

**dr Robert Sobków**  
**Wyższa Informatyczna Szkoła Zawodowa**  
**w Gorzowie Wlkp.**

**Wolność mediów a gospodarka rynkowa**

Niniejszym wykładem chciałbym zwrócić Państwa uwagę na aspekt ekonomiczny problemu wolności mediów w Polsce.

Wolność mediów to pochodna wolności słowa - niewątpliwe dobro najwyższego rzędu, konstytuujące dziś rozwinięte społeczeństwa. Pytanie jednak, czy nie jest to z założenia byt idealny? Czy to nie pojęcie raczej z pogranicza kategorii (pojęć) natury prawnej lub też filozofii? Może to z założenia byt abstrakcyjny, nie nadający się do rozpatrywania w realnej rzeczywistości?

Profesor Jacek Sobczak przypomina w jednej ze swoich rozlicznych publikacji, że wolność ta miała w Polsce już swoje umocowanie zarówno w zapisach Konstytucji marcowej z 1921 r. (a więc w II RP), jak i w kolejnych nowelizowanych aktach prawnych najwyższego rzędu w okresie PRL (choć znamy znaczenie i praktyczny wyraz tejże wolności w tym okresie), a także w konstytucji III RP.

Środki masowego przekazu posiadają dziś zagwarantowaną wolność rozpowszechniania informacji, mieszczącą się w ramach przyjętego i respektowanego porządku prawnego i ekonomicznego. Dla mnie powstają następujące pytania:

1. na ile wolność mediów krępowana może być przez czynniki pozaprawne, w tym ekonomiczne?
2. jak wolny rynek może wpływać na kształt tej wolności?

i w rezultacie domniemanie, poddawane pewnej weryfikacji

3. czy to nie odbiorca (czytelnik, widz, słuchacz) jest ostatecznym „weryfikatorem” praw, wolności i swobód wolnych mediów, bowiem jest on wyrazicielem woli „niewidzialnej ręki rynku”?

Dla mnie pojęcie wolności mediów oznacza nie tylko możliwość niczym nieskrępowanej swobody wypowiedzi. Takiego swoistego „Hyde Park”-u. Wolność mediów to także w ogóle organizacyjna możliwość istnienia mediów i możliwość przyswajania (zakupywania) usług mediów przez odbiorców. I tu właśnie pojawiają się ograniczenia wynikające z ekonomii.

Gospodarka rynkowa (zwana też wolną gospodarką lub wolną ekonomią) wpływa na media w podwójny sposób :

1. poprzez swobodę tworzenia wydawnictw, stacji radiowych, telewizyjnych itp., która przejawia się różnorodnością i zmiennością tytułów i częstotliwości ich wydawania,
2. poprzez zamożność społeczeństwa, która kreuje popyt na usługi medialne.

Chciałbym więc przypomnieć kilka kategorii ekonomicznych, które mogą nadawać ton wolności mediów.

Po pierwsze: „cena” czyli wartość towaru/usługi wyrażona w jednostkach pieniężnych.

Po drugie: „elastyczność cenowa popytu” czyli reakcja konsumentów na zmianę ceny produktu.

Po trzecie: „gospodarka rynkowa” czyli taki sposób gospodarowania, w którym decydującą pozycję w kreowaniu cen na produkty zajmuje rynek, a wymiana ma charakter pieniężny.

Po czwarte: „konkurencja”, a więc proces, w którym uczestnicy rynku przeciwstawiają korzystniejsze od innych oferty ceny, jakości, warunków dostaw i płatności (i innych jeszcze czynników) jako dogodnych dla kontrahenta elementów transakcji.

Mówiłem o cenie. Podatek VAT jest składnikiem ceny każdego produktu i usługi. I pojawia się pytanie : na ile np. objęcie stawką podatkową VAT prasy, czy innych usług medialnych, taką samą tzn. 22% jak innych produktów społeczeństwa ograniczy możliwości istnienia wielu wydawnictw, albo ograniczy możliwości nabywcze ludności ?

