

Dzienniki regionalne w Polsce

Stan na koniec grudnia 2013 roku

Dzienniki regionalne w Polsce

Stan na koniec grudnia 2013 roku

Redakcja naukowa

Paweł Kuca

Wojciech Furman

Kazimierz Wolny-Zmorzyński



**WYDAWNICTWO
UNIwersYTETU RZESZOWSKIEGO
RZESZÓW 2014**

Recenzował

dr hab. MAREK JACHIMOWSKI, prof. UŚ

Opracowanie redakcyjne i korekta

LUCYNA SOLAK

Projekt okładki

ZBIGNIEW CHMIELEWSKI

Opracowanie techniczne i łamanie

DOROTA KOCZĄB

© Copyright by

Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego
Rzeszów 2014

ISBN 978-83-7996-079-8

1074

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO
35-959 Rzeszów, ul. prof. S. Pigonia 6, tel. 17 872 13 69, tel./faks 17 872 14 26
e-mail: wydaw@univ.rzeszow.pl; <http://wydawnictwo.univ.rzeszow.pl>
wydanie I, format B5, ark. wyd. 13,5, ark. druk. 16,0, zlec. red. 70/2014

Druk i oprawa: Drukarnia Uniwersytetu Rzeszowskiego

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Ryszard Filas – „Dziennik Polski”	16
Lidia Pokrzycka – „Dziennik Wschodni”	28
Jolanta Kępa-Mętrak – „Echo Dnia”	35
Monika Worsowicz – „Express Ilustrowany”	47
Paweł Kuca – Gazeta Codzienna „Nowiny”	56
Paweł Urbaniak – „Gazeta Lubuska”	68
Jarosław Reszka – „Gazeta Pomorska”	80
Zbigniew Natkański – „Gazeta Współczesna”	101
Paulina Olechowska – „Głos – Dziennik Pomorza”	110
Rafał Polak – „Kurier Poranny”	131
Paulina Olechowska – „Kurier Szczeciński”	136
Justyna Kubik – „Nowa Trybuna Opolska”	152
Robert Stopikowski – „Polska Dziennik Bałtycki”	166
Monika Worsowicz – „Polska Dziennik Łódzki”	179
Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek – „Polska Dziennik Zachodni”	192
Ryszard Filas – „Polska Gazeta Krakowska”	206
Paweł Urbaniak – „Polska Gazeta Wrocławska”	218
Marcin Piechocki – „Polska Głos Wielkopolski”	229
Lidia Pokrzycka – „Polska Kurier Lubelski”	245
Dominik Szczepański – „SuperNowości”	250

WSTĘP

Redaktorzy książki *Polskie dzienniki regionalne* postawili sobie niezwykle ambitne i trudne zadanie. Postanowili bowiem zaprezentować gazety szczycące się kilkudziesięcioletnią historią, licznymi zespołami redakcyjnymi, rozbudowaną i złożoną treścią, niepodważalną i zwykle wysoką pozycją na swych regionalnych rynkach wydawniczych. Nie dość tego – zadanie to powierzyli aż 16 autorom, którzy co prawda ograniczeni zostali schematem wypowiedzi, to jednak wykazali się oryginalnością spojrzenia, inwencją twórczą, ale też swoistym subiektywizmem wynikającym m.in. z faktu, że pisali o gazetach, które stanowią ich codzienną lekturę i bez których zapewne nie wyobrażają sobie funkcjonowania swych regionalnych i lokalnych społeczności.

Nim odeślemy Czytelników do tych opracowań wypada zauważyć, że z różnych powodów nie udało się zaprezentować całego zbioru badanej prasy. Z danych gromadzonych przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy wynika, że u schyłku 2013 roku wydawano w Polsce 25 dzienników regionalnych. W niniejszej publikacji zabraknie zatem charakterystyki, co prawda specjalistycznego, ale jednak regionalnego, katowickiego „Sportu”, „Polski Metropolii Warszawskiej” oraz pomorskich: „Expressu Bydgoskiego”, „Gazety Olsztyńskiej/Dziennika Elbląskiego” i „Nowości – Dziennika Toruńskiego”. Jedyne, co może w tym wypadku uczynić piszący te słowa, to odesłać Czytelników do pozycji zwartej, która w znacznej mierze omawia brakujące pisma¹.

Przystępując do charakterystyki całego zbioru analizowanych gazet, wypada przypomnieć, że zapoczątkowane w 1989 roku przekształcenia polityczno-społeczne natychmiast znalazły odzwierciedlenie także w regionalnych systemach prasowych. Ugrupowania polityczne, które przejęły władzę, podejmowały zabiegi o pozyskanie wpływów w pismach o zasięgu regionalnym. Występowały w ramach różnorodnych spółek nierzadko wspomaganych kapitałem zagranicznym². Szczególnie burzliwe zmiany na tych rynkach zaszły w latach 1989–1991 – między wyborami parlamentarnymi a zakończeniem pierwszego etapu pracy Komisji Likwidacyjnej Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej (RSW).

¹ J. Lindner, *Nadzieje i porażki. Dzieje prasy w woj. pomorskim po 1989 roku*, Toruń 2011.

² Szerzej na ten temat: E. Ciborska, *Transformacja prasy byłej PZPR*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1992, nr 1–2; D. Gdańska, *Transformacja dzienników poczytelnikowskich (1989–1992)*, tamże; D. Grzelewska, *Transformacja pism popołudniowych (1989–1992)*, tamże.

Zjawiska zachodzące na poszczególnych rynkach regionalnych opisane zostały w różnym stopniu. Wiele wiemy o tym, co działo się np. w Krakowie, Wrocławiu, Gdańsku, Lublinie i Częstochowie³, a nieco mniej o innych miastach⁴. Niezależnie jednak od stopnia zaawansowania badań stwierdzić można, że wprowadzane na rynek nowe gazety regionalne największe sukcesy odniosły w pierwszych miesiącach edycji, kiedy bezkompromisowo walczyły z reliktnymi poprzedniego systemu, upowszechniały idee i poglądy znane wcześniej jedynie w elitarnych kręgach społecznych. Radykalizm tych gazet i – w pewnym sensie – awangardowość zyskiwały im na starcie wielu czytelników, ale z biegiem czasu ta formuła traciła na atrakcyjności. Gazety te pozbawione poważnych podstaw ekonomicznych stopniowo znikwały z rynku prasowego.

Lepiej powiodło się nowym regionalnym pismom, które początkowo miały charakter informacyjno-publicystyczny, później zaś przybrały kierunek popularny, a niekiedy sensacyjny. Bodaj najciekawszym tego przykładem były związane początkowo ze Zjednoczeniem Chrześcijańsko-Narodowym łódzkie „Wiadomości Dnia”. Pismo wydawała spółka Lus, a następnie bawarska grupa kapitałowa⁵. Mimo niezbyt wysokiego nakładu (50 tysięcy egzemplarzy) „Wiadomości” miały aż pięć mutacji i szeroko rozbudowany system pozyskiwania inseratów. Gwarantowało to dziennikowi dobrą kondycję ekonomiczną.

Choć polska gospodarka została poddana twardym prawom rynku, nie od razu jego mechanizmy przełożyły się na funkcjonowanie systemu prasowego. Znaczny wzrost cen papieru i druku, a co za tym idzie cen prasy, doprowadził co prawda do dramatycznego spadku nakładów jednorazowych, szczególnie widocznego w latach 1990–1991, ale nie miało to wpływu na liczbę wydawanych dzienników. O ile bowiem w 1989 roku było ich 59, to w 1992 roku drukowano ich 80.

³ Publikowali na ten temat m.in.: H. Galus, *Najnowsza historia prasy gdańskiej 1945–1998*, Gdańsk 1999; W. Pepliński, *Gdańskie i pomorskie media po 1989 roku. Wybór szkiców i esejów z lat 1991–2001*, Gdańsk 2007; W.M. Kolasa, *Prasa Krakowa w dekadzie przemian 1989–1998. Rynek – polityka – kultura*, Kraków 2004; A. Szynol, *Prasa codzienna na Dolnym Śląsku w latach 1989–2003*, Wrocław 2004; L. Pokrzycka, *Prasa w Lublinie (1989–2003). Realia wolnego rynku*, Lublin 2006, też, *Prasa ogólnoinformacyjna w regionie lubelskim po 1989 roku*, Lublin 2009; J. Dzierżyńska-Mielczarek, *Polskie media lokalne w latach 1989–2011. Studium na przykładzie Częstochowy*, Kielce 2013.

⁴ Zob. W.M. Kolasa, *Polskie media lokalne i regionalne po 1989 roku. Wybór publikacji z lat 1989–2005* [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, Kraków 2007.

⁵ Grupa ta początkowo odzęgnywała się od związków z koncernem z Passau. Zob. „Press” 1997, nr 4.

W latach dziewięćdziesiątych XX wieku pojawiło się w Polsce około pięćdziesięciu nowych dzienników regionalnych i lokalnych, ale zaledwie siedem z nich zdołało utrzymać się na rynku⁶. Dominowały na nim istniejące już wcześniej tytuły, które przeszły gruntowną transformację. Proces przekształceń przebiegał w dwóch kierunkach – pisma o niewielkich nakładach znalazły się w rękach spółdzielni dziennikarskich lub polskich grup kapitałowych, natomiast prasą regionalną, dysponującą jednorazowymi nakładami znacznie przekraczającymi 50 tysięcy egzemplarzy, zainteresował się kapitał zagraniczny.

W okresie transformacji najbardziej aktywna na polskim rynku prasowym okazała się francuska grupa kapitałowa Roberta Hersanta, która zainwestowała w czterech ośrodkach wydawniczych. W Gdańsku, wspólnie ze spółką „Przekaz” (lokalna organizacja „Solidarności”), kupiła udziały w „Dzienniku Bałtyckim” i „Wieczorze Wybrzeża”. Kupiono też krakowską gazetę sportową „Tempo” i „Gazetę Krakowską”. W Katowicach grupa Roberta Hersanta miała część praw własnościowych „Trybuny Śląskiej” (wcześniej „Trybuna Robotnicza”) i „Dziennika Zachodniego”, zaś w Łodzi kupiono udziały w „Expressie Ilustrowanym” i „Dzienniku Łódzkim”. Pisma te zdobywano w ramach przetargów organizowanych przez Komisję Likwidacyjną RSW. Francuski inwestor wchodził w spółki z lokalnymi organizacjami społeczno-politycznymi i grupami kapitałowymi. Początkowo zadowalał się mniejszościowym pakietem akcji, później jednak kupował kolejne udziały albo dokonywał znacznych inwestycji w redakcjach i drukarniach, co powodowało powiększenie puli jego udziałów. W 1994 roku grupa Roberta Hersanta miała osiem dzienników (w tym „Rzeczpospolitą”), których jednorazowy nakład wynosił milion egzemplarzy w wydaniach codziennych i dwa miliony w wydaniach magazynowych. Wszystkie te pisma miały wspólny dodatek telewizyjny. Polskie inwestycje Roberta Hersanta, łącznie z modernizacją drukarni w Raszynie, Pruszczu Gdańskim i Łodzi, szacowano na około 40 milionów dolarów, a wartość całego majątku grupy miała wynieść około 80 milionów dolarów⁷.

Kłopoty, jakie spotkały Roberta Hersanta na rynku francuskim (związane z ograniczeniem wpływów z reklam i ogłoszeń), zmusiły go do sprzedania udziałów w polskiej prasie regionalnej. Za 100 milionów marek kupił je niemiecki koncern Verlagsgruppe Passau (zwany początkowo w Polsce Passauer Neue Presse, od nazwy dziennika wydawanego w niemieckim Passau, lub Grupą Wydawniczą Polskapresse). W 1997 roku koncern ten posiadał udziały

⁶ R. Filas, *Czytelnictwo prasy u progu roku 2000*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1–2.

⁷ Zob. „Gazeta Wyborcza” 5.09.1994 oraz „Polityka” 1994, nr 1.

w trzynastu polskich dziennikach: „Dzienniku Zachodnim”, „Trybunie Śląskiej”, „Gazecie Krakowskiej”, „Dzienniku Polskim”, krakowskim dzienniku sportowym „Tempo”, „Dzienniku Bałtyckim”, „Wieczorze Wybrzeża”, „Expressie Ilustrowanym”, „Dzienniku Łódzkim”, „Wiadomościach Dnia” i „Gazecie Wrocławskiej” (do grudnia 1995 roku jako „Gazeta Robotnicza”). W lipcu 1996 roku wykupił 95 procent udziałów firmy Fibak Investment Group – wydawcy „Gazety Poznańskiej” i „Expressu Poznańskiego”⁸. W początkach 1997 roku Polskapresse nabył od Wydawnictwa Arkona piętnaście tygodników lokalnych na Wybrzeżu Gdańskim (łącznie nakład około 30 tysięcy egzemplarzy) oraz tygodnik „Panorama Leszczyńska” (60 tysięcy egzemplarzy nakładu)⁹. Jesienią tego roku w rękach koncernu znalazł się też tyski tygodnik „Nowe Echo” (19 tysięcy egzemplarzy nakładu), który wcześniej był własnością Jürga Marquarda. W dni powszednie polskie tytuły koncernu wychodziły w nakładzie 0,7 miliona egzemplarzy, a w wydaniach magazynowych – około 2,5 miliona egzemplarzy.

Innym inwestorem zagranicznym interesującym się polską prasą regionalną był norweski koncern Orkla Media. W 1990 roku podjął on wspólnie z regionalną organizacją „Solidarności” nieudaną próbę utworzenia nowej gazety – „Dziennika Dolnośląskiego”. Później jednak nastawił się na kupowanie istniejących już na rynku tytułów. W 1997 roku Norwedzy mieli już udziały w dwunastu gazetach: „Wieczorze Wrocławia”, wrocławskim „Słowie Polskim”, rzeszowskich „Nowinach”, bydgoskiej „Gazecie Pomorskiej”, białostockiej „Gazecie Współczesnej” i „Kurierze Porannym”, lubelskim „Dzienniku Wschodnim”, „Nowej Trybunie Opolskiej” oraz koszalińskim „Głosie Pomorza”. Ponadto koncern miał udziały w „Filipince” oraz „Przekroju”. Jednorazowa sprzedaż gazet koncernu, łącznie z „Rzeczpospolitą”, w 1997 roku wynosiła – jak deklarował wydawca – 630 tysięcy egzemplarzy¹⁰. W 2006 roku pisma Orkli Media stały się własnością brytyjskiego funduszu inwestycyjnego Mecom. Wydawnictwo przyjęło nazwę Media Regionalne.

Oprócz Polskapresse i Orkli na rynku prasy lokalnej działała też polsko-szwajcarska firma Wojciecha Fibaka. Fibak Investment Group i Fibak Noma Press SA, wspólnie ze szwajcarską firmą prasową JMG Ost Presse Holding SA, dysponowały początkowo udziałami m.in. „Gazety Poznańskiej”, „Expressu

⁸ Szerzej na ten temat zob. K. Ciara, *Zagraniczne koncerny prasowe na polskim rynku dzienników regionalnych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1–2.

⁹ „Press” 1997, nr 4 i „Press” 1997, nr 5.

¹⁰ *Nowy współwydawca „Rzeczpospolitej”*, „Rzeczpospolita” 23.05.1996.

Poznańskiego”, „Dziennika Śląskiego”, „Sportu”, „Dziennika Beskidzkiego” oraz kilku czasopism – m.in. „Panoramy” i „Ekranu”¹¹. Firmy te były ponadto właścicielami „Sztandaru Młodych” i „Expressu Wieczornego”. Po 1994 roku Fibak stopniowo wyzbywał się udziałów w polskich mediach – sprzedał akcje „Sztandaru Młodych”, „Expressu Wieczornego” oraz regionalnych dzienników poznańskich.

Wprowadzenie w 1999 roku nowego podziału administracyjnego początkowo nie miało istotnego wpływu na funkcjonowanie dzienników regionalnych – dostosowały one jedynie swój kolportaż do nowych regionów wydawniczych i zamierzały poszerzyć zakres oddziaływania, uruchamiając lub kupując tygodniki lokalne. Odczuły jednak boleśnie wprowadzenie na rynek przez wydawnictwo Axel Springer Polska 22 października 2003 roku dziennika „Fakt”. Choć zgodnie z przypuszczeniami ucierpiał na tym głównie „Super Express” i, w z znacznie mniejszym stopniu, inne dzienniki ogólnopolskie, to „Fakt” odebrał czytelników także gazetom regionalnym.

Innym problemem gazet regionalnych było znaczne ograniczenie liczby lokowanych w nich reklam i ogłoszeń, co w konsekwencji doprowadziło do likwidacji wielu tytułów. O ile wcześniej likwidowano pisma będące w gestii spółdzielni dziennikarskich lub słabszych ekonomicznie wydawców, to w początkach XXI wieku działania te podjęli zagraniczni inwestorzy. W 2000 roku Polskapresse połączył „Dziennik Łódzki” i „Wiadomości Dnia”. Pismo zaczęło ukazywać się w dwóch wydaniach – pierwsze z nich było przeznaczone dla aglomeracji łódzkiej, drugie zaś dla tzw. terenu. Rok później ten sam wydawca do „Dziennika Bałtyckiego” włączył „Wieczór Wybrzeża”. W 2001 roku wydawana przez Orkę „Gazeta Pomorska” wchłonęła „Dziennik” (wcześniej jako „Dziennik Wieczorny”). Ten sam wydawca podjął działania konsolidacyjne wobec „Słowa Polskiego” i „Wieczoru Wrocławia”. We wrześniu 2008 roku Polskapresse przejęła „Kurier Lubelski”, a w lipcu 2011 roku kupiła od Wydawnictwa Jagiellonia spółkę Polski Dom Medialny, dzięki czemu stała się jedynym właścicielem krakowskiego „Dziennika Polskiego”.

W 2003 roku Orkla Media sprzedała wrocławskie dzienniki wydawnictwu Polskapresse, które niemal natychmiast połączyło je z „Gazetą Wrocławską”. Od 1 grudnia 2003 roku ukazywało się „Słowo Polskie. Gazeta Wrocławska”, zaś „Wieczór” dołączany był jako wkładka do tej gazety w tzw. wydaniu miejskim.

5 grudnia 2004 roku ukazało się ostatnie wydanie „Trybuny Śląskiej”. Gazetę tę Polskapresse włączył do „Dziennika Zachodniego”. Kilka miesięcy

¹¹ „Życie Warszawy” 17.07.1993.

wcześniej Orkla Media kupiła kieleckie „Echo Dnia” i „Słowo Ludu”. „Słowo Ludu” miało wtedy sprzedaż na poziomie 9,3 tysiąca egzemplarzy. Gdy sprzedaż spadła do 8 tysięcy, wydawca podjął decyzję o likwidacji dziennika, argumentując, że „Dalsze wydawanie *Słowa* nie jest uzasadnione ze względów ekonomicznych”. „Słowo” wychodziło do 31 maja 2006 roku¹².

4 grudnia 2006 roku holenderski Centrex Press BV (Oficyna Wydawnicza Wielkopolski) i mniejszościowy udziałowiec Polskapresse włączyły „Gazetę Poznańską” (sprzedaż około 30 tysięcy egzemplarzy) do „Głosu Wielkopolskiego” (30 tysięcy egzemplarzy). Przypomnijmy, że w 1999 roku Polskapresse włączyła inny tytuł – „Express Poznański” – do „Gazety Poznańskiej”. Chociaż „Głos” miał być gazetą miejską, a „Gazeta” – wojewódzką, oba dzienniki okazały się jednak nierentowne.

W grudniu 2006 roku skonsolidowano trzy tytuły Orkli: koszaliński „Głos Pomorza”, „Głos Koszaliński/Słupski” i „Głos Szczeciński”. Od stycznia 2007 roku ukazywał się „Głos” mutowany dla Koszalina, Słupska i Szczecina¹³.

W końcu 2008 roku Mecom kupił udziały w „Gazecie Olsztyńskiej” i skonsolidował ją z „Dziennikiem Elbląskim”. Oprócz niej Media Regionalne były właścicielem następujących gazet: „Dziennika Wschodniego”, „Echa Dnia”, „Gazety Codziennej Nowiny”, „Gazety Lubuskiej”, „Gazety Pomorskiej”, „Gazety Współczesnej”, „Głosu – Dziennika Pomorza”, „Kuriera Porannego” i „Nowej Trybuny Opolskiej”. W 2010 roku średnia sprzedaż gazet regionalnych Mecomu wynosiła około 310 tysięcy egzemplarzy.

Polskapresse i Mecom podobnie postrzegały kwestie samodzielności i lokalności posiadanych przez siebie dzienników. Jako pierwszy działania konsolidacyjne podjął koncern Polskapresse. Posiadał on: „Dziennik Bałtycki”, „Głos Wielkopolski”, „Gazetę Wrocławską”, „Dziennik Łódzki”, „Dziennik Zachodni” i „Gazetę Krakowską”. Na bazie tych pism oraz należącego jeszcze w owym czasie do Zbigniewa Jakubasa „Kuriera Lubelskiego” powołano 15 października 2007 roku jeden dziennik ogólnopolski zatytułowany „Polska – The Times”. Gazeta ta utrzymała co prawda pierwotne nazwy swych regionalnych poprzedników, lecz dodała do nich słowo „Polska”. Oprócz tego uruchomiono 11 edycji regionalnych w tych miastach, w których wcześniej prasa Polskapresse nie była obecna. Mutacje te wychodziły w nakładzie bliskim 50 tysięcy egzemplarzy.

Przygotowania do uruchomienia „Polski” podjęto już w marcu 2007 roku. Przedsięwzięciem kierował Tomasz Wróblewski. Opracowana i realizowana

¹² „Press” 2006, nr 6.

¹³ „Press” 2006, nr 12.

przezeń koncepcja pisma zakładała znaczne ograniczenie kosztów wydawniczych. W liczącej 48–56 kolumn „Polsce” ok. 60 procent, a niekiedy i 80 procent, materiałów przygotowywano centralnie. O atrakcyjności „Polski” przesądziła nie tylko jej niska cena (1,5 złote), ale i codzienne dodatki („Męska Rzecz”, „Twój Dom”, „Styl”, „Dobra Kuchnia”, „Tele Magazyn”), które były doskonałą platformą dla umieszczania reklam.

Początkowo sprzedawano ok. 400 tysięcy egzemplarzy „Polski” co oznaczało, że nowy dziennik nie tylko utrzymał audytorium swych poprzedniczek, ale też znacznie je poszerzył. Niemniej jednak „Polska” nie zachwyciła swych odbiorców. Nie wykorzystano efektu synergii. Szybko tracono zarówno nowych, jak i starych czytelników. Gdy sprzedaż dziennika spadła poniżej 340 tysięcy egzemplarzy, tzn. była mniejsza niż pierwotna sprzedaż siedmiu dzienników regionalnych wchodzących w skład projektu, Polskapresse podziękowała za współpracę Tomaszowi Wróblewskiemu oraz 24 lutego 2009 roku zamknęła niemal wszystkie nowe mutacje. Pozostawiono jedynie mutację warszawską („Polska Metropolia Warszawska”), której sprzedaż w 2009 roku wynosiła 13,5 tysiąca egzemplarzy. W maju 2010 roku w mutacji tej zrezygnowano z dodatku miejskiego i ograniczono liczbę etatów dziennikarskich. U schyłku 2013 roku sprzedaż „Polski Metropolii Warszawskiej” wynosiła ok. 5 tys. egz.

Mecom początkowo nie zainicjował istotnych zmian. Dzienniki regionalne prowadziły samodzielną politykę redakcyjną i wydawniczą, utrzymały też oryginalny układ treści i szatę graficzną. Dla brytyjskiego właściciela dużo ważniejsze były efekty ekonomiczne pism. Dlatego też chętnie zawierał porozumienia dotyczące poszerzenia zakresu upowszechnianej reklamy (tzw. pakietowanie) nie tylko w obrębie samego koncernu, ale też z regionalnymi dziennikami niezależnymi, a nawet „Gazetą Wyborczą”¹⁴.

Niemniej jednak spadek zainteresowania prasą codzienną zmusił Mecom do działań oszczędnościowych i konsolidacyjnych. W drugiej połowie 2011 roku zaczęto przygotowywać wspólne kolumny dla wszystkich dzienników koncernu. Redagowaniem „Rozrywki” (ciekawostki, plotki, humor) i „Relaksu” (krzyżówki, łamigłówki i rebusy) zajęła się redakcja „Dziennika Wschodniego”. Dział depesze przygotowywała redakcja „Głosu Szczecińskiego”, kolumny poradnikowe – „Gazeta Lubuska”, a wydania magazynowe i o zdrowiu – „Nowiny”. Kolumny „Regiopracą”, „Regiomoto” i „Regiodom” przygotowywane były w Warszawie. W gazetach Mediów Regionalnych co-

¹⁴ Szerzej na ten temat w: R. Horbaczewski, *Zasięg ponad podziałami*, „Press” 2009, nr 12.

dziennie pojawiało się od pięciu do siedmiu kolumn wspólnych dla wszystkich tytułów¹⁵.

Oszczędności okazały się jednak niewielkie, bowiem w początkach 2013 roku prezes Mecomu uznał, że skala działalności Mediów Regionalnych jest zbyt mała. Oznaczało to przejęcie udziałów spółki przez Polskapresse, na co zgodził się Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w listopadzie 2013 roku. W wyniku transakcji powstała grupa medialna wydająca 20 dzienników regionalnych, liczne tygodniki płatne i bezpłatne oraz bezpłatny dziennik „Nasze Miasto”, posiadająca ponad 60 serwisów internetowych oraz kontrolująca 11 drukarni. Jednak zgodnie z decyzją UOKiK Polskapresse finalnie mogła kontrolować tylko 19 dzienników regionalnych. Musiała sprzedać „Dziennik Wschodni”, bo wydawała też konkurencyjną gazetę „Polska Kurier Lubelski”. „Dziennik Wschodni” i związane z nim serwisy internetowe od 1 maja 2014 roku wydawane są przez założoną m.in. przez dziennikarzy gazety spółkę Corner Media.

W schyłku 2013 roku niezależne były jeszcze cztery inne dzienniki regionalne: „Express Bydgoski” wydawany przez Express Media i sprzedawany w ilości 13 tysięcy egzemplarzy, „Kurier Szczeciński”, „Nowości. Dziennik Toruński” (Express Media, 16 tysięcy egzemplarzy) i rzeszowskie „SuperNowości”.

