

# Krystian Dudek

---

## Kapitał zagraniczny w polskich mediach po 1989 roku : zarys zagadnienia

---

Pisma Humanistyczne 6, 93-106

---

2004

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Krystian Dudek**

**KAPITAŁ ZAGRANICZNY  
W POLSKICH MEDIACH PO 1989 ROKU.  
ZARYS ZAGADNIENIA**

Stworzenie pełnego obrazu wpływów kapitału zagranicznego w polskiej prasie, radiu i telewizji jest zadaniem bardzo trudnym. Można, co najwyżej, określić podstawowe tendencje i ustalić głównych uczestników gry kapitałowej w polskich mediach.

Wskazane trudności wynikają z kilku powodów:

1. Nie ma systemów rejestracji tych zjawisk, nie ma możliwości zdobycia prawdziwych danych o udziałach firm zagranicznych w polskich spółkach i przedsiębiorstwach wydawniczych. Nie ma także możliwości uzyskania wiarygodnych danych o zyskach przedsiębiorstw, a informacje o nakładach i zwrotach prasy są utajniane, ze względu na „tajemnicę handlową”.

2. Zmienia się stan własności tytułów prasowych, o czym nie zawsze mówi się publicznie, stąd - dopiero po czasie - dowiadujemy się na przykład, że jakiś tytuł sprzedany dwa lata temu spółdzielni dziennikarskiej ma już innych udziałowców, nadto, że duży (czasem dominujący) pakiet akcji posiada udziałowiec zagraniczny.

3. Enigmatyczne są dane dotyczące spółek *joint venture*, czasem okazuje się, że kolejna firma wydawnicza to element większej całości, tylko inaczej nazwany.

Kapitał zachodni w polskiej prasie występuje najczęściej w dwóch postaciach: spółek wydawnictw zagranicznych bez udziału polskiego (np. wydawnictw Heinricha Bauera), spółek z udziałem kapitału zagranicznego: a) wydawców (jak np. grupy Roberta Hersanta), b) kapitału przemysłowego (np. przedsiębiorstwo handlowo-przemysłowe w spółce SM Media). Są także spółki tworzone przez Polaków posiadających majątek za granicą i w Polsce (np. W. Fibak, Z. Niemiezycki). Są wreszcie firmy, które są „niby-polskie”, ale wiadomo, że kapitał na założenie gazety lub czasopisma pochodzi z innego kraju

(Biuro Handlowe „Mikos” w Szczecinie - wydawca „Kontaktu” i „Dziennika Szczecińskiego”). Oczywiście są także możliwe inne kombinacje.<sup>1</sup>

\* \* \*

Po 1989 roku rynek polskich mediów uległ zmianom. Nowelizacja ustawy „Prawo prasowe” dokonana w czerwcu 1989 roku sprawiła, że każdy pełnoletni i niekarany obywatel Polski mógł stać się wydawcą prasowym. Za zgodą MSZ z prawa tego mogli korzystać także wydawcy zagraniczni. Jednak nieunormowanie tych przepisów spowodowało inwazję wielkich koncernów i powstanie wielu pism w Polsce.

Rozwiązanie Głównego Urzędu Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk (cenzury) i jego agend terenowych, sprzyjało rozwojowi prasy. Ustawa o KRRiTV z 29 grudnia 1992 roku, określająca sposoby nadawania licencji i udziały kapitału zachodniego w mediach elektronicznych, unormowała sytuację istniejących i powstających stacji radiowych i telewizyjnych. Koncesja dla spółki z udziałem podmiotów zagranicznych mogła być udzielona, jeżeli:

- udział podmiotów zagranicznych w kapitale zakładowym lub akcyjnym spółki nie przekraczał 33 proc.,

- członkami zarządu spółki i rady nadzorczej byli w większości obywatele polscy zamieszkali w Polsce,

- w zgromadzeniu wspólników lub w walnym zgromadzeniu udział głosów podmiotów zagranicznych i podmiotów kontrolowanych przez podmioty zagraniczne nie mógł przekroczyć 33 proc.

Podobne rozwiązania przyjęto w Słowenii (33 proc.), na Ukrainie (30 proc.) i na Łotwie (29 proc.). W Estonii obowiązuje ograniczenie do 49 proc. Natomiast w Rumunii, Czechach, Słowacji, Bułgarii i na Węgrzech nie ma ograniczeń.<sup>2</sup>

Od maja 1989 roku – przed nowelizacją „Prawa prasowego” – nastąpił nagły wzrost zgłoszeń przyszłych wydawców. Praktycznie w każdym regionie miały miejsce próby stworzenia gazety. Wiele z nich było nieudanych, kilkuset wydawców nie zrealizowało planów.

