtycką, wydającą *Dziennik Bałtycki* i dziennik — tabloid *Wieczór Wybrzeża*. Wspomniane pisma ukazują się jako autonomiczne dodatki do wydania magazynowego tych dzienników³. W niektórych miejscowościach zostały połączone dwa istniejące wcześniej tytuły⁴.

Do połowy 1995 roku wydawało się, że całą Małopolskę opanuje lokalny koncern potentat — ATW z Podlesia Mleczkowskiego k. Radomia — nowy właściciel tytułów wydawanych od 1990 do końca 1993 roku przez kielecką firmę „Drogowiec”. W najlepszym dla wydawnictwa roku 1994, ATW wydawało trzy lokalne dzienniki: *Gazeta Kielecka — 24 Godziny*, *Dziennik Radomski — 24 Godziny*, *Dziennik Częstochowski — 24 Godziny* oraz 7 tygodników (Skarżysko-Kamienna, Ostrowiec Świętokrzyski, Starachowice, Końskie, Busko Zdrój, Pińczów i Zamość), kilka dalszych planowało wydawać, m.in.: w Sandomierzu, Tarnobrzegu, Stalowej Woli, Mielcu i Tarnowie, ale niedopracowana, niefortunna i bardzo kosztowna próba powołania do życia dziennika o zasięgu ogólnopolskim (*24 Godziny*) doprowadziła do upadku ATW. Tylko cztery tygodniki, którym udało się usamodzielnic, ukazują się do dnia dzisiejszego: *Gazeta Starachowicka*, *Gazeta Ostrowiecka*, *Gazeta Skarżyska* i *Tygodnik Ponidzie*⁵.

Inne mini-koncerty prowadziły lub nadal prowadzą działalność wydawniczą, ale już na mniejszą skalę, m.in.: PAIR „Myjakpress” (Sandomierz), Spółka „Kama” — Nowy Tomyśl (w 1998 roku wykupiona przez niemiecki koncern Passauer Neue Presse — Prasa Poznańska); Przedsiębiorstwo Dziennikarskie „Tani Druk” (Lublin); Firma „Anitom” (Mosina); „Aneks” (Prudnik); „Solo-Press” (Żory), Wydawnictwo „Prasa-Radio-Telewizja” (Wrocław), Wydawnictwo „Apeks” (Konin) i Wydawnictwo „Filmotechnika” Zdzisława Sroki z Krakowa.

Gazety lokalne wydawane przez czołowe mini-koncerty ukazują się najczęściej w cyklu tygodniowym, „obsługują” jeden powiat, mają format A-3 i objętość 24–32 kolumn. Posiadają 2–3 tzw. grzbiety (samodzielne wkładki); pierwszy grzbiet — indywidualny (2–8 kolumn), poświęcony ściśle miejscowym informacjom; drugi grzbiet — uniwersalny, zawierający informacje, materiały publicystyczne i reklamy wspólne dla wszystkich gazet, trzeci grzbiet to na ogół jeden z ogólnopolskich dodatków telewizyjnych (TV guide’ów). Niekiedy kolejne grzbiety — wkładki wykupują bogatsze samorządy lokalne, np. dodatek samorządowy w *Gazecie Grudziądzkiej*. Łączne nakłady gazet wydawanych przez największe mini-koncerty wynoszą od 30 do 80 tysięcy egzemplarzy. Ma to oczywisty wpływ na cenę zamieszczanych reklam i ogłoszeń, nieosiągalną dla pojedynczych wydawców.

Pozytywnym zjawiskiem jest fakt, iż poszczególne redakcje pism wchodzących w skład mini-koncernu są w dużo mniejszym stopniu narażone na wszelkiego rodzaju naciski (pośrednie i bezpośrednie, formalne i nieformalne), merytoryczne, środowiskowe, polityczne i finansowe, jakie są udziałem „pojedynczych” wydawców, zwłaszcza samorządowych. Zależności od strategicznej polityki wydawniczej właścicieli mini-koncernów nie mogą jednak uniknąć.