Jak zatem mogliśmy się przekonać, ostatnie ćwierćwiecze nie było zbyt łaskawe dla gazet regionalnych. Paleta oferowanej prasy znacznie zubożała. Bliższa analiza ich zawartości skłania też do wniosku, że proponowane treści, prowadzone kampanie informacyjne, akcje promocyjne, nie mówiąc już o szacie graficznej analizowanych gazet, uległy stopniowemu upodobnieniu. Przyczyny tego zjawiska są różnorakie, choć za najważniejsze wypada uznać czynniki ekonomiczne oraz daleko idącą zmianę postawy audytorium, które sukcesywnie odchodziło od konsumpcji klasycznej drukowanej prasy na rzecz mediów cyfrowych.

Nie oznacza to jednak, że kryzys ograniczył się jedynie do prasy regionalnej. Faktem jest, że odwrót od klasycznej drukowanej prasy jest zjawiskiem powszechnym i w takiej samej mierze dotyczy zarówno gazety ogólnokrajowe, jak i regionalne. Zauważmy, że w ostatniej dekadzie PRL – podobnie jak i obecnie, nakłady prasy ogólnopolskiej i regionalnej były mniej więcej podobne. Różnica polegała na tym, że trzydzieści lat temu gazet sprzedawano trzy razy więcej, a na rynku było znacznie więcej tytułów.

¹⁵ Tenże, *Kolejne wspólne strony w dziennikach Mediów Regionalnych*, www.press.pl/newsy/prasa/pokaz (5.12.2011).

W 2013 roku sprzedawano 670 tysięcy egzemplarzy dzienników regionalnych, co stanowiło 45 procent wszystkich polskich gazet płatnych. Zarówno wydawcy, jak i zespoły redakcyjne traktują tę sytuację jako swoiste wzywanie. Jak stwierdził jeden z redaktorów naczelnych gazety regionalnej, „załamywanie rąk nad zmianami cywilizacyjnymi nie ma sensu”, a zadania tytułów regionalnych są takie same, niezależnie od tego czy ukazują się na papierze, czy są upowszechniane w internecie. „Poczucie wspólnoty lokalnej i regionalnej zawsze będzie występować – mówił inny redaktor – a zadaniem mediów regionalnych jest dążenie do tego, aby niezależnie od sposobów upowszechniania treści pozostawały mediami pierwszego wyboru”¹⁶.

Choć trudno jest wyrokować, jak dalej potoczą się losy dzienników regionalnych, stwierdzić wypada, że były one, i są nadal, jednym z podstawowych mediów integrujących społeczności lokalne, dokumentują ich codzienne życie ekonomiczne, kulturalne i społeczne. Łamy tej prasy otwarte są na wszelkie dyskusje i ścieranie się poglądów, dokumentują wiele ciekawych inicjatyw społecznych. Jak w praktyce wygląda ich codzienna aktywność, przedstawiają poniższe szkice obrazujące niemal w całości stan polskich dzienników regionalnych w końcu 2013 roku.

Tomasz Mielczarek

¹⁶ Cyt. za: K. Lisowski, *Jak się mają polskie dzienniki regionalne?* (raport), <http://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/jak-sie-maja-polskie-dzienniki-regionalne-raport> (21.05.2014).

Ryszard Filas

„Dziennik Polski”



Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Prasa Krakowska.

Adres redakcji: aleja Pokoju 3, 31-548 Kraków.

Adres witryny internetowej: www.dziennikpolski24.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 340 x 290 mm.

Liczba stron: wydanie podstawowe 16 plus wkładka lokalna 8–12.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 24 140 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 170 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo małopolskie, a do 2008 r. – także część woj. podkarpackiego (zwłaszcza pow. dębicki, mielecki, m. Rzeszów) oraz wschodnie powiaty woj. śląskiego (pow. bielsko-bialski i żywiecki).

Do końca grudnia 2012 roku gazeta ukazywała się w sześciu wydaniach lokalnych (po 8 kolumn): krakowskim, nowosądeckim, tarnowskim, Małopolski Zachodniej, podhalańskim, wokół Krakowa. W soboty miała dodatkowe mutacje: powiatu krakowskiego, Miechowa i Proszowic, myślenicką i wielicką. Od grudnia 2012 nie ma już mutacji lokalnych. Zastąpiły je wspólne strony z informacjami z różnych części województwa małopolskiego. Teraz w „Dzienniku” każdego dnia pojawia się 12 wspólnych stron pod tytułem „Kronika Małopolska” zawierających informacje z różnych obszarów Małopolski¹.

Stałe dodatki – tematyczne magazyny cotygodniowe²:

- poniedziałek: „Sportowy” – w siedmiu wersjach lokalnych (12 str.); „Autosalon”;
- wtorek: „Historia” (8 str.); „Kariera – Praca, Edukacja”;

¹ „Dziennik Polski” bez mutacji lokalnych, Wirtualnemedi.pl, 2012-01-02.

² Zob. O gazecie – dziennikpolski24.pl [dostęp 27.02.2014].

- środa: „Przegląd Nieruchomości” (12 str.);
- czwartek: „Magnes” – Magazyn Kulturalny (4 str.);
- piątek: „Magazyn Piątek” – Magazyn Reporterów Dziennika Polskiego (12 str.);
- sobota: „Magazyn Sobota”; „The TIMES w Dzienniku Polskim” (8 str.)

„Dziennik Polski” firmuje także edycję (płatnego) miesięcznika „Nasza Historia”.

HISTORIA

Prehistoria „Dziennika Polskiego” (DP) sięga roku 1938, kiedy pismo pod takim tytułem wydawało Stronnictwo Demokratyczne. Dla powojennych dziejów „Dziennika” ważną datą jest 25 stycznia 1945. Wówczas to, po przejściu drukarni i siedziby przedwojennego „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” przez grupę dziennikarzy kierowaną przez Jacka Frühlinga (z nominacji władz wojskowych), ukazał się pierwszy numer „Dziennika Krakowskiego”. Pod takim tytułem gazeta wychodziła do 3 lutego 1945 włącznie (ukazało się 8 numerów). Jak głosiła notatka redakcyjna – gazeta została powołana do życia „przez grono literatów i dziennikarzy”.

4 lutego 1945 gazetę przejęła Spółdzielnia Oświatowo-Wydawnicza Czytelnik (pod kierownictwem Jerzego Putramenta, w randze kapitana LWP) i odtąd ukazuje się pod zmienionym tytułem „Dziennik Polski”. Przymierzany początkowo jako gazeta ogólnokrajowa stał się ostatecznie pod koniec lat 40. jednym z przedstawicieli rozbudowanej rodziny dzienników regionalnych, tzw. czytelnikowskich. DP adresowany był do bezpartyjnych mieszkańców „trójkąta krakowsko-kielecko-rzeszowskiego”, a dokładniej do „zapóźnionej w rozwoju klasowym i narodowym inteligencji i osamotnionej młodzieży”, a potem już tylko do mieszkańców Małopolski, zwłaszcza krakowskiej inteligencji³.

Wiosną 1951 roku podzielił losy całej prasy czytelnikowskiej – trafił do wydawnictwa RSW Prasa, realizującego linię polityczną PZPR, a od 1971 r. – do koncernu RSW Prasa-Książka-Ruch (w strukturach Krakowskiego Wydawnictwa Prasowego).

Po 13 grudnia 1981, podobnie jak wszelkie gazety regionalne, DP został zawieszony na ponad dwa miesiące (wychodziła wówczas hybrydowa gazeta „GaDziEcho” (do początków lutego 1982). „Dziennik Polski” powrócił do kiosków w lutym 1982 r.

³ Balicki S.W., *Ludzie „Dziennika Polskiego” zapamiętani wczoraj i widziani dziś*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1964, nr 3, s. 56.

REDAKTORZY NACZELNI W CZASACH PRL

W ocenie Elżbiety Ciborskiej naczelni DP zmieniali się często (było ich aż 14 po 1945 r.), średnio co 3 lata⁴. W kolejności chronologicznej w czasach PRL byli to:

- Jacek Frühling (25 I – 3 II 1945), 8 wydań „Dziennika Krakowskiego”; dziennikarz kojarzony ze środowiskiem komunistycznym; w „Dzienniku Polskim” był redaktorem działu politycznego;
- Jerzy Putrament (w randze kapitana WP) – od 4 II 1945 – do 31 VIII 1945;
- Stanisław Witold Balicki (1 IX 1945 – 29 X 1950) – przed wojną członek ZMD, po wojnie bezpartyjny, inicjator „Dziennika Krakowskiego”, sekretarz redakcji DP u J. Putramenta; wcześniej związany z „Ilustrowanym Kurierem Codziennym”;
- Wacław Czynczys (1950–1952);
- Zbigniew Kwiatkowski (1952–1954) – w DP od 1949 r., przeszedł z „Dziennika Zachodniego”, reporter;
- Ignacy Krasicki (1954–1956) – zwany „czerwonym hrabią”, pierwszy dyrektor Ośrodka Badań Prasoznawczych; odszedł do „Gazety Krakowskiej”;
- Ryszard Kosiński (1956/57–1959);
- Zbigniew Turek (1959–1968) – też wywodził się z „Ilustrowanego Kuriera Codziennego” (IKC), potem odszedł do „Przekroju”;
- Mieczysław Kieta (1968–1970);
- Marian Kaniewski (1970–1973) – przepracował 10 lat w aparacie partyjnym i 4 lata w cenzurze;
- Halina Gugałowa (1973–1979/80);
- Ryszard Niemiec (1980–1981 i od II 1982–1983) – były sportowiec, wybrany na stanowisko przez zespół redakcyjny (potem objął funkcję redaktora naczelnego „Tempa”);
- W stanie wojennym ukazuje się hybrydowy „zlepek” trzech krakowskich dzienników regionalnych pod tytułem „GaDziEcho” (redaktor naczelny: Zbigniew Guzowski);
- Edward Gretschel – 1983–1986 – (przyszedł z „Tempa”);
- Jan Wsołek (od 1986 do marca 1990) – ostatni w PRL, były szef cenzury, usunięty przez zbuntowany zespół).

⁴ Ciborska E., *Generacja dziennikarzy kierujących pismami wywodzącymi się ze spółdzielni Wydawniczo-Oświatowej „Czytelnik” w latach 1959–1960 i 1970–1971*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej” 1990, t. XXX, z. 1, s. 35–49.

ORIENTACYJNE DANE O WIELKOŚCI SPRZEDAŻY

Dysponujemy tylko wyrywkową wiedzą na temat nakładów „Dziennika Polskiego” w okresie PRL. Wiadomo, że w grudniu 1956 roku⁵, a więc w okresie popaździernikowym, gazeta ukazywała się w nakładzie 66,9 tys. egz., natomiast w maju 1957 roku – już 84,9 tys. egz. (przy czym zwroty wynosiły 7,8%). W roku 1972 nakłady „Dziennika” sięgały już 108 tys. (91,5 tys. dni powszednie, 190 tys. – wyd. weekendowe)⁶, natomiast w pięć lat później⁷ średni nakład wynosił 110 tys. egz.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Po wyborach czerwcowych 1989 roku nastroje emancypacyjne wewnątrz zespołu redakcyjnego „Dziennika Polskiego” ujawniły się stosunkowo wcześnie. Od września 1989 do lutego 1990 dziennikarze DP usiłowali odzyskać podmiotowość, wybierając Radę Redakcyjną i p.o. naczelnego, usuwając ostatecznie Jana Wsołka. Po wejściu w życie ustawy o likwidacji koncernu RSW Prasa-Książka-Ruch tytuł został wystawiony przez Komisję Likwidacyjną RSW na przetarg. O prawo wydawania DP ubiegało się aż ośmiu oferentów, w tym tacy potentaci wydawniczy, jak Socpresse (Robert Hersant oferował aż 36 mld st. zł), H. Bauer (występował w spółce z Agencją Wydawniczo-Reklamową Grafag), a także wpływowa wówczas partia – Konfederacja Polski Niepodległej. Losy przetargu rozstrzygnęły się 12 IV 1991, w jego następstwie od 1 VI 1991 prawa do tytułu nabyli za 8 mld starych złotych spółka z o.o. Wydawnictwo Pracowników Dziennika Polskiego, Uniwersytet Jagielloński, Fundusz Gospodarczy NSZZ „Solidarność” Region Małopolska oraz Bank Przemysłowo-Handlowy w Krakowie. W połowie 1991 r. przejęto także Biura Ogłoszeń Krakowskiego Wydawnictwa Prasowego.

Szybko dokonały się kolejne przekształcenia w strukturze właścicielskiej. Jesienią 1991 wydawanie DP przejmują nowo założone przez w/w udziałowców Wydawnictwo Jagiellonia S.A. Struktura właścicielska: Wydawnictwo

⁵ Zob. *Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, t. XII, Warszawa 1988, s. 215–216 (tabela 1).

⁶ Zob. *25 lat KWP*, Kraków 1972, s. 14. Wcześniej (ale trudno dokładnie to określić kiedy) nakłady wynosiły odpowiednio: 72,0 tys. egz. i 150,0 tys. egz.

⁷ Zob. W. Pisarek: *Prasa nasz chleb powszedni*, Wrocław 1978, s. 64–65.

Pracowników Dziennika Polskiego – 55%, Interpublication AG⁸ – 25%, BPH – 10% (w 1999 r. odkupione przez Drukarnię Polską), UJ – 5% i Fundacja Gospodarcza Regionu Małopolska (Solidarność) – 5%. W następnych latach w Wydawnictwie Pracowników DP pakiet kontrolny (94%) akcji zdobyła pięcio-, a następnie czteroosobowa grupa liderów (Cz. Niemczyński, Z. Taczanowski, A. Kowalski, T. Domalewski, wcześniej także Z. Pełka).

Nowy właściciel nadał gazecie impuls rozwojowy. Od jesieni 1991 r. dla Jagiellonii pracowały już dwa biura ogłoszeń zatrudniające w sumie 11 osób (Wiślna 2, Wielopole 1). Wydawano w owym czasie trzy mutacje regionalne (Kraków, Nowy Sącz, Tarnów); w 1994 r. doszła jeszcze mutacja rzeszowska. W roku 1994, za pieniądze niemieckiego udziałowca, wykupiono 80% udziałów Pałacu Prasy przy ul. Wielopole (od spadkobiercy Mariana Dąbrowskiego, wydawcy przedwojennego IKC). Po przejęciu budynku usunięto z niego konkurencyjne redakcje „Gazety Krakowskiej” i „Echa Krakowa”. Wydarzeniem technologicznym było przejście na druk offsetowy w 1995 roku (DP był pod tym względem ostatni w Krakowie), a także zmiana formatu gazety. Pozostawiono jednak tradycyjną, uznawaną za archaiczną, szatę gazety i potężną objętość (64 strony, a magazynowe wydanie – 100 stron)⁹.

Kontynuowano inwestycje i wzbogacano ofertę. W 1994 roku podjęto budowę własnej drukarni (obecnie Druk-Press), na co zaciągnięto pożyczkę 1,5 mld DM od Interpublication AG, ale w roku 1996 Jagiellonia wycofała się z tej budowy (usunięto z zarządu spółki Z. Pełkę, reprezentującego mniejszościowego udziałowca). Niemcy samodzielnie ukończyli budowę drukarni. Natomiast kilka lat później (2000 rok) Jagiellonia uruchomiła własną Drukarnię Polską.

W 1998 roku uruchomiono piątą mutację „Dziennika Polskiego” – Małopolska Zachodnia. Odważnym eksperymentem wydawniczym w latach 2002–2007¹⁰ było wydanie niedzielne (przez pierwsze 2 lata ukazywało się równoległe z takimż wydaniem „Gazety Krakowskiej”). Traktowano to jako powrót do tradycji (po raz pierwszy 4 II 1945, potem w latach 60. i 70.). Wydanie nie-

⁸ Szwajcarska firma Interpublication AG była powiązana, jak się okazało, z Verlagsgruppe Passau, więc właściciel „Gazety Krakowskiej” i „Echa Krakowa” zyskał równocześnie mniejszościowe udziały w DP, I.S. Fiut, J. Pałosz, *Strategie wydawnicze „Gazety Krakowskiej” w latach 1990–2006*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2006, nr 3–4, s. 45–46.

⁹ Zob. Kolasa W.M., *Prasa Krakowa w dekadzie przemian 1989–1998*, Kraków 2005, s. 62–78.

¹⁰ Trudno dziś ustalić jednoznacznie datę zakończenia wydania niedzielnego. Według informacji z redakcji DP – ukazywało się do września 2007, według serwisu Wirtualnemedia.pl – do listopada 2008 r. Ostatnie informacje (dane o nakładzie tego wydania) w miesięczniku „Press” dotyczą okresu I – V 2005 [zob. „Press” 2005, nr 8, s. 69].

dzielną startowało jako gazeta kolorowa w objętości 20 kolumn, w nakładzie 20 tys. egz., w cenie 1 zł, kolportowane wyłącznie w Krakowie (w centrum miasta – także sprzedaż „z ręki”). Eksperyment uznano za udany i rentowny – w 2004 roku sprzedawano średnio około 9,7 tys. egz. [„Press” 2005, nr 1, s. 86], w połowie roku następnego – ponad 10,1 tys. [„Press” 2005, nr 8, s. 69].

W listopadzie 2008 r. „Dziennik Polski” przeszedł gruntowne zmiany. Zamknięto nierentowne projekty: wydanie niedzielne (według Wikipedia.pl) oraz edycję podkarpacką (obecną od lat 90.). Wprowadzono kolor na wszystkie strony, dokonano czytelnego podziału gazety na sekcje i dodatki tematyczne. Projekt nowego układu został przygotowany przez dyrektora artystycznego Tomasza Bocheńskiego przy współpracy z Tonym Suttonem, kanadyjskim doradcą ds. mediów. Równocześnie uruchomiono nowy serwis internetowy. Wydawca zdecydował się udostępnić część codziennych wiadomości nieodpłatnie, dostęp do niektórych był możliwy – tak jak wcześniej – po wykupieniu dostępu. Nowością w serwisie były multimedia, elementy interaktywne i archiwum z możliwością przeszukiwania¹¹.

Najnowsza rewolucja w strukturze właścicielskiej miała miejsce w 2011 roku. W pierwszym jej etapie wydawanie „Dziennika Polskiego” przejęła spółka Polski Dom Medialny (należąca wówczas do Wydawnictwa Jagiellonia). W następstwie tych zmian formalnych rozdzielono działalność wydawniczą od reszty zasobów spółki (w portfolio Jagiellonii pozostały: biuro turystyczne, nieruchomości, w tym Dom Prasy oraz drukarnia). W drugim etapie – 30 czerwca 2011 – Grupa Wydawnicza Polskapresse (Oddział Prasa Krakowska) kupiła od Wydawnictwa Jagiellonia 100 proc. udziałów w spółce Polski Dom Medialny, wydającej wówczas już tylko „Dziennik Polski” oraz serwisy Dziennik.krakow.pl i Grosik24.pl. W następstwie transakcji od listopada 2011 redakcja opuściła Pałac Prasy przy ul. Wielopole 1 i przeniosła się do budynku zajmowanego dotąd przez „Gazetę Krakowską” (przy al. Pokoju), co pozwoliło zintegrować wiele działów obu gazet (m.in. sportowy, kulturalny, foto, archiwum, biuro reklamy).

REDAKTORZY NACZELNI PO ROKU 1989

W ćwierćwieczu III RP także często zmieniali się naczelni gazety – było ich w sumie ośmiu:

¹¹ Zob. Wikipedia.pl; Presserwis, 2008-11-14

- Jerzy Walawski (od 4 III 1990) – tymczasowo pełniący obowiązki naczelnego;
- Czesław T. Niemczyński (18 maja 1990 do 8 X 2000), publicysta redakcyjny związany z „Solidarnością”, a potem jeden ze współwłaścicieli (głównych udziałowców Wydawnictwa Jagiellonia);
- Piotr Aleksandrowicz (od 9 X 2000 do 31 V 2001), b. naczelny „Rzeczpospolitej”;
- Andrzej Lenczowski (od 10 X 2001 do 31 XII 2004), dotychczasowy z-ca redaktora naczelnego;
- Ryszard Kołtun (od 1 I 2005 do 31 III 2007);
- Piotr Legutko (8 V 2007 do 25 X 2011); wcześniej przez wiele lat związany był z Telewizją Polską, głównie jej krakowskim oddziałem, pracował też w „Czasie Krakowskim” i „Nowym Państwie”.
- Maciej Kwaśniewski (26 X 2011 do 14 II 2012 – tylko p.o., formalnie – z-ca naczelnego). Wcześniej Kwaśniewski związany był z „Gazetą Krakowską”, gdzie w latach 1999–2007 także był wicenaczelnym.
- Marek Kęskrawiec (od 15 lutego 2012 do dziś).

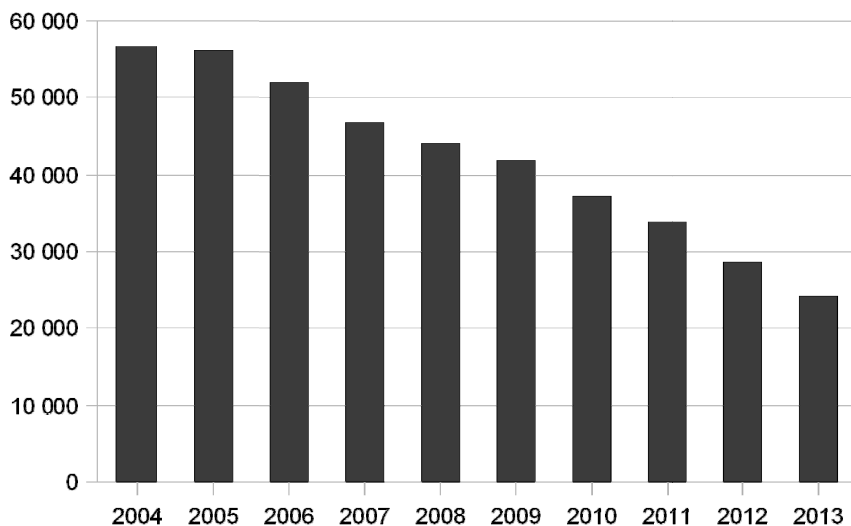
ZMIANY WIELKOŚCI SPRZEDAŻY (1994–2013)

Dostępne dane z pierwszej połowy lat 90. pochodzą głównie z nieweryfikowanych deklaracji wydawców składanych na potrzeby kolejnych edycji *Katalogu mediów polskich* (OBP Kraków). Pozwalają (zob. tab. 1.) jedynie odtworzyć orientacyjny (mocno „zaokrąglony”) obraz rozpowszechniania tytułu, choć dysponujemy narzędziami weryfikacji w postaci częściowych danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP) z niektórych lat.

Tabela 1. Dystrybucja „Dziennika Polskiego” 1993–1998 w tys. egz. według danych deklarowanych przez wydawców

Wskaźnik	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Średni nakład wydania tygodniowego	70,0	100,0	60,0	70,0	70,0	78,1
Średni nakład wydania magazynowego	?	200,0	175,0	170,0	180,0	187,3
Zwroty (w %)	?	?	21%	20%	20%	?
„Teoretyczne” średnie rozprowadzanie (w tys. egz.) przy 20% zwrotach	56,0	80,0	58,0	56,0	56,0	62,4

Źródło: *Katalog mediów polskich* (edycje 1993, 1994, 1995, 1996, 1997 i 1998).



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Dziennika Polskiego” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

Zasadniczo w latach 1993–1998 średni nakład sprzedawany oscylował w przedziale 70–80 tys. egz., a wyjątkowo w roku 1994 (a więc wówczas, gdy DP został zasilony kapitałem szwajcarsko-niemieckim i rozszerzył zasięg terytorialny dystrybucji) wydawca „chwalił się” (chyba z przesadą) sprzedażą na poziomie 100 tys. egz. (a wydania magazynowego – 200 tys. egz.). Generalnie – wydanie piątkowe (magazynowe, z programem TV) miało sprzedaż 2,5-krotnie wyższą niż wydanie przeciętne. Wydawca deklarował zwroty na poziomie 20–21% (1995–1997). Te dane, mimo deklaratywności i „okrągłych liczb”, są, jak się wydaje – realistyczne. Z deklaracji złożonej w ZKDP za IV kwartał 1995 roku wynika, że w tym czasie „Dziennik Polski” ukazywał się w przeciętnym jednorazowym nakładzie 77 127 egz. (wydanie magazynowe – 161 242 egz.), rozpowszechnianie płatne wynosiło 60 005 egz., zwroty zaś – 21,4%. Interesująco rozkładała się w tym czasie geografia rozpowszechniania gazety: jednoznacznie dominował obszar dzisiejszej Małopolski (98,2%), w tym na woj. miejskie krakowskie przypadało 89,7%, tarnowskie – 4,6%, nowosądeckie zaś – 3,9%. Zatem próba „zdobycia” terenów przyległych była niezbyt udana: do czytelników na Śląsku (woj. bielskie i katowickie) docierało średnio 536 egz. (0,95%), na Podkarpaciu – 438 egz. (0,78%), na Kielecczyźnie zaś – 30 egz. (0,05%). Z danych ZKDP za 1997 rok

wynika, że DP sprzedawał przeciętnie 75,1 tys. egz., mając w owym czasie nakłady 95,4 tys. egz. W rok później (1998) było to odpowiednio: 75,1 tys. egz. i 97,7 tys. egz. Oznaczałoby to, że od połowy lat 90. wyniki rozprowadzania płatnego tej gazety uległy polepszeniu, lecz trend wzrostowy uległ odwróceniu po roku 1998. Wyniki sprzedaży w latach 2004–2013 przedstawia wykres 1.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

„Dziennik Polski” od chwili powstania przez kilka kolejnych dekad w czasach PRL reprezentował model dziennika tzw. czytelnikowskiego, a więc model wspólny dla grupy porannych dzienników regionalnych powstałych po II wojnie światowej w ramach Spółdzielni Wydawniczo-Oświatowej Czytelnik. Był tradycyjnie adresowany do bezpartyjnego czytelnika wielkomiejskiego (głównie uznawanych za konserwatywnych mieszkańców Krakowa) i inteligentkiego, zawierał więc stosunkowo mniej (a w każdym razie bardziej ukrytych¹²) treści ideologicznych i partyjnych, a więcej – materiałów kulturalnych, literackich, historycznych etc. Zmiana właściciela i wydawcy na początku lat 90. nie wpłynęła na tradycyjną linię redakcyjną pisma. W tamtym czasie „Dziennik Polski” uchodził za gazetę kontynuującą model czytelnikowski, tzn. neutralną politycznie, o szerokiej ofercie tematycznej, o ambicjach ponadregionalnych¹³.

