



You have downloaded a document from  
**RE-BUŚ**  
repository of the University of Silesia in Katowice

**Title:** Przekształcenia przestrzeni medialnej województwa śląskiego

**Author:** Marek Jachimowski

**Citation style:** Jachimowski Marek. (2011). Przekształcenia przestrzeni medialnej województwa śląskiego. "Rocznik Prasoznawczy" (R. 5 (2011), s. 13-36).



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI  
W KATOWICACH



Biblioteka  
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki  
i Szkolnictwa Wyższego

# Przekształcenia przestrzeni medialnej województwa śląskiego

## STRESZCZENIE

*We współczesnym globalnym świecie współwystępowanie mediów masowych i odmasowionych wywołuje u jednostki wrażenie nadmiarowości przekazów medialnych z którą sobie ona nie radzi. Jest to pochodna komercjalizacji i uniformizacji treści, które nie ułatwiają w wyborze mediów, jak i oceny informacyjności zawartych w nich treści. W znacznym stopniu wpływają na to również przekształcenia przestrzeni medialnej i spadku znaczenia mediów regionalnych, tłumaczących sprawę regionu, jak i pozaregionalne z perspektywy regionu i społeczności lokalnych. Przykładem takich przekształceń jest między innymi przestrzeń medialna województwa śląskiego. Procesy komercjalizacji mediów w tej przestrzeni i tzw. konsolidacja prasy, spowodowały, iż występuje w niej jeden dziennik o formule hybrydalnej zajmujący się problematyką regionalną oraz dodatki regionalne dziennika ogólnopolskiego. Brak strukturalnie silnej prasy codziennej regionu osłabia znaczenie dyskursywne publicznych elektronicznych mediów regionalnych. W konsekwencji zmniejszają się możliwości translacyjne regionu w komunikacji medialnej wewnątrz województwa śląskiego, a także między regionami, jak również w komunikacji międzykulturowej.*

**SŁOWA KLUCZOWE:** przestrzeń medialna, translacja kulturowa, media periodyczne, region periodycznej komunikacji medialnej, wielokulturowość, katowicki region medialny

## 1. Kilka uwag o translacji kulturowej przestrzeni medialnej zamiast wstępu

Przekształcenia przestrzeni medialnej można omawiać z wielu perspektyw – globalnej i regionalnej, politycznej i kulturowej. Jest ona bowiem wytworem procesów cywilizacyjnych i kulturowych.

W epoce rozwoju technologii cyfrowej na jej zagęszczenie wpływają zjawiska globalizacyjne, a także nasilające się procesy komunikacji międzykulturowej. Nakazuje to porządkować przestrzeń medialną, określać jej ramy kulturowe, które pozwalają pokazywać różnicowanie strukturalne i odnosić do terytoriów świata realnego. Tymi terytoriami ukształtowanymi kulturowo są regiony periodycznej komunikacji medialnej<sup>1</sup>. Jeden z takich regionów, obejmujący terytorium aktualnego województwa śląskiego to katowicki region medialny. Jest on przedmiotem naszych dalszych rozważań

<sup>1</sup> Szerszej na temat regionów periodycznej komunikacji medialnej piszemy w: M. Jachimowski, *Regiony periodycznej komunikacji medialnej. Studium prasoznawczo-politologiczne o demokracji komunikacji medialnej*, Katowice 2006.

w kontekście przekształceń jego przestrzeni medialnej.

Zmiany wskazanej przestrzeni medialnej spróbujemy przedstawić zarówno w kontekście procesów zachodzących w skali regionalnej, jak i szerszej. Chcemy zwrócić uwagę na przestrzeń medialną w odniesieniu do tzw. kulturowej translacji. Mamy tu bowiem na uwadze fakty nie tylko związane z transformacją polityczną mediów po 1989 roku, ale procesy dalsze – związane z przekształceniami przestrzeni medialnej w jej wymiarze kulturowym. Mówiąc konkretnie, postaramy się opisać kształtowanie się struktury przestrzeni medialnej pod kątem jej potencjału generowania mechanizmów kultury medialnej regionu jako jego filtra kulturowego i translacyjnego. Zakres problemu jest bardzo rozległy, skupimy się jedynie na kwestiach podstawowych – strukturalno-przestrzennych mediów, bardziej sygnalizując problem, niż go rozwiązując.

W dobie konwergencji mediów, Internetu i „nowych mediów”, kiedy występuje „nadmiarowość” przekazów, rola przestrzeni medialnej nie ogranicza się do filtra kulturowego, ale pełni również rolę tłumacza kulturowego treści oferowanych nie tylko spoza regionu. Szczególnie w obszarze komunikacji międzykulturowej – tak między strefami strategicznymi, jak i między zbiorowościami regionalnymi, społecznościami lokalnymi i jednostkami.

Nie traktujemy zatem mediów regionu jako miejsca tylko translacji językowej, ograniczonej do tłumaczenia i popularyzacji wybranych tekstów z mediów obcojęzycznych. Traktujemy je jako miejsce zapośredniczonej komunikacji międzykulturowej. Do takiego postrzegania skłania to, iż translacje kulturowe nie ograniczają się do języka tekstów publikowanych. W mediach periodycznych nigdy nie było i nie jest to tylko działalnością językową. Decyzje tłumacza oznaczają niejednokrotnie negocjacje między dwiema kulturami, tworzenia ścieżki rozumienia znaczeń w wielu wymiarach i kontekstach światów życia.

Kultury translacyjnej w periodycznej komunikacji medialnej nie można sprowadzać zatem tylko do praktyki tłumaczenia mieszczącej się w teoretycznym wymiarze przekładu, ale należałoby widzieć jej wymiar humanistyczny i dyskursywny. W przestrzeni periodycznej komunikacji medialnej ten typ kultury wyzwała, w wymiarze wielokulturowym, debaty historyczne, polityczne, ekonomiczne, obyczajowe, religijne i wiele innych.

Mając na uwadze to, co powiedzieliśmy do tej pory, w naszych dalszych rozważaniach interesować nas będzie przekształcenie przestrzeni medialnej w konkretnym regionie medialnym. Wszak wymiar regionu periodycznej komunikacji medialnej pozwala wskazać strukturę mediów w układzie strukturalno-przestrzennym, rzutującym na kulturę medialną regionu. Daje jednocześnie wyobrażenie o potencjale mediów re-

gionu jako miejscu kultury transakcyjnej w komunikowaniu międzykulturowym.

W prezentowanym opracowaniu, jak już powiedzieliśmy, nie sposób przedstawić w pełni podjętego problemu. Omawiając przekształcenia przestrzeni medialnej *katowickiego regionu medialnego*, staramy się jedynie wiązać je z konsekwencjami dla kultury translacyjnej tego regionu. Wymaga tego jego wielokulturowość i potencjalne możliwości otwarcia się na komunikację międzykulturową w wymiarze krajowym, europejskim i globalnym. Przedstawione kwestie są fundamentem do dalszych badań i analiz problemu kultury translacji w katowickim regionie medialnym, jak i pozostałych regionach periodycznej komunikacji w Polsce.

## **2. Stan przestrzeni medialnej katowickiego regionu periodycznej komunikacji medialnej<sup>2</sup> w pierwszym okresie transformacji**

W okresie poprzedzającym transformację ustrojową w Polsce, na Górnym Śląsku oficjalnie wydawano 187 tytułów prasy, funkcjonowały 2 regionalne stacje radiowe (Katowice i Opole) i jeden ośrodek telewizyjny.

Obok mediów funkcjonujących zgodnie z ówczesnym prawem (przed 1990 rokiem) istniało szereg pism drugiego, spontanicznego obiegu. W obiegu nieoficjalnym w latach 1976 -1989 pojawiło się około 400 periodyków i około 500 wydawnictw zwartych. Przedstawione dane pokazują, iż wydawnictwa nieoficjalne zaistniały na Górnym Śląsku czternaście lat przed zniesieniem cenzury. Trudno przecenić ich znaczenie, ale faktem jest, że region ten dojrzał politycznie do alternatywnej komunikacji medialnej. Były to przejawy odradzania się struktury mediów dla tłumaczenia kulturowego rzeczywistości, w kontekście historycznym i politycznym.

Po zniesieniu cenzury następuje bardzo dynamiczny rozwój ilościowy prasy na Górnym Śląsku. Powstają nowe typy prasy, wzrasta liczba ośrodków wydawniczych, następuje zróżnicowanie wydawców<sup>3</sup>.

Liczby tytułów prasowych pojawiających się w przestrzeni medialnej naszego regionu w pierwszych latach zmian ustrojowych obrazują, jak nowe mechanizmy wyzwołyły inicjatywy wydawnicze.