Prasa powiatowa

Pierwsza wzmianka o przyszłej reformie administracyjnej Polski znajdowała się w dziesięciopunktowym planie rządu premiera Tadeusza Mazowieckiego, ale dopiero trzy lata później premier Hanna Suchocka powołała zespół ekspertów, którego zadaniem było opracowanie trójstopniowego podziału administracyjnego kraju. Na czele zespołu stanął prof. Michał Kulesza. Wczesną wiosną 1993 roku mapa powiatów była gotowa. Zespół ekspertów nie przedstawił jeszcze mapy nowych województw — regionów. Miało ich być od 8 do 11. Reformę administracyjną Polski zamierzano przeprowadzić po 1 stycznia 1994 roku. Wcześniej, bo od 1 stycznia 1993 roku powołano 267 pomocniczych jednostek podziału administracyjnego — rejonów. Powołanie rejonów, a zwłaszcza opublikowanie mapy Polski z podziałem na 336 powiatów ziemskich i grodzkich doprowadziło do wybuchu „I wojny powiatowej”. Kilkumiesięczne spory, których widownią i pośrednikiem była prasa regionalna, lokalna i sublokalna, zakończył Waldemar Pawlak, który został premierem (z ramienia koalicji SLD-PSL) po upadku rządu Hanny Suchockiej w lecie 1993 roku. Nowa koalicja była za administracyjnym status quo, czyli 49 województw i ponad 2500 gmin. W okresie od stycznia do czerwca 1993 roku pojawiło się kilkanaście nowych gazet sublokalnych, które miały w tytule przymiotnik „powiatowa — powiatowy”, np. *Tygodnik Gorlicki — Gazeta Powiatowa*, *Gazeta Powiatowa (Wieliczka)*, *Dresdenko — Gazeta Powiatowa* itd. Nie znaczy to, że jednostka terytorialna powiat nie istniała w świadomości jego mieszkańców, a tym samym wydawców i redaktorów gazet lokalnych i sublokalnych powstałych w okresie 1989–1992. W każdym ze „starych” województw wychodziło przynajmniej kilka gazet sublokalnych, które od pierwszych dni swojego istnienia zasięgiem obejmowały ziemie dawnego powiatu (sprzed „gierkowskiej reformy” z 1975 roku). Często wymienione pod winietą miejscowości i gminy pokrywały się z granicami dawnych powiatów, zresztą redakcje wcale tego nie kryły. „II wojna powiatowa” wybuchła po dojściu do władzy koalicji AWS-UW. Reforma administracyjna kraju była jedną z czterech głównych re-

³ Np. *Dziennik Tczewski*, *Dziennik Elbląski*, *Nasz Tygodnik Nowy* — Kartuzy.

⁴ Np. *Mój Tygodnik* — *Echo Ziemi Lęborskiej* (Wydawnictwo „Ossa” SC) i *Nasz Tygodnik Nowy* — Lębork (Wydawnictwo „Arkona”) zostały połączone w jeden tytuł: *Nasz Tygodnik Nowy* — *Echo Ziemi Lęborskiej*.

⁵ Szerzej na ten temat: Andrzej B i l i k: Jak nie powstał dziennik „24 Godziny”, (w:) *Materiały Pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa* — T. XXVI; *Transformacja Mediów (1989–1995)*, red. Alina Słomkowska, Warszawa 1996, s. 251–252.

form przewidzianych przez koalicję. Praktycznie przez ponad pół roku (od stycznia do sierpnia 1998 roku) nie było ani jednego numeru gazety regionalnej, lokalnej, zwłaszcza sublokalnej, w którym nie znalazłaby się publikacja na temat zmian administracyjnych. Ostatecznie, od 1 stycznia 1999 roku Polska dzieli się na 16 województw — regionów liczących od 1 mln mieszkańców (opolskie, lubuskie) do 6 mln (mazowieckie) oraz 308 powiatów ziemskich i 65 grodzkich.

Od 1 stycznia 1999 roku funkcję prasy powiatowej spełniają:

1. Dodatki powiatowe dzienników regionalnych i lokalnych.
2. Powiatowe wydania mutacyjne dawnych tygodników wojewódzkich.
3. Wcześniej istniejące czasopisma sublokalne (wolnorynkowe i samorządowe), które kolportowane były na obszarze przewidywanego powiatu.
4. Nowe, specjalnie powołane (pod koniec 1998 i na początku 1999 roku) do „obsługi” powiatu pisma starościńskie i wolnorynkowe.

Praktycznie nie było żadnych problemów z przystosowaniem istniejącej już prasy regionalnej, lokalnej i sublokalnej do nowych warunków. Tam, gdzie nie było „nieoficjalnych” gazet powiatowych, to pojawiły się nowe. Wykorzystały sytuację istniejącą od wielu lat dzienniki regionalne i lokalne; zwłaszcza te, które są własnością niemieckiego koncernu Polskapersse i norweskiego Orkla Media, natychmiast powołały powiatowe cotygodniowe dodatki, np. w każdy piątek do katowickiego *Dziennika Zachodniego* dołączony jest jeden z kilkunastu dodatków powiatowych: *Dziennik nad Solą* (p. Oświęcim), *Dziennik w Cieszynie*, *Dziennik w Myszkowie*; codziennie do małopolskiej *Gazety Krakowskiej*: *Gazeta Małopolska*, *Echo Krakowa*, *Gazeta Tarnowska*, *Gazeta Podhalańska* lub *Gazeta Nowosądecka*. *Dziennik Bałtycki* i *Głos Wybrzeża* — dołącza jeden z wymienionych już dodatków, np. *Nasz Tygodnik...*, *Dziennik Kociewski*, *Dziennik Bytowski*, *Gazeta Morąska* itp. Regionalne oddziały Polskapersse wykupiły kilka dolnośląskich i wielkopolskich tygodników powiatowych, m.in.: *Tygodnik Głogowski* i *Polkowicki*, *Przemiany na Szlaku Piastowskim* (Gniezno), *Tygodnik Śremski*, *Dzień Nowotomysko-Grodziski*, *Dzień Wolsztyński*, *Dzień Świebodzińsko-Sulechowski* itp.