Kapitał zagraniczny dość szybko zainteresował się rynkiem prasy w Polsce. Pierwsi wysłannicy zagranicznych grup prasowych pojawili się w kraju pod koniec lat osiemdziesiątych (Anglicy i Amerykanie). Ówczesne prawo nie zezwalało im na wydawanie prasy w Polsce. Mogli jedynie wspierać niektóre inicjatywy wydawnicze. Kapitał z USA miał udziały

---

<sup>1</sup> Z. Bajka, *Kapitał zachodni w polskiej prasie*. [w:] *Dylematy Transformacji Prasy Polskiej (1989-1993), Materiały Pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa* (red.) Alina Słomkowska, Warszawa 1994, t. XXIV, s. 44.

<sup>2</sup> S. Michalczuk, *Kapitał zagraniczny w prasie polskiej*, wykład habilitacyjny.

w anglojęzycznym tygodniku „The Warsaw Voice”. Znowelizowana ustawa „Prawo prasowe” (czerwiec 1989 roku) i zmiany polityczne spowodowały pojawienie się chętnych do inwestowania w polski rynek prasowy. We wrześniu 1989 roku we Wrocławiu powstał „Dziennik Dolnośląski”, wydawany ze znacznym udziałem Norwegów (Orkla Media), „Czas Krakowski” za pieniądze Francuza i dwóch Włochów oraz „Goniec Pomorski” w Koszalinie - także z udziałem kapitału zagranicznego. Pojawili się wysłannicy brytyjskiej grupy Maxwella, francuskiego koncernu Hersanta, a także Niemcy z grupy Bauera. Głównym powodem zainteresowania zagranicznych inwestorów polskim rynkiem prasowym była zapowiadająca się likwidacja koncernu RSW „Prasa-Książka-Ruch”, wydającego niegdyś ponad 92 proc. gazet i 87 proc. nakładu czasopism w Polsce.

Zainteresowanie „spadkiem” po RSW było o tyle uzasadnione, że - po pierwsze - liczba tytułów wystawionych na sprzedaż była bardzo duża, po drugie - łatwiej jest wydawać tytuły już na rynku zakotwiczone, mające własną klientelę, niż zakładać nowe i walczyć o czytelników, po trzecie wreszcie - przewidywane ceny sprzedawanych pism są niezbyt wygórowane dla zachodnich wydawców (czasem wręcz śmiesznie niskie).

Penetracja rynku w tym okresie przebiegała także w drugim kierunku. Zachodni wydawcy (zwłaszcza Niemcy i Skandynawowie) próbowali określić „braki” na polskim rynku prasy, to znaczy ujawnić jakiego typu prasy nie ma w Polsce i co w związku z tym można by zacząć wydawać. Pierwsza grupa działań zaowocowała kupowaniem udziałów w pismach b. RSW, druga zaś powstaniem nowych tytułów - zwłaszcza „kalek” pism wydawanych przez zachodnie koncerny prasowe.<sup>3</sup>

Mimo wszystko można doszukać się śladów nieufności wobec Polski. W 1990 roku Gannett Foundation stwierdziło w swym raporcie, że istnieją kontrowersje co do tego, czy zagraniczny właściciel w Polsce będzie mógł kontrolować organizację informacyjną. GF zaznaczyło, że w ocenie Polaków Węgrzy przyjęli zagraniczne inwestycje za zbyt niską cenę, popełniając błąd. Stanowisko Polaków utrzymywało inwestorów w niepewności. Motyw porównania z Węgrami przewijał się w obecnej prasie dość często i zwykle na naszą niekorzyść.<sup>4</sup>

\* \* \*

---

<sup>3</sup> Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskiej prasie*, [w:] *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995*, (red.) G. Kopper, I. Rutkiewicz, K. Schliep, Kraków 1996, s. 140.

<sup>4</sup> B. Golka, *Kapitał zagraniczny w polskich mediach*, [w:] *Dylematy...*, s. 40.

W marcu 1990 roku parlament uchwalił ustawę o likwidacji koncernu RSW „Prasa-Książka-Ruch”. Prywatyzacja mienia po koncernie miała być największym przedsięwzięciem prywatyzacyjnym w kraju. Za oczywiste uznawano wówczas wejście kapitału zagranicznego na polski rynek, jakkolwiek Sejmowa Komisja Kultury i Środków Przekazu oraz Rada Ministrów załeciały, by preferować kapitał krajowy.

W opinii drugiego przewodniczącego Komisji Likwidacyjnej, dra Kazimierza Strzyczkowskiego, przy prywatyzacji nie decydowało tylko kryterium finansowe. „*Gdyby tak było wówczas większość tytułów prasowych dostałaby się w ręce oferentów zagranicznych*”.<sup>5</sup>

Oferenci zagraniczni ubiegali się o prawie każdy dziennik regionalny byłej PZPR sprzedawany w drodze przetargu. Zdecydowana większość z nich nadal pozostaje liderami regionalnych rynków prasowych. Część tytułów (ok. 70) oddano bezpłatnie spółdzielniom dziennikarskim. Później większość z nich uzyskała, po zmianie swojego statusu prawnego, udziałowców zagranicznych. Największym wygranym licytacji był, preferowany przez komisję likwidacyjną, koncern Roberta Hersanta. Francuski magnat prasowy nigdy nie występował jako wyłączny oferent. Z reguły wchodził w układy z „Solidarnością” (w Gdańsku i na Śląsku z Zarządami Regionów). Niejednokrotnie występował też pod szyldem spółek z udziałami „S”. Hersant kupił od spółki siedem dzienników byłego RSW oraz ogólnokrajową, rządową „Rzeczpospolitą” (posiadał 49 proc. udziałów, a w 1995 roku dokupił 2 proc. i stał się jej właścicielem). Jego wpływy były w dużej mierze większe od arytmetycznego udziału w pakiecie nabytych akcji, gdyż to za pieniądze Hersanta płacono za udziały wspólników.

