

Prasa lokalna jest istotnym czynnikiem rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, pełni rolę opiniotwórczą i integrującą, informuje o sprawach najbliższych odbiorcom. Mimo to sytuacja większości niezależnych tytułów lokalnych nie jest dobra. Brak silnego zaplecza organizacyjnego, finansowego i prawnego sprawia, że swoboda wypowiedzi najbardziej zagrożona jest właśnie na poziomie lokalnym.

Lidia Pokrzycka

Kondycja prasy lokalnej w Polsce

WPROWADZENIE

Prasa lokalna informuje o bieżącej działalności władz i tym samym sprawuje wobec nich funkcję kontrolną. Jej istotnym zadaniem jest też relacjonowanie życia wspólnoty lokalnej. Tego typu prasa motywuje obywateli do osiągania lokalnych celów i rozwijania aktywności społecznej, spełnia także funkcje edukacyjne oraz związane z upowszechnianiem kultury. Prasa lokalna służy integracji środowiska lokalnego, umożliwia kultywowanie więzi społecznych, miejscowych tradycji, buduje też poczucie tożsamości. Nie można zapominać także o funkcjach reklamowo-ogłoszeniowych, ważnych dla przedsiębiorców i czytelników, a także rozrywkowych, w dzisiejszych czasach często decydujących o sukcesie ekonomicznym na rynku prasowym¹.

Wydawnictwa lokalne dzieli się na prywatne (niezależne) oraz wydawnictwa samorządowe (prowadzone lub dotowane przez samorządy gmin i powiatów), do których należą biuletyny

informacyjne dotyczące pracy władz lokalnych oraz gazety samorządowe mające o wiele szerszą formułę i składające się w większości z relacji o wydarzeniach niezwiązanych z działalnością samorządu².

Do niezależnej prasy zalicza się zazwyczaj pisma lokalne, wydawane przez prywatne podmioty, ale niebędące częścią dużych koncernów prasowych czy medialnych i utrzymujące się głównie ze sprzedaży nakładu i reklam. Niezależność oznacza brak stałych dotacji z kasy miejskiej, gminnej lub ze środków partii politycznych, lecz zmusza do zabiegania o reklamodawców. Niezależność jest niezbędnym warunkiem wiarygodności gazety. Dzięki niej może ona sprawować w lokalnej społeczności funkcję kontrolną – podstawową dla prawidłowego rozwoju demokratycznego społeczeństwa³. Prasa samorządowa nie może realizować tej funkcji. Jednak należy podkreślić, że funkcje

¹ M. Jachimowski, *Funkcje współczesnej prasy lokalnej i możliwości ich realizacji: Prasa jako „czwarta władza” stojąca na straży lokalnej demokracji czy zakładnik miejsko-gminnych układów?* [w:] *Wolność słowa w prasie lokalnej*, A. Bodnar, D. Bychawska-Siniarska (red.), Warszawa 2010, s. 21–22.

² R. Kowalczyk, *Podstawy przeobrażeń ilościowych prasy lokalnej* [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku*, Kraków 2007, s. 81–82.

³ A. Hejman, *Między misją a biznesem. Niezależna prasa lokalna* [w:] *Dziennikarstwo, media, społeczeństwo*, S. Mocek (red.), Warszawa 2005, s. 332–333.

integracyjne, informacyjne czy rozrywkowe może spełniać każdy rodzaj prasy lokalnej, niezależnie od specyfiki wydawcy.

ROZWÓJ PRASY LOKALNEJ W POLSCE

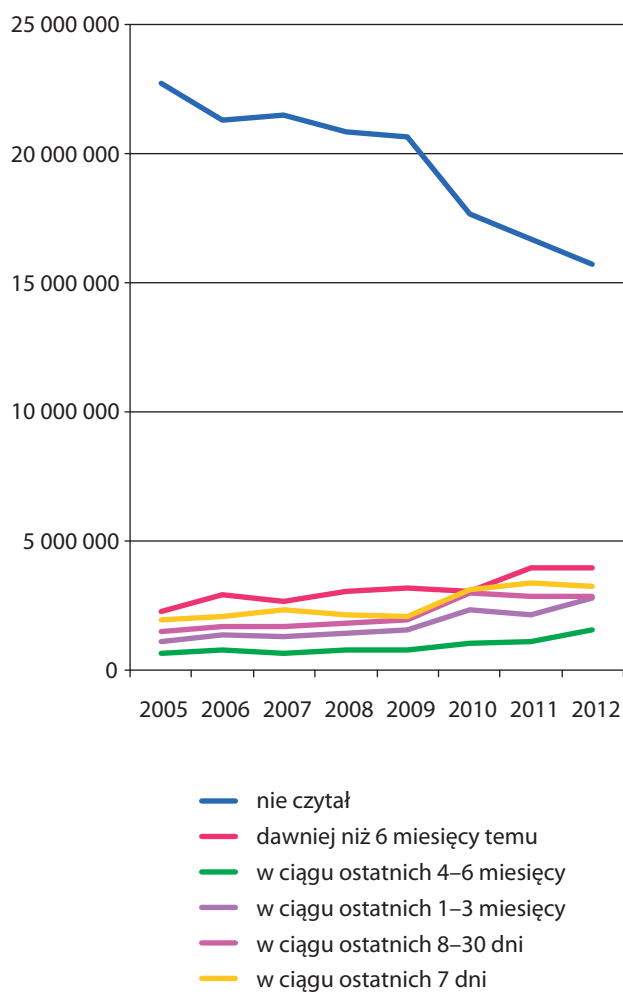
W Polsce znaczenie prasy lokalnej raptownie wzrosło po roku 1989 wraz z demokratyzacją i wprowadzeniem reform samorządowych. Choć na ten temat nie są prowadzone systematyczne badania, to wiemy, że sytuacja na rynku jest bardzo dynamiczna – szacowano, że w 1999 r. istniało tylko 10–15% gazet lokalnych wychodzących w latach 1988–1990. W rezultacie niedostatku środków finansowych, nieprzemyślanych decyzji, niedostatecznych kwalifikacji wydawniczo-dziennikarskich, szybkiego zniechęcenia czy braku zainteresowania władz administracyjnych i samorządu w gminie, powiecie i województwie występuje powszechne zjawisko nietrwałości gazet lokalnych. Polski rynek prasy lokalnej cechuje więc upadanie i powstawanie tytułów. Tylko 30–40% utrzymuje się stale na rynku. Następują też zmiany własnościowe, np. w ostatnich latach rośnie liczba periodyków wydawanych przez spółki handlowe, w których samorząd jest częściowym lub jedynym udziałowcem.

Szacuje się, że co drugi tytuł prasowy ma lokalny charakter, a ich liczba wynosi od 2,5 tys. do 3 tys. Zgodnie z badaniami ankietowymi z przełomu lat 2001/2002 struktura własnościowa prasy lokalnej była następująca: pisma prywatne, niezależne stanowiły 39%, prasa samorządowa – 36,5%, prasa wydawana przez organizacje społeczne i fundacje – 14,4%, prasa parafialna – 9,7%, prasa partii politycznych – 0,4%. Wśród publikacji lokalnych dominowały miesięczniki (ponad 50%), dwumiesięczniki i rzadsze (ok. 22%), a więc pisma, które ze względu na częstotliwość wydawania nie mogą być uznane za wystarczająco skuteczne w dostarczaniu społeczności lokalnej aktualnych informacji. Tytuły prasy lokalnej najczęściej (77%) ukazywały się w nakładach nieprzekraczających 2 tys. egzemplarzy (w tym 57% do 1 tys. egzemplarzy)⁴.