W 1990 roku tytułów zarejestrowanych w sądach i pozarejestrowanych było 150, w następnym roku – 247, natomiast w 1992 roku – 165. Nie oznacza to, że tyle pism co roku weszło na rynek prasowy. Wiele było efemeryd, część tytułów została tylko

2 Katowicki region medialny omawiamy w przywoływanym wcześniej opracowaniu, ibidem s. 307.

3 Szczegółowe dane na ten temat w „Katalogu Prasy – Radia – Telewizji '91 województw: bielskiego, częstochowskiego, katowickiego, opolskiego pod red. M. Joachimowskiego. Rocznik 1991, Katowice.

zarejestrowana w sądach. Mechanizmy selekcji systemu komunikowania medialnego zadziałały tutaj z całą mocą – tak społeczne, jak i ekonomiczne. Dość powiedzieć, że do końca 1992 roku została na rynku prasowym, z poszczególnych lat, następująca liczba tytułów; z przedsięwzięć prasowych z 1990 roku utrzymało się 46 tytułów, 1991 roku – 38 tytułów: 1992 roku – 37 tytułów. Z tytułów prasowych, które ukazywały się przed zniesieniem cenzury, przetrwało 51. W liczbie inicjatyw prasowych widać dużą aktywność różnych środowisk. Próby wydawania prasy podejmowały środowiska polityczne, zawodowe, wyznaniowe, społeczno- kulturalne, a także osoby prywatne, chcące włączyć się w dyskurs społeczny, upubliczniając swój stosunek do rzeczywistości.

Wymogi systemu komunikowania społecznego w społeczeństwie pluralistycznym okazały się w naszym regionie zbyt trudne dla prasy, która wywodziła się ze spontanicznego obiegu informacji (pisma ukazujące się w drugim obiegu nie zaistniały trwale w krajobrazie mediów śląskich po 1990 roku) lub w jakimś zakresie naśladowały ich formułę (prasa Komitetów Obywatelskich). Radykalizm polityczny, ideologiczny, przejawianie problemów publicznych, właściwy i akceptowany w komunikowaniu spontanicznym w nowych warunkach został odrzucony. W konsekwencji tego typu prasa została zweryfikowana negatywnie i to już w pierwszym okresie transformacji ustrojowej.

Drugim ważnym weryfikatorem okazał się mechanizm rynkowy, który określa wymogi zaistnienia na rynku prasowym. Minimalne wymagania tego mechanizmu to odpowiednie środki finansowe oraz profesjonalizm wydawniczy i dziennikarski. One też okazały się niesprzyjającymi prasie, próbującej funkcjonować na zasadach obiegu spontanicznego. Cechą wydawnictw spontanicznego obiegu informacji jest to, iż kwestie ekonomiczne i warsztatowe są dla nich i dla ich czytelnika nie najważniejsze – istotne są treści, które były alternatywne do przekazów ocenianych przez władze.

Na sytuację, szczególnie mediów wysokozasięgowych, miały wpływ działania pozaregionalne związane z likwidacją RSW „Prasa – Książka – Ruch”, a w jej ramach Śląskiego Wydawnictwa Prasowego. Z punktu widzenia kultury medialnej regionu warto prześledzić, jak proces ten zachodził w grupie pism obsługujących cały region i społeczności lokalne.

W omawianym regionie dostrzeżono w dekompozycji starego systemu potrzebę takich zmian w strukturze przestrzeni medialnej, aby przynajmniej część prasy po poprzednim systemie związać z podmiotami regionu i przełamać dotychczasowy scentralizowany układ strukturalny mediów w Polsce. W pierwszym okresie likwidacji Śląskiego Wydawnictwa Prasowego, wśród śląskich polityków i dziennikarzy zrodził się pomysł powołania Górnośląskiego Centrum Prasowego. Pisemny zapis „Koncepcji...” takiego centrum nosi datę 25 lipca 1990 r. Oficjalne pismo w tej sprawie przekazane



zostało Przewodniczącemu Rządowej Komisji Likwidacyjnej RSW dr. Jerzemu Drygalskiemu 30 lipca 1990 r. Według „Koncepcji...” Centrum tworzyłyby redakcje: „Trybuny Śląskiej”, „Dziennika Zachodniego”, „Panoramy”, „Echa”, „Nowin Gliwickich” i „Nowin” (Rybnik). Wymienione pisma stanowiły 30 proc. tytułów wydawanych przez Śląskie Wydawnictwo Prasowe w 1990 roku. Średni jednorazowy nakład tych periodyków stanowił 60 proc. średniego jednorazowego nakładu w tymże wydawnictwie. W „Koncepcji...” proponowano, aby do wydawania tych pism utrzymać kadrę i majątek Śląskiego Wydawnictwa Prasowego. Sugerowano ponadto, aby włączyć katowicką drukarnię prasową w skład tworzonego Centrum. Według twórców koncepcji „Centrum Prasowe pozwala ocalić przed rozproszeniem latami zgromadzony potencjał zaplecza wydawniczego, tworzący infrastrukturę, której odtworzenie przez poszczególne wydawnictwa w rozproszeniu będzie niezwykle uciążliwe i kosztowne...”.

Górnośląskie Centrum Prasowe miało być jednoosobową spółką Skarbu Państwa, która podlegałaby w późniejszym terminie (na zasadzie ustawy z 13 lipca 1990 r. o prywatyzacji przedsiębiorstw państwowych) prywatyzacji. Twórcy koncepcji spodziewali się, że do spółki akcyjnej przystąpiłoby: Wojewoda Katowicki, Zarząd Regionu NSZZ „Solidarność” (gdyby do GCP należał „Dziennik Zachodni”), Bank Śląski, Bank Kredytowo-Handlowy. Przewidywano również udział w Górnośląskim Centrum Prasowym kapitału zagranicznego. Na ten temat w „Koncepcji...” jest następujący zapis: „...dziennikami i >>Panoramą<< – zainteresowane są również międzynarodowe spółki prasowe >>Robertów<<: Hersanta i Maxwella, których wejście razem lub z osobna, w połączeniu z udziałem Skarbu Państwa stanowić mogą układ politycznie zrównoważony przy otwarciu GCP drogi na rynek europejski (ogłoszeniowo-reklamowy) a także, po niezbędnej informatyzacji całego wydawnictwa, włączenie go w europejski obieg informacji, opinii oraz polityki europejskiej”. W innej części tego dokumentu zwraca się uwagę, że „koncepcja silnego zgrupowania na Śląsku stawia prasę w korzystniejszej sytuacji w rozmowach z kapitałem zachodnim, którego obecność w rozsądnych granicach jest konieczna dla modernizacji prasy (...). Poważne zainteresowanie prasą śląską przejawiał koncern Hersanta i jego związanie z GCP wydaje się korzystne, zważywszy, że przejawia szczególne zainteresowanie drukarnią katowicką z niedokończoną inwestycją (...). Hersant umożliwi modernizację prasy i druku, nowoczesną organizację rynku reklamowo-ogłoszeniowego, zainteresowany jest również prawidłowym funkcjonowaniem kolportażu. Związanie się GCP z kapitałem francuskim, który na Śląsku jest już tradycyjnym równoważnikiem siły kapitału niemieckiego, zapewni prasie przełamanie *żelaznej* kurtyny, która oddziela ją od prasy europejskiej”.

Ostatecznie jednak nie doszło do utworzenia Górnośląskiego Centrum Prasowego.

wego<sup>4</sup>. Starania o utworzenie Górnośląskiego Centrum Prasowego w jakimś stopniu spowolniły proces sprzedaży tytułów mających być częścią składową Centrum, w tym pism, którymi interesował się kapitał zagraniczny. Nie udało się zatem utworzyć w tym przełomowy okresie przeobrażeń strukturalnych w funkcjonowaniu mediów naszego regionu, jak i zmiany dysponentów mediów wysokonakładowych o zasięgu regionalnym i lokalnym z zewnętrznych na regionalnych. **O losie prasy naszego regionu zadecydowały podmioty centralne, ale z nowej konfiguracji politycznej.**

### **3. Umiejdzynarodowienie przestrzeni medialnej katowickiego regionu medialnego.**

Komisja ds. Likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa – Książka – Ruch” dopiero na 19 września 1991 r. zarządziła komisyjne otwarcie ofert zakupu: „Nowin” (Rybnik), „Echa” (Tychy), „Nowin Gliwickich”, „Trybuny Śląskiej” i „Dziennika Zachodniego”. Natomiast 26 września 1991 r. odbyło się posiedzenie Komisji Przetargowej, gdzie nastąpiło rozstrzygnięcie przetargu na pięć tytułów, które miały wchodzić w skład Górnośląskiego Centrum Prasowego. „Trybunę Śląską” postanowiono sprzedać za kwotę 23 mld 100 mln starych zł spółce „Górnośląskie Towarzystwo Prasowe”, „Panoramę” – spółce „Fibak – Sport” za kwotę 1 mld 600 mln starych zł, „Nowiny” (Rybnik) – spółce „Gawinex” z Rybnika za kwotę 2 mld starych zł, „Nowiny Gliwickie” – spółce „M and S Ltd” z Gliwic za kwotę 1 mld 100 mln starych zł, tygodnik „Echo” – spółce Zarządu Miasta i Przedsiębiorstwu „Inkom” z Pszczyny<sup>5</sup>.