W czasie likwidacji RSW zachodni wydawcy sprawdzali rynek polski, wprowadzając na niego polskojęzyczne „kalki” zachodnich czasopism, które miały za zadanie sondować rynek. Pisma takie jak młodzieżowe „Dziewczyna” i „Popcorn” (wydawane przez Phoenix Intermedia) czy bardziej specjalistyczne „Moja Kuchnia”, „Sabrina”, „Robótki Ręczne”, „Ciasta Domowe” (PP-U Makler) szybko zdobyły licznych zwolenników. W tej sytuacji zachodni wydawcy postanowili wejść bardziej zdecydowanie na nasz rynek. Już w roku 1990 pojawiły się pierwsze spółki wydawnicze z przewagą kapitału zagranicznego. Sprzyjały temu różnorakie ulgi podatkowe w okresie „rozruchu” przedsiębiorstw. Na rynek czasopism mocno wkroczyli Niemcy: Heinrich Bauer

---

<sup>5</sup> E. Ciborska, *Kapitał zagraniczny w prasie postpezetpeerowskiej*, [w:] *Transformacja Mediów 1989- 1995, Materiały Pomocnicze do Najnowszej Historii Dziennikarstwa* (red.) Alina Słomkowska. Warszawa 1996, t. XXVI, s. 280.

Verlag (początkowo „Tina” i „Bravo”), Burda Gruppe („Burda”) i nieco później koncern Bertelsmanna poprzez wydawnictwo Gruner + Jahr (m.in. „Klaudia”, „Sandra”, „Moje Mieszkanie”, „Sekrety Kuchni”). Jako jedna z pierwszych zaistniała również spółka Scandinavia-Poland Publishing House Ltd („Cats”, „Extra Raport”, „Playstar International”, „Nie z tej ziemi”). Dzięki intensywnej reklamie koncern Heinricha Bauera szybko zyskał przewagę nad konkurentami.

Początek lat 90. to wejście kapitału zachodniego, przeważnie niezbędne dla ratowania lub koniecznej modernizacji danego tytułu. Koncern Roberta Hersanta, który miał udziały w po dwóch dziennikach lokalnych, w Gdańsku, Łodzi i Katowicach oraz gazecie sportowej w Krakowie i porannej „Gazecie Krakowskiej”, nie był jedynym, który zainwestował pieniądze w rynek dzienników regionalnych. Udziały zaczęli zdobywać wydawcy z innych krajów. Wojciech Fibak wszedł w spółkę z wydawcą prasy w Szwajcarii i Niemczech - Jorgiem Marquardem, tworząc Fibak-Marquard Press S.A. Firma stała się właścicielem gazet i czasopism w Katowicach, Bielsku i Krakowie oraz drukarni w Katowicach i Poznaniu. W 1993 roku przejęła „Express Wieczorny”, a w 1994 „Sztandar Młodych”. W 1993 na polskim rynku bezpośrednio (pośrednio już w 1989 roku) pojawił się norweski koncern Orkla Media, inwestując w dzienniki regionalne we Wrocławiu („Słowo Polskie”, „Wieczór Wrocławia”), Koszalinie („Głos Pomorza”), Bydgoszczy („Gazeta Pomorska”), Białymstoku („Gazeta Współczesna”) i Rzeszowie („Nowiny”). W późniejszym czasie Orkla zdobyła udziały w tygodniku „Forum”, „Filipince”, „Przekroju” oraz w kolejnych periodykach: białostockim „Kurierze Porannym”, lubelskim „Dzienniku” i bydgoskim „Dzienniku Wieczornym”. Spóźniony - zapewne przez wykupywanie mediów na terenie byłego NRD wkroczył, poprzez powiązane kapitałowo spółki, gigantyczny koncern Bertelsmanna (początkowo obecny tylko przez spółkę-córkę Gruner+Jahr).

We wrześniu 1994 roku zakończyło swoją działalność imperium Hersanta w Polsce. Ze względu na kłopoty finansowe we Francji, grupa Socpresse, należąca do Hersanta, sprzedała swoje polskie regionalne dzienniki niemieckiemu wydawnictwu z Passau we wschodniej Bawarii - Passauer Neue Presse. (...) Szacuje się, że za zakupione od Hersanta dzienniki PNP zapłacił co najmniej 80 mln dolarów USA.<sup>6</sup>

Według niemieckich mediów i medioznawców niemożliwe jest, by mały koncern bawarski stać było na taki wydatek, a wielkie koncerty prasowe pozwoliły na takie działanie. Tak więc wszystkie ślady prowadzą do Bertelsman-

---

<sup>6</sup> Z. Bajka, *Kapitał...*, s. 145.

na (drugiego wówczas, co do wielkości koncernu medialnego na świecie). Samo szefostwo Passauer NP niezbyt zdecydowanie wypierało się powiązań z tym koncernem. Udział Bertelsmanna w rynku polskich mediów rośnie.