Mówiłem o elastyczności cenowej popytu. Dziś usługi medialne objęte są preferencjami podatkowymi w zakresie podatku VAT. Stawka na nie wynosi 0% lub 7%. Na ile państwo może wpłynąć na wolność mediów w Polsce podnosząc stawkę VAT do 22%. Ilu wydawnictwom ograniczy się bądź wręcz uniemożliwi funkcjonowanie. Ilu ludzi pozbawionych zostanie dostępu do wolnej informacji, bo zrezygnują z zakupu pras czy też dodatkowych kanałów informacyjnych w sieci kablowej. Na ile Państwo w ogóle ma prawo dokonywać takiej ingerencji w wolność mediów i ich konkurencyjność wobec innych towarów i usług dostępnych na rynku ?

Tu rodzi się następne pytanie - Co jest podstawą czego, co jest przyczyną czego ? Jednym z filarów gospodarki rynkowej są wolne media, czy odwrotnie, to wolna gospodarka jest przyczyną wolnych mediów. Jeżeli wolna gospodarka jest przyczyną wolnych mediów, to niewidzialna ręka wolnej konkurencji powinna być jedynym sterownikiem swobody mediów w gospodarce. Media w takim razie nie powinny być inaczej traktowane jak każde inne przedsięwzięcie ekonomiczne. Nie powinny mieć specjalnych preferencji. Ale jeżeli jest odwrotnie? Jeżeli to wolność mediów, informacji jest przyczyną i katalizatorem przemian wolnościowych, w tym przemian zmierzających i ugruntowujących wolną ekonomię, to może obowiązkiem Państwa jest ograniczanie wpływu zjawisk ekonomicznych na funkcjonowanie mediów.

I przez pryzmat tych pojęć ekonomicznych, spróbujemy przyglądnąć się, jaka sytuacja panowała w Polsce na przykład na wolnym rynku prasy w okresie, kiedy już zakończono pewien etap dyskusji o prawnoustrojowych ramach i kształcie wolności słowa (a więc i mediów). Polska od prawie 20 lat funkcjonuje w ramach gospodarki rynkowej i stanowi już dobry przedmiot badań wolności mediów a gospodarki rynkowej. Jak zatem ta sprawa wyglądała w praktyce ? Dane statystyczne z lat: 2001 do 2006 będą tu adekwatnymi, jak sądzę.

Dokonując analizy materiałów publikowanych przez Główny Urząd Statystyczny oraz Izbę Wydawców Prasy udało mi się dokonać opracowania dotyczącego liczby tytułów prasowych wychodzących w Polsce w latach 2001-2006 oraz nakładów dzienników i czasopism w tym okresie. Okres badawczy zawężono do wspomnianych lat 2001-2006 z uwagi na dwie kwestie :

1. za początek okresu analizy przyjęto rok 2001, który zamykał dekadę przemian ustrojowych w Polsce, tworzących wolną konkurencję rynkową w naszym kraju,
2. rok 2006, zamykający okres analizy, wyznacza czas, w którym rozpoczął się, trwający do dziś, okres koncentracji realizowany przez zagraniczne koncerny wydawnicze.

Tab. 1: Liczba tytułów prasowych – dzienników i czasopism - w Polsce w latach: 2001-2005/2006 (wraz z dynamiką zmian na rynku)