Komisja wstrzymała się z rozstrzygnięciem przetargu na sprzedaż „Dziennika Zachodniego” do czasu wydania opinii na temat oferty „Prasy Śląskiej” przez Urząd Antymonopolowy. Ostatecznie „Dziennik Zachodni” sprzedano (5.11.1991) spółce „Prasa Śląska” za 40 mld starych złotych. W dniu zakupu udziałowcami tej spółki byli: „Polska Presse” (Hersant) – 50 proc. udziałów, Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe sp. z o.o. (Region Śląsko-Dąbrowski NSZZ „Solidarność” – 30 proc. udziałów, SW „Czytelnik” – 20 proc. udziałów). Warto tu dodać, że dla przeprowadzenia operacji kupna „Dziennika Zachodniego” koncern Hersanta udzielił bezprocentowej pożyczki Regionalnemu Przedsiębiorstwu Związkowemu na 5 lat. Hersant udzielił także pożyczki SW Czytelnik w „wysokości niezbędnej do objęcia udziałów w spółce” również na 5 lat – oprocentowanie wynosiło 12 proc. w stosunku rocznym<sup>6</sup> (w tym czasie kredyt w bankach był kilkakrotnie wyższy). „Prasa Śląska” była jedyną spółką kupującą prasę

4 Brak precyzyjnych danych, które pozwoliłyby dokładnie opisać przyczyny i mechanizmy, które nie dopuściły do utworzenia Górnośląskiego Centrum Prasowego.

5 Komunikat Komisji przetargowej z dnia 26.09.1991 r.

6 Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskich mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1994, nr 1-2, s. 2; P. Gadzinowski, *Jak panna „S” Niemcom dała*, „Nie” 1995, nr 9, s. 3.

śląską, gdzie 50 proc. udziałów miał kapitał zagraniczny. W 1993 r. Hersant odkupił udziały Regionalnego Przedsiębiorstwa Związkowego („Solidarność”) w spółce „Prasa Śląska”. Formalnie więc po tej transakcji „Polska Presse” miała 80 proc. udziałów w spółce „Prasa Śląska”. Zaznaczyć tu trzeba, że Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe, nie mając już udziałów finansowych w spółce „Prasa Śląska”, zachowało prawo współdecydowania o obsadzie niektórych stanowisk kierowniczych w tejże spółce – w tym redaktora naczelnego „Dziennika Zachodniego”. Zastanawia jednak tak szybkie pozbycie się przez Zarząd Regionu Śląsko-Dąbrowskiego NSZZ „Solidarność” udziałów finansowych w spółce wydającej dziennik o największym zasięgu społecznym na Śląsku, zwłaszcza kiedy prześledzi się wcześniejsze pisma kierowane przez ten Zarząd do prasy, do pełnomocnika ds. likwidacji RSW czy też do władz administracyjnych szczebla wojewódzkiego czy rządowego. Ze względu na wagę zachodzących wówczas procesów, przytoczymy w całości treść dwóch takich pism. W dniu 25.10.1990 r. Alojzy Pietrzyk – Przewodniczący Zarządu Regionu Śląsko-Dąbrowskiego NSZZ „Solidarność” – kieruje do redaktora naczelnego „Dziennika Zachodniego” pismo następującej treści: „W związku z brakiem dostępu do prasy codziennej zwracamy się ze stanowczym żądaniem udostępnienia nam 3 kolumn w wydaniu sobotnio-niedzielnym >>Dziennika Zachodniego<< w celu autonomicznego redagowania jej przez Zarząd Regionu Śląsko-Dąbrowskiego NSZZ >>Solidarność<<. Następnego dnia (26.10.1990) Zarząd Regionu Śląsko-Dąbrowskiego NSZZ „Solidarność” kieruje protest do Prezesa Rady Ministrów Tadeusza Mazowieckiego, Przewodniczącego Komisji Likwidacyjnej RSW, Pełnomocnika Komisji Likwidacyjnej RSW ds. Likwidacji Śląskiego Wydawnictwa Prasowego, wojewody katowickiego, posłów i senatorów OKP w województwie katowickim, Komisji Krajowej NSZZ „Solidarność”. Protest był następującej treści: „Zarząd Regionu Śląsko-Dąbrowskiego NSZZ „Solidarność” protestuje przeciwko zmianie planów Komisji Likwidacyjnej RSW, dotyczących prasy śląskiej, a w szczególności „Dziennika Zachodniego”, który ma zostać przekazany nomenklaturowej spółdzielni. Stwierdzamy, że decyzja ta uniemożliwiłaby „Solidarność” dostęp do prasy codziennej w naszym regionie. Wobec tego domagamy się respektowania dotychczasowych uzgodnień pomiędzy Zarząd Regionu a Komisją Likwidacyjną, które przewidywały utworzenie spółki Skarbu Państwa „Dziennik Zachodni” z udziałem Śląsko-Dąbrowskiej „Solidarność” i Spółdzielni „Czytelnik”. Ponadto stwierdzamy, że nie pogodzimy się z faktem zamknięcia nam dostępu do prasy w samym środku kampanii wyborczej. Zastrzegamy więc sobie możliwość podjęcia wszelkich środków protestu, aby do tego nie dopuścić”.



Zarząd Regionu Śląsko-Dąbrowskiego NSZZ „Solidarność”, pozbywając się akcji w spółce „Prasa Śląska”, stworzył możliwość uzyskania pakietu większościowego w tej spółce kapitałowi zagranicznemu.

Hersant zainteresował się również drugim wielkim dziennikiem śląskim „Trybuną Śląską” (codzienny nakład ok. 120 tys., magazynowy ok. 700 tys. egz.). Tutaj strategia Hersanta była odmienna niż w przypadku „Dziennika Zachodniego”, to znaczy nie kupiono tego dziennika bezpośrednio od Komisji Likwidacyjnej, ale poprzez działania rynkowe. Przetarg na „Trybunę Śląską” wygrało „Górnośląskie Towarzystwo Prasowe” sp. z o.o. Udziałowcami tej spółki byli: Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Warszawie (25 proc.), Związek Górnośląski, Związek Gmin Górnego Śląska, Górnośląskie Towarzystwo Gospodarcze, Regionalna Izba Gospodarcza z Katowic po 10 proc., spółka z o.o. „Propress” oraz pięciu udziałowców prywatnych<sup>7</sup>. Wskutek zręcznych działań negocjacyjnych i biznesowych, w marcu 1993 r. większość w „Górnośląskim Towarzystwie Prasowym” miały trzy spółki (76,5 proc. udziałów – w jednakowej liczbie) „Propress”, „Książnica” i „Euromarket”. Spółki „Euromarket” i „Książnica” kontrolowane były przez łódzką grupę „Tower”, w której większość udziałów należała do Hersanta. W ten sposób, w stosunkowo krótkim czasie, Francuzi zdobyli kontrolę finansową nad dwoma największymi dziennikami Śląska. Spełniły się przewidywania twórców koncepcji Górnośląskiego Centrum Prasowego, że prasa śląska rozproszona, nie potrafi obronić się przed koncentracją kapitałową wydawców zagranicznych. Podobna sytuacja nastąpiła z takimi periodykami jak „Sport”, „Sport Śląski”, „Panorama”, „Nowe Echo”, „Dziennik Beskidzki”, które związane były z grupami kapitałowymi, gdzie funkcjonował Wojciech Fibak. Przedsięwzięcia Wojciecha Fibaka należy traktować jako kapitał zagraniczny. Biznesmen ten wówczas na stałe mieszkał w Monte Carlo, a angażowanie się kapitałowe na Śląsku i w Polsce było wówczas jednym z fragmentów jego globalnej działalności na międzynarodowym rynku kapitałowym. Jego przedsięwzięciami w prasie śląskiej były udziały w takich spółkach jak „Fibak – Sport S.A.”, przekształconej następnie w „Fibak Noma Press S.A.”. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że spółka Fibaka od marca 1993 r. została właścicielem Prasowych Zakładów Graficznych w Katowicach.

Mając kilka tytułów prasowych oraz drukarnię, grupa kapitałowa, w której funkcjonował Wojciech Fibak, dokonuje kolejnych zmian własnościowych. Powstaje spółka „Fibak – Marquard Press”, gdzie udziałowcami są Wojciech Fibak i przedstawiciel kapitału szwajcarskiego Jurgen Marquard.

Mniejszym zainteresowaniem kapitału zagranicznego cieszyła się popołudniówka „Wieczór”. W spółce „Akapit”, wydającej ten periodyk, posiadała niewielkie

7 Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny*, s. 11.

udziały spółka, gdzie występuje kapitał z Luksemburga – IBC International Consulting sp. z o.o.

Do 1994 roku wysokonakładowe dzienniki regionalne, jak pokazaliśmy, zostały w wyniku działań polityczno-handlowych i handlowych przejęte przez podmioty zagraniczne. Określone zachowania środowisk politycznych i postrzeganie prasy regionalnej nie w kategoriach kulturowych, a tylko towarowo-rynkowych, ułatwiło podmiotom zewnętrznym całkowite przejęcie kontroli nad dziennikami i sprowadzenie ich wartości do jednego, rynkowego wymiaru. W pełni te mechanizmy zadziałały w roku 1994. Rok ten jest ważną cezurą nie tylko przy analizie kapitału zagranicznego na Śląsku, od tego roku bowiem zaczyna się nowy etap w zmianach strukturalnych funkcjonowania nie tylko dzienników.