Kondycja prasy lokalnej jest w Polsce silnie zróżnicowana terytorialnie. W 1999 r. odnotowano na rynku wydawniczym obecność 2428 tytułów. Tradycyjnie największymi ośrodkami wydawniczymi tego typu publikacji były województwa: małopolskie (276 tytułów), mazowieckie (286), śląskie (295) i wielkopolskie (266). Popularność lokalnych wydawnictw drukowanych w tych regionach wynika zarówno z gęstości zaludnienia (Śląsk), jak i dużej liczby aktywnych wydawców i bogatych reklamodawców (Wielkopolska, Mazowsze), a także tradycji czytelniczych (Małopolska). Najmniej tytułów odnotowano w województwach: świętokrzyskim (70), lubuskim (81), warmińsko-mazurskim (83), zachodniopomorskim (103)⁵.

Badania czytelnictwa prasy lokalnej też nie są systematycznie prowadzone, a mniejsze tytuły nie podlegają kontroli Związku Kontroli Dystrybucji Prasy. Wyjątkiem są profesjonalne badania prowadzone od roku 2005 na zlecenie porozumienia reklamowego Tygodnik Lokalny (TL)⁶. To projekt, którego celem jest zdobywanie reklamodawców zainteresowanych rynkiem miast powiatowych, gminnych oraz wsi. Porozumienie TL w 2013 r. obejmuje 120 tygodników lokalnych ukazujących się w całej Polsce, mających łącznie nakład ponad 900 tys. egzemplarzy.

Wykres 1. Deklaracje dotyczące czytania tytułów porozumienia TL w latach 2005–2012



Źródło: badanie dla Tygodnika Lokalnego, Millward Brown SMG/KRC.

Jeśli porównamy czytelnictwo najbardziej zbliżonych pod względem zasięgu i znanych tygodników opiniotwórczych w okresie styczeń–październik 2012 r., to tytuły wchodzące w skład porozumienia TL z liczbą czytelników niemal 4 mln można uznać za lidera rynku, wyprzedzającego takie tygodniki, jak „Angora” (blisko 2,2 mln), „Newsweek” (ok. 1,3 mln) lub „Wprost” (900 tys.)⁷.

Jak widać na wykresie 1, systematycznie spada liczba osób, które deklarują, że nigdy nie czytały tytułów zrzeszonych w TL. Jednocześnie w latach 2005–2012 widoczny jest wzrost grupy deklarującej stale, bieżące sięganie do tych periodyków. Wyniki te świadczą o tym, że rynek czytelników prasy lokalnej w grupie tytułów niezależnych jest bardzo stabilny, z tendencją do umacniania się. Gazety lokalne są często pierwszym wyborem czytelnickým dla mieszkańców miast powiatowych i wsi.

SYTUACJA EKONOMICZNA PRASY LOKALNEJ

Prasa lokalna utrzymuje się dzięki samofinansowaniu (źródła rynkowe), dotacjom władz samorządowych i innych instytucji, a także pozaredakcyjnej działalności gospodarczej wydawców. Według szacunków medioznawców jedynie 9,4% pism lokalnych

⁴ M. Gierula, *Lokalna i regionalna przestrzeń komunikacyjna mediów periodycznych w Polsce jako zbiorowy nadawca* [w:] *Współczesny dziennikarz i nadawca*, M. Gierula (red.), Sosnowiec 2006, s. 97.

⁵ [Za:] R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2009, s. 99–100.

⁶ M. Gmerek, *Konsolidacja na rynku prasy lokalnej – szansa czy zagrożenie* [w:] *Media a demokracja*, L. Pokrzycka, W. Mich (red.), Lublin 2007, s. 229–233.