Swoje wydania powiatowe mają prawie wszystkie z 31 dawnych tygodników wojewódzkich, np. *Ziemia Kaliska* wydaje powiatowe mutacje w Jarocinie, Krotoszynie, Kępnie i Ostrowie Wielkopolskim; *Życie Podkarpackie* (d. *Życie Przemyskie*) ma swoje mutacje w Jarosławiu, Sanoku, Krośnie i Rzeszowie; *Kronika Beskidzka* (d. woj. bielskie) załącza 5 powiatowych dodatków dla: Żywca, Cieszyna, Oświęcimia, Wadowic i Suchej Beskidzkiej.

Kolejną grupę czasopism powiatowych reprezentują te, które powołały do życia niektóre starostwa, jak np. *Powiatowe Życie Kutna*, *Echo Powiatu* (Sochaczew) i *Gazeta Powiatowa* (Pabianice), albo komercyjne, niezależne wydawnictwa, np. *Ciechanowski Tygodnik Powiatowy*, *Tygodnik Wyszkowski* (wyd. „To i Owo”), *Kurier Chojnicki*, *Głos Ostródy* (Wydawnictwo Pomorskie Tczew), *7 Dni* — *Tygodnik Myszkowski*, *Czas Chojnic*, *Czas Brodnicy*, *Czas Świecia* (Agora Gazeta).

Łącznie obsługą powiatów ziemskich i grodzkich zajmuje się 739 gazet i czasopism o charakterze informacyjno-publicystycznym. Z tej liczby:

— 77 gazet i czasopism kolportowanych jest na obszarze całego województwa (głównie dzienniki regionalne i tzw. tygodniki wojewódzkie z powiatowymi dodatkami),

— 136 gazet i czasopism kolportowanych jest na obszarze mniejszym niż województwo, ale większym niż powiat (zazwyczaj 2–3 powiaty), są wśród nich niektóre z dawnych tygodników wojewódzkich,

— 526 gazet i czasopism kolportowanych jest na obszarze jednego powiatu ziemskiego lub grodzkiego.

Wśród 526 gazet i czasopism znajdują się takie, które kolportowane są na obszarze „potencjalnego” powiatu. Wiele miejscowości nie pogodziło się z nowym podziałem administracyjnym kraju wprowadzonym 1 stycznia 1999 roku. Do miana stolicy powiatu nadal aspiruje przynajmniej 20 miast, i większość z nich ma swoją „powiatową prasę”, m.in.: Łobez — *Łobeziak*, Nowogard — *Gmina Pomorska*, Chojna — *Echo Ziemi Chojeńskiej* (zachodniopomorskie), Miastko — *Gazeta Miastka*, Sztum — *Gazeta Powiśla* (pomorskie), Pasłęk — *Głos Pasłęka*, Morąg — *Gazeta Morąska; Forum Powiatowe*, Węgorzewo, Gołdap — *Z bliska* (warmińsko-mazurskie), Łapy — *Gazeta Łapska; Życie Łap* (podlaskie), Międzyrzec Podlaski — *Głos Międzyrzecki* (lubelskie), Wschowa — *Elita*, Lubsko — *Magazyn Lubski*, Sulechów — *Sulechów i Okolice* (lubuskie), Pionki — *Nad Zagożdżonką* (mazowieckie), Koniecpol (śląskie), Bystrzyca Kłodzka (dolnośląskie), Lesko — *Wiadomości Leskie* (podkarpackie), Niemodlin (opolskie), Brzeziny — *BIT* (łódzkie).

W niektórych powiatach ukazuje się jednocześnie kilka czasopism o zasięgu powiatowym, np. w Krotoszynie (Wielkopolska), Gorlicach (Małopolska), Bytowie (Pomorze), Świnoujściu (Zachodnie Pomorze), Oleśnicy (Dolny Śląsk), Mielcu (Podkarpacie). Istnieją jednak w Polsce rejon, gdzie nie udało się powołać do życia żadnej gazety lub czasopisma o charakterze powiatowym. Należą do nich m.in. miasta: Bolesławiec, Kamienna Góra i Polkowice (dolnośląskie), Lipno (kujawsko-pomorskie), Hrubieszów, Parczew i Włodawa (lubelskie), Łask (łódzkie), Nowy Sącz (małopolskie), powiat Warszawa — Zachód oraz Grójec, Kozienice, Lipsko, Przysucha i Radom (mazowieckie, raczej dawne radomskie), Nisko (podkarpackie), Bielsk Podlaski (podlaskie), Jastrzębie Zdrój, Kłobuck, Świętochłowice, Wodzisław Śląski (śląskie), Kazimierza Wielka, Końskie, Opatów, Pińczów (świętokrzyskie), Choszczno (zachodniopomorskie). Nie zmienia to faktu, że wśród wymienionych powiatów są takie, w których ukazują się kilka lub nawet kilkanaście czasopism lub biuletynów sublokalnych (biuletyny samorządów gminnych lub miejsko-gminnych, gazetek osiedlowych lub parafialnych), ale nie ma takiego wydawnictwa, które spełniałoby kryteria gazety powiatowej. Zdumiewająca jest obecność na tej liście dużych, ponadstutysięcznych miast, np. byłych stolic województw, np. Radom i Nowy Sącz.