Obecne kierownictwo „Dziennika Polskiego” tak oto, w nader oszczędnej formie, wyraża linię redakcyjną swojego tytułu: „Informacyjny dziennik metropolitalny. Motto gazety »Krakowski punkt widzenia« odnosi się do głównego zadania DP: interpretowania zdarzeń z pozycji konserwatywnych z odwołaniem do tradycyjnego systemu wartości”.

¹² *De facto* władze oczekiwały od redakcji zaangażowania politycznego. Prasa „czytelnikowska” miała za zadanie „polityczne i społeczne zaktywizowanie tych kręgów politycznych, które [...] zajmują czasem pozycję apolityczną, neutralną”. Cyt. za: U. Lisowska, „Dziennik Polski” 1945–1956, „Rocznik Historii Prasy Polskiej” 2001, t. 4, z. 1, Akademia Pedagogiczna w Krakowie, s. 122.

¹³ J. Jarowiecki, *Zmiany w prasie krakowskiej (1989–1993)* [w:] *Dylematy transformacji prasy polskiej (1989–1993), Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, red. A. Słomkowska, t. XXIV, D.W. Elipsa, Warszawa 1994, s. 193–205.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Redaktor naczelny: Marek Kęskrawiec

Ur. 1967 w Toruniu, absolwent filologii polskiej (1992). Kariera dziennikarska: 1992/93 „Nowości”, 1993/1996 „Czas Krakowski”, 1997/2000 „Super Express”, 2001/2004 „Newsweek Polska”, 2005/6 TVN, 2006/2010 „Newsweek Polska”.

Od 2012 w „Dzienniku Polskim” na stanowisku redaktora naczelnego.

Zastępca redaktora naczelnego: Małgorzata Nitek

Sekretarz redakcji: Marek Halberda

Ur. 1953. Wykształcenie: filologia polska (1976), dr n. humanistycznych (historia filmu). Kariera dziennikarska: „Świat” 1989 (sekretarz redakcji), „Czas Krakowski” 1990–1997 (sekretarz redakcji, red. naczelny, z-ca red. nacz.), „Polski Czas” 1996 (sekretarz redakcji), „Życie Warszawy” 1997 (sekretarz redakcji), „Życie” 1997–2002 (sekretarz redakcji), „Życie Warszawy” 2003–2005 (sekretarz redakcji), „Przegląd Sportowy” – redaktor „Magazynu Tempo”, TVP 2007 (z-ca kierownika „Wiomości”), TVP 2009 (kierownik redakcji warszawsko-mazowieckiej TVP). W „Dzienniku Polskim”: szef działu krajowego (2009–2011), od 2011 r. sekretarz redakcji, red. odpowiedzialny „Historii”

Kierownicy działów:

- Dział krajowy: Marek Halberda
- Dział metropolitalny: Małgorzata Nitek, Remigiusz Półtorak
- Dział kultury: Rafał Stanowski
- Dział sportowy: Krzysztof Kawa i Bartosz Karcz

Krzysztof Kawa

Funkcja: kierownik działu sportowego Polskapresse Oddział Prasa Krakowska („Dziennik Polski” i „Gazeta Krakowska”)

Urodzony: 1968 roku w Tarnowie

Studia: dziennikarstwo w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego (1992). Współpraca dziennikarska: „Tempo” (1988–1990), „Czas Krakowski” (1990–1991), redakcja sportowa TVP Kraków (1990–1991), miesięcznik „Klub Sportowy” (1997–1998, konsultant), portal Arena.pl – redaktor (1999–2000). Zatrudnienie: „Tempo”- redaktor (1992–1997), „Dziennik Polski” – redaktor (1997–2004), „Przegląd Sportowy”, kierownik oddziału w Krakowie (2004–2007). W „Dzienniku Polskim” od 2008 r., w tym kierownik działu sportowego (od maja 2009 roku), a od

marca 2012 roku – kierownik działu sportowego Polskapresse Oddział Prasa Krakowska („Dziennik Polski” i „Gazeta Krakowska”).

Bartosz Karcz

Urodzony w 1974 r. w Krakowie.

Studia: filologia polska w Wyższej Szkole Pedagogicznej (1998) oraz Studium Dziennikarskie przy WSP (1997). Staż dziennikarski: 1996–1997 „Echo Krakowa” (współpracownik), 1997 – do dzisiaj „Gazeta Krakowska”, w tym współpracownik (1997–1998), dziennikarz etatowy od 1998 roku, a od 2006 roku – kierownik działu sportowego. Od 2012 roku po połączeniu redakcji we wspólnym dziale sportowym „Gazety Krakowskiej” i „Dziennika Polskiego”.

- Dział foto: Marcin Makówka
- Projekt graficzny: Tomasz Bocheński

Oddziały terenowe:

- Nowy Sącz
- Tarnów
- Małopolska Zachodnia
- Podhale

Biuro Reklamy: Kraków

Biura Ogłoszeń: Kraków, Nowy Sącz, Oświęcim, Tarnów

Liczba dziennikarzy zatrudnionych na etatach – 46

Liczba stałych współpracowników – 5

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA W ROKU 2013

Akcje publicystyczne (wg redakcji):

1. Postulat skierowany do jednostek samorządu terytorialnego o utworzenie jawnego rejestru umów.
2. Walka o abolicję ZUS zakończona sukcesem, ustawa weszła w życie i obowiązuje od początku 2014.
3. Forum Przedsiębiorców – nowatorska w skali kraju platforma wymiany doświadczeń, informacji między małymi i średnimi przedsiębiorcami oraz interwencji w celu zmiany przepisów i praktyk władzy. Po naszej interwencji Ministerstwo Finansów wypuściło korzystną dla drobnych przedsiębiorców interpretację nowelizacji przepisów o kasach fiskalnych.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

1. **Maja Lisińska-Kozioł** zdobyła III miejsce w ogólnopolskim konkursie dla dziennikarzy „Tak! Pomagam”. Nagrodzony reportaż pt. „Życie jest słodko-gorzkie” ukazał się w „Magazynie Piątek” w „Dzienniku Polskim” 14 grudnia 2012 roku. Organizatorem V edycji konkursu jest Provident Polska oraz Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu. Nagrody zostały wręczone w trzech kategoriach: prasa i internet, radio, telewizja.
2. **Maja Lisińska-Kozioł** została wyróżniona w ogólnopolskim konkursie dla dziennikarzy prasowych za artykuł prezentujący lokalne inicjatywy z zakresu ekonomii społecznej. Konkurs zorganizowany został przez Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich oraz Departament Pożytku Publicznego Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej. Wyróżnienie zdobył reportaż pt. „Pierogi, sałatki, zupy, sosy. Świeże i zdrowe. Pychota!”, który ukazał się w „Dzienniku Polskim” w „Tygodniku Powiatu Myślenickiego” 1–2 czerwca 2013 roku. Opowiada o ludziach, którzy znaleźli pracę i satysfakcję w Spółdzielni Socjalnej „Przystań” z Raciechowic.
3. Okładka dodatku kulturalnego „Dziennika Polskiego” autorstwa **Tomasza Bocheńskiego** zdobyła tytuł Award of Excellence w 35. edycji konkursu World's Best Designed Newspaper. Projekt pierwszej strony kulturalnego dodatku „Magnes” wydawanego z „Dziennikiem Polskim” został uhonorowany tytułem Award of Excellence w kategorii „Portfolio/Strony Projektanta” w konkursie organizowanym przez amerykańską Society for News Design. Nagrodzona okładka była zapowiedzią premiery filmu „Nędznicy”. Society for News Design już po raz czwarty uhonorowało pracę Tomasza Bocheńskiego, dyrektora artystycznego Grupy Polskapresse. W 2010 roku zdobył nagrodę w kategorii „Feature design pages”, 2012 roku srebrny medal w kategorii „Linia Okładek”, a w 2013 jury nagrodziło jego portfolio.
4. **Anna Kaczmarz** z „Dziennika Polskiego” otrzymała nagrodę w kategorii Fotoreporter w konkursie organizowanym przez Kapitułę Nagrody Dziennikarzy Małopolskich.
5. **Zbigniew Bartuś** – nagroda tygodnika „Angora” za najlepszą publicystykę roku 2013.

Lidia Pokrzycka

„Dziennik Wschodni”



Wydawca: Media Regionalne Sp. z o.o.

Adres redakcji: ul. Krakowskie Przedmieście 54 (Corner House), 20-002 Lublin.

Adres strony internetowej: www.dziennikwschodni.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 340 x 290 mm.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 8 923 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013 roku: 17 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo lubelskie.

W poniedziałki w „Dzienniku Wschodnim” ukazuje się regularny dodatek sportowy, a w piątki „Magazyn” oraz tygodnik „Teraz Puławy” w formie insertu do gazety.

HISTORIA¹

W Lublinie gazetą o długich tradycjach czytelniczych był „Sztandar Ludu”, który zaczął ukazywać się 13 marca 1945 roku w nakładzie 20–30 tys. egzemplarzy jako organ Komitetu Wojewódzkiego Polskiej Partii Robotniczej. Nakład pierwszych numerów wynosił ok. 6000 egzemplarzy. Pierwszym redaktorem naczelnym był Izaak (Andrzej) Wohl, a następnie Karol Jaworski, a do 1956 roku Edward Adamiak. Do 1971 roku redakcją zarządzał Marian Wawrzyński, a następnie Eugeniusz Mysłowski. W 1950 roku „Sztandar

¹ Na podstawie: L. Pokrzycka, *Prasa ogólnoinformacyjna w regionie lubelskim po 1989 roku*, Lublin 2010 oraz A.L. Gzella, *Prasa lubelska 1944–1974*, Wydawnictwo Lubelskie, Lublin 1974.

Ludu” miał około 300 społecznych korespondentów terenowych. Większe wymogi stawiane dziennikarzom i nowocześniejsze techniki pracy redakcyjnej sprawiły, że z czasem powołano stałe, profesjonalne oddziały gazety. Powstały cztery oddziały redakcji: w Chełmie, Łukowie, Puławach i Zamościu, a także oddział społeczny Biała Podlaska. W 1966 roku „Sztandar Ludu” wprowadził mutowane kolumny dla Zamościa, Chełma, Białej Podlaskiej, Puław i Biłgoraja. W 1989 roku ukazywał się w średnim nakładzie 118 877 egzemplarzy.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2014

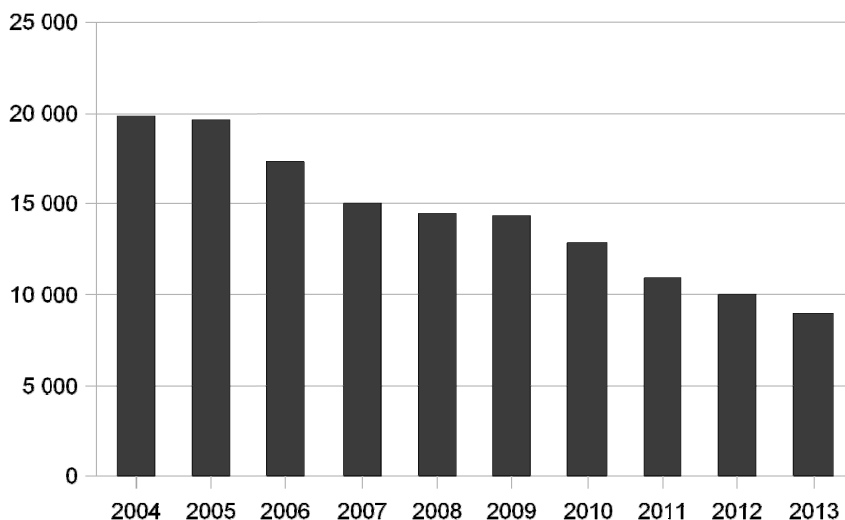
29 stycznia 1990 roku „Sztandar Ludu” zmienił tytuł na „Dziennik Lubelski. Gazeta Poranna Regionu Środkowowschodniego” i ukazywał się w średnim nakładzie 80 204 egzemplarzy. Gazeta powstała w przeddzień samolikwidacji PZPR. Zmiana tytułu towarzyszyła próbom odejścia od RSW Prasy. W marcu 1991 r. w powiązaniu z kapitałem prywatnym w ramach „Dziennika Lubelskiego” utworzono spółkę wydawniczą, której udziałowcami byli: Dziennikarska Spółdzielnia Pracy Edytor i firma Krzysztofa Dudy Kadex. W ten sposób powstała spółka z o.o. Kadex – Edytor. W marcu 1993 r. dokonano kolejnych zmian w strukturze spółki Kadex – Edytor. Zarząd spółdzielni Edytor zerwał jednostronnie umowę z Krzysztofem Dudą. Zarząd spółdzielni Edytor i dziennikarze redakcji „Dziennika Lubelskiego” doszli do wniosku, że umowa spółki jest niekorzystna dla strony dziennikarskiej. „Dziennik Lubelski” z końcem marca 1993 r. zmienił wydawcę i nie przerywając funkcjonowania, stał się własnością nowej firmy – spółki Edytor Press, której udziałowcami byli: Dziennikarska Spółdzielnia Pracy Edytor i dziennikarze pracujący w redakcji „Dziennika”. 1 września 1993 roku z tytułu usunięty został przymiotnik „lubelski”. W ten sposób powstał „Dziennik. Gazeta Poranna Regionu Środkowowschodniego”. Od 1 grudnia 1995 r. „Dziennik” zmienił swój tytuł na „Dziennik Wschodni”. Wydawcą była nadal spółka Edytor Press Ltd., przy czym 63% udziałów „Dziennika Wschodniego” posiadało norweskie wydawnictwo Orkla Media Press. W 1999 roku 100% udziałów „Dziennika Wschodniego” przejęła Orkla. W tym czasie systematycznie wprowadzano zmiany, których celem było podniesienie poziomu redagowania tekstów, uproszczenie trasy czytania, skupienie się na problemach istotnych dla czytelników oraz większe nasycenie gazety formami interaktywnymi. Od 21 maja 2001 roku radykalnie zmieniono winietę tytułową. Znakiem rozpoznawczym gazety stała się duża, czerwona kropka.

Od 2006 do 2013 roku tytuł wchodził w skład Mediów Regionalnych, koncernu, którego właścicielem jest brytyjski Mecom. Od 2013 roku „Dziennik Wschodni” był własnością Polskapresse. Od 1 maja 2014 roku właścicielem gazety jest Corner Media. Sprzedaż „Dziennika” była wymuszona decyzją Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Udziałowcami wydawnictwa są: lubelski biznesmen Tomasz Kalinowski, Krzysztof Wiejak i jedenastu pracowników redakcji.

W cyklu tygodniowym przez ostatnie lata ukazywały się dodatki do „Dziennika Wschodniego” – w poniedziałki: „Sport”, czyli najważniejsze wydarzenia sportowe Lubelszczyzny, omówienia i kalendarze imprez, wyniki i relacje z meczów, aktualne tabele, najświeższy serwis sportowy, i „Praca” – aktualne oferty z rynku pracy w regionie, praktyczne porady zawodowe; we wtorki „Oferta” – bezpłatny dodatek z tysiącami informacji handlowych z Lublina i regionu. Z kolei w środy wydawany był dodatek „Dom”, w którym publikowano rady dla planujących remont lub budowę domu. Natomiast w czwartki ukazywał się dodatek „Moto”, w którym zamieszczane były opinie i porady fachowców, testy samochodów i nowinki ze świata motoryzacji. W piątki „Dziennik Wschodni” wzbogacał się o dodatek „Magazyn”, w którym publikowano reportaże, felietony, wywiady z ciekawymi ludźmi, przepisy na zdrowe życie, recenzje kulinarne, krzyżówki, a także „Tele Program”, czyli program TV z licznymi opisami programów stacji publicznych w objętości 48 stron. Z kolei w soboty przez kilka lat ukazywało się kilka dodatków: „Zdrowie”, w ramach którego opisywano ciekawostki dotyczące urody, zdrowia, diety, psychologii, sportu i rekreacji, „Nowe technologie” – gadżety hi-tech, komputery, multimedia, i „Na luzie” – czyli m.in. dodatek z krzyżówkami, rysunkami satyrycznymi. Aktualnie w poniedziałki ukazuje się regularny dodatek sportowy, a w piątki „Magazyn” oraz tygodnik „Teraz Puławy” w formie insertu do gazety.

ZMIANY WIELKOŚCI SPRZEDAŻY

W wynikach kontroli Związku Kontroli Dystrybucji Prasy „Dziennik Wschodni” jest uwzględniany od 1997 roku. Wtedy nakład wynosił 38 738 egzemplarzy, przy rozpowszechnianiu na poziomie 29 911. W 2012 roku nakład i sprzedaż były najniższe w historii tytułu i wynosiły odpowiednio 14 730 oraz 10 011 egzemplarzy.



**Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Dziennika Wschodniego” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia**

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

REDAKTORZY NACZELNI „DZIENNIKA WSCHODNIEGO”

- Tadeusz Fita – 1990;
- Wiesława Jankowska – od nr. 22. w 1990 roku;
- Alojzy Leszek Gzella – od nr. 109. w 1990 do 1995 roku;
- Paweł Chromcewicz – od 1995 do 1999 roku;
- Stanisław Sowa – 1999–2003
- Jerzy Szubiela – 2003–2004
- Andrzej Mielcarek – 2004–2006
- Krzysztof Wiejak – od 2006 roku – do dziś

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Według deklaracji redakcji, jako lider pod względem liczby czytelników i sprzedaży w województwie lubelskim „Dziennik Wschodni” na bieżąco śledzi i rozwiązuje najważniejsze problemy mieszkańców oraz przygląda się sposobom funkcjonowania lokalnej władzy. Monitoruje też i tropi wszelkie nad-

użycia urzędników i osób związanych z polityką. Dbą o pokazywanie mocnych i słabych stron Lubelszczyzny. Relacjonuje najważniejsze wydarzenia, stojąc po stronie czytelnika, stara się mu pomóc, jest dla niego codziennym źródłem informacji i rozrywki. Dziennikarze nastawieni są na sumienne, staranne i profesjonalne wykonywanie swojego zawodu w sposób etyczny i zawsze zgodny z prawem.

Redakcja deklaruje na swojej stronie internetowej: „Każdego dnia mamy do zaoferowania naszym Czytelnikom najbogatszy serwis informacyjny z całego województwa. »Dziennik Wschodni« to najlepiej poinformowana gazeta w województwie, zawsze pozostająca blisko spraw swoich czytelników”.

Redakcja podkreśla, że cieszy się zaufaniem mieszkańców Lubelszczyzny, gdyż od lat jest liderem na liście najchętniej czytanych tytułów w środkowo-wschodniej części kraju. Wyprzedza pod tym względem zarówno pisma lokalne, jak i ogólnopolskie. „Dziennik Wschodni” jest gazetą bogatą w informacje, pomocną i atrakcyjną graficznie.

Według deklaracji zaczerpniętej z firmowej strony internetowej „»Dziennik Wschodni« to najlepiej poinformowana gazeta w województwie, zawsze stojąca po stronie Czytelników, uważnie patrząca władzy na ręce. Naszej uwadze nic nie umknie”.

STRUKTURA REDAKCJI W 2013 ROKU

W redakcji pracuje 22 dziennikarzy (według danych redakcji). W strukturze redakcji wyodrębniono działy: miejski (kierownik Agnieszka Dybek), sportowy (kierownik Jarosław Klukowski), foto (kierownik Dorota Awioro-Klimek), redakcja online (kierownik Agnieszka Mazuś). „Dziennik Wschodni” posiada także oddziały w Chełmie i Białej Podlaskiej (na stanowiskach dziennikarzy zatrudniono tam po jednej osobie, odpowiednio – Jacek Barczyński i Ewelina Burda).

Redakcja zajmuje się przygotowaniem „Dziennika Wschodniego”, tygodnika „Moje Miasto Lublin” oraz „Teraz Puławy” i „Teraz Zamość”, przygotowuje także wspólną – ostatnią – stronę dla wszystkich dzienników w grupie. W wydaniu internetowym zarządza m.in. portalami „Dziennika Wschodniego”: MM Lublin, MM Puławy, MM Zamość, MM Lubartów, Gra.pl, Strefa Biznesu, Strefa Imprez, RegioPedia oraz przygotowuje materiały dla portali RegioMoto, RegioPraca oraz RegioDom. Współpracuje także z agencją X-news TVN i przygotowuje dla nich materiały wideo.

STRONA INTERNETOWA

Na stronie www.dziennikwschodni.pl można znaleźć działy: wiadomości, sport, biznes, praca, moto, dom, magazyn, styl życia. W zakładce czas wolny zamieszcza się zapowiedzi, np. dotyczące nadchodzących imprez kulturalnych, a w dziale społeczności – linki do lokalnych wydań internetowych tygodników „Moje Miasto” z Lublina, Puław, Lubartowa i Zamościa. Redakcja posiada także swoje serwisy powiatowe (Lublin, Lubelskie, Biała Podlaska, Chełm, Zamość, Puławy, Kraśnik, Łęczna, Świdnik oraz Lubartów). Portal nie odbiega swoją zawartością od schematu stron tytułów wydawanych przez „Media Regionalne”.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

- Mieszkanie za czytanie – czytelnicy gazety wycinają kupony z kolejnych wydań gazety. Po zebraniu kilkunastu mogą wziąć udział w losowaniu nagród. Do wygrania pieniądze, nagrody rzeczowe oraz nagroda główna – mieszkanie w Lublinie.
- Kobieta przedsiębiorcza – czytelnicy zgłaszają kobiety przedsiębiorcze, które swoimi działaniami zasługują na wyróżnienie. Na podstawie rankingu wybierana jest najlepsza.
- Złota Setka – ranking największych i najlepiej prosperujących firm w regionie.
- Taniec z VIP-ami (dotychczas trzy edycje) – odpowiednik tańca z gwiazdami na szczeblu lokalnym.
- PhotoDay – akcja społecznościowa dla czytelników. Wybierane jest trudno dostępne miejsce i zaprasza się czytelników na wycieczkę z aparatami. W ramach akcji odwiedzono m.in. basztę zamku tuż przed otwarciem, 58-metrowy komin Elektrociepłowni Lublin, zoo w Zamościu, galerię handlową przed otwarciem czy zwiedzano zakład produkcyjny lubelskiej Perły.
- Lubelska lista płac – czytelnicy przesyłają informacje ile zarabiają i na jakim stanowisku. Na tej podstawie dokonuje się zestawienia zarobków w regionie.

Wielokrotnie „Dziennik Wschodni” tropił różne afery w województwie lubelskim. Jest to też najczęściej cytowane medium w województwie. Jako pierwszy „Dziennik Wschodni” opisał m.in. ustawiony przetarg na limuzynę dla lotniska czy uczelni, ustawiony przetarg na auta dla straży miejskiej, nadużycia w kraśnickim magistracie, afery korupcyjne czy tuszowane przez polityków afery z udziałem lokalnych członków partii politycznych.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

Redakcja wielokrotnie była laureatem prestiżowego konkursu Grant Front dla najlepszej opublikowanej okładki gazety, organizowanego przez Izbę Wydawców Prasy. Wszyscy reporterzy zatrudnieni w gazecie są laureatami konkursów dla fotoreporterów. Od wielu lat zdobywają nagrody Grand Press Photo za najlepsze zdjęcia i galerie spośród wszystkich mediów w Polsce. Zajmowali również czołowe miejsca m.in. w konkursach National Geographic czy BZ WBK Press Foto. Dziennikarze wielokrotnie wygrywali w wewnętrznym konkursie organizowanym przez wydawcę „Dziennika Wschodniego”. W konkursie im. Jana Stepka uzyskali nagrody m.in. za najlepszy artykuł, materiał śledczy, materiał wideo, akcję redakcyjną roku czy zdjęcie roku. Dziennikarze „Dziennika Wschodniego” wygrywali również w konkursach organizowanym m.in. przez Państwową Inspekcję Pracy czy Najwyższą Izbę Kontroli.

Jolanta Kępa-Mętrak

„Echo Dnia”



Wydawca: Media Regionalne Sp. z o.o.

Adres redakcji: ul. Targowa 18, 25-520 Kielce.

Adres witryny internetowej: www.echodnia.eu

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 400 x 290 mm.

Liczba stron: wydanie podstawowe ok. 16 stron plus dodatki; wydanie weekendowe podstawowe 24 strony plus dodatki ok. 8–16 stron.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 24 305 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013 roku: 32 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo świętokrzyskie oraz południowa część województwa mazowieckiego (powiaty: białobrzegi, grójecki, kozienicki, lipski, przysuski, radomski, szydłowiecki, zwoleński) i północno-zachodnia część województwa podkarpackiego (powiaty: nizański, stalowowolski, tarnobrzegi).

Gazeta ma codziennie pięć wydań: kieleckie, świętokrzyskie 1 (północna część województwa), świętokrzyskie 2 (południowa część województwa), radomskie i podkarpackie. W piątek ukazuje się wydanie weekendowe pt. „Relaks Echo Dnia” zawierający w poszczególnych wydaniach dodatki powiatowe: tygodnik metropolii Kielce, miast i gmin powiatu kieleckiego, „Echo Starachowic”, „Echo Końskich”, „Echo Ostrowca Świętokrzyskiego”, „Echo Skarżyska Kamiennej”, „Echo Włoszczowy”, „Echo Ponidzia”, „Echo Powiśla”, „Echo Jędrzejowa”, oraz „Echo Przysuchy”, „Echo Szydłowca”, „Echo nad Pilicą”, „Echo Kozienickie”.

