

# Od prasy regionalnej do Orlen Press

Sytuacja w mediach należących  
do Polska Press



HELŚIŃSKA FUNDACJA  
PRAW CZŁOWIEKA

*Od prasy regionalnej do Orlen Press. Sytuacja w mediach należących do Polska Press*

**Autorzy:**

Zuzanna Nowicka  
Konrad Siemaszko  
Małgorzata Szuleka

**Konsultacja:**

Maciej Nowicki  
dr Piotr Kładoczny  
dr Aleksandra Iwanowska

**Projekt graficzny i skład:**

Marta Borucka

Stan prawny: 17 maja 2023

Publikacja dostępna na licencji Creative Commons uznanie autorstwa – na tych samych warunkach 4.0 (CC BY-SA 4.0)

**Wydawca:**

 HELSIŃSKA FUNDACJA  
PRAW CZŁOWIEKA

Helsińska Fundacja Praw Człowieka  
ul. Wiejska 16  
00-490 Warszawa  
[www.hfhr.pl](http://www.hfhr.pl)

Inicjatywę wspiera



**Fundusz Obywatelski  
im. Henryka Wujca**

# Spis treści

Podsumowanie .....	2
Kalendarium.....	5
<b>1. Rynek mediów regionalnych w Polsce .....</b>	<b>7</b>
1.1. Polska Press .....	7
1.2. „Repolonizacja” mediów i zakup Polska Press przez PKN Orlen .....	10
<b>CZĘŚĆ I</b>	
<b>2. Polska Press przed przejęciem przez PKN Orlen .....</b>	<b>13</b>
2.1. Zatrudnienie i wynagrodzenia .....	13
2.2. Atmosfera w redakcji .....	18
2.3. Związki zawodowe .....	21
<b>3. Ocena swobody działalności dziennikarskiej przed przejęciem Polska Press przez PKN Orlen .....</b>	<b>23</b>
<b>CZĘŚĆ II</b>	
<b>4. Przejęcie Polska Press przez PKN Orlen .....</b>	<b>28</b>
4.1. Zmiany na stanowiskach redaktorów naczelnych .....	29
4.2. Zmiany w zespołach redakcyjnych .....	33
4.3. Zmiany w warunkach zatrudnienia .....	37
<b>5. Ocena swobody działalności dziennikarskiej po przejęciu Polska Press przez PKN Orlen .....</b>	<b>40</b>
<b>6. Ocena niezależności mediów regionalnych w Polsce .....</b>	<b>46</b>
<b>Aneks 1 – Metodologia .....</b>	<b>50</b>

# Podsumowanie

---

- ◆ Przejęcie spółki Polska Press, największego wydawcy mediów regionalnych w Polsce, przez PKN Orlen negatywnie wpłynęło na swobodę działalności dziennikarskiej w tych mediach.
- ◆ Helsińska Fundacja Praw Człowieka przeprowadziła wywiady z dziennikarzami i dziennikarkami z różnego szczebla (w tym m.in. redaktorami naczelnymi i kierownikami działów), którzy pracowali lub pracują w mediach regionalnych wydawanych przez Polska Press po przyjęciu jej przez PKN Orlen. Średni czas stażu pracy rozmówców i rozmówczyń w mediach Polska Press wynosił 18 lat pracy (zob. Aneks 1 – Metodologia).
- ◆ Prowadzone wywiady skupiały się zarówno na sytuacji sprzed przejścia Polska Press przez PKN Orlen w grudniu 2020 r., jak również na sytuacji po przejściu. Rozmowy prowadzono w okresie od sierpnia 2022 r. do kwietnia 2023 r. Tym samym raport prezentuje jedynie część zachodzących w Polska Press przemian (w tym m.in. zmian kadrowych oraz zmian w sposobie zarządzania).
- ◆ Rozmowy dotyczące sytuacji w mediach Polska Press do grudnia 2020 r. wykazały szereg istotnych problemów, z którymi zmagali się dziennikarze i dziennikarki. W tym okresie (do grudnia 2020 r.) jednym z kluczowych problemów wskazywanych przez rozmówców były negatywnie oceniane warunki zatrudnienia, na które składały się m.in. brak stabilnych podstaw zatrudnienia (w tym np. umów o pracę), niskie wynagrodzenia oraz naruszanie praw pracowniczych (np. brak rozliczania nadgodzin).
- ◆ Dziennikarze i dziennikarki pytani o ocenę swobody działalności dziennikarskiej w okresie do grudnia 2020 r. wskazywali w większości, że cieszyli się pełną wolnością w zakresie doboru tematów, a ewentualne ingerencje w przygotowywane materiały były motywowane jedynie przesłankami merytorycznymi. Niemniej, rozmówcy i rozmówczynie zwracali uwagę, że do grudnia 2020 r. na dobór tematów i sposób ich prezentacji istotny wpływ

miała polityka korporacji nastawiona na maksymalizację dochodów z reklam w wydaniach internetowych. Ta polityka sprzyjała rozwijaniu dziennikarstwa, które często promowało wybór tematów błahych, lecz angażujących czytelnika („klikanie tekstów”). Ta praktyka była krytykowana przez rozmówców i rozmówczynię jako niesprzyjająca rozwojowi ambitnego dziennikarstwa.

- ◆ Przejęcie Polska Press przez PKN Orlen rozpoczęte w grudniu 2020 r. doprowadziło do szeregu zmian w funkcjonowaniu redakcji mediów regionalnych, w tym m.in. zmiany w zespołach redakcyjnych, zatrudnianie nowych osób oraz zmiany w warunkach zatrudnienia.
- ◆ Zdaniem osób biorących udział w badaniu, przejęcie Polska Press przez PKN Orlen nie poprawiło w istotny sposób wynagradzania dziennikarzy i dziennikarek. Przyznane podwyżki oraz bony paliwowe, zdaniem części rozmówców i rozmówczyń, nie wpłynęły istotnie na poprawę warunków wynagradzania. Z drugiej strony, niektórzy rozmówcy i rozmówczynie doceniali, że po zmianach właścicielskich uporządkowano pewne kwestie związane z ochroną praw pracowniczych jak np. rozliczanie nadgodzin i pracy w weekendy.
- ◆ Po przejęciu Polska Press przez PKN Orlen doszło do licznych zmian w zespołach redakcji. Osoby biorące udział w badaniu zwracały uwagę przede wszystkim na zmiany na stanowiskach redaktorów naczelnych i ich zastępców. Często rozmówcy i rozmówczynie odnosili się krytycznie do kompetencji i dorobku dziennikarskiego nowych redaktorów naczelnych. W poszczególnych przypadkach, zdaniem rozmówców i rozmówczyń, mianowanie nowych redaktorów naczelnych mogło być również motywowane politycznymi interesami.
- ◆ Zmiana kierownictwa redakcji przełożyła się również na zmianę linii redakcyjnej oraz stopień swobody działalności dziennikarskiej. Rozmówcy i rozmówczynie biorący udział w badaniu wskazywali na przypadki ingerencji w ich pracę w postaci np. wskazywania tematów (deklarowanych wprost lub w sposób dorozumiany), których nie można poruszać (tematy te dotyczyły m.in. kwestii światopoglądowych), czy stronniczego przygotowywania materiałów, tak by w korzystnym świetle ukazać rządzącą większość lub unikać krytykowania PKN Orlen. Jednocześnie, rozmówcy i rozmówczynie zwracali uwagę, że firma utrzymuje politykę maksymalizacji dochodów z reklam internetowych, co w dalszym ciągu sprzyja promowaniu materiałów przyciągających uwagę tytułem kosztem pogłębionych materiałów dziennikarskich.

- ◆ Zmiany osobowe wprowadzone przez nowy zarząd Polska Press, jak również przypadki ingerencji w swobodę działalności dziennikarskiej skłaniały część rozmówców i rozmówczyń do stwierdzenia, że niezależność mediów regionalnych jest ograniczona. Niektórzy wskazywali, że media te „*mają jeszcze długą drogę do TVP info*”, inni natomiast, że zaczęły już funkcjonować w sposób zbliżony do „Wiadomości” TVP. Zdaniem części rozmówców i rozmówczyń kluczowym testem, który sprawdzi jakość dziennikarstwa mediów regionalnych oraz ich niezależności, będą nadchodzące wybory w latach 2023-2025.
-

# Kalendarium<sup>1</sup>

<b>1990</b>	Likwidacja państwowego koncernu RSW „Prasa-Książka-Ruch”, który pod koniec lat 80. wydawał 35 samodzielnych dzienników regionalnych i lokalnych. Z początkiem lat 90. nastąpił również proces prywatyzacji prasy regionalnej i lokalnej, w tym także rozwój działalności wydawców zagranicznych na rynku polskim takich jak grupy kapitałowej Roberta Hersanta z Francji (m.in. Socpresse, Polskapresse), koncernu Orkla z Norwegii czy J. Marquard z Szwajcarii
<b>1994</b>	Verlagsgruppe Passau z Niemiec odkupiła w Polsce tytuły od grupy Roberta Hersanta, w tym Polskapresse
<b>koniec lat 90. XX w. do 2013 r.</b>	okres duopolu, w trakcie którego na rynku mediów regionalnych dominowały Orkla Media (zakupiona w 2006 r. przez brytyjską grupę Mecom) oraz Polska Press
<b>2013</b>	konsolidacja na rynku mediów regionalnych, Polska Press przejęła większość tytułów prasy regionalnej
<b>25 października 2015 r.</b>	zwycięstwo w wyborach parlamentarnych Zjednoczonej Prawicy i początek dyskusji o „repolonizacji” mediów
<b>19 października 2016 r.</b>	pierwsze doniesienia prasowe o próbie przejęcia Polska Press przez podmioty związane z rządem
<b>9 października 2020 r.</b>	The Economist poinformował o planach PKN Orlen na przejęcie Polska Press
<b>7 grudnia 2020 r.</b>	PKN Orlen zawarła z Verlagsgruppe Passau przedwstępną umowę sprzedaży Polska Press

1 W odniesieniu do pierwszych 25 lat, kalendarium zostało przygotowane w oparciu m.in. o: Filas, Ryszard. „Dzienniki regionalne w Polsce po likwidacji duopolu. Krajobraz po wielkiej fuzji.” Komunikowanie lokalno-regionalne w dobie społeczeństwa medialnego. Tom 1: Problemy teoretyczno-praktyczne. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2018. 55-69; Filas, Ryszard. „Od duopolu do monopolu. Dzienniki regionalne w Polsce w XXI wieku: próba bilansu.” Rocznik Prasoznawczy 11 (2017): 61-78.; Szynol, Adam. „Czy Polsce wciąż potrzebna jest regionalna prasa codzienna?” Zeszyty Prasoznawcze 3 (231) (2017): 468-493; Szynol, Adam. „Obcy kapitał w polskiej prasie ze szczególnym uwzględnieniem dzienników regionalnych w dwadzieścia lat po przełomie.” Dziennikarstwo i Media 1 (2010): 81-100; Bajka, Zbigniew. „Kapitał zagraniczny w polskiej prasie-lata dziewięćdziesiąte.” Zeszyty prasoznawcze 1-2 (1998): 21-35.

---

<b>14 grudnia 2020 r.</b>	Rzecznik Praw Obywatelskich podjął z własnej inicjatywy sprawę przejęcia Polska Press przez PKN Orlen, w trakcie postępowania RPO m.in. odwołał się od decyzji Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie zgody na przejęcie Polska Press przez PKN Orlen
<b>8 kwietnia 2021 r.</b>	Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał postanowienie o wstrzymaniu wykonania zaskarżonej decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
<b>marzec-kwiecień 2021 r.</b>	pierwsze zmiany w zarządzie Polska Press
<b>kwiecień 2021 r.</b>	pierwsze informacje o rozwiązaniu umów z dotychczasowymi redaktorami naczelnymi w tytułach Polska Press
<b>8 czerwca 2022 r.</b>	Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oddalił skargę Rzecznika Praw Obywatelskich na decyzję Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów



# 1. Rynek mediów regionalnych w Polsce

Rynek polskich mediów składa się z zależnych od rządu mediów publicznych (radia i telewizji) oraz pozostających niezależnymi mediów prywatnych (prasy, telewizji i radia, w tym także mediów internetowych). Segment prasy dzieli się z kolei na media krajowe (w tym m.in. największe dzienniki i tygodniki) oraz media regionalne i lokalne. Od 2000 r. rynek prasy przeszedł systemowe zmiany – wraz z rozwojem mediów informacyjnych w Internecie, dochody z rynku prasy spadły o 51% w latach 2004-2019. Od 2015 r. systematycznie w Polsce spada czytelnictwo prasy (z prawie 30% w 2015 r. do 17% w 2021 r.<sup>2</sup>). Ponadto, od lat można zaobserwować systematyczne spadki sprzedaży gazet codziennych, a w ostatnich latach ta tendencja się nasiliła<sup>3</sup>.

Wszystkie te zjawiska odbijają się negatywnie również na kondycji prasy regionalnej w Polsce.

## 1.1. POLSKA PRESS

---

Polska Press jest grupą wydawniczą funkcjonującą na polskim rynku od 1991 r. i pierwotnie nosiła nazwę Polskapresse. W 1994 r. została odkupiona od jej założyciela, Roberta Hersanta, przez Passauer Neue Presse, a w 2000 r. wyniku restrukturyzacji weszła bezpośrednio w skład holdingu Verlagsgruppe Passau. Jednocześnie grupa powiększała swoje portfolio, wykupując udziały w spółkach wydających różne gazety regionalne. Pod koniec lat 90. XX wieku na rynku prasy regionalnej panował duopol – w kwestii liczby tytułów Polskapresse nieznacznie ustępowała norweskiej spółce Orkla. W 2001 r. Polskapresse

---

2 Accenture, [Poland News Media Landscape Trends](#), 2021

3 Szynol A., [Czy Polsce wciąż potrzebna jest regionalna prasa codzienna?](#), Zeszyty Prasoznawcze, Kraków 2017

posiadała 9 tytułów, a Orkla 11 tytułów, a strefy ich wpływów były rozdzielone na poszczególne województwa. Podczas gdy gazety wydawane przez Polskapresse ukazywały się w największych miastach w regionach od Trójmiasta po Kraków i Katowice, gazety należące do norweskiej grupy ukazywały się we wschodnich i zachodnich regionach<sup>4</sup>.

