

KOMUNIKOWANIE LOKALNE WOBEC NOWYCH MOŻLIWOŚCI I OCZEKIWAŃ. PRASA DRUKOWANA CZY ELEKTRONICZNA?

JOLANTA KEPA-MĘTRAK

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Wydział Humanistyczny, Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa

ABSTRACT

Local communication facing new opportunities and expectations. The printed or electronic press?

apart from TV digitization the Internet and local press have been the most important events in the Polish media in the recent years. The former has been developing very intensively, the latter, which exists in the traditional form, for many years has been said to be bound to fall due to the Internet itself. But it is still doing quite well and has more and more in common with the Internet. Local communication as well as regional or national ones seem to be exceeding the limited territorial environment more and more and getting transferred to the global network with better and better results. Many publishers offer subscriptions and e-copy sales releases. On the other hand, the local printed press has still priority over the virtual media in many communities. These are the theses which the author tries to prove through the analysis of the selected local newspapers. Among them there are both local weeklies-the best-selling in the country, and short-run periodicals, especially popular in smaller towns and villages. Some of them are still very traditional and they use paper as the only carrier transfer. It mainly concerns the press of a very small range. One can clearly observe that the smaller the community, the greater the role of the traditional print media. However, it is difficult to notice the relationship between the time of launching the new titles and their form. The recent ones are not necessarily the most multimedia ones.

Key words: local media in Poland, the Internet, printed press, electronic press

✉ Adres do korespondencji: Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach; Wydział Humanistyczny, Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa, ul. Leśna 16, 25-509 Kielce

„Najważniejsze wydarzenia w polskich mediach? Internet, Internet, Internet. A poza tym? Wiele innych rzeczy”¹. To cytata z *Gazety Wyborczej*, która w pierwszym wydaniu w roku 2000 podsumowała AD 1999. Juliusz Braun, ówczesny przewodniczący KRRiTV, stwierdził wtedy, że „integracja telewizji z Internetem to największa szansa, jaką przyniósł ten rok”. Natomiast Piotr Niemczycki, wiceprezes Agory SA, za *ważną rzecz* uznał rozwój rynku lokalnego. Jego zdaniem „kondycja prasy lokalnej i radia lokalnego w danym regionie jest taka, jak kondycja ekonomiczna tego regionu. [...] Wiadomo, że Polska nie jest monolitem i regiony w różnym tempie się rozwijają. Miasta zaczynają żyć własnym życiem”².

Po 14 latach mogliśmy powtórzyć, że najważniejsze wydarzenia w polskich mediach to – poza cyfryzacją telewizji oczywiście – Internet i prasa lokalna. Ten pierwszy rozwija się niezwykle intensywnie, drugiej – w formie tradycyjnej – od lat wieszczono upadek, z powodu Internetu właśnie. Ale nadal ma się całkiem dobrze. Przy tym coraz więcej łączy ją z Internetem. Spójrzmy zatem na te, pozornie odległe od siebie, platformy komunikacyjne przez wspólny pryzmat.

O fenomienie Internetu pisał w 2005 r. w *Studiach Medioznawczych* Dominik Batorski, zwracając uwagę m.in. na to, że umożliwiał komunikowanie za pomocą różnych form, dostarcza i niewielkim kosztem tworzy radio, telewizję, gazetę³. Ale, zdaniem autora, nie zastępuje innych mediów, tylko je uzupełnia, chociaż korzystanie z niego odbywa się często kosztem oglądania telewizji⁴. Dziś, analizując funkcje Internetu, musielibyśmy potraktować je znacznie szerzej. Każdy rok odkrywa bowiem nowe możliwości jego wykorzystania, nie tylko w zakresie komunikacji międzyludzkiej. O tempie zmian technologicznych i prognozach dotyczących prasy w Polsce i na świecie w kontekście wszechobecnego Internetu i pojawiania się coraz nowocześniejszych urządzeń mobilnych (smartfony, e-czytniki, tablety) pisał ostatnio Ryszard Filas na łamach *Zeszytów Prasoznawczych*⁵. Opierając się na dotychczasowych ustaleniach, wyróżnił dwie grupy wydań elek-

¹ Z. Matyjek, KMS (opr.): Po pierwsze – Internet, po drugie..., *Gazeta Wyborcza*, 3.01.2000, dodatek *Gospodarka*, s. 25.

² Ibidem.

³ D. Batorski: Internet w Polsce. Niektóre społeczne aspekty korzystania z nowych mediów, *Studia Medioznawcze* 2005, nr 3, s. 39–57.

⁴ Związki innych mediów, głównie telewizji, z Internetem analizował też Bohdan Jung: B. Jung, Nowe technologie w mediach elektronicznych. Cyfryzacja, Internet i co dalej?, *Studia Medioznawcze* 2005, nr 3, s. 15–38. Według niego „powszechność mediów internetowych i dynamika mediów cyfrowych są napędzane konwergencją i indywidualizacją mediów, wielością platform, na których mogą one być odbierane, a także rozpowszechnieniem internetowych połączeń szerokopasmowych. Zwracał uwagę, że wszystkie media (także tradycyjne) uległy pełnej «cyfryzacji», tj. zarówno produkt, jego dystrybucja, jak i odbiór (konsumpcja, terminal) mają postać elektroniczną, która uzupełnia lub wypiera formę tradycyjną (prasę, książki)”. Takie pojmowanie roli Internetu jest zgodne z założeniami poniższych rozważań autorki – Internet jako kanał dystrybucji różnych treści, a nie medium (masowe), jak próbowała go przedstawiać na przykład Marta Juza, także na łamach *Studiów Medioznawczych*; M. Juza: Internet jako nowe medium masowe: szanse, zagrożenia, perspektywy, *Studia Medioznawcze* 2007, nr 2, s. 62–79.

⁵ R. Filas: Dokąd zmierza nasza prasa? Hipotezy i spekulacje, *Zeszyty Prasoznawcze* 2012, nr 1/2, s. 9–29.

tronicznych, zależnie od tego, w jakim zakresie odzwierciedlają one wydania papierowe danego tytułu: „wydania cyfrowe”, będące w znacznym stopniu odbiciem prasy drukowanej („repliki”, „repliki plus” oraz „dynamiczne wydania cyfrowe”) oraz „publikacje cyfrowe”, które nie mają odpowiednika w wersji drukowanej (wydania zawierające mniej niż 60% tekstów z wydania papierowego, wydania istniejące tylko w postaci elektronicznej, płatne części serwisów internetowych)⁶. Na potrzeby badań prasy dostępnej w Internecie wyróżniono nieco inny podział. Według definicji podawanej przez portal Wirtualne Media: „e-wydania to dostępne w Internecie wersje gazet, identyczne pod względem zawartości z wersjami papierowym”, a „mutacje cyfrowe to wydania różniące się finalnie od wersji papierowych, wzbogacone np. o dodatkowe zdjęcia czy multimedia, np. wydania dzienników na tablety”⁷.

W niniejszym artykule autorka odnosić się będzie do różnych form wydań elektronicznych. Sam Internet zostanie potraktowany jedynie jako kanał dystrybucji różnorodnych treści, nowoczesny nośnik przekazów wpływający zarówno na szybkość ich udostępniania, jak i odbierania, w porównaniu z prasą drukowaną często bardziej atrakcyjny także ze względu na równoczesne oddziaływanie pismem, obrazem i dźwiękiem.

W kontekście mediów lokalnych, charakteryzowanych często na podstawie zasięgu oddziaływania – kiedyś ograniczonego terytorialnie, teraz głównie treściowo – zagadnienia związane z nowymi sposobami komunikowania, wykorzystywanymi narzędziami, nabierają szczególnego znaczenia. Zważmy, że Internet jest środkiem przekazu (metamedium) wyjątkowo dynamicznym, ekspansywnym. Zasięg jego oddziaływania poszerza się coraz bardziej również dzięki nowym możliwościom technicznym i technologicznym, nowym urządzeniom, tańszej ofercie mobilnego dostępu do sieci. Jak zatem dziś określimy jego pozycję w stosunku do innych mediów? Czy globalna sieć może wchłonąć komunikację lokalną?

Czasopisma drukowane do lamusa?

Dotychczasowe rozważania odnoszące się do prasy lokalnej wskazują na silne jej przywiązanie do tradycyjnej, papierowej postaci. Przez blisko półtora wieku drukowane periodyki były najważniejszym źródłem informacji dla lokalnej społeczności⁸. Obecnie wiele wskazuje na to, iż rozkwit drukowanej prasy informacyjnej mamy już za sobą. Nawet najpopularniejsze dzienniki ogólnokrajowe czyta za-

⁶ Ibidem, s. 15.

⁷ <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/dziennik-gazeta-prawna-liderem-sprzedazy-e-wydan-puls-biznesu-wyprzedzil-gazete-wyborcza> (dostęp: 30.12.2013).

