

Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek
Uniwersytet Jana Kochanowskiego, Kielce

Polityczne aspekty prasy lokalnej – analiza prasy częstochowskiej

Eksplodujący rozwój niezależnej prasy lokalnej po 1989 roku dawał nadzieję, że stanie się ona ważnym forum wymiany poglądów i dyskusji społeczno-politycznej w swoich regionach¹. W początkach lat 90. wiele tytułów z zaangażowaniem opisywało zmiany strukturalne w gospodarce, procesy demokratyzacji państwa, kształtowanie się samorządu lokalnego, reformy administracyjne. Lokalni dziennikarze wykazywali też sporo odwagi, występując w obronie interesów swoich czytelników, ujawniając i krytykując poczynania władz i różnych grup interesów. Dość szybko jednak funkcje realizowane przez prasę lokalną uległy ograniczeniu. Dotyczyło to zwłaszcza funkcji informacyjnej, dyskusyjnej i kontrolnej. Prasa zaczęła poświęcać coraz więcej miejsca treściom rozrywkowym i promocyjno-reklamowym². Zmalało zainteresowanie polityką i sprawami gospodarczymi. Postępująca trywializacja i komercjalizacja zawartości była, w obliczu spadającego czytelnictwa i coraz większej konkurencji mediów elektronicznych, sposobem na uatrakcyjnienie produktu i zwiększenie jego sprzedaży.

Celem niniejszego artykułu jest odpowiedź na pytanie o obecność dyskursu politycznego w prasie lokalnej. Na przykładzie prasy częstochowskiej przeanalizowano częstotliwość publikacji poświęconych sprawom politycznym. Starano się ustalić, jaki wpływ na prowadzone kampanie polityczne mają: polityczna afiliacja wydawców lokalnej prasy, źródła finansowania gazet oraz merytoryczne przygotowanie zespołów redakcyjnych. Podjęto również próbę oceny skuteczności prasowych kampanii politycznych w społecznościach lokalnych.

Analizie poddano tytuły prasy codziennej i czasopism społeczno-politycznych, które z racji nakładu i obecności na rynku mają największe znaczenie dla lokalnego

¹ Funkcjonujący w ostatnich latach PRL system prasowy uległ niemal zdublowaniu. W początkach lat 90. liczba czasopism lokalnych wzrosła o ok. 1,1 tys. tytułów. Por. R. Filas, *Zainteresowanie sprawami lokalnymi a korzystanie z prasy*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4 z 1992, s. 33.

² Zwracał na to uwagę m.in. Marek Jachimowski, *Funkcje współczesnej prasy lokalnej i możliwości ich realizacji: Prasa jako „czwarta władza” stojąca na straży lokalnej demokracji czy zakładnik miejsko – gminnych układów?* [w:] A. Bodnar, B. Bychawska-Siniarska, *Wolność słowa w prasie lokalnej*, Warszawa 2010.

obiegu informacji. Uwzględniono również wybrane tytuły o charakterze partyjnym, a dokładnie rzecz ujmując wydawnictwa reprezentujące bieżący, wyborczy interes poszczególnych ugrupowań politycznych, pojawiające się przy okazji wszystkich kolejnych wyborów samorządowych.

Analiza zawartości dzienników lokalnych w Częstochowie wykazuje, że zainteresowanie życiem politycznym w regionie (funkcjonowaniem władz samorządowych różnego szczebla, działalnością partii politycznych, wpływem lokalnej polityki na życie mieszkańców itp.) jest stosunkowo niewielkie. Prasa codzienna zajmuje się tymi tematami głównie w czasie wyborów samorządowych i parlamentarnych. Po wyborach dyskurs polityczny jest ograniczony. Następuje trywializacja treści politycznych, gdyż pojawiają się one na łamach lokalnych dzienników wyłącznie w aspekcie partyjnych rozłamów i afer personalnych.

Sezonowość zainteresowania tematyką polityczną widać na przykładzie badania zawartości dwóch największych częstochowskich dzienników: dodatków lokalnych „Gazety Wyborczej” i „Dziennika Zachodniego”³. Teksty dotyczące szeroko pojmowanego życia politycznego zajmowały w połowie lat 90. po 6% i 7 % powierzchni ich stron informacyjnych. W 2007 r. tematyce tej poświęcono zaledwie 4% w lokalnym dodatku „Gazety Wyborczej” i symboliczne 1% na mutowanych stronach „Dziennika Zachodniego”. W bogatym w wydarzenia roku 2010 udział polityki na łamach wzrósł odpowiednio do 7 i 19%.