W kolejnych latach Polskapresse umacniała swoją pozycję na rynku mediów lokalnych. W 2006 r. Orkla wycofała się z Polski, odsprzedając swoje udziały brytyjskiemu holdinngowi Mecom Europe. Dotychczas wydawane przez nią tytuły utworzyły grupę Media Regionalne. Początek monopolu Polskapresse przypada na 2013 r., kiedy przejęła Media Regionalne, z wyjątkiem Dziennika Wschodniego (wyrażając zgodę na to przejęcie Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakazał Polska Press odsprzedanie Dziennika Wschodniego po to, by jeden podmiot nie zdominował regionalnego rynku prasowego w Lubelskiem<sup>5</sup>). Rok później Polskapresse ugruntowała swoją pozycję kupując spółkę Express Media, która wydawała dwie gazety.

W 2015 r. zmieniono również nazwę na obowiązującą do dzisiaj Polska Press. Od tego czasu portfolio Polska Press liczy 20 dzienników lokalnych w 15 województwach<sup>6</sup>. Oprócz tego Polska Press wydaje tygodniki lokalne, bezpłatną gazetę naszemiastio.pl oraz dodatki do gazet i wydawnictwa branżowe. Z danych publikowanych przez Polska Press wynika, że obecnie wydawnictwo zatrudnia 2400 pracowników i publikuje 47 tysięcy artykułów online miesięcznie<sup>7</sup>.

Średnia sprzedaż różni się między tytułami – w trzecim kwartale 2022 r. sprzedaż wynosiła od 1 tys. (Kurier Lubelski) do 14 tys. (Gazeta Pomorska)<sup>8</sup>. W 2022 r. sprzedawano codziennie średnio 120 tys. gazet wydawanych przez Polska Press.

---

4 Filas R., Od duopolu do monopolu. Dzienniki regionalne w Polsce w XXI wieku: próba bilansu, Rocznik parasoznawczy, Rok XI/2017

5 Szynol A., Czy Polsce wciąż potrzebna jest regionalna prasa codzienna?, Zeszyty Prasoznawcze, Kraków 2017

6 Do tytułów tych należą: Dziennik Bałtycki, Dziennik Łódzki, Dziennik Zachodni, Gazeta Krakowska, Głos Wielkopolski, Gazeta Wrocławska, Polska Metropolia Warszawska, Express Bydgoski, Nowości Dziennik Toruński, Express Ilustrowany, Kurier Lubelski, Gazeta Pomorska, Gazeta Lubuska, Dziennik Polski, Kurier Poranny, Gazeta Współczesna, Nowa Trybuna Opolska, Echo Dnia, Gazeta codzienna Nowiny, Głos Dziennik Pomorza

7 Zob. więcej [Polska Press](#)

8 Wirtualne media, „Gazeta Pomorska” liderem sprzedaży w III kwartale, „Polska Metropolia Warszawska” na czele e-wydań

Polska Press odpowiada również za 23 regionalne internetowe serwisy informacyjne stanowiące odpowiedniki wydań papierowych oraz sieć miejskich serwisów informacyjnych [naszemiasto.pl](http://naszemiasto.pl). Serwisy [naszemiasto.pl](http://naszemiasto.pl) są najpopularniejszym internetowym źródłem informacji lokalnych i regionalnych i korzysta z nich ok. 31% użytkowników<sup>9</sup>.

Większość z wydawanych przez Polska Press dzienników regionalnych pozostaje najchętniej czytany tytułami prasowymi w danych regionach, jak np. Nowa Trybuna Opolska w województwie opolskim, Gazeta Krakowska w województwie małopolskim i Nowiny w województwie rzeszowskim, czy Gazeta Lubuska w województwie lubuskim (wszystkie na 1. miejscu w rankingu najczęściej czytanych gazet w województwie), Dziennik Bałtycki (na 2. miejscu w rankingu), czy Dziennik Zachodni w województwie śląskim i Głos Wielkopolski (na 3. miejscu w rankingu)<sup>10</sup>.

Dzienniki wydawane przez Polska Press różnią się między sobą charakterem i strukturą, jednocześnie mają wiele cech wspólnych. Wszystkie tytuły są przede wszystkim nastawione na informacje lokalne oraz regionalne. Wiele z gazet ma specjalnie wydanie piątkowe, tzw. magazyn, w którym dominują treści o charakterze publicystycznym – komentarze i felietony.

Wszystkim dziennikom odpowiadają portale internetowe, niektóre z nich mają kilka wersji lokalnych. Co istotne, z prowadzonych wywiadów wynika, że strategia korporacji dotycząca przeniesienia do Internetu wydawanych gazet nie była jednolita – w niektórych regionach traktowano strony internetowe jako przyszłość tytułu, tworzone treści specjalnie na potrzeby wydania internetowego i priorytetyzowano je kosztem wydania papierowego, w innych wydanie internetowe i papierowe prowadzono równolegle, publikując w obu te same treści. W 2018 r. Polska Press była nominowana do nagrody Grand Press Digital, za dynamiczną transformację w obszarze digital, ze szczególnym uwzględnieniem wideo<sup>11</sup>.

Rosnąca popularność portali internetowych wpływała również na dobór tematów. Ponieważ koszt reklamy jest uzależniony od liczby wejść na stronę, redakcje dobierały

---

9 [Press.pl, Mediapanel: w marcu Naszemiasto.pl liderem zestawienia serwisów regionalnych](https://www.press.pl/mediapanel/w-marcu-naszemiasto.pl-liderem-zestawienia-serwisow-regionalnych), dane za marzec 2023 r.

10 [Polskie Badania Czytelnictwa, Ogólnopolskie badania czytelnictwa prasy. Prezentacja danych za okres kwiecień 2022–marzec 2023](#)

11 [Grand Press, Nominowani do Grand Press Digital 2018](#)

treści tak, aby maksymalnie zwiększyć liczbę odwiedzin na stronie. Praktyka ta ma dwie podstawowe postacie. Pierwszą z nich są teksty o chwytliwych tytułach i wątpliwej wartości dziennikarskiej. Ich tematyka jest bardzo zróżnicowana, mogą dotyczyć celebrytów, porad związanych ze zdrowiem, czy też przybierać formę rankingów. Druga forma to zamieszczanie na portalach obszernych galerii zdjęć, z których każde jest publikowane osobno i wymaga wejścia na nową stronę.

Wydania internetowe, w przeciwieństwie do papierowych, nie liczą konkretnej liczby stron, a ich objętość jest w zasadzie nieograniczona. W połączeniu z chęcią zwiększenia liczby wejść na stronę upowszechniło to publikowanie treści mających znikome znaczenie informacyjne. Anegdotycznym przykładem tego zjawiska jest dwuzdaniowy artykuł opublikowany w 2010 r. na portalu Gazety Wrocławskiej: „Policjanci dostali dzisiaj zgłoszenie, że na skwerku w jednym z wrocławskich parków grupka mężczyzn pije alkohol. Gdy funkcjonariusze przyjechali na miejsce okazało się, że nikogo tam nie ma”<sup>12</sup>.

Z drugiej strony w gazetach Polska Press są także publikowane obszerne materiały będące efektem długotrwałego i dokładnego zbierania materiału czy wręcz śledztw dziennikarskich. Nowa Trybuna Opolska ujawniła tzw. aferę ratuszową dotyczącą nagminnego przyjmowania łapówek m.in przez prezydenta oraz wiceprezydenta miasta w latach 2001-2002, która jest uważana za jedną z największych afer korupcyjnych w polskim samorządzie<sup>13</sup>.

## **1.2. „REPOLONIZACJA” MEDIÓW I ZAKUP POLSKA PRESS PRZEZ PKN ORLEN**

---

W przeszłości problem koncentracji mediów regionalnych w rękach zagranicznego kapitału był wielokrotnie przedmiotem dyskusji wśród medioznawców, środowiska dziennikarskiego jak i politycznego. Jednak dopiero do końca 2015 r. i objęcia władzy przez rząd Zjednoczonej Prawicy temat „repolonizacji mediów” stał się jednym z priorytetów w politycznym programie. Przedstawiciele rządzącej większości wielokrotnie wyrażali zaniepokojenie „nadmiernym monopolem medialnym” na rynku prasowym, w tym zwłaszcza, jeśli chodzi o media informacyjne i zapowiadali działania (przede wszystkim

---

12 Gazeta Wrocławska, [Wrocław: libacja na skwerku](#)

13 Drosik A., [Media regionalne na straży praworządności. Rola „Nowej Trybuny Opolskiej” w ujawnieniu „Afery Ratuszowej”](#), Academia.eu

zmiany w prawie), które miałyby doprowadzić do dekoncentracji własności mediów<sup>14</sup>. Dodatkowo potrzeba „repolonizacji” mediów miała wynikać również z domniemywanej próby wpływania przez niemieckich właścicieli na polską opinię publiczną<sup>15</sup>.

Pierwsze informacje na temat planowanego przejęcia Polska Press przez podmioty powiązane z rządem pojawiły się już w 2016 r. – Gazeta Wyborcza informowała, że Polska Press może przejść bank PKO BP<sup>16</sup>. W kolejnych latach media informowały również o możliwości przejęcia innych prywatnych mediów w tym m.in. telewizji TVN. Jesienią 2020 r. dziennik The Economist poinformował, że PKN Orlen, wielobranżowy koncern działający przede wszystkim w sektorze produkcji rafinerijnej oraz sprzedaży paliw, którego 49,90% udziałów należy do Skarbu Państwa, prowadzi rozmowy na temat przejęcia Polska Press<sup>17</sup>. Niedługo po tym, w grudniu 2020 r. Verlagsgruppe Passau zawarł z PKN Orlen umowę sprzedaży grupy Polska Press.

Planowana sprzedaż była przedmiotem postępowania przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który w lutym 2021 r. wydał zgodę na koncentrację. Uzasadniając swoją decyzję, Prezes UOKiK wskazywał, że koncentracja nie doprowadzi do istotnego ograniczenia konkurencji na żadnym z rynków właściwych uczestników koncentracji, w tym rynku druku gazet. Decyzja umożliwiła sprzedaż, do której doszło 1 marca 2021 r.

Od tej decyzji odwołał się Rzecznik Praw Obywatelskich wnosząc o jej uchylenie. Rzecznik podniósł, że analiza dopuszczalności koncentracji nie objęła podstawowej funkcji prasy, która korzystając z wolności wypowiedzi (art. 14 Konstytucji) urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej. Wydając sporną decyzję Prezes UOKiK nie zbadał, czy koncentracja

---

14 Repolonizacja mediów. [Sellin: „wczesną jesienią projekt ustawy dekoncentracyjnej”](#), money.pl.; [Jarosław Sellin: na razie nie podejmujemy tematu repolonizacji mediów](#), Polskie Radio.pl.; [Sellin: projekt repolonizacji mediów dotyczy właścicieli mediów](#), Onet.pl, [Suski o repolonizacji mediów: Rząd musi dbać, by społeczeństwo było informowane rzetelnie](#), Interia

15 Zob. np. [Posłanka PiS: wprowadziłabym jednowładztwo Jarosława Kaczyńskiego](#), Fakt.pl,

16 Czuchnowski W., [Powstanie koncern prasowy PiS? „Padły słowa, że trzeba kupić ‚Fakt’, ale to był tylko taki żart...”](#), wyborcza.pl

17 The Economist, [Poland’s ruling party may clobber independent media](#)

nie doprowadzi do niedopuszczalnego ograniczenia wolności prasy, chociaż zgodnie z prawem ma obowiązek uwzględniać wszelkie okoliczności wpływające na chronione dobro konsumenta.

RPO wskazywał także na art. 20 Konstytucji, zgodnie z którym podstawę ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polski stanowi gospodarka rynkowa oparta na własności prywatnej. Wbrew temu przepisowi, zgoda na koncentrację zwiększa wzrost ingerencji państwa i jego uprawnień właścicielskich w gospodarce.

W postępowaniu zainicjowanym odwołaniem RPO swoje pisemne stanowiska przekazała sądowi również Helsińska Fundacja Praw Człowieka. W stanowisku HFPC podkreśliła potrzebę uwzględnienia szczególnego charakteru rynku medialnego i produktów na nim oferowanych. Fundacja wskazała, że rzetelna analiza koncentracji w tego typu przypadkach wymaga wzięcia pod uwagę jej konsekwencji dla różnorodności przekazu informacji i idei dostępnych na rynku środków społecznego przekazu<sup>18</sup>.

Odwołanie RPO zostało oddalone przez Sąd Okręgowy w Warszawie (Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów). Sąd uznał, że przesłanki oceny wyrażenia zgody na koncentrację, wynikające z ustawy o ochronie konkurencji<sup>19</sup> nie obejmują czynników pozaekonomicznych, takich jak pluralizm mediów, tym samym nie można ich brać pod uwagę podczas postępowania koncentracyjnego.

W czasie postępowania sądowego, mimo wydania postanowienia o wstrzymaniu wykonania decyzji Prezesa UOKiK, PKN Orlen podejmował działania właścicielskie, dokonując zmian personalnych w zarządzie Polska Press. Przykładowo, w kwietniu 2021 r. do zarządu powołano Dorotę Kanię, prawniczką dziennikarką wcześniej związaną z m.in. Gazetą Polską Codziennie i Telewizją Republika.<sup>20</sup>

---

18 [Opinia Przyjaciela Sądu HFPC w sprawie z odwołania RPO przeciwko Prezesowi UOKiK o wydanie zgody na koncentrację rozpatrywanej przez Sąd Okręgowy w Warszawie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów,](#)

19 Ustawa z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, t.j. Dz.U. z 2021 r. poz. 275 z późn. zm.

20 Polskie Radio24.pl, [Dorota Kania członkiem zarządu Polska Press](#)

# CZEŚĆ I

## 2. Polska Press przed przejęciem przez PKN Orlen

W pierwszej części wywiadów rozmówców i rozmówczynie byli pytani o ich doświadczenie związane z pracą w mediach Polska Press przed grudniem 2020 r., czyli rozpoczęciem procesu przejęcia przez PKN Orlen. Średni czas zatrudnienia w Polska Press rozmówców i rozmówczyń wynosił 18 lat (zob. więcej Aneks 1 – Metodologia), a co za tym idzie, mieli oni szeroki ogląd sytuacji oraz zmieniających się praktyk na rynku prasy. W tej części rozmowy koncentrowały się na zagadnieniach związanych z warunkami zatrudnienia i pracy w mediach regionalnych, oceną swobody dziennikarskiej oraz współpracą mediów z innymi podmiotami, w tym reklamodawcami. Zdecydowana większość rozmówców i rozmówczyń, dzieląc się swoimi doświadczeniami, odnosiła się do sytuacji w swoich redakcjach, nie mając przy tym pogłębionej wiedzy na temat sytuacji w innych tytułach wydawanych przez Polska Press.

### **2.1. ZATRUDNIENIE I WYNAGRODZENIA**

---

Przed przejęciem Polska Press przez PKN Orlen jednym z istotnych problemów, na które zwracali uwagę dziennikarze i dziennikarki, były warunki zatrudnienia i wynagrodzenia.