Tytuły o częstotliwości wydawniczej	W roku - patrz niżej - ukazywało się:						Dynamika zmian:		
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	05/'01	04/'03	05/'04
Dzienniki (4-6x/tydz.)	43	43	42	42	42		97.7	100.0	100.0
Dzienniki (2-3x/tydz.)	2	2	5	16	7		350.0	320.0	43.8
<b>Dzienniki (razem)</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>47</b>	<b>58</b>	<b>49</b>		<b>108.9</b>	<b>123.4</b>	<b>84.5</b>
Tygodniki (1x/tydz.)	400	404	416	396	375		93.8	95.2	94.7
Dwutygodniki (2-3x/tydz.)	254	258	269	226	228		89.8	84.0	100.9
Miesięczniki (1x/m-c)	1916	1937	1932	1815	1838		95.9	93.9	101.3
Dwumiesięczniki (1x/2 m-ce)	492	510	609	635	653		132.7	104.3	102.8
Kwartalniki (1x/kwart.)	1228	1354	1281	1518	1503		122.4	118.5	99.0
Półroczniki (2x/rok)	157	215	278	285	352		224.2	102.5	123.5
Roczniki (1x/rok)	373	492	491	536	642		172.1	109.2	119.8
Tytuły wydawane nieregularnie	972	974	986	1033	1108		114.0	104.8	107.3
<b>Czasopisma/magazyny (razem)</b>	<b>5792</b>	<b>6144</b>	<b>6262</b>	<b>6444</b>	<b>6699</b>		<b>115.7</b>	<b>102.9</b>	<b>104.0</b>

Źródło; opr. własne na podst. danych GUS i danych Izby Wydawców Prasy

Często słyszymy lamente na stan czytelnictwa prasy w Polsce. Analiza zebranych przeze mnie danych przyniosła jednak zadziwiające rezultaty :

1. ukazuje ona mnogość tytułów prasowych wydawanych w Polsce. W tym czasie wychodziło ok. 6 tys. różnych tytułów dzienników i czasopism,
2. liczba wydawanych tytułów w analizowanym okresie nie tylko że nie zmalała, ale wzrosła i to znacząco, bo o ponad 15% z 5.792 tytułów do prawie 6.700.
3. O ile liczba dzienników pozostała mniej więcej na podobnym poziomie (42-43 dzienniki i pół-dzienniki 2-7), to spadła liczba tygodników (o 7%), dwutygodników (o 10%) i miesięczników o 4%. Ale jednocześnie wzrosła liczba tytułów dwumiesięczników i kwartalników o ok. 20-30%, nie mówiąc już o półrocznikach i rocznikach, których liczba podwoiła się. Wzrosła również o 14% liczba tytułów wydawanych nieregularnie.

Ktoś może powiedzieć, no dobrze liczba tytułów wzrosła, ale co stało się z nakładami tych tytułów ? Pozwolę sobie przytoczyć dane kolejne, a więc zestawienie globalnych nakładów dzienników i czasopism we wspomnianym okresie.<sup>1</sup>

Tab. 2: Nakłady dzienników i czasopism w latach 2001-2005/2006 (w mln egz.) dzienników i czasopism, wraz ze wskaźnikiem dynamiki zmian na rynku

Tytuły o częstotliwości wydawniczej	W roku ukazywało się:						Dynamika zmian:		
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	05/'01	04/'03	05/'04
Dzienniki (4-6x/tydz.)	1 135	1 012	1 005	1 265	1 326		116.9	125.8	104.8
Dzienniki (2-3x/tydz.)	5	19	5	316	7		137.5	5 857.4	2.1
<b>Dzienniki (razem)</b>	<b>1 139</b>	<b>1 031</b>	<b>1 011</b>	<b>1 581</b>	<b>1 333</b>		<b>117.0</b>	<b>156.5</b>	<b>84.3</b>
Tygodniki (1x/tydz.)	1 028	975	1 042	930	1 264		122.9	89.2	135.9
Dwutygodniki (2-3x/tydz.)	167	134	129	139	141		84.2	107.8	101.2
Miesięczniki (1x/m-c)	395	352	315	328	343		86.9	104.0	104.8
Dwumiesięczniki (1x/2 m-ce)	11	14	21	18	22		205.5	85.9	126.6
Kwartalniki (1x/kwart.)	12	12	13	18	18		146.0	139.4	102.3
Półroczniki (2x/rok)	1	2	2	2	1		100.0	94.1	56.3
Roczniki (1x/rok)	1	1	2	1	2		316.7	45.0	211.1
Tytuły wydawane nieregularnie	18	19	15	18	25		136.1	118.7	139.9
<b>Czasopisma/magazyny (razem)</b>	<b>1 633</b>	<b>1 508</b>	<b>1 538</b>	<b>1 452</b>	<b>1 816</b>		<b>111.2</b>	<b>94.4</b>	<b>125.1</b>
<b>Dzienniki i czasopisma (razem)</b>	<b>2 773</b>	<b>2 539</b>	<b>2 549</b>	<b>3 033</b>	<b>3 149</b>		<b>113.6</b>	<b>119.0</b>	<b>103.8</b>

Źródło: opr. własne z wykorzystaniem danych GUS

1. Ilość wszystkich egzemplarzy w badanym okresie wzrosła z 2,8 mld sztuk do 3,2 mld szt., tj. o 14%,

<sup>1</sup> j.w.

2. Wzrost dotyczył wszystkich pozycji poza dwutygodnikami i miesięcznikami.
3. Wyraźnie widać z zaprezentowanych przeze mnie danych, zajmowanie miejsca dwutygodników i miesięczników przez wydawnictwa o dłuższym okresie wydawania, czyli dwumiesięczniki i kwartalniki. Proszę zwrócić uwagę, że jest to właśnie ta forma wydawnictw, która jest optymalna dla różnego rodzaju organizacji i samorządów, cierpiących na braki kapitału.

I dla zamknięcia statystycznego wymiaru moich rozważań. Dokonałem zestawienia tzw. „nasylenia” rynku czyli ilości tytułów rozprowadzanych na 1 mieszkańca Polski powyżej 15 roku życia w roku 2006 w poszczególnych województwach.<sup>2</sup>

Tab. 4: Wskaźniki „nasylenia” na terenie całego kraju i w poszczególnych województwach w 2006 r. (w kategorii: dzienniki, tygodniki i dwutygodniki - płatne i bezpłatne)

	Dzienniki			Tygodniki			Dwutygodniki		
	Płatne	Bezpłatne	RAZEM	Płatne	Bezpłatne	RAZEM	Płatne	Bezpłatne	RAZEM
Dolnośląskie	23.2	7.8	31.1	15.1	3.5	18.7	1.6	0.0	1.6
Kujawsko-pomorskie	41.5	4.6	46.1	14.7	7.1	21.8	1.9	0.0	1.9
Lubelskie	17.1	3.4	20.6	11.8	2.6	14.4	1.3	0.0	1.3
Lubuskie	33.3	1.6	34.9	17.3	6.9	24.1	2.2	0.0	2.2
Łódzkie	28.7	9.2	37.9	12.2	3.8	15.9	1.5	0.0	1.5
Małopolskie	24.8	7.1	31.8	12.5	4.9	17.4	1.5	0.0	1.5
Mazowieckie	31.7	20.7	52.3	19.1	3.1	22.2	2.0	0.7	2.7
Opolskie	25.5	1.6	27.1	13.8	3.9	17.7	1.6	0.4	2.0
Podkarpackie	20.4	0.8	21.2	11.5	2.2	13.7	1.4	0.0	1.4
Podlaskie	18.9	1.7	20.6	10.0	2.9	12.9	1.3	0.0	1.3
Pomorskie	31.6	10.5	42.1	16.0	6.3	22.4	1.8	0.0	1.8
Śląskie	26.7	8.3	35.0	18.0	5.2	23.2	1.8	0.0	1.8
Świętokrzyskie	21.0	1.6	22.6	9.5	0.8	10.2	1.2	0.0	1.2
Warmińsko-mazurskie	20.8	2.8	23.7	10.1	5.0	15.1	1.3	0.0	1.3
Wielkopolskie	26.4	7.1	33.5	16.8	5.7	22.5	2.0	0.0	2.0
Zachodniopomorskie	32.1	6.9	39.0	16.7	7.3	24.0	2.1	0.0	2.1
Export									
Nieustalone									
<b>Polska/ogółem</b>	<b>27.0</b>	<b>7.9</b>	<b>34.9</b>	<b>15.1</b>	<b>4.4</b>	<b>19.6</b>	<b>1.8</b>	<b>0.1</b>	<b>1.8</b>

Źródło: danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy

Co wynika ze sporządzonych przeze mnie danych ?