Nastąpiły bardzo znaczące zmiany własnościowe w spółkach wydających najważniejsze dzienniki śląskie. Robert Hersant sprzedał we wrześniu 1994 r. niemieckiemu koncernowi prasowemu ze Wschodniej Bawarii Passauer Neue Presse za 100 mln marek<sup>11</sup> 8 dzienników polskich, w tym „Dziennik Zachodni” i „Trybunę Śląską”. Po tej transakcji w spółce „Prasa Śląska” początkowo podstawowymi udziałowcami są „Polska Press” (Passauer Neue Presse) – udziały większościowe, SW „Czytelnik” oraz pracownicy (udziały tych ostatnich wynosiły ok. 8 proc.). Z biegiem czasu podmiot zagraniczny przejmuje poprzez mechanizmy rynkowe wszystkie udziały w spółce. Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe, nie mając udziałów w spółce „Prasa Śląska”, przez jakiś czas zachowało prawo powołania jednego z wiceprezesów tej spółki oraz współdecydowania o obsadzie redaktora naczelnego „Dziennika Zachodniego”. Ale kolejne zmiany reorganizacyjno-prawne i rynkowe pozbawiają je tego przywileju. W spółce „Górnośląskie Towarzystwo Prasowe”, która wydawała „Trybunę Śląską”, udziały większościowe miał także Passauer Neue Presse. Warto tu jeszcze dodać, że koncernowi temu swoje udziały sprzedał nie tylko Hersant, ale także jeden z polskich udziałowców. W spółce tej sytuacja była interesująca jeszcze z innego powodu – jak twierdzą przedstawiciele polskiej strony – pomimo udziału większościowego kapitału zagranicznego, decydujący głos w sprawie zarządu i obsady redaktora naczelnego „Trybuny Śląskiej” miał przez jakiś czas polski udziałowiec, ale z biegiem czasu mechanizmy rynkowe skłoniły go do sprzedaży swoich udziałów podmiotowi z Bawarii.

Daleko idące przekształcenia własnościowo-dysponenckie w podstawowym segmencie prasy regionu katowickiego spowodowały zmiany nie tylko w strukturze mediów tego segmentu, ale wytworzyły nowe zasady polityki selekcji i polityki informacji redakcji. Nie wdając się w szczegółowy opis tych mechanizmów, należy powiedzieć, iż inaczej zaczęto wartościować znaczenie tematyczne publikacji. Sukcesywnie nabierały znaczenia materiały neutralne politycznie czy społecznie o dużym ładunku

sensacji, relacjonujące życie „codzienne” jednostki. Tłumaczenie procesów społecznych czy politycznych schodzi na plan dalszy. Zaczynają nabierać znaczenia różne formy uatrakcyjniania pozadziennikarskiego.

#### **4. Komerccjalizacja przestrzeni periodycznej komunikacji medialnej**

Wraz z wkroczeniem kapitału zagranicznego do dwóch głównych dzienników naszego regionu, zaczyna się wielowymiarowy proces komercjalizacji nie tylko treści. Pierwszym przejawem tych działań była próba zwiększania sprzedaży „Dziennika Zachodniego” przez wprowadzenie konkursów z możliwością wygrania w tamtych czasach atrakcyjnych nagród (tzw. zdrapki). To czas, kiedy jeszcze „Dziennik Zachodni” był w dyspozycji podmiotu francuskiego. Właściciel niemiecki poszerza te procesy przez zwiększanie liczby dodatków tematycznych oraz lokalnych. Coraz wyraźniej dostrzegalna jest zmiana w zawartości, jak i formie. Zmiany te dokonywane są w czasie, tak że adresat tytułu nie musi się „uczyć” na nowo korzystania z tego periodyku. Konsekwentnie jednak, acz stosukowo powoli, pismo upodabnia się do formuły tabloidu. „Dziennik...” w nowej formule wpółuczestniczy w latach dziewięćdziesiątych wraz z innymi mediami komercyjnymi w promowaniu nowej formuły mediów periodycznych i oczekiwań publiczności medialnej. W konsekwencji dąży się w sektorze komercyjnym do zamiany czytelnika mediów w odbiorcę – konsumenta mediów. Kształtuje się odbiorcę (ostatecznego konsumenta treści) oczekującego i akceptującego materiały medialne o charakterze informacyjno-sensacyjnym oraz różnego rodzaju relacje.

Zmniejsza się ilość publikacji o charakterze polemicznym czy dyskursywnym inspirujących debatę publiczną. Wpływa to strukturalnie na obniżanie się kultury translacji przestrzeni medialnej. Z czasem w podstawowym dzienniku omawianego regionu coraz wyraźniej widać marketingowe podejście wydawcy do pisma. Można to nazwać neutralnością komercyjną, niepozwalającą określić, jaki typ poglądów na istotne problemy regionu prezentuje ten dziennik. Jest to cecha większości komercyjnych mediów periodycznych, które pod wpływem badań typowo marketingowych starają się „zaspokoić” oczekiwania konsumenta. Następuje spłylenie publicystyki. Tematy społeczne, polityczne, gospodarcze, pomimo tak głębokich przeobrażeń politycznych i społecznych, a szczególnie gospodarczych w regionie i państwie, częściej są rejestrowane w wielu z tych mediów w „atrakcyjnej formie” niż dyskutowane czy szerzej omawiane i tłumaczone. Nie dokonują one głębszej analizy tłumaczącej wielu problemów i nie wywołują dyskursu, który w sposób krytyczny i zrozumiały pokazywałby je przez pryzmat regionu.

Nie wchodząc głębiej w analizę tego problemu w tym miejscu i powracając do segmentu dzienników omawianego regionu, można postawić tezę, iż w wykształconej ostatnimi laty formule istniejący dziennik został pozbawiony mechanizmu kreowania własnych publicystów, którzy sprostiliby trudnym tematom nie tylko regionu, ale i szerszym ogólnokrajowym – z perspektywy regionu. Po 1994 roku wyraźnie brak odwagi kształtującej politykę informacji w redakcji do podejmowania trudnej publicystyki z podstawowych dziedzin, o których wspominamy wcześniej. Posługiwanie się komentatorami czy publicystami „zewnątrznymi”, szczególnie z centrum politycznego kraju w dzienniku regionu, spycha ten dziennik do poziomu pisma prowincjonalnego bez własnego oblicza, niepotrafiącego w swoim zespole wykształcić publicystów. Wpływa to na obniżenie poziomu kultury medialnej i kultury translacji przestrzeni medialnej regionu.

## **5. Osłabienie strukturalne przestrzeni medialnej jako filtra kulturowego regionu**

Proces obniżania się poziomu kultury medialnej trudno powstrzymać, gdy istnieje tylko jeden dziennik zorientowany na sprawy regionu. A problem staje się tym bardziej złożony, kiedy zważymy, że formuła tego jedynego dziennika regionu została zmieniona z regionalnej w hybrydalną (realizowanym w projekcie wydawcy „Polska. The Times”).

Jest to poważną kwestią nie tylko dla kultury medialnej regionu. Mechanizmy rynkowe i korporacyjne tak bowiem ukształtowały struktury medialne w omawianym regionie, że jest tu jeden dziennik regionu o charakterze hybrydalnym. Należy w tym miejscu przypomnieć, że w omawianym regionie w segmencie dzienników regionu wcześniej istniały jeszcze „Wieczór” i „Trybuna Śląska”. Najpierw mechanizmy rynkowe zweryfikowały negatywnie „Wieczór”, a parę lat później mechanizmy korporacyjne „Trybunę Śląską”.

Likwidacje tytułów, jak pokazują wcześniejsze okresy historyczne mediów omawianego regionu, dokonują się stosunkowo często. Trudniej natomiast wprowadzić w przestrzeń medialną nowy dziennik o zasięgu regionalnym. Warto pamiętać, że takie próby były podjęte po 1990 roku. Nowe inicjatywy z lat dziewięćdziesiątych, takie jak „Kurier Zachodni”, „Dziennik Śląski” czy „Dziennik Beskidzki”, okazały się przedsięwzięciami nietrafionym i na krótko zaistniały w przestrzeni medialnej regionu. W konsekwencji w jednym z najważniejszych segmentów mediów, stanowiących część przestrzeni medialnej regionu, który decyduje o pewnej trwałości przekazów medialnych (są one mniej ulotne niż przekazy w mediach elektronicznych), pozostał

jeden dziennik mocniej osadzony w tematyce regionalnej. Taki stan ogranicza jakikolwiek dyskurs medialny na tym poziomie mediów, pozwalający na tłumaczenie zmian politycznych, ekonomicznych czy kulturowych. Dodatki „śląskie” dzienników warszawskich, z racji swej formuły mają ograniczony zakres penetracji dziennikarskiej i problemowej, a tym samym ograniczone możliwości włączania się w debatę medialną regionu. W pismach ogólnokrajowych dodatki regionalne mają charakter uatrakcyjniającego wydania podstawowe w danym regionie. A zawarte tam treści regionalne nie są podstawowymi, a tylko jednymi z wielu. Nie są one tak wielorako tematyzowane, jak w typowym piśmie regionalnym. Ograniczenia często uwarunkowane są szczupłością zespołów dziennikarskich, jak i określoną liczbą stron na tematy z danego zakresu problemowego. Co w pismach szczególnie o charakterze centralnym jest zrozumiałe.

Pozostanie tylko jednego tytułu dziennika o tematyce regionalnej w regionie nie tylko burzy zasady pluralizmu strukturalno-przestrzennego, ale obniża jakość systemową warunków do prowadzenia dyskursu medialnego na tematy różnych kultur kształtowanych w regionie – od kultury artystycznej po kulturę polityczną. W takim regionie jak opisywany, jeden dziennik (hybrydalny) o nastawieniu regionalnym może co najwyżej rejestrować w dziennikarskich formach informacyjnych wydarzenia – zgodnie z obecną formułą tego dziennika. Takie ukształtowanie przestrzeni medialnej w segmencie dzienników nie sprzyja rozwojowi form publicystycznych skłaniających do dyskursu czy debaty nie tylko w tych dziennikach. Osłabiony jest jeden z mechanizmów w strukturze mediów nie tylko regionalnych, ale całego systemu. To dzienniki o różnej proveniencji (w znaczeniu pluralizm przestrzenno-strukturalnego), a nie media elektroniczne (ulotność treści) często są „zaczynem” dyskursu medialnego mającego zasadnicze znaczenie dla kształtowania kultury translacji przestrzeni medialnej. W *katowickim regionie medialnym* nabiera to szczególnego znaczenia, kiedy zważymy na historycznie i politycznie kształtowaną wielokulturowość regionu.

Mechanizmy weryfikacji rynkowej i korporacyjnej widać również w innych segmentach przestrzeni medialnej. Skuteczność mechanizmów rynkowych jako weryfikatora najlepiej obrazują dane dotyczące inicjatyw prasowych, zawarte w sądowych rejestrach tytułów prasowych, a faktyczną ilością tytułów funkcjonujących w krajobrazie mediów w pierwszej dekadzie transformacji ustrojowej. Na terenie byłych województw śląskich (bielskie, częstochowskie, katowickie i opolskie) w latach 1990-2000 zarejestrowano blisko 2500 tytułów prasowych. W 2000 roku wydawanych było na terenie województwa śląskiego i opolskiego 409 tytułów prasowych. W ciągu minionych dwóch dekad w przestrzeni medialnej Górnego Śląska pozostali ci wydawcy (i tytuły), którzy wykazali rozeznanie w funkcjonowaniu rynku medialnego, wiedzę z zakresu ekonomiki mediów oraz profesjonalizm zespołów dziennikarskich. Nie bez znaczenia



był również kapitał wyjściowy. Ważnym okazało się także, czy tytuł miał utrwaloną pozycję w poprzednim systemie mass mediów. Wszak czytelnik nie odrzucił tytułów prasowych z minionej epoki, szczególnie tych o treściach uniwersalnych. Szczególnie jest to widoczne na przykładzie codziennej prasy regionalnej i tygodników lokalnych oraz prasy ogólnokrajowej naszego regionu Kościoła rzymskokatolickiego.

Dla badaczy tego typu prasy nie było to zaskoczeniem. Prowadzone przez Zakład Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego badania w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych nad prasą lokalną oraz w latach dziewięćdziesiątych nad prasą regionalną tak na Śląsku, jak i w całej Polsce jednoznacznie wskazywały motywy jej czytania. Prasa ta nie była postrzegana do końca przez odbiorców jako instrument działań propagandowych ówczesnej partii rządzącej. Podawane przez adresatów powody jej czytania sprowadzały się do następujących stwierdzeń: „czytam o sprawach bliskich – zaspokajają moje potrzeby informacyjne o miejscowościach z najbliższej okolicy” czy też takie powody: „w tym piśmie można spotkać znajome nazwiska, miejscowości, ulice”, „jest to dziennik mojego regionu”. Pozostałe motywy też skupiały się na sprawach lokalnych i regionalnych, konkretnych, ludziom bliskich, weryfikowalnych w społecznościach lokalnych lub na poziomie regionu. Co nie znaczy, że czytelnicy ci nie dostrzegali mankamentów ówczesnego systemu prasowego. Domagali się, aby pisma lokalne czy regionalne „głębiej wnikały w problematykę lokalną i poruszały równomiernie wszystkie tematy [...] zwłaszcza zagadnienia społeczne i obyczajowe”, lub stwierdzali: „prasa nie powinna być jednostronna, nie powinna reprezentować interesów i poglądów jakiegokolwiek organizacji czy grupy interesów [...]”, „powinna dopuścić na łamach do głosu, na równi, ludzi pełniących jakiegokolwiek funkcje i szeregowych obywateli”. Z przedstawionych motywów wynika, iż członkowie społeczności lokalnych sięgali po te pisma jako źródła informacji lokalnej i regionalnej. Tym bardziej, że wówczas było to jedyne oficjalne źródło informacji tego typu. Na Śląsku dochodziły jeszcze inne czynniki. Jednym z nich jest fakt, iż większość pism lokalnych ukazywało się po II wojnie światowej na Górnym Śląsku już od połowy lat pięćdziesiątych XX wieku. Wieloletni okres ukazywania się prasy lokalnej wyrobił nawyk i umiejętność czytania tych tytułów. Drugim czynnikiem historycznym, który wymaga uwzględniania przy omawianiu prasy śląskiej, są tradycje czytelnictwa prasy lokalnej na Śląsku – sięgające drugiej połowy XIX wieku. Można powiedzieć, że w tym regionie o czytelnictwie tego typu prasy w dużym stopniu decydowały tradycje prasowo-wydawnicze.

Wyniki naszych badań pozwoliły ponadto ustalić, że samoutrwalanie tytułu prasowego wywołuje reakcje motywacyjne prowadzące do tego, że jest on częściej brany do ręki niż tytuł nowo utworzony. Ta prawidłowość potwierdziła się w czasie zmian zachodzących na rynku prasowym w latach dziewięćdziesiątych. Przesłanki te zostały

wzmocnione tym, że wyeliminowano mankamenty tych tytułów prasowych, które były pochodnymi poprzedniego systemu politycznego. Odnosi się to nie tylko do prasy lokalnej, ale i regionalnej.

Przekształcenia, jakie zachodziły w kolejnych okresach transformacji systemowej w Polsce, potwierdziły wskazaną prawidłowość w całej rozciągłości. Podstawowymi elementami regionalnej przestrzeni medialnej w segmencie dzienników i tygodników lokalnych na Śląsku pozostają, ponad dwadzieścia lat po zniesieniu cenzury, tytuły o wieloletniej tradycji: z dzienników „Dziennik Zachodni” (włączony przez wydawcę zewnętrznego w projekt „Polska. The Times”), a z tygodników „Nowiny”, „Nowiny Gliwickie”, „Gwarek”, „Echo”, „Kronika Beskidzka”, „Głos Zabrze i Rudy Śląskiej”, „Głos Ziemi Cieszyńskiej”. Przeszły one pozytywnie czytelniczą weryfikację w systemie mediów pluralistycznych. A ze względu na relatywnie wysokie nakłady i zasięg społeczny odgrywają one, w porównaniu z pozostałymi tytułami prasowymi wydawanymi w tym regionie, rolę podstawową, jeśli chodzi o społeczności lokalne. Brak natomiast mediów, które mogłyby w sposób ciągły śledzić i niejako łączyć problemy poszczególnych subregionów naszego regionu w formie dyskursu medialnego. Relacyjność tematyczna między poszczególnymi tygodnikami lokalnymi a „Dziennikiem Zachodnim” czy mediami elektronicznymi w sensie dyskursywnym jest niewielka. Wpływa to negatywnie na kształtowanie się w całej przestrzeni medialnej kultury tłumaczenia spraw regionu w regionie.

To, co pozwoliło każdemu z wymienionych tygodników lokalnych przejść pozytywnie weryfikację czytelniczą w nowych warunkach politycznych, to niezmiennie dominująca na ich łamach informacja lokalna i regionalna, utrzymujący się profesjonalizm tych pism oraz szanowanie przyzwyczajzeń czytelnicznych. Oczywiście jest, że nastąpiły inne daleko idące przekształcenia w tej prasie: zmiany wydawniczo-właściwościowe, organizacyjne, wzrost ilości reklam itp., które okazały się istotne z punktu widzenia funkcjonowania w nowym systemie medialnym. W *katowickim regionie medialnym* mamy również przykłady umiejętne połączenia na łamach treści regionalnych z treściami ogólnokrajowymi czy szerszymi z różnych zakresów. Mamy tu na myśli tygodnik Wydawnictwa Kurii Metropolitarnej w Katowicach „Gość Niedzielny”. To katolickie pismo jest jednym z najdłużej ukazujących się w naszym regionie periodyków. Warto podkreślić, iż redagujący i wydający to pismo potrafili znaleźć formułę nowoczesnego pisma, nie tylko katolickiego. Dowodem tego jest osiągnięcie przez ten tygodnik sukcesu w ogólnopolskiej przestrzeni medialnej i na rynku tygodników opinii. W pierwszym półroczu 2010 roku ten ogólnopolski tygodnik katowickiego regionu osiągnął według danych Związku Kontroli i Dystrybucji Prasy najlepszą średnią sprzedaż w segmencie tygodników opinii. Wyprzedził tygodniki wydawców komercyj-

nych, takie jak np.: „Polityka”, „Newsweek Polska”, „Wprost” czy „Przekrój”. Sukces ten jest ważny nie tylko dla redakcji i wydawcy, ale dla całej kultury medialnej regionu. Pokazuje, iż na poziomie regionu przy pewnej stabilizacji polityki redakcji i pewnym dystansie do sfery politycznej i korporacyjnej można odnieść sukces nie tylko czytelnicy, ale i rynkowy. Warto w tym miejscu wspomnieć, iż proces przekształceń „Gościa Niedzielnego” rozpoczął ksiądz Stanisław Tkocz na początku lat dziewięćdziesiątych. Ten nieżyjący już ksiądz dziennikarz wniósł wiele otwartości, a jednocześnie poszanowania wobec tradycji i kultury medialnej naszego regionu.

Powracając do segmentu prasy lokalnej, trzeba podkreślić, że i w tym segmencie przestrzeni medialnej w minionych dwudziestu latach podejmowano próby wydawania nowych tytułów tygodniowej prasy lokalnej o treściach uniwersalnych. Ale lokalne tygodniki, które powstały i zaistniały przez jakiś czas w przestrzeni medialnej regionu, po pewnym czasie upadały (poza nielicznymi wyjątkami, np. „Co Tydzień”).

Jedynie w pismach o rzadszej periodiczności, a przede wszystkim w segmencie miesięczników nastąpił daleko idący rozwój ilościowy. Ale pod względem nakładów są to pisma niskonakładowe i ich znaczenie w systemie periodycznej komunikacji medialnej jest ograniczone i prawie niezauważalne w komunikowaniu masowym.

Wieloletnie badania Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego nad rozwojem typologicznym prasy pod względem periodiczności na Górnym Śląsku pokazują, że wydawane są tu wszystkie typy prasy. Prawie połowa tytułów wydawanych w naszym regionie to miesięczniki. Tygodniki stanowią około 20 proc., dwutygodniki blisko 6 proc., a periodyki o innej periodiczności stanowiły po kilka procent wydawanej prasy. Dzienniki w latach 1990-2000 stanowiły 2-5 proc. prasy drukowanej w tym czasie na Górnym Śląsku<sup>8</sup>. W kolejnej dekadzie w tym segmencie prasy nastąpiły procesy dalszej komercjalizacji i konsolidacji, co spowodowało jakościową zmianę tego segmentu prasy. W 2010 roku dzienniki stanowiły 0,5 proc. wszystkich periodyków wydawanych w woj. śląskim.

Ogólna liczba tytułów prasowych w przestrzeni medialnej naszego regionu wydawanych w roku latach 2010-2011 oscyluje w granicach 383. W pośrednich okresach badawczych liczba tytułów prasy wydawanej w naszym regionie była następująca: w roku 2000 – 337, a w roku 1996 – 367<sup>9</sup>.

Pisma współtworzące przestrzeń medialną *katowickiego regionu medialnego* wydawane są w około 90 miejscowościach. Główne ośrodki wydawnicze to: Katowice, Bielsko-Biała, Częstochowa, Gliwice, Cieszyn, Rybnik, Sosnowiec, Tychy.

8 Szczegółowe zestawienia dotyczące mediów na Górnym Śląsku do 1996 roku patrz: M. Jachimowski (red.), *Katalog Prasy – Radia – Telewizji*?, Rocznik 1995/1996, Rocznik 1992/1993, Rocznik 1991.

9 Badania własne autora.

## 6. Media elektroniczne w przestrzeni medialnej

W przestrzeni medialnej *katowickiego regionu medialnego* struktura mediów elektronicznych pod względem ilości elementów jest mniej liczna niż prasy drukowanej, natomiast ich zasięg społeczny oraz masowość oddziaływania jest bardzo duża. W momencie rozpoczęcia transformacji ustrojowej w Polsce na terenie Górnego Śląska istniały dwie regionalne rozgłośnie radiowe – Rozgłośnia Polskiego Radia w Katowicach i Rozgłośnia Polskiego Radia w Opolu oraz Telewizja Katowice. W przestrzeni medialnej regionu, po likwidacji cenzury, rozwój ilościowy stacji radiowych i telewizyjnych ze względów technicznych, formalnoprawnych był mniej żywiołowy niż prasy. Chociaż należy powiedzieć, że zrodziły się inicjatywy zakończone sukcesem jeszcze przed wejściem ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji. Na terenie byłych województw śląskich powstało do grudnia 1992 sześć stacji radiowych – pięć komercyjnych i jedna kościelna. Zaczęła również działać 16 grudnia 1992 roku Prywatna Telewizja Katowice „Rondo”, a w 1993 roku rozpoczęła emisję prywatna Telewizja Opole Telopol. Dość powiedzieć, że w pierwszym okresie, kiedy rozpoczęto porządkowanie spraw związanych z funkcjonowaniem mediów elektronicznych w latach 1992-1993, powstały na Śląsku 3 stacje katolickie, 11 stacji radiowych komercyjnych i 2 stacje telewizji prywatnej.

W wyniku procesów koncesyjnych przybywało lokalnych stacji radiowych w przestrzeni regionu. Na koniec pierwszej dekady transformacji ustrojowej, na terenie powstałego województwa śląskiego istniały 22 stacje radiowe o różnym profilu. W liczbie tej mieściły się: jedna regionalna rozgłośnia publiczna, pięć stacji Kościoła katolickiego, jedna Kościoła ewangelicko-reformowanego oraz 15 stacji komercyjnych. Były one rozmieszczone w 15 miejscowościach. Miasta, które były siedzibami więcej niż jednej stacji, to: Częstochowa (4 stacje), Bielsko-Biała (3 stacje), Katowice (3 stacje).

Na przełomie dwóch dekad transformacji ustrojowej w przestrzeni mediów regionu, w segmencie mediów elektronicznych nie miała konkurenta publiczna telewizja regionalna. W strukturach Telewizji Polskiej Katowice usamodzielniał się Ośrodek Regionalny Telewizji Polskiej w Opolu. Od połowy stycznia 2000 roku, od poniedziałku do piątku OTV Katowice nadawał półgodzinny program lokalny dla odbiorców pasma wspólnego na terenie Opolszczyzny. Inna zmiana, jaką wprowadzono w telewizji regionalnej, to ograniczenie programu własnego. Od 1998 roku wprowadzono tzw. „pasma wspólne” dla publicznych telewizji regionalnych, ograniczając w ten sposób własne programy osadzone w regionie. W wyniku tych zmian nastąpił znaczący spadek zasięgu społecznego TVP Katowice w regionie. W 1997 r. wynosił on 73 proc., a w 1999 r.

tylko 35,9 proc. badanych w naszym regionie deklarowało korzystanie z programów tej telewizji. W konsekwencji musiało to wpłynąć na ograniczenie znaczenia telewizji regionalnej jako regionalnego źródła informacji. Wystarczy tu tylko powiedzieć, że w 1997 roku TVP Katowice była podstawowym źródłem informacji o regionie dla 52,6 proc. mieszkańców byłych województw bielskiego, częstochowskiego i katowickiego, natomiast w 1999 roku dla 26,9 proc. W kolejnych latach, jak pokazują badania pracowników Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego za lata 1990-2001, spada znaczenia radia publicznego jako źródła informacji z regionu.

W drugim dziesięcioleciu transformacji w segmencie mediów elektronicznych jeszcze wyraźniej widać efekty niedostatecznych zmian strukturalno-systemowych w kształtowanej przestrzeni medialnej kraju. Pokazana wcześniej stosunkowo duża aktywność na poziomie lokalnym w tworzeniu mediów elektronicznych została szybko zweryfikowana przez mechanizmy rynkowe. Wiele niepowodzeń w zakresie funkcjonowania elektronicznych mediów lokalnych w naszym regionie było pochodną sytuacji gospodarczej regionu. Regionalny i lokalny rynek był zbyt płytki, aby podmioty podejmujące trud tworzenia nowych lokalnych stacji radiowych mogły odnieść sukces rynkowy i twórczy. Wiele z tych stacji lokalnych zostało przejętych przez silne podmioty korporacyjne spoza regionu. Stacje te zostały wchłonięte przez sieci tych podmiotów i zastąpione stacjami sieci. Zazwyczaj o określonym formacie muzycznym, atrakcyjnym z punktu widzenia marketingowego i reklamowego. Podmioty korporacyjne, które przejęły lokalne stacje omawianego regionu, były zlokalizowane przeważnie w centrum polityczno-administracyjnym kraju. To pokazuje, iż nadmiernie rozbudowany ośrodek medialny w centrum polityczno-administracyjnym kraju ściągnął podmioty korporacyjne, szczególnie zagraniczne, które skanalizowały środki na reklamę w mediach o charakterze centralnym. Szczególnie korporacje i firmy, które traktowały nasz kraj jako rynek zbytu swoich masowych towarów. Podejmując swoje działania promocyjne i reklamowe w skali całego kraju, podmioty te kierowały środki na reklamę do komercyjnych mediów mających charakter centralny z racji zasięgu ogólnokrajowego. Wskutek tego regiony medialne stały się ponownie miejscami oddziaływania perswazyjnego, tyle że korporacyjnego.

Działania promocyjne i reklamowe stosunkowo szybko weryfikują efekty oddziaływania perswazyjnego danego medium poprzez procent wzrostu sprzedaży. To pokazywało zleceniodawcom możliwości danego medium. Dlatego wiele podmiotów dysponujących mediami (szczególnie znaczące korporacyjnie) podjęły działania już u zarania transformacji ustrojowej, rozbudowując mutacje czy dodatki swoich wydań podstawowych (prasa drukowana), a w przypadku mediów elektronicznych tworzenie sieci stacji radiowych lub nadajników zwiększających zasięg techniczny i społeczny. Ze



względu na charakter opracowania nie analizujemy w głębiej tego problemu, robimy to w innym miejscu<sup>10</sup>.