Znaczna część rozmówców i rozmówczyń była zatrudniona na umowę o pracę, przy czym nie było to standardowe rozwiązanie we wszystkich redakcjach. Jednocześnie część rozmówców i rozmówczyń wskazywała, że musiała dość długo czekać na to, aż umowa o pracę zostanie im zaproponowana – często przed zawarciem umowy o pracę pracowali na podstawie umów cywilnoprawnych. Jedna z rozmówczyń wskazała, że propozycja zawarcia umowy o pracę na pełen etat była określana jako „marzenie”. Umowy o pracę były oferowane przede wszystkim dziennikarzom i dziennikarkom, podczas gdy osoby

zatrudnione na innych stanowiskach np. fotografowie i fotografki pracowali na podstawie umów cywilnoprawnych lub umów w ramach jednoosobowej działalności gospodarczej.

*To była taka wolnoamerykanka w sprawie umów, bo bardzo dużo osób było na zleceniach, a jeśli przychodził czas, żeby te umowy zlecenia zmienić w umowy o pracę, to albo nie dało się tego zrobić albo po prostu zegnało się z tą osobą.*

*Miałam wrażenie, że jak dostałam etat (po 10 latach pracy – red.) to był taki i wyczekiwany, i wpracowany. Miałam wrażenie, że jak już go dostałam, to zasłużyłam na niego.*

Kwestia podstawy zatrudnienia, pomimo tego, że wskazywana wielokrotnie w wywiadach, nie była jednak uznawana za największy problem. Część rozmówców zwracała uwagę, że zatrudnienie na umowach cywilno-prawnych pozwalało im na większą elastyczność, jeśli chodzi o zarządzanie swoim czasem i obowiązkami, ale z drugiej strony wiązało się to z brakiem poczucia bezpieczeństwa np. brakiem ubezpieczenia społecznego, rozliczania nadgodzin i monitorowania czasu spędzonego w pracy.

*(Będąc zatrudniona na umowę zlecenie – red.) z jednej strony nie miałam żadnego poczucia bezpieczeństwa (...) No i powtarzałam sobie, że to dlatego, że tak chciałam.*

Istotniejsza od podstawy zatrudnienia była jednak kwestia samego wynagrodzenia. Wynagrodzenie rozmówców różniło się w zależności od podstawy zatrudnienia oraz stanowiska i samej redakcji. W ostatnim roku przed przejściem Polska Press przez PKN Orlen wynagrodzenie wśród rozmówców i rozmówczyń było dość rozpięte – w wywiadach tylko niektóre osoby wskazywały, ile dokładnie zarabiały, ale z tych informacji wynika, że w grupie biorącej udział w badaniu wynagrodzenia wahały się od 2.300 zł netto do niecałych 10.000 netto, przy czym te najwyższe wynagrodzenia były wypłacane przede wszystkim kierownictwu redakcji. Redaktorzy naczelni i ich zastępcy biorący udział w badaniu przyznawali, że zarabiali lepiej i więcej niż dziennikarze liniowi.

*Były też ogromne dysproporcje w samym koncernie, o czym dowiedzieliśmy się [...] gdy zostały ujawnione widełki prac [...] i bardzo szybko dowiedzieliśmy się, że my jesteście na dole tych widełek [...] na tych samych stanowiskach.*

Część rozmówców i rozmówczyń wskazywała, że zamiast stałego i odpowiedniego miesięcznego wynagrodzenia, najczęściej proponowane było podstawowe, dość niskie wynagrodzenie, które następnie było uzupełniane dodatkami za np. wierszówkę. Przy



czym, jedna z rozmówczyń wskazywała, że w jej redakcji, o ile dla dziennikarzy korzystny był system rozliczania się na podstawie wierszówki (im więcej dziennikarz napisał, tym większe dostawał wynagrodzenie), to „jeśli faktycznie dziennikarze napisali za dużo, ponad limit ustalony za wierszówki w budżecie, to te dodatkowe wynagrodzenie było im ucinane”, co wiązało się z ryzykiem, że część pracy dziennikarzy lub dziennikarek mogła nie być odpowiednio rozliczona. Innym dodatkowym elementem wynagrodzenia, w części redakcji, były również nagrody przyznawane za liczbę odsłon tekstów, które cieszyły się największą popularnością, przy czym nagrody te nie były zbyt wysokie (np. kilkaset złotych miesięcznie).

Problem niskich wynagrodzeń często było kompensowany z jednej strony podkreślaną przez rozmówców dobrą, zażyłą atmosferą w pracy, a z drugiej strony możliwością ubiegania się o dodatki do pensji lub nagrody przyznawane przez redaktorów naczelnych, wskazywane przez nieliczne osoby biorące udział w badaniu.

*Funkcjonuje mit, że Polska Press płaci grosze. Płaci grosze, tym którzy dają sobie płacić grosze.*

Jedna z rozmówczyń zwracała też uwagę na przypadek nierównego wynagradzania w ramach zespołu, co mogło wiązać się z np. dyskrecjonalnymi decyzjami kierownictwa.

*Mój kolega z działu, w sytuacji, gdy mieliśmy identyczną umowę i identyczne obowiązki dostawał 200 zł więcej ode mnie – miałam wrażenie, że jest związane z tym, że był bardziej lubiany przez kierownictwo.*

Większość rozmówców wskazywała również, że wynagrodzenia były niskie, zwłaszcza jeśli wziąć pod uwagę nakład i wymiar czasu pracy (który w niektórych przypadkach obejmował m.in. pracę w weekendy lub powyżej 8 godzin dziennie). Przy czym, w nielicznych przypadkach, w redakcjach rozmówców i rozmówczyń pilnowano dodatkowego rozliczania nadgodzin i pracy w weekendy, ale nie było to standardem we wszystkich redakcjach.

Dodatkowo, w związku z pandemią COVID-19 od marca 2020 r. w redakcjach wynagrodzenia zostały obniżone do poziomu 80%<sup>21</sup>, co było dość krytycznie odbierane przez

---

21 Zob. również Kowalski J., [Polska Press Grupa obniży wynagrodzenia o 20 proc., a nie w zależności od zarobków. Część pracowników na postojowym](#), Wirtualne Media

rozmówców i rozmówczynie. Zwłaszcza, że wraz ze spadkiem wynagrodzenia, zdaniem części rozmówców i rozmówczyń, nie zmniejszał się wymiar czasu pracy. Podobną redukcję wynagrodzenia na czas pandemii stosowały również niektóre inne wydawnictwa prasowe.

*Zatem przy tych 80% wynagrodzenia – oczywiście, dla niektórych w redakcji to pewnie nie oznaczało aż tak wiele, jakieś drobne wyrzeczenia, ale dla mnie to zaczęło już być nieciekawe. Może nie tyle, że zaczęło brakować na jedzenie, ale jakby dodać wszystkie wydatki, to już było piekielnie mało. Od 2020 roku, to trudno mówić o stabilności, nie mówię, że czułem, że mi się usuwa ziemia spod nóg, ale było niemiło.*

*To tak naprawdę mrugnięcie okiem, że pracujecie 80% czasu. No nie da się tak. Wiele osób pracowało 100%. Ludzie czuli się wykorzystani, zwłaszcza dziennikarze, bo początek pandemii, to dla wielu dziennikarzy, był rzeczywiście okres takiej wyjątkowo intensywnej pracy.*

*Praca w mediach regionalnych z perspektywy finansowej była bardziej zajęciem dla pasjonatów i hobbystów.*

W wielu przypadkach brak podwyżek wynagrodzenia był tłumaczony złą sytuacją finansową firmy, brakiem odpowiednich zysków z reklam czy cięciami budżetowymi w redakcji narzucanymi przez zarząd spółki Polska Press. Zdaniem osób biorących udział w badaniu zatrudnieni dziennikarze i dziennikarki nie mieli jednak pełnego oglądu sytuacji finansowej spółki. Ponadto byli redaktorzy naczelni biorący udział w badaniu wskazywali, że z roku na rok rosła presja na utrzymanie rentowności gazety oraz minimalizację strat.

*To był najbardziej dramatyczny etap w życiu każdego naczelnego, czyli tworzenie budżetów. Zawsze było założone, że będzie minus ileś i trzeba doprowadzić do tego, by było minus 5-7%. To wiązało się z redukcją zarobków, a także zatrudnienia.*

*[...] każdego roku we wrześniu były te słynne cięcia budżetowe. Może po prostu stwierdzono, że dziennikarzy wcale nie musi być tak dużo, że można ciąć i zwiększać te obowiązki?*

Redukcje zatrudnienia miały w niektórych przypadkach bardzo znaczące rozmiary – część rozmówców i rozmówczyń wskazywała, że od kilkunastu lat z roku na rok redakcje zatrudniały coraz mniej osób. Redukcje zatrudnienia miały związek nie tylko z sytuacją finansową firmy, ale również z rozwijaniem wydań internetowych gazet, do których niepotrzebny był tak duży zespół, jak do obsługi papierowego wydania gazety, który wymaga

udziału dodatkowych pracowników do m.in. łamania i składu gazety. Niektórzy rozmówcy i rozmówczynie zwracali również uwagę na nasilający się w ciągu ostatnich kilku lat spadek zainteresowania pracą w mediach regionalnych.

*Tak naprawdę niewiele osób doświadczonych czy dobrych chciało przychodzić, myśmy zatrudniali studentów.*

*Dawno temu to po prostu (...) drzwi się nie zamykały, przychodzili ludzie, bo chcieli strasznie pisać i dostanie się na praktyki do jakiegokolwiek redakcji, to było bardzo duże wyróżnienie (...) Natomiast teraz, muszą zauważyć z przykrością, że jest dosłownie 2 czy 3 CV na cały rok.*

Zdaniem tych rozmówców i rozmówczyń spadek zainteresowania pracą w mediach regionalnych może wynikać z m.in. oferowanych niskich zarobków, zwłaszcza w porównaniu do wymaganego nakładu pracy, braku umów o pracę, nienormowanych godzin pracy wykraczających ponad 8 godzin dziennie oraz długiego oczekiwania na awans czy podwyżkę.

*Gdy mają 27-28 lat zaczynają myśleć o założeniu rodziny, (...) i zaczynają się zastanawiać, dlaczego oni zarabiają tak mało pieniędzy. Przychodzili wtedy, chcieli podwyżek (...), młodzi ludzie, odważni, (...) Polska Press nie była w stanie sprostać tym oczekiwaniom, tak najzwyczajniej w świecie. W związku z tym bardzo często oni szli do mniejszych wydawnictw, gdzie zarabiali więcej.*

Co ciekawe, niektórzy rozmówcy i rozmówczynie odnosili się dość krytycznie do oczekiwań młodszych osób względem warunków zatrudnienia i postrzegali takie postawy jako roszczeniowe.

*I tak samo w kwestii zarobków: oni już na starcie chcą bardzo dużych pieniędzy, co jak mówię, w naszej branży nigdy nie było możliwe. Zawsze, każdy miał tę świadomość, że zaczyna się od pewnego pułapu, ale wraz z jakimś tam doświadczeniem, ta pensja powinna rosnąć, czy powinny być po prostu podwyżki. A często młodzi ludzie tego po prostu nie rozumieją.*

Część rozmówców i rozmówczyń wskazywała na nadmierną rotację w zespołach redakcyjnych, która wpływała na jakość pracy i nie zapewniała ciągłości funkcjonowania redakcji. Z obserwacji tych rozmówców i rozmówczyń wynikało, że zanim młodsze osoby nauczą się zawodu to odchodzą z redakcji, a na ich miejsce przychodzą kolejne osoby

niemające odpowiedniego warsztatu. Jednocześnie starsi i doświadczeni dziennikarze i dziennikarki odchodzą na emeryturę.

*W tej chwili to tych, którzy mnie uczyli, to niewielu zostało. [...] Poodchodzili profesjonaliści i to widać. Z działu, w którym ja pracowałem, nie pracuje już nikt, a tylko jedna osoba odeszła, bo poszła na emeryturę, reszta po prostu się z tego działu pozwalniała. (...) Ja nie wiem, czy to jest sprawa braku umiejętności, czy lenistwa, czy niechlujstwa, ale ja sobie nie wyobrażam, że można było wypuścić artykuł, który nie jest po polsku.*

*I było miejsce w redakcji na to, żeby młodzi ludzie – oczywiście nie zarabiając jakichś tam kokosów tylko gdzieś na współpracy, na umowie o dzieło i tak dalej – pisali sobie, uczyli się fachu, a później gładko wskakiwali w miejsce dziennikarzy. No ale to znikало, znikало, znikало, aż w pewnym momencie funkcja współpracownika czy praktykanta praktycznie wyparowała z takich redakcji.*

Z drugiej strony, część rozmówców i rozmówczyń wskazywała, że istotną rolę odgrywała również motywacja poszczególnych osób, dla których staż w danej redakcji był istotnym elementem drogi zawodowej.

*Dość dużo osób się przewinęło i często było tak, że nasza gazeta była trampoliną do innych redakcji.*

Wszystkie te czynniki – sytuacja finansowa Polska Press, konieczność cięcia kosztów oraz redukcja zatrudnienia, a także rotacja pracowników i pracownic w zespołach redakcyjnych – składały się na opinię o dość trudnych warunkach pracy w Polska Press.

*Polska Press nabrała takiego wizerunku firmy oszczędzającej, która raczej nie stawia na pracowników, czy komfort pracy i to firmę niespecjalnie interesuje.*

## **2.2. ATMOSFERA W REDAKCJI**

---

Pomimo pojawiających się krytycznych ocen co do warunków zatrudnienia i wysokości wynagrodzeń w redakcjach Polska Press, rozmówcy i rozmówczynie pytani o atmosferę panującą w redakcji i współpracę w zespole w większości przypadków wypowiedzieli się o nich dość entuzjastycznie.

*Przez te wszystkie lata mieliśmy wspinały zespół – mieliśmy świadomość, że jedziemy na tym samym wózku i byliśmy dla siebie mega życzliwi, pomocni i bardzo często ktoś komuś pomagał [...] muszę powiedzieć, że większość osób zostawała w tej pracy ze względu na ludzi, na pewno nie ze względu na finanse.*

Przy czym rozmówcy i rozmówczynie również zwracali uwagę, że w ciągu ostatnich lat atmosfera pracy w redakcjach ulegała zmianie – miały na to wpływ czynniki związane z zmianami właścicielskimi i polityką korporacji, większe obciążenie pracą oraz praca zdalna w warunkach pandemii COVID-19.