⁷ Na podstawie informacji uzyskanych ze Stowarzyszenia Gazet Lokalnych (14 stycznia 2013 r.).

uzyskuje dochód i jest w stanie utrzymać się na rynku⁸. W przypadku lokalnych pism niezależnych, wydawanych w miastach powiatowych, w strukturze dochodów wpływy ze sprzedaży przeważają nad zyskiem z reklam. Wydawcy niezależnych tygodników lokalnych obawiają się jednak utraty reklamodawców. Przy wysokich kosztach druku nie mogą nawet na czas promocji obniżyć cen. Większość wydawców prasy lokalnej ma po jednym tytule, więc brakuje im środków na pokrycie ewentualnych strat. W wydawnictwach wielotytułowych łatwiej o stabilność ekonomiczną. Stąd takie inicjatywy jak wspomniane porozumienie TL. Ponadto gwarancją skutecznego kolportażu jest niezależna od Poczty Polskiej i Ruchu sieć własnych punktów sprzedaży.

Problemem wydawców prasy lokalnej jest również postępujący proces koncentracji własności oraz ekspansji wydawców prasy regionalnej. Przykładem jest zagraniczny koncern wykupujący prasę lokalną Passauer Neue Presse (tworzący grupę wydawniczą Polskاپresse), który nie tylko przejmuje tytuły regionalne, ale także przyłącza tygodniki lokalne np. do weekendowych wydań gazet regionalnych. Z jednej strony jest to proces pozytywny, gdyż sprzyja uniezależnianiu się lokalnych tytułów od władz samorządowych. Z drugiej strony koncerny stawiają na komercjalizację i unifikację tytułów. Na rynku regionalnym inwestuje też brytyjski koncern Mecom (tworzący grupę Media Regionalne). Koncern ten chętnie poszerza działalność prasy regionalnej, tworząc liczne branżowe serwisy internetowe⁹.

Wydawcy niezależnej prasy lokalnej konkurują z mediami ogólnopolskimi i wygrywają dzięki poruszaniu spraw najbliższych odbiorcom, jednak ich rywalizacja z prasą samorządową jest nierówna. Często samorządowe wydawnictwa kolportowane są bezpłatnie lub w niższej cenie (dzięki dotacjom ze środków publicznych), co zaburza warunki konkurencji z prasą niezależną. Tytuły samorządowe nie wypełniają funkcji kontrolnej, bardzo ważnej dla lokalnej społeczności, promują władze samorządowe – własnych pracodawców, mogą sprzyjać powstawaniu układów korupcyjnych, bardziej więc przypominają materiały promocyjne, nadmiernie chwalać lokalne władze. Problemem jest także zamieszczanie w prasie samorządowej reklam komercyjnych, co utrudnia samofinansowanie niezależnych tytułów. Zamieszczanie tego typu reklam w wydawnictwach samorządowych może prowadzić również do wytworzenia układów korupcyjnych pomiędzy reklamodawcą a lokalną władzą.

Wydawanie prasy przez samorządy budzi liczne kontrowersje. Można się zastanawiać, czy samorządy nie naruszają reguły swobodnej konkurencji na rynku. Chociaż zasady wydawania są takie same dla właścicieli tytułów prywatnych i samorządowych, to publikowanie samorządowej prasy bezpłatnej zamieszczającej komercyjne reklamy można już uznać za praktyki ograniczające konkurencję¹⁰. Z drugiej strony niezależnych inicjatyw wydawniczych nie jest na tyle dużo, by mogły dotrzeć do wszystkich potencjalnych czytelników. Prywatne tytuły oprócz wypełniania wielu ważnych funkcji nastawione są przede wszystkim na zysk. Natomiast wydawnictwa samorządowe, bez konieczności osiągnięcia zysku, mają zazwyczaj lepszą sieć dystrybucji, zasięgiem obejmują większość małych miejscowości w Polsce, docierają do swoich czytelników z informacjami, co się dzieje w gminie, mogą promować region, a także integrować społeczność.

⁸ M. Gierula, *Polska prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005, s. 180.

⁹ Zob. szerzej: *Inwestycje koncernów na polskim rynku medialnym. Wybrane zagadnienia*, L. Pokrzycka (red.), Lublin 2012.

¹⁰ Zob. E. Gierach, *Wydawanie i finansowanie przez organ samorządu terytorialnego gazety o zasięgu lokalnym*, „Zeszyty Prawnicze BAS” 2008, nr 2, s. 150–151.

PROBLEMY WYKONYWANIA ZAWODU DZIENNIKARZA PRASY LOKALNEJ

Badania opinii dziennikarzy prasy lokalnej¹¹ na temat głównych problemów wykonywania zawodu pokazały, że różnego typu naciski najczęściej zgłaszały osoby, które wykonywały pracę dziennikarza krócej niż 2 lata, a także osoby o najdłuższym stażu zawodowym. Są to więc osoby wchodzące do zawodu (wynagradzani najczęściej za tzw. wierszówkę) i już kończący swoją karierę w mediach (niebojący się utraty pracy). Pozostali dziennikarze, także w ankietach, odpowiadali bardzo ostrożnie, zachowawczo. Dodajmy, że ze względu na sytuację ekonomiczną członkowie redakcji rzadko zatrudniani są na etatach, najczęściej obowiązują ich umowy-zlecenia i wierszówki.

Ankietowani dziennikarze uważali, że podstawą powodzenia i siły prasy regionalnej i lokalnej stają się najczęściej skuteczne interwencje w sprawach mieszkańców. To sprawia, że prasa ta oceniana jest pozytywnie przez czytelników, natomiast czasami bardzo krytycznie przez władze samorządowe i firmy lokalne. Opisywanie spraw dotyczących np. niejasnych powiązań świata biznesu i polityki jest jeszcze bardziej ryzykowne. Chociaż media postrzegane są jako czwarta władza, to możliwość faktycznego wpływu na rzeczywistość w takim wypadku jest ograniczona. Krytyczne opisanie przez dziennikarza osób czy pewnych zjawisk może pociągać za sobą konsekwencje dla opisywanych, ale często także i dla samego piszącego. Dziennikarze stają więc przed dylematem – pisać o czymś krytycznie czy nie? Jeżeli rzetelnie opiszą sprawę (np. dotyczącą urzędników samorządowych), w przyszłości mogą stracić źródło informacji albo nawet otrzymują upomnienie czy nagane, których uzasadnieniem jest obraza władz samorządowych. Daje się także zauważyć postępujący proces zależności dziennikarzy od pracodawców oraz tak zwanych „układów”.

Za główne problemy zawodowe ankietowani dziennikarze uznawali najczęściej: niskie zarobki („Relatywnie niskie płace w porównaniu do stopnia ponoszonej odpowiedzialności i roli społecznej”), zbyt małe zespoły ludzkie w redakcjach oraz trudny, konkurencyjny rynek. Akcentowano, że krytyka władzy i urzędników nie jest łatwa, bowiem prowadzi do unikania kontaktów i odcinania od informacji. Dużo łatwiejsze jest za to oddziaływanie na dziennikarza ze strony lokalnych grup nacisku.

Ankietowani jako istotny problem wymieniali także brak merytorycznego przygotowania dziennikarzy lokalnych, brak stabilizacji zawodowej i niskie kompetencje osób prowadzących redakcje. Problemem stają się również interesy właścicieli, strach przed zwolnieniem oraz coraz większe wymagania za coraz niższe wynagrodzenie.

Dziennikarze akcentowali trudności związane ze zmaganiem się z urzędniczą niekompetencją, zakusy polityków i lokalnych biznesmenów na wolność wypowiedzi oraz brak zrozumienia roli dziennikarza – przede wszystkim tego, że informacji nie zbiera dla siebie, tylko dla czytelników, i nie jest petentem, ale powinien być partnerem. Jednocześnie lokalny zasięg pracy sprzyja powstawaniu nieformalnych układów. Zdarza się, że przedstawiciele instytucji celowo zatają informacje przed dziennikarzem, który wcześniej krytycznie o nich napisał. Udzielający informacji urzędnicy często żądają całych tekstów do autoryzacji (nawet jeżeli udzielił tylko jednozdaniowej wypowiedzi), grożąc, że w przeciwnym wypadku więcej informacji nie udzielą. Występują również kłopoty z otrzymaniem przez prasę informacji, dostępu do akt, władze najchętniej milczą, licząc, że dziennikarze zrezygnują z dochodzenia prawa do informacji.

¹¹ W latach 2007–2008 autorka przeprowadziła badanie ankietowe wśród dziennikarzy prasy lokalnej w województwie lubelskim.

Badania pokazują problemy z pozyskiwaniem informacji, co oznacza, że w praktyce nie zawsze przestrzegane są przepisy ułatwiające dostęp do informacji publicznych, czyli treści dokumentów urzędowych, czy wystąpień i ocen dokonywanych przez organy władzy publicznej, niezależnie do jakiego podmiotu są one kierowane i jakiej sprawy dotyczą. W tym zakresie stosuje się przepisy ustawy z 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, a także Prawa prasowego z 1984 r. Warto jednak zaznaczyć, że Prawo prasowe dopuszcza odmowę udzielenia informacji, którą można zaskarżyć do Naczelnego Sądu Administracyjnego.

Wpływ na pracę dziennikarzy prasy lokalnej ma także stosowanie art. 212 Kodeksu karnego, który stanowi, że: *Kto pomawia inną osobę, grupę osób, instytucję, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną nie mającą osobowości prawnej o takie postępowanie lub właściwości, które mogą poniżyć ją w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania potrzebnego dla danego stanowiska, zawodu lub rodzaju działalności, podlega grzywnie, karze ograniczenia albo pozbawienia wolności do roku.* Jeżeli sprawca dopuszcza się tych czynów za pomocą środków masowego komunikowania, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat dwóch. Zdaniem Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich coraz częściej dziennikarze, którzy wyjaśniają i informują opinię publiczną o głośnych i kontrowersyjnych sprawach, czyli postępują zgodnie z misją swojej profesji, są zastraszani pozwami, karami finansowymi czy prywatnymi aktami oskarżenia na podstawie art. 212 k.k., nawet jeżeli dochowują dziennikarskich standardów¹². Z danych Centrum Monitoringu Wolności Prasy wynika, że liczba procesów cywilnych i karnych wytaczanych dziennikarzom rośnie z roku na rok. W latach 2005–2006 prowadzono 402 postępowania z art. 212 k.k. W 102 sprawach postępowanie zostało umorzono, w 5 – warunkowo umorzono, 14 razy padał wyrok uniewinniający, 23 – skazujący¹³.

Problemy wykonywania zawodu, z jakimi mają do czynienia dziennikarze prasy lokalnej, powodują, że coraz ważniejsza staje się rola ich rzeczników. Są to organizacje, takie jak Stowarzyszenie Gazet Lokalnych czy Ogólnopolskie Stowarzyszenie Prasy Lokalnej, prowadzące szkolenia i konkursy oraz uczestniczące w dyskusjach na temat nowelizacji prawa prasowego, zmian w ustawie o prawie autorskim, konsultacjach ustawy o podatku VAT i innych debatach dotyczących istotnych problemów mediów, zwłaszcza prasy lokalnej. Aktywnie działa także Komisja Prasy Lokalnej Izby Wydawców Prasy. Helsińska Fundacja Praw Człowieka prowa-

dzi program „Obserwatorium wolności mediów w Polsce”, a od stycznia 2013 r. rozpoczęła projekt pt. „Monitoring zagrożeń dla wolnych mediów w Polsce i wzmacnianie funkcji kontrolnej mediów lokalnych”.

PODSUMOWANIE

Prasa lokalna zmagą się z nieformalnymi powiązaniem i naciskami. Dziennikarze boją się poruszać pewne tematy i automatycznie wykształcają w sobie mechanizm autocenzury. Wydaje się, że ten system działa skuteczniej niż cenzura prawna. Rozpowszechnianiu się autocenzury sprzyja strach o miejsce pracy. W małych środowiskach, gdzie rynek jest niewielki, dziennikarze wolą się nie narażać. Niektórzy boją się, że jeśli krytycznie opiszą działalność osoby, która ma odpowiednie wpływy w środowisku, to mogą ponieść poważne konsekwencje zawodowe, np. będą mieli problemy ze znalezieniem pracy. Dziennikarze gazet lokalnych są więc czasami uwarunkowani pewnymi zależnościami od władzy samorządowej.

Najczęściej jednak prasa lokalna jest zależna od władz z powodów finansowych, co wpływa na jej mniejszą wiarygodność i popularność wśród potencjalnych odbiorców. Prasa ta, ze względu na różnego typu zależności, a także powiązanie wąskiego przecięcia środowiska dziennikarzy z politykami podlega naciskom. Czynnikiem ograniczającym swobodę dziennikarzy jest konieczność pozyskania reklamodawców. Bez nich nie ma mowy o utrzymaniu się na rynku medialnym. Reklamodawcami w małych miejscowościach są najczęściej władze samorządowe, których w związku z tym nie należy krytykować. Zresztą również firmy prywatne rzadko zlecają reklamy gazetom, która nie ma dobrych relacji z władzą samorządową. Większość wydawców prasy lokalnej uważa zatem, że konieczne jest utrzymanie przynajmniej poprawnych stosunków z władzami samorządowymi.

Zwrócić uwagę należy także na to, że odpowiedzialność cywilną za naruszenie prawa spowodowane opublikowaniem materiału prasowego ponoszą solidarnie autor, redaktor naczelny oraz wydawca. Jednak w praktyce zdarzają się sytuacje, gdy władze redakcji zostawiają dziennikarza samemu sobie. To także nie zachęca do wykonywania rzetelnie obowiązków lokalnej czwartej władzy. Dla niezależnej prasy lokalnej konieczne jest osiągnięcie stabilności ekonomicznej, ale także prawdziwa wolność słowa, tak by dziennikarze nie bali się sumiennego wykonywania swojego zawodu.

Niezależnie od zarzutów dotyczących funkcjonowania samorządowej prasy lokalnej, trzeba podkreślić, że tego typu wydawnictwa mają do wypełnienia bardzo ważne role: informacyjno-promocyjną, a także integracyjną i są niezbędnym elementem współczesnego rynku medialnego. Ich wydawaniu nie może jednak towarzyszyć ograniczenie konkurencji rynkowej.

Dr Lidia Pokrzycka – adiunkt w Zakładzie Dziennikarstwa UMCS, wykładowca w Wyższej Szkole Przesiębiorczości i Administracji w Lublinie.



BIURO ANALIZ SEJMOWYCH

Biuro Analiz Sejmowych Kancelarii Sejmu służy eksperckim wsparciem posłom i organom Sejmu. Wydaje m.in.: „Infos”, „Studia BAS”, „Zeszyty Prawnicze BAS”, „Przed pierwszym czytaniem”, „Infos” – w zwięzłej formie podejmuje aktualne zagadnienia istotne dla polskiego społeczeństwa i gospodarki.

Wydawca:

Wydawnictwo Sejmowe dla Biura Analiz Sejmowych
ul. Zagórna 3, 00-441 Warszawa, tel. 22 694 17 27, faks 22 694 10 05, www.bas.sejm.gov.pl

Projekt graficzny:

Bogdan Żukowski

Redakcja:

Jolanta Adamiec, Jakub Borawski (redaktor naczelny), Ewelina Gierach, Mirosław Gwiazdowicz, Justyna Osiecka-Chojnacka, Albert Pol, Łukasz Żołądek (sekretarz redakcji)

Kontakt:

tel. 22 694 18 17, 22 694 17 53, e-mail: lukasz.zoladek@sejm.gov.pl