

Media | Wydawcy zarzucają sobie manipulację i nieuczciwą konkurencję

Bauer skarży „Nowy Dzień”

Największy w Polsce wydawca czasopism dla młodzieży walczy o swe dobre imię naruszone krytycznym tekstem w „Nowym Dniu”

— To manipulacja tekstem z dwutygodnika „Bravo Girl” — twierdzą przedstawiciele Bauera, komentując tekst opublikowany na pierwszej stronie weekendowego wydania „Nowego Dnia” Agory. Dziennik skrytykował w nim czasopisma dla młodzieży, zarzucając im szokujące teksty o seksie, kicz i komercyjną oprawę tematów. Wprawdzie gazeta wspominała o kilku tytułach różnych wydawców, ale najwięcej dostało się rynkowemu liderowi, Wydawnictwu Bauer, które oferuje 6 czasopism skierowanych do nastoletnich czytelników. „Szybki seks, narkotyki, pijackie imprezy — o tym czytają twoje dzieci” — alarmował „Nowy Dzień” w tytule tekstu ilustrowanego zdjęciem

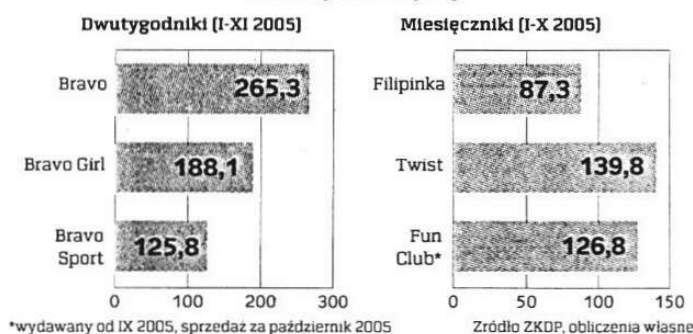
okładki „Bravo Girl” i cytatami z zamieszczonej tam relacji imprezowych doświadczeń nastolatki.

— Cytaty zostały wyrwane z kontekstu i dobrane w taki sposób, że całkowicie opacznie przedstawiają wymowę artykułu z „Bravo Girl” — twierdzi wydawca dwutygodnika w rozesłanym do mediów komunikacie. Bauer zapowiada interwencję w Radzie Etyki Mediów, Izbie Wydawców Prasy oraz „odpowiednie kroki prawne”. — W pierwszej kolejności chcielibyśmy, by Agora sprostowała manipulację na pierwszej stronie „Nowego Dnia” — mówi Jerzy Szulwic, członek zarządu Wydawnictwa Bauer odpowiedzialny m.in. za pisma młodzieżowe. Beata Kruczek, rzecznik Agory, nie komentuje zarzutów Bauera. — Nie znamy dokładnego stanowiska strony — mówi pani rzecznik.

Dotychczas Izba Wydawców Prasy nie mogła rozstrzygnąć sporów swych członków. Będzie to możliwe od 1 marca, gdy wejdzie w życie kodeks dobrych praktyk

Młodzieżowe tytuły Wydawnictwa Bauer

Srednia sprzedaż w tys. egz.



wydawców prasy. Przewiduje on, iż spory wydawców będzie rozpatrywał sąd koleżeński.

Jedną z pierwszych spraw może być skarga Edipresse Polska, wydawcy dwutygodnika „Viva!”. Edipresse zarzuciło wczoraj wydawcy konkurencyjnej „Gali” — spółce G+J Polska — iż Konkurs Walentynkowy dla czytelników tygodnika jest kopią rozpoczętej wcześniej loterii „Viva!” Casino. — Nawet umiejscowienie kuponu

jest identyczne jak w „Vivie!” — oburza się Edipresse. W liście przesłanym wczoraj do Magdaleny Malickiej, prezesa G+J Polska, spółka domaga się zaniechania działań, które naruszają dobre obyczaje i ustawę o zakazie nieuczciwej konkurencji. Edipresse chce publikacji w prasie wyjaśnień oraz przeproszenia tego wydawnictwa i czytelników „Vivy!”.

Nie udało nam się uzyskać komentarza G+J Polska. —a.b.