⁸ Pisał o tym m.in. R. Kowalczyk w swoich opracowaniach, np.: *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Poznań 2003; tenże: *Wczoraj i dziś prasy lokalnej w Polsce*, Poznań 2002. Lokalne i regionalne periodyki w początkach wieku XX szczegółowo analizował A. Notkowski: *Polska prasa prowincjonalna Drugiej Rzeczypospolitej*, Warszawa 1982. O trady-

ledwie co dziesiąty Polak. Większość tytułów od lat notuje spadki czytelnictwa i sprzedaży. Ciekawe jednak, że prasa lokalna, najliczniejsza pod względem liczby tytułów (i znacząca pod względem nakładu, jeśli go zsumujemy w skali kraju), na tle ogólnopolskiej i regionalnej okazuje się najskuteczniejsza w pozyskiwaniu odbiorców. Agencja PR Promedia, oferując współpracę ze 120 tytułami prasy lokalnej, szacuje jej łączny nakład na ponad 1,5 mln egzemplarzy. Stowarzyszenie Gazet Lokalnych, w pakiecie reklamowym pod nazwą Tygodnik Lokalny, obejmującym 107 tytułów, podaje nakład 897 780 egzemplarzy⁹. A to tylko niewielka część wszystkich obecnych na rynku. Wśród tygodników lokalnych są takie, które notują średnie rozpowszechnianie płatne na poziomie zbliżonym do 25 tys. egzemplarzy. Według danych ZKDP w październiku 2013 r. liderem sprzedaży był *Tygodnik Zamojski*, z wynikiem 24 195 egzemplarzy. To więcej niż ogólnokrajowy dziennik *Gazeta Polska Codziennie* i tyle samo bądź więcej niż regionalne *Gazeta Lubuska* (Zielona Góra), *Dziennik Polski* (Kraków) czy *Echo Dnia* (Kielce)¹⁰.

W Polsce periodyki lokalne są szczególnie popularne w mniejszych miastach i na wsi. Wydaje się, że na poziomie lokalnym nadal, mimo szybkich zmian w technologii informacyjnej, papier i druk pozostają podstawowym środkiem komunikowania. Tezę tę autorka spróbuje potwierdzić, analizując wybrane tytuły prasy lokalnej. Znajdą się wśród nich zarówno najlepiej się sprzedające tygodniki lokalne w kraju, jak i niskonakładowe periodyki o mniejszej częstotliwości ukazywania się, m.in. wydawane przez samorządy. Te pierwsze docierają do odbiorców zarówno w formie tradycyjnej, jak i elektronicznej, poprzez Internet. Wielu wydawców oferuje prenumeratę i sprzedaż egzemplarzową e-wydań. Niektóre tytuły jednak ciągle dostępne są wyłącznie w postaci papierowej. Jak wynika z badań realizowanych przez Millward Brown na zlecenie SGL, czyta je łącznie ponad 6 mln osób¹¹.

cjach prasy regionu kieleckiego pisał M. A d a m c z y k, Cztery epoki prasy Kielecczyny 1811–1956, Kraków–Kielce 1991.

⁹ <http://promediapr.eu/prasalokalna.htm>; Tygodniki – tabela, <http://gazetylokalne.pl/s/tygodniki-tabela> (dostęp: 2.05.2013); Stowarzyszenie Prasy Lokalnej, zrzeszające innych wydawców, nie publikuje podobnych danych, <http://prasalokalna.eu/> (dostęp: 2.05.2013).

¹⁰ *Gazeta Polska Codziennie* była jedynym dziennikiem ogólnopolskim, którego sprzedaż w lutym 2013 wzrosła w stosunku do lutego 2012; por. Coraz niższa sprzedaż dzienników w kioskach. Zyskuje tylko *Gazeta Polska Codziennie*, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/coraz-nizsza-sprzedaz-dziennikow-w-kioskach-zyskuje-tylko-gazeta-polska-codziennie> (dostęp: 2.05.2013). Ale już w październiku 2013 jej sprzedaż ogółem spadła i w stosunku do poprzedniego roku, i w stosunku do wcześniejszych miesięcy 2013; por. *Fakt* liderem sprzedaży kioskowej, *DGP* przed *Rz*, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/fakt-liderem-sprzedazy-kioskowej-dgp-przed-rz> (dostęp: 30.12.2013). Wszystkie dzienniki regionalne zanotowały w tym czasie spadki sprzedaży; por. Dzienniki regionalne: na czele *Dziennik Zachodni*, *Dziennik Wschodni* stracił najwięcej, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/dzienniki-regionalne-na-czele-dziennik-zachodni-dziennik-wschodni-stracil-najwiecej> (dostęp: 02.05.2013).

¹¹ E. Barlik, D. Bochnak, Najlepsza gazeta lokalna roku 2012 – *Tygodnik Podhalański*, <http://gazetylokalne.pl/a/najlepsza-gazeta-lokalna-roku-2012-tygodnik-podhal> (dostęp: 4.05.2013).

Liderem sprzedaży wśród tygodników lokalnych jest, według danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, *Tygodnik Zamojski* (Wydawnictwo Zamojskie). W lutym 2013 roku jego średnia sprzedaż wyniosła 26 036 egz., po wzroście względem analogicznego miesiąca rok wcześniej o 0,77 proc. Drugie miejsce zajął *Tygodnik Siedlecki – Magazyn* (Wydawnicza Spółdzielnia Pracy Stopka), którego średnia sprzedaż ogółem zmalała w lutym 2013 o 7,61 proc. w porównaniu z rokiem 2012, do poziomu 23 391 egz. Na ostatnią pozycję podium – z miejsca piątego – awansował *Tygodnik Podhalański* (Zakopiańskie Towarzystwo Gospodarcze), którego sprzedaż wyniosła 16 169 egz. (po spadku o 2,18 proc.). Szczegółowe dane zawiera tabela 1, pokazująca sprzedaż tygodników lokalnych w lutym i październiku 2012 i 2013 roku.

Najwięcej stracił *Tygodnik Ostrołęcki* (Media Regionalne), którego średnia sprzedaż ogółem od lutego 2012 do października 2013 zmniejszyła się aż o 8147 egzemplarzy, tj. o ponad 36 proc., do 14 020 egz. Ciekawostką jest zajmująca 13. miejsce w rankingu *Gazeta Powiatowa – Wiadomości Oławskie* (Dragon Media). Jej sprzedaż ogółem w lutym 2013 roku wyniosła 7 854 egz., podczas gdy w lutym 2012 roku było to tylko 19 egz. Wówczas jednak prawie cały nakład tego tygodnika rozchodził się w ramach innych płatnych form rozpowszechniania¹².

Tabela 1. Sprzedaż tygodników lokalnych w lutym 2012 i 2013 r. oraz w październiku 2012 i 2013 r. wg ZKDP

Tytuł	Sprzedaż ogółem			
	luty 2012	październik 2012	luty 2013	październik 2013
1. <i>Tygodnik Zamojski</i>	25 837	24 475	26 036	24 195
2. <i>Tygodnik Siedlecki – Magazyn</i>	25 319	22 616	23 391	20 678
3. <i>Tygodnik Podhalański</i>	16 529	15 399	16 169	15 108
4. <i>Tygodnik Ostrołęcki</i>	22 167	17 465	16 132	14 020
5. <i>TEMI Galicyjski Tygodnik Informacyjny</i>	16 837	15 474	15 582	14 393
6. <i>Tygodnik Ciechanowski</i>	12 409	11 727	12 764	11 966
7. <i>Życie Podkarpackie</i>	12 257	11 461	11 924	10 257
8. <i>Przełom – Tygodnik Ziemi Chrzanowskiej</i>	9 745	10 005	9 681	9 032
9. <i>Nowy Łowiczanin</i>	8 499	8 125	9 054	8 531

¹² *Tygodnik Zamojski* liderem tygodników lokalnych, *Tygodnik Ostrołęcki* stracił najwięcej, http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/tygodniki-zamojski-liderem-tygodnikow-lokalnych-tygodnik-ostrolecki-stracil-najwiecej_1 (dostęp: 4.05.2013); *Tygodnik Zamojski* najchętniej kupowanym tygodnikiem lokalnym, http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/tygodnik-zamojski-najchetniej-kupowanym-tygodnikiem-lokalnym_1 (dostęp: 2.01.2014).

10. <i>Obserwator Lokalny</i>	8 870	8 542	8 795	8 283
11. <i>Wiadomości Wrzesińskie</i>	9 104	8 546	8 593	7 878
12. <i>Życie Bytomskie</i>	8 310	8 266	8 128	7 085
13. <i>Gazeta Powiatowa – Wiadomości Oławskie</i>	19	21	7 854	7 331
14. <i>Gwarek</i>	7 297	7 201	7 261	6 744
15. <i>Korso</i>	6 634	6 317	6 407	5 923
16. <i>Czas Chojnic</i>	6 255	6 420	6 340	6 754
17. <i>Pałuki</i>	5 792	5 971	5 937	5 611
18. <i>Strzelec Opolski</i>	5 967	5 885	5 915	5 949
19. <i>Tygodnik Tucholski</i>	5 992	5 996	5 817	5 668
20. <i>Lokalna Gazeta Kutna i Regionu</i>	5 451	5 383	5 736	5 277
21. <i>Pałuki i Ziemia Mogileńska</i>	4 847	4 814	5 005	4 718
22. <i>Kulisy Powiatu – Kluczbork – Olesno</i>	3 695	3 581	3 669	3 337
23. <i>Głos Wągrowiecki</i>	3 355	3 235	3 242	2 835
24. <i>Kurier Internetowy</i>	2 989	3 158	3 107	3 323
25. <i>Co Tydzień (Jaworzno)</i>	3 222	2 768	3 031	2 889
26. <i>Tygodnik Prudnicki</i>	3 080	2 883	2 973	2 848
27. <i>Więści z Głowna i Strykowa</i>	2 380	2 180	2 513	2 299
28. <i>Gazeta Słupecka</i>	2 637	2 528	2 503	2 378
29. <i>Tygodnik Człuchowski</i>	2 106	2 290	2 415	2 515
30. <i>Tygodnik Gazeta Gryfińska</i>	2 425	2 253	2 369	2 352
31. <i>Co Tydzień (Mysłowice, Imielin, Chełm Śląski)</i>	1 358	1 211	1 217	1 151

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Tygodnik Zamojski* liderem tygodników lokalnych, *Tygodnik Ostrołęcki* stracił najwięcej, http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tygodniki-zamojski-liderem-tygodnikow-lokalnych-tygodnik-ostrolecki-stracil-najwiecej_1 (dostęp: 4.05.2013); *Tygodnik Zamojski* najchętniej kupowanym tygodnikiem lokalnym, http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/tygodnik-zamojski-najchetniej-kupowanym-tygodnikiem-lokalnym_1 (dostęp: 2.01.2014).