HISTORIA

„Echo Dnia” (ED) powstało w 1971 r. jako popołudniówka stanowiąca swego rodzaju uzupełnienie porannego organu KW PZPR w Kielcach – „Słowa Ludu”, zgodnie z koncepcją nowego modelu ośrodka prasowego z jednym dziennikiem porannym, jednym miesięcznikiem („Przemiany”) i jedną popołudniówką. Decyzja o jego powstaniu miała zapaść w październiku, a już na początek grudnia zaplanowano wydanie pierwszego numeru¹. Bronisław Zapała, ówczesny dyrektor Kieleckiego Wydawnictwa Prasowego, powołał do jego stworzenia 15-osobowy zespół wyłoniony spośród dziennikarzy „Słowa Ludu” z Karolem Strugiem na czele. Wśród dziennikarzy znaleźli się m.in.: Tadeusz Rogoziński, Andrzej Maślankiewicz, Kazimierz Starowicz, Stanisław Stefaniak, Wojciech Podolecki, Janusz Pańczyk, Janusz Sapa, Maria Sosnał. Próbné wydania, tzw. zerowe, wychodziły od 22 listopada. Pierwszy numer ukazał się, zgodnie z planem, w dniu 1 grudnia 1971 r. Tytuł gazety został wyłoniony w konkursie. Zaproponował go czytelnik ze Skarżyska-Kamiennej. Nakład pierwszego wydania wskazywany w różnych źródłach bardzo się różni – od 50 do 90 tys. egzemplarzy. Objętość wynosiła 8 stron i taka miała być w wydaniach codziennych, od poniedziałku do piątku. W sobotę ukazywał się dodatkowo czterostroonowy „Relaks” zamieszczający – wbrew tytułowi – rozbudowane teksty poświęcone bieżącym wydarzeniom politycznym. Z czasem jego charakter się zmienił. Pozostała publicystyka, ale bazująca na tematyce społecznej.

Od początku swego istnienia „Echo Dnia” starało się być blisko czytelników. Jako popołudniówka gazeta nie musiała publikować oficjalnych komunikatów, więc mogła sobie pozwolić na czołówki dotyczące regionu, na zamieszczanie ciekawostek, czasem traktowanych z przymrużeniem oka, horoskopów, krzyżówek. Ale nie odcięto się od wypowiedzi liderów partyjnych z regionu. W pierwszym numerze znalazła się rozmowa z I sekretarzem Komitetu Miejskiego PZPR w Radomiu, a poparcie dla działań zespołu redakcyjnego wyrażał I sekretarz Komitetu Wojewódzkiego w Kielcach. W kolejnych numerach też znalazły się oficjalne wypowiedzi lokalnych przywódców partyjnych.

Dużą popularnością cieszyły się akcje: „Nie ma Ojczyzny bez Kielecczyny”, „Powróćisz tu”, „Echa fabrycznych hal”. Największą sympatię zdobyła jednak

¹ Historia „Echa Dnia” opiera się głównie na publikowanych i niepublikowanych wspomnieniach pierwszego redaktora naczelnego, Karola Struga. Por. m.in. tenże, *Współorganizatorzy i sojusznicy*, „Ucho Dnia: specjalny dodatek jubileuszowy Echa Dnia”, 1.12.1986, s. 1; D. Parol, *40 lat właśnie minęło*, „Echo na Jubileusz: wydanie specjalne Echa Dnia”, 1.12.2011, s. 1–2.

akcja „Pluszowy miś” polegająca na przekazywaniu przez czytelników zabawek dla dzieci potrzebujących. Jej pomysłodawcą był Karol Strug, a realizacją zajmowało się wielu dziennikarzy. Akcja przetrwała do dziś, podobnie jak plebiscyt Dzikiej Róży, w którym nagradzani są najlepsi aktorzy, reżyserzy i najlepszy spektakl mijającego sezonu Teatru im. S. Żeromskiego w Kielcach.

W 1975 r., po wprowadzeniu nowego podziału administracyjnego kraju, „Echo Dnia” ukazywało się w województwie kieleckim i radomskim, wycofano je z terenów, które weszły w skład województwa tarnobrzskiego (dawne powiaty sandomierski i staszowski).

W połowie 1980 r. zmienił się redaktor naczelny gazety. Karol Strug odszedł na stanowisko dyrektora nowo utworzonego kombinatu prasowo-wydawniczego RSW Prasa-Książka-Ruch. Jego miejsce zajął na następną dzięściolatkę Tadeusz Hozer. Gazeta przetrwała trudny okres stanu wojennego i wciąż jako popołudniówka wkraczała w 1989 w nową rzeczywistość, mając ugruntowaną pozycję na rynku czytelnicznym. Średni nakład tygodniowy sięgał ok. 90 tysięcy egzemplarzy, przy czym wydanie weekendowe znacznie przewyższało nakłady wydań codziennych.

REDAKTORZY NACZELNI W PRL

- Karol Marian Strug od 1 XII 1971 do 15 VII 1980; przeniesiony na stanowisko dyrektora RSW Prasa-Książka-Ruch;
- Tadeusz Jan Hozer od 15 VII 1980 do 30 V 1990, wcześniej zastępca redaktora naczelnego ED.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

W 1989 r., wraz ze zmianami politycznymi i likwidacją RSW, „Echo Dnia” stanęło na skraju przepaści – groziło mu zamknięcie. Wyjściem miało być przejęcie pisma przez Wojewódzką Radę Narodową w Kielcach². Zanim doszło do przekształceń własnościowych, od 1 czerwca 1990 r. zmienił się redaktor naczelny. Pełniącym te obowiązki został Wojciech Podolecki, ale na krótko. Po trzech miesiącach zastąpił go Jerzy Chrobot. Próbował dostosować gazetę do nowych warunków, równocześnie występując wraz z zespołem przeciwko pomysłowi przekazania jej WRN w Kielcach. Rozpoczęły się stara-

² *Na gorąco*, „Echo Dnia” 1989, nr 184, s. 2.

nia o sprywatyzowanie pisma. Doszło do niego 3 kwietnia 1991 roku. Właścicielem „Echa Dnia” została kielecka Agencja Handlu i Marketingu Acumen, płacąc za tytuł w przetargu ogłoszonym przez Komisję Likwidacyjną RSW 400 mln zł³. Wówczas Jerzy Chrobot nie był już redaktorem naczelnym – odszedł do spółki Drogowiec, gdzie zorganizował Wydawnictwo 24 Godziny. W stopce redakcyjnej „Echa” w miejscu nazwiska redaktora naczelnego pojawił się wtedy zapis: wakat. Po kilku dniach p.o. naczelnym został dotychczasowy sekretarz redakcji Jerzy Kosowski. Niespełna miesiąc później, 2 maja 1991 r., redaktorem naczelnym został ponownie Jerzy Chrobot. Miał ratować gazetę przed zapaścią i pokonać konkurencję w postaci „Gazety Kieleckiej” i „Dziennika Radomskiego”. Wprowadził nowe rubryki i cykle tematyczne, m.in. „Alfabet Kielecki”, „Młodzi piszą”, „Plotkarke”, a wcześniej „Hyde Park”. Później wprowadzono osobne kolumny regionalne: „Kielce i region” oraz „Radom i województwo” oraz dodatek gospodarczy „Interesy”. Zwiększyła się znacznie objętość gazety. Nastąpiła również bardzo ważna zmiana technologiczna. 8 lipca 1991 r. ukazał się pierwszy numer w nowym formacie, większym od dotychczasowego, i nowej szacie graficznej. Zachowano jednakże kolorystykę: winieta tytułowa w wydaniach codziennych pozostała niebiesko-czarna, w piątkowym – pomarańczowa. Typograficzna technika druku została zamieniona na offsetową, co poprawiło jakość zdjęć. Wszystkie zabiegi miały na celu zwiększenie sprzedaży, która z 90 tys. przed 1989 r. spadła pod koniec 1991 r. do 13 tys. w wydaniach codziennych i 69 tys. w piątkowym⁴.

Jerzy Chrobot pozostał redaktorem naczelnym zaledwie do początku września 1991 r. Od 2 września zastąpił go Waldemar Paclawski. Zbiegło się to z kłopotami wydawcy. Firma Acumen, uwikłana w afery gospodarcze, zmieniła nazwę na Acumen-Service. Wreszcie 23 kwietnia 1992 r. „Echo Dnia” po raz kolejny zmieniło właściciela. Stało się nim Przedsiębiorstwo Budowlane Mitex, którego właścicielem był kielecki biznesmen Michał Sołowow. Rozpoczął zarządzanie pismem od drastycznych zmian warunków pracy dziennikarzy. Sytuację w redakcji zaogniła jeszcze nieprzychylna ocena zespołu dokonana przez nieznanego autora. Nie pomogło nawet zawieszenie w czynnościach redaktora naczelnego i powierzenie jego obowiązków zastępcy, Sta-

³ Dokumenty Zarządu Oddziału SDRP w Kielcach, Protokół nr 8/C/91 z posiedzenia Zarządu Oddziału SDRP w dniu 17.03.1991. W przetargu wystąpiła także spółdzielnia dziennikarska z ofertą 100 mln zł.

⁴ D. Łukasik, *Monografia dziennika „Echo Dnia” w latach 1971–2002*, mps pracy mgr. powstałej w Instytucie Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2003, s. 41–43.

nisławowi Mijasowi. Tym bardziej, że kolejne posunięcia właściciela polegały m.in. na obniżeniu funduszu wierszówkowego tłumaczonego koniecznością zakupienia czterech komputerów⁵.

Dwa miesiące po przejęciu tytułu przez M. Sołowowa formalnym wydawcą gazety została spółka z o.o. Echo Press⁶. Na stanowisko redaktora naczelnego został powołany Jerzy Gierszewski, a zastępcy przybyli wraz z nim z Warszawy Wiesław Dołęgowski. Miał się rozpocząć nowy etap w historii gazety. Większość zespołu jednak nie zaakceptowała nowych redaktorów, a oni sami, bez znajomości kieleckich realiów, szybko doprowadzili do oderwania gazety od rzeczywistości i oczekiwań czytelnich. Kilkoro dziennikarzy odeszło z redakcji. Nie zmieniło to polityki właściciela stojącego na stanowisku, że nie ma ludzi niezastąpionych. Na miejsce odchodzących przychodzili nowi, często bez żadnego przygotowania, ale byli też „kupowani” dziennikarze z innych redakcji, np. z „Gazety Kieleckiej”. Wszyscy musieli zaakceptować warunki, jakie dyktował wydawca.

W listopadzie 1992 r. znów nastąpiła zmiana na stanowisku redaktora naczelnego. Po raz trzeci do redakcji powrócił Jerzy Chrobot. Tym razem miał nie tylko ratować gazetę przed całkowitą zapaścią, ale i odbudować redakcję w Kielcach oraz jej oddział w Radomiu. Postawił przede wszystkim na lokalność. Dziennikarze wyszli z redakcji, by spotykać się z ludźmi, m.in. w klubach osiedlowych. W gazecie pojawiły się nowe kolumny, m.in.: „Echo Czytelników”, „Echo Informator”, „Echo Szkolne”, „Echo Młodych”, później „Echo Kultury”, „Echo z Kobietą”, „Medycyna i Zdrowie”. Na początku 1993 r. nastąpił powrót do mniejszego, wygodniejszego formatu. Ruszyła kolumna „Amorek”, potem „Echo nad Kamienną”, „Rock Echo”, wreszcie stała kolumna miejska.

4 października 1993 roku „Echo Dnia” z popołudniówki stało się dziennikiem porannym. Wydarzenie zostało poprzedzone kampanią reklamową w Polskim Radiu Kielce. Był to przełom w historii gazety zakończony sukcesem. Od tej pory „Echo” nie tylko zaczęło wracać na utracone rynki, ale i zdobywać nowe. 26 listopada tego samego roku po raz pierwszy ukazał się program telewizyjny jako wkładka pod nazwą „Tele-Echo”, a trzy dni później mieszkańcy województw kieleckiego i radomskiego otrzymali osobne wydania gazety. Pierwsza mutacja miała tylko inną kolumnę miejską, pozostałe informacje, w tym na pierwszej stronie, zawierały w lidzie nazwę miejscowości, z której

⁵ J. Kępa-Mętrak, *Kieleckie środowisko dziennikarskie 1989–1999* [w:] *Środki masowej informacji w Polsce po likwidacji cenzury (1990–2000)*, red. J. Adamowski, Warszawa 2000, s. 232–233.

⁶ M.M. Siuda, *Prasa Kielecka w latach 1989–1999* [w:] *Środki masowej informacji w Polsce po likwidacji cenzury (1990–2000)*, red. J. Adamowski, Warszawa 2000, s. 240.

pochodziły. 17 lutego 1994 roku „Echo” powróciło nad Wisłę – ukazało się jego trzecie wydanie obejmujące ówczesne województwo tarnobrzeskie: Tarnobrzeg, Sandomierz, Stalową Wolę, Staszów, Opatów i Połaniec. Pod koniec 1994 roku wyszło czwarte wydanie – dla największych miast leżących w północnej części województwa kieleckiego: Końskich, Skarżyska-Kamiennej, Starachowic i Ostrowca Świętokrzyskiego. Gazeta rozrastała się coraz bardziej. Zwiększyła się liczba kolumn przeznaczonych na sport, szczególnie w poniedziałek (przekształconych później w oddzielny dodatek), 17 września 1994 r. ukazało się pierwsze wydanie sobotnio-niedzielne z nadtytułem „Weekend”, a w piątek 14 kwietnia 1995 roku wydano po raz pierwszy kolorowy, 48-stronnicowy dodatek do podstawowej gazety – „Super-Relaks”. Miał on format A4, był redagowany przez Stanisława Wróbla i Pawła Mijasa, zawierał kolumny: „Wydarzenia”, „Życie”, „Reportaż”, „Gospodarka”, „Polityka”, „Kryminał”, „Moto-wieści”, „Amorek”, „Zdrowie”, „Uroda”, „Sport” oraz „Tele-Echo”, czyli tygodniowy program telewizyjny, wcześniej drukowany w „Relaksie”.

Na rok 1995 przypadł też debiut spółki Echo Press S.A. (po przekształceniu rok wcześniej) na Giełdzie Papierów Wartościowych. Była ona pierwszą firmą branży medialnej dopuszczoną do publicznego obrotu. 4 września 1995 r. rozpoczęła się sprzedaż akcji w cenie 5 zł za jedną. Po kilku miesiącach kurs akcji wzrósł do 100–120 zł. Echo Press rozwinęło swą działalność na inne obszary, m.in. developerski⁷.

Tuż po wprowadzeniu spółki na giełdę zmienił się po raz kolejny redaktor naczelny. Jerzego Chroboty zastąpił Andrzej Załucki. Gazeta nadal ewoluowała, ale zmiany nie były już tak dynamiczne. W sferze wydawniczej zmieniały się nazwy firm, ale właściciel pozostawał przez kilka lat ten sam. W 1997 r. giełdowa spółka Echo Press została przemianowana na Echo Investment, a rok później z jej struktur wydzielono spółkę pod nazwą Echo Media, nowego formalnego wydawcę „Echa Dnia”. Wówczas też gazeta rozszerzyła swój zasięg na Mielec i Kolbuszową.

Od początku 1999 roku gazeta zaczęła ukazywać się w nowej szacie graficznej oraz uruchomione zostało piąte wydanie regionalne. Pod koniec sierpnia tegoż roku po raz pierwszy ukazał się środowy dodatek dla pań „Echo Domowe”, które później zmieniło tytuł na „Nasz Styl”. 15 listopada 2000 roku dziennik wzbogacił się o kolejne wydanie – szóste. Poszczególne wydania obejmują: wydanie kieleckie – miasto Kielce i powiat kielecki, wydanie świętokrzyskie 1 – miasta i powiaty: Końskie, Skarżysko, Starachowice, Ostrowiec; wydanie świętokrzyskie

⁷ D. Łukasik, *Monografia dziennika...*, s. 53–54.

2 – miasta i powiaty: Sandomierz, Staszów, Opatów; wydanie świętokrzyskie 3 – miasta i powiaty: Busko, Pińczów, Kazimierza Wielka, Jędrzejów, Włoszczowa; wydanie radomskie – byłe województwo radomskie; wydanie podkarpackie – miasta i powiaty: Tarnobrzeg, Stalowa Wola, Nisko, Mielec, Kolbuszowa. Z końcem września zmiana nastąpiła na stanowisku redaktora naczelnego. Objął je dotychczasowy zastępca, Stanisław Wróbel, zajmujący je do chwili obecnej.

Od sobotniego wydania 3 marca 2001 roku ruszył kolorowy dodatek „Na luzie”, zawierający krzyżówki, rebusy, dowcipy słowne i rysunkowe itp. W tym samym roku pojawiły się kolejne: wtorkowy „Mój Dom”, środowy „Jej Świat”, czwartkowe „Zdrowie”. Od sierpnia 2001 roku zaczęto realizować program wydawania tygodników lokalnych dołączanych do piątkowego wydania „Echa Dnia”.

Do kwietnia 2004 r. właścicielem zmieniających się spółek wydających „Echo Dnia” był Michał Sołowow (kupił także spółkę Słowo Media wydającą „Słowo Ludu”, później „Słowo”). Wycofując się z branży medialnej, sprzedał „Echo” i „Słowo” spółce Orkla Press S.A. zależnej od norweskiego koncernu Orkla Media. Wartości transakcji nie ujawniono⁸. Dwa lata później, z dniem 1 czerwca 2006 r., „Słowo” zniknęło z rynku. Mówiło się o połączeniu go z „Echem”. Faktycznie do zespołu redakcyjnego dołączyła grupa około 10 dziennikarzy „Słowa”, ale zwolnienia nastąpiły w obydwu dotychczasowych redakcjach⁹. Stabilizacja, która trwała przez kilkanaście lat, została wyraźnie zachwiana. Tym bardziej, że kolejne zmiany właścicielskie nastąpiły już w październiku 2006 r. Norweska grupa medialna Orkla Press została przejęta przez brytyjski fundusz Mecom Group, a z początkiem grudnia polskiej części koncernu prasowego Mecom Europe nadano nazwę Media Regionalne¹⁰. „Echo Dnia” stało się jednym z 12 tytułów przez nie wydawanych.

Kolejna zmiana szykowała się od marca 2013 r. Polskapresse planowała przejście od Mecom Group pionów prasowego, internetowego i poligraficznego Mediów Regionalnych. Zgodę na transakcję musiał wyrazić UOKiK¹¹. Ostatecznie decyzja zapadła w październiku 2013 r. W wyniku transakcji powstała grupa medialna wydająca 20 dzienników regionalnych, liczne tygodniki płatne i bezpłatne oraz bezpłatny dziennik „Nasze Miasto”, posiadają-

⁸ *Orkla przejmuje gazety w Kielcach*, <http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/orkla-przejmuje-gazety-w-kielcach> [dostęp: 3.07.2014].

⁹ *Dziennik „Słowo” zniknął z rynku*, <http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/dziennik-slowo-zniknal-z-rynku> [dostęp: 3.07.2014].

¹⁰ *Orkla Press Polska zmieniła nazwę*, <http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/orkla-press-polska-zmieniła-nazwe> [dostęp: 3.07.2014].

¹¹ *Polskapresse kupuje Media Regionalne*, <http://www.wirtualnemedia.pl/artukul/polska-press-kupuje-media-regionalne> [dostęp: 3.07.2014].

ca ponad 60 serwisów internetowych oraz kontrolująca 11 drukarni¹². „Echo Dnia” było jednym z przejętych tytułów.

REDAKTORZY NACZELNI PO ROKU 1989

- Wojciech Roman Podolecki od 1 czerwca do 1 września 1990 r., wcześniej zastępca redaktora naczelnego;
- Jerzy Józef Chrobot od 2 września 1990 do marca 1991 r., wcześniej dziennikarz „Słowa Ludu”, odszedł do firmy Drogowiec i współtworzył Wydawnictwo 24 Godziny;
- Jerzy Kosowski p.o. redaktor naczelny w kwietniu 1991 r., wcześniej sekretarz redakcji;
- Jerzy Józef Chrobot od 2 maja do 1 września 1991 r.;
- Waldemar Paćłowski od 2 września 1991 do 22 czerwca 1992 r.;
- Stanisław Mijas, zastępca redaktora naczelnego, powierzono mu obowiązki kierowania zespołem od 23 czerwca do 15 lipca 1992 r.;
- Jerzy Gierszewski od 16 lipca do 4 listopada 1992 r.;
- Jerzy Józef Chrobot od 5 listopada 1992 r. do 30 września 1995 r., odszedł na stanowisko redaktora naczelnego „Gazety Kieleckiej”;
- Andrzej Załucki od 1 października 1995 do 30 września 2000 r., wcześniej zastępca redaktora naczelnego „Słowa Ludu”, odszedł na stanowisko redaktora naczelnego „Słowa”;
- Stanisław Wróbel od 1 października 2000 do chwili obecnej, wcześniej zastępca redaktora naczelnego.

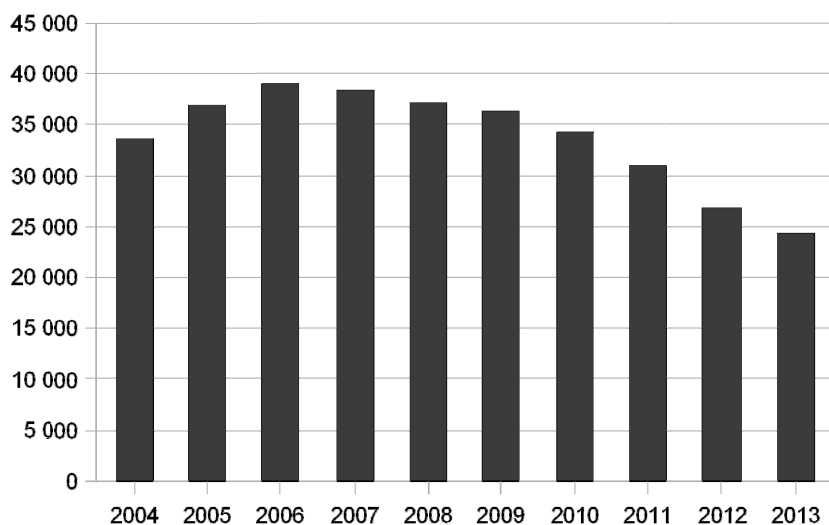
ZMIANY WIELKOŚCI SPRZEDAŻY (1994–2013)

W wynikach kontroli Związku Kontroli Dystrybucji Prasy „Echo Dnia” zostało uwzględnione po raz pierwszy w 1997 roku. Średni nakład jednorazowy wynosił wtedy 39 847 egzemplarzy, natomiast rozpowszechnianie płatne razem – 32 309 egzemplarzy¹³.

¹² *Media Regionalne już pod kontrolą Polskapresse*, <http://www.wirtualnemedial.pl/artikuly/media-regionalne-juz-pod-kontrola-polskapresse> [dostęp: 3.07.2014].

¹³ Komunikat Zarządu Związku Kontroli Dystrybucji Prasy o wysokości nakładów i dystrybucji pism kontrolowanych przez ZKDP w 1997 roku, <http://www.zkdp.pl/images/Komunikat%20ZKDP%20za%201997%20rok.pdf> [dostęp: 3.07.2014].

Do końca lat 90. XX wieku średni nakład rósł od 43 774 do 48 451 egzemplarzy. Rozpowszechnianie płatne w tym czasie utrzymywało się na poziomie 33 813–35 605 egzemplarzy. Od roku 2000 nakład zaczął spadać, by w latach 2001–2004 ustabilizować się na poziomie bliskim 45 000 egzemplarzy. Rozpowszechnianie płatne zbliżone było do 34 000. W roku 2005 obydwie wartości znacząco poszły w górę i zwiększyły się jeszcze w następnym roku, by ponownie zacząć spadać od roku 2007. Od tego czasu następowały już tylko spadki nakładów i sprzedaży, do poziomu niższego niż w roku 1997. W 2012 roku odnotowano rozpowszechnianie płatne w liczbie zaledwie 26 903 egzemplarzy. W grudniu 2013 r. spadło ono jeszcze bardziej, do 25 818 egzemplarzy. Nakłady w tym czasie również się zmniejszały, do 33 920 egzemplarzy w grudniu 2013 r.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Echa Dnia” w latach 2004–2013 według ZKDP.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

MISJA GAZETY

„Echo Dnia” od chwili powstania starało się być jak najbliżej czytelników. Kolejni redaktorzy naczelni i zespoły, którymi kierowali, deklarowali zawsze chęć informowania o najważniejszych dla nich sprawach, pomagania w rozwiązywaniu różnorodnych problemów, dostarczania wiedzy i rozrywki. W pierwszym numerze dziennikarze pisali: *Naszą dziennikarską pracę pragniemy dodać rumieńców Waszemu życiu. Niech będzie ono jeszcze lepsze i weselsze.*

*W redagowaniu pisma oznacza to przede wszystkim wymianę myśli na różne tematy, szczere mówienie o tym, co cieszy, a co jeszcze smuci*¹⁴.

W ostatnich latach działania dziennikarzy wspierają specjaliści z zakresu promocji, marketingu i reklamy. Wspólnie wypracowują kierunki działań i formułują najważniejsze założenia gazety. Tak je określili: *Jesteśmy przekonani, że należą się Wam nie tylko najświeższe informacje ze świata, z kraju, z najbliższych okolic, lecz także porcja rozrywki, dodatkowej wiedzy, relaksu w gronie najbliższych – a wszystko w przystępnej cenie albo i... w ogóle bezpłatnie. [...] Wciągamy Was we wspólne zabawy (wakacyjne wybory Miss Lata, wybory Małej Miss, zimowe akcje na stokach narciarskich), zapraszamy do uczestnictwa w akcjach prospołecznych (koncerty charytatywne, „Szkoła bez przemocy”). Mamy coś dla czytelników w każdym wieku – maluchom proponujemy akcję „Pierwszaki”, uczniom szkół średnich akcję „Maturzyści”. Dla prenumeratorów szykujemy specjalne upominki i konkursy, a dla członków Klubu Czytelnika – specjalne kupony rabatowe na zakupy. Często pracujemy po nocach, w weekendy, nawet w święta. Wszystko jednak robimy po to, byście Państwo byli zadowoleni, byście czuli, że jesteście dla nas bardzo ważni. Każda udana akcja, za którą Państwo dziękujecie w mailach, listach, telefonach, to dla nas ogromna satysfakcja i wielka radość. Każda uwaga, porada, prośba – to rzecz niemalże święta. Chcemy, żeby „Echo Dnia” było traktowane jak przyjaciel, do którego zwracacie się po radę, informację i dawkę rozrywki*¹⁵.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013¹⁶

Kierownictwo redakcji

Stanisław Wróbel – redaktor naczelny

Janusz Kania – sekretarz redakcji

Marcin Genca – zastępca redaktora naczelnego

Mateusz Dudzik – redaktor

Marek Piórecki – redaktor

Krzysztof Wieczorek – redaktor

¹⁴ *Drodzy Czytelnicy!*, „Echo Dnia” 1971, nr 1, s. 1.