Kolejne stacje radiowe w omawianym regionie działające aktualnie, to lokalne stacje koncesjonowane. Są to radia zróżnicowane, jeśli chodzi o program, ale można powiedzieć, iż w części tych stacji przekazywane treści mocno są osadzone w kulturze społeczności, do której nadają. Takim radiem jest np. Radio Piekary.

Wiele z tych stacji [Radio Bielsko, Radio Express (Tychy), Radio Fest (Chorzów), Radio Piekary, Radio Vanessa (Racibórz), Radio CCM (Gliwice), Radio eM 107,6] weszło w porozumienie handlowe w ramach tzw. Pakietu Niezależnych. Pakiet Niezależny funkcjonuje na rynku reklamy od 1 kwietnia 2003 roku. Jest to porozumienie handlowe niezależnych lokalnych stacji radiowych i Eurozet, które zajmują się sprzedażą antenowego czasu reklamowego, przez co dają reklamodawcom unikalny dostęp do lokalnych słuchaczy, zasięg w wymiarze ogólnopolskim (porozumienie tworzą 52 rozgłośnie z całej Polski) oraz atrakcyjną cenę.

Oddzielnego opracowania (ze względu na zakres problemów) wymaga sytuacja radia publicznego naszego regionu – Polskiego Radia Regionalnej Rozgłośni w Katowicach „Radio Katowice” S.A. i telewizji publicznej TVP/oddział Katowice. Są to media elektroniczne, które wraz z dziennikiem regionalnym są mediami konstytuującym region medialny województwa śląskiego. Znaczenie tych mediów jako podstawowego źródła informacji dla naszego regionu zostało opisane szczegółowo w raportach z badań prowadzonych w latach 1990-2001 przez pracowników naukowych Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego – Mariana Gierulę, Bernarda Grzonkę i piszącego te słowa. Wyniki z tych badań zostały w znacznej części wykorzystane w innych publikacjach naukowych<sup>11</sup>.

## 7. Dziennikarze w przestrzeni medialnej

Znaczenie i wartość mediów regionu są ważne nie tylko dla kultury medialnej regionu. Ważne są dla całej kultury. Świadczy o tym dorobek zespołów dziennikarskich mediów, które istniały i istnieją na Śląsku. Jest on znany i nie wymaga w tym miejscu jakiegось szczególnego omawiania. Warto tu jedynie dodać, że np. Radio Katowice, jak i Telewizja Polska o/Katowice są ważnymi ośrodkami praktyk dla studentów dzienni-

10 M. Jachimowski, op. cit.

11 M. Gierula, M. Jachimowski, *Zmiany mediów i dziennikarstwa lokalnego*, [w:] G. Kopper, K. Schliep, J. Rutkiewicz (red.), *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*, Kraków 1996; M. Gierula, *Radio na Śląsku – wolny rynek czy monopol*, [w:] J. Kantyka, M. Jachimowski (red.), *Transformacja radia w Polsce i na świecie (1990-1995)*, Katowice 1996; M. Gierula, *Radio publiczne i radio komercyjne na Śląsku – 15 lat koegzystencji*, „Studia Medioznawcze” 2006, nr 3.

karstwa śląskich uczelni. Ponadto były i są od początku transformacji zapleczem kadrowym dla mediów komercyjnych, zarówno dla naszego regionu, jak i mediów ogólnokrajowych.

## 8. Czynniki osłabiające kulturę medialną

Kultura medialna i kultura translacji przestrzeni medialnych może się rozwijać tylko w warunkach pluralizmu strukturalno-przestrzennego mediów w skali całego kraju. Niezbędne do tego są stosowne rozwiązania prawne i systemowe. Wieloletnie działania polityczne, „wciągające” do gry politycznej media – szczególnie publiczne – musi budzić niepokój. Tego typu działania nie są obojętne wobec funkcjonowania mediów w przestrzeni medialnej regionów. Należy zasygnalizować, że media publiczne omawianego regionu mają podobne problemy jak pozostałe media publiczne. Przyczyny są tu pozamedialne. Jest to efekt niskiej kultury medialnej partii sprawujących władzę, które przez minione 20 lat, przejmując kontrolę nad instytucjami państwa, starają się zawłaszczyć media publiczne, pomimo ustawowego i systemowego rozwiązania, konstruującego dualny system mediów elektronicznych składający się z mediów publicznych i mediów koncesjonowanych. Niepokojące jest, że zarówno sfera polityczna, jak i sfera korporacyjna nie chcą zrozumieć, że jest to w sensie strukturalnym jedno z ważniejszych rozwiązań organizacyjno-prawnych dających podstawy dla pluralizmu mediów.

Kultura regionu, nie tylko medialna, bardzo ucierpi, jeśli media publiczne na każdym poziomie zostaną wedle kolejnych rozwiązań legislacyjnych pod silną kontrolą partii władzy. Wprowadzane mechanizmy prawno-organizacyjne wypaczają istotę mediów publicznych. Ten typ mediów musi być niezależny od sfery władzy politycznej i korporacyjnej. Efekty beztroski polityków w tym względzie aż nadto odczuwają media publiczne, tak w regionie, jak i ogólnopolskie (szczególnie finansowo). Apele lidera partii władzy o niepłacenie abonamentu, a następnie przyjęte rozwiązania prawne stanowią zagrożenie dla istniejącego jeszcze pluralizmu mediów. Media publiczne przez działania polityczne i prawne z powrotem, tak jak przed rokiem 1989, mogą systemowo stać się mediami partii władzy, bądź też zostaną doprowadzone do takiego stanu zapaści przez partię władzy, że nastąpi ich przejście w drodze tzw. prywatyzacji przez sferę korporacyjną – pośrednio lub bezpośrednio. A zapowiadane w mediach publicznych kolejny raz w historii dziennikarstwa polskiego tzw. weryfikacje jeszcze bardziej rozbijają środowisko dziennikarskie, które jest słabe i praktycznie niemające siły przeciwstawić się tak sferze politycznej, jak i korporacyjnej. Przez ciągle wciąganie tego środowiska w walkę polityczną i to zarówno na poziomie regionalnym, jak i ogóln-

nokrajowym część dziennikarzy odchodzi do zawodów pokrewnych (np. PR, reklama) lub rezygnuje z tego zawodu.

Ostanie dwadzieścia lat nie tylko w sferze mediów publicznych, ale i komercyjnych zredukowało pewną ciągłość pokoleniową w dziennikarstwie, tak ważną do budowy zasad zawodowych, jak i etycznych tego zawodu.

Śląskie środowisko dziennikarskie było jednym z liczniejszych w Polsce. Obecnie brak dokładnych danych o jego kondycji, a nawet i liczebności. Sprawy środowiska dziennikarzy naszego regionu, tak mediów publicznych, jak i komercyjnych wymagają badań.

Chcąc zasygnalizować wagę problemu zawodu dziennikarza, posłużymy się danymi z badań z lat wcześniejszych, to jest z badań z połowy lat 90., które autor prowadził w naszym regionie. Materiały te traktujemy jako wyjściowe do przyszłych badań. Podajemy te dane, aby wskazać problem środowiska dziennikarskiego jako jeden z problemów kultury medialnej naszego regionu. W drugiej połowie lat 90. w oparciu o zebrane dane w redakcjach i stowarzyszeniach dziennikarskich szacowaliśmy, że we wszystkich mediach omawianego regionu pracuje przeszło 800 dziennikarzy. Byli to dziennikarze piszący zarówno w gazetach osiedlowych i zakładowych, jak i ogólnokrajowych. Drugą cechą tego środowiska było to, że znaczna część dziennikarzy tworzyła poza Katowicami. Większe skupiska dziennikarzy występowały w tamtym czasie w Bielsku-Białej, Częstochowie, Gliwicach, Raciborzu, Rybniku, Sosnowcu, Tychach.

Zrozumiałym jest, że w regionie dominującym jest środowisko katowickie, skupione w znacznej części w wysokonakładowych ówczesnych dziennikach regionalnych, Radiu Katowice oraz Telewizji Katowice. Środowisko to liczyło ponad 300 osób. W takiej profesji jak dziennikarstwo jest to środowisko znaczące.

Wśród dziennikarzy śląskich działały w tamtym czasie trzy organizacje: Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich, Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej oraz Katolickie Stowarzyszenie Dziennikarzy. To ostatnie miało wpływy przede wszystkim w Częstochowie. Najliczniejszą organizacją w tamtym okresie w województwach śląskich było Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej. Liczyło ono wówczas 594 osób, w tym 80 kandydatów. Mniejszym było Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich. Oddział tej organizacji liczył 167 członków i 2 kandydatów<sup>12</sup>.

Działalność tych organizacji skupiała się zasadniczo na szczeblu oddziału. SDRP nie miało w tym czasie praktycznie kół redakcyjnych ani też terenowych. Natomiast SDP miało takie koła tylko w 5 redakcjach.