1. Dostęp do wolnych mediów w Polsce ograniczany jest również zamożnością jego obywateli,
2. Aż bije z nich podział Polski na A i B. Zamieszkiwanie w „bogatszych województwach” oznacza bogatszy dostęp do mediów, nawet tych bezpłatnych (sic!).

<sup>2</sup> j.w.

W województwach „zamożnych”, takich jak Mazowieckie, Wielkopolskie, Śląskie, Pomorskie, a także Kujawsko-Pomorskie liczba tytułów dzienników przypadających na jednego mieszkańca przekracza o 50-100% liczbę tytułów w województwach powszechnie uważanych za biedne, tj. Lubelskie, Podkarpackie, Podlaskie czy Świętokrzyskie

Reasumując moje wystąpienie : Cóż ma ekonomia do wolności prasy ? Widać ma wiele. Nie tylko z racji innego patrzenia na problem wolności słowa (czy idąc dalej, wolności mediów) przez pryzmat zjawisk ekonomicznych. Pytałem, na ile wolność ta krępowana może być przez czynniki pozaprawne? Możemy założyć (i udowodnić, nawet statystycznie!), że ekonomia może skutecznie ukierunkować wolne media na wolnym rynku. Czy pojęcia „oglądalność”, „czytelność prasy”, „słuchalność radia” nie są tu symptomatyczne?

1. pytałem, jak wolny rynek może wpływać na kształt tej wolności? I sam sobie muszę odpowiedzieć, mówiąc o tym Państwu tu zgromadzonym, że nie tylko *laissez faire*’yzm, ale i bardziej umiarkowane koncepcje w historii myśli ekonomicznej jednoznacznie udowadniały prymat ekonomii nad innymi zjawiskami życia społecznego i nie są to z dzisiejszej perspektywy wytwory demagogii, tylko realizm w czystej formie,

i pytałem wreszcie

2. czy to nie odbiorca (czytelnik, widz, słuchacz) jest ostatecznym weryfikatorem praw, wolności i swobód, jakim podlegają wolne media, bowiem odbiorca jest wyrazicielem woli „niewidzialnej ręki rynku”? Patrząc na zestawienia statystyczne, patrząc na realia rynkowe, patrząc na niejednokrotnie bardzo krótki żywot wielu bardzo ciekawych projektów medialnych, z żalem muszę przyznać, że wola większości konsumentów/odbiorców jest prawem ostatecznym. Czy nam się to podoba, czy też nie. Czy jesteśmy propagatorami szczytnych i wielkich idei, czy też szarymi obywatelami.

Czasem chciałbym, żeby to idea zapanowała nad dystrybucją wytworu kultury materialnej lub niematerialnej. Ale tego wciąż nie dostrzegam.

Przydatne źródła:

- Kubka J. (red.): *Ład rynkowy a ład moralny*. Gdańsk 2004.
- Sobczak J., *Wolność myśli, wypowiedzi, słowa, przekazywania i otrzymywania informacji w projektach konstytucji, zgłaszanych w dobie prac ustrojodawczych w latach 1993-1997*. [w:] Piontek D.(red.), *W kręgu mediów i polityki*. Poznań 2003.
- Wiśniewski L., *Wolność słowa i druku*. [w:] Wieruszewski R., *Prawa człowieka. Model prawny*. Wrocław 1991.