Tabela 1. Udział tematyki dotyczącej życia politycznego w „Gazecie Wyborczej w Częstochowie” i „Częstochowskim Dzienniku Zachodnim” w latach 1995-2010 (w % powierzchni stron informacyjnych)

„Gazeta Wyborcza w Częstochowie”					„Częstochowski Dziennik Zachodni”				
1995	2000	2005	2007	2010	1995	2000	2005	2007	2010
6	3	4	4	7	7	4	2	1	19

Źródło: Obliczenia własne

Swoistą apolityczność lokalnej prasy uwidacznia też porównanie udziałów informacji politycznych i wiadomości z innych sfer życia, co ilustruje tabela 2. Najwięcej miejsca na swoich kolumnach obie gazety poświęcały lokalnym wiadomościom sportowym. Zróżnicowany był natomiast ich stosunek do życia kulturalnego miasta i regionu. Nadreprezentacja tematyki kulturalnej w lokalnej mutacji „Gazety Wyborczej” miała związek z istnieniem cotygodniowego dodatku „Co jest grane” pełniącego rolę swoistego przewodnika po imprezach kulturalnych i odnotowującego każdy przejaw życia artystycznego w mieście. Niedostatek informacji na ten temat w „Częstochowskim Dzienniku Zachodnim” wiąże się natomiast z ograniczeniem

³ Analizę przeprowadzono na podstawie tygodni konstruowanych. Szerzej o tej metodzie: W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.

liczby kolumn lokalnych i likwidacją odrębnych kolumn repertuarowych. Podobny stopień zainteresowania oba tytuły okazywały sprawom komunalnym, a więc funkcjonowaniu komunikacji miejskiej, służb oczyszczania miasta, problemom mieszkaniowym. W równym stopniu interesowały się także tematami związanymi z ochroną zdrowia, oświatą i kształceniem oraz problemami gospodarczymi. Na uwagę zasługuje wysoka frekwencja tekstów dotyczących wydarzeń kryminalnych na łamach lokalnego dodatku „Dziennika Zachodniego”. Jeśli weźmiemy pod uwagę, że dotyczyły one głównie zdarzeń nadzwyczajnych, wypadków komunikacyjnych i funkcjonowania organów ścigania, a w mniejszym stopniu szeroko rozumianego bezpieczeństwa mieszkańców, nietrudno się domyślić, że udział tej tematyki miał związek z łatwością pozyskiwania danych ze źródeł policyjnych i przekonaniem o czytelniczej atrakcyjności tego typu informacji. Najmniej miejsca na swoich łamach oba tytuły poświęcały natomiast polityce.

Tabela 2. Średni udział poszczególnej tematyki w „Gazecie Wyborczej w Częstochowie” i „Częstochowskim Dzienniku Zachodnim” w latach 1995-2010 (w % powierzchni stron informacyjnych)

Tematyka \ Tytuł	„Gazeta Wyborcza w Częstochowie”	Częstochowski Dziennik Zachodni”
sport	18,8	15,7
kultura	17,2	7,4
sprawy komunalne	10,6	12,0
gospodarka	7,7	7,3
zdrowie i edukacja	7,0	7,2
informacje kryminalne	5,7	9,7
życie polityczne	4,8	6,6
inne*	28,2	34,1

Źródło: Obliczenia własne

*m.in.: informacje z regionu, kontakty z czytelnikami, rozrywka, autopromocja

Sposób prowadzenia kampanii politycznych w prasie lokalnej uzależniony był głównie od afiliacji politycznych wydawców i źródeł finansowania gazet. Na niezależność polityczną, przejawiającą się w kontroli organów władzy (niezależnie od ich proveniencji politycznej), reprezentowaniu interesu publicznego, a nie partykularnych interesów wąskich grup politycznych, mogły sobie pozwolić tytuły, które dysponowały finansową stabilnością i dużym audytorium czytelniczym. Włodzimierz Chorążki już w latach 90. szacował, że dotyczy to zaledwie 20 – 25 % lokalnych gazet należących do wydawców prywatnych⁴. Słaba kondycja finansowa większości gazet

⁴ Włodzimierz Chorążki, *Polskie media lokalne i sublokalne 1989 – 1999*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1 – 2 (157–158), 1999 r., s. 63.

sprawia, że są one uzależnione od wpływowych reklamodawców. Często jest nim lokalny samorząd, więc szefowie lokalnych gazet przyznają wprost, że rezygnują z krytycznej oceny programów wyborczych i analizy dotychczasowych dokonań kandydatów w wyborach ze względów merkantylnych:

„W czasie kampanii wyborczej trzeba być wyjątkowo ostrożnym, bo kandydat może wycofać z naszych łamów swoje ogłoszenia – mówi redaktor naczelny jednego ze szczecińskich dzienników. Dlatego zarówno on, jak i jego koledzy z branży z założenia układają przyjazne relacje ze wszystkimi głównymi siłami politycznymi. – Żadnej gazecie nie opta się zadzierać z ogłoszeniodawcą, zwłaszcza że może on wygrać i pozostać przy władzy przez cztery lata. I dzięki temu nie tracimy szans na kolejne reklamy – mówi naczelny z Katowic”⁵.

Na niezależność mogły więc sobie częściej pozwolić tytuły wydawców ogólnopolskich i regionalnych, niepowiązanych biznesowo i politycznie z lokalnym samorządem i miejscowym establishmentem. Tezę tę potwierdza historia jednego z najstarszych dzienników częstochowskich, „Życia Częstochowy”. Gazeta będąca regionalną mutacją „Życia Warszawy”, a następnie własnością jej warszawskiego wydawcy Zbigniewa Jakubasa, unikała ideologicznego samookreślenia i preferowania jakiegokolwiek opcji politycznej. Po zmianie wydawcy zaczęła wyraźnie sympatyzować z SLD. W „Życiu” odnaleźć było można różnego rodzaju wywiady i wypowiedzi parlamentarzystów i działaczy samorządowych tej partii. Dziennik relacjonował nawet spotkania lokalnych władz SLD⁶. Przedstawicielom innych ugrupowań politycznych udzielano głosu sporadycznie i jedynie wtedy, gdy sugerowali potrzebę odtworzenia województwa częstochowskiego.