¹⁵ *Promocja Echa Dnia*, <http://www.echodnia.eu/apps/pbcs.dll/section?Category=PRO-MOCJA> [dostęp: 3.07.2014].

¹⁶ Informacje pochodzą wyłącznie ze strony internetowej: <http://www.echodnia.eu/apps/pbcs.dll/section?Category=REDAKCJA> [dostęp: 25.07.2014]. Redakcja, mimo wielokrotnych próśb, nie udostępniła żadnych informacji.

Redakcja internetowa

Miłosz Skiba – kierownik redakcji online

Marzena Ślusarz – redaktor

Julita Stradomska – redaktor

Karol Biela – redaktor online

Anna Bilska – redaktor online

Wojciech Grzegolec – redaktor online

Michał Kolera – redaktor online

Dział miejski

Agnieszka Białek – dziennikarz

Dorota Klusek – dziennikarz

Elżbieta Zemsta – dziennikarz

Maciej Banachowski

Agata Kowalczyk – dziennikarz

Anna Krawiecka-Kownacka

Paweł Więcek – dziennikarz

Dział sportowy

Sławomir Stachura – kierownik

Paweł Kotwica – zastępca kierownika

Dorota Kułaga – dziennikarz

Kamil Markiewicz – dziennikarz

Dział kryminalny

Sylwia Bławat – kierownik

Michał Nosal – dziennikarz

Dział publicystyczny

Lidia Cichocka – dziennikarz

Iwona Rojek – dziennikarz

Dział informacyjny

Izabela Bednarz – dziennikarz

Dział foto

Dawid Łukasik – fotoreporter

Aleksander Piekarski – fotoreporter

Łukasz Zarzycki – fotoreporter

Oddział Radom

Dominik Majsterek – kierownik oddziału

Wojciech Szczepański – zastępca kierownika

Monika Daszkowska – dziennikarz

Barbara Koś – dziennikarz

- Izabela Kozakiewicz – dziennikarz
- Piotr Kutkowski – dziennikarz
- Włodzimierz Łyżwa – dziennikarz
- Antoni Sokołowski – dziennikarz
- Jerzy Stobiecki – dziennikarz
- Agnieszka Witczak – dziennikarz
- Janusz Petz – dziennikarz
- Ewelina Witkowska – dziennikarz
- Oddział Skarżysko Kamienna
 - Mateusz Bolechowski – dziennikarz
- Oddział Busko-Zdrój i Kazimierza Wielka
 - Adam Ligiecki – dziennikarz
- Oddział Pińczów
 - Irena Imosa – dziennikarz
- Oddział Ostrowiec Świętokrzyski
 - Mirosław Rolak – kierownik oddziału
- Oddział Końskie
 - Marzena Kądziela – dziennikarz
- Oddział Włoszczowa
 - Rafał Banaszek – dziennikarz
- Oddział Sandomierz i Opatów
 - Michał Leszczyński – dziennikarz
 - Małgorzata Płaza-Skowron – dziennikarz
- Oddział Starachowice
 - Kazimierz Cuch – dziennikarz
 - Agnieszka Lasek-Piwska – dziennikarz
- Oddział Staszów
 - Marcin Jarosz – dziennikarz
- Oddział Jędrzejów
 - Przemysław Chechelski – dziennikarz
- Oddział Podkarpacie
 - Marcin Radzimowski – kierownik oddziału
 - Piotr Szpak – dziennikarz sportowy
 - Klaudia Tajs – zastępca kierownika oddziału
 - Grzegorz Lipiec
- Oddział Stalowa Wola
 - Arkadiusz Kielar – dziennikarz sportowy
 - Zdzisław Surowaniec – dziennikarz

Monika Worsowicz

„Express Ilustrowany”



Wydawca: Grupa Wydawnicza Polska Presse sp. z o.o. Oddział Prasa Łódzka.

Adres: ul. ks. I. Skorupki 17/19, 90-532 Łódź.

Adres witryny internetowej: www.expressilustrowany.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 370 x 290 mm.

Liczba stron: 20 (wydanie podstawowe) – 44 (wydanie magazynowe – piątkowe).

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 35 048 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 54 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: Łódź; powiaty: łódzki wschodni, pabianicki, zgierski.

Dodatki: „Express Sportowy” (wtorek), „Blżej Ciebie” (sobotni tygodnik lokalny: Aleksandrów, Brzeziny, Głowno, Łask, Łęczyca, Koluszki, Konstantynów, Ozorków, Pabianice, Parzęczew, Poddębice, Rzgów, Stryków, Tuszyn, Zgierz).

HISTORIA

Narodzinom „Expressu Ilustrowanego” (EI)¹ 2 sierpnia 1923 roku, jako popularnego pisma o charakterze sensacyjnym, towarzyszyły konkretne oczekiwania. Miało stać się podstawowym źródłem dochodu dla wydawcy – łódzkiego

¹ Tak od czasów powojennych brzmi nazwa dziennika kontynuującego w pewnym stopniu tradycję tytułu z okresu 20-lecia; wówczas początkowo wydanie ukazywało się jako „Express Wieczorny Ilustrowany”, zaś niedzielne jako „Express Niedzielnny Ilustrowany”.

koncernu Republika i zarazem popołudniówką uzupełniającą najświeższymi wiadomościami serwis dostarczany przez główny dziennik poranny – „Republikę”². Nad realizacją tego zadania czuwał wieloletni redaktor naczelny EI, a zarazem współzałożyciel i udziałowiec koncernu, Władysław Polak. Na sześciu–ośmiu stronach czytelnicy otrzymywali niskiej jakości materiały informacyjne, często brukowo-plotkarskie, pisane niewyszukanym językiem i dopełniane słabą beletrystyką, głównie w postaci odcinków powieściowych z lokalnym kolorytem. Byli to jednak odbiorcy o nieutrwalonym jeszcze nawyku czytania. Szukali w gazecie konkretnych, emocjonujących faktów ilustrujących życie wielkiego miasta, które odwracały ich uwagę od poważnych problemów, jak bezrobocie i nędza³. Do tytułu przyciągały ich również liczne konkursy i akcje pomocowe.

Jeszcze efektywniejszym sposobem pozyskiwania nowej publiczności i zarazem obniżania kosztów wydawniczych stały się lokalne mutacje dziennika⁴, których liczba sięgnęła 20 w 1934 i 1939 roku. Łączny nakład wynosił wówczas 60 tys. egzemplarzy w dni powszednie i do 130 tys. egzemplarzy w niedzielę. Wydanie łódzkie dochodziło do 15 tys. egzemplarzy w dni powszednie i dwa razy tyle w niedzielę (dane za 1938 rok)⁵. Dzięki znacznemu zasięgowi „Express” był tytułem o dużej skali oddziaływania⁶, ale jego zaangażowanie polityczne stało się wyraźniejsze dopiero w latach 30., gdy redakcja zdecydowanie opowiedziała się po stronie sanacji⁷.

² Zdaniem J. Walickiego od EI oczekiwano również, że stanie się medium, z pomocą którego można by podjąć próbę wpływania na poglądy polityczne mas (zob. J. Walicki, *Odmladzenie starych kobiet, czyli sensacja 1923 roku albo narodziny i młodość „Expressu Ilustrowanego”*, Łódź 1998, s. 22–23).

³ Por. tamże, s. 37–38; *Czuje się nadal reporterem*, z A. Ochockim rozm. W. Uchman, http://www.art.intv.pl/Ochocki_A./Wywiady/ [dostęp: 25.08.2013]; W. Władyka, *Krew na pierwszej stronie. Sensacyjne dzienniki Drugiej Rzeczypospolitej*, Warszawa 1982, s. 88.

⁴ Gazeta wychodziła m.in. w: Gdyni, Katowicach, Krakowie, Lublinie, Lwowie, Tarnowie, Tomaszowie Mazowieckim, Toruniu i Wilnie. Na terenie kraju pismo ukazywało się jako dziennik poranny, w tytule najczęściej dodawano określenie geograficzne, np. „Express Kaliski” (zob. M. Hrycek, *Koncern Republiki – wydawca łódzkich gazet międzywojnia* [w:] *Łódzkie media dawniej i dziś*, red. B. Bogołębska, M. Mikosz, Łódź 2012, s. 15–16).

⁵ Tamże, s. 23. A. Ochocki, dziennikarz EI, podaje inne liczby: według szacunków z 1938 r. łączny nakład dziennika wynosił 140 tys. egzemplarzy, w niedzielę 175 tys., w Łodzi – od 27 do 41 tys. egzemplarzy (por. *Nie te czasy, nie te gazety*, z A. Ochockim rozm. B. Madej, „Odgłosy” 1988, nr 6, s. 6).

⁶ Por. A. Paczkowski, *Prasa polska w latach 1918–1939*, Warszawa 1980, s. 68, 167.

⁷ Por. tamże, s. 28–31; W. Władyka, *Polityczne oblicze prasy ogólnoinformacyjnej w Drugiej Rzeczypospolitej*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej” 1979, z. 4, s. 95.

Okres powojenny dla „Expressu Ilustrowanego” rozpoczął się niemal w pierwszą rocznicę wyzwolenia Łodzi – 17 stycznia 1946 roku. Redaktorem naczelnym odradzającej się gazety został Konstanty Bogusławski (Adam Szenberg, Adam Górski), były sekretarz redakcji „Republiki”. W następnym roku, wraz z „Echem Krakowa” łódzka popołudniówka weszła do grona pism wydawanych przez partyjny koncern RSW Prasa. Jednak zgodnie z wytycznymi przyjętymi przed zjednoczeniem partii robotniczych profil tej grupy dzienników miał częściowo nawiązywać do tradycji przedwojennej. Nie miały być one firmowane przez partię, lecz zostały przeznaczone dla mniej świadomej politycznie i nieaktywnej części klasy robotniczej oraz „warstw pośrednich”, aby służyć podnoszeniu ich poziomu zaangażowania politycznego⁸. Podobnie jak wiele innych tytułów „Express” bardzo aktywnie włączył się w organizację różnego rodzaju inicjatyw pomocowych i konkursów, szczególnie kierowanych do najmłodszych⁹. To między innymi dzięki takim akcjom gazeta zyskała nobilitujące miano pisma bliskiego czytelnikom¹⁰.

Drugie powojenne narodziny dziennika nastąpiły 15 listopada 1956 roku, gdy odzyskał on samodzielność po trzyletnim okresie połączenia z „Dziennikiem Łódzkim”. Kolejni redaktorzy naczelni zachowywali charakter pisma oferującego czytelnikowi po dniu pracy łatwą lekturę, bogatą w szczegóły z życia miasta i ciekawostki, ale też bardziej wiarygodną informacyjnie niż dawny „Express”. Formuła „lekkiego tabloidu” drukującego przede wszystkim

⁸ Zob. A. Słomkowska, *Prasa w PRL. Szkice historyczne*, Warszawa 1980, s. 227–228.

⁹ Zob. T. Ceglarski, *Z „Expressowego” albumu [w:] 40 lat „Expressu Ilustrowanego”*, Łódź 1986, s. 8. W całej powojennej historii pismo zaangażowało się w ponad 350 różnych akcji (zob. „Expressem” przez historię, <http://lodz.naszemiasto.pl/archiwum/568148,expressem-przez-historie,id,t.html> [dostęp: 25.08.2013]).

¹⁰ Oprócz ścisłej więzi z czytelnikami do cech wyróżniających prasę popołudniową/wieczorną tradycyjnie zaliczane były: wysoki procent aktualnych i różnorodnych informacji (w szczególności tematyki sportowej), lokalność i miejskość publikowanych materiałów, zaspokajanie potrzeby rozrywki i relaksu (przede wszystkim dzięki krótkiej i atrakcyjnej formie wypowiedzi oraz ilustracyjności), kondensacja ocen i komentarzy, rola organizatorska w odniesieniu do codziennego życia mieszkańców, stwarzanie warunków do nauki zawodu dziennikarskiego (zob. Z. Bajka, *Czytelnicy dzienników popołudniowych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1971, nr 2, s. 33–34; W. Dobski, B. Kałamacka, *Zagadnienia treści i warsztatu prasy popołudniowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1967, nr 3, s. 16–17; Z. Lewartowska, *Prasa popołudniowa*, „Prasa Współczesna i Dawna” 1958, nr 4, s. 96–97; *Prasa popołudniowa w Polsce. Sesja prasoznawcza w 30-lecie „Echa Krakowa”*, Kraków 1976 [wypowiedzi W. Pi-sarka i Z. Lewartowskiej]).

własne informacje znalazła wielu zwolenników, co w roku 1977 pozwoliło gazecie osiągnąć nakład 113 tys. egzemplarzy¹¹.

Pozycję najpoczytniejszego pisma w regionie EI zachowywał przez lata, przede wszystkim za sprawą licznie publikowanych materiałów o lekkiej tematyce (np. naturoterapia, nietypowe hobby, wyjątkowe okazy przyrody) i ścisłym związkom z życiem aglomeracji. Jego hegemonią zachwiały dopiero zmiany, które zaszły na rynku prasowym w latach dziewięćdziesiątych.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

W czerwcu 1991 roku na skutek demontażu koncernu wydawniczego RSW Prasa-Książka-Ruch, do którego należała gazeta, 72 proc. udziałów w „Expressie” nabył francuski magnat prasowy Robert Hersant¹². Dzięki znacznemu dofinansowaniu oraz oryginalnym na polskim rynku prasowym loteriom z cennymi nagrodami¹³ nakład dziennika od listopada 1991 roku wzrósł bardzo znacząco – z 40 tys. do 250 tys. egzemplarzy w dni powszednie oraz z 200 tys. do 400 tys. w wydaniu piątkowym (magazynowym)¹⁴. Zainicjowano również wydawanie serii książkowej Biblioteka „Expressu Ilustrowanego”, w ramach której ukazało się pięć łódzkich powieści Andrzeja Makowieckiego, wcześniej drukowanych w odcinkach na łamach dziennika, a także broszurowe wydania komiksów znanych z EI oraz książka Jacka Walickiego o najwcześniejszych latach gazety. Pismo zaczęło ukazywać się w godzinach porannych, a od 1998 roku pojawiło się również wydanie so-

¹¹ Zob. A. Słomkowska, *Prasa w PRL...*, s. 339. Nieco wyższą liczbę – 118 tys. egz. – podaje W. Pisarek (tenże, *Prasa – nasz chleb powszedni*, Wrocław 1978, s. 66). Jako trzecie narodziny EI M. Strzelecki wskazuje 12 marca 1982 r., gdy po weryfikacji zespołu dziennikarskiego nastąpiła zmiana na stanowisku redaktora naczelnego (po K. Pogorzeltu objął je A. Lewaszkiewicz) oraz zdecydowane odmłodzenie kadry dziennikarskiej (zob. tenże, *„EI” mój drugi dom* [w:] *40 lat „Expressu Ilustrowanego”*, Łódź 1986, s. 7).

¹² Jako inwestor występowała firma Tower kontrolowana przez R. Hersanta.

¹³ Pierwszy w Polsce konkurs ze „zdrapką” (1991 r.) wywołał niespotykane wcześniej zainteresowanie – gazetę kupował co czwarty łódzianin (zob. *„Expressem” przez historię*, <http://lodz.naszemiasto.pl/archiwum/568148,expressem-przez-historie,id,t.html> [dostęp: 25.08.2013]). W konkursach organizowanych w następnych latach nagrodami były m.in. mieszkania, samochody oraz sprzęt AGD.

¹⁴ Zob. D. Grzelewska, *Transformacja pism popołudniowych (1989–1992)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1992, nr 1/2, s. 115. Wśród popołudniówek porównywalne nakłady osiągnął jedynie ogólnokrajowy „Express Wieczorny”.

botnie¹⁵. Cechą wyróżniającą tytuł pozostawała ogromna przewaga wydania magazynowego pod względem liczby sprzedawanych egzemplarzy.

Najważniejsze zmiany w redakcji przeprowadzono pod kierownictwem Juliana Becka, wypracowując specyficzną formułę tytułu, którą kolejny redaktor naczelny – Arkadiusz Grzegorzczuk – opisał następująco: „Jesteśmy miejską gazetą popularną, rodzinną, nieskandalizującą, apolityczną, nie epatujemy sensacją, przemocą ani seksem. Staramy się, aby każdy mieszkaniec Łodzi znalazł u nas coś dla siebie. Teksty są krótsze niż w innych dziennikach, pisane nieco prostszym językiem. Zamieszczamy dużo zdjęć, infografiki, rysunków”¹⁶. Jest to zatem formuła tabloidu w wersji soft, odwołującego się do pozytywnych emocji (określenie Marcina Kowalczyka, redaktora naczelnego EI od roku 2001)¹⁷.

We wrześniu 1994 roku trudności finansowe we Francji zmusiły R. Hersanta do pozbycia się polskich aktywów medialnych. EI wraz z siedmioma innymi dziennikami regionalnymi, w tym „Dziennikiem Łódzkim”, trafił do Passauer Neue Presse¹⁸. Nowy właściciel starał się wypracować formułę niekonkurowania dwóch lokalnych tytułów i zwiększenia sprzedaży egzemplarzowej, ale w warunkach narastającego kryzysu czytelnictwa prasy nie było to łatwe. Od 1996 roku rozpowszechnianie płatne „Expressu” zaczęło spadać systematycznie i w dużym tempie, a wyhamowanie spadku w latach 2005–2009 nie zmieniło ogólnego trendu.

Choć należał do tego samego wydawcy, „Express Ilustrowany” nie wszedł do projektu „Polska” uruchomionego w 2007 roku. Piętnaście miesięcy później pozostawał jedynym dziennikiem Grupy Wydawniczej Polskapresse, który utrzymał sprzedaż na tym samym poziomie (51 560 egz. w styczniu 2008 r. i 51 981 egz. w styczniu 2007 r.¹⁹). Sięgnęli bowiem po niego czytelnicy, dla których „Polska Dziennik Łódzki” stał się gazetą zbyt wielkomięską²⁰.

¹⁵ Charakterystyczny składnik winiety – 14⁰⁰ – oznaczający godzinę ukazywania się dziennika w kioskach, który pojawił się już w latach 50. i zniknął na krótko na początku lat 80., zastąpiony został, również na krótko, godz. 6⁰⁰ w 1997 r.

¹⁶ Za: B. Drozdowska-Wolska, *Papierowa Łódź*, „Press” 2000, nr 7, s. 50.

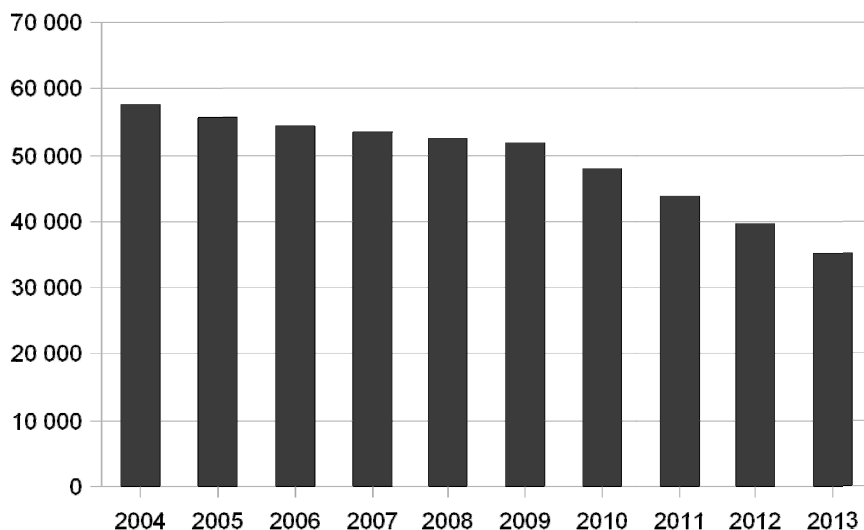
¹⁷ Zob. *Czy dzienniki regionalne coraz bardziej się tabloidyżują? Czyli „seks na balkonie”*, <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/czy-dzienniki-regionalne-coraz-bardziej-sie-tabloidyzuja-czyli-seks-na-balkonie> [dostęp: 25.08.2013]; O M. Kowalczyku zob. *Jeden z nich* [sylwetka Naczelnego Roku 2006 Marcina Kowalczyka], „Media & Marketing Polska” 2006, nr 41, dodatek Raport Dzienniki 2006, s. 24.

¹⁸ Zob. A. Szynol, *Piętnaście lat obecności Passauer Neue Presse (Polskapresse) i Orkla Media na polskim regionalnym rynku prasowym*, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 2, s. 40.

¹⁹ Dane ZKDP (za: *Spada sprzedaż dziennika Polska*, <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/spada-sprzedaż-dziennika-polska-2> [dostęp: 8.04.2014]).

²⁰ Zob. G. Kopacz, *Bez odwrotu*, „Press” 2008, nr 4, s. 38.

W ostatnich latach redakcja EI intensywnie rozwija multimedia – zgodnie z zasadą: „mniej tekstu, więcej zdjęć”. Jak twierdzi M. Kowalczyk, „Nasi dziennikarze nie pracują w redakcji, tylko na ulicach. Postanowiliśmy to wykorzystać. Kiedy widzą coś ciekawego, powinni to nagrać”²¹. Studio realizujące kilkuminutowe filmiki dokumentalne uruchomiono w lipcu 2010 roku, zaś w listopadzie strona internetowa expressilustrowany.pl została wzbogacona o materiały filmowe gromadzone w dziale „Express TV”. W październiku 2012 roku serwis dziennika trafił w ramach usługi telewizji 3G (trzeciej generacji) do sieci kablowej Toya. Na ekranach telewizorów abonenci zyskali dostęp do najnowszych informacji, aktualności z działu sportowego i galerii zdjęć. W kwietniu 2013 roku redakcja zaczęła wykorzystywać technologię responsive web design, umożliwiającą automatyczne dostosowanie wyglądu strony do urządzenia, na którym jest ona oglądana, jak smartfon czy tablet. W odświeżonym serwisie położono nacisk na przyjazny odbiór treści (minimalistyczne piktogramy, kontrastowa kolorystyka) oraz prezentację treści wideo z działu „Express TV” i większą ekspozycję najpopularniejszej sekcji witryny – „Dziewczyna z sąsiedztwa”.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płacone „Expressu Ilustrowanego” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

²¹ Za: M. Kowalczyk, *Multidzienniki*, „Press” 2013, nr 12, s. 60.

Zdaniem M. Kowalczyka możliwości stwarzane przez media cyfrowe napawają optymizmem, bo coraz skuteczniej udaje się zarabiać w nowych obszarach: „Dzięki rewolucji technologicznej ze swymi treściami dzienniki regionalne docierają do dużo większej grupy o wiele młodszych, dynamiczniejszych i zamożniejszych odbiorców niż jeszcze dwa–trzy lata temu. [...] Wydawnictwa gazet regionalnych stały się potężnymi fabrykami unikatowego, profesjonalnego kontentu dostępnego w papierowych wydaniach, na własnych stronach internetowych, za pośrednictwem aplikacji na tablety i smartfony, a nawet – jak »Express Ilustrowany« – na ekranach telewizorów w pakietach telewizji 3G. Redakcje gazet regionalnych przekształciły się w otwarte newsroomy będące w stanie błyskawicznie obsłużyć wszystkie platformy, na których pragnie nas znaleźć potencjalny odbiorca treści”²².

REDAKTORZY NACZELNI PO ROKU 1989

- Adam Lewaszkiwicz (1984–10 IX 1990);
- Julian Beck (11 IX 1991–31 XII 1999);
- Arkadiusz Grzegorzczak (2000–2002);
- Marcin Kowalczyk (2003 – do dziś).

MISJA GAZETY

Zgodnie z wieloletnią tradycją redakcja koncentruje się na życiu mieszkańców miasta. Dziennikarze opisują i ilustrują fotografiami codzienne trudności (wypadki, komunikacja miejska, problemy z wywozem śmieci lub odśnieżaniem ulic), łódzkie wydarzenia o krajowym zasięgu (koncert Justina Biebera, zdjęcia do serialu *Komisarz Aleks*), a także ciekawostki (np. materiał o mistrzyni makijażu artystycznego²³ czy kolekcjonerze solniczek²⁴). Pismo ma wyraźny charakter informacyjny. Zamieszcza wzmianki nawet o mało istotnych faktach (np. o nietoperzu, który wleciał do pokoju hotelowego), jednak

²² *Jak się mają polskie dzienniki regionalne?*, <http://sdrp.katowice.pl/archiwum/4347> [dostęp: 8.04.2014].

²³ J. Kubik, *Kobieta o stu twarzach*, „Express Ilustrowany” 2013, nr 135, 12.06, s. 11.

²⁴ J. Kubik, *Użytkowe, a jednak atrakcyjne*, „Express Ilustrowany” 2013, nr 141, 19.06, s. 11.

nie zamieszcza na swoich łamach obszernych materiałów publicystycznych o wyrażnie opiniotwórczej funkcji.

Podobnie jak inne gazety EI oferuje czytelnikom specjalne gratisy. W 2013 roku były to np. plan Łodzi i miast aglomeracji łódzkiej²⁵, przeznaczone nie tylko dla kierowców, ale także dla turystów i miłośników wycieczek krajoznawczych, płyta z programem do rozliczania PIT oraz kolekcja pocztówek „Łódź w trójwymiarze” wraz ze specjalnymi okularami do ich oglądania²⁶. Pojawiają się także publikacje specjalne, jak kolekcja historycznych pocztówek z widokami Łodzi z kolekcji Henryka Poselta (8–14 marca) czy poradniki (np. „Vademecum obecnego i przyszłego emeryta”, „Wiosenne odchudzanie”, „Jak tanio wykupić mieszkanie komunalne”, „Dla kogo urlop rodzicielski”).

W 2003 roku z okazji 80-lecia gazety redakcja przygotowała Wielkie Zdjęcie Łódzian, na którym uwieczniono ponad 5 tysięcy osób²⁷. W związku z obchodami 90-lecia na łamach EI zamieszczono dziewięcioodcinkową kolekcję reprintów wybranych pierwszych stron gazety, a także przygotowano wydanie specjalne w formacie XXL zawierające „expressowe” publikacje pod kryptonimem „Naj” (np. najmniejsza kawiarnia w Polsce)²⁸.

STRUKTURA REDAKCJI

- Redaktor naczelny: Marcin Kowalczyk;
- Zastępca red. naczelnego: Lech Kaźmierczak;
- Zastępca red. naczelnego, sekretarz redakcji: Sylwester Mudzo;
- Zastępca red. naczelnego ds. internetu: Tomasz Jabłoński;
- Kierownik działu miejskiego: Andrzej Beck;
- Kierownik działu regionalnego: Tomasz Misiak;
- Kierownik działu sportowego: Jan Hofman;
- Dział kulturalny: Renata Sas.

²⁵ Kolekcja składała się z 14 odcinków czterostronicowych wkładek oraz specjalnej teczki do kompletowania map.

²⁶ W 2002 r. do numeru z 12 stycznia redakcja dołączyła zafoliowaną monetę 1-eurocentową; za tę akcję otrzymała wyróżnienie Media Trend 2002.

²⁷ W postaci plakatu dołączono je do sobotniego wydania dziennika 21 czerwca oraz zamieszczono w wydaniu specjalnym gazety w formacie poczwórnej wielkości 12 grudnia 2012 r. zawierającym m.in. materiały o historii EI.

²⁸ Zob. „Express Ilustrowany XXL”, wydanie specjalne, 2013, nr 288, 11.12.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI

EI od wielu lat popularyzuje różnego rodzaju akcje, często z masowym udziałem łodzian²⁹. Jest współorganizatorem plebiscytu łódzkich mediów Człowiek Miesiąca, plebiscytu Łodzianin Roku oraz Festiwalu Zdrowia i Niezwykłości³⁰, organizuje konkursy Miss z Sąsiedztwa (od 1998 r.), Złote Buty dla najlepszego piłkarza Łodzi (od sezonu 1991/1992) oraz Najpiękniejsza Mama i Cóрка (od 1990 r.). Przez dziesięć edycji (od 2002 r.) czytelnicy mogli również wybierać najlepszy łódzki bochenek chleba, przyznając piekarniom nagrodę Grand Prix – Złoty Promień oraz tytuł Mister Chleba, zaś w 2013 roku mogli wybrać taksówkarza i taksówkarkę roku oraz najlepszą korporację taksówkarską i najoryginalniejszą taksówkę. Redakcja zainicjowała również m.in. akcje wyboru hymnu miasta, nadania imienia Leona Niemczyka skwerowi przy Muzeum Kinematografii i sadzenia drzew na Widzewskiej Górze.

²⁹ Pierwsze wybory Miss Łodzi współorganizowane przez EI odbyły się w 1958 r., w 1985 r. redakcja zaprosiła do miasta Lucelię Santos i Rubensa de Falco – odtwórców głównych ról w popularnym serialu *Niewolnica Isaura*.

³⁰ Pierwsza edycja pod nazwą Wielki Festiwal Wróżb odbyła się w 1995 r.

Paweł Kuca

Gazeta Codzienna „Nowiny”



Wydawca: Media Regionalne Sp. z o.o.

Adres redakcji: ul. Kraszewskiego 2, 35-016 Rzeszów.

Adres witryny internetowej: www.nowiny24.pl

Liczba wydań w tygodniu: 5.

Format: 285 x 397 mm.

Liczba stron: wydanie podstawowe 24, wydanie piątkowe 32–40.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 18 327 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 28 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo podkarpackie oraz obrzeża województw świętokrzyskiego (powiaty: opatowski, sandomierski, staszowski, ostrowiecki) i małopolskiego (powiaty: gorlicki i nowosądecki).

Stałe dodatki i wkładki: poniedziałek – dodatek sportowy „Stadion”, dodatek „Regiopraca”, wtorek – dodatek motoryzacyjny „Regiomoto”, środa – dodatek „Regiodom”, który dotyczy nieruchomości, piątek – Magazyn „Nowin”, dodatek „Nowiny Weekend” i dodatek telewizyjny.

HISTORIA

Pierwszy numer gazety ukazał się w Rzeszowie 15 września 1949 r. Gazeta powstała na bazie ukazującej się w Rzeszowie w okresie od lipca 1947 r. do września 1949 r. „Rzeszowskiej Trybuny Robotniczej”, która była mutacją Trybuny Robotniczej w Katowicach¹. Początkowo gazeta miała tytuł „Nowiny

¹ Z. Sokół, „Nowiny” – gazeta codzienna w Rzeszowie [w:] *Media regionalne. Sukcesy i porażki*, red. J. Adamowski, K. Wolny-Zmorzyński, W. Fuman, Kielce 2008, s. 61.

Rzeszowskie”, który od 1975 r. został zmieniony na „Nowiny”. W okresie PRL dziennik był wydawany przez Rzeszowskie Wydawnictwo Prasowe RSW Prasa-Książka-Ruch². Gazeta swoim zasięgiem obejmowała obszar Polski południowo-wschodniej (po reformie administracyjnej w 1975 r. były to cztery województwa: rzeszowskie, przemyskie, krośnieńskie i tarnobrzeskie)³. W okresie PRL „Nowiny” były jedyną gazetą codzienną wydawaną na terenie obecnego woj. podkarpackiego⁴.

W czasach PRL „Nowiny” były organem Komitetu Wojewódzkiego Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. W roku 1949, według założeń programowych, „Nowiny” miały być przyjacielem, informatorem i doradcą ludzi pracy. Jednocześnie jako organ Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej miały stanowić oręż partii w walce o budowę fundamentu socjalistycznego. Gazeta była oceniana w czasie wojewódzkich konferencji partii, a także w czasie posiedzeń plenarnych KW PZPR⁵. Fakt, że była organem prasowym PZPR, był widoczny w tytule pisma. W okresie od 1949 do 1975 r. podtytuł dziennika brzmiał „Organ Komitetu Wojewódzkiego PZPR”, a następnie „Dziennik PZPR”. Od numeru 101. gazety w winiecie tytułowej widniało hasło: „Proletariusze wszystkich krajów łączcie się”⁶. Hasło to zniknęło z winiety „Nowin” 29 stycznia 1990 r., po rozwiązaniu PZPR⁷.

W pierwszym okresie (do roku 1956) „Nowiny” ukazywały się siedem razy w tygodniu. Później liczbę wydań zmniejszono do sześciu, a po roku 1975 gazeta była wydawana pięć razy w tygodniu. Siedziba redakcji mieściła się w Rzeszowie, a od roku 1950 zaczęły powstawać oddziały terenowe (1950 r. – Przemysł i Krosno, 1954 r. – Dębica, 1960 r. – Mielec, Stalowa Wola, Tarnobrzeg)⁸.

„Nowiny” w czasach PRL miały wielu redaktorów naczelnych. W ciągu kilku pierwszych lat funkcjonowania gazety do zmian na stanowisku redaktora naczelnego dochodziło dosyć często. W okresie PRL redakcją kierowali następujący redaktorzy naczelni:

² P. Kuca, *Wizerunek polityków i ugrupowań politycznych w Gazecie Codziennej „Nowiny” w latach 1990–2005*, Rzeszów 2010, s. 23.

³ Tamże, s. 25.

⁴ Cyt. za: K. Rosiński, *Orkla Media – 10 lat w Polsce*, Warszawa 2002, s. 49.

⁵ P. Kuca, dz. cyt., s. 24.

⁶ Z. Sokół, dz. cyt., s. 65.

⁷ P. Kuca, dz. cyt., s. 27.

⁸ Tamże, s. 25.

- Tadeusz Sołtan – pierwszy redaktor naczelny „Nowin Rzeszowskich”, absolwent filozofii. Kierował redakcją do lutego 1950 r.
- Marian Wawrzycki – z wykształcenia technik-chemik, wcześniej pracował w katowickiej „Trybunie Robotniczej”. Był redaktorem naczelnym gazety niezbyt długo, bo do sierpnia 1951.
- Henryk Arasimowicz – kierował pracami dziennika do sierpnia 1952 r. Pracował wcześniej jako redaktor w „Chłopskiej Drodze”.
- Ignacy Wirski – objął stanowisko redaktora naczelnego od października 1954 r., wcześniej pracował w gazecie jako sekretarz redakcji i zastępca redaktora naczelnego. Do Rzeszowa przyjechał z Bydgoszczy.
- Ireneusz Jelonek – został szefem redakcji w 1956 r.
- Edmund Głombikowski – zaczął kierować redakcją od 1 maja 1957 r. Wcześniej był szeregowym pracownikiem dziennika. Do Rzeszowa przyjechał z Gdańska.
- Stanisław Goleń – objął stanowisko redaktora naczelnego w kwietniu 1960 r. Za jego kadencji został uruchomiony dodatek społeczno-kulturalny „Widnokrąg”.
- Henryk Paślawski – w historii gazety najdłużej zajmował stanowisko redaktora naczelnego. Objął je w 1966 r., a gazetą kierował do stycznia 1990 r. Był absolwentem Uniwersytetu Jagiellońskiego, w roku 1956 wstąpił do Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej¹⁰. W roku 1990 przeszedł na emeryturę.

Pierwszy numer „Nowin” w 1949 r. ukazał się w nakładzie 8 100 egzemplarzy i został sprzedany w Rzeszowie. W następnym okresie gazeta powoli zdobywała czytelników. W trzech pierwszych miesiącach 1949 r. nakład „Nowin Rzeszowskich” wynosił średnio po 53,7 tys. egzemplarzy. Rok później był na poziomie 61 tys. egzemplarzy. Następne w latach 1954–1955 spadł do ok. 50 tys. egzemplarzy. W roku 1956 nakład wzrósł do 70–75 tys. egzemplarzy¹¹. W następnych latach sprzedaż „Nowin” wzrastała. W roku 1968 nakład gazety wynosił już 132 tys. egzemplarzy. Cztery lata później, w roku 1972, wzrósł do 169 tys., by w roku 1980 osiągnąć poziom 200 tys. egzemplarzy¹².

⁹ Zob. *Poczet naczelników „Nowin” w PRL-u*, „Nowiny Jubileuszowe” 2009, nr 1, 15.09, s. 2–3.

¹⁰ Zob. *Poczet naczelników „Nowin” w PRL-u*, „Nowiny Jubileuszowe” 2009, nr 2, 16.09, s. 2–3.

¹¹ Cyt. za: Z. Sokół, dz. cyt., s. 69.

¹² P. Kuca, dz. cyt., s. 25.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Przełomowym momentem dla „Nowin” stały się zmiany ustrojowe w 1989 r. Jedną z ich konsekwencji były także przekształcenia w funkcjonowaniu rynku mediów w Polsce. Dla „Nowin” oznaczało to zmiany zarówno o charakterze właścicielskim, jak i programowym.

W styczniu 1990 r. „Nowiny” przestały być organem prasowym PZPR. W roku 1991 r. gazeta została sprywatyzowana. Jej właścicielem została spółka R-Press¹³. W chwili powstania spółka miała liczne grono udziałowców. Największym był Zarząd Regionu NSZZ „Solidarność” w Rzeszowie (30 proc. udziałów). Drugim pod względem wielkości udziałów był PSL „Solidarność” (25 proc.). Udziałowcami była także Spółka Dziennikarz, którą tworzyła grupa pracowników i dziennikarzy „Nowin”, i firma Editions Spotkania (po 20 proc.) oraz dwie osoby fizyczne: Jan Kopka (3 proc. udziałów) i Andrzej Przybyło (2 proc. udziałów)¹⁴.

W latach późniejszych zmieniał się zarówno skład udziałowców spółki wydającej „Nowiny”, jak i proporcje udziałów między nimi. Ważną datą z punktu widzenia gazety był roku 1993, kiedy jednym z udziałowców „Nowin” został norweski koncern Orkla Press International, któremu swoje udziały w spółce sprzedał J. Kopka. W kolejnych latach Orkla zwiększała swoje udziały w spółce wydającej „Nowiny”. W 2001 r. stała się jej największym udziałowcem, odkupując udziały od Stronnictwa Konserwatywno-Ludowego. W roku 2001 Orkla posiadała 65 proc. udziałów w spółce, a właścicielem 35 proc. był Zarząd Regionu NSZZ „Solidarność” w Rzeszowie. W roku 2005 jedynym właścicielem „Nowin” została Orkla, kupując udziały od „Solidarności”, która zdecydowała się je sprzedać, ponieważ uznała, że jako udziałowiec mniejszościowy ma coraz mniejszy wpływ na kierunek rozwoju gazety. Ponadto plany inwestycyjne przedstawione przez Orklę wymagałyby od związku zaangażowania dodatkowych funduszy¹⁵. W 2006 r. „Nowiny” ponownie zmieniły właściciela. Grupę Orkla Media kupił brytyjski fundusz inwestycyjny Mecom, który został jednocześnie m.in. właścicielem „Nowin”¹⁶. Gazety należące do Mecomu były wydawane przez grupę Media

¹³ Tamże, s. 29.

¹⁴ Tamże, s. 33–34.

¹⁵ Tamże, s. 38 i 41–42.

¹⁶ P. Kuca, *„Nowiny” w opinii podkarpackich polityków* [w:] *Media regionalne. Sukcesy i porażki*, red. J. Adamowski, K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Kielce 2008, s. 91.

Regionalne. W październiku 2013 r. Mecom sprzedał Media Regionalne grupie Polskapresse¹⁷, która w ten sposób została też właścicielem Gazety Codziennej „Nowiny”.

Skład udziałowców spółki R-Press, wydawcy Gazety Codziennej „Nowiny”, i posiadane przez nich udziały w latach 1991–2004 prezentuje poniższa tabela.

Tabela 1. Udziałowcy spółki R-Press w latach 1991–2004

UDZIAŁOWCY	1991	1991	1991	1993	1993	2001	2004
NSZZ „Solidarność”	30	40	100	140	140	140	140
PSL-„S” (SLCh, SKL)	25	35	93	135	110	0	0
S-ka Dziennikarz	20	30	65	65	48	48	48
Editons Spotkania	20	20	50	0	0	0	0
Jan Kopka	3	23	52	0	0	0	0
Andrzej Przybyło	2	2	0	0	0	0	0
Westa	0	0	40	0	0	0	0
Orkla Press Polska	0	0	0	60	102	212	212
razem	100	150	400	400	400	400	400

Źródło: Dane ZR NSZZ „Solidarność” w Rzeszowie opublikowane w: P. Kuca, *Wizerunek polityków i ugrupowań politycznych w Gazecie Codziennej „Nowiny” w latach 1990–2005*, Rzeszów 2010, s. 41.

Po roku 1990 „Nowiny” były kierowane przez liczne grono redaktorów naczelnych. Niekiedy zmiany na tym stanowisku były dokonywane w dosyć krótkich odstępach czasu. Pracami redakcji kierowały następujące osoby:

- Jan Filipowicz – redaktor naczelny od stycznia 1990 r., kiedy został wybrany na to stanowisko przez zespół redakcyjny. Redakcją przestał kierować we wrześniu 1990 r.
- Jan Andrzej Stepek – redaktor naczelny od września 1990 r. do marca 1993 r.
- Jan Musiał – kierował redakcją w okresie od marca 1993 do lipca 1994 r.

¹⁷ <http://www.mediaregionalne.pl/historia/Menu03,19,4> [stan na 30.01.2013].

- Piotr Świder – pełnił obowiązki redaktora naczelnego „Nowin” po Janie Musiale. Wcześniej był zastępcą redaktora naczelnego¹⁸.
- Dr hab. Ryszard Terlecki – kierował „Nowinami” w okresie od kwietnia 1996 r. do września 1998 r.
- Tadeusz Zbigniew Drzewicki – kierował gazetą do końca 1998 roku.
- Wojciech Duda – redaktor naczelny od maja 1999 r. Pracował na tym stanowisku do października 2000 r. W tym czasie w gazecie doszło do zmian (m.in. wprowadzono zmiany w szacie graficznej, zmniejszono format do 41 x 32 cm).
- Jarosław A. Szczepański – redaktor naczelny w okresie: listopad 2000 – wrzesień 2001.
- Dariusz Dziopak – kierował redakcją w okresie: październik 2001 – czerwiec 2003.
- Janusz Pawlak – szef redakcji w okresie: od maja 2003 r. do czerwca 2006 r.
- Stanisław Sowa – następcą J. Pawlaka na stanowisku redaktora naczelnego „Nowin”. Kieruje redakcją do dzisiaj¹⁹.

W roku 1990 średni miesięczny nakład „Nowin” był szacowany na poziomie ok. 88 tys. egzemplarzy, a średnia sprzedaż egzemplarzowa wynosiła ok. 82,4 tys. W kolejnych dwóch latach sprzedaż gazety rosła. W 1991 r. średnia miesięczna sprzedaż egzemplarzowa wyniosła ok. 91,2 tys. W 1992 r. była szacowana na poziomie ok. 100 tys. egzemplarzy²⁰.

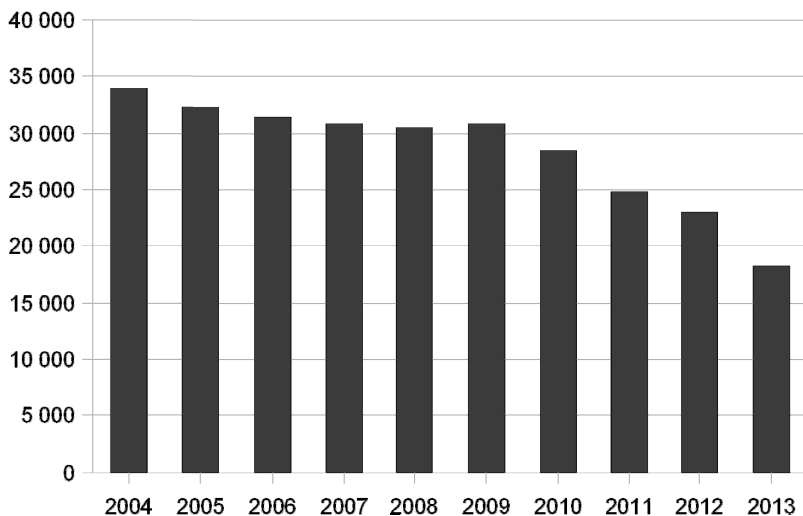
W następnych latach, mimo pojawienia się konkurencyjnych tytułów, gazeta zachowała dominującą pozycję na rynku regionalnym, ale jej sprzedaż była mniejsza. Z danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy wynika, że w trzech ostatnich miesiącach 1994 r. „Nowiny” sprzedawały się średnio na poziomie nieco przekraczającym 65,4 tys. egzemplarzy. Rok później średnia sprzedaż niewiele przekraczała 50 tys. egzemplarzy²¹. W następnych latach, mimo niewielkich wahań między poszczególnymi latami, w poziomie sprzedaży „Nowin” widoczna jest tendencja malejąca. Sprzedaż gazety w latach 2004–2013 przedstawia wykres 1.

¹⁸ Z. Sokół, *Rzeszów – ośrodkiem wydawniczo-prasowym (1989–1997)* [w:] *Media regionalne i lokalne a demokracja na szczeblu lokalnym*, red. W. Furman, K. Wolny, Rzeszów 1998, s. 77.

¹⁹ P. Kuca, *Wizerunek...*, s. 94–96.

²⁰ Tamże, s. 48–49.

²¹ http://www.zkdp.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=487&Itemid=75 &lang=pl [stan na 28.01.2014].



**Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne Gazety Codziennej „Nowiny” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia**

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

MISJA GAZETY W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Po kupnie „Nowin” przez spółkę R-Press misja gazety i jej linia programowa ewoluowały. Dotyczy to okresu, który obejmuje niniejszy artykuł. Po roku 1990 r. i kupnie „Nowin” przez spółkę R-Press wpływ na kształt dziennika miały osoby i ugrupowania polityczne związane z „Solidarnością” i prawicą. Według założeń „Solidarności” „Nowiny” miały być rzetelną i wszechstronną gazetą informacyjną, która prezentuje wszystkie opinie, poza postkomunistycznymi, które przedstawiciele związku uważali za skompromitowane²². Kiedy udziałowcem „Nowin” został koncern Orkła, jego przedstawiciele oceniali gazetę jako prawicową. Ale nie wpływali na zmianę linii dziennika, byli zainteresowani tym, żeby utrzymał pozycję rynkową. Według Orkli „Nowiny” miały być poważnym i wiarygodnym dziennikiem regionalnym. W okresie, kiedy koncern stał się już większościowym udziałowcem „Nowin”, prezentował cele o „charakterze ekonomicznym i rozwojowym”. Polityka Orkli zaczęła prowadzić w kierunku wydawania gazety o bardziej komercyjnym charakterze²³.

²² P. Kuca, *Wizerunek...*, s. 86.

²³ Tamże.

W czerwcu 2004 r. Walne Zgromadzenie Wspólników spółki R-Press przyjęło linię programową „Nowin”. Zapisano w niej, że „Nowiny” są gazetą niezależną od organizacji politycznych, która ma mieć zarówno charakter informacyjny, jak i opiniotwórczy, odwoływać się do czytelnika, który jest silnie związany z miejscem zamieszkania i ma być rzecznikiem mieszkańców regionu. Gazeta przez publikacje ma sprzyjać kształtowaniu postaw patriotycznych, z szacunkiem ma się odnosić do takich wartości, jak wiara i rodzina. Zgodnie z zapisami dokumentu cechą „Nowin” jest obiektywizm, dziennik ma pokazywać postawy godne podziwu i naśladowania. Gazeta ma działać w interesie czytelnika, jest redagowana z jego punktu widzenia, a jej celem jest pogłębianie wiedzy o rzeczywistości. W założeniach linii programowej zapisano także, że dziennik nie będzie epatował bez potrzeby wydarzeniami skrajnie drastycznymi, patologicznymi, nie będzie też zamieszczał treści pornograficznych i reklam usług erotycznych²⁴.

W roku 2004 w redakcji zaczęły obowiązywać reguły dotyczące „pieczęci marki”, której podstawowym założeniem było to, że gazeta ma być jak dobry sąsiad. Zaznaczono, że „Nowiny” są niezależnym politycznie dziennikiem regionalnym, który jest adresowany do mieszkańców województwa podkarpackiego. Gazeta ma informować o tym, co jest ważne i ciekawe, ma umożliwiać wymianę opinii. Redakcja miała podejmować działania interwencyjne w ważnych sprawach dla mieszkańców regionu. Miała też doradzać i pomagać swoim czytelnikom²⁵.

W kolejnych latach strategia „Nowin” podlegała modyfikacjom. Prócz lokalności głównym jej motywem stała się użyteczność. We wrześniu 2007 r. na łamach gazety pojawiła się codzienna rubryka „Pomagamy” zawierająca materiały interwencyjne i porady. Redakcja zwiększała też zaangażowanie w sprawy lokalnych społeczności. Działania prowadzone pod hasłem „Mała Ojczyzna – wielka sprawa” miały pokazywać, że gazeta nie tylko pisze o różnych wydarzeniach, ale też działa, chce coś zmieniać. W tym obszarze podejmowała m.in. akcje „Szkoła bez przemocy”, „Bezpieczne drogi Podkarpacia”. Stałym elementem strategii „Nowin” jest wspieranie rozwoju woj. podkarpackiego, walka o żywotne interesy regionu, najważniejsze regionalne inwestycje (m.in. przyznawanie środków unijnych, budowa autostrady A4, trasy S19). Do misji gazety należy też pokazywanie walorów małej ojczyzny (publikacje w ramach cykli: „Szlakiem cudów Podkarpacia”, „Kulinarne wędrówki po Podkarpaciu”),

²⁴ Tamże, s. 98–99.

²⁵ Informacje uzyskane w redakcji Gazety Codziennej „Nowiny”.

integrowanie lokalnych środowisk (plebiscyty na sportowca, lekarza, nauczyciela, strażaka), a także promocja podkarpackiego biznesu (konkurs „Nasze Dobre Podkarpackie”)²⁶.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Według danych uzyskanych w redakcji Gazety Codziennej „Nowiny” w końcu 2013 roku w redakcji na etatach było zatrudnionych 34 dziennikarzy. Gazeta miała też ok. 30 stałych współpracowników. Redakcja funkcjonowała w ramach następującej struktury: dział regionalny, dział miejski, dział publicystyki, dział sportowy, dział graficzny, dział online i dział marketingu²⁷. Kierownictwo redakcji składało się z sześciu osób. W jego skład wchodził: Stanisław Sowa, redaktor naczelny; Dariusz Dziopak, zastępca redaktora naczelnego, szef działu publicystyki; Iwona Adamek, wydawca; Jerzy Leniart, wydawca; Waldemar Trawka, wydawca, szef działu regionalnego; Joanna Borowiec, sekretarz, redaktor wydań specjalnych²⁸.

Notki biograficzne członków kierownictwa „Nowin” i szefów poszczególnych działów redakcyjnych zostały przedstawione poniżej²⁹.

Stanisław Sowa – redaktor naczelny. Ukończył Wydział Prawa i Administracji UMCS. W dziennikarstwie od 1990 r. Najpierw jako redaktor działu depesz i reporter miejski w „Dzienniku Obywatelskim A-Z”. W kolejnych latach publicysta, szef działu informacji i sekretarz redakcji „Nowin”. W latach 1999–2003 redaktor naczelny „Dziennika Wschodniego” w Lublinie. Od 2003 r. zastępca redaktora naczelnego, a od 2006 r. redaktor naczelny „Nowin”.

Dariusz Dziopak – zastępca redaktora naczelnego, kierownik działu publicystyki. Jako redaktor centralny koordynuje współpracę pomiędzy redaktorami wydań magazynowych w grupie prasowej Media Regionalne (9 tytułów). Z wykształcenia historyk (szkoła średnia o profilu plastycznym). Pracował m.in. jako nauczyciel, pracownik oświatowy w muzeum, montażysta – grafik w wydawnictwie. Przygodę z dziennikarstwem zaczynał w dzienniku „A-Z”.

²⁶ Informacje uzyskane w redakcji Gazety Codziennej „Nowiny”.

²⁷ Gazeta Codzienna „Nowiny” 2013, nr 250, 30.12, s. 24.

²⁸ <http://www.nowiny24.pl/apps/pbcs.dll/section?Category=REDAKCJA>.

²⁹ Notki biograficzne zostały przygotowane na podstawie danych przekazanych przez redakcję Gazety Codziennej „Nowiny”.

W 1997 r. roku dołączył do ekipy tworzącej dziennik „SuperNowości”, gdzie pełnił m.in. funkcje sekretarza redakcji i zastępcy redaktora naczelnego. Od 1999 roku w „Nowinach”. Tu pełnił m.in. funkcję sekretarza redakcji, a w latach 2001–2003 redaktora naczelnego.

Jerzy Leniart – redaktor/wydawca. Studia magisterskie w Instytucie Nauk Politycznych UJ – specjalność dziennikarstwo. Od 1988 roku w „Nowinach”. Zaczynał jako współpracownik, potem stażysta. Przeszedł różne szczeble zawodowe – pracownik działu miejskiego, kierownik działu miejskiego i informacji, sekretarz redakcji, zastępca redaktora naczelnego. Obecnie – wydawca.

Iwona Adamek – redaktor/wydawca. Z wykształcenia socjolog. W „Nowinach” od prawie 19 lat. Przeszła karierę od „terminatora” do redaktora. Była kierownikiem działu informacji i zastępcą sekretarza redakcji. Następnie dołączyła do grona redaktorów/wydawców gazety.

Waldemar Trawka – redaktor/wydawca, szef działu regionalnego. W branży medialnej od 1997 roku. Przygodę z mediami rozpoczął w rzeszowskim dzienniku „SuperNowości” od działu informacji, którym później kierował. Był tam też zastępcą redaktora naczelnego. Po 7 latach współtworzył nową rzeszowską gazetę „Dzień Rzeszowa”, w której był najpierw zastępcą, a potem redaktorem naczelnym. Od października 2005 r. w Gazecie Codziennej „Nowiny”. Początkowo jako szef działu reporterów, a obecnie szef działu regionalnego i wydawca.

Waldemar Mazgaj – kierownik działu sportowego od września 2006, a w okresie od maja do lipca 2012 także redaktor naczelny portalu piłkarskiego regiofutbol.pl o tematyce Euro 2012. Absolwent fizyki na Uniwersytecie Rzeszowskim i studium dziennikarstwa. Dziennikarz sportowy z pasji – pierwsze artykuły publikował w prasie w wieku 17 lat. Ze sportem związany także czynnie – m.in. jako arbiter piłkarski prowadzący mecze ekstraklasy futsalu (halowej piłki nożnej).

Dorota Wilk – kierownik działu miejskiego. Wykształcenie wyższe, AWF Kraków – turystyka i podyplomowe studia dziennikarskie UJ. Pracę w mediach zaczynała w tygodniku „Życie Podkarpackie”. Potem przez sześć lat pracowała w „Gazecie Wyborczej” w Rzeszowie, zajmowała się dziennikarstwem śledczym. W „Nowinach” od 2006 roku. Jest dziennikarzem sądowym, zajmuje się policją i prokuraturą, jest też szefem działu miejskiego.

Jacek Łakomy – kierownik działu graficznego. Z „Nowinami” związany od maja 1992 roku. Posiada wieloletnie doświadczenie zawodowe w dziale graficznym.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W ROKU 2013

W ciągu 2013 r. redakcja Gazety Codziennej „Nowiny” prowadziła różne działania redakcyjne i akcje publicystyczne. Były to następujące inicjatywy (przedstawione poniżej działania redakcyjne i akcje publicystyczne zostały wskazane przez redakcję Gazety Codziennej „Nowiny”):

- Konkurs Nasze Dobre Podkarpackie 2013 – cykliczna akcja polegająca na prezentacji i nagradzaniu zgłoszonych produktów i usług z terenu woj. podkarpackiego, nagrody w konkursie przyznaje kapituła, na zakończenie organizowana jest gala finałowa.
- Złota Setka – ranking największych firm woj. podkarpackiego przygotowywany we współpracy z Wyższą Szkołą Zarządzania w Rzeszowie.
- Złota Setka Gmin – ranking podkarpackich samorządów przygotowywany wspólnie z Wyższą Szkołą Zarządzania w Rzeszowie.
- Liderzy Regionu – prezentacja wyróżniających się podkarpackich firm i instytucji.
- Zdrowa Rodzina – czterostronicowy dodatek poradniczy przygotowywany wspólnie z placówkami medycznymi z woj. podkarpackiego.
- Jesteśmy I klasa – akcja o charakterze konkursu, która ma aktywizować szkoły podstawowe (w jej ramach publikowanie specjalnego dodatku ze zdjęciami I klas szkół podstawowych z terenu woj. podkarpackiego, dla zwycięskich klas i nauczycieli fundowane są nagrody).
- Plebiscyt na najpopularniejszego sportowca roku, zakończony Galą Mistrzów Sportu.
- Plebiscyt Kobieta Przedsiębiorcza – prezentacja kandydatek z woj. podkarpackiego, które osiągają sukcesy w różnych obszarach, akcja ma charakter cykliczny, jest zakończona galą finałową i wręczeniem nagród.
- Plebiscyt Najsympatyczniejsza Drużyna Podkarpacia (drużyny sportowe).
- Plebiscyt Rolnik Roku.
- Konkurs Złoty Żuraw – wyróżnienia dla branży nieruchomości za najlepsze inwestycje budowlane.

Inne działania:

- Ukradli nam Annę German – cykl publikacji, które przypominały rzeszowskie początki kariery piosenkarki.
- Nie zabierajcie nam „janosikowego” – redakcja zaangażowała się w walkę o utrzymanie dopłat specjalnych dla województwa, które rząd zamierzał wstrzymać.

-
- Metamorfozy – cykl poradniczy (przemiany wizerunkowe z udziałem czytelników prowadzone pod okiem specjalistów).
 - Zdrowe odchudzanie – cykl poradniczy z udziałem czytelniczek i ekspertów.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

W ostatnich kilku latach redakcja Gazety Codziennej „Nowiny” i jej dziennikarze byli nagradzani za swoje publikacje. W latach 2010 i 2011 do wyróżnionych dziennikarzy należeli Andrzej Płes i Dorota Mękarska. Zdobyli oni główne nagrody za najlepsze teksty drukowane w tygodniku „Angora” i przyznawane przez ten tygodnik (wybierano spośród najlepszych tekstów wyselekcjonowanych z gazet z całej Polski). Redakcja „Nowin” była nagradzana za okładki swoich wydań. „Nowiny” zdobyły nagrodę główną Grand Front w konkursie Izby Wydawców Prasy, w grupie gazety, za okładkę z 13 grudnia w 2011 r., a także wyróżnienie w tym samym konkursie, w grupie dzienniki regionalne, za okładkę z 1 czerwca w 2011 r.³⁰

³⁰ Dane przekazane przez redakcję Gazety Codziennej „Nowiny”.

Paweł Urbaniak

„Gazeta Lubuska”



Wydawca: Media Regionalne Sp. z o.o.

Adres redakcji: al. Niepodległości 25, 65-042 Zielona Góra.

Adres witryny internetowej: www.gazetalubuska.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Liczba stron w wydaniu podstawowym: 32; (licząc z mutacjami i tygodnikami do 112 łącznie).

Format: 289 x 350 mm.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 24 568 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 109 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: powiaty: zielonogórski ziemski, grodzki Zielona Góra, świebodziński, wolsztyński, nowotomyski, krośnieński, żagański, żarski, nowosolski, wschowski, głogowski, gorzowski ziemski, grodzki Gorzów Wielkopolski, sulęciński, słubicki, międzyrzecki, strzelecko-drezdenecki, myśliborski, międzychodzki.

W wydaniach papierowych czytelnicy znajdą w tygodniu stałe dodatki tematyczne: w poniedziałek „Sport”, „Regiopracę” oraz „Doradzamy”; we wtorek „Regiomoto” i „Doradzamy”, w środę „Regiodom” i „Doradzamy”, we czwartek „Strefę Biznesu”, „We dwoje”, „Doradzamy”, w piątek „Strefę Imprez”, „Zdrowie”, „Doradzamy”. W sobotę ukazuje się wydanie magazynowe oraz lokalne tygodniki: „Tygodnik Zielonogórski”, „Tygodnik Nowej Soli”, „Głos Gorzowa”, „Tygodnik Żarsko-Żagański”, „Tygodnik Krosno-Gubin”. Mieszkańcy Gorzowa dostają natomiast bezpłatny tygodnik „Teraz Gorzów”, a Zielonej Góry „MMZielonaGóra”.

„Gazeta Lubuska” jest jednym z największych i najstarszych polskich dzienników regionalnych, którego zawartość tematyczna pokrywa się z zasięgiem kolportażu. „Gazeta Lubuska” w wersji drukowanej dostępna jest bowiem w sprzedaży na terenie całego województwa lubuskiego, choć zdecydowana większość nakładu kupowana jest przez mieszkańców dwóch największych miast regionu, czyli Zielonej Góry i Gorzowa Wielkopolskiego.

HISTORIA¹

„Gazeta Lubuska” pod obecnym tytułem ukazuje się od 1975 roku, jej geneza sięga jednak drugiej połowy lat 40. minionego stulecia. W grudniu 1948 roku ukazał się bowiem regionalny dodatek „Gazety Poznańskiej” zatytułowany „Gazeta Lubuska”, w którym co najmniej dwie strony poświęcone były tematyce lokalnej. O powstaniu niezależnego dziennika o regionalnym charakterze na Ziemi Lubuskiej przesądziło natomiast utworzenie w 1950 roku województwa zielonogórskiego. Po powołaniu w 1952 roku regionalnej delegatury RSW Prasa utworzony został oddział prasowy przy Zielonogórskich Zakładach Graficznych, który opracował koncepcję regionalnego dziennika dla Lubuszan zatytułowanego „Gazeta Zielonogórska”. Pierwszy jego numer ukazał się 1 września 1952 roku. Redaktorem naczelnym gazety został Wiktor Lemiesz, który kierował dziennikiem do 1956 roku, kiedy to został zastąpiony przez Tadeusza Bazyłkę. Ten jednak nie uzyskał akceptacji ze strony regionalnych władz partyjnych i realizował obowiązki redaktora naczelnego zaledwie przez kilka miesięcy. Zastąpił go Zygmunt Śniecikowski, który „Gazetą Zielonogórską” kierował do 1960 roku, kiedy to przeszedł do zielonogórskiego radia. Jego następcą został Zdzisław Olas. Był on redaktorem naczelnym gazety przez ćwierć wieku – aż do swojej śmierci w 1985 roku.

Ze względu na niską wydajność drukarni, w której tworzona była „Gazeta Zielonogórska”, osiągała ona nakłady mniejsze od potrzeb czytelniczych. W połowie lat 50. drukowano około 40 tys. egzemplarzy dziennika o objętości 36 stron. Z czasem, dzięki zwiększeniu wydajności maszyn drukujących, nakład ulegał zwiększaniu – w latach 1952–1975 wzrósł on z 39 do 151 tysięcy egzemplarzy.

Reforma administracyjna z 1975 roku spowodowała, że „Gazeta Zielonogórska” zaczęła funkcjonować w zupełnie nowych warunkach. Główna zmiana dotyczyła tytułu – od 1 lipca 1975 r. dziennik otrzymał nazwę „Gazeta Lubuska”. Ponadto rozszerzył się zakres kolportażu o miejscowości przyłączone do województwa zielonogórskiego (Wolsztyn, Zbąszyń) i do nowo utworzonego województwa gorzowskiego (Dębno, Myślibórz, Choszczno, Międzychód). Swoistym fenomenem okazało się także to, że gazeta nadal była chętnie czytana także w miejscowościach, które nie znalazły się w wyniku reformy w nowych granicach województwa zielonogórskiego. Ćwierćwiecze tradycji

¹ Historia oraz opis zmian właścicielskich „Gazety Lubuskiej” po 1990 roku na podstawie książki: A. Piasecki, *Lubuska czwarta władza*, Zielona Góra 2000.

wydawniczej zdecydowało, że „Gazeta Lubuska” nadal chętnie kupowana była między innymi we Wschowie i Głogowie.

Okres stanu wojennego „Gazeta Lubuska” przeszła względnie stabilnie, bez charakterystycznych dla wielu innych dzienników regionalnych konfliktów z władzą partyjną, kończących się nierzadko dymisjami osób piastujących kierownicze stanowiska. Wynikało to przede wszystkim z faktu, że „Gazeta Lubuska” jednoznacznie broniła stanowiska władz w konfliktach społecznych i politycznych. Publicyści dziennika konsekwentnie prezentowali negatywne strony protestów społecznych. Redakcja gazety powszechnie poddawana była więc krytyce ze strony wydawców prasy bezdebitowej. To oczywiste zaangażowanie się w konflikt pomiędzy władzą a strajkującym społeczeństwem nie zaszkodziło jednak w istotny sposób samej gazecie i nie zniechęciło do niej czytelników. Będąc jedynym dziennikiem regionalnym, do którego czytelnicy byli mocno przywiązani, „Gazeta Lubuska” w kolejnych latach po stanie wojennym utrzymała zbliżone do wcześniejszych wskaźniki sprzedaży.

W 1983 roku weekendowe wydanie dziennika osiągało nakład przekraczający 200 tys. egzemplarzy. W rekordowym 1988 roku nakład „Gazety Lubuskiej” w dni powszednie wynosił około 150 tys., a w weekendy ponad 250 tys. egzemplarzy. Gazeta prawdopodobnie mogła wówczas walczyć o jeszcze lepsze wskaźniki sprzedaży, problemem pozostawała jednak ograniczona wydajność drukarni obsługującej lubuski dziennik. I choć podjęto jeszcze w 1985 roku próbę budowy kompleksu wydawniczo-prasowego przy ulicy Wojska Polskiego, który mógłby przyczynić się do umocnienia pozycji gazety w regionie, to budowa nigdy nie została zrealizowana.

Po śmierci Zdzisława Ołasa w 1985 roku Wydział Prasy KC na jego miejsce mianował Mirosława Rataja, dotychczasowego kierownika Ośrodka Analiz i Prognoz Politycznych w KW PZPR w Zielonej Górze. Kierował on pismem przez kolejne piętnastolecie, przeprowadzając „Gazetę Lubuską” przez trudny okres transformacji ustrojowej i wpływając z pewnością na spory sukces sprzedażowy dziennika po przemianach 1989 roku.

Przemiany ustrojowe zmusiły redakcję „Gazety Lubuskiej” do zajęcia wobec nich stanowiska. Jak pisze Andrzej Piasecki, miały one także „wymiar smugi cienia, którą redakcja przekraczała stopniowo, zaczynając jak gdyby chodziło o kolejną odnowę, a kończąc na całkowitym odejściu od politycznego uzależnienia”². Obrady Okrągłego Stołu relacjonowane były według standardów obowiązujących prasę partyjną: z dużą ostrożnością redakcja podcho-

² Tamże, s. 221.

dziła do idei porozumienia narodowego, starała się nie zajmować stanowiska w kwestii pluralizmu politycznego. „Powyborczy poniedziałek 5 czerwca 1989 r. »Gazeta Lubuska« powitała niepewnie, dając na czołówce tytuł: »Wielka niewiadoma«. We wtorek ograniczono się już tylko do komunikatów PAP o pracy Państwowej Komisji Wyborczej. W środowym komentarzu »Polskie drogi« redaktorka »Gazety«, pisząc o kandydatach spoza »Solidarności«, wyrażała żal: »Przykro mi, że nie zostali wybrani większością głosów«³. Dopiero nieodwracalność przemian skłoniła redakcję do nieco większego, choć wciąż nieśmiałego entuzjazmu wobec przemian na scenie politycznej, czego wyrazem miał być choćby tytuł artykułu poświęconego powstaniu rządu Tadeusza Mazowieckiego brzmiący *Historyczny rozdział w życiu naszego państwa. Mamy rząd*.

REDAKTORZY NACZELNI W CZASACH PRL

- Wiktor Lemiesz – 1952–1956;
- Tadeusz Bazylko – 1956;
- Zygmunt Śniecikowski – 1956–1960;
- Zdzisław Olas – 1960–1985;
- Mirosław Rataj – 1985–2002.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Wraz z przemianami polityczno-społecznymi nastąpiły zmiany na rynku prasy – parcelacją majątku Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa-Książka-Ruch zajmowała się w Warszawie Państwowa Komisja Likwidacyjna. Otrzymując od niej zielone światło, redakcja „Gazety Lubuskiej” utworzyła w maju 1990 roku Wydawniczą Spółdzielnię Pracy Lub-press, rozpoczynając tym samym starania o przejęcie tytułu. Spółdzielnia została utworzona przez 60 spośród 65 pracowników redakcji. Sytuacja „Gazety Lubuskiej” w tym okresie nie była jednak najłatwiejsza. Spadający nakład, inflacja, powstały w październiku 1990 roku konkurencyjny dziennik zatytułowany „Gazeta Nowa” nie sprzyjały entuzjazmowi członków redakcji i spółdzielni zamierzających kontynuować wydawanie dziennika o kilku dekadach tradycji na Ziemi Lubuskiej.

³ Tamże, s. 225.

W listopadzie 1990 roku Państwowa Komisja Likwidacyjna wystawiła „Gazetę Lubuską”, obok stu innych tytułów, na przetarg. Bez wsparcia finansowego Spółdzielnia Lub-press nie miała szans na przejęcie tytułu, dlatego też stanęła do przetargu razem z Bankiem Handlowo-Kredytowym w Katowicach. Ta powołana do życia w odpowiedzi na wymogi sytuacji spółka okazała się sukcesem – 28 marca 1991 roku został rozstrzygnięty przetarg, zgodnie z wynikami którego wydawcą „Gazety Lubuskiej” stała się firma Lubpress Spółka z o.o., której udziałowcami była Spółdzielnia Pracownicza Lub-press (22% udziałów) oraz Bank Handlowo-Kredytowy w Katowicach (78% udziałów). Prezesem spółki Lubpress został prezes Banku Handlowo-Kredytowego Franciszek Sobczak. Oprócz niego w składzie pierwszego zarządu byli: Mirosław Rataj i Zenon Wesołek jako przedstawiciele redakcji „Gazety Lubuskiej”, przewodniczący „Solidarności” zielonogórskiej, Wiesław Wysocki i wiceprzewodniczący „Solidarności” gorzowskiej, Jerzy Ostrouch.

Stosunkowo szybkie uregulowanie kwestii własnościowych sprawiło, że redakcja „Gazety Lubuskiej” mogła zająć się walką o utrzymanie na rynku. Przywiązanie czytelników do tytułu, ale także umiejętne i profesjonalne prowadzenie gazety przez zespół redakcyjny sprawiły, że w pierwszych latach po przemianach nakład pisma utrzymywał się na poziomie około 80 tys. egzemplarzy. Weekendowe wydanie magazynowe miało nakład dwukrotnie większy. Plasowało to „Gazetę Lubuską” w pierwszej dziesiątce najchętniej kupowanych dzienników w Polsce.

W okresie tym spółka Lubpress zdecydowała się także na poważną inwestycję – stworzenie nowoczesnej drukarni wydawnictwa, co pozwoliło na znaczącą ewolucję szaty graficznej dziennika. Nowa drukarnia umożliwiała bowiem szybszy druk, stosowanie wyrazistych kolorów, a także zwiększenie objętości gazety.

O sukcesie „Gazety Lubuskiej” zaświadczać niezależne raporty dotyczące poziomu czytelnictwa i dochodowości dziennika. Między innymi Instytut Badań Opinii i Rynku „Pentor” umieścił w 1994 roku „Gazetę Lubuską” na 11. miejscu wśród polskich dzienników z wynikiem 3,2% udziału w krajowym rynku prasy codziennej. W omówieniu tego raportu napisano: „»Gazeta Lubuska« zajmuje bezapelacyjnie pierwsze miejsce wśród polskich gazet codziennych pod względem czytelnictwa na terenie zasięgu ukazywania się danego dziennika”⁴.

⁴ Cyt. za: Tamże.

Pod koniec 1997 roku właściciele „Gazety Lubuskiej” zaczęli rozmawiać z potencjalnymi inwestorami chcącymi kupić udziały w gazecie. Do stołu negocjacyjnego przystąpiło także kilka zagranicznych firm. Ostatecznie wybór padł na norweski koncern Orkla Media, a umowa sprzedaży została podpisana w grudniu 1998 roku. Zapewniała ona pakiet bezpieczeństwa dla pracowników związanych z gazetą. Członkowie spółdzielni dziennikarskiej otrzymali gwarancję zatrudnienia przez cztery kolejne lata, pozostali pracownicy przez okres trzech lat. Norweski inwestor zaproponował ponadto pracownikom dodatkowy pakiet socjalny. Kupując „Gazetę Lubuską”, Orkla stała się największym wydawcą prasy codziennej w Polsce z 21-procentowym udziałem w krajowym rynku dzienników.

W latach 1999 i 2000 „Gazeta Lubuska” osiągnęła największy w swej historii poziom zatrudnienia. Spośród 140 zatrudnionych osób blisko połowę stanowili dziennikarze.

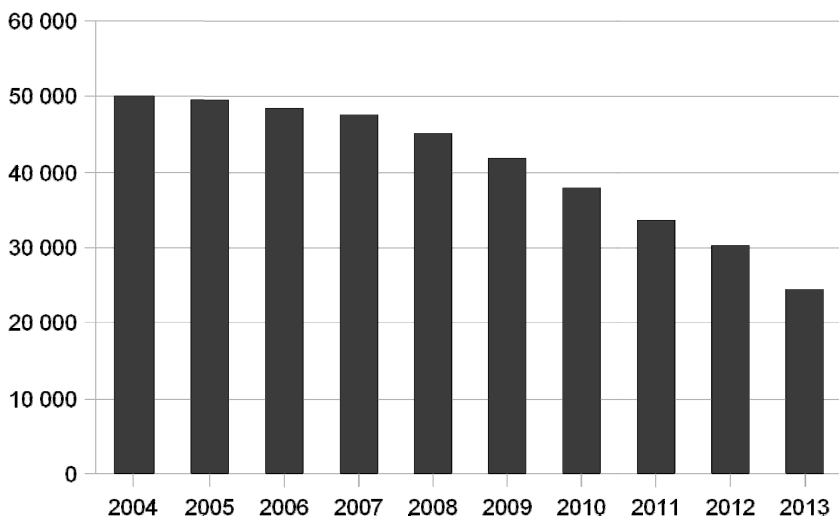
W 2002 roku doszło do zmiany na stanowisku redaktora naczelnego. Mirosława Rataja zastąpiła Iwona Zielińska-Adamczyk, wcześniej kierująca przez cztery lata „Gazetą Wrocławską”. Redaktor naczelną zielonogórskiego dziennika pozostaje ona do dzisiaj.

Kolejna zmiana właścicielska nastąpiła w 2006 roku – 13 października brytyjski fundusz Mecom Group przejął na własność norweską grupę Orkla Media, a tym samym stał się właścicielem „Gazety Lubuskiej”. W grudniu 2006 Orkla Press Polska, jako nowa część koncernu prasowego Mecom Europe, zmieniła nazwę na Media Regionalne.

Ostatnia zmiana właścicielska miała miejsce w listopadzie 2013 roku, kiedy to firma Polskapresse kupiła spółkę Media Regionalne od funduszu Mecom. W wyniku tej transakcji Polskapresse stało się dominującym wydawcą dzienników regionalnych w Polsce.

„Gazeta Lubuska” odnotowywała w ostatnim dwudziestoleciu charakterystyczne dla wszystkich gazet regionalnych w Polsce spadki nakładów i sprzedaży. O ile w połowie lat 90. przecięty nakład gazety pozostawał na poziomie ponad 80 tysięcy egzemplarzy, z których około 70 tysięcy rozchodziło się w sprzedaży, to w kolejnych latach zarówno liczba sprzedanych egzemplarzy, jak i ich nakład ulegały ograniczaniu, by w 2003 roku uplasować się na średnim poziomie niespełna 51 tysięcy rozpowszechnionych egzemplarzy przy niespełna 64-tysięcznym nakładzie. Kolejne lata to czas systematycznego ograniczania nakładu lubuskiego dziennika, co spowodowane było zmniejszającą się sprzedażą gazety. Spadki odnotowywane corocznie przez „Gazetę

Lubuską” wynosiły średnio 2–4 tysięcy egzemplarzy. Wyniki płatnego rozpowszechniania gazety obrazuje wykres nr 1.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Gazety Lubuskiej” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

REDAKTORZY NACZELNI PO ROKU 1989

- Mirosław Rataj (1989–2002);
- Iwona Zielińska-Adamczyk (2002 – do dziś).

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Główne hasło przyświecające w codziennych działaniach przedstawicielom redakcji brzmi: „Przyjaciół, na którego zawsze możesz liczyć”. Takim przyjacielem – w opinii redakcji „Gazety Lubuskiej” – ma być gazeta regionalna.

Zgodnie z zapisami w dokumentach „Gazety Lubuskiej” jest ona regionalną gazetą wydarzeń i opinii, odwołującą się do czytelnika silnie związanego z miejscem swojego zamieszkania. Przedstawiciele redakcji chcą także tworzyć dzien-

nik, który byłby forum wymiany poglądów – gazetą obywatelską pomagającą dokonywać świadomych wyborów w demokratycznym państwie, samorządnym regionie i mieście. „Gazeta Lubuska” – według deklaracji przedstawicieli redakcji – ma być także gazetą spełniającą oczekiwania czytelników zainteresowanych procesami zachodzącymi w społeczeństwie, państwie, polityce i gospodarce. Analizującą i wyjaśniającą zachodzące zjawiska społeczne i gospodarcze. Pomagającą mieszkańcom regionu w kształtowaniu opinii.

Jak mówi wewnątrzredakcyjny dokument zatytułowany *Pieczęć marki*, „Gazeta Lubuska” jest dziennikiem przeznaczonym dla czytelników zainteresowanych nie tylko tym, co się dzieje w ich najbliższym otoczeniu, ale także wiadomościami ze swoich miasteczek, miast, regionu, kraju i świata. Ma także zawierać szeroką ofertę informacyjną i poradniczo-użyteczną, realizując tym samym nie tylko funkcję poznawczą, ale także szereg funkcji pragmatycznych nastawionych na pomoc mieszkańcom Ziemi Lubuskiej w codziennym funkcjonowaniu.

STRUKTURA REDAKCJI W 2013 ROKU

„Gazeta Lubuska” zatrudniała na koniec 2013 roku 35 etatowych dziennikarzy, ponadto współpracowała z 20, spośród których 8 realizowało stałą współpracę, systematycznie przygotowując materiały publikowane w dzienniku.

Obecnie struktura redakcji zakłada funkcjonowanie newsroomu stanowiącego swoiste centrum redakcji i kreującego działaniami podejmowanymi przez członków redakcji. Na newsroom „Gazety Lubuskiej” składa się dział wydawców, sekretarz redakcji oraz dział sprawujący opiekę nad internetowym wydaniem gazety.

Na zielonogórską redakcję gazety składa się przede wszystkim dział informacyjny zatrudniający większość dziennikarzy realizujących na co dzień zadania nakierowane na pozyskanie informacji o bieżących wydarzeniach. Ponadto w redakcyjnej strukturze mieści się dział magazynu, odpowiedzialny za przygotowywanie dodatków do gazety. Z racji wpisanej w misję gotowości do prowadzenia dialogu z czytelnikami działu w ramach struktury „Gazety Lubuskiej” dział łączności z czytelnikami realizujący powinności utrzymywania bieżących kontaktów z otoczeniem. Ponadto struktura redakcji przewiduje odrębność dla działu sportowego zatrudniającego dziennikarzy odpowiedzialnych za śledzenie i opis wydarzeń sportowych mających miejsce na lubuskich

arenach sportowych. Osobne miejsce w strukturze gazety zajmuje dział grafików odpowiedzialnych za graficzny skład dziennika.

Na koniec 2013 roku „Gazeta Lubuska” posiadała siedem oddziałów zamiejscowych odpowiedzialnych za pozyskiwanie informacji i obsługę dziennikarską miast, w których zostały zlokalizowane. Oddziały te znajdowały się w Gorzowie Wielkopolskim, Nowej Soli, Żarach, Żaganiu, Międzyrzeczu, Ślubicach oraz Głogowie.

Od 2002 roku „Gazetą Lubuską” kieruje Iwona Zielińska realizująca obowiązki redaktor naczelnej. Jest ona absolwentką filozofii Uniwersytetu Wrocławskiego. Pracę dziennikarską zaczęła w 1985 roku od roli reportera w dziale miejskim „Gazety Robotniczej” we Wrocławiu. Była tam kolejno: dziennikarzem, wydawcą, szefem wydania magazynowego. W 1996 roku została zastępcą redaktora naczelnego w „Gazecie Wrocławskiej”. Rok później – jej redaktor naczelną i funkcję tę realizowała do 2002 roku, kiedy to jesienią rozpoczęła kierowanie „Gazetą Lubuską”. W 2000 roku otrzymała nagrodę i tytuł Redaktora Naczelnego Roku gazet regionalnych należących do Grupy Polskapresse.

Kierownikiem działu online jest obecnie Paweł Kozłowski, absolwent politologii Uniwersytetu Zielonogórskiego oraz Zamiejscowego Wydziału Kultury Fizycznej w Gorzowie Wielkopolskim. Doświadczenie zawodowe zdobywał m.in. w „Wieczorze Wrocławia”, Klubie Sportowym AZS-PWSZ i wreszcie „Gazecie Lubuskiej”, z którą związany jest od 2000 roku.

Odpowiedzialny za magazynowe wydanie „Gazety Lubuskiej” jest Dariusz Chajewski, pełniący rolę kierownika tego wydania. Jest on absolwentem historii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. W „Gazecie Lubuskiej” pracuje – z kilkuletnią przerwą – od 1985 roku. Jest laureatem konkursów dziennikarskich o zasięgu lokalnym i ogólnopolskim. W 2013 roku otrzymał nagrodę w konkursie Dziennikarz Roku za reportaż „Płacili za każdą głowę”.

Henryka Bednarska jest kierownikiem działu informacyjnego w Zielonej Górze. Karierę dziennikarską rozpoczęła w 1991 roku, wcześniej pracowała w tygodniku „Ziemia Gorzowska”. Z „Gazetą Lubuską” związana jest od 2000 roku, najpierw pracowała w oddziale gorzowskim, od czterech lat natomiast w Zielonej Górze. Najchętniej poruszane przez nią tematy dotyczą spraw społecznych, politycznych i kryminalnych.

Kierownikiem działu sportowego jest Andrzej Flügel, absolwent historii Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Zielonej Górze. W „Gazecie Lubuskiej” pracuje od listopada 1990 roku, od początku w dziale sportowym. Od stycznia 1992 roku do dziś jest jego kierownikiem. Oprócz kierowania działem zajmuje

się głównie koszykówką i piłką nożną. Jest autorem dwóch stałych cotygodniowych felietonów (sportowego i dotyczącego spraw społecznych). Był korespondentem gazety podczas Igrzysk Olimpijskich w Atenach 2004, Pekinie 2008 i Londynie 2012.

Jakub Nowak jest kierownikiem oddziału gazety w Nowej Soli. Z „Gazetą Lubuską” związany jest od 2007 roku. Pracę rozpoczął jeszcze na studiach – po miesięcznej praktyce otrzymał propozycję stałej współpracy z działem odpowiedzialnym za stronę internetową: www.gazetalubuska.pl. W 2009 roku rozpoczął etatową pracę jako redaktor działu online. Rok później został kierownikiem oddziału gazety w Nowej Soli. Odpowiada za strony opisujące wydarzenia z powiatów nowosolskiego oraz wschowskiego, które są częścią tzw. mutacji B (w jej skład wchodzi również powiaty żagański, żarski oraz głogowski).

Kierownikiem działu łączności z czytelnikami jest Katarzyna Borek, absolwentka katedry filologii polskiej i dziennikarstwa Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Zielonej Górze. Od początku kariery zawodowej, czyli od 2001 roku, związana z „Gazetą Lubuską”. Pracowała kolejno w działach: miejskim, terenowym, ekonomicznym, informacyjnym. Zdobywczyni m.in. I miejsca w kategorii Debiut Roku w konkursie oddziału Stowarzyszenia Dziennikarzy RP w Zielonej Górze. Otrzymała także wyróżnienia w kategorii informacja konkursu grupy Orkla Press Polska oraz I miejsca w kategorii najlepszy tekst magazynowy w 2010 roku w konkursie Mediów Regionalnych im. Jana Stepka.

Tomasz Nieciecki jest kierownikiem redakcji „Gazety Lubuskiej” w Gorzowie Wielkopolskim. Od 1997 roku jest dziennikarzem prasy regionalnej, od 2000 roku redaktorem „Gazety Lubuskiej”, wydawcą wydań drukowanych i online, a także osobą odpowiedzialną za portal społecznościowy Moje Miasto Gorzów.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

Redakcja „Gazety Lubuskiej” w 2013 roku zrealizowała szereg akcji o charakterze edukacyjnym, publicystycznym, a także integracyjnym, które wpisywały się w profil dziennika i podporządkowane były realizacji opisanej powyżej misji.

Charakter typowo regionalny i nakierowany na budowanie lokalnej tożsamości wśród czytelników gazety miał cykl artykułów i czatów podsumowujących 15-lecie istnienia województwa.

Wymiar typowo edukacyjny i pragmatyczny miała natomiast seria artykułów dotyczących zmian związanych z gospodarką śmieciową. Przez miesiąc na łamach gazety, na stronach wspólnych i mutowanych (lokalnych), redakcja pro-

wadziła akcję edukacyjną na temat sortowania odpadów w gminach. Były to artykuły informujące, relacje z dyżurów specjalistów zapraszanych do redakcji, aby odpowiadali na pytania czytelników, raporty z gmin, jak wygląda u nich sytuacja z wprowadzaniem nowych przepisów i wywozem śmieci. Materiały ukazywały się też w internecie. Ponadto redakcja prosiła czytelników o zgłaszanie interwencji i reagowała konkretnymi działaniami na skargi. Na zakończenie cyklu publikacji do jednego z numerów dołączony został praktyczny dodatek mający charakter ściągę o sortowaniu odpadów w domu. Akcja była reklamowana w stacjach radiowych.

Już ósmą z kolei była organizowana corocznie akcja Świąteczne Pogotowie. Jej celem tym razem była pomoc kilkunastu rodzinom w całym województwie. To inicjatywa, w którą bardzo mocno angażują się czytelnicy, oferując potrzebującym mnóstwo prezentów, od zabawek poczynając, na lodówkach, telewizorach czy nawet remoncie mieszkania kończąc. Mechanizm akcji jest prosty: „Gazeta Lubuska” opisuje problemy rodzin wskazanych przez ośrodki pomocy czy Caritas, czytelnicy pomagają.

W Zielonej Górze istniał kiedyś zakład Polska Wełna, w którym pracowało nawet 5 tysięcy osób. Miał przedszkole, bibliotekę, stołówkę, przychodnię zdrowia, szkołę – słowem miasto w mieście. W 2013 roku „Gazeta Lubuska” prowadziła akcję wspomnień o dawnej fabryce – opublikowane zostały wspomnienia pracowników, zdjęcia, pamiątki. Efektem była specjalna wystawa, a także pokaz filmu z jubileuszu 35-lecia zakładu, który został odnaleziony w ruinach fabryki. Na pokaz przyszło 300 byłych pracowników Polskiej Wełny.

Jak co roku wiosną redakcja „Gazety Lubuskiej” zaangażowała się w sprzątanie Zielonej Góry. Czytelnicy wskazywali miejsca do uporządkowania, a dziennik mobilizował odpowiednie służby do posprzątania. W ten sposób zniknęły potężne sterty śmieci, udało się też odnaleźć właścicieli ruin, którzy zostali zmuszeni chociażby do ich zabezpieczenia.

Rok 2013 przyniósł także całoroczny cykl wspomnień, publikowanych w magazynie „Gazety Lubuskiej”, byłych mieszkańców kresów – zakończony wydawnictwem albumowym zatytułowanym „Kresy. Kraina dzieciństwa naszych ojców i dziadów”.

Charakter typowo publicystyczny przyjęła akcja pokazująca i przybliżająca plusy i minusy połączenia w 2013 roku miasta Zielona Góra z przyległymi gminami.

W letnie miesiące „Gazeta Lubuska” opublikowała wakacyjny cykl kilkudziesięciu wyjątkowych opracowań opisujących wszystkie rezerwaty województwa lubuskiego.

I wreszcie jesienią na łamach „Gazety Lubuskiej” redakcja przeprowadziła wielodniowy cykl poświęcony tramwajom w Gorzowie Wielkopolskim. W związku z zagrożeniem, że dwie z linii mogły ulec likwidacji, gazeta rozpoczęła publikowanie tekstów na temat komunikacji szynowej. Eksperti, urzędnicy, mieszkańcy, miłośnicy komunikacji rozważali za i przeciw tramwajom, a po pewnym czasie zawiązał się społeczny komitet obrony tramwajów, który zebrał pod protestem przeciwko likwidacji kilka tysięcy podpisów i ostatecznie urzędnicy wycofali się z rozważań o zwinięciu linii tramwajowych.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

W 2013 roku „Gazeta Lubuska” wyróżniana była indywidualnymi nagrodami przyznawanymi konkretnym dziennikarzom za wybrane materiały dziennikarskie. Kilkukrotnie nagrodzony został na przykład Michał Szczęch. W kwietniu otrzymał on nagrodę główną w konkursie Dziennikarz Roku 2012 w kategorii zdrowie za reportaż „Adam dostał nowe życie”. Konkurs organizowany był przez lubuski oddział NFZ, a współorganizatorem było Stowarzyszenie Dziennikarzy RP. W tym samym miesiącu został on też laureatem drugiej nagrody w konkursie Dziennikarz Roku 2012 w województwie lubuskim, w kategorii reportaż, za tekst „Wołanie o pomoc, którego nikt nie słyszy”. Konkurs organizowany był przez Stowarzyszenie Dziennikarzy RP. Michał Szczęch otrzymał także drugą nagrodę w konkursie zorganizowanym przez lubuski oddział NFZ i Stowarzyszenie Dziennikarzy RP – Zdrowie 2013 – w kategorii reportaż za tekst „Operacja życia”.

Andrzej Flügel w marcu 2013 roku otrzymał pierwszą nagrodę w konkursie Dziennikarz Roku 2012 organizowanym przez Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej Oddział w Zielonej Górze w kategorii publicystyka. Laureatem tej samej nagrody był w 2013 roku także Dariusz Chajewski. Beata Bielecka otrzymała nominację do Polsko-Niemieckiej Nagrody Dziennikarskiej 2013 za tekst „Naszą ucieczką będzie śmierć”.

Jarosław Reszka

„Gazeta Pomorska”



Wydawca: Media Regionalne Sp. z o.o.

Adres redakcji: ul. Zamoyskiego 2, 85-063 Bydgoszcz.

Adres witryny internetowej: www.pomorska.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 350 x 289 mm.

Liczba stron: wydanie podstawowe 24–32, wydanie piątkowe 40–48.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 47 802 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 90 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo kujawsko-pomorskie oraz powiaty: Chojnice (woj. pomorskie), Nowe Miasto Lubawskie (woj. warmińsko-mazurskie), a także gmina Trzemeszno (woj. wielkopolskie).

Mutacje: 6 (Bydgoszcz, Toruń, Włocławek, Grudziądz, Inowrocław, Chojnice).

Stałe dodatki:

cotygodniowe – „Regiopracza” (poniedziałki), „Regiomoto” (wtorki), „Regiodom” (środy), „Album Bydgoski/Album Regionalny” (czwartki, poświęcony historii Bydgoszczy i regionu), „Extra” i „7 Dni” (soboty, style życia, podsumowanie tygodnia);

comiesięczne – „Starsi Państwo”, „Informator Medyczny”;

nieregularnie, lecz nie częściej niż raz na 1–2 miesiące – „Deweloperzy Pomorza i Kujaw”, „Twoja Szkoła”, „Indeks”, „Inspiracje dla Domu”;

comiesięczne, wyłącznie dla prenumeratorów – „Pasje”, „Życie w Obrazkach”;

co kwartał, wyłącznie dla prenumeratorów – „Nowoczesna Wieś”;

coroczne – „Złota Setka Pomorza i Kujaw” (jako podsumowanie rankingu przedsiębiorstw i samorządów).

HISTORIA

Pierwszy numer „Gazety Pomorskiej” ukazał się 16 grudnia 1948 roku, w dzień po kongresie zjednoczeniowym, na którym, w wyniku połączenia Polskiej Partii Robotniczej (PPR) i Polskiej Partii Socjalistycznej (PPS), utworzono Polską Zjednoczoną Partię Robotniczą (PZPR). Gazeta od początku była organem Komitetu Wojewódzkiego tej partii¹. Mimo oczywistych zadań propagandowych nakładanych na gazetę partyjną w pierwszym numerze redakcja odwołała się przede wszystkim do czytelników, zapraszając ich do współpracy przy powstawaniu pisma: „Wspólnym wysiłkiem, przy Waszej czynnej pomocy, Czytelnicy, będziemy starali się dać Wam pismo jak najlepsze, stale i konsekwentnie podnosić jego poziom”². Bydgoszcz w tym okresie była siedzibą władz województwa pomorskiego, które w 1950 r. zmieniło nazwę na „województwo bydgoskie”, obejmując w przybliżeniu ziemie należące dziś do województwa kujawsko-pomorskiego.

Po zakończeniu działań wojennych na tych ziemiach wydawcami pierwszej prasy codziennej były z reguły władze administracyjne miast. Wydawano: „Wiadomości Bydgoskie” w Bydgoszczy, „Słowo Pomorskie” w Toruniu, „Wiadomości Włocławskie” we Włocławku, „Wiadomości Grudziądzkie” w Grudziądzu, „Nowiny Inowrocławskie” w Inowrocławiu i „Głos Pomorza” w Wąbrzeźnie. Wychodziły krótko, zwykle około miesiąca³. W grudniu 1948 r. ukazywały się już jednak na terenie ówczesnego województwa pomorskiego dzienniki prasowe o kilkuletniej historii i dużej grupie czytelników. Były to przede wszystkim „Ilustrowany Kurier Polski” (IKP) i „Ziemia Pomorska”. Pierwszy numer IKP ukazał się w Bydgoszczy 22 października 1945 r. Jego przeciętny nakład początkowo wynosił ok. 60 tys. egzemplarzy. Redakcja gazety miała ambicje wydawania pisma o zasięgu i znaczeniu ponadregionalnym, a jego wydawcą było Stronnictwo Pracy – partia, która w 1950 r. włączona została do Stronnictwa Demokratycznego⁴. IKP ukazywał się do 2003 r.

¹ Z. Jędrzyński, *Z dziejów „Gazety Pomorskiej” i jej poprzedniczek* [w:] *Prasa i radio na Pomorzu i Kujawach 1945–1985. Materiały z sesji zorganizowanej przez Zarząd Oddziału Stowarzyszenia Dziennikarzy PRL w Bydgoszczy*, red. Z. Jędrzyński, Bydgoszcz 1987, s. 12.

² Cyt. za: H. Sowińska, *Historia pisana sześcioma dekadami. Plus pięć lat*, dodatek „Dziś są nasze urodziny”, „Gazeta Pomorska”, 16.12.2013.

³ Z. Jędrzyński, dz. cyt., s. 8.

⁴ Więcej na temat powstania i 40 lat przemian IKP zob. w: Z. Jastrzębski, *Informacje o „Ilustrowanym Kurierze Polskim”* [w:] *Prasa i radio na Pomorzu i Kujawach...*, s. 32–38.

4 marca 1945 r. na rynku prasowym pojawiła się „Ziemia Pomorska” wydawana przez Spółdzielnię Wydawniczą Czytelnik w nakładzie ok. 40 tys. egzemplarzy⁵. Gazeta ukazywała się do 31 grudnia 1950 r., przerywając działalność w wyniku ogólnopolskiej politycznej decyzji o likwidacji gazet SW Czytelnik lub przejmowaniu ich przez należącą głównie do PZPR Robotniczą Spółdzielnię Wydawniczą Prasa.

„Gazeta Pomorska” była kontynuatorką tytułów wydawanych po II wojnie światowej na Pomorzu i Kujawach przez PPS i PPR. Powojennymi gazetami PPS na tych ziemiach były: „Nowy Dzień Robotnika” i „Robotnik Pomorski” (Toruń), „Robotnik Kujawski” (Inowrocław), „Głos Grudziądza” i „Głos Pomorza” (Grudziądz). W marcu 1947 r. doszło do połączenia pism PPS w regionie, w wyniku czego powstał redagowany i wydawany w Toruniu „Głos Pomorza”, mający liczne mutacje terenowe⁶. Pierwszym tytułem PPR na Kujawach i Pomorzu była wydawana w Bydgoszczy „Trybuna Pomorska”. Od września 1947 r. zastąpiła ją „Gazeta Zachodnia”, mająca znacznie większy zasięg terytorialny i więcej czytelników. To właśnie połączenie „Gazety Zachodniej” i „Głosu Pomorza” 16 grudnia 1948 r. dało początek „Gazecie Pomorskiej”⁷.

Wydawcą „Gazety Pomorskiej” była wspomniana Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza Prasa, od stycznia 1973 r. przekształcona w Robotniczą Spółdzielnię Wydawniczą Prasa-Książka-Ruch (RSW). Powstanie RSW i połączenie gazet kujawsko-pomorskiej lewicy było wyrazem ogólnopolskich tendencji centralistycznych i zamiarów monopolizacji działalności prasowo-wydawniczej w Polsce, w tym także na rynku prasy lokalnej⁸. „Gazeta Pomorska” była drukowana w dawnej niemieckiej drukarni Dittmana założonej w Bydgoszczy w 1869 r. Po wojnie drukarnia zyskała nazwę Prasowych Zakładów Graficznych (PZG) i należąc do RSW, drukowała wszystkie ukazujące się w Bydgoszczy dzienniki, a także toruńskie „Nowości”. W 1988 r. PZG przeniosły druk „Gazety Pomorskiej” i innych gazet do nowego, potężnego obiektu wyposażonego w nowe maszyny offsetowe i heatsetowe.

W latach 1948–1959 „Gazeta Pomorska” była jedynym dziennikiem regionalnym wydawanym na terenie województwa pomorskiego (od 1950 r. –

⁵ Z. Jędrzyński, dz. cyt., s. 9.

⁶ Tamże, s. 9–10.

⁷ Tamże, s. 10. Zob. też: H. Sowińska, dz. cyt.; teżej: *Diaamentowy jubileusz. „Gazeta Pomorska” ukazuje się już 60 lat*, „Kalendarz Bydgoski” 2008, s. 154; R. Kowalczyk, *Prasa lokalna w Polsce*, Poznań 2000, s. 84.

⁸ R. Kowalczyk, dz. cyt., s. 87.

bydgoskiego). Do lipca 1975 r. ukazywała się w siedmiu mutacjach miejskich i powiatowych oraz pod trzema tytułami: „Gazeta Toruńska” (dla Torunia), „Gazeta Kujawska” (dla Włocławka i Aleksandrowa Kujawskiego oraz Inowrocławia i Radziejowa) i „Gazeta Pomorska” (dla Bydgoszczy, Grudziądza oraz Chojnic, Sępólna i Tucholi, a także pozostałych miast i powiatów województwa)⁹. W styczniu 1959 r. RSW rozpoczęła wydawanie drugiego popołudniowego dziennika na terenie województwa bydgoskiego – „Dziennika Wieczornego” (od reformy administracyjnej w 1975 r. ukazywał się na obszarze województw bydgoskiego i włocławskiego)¹⁰. Natomiast 31 grudnia 1967 r. w Toruniu ukazał się pierwszy numer „Nowości”, również wydawanych przez RSW. Początkowo dziennik docierał do czytelników Torunia i sąsiednich miejscowości. Po reformie administracyjnej objął zasięgiem cały obszar województwa toruńskiego¹¹. Dzienniki te, a także wydawany poza strukturą RSW „Ilustrowany Kurier Polski”, stanowiły lokalną konkurencję dla „Gazety Pomorskiej” aż do likwidacji RSW w 1990 r.

„Gazeta Pomorska”, jak wszystkie tytuły prasy polskiej w czasach PRL, musiała funkcjonować w warunkach niedoboru papieru. Jako organu PZPR ograniczenia te dotyczyły jej jednak w mniejszym stopniu niż inne tytuły prasowe. Braki w zaopatrzeniu w papier najbardziej dały się odczuć w okresie od połowy 1975 r. do stycznia 1983 r., gdy liczbę tygodniowych wydań „Gazety Pomorskiej” trzeba było ograniczyć z sześciu do pięciu. Z tego samego powodu, przy wielu mutacjach, dziennik nie mógł też pozwolić sobie na zwiększanie objętości (w połowie lat sześćdziesiątych bywało, że przygotowywano zaledwie 32 kolumny tygodniowo¹²). W latach 1975–1980 gazeta wychodziła tylko w dwóch mutacjach – na Bydgoszcz oraz na pozostałe miasta i gminy województwa), pod wspólnym tytułem „Gazeta Pomorska”. W pierwszym okresie po wprowadzeniu stanu wojennego „Gazeta Pomorska” była jedynym ukazującym się organem prasowym w regionie, co umożliwiło jej osiągnięcie rekordowego nakładu w całej jej historii. Magazynowe wydanie sobotnio-niedzielne z 19 na 20 grudnia 1981 r. wydrukowano w nakładzie 450 tys. egzemplarzy¹³. Parę lat wcześniej, w 1978 r., gazeta notowała rekordowe nakłady

⁹ Z. Jędrzyński, dz. cyt., s. 12–13.

¹⁰ Więcej o powstaniu i rozwoju „Dziennika Wieczornego” zob. w: A. Białoszycki, *Nasz „Dziennik”* [w:] *Prasa i radio na Pomorzu i Kujawach...*, s. 39–45.

¹¹ Więcej o powstaniu i rozwoju „Nowości” zob. w: H. Rozwadowski, *Zaczęło się od eksperymentu...* [w:] *Prasa i radio na Pomorzu i Kujawach...*, s. 46–52.

¹² Z. Jędrzyński, dz. cyt., s. 14.

¹³ Tamże, s. 22.

dzienne – 269 tys. egzemplarzy (wobec 126 tys. w 1962 r. i 206 tys. w 1968 r.), przy zwrotach nieprzekraczających 3 proc.¹⁴

W latach osiemdziesiątych poprawiło się zaopatrzenie w papier, co umożliwiło „Gazecie Pomorskiej” powrót do sześciu wydań tygodniowo, a także zwiększenie objętości i liczby mutacji. W połowie tej dekady gazeta miała sześć mutacji, wróciła też do trzech nazw w winiecie tytułowej. Wydania podstawowe drukowała w nakładzie ok. 240 tys. egzemplarzy, a magazynowe – ok. 400 tys. egzemplarzy¹⁵. W pierwszym kwartale 1989 r. nakład ośmiostronicowego wydania podstawowego wynosił 127 tys. egzemplarzy, a 12-stronicowego wydania magazynowego: 80–90 tys. egzemplarzy¹⁶.

Redaktorami naczelnymi „Gazety Pomorskiej” w okresie do likwidacji RSW byli kolejno:

Andrzej Nowicki (1948–1953). Urodzony w Wilnie, w okresie międzywojennym ukończył Wyższą Szkołę Dziennikarską w Paryżu. We Francji związał się ze środowiskami polonijnymi i komunistycznymi. Był członkiem Komunistycznej Partii Francji. Po powrocie do Wilna dwukrotnie aresztowany za działalność komunistyczną. Po aneksji Litwy przez ZSRR został zastępcą redaktora naczelnego „Prawdy Wileńskiej”, później kierownikiem Wydziału Prasy i Informacji Zarządu Głównego Związku Patriotów Polskich. Po wojnie został dyrektorem agencji Polpress, przekształconej następnie w Polską Agencję Prasową. Od września 1947 r. redaktor naczelny PPR-owskiej „Gazety Zachodniej”, ukazującej się na terenie trzech województw. Jako redaktor „Gazety Pomorskiej” uchodził za świetnego fachowca, wychowawcę dziennikarzy. Potem redaktor naczelny partyjnej „Trybuny Mazowieckiej”, tygodników „Przyjaźń” i „Rzemieślnik”. Zmarł w 1996 r.

Henryk Cukier (1954–1956).

Zdzisław Olas (1956–1958). W czasie wojny wstąpił do PPR i Związku Walki Młodych. Od 1948 r. do końca życia członek PZPR. Pracę dziennikarską rozpoczynał na Śląsku – jako reporter w „Trybunie Dolnośląskiej”, a potem sekretarz redakcji we wrocławskiej „Gazecie Robotniczej”. Z Wrocławia przeszedł do pracy w „Gazecie Pomorskiej”. Szefował jej krