

Samorządy bez mediów?

22 sierpnia 2024

Powstaje projekt nowej ustawy medialnej.

Jak informują Wirtualne Media, do konsultacji trafiły założenia nowej ustawy medialnej. Jedną ze spraw, które założenia ustawy poddają pod dyskusję, są „media władzy”, czyli te wydawane przez samorządy.

W kraju mamy wiele takich przykładów. Trzebnica, miejsko-wiejska gmina pod Wrocławiem, wydaje „Panoramę Trzebnicką”. To bezpłatny dwutygodnik wydawany przez Gminne Centrum Kultury i Sztuki w Trzebnicy w 10 tys. egzemplarzy. Numer z 14 czerwca ma 48 stron – w tym 23 strony reklam. Burmistrz widnieje na 34 zdjęciach, trzy opublikowane teksty są jego autorstwa. Wydział Komunikacji Społecznej Urzędu Miasta Krakowa gazetę wydaje co dwa tygodnie w 35 tys. egzemplarzy (kosztuje to 1,5 mln zł rocznie). Kraków prowadzi też portal i miał dwie telewizje o nazwach Telewizja.Krakow.pl i Hello Kraków News. Wrocław ma spółkę – Agencję Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej – zatrudniającą kilkadziesiąt osób, która zajmuje się promocją miasta i mediami samorządowymi. Wydaje papierowy tygodnik, prężny portal i telewizję Wrocław TV. Rocznie na portal i jego analogową wersję idzie ponad 3 mln zł netto. Łódź ma gazetę „Łódź.pl” za ponad 3,5 mln zł rocznie, której szesnastostronicowy, darmowy, wydawany przez Bibliotekę Miejską w Łodzi numer ukazuje się trzy razy w tygodniu, w nakładzie 45 tys. egzemplarzy.

O „mediach władzy” w założeniach nowej ustawy, czytamy: „Należy rozważyć wprowadzenie całkowitego zakazu prowadzenia działalności medialnej przez jednostki samorządu terytorialnego oraz podmioty podległe tym jednostkom”. Postulat ten oparty został na analizie negatywnych praktyk z obszaru całej Polski, które jasno pokazywały, że tego typu tytuły prasowe nie spełniały kluczowej dla prasy funkcji, jaką

jest kontrola władzy publicznej.

„Trudno sobie bowiem wyobrazić, by pracownik zatrudniony w administracji samorządowej na łamach mediów wydawanych przez tę jednostkę krytykował swojego pracodawcę czy ujawniał nieprawidłowości w funkcjonowaniu danego urzędu gminy. Taka zaś jest główna rola mediów. W istocie te różne tytuły prasowe stanowiły zatem i (niestety) wciąż stanowią, narzędzia propagandowe w dyspozycji osób sprawujących w danym momencie władzę. Ich obecność zaburza konkurencję polityczną w danej wspólnotce samorządowej. Co więcej, tego typu media często starają się konkurować z niezależną prasą, często stosując w tym zakresie nieuczciwe rynkowo metody (np. przyjmując ogłoszenia po niższych cenach, czy dystrybuując gazetę bezpłatnie). Często celem towarzyszącym tego typu działaniom jest wyeliminowanie niezależnych tytułów z rynku, a w konsekwencji ograniczenie nam – jako społeczeństwu – dostępu do rzetelnej informacji” – podkreśla w wypowiedzi dla Wirtualnych Mediów dr Adam Płoszka z Zakładu Praw Człowieka Uniwersytetu Warszawskiego.

Lokalne gazety stają się tubą propagandową władz samorządowych finansowaną z pieniędzy publicznych, a komercyjne media lokalne, przyglądające się decyzjom podejmowanym przez owe władze, nie mają tak stabilnego źródła finansowania jak media samorządowe. Nie są niejednokrotnie w stanie z nimi konkurować, co zaburza równowagę na rynku, szczególnie w sytuacji, kiedy owe media samorządowe publikują też płatne treści reklamowe, stanowiące podstawę funkcjonowania mediów niezależnych od władz.

Źródło: NowyObywatel.pl