Zaplecze materialno-techniczne tych dwóch organizacji było i jest różne. Od-

12 Opracowano na podstawie danych zebranych w zarządach Oddziałów SDP i SDRP w Katowicach w latach 1994-1996.

dział Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej w Katowicach miał własny lokal, przychodnię lekarską (służyła całemu środowisku), prowadził Klub dziennikarza. W innej sytuacji było SDP, które nie miało własnej siedziby – korzystało wówczas z uprzejmości Rozgłośni Polskiego Radia w Katowicach, gdzie miało wypożyczone biurko na dokumentację. W tamtym czasie organizacja ta nie prowadziła żadnej działalności gospodarczej. Podstawą finansową oddziałów województw śląskich SDP były składki członkowskie. Dlatego też pomoc socjalna dla dziennikarzy ze strony tego Stowarzyszenia była niewielka. W tym okresie transformacji prasy, forma działalności SDP na Śląsku na rzecz środowiska to pośredniczenie w kontaktach z dziennikarzami i prasoznawcami zagranicznymi, jak również załatwianie stypendiów zagranicznych. W tamtym czasie udało się załatwić dwa takie stypendia w USA.

Członkowie tej organizacji czynnie brali udział w likwidacji RSW „Prasa – Książka – Ruch” – jedna osoba pracowała w Komisji Likwidacyjnej (red. A. Grajewski). Jednocześnie SDP miała obserwatora przy wszystkich przekształceniach prasy śląskiej. Likwidatorem RSW w Katowicach był również członek SDP (Jerzy Kamieniecki).

Nieco inaczej wyglądała działalność SDRP na rzecz środowiska. Oprócz prowadzonej przychodni zdrowia, Stowarzyszenie to organizowało pomoc prawną dla dziennikarzy, którzy mieli sprawy w sądach pracy. Dla dziennikarzy bezrobotnych organizowano pomoc w poszukiwaniu pracy w zawodzie lub stwarzano okresowe możliwości zarobkowania. SDRP udzielał zapomogi dziennikarzom potrzebującym. Wspierał dziennikarzy w staraniach o wyjazdy do sanatoriów. Inne formy działalności to organizowanie wycieczek, wigilii dla samotnych dziennikarzy itp.

Oddział Katowicki SDRP nie prowadził szkoleń warsztatowych. Szkolenia, sympozja organizowane były w tym czasie na szczeblu centralnym.

Żadna z tych organizacji nie mogła i nie może aktywnie działać w zakresie ochrony warunków pracy dziennikarzy. Prowadzone negocjacje z wydawcami nie dają pozytywnych rezultatów. W dużym stopniu dlatego, gdyż tak SDP, jak i SDRP nie mają uprawnień związków zawodowych. W tej sytuacji nie ma organizacji, która mogłaby w sposób skuteczny prowadzić negocjacje na temat warunków pracy i płacy dziennikarzy. Obecny bowiem status tych stowarzyszeń czyni te organizacje bardziej towarzysko-samopomocowymi niż broniącymi interesów środowiska dziennikarskiego. Sytuacja jest tym bardziej poważna, iż w dialogu społecznym praktycznie brak dyskusji nad kondycją dziennikarstwa jako instytucji zaufania publicznego w regionie. Struktura mediów nie zachęca, ani też nie ma mocy inspirującej dla samego środowiska dziennikarskiego, które wytłumaczyłoby swoje problemy społeczeństwu.

Nowe mechanizmy rynkowe i komercyjne ujawniły, że dziennikarze przynależą obiektywnie do sfery publicznej, to znaczy do tych, którzy w nowej rzeczywistości mają

wiele problemów, pozostając poza zasięgiem „siły bezsilnych” – jak określił ruchy na rzecz społeczeństwa obywatelskiego Vaclav Havel.

Tym bardziej środowisko to wymaga dalszych badań, szczególnie jego stan ilościowy, kondycja zawodowa, możliwości rozwoju zawodowego, a także życiowego w naszym regionie. A przede wszystkim miejsce tej profesji wśród zawodów twórczych województwa śląskiego. W przestrzeni medialnej pojawiają się nowe możliwości i formy komunikacji, ale i perswazji, które przenikają do kultury medialnej również naszego regionu. Wymaga to także systematycznych i ciągłych badań, szczególnie przez neutralne ośrodki akademickie. Ważne jest to dla transparentności dyskursu medialnego i debaty publicznej. Obecnie przy nasilającej się komercjalizacji mediów, szczególnie ich treści, sprawą niecierpiącą zwłoki jest zbadanie, jak kształtują się relacje między public relations a dziennikarstwem nie tylko w naszym regionie<sup>13</sup>.

### Zakończenie

Kształtowanie się przestrzeni medialnej jest pochodną wielu procesów społecznych, politycznych, ekonomicznych, a także kulturowych. *Katowicki region medialny* ma swoją historię tkwiącą w kilku kulturach. Jest to wielkie bogactwo, a zarazem problem, kiedy przestrzeń medialna nie jest ukształtowana w wyniku procesów kulturowych, a w wyniku procesów politycznych. W epoce mediów globalnych i dominacji kultury amerykańskiej i zachodnioeuropejskiej (w omawianym regionie niemieckich), w takim regionie jak *katowicki region medialny* brak dostatecznie rozwiniętych mediów regionu o niskiej periodyczności, utrudnia to korzystania z bogactwa własnej wielokulturowości.

Biorąc pod uwagę dłuższą perspektywę czasową, wygląda to na efekt bezmyślności politycznej. Szczególnie gdy spojrzymy z perspektywy trwającej centralizacji władzy politycznej i partyjnej w ostatnich dziesięcioleciach (sprzed 1989 roku i po 1990 roku). Jest to przejaw ułomności historyczno-politycznej tzw. klasy politycznej, nie rozumiejącej istoty zjawisk komunikacyjnych i medialnych w szerszej perspektywie, określanych jako polityka szczegółowa, tj. polityka kulturalna i polityka medialna.

Wulgaryzm polityczny ma swoje konsekwencje, jak pokazaliśmy w prezentowanym opracowaniu, między innymi w strukturze mediów *katowickiego regionu medialnego*. Występuje tu w najważniejszych segmentach mediów periodycznych hybrydyzacja, warunkowana li tylko celami korporacyjnymi, a nie kulturowymi re-

---

13 Problem ten jest podejmowany w literaturze przedmiotu w różnym ujęciu. Na gruncie polskim wedle marketingowej koncepcji transakcji lub relacji kwestie te podejmuje W. Furman w pracy pt. *Dominacja czy porozumienie? Związki między dziennikarstwem a public relations*, Rzeszów 2009.



gionu. To powoduje, że o sprawach regionu niejednokrotnie formułują opinie ludzie spektakularnie związani z regionem (pracownicy mediów albo pisujący do mediów), szczególnie w wydaniach regionalnych mediów centralnych, o formule hybrydalnej. Czasami co najwyżej wywodzący się z regionu „Ślązacy na pokaz”. Jeśli by prześledzić twórczość tego typu publicystyki, widać umiejętność piszących dostosowania się do egoistycznych trendów centrów politycznych i korporacyjnych w Warszawie czy za granicą. Trudno w nich dostrzec zaangażowanie w sprawy rozwoju regionu. Tego typu publicystyka czy tabloidyzacja pozostałych przekazów w przestrzeni medialnej regionu ma niewiele wspólnego z określeniem mediów regionu jako jego filtra kulturowego. A kultura translacyjności przestrzeni medialnej regionu zanika, bo zanika dyskurs medialny o regionie nie tylko na poziomie regionu. Polityka wielu redakcji zaczyna mieć wiele wspólnego z polityką właściwą komunikacji marketingowej.

Problem, na który zwracamy uwagę, nie dotyczy tylko *katowickiego regionu medialnego*. Zaprezentowane w opracowaniu problemy mają wymiar szerszy niż regionalny. *Katowicki region medialny*, jak pokazaliśmy, ma swoją specyfikę, ale zachodzące z w nim procesy spowodowane są w dużym stopniu przez działania władz centrum politycznego i korporacyjnego sprawujących kontrolę nad naszym państwem i trendami globalnymi. Analizując przestrzeń medialną konkretnego regionu medialnego, wskazywaliśmy na szerszy wymiar wielu procesów, bowiem z perspektywy regionu łatwiej pokazać pewne ogólne trendy w periodycznej komunikacji medialnej. Są nimi obniżająca się kultura medialna wielu środowisk i społeczności lokalnych, spowodowana przez monopolizację mediów oraz spadek znaczenia kultury translacyjności przestrzeni medialnej wielu zbiorowości.

Obniżanie się tych kultur przejawia się między innymi tym, że struktura mediów regionu kształtowana jest pod potrzeby komunikacji marketingowej, a nie przez potrzeby dyskursu społeczeństwa obywatelskiego.

## SUMMARY

### *THE TRANSFORMATIONS OF THE MEDIA SPACE IN THE DISTRICT OF SILESIA*

*Coexistence of the mass-media and The Third Wave in the contemporary global world causes that an individual has the impression of excessive media broadcasting and he cannot cope with it. It is the derivative of the content commercialization and uniformization which do not facilitate the choice of the media as well as the evaluation of the informative contents. The transformations of the media space and the drop in the significance of the regional media that explain both regional and non-regional matters from perspective of a region and local communities also have a great influence on it.*

*The media space of the district of Silesia is one example of such transformations. The processes of media commercialization in this space and the so called consolidation of the press caused that there was one newspaper in a hybrid formula*

*dealing with the regional problems and the regional editions of a national newspaper. Lack of the structurally strong every day press of the region reduces the discourse significance of the public electronic regional media. As a consequence the translation possibilities of the region in media communication in the district of Silesia as well as between the regions and in intercultural communication are diminishing.*

**KEY WORDS:** media space, cultural translation, periodic mediums, region of the periodic media communication, multiculturalism, Katowice media region