Lokalne media audiowizualne

Media lokalne to nie tylko prasa drukowana, ale także media audiowizualne, które ze względu na sposób przekazu dzielą się na: przekazywane za pośrednictwem nadajnika naziemnego, za pośrednictwem sieci kablowej, za pośrednictwem Internetu oraz za pośrednictwem różnych kanałów.

Lokalne stacje radiowe

Od swego powołania Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji — KRRiT przyznała od 1993 do połowy 1999 roku ponad 250 wnioskodawcom koncesję na nadawanie lub retransmitowanie programów radiowych⁶. Kilka przyznanych koncesji cofnęła, np. Radiu Kiks (Łódź). W postanowieniu koncesyjnym KRRiT — na wniosek przyszłego nadawcy — przyznawała również konkretne częstotliwości, głównie w dolnym (z zastrzeżeniem o użytkowaniu do końca 1999 roku) i górnym zakresie UKF/FM, a także dopuszczalną moc nadajników, od której zależy zasięg radia. Przestrzegano zasady, że koncesję może otrzymać wyłącznie osoba, która posiada obywatelstwo polskie, a oficjalna siedziba stacji znajduje się na terytorium Polski. Koncesje na nadawanie programów radiowych przyznawane są na okres od 3 do 7 lat (w przypadku telewizji — 10 lat). Udział podmiotów zagranicznych w kapitale zakładowym stacji nie może przekraczać 33 proc. (art. 35 p. 2.1.).

Poza 12 stacjami o zasięgu ogólnokrajowym, pozostałe to stacje o zasięgu regionalnym — ponad 100 km lub lokalnym 25-99 km, a nawet sublokalnym (miejskim, gminnym i powiatowym), np. Radio Parafialne w Zbroszy Górnej, Radio Blue w Gdowie (Łapanowie), Radio Łan w Proszowicach, Radio Nakło, Radio Grudziądz, Radio Gama (Bochnia), Radio Alex (Zakopane) lub Radio Iława.

Typowa lokalna stacja radiowa:

Ma charakter komercyjny, ale nierzadko dofinansowuje ją nie tylko lokalny biznes, lecz także lokalny samorząd.

Większość czasu antenowego stanowi muzyka (głównie młodzieżowa) oraz audycje o charakterze rozrywkowym z telefonicznym udziałem słuchaczy.

Ważną część programu ramowego wypełniają programy informacyjne i publicystyczne (typu „news & talk” i reportaże) o tematyce regionalnej, lokalna prognoza pogody, sytuacja na lokalnych i regionalnych drogach.

Tygodniowy program ramowy umożliwia emisję licznych reklam i ogłoszeń, głównego źródła dochodu stacji radiowych.

Ze względu na niewielką podaż lokalnych reklam, stacje nie przekraczają norm ustalonych przez Krajową Radę Radia i Telewizji, dotyczących procentowego udziału sprzedanego czasu antenowego.

Emitowany program adresowany jest głównie do młodszej grupy słuchaczy w wieku od 15 do 40 lat.

Część stacji radiowych, aby poszerzyć krąg słuchaczy, zintegrować wokół radia społeczność lokalną, organizuje (lub współorganizuje) spektakularne akcje (w tym plenerowe).

Większość stacji radiowych posiada swoje lotne ekipy reporterskie, które na bieżąco relacjonują ciekawsze wydarzenia, m.in. zawody sportowe z udziałem miejscowych drużyn lub zawodników, sesje miejscowych samorządów, uroczystości państwowe i religijne.

Lokalne stacje telewizyjne

Zarówno państwowa telewizja publiczna, jak i niektóre telewizje komercyjne posiadają swoje lokalne stacje, które docierają z programem do lokalnego widza. Telewizja Polska SA ma 12 oddziałów regionalnych w największych miastach Polski: w Warszawie, Łodzi, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu, Gdańsku, Szczecinie, Katowicach, Bydgoszczy, Lublinie, Białymstoku i Rzeszowie, a w najbliższej przyszłości planuje się uruchomienie kolejnych ośrodków telewizyjnych w Olsztynie, Opolu, Kielcach i Zielonej Górze. Lokalne ośrodki telewizyjne posiada Polsat (np. w Kielcach), TVN (TVN Południe d. Telewizja Wisła w Krakowie). Lokalne komercyjne stacje telewizyjne istnieją: we Wrocławiu, Opolu, Lubinie, Jeleniej Górze i Świdnicy — Telewizja Dolnośląska — Nasza TeDe, w Lubaniu — Nasza TV Lubań, Legnicy — Nasza Telewizja Lokalna Woj. Legnickiego, Zielonej Górze — Nasza TV 51, Gorzowie Wielkopolskim — Nasza TV Vigor, w Szczecinie i Koszalinie — Nasza TV Bryza oraz w Radomsku — Nasza NTL. Niewielki zasięg, niewielkie środki na produkcję własnych programów oraz zakup atrakcyjnych pozycji filmowych, a także skromny rynek reklamowy zmusza te lokalne telewizje do łączenia się i tworzenia wspólnych pakietów programowych i reklamowych. W 1997 roku prywatne stacje dorzecza Odry i Warty utworzyły tzw. Stowarzyszenie TV Odra, by rok później zawrzeć porozumienie programowe z ogólnokrajową Naszą Telewizją.

Lokalne programy w sieciach telewizji kablowej

W połowie lat 80. do Polski dotarła, znana już na Zachodzie od końca lat 70. telewizja satelitarna. Początkowo talerze anten satelitarnych pojawiły się na dachach prominentów życia politycznego i gospodarczego, a po przemianach z przełomu lat 80. i 90 w domach zamożniejszych obywateli. Najpierw można było odbierać kilka, kilkanaście nie kodowanych programów zachodnioeuropejskich. Jeszcze w pierwszej połowie lat 90. kolejne stacje telewizyjne walcząc z piractwem zaczęły kodować swoje programy. Zakup dekodera i anteny satelitarnej dla przeciętnego obywatela był jednak zbyt dużym wydatk-

⁶ Dziennik Ustaw 1993, w. 7 poz. 34.

iem. Zresztą możliwości instalacji kilkudziesięciu anten na jednym budynku też były ograniczone. Wyjściem z sytuacji było stworzenie jednej sieci kablowej dla kilkuset, a nawet kilkunastu tysięcy odbiorców. Pojawiła się nowa instytucja (podmiot) — operator sieci kablowej. Mianem operatora określa się zarówno powstałe ad hoc społeczne inicjatywy mieszkańców osiedli lub miasta, jak i specjalistyczne, prywatne firmy instalujące i obsługujące powstałe sieci. Najłatwiej (i najtaniej) sieć telewizji kablowej instaluje się w dużych osiedlach liczących po kilkadziesiąt podobnych budynków.

Nowo powstała Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji równolegle z przyznawaniem koncesji na ogólnopolskie i lokalne stacje telewizyjne i radiowe, zaczęła formalizować status poszczególnych operatorów sieci kablowych. Do połowy 1999 roku przyznała ponad 250 koncesji dla operatorów sieci kablowych, posiadających łącznie blisko 1200 sieci lokalnych w ponad 400 dużych, średnich miastach i miasteczkach polskich. Na poszczególne kanały i częstotliwości operatorzy (właściciele) sieci telewizji kablowej musieli uzyskać pozytywną opinię, a następnie przydział od Polskiej Agencji Radiotelekomunikacji (PAR). Praktycznie każdy operator sieci ma prawo do jednego kanału (częstotliwość) w ramach każdej z lokalnych sieci. Może go wykorzystać w dowolny sposób: stworzyć jeden program informacyjno-reklamowy dla wszystkich posiadanych sieci (emisja własnych lokalnych programów lub programów planzowych) lub oddać na lokalne potrzeby. Własne programy telewizyjne i reklamowe to szansa na dodatkowe dochody operatora, zwłaszcza gdy część kosztów emisji programu lokalnego pokrywają lokalni sponsorzy, np. władze samorządowe. Pierwsze lokalne programy w sieciach telewizji kablowej pojawiły się w końcu lat 80. na osiedlach wielkich miast, np. na warszawskim Ursynowie. W końcu dekady liczba miejscowości posiadających „swoją telewizję” przekroczyła 120. Swoją telewizję mają nie tylko miasta duże i średnie, ale całkiem małe, np. Kozienice — Kronikę Kozienicką, Bytów — Telewizję Kablową Bytów, Biłgoraj — Telewizję Biłgoraj itd. Na wizji są obecne od kilkunastu minut tygodniowo do kilkunastu godzin dziennie. Najczęściej są to cotygodniowe, powtarzane dwukrotnie w ciągu doby, dwugodzinne programy typu informacyjno-rozrywkowo-reklamowego. Przeciętna lokalna sieć kablowa posiada od 1500 do 5000 abonentów (gniazd) i retransmituje ok. 30 polskich i zagranicznych programów telewizyjnych (naziemnych i satelitarnych), nadawanych z wykorzystaniem techniki analogowej. Działający w Polsce operatorzy posiadają od kilku do kilkudziesięciu lokalnych sieci, tworząc niekiedy ogólnopolskie korporacje, np. Polska Telewizja Kablowa — PTK, Aster City Cable, Gosat-Service, Vectra, Vectra-El, Toya, Ryntronik, Dami, AutoCom i kilka innych. Mają one od kilkudziesięciu do kilkuset tysięcy abonentów (gniazd). W całej Polsce do poszczególnych telewizyjnych sieci kablowych podłączonych jest ok. 25–27 proc. gospodarstw domowych⁷. W 1997 operatorzy sieci telewizji kablowej powołali do życia Stowarzyszenie Operatorów Sieci Kablowych w Polsce z siedzibą w Zielonej Górze.