Kolejne zmiany właścicieli mediów regionalnych prowadziły do zmian w zakresie zarządzania redakcjami – wiązało się to przede wszystkim z większym naciskiem na rozwój internetowych wydań gazet i równie często z cięciami budżetowymi oraz ograniczeniem zatrudnienia. Część rozmówców i rozmówczyń wskazywała na ten drugi obszar jako jeden z czynników, który istotnie zmieniał atmosferę w redakcji. Osoby zatrudnione średnio około dziesięciu lat w redakcjach przyznawały, że rozpoczynali pracę w dość dużych zespołach, w których atmosfera była często familiarna i bardzo przyjacielska. Z czasem jednak same zespoły ulegały zmniejszeniu (dziennikarze albo odchodzili do lepiej płatnych zajęć albo byli zwalniani), co przekładało się negatywnie na warunki pracy – dziennikarze podkreślali przeciążenie pracą oraz do pewnego stopnia rozkład więzi panujących w redakcji.

Jeśli chodzi o zmiany w polityce firmy, które wpływały na atmosferę w redakcji istotne znaczenie odgrywały dwa czynniki – nacisk na zysk (w tym m.in. liczbę odsłon danych artykułów oraz ograniczenie zatrudnienia przy jednoczesnym zwiększeniu obowiązków) oraz sytuacja finansowa firmy.

W skrajnych przypadkach, rozmówcy i rozmówczynie wskazywali na przypadki, które ich zdaniem stanowiły lub były bliskie zachowaniom mobbingowym lub naruszeniom praw pracowniczych i przybierały postać np. nadmiernej presji na osiągnięcie danych wyników:

*Doszło do takiej sytuacji, że ja próbowałam właśnie do działu tej dziewczyny (znanej w redakcji z złego zwracania się do współpracowników – red.) skierować młodą praktykantkę, bardzo zdolną dziewczynę. I ona mi się wtedy zwierzyła, że*

*nie może tam wytrzymać, bo jest poddana takiemu naciskowi na wyniki. Poza tym kierowniczka zwraca się do niej w zły sposób. Wtedy interweniowałem u ówczesnego naczelnego, który był zafascynowany tą dziewczyną, bo robiła mu wyniki.*

*To było notoryczne nękanie (dziennikarza – red.), który (...) dostawał maile (...) albo do niego dzwoniли i mówili, jak ma postąpić w różnych sytuacjach, gdzie właściwie było to sprzeczne z prawem prasowym, z takim w ogóle kodeksem etycznym dziennikarstwa.*

wymuszenia wzięcia zwolnienia lekarskiego:

*I w związku z tymi cięciami (...) moi ówcześni przełożeni stwierdzili, że moja ciąża – ich określenie – spadła im z nieba. I chcieli, żebym ja poszła jak najszybciej na zwolnienie, chociaż czułam się dobrze.*

czy oczekiwania świadczenia pracy ponad wymiarem czasu pracy:

*Czuliśmy się jak chomiki w kołowrotku.*

*Pracowaliśmy od poniedziałku do niedzieli plus święta. Miałam wrażenie, że to jest taka wolnoamerykanka w kwestii szanowania pracownika – ktoś dostawał kolejne zadania, miał tego pilnować, a potem, jeśli nie przypilnował danego wydarzenia, to był z tego rozliczany. Czasami nie da się wszystkiego zrobić, a właśnie były jakieś niemiłe sytuacje w związku z tym.*

Z drugiej strony, zwłaszcza wśród osób biorących udział w badaniu, pojawiały się opinie normalizujące zachowania mobbingowe i traktujące je jako element pracy redakcji.

*Mobbing to jest normalna praktyka [...] to zawsze zależało od charyzmy wydawcy, jakie on chciał teksty i jak będzie nad nimi pracował i niektórzy po prostu tego nie wytrzymywali.*

*Panuje takie przekonanie, że jeśli przełożony wymaga to mobbinguje.*

*Jak ktoś na kogoś ryknie, to w redakcjach to jest rzecz normalna.*

Szczególnie niepokojące były przypadki, w których rozmówcy i rozmówczynie wskazywali na to, że sytuacja w redakcji oraz warunki pracy miały destrukcyjny wpływ na zdrowie psychiczne. U dwóch rozmówców problemy te były na tyle poważne, że – już po przejściu Polska Press przez Orlen – przebywali na zwolnieniu lekarskim. Inna rozmówczyni

wskazywała na przypadki osób, które z powodu problemów psychicznych (depresji) otrzymały rentę, a także odchodziły wcześniej na emeryturę.

## **2.3. ZWIĄZKI ZAWODOWE**

---

Związki zawodowe funkcjonują w mediach Polska Press zarówno w skali ogólnopolskiej (tj. całej grupy), jak na poziomie poszczególnych redakcji.

W opinii większości rozmówców i rozmówczyń, zarówno przed przejściem Polska Press przez Orlen, jak i po związki zawodowe w grupie nie były szczególnie aktywne, nie miały większego wpływu na działanie redakcji i były mało skuteczne. W kilku wywiadach pojawiły się dalej idące krytyczne opinie na temat funkcjonowania związków – dwoje z rozmówców i rozmówczyń niezależnie od siebie określiło ich działalność jako „fikcję”, inny rozmówca nazwał je „kompletnym niewypałem”. Ta negatywna ocena była wiązana przez jedną rozmówczynię z szerszym problemem niskiej aktywności związkowej w Polsce (przeciwstawianej bardziej rozwiniętej kulturze związkowej w innych krajach). Inna rozmówczyni jednak zauważyła większą skuteczność związku zawodowego działającego w innym medium w Polsce. Paru rozmówców twierdziło, że dawniej (kilka a raczej kilkanaście lat temu) związki zawodowe w Polska Press działały prężniej.

Pojawiały się też trochę bardziej pozytywne opinie. Niektórzy rozmówcy odnotowywali starania związków o wzrost wynagrodzeń. Jeden z rozmówców zwrócił też uwagę, że dzięki działalności związku zawodowego w jego redakcji miał lepsze informacje na temat realnej sytuacji finansowej tytułu, co pomagało przy ubieganiu się o podwyżki.

*Wcześniej nie wiedzieliśmy nawet, czy możemy się ubiegać o podwyżkę, bo kiedykolwiek ktokolwiek poprosił o podwyżkę, to była informacja, że gazeta się nie sprzedaje, nakład coraz mniejszy, ludzie nie kupują reklam i w ogóle prasa się zwija i w ogóle jeszcze kilka lat może w ogóle nas nie będzie; więc no taką mieliśmy sytuację informacyjną, w której byliśmy trzymani przez lata, no i jak już tam dołączyliśmy do związków zawodowych, to dostawaliśmy częściej informacje o tym, jakie tam są wyniki spółki, czy są straty, czy są zyski.*

Rozmówcy i rozmówczynie co do zasady stwierdzali, że nie było większych konfliktów na linii związki zawodowe – pracodawca (co inni rozmówcy określali postawą „ugodową,

idącą na rękę pracodawcy”). Zdarzały się jednak poszczególne przypadki napięć już na samym tle założenia związku zawodowego w danej redakcji (jeszcze za poprzedniego właściciela).

*Wezwali nas na dywanik, wszystkich dziennikarzy, i byli bardzo oburzeni, że za ich plecami założyliśmy związek zawodowy i to jest w ogóle uderzenie w naszą wiarygodność (...) i że to wpłynie negatywnie na nasze relacje, bo teraz wszystkie sprawy będą musieli załatwiać przez związek zawodowy i nie będziemy mogli sobie swobodnie rozmawiać i swobodnie dyskutować o podwyżkach, których przez lata nie było.*

W przypadku większości redakcji, rozmówcy i rozmówczynie wskazywali, że liczba członków związku zawodowego była raczej niewielka lub bardzo niewielka. Zdarzyły się jednak wyjątki: w jednej redakcji do związku miało należeć około połowy zespołu dziennikarskiego, w dwóch innych – większość zespołu, przy czym w jednej z redakcji masowe dołączenie do związku nastąpiło po ogłoszeniu przejścia Polska Press przez PKN Orlen (notabene w innej redakcji po ogłoszeniu zmiany właścicielskiej powstał podobny pomysł, ale ostatecznie nie został zrealizowany).

Jeden z rozmówców wskazał, że w jego redakcji związek zawodowy sprzeciwił się zatrudnieniu osoby z mediów publicznych znanej z wyjątkowo ostrych wypowiedzi, krytycznych również wobec zespołu z tej redakcji (miało to miejsce już po przejściu Polska Press przez PKN Orlen). Był to jedyny przypadek przywołania takiego działania związku zawodowego.



### 3. Ocena swobody działalności dziennikarskiej przed przejęciem Polska Press przez PKN Orlen

Wśród rozmówców i rozmówczyń dominowała opinia co do tego, że do przejęcia Polska Press przez PKN Orlen swoboda działalności dziennikarskiej była co do zasady nieograniczona.

*Zanim nastał Orlen, dziennikarze mogli pisać o tym, co uważali za konieczne, słuszne, czyli postępować zgodnie z prawami tego zawodu [...]. Nigdy nikt nie mówił nam w jaki sposób mamy pisać.*

Rozmówcy i rozmówczynie zwracali przede wszystkim uwagę na swobodę w dobrze tematów, rozmówców oraz kształtowanie linii redakcyjnej. W zdecydowanej większości rozmówcy nie spotkali się z przypadkami ingerencji w przygotowane teksty (oprócz korekty oczywistych pomyłek i językowej redakcji tekstu).

Rozmówcy i rozmówczynie zwracali również uwagę, że rzadko dochodziło do jakichkolwiek interakcji pomiędzy zarządem wydawnictwa a samymi dziennikarzami. W tym zakresie rozmówcy podkreślali dość dużą swobodę działania i brak odbierania bezpośrednich instrukcji.

*To jest to, co ludziom tłumaczę, gdy pojawiają się zarzuty, że te gazety Niemiec redagował. (Poprzedni właściciele – red.) wręcz bali spotykać się z dziennikarzami, oni w ogóle bali się rozmawiać o gazecie [...] gdy czasami rozmawiałem z poprzednimi właścicielami i oni zaczęli się wypowiadać o gazecie, to potem mnie przepraszaali, że w ogóle zabrali głos w tej sprawie.*

Rozmówcy i rozmówczynie wskazywali również na dwa istotne zjawiska, które znacznie wpływały na swobodę działalności dziennikarskiej – relację z reklamodawcami oraz nacisk na osiągnięcie wymaganych wskaźników odsłon tekstów w wydaniach internetowych.

*Wszelkie te zarzuty, które mówiły, że wypełniamy jakąś wolę z Niemiec, niemiecką rację stanu i tak dalej albo że jakiś niemiecki cenzor dyktuje dziennikarzom, co mają pisać, to była oczywista bzdura, którą mogli tylko uzależnieni politycznie opowiadać. Bo takich zobowiązań nie było. Jedynym zobowiązaniem wszystkich pracowników firmy było dążenie do maksymalizacji jej zysków [...] nie było politycznych panów, ale byli panowie biznesowi.*

Jeśli chodzi o relacje z reklamodawcami, to chociaż uczestnicy i uczestniczki badania często akcentowali swoją niezależność w tym zakresie, to zdarzały się stwierdzenia wskazujące, że w pracy musieli brać pod uwagę konieczność poruszania się w „w ramach takiego biznesowego interesu redakcji”. W praktyce oznaczało to m.in. publikowanie tekstów sponsorowanych (choć w tym przypadku rozmówcy podkreślali, że nie wpływało to na działalność informacyjną gazety) i dodatków specjalnych, czy przygotowywanie przez gazety specjalnych konkursów lub rankingów.

Istotnym problemem były również dylematy dotyczące ewentualnego ograniczania doboru pewnych tematów, jeśli te mogłyby stawiać w niekorzystnym świetle dużego reklamodawcę lub inny podmiot istotny dla interesów gospodarczych gazety. W jednym przypadku, rozmówca zwrócił uwagę na panującą autocenzurę wskazując, że kryteria oceny tematów, których nie powinno się poruszać były „przejrzyste, czytelne i oczywiste dla wszystkich” – dotyczyło to m.in. tekstów o jednej ze spółek, która odgrywała istotną rolę w dystrybucji danej gazety w regionie. Ten sam rozmówca przyznał, że po pewnym czasie i po zmianie redaktora naczelnego (ale jeszcze przed przejściem Polski Press przez PKN Orlen w 2020 r.) odstąpiono od tej praktyki.

W zakresie relacji mediów z reklamodawcami ważną rolę odgrywała postawa redaktorów naczelnych – rozmówcy i rozmówczynie z różnych redakcji zwracali uwagę, że pomimo tego, że mieli świadomość, że reklamy są istotnym źródłem dochodu gazety, to o ile mieli wsparcie redaktorów naczelnych, cieszyli się pełną swobodą działalności. Jeden z rozmówców wskazywał na przykład tekstu, który opisywał sytuację w urzędzie miasta, w wyniku, którego miasto wycofało sponsorowany przez nie dodatek w gazecie.

*To jest taki przypadek w mojej nieszczęsnej karierze dziennikarza, kiedy mogę powiedzieć, ile kosztował jeden tekst [...] redaktor naczelny zachował się wtedy*

*kapitalnie, ale kiedy na korytarzu spotykałem ludzi z biura reklamy, to widziałem w ich oczach żądę zabijania.*

Z kolei jeden z byłych redaktorów naczelnych wskazywał, że czynnikiem, który znacznie sprzyjał zachowaniu niezależności w pracy dziennikarskiej była ugruntowana pozycja jego gazety na rynku regionalnym.

*Pisaliśmy krytycznie o dużych reklamodawcach [...] nigdy nie mieliśmy problemu, że opisujemy kogoś krytycznie i on nagle wycofuje reklamy, to wynikało z naszej silnej pozycji [...] politycy, samorządowcy czy duzi przedsiębiorcy musieli się z nami liczyć.*

Jednak najpoważniejszym zagrożeniem dla swobody działalności dziennikarskiej był nacisk na rozwój wydań internetowych gazet oparty na modelu maksymalizacji odsłon i dochodów z reklam. Rozmówcy i rozmówczynie wskazywali, że był to proces spowodowany przede wszystkim postępującym spadkiem czytelnictwa prasy oraz polityką firmy, by koszty utrzymania wydań papierowych równoważyć zyskami płynącymi z wydań internetowych, w tym przede wszystkim reklam.

*Cała nasza zabawa polegała na tym, żeby przenieść tych czytelników z papieru do Internetu [...] ten proces trwa do dzisiaj, stare marki „papierowe” nie zarabiają tyle, ile mogłyby, bo mają to obciążenie wydaniem papierowymi [...] i ten proces nie został zakończony, czyli pieniądze wydawane na wydania papierowe nie są odzyskiwane w zyskach w Internecie [...] Oczywiście trzeba też dodać, że Polska Press nigdy nie stawiała poważnie na subskrypcję.*

Polityka korporacji, która zakładała nacisk na maksymalizację odsłon artykułów, przyczyniała się do wybierania tematów skandalizujących, błahych i promowała publikacje bardziej przykuwające uwagę, w tym zawierające zdjęcia lub filmy bardziej niż pogłębione analizy.