Tabela pokazuje jeszcze jedną prawidłowość. Tytuły wyróżnione osiągnęły wzrost sprzedaży. Jego skala była różna, ale w każdym przypadku liczba sprzedanych egzemplarzy się zwiększyła. Na tle prasy ogólnopolskiej i regionalnej jest to zjawisko niezwykle, które przeczy tezie o upadku prasy drukowanej. Co ciekawe, w okresie od stycznia do czerwca 2013 r. zwiększyła się sprzedaż 10 tygodników lokalnych, a w samym czerwcu wzrost sprzedaży zanotowało aż 16 tytułów¹³.

¹³ A. Todorczuk: Sprzedaż tygodników lokalnych w pierwszym półroczu 2013 roku, www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/42597,Sprzedaz-tygodnikow-lokalnych-w-pierwszym-polroczu-2013-roku (dostęp: 2.01.2014).

Statystyki i rankingi korzystne dla tygodników lokalnych

Na tle wszystkich tygodników wydawanych w Polsce, wśród których dominują telewizyjne i rozrywkowe, lokalne też wypadają zupełnie dobrze. Liderzy powyższego zestawienia plasują się na 24. i 25. miejscu, zaraz po *Uważam Rze inaczej pisane* a przed *Przeglądem*, *Przekrojem* czy *Tygodnikiem Powszechnym*. W pierwszej dziesiątce najpopularniejszych tygodników znalazł się tylko jeden tygodnik opinii (*Angora*), większość jest w drugiej dziesiątce albo jeszcze dalej¹⁴.

Należy jednak pamiętać, że omawiane rankingi tworzone są wyłącznie na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, a nie wszyscy wydawcy do niego należą. Jedni w ogóle do niego nie przystąpili, członkostwo niektórych wygasło, inni są uwzględniani dopiero od niedawna. Nawet wśród prezentowanych tytułów lokalnych zmiany pozycji w zestawieniach wynikają nie tylko ze zmian sprzedaży (a te w różnych okresach znacznie się od siebie różnią, co widać przy porównaniu tabeli 1 i 2). Na przykład w latach 2010–2011 pierwsze miejsce w rankingu zajmowała *Gazeta Regionalna*, wydawana od 8 marca 2001 r., obejmująca zasięgiem powiaty żarski, zagański, nowosolski i zielonogórski – wszystkie w województwie lubuskim¹⁵. Teraz zniknęła z rankingu, ponieważ zmienił się wydawca. Poprzedni – MKM s.c. został wykreślony z listy członków ZKDP w I kwartale 2013 r. w związku z wykreśleniem go z ewidencji działalności gospodarczej. Nowy – REGIONALNA s.c. Monika Rabe-Prokopczyk, Anna Rabe – nie zadeklarował przynależności do ZKDP¹⁶. W podsumowaniu roku 2012 (tabela 2) tygodnik jeszcze został ujęty, na drugiej pozycji, po spadku sprzedaży względem 2011 roku o 15,17 proc. (dane tego pisma za 2012 rok dotyczą okresu od stycznia do października).

Warto zauważyć, że w poprzednich latach tygodnik *Gazeta Regionalna* regularnie zwiększał sprzedaż. Po 2011 r. zaczęła ona spadać. Jak wpłynęła na sytuację na rynku zmiana wydawcy, nie wiadomo, ponieważ od ponad roku nakład i sprzedaż nie podlegają już kontroli ZKDP¹⁷.

¹⁴ Top 65 tygodników w Polsce: *Tele Tydzień* liderem, <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/top-65-tygodnikow-w-polsce-tele-tydzien-liderem> (dostęp: 2.05.2013). Według badań z października 2013 *Tygodnik Zamojski* jest na 25. pozycji zestawienia, a zaraz za nim *Tygodnik Siedlecki*, obydwaj przed *Przeglądem* i *Tygodnikiem Powszechnym*, znacznie wyżej niż *Uważam Rze*, *Tele Tydzień* liderem sprzedaży tygodników w Polsce: <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/tele-tydzien-liderem-sprzedazy-tygodnikow-w-polsce-w-czolowce-pisma-plotkarskie-top-64> (dostęp: 2.01.2014).

¹⁵ <http://zary-zagan.regionalna.pl/> (dostęp: 2.05.2013).

¹⁶ Z członkostwa w ZKDP zrezygnowało w tym okresie także Wydawnictwo Kurier – Media s.c. Jarosław Synowiec, Radosław Safianowski – tygodnik lokalny *Kurier Regionu Hawskiego*; Statystyka członków związku kontroli dystrybucji prasy, http://www.zkdp.pl/attachments/article/30/czlonkowie_zmiany_2013.pdf (dostęp: 2.05.2013).

¹⁷ Według najnowszych informacji opublikowanych w portalu Press.pl nowy wydawca *Regionalnej* wprowadzał w błąd czytelników poprzez podawanie w swojej reklamie nieprawdziwych informacji o zasięgu i czasie obecności na rynku tygodnika. Autor skargi zarzucił wydawcy m.in., że sięgnął do historii tytułu, którego nie wydawał. Komisja Etyki Reklamy uznała, że reklama „nie była prowadzona w poczuciu odpowiedzialności społecznej”; D. Różańska: KER: reklama tygodnika

Tabela 2. Najpopularniejsze tygodniki lokalne w latach 2009–2012 wg ZKDP

Tytuł	Sprzedaż ogółem			
	rok 2012	rok 2011	rok 2010	rok 2009
1. <i>Tygodnik Zamojski</i>	24 461	25 540	26 995	27 817
2. <i>Regionalna</i>	23 418	27 605	27 398	24 955
3. <i>Tygodnik Siedlecki – Magazyn</i>	23 341	24 729	26 178	27 073
4. <i>Tygodnik Ostrołęcki</i>	19 300	21 176	23 957	24 116
5. <i>Słowo Podlasia</i>			21 485	23 173
6. <i>Panorama Leszczyńska</i>			20 895	23 386
7. <i>Tygodnik Podhalański</i>	16 207	17 052	17 535	17 726
8. <i>TEMI Galicyjski Tygodnik Informacyjny</i>	15 839	16 174	16 830	16 632
9. <i>Tygodnik Ciechanowski</i>	12 036	12 463	14 724	14 909
10. <i>Życie Podkarpackie</i>	11 538	11 890	12 058	12 790
11. <i>Super Tydzień Chełmski</i>			11 131	10 687
12. <i>Przełom – Tygodnik Ziemi Chrzanowskiej</i>	9 665	9 883	9 964	10 331
13. <i>Nowiny Jeleniogórskie</i>	8 089	9 055	9 786	10 757
14. <i>Wiadomości Wrzesińskie</i>	8 696	9 241	9 614	9 888
15. <i>Obserwator Lokalny</i>	8 607	8 645	8 259	8 202
16. <i>Nowy Łowiczanin</i>	8 349	8 342	8 364	8 795
17. <i>Życie Bytomskie</i>	7 964	8 122	8 182	
18. <i>Gazeta Powiatowa – Wiadomości Oławskie</i>			8 022	8 584
19. <i>Kurier Regionu Hławskiego</i>	7 404	7 738	7 954	8 102
20. <i>Gwarek</i>	7 037	7 203	7 664	
21. <i>Jarmark</i>	6 350	7 825		
22. <i>Korso</i>	6 293	6 576	6 912	6 685
23. <i>Czas Chojnic</i>	6 336	6 209	6 259	5 474
24. <i>Tygodnik Tucholski</i>	5 993	5 997	6 159	6 265
25. <i>Pałuki</i>	5 806	5 820	5 931	5 850
26. <i>Strzelec Opolski</i>	5 865	5 960	5 916	
27. <i>Pałuki i Ziemia Mogileńska</i>	4 753	4 884	4 809	4 584

Regionalna narusza dobre obyczaje, www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/43875,KER_-reklama-tygodnika-Regionalna-narusza-dobre-obyczaje (dostęp: 2.01.2014).

28. Lokalna Gazeta Kutna i Regionu	5 397	5 234	3 862	
29. <i>Głos Wagrowiecki</i>	3 274	3 294	3 433	
30. Kulisy Powiatu – Kluczbork – Olesno	3 563	3 527	3 337	
31. Kurier Internetowy	3 102	2 966	2 916	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Tygodniki lokalne traciły w 2012, *Tygodniki Zamojski* nowym liderem, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/tygodniki-lokalne-tracily-w-2012-tygodniki-zamojski-nowym-liderem> (dostęp: 2.05.2013); W 2010 roku wśród tygodników lokalnych najwięcej zyskał *Czas Chojnic*, www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/25312,W-2010-roku-wsrod-tygodnikow-lokalnych-najwiecej-zyskal-Czas-Chojnic (dostęp: 30.12.2013); Raport ze sprzedaży tygodników lokalnych w 2012 roku, www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/41011,Raport-ze-sprzedazy-tygodnikow-lokalnych-w-2012-roku (dostęp: 30.12.2013).

Nie ma w aktualnym zestawieniu (tabela 1) także *Słowa Podlasia* czy *Panorama Leszczyńskiej*, choć ich sprzedaż przewyższa wiele prezentowanych tytułów, ale spółki je wydające wycofały członkostwo w ZKDP¹⁸. Prezentowanych danych nie można zatem traktować jako w pełni obiektywnych. Mogą być jedynie pewną wskazówką odnośnie do aktualnej sytuacji na rynku prasy. Podobnie jak nakłady publikowane przez Stowarzyszenie Gazet Lokalnych, według którego największym tygodnikiem lokalnym w Polsce jest *Kronika Beskidzka*, ukazująca się w 36 tysiącach egzemplarzy w 5 powiatach województw małopolskiego i śląskiego: Sucha-Beskidzka, Wadowice, Oświęcim, Bielsko-Biała, Żywiec¹⁹. Następne pod względem wielkości nakładu są tytuły z czołówki rankingu ZKDP – *Tygodnik Zamojski* i *Tygodnik Siedlecki* – po 34 tys. egz. Są też bardzo znaczące dwutygodniki, np. *Nad Wisłą* w powiatach piaseczyńskim, grójeckim i konstancińskim (28 tys. egz.). W żadnych zestawieniach nie są ujmowane dwutygodniki wydawnictwa Prasa Lokalna, obejmującego zasięgiem gminy Czechowice-Dziedzice, Skoczów, Strumień i Chybie w województwie śląskim: *Nowa Formacja* (do 1988 r. miesięcznik literackiego Klubu Młodych Exodus; od 21 lipca 1989 r. regularny, płatny dwutygodnik; od 1992 r. wydawnictwo prywatne); *Gazeta Czechowicka* (pierwszy numer w lipcu w 2002 r.); *Czas Skoczowa* (pierwszy numer w lipcu 2008 r.)²⁰. I jest jeszcze wiele innych.

Nie można zatem mówić o prasie lokalnej tylko przez pryzmat tygodników prezentowanych w rankingach. Ale nawet niepełne statystyki pozwalają stwierdzić, że liczba sprzedawanych (i/lub rozdawanych) egzemplarzy sytuuje prasę lokalną w czołówce w swoich środowiskach. Bezsprzecznie jest ona najbliższa

¹⁸ Grupa Wydawnicza „Słowo” Sp. z o.o. w 2012 r. wycofała swoje członkostwo w ZKDP z tygodnikami *Słowa Podlasia* i *Super Tydzień Chełmski*. Podobnie „Panorama” Sp. z o.o. – tygodnik *Panorama Leszczyńska*, Wydawnictwo „Wspólnota” Orzechowski Mateusz – tygodnik bezpłatny *Wspólnota Regionalna*, Statystyka członków związku kontroli dystrybucji prasy, http://www.zkdp.pl/attachments/article/30/czlonkowie_zmiany_2012.pdf (dostęp: 2.05.2013).

¹⁹ <http://gazetylokalne.pl/s/tygodniki-tabela> (dostęp: 4.05.2013).

²⁰ <http://www.prasa-lokalna.pl/index.php> (dostęp: 4.05.2013).

lokalnym odbiorcom i w największym stopniu może zaspokajać ich potrzeby informacyjne, pełnić funkcje perswazyjne, motywacyjne, integracyjne, socjalizacyjne, rozrywkowe i inne. I nie tylko może, ale z pewnością je zaspokaja. Choć niejednakowo w różnych środowiskach²¹.

Ewolucja w Internecie

Wszystkie wiodące tygodniki lokalne są oczywiście obecne w Internecie. I to też nie jest nowością, lecz zmienia się forma ich obecności, wyraźnie ewoluują. W *Tygodniku Zamojskim*, dostępnym pod adresem www.tygodnikzamojski.pl/, jeszcze dwa lata temu najważniejsze wydawały się wydania drukowane, ukazujące się w środy, od 1979 roku. Aktualności na stronie internetowej – „Z ostatniej chwili” – uzupełniane były kilkakrotnie w ciągu dnia, ale nie było ich zbyt dużo. Można było natomiast znaleźć wszystkie „jedyńki” wydań drukowanych, począwszy od roku 2005, od którego *Tygodnik Zamojski* zagościł w Internecie. Dostępne były także odpłatne e-wydania, pojedyncze numery od drugiego półrocza 2010 lub bieżąca prenumerata roczna bądź półroczna²². I to pozostało bez zmian. Co się zatem zmieniło? Strona jest bogatsza, żywsza, dostępna także w wersji na urządzenia mobilne. Jak wszędzie – dużo zdjęć, także od czytelników, filmy. Wszystkie wiadomości można na bieżąco komentować, z czego internauci rzeczywiście korzystają, bo przy niektórych tematach jest ponad 30 komentarzy. A zachęcając do zamieszczania reklam w internetowym wydaniu pisma, redakcja chwali się ponad 5300 wejściami na stronę dziennie i *Nr 1 wśród tygodników regionalnych (sic!) w Polsce*. Tygodnik ma też swoje konto na Facebooku, do którego link znajduje się na stronie głównej. Służy ono oczywiście autopromocji, choć – sądząc po komentarzach do wpisów tu zamieszczanych – cieszy się mniejszym zainteresowaniem, mimo, że „lubi” je ponad 3700 osób²³.

Tygodnik Zamojski obejmuje swoim zasięgiem powiaty biłgorajski, hrubieszowski, krasnostawski, tomaszowski i zamojski. Z tych terenów zamieszczane są informacje i tam dociera tradycyjna forma czasopisma. Elektroniczna wersja oczywiście temu ostatniemu ograniczeniu nie podlega. Jednakże dostępne dla wszystkich są tylko niektóre treści, w tym fragmenty materiałów z wydań drukowanych, opatrzone dopiskiem: *To jedynie część artykułu. Kompletny artykuł przeczytasz w obecnym wydaniu Tygodnika Zamojskiego. Zapraszamy do punktów sprzedaży, lub do zakupu e-wydania*. Cena wydania drukowanego to 2,50 zł (w prenumeracie 2,30), elektronicznego 1,50 zł. Ilu odbiorców znajdują e-
w-

²¹ Funkcje mediów lokalnych analizowali m.in. M. Gierula: *Polska prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005; R. Kowalczyk: *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2008; S. Michałczyk: *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*, Katowice 2000.

²² Autorka prezentowała wybrane czasopisma podczas konferencji „Współczesny polski system medialny”, Kielce, październik 2011.

²³ <https://www.facebook.com/tygodnik.zamojski> (dostęp: 2.05.2013).

дания, nigdzie się nie ujawnia. Podany jest tylko nakład papierowy – 31 tys. egzemplarzy, niezmienny od kilku lat (sprzedaż, jak wspomniano wyżej, ok. 25 tys. egz.).

Strona internetowa drugiego pod względem sprzedaży na przytaczanej wyżej liście rankingowej *Tygodnika Siedleckiego* – www.tygodniksiedlecki.com, obejmującego zasięgiem powiaty: siedlecki, garwoliński, łosicki, łukowski, miński, sokołowski i węgrowski, jest bardziej statyczna, uporządkowana, a przez to – na pierwszy rzut oka – mniej atrakcyjna wizualnie. Każdy powiat ma swoją zakładkę. Wydzielone są też Sport i Kultura oraz Biuro reklamy, Konkursy i Tygodnik, czyli informacje: o zespole redakcyjnym, historii gazety, warunkach prenumeraty (bez podania ceny) itd. Są też e-wydania, za które proponuje się płatność SMS-em (2 zł plus VAT) – za pojedyncze numery lub – po zarejestrowaniu się na stronie internetowej – prenumeratę e-wydań. Bezpлатnie można zobaczyć tylko pierwsze strony poszczególnych numerów, w miniaturze. Forma drukowana dostępna jest w sprzedaży egzemplarzowej lub prenumeracie. Ukazuje się na rynku w środy.

Tygodnik Siedlecki także umożliwia komentowanie na bieżąco każdej informacji, a przy jej zapowiedzi widoczna jest liczba wejść i liczba komentarzy. Te pierwsze bywają liczone w tysiącach, drugie w dziesiątkach. Konto na Facebooku natomiast nie cieszy się popularnością (niespełna 660 osób „lubi” je), a wpisy przeważnie pozostają bez żadnych uwag²⁴. Podobnie wygląda konto na Twitterze²⁵.