⁷ Na podstawie szacunków Stowarzyszenia Operatorów Sieci Telewizji Kablowych w Polsce na koniec 1998 roku.

Lokalne media w Internecie

Problem zasięgu poszczególnych typów mediów rozwiązuje się za sprawą przekazu internetowego istnieje! Najmniejsza nawet gazetka gminna może mieć zasięg ogólnokrajowy np. *Niedrzwiczak* z Niedzwicy Dużej. Jeżeli przed rokiem 1995 w Internecie można było znaleźć informacje o najwyżej kilku polskich tytułach prasowych, stacjach radiowych i telewizyjnych, to obecnie ich liczba przekracza tysiąc i nadal rośnie z szybkością kilkudziesięciu nowych witryn na miesiąc. Często są to tylko skromne strony www z podstawowymi informacjami o piśmie: winieta, charakterystyczna grafika, adres i cennik reklam, do wydania „on line”. Jesteśmy u progu nowej epoki: prasy, radia i telewizji interaktywnej. W nieodległej przyszłości będziemy sami redagować „własną gazetę” dobierając interesujące nas tematy z całej plejady mediów dostępnych w Internecie. Pierwsze polskie lokalne media (głównie czasopisma lokalne) pojawiły się w Internecie w roku 1996, np. *Gazeta Jarocińska*, *Kurier Dąbrowski*, *Niedrzwiczak*, *zgorzelecki Kurier*. Internetowe witryny lokalnych stacji radiowych pojawiły się na początku 1997 roku. W roku 1998 pojawiły się witryny lokalnych sieci telewizji naziemnej i kablowej.

Organizacje i stowarzyszenia mediów lokalnych — instytucje wspomagające

Wydawcy (nadawcy) i dziennikarze mediów o zasięgu ogólnokrajowym i regionalnym od dawna mają swoje stowarzyszenia zawodowe (SDP, SDRP, Unia Wydawców Prasy), które mają chronić ich interesy. Od samego początku pojawienia się w Polsce prasy lokalnej i sublokalnej zaistniała potrzeba utworzenia stowarzyszenia, które by chroniło interesy jej niedoświadczonych i nieprofesjonalnych wydawców i dziennikarzy. Już na pierwszych organizowanych dla dziennikarzy lokalnych spotkaniach oraz w korespondencji napływających od nich do tygodników: *Gazeta Samorządowa*, *Gazeta Wspólna*, *Wspólnota i Nowoczesność* (red. nacz. Stefan Bratkowski), podnosili problem stałych szkoleń, np. warsztatów dziennikarskich, stworzenia forum wymiany doświadczeń, kontaktu z specjalistami od etyki i prawa prasowego, dostępu do centralnych źródeł informacji, informacji o instytucjach wspomagających prasę lokalną itp. Ważną sprawą podmiotowości prawnej dziennikarza prasy lokalnej, a zwłaszcza sublokalnej. Inicjatywę przejął Krajowy Instytut Badań Samorządowych w Poznaniu i przy jego współudziale 26 stycznia 1992 roku grupa kilkudziesięciu wydawców i redaktorów prasy sublokalnej, głównie z Wielkopolski, powołała do życia Stowarzyszenie Prasy Lokalnej w Polsce. Stowarzyszenie miało filie: pomorską, śląską, małopolską, lubelską i mazowiecką. Różnice zdań między poszczególnymi członkami zarządu, dotyczące działalności stowarzyszenia, wizji prasy lokalnej, kłopoty z koordynacją działań poszczególnych filii, niska aktywność niektórych z nich oraz działania regionalnych kręgów politycznych doprowadziły do upadku niektórych filii stowarzyszenia lub ich