*Przełożeni mówili, że musimy robić tematy, które będą się klikać [...] każdy musiał też robić takie śmieciowe informacje związane z zdrowiem, celebrytami, czymś, żeby to się po prostu klikało.*

*Jedynym zobowiązaniem wszystkich pracowników firmy było dążenie do maksymalizacji jej zysków [...] dziennikarze musieli nauczyć się pracy w Internecie, ale byli*

*rozliczani z tego, ile odsłon czy użytkowników przynoszą ich teksty i w oparciu o to, mierzyło się ich efektywność. Na szczęście nie wszystkich, ale sporej części.*

*Doszło do takiej już potem chorej sytuacji, że teksty takie stricte dziennikarskie, w które trzeba było włożyć mnóstwo wysiłku, nawet jakieś reportaże, których przygotowanie zajmowało cały dzień, nie były na tyle atrakcyjne do wydania internetowego, że one gdzieś tam były nisko wrzucane, a nawet jakby były wrzucone wyżej, to one naklikają powiedzmy, nie wiem, 300000 odsłon i to było wszystko.*

Prawie połowa rozmówców i rozmówczyń wskazywała, że w ich redakcjach zwracano uwagę na osiągnięcie odpowiednich wskaźników odsłon artykułów i wizyt na stronie. W poszczególnych redakcjach, dziennikarze i dziennikarki otrzymywali pewne nagrody finansowe (zwykle od stu do kilkuset złotych miesięcznie) za przygotowanie materiałów o największej liczbie odsłon. Rozmówcy i rozmówczynie zatrudnieni w różnych redakcjach wskazywali, że w zależności od sytuacji finansowej danej gazety czy sytuacji na rynku regionalnym nacisk na wyrabianie odpowiednich wskaźników odsłon się różnił. W niektórych redakcjach, był to dominujący wskaźnik, który wręcz warunkował wybór tematów, a z kolei zatrudnieni w innych redakcjach dziennikarze przyznawali, że mieli świadomość konieczności wyrabiania takich wskaźników, jednak nie spotykali się z presją i konsekwencjami, jeśli nie były one osiągnane.

*Nie, nie rozliczano nas z liczby odsłon, ale jeśli w danym miesiącu miało się lepszy wynik odsłon jakiegoś materiału niż wcześniej, to można było dostać premię.*

W tych warunkach dziennikarze i dziennikarki biorący udział w badaniu przyjmowali różne sposoby organizacji pracy. Niektórzy rozmówcy i rozmówczynie twierdzili, że nie brali tych wymogów pod uwagę, a i tak otrzymywali premię za angażujące lub najciekawsze teksty.

*Wcześniej redaktor naczelny miał swoją pulę nagród i to się odbywało w różny sposób – np. wydawcy zgłaszali mu teksty, które się najbardziej podobały. To całe lata tak trwało. Dla mnie to był dość pokaźny zastrzyk pieniędzy, bo przez te wiele lat pracy to było niewiele takich miesięcy, kiedy nagrody w ogóle nie dostałem. Potem, jak się zmienił właściciel (PKN Orlen – red.), to zaczął być negocjowany system (nagród za najbardziej angażujące teksty – red.) [...] od razu uznałem, że po prostu nie zależy mi na premiach, wolę robić swoje niż walczyć.*

Inni z kolei wskazywali, że w pierwszej kolejności zajmowali się bardziej angażującymi tematami, po to by po przygotowaniu takich tekstów mieć przestrzeń na bardziej pogłębione materiały:

*Zawsze tej pracy było dużo i zawsze naszym straszakiem były właśnie te odsłony – próbowałam funkcjonować tak, żeby stworzyć jakiś jeden tekst, który tych odsłon będzie miał dużo i to wiem z góry, a później robić swoje.*

Jeszcze inni dziennikarze, w tych redakcjach w których nacisk na wyrabianie wskaźników był szczególnie istotny, poddawali się tym zaleceniom:

*My piszemy, przepraszam za słowa, o pierdołach. Poważna, duża robota dziennikarska jest albo poza zasięgiem umiejętności dziennikarzy albo poza zasięgiem sensu pracy, bo jeśli ktoś ma wkładać wiele miesięcy w dziennikarskie śledztwa to po prostu odpuszcza [...] było dużo osób, które realizowały te cele, czyli odsłony. Zaczernianie stron.*

Jednocześnie pytania dotyczące tematów poruszanych przed redakcją Polska Press prowokowały wśród rozmówców i rozmówczyń dość krytyczne uwagi dotyczące ogólnej kondycji dziennikarstwa na poziomie regionalnym. Jednym z głównych problemów, który pojawiał się w tym obszarze, była coraz powszechniejsza praktyka ograniczania przygotowania artykułów do relacji z konferencji prasowych np. urzędów miasta czy urzędów wojewódzkich. Biorący udział w badaniu dziennikarze i dziennikarki, zwłaszcza ci z dłuższym, ponad 15 letnim stażem pracy, zwracali uwagę, że artykuły prasowe stanowią głównie relacje z konferencji prasowych, co ogranicza możliwość podążania za wybranymi przez dziennikarzy tematami.

*Wymyślono taki zabieg polegający na tym, żeby zapychać dziennikarzy masą informacji takich, którymi miasto chce się w sposób propagandowy pochwalić. Dlatego mniej więcej od 2011 roku mamy dziennie po 4-6 konferencji prasowych, no i muszę powiedzieć, że rynek mediów kupił to, dlatego że nie ma już tam dziennikarzy, którzy by szukali informacji takich, którymi samorząd się nie chce chwalić.*

- Czy pamięta pani, jakie były reakcje na przykład na tematy planowane przez dziennikarzy?
- Różnie, to zależy [...] (pomysły na – red.) raportowanie komunikatów urzędowych były krytykowane.

## CZEŚĆ II

### 4. Przejęcie Polska Press przez PKN Orlen

7 grudnia 2023 r. PKN Orlen poinformował o zawarciu przedwstępnej umowy sprzedaży Polska Press.<sup>22</sup> Część rozmówców i rozmówczyń biorących udział w badaniu spodziewała się tej informacji, ponieważ jak twierdzili niektórzy, nieoficjalne informacje o przejęciu Polska Press przez polską spółkę skarbu państwa pojawiały się mniej więcej od kilku lat wcześniej. Część rozmówców łączyła te pogłoski z zapowiedziami polityków, którzy deklarowali „repolonizację mediów” (zob. pkt 1.2. „Repolonizacja” mediów i zakup Polska Press przez PKN Orlen).

Rozmówcy i rozmówczynie nie wiedzieli jednak w jaki sposób interpretować te pogłoski. Z jednej strony, jeden z rozmówców zauważył, że *„mówiliśmy: słuchaj, ale to nie są idioci, nie rozwalą kury, która znosi złote jaja – złote jaja to może przesada, ale jednak ciągle rentownej firmy”*, jednak z drugiej strony wskazywali, że *„prasa w Polsce ledwie dycha, więc Niemcy będą chcieli się pozbyć”*. Pogłoski o ewentualnym przejęciu właścicielskim przyjmowano z różnym nastawieniem. Niektórzy rozmówcy *„nie brali tego na poważnie”* lub *„wypierali taką możliwość”*, ale z drugiej strony obawiano się tych zmian, ponieważ *„każdy wiedział, kto przyjdzie”*. Zdaniem niektórych rozmówców i rozmówczyń informacje o potencjalnej zmianie właściciela spotykały się z pewną nadzieją *„na poprawę warunków zatrudnienia”*.

O zawarciu przedwstępnej umowy sprzedaży w grudniu 2020 r. rozmówcy i rozmówczynie dowiedzieli się w różny sposób. Niektórzy byli redaktorzy naczelni biorący udział w badaniu zostali poinformowani o tej zmianie na spotkaniu redaktorów naczelnych i menadżerów Polska Press z zarządem spółki. Reszta dziennikarzy i dziennikarek

---

22 Wirtualnemedial, [Orlen za 120 mln zł kupuje Polska Press. „Rusza repolonizacja mediów”](#)

najczęściej dowiedziała się o tej zmianie z mediów. Zdecydowana większość rozmówców i rozmówczyń od razu po tym, gdy dowiedziała się o przejęciu Polska Press przez PKN Orlen spodziewała się znacznych zmian w funkcjonowaniu redakcji.

#### **4.1. ZMIANY NA STANOWISKACH REDAKTORÓW NACZELNYCH**

---

Zmiany związane z przejęciem Polska Press przez PKN Orlen były rozłożone w czasie. W pierwszym okresie (od grudnia 2020 do końca marca 2021 r.) rozmówcy i rozmówczyń nie zauważyli większych zmian w funkcjonowaniu ich redakcji. Dopiero wraz z zmianą zarządu Polska Press w marcu 2021 r. wprowadzono liczne zmiany w zatrudnieniu.

W marcu 2021 r., gdy sfinalizowano zakup Polska Press przez PKN Orlen, poinformowano o pierwszych zmianach w zarządzie. Do zarządu dołączyła Dorota Kania, prawniczka dziennikarka wcześniej związana z m.in. Gazetą Polską Codziennie i Telewizją Republika. Po tym, w okresie od kwietnia do czerwca 2022 r., doszło do zmiany na większości stanowisk redaktorów naczelnych. W 14 redakcjach Polska Press zmieniono osoby stanowisk redaktorów naczelnych. W niektórych przypadkach, na stanowiskach redaktorów naczelnych doszło do ponownych zmian w ciągu kolejnego roku. Z informacji rozmówców i rozmówczyń wyłania się dość spójny obraz tego, w jaki sposób dokonywano zmian na stanowiskach redaktorów naczelnych.

Byli redaktorzy naczelni biorący udział w badaniu mówili o spotkaniach z Dorotą Kanią, w trakcie których rozmawiano o rozwiązaniu umowy o pracę. Wskazywali, że zdecydowali się na formę rozwiązania umowy o pracę za porozumieniem stron, ponieważ nie chcieli angażować się w spory pracownicze.

*Miałem taką przez chwilę myśl, żeby powalczyć z nimi w sądzie, ale [...] wiem, że sąd pracy, może nawet przywrócić do pracy, ale z reguły jest to trzymiesięczna odprawa i do widzenia – to wolałem po prostu już mieć to z głowy, więc przyjąłem propozycję i tak się skończyło.*

*Krótko mówiąc, formalnie to jest porozumienie stron, ale oczywiście mam poczucie tak jak wszyscy, że zostaliśmy po prostu wykopani z firmy.*

Jednocześnie, ci z rozmówców, którzy rozważali wniesienie sprawy dotyczącej rozwiązania ich umowy o pracę do sądu pracy, przyznawali, że Polska Press oferowała wówczas tak korzystne warunki rozwiązania stosunku pracy, że „nie mieli siły odmówić”. Sama decyzja o rozwiązaniu umowy o pracę nie była w sposób szczególny uzasadniana z strony Polska Press.

*(Dorota Kania – red.) przyjechała i mówi, że bardzo mnie ceni, mam świetne wyniki – akurat faktycznie miałem [...] więc miałem taką satysfakcję, że jak już mnie zwolnią, to nie będą mogli mi powiedzieć, że dałem im powody, bo to zawsze można wytłumaczyć. Przyjechała i powiedziała, że mnie ceni, i tak dalej, ale że jest taka sytuacja i że musi mnie zwolnić z tej funkcji [...] Dorota Kania nie podała żadnego konkretnego powodu zakończenia współpracy, bo też żadnego nie miała. Powiedziała coś w tym stylu, że „taka konieczność dziejowa”.*

*(Dorota Kania – red.) posłużyła się utartą formułą, że ma inną wizję (dot. gazety – red.), ale my o tej wizji nie rozmawialiśmy, więc mnie śmieszyło, że miała inną wizję, bo ja nawet nie wiedziałem, jaką ona ma.*

*Wiedzieliśmy, że tak się historia zakręciła i tak się musi stać.*

W niektórych przypadkach rozmówcy dodatkowo wskazywali, że zmiany na stanowisku redaktorów naczelnych mogły być także motywowane interesami politycznymi.

*(wybór nowych naczelnych – red.) to nie były rozmowy w statutowych organach spółki, tylko rozmowy lokalnych polityków i Nowogrodzkiej.*

*Mówiło się raczej coś o ludziach tutaj związanych z PiS-em i on (nowy redaktor naczelny - red.) tak jakby znikąd się wziął. [...] Sympatyczny, miły facet, tylko że nikt jego tekstów nie widział. Niby związany z dziennikarstwem, ale ja nie słyszałam w ogóle o tym, żeby on pracował w tym zawodzie.*

*Tak mi przekazywano, że dobór był taki, że dzielono torcik i kawałek torciku musiało dostać środowisko związane z Gazetą Polską, kawałek torciku, środowisko związane z określoną frakcją polityczną, kawałek torciku z inną frakcją polityczną Zjednoczonej Prawicy, ale to byli w większości dziennikarze albo osoby związane w jakiś sposób z mediami. Czasem dziennikarze bez doświadczenia.*

Zdaniem niektórych rozmówców i rozmówczyń, istotne znaczenie miał również światopogląd prezentowany przez nowych redaktorów naczelnych.



*Nowy redaktor naczelny przedstawił się nam jako prawicowy, katolicki, a za nim to już jest tylko mur.*

Co więcej część rozmówców i rozmówczyń wskazywała na zastrzeżenia co do kompetencji w zarządzaniu nowych redaktorów naczelnych. Zwracali przede wszystkim uwagę na fakt, że nowi redaktorzy naczelni to najczęściej osoby, które wcześniej nie miały doświadczenia w zarządzaniu zespołami i w większości przypadków miały mały dorobek dziennikarski.

*On był merytorycznie dobrym dziennikarzem, ale nigdy nie pracował w prasie. Jest też takim człowiekiem, że można z nim o wszystkim porozmawiać, tylko mało co z tego wynikało [...] nie potrafił zarządzać ludźmi, myślę, że dalej ma z tym problem. Nie wiem, czy to go nie interesowało, ale jakoś nie za bardzo wnikał w to jak funkcjonuje gazeta.*

*Jak się pojawiła plotka, że on będzie pracował u nas (jako redaktor naczelny – red.), to jego były kolega z pracy poklepał mnie po ramieniu i powiedział z smutkiem: „no, to teraz zobaczysz”.*

*Nie wiedzieli (nowy redaktor naczelny i wicenaczelny – red.) nic o tym jak tutaj pracujemy, jak wydawać gazetę i tygodniki na takim poziomie jak dotychczas.*

Niektórzy rozmówcy i rozmówczynie wskazywali, że ich nieprzychylna ocena nowych redaktorów naczelnych mogła wiązać się z oburzeniem zmianami na tym stanowisku, jednak w badaniu jednocześnie przyznawali, że ich obawy się potwierdzały.