Do zakupu e-wydań zachęca również pod adresem www.to.com.pl *Tygodnik Ostrołęcki*, wydawany przez Media Regionalne na północno-wschodnim Mazowszu, w pięciu powiatach: makowskim, ostrołęckim, ostrowskim, przasnyskim i wyszkowskim. Poszczególne numery dostępne są w wielu wersjach: w prenumeracie tradycyjnej lub elektronicznej, e-wydaniach (aktualne wydanie można również kupić za SMS-a), na iPada, iPhone’a, na telefon. Można też zobaczyć miniatury wszystkich stron, nie tylko „jedynek”, przejrzeć darmowe wydanie wybranego przez serwis numeru tygodnika. Podobnie jak w innych wydawnictwach Mediów Regionalnych, strona internetowa jest zupełnie odmienna od wersji drukowanej, podzielona tematycznie, zawierająca serwisy specjalne, aktualizowana wielokrotnie w ciągu dnia. Niektóre treści w wydaniu wirtualnym są płatne, dostępne poprzez system Piano. Strona *Tygodnika Ostrołęckiego* jest wielofunkcyjnym portalem, umożliwiającym m.in. dokonywanie zakupów, w tym grupowych, zawieranie nowych znajomości, słuchanie radia. Pomaga w szukaniu pracy, służy radą zmotoryzowanym. Oczywiście zawiera dużo reklam, często powtarzających się na innych portalach wydawcy. Udostępnia materiały wideo, blogi, zaprasza na forum i na Facebooka (ponad 2500 fanów)²⁶.

²⁴ <https://www.facebook.com/pages/tygodniksiedleckipl/192306524132741> (dostęp: 2.05.2013).

²⁵ https://twitter.com/ts_siedlce (dostęp: 2.05.2013).

²⁶ <https://www.facebook.com/TygodnikOstrolecki> (dostęp: 2.05.2013).

Portal wydaje się najbardziej atrakcyjny spośród omawianych. Ale też jest najbardziej schematyczny, nie różni się od kilkunastu innych należących do Mediów Regionalnych. Te same reklamy, identyczna kolorystyka, taki sam układ treści i zdjęć. Te ostatnie, szczególnie na czołówce, też często są do siebie podobne – pożary, wypadki. Nie czytując się w informacje, można pomylić tytuły prasowe.

Braku oryginalności nie można natomiast zarzucić *Tygodnikowi Podhalańskiemu* – szczególnie jeśli wejdziemy w zakładkę Tygodnik Podhalański – Redakcja TP. Wprawdzie zrezygnowano z charakterystycznego logo będącego odpowiednikiem wydania drukowanego, ale winieta tegoż stała się elementem nagłówka, zachęcając do kupienia e-wydania. Nieco niżej pierwsza strona aktualnego wydania drukowanego. A w zakładkach, obok Wiadomości, Gór, Sportu, Różności, Ogłoszeń i Reklam – Telewizja TP. Kilkunastominutowe wydania Wiadomości Telewizyjnych TP przygotowywane są raz w tygodniu od 30 stycznia 2011 r. Czasem uzupełniają je wydania specjalne. Wszystkie – archiwalne i aktualne – dostępne są bez ograniczeń na stronie *Tygodnika Podhalańskiego*²⁷.

Mimo, że nakład i sprzedaż tej gazety plasują ją między trzecim a piątym miejscem listy rankingowej, od lat należy ona do najpopularniejszych i najwyżej ocenianych w Polsce. Ukazuje się od 24 lat na terenie Podhala, Orawy, Spisza i Pienin, a także w Chicago i Toronto. Wielokrotnie, m.in. w latach 1996, 2000, 2010 i 2012, *Tygodnik Podhalański* został uznany za najlepsze polskie pismo lokalne. Najpierw dwukrotnie nagrodzony przez Fundację Rozwoju Demokracji Lokalnej, później w konkursie Stowarzyszenia Gazet Lokalnych Local Press 2010 i Local Press 2012. Wydawca i dziennikarz Jerzy Jurecki jest też laureatem wielu indywidualnych prestiżowych nagród, m.in. *Rzeczpospolitej* im. Dariusza Fikusa w 2003 r., pierwszej w historii nagrody im. Jerzego Zieleńskiego przyznawanej przez Radę Etyki Mediów od 2003 r. W 2008 r. został laureatem konkursu SGL Local Press 2008 w kategorii dziennikarstwo interwencyjne i śledcze za tekst pt. „Szczawnica w raj”, a w 2012 za tekst „Daliśmy łapówkę na Hołdymasie”. W 2012 r. także Beata Zalot, redaktor naczelna *Tygodnika Podhalańskiego*, zdobyła nagrodę za tekst „Eurosieroty”, a fotoreporter Bartłomiej Jurecki zrobił najlepsze zdjęcie roku. Nagrodzone zostało również Zakopiańskie Towarzystwo Gospodarcze, wydawca *Tygodnika*, za najlepszy filmowy materiał dziennikarski²⁸. A na Facebooku „lubi” go aż 9800 osób.

Za najlepszą stronę internetową jury Local Press 2012 uznało natomiast Przelom.pl, witrynę *Przelomu. Tygodnika Ziemi Chrzanowskiej*. Pozornie z wydaniem papierowym nie ma on wiele wspólnego – informacje o nim można znaleźć w portalu elektronicznym po dokładniejszym przyjrzeniu się całej stronie starto-

²⁷ <http://www.tygodnikpodhalanski.pl/?mod=telewizja&strona=8&id=18789&id=11547> (dostęp: 4.05.2013).

²⁸ *Tygodnik Podhalański*, <http://gazetylokalne.pl/g/tygodnik-podhalanski?page=2>; M. Wyszynska, *Tygodnik Podhalański* Gazetą Lokalną Roku w konkursie Local Press 2012, <http://www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/40957,Tygodnik-Podhalanski-Gazeta-Lokalna-Roku-w-konkursie-Local-Press-2012> (dostęp: 4.05.2013).

wej, na której znajduje się wzmianka, że ukazał się najnowszy numer *Przełomu* oraz miniatura jego „jedynki”. W zakładce Archiwum dostępne są materiały ze starszych numerów – od września 2002 r. począwszy, ale tylko w postaci spisu artykułów w poszczególnych działach. W zakładce Redakcja czytamy natomiast: *Gazeta powstała 16 września 1990 r. i ukazuje się nieprzerwanie do dziś. Zasięgiem obejmuje obecnie pięć gmin powiatu chrzanowskiego: Alwernię, Babice, Chrzanów, Libiąż i Trzebinę oraz gminę Krzeszowice w powiecie krakowskim i gminę Chelmek w powiecie oświęcimskim. Łączny nakład pisma wynosi 12 800 egz.*²⁹.

Portal ma budowę wielostopniową. Ze strony głównej internauta może zostać przekierowany na Blogi, Forum czy do Drukarni (odrębna strona z własnym adresem). Może też się przełączyć na TV Przełom. Pozostałe zakładki: Redakcja, Reklama, Konkursy, Interwencje, Tu jesteście, Archiwum pozwalają wejść „głębiej”, na niższy poziom, tzn. uszczegółowić wybrane zagadnienia, a równocześnie umożliwiają szybką zmianę prezentowanych treści poprzez dostęp do zakładek tematycznych strony głównej: Wiadomości, Zdrowie, Z pomocą, Ważne telefony, Akcja Zima, Rozkład jazdy, Z Waszej strony, Ogłoszenia drobne, Przetargi. W Wiadomościach, jak można się spodziewać, zawarte są m.in. Aktualności, Sport, Gospodarka, Kultura, ale też Archiwum aktualności, Historia, Galeria zdjęć, Porady. Bardzo praktyczne – z punktu widzenia mieszkańca bądź turysty – informacje zawierają zakładki Zdrowie i Z pomocą. Można tu znaleźć m.in.: Dyżury aptek, Telefony do szpitali i przychodni, Opieka w nocy i święta, Poradnie specjalistyczne, Rzecznik praw pacjenta, Powiatowy rzecznik konsumentów, Służby, straże, inspekcje, Hospicja, Pomoc w sprawie zwierząt, Bezpłatne porady prawne. Oddzielnie zebrane są Ważne telefony w poszczególnych powiatach³⁰. Są to obszernie bazy danych, dające łatwy – i co ważne – bezpłatny dostęp do informacji potrzebnych w trudnych sytuacjach życiowych.

Nagroda za najlepszą stronę internetową nie powinna budzić kontrowersji, biorąc pod uwagę użytkowy charakter portalu Przełom.pl. Jest on uporządkowany, przejrzysty, a równocześnie ciekawy wizualnie. Oczywiście, jak wszystkie, zawiera wiele reklam, prognozę pogody, sondę, zaprasza na Facebooka, na którym ma konto lubiane przez blisko 4440 osób³¹. W konkursie Local Press 2012 *Przełom* został wyróżniony jeszcze w dwóch kategoriach: Tadeusz Jachnicki otrzymał nagrodę za cykl artykułów z dziedziny ekonomii, a Maciej Kozicki – edukacji³².

²⁹ Takie same dane dostępne były na stronie od kilku lat. Autorka przywoływała je podczas konferencji „Współczesny polski system...” w 2011 r.

³⁰ <http://www.przelom.pl/> (dostęp: 5.05.2013).

³¹ <https://www.facebook.com/przelompl> (dostęp: 5.05.2013).

³² E. Barlik, D. Bochnak: jw.