usamodzielnienia się. Z filii mazowieckiej wyłoniło się Warszawskie Stowarzyszenie Prasy Lokalnej, później narodziły się Płońskie Spotkania Mediów Lokalnych, grupujące na organizowanych warsztatach przedstawicieli mediów mazowieckich. Filia lubelska przekształciła się w Stowarzyszenie Prasy Lokalnej Lubelszczyzny. W latach 1993–1998 powoływano jeszcze inne lokalne stowarzyszenia (Gdańsk, Wrocław, Katowice, Białystok i Toruń), ale po kilkunastu miesiącach aktywności zawiesiły one działalność. W innych regionach (Olsztyn, Szczecin, Rzeszów, Kielce i Opole) próby powołania lokalnych stowarzyszeń nie wyszły poza stadium deklaracji. Największe sukcesy w działalności wśród wydawców i nadawców mediów lokalnych odnotowało jednak Polskie Stowarzyszenie Mediów Lokalnych w Tarnowie (PSML), które powstało w czerwcu 1994 roku w wyniku przekształcenia się filii Stowarzyszenia Prasy Lokalnej — Regionalnego Ośrodka Prasy Lokalnej w Małopolsce. W latach 1993–1998 Tarnów (Wojewódzki Ośrodek Kultury, później Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego) był miejscem Światowego Forum Mediów Polonijnych i jednocześnie okazją do spotkań wydawców mediów lokalnych — członków PSML. TARR i PSML były organizatorami corocznych Sejmików Mediów Lokalnych (Tarnów, Bochnia, Brzesko, Krynica i Zakopane). Zmiany polityczne z lat 1997 — 1998, m.in. zwycięstwo w wyborach do Sejmu, Senatu i samorządów lokalnych ugrupowań AWS, UW oraz reforma podziału administracyjnego kraju, miały pośredni wpływ na upadek „mecenatu tarnowskiego”, a tym samym na kondycję małopolskiego stowarzyszenia. Niezależnie od wymienionych stowarzyszeń organizowały się redakcje gazet parafialnych, które w 1993 roku powołały Ogólnopolskie Stowarzyszenie Prasy Parafialnej.

Niemalą wpływ na organizowanie się mediów lokalnych w ogólnopolskie i regionalne stowarzyszenia, pomoc materialną (głównie sprzęt komputerowy i poligraficzny), organizowanie i finansowanie warsztatów dziennikarskich i sesji naukowych, miały powstające od początku lat 90. organizacje pozarządowe. Korzystały one z przeróżnych światowych i europejskich funduszy niosących pomoc młodym demokracjom Europy Środkowej i Wschodniej, instytutów i organizacji polonijnych i organizacji dziennikarskich krajów Europy Zachodniej i Ameryki Północnej. Do najbardziej znanych należą Europejski Fundusz PHARE (Bruksela), Fundacja Ambasady Królestwa Holandii oraz Kongres Stanów Zjednoczonych. W okresie 1991–1999 uczestniczyły one w szeregu programów wspomagających media lokalne. Pomoc polegała na finansowaniu projektów, realizowanych za pośrednictwem wielu organizacji pozarządowych (Non Government Organization — NGO), np. Fundacji im. Stefana Batorego, Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej, Fundacji Obywatelskiej i najbardziej bliskiemu mediom lokalnym Instytutowi na rzecz Demokracji w Europie Wschodniej (IDEE). IDEE przeprowadziły kilka spektakularnych i skutecznych konkursów dla niezależnej prasy lokalnej. Warto wyróżnić Annę Hejman, która w ciągu kilku ostatnich lat skutecznie koordynowała kilka tzw. programów wspomagających niezależną prasę lokalną w Polsce. Spore zasługi w badaniach i dokumentacją istniejących mediów lokalnych ma Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

Media lokalne na progu XXI wieku

Nic nie wskazuje, iż fenomen burzliwego rozwoju mediów lokalnych w Polsce, zwłaszcza prasy lokalnej i sublokalnej, się skończy. Media lokalne przechodziły przez trzy etapy: heroiczno-społeczniowski — lata 1988–1991; etap polityczny — 1992–1993 i trwający do dnia dzisiejszego etap rynkowy. W etapie rynkowym od początku roku 1997 daje się wyróżnić dwa „podetapy”: etap ekspansyjny kapitału obcego w prasie lokalnej, wyrażający się przejmowaniem istniejących już tytułów sublokalnych i tworzeniem na bazie posiadanych tytułów regionalnych, nowych sublokalnych dodatków i mutacji, oraz związany z tym etap konsolidacyjny silnych, niezależnych wydawnictw sublokalnych. Generalnie, wyróżnione etapy przemian w prasie dotyczą większości gazet, to niektórzy wydawcy lub redaktorzy gazet lokalnych tkwią jeszcze w dwóch pierwszych. Próby „pogodzenia” prasy samorządowej i niezależnej — wolnorynkowej, podejmowane przez całą dekadę lat 90. nie roszą szans powodzenia. Podobnie jak nie roszą szans powodzenia próby „komercjalizacji” większości gazet samorządowych, gdyż gazety niezależne — wolnorynkowe muszą posiadać solidne zaplecze materialno-intelektualne, przejawiające się:

zasobnością kapitałową wydawcy, gotowego na finansowanie ewentualnego deficytu w pierwszej fazie działalności gazety,
profesjonalizmem zespołu redakcyjnego i licznym zespołem korespondentów oraz akwizytorów reklam,
określonym i wystarczającym rynkiem czytelnicy oraz skalkulowaną zasobnością rynku reklamo-ogłoszeniowego,
sprawnością kolportażu.