*Rozmawialiśmy o tym, że to jest osoba, która nie umie pisać i która nic sama by nie napisała, więc naczelny był osobą, którą od początku widzieliśmy jako taką, która przyszła w teczce i która nie jest na swoim miejscu. Może to była też kwestia tego, że byliśmy uprzedzeni, że byliśmy nastawieni już na to, że będzie źle, ale w praktyce to się wiele rzeczy z tego potwierdzało.*

Niektórzy z redaktorów naczelnych, którzy brali udział w badaniu, byli proszeni o to, by świadczyć pracę w okresie wypowiedzenia i wdrażać w obowiązki nowych redaktorów naczelnych. W tych przypadkach rozmówcy określali nowych redaktorów naczelnych jako „kompletnie zielonych”, którzy nie mieli odpowiedniego doświadczenia w zarządzaniu redakcją.

*(Nowy redaktor naczelny – red.) siedział i słuchał, jak prowadzić kolegium, bo nigdy czegoś takiego nie widział.*

*Pojawił się (...) kompletnie zielony człowiek, bez absolutnie żadnego doświadczenia, jeśli chodzi o kierowanie jakimkolwiek zespołem. (...) Z prasą miał niezbyt wiele do czynienia, a już nigdy w funkcji kierowniczej. (...) Musiał się sporo nauczyć, w związku z tym poproszono starego redaktora naczelnego, żeby został na miesiąc nim jego następcą się wdwoży.*

Jednocześnie, rozmówcy i rozmówczynie zwracali uwagę, że nowi redaktorzy naczelni starali się, przynajmniej przez jakiś czas, utrzymać dotychczasowy zespół, po to by utrzymać ciągłość działania redakcji.

*W (moim mieście) się obyło bez tego (zmian w redakcji – red.), bo naczelny bardzo szybko zdał sobie sprawę, że on po prostu nie umie technicznie poprowadzić redakcji, bo to się wiązało z pewną dużą dawką wiedzy takiej organizacyjnej, technicznej i tak dalej.*

W niektórych redakcjach od czasu przejścia Polska Press przez PKN Orlen osoby na stanowisku redaktorów naczelnych zmieniono już dwukrotnie. W tych przypadkach, do pierwszych zmian na tym stanowisku dochodziło, tak jak w większości redakcji, w pierwszej połowie 2021 r.

*Prawdopodobnie nie mieli kogo dać, wybrali dziennikarza, który był przeciętny, ale był kolegą. I to nas wszystkich cieszyło.*

Następnie, po upływie pewnego okresu, również te osoby zostały odwołane i zastąpione nowymi redaktorami naczelnymi. Zdaniem rozmówców i rozmówczyń powody, dla których zdecydowano się na kolejne zmiany były różne – w niektórych redakcjach rozmówcy podejrzewali, że zmiany te są związane z nadchodzącymi wyborami lub tym, że poprzedni redaktorzy naczelni okazali się „za słabi” lub w wyniku łączenia redakcji w makroregiony.

*Oni przyspieszyli w tej propagandzie i zastępcę uczynili naczelnym. Dali tego naczelnego, (...) ale był za miękki, więc go wymienili. Bo teraz są wybory i inne zadania, trzeba przyspieszać.*

Oprócz krytycznych ocen nowych redaktorów naczelnych, pojawiały się również opinie, w których dziennikarze i dziennikarki przychylnie odnosili się do nowo mianowanych osób (przy czym niektórzy z nowych naczelnych zostali już wymienieni). W tym

względzie uczestnicy i uczestniczki badania podkreślali kompetencje zawodowe nowych redaktorów naczelnych, a także ich umiejętności do nieantagonizowania zespołu oraz kreowania dobrej atmosfery współpracy.

*Miałam pewne obawy, ale naczelny nam powiedział po przejściu, że tu jest miejsce dla każdej osoby niezależnie od wyznawanych poglądów.*

*Ja mogę powiedzieć uczciwie, że o moim naczelnym mam dobre zdanie, bo mimo że dzielą nas poglądy, mimo że on jest dla mnie skrajnie prawicowy, to uważam, że zachowuje się w sposób uczciwy przede wszystkim. Ta redakcja ma skręt narzucony wolą naczelnego, podejmuje niektóre decyzje – na przykład spieramy się czy jakiś temat jest ciekawy czy nie i one czasami mają podłoże polityczne te spory - natomiast same publikacje w większości [...] są raczej pozbawione tego garba politycznego.*

## **4.2. ZMIANY W ZESPOŁACH REDAKCYJNYCH**

---

W większości redakcji rozmówców i rozmówczyń w pierwszym roku po przejściu Polska Press przez PKN Orlen doszło do poważnych zmian w zespole. Część rozmówcy i rozmówczyń deklarowała, że w ich redakcji odeszło, według ich szacunków, od 50% do 80% dotychczas zatrudnionych dziennikarzy i dziennikarek (przy czym, o czym w dalszych częściach tego rozdziału, część tych odejść była wcześniej planowana). Zmiany dotyczyły wszystkich szczebli redakcji oraz specjalizacji – począwszy od zastępców redaktorów naczelnych, wydawców, reporterów i dziennikarzy zatrudnionych w działach online.

Jeśli chodzi o tych dziennikarzy i dziennikarki, którzy postanowili odejść od razu, ich motywacje się różniły. Po pierwsze, zdaniem rozmówców i rozmówczyń dziennikarze zwalniali się z „przyczyn ideologicznych” nie zgadzając się na ewentualną zmianę linii redakcyjnej gazety.

*Duża część dziennikarzy odeszła, bo nie wyobrażała sobie możliwości pracy w mediach, które nie są podległe państwowej spółce, czyli związane z opcją polityczną i pewną narracją*

Z obserwacji rozmówców i rozmówczyń wynika, że z pracy rezygnowali przede wszystkim ci dziennikarze i dziennikarki, którzy „mieli wyraziste poglądy”, przestali „widzieć w redakcji miejsce dla siebie”. Równie istotna była zmieniająca się atmosfera pracy

w redakcji – wprowadzone zmiany „tworzyły taką atmosferę, że trzeba uciekać albo w to wejść i rzeczywiście się poczuć u siebie”, jak również obawa przed upolitycznieniem mediów Polska Press.

*Nie wyobrażam sobie pracy w spółce, które jest zależna od opcji politycznej i w mediach takich tendencyjno-narracyjnych.*

*Było dużo dziennikarzy, którzy nie wyobrażali sobie pracy w ogóle, że tak powiem, w tej opcji politycznej.*

W większości opisywanych przypadków umowy były wypowiedzane za porozumieniem stron. Jednak o ile redaktorom naczelnym, z którymi rozwiązywano umowy oferowano wysoką odprawę, o tyle nie zawsze była to praktyka w przypadku rozwiązywania umów z pozostałymi dziennikarzami.

*(Jeden z byłych redaktorów naczelnych): Bardzo chciałbym tak uczciwie spojrzeć, również w oczy moim kolegom, że to było wywalenie, ale nie wywalenie na pysk. Natomiast na przykład mój zastępca, który w poczuciu lojalności zwolnił się tego samego dnia, w gruncie rzeczy został z niczym [...] I sporo dziennikarzy odeszło bez żadnych dodatkowych osłon. To jest bohaterstwo.*

W kilku przypadkach opisywanych przez rozmówców rozwiązanie umowy, nawet za porozumieniem stron, miało inne podłoże – jeden z rozmówców podał przykład dziennikarki, w której przypadku rozwiązanie umowy miało związek z wyrażanymi przez nią publicznie opiniami. Z kolei inny rozmówca wspominał sytuację, w której osoba z nowego zarządu Polska Press miała zadzwonić do nowego kierownictwa redakcji z poleceniem zwolnienia dwóch wydawców oraz autora tekstu, który wzbudził niezadowolenie jednego z polityków rządzącej większości. Również, z obserwacji rozmówców i rozmówczyń wynika, że rozwiązywano umowy o pracę z osobami, które zajmowały się tematami uznanymi za „niepotrzebne”.

*Nie było żadnych politycznych powiązań, czy jakiś sentymentów. Po prostu taka na chłodno kalkulacja – co tutaj można by jeszcze obciąć z tego, co już jest ogryzkiem.*

Dwóch rozmówców miało również wrażenie, że podejmowane przez nowe kierownictwo działania zmierzają do *de facto* zmuszenia ich do zrezygnowania z pracy.

*Od początku, kiedy przyszli nowi redaktorzy, naczelny i wicenaczelny, to zaczęła się droga do tego, żeby pozbawić mnie stanowiska [...] Straciłam dużą samodzielność, było więcej wtrącania się do mojej pracy, zdarzały się też przypadki cenzury tekstów czy wycofywania ich tuż przed drukiem [...] To można nazwać po prostu mobbingiem. Ja zostałam odsunięta od swoich obowiązków, bo było to stanowisko zbyt ważne, aby zostało w rękach osoby powiązanej z poprzednimi redaktorami i władzami firmy.*

*Następnie zaczęła się taka gra na wyniszczenie i ludzie w podobnej sytuacji jak ja albo rezygnowali sami, szukali sobie nowej pracy. I tak było pewnie najlepiej, żeby odejść za porozumieniem stron, żeby nie mieć potem w aktach zwolnienia dyscyplinarnego na przykład.*

Z drugiej strony, istotną rolę odgrywało również to, że dziennikarze i dziennikarki otrzymywali lepsze oferty pracy w np. w gazetach samorządowych lub decydowali się na założenie własnych mediów. W nielicznych redakcjach proces gruntownych zmian w zespole redakcyjnym zaczął się jeszcze przed przejściem właścicielskim, a zakup Polska Press przez PKN Orlen tylko wzmocnił ten trend.

*Odejścia się zaczęły przed nastaniem ery Orlenu. Kiedy Orlen się pojawił, to przyspieszyły, natomiast, zanim zdążyły nastąpić zmiany personalne wewnątrz firmy, to już ponad połowa odejść była za nami.*

Jednocześnie w miejsce osób na stanowiskach kierowniczych, które wymieniono, zatrudniano nowych dziennikarzy. W tym zakresie, istotne z punktu widzenia funkcjonowania redakcji były decyzje dotyczące powołania nowych osób na stanowiska wicenaczelnych, którzy w niektórych przypadkach zajmowali się bieżącą pracą redakcji i wprowadzaniem w nich zmian. W tych przypadkach do pracy i sposobu zarządzania przez nowe osoby na stanowiskach wicenaczelnych dziennikarze i dziennikarki mieli najczęściej zastrzeżeń.

*Przyszedł naczelny z swoim zastępcą, który od razu został jego prawą ręką.*

*Nowy naczelny, to jest człowiek, powiedzmy sobie, niegroźny. Natomiast razem z nim przyszedł jako wicenaczelny (osoba - red.), którą wszyscy znaliśmy jako destruktora, już po prostu, politycznie sterowanego.*

*Właśnie po tym jak przyszedł nowy naczelny, (jedna osoba z redakcji – red.) zaczęła wprost manifestować swoje przekonania polityczne, właśnie w stronę prawicy i stała*

*się zastępcą naczelnego i zaczęła dobierać dziennikarzy, którzy napiszą tak jak chce naczelny.*

Wśród tych rozmówców i rozmówczyń pojawiał się pogląd, że o ile nowi redaktorzy naczelni mają być osobami lojalnymi względem nowego zarządu Polska Press, o tyle rolą ich zastępców jest przede wszystkim kontrolowanie nowej linii redakcyjnej. W zależności od redakcji nowa linia redakcyjna ma obejmować na przykład większą reprezentację tematów związanych z polityką krajową kosztem tematów regionalnych, korzystniejsze przedstawianie polityków partii rządzącej oraz nieprzychylny artykuły na temat opozycji (zob. pkt 6 Ocena swobody działalności dziennikarskiej).

*To (wicenaczelny – przyp. red.) jest człowiekiem, który ma nie dopuszczać do tego, żeby partii rządzącej włos z głowy spadł.*

*Nigdy nie było tak, że ktoś by podważał decyzje redaktora naczelnego. Ale tutaj widać było, że wicenaczelny jednak bardziej się rządzi i widać było te tarcia i różnice między nimi.*

*Naczelny mniej się angażował w pracę redakcji, a i on nie miał takich zapędów cenzorskich, natomiast nowy wicenaczelny zdecydowanie miał takie ambicje.*

Rozmówcy i rozmówczynie zwracali również uwagę, że oprócz nowych osób na stanowiskach kierowniczych (zob. pkt 4.1 Zmiana redaktorów naczelnych) w niektórych redakcjach nawiązano również współpracę z dziennikarzami, często o prawicowych poglądach, którzy w swoich tekstach często przedstawiają opinie popierające rządzącą większość i negatywne wobec opozycji. Rozmówcy i rozmówczynie odnosili się krytycznie do tej praktyki nie tylko ze względu na to, że czyni ona gazety regionalne bardziej stronnictwami, ale również ze względu na to, że na łamy gazet regionalnych przenoszony jest polityczny spór toczony na płaszczyźnie polityki krajowej.

*Dział polityczny, który wcześniej w zasadzie nie istniał, bo materiały polityczne były przygotowywane przez dziennikarzy z Warszawy, został utworzony i obsadzony nowymi dziennikarzami [...] Paru felietonistów, którzy piszą takie przychylny władzy felietony, dwóch czy trzech publicystów na zlecenie, którzy robią rzeczy, których by dziennikarze jeszcze mojego zespołu nie zrobili.*

Jednocześnie, wraz z rosnącą liczbą dziennikarzy i dziennikarek, którzy odchodzili z tytułów Polska Press, nowe kierownictwo zaczęło zatrudniać nowe osoby. Część z rozmówców i rozmówczyń biorących udział w badaniu wskazywała jednak, że po pierwsze nowozatrudnionych osób wciąż jest za mało, by rzeczywiście zmniejszyć obciążenie pracą, a po drugie bywa, że warsztat i przygotowanie tych osób budzi zastrzeżenia. W tych przypadkach rozmówcy i rozmówczynie wskazywali, że niektóre nowo zatrudnione osoby nie wykazują inicjatywy, mają dość słabe wykształcenie i nie są w stanie przygotowywać tekstów na odpowiednio wysokim poziomie, a jednocześnie pozostają dyspozycyjni.