Prasa niskonakładowa (nie) tylko na papierze

Wszystkie największe tygodniki lokalne są obecne w Internecie, choć – jak pokazano wyżej – w różnej formie. Większość prowadzi sprzedaż e-wydań, odpowiadających zawartości wydań drukowanych, a w sieci w sposób interaktywny nie tylko informuje o aktualnych wydarzeniach i umożliwia na bieżąco komentowanie ich, ale i współtworzenie przekazów; często prowadzi specjalne serwisy, konkursy dla internautów, umożliwia kontakt z firmami partnerskimi, a nawet zakupy. Na ogół portale internetowe nawiązują do wydań drukowanych, przynajmniej poprzez pokazanie ich wyglądu („jedynki”), czasem odsyłają do ich treści.

Także tygodniki regionu najbliższego autorce – świętokrzyskiego – są przeważnie obecne w Internecie. Żaden z nich nie znalazł się wśród najwyższej notowanych pod względem sprzedaży, bo – po pierwsze – daleko im do czołówki, po drugie – nie należą do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy. Tylko cztery tytuły dwóch wydawców należą do Stowarzyszenia Gazet Lokalnych: *Tygodnik Konecki*, *Tygodnik Skarżyski* i *Tygodnik Starachowicki* spółki Starpress oraz *Gazeta Jędrzejowska* spółki Nowa Galicja. Ukazują się w nakładach na ogół nie przekraczających 10 tys. egz., ale rozwijają się zarówno w formie drukowanej, jak i elektronicznej.

Gazeta Jędrzejowska, powstała w 1993 roku, ewoluowała od miesięcznika, przez dwutygodnik (1998), do tygodnika (2000). Trzykrotnie była nagradzana w ogólnopolskich konkursach dla niezależnej prasy lokalnej, organizowanych przez Fundację IDEE (Instytut na rzecz Demokracji w Europie Wschodniej): w 1994 – III nagroda w kategorii miesięczników, w 1998 – I nagroda w kategorii dwutygodników, w 2000 – tytuł „Gazety Dziesięciolecia”³³. Strona internetowa, pod nazwą *jedrzejowska.net*. *Serwis informacyjny Gazety Jędrzejowskiej*, też się rozwija i doskonali, choć do tej pory jeszcze nie funkcjonują wszystkie zakładki, np. Historia regionu i Reklama. W porównaniu z omawianymi wyżej, zakładka jest jednak bardzo uboga. Nie pozwala na współtworzenie ani nawet komentowanie zamieszczanych materiałów. Nie ma też żadnych odsyłaczy do gazety drukowanej (sic!). W zakładce Wydarzenia co kilka dni pojawiają się nowe, krótkie wpisy, opatrzone zdjęciami. Te same są publikowane na Facebooku i Twitterze. Zainteresowanie kontami *Gazety Jędrzejowskiej* na portalach społecznościowych jest jednak nikłe. Zaledwie 135 osób lubi je na Facebooku, a 1 obserwuje na Twitterze³⁴.

Drugie z wymienionych – Wydawnictwo Starpress Sp. z o.o. ze Starachowic, istniejące od 1993 r., rozpoczęło działalność od wydawania *Tygodnika Starachowickiego* (1994), następnie *Tygodnika Skarżyskiego* (1998), a od 2000 r. stało się właścicielem *Tygodnika Koneckiego*. W 2005 r. dołączył jeszcze (bezpłatny wów-

³³ <http://www.jedrzejowska.net/o-nas/> (dostęp: 5.05.2013).

³⁴ <https://www.facebook.com/GazetaJedrzejowska>; <https://twitter.com/jedrzejowskaNet> (dostęp 05.05.2013).

czas) *Tygodnik Szydłowiecki* (woj. mazowieckie). Portal internetowy, też ostatnio rozbudowywany, jest wspólny dla wszystkich tytułów, przechodzenie od jednego do drugiego odbywa się przez zakładki na stronie głównej – www.tygodnik.net.pl/index.php – lub prezentowane na niej „jedyńki” ostatnich numerów. Wtedy pojawiają się materiały z powiatów, pogrupowane według różnych kryteriów w wielu zakładkach, wszędzie tak samo nazwanych. Podstawowe to: Galeria, TV, Konkursy, Firmy, Ogłoszenia, Informator, tygodnik.net.pl. Niektóre są jeszcze w budowie. Najwięcej jest dostępnych na stronie *Tygodnika Starachowickiego*. Na wszystkich są reklamy, prognoza pogody, kalendarz i oferta: *Dodaj swoją reklamę za 1 zł dziennie*³⁵.

Propozycje zamieszczania własnych reklam znajdują się też w innych portalach, m.in. omawianym wyżej Przelom.pl. Ale tam cena jest pięciokrotnie wyższa. Jakie są tego bezpośrednie uwarunkowania, trudno stwierdzić bez szczegółowych analiz. Przypuszczać można, że – poza innymi czynnikami – może decydować także prestiż pisma, a właściwie portalu. Starachowicki ma nieco ponad 4 tysiące odsłon dziennie, chrzanowski blisko pięć razy więcej – ponad 19 tys.

W Świątokrzyskiem ukazuje się jeszcze kilka pism lokalnych określanych mianem niezależnych. Południe regionu obejmuje *Tygodnik Ponidzia* (Busko, Pińczów). Od 1995 r. do tej pory wychodzi wyłącznie w formie drukowanej. W ostatnim czasie – we wrześniu 2012 r. – zagościł jedynie na Facebooku, zamieszczając nie tylko własne informacje i zdjęcia, lecz także kilka reklam różnych firm. Ale do początku maja 2013 r. pozyskał zaledwie 230 fanów³⁶. Na porównywalnym obszarze, tj. w Pińczowie i okolicy (gminy: Busko-Zdrój, Chmielnik, Działoszyce, Gnojno, Kije, Michałów, Nowy Korczyn, Pacanów, Pińczów, Solec-Zdrój, Stopnica, Tuczepy, Wiślica i Złota), od drugiej połowy 2012 r. ukazuje się również bezpłatny dwutygodnik *Przegląd Ponidzia* (wydawca: Firma Handlowo-Usługowa „WOJBUD” Wojciech Knapik z siedzibą w Pińczowie). Ten bez trudu można odnaleźć w Internecie. Posiada obszerną, na bieżąco aktualizowaną stronę pod nazwą *Przegląd Ponidzia*. Portal Informacyjny Ponidzia. Wersję drukowaną dwutygodnika z 2013 roku można obejrzeć w formacie PDF. Starsze wydania nie są udostępniane³⁷.

Wyłącznie w wersji papierowej ukazuje się wiele pism stowarzyszeń. Niektóre ich numery były przez pewien czas dostępne w formacie PDF na różnych stronach, także prywatnych, np. *Goniec Staszowski* – kwartalnik Staszowskiego Towarzystwa Kulturalnego był udostępniany na prywatnej stronie <http://blog.kapustowie.info/>, obecnie już nieistniejącej. *Głos Pińczowski* – miesięcznik Towarzystwa Przyjaciół Ponidzia, był widoczny na stronie Towarzystwa – aktualnie widnieje na niej tylko jeden numer – 10. (186) z października 2009³⁸.

³⁵ <http://www.tygodnik.net.pl/index.php> (dostęp: 5.05.2013).

³⁶ <https://www.facebook.com/Tygodnik.Ponidzia> (dostęp: 5.05.2013).

³⁷ <http://www.przegladponidzia.pl/> (dostęp: 8.05.2013).

³⁸ <http://www.tpp.pinczow.org/news.php> (dostęp: 8.05.2013).

Nie ma wersji elektronicznej także znaczna część wydawnictw samorządowych, głównie sublokalnych, np. *Gazeta Solecka* (kwartalnik wydawany od stycznia 2009 w gminie Solec-Zdrój), *Rakowskie Aktualności Kwartalne* (kwartalnik gminy Raków, od 2009), *Wieści z Gminy Nagłowice*, *Wieści z Gminy Słupia Jędrzejowska*. Dwu ostatnich nie zarejestrowała nawet Biblioteka Narodowa, więc próżno szukać w Internecie jakichkolwiek informacji na ich temat. Nie zachowały się także, poza wpisem do rejestru BN, żadne wzmianki o samorządowym piśmie *W gminie Pierzchnica* (5 numerów od marca 2007 do października 2010, planowany jako dwumiesięcznik)³⁹. W formacie PDF natomiast dostępne są m.in. *Gazeta Rytwiańska*, *Kurier Bogoryjski*, *Kurier Ziemi Szydłowskiej*. Na oficjalnej stronie Urzędu Gminy Nowa Słupia znaleźć można cztery numery *Kroniki Świętokrzyskiej* (kwartalnik wydawany od kwietnia 2007) z lat 2010–2012. Wszystkie numery miesięcznika/kwartalnika gminnego *Echo Stąporkowa*, od pierwszego z lipca 2007 do przedostatniego z lipca-września 2012, udostępnia Urząd Gminy w Stąporkowie. Niezależnie od tego kolejne wydania od 2010 r. są do pobrania na stronie Miejsko-Gminnego Ośrodka Kultury⁴⁰.