W większości małych miasteczek i gmin wiejskich praktycznie żaden z tych warunków nie jest spełniony, a jedynym zasobnym w kapitał sponsorem wydawcą jest lokalny samorząd. Należy przypuszczać, że w nadchodzących latach w prasie lokalnej raczej będziemy mieli do czynienia z przekształceniami jakościowymi, kosztem obniżania się liczby tytułów. Powstające samorządowe jak i wolnorynkowe gazety powiatowe przejmować będą słabe tytuły gminne. Wiele samodzielnych obecnie gazet czeka los dodatków, a nawet lokalnych kolumn w silnych gazetach regionalnych, ponadpowiatowych lub powiatowych. Możliwe jest powstawanie nowych mini-koncernów, zwłaszcza tworzonych na bazie wydawnictw z obcym kapitałem, np. Passauer Neue Presse lub Orkla Media. Istnienie wielu czasopism sublokalnych, głównie samorządowych, zależy bardziej od chęci posiadania przez władze lokalne jakiegokolwiek tytułu prasowego, niż od rzeczywistej potrzeby skutecznego środka wzajemnej, szybkiej i profesjonalnej komunikacji między władzą lokalną a społecznością lokalną. Zdecydowanie lepiej te funkcje spełniają regionalne dzienniki lub tygodniki, przekazując aktualne lokalne informacje i materiały publicystyczne w swoich cotygodniowych, a nawet codziennych wydaniach mutacyjnych lub dodatkach o zasięgu lokalnym i sublokalnym. Czołowi wydawcy niezależnych, wolnorynkowych tygodników o zasięgu lo-

kalnym i sublokalnym oskarżają zachodnich właścicieli polskich dzienników o nieuczciwą konkurencję, ale ci dysponując zdecydowanie większym potencjałem finansowym, technicznym i ludzkim, często lepiej i taniej zaspokajają potrzeby sublokalnego czytelnika.

Lokalne programy w telewizji kablowej, programy lokalnych stacji radiowych oraz wydania gazet lokalnych typu „on line” w Internecie, choć stanowią poważną konkurencję, prawdopodobnie nie doprowadzą jednak do zaniku prasy lokalnej i sublokalnej.

Bibliografia

Opracowania

Stefan Bratkowski: Najkrótszy poradnik redagowania gazet lokalnych, (w:) Malcolm F. Mallette (red.): Zasady i tajniki dziennikarstwa, podręcznik dla dziennikarzy z Europy Środkowej i Wschodniej. Warszawa 1996.

Włodzimierz Chorążki: Obraz niezależnej prasy lokalnej w Polsce w I połowie 1994 roku, Kraków 1994.

Sylwester Dziki (red.): Katalog Prasy Polskiej 1991/1992, Kraków 1992.

Sylwester Dziki (red.): Katalog Prasy Polskiej 1993, Kraków 1993.

Sylwester Dziki (red.): Katalog Prasy Polskiej 1994, Kraków 1994.

Sylwester Dziki (red.): Katalog Prasy Polskiej 1995, Kraków 1995.

Sylwester Dziki (red.): Katalog Mediów Polskich 1996, Kraków 1996.

Sylwester Dziki (red.): Katalog Mediów Polskich 1997, Kraków 1997.

Sylwester Dziki (red.): Katalog Mediów Polskich 1998, Kraków 1998.

Sylwester Dziki: Wstęp do typologii współczesnej prasy polskiej, Kraków 1989.

Anna Hejman (red.): Poradnik dla wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej t. 1–3, Warszawa 1997–1998.

Maciej Howiecki: Media, władza, świadomość społeczna, Kraków 1997.

Gerd G. Kopper: Ignacy Rutkiewicz, Katharina Schliep (red.): Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995, Kraków 1996.

Adam Lepa: Katalog prasy katolickiej, Łódź 1994.

Stanisław Michalczyk: Prasa samorządowa. Szkice prasoznawcze. Katowice 1996.

Tomasz Mielczarek: Między monopolem a pluralizmem. Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce 1989–1997, Kielce 1998.

Andrzej Notkowski: Polska prasa prowincjonalna Drugiej Rzeczypospolitej (1918–1939), Warszawa 1982.

Joanna Regulska (red.): Grochem o ścianę, Warszawa 1995.

Alina Słomkowska (red.): Transformacja mediów 1989–1995, Warszawa 1996.

Zeszyty
PRASOZNAWCZE

II. Czasopisma

Aktualności Telewizyjne, 1989–1999.

Marketing i Media Polska, 1999.

Media Polska, 1993–1998.

Press, 1996–1999.

Radio Lider, 1995–1999.

Tele @ Top, 1996–1999.

Zeszyty Prasoznawcze, 1989–1999.

Zeszyty
PRASOZNAWCZE