*Nie są chyba z Radia Maryja ani z takich Rydzikowych uczelni, jak się mówiło. Ale (...) oni wszystko przekleją, nie potrafią pisać*

*Zatrudniono też gości, którzy nie potrafią dwóch zdań skleić, ale poglądy mają słuszne.*

O ile rozmówcy i rozmówczynie przyjmowali, że często osoby nowo zatrudnione nie zawsze muszą mieć odpowiednio bogate doświadczenia i stosowne kompetencje, o tyle wskazywali, że w związku z licznymi zmianami w zespołach redakcyjnych młodszy dziennikarze i dziennikarki nie mają się od kogo uczyć.

*Z tego co, wiem to teraz pozatrudniali w ostatnim czasie dość młodych dziennikarzy, raczej mało doświadczeni [...] później na konferencjach spotykamy te osoby, no i widać po jakości ich pytań, po tym jak piszą, że nikt nimi nie kieruje, nie uczy pisać etc. [...] teraz czyta się z takim zażenowaniem niektóre rzeczy.*

### **4.3. ZMIANY W WARUNKACH ZATRUDNIENIA**

---

Dość krytyczna ogólna ocena warunków zatrudnienia, w tym zwłaszcza wysokości wynagrodzenia w Polska Press (zob. pkt 2.1 Warunki zatrudnienia i wynagrodzenie), do pewnego stopnia wpływała na ocenę informacji o potencjalnym przejęciu spółki przez PKN Orlen. Część rozmówców i rozmówczyń zwracała uwagę, że w ich redakcjach pojawiały się opinie, że przejęcie Polska Press przez PKN Orlen (lub przez innego właściciela) może poprawić sytuację finansową dziennikarzy i dziennikarek.

Uczestnicy i uczestniczki badania, z nielicznymi wyjątkami, przyznają, że po przejściu Polska Press przez PKN Orlen doszło do niewielkich podwyżek wynagrodzenia – kwoty podwyżki wskazane przez rozmówców i rozmówczynie wahały się od 100 zł do 500 zł. Jednocześnie, z uwagi na to, że pensje w Polska Press były dość niskie, niektórzy rozmówcy i rozmówczynie byli zdania, że każda poprawa warunków finansowych jest istotna.

W wielu redakcjach przyznane podwyżki zależały od wysokości zarobków. W niektórych redakcjach, podwyżki otrzymały jedynie osoby, które wcześniej zarabiałały minimalną pensję krajową, w innych osoby, których pensja przekraczała pewien pułap w ogóle nie dostały podwyżek. Rozmówcy i rozmówczynie wspominali o tym, że wysokość podwyżek powinna być oceniana w odniesieniu do inflacji, która zmniejsza ich rzeczywistą wysokość.

*Były jakieś symboliczne podwyżki po kilkaset złotych, 200-300 zł, (...) i to też dla tych, którzy zarabiali najmniej. Także, to nie były jakieś pieniądze, które komuś by zmieniły życie albo warunki życia.*

*Faktycznie to wynagrodzenie trochę drgnęło i chyba to jest dobre określenie. Natomiast nadal nie jest to taka wysokość pensji, która by chyba zapewniała takie spokojne życie i niemartwienie się o następne tam miesiące. Mam też takie troszeczkę wrażenie, że ta pensja rośnie, bo rośnie pensja minimalna.*

Część rozmówców i rozmówczyń wskazywała również, że w redakcjach zaczęto przyznawać także bonusy paliwowe w wysokości od 400 do 500 zł.

Niemniej, wbrew pokładanym oczekiwaniom, według rozmówców i rozmówczyń przejście Polska Press przez Orlen nie wpłynęło znacznie na poprawę warunków zatrudnienia i wynagrodzenia. Oprócz braku istotnych podwyżek, w części wywiadów zauważano, że nie wprowadzono żadnych istotnych zmian w zakresie systemu motywacji pracowników lub wyliczania nagród dla dziennikarzy. Tym samym, system zatrudnienia, który opierał się w dużej mierze na motywacji pracowników i ich zaangażowaniu bez jednoznacznych kryteriów podwyższania wynagradzania został w opinii osób uczestniczących badaniu utrzymany.

*Miało być 100 razy lepiej a nie jest, ale i tak jest lepiej niż było.*



Z drugiej strony, część rozmówców i rozmówczyń przyznawała, że nowi redaktorzy naczelni zwracali szczególną uwagę na warunki zatrudnienia, w tym przede wszystkim wysokość wynagrodzenia.

*Jak przyszedł (nowy redaktor naczelny – red.) to się przeżegnał, mówił, że nie sądził, że w tak kiepskich warunkach w ogóle dziennikarze mogą pracować.*

Ponadto, w niektórych redakcjach zmiany obejmowały nie tylko samą wysokość wynagrodzenia, lecz np. zmniejszono wymagany nakład pracy czy unormowano godziny pracy. W jednym przypadku jako pozytywną zmianę wskazano zmianę biura. Co za tym idzie, w niektórych regionach Polska Press była mimo wszystko postrzegana jako dobre miejsce pracy przez niektórych rozmówców i rozmówczynie.

*(Polska Press – red.) jest nadal dobrym miejscem pracy dla tych, którzy tam siedzą, bo ludzie dostają zwroty za jakieś wczasy pod gruszą – to jest paręset złotych – jakieś tam pieniądze z funduszu pożyczkowego, jak chcą zawsze mogli pożyczyć z gazety. Na święta bony.*

Wśród rozmówców była również jedna osoba, która generalnie pozytywnie oceniała zmiany, które zaszły po przejęciu Polska Press przez PKN Orlen.

*Mnie się o wiele lepiej pracuje, mimo moich obaw ze strony politycznej po tym przejęciu. W końcu mogę normalnie zasypiać i wstawać.*

## 5. Ocena swobody działalności dziennikarskiej po przejęciu Polska Press przez PKN Orlen

Prawie wszyscy uczestnicy i wszystkie uczestniczki badania zwrócili uwagę na pogarszającą się swobodę działalności dziennikarskiej po przejęciu Polska Press przez PKN Orlen i wprowadzeniu nowego kierownictwa w redakcjach.

Po pierwsze, część osób biorących udział w badaniu zwracała uwagę na fakt, że w niektórych redakcjach zaczęły kształtować się różne praktyki polegające na przedstawianiu poszczególnych tematów, najczęściej związanych z polityką rządu, w sposób przychylny dla rządzącej większości.

*Wiem, że pojawiały się te informacje, że nie możemy o pewnych tematach pisać. O PiS piszemy dobrze [...].*

*Na kolegium, po przejęciu, nowy redaktor naczelny tytułu powiedział wprost „nie atakujemy rządu”.*

W tym zakresie, dziennikarze i dziennikarki biorący udział w badaniu podawali przykłady ograniczania swobody dziennikarskiej przy przygotowywaniu materiałów na tematy polityczne. W takich sytuacjach, część rozmówców i rozmówczyń zwracała uwagę, że dostawali polecenie, by nie poruszać danych tematów lub że dane zagadnienia związane z polityką zostały powierzone osobom obdarzonym zaufaniem nowego kierownictwa.

*Od razu dostaliśmy informacje, że mamy się absolutnie nie zajmować polityką, bo jesteśmy od spraw lokalnych. Trudno jest tworzyć tekst publicystyczny na jakikolwiek temat bez odwołań do aktualnej polityki, więc czułam od razu, że mam trochę związane ręce.*

– *Mówił pan o tym, że (osoba z nowego zarządu Polska Press – red.) dzwoniła i mówiła, o czym mają Państwo teraz pisać?*

– *Nie, nie mówiła o czym teraz pisać, tylko kto ma pisać.*

*Rozmawiamy o dziurze w drodze, a nie rozmawiamy o tym, że na tę drogę nie ma pieniędzy, bo to już jest polityka.*

*Włączyła się wtedy właśnie autocenzura i każdy się bardzo pilnował, bo (...) bezpieczniej jest napisać o tej dziurze w drodze i nie mieć problemów.*

Ponadto praktyka korzystnego przedstawiania działań rządu w materiałach prasowych obejmowała przypadki przygotowania list polityków związanych z Zjednoczoną Prawicą, z którymi dziennikarze powinni prowadzić wywiady. W niektórych przypadkach tym poleceniom towarzyszyły również przygotowywanie przez nowych redaktorów naczelnych pytań do zadania w trakcie wywiadów z politykami PIS („mój kolega dostał listę pytań, które ma zadać, żeby się już nie musiał głowić nad pytaniami”). Rozmówcy wskazywali również na przykłady ingerencji w publikowane materiały mające na celu odpowiednie wyeksponowanie udziału polityka rządzącej większości w np. danym wydarzeniu lub uroczystości odbywającej się w regionie.

*Pierwszy konflikt był w ogóle kuriozalny i związany z [posełem PiS z regionu – red.] [...] (Minister – red.) przyjechał i zrobił konferencję prasową. Już nie pamiętam, co on tam powiedział podczas tej konferencji, dziennikarka była na miejscu. Zrobiła szybką relację, wrzuciliśmy ją do Internetu, plus poszło kilkanaście zdjęć z tego spotkania. I przyszedł naczelny, stanął nad moim biurkiem, mimo że ja nie byłem wydawcą wtedy, stanął nad moim biurkiem i mówi: „Czy ty to widziałeś?”. Otwiera mi stronę internetową, na stronie internetowej zdjęcie ministra, jakiś tytuł, no więc ja zaczynam czytać, myślę „Boże co tam jest napisane?”. Nie czytałem tego tekstu, a on mówi: „Widzisz zdjęcie?”. Ja pytam: „Ale co z tym zdjęciem?”. Na co on: „No, nie ma tutaj tego (posła PiS z regionu), a to on go zaprosił”. Ja na niego spojrzałem i mówię: „Ty chyba sobie jaja robisz?”, a on „ale, że co?”. Ja mu mówię: „przecież minister jest głównym bohaterem, on się wypowiada, on przyjechał tutaj powiedzieć, co nas interesuje ten poseł?”. I zapomniałem o tej sprawie [...] skończyłem pracę, pojechałem do domu i dostałem telefon od wydawcy, że „słuchaj, była wielka awantura. (Redaktor naczelny – red.) kazał mi wymienić to zdjęcie na zdjęcie ministra z posełem PiS.*

Ingerencje w teksty oraz naciski na wybór poszczególnych tematów miały również bardziej subtelny kształt – jeden z rozmówców wskazywał, że faworyzowanie rządzącej większości przybiera także formy np. nadmiernego promowania wydarzeń kulturalnych organizowanych przez polityków rządzącej większości lub marginalizowanie opozycji.

*Więc oni w gruncie rzeczy nie piszą, że Tusk jest zły, PiS jest fajny, ale jednocześnie takim głupkowskim tekstem o wystawie wpisują się w propagandę PiS-owską [...]*

*Generalnie marginalizacja opozycji a dawanie forum partii rządzącej, a w zasadzie wyłącznie PiS-owi, to był standard.*

W tym kontekście szczególnie niepokojące jest zauważone w kilku redakcjach ograniczanie funkcji kontrolnej mediów. Jedna z rozmówczyń wskazała, że nowy redaktor naczelny miał poinformować, że ich gazeta:

*To nie jest medium, które ma przynieść zysk, to jest medium, które ma przynieść wyborców do urny [...] Zostaliśmy wykupieni przez rząd, jesteśmy grupą rządową, a komu to nie pasuje, ten jest na wylocie.*

*To była jego (nowego redaktora naczelnego – red.) pierwsza wypowiedź na kolegium albo jedna z pierwszych: „pamiętajcie, nie atakujemy rządu”. Z takim przesłaniem przyszedł do gazety, do mediów, których właściwie istotą jest patrzeć na ręce władzy.*

Po drugie, w rozmowach z osobami biorącymi udział w badaniu pojawiały się również przykłady zakazów poruszania tematów i zagadnień, które mogły dotyczyć kwestii światopoglądowych np. praw osób LGBT czy sytuacji uchodźców.

*(na propozycję tematu dotyczącego promocji solidarności z osobami LGBT – red.) wicenaczelnym powiedział, że absolutnie nie będziemy, nie będziemy promować LGBT.*

*(Dziennikarz zgłosił temat uchwał anty-LGBT przyjmowanych przez samorządy) to usłyszałem, że nie, nie będziemy o tym pisać. Wdawało mi się, że jest to zjawisko społecznie, również politycznie, ważne i należy się nim zająć więc uparłem się i zacząłem dopytywać, dlaczego nie. Usłyszałem, że „nie, bo nie będziemy tutaj takich rzeczy pisać”. Więc odstąpiłem.*

*Takie właśnie wydawanie poleceń [...] albo cofanie moich rozmów albo zabronienie mi rozmawiania na temat uchodźców.*

Ograniczenia w dobrze tematów dotyczyły również publikacji na temat np. niektórych przedsiębiorstw, w tym także spółek samorządowych czy spółek skarbu państwa, w tym samego PKN Orlen.

*Nie ukrywam, że skoro należymy do Orłenu, to dziwnie nam pisać o tym, że Orlen prowadzi dziwną politykę cenową. I pod tym względem mam mieszane uczucia [...]. Ale sytuacja jest o tyle szczególna, że Orlen to nie jest prywatna, komercyjna firma. Podczas gdy wszystkie media piszą o Obajtku czy pisały o Obajtku, to my z taką nieśmiałością. I to delikatnie mówiąc.*

*Orlen traktuje tę gazetę jak gazetki zakładowe.*

Ponadto, rozmówcy i rozmówczynie wskazywali na niespotykane dotąd przypadki ingerencji w przygotowywane przez siebie materiały i zmieniania ich wydźwięku lub wycofywanie z druku. Część rozmówców zwracała uwagę na praktykę wprowadzenia gruntownych zmian w tekstach, tak by ich wydźwięk odpowiadał nowej linii redakcyjnej.

*Śmiało się do niedawna, że niektórzy dziennikarze własnych tekstów nie poznają, po takiej cenzurze naczelnego.*

*Straciłam na pewno taką dużą samodzielność, było więcej wtrącania się w to, co ma być, czego ma nie być w tym wydaniu. Zdarzały się też przypadki takiej cenzury, na przykład zdjęcia jakiegoś artykułu, który już był przygotowany do druku. Raz na początku zastępca redaktora naczelnego zażądał wycofania właściwie gazety z druku [...] bo coś mu się tam nie podobało, jeśli chodzi o zawartość merytoryczną. To nie chodziło o jakieś błędy, tylko o materiały, które jego zdaniem, nie korelowały z nową linią, jaką powinno mieć gazeta.*

Niektórzy rozmówcy i rozmówczynie zwracali również uwagę na rosnącą liczbę przypadków ingerencji w przygotowane artykuły z strony polityków, zarówno z szczebla samorządowego jak i krajowego.