Przykładów chyba wystarczy, żeby po raz kolejny potwierdzić tezę o dominacji prasy drukowanej nad elektroniczną w środowiskach lokalnych. Można się też pokusić o kolejne twierdzenie – im mniejsza społeczność, tym większa rola mediów tradycyjnych, papierowych. Trudno natomiast dostrzec związki między czasem powoływania nowych tytułów a ich formą. Najnowsze tytuły wcale nie są najbardziej multimedialne, o czym będzie mowa jeszcze w dalszej części artykułu.

WWW w rejestrze czasopism

W 2007 roku w sądowym rejestrze czasopism województwa świętokrzyskiego pojawiły się po raz pierwszy publikacje elektroniczne, m.in.: Strona internetowa Urzędu Miasta Kielce www.um.kielce.pl i Internetowa Telewizja Kielce www.itv.kielce.eu jako dzienniki oraz www.sejmik.kielce.pl jako miesięcznik, www.swietokrzyska.ohp.pl jako dziennik Wojewódzkiej Komendy OHP, NSZZ Solidarność Świętokrzyska. Witamy na naszych stronach internetowych – tygodnik Zarządu Regionu Świętokrzyskiego NSZZ „S” w Kielcach, www.pupkielce.pl – informator Powiatowego Urzędu Pracy w Kielcach, www.spedpartner.pl – planowany dwa razy w miesiącu informator prywatnej firmy z okolic Pińczowa.

W kolejnych latach zgłoszenia publikacji elektronicznych uzupełniały też wydania drukowane, stanowiąc jednak zdecydowaną mniejszość wszystkich rejestrowanych tytułów. Spośród 6 periodyków samorządowych zgłoszonych do

³⁹ <http://mak.bn.org.pl/cgi-bin/makwww.exe?BM=24&IZ=Tytu%B3> (dostęp: 10.05.2013).

⁴⁰ http://www.staporkow.pl/index.php?option=com_rokdownloads&view=folder&Itemid=188&id=175%3Aecho-staporkowa; http://mgokstaporkow.pl/index.php?option=com_content&view=category&id=66:echo-stpoekowa-gazetka&layout=default (dostęp: 10.05.2013).

rejestr w 2008 r. tylko 1 miał charakter wirtualny – Portal Wrota Świętokrzyskie – dziennik Urzędu Marszałkowskiego w Kielcach. Także jeden, z deklarowaną częstotliwością 2–3 razy w tygodniu, pod nazwą gminazlota.pl – Portal Chrobrza i Gminy Złota gminazlota.tbu.pl, odnotowano w początkach roku 2009. Natomiast przy żadnym tytule rozpowszechnianym w wersji papierowej nie podawano informacji czy jest dostępny także w Internecie. Obecnie wśród kieleckich witryn internetowych są jeszcze m.in. Portal Informacji Kulturalnej Województwa Świętokrzyskiego – pik.kielce.pl oraz nagrodzona podczas Targów Intourex 2011 w Sosnowcu strona swietokrzyskie.travel⁴¹ i związany z nią kanał filmowy – tv.swietokrzyskie.travel/pl. Bezpośrednio ze strony Urzędu Marszałkowskiego dostępna jest Internetowa Telewizja – www.itv.sejmik.kielce.pl oraz Fajne Radio Internetowe – fri.net.pl.

W formie elektronicznej jest też dostępne czasopismo *Nasz Region* – PDF „do poczytania” i – co ciekawe – MP3 „do posłuchania”. O ile jednak czytelnik znajdzie prawie aktualne wydania (ostatni numer z sześciu dostępnych w Internecie w maju 2013, ukazał się w druku w marcu tegoż roku), o tyle chętny do wysłuchania wersji mówionej będzie się musiał zadowolić wybranymi artykułami z 10 numerów wydanych od maja 2008 do maja 2009. Nic się pod tym względem nie zmieniło od roku⁴².

Nowe nie znaczy nowoczesne

Na podstawie powyższych rozważań można stwierdzić, że komunikacja lokalna coraz bardziej wykracza poza środowisko lokalne ograniczone terytorialnie i z coraz lepszym skutkiem przenosi się do ogólnosiwiatowej sieci; choć czasopisma drukowane nadal mają pierwszeństwo przed wirtualnymi. Witryny internetowe często służą do ich promocji. I nadal są tytuły, które nie oderwały się od tradycji i jedynym nośnikiem przekazów jest dla nich papier. Dotyczy to także, jak wspomniano wyżej, najnowszych inicjatyw wydawniczych. Poza przypadkiem województwa świętokrzyskiego przykładem niech będzie sublokalny miesięcznik adresowany do mieszkańców gminy Zdzeszowice w powiecie krapkowskim, w województwie opolskim – *Wiadomości Zdzeszowickie* (wydawca: „Gadaczka”, Dariusz Stanuchowski)⁴³. Pierwszy numer ukazał się w styczniu 2013 r. Późno go szukać w Internecie. Można natomiast znaleźć sporo komentarzy na jego temat, niestety niepochlebnych.

⁴¹ Złoty medal w kategorii Najlepsza kampania marketingowa, <http://swietokrzyskie.travel/> (dostęp: 10.05.2012).

⁴² <http://www.sejmik.kielce.pl/nasz-region---swietokrzyski-informator-samorzadowy-,128.html> (dostęp: 10.05.2012 i 10.05.2013).

⁴³ <http://mak.bn.org.pl/cgi-bin/makwww.exe?BM=24&IM=07&WI=2012&NU=03&DD=1> (dostęp: 8.05.2013).

Bardzo krytycznie potraktował inicjatywę Portal Informacyjny Zdzieszowice.co: „Nowy miesięcznik nie zaskakuje, bardziej rozczarowuje niż przyciąga. W pierwszym numerze można było oczekiwać sporej dawki informacji z miasta i gminy, niestety numer bardziej przypomina wydawnictwa typu *Chwila dla Ciebie* niż lokalną gazetę. [...] Ciekawe, czy czytelnicy będą chcieli sięgnąć po kolejne wydanie. Cena raczej do tego nie zachęca. Za tę samą kwotę można kupić 2 tygodniki wydawane w Krapkowicach (*Tygodnik Krapkowicki* i *Nowiny Krapkowickie*) i przeczytać przynajmniej tyle samo wiadomości z naszej gminy. Dodajmy do tego 2 zdieszowickie strony informacyjne, ponadto stronę sportową Ruchu Zdzieszowice, strony wędkarskie, a także Radio Park i NTO – widać, że konkurencja jest spora i aby się z nią zmierzyć, trzeba wysoko zakasać rękawy”⁴⁴.

Nie jest to z pewnością próba wyeliminowania konkurencji, bo drukowany miesięcznik dla portalu elektronicznego nie jest konkurencją. I nawet nie mając w rękę omawianego pisma, trudno nie przyznać racji autorowi komentarza, bo jest rzeczowy i konkretny. Funkcje rozrywkowe nie mogą w gazecie lokalnej dominować nad informacyjnymi, bo traci ona swój charakter. Potwierdzają to wpisy na drugim zdieszowickim portalu – GminaZdzieszowice.pl:

„Bardzo, bardzo słabo, brak pomysłu, zapełnianie szpalt na zasadzie, aby coś tam wsadzić. Jakies historie rodem z tanich pism dla kobiet to już przesada, obraza inteligencji czytelnika. Zero konkretnych rzeczowych tematów. Trochę błędów, ale kompromitujących (w meczu Bytovia-Ruch było 0-0). Może to się rozkręci, życzę tego redakcji... ale jak na razie, nie polecam. Za tę cenę kupicie mnóstwo ciekawszych pism”⁴⁵.

Wyjaśnić wypada, że miesięcznik kosztował 4,99 zł. Jak na gazetę lokalną o objętości 20 stron, to bardzo dużo. Tym bardziej, że ukazywał się w niewielkiej gminie, liczącej niespełna 18 tys. mieszkańców⁴⁶ i miał rywali nie tylko w postaci informacji elektronicznych, ale też papierowych gazet powiatowych. Nic dziwnego, że po wydaniu drugiego numeru inicjatywa upadła.

W stolicy powiatu – Krapkowicach – zaledwie rok wcześniej, 10 kwietnia 2012 r., zaczął się ukazywać nowy tygodnik – *Nowiny Krapkowickie* (Wydawnictwo „Miramar” Roman Chmielewski) i można przypuszczać, że został lepiej przyjęty od *Wiadomości Zdzieszowickich*⁴⁷. Kosztuje 1,80 zł, ma swoją stronę internetową i grono (nieliczne – zaledwie 340 osób) fanów na Facebooku⁴⁸. W Internecie można znaleźć przegląd zawartości poszczególnych numerów (zapowiedzi materiałów), ale nie można zobaczyć, jak wygląda całość. Dla porządku warto

⁴⁴ <http://zdieszowice.co/biznes/124-usugi/546-nowa-gazeta-w-zdzieszowicach> (dostęp: 8.05.2013).

⁴⁵ Nowa gazeta w Zdzieszowicach, <http://www.gminazdzieszowice.pl/index.php/kforum/123-wiadomosci-z-gminy/3678-nowa-gazeta-w-zdzieszowicach> (dostęp: 8.05.2013).

⁴⁶ Cały powiat zamieszkuje ok. 70 tys. osób, <http://www.powiatkrapkowicki.pl/powiat/gmina-krapkowice/>; <http://www.zdzieszowice.pl/31/4640/historia.html> (dostęp: 8.05.2013).

⁴⁷ <http://nowinykrapkowickie.pl/category/o-nas/> (dostęp: 8.05.2013).

⁴⁸ <https://www.facebook.com/NowinyKrapkowickie> (dostęp: 8.05.2013).

odnotować, że wydawca i równocześnie redaktor naczelny *Nowin Krapkowickich* – Roman Chmielewski, jest członkiem Rady Powiatu Krapkowickiego⁴⁹.

Zupełnie nową inicjatywą są *Fakty Piotrkowskie* (wydawca: Agencja Reklamowa Fakty Piotrków Trybunalski), których pierwszy numer, zarejestrowany przez Bibliotekę Narodową jako tygodnik, nosi datę 31 stycznia – 6 lutego 2013⁵⁰. Na Facebooku konto utworzono 21 lutego, dotąd jednak bez żadnych wpisów⁵¹. Nie udało się też odnaleźć żadnych informacji o czasopiśmie na innych stronach. Na przełomie listopada i grudnia 2012 r. wydano natomiast gazetę *Piotrkowskie Fakty Referendalne*, której autorzy występowali przeciwko prezydentowi miasta i radnym będącym w koalicji prezydenckiej, nawołując do referendum w sprawie zmian w ratuszu⁵².

Próba podsumowania

Pora na konkluzję. A ta, jak media lokalne, których dotyczy, musi zawierać różne punkty widzenia.

- Prawdą jest, że prasa lokalna jest bardzo ważnym ogniwem systemu medialnego w Polsce. Jej nieustanny rozwój, pojawianie się na rynku nowych tytułów, zwiększanie liczby sprzedanych egzemplarzy przeczy tezie o upadku prasy drukowanej.
- Prawdą jest, że na poziomie lokalnym nadal, mimo szybkich zmian w technologii informacyjnej, papier i druk pozostają podstawowym środkiem komunikowania, a niektóre tytuły ciągle dostępne są wyłącznie w postaci papierowej. Dotyczy to szczególnie mniejszych miast i wsi, gdzie pisma lokalne są najpopularniejsze.
- Prawdą jest także, że cyberprzestrzeń coraz bardziej wdziera się do lokalnej komunikacji i coraz więcej przekazów trafia do odbiorców przez Internet.
- Prawdą jest również to, że wielu wydawców pism tradycyjnych oferuje prenumeratę i sprzedaż egzemplarzową e-wydań, a ich strony internetowe są wielofunkcyjnymi portalami.

Na podstawie obserwacji rynku prasowego, nie tylko lokalnego, ale ogólnopolskiego i światowego, wydaje się, że odpowiedź na pytanie: czy globalna sieć

⁴⁹ Skład Rady Powiatu Krapkowickiego w kadencji 2010–2014, <http://www.powiatkrapkowicki.pl/rada-powiatu/t>; Gazety lokalne zbulwersowane raportem REM. „To fałszywe tezy”, <http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/gazety-lokalne-zbulwersowane-raportem-rem-to-falszywe-tezy> (dostęp: 18.05.2013).

⁵⁰ <http://mak.bn.org.pl/cgi-bin/makwww.exe?BM=24&IM=07&WI=2012&NU=03&CE=1&DD=19> (dostęp: 8.05.2013).

⁵¹ <https://www.facebook.com/pages/Fakty-Piotrkowskie/132517270256521> (dostęp: 8.05.2013).

⁵² Piotrkowska Inicjatywa Obywatelska chce referendum, <http://piotrkowtrybunalski.nasze-miasto.pl/artykul/galeria/1635049,piotrkowska-inicjatywa-obywatelska-chce-referendum,id,t.html> (dostęp: 8.05.2013).

zastąpi tradycyjną komunikację za pośrednictwem druku, jest oczywista. Według wielu teoretyków i praktyków mediów zmiana formy wydawniczej periodyków informacyjnych z papierowej na elektroniczną pozostaje już tylko kwestią czasu. Jednakże, jak wykazano w artykule, w wypadku społeczności lokalnych tradycyjny sposób pozyskiwania informacji, wymiany poglądów czy korzystania z rozrywki nadal jest bardzo ważny. A drukowana prasa lokalna chyba szybko nie zniknie z rynku medialnego. Dotyczy to szczególnie środowisk małomiasteczkowych i wiejskich, czyli obszarów zamieszkiwanych w dużej mierze przez ludzi starszych, do których nowe technologie z różnych względów docierają najwolniej.

Tu warto przywołać najnowsze dane, pochodzące z badań „Diagnoza społeczna 2013”, określające rozmiar wykluczenia cyfrowego w Polsce. Według autorów raportu, najrzadziej dostęp do sieci mają mieszkańcy województwa świętokrzyskiego (57 proc.) oraz województw: lubelskiego (61 proc.) i warmińsko-mazurskiego (63 proc.). W pozostałych regionach kraju Internet jest dostępny w 68 proc. gospodarstw domowych, a w województwie pomorskim ma go aż w 75 proc. mieszkań. Spośród gospodarstw o najniższych dochodach 51 proc. posiada komputer z dostępem do sieci. Względy finansowe jednak coraz rzadziej podawane są jako powód niekorzystania z Internetu. Najczęściej uzasadnia się, że Internet nie jest potrzebny. Zwykle tak twierdzą ludzie najstarsi i najmniej wykształceni. W grupie wiekowej powyżej 65 lat jest tylko 14 proc. internautów, podczas gdy w najmłodszej, 16–24 lata, aż 96,6 proc. Podobnie rzecz się ma z wykształceniem – aż 88 proc. niekorzystających z sieci stanowią osoby z wykształceniem podstawowym. Nie bez znaczenia jest także status społeczno-zawodowy. Poza siecią pozostają przede wszystkim emeryci i renciści oraz rolnicy. Są oni głównie mieszkańcami wsi (47 proc.) i miasteczek do 20 tys. mieszkańców (36,6 proc.)⁵³. Dla nich tradycyjna prasa drukowana może być nadal ważnym źródłem informacji i rozrywki.

Na pytanie o przyszłość prasy nie daje jednoznacznej odpowiedzi także przywoływany we wstępie Ryszard Filas⁵⁴. Z omawianych przez niego sześciu wizji, w odniesieniu do periodyków lokalnych najbardziej prawdopodobne wydają się „koegzystencja równoprawna” i „koegzystencja nierównoważona – odmasowiona”. Według tej pierwszej obydwie formy istnienia prasy – drukowana i online, utrzymają się tak długo, jak długo będą się nieco różnić od siebie i dopóki choć część ludzi będzie chciała korzystać z informacji dostarczanej w sposób specyficzny dla prasy tradycyjnej, czytać uporządkowane komentarze i artykuły. Zwolennicy drugiego stanowiska twierdzą, że prasa drukowana przetrwa obok e-wydań, ale jedynie w postaci niszowej, jako pisma dla elit, osób wymagających i/lub starszych. Obydwie tendencje już dziś można obserwować w środowiskach lokalnych. Która z nich może być bardziej dominująca w najbliższych latach? Po-

⁵³ D. Batorski: Polacy wobec technologii cyfrowych – uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania, [w:] *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków – Raport [Special issue]*. Contemporary Economics, 7, 328-352 DOI: 10.5709/ce.1897-9254.114.

⁵⁴ R. Filas: jw.

zornie wydają się one wykluczać. Jednakże najbardziej prawdopodobne wydaje się połączenie pewnych elementów obydwu.

STRESZCZENIE

Komunikowanie lokalne wobec nowych możliwości i oczekiwań.

Prasa drukowana czy elektroniczna?

Najważniejsze wydarzenia w polskich mediach w ostatnich latach to – poza cyfryzacją telewizji – Internet i prasa lokalna. Ten pierwszy rozwija się niezwykle intensywnie, drugiej – w formie tradycyjnej – od lat wieszczono upadek, właśnie z powodu Internetu. Ale nadal ma się całkiem dobrze. Przy tym coraz więcej ją z Internetem łączy.

Wydaje się, że komunikowanie na poziomie lokalnym, tak samo jak regionalnym czy ogólnokrajowym, coraz bardziej wykracza poza ograniczone terytorialnie środowisko i z coraz lepszym skutkiem przenosi się do ogólnosiwiatowej sieci. Wielu wydawców oferuje prenumeratę i sprzedaż egzemplarzową e-wydań. Z drugiej strony jednak – w wielu środowiskach lokalne czasopisma drukowane ciągle mają pierwszeństwo przed wirtualnymi. Tezy te autorka próbuje potwierdzić poprzez analizę wybranych tytułów prasy lokalnej. Są więc wśród nich zarówno najlepiej się sprzedające tygodniki lokalne w kraju, jak i niskonakładowe periodyki, szczególnie popularne w mniejszych miastach i na wsi. Niektóre z nich nadal nie oderwały się od tradycji i jedynym nośnikiem przekazów jest dla nich papier. Dotyczy to przede wszystkim prasy sublokalnej. Wyraźnie obserwuje się, że im mniejsza społeczność, tym większa rola mediów tradycyjnych, papierowych. Trudno natomiast dostrzec związku między czasem powoływania nowych tytułów a ich formą. Najnowsze wcale nie są najbardziej multimedialne.

Słowa kluczowe: media lokalne w Polsce, Internet, prasa drukowana, prasa elektroniczna