Najmniej dyspozycyjne politycznie pozostały inne lokalne mutacje gazet ogólnopolskich i regionalnych: „Gazety Wyborczej”, „Dziennika Zachodniego” i „Trybuny Śląskiej”. Zwłaszcza „Gazeta Wyborcza w Częstochowie” postrzegana była jako niezależne i obiektywne medium. Nie oznacza to, że nie zdarzały się w niej przypadki manipulacji informacją oraz przykłady personalnej sympatii lub antypatii do przedstawicieli władzy w mieście, powodowane bądź to poglądami politycznymi poszczególnych dziennikarzy, bądź to „linią programową” gazety⁷.

Programowy krytycyzm gazety w stosunku do władz miasta, niezależnie od ich proveniencji politycznej, ułatwiał fakt, że lokalnym działaczom Unii Demokratycznej, a następnie Unii Wolności, nigdy nie udało się zdobyć realnych wpływów we władzach miasta i regionu częstochowskiego. Występując z krytyką – zwłaszcza lewicowego Zarządu Miasta – dziennikarze „Gazety w Częstochowie” często udzielali głosu

⁵ *Media w Polsce siedzą cicho. Bo chcą zarobić!*, „Dziennik Gazeta Prawna” 18.11.2010.

⁶ Nowym właścicielem „Życia” od 1 grudnia 1999 r. został miejscowy przedsiębiorca, obowiązki wydawnicze przejęła spółka kierowana przez byłego radnego SLD, a redaktorem naczelnym dziennika został były rzecznik prasowy eseldowskiego wojewody częstochowskiego.

⁷ Por. *Troska pani poseł*, „Gazeta w Częstochowie” 29.08.2005; *Senat czy sąd*, tamże 22.09.2005. Szczególnie ostro i jednoznacznie „Gazeta w Częstochowie” zaangażowała się też w kampanię samorządową w 2006 r. Por.: *Badanie prezydenta*, „Gazeta w Częstochowie” 8.04.2006; *Plusy i minusy prezydenta*, tamże 25.09.2006; *Ekipa Tadeusza Wrony*, tamże 2.10.2006.

przedstawicielom opozycyjnej Unii Wolności⁸. Wbrew temu kierownictwo gazety podkreślało: „Dobra gazeta – za jaką się bez fałszywej skromności mamy – musi pozostawać poza politycznymi układami, nie wiązać się ani oficjalnie, ani towarzysko z ludźmi władzy czy politykami”⁹.

„Gazeta w Częstochowie” systematycznie włączała się w kampanie wyborcze prezentując programy poszczególnych ugrupowań, organizując debaty polityczne i lokalne „prawybory”. Tropiąc nieprawidłowości w działaniach władz miasta inicjowała też rozmaite akcje społeczne i angażowała czytelników w działania podnoszące jakość życia w mieście. Służyły temu cykle publikacji na temat niegospodarności władz miasta, dyskusje na temat rozwiązań komunikacyjnych, sposobów podniesienia bezpieczeństwa w Częstochowie czy pomysłów na ożywienie gospodarcze regionu.

Mniej napastliwy, pozbawiony nadmiernego krytycyzmu, nastawiony bardziej na promocję pozytywnych wydarzeń i osiągnięć społeczności regionu był lokalny dodatek „Dziennika Zachodniego”. Zgodnie z ogólną koncepcją lokalnych wydań miał być bowiem gazetą przyjazną czytelnikowi, nie epatującą go nadmiarem sensacji i nierozpolitykowaną¹⁰. W praktyce sprowadzało się to do tego, że lokalny dodatek unikał kontrowersyjnych tematów, a zwłaszcza jednoznacznych ocen czy komentarzy. Nie angażował się w kampanie polityczne. Podczas wyborów parlamentarnych lub samorządowych ograniczał się do drukowania list wyborczych poszczególnych komitetów oraz prezentowania wyników wyborów. Zamiast pogłębionej refleksji na temat programów wyborczych i szans na ich realizację przedstawiał czytelnikom zbiorowe i indywidualne zdjęcia kandydatów, a później nowo wybranych władz powiatów, gmin i miast. W trakcie dyskusji nad reformą administracyjną kraju, w wyniku której region częstochowski stracił status województwa, lokalny dodatek zachował dużą powściągliwość. Nie rozważał – wzorem innych lokalnych gazet – ewentualnych skutków tych zmian. Można nawet stwierdzić, że to ważne z punktu widzenia interesów lokalnych wydarzenie, na łamach „Dziennika Zachodniego w Częstochowie”, pozostało niezauważone. Wynikało to zapewne z forsowanej przez redakcję katowicką „Dziennika Zachodniego” koncepcji konsolidowania włączonych do województwa śląskiego regionów, a nie podkreślania negatywnych skutków utraty samodzielności administracyjnej przez Bielsko-Białą i Częstochowę¹¹.

⁸ *Stracone lata? – wywiad z posłem UW Jerzym Zajęcem*, „Gazeta w Częstochowie” 13.11.2000, *Twierdza interesów*, tamże 14.11.2000, *Bez-wład*, tamże 20-21.01.2001, *Znów mordują*, tamże 25.01.2001.

⁹ *Urodziliśmy się dzisiaj, 8 lat temu*, „Gazeta w Częstochowie” 8-9.05.1999.

¹⁰ Jeden z redaktorów naczelnych „Dziennika Zachodniego” – powołując się na opinie zbierane wśród czytelników i wnioski płynące z badań prasoznawczych – dowodził, że „ludzie są zmęczeni wielką polityką, przepychankami na górze, nieszczęściami i katastrofami dziejącymi się gdzieś na świecie (...). Dużo bardziej obchodzą ich najprostsze sprawy i zdarzenia rozgrywające się za przysłowiowym płotem.” Por. *Świat i ulica, rozmowa z redaktorem naczelnym „Dziennika Zachodniego” Maciejem Wojciechowskim*, „Dziennik Częstochowski” 11.04.1997.

¹¹ W pierwszych dniach po zmianach administracyjnych gazeta zamieściła np. tekst o obecności we władzach samorządowych nowego województwa przedstawicieli Częstochowy opatrując go uspokajającym tytułem *Nikt o nas nie zapomni*, „Dziennik Zachodni w Częstochowie” 11.01.1999.

Sprowadzenie gazety do roli biernego obserwatora, relacjonującego wydarzenia, ale nie wyjaśniającego ich przyczyn ani konsekwencji, przyczyniło się do spadku czytelnictwa i osłabienia kontaktów z otoczeniem społecznym. Nawet przeprowadzane dużym nakładem sił i środków akcje społeczne nie wzbudzały oddźwięku wśród czytelników. Przed wyborami parlamentarnymi w 2005 roku „Dziennik Zachodni” zorganizował we wszystkich swoich wydaniach lokalnych prawyборы. Do redakcji wpłynęło około 42 tys. kuponów¹², ale w pierwszej dziesiątce nie było kandydatów z okręgu częstochowskiego¹³. Za głęboko niesatysfakcjonującą można też uznać kolejną kampanię społeczną zainicjowaną przez „Dziennik Zachodni – Częstochowa”. Po zawaleniu się dachu Międzynarodowych Targów Katowickich podczas trwającej tam wystawy gołębi lokalny częstochowski oddział „Dziennika” zorganizował internetową aukcję na rzecz poszkodowanych. Po trwającej blisko dwa tygodnie intensywnej kampanii udało się zebrać 5,5 tys. zł. Wśród 50 osób, które wylicytowały przeznaczone na aukcję przedmioty, wiele nazwisk się powtarzało, w tym kilku pracowników częstochowskiej redakcji¹⁴.

Można zaryzykować twierdzenie, że ambiwalentny stosunek czytelników do publikowanych w „Dzienniku” treści był efektem jego programowej neutralności, braku polemicznych treści, unikania kontrowersyjnych tematów.

Ograniczenie opiniotwórczych funkcji prasy lokalnej wynikało często z niskich kompetencji lub braku doświadczenia zespołów redakcyjnych. Ubogie media lokalne ze względu na oszczędności zatrudniały początkujących w zawodzie dziennikarzy. Nisko opłacani stażyści i często zmieniający się współpracownicy niepewnie czuli się w szerszych formach publicystycznych, unikali pogłębionej analizy tematów i komentarzy. Takim zespołem dysponowało istniejące od 2003 r. „Życie Częstochowskie”¹⁵. Analiza zawartości gazety wskazuje, że dziennik rzetelnie i starannie wypełniał podstawowe funkcje informacyjne, ale niedoświadczony zespół dziennikarzy nie radził sobie z komentowaniem politycznej rzeczywistości. Niedostatki opiniotwórczej roli gazety uwidaczniały się zwłaszcza w okresie wzmożonych kampanii politycznych lub ważnych wydarzeń społecznych. Podczas wyborów samorządowych jesienią 2006 r. „Życie Częstochowskie” zaprezentowało jedynie sylwetki kandydatów na stanowisko prezydenta miasta. Nie podjęto się analizy programów wyborczych kandydatów ani oceny ich dotychczasowych dokonań. Zamiast tego zrelacjonowało debatę kandydatów zorganizowaną przez inny lokalny dziennik¹⁶. Brak szerszej analizy problemów, z którymi stykali się mieszkańcy miasta i nieangażowanie się w żadne kampanie polityczne i społeczne oznaczały w praktyce brak debaty publicznej na łamach pisma.

¹² Gazeta przypominała przy okazji, że w wyborach najsukceszniejszego parlamentarzysty województwa śląskiego otrzymała 105 tys. kuponów. *Prawyборы*, „Dziennik Zachodni” 2.09.2005.

¹³ Można przypuszczać, że prawyборы w okręgu częstochowskim wywołały niktę zainteresowanie, bo lokalny dodatek nawet nie opublikował wyników głosowania w regionie.

¹⁴ *Finał aukcji*, „Dziennik Zachodni – Częstochowa” 20.02.2006.

¹⁵ Redakcja zatrudniała zaledwie kilku profesjonalnych dziennikarzy. Większość zespołu stanowili współpracownicy, w tym dziennikarze-stażyści.

¹⁶ *Co mówią kandydaci*, „Życie Częstochowskie” 20-22.10.2006.

Godna pochwały bezstronność informacji często przybierała formę bezkrytycznej sprawozdawczości.

Zdecydowanie inny charakter miał najstarszy w regionie tygodnik, „Gazeta Częstochowska”. Po zmianie wydawcy w 1991 roku jeden z jego udziałowców i redaktor naczelny czasopisma Szymon Giżyński tak charakteryzował współników:

„Nie łączy nas, wydawców, organizacyjna ani nawet polityczna przynależność, lecz nieufność wobec ugrupowań lewicowych. Kwestionujemy grę lewicy na rozwleczenie polskich reform ustrojowych i gospodarczych, odrzucamy jej laicką wizję ładu społecznego”¹⁷.

Lokalni dziennikarze nazywali nowych właścicieli „Gazety Częstochowskiej” wprost „grupą lokalnych biznesmenów i polityków prawicy”. Redakcja podkreślała, że chce unikać ideologicznych etykiet, ale jasno deklarowała:

„naszą odpowiedzialność za pismo (...) chcemy odnieść do świata wartości chrześcijańskich, zwłaszcza tam, gdzie dotyczą one obrony życia, godności i wolności osoby ludzkiej, gdzie określają reguły ładu społecznego, gdzie współtworzą polską tożsamość narodową”¹⁸.

Zgodnie z deklaracjami gazeta w latach 90. bezkompromisowo krytykowała poczynania lewicy. Polityczny temperament dziennikarzy „Gazety Częstochowskiej” ujawniał się zwłaszcza w przedwyborczych kampaniach i powyborczych komentarzach¹⁹. Polityka – i to nie tylko w wymiarze lokalnym – była treścią większości felietonów i komentarzy. Ich autorami byli m.in. pozbawieni stanowisk lub mandatów poselskich pravicowi politycy, np. odwołany ze stanowiska prezydent Częstochowy Tadeusz Wrona²⁰, czy były rzecznik prasowy wojewody częstochowskiego Artur Warzocha.

Polityczne koneksje redaktora naczelnego, a później szefa kolegium wydawców (Szymon Giżyński najpierw był aktywnym działaczem Porozumienia Centrum, a następnie członkiem PiS i posłem z ramienia tej partii) sprawiły, że „Gazeta Częstochowska” zrezygnowała z deklarowanej wcześniej – wspólnej dla wszystkich ugrupowań prawicowych linii programowej – ograniczając się do popierania koncepcji jednej tylko partii. Konflikt wśród prawicowych działaczy pogłębił się w czasie wyborów samorządowych w 2002 roku, kiedy to PiS wystawiło własnego kandydata na prezydenta miasta w opozycji do popieranego przez większość ugrupowań prawicowych Tadeusza Wrony. Zdaniem wielu obserwatorów życia politycznego oraz lokalnych

¹⁷ W *Wimieniu wydawców*, „Gazeta Częstochowska” 11.06.1991.

¹⁸ Tamże.

¹⁹ Zob. m.in. *Krajobraz powyborczy*, „Gazeta Częstochowska” 28.09.1993, *Twoja bogata Częstochowa*, tamże 31.05.1994, *Kandydat z real-socjalizmu*, tamże 21.08.1997, *Czas by Polska była państwem prorodzinnym*, tamże 4.09.1997 i inne.

²⁰ Pisywał on w „Gazecie Częstochowskiej” felietony pt. *Zapiski Częstochowskie* od końca 1995 roku do wyborów parlamentarnych w 1997 r. Na skutek politycznego konfliktu z Szymonem Giżyńskim, redaktorem naczelnym gazety – obaj mieli ambicje jednoczenia wokół siebie częstochowskich ugrupowań centroprawicowych – wycofał swoje nazwisko ze stopki redakcyjnej i zakończył współpracę. *Ten najlepszy. Kim jest Szymon Giżyński*, „Gazeta Częstochowska” 15.12.1997.

Marcinkiewiczem²⁸, relacją z zaprzysiężenia prezydenta, a nawet przedrukiem wygłoszonego przez niego orędzia²⁹.

Otwartą kampanię polityczną na rzecz ugrupowań prawicowych prowadziła również lokalna edycja tygodnika – „Niedziela Częstochowska”. Przed wyborami parlamentarnymi i prezydenckimi w 2005 roku już w sierpniu zaczęła publikować materiały prezentujące kandydatów prawicy³⁰. Udział „Niedzieli Częstochowskiej” w kampanii wyborczej kandydującego z ramienia PiS dziennikarza Czesława Ryszki, zwłaszcza artykuł opublikowany przed powtórzonymi wyborami do Senatu w okręgu częstochowskim pt. „Życzymy powtórnego zwycięstwa”³¹, a także list, który redaktor naczelny „Niedzieli” wystosował w tej sprawie do proboszczów w archidiecezji częstochowskiej, wywołał spore kontrowersje i ostrą reakcję „Gazety Wyborczej – Częstochowa”. W tekście pod znamienym tytułem *Przez zakrystię do Senatu* zacytowano też słowa bp. Tadeusza Pieronka. Stwierdził on: „ks. Skubiś swoim listem sprawił, że Kościół został zaangażowany w sprawy polityki, a to nie powinno mieć miejsca. Ubolewam, że tak się stało, bo upartyjnienie szkodzi wizerunkowi Kościoła”³². Polemizując z tym tekstem ks. Skubiś uznał go za „donos na Kościół i kapłanów, aby pozbawić nas wpływu na rzeczywistość naszej Ojczyzny”³³. W podobnym duchu wypowiedział się kanclerz Kurii Metropolitalnej w Częstochowie ks. Marian Mikołajczyk. Na łamach „Niedzieli” napisał, że przyjął artykuł z dużym niesmakiem jako „przypominający język dziennikarzy wczesnego PRL-u, marzących o zamknięciu księżda w zakrystii i odebraniu mu praw mówienia o sprawach Ojczyzny – chyba, że zdecydowałby się być tubą jedynej słusznej linii”³⁴.

Kampania polityczna z okazji kolejnych wyborów parlamentarnych w 2007 roku przebiegała w „Niedzieli” dwutorowo. Zauważyć ją było można w wydaniu diecezjalnym, a ograniczona została na kolumnach krajowych.

Kolejne częstochowskie czasopismo – utworzony w 1995 r. za pieniądze grupy miejscowych przedsiębiorców „Tygodnik Częstochowski” – miało charakter organu prasowego określonej grupy interesów³⁵. Tygodnik powielał wprawdzie informacje zamieszczone wcześniej w dziennikach lokalnych, ale nadawał im bardziej krytyczny wydźwięk, koncentrował się na opisie osób, a nie zjawisk, szafował kontrowersyjnymi

²⁸ *To państwo trzeba naprawić*, „Niedziela” 27.11.2005.

²⁹ Por. „Niedziela” 8.01.2006.

³⁰ W „Niedzieli Częstochowskiej” szczególnie intensywnie promowano kandydującego do Senatu z ramienia PiS, dziennikarza „Niedzieli” Czesława Ryszkę. Przedstawiono też wywiady z reprezentującymi okręg częstochowski innymi kandydatami PiS i LPR. Por. „Niedziela Częstochowska” 21.08.2005, 11.09.2005, 18.09.2005.

³¹ „Niedziela Częstochowska” 15.01.2006.

³² *Przez zakrystię do Senatu*, „Gazeta Wyborcza-Częstochowa” 14-15.01.2006.

³³ *W odpowiedzi „Gazecie Wyborczej”*, „Niedziela” 29.01.2006.

³⁴ *Odpowiedzialność za słowo*, tamże.

³⁵ Tygodnik nie ujawniał swoich powiązań finansowych, ale treść niektórych artykułów i zawartość reklamowa pisma zdradzały, które firmy zaangażowały się w jego wydawanie. Zob. np. *Zażalenie na ten mały interes*, „Tygodnik Częstochowski” 18.05.1995.

ocenami, nie unikał personalnych ataków i jednoznacznych opinii³⁶. Najwięcej kontrowersji wzbudzały zamieszczane na jego łamach felietony i komentarze. *Słowo na niedzielę* autorstwa redaktora naczelnego miało skrajnie antyklerykalny wydźwięk, a komentarze o sytuacji w kraju, na świecie i w mieście pt. *Przestępca zorganizowany komentuje*, pisane przez jednego z wydawców, ocierały się wręcz o zniesławienie i naruszenie dóbr osobistych prezentowanych w nich osób. Janusz Baranowski na łamach pisma prowadził osobistą wojnę z przeciwnikami politycznymi i biznesowymi oraz urzędnikami i funkcjonariuszami wszystkich służb. Do jego wrogów należeli m.in. arcybiskup częstochowski, prawicowy prezydent miasta, komendant wojewódzkiej Policji, dyrektor Urzędu Skarbowego, a także inne media lokalne.

Wsparcia ideowego swoimi publikacjami udzielali „Tygodnikowi Częstochowskiemu” zaproszeni do współpracy: Barbara Labuda³⁷, Piotr Gadzinowski³⁸ i rysownik Andrzej Mleczek. Z biegiem czasu stępiło się jednak ostrze polityczno-ideologicznej krytyki tygodnika. Na początku 1996 roku z powodu aresztowania Janusza Baranowskiego pismo straciło swego czołowego felietonistę, a większość dziennikarzy odeszła do innych tytułów.

Swoistą wojnę z władzami miasta podjął również inny periodyk, wydawany od 2010 r. bezpłatny tygodnik „Poniedziałek”. Jego wydawcą była spółka Echelon, założona przez członków Obywatelskiego Stowarzyszenia Przyjaciół Częstochowy, współorganizatorów referendum, w którym w listopadzie 2009 r. odwołano prezydenta Częstochowy Tadeusza Wronę. Za ich sprawą tygodnik zaangażował się w kampanię wyborczą do samorządu. Krytycznie odnoszono się do startującego ponownie w wyborach Tadeusza Wrony i działań rządzącego miastem komisarza Piotra Kurpiosa reprezentującego Platformę Obywatelską. Jawnie popierano kandydata SLD na stanowisko prezydenta Częstochowy Krzysztofa Matyjaszczyka. O roli tygodnika w kampanii wyborczej napisał zresztą otwarcie na jego łamach jeden z publicystów Leszek Kulawik: „Matyjaszczyk prezydentem został, a na mieście mówiło się, że to dzięki nam. Na pewno mieliśmy w tym swój udział”³⁹.

W zamian za poparcie kandydata SLD Kulawik został doradcą nowego prezydenta, o czym tygodnik doniósł z dumą⁴⁰, a kiedy tę funkcję stracił, bez zażenowania rozpętał negatywną kampanię wobec władz miasta⁴¹.

³⁶ Por. m.in. *Jak rektor Świątek 4 miliardy lokował*, „Tygodnik Częstochowski” 12.05.1995; *Biznesmen w sutannie*; tamże 22.06.1995; *Nie wypędzalem księdza z ambony*, tamże 1.06.1995; *Pisarska wena byłego wojewody*, tamże 13.07.1995.

³⁷ W listopadzie i grudniu 1995 r. opublikowała kilka tekstów na temat stosunków Państwo – Kościół.

³⁸ Zamieścił jeden tekst odnoszący się do wypowiedzi przeora Jasnej Góry, że prezydent Aleksander Kwaśniewski nie jest mile widzianym gościem częstochowskiego sanktuarium. *Zwiędły interes Kośnika*, „Tygodnik Częstochowski” 31.11.1995.

³⁹ *Dziękuję. Odchodzę. Kulawik*, „Poniedziałek” 3.03.2011.

⁴⁰ Por. *Leszek Kulawik doradcą Prezydenta*, „Poniedziałek” 27.01.2011.

⁴¹ Zob. np. *Przedwczesny wytrysk... niekompetencji wiceprezydenta Jarosława Marszałka*, „Poniedziałek” 10.02.2011; *Posady rozdzielone, partie pogodzone*, „Poniedziałek” 24.02.2011; *Pinokio Matyjaszczyk oraz Dziękuję. Odchodzę. Kulawik*, „Poniedziałek” 3.03.2011.

Przesunięcie lokalnego czasopiśmiennictwa na jednoznacznie określone pozycje ideowe sprawiło, że w okresach wyborczych niewiele różniło się ono od wydawnictw o charakterze partyjnym. Takie wydawnictwa, reprezentujące bieżący, wyborczy interes poszczególnych ugrupowań politycznych, pojawiały się przy okazji wszystkich kolejnych wyborów samorządowych. Po zakończeniu kampanii wyborczej najczęściej zawieszano ich edycję⁴². Do takich periodyków zaliczyć można „Głos Lewicy” – biuletyn SdRP, a później SLD w Częstochowie (ukazujący się w okresach wyborczych w latach 1990 – 2002) oraz „Biuletyn Informacyjny Częstochowskiego Porozumienia Samorządowego „Wspólnota”, (później jako: „Biuletyn Informacyjny Częstochowskiej Prawicy”) wychodzący z okazji wyborów samorządowych w latach 2002 – 2006 i popierający kandydaturę Tadeusza Wrony na stanowisko prezydenta miasta. Promocją lokalnych ugrupowań centroprawicowych i ich lidera zajmowały się również inne czasopisma redagowane w Częstochowie. Mowa tu o periodyku „Relacje Poselskie. Biuletyn Informacyjny Biura Poselskiego Posła Tadeusza Wrony”, który rejestrował działalność parlamentarną i aktywność polityczną swego wydawcy oraz o piśmie „Liga Miejska” założonym w 1993 roku wraz z powołaniem przez Tadeusza Wronę stowarzyszenia o tej samej nazwie. Przekształcenie Ligi Miejskiej w Ligę Krajową spowodowało, że zaczęto wydawać jej ogólnopolski miesięcznik pt. „Rodzina, Wspólnota Lokalna, Ojczyzna” (1999 – 2002). Utworzona przed wyborami samorządowymi w 2002 roku, m.in. z inicjatywy Ligi Krajowej, Inicjatywa Społeczna „Wspólnota Samorządowa” na bazie biuletynu Ligi Krajowej rozpoczęła wydawanie miesięcznika „Wspólnota Samorządowa”. Na potrzeby wyborów samorządowych w 2010 r. Tadeusz Wrona stworzył bezpłatne pismo „Dla Częstochowy”. Zarówno tytuł ukazujący się w druku, jak i powiązana z nim strona internetowa www.dlaczestochowy.pl, istniały tylko w okresie kampanii wyborczej – od sierpnia do listopada 2010.

Własne pisma wydawały też w ramach kampanii wyborczych inne częstochowskie ugrupowania polityczne⁴³. Były to stosunkowo nietrwałe inicjatywy prasowe, a z racji ograniczonego kolportażu nieznanie szerzej lokalnej opinii publicznej.

Wysyp nowych tytułów lokalnych przed wyborami samorządowymi i parlamentarnymi uwidacznia się w statystykach (zob. tab.3).

⁴² Zdaniem prezesa Stowarzyszenia Gazet Lokalnych Dominika Księskiego służyły one wyłącznie do marketingu politycznego i były sposobem na obejście ordynacji wyborczej. Por. *Gazety dla samorządów. Politycy wydają gazety i omijają ordynację wyborczą*, „Gazeta Prawna” 20.10. 2010.

⁴³ ZChN - „Słowo Częstochowskie” (1992), UD - „Unionek. Biuletyn Regionalnej Unii Demokratycznej w Częstochowie” (1992-1993), Unia Laikatu Katolickiego w Częstochowie - „Biuletyn Informacyjny ULK” (1993), Konfederacja Polski Niepodległej - „Droga” (1994), PPS - „Częstochowianin” (1992 – 1997).

Tabela 3. Tytuły prasowe wydawane w Częstochowie latach 1989–2011

Rok	Istniejące	W tym nowe	Nowe w %	Zlikwidowane	Zlikwidowane w %	Przyrost	Przyrost w %
1989	38	9	23,7%	13	34,2 %	-4	-10,5%
1990	41	16	39,0 %	11	26,8 %	5	12,2%
1991	52	22	42,3%	8	15,4%	14	26,9%
1992	67	23	34,3%	28	41,8%	- 5	- 7,5%
1993	54	15	27,8%	12	22,2%	3	5,6%
1994	59	17	28,8%	9	15,3%	8	13,6%
1995	58	8	13,8%	15	25,9%	-7	-12,1%
1996	51	8	15,7%	6	11,8%	2	3,9%
1997	58	13	22,4%	11	19,0%	2	3,5%
1998	52	5	9,6%	5	9,6%	0	0%
1999	56	9	16,1%	3	5,4%	6	10,7%
2000	56	3	5,3%	4	7,1%	-1	-1,8%
2001	61	9	14,8%	4	6,6%	5	8,2%
2002	68	11	16,2%	4	5,9%	7	10,3%
2003	77	13	16,9%	7	9,1%	6	7,8%
2004	82	12	14,6%	13	15,9%	-1	1,2%
2005	76	7	9,2%	5	6,6%	2	2,6%
2006	73	2	2,7%	7	9,6%	-5	-6,8%
2007	74	8	10,8%	0	0%	8	10,8%
2008	77	3	3,9%	5	6,5%	-2	-2,6%
2009	74	2	2,7%	1	1,3%	1	1,3%
2010	76	3	3,9%	2	2,6%	1	1,3%
2011	74	0	0%	1	1,3%	-1	-1,3%

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z tabeli 3 najwięcej nowych tytułów prasowych wprowadzono na rynek częstochowski w latach 1990 – 1994. W tym czasie odbyły się dwie kampanie wyborcze do parlamentu i dwie do lokalnego samorządu, choć wpływ na wielkość oferty wydawniczej, oprócz wzmożonej aktywności politycznej wydawców, miało również rosnące zainteresowanie reklamą i edycja licznych gazet reklamowych. Kolejne wzrosty ilości wydawanych tytułów miały miejsce m.in. w roku 1997, kiedy odbyły się wybory parlamentarne i w roku 1999, gdy wprowadzano nowe reformy (administracyjną, emerytalną, w służbie zdrowia i oświacie). Oferta prasowa zwiększyła się również w 2002, kiedy wybierano lokalne władze i w dwóch kolejnych latach, którym towarzyszyło ożywienie gospodarcze. Wybory parlamentarne oraz dobra

koniunktura na rynku reklamowym sprawiły, że lokalni wydawcy uaktywnili się jeszcze w 2007 r.

Wzrostowi liczby lokalnych tytułów w okresach ważnych wydarzeń społecznych i politycznych towarzyszyły spadki ilości wydawnictw prasowych w kolejnych latach. Świadczyć to może o instrumentalnym wykorzystaniu lokalnego systemu medialnego do prowadzenia kampanii politycznych, ale również o jego małej skuteczności w osiągnięciu celów tych kampanii. Poszerzaniu oferty prasowej nie towarzyszył bowiem wzrost czytelnictwa.

Z badań prowadzonych przez autorkę wynika, że w 1989 r. po dzienniki lokalne sięgało ok. 70 tysięcy częstochowian, czyli ok. 30% mieszkańców tego miasta. W 2011 r. trafiały jedynie do ok. 5% częstochowian. Równie drastycznie zmalała sprzedaż lokalnych tygodników. Prasa treści specjalnych, w tym biuletyny organizacji społecznych i politycznych, wychodziła w symbolicznych nakładach. Upowszechniano ją w kręgu niewielkich i zwykle hermetycznych audytoriów czytelniczych.

Niskie nakłady i malejące czytelnictwo prasy lokalnej w Częstochowie stawiają więc pod znakiem zapytania skuteczność prowadzonych na jej łamach kampanii politycznych. Zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę, że publiczny dyskurs na temat lokalnej polityki przybierał w nich często mało merytoryczną formę. W lokalnych czasopiśmie – dość jednoznacznie sprofilowanych ideowo – sprowadzał się na ogół do jawnej propagandy i agitacji, albo personalnych ataków, przedmiotem których nie były same partie i ich programy, ale reprezentujący je politycy. Próby zachowania neutralności przez lokalne dzienniki informacyjne spowodowały natomiast unikanie merytorycznej dyskusji programowej i przyjęcie postawy „a nam jest wszystko jedno”.

On the political aspects of the local press - an analysis of the Częstochowa press

Summary

The functions performed by the local press have been reduced significantly. This applies especially to the informative, discursive and controlling function. On the example of the press situation in the area of Częstochowa the author analyses the methods of conducting political campaigns in local press titles. It is attempted to answer the question of the nature of the political discourse in local press and how it is related to the political affiliation of the publishers, sources of funding the newspapers and material preparation of the editorial teams. An analysis of the frequency of publications devoted to political affairs and their presence in the time beyond the periods of parliamentary and local elections is made. It is also attempted to evaluate the effectiveness of press political campaigns in local societies.