*(dziennikarz przygotowywał tekst na temat spółki miejskiej prowadzonej przez polityka PiS – red.) zadzwoniłem do tego polityka PiS [...] on rozmawiał ze mną w taki bezczelny sposób, to była niefajna rozmowa. Opublikowałem ten tekst i następnego dnia on do mnie zadzwonił z pretensjami i poinformował mnie też, że jest już po rozmowie z redaktorem naczelnym.*

*No i w pewnym momencie zadzwonił do mnie wydawca, z którym miałam przyjacielskie stosunki i powiedział: „no co tu się dzieje?”. Bo do niego dzwonił naczelny oburzony, a do naczelnego z kolei zadzwonił rzecznik wojewody, skarżąc się na to, że ja się czepiam wojewody, w ogóle to jest nie temat do wojewody i czego ja od niego chcę. I naczelny polecił wydawcy przeczytać ten tekst, który jeszcze nie był gotowy, i ocenić, czy przypadkiem czegoś tam nie wysmarowałam. Wydawca uspokoił naczelnego, że wszystko jest rzetelne i sprawa chyba się rozeszła po kościach.*

Rozmówcy wskazywali także na nowe zjawisko, jakim miała być zażyłość pewnych członków redakcji, w tym przede wszystkim nowego kierownictwa, z lokalnymi i wojewódzkim politykami.

*Bardzo częste wizyty u wojewody [xxx], który jest z ramienia PiS, do tego stopnia, że miałem wrażenie, że my tam po prostu mieszkamy, czy ta redakcja została przeniesiona do Urzędu Wojewódzkiego.*

*Wiem, że generalnie środowisko prawicowe, ale to partyjne – posłowie, politycy i tak dalej – czuje się wielu takich redakcjach regionalnych jak panowie na włościach. To znaczy, że w każdej chwili mogą zadzwonić do naczelnego, a jak nie do tego naczelnego, to do innego, nacisnąć, zwolnić i tak dalej i to trochę tak wygląda jakby polityka, ta polityka z Wiejskiej, wkradła się do redakcji.*

Wszystkie zmiany prowadziły, według części rozmówców i rozmówczyń, do autocenzury zwłaszcza wśród nowozatrudnionych, młodych dziennikarzy i dziennikarek. Osoby biorące udział w badaniu podkreślali, że dziennikarze i dziennikarki o krótszym stażu mniej chętnie podejmują się tematów politycznych lub światopoglądowych.

*W [regionie] odbyło się miękko, też dlatego, że większość dziennikarzy to są młodzi dziennikarze, nieukształtowani, bez jakiś jasno wyrażonych poglądów. Niektórzy sobie autocenzurę stosują.*

Jednocześnie, część rozmówców i rozmówczyń zwracała uwagę, że po przejściu Polska Press przez PKN Orlen w dalszym ciągu mierzą się z podobnymi problemami w zakresie np. doboru tematów na tyle atrakcyjnych, by przekładały się w jak największą liczbę odsłon w Internecie. Z drugiej strony jednak, dostrzegali, że po przejściu Polska Press przez PKN Orlen w mediach regionalnych zaczęli ogłaszać się nowi reklamodawcy, którymi często są spółki skarbu państwa.

*Pojawili się nowi reklamodawcy tacy jak grupa AZOTY, spółki podlegające państwu albo Skarbowi Państwa.*

*Za moich czasów, kiedy ja pracowałem, były bardzo zróżnicowane reklamy [...] Natomiast teraz jest bardzo dużo takich reklam od tych podległych państwu spółek, firm jak PZU, jak PGNIG, [...] więc mamy tubę propagandową PiS-owską, a pod spodem jest na przykład pół kolumny reklamy od Polskiej Grupy Energetycznej, na następnej stronie się PGE reklamuje, a sponsorem jakiegoś plebiscytu motoryzacyjnego jest Orlen Platinum Oil.*

Nieliczni uczestnicy i uczestniczki badania zwracali uwagę, że pomimo licznych zmian w ich redakcji, swoboda działalności dziennikarskiej nie została ograniczona.

*Nie czuję, że ktoś mi przystawia pistolet pravicowy do głowy i mówi, że jak tego nie napiszesz, to wylecisz z roboty.*

Ci rozmówcy i rozmówczynie nie wskazywali żadnych przypadków ingerencji w gotowe materiały (“były sytuacje, które wywołały moją nerwowość, natomiast nie mogę zarzucić przekłamania prawdy czy tam zmian w tekście wbrew komuś”) i podkreślali, że w dalszym ciągu mogą w sposób nieskrępowany dobierać tematy. Przy czym, jedna z tych osób wskazywała również, że pomimo względnej swobody pracy w dalszym ciągu ma wątpliwości co do tego, na ile media regionalne mogą pozostać niezależne, co jednak kontrowała obserwacją, że obecnie nie ma nigdzie w pełni niezależnych mediów.

*Ja się bardzo martwiłam o naszą niezależność po tym przejęciu i nie spałam parę nocy, bo sobie nie wyobrażałam, że te media zmieniają się w tubę propagandową [...] Nasz świat pokazuje, że w praktyce żadne źródło nie jest niezależne [...].*

## 6. Ocena niezależności mediów regionalnych w Polsce

W ostatniej części wywiadów, rozmówcy i rozmówczynie byli pytani o ogólną ocenę kondycji mediów regionalnych i perspektywy ich rozwoju.

Wśród rozmówców i rozmówczyń dominował dość pesymistyczny pogląd na przyszłość prasy regionalnej. Część rozmówców i rozmówczyń łączyła to bezpośrednio z przejściem Polska Press przez PKN Orlen. Część osób biorących udział w badaniu zwracała uwagę na to, że przejście nie poprawiło sytuacji finansowej redakcji i w dalszym ciągu utrzymuje się polityka nakierowana na maksymalizację przychodów z odsłon i reklam, co prowadzi do „*upychania najbardziej wartościowych treści w najciemniejszy kąt*”. Co równie istotne, część rozmówców i rozmówczyń wyrażała również zaniepokojenie zauważonymi przez siebie przypadkami potencjalnego politycznego wpływu na działalność gazet, co w efekcie może prowadzić do ograniczenia ich niezależności i osłabienia ich zdolności kontrolowania władzy.

Zmiany osobowe wprowadzone przez nowy zarząd Polska Press, jak również przypadki ingerencji w swobodę działalności dziennikarskiej skłaniały część rozmówców i rozmówczyń do stwierdzenia, że przyszłość oraz niezależność mediów regionalnych pozostaje zagrożona. Niektórzy mówili, że media regionalne „*mają jeszcze długą drogę do TVP info*”. Inne osoby uczestniczące w badaniu wskazywały natomiast, że ich redakcje zaczęły już funkcjonować w sposób zbliżony do „Wiadomości” TVP:

*są po prostu paszkwilami takimi, jakby sensem tego wszystkiego było – tak jak mniej więcej jest w Wiadomościach TVP 1 – ośmieszenie opozycji, ośmieszenie [obecnych władz miast, w którym nie rządzi PiS – przyp. red.], obrzydzenie ludziom [tego miasta – przyp. red.] po to, żeby przy następnych wyborach, nie wybrali*



*[przedstawiciela opozycji – przyp. red.]. Jest to po prostu cała wielka machina i wszystko jest ku temu skierowane.*

*Nasze poranne kolegia wyglądały troszeczkę tak jak wiadomości o 19:30, gdzie próbowaliśmy koloryzować rzeczywistość, zaklinać ją w jakiś tam sposób.*

Zdaniem części rozmówców i rozmówczyń kluczowym testem, który sprawdzi jakość dziennikarstwa mediów regionalnych oraz ich niezależności, będą nadchodzące wybory w latach 2023-2025.

*Ten główny wpływ (jaki przejęcie Polska Press przez PKN Orlen miało na niezależność mediów – red.), to zobaczymy dopiero przed wyborami, czy gazeta będzie dalej niezależna. Chociaż już moim zdaniem nie jest, bo jest w strukturach państwowych więc niezależna być nie może.*

Ponadto, część rozmówców i rozmówczyń łączyła również zjawisko słabej kondycji mediów regionalnych z szerszymi i bardziej powszechnymi trendami, w tym przede wszystkim spadkiem czytelnictwa prasy. Rozmówcy i rozmówczynie zwracali uwagę, że media tradycyjne są co raz mniej popularne, a przywiązane do nich są tylko pewne grupy odbiorców (w tym przede wszystkim osoby starsze).

*Jednak po roku pracy w bardzo małych społecznościach wiem, że ci ludzie rzeczywiście co tydzień chodzili [...] do sklepu po tę papierową gazetę, bo do innej albo nie mają dostępu, albo im po prostu niewygodnie. Mamy jednak starzejące się społeczeństwo i wciąż jest sporo ludzi, którzy po prostu nie chcą, czy nie mogą czytać w Internecie. No i im nie zostanie już nic.*

Część rozmówców i rozmówczyń zwracała również uwagę na spadek zainteresowania tematyką regionalną – z ich obserwacji wynika, że przeciętny czytelnik koncentruje się na tematach albo ogólnokrajowych, albo tematyce ściśle lokalnej, co z kolei promuje albo media ogólnokrajowe lub małe wydawnictwa lokalne kosztem mediów regionalnych.

Rozmówcy i rozmówczynie zwracali uwagę na konkurencję na rynku mediów, która wpływa również na pozycję i funkcjonowanie mediów regionalnych. W tym zakresie, część rozmówców i rozmówczyń wskazywała problem funkcjonowania gazet samorządowych – w ich opinii, gazety wydawane przez samorządy nie są niezależnymi mediami, a z drugiej strony tworzą bardzo konkurencyjne i wysoko opłacane stanowiska, co

powoduje przechodzenie dziennikarzy i dziennikarek z mediów tradycyjnych do tych wydawnictw. Co więcej, media dotowane z budżetu samorządów konkurują z mediami tradycyjnymi, „które próbują się utrzymać na powierzchni na zasadach komercyjnych”.

Rozmówcy i rozmówczynie zwracali również uwagę na rozwój mediów internetowych, które co prawda przyczyniają się do spadku zainteresowania mediami tradycyjnymi, ale z drugiej strony mogą być odpowiedzią na trudną sytuację mediów regionalnych.

*Te media takie tradycyjne media regionalne, są w bardzo słabej kondycji, ale na to miejsce pojawiły się nowe media, czyli portale internetowe, które nie potrzebują dużych środków na utrzymanie, a przy tym fajnie działają i są coraz bardziej zauważalne.*

– Jak Pan oceni kondycję mediów regionalnych w Polsce?

– *Stan permanentnego, dynamicznego kryzysu, ale zarazem poszukiwanie nowych rozwiązań, to znaczy widzę ze strony tych mądrzejszych otwieranie się na nowe media, nie tylko media społecznościowe, ale też inne, których pośrednikiem jest Internet.*

Pomimo tego, że część problemów, z którymi zmagają się te media – spadek czytelnictwa prasy, konkurencyjność wydań internetowych mediów regionalnych, czy sytuacja finansowa przekładająca się na warunki zatrudnienia w mediach regionalnych – rozpoczęła się na długo przed przejściem Polska Press przez PKN Orlen, to żaden z rozmówców i żadna z rozmówczyń nie wskazywała jednak, by to przejście długofalowo wpłynęło na poprawę kondycji mediów regionalnych.

Wreszcie, część rozmówców i rozmówczyń odnosiła się do kwestii oceny kondycji mediów regionalnych z perspektywy swojego własnego, często długoletniego doświadczenia oraz zaangażowania w tworzenie tych mediów. Zwłaszcza dla tych dziennikarzy i dziennikarek, którzy odeszli z mediów regionalnych po przejściu Polska Press przez PKN Orlen w obawie przed upolitycznieniem tych mediów lub w proteście przeciwko wprowadzanym zmianom, obserwowanie obecnej działalności mediów pozostaje szczególnie bolesne. Część rozmówców i rozmówczyń odbierała wprowadzone zmiany w kategoriach osobistej krzywdy i poczucia niesprawiedliwości.

*Dlatego to, co się stało, wzbudza we mnie wielki żal. Mam tylko jedno oczekiwanie [...], że osoby, które zniszczyły to wszystko, na co my tutaj pracowaliśmy i na co pracowały pewnie setki, jeśli nie tysiące ludzi w całym kraju, że za to kiedyś odpowiedzą, że zostaną pociągnięte do odpowiedzialności [...] Bo po prostu podeptano pracę wielu lat i całej rzeszy ludzi. Nie wiem, czy to kiedyś nastąpi, bo pewnie będzie o to trudno [...] i to jest taka frustracja, taki żal, wie pan, pomieszany z takim poczuciem niesprawiedliwości.*

# Aneks 1 – Metodologia

W ramach badania przeprowadzono 23 wywiady z dziennikarzami i dziennikarkami, którzy pracują lub pracowali w 14 redakcjach w mediach regionalnych wydawanych przez Polska Press.

Średni czas stażu pracy rozmówców i rozmówczyń wynosił 18 lat, przy czym rozmówca o najdłuższym stażu pracował 38 lat w mediach regionalnych, a rozmówca o najkrótszym stażu 6 lat. Wśród osób biorących udział w badaniu byli także dziennikarze i dziennikarki z kierownictwa redakcji i szefowie poszczególnych działów.

Przy dobrze próby istotne było również ustalenie, jak długo po przejęciu Polska Press przez PKN Orlen rozmówcy i rozmówczynie pozostawali zatrudnieni w mediach regionalnych. Wśród 23 rozmówców 8 w dalszym ciągu jest zatrudnionych w mediach wydawanych przez Polska Press. Pozostałych 15 rozmówców i rozmówczyń pracowało od 2 miesięcy do ponad roku od czasu przejęcia Polska Press przez PKN Orlen (czyli od marca 2021 r.).

Wywiady były prowadzone według kwestionariusza w okresie od sierpnia 2022 r. do kwietnia 2023 r. Istotnym elementem udziału w badaniu było zagwarantowanie anonimowości rozmówców, stąd przytaczane w raporcie informacje nie wskazują informacji, które mogłyby ujawnić tożsamość rozmówców i rozmówczyń.


W niektórych przypadkach, w przytaczanych cytatach, dokonano ingerencji usuwając dane osobowe lub dodając informacje kontekstowe dla oddania pełnego sensu wypowiedzi.


W toku przygotowania końcowego raportu zwróciliśmy się do zarządu Polska Press oraz związku zawodowego z pytaniami na temat sytuacji w mediach regionalnych, jednak nie otrzymaliśmy na nie odpowiedzi.






HELŚIŃSKA FUNDACJA  
PRAW CZŁOWIEKA

 @hfhrpl

 @hfhrpl

 @hfhrpl

Helsińska Fundacja  
Praw Człowieka  
ul. Wiejska 16  
00-490 Warszawa

tel (22) 556-44-40  
fax: (22) 556-44-50  
hfhr@hfhr.pl  
www.hfhr.pl