Kapitał amerykański na początku słabo zaznaczał swoją obecność na rynku polskim. Oprócz wspomnianego wcześniej anglojęzycznego „The Warsaw Voice”, wsparł różne wydawnictwa rozprowadzane na dworcu lotniczym w Warszawie oraz na pokładach samolotów różnych linii lotniczych. Pojawiły się też polskie edycje amerykańskich pism: „Business Week Polska”, „Świat Nauk”, „Muscle and Fitness”, „Lady Fitness”, „Reader’s Digest”, pismo „Jama” oraz „kalki” amerykańskich wydawnictw, takich jak „Playboy”, wydawnictwa komputerowe i komiksy. Amerykanie mają też udział we wprowadzeniu do Polski międzynarodowych pism takich jak „Cosmopolitan” czy „National Geographic”.

Na polskim rynku prasowym stracili swoje wpływy Włosi: II Sole 24 Ore, dawniej mająca udziały w „Nowej Europie” oraz Nicola Grauso - właściciel „Życia Warszawy” i sieci 12 lokalnych, prywatnych stacji telewizyjnych pod wspólną nazwą Polonia 1.<sup>7</sup>

Grauso posiadał 33-procentowe udziały kapitałowe w tych stacjach. W ich uruchomienie zainwestował ok. 20 mln dolarów. W wyniku umowy z koncernem Silvio Berlusconi Polonia 1 emituje w Polsce, w porach najwyższej oglądalności, jednolite, kilkugodzinne bloki programowe w 12 stacjach telewizyjnych. Grauso namówił także Berlusconi do założenia spółki Publi Polska, która obsługuje polskie stacje telewizyjne, zbierając dla nich reklamy nie tylko w Polsce.<sup>8</sup>

\* \* \*

Likwidacja majątku Śląskiego Wydawnictwa Prasowego przyciągnęła inwestorów zarówno z Polski, jak i z zagranicy. Ilość wydawanych tytułów oraz wypracowywane zyski to nie jedyne powody zainteresowania. Śląskie Towarzystwo Prasowe posiadało również ogromne zaplecze materiałowe, sprzętowe i socjalne.

Największe do dziś tytuły prasy śląskiej „Dziennik Zachodni” i „Trybuna Śląska” były flagowymi pozycjami wydawnictwa. Włącznie z nimi Śląskie Wydawnictwo Prasowe wydawało 4 dzienniki („Dziennik Zachodni”, „Trybu-

---

<sup>7</sup> Z. Bajka, *Rynek mediów w Polsce*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów* (red.) Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000, ss. 93-94.

<sup>8</sup> D. Dobrowolska, *Nicola Grauso w polskich mediach*, [w:] *Transformacja...*, s. 311.

na Śląska”, „Wieczór”, „Sport”), 1 tygodnik o zasięgu ogólnopolskim, 11 tygodników lokalnych i 5 pism zleconych.<sup>9</sup>

Tak silna pozycja Śląskiego Wydawnictwa Prasowego była kusząca dla inwestorów i jednocześnie przyczyniała się do obaw polityków. Niepokoił ich fakt, że wydawnictwo mogłoby się znaleźć całkowicie w rękach obcego właściciela. Wraz z dziennikarzami stworzyli pomysł powołania Górnośląskiego Centrum Prasowego, którego celem byłoby chronienie przed rozproszeniem majątku wydawnictwa. W nakreślonej koncepcji dopuszczano jednak kapitał zagraniczny, jako konieczny do zrealizowania inwestycji. Z niewiadomych względów nakreślone plany nigdy nie zostały zrealizowane.<sup>10</sup>

Ostatecznie we wrześniu 1991 roku nastąpiło rozstrzygnięcie przetargu na pięć tytułów Śląskiego Wydawnictwa Prasowego. „Trybunę Śląską” sprzedano za 23,1 mld złotych spółce Górnośląskie Towarzystwo Prasowe, której udziałowcami było kilka polskich firm i organizacji. W tym samym czasie „Panoramę” nabyła spółka „Fibak – Sport”. Sprzedaż „Dziennika Zachodniego” nastąpiła nieco później. W listopadzie 1991 nabywcą tego tytułu za 40 mld złotych stała się spółka Prasa Śląska.

Francuz Robert Hersant miał 50 proc. udziałów w Prasie Śląskiej, reszta przypadła spółce z o.o. Regionalne Przedsiębiorstwo Związkowe – 30 proc., pozostałe 20 proc. SW „Książnica”. Koncern Hersanta udzielił pożyczki polskim partnerom na zakup akcji na bardzo korzystnych warunkach, dzięki czemu ich udział mógł być tak wysoki. Niespełna dwa lata później już 80 proc. „Prasy Śląskiej” było w rękach Hersanta, ponieważ wykupił on udziały Regionalnego Przedsiębiorstwa Związkowego.

Nie do końca jest zrozumiałe posunięcie Zarządu Regionu Śląsko-Dąbrowskiego NSZZ „Solidarność”, dotyczące sprzedaży udziałów. Analizując wcześniejsze stanowisko związku wobec kapitału zagranicznego i jego roli w prasie, można odnieść wrażenie o niejasności tego posunięcia.

Zupełnie inną strategię wykorzystał Hersant do przejęcia udziałów w Górnośląskim Towarzystwie Prasowym, które było właścicielem „Trybuny Śląskiej”. Nie odbyło się to na przetargu, lecz w wyniku działań rynkowych. W marcu 1993 roku Górnośląskie Towarzystwo Prasowe było już w rękach spółek zależnych od Hersanta.

„Dziennik Zachodni” i „Trybuna Śląska” nie zostały jednak w rękach francuskich. We wrześniu 1994 roku 8 dzienników, w tym dwa największe z Górnego Śląska, stały się własnością niemiecką. Za kwotę 100 mln marek

---

<sup>9</sup> M. Jachimowski, *Kapitał zagraniczny w prasie śląskiej*, [w:] *Transformacja...*, s. 295.

<sup>10</sup> Tamże, s. 296.



dzienniki te nabył koncern Passauer Neue Presse. Obawy pomysłodawców Górnośląskiego Centrum Prasowego potwierdziły się. Tytuły należące niegdyś do Śląskiego Wydawnictwa Prasowego nie potrafiły obronić się przed przejęciem przez obcy kapitał.

\* \* \*

Na początku lat 90. rynek prasy kobiecej był bardzo ubogi. Kilka tytułów wydawanych na kiepskim papierze, szarych i mało atrakcyjnych, nie wychodziło naprzeciw zapotrzebowaniom rynku. Dostrzegli to zachodni wydawcy, tworząc wzorowane na niemieckich pisma adresowane do kobiet. Nie trudno było zdobyć zainteresowanie polskich czytelniczek. Kolorowe magazyny masowo zapełniły kioski i salony prasowe, a ich stosunkowo niska cena sprawiała, że wiele kobiet kupowało kilka tytułów. W połowie 1990 roku liczba sprzedawanych egzemplarzy liczona była w milionach. Po roku 1992 rozpoczęła się konkurencja między wydawcami i stabilizacja rynku, by w końcu po 1997 roku przeżyć spadek nakładów i zaostrzenie walki o odbiorcę.

Początkowo polsko-niemieckie magazyny kobiece były spolszczonymi wersjami tytułów niemieckich. Przekłady drukowane były po dostosowaniu do polskich warunków, zmienieniu nazw miejscowości i imion. Dzięki takim praktykom możliwe było zmniejszanie ponoszonych kosztów i maksymalizacja zysków. Z biegiem czasu jednak pisma te zawierały więcej materiałów przygotowywanych przez dziennikarzy z kraju. Wśród wydawców dominowały dwa ośrodki: warszawski i wrocławski. W ośrodku warszawskim działały wydawnictwa: Burda – Polska, H. Bauer – Polska, Axel Springer – Polska i G+J Gruner+Jahr Polska.<sup>11</sup>

Burd-Polska specjalizowała się w wydawaniu wszelkiego rodzaju poradników, przede wszystkim dotyczących kroju, szycia, robótek ręcznych itp. W okresie dziesięciu lat wydawała 14 tytułów o nakładzie wahającym się od 25 tys. do miliona egzemplarzy.

W wydawnictwie G+J Gruner+Jahr Polska 75 proc. udziałów miał koncern Bertelsmanna, który wydawał ponad 20 tytułów w Niemczech, a przez swoje przedstawicielstwa w Hiszpanii, Włoszech, Wielkiej Brytanii i Francji działał także na tamtejszych rynkach. W Polsce G+J Gruner+Jahr Polska spółka z o.o. wystartowała w 1991 roku z miesięcznikiem „Claudia”, drukowanym w ponad milionowym nakładzie.

Heinrich Bauer sp. z o.o. trafiła w zapotrzebowanie, wchodząc na rynek z „Tina” oraz „Bravo”, pismem dla młodzieży. Po krótkim czasie

---

<sup>11</sup> Z. Sokół, *Polsko-niemieckie magazyny kobiece w latach 1990-1999*, [w:] „Studia medioznawcze” 2001, nr 1, s. 54.

i odniesionym sukcesie rozpoczęto wydawanie „Bravo Girl!” i erotycznego magazynu „Twój Weekend”.

Jako ostatnie na dosyć nasycony już rynek prasy kobiecej wkroczyło wydawnictwo Axel Springer Polska sp. z o.o. Wejście niemieckiego koncernu do Polski poprzedziły długotrwałe badania rynku. Jednak nie wszystkie tytuły znalazły wystarczającą ilość czytelniczek. Najsilniejszą do dziś pozycję ma „Pani Domu”.

Ośrodek wrocławski miał zdecydowanie słabszą pozycję na rynku prasy kobiecej. Tytuły tu wydawane nie miały tak dużych nakładów i takiego znaczenia jak w okręgu warszawskim. W przeciwieństwie do warszawskiego nie miały tu swoich przedstawicielstw wielkie koncerny niemieckie. Działalność wydawnicza dwóch, spośród trzech zajmujących się prasą kobiecą, ograniczała się do tłumaczenia tytułów niemieckich i wydawania ich w oparciu o umowę licencyjną. Trzy działające w ośrodku wrocławskim wydawnictwa to: Phoenix Press Media, Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowe Makler sp. z o.o. i Kej sp. z o.o.

Wiele analiz dotyczących prasy kobiecej skupia się tylko na negatywnym aspekcie wejścia niemieckich potentatów na rynek polski. Zarzuca się, że treści, jakie prezentowały kolorowe magazyny, nie niosły ze sobą żadnych wartości, a kalkowane historie nie przystawały do polskich realiów. Pomija się jednak fakt, iż nie było polskich wydawców, którzy dostrzegliby tak wielką lukę w rynku i wykorzystali ją tak, jak uczynili to Niemcy.

\* \* \*

W myśl ustawy o radiofonii i telewizji z 29 grudnia 1992 roku na działalność stacji radiowej lub telewizyjnej zaczęły obowiązywać koncesje: 10 lat dla telewizji i 7 lat dla radia.

Początek lat 90. cechował się korzystaniem z zagranicznej pomocy sprzętowej i logistycznej. Dwie, obecnie największe, komercyjne stacje radiowe RMF FM i Radio Zet korzystały z francuskiej pomocy. Dzięki współpracy z paryskim Fun Radio powstało na początku 1990 roku Radio Małopolska Fun, dzisiaj znane jako RMF FM. Z zagranicznej pomocy technicznej korzystało również Radio Maryja<sup>12</sup>.

Zagraniczny kapitał dość niechętnie angażował się w działalność radiową na polskim rynku medialnym. Spowodowane było to wielorakimi względami.

---

<sup>12</sup> R. Filas, *Kapitał zagraniczny w polskich mediach audiowizualnych*, [w:] „Zeszyty prasoznawcze”, Kraków 2000, nr 3-4, s. 84.

Po pierwsze - partnerzy zagraniczni zrażali się niemożnością wdrożenia własnych pomysłów; po drugie – ograniczenia, wynikające z ustawy o radiofonii i telewizji były dla nich zbyt ostre i wreszcie po trzecie - skromnym, jak na warunki zachodnie, udziałem radia w zyskach reklamowych. Mimo tego, z biegiem czasu kapitał zagraniczny częściej pojawiał się w polskich rozgłoszeniach radiowych, by w roku 2000 być obecnym w większości dużych stacji.

Największe komercyjne radio w Polsce pozbawione jest wpływu kapitału zagranicznego. Polski numer 2 natomiast posiada największy udział tego kapitału. Ustawowe 33 proc. zostało podniesione do 49 proc. na mocy umowy koncesyjnej z 1994 roku. Dwaj giganci na rynku radiowym, dzielący pomiędzy siebie  $\frac{3}{4}$  „tortu” reklamowego, mają więc zupełnie odmienną strukturę własności. 40 proc. udziałów w spółce Eurozet – właścicielu „Zetki” ma Europa Development International, francuska spółka radiowa, pozostałe 9 proc. posiada kontrolowana przez EDI spółka Kanoko Holdings. Spółka Eurozet wykupiła za zgodą KRRiT 51 proc. udziałów Radiostacji, planując rozwój i inwestycje w tę dawną Rozgłośnię Harcerską.<sup>13</sup>

Analizując penetrację rynku radiowego w Polsce przez kapitał zagraniczny, da się zauważyć, iż wiele firm wycofywało swe udziały po krótkim okresie, odsprzedając je innym spółkom. W przeciwieństwie do prasy, gdzie własność jest skoncentrowana i istnieje kilka ogromnych koncernów, posiadających większość tytułów, stacje radiowe na polskim rynku mają wielu właścicieli i nie są to bynajmniej największe koncerny medialne Europy.

Mimo istniejących barier, narzuconych przez ustawę o radiofonii i telewizji w stosunku do kapitału zagranicznego inwestowanego w stacje telewizyjne, inwestorzy zagraniczni lokowali w nich duże środki. W tym sektorze można było bowiem liczyć na spory zysk. Po 1990 roku udział telewizji w rynku reklamowym wynosił około 50 proc., to zachęcało inwestorów do wejścia z kapitałem na polski rynek, a nawet, w razie trudności, do obchodzenia prawa.

Nicola Grauso powiązany z włoskim potentatem medialnym Silvio Berlusconi, jeszcze przed pierwszym procesem koncesyjnym rozpoczął budowanie sieci kilkunastu stacji, działających wspólnie jako Polonia 1. Jednak proces koncesyjny zakończył się dla Grauso niepowodzeniem, jego piracka telewizja nadawała na falach wojskowych i stacja została wyłączona siłą.<sup>14</sup>

Pierwszy proces koncesyjny wygrał powracający z zagranicy polski biznesmen Zygmunt Solorz-Żak. Jego stacja telewizyjna Polsat wygrała z takimi

---

<sup>13</sup> Tamże, s. 86.

<sup>14</sup> Tamże, s. 88.

konkurentami jak Time Warner, Reuters, Bertelsmann. Decyzja o przyznaniu koncesji Polakowi opierała się głównie o przesłanki, jakoby wnoszony przez niego kapitał był czysto polski, jednak media spekulowały na temat niejasnych źródeł pochodzenia finansów Solorza.

Po pierwszym procesie koncesyjnym zaczęła również nadawać ogólnokrajowa telewizja kodowana - Canal+ Polska, w której ustawowo dozwolony udział ma francuski Canal+.

Rozpoczynająca w 1997 roku nadawanie stacja TVN również potrzebowała silnego kapitałowo inwestora z zagranicy. Amerykańska firma Central-European Media Enterprises nabyła 33 proc. udziałów w stacji, by je później odsprzedać szwedzkiej firmie Scandinavian Broadcasting Systems, która zresztą była chętna do nabywania większej ilości udziałów, gdyby tylko zaistniały dogodne warunki prawne.

Nasza TV rozpoczęła nadawanie swojego programu w styczniu 1998 roku. 22 proc. udziału w spółce Polskie Media, będącej właścicielem stacji, miała polsko-amerykańska firma ProCable, w której 33 proc. udziałów posiadała zaś firma At @Entertainment Inc. Amerykańscy udziałowcy nie brali jednak udziału w zarządzaniu spółką Polskie Media. Dla utrzymania się na rynku i zdobycia potrzebnych środków na inwestycje i rozwój stacji, konieczny był udział kapitału zagranicznego. Nie powiodło się to stacji TV Wisła, która została wykupiona przez właścicieli TVN.

Korzystniejsze warunki dawało polskie prawo nadawcom emitującym sygnał z terenu innego kraju. Tutaj nie było ograniczeń narzucanych przez ustawę o radiofonii i telewizji, gdyż kwestie te regulowała podpisana przez Polskę Europejska Konwencja o Telewizji Ponad Granicami. Dzięki takim rozwiązaniom mógł być dostępny w Polsce satelitarny kanał RTL7. Do końca 2001 roku właścicielem stacji była spółka medialna CLT-UFA, należąca do koncernu Bertelsmanna. 20 grudnia 2001 roku Grupa ITI, polski holding, działający na rynku mediów i rozrywki, ogłosił, że prowadzi rozmowy w sprawie zakupu stacji telewizyjnej RTL7 od CLT-UFA, będącej częścią luksemburskiej grupy medialnej RTL Group. Zakup ma obejmować wszystkie formaty RTL7 i bibliotekę filmową RTL7. W ramach ustaleń, z dniem 1 stycznia 2002 roku Grupa ITI przejęła kontrolę nad transponderem analogowym satelity, przy pomocy, którego CLT-UFA transmitowała programy RTL7. Grupa ITI otrzymała od Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji licencję na nadawanie satelitarne i przekształciła RTL7 w kolejny program swojej macierzystej stacji TVN o nazwie TVN siedem.

Prawie równocześnie z RTL7 (w grudniu 1996 w wersji próbnej w kilku kablówkach, a oficjalnie w kwietniu 1997) uruchomiono emisję kodowanego

kanału HBO Polska (Home Box Office), nadawanego z Węgier i rozprowadzanego, za dodatkową opłatą, w największych telewizjach kablowych oraz w pakiecie cyfrowym Wizji TV.<sup>15</sup> Właściciele amerykańscy, Time Warner i Sony Picture na razie nie ubiegają się o polską koncesję. Oskarżeni przez Canal+ o nierówną konkurencję odpowiadają, że rywale mają dostęp do ponad 40 proc. rynku, ich dostęp nigdy zaś nie przekroczy 15 proc.<sup>16</sup> Deklarowali również chęć inwestowania w polską produkcję filmową.<sup>17</sup>

Programy pierwszej polskiej platformy cyfrowej Wizja TV nadawane były z Wielkiej Brytanii. Amerykańska firma @Entertainment Inc była właścicielem Wizji od momentu jej uruchomienia w 1998 roku do sprzedaży w połowie 1999, kiedy to Wizja TV została sprzedana za ponad miliard dolarów holenderskiemu koncernowi medialnemu United Pan-Europe Communication. Przy okazji tego zakupu UPC weszła w posiadanie największej telewizji kablowej w kraju PTK (z głównym udziałowcem amerykańskim), działającej dziś jako UPC Telewizja Kablowa. Problemy finansowe UPC na rynkach europejskich nie przeszkodziły w staraniu się o polską koncesję na nadawanie programów cyfrowych. W 2000 roku na mocy otrzymanej koncesji UPC rozpoczęło nadawanie Wizji Jeden, Wizji Sport i pakietu cyfrowego z terenu Polski. Jednak już rok później, w sierpniu 2001 CANAL+ oraz United Pan-Europe Communications N.V. podpisali porozumienie dotyczące połączenia polskich platform cyfrowych CYFRA+ i Wizja TV, stając się jedyną konkurencją dla Polsatu Cyfrowego.

W segmencie telewizji kablowych nie istniały żadne ograniczenia ustawowe. Własność podmiotu zagranicznego mogła sięgać 100 proc. Największe telewizje kablowe wchłaniały mniejsze i proces ten postępował. Największa telewizja kablowa PTK od 1990 roku należała do @Entertainment, a od 1999 roku do wspomnianej już UPC. UPC to prawie 1/3 rynku i milion abonentów. Od niedawna wraz z firmą Chello rozszerzyła swoją ofertę o dostęp do Internetu przez szybkie modemy kablowe.

Telewizja cyfrowa i programy płatne pojawiły się w Polsce głównie dzięki firmom zagranicznym. Postęp, jaki dokonał się w tej dziedzinie przez dziesięć lat był ogromny. Ograniczenia ustawowe zapewne nie dopuściły do sytuacji, w której znajduje się prasa.

Polskie media audiowizualne z pewnością potrzebowały kapitału zagranicznego do rozwoju. Jednak, jak pokazuje przykład największej rozgłośni

---

<sup>15</sup> M. Łukasiewicz, *Jak grzyby po deszczu*, [w:] R. Filas, *Kapitał...*, s. 92.

<sup>16</sup> J. Stępień, *Nie chcemy być ponad prawem*, [w:] R. Filas, *Kapitał...*s. 92..

<sup>17</sup> R. Filas, *Kapitał...*, s. 92.

radiowej RMF FM i największej telewizyjnej stacji komercyjnej Polsat, możliwe było osiągnięcie sukcesu bez udziału zagranicznego współnika.

Ważne jest, aby w sposób przemyślany i dalekowzroczny ograniczyć do minimum negatywne konsekwencje inwazji inwestycyjnej, przy jednoczesnym wspomaganiu inicjatyw wartościowych.

## **Podsumowanie**

Chociaż zagraniczne inwestycje w media polskie przyczyniają się do ich unowocześnienia, to jednak trzeba pamiętać o tym, iż będą one podnosiły „poprządkę” minimalnych wymagań finansowych we wszystkich wypadkach. Trudno bowiem byłoby rywalizować z nowoczesną, choć kosztowną techniką druku, tanim, szarym gazetom rodzimych wydawców. Brak selektywnej polityki pogłębiłby więc, widoczne już obecnie, jakże dramatyczne zjawisko znikania z rynku czasopiśmiennictwa kulturalnego, literackiego, artystycznego. Mielibyśmy do czynienia z „papką” taniej rozrywki - najgorszym produktem kultury masowej. Na Zachodzie niebezpieczeństwo takie zostało zmniejszone głównie tym, iż wielkie, bogate koncerny wydają, obok prasy dochodowej, tytuły prestiżowe, finansowane z całości dochodów. Tam potentaci mogą sobie pozwolić na 7-letnie ponoszenie strat, po uruchomieniu czasopisma, w Polsce nikogo na to nie stać. Nie stać nas więc także na obojętność wobec społecznych skutków obcych inwestycji w krajowe media. Kto wie czy w Polsce, jak choćby we Francji, nie powinno powstać Ministerstwo Informacji, koordynujące całokształt polityki informacyjnej, a w tym - napływ obcego kapitału do naszych mediów. Pozostawienie losów mediów wyłącznie prawom rynku, może zakończyć się tragicznie dla naszej kultury i poziomu cywilizacyjnego.<sup>18</sup>

Należy pamiętać, że polskie media są także wspomagane nie przez prywatny kapitał, lecz przez instytucje niekomercyjne, co stanowi istotny element całego zagadnienia.

Świat przesuwając punkt ciężkości na prawo antymonopolowe oraz egzekwowanie kwot rodzimej produkcji w mediach i nakładanie zobowiązań na finansowanie tejże produkcji. My jednak mocno odstajemy od tej tendencji. Polskie prawo antymonopolowe nie zawiera przepisów odnoszących się do mediów. O ile mówi o praktykach monopolistycznych, to procesu koncentracji nie zauważa wcale. -Nie ma w Polsce urzędu, który interesowałby się koncentracją w mediach ani prawa, które by tego wymagało - potwierdza Andrzej

---

<sup>18</sup> B. Golka, *Kapitał...*, ss. 42-43.

Graduszyński, dyrektor departamentu infrastruktury, Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>J. Flankowska, *Gra o kapitał*, Gazeta Wyborcza z 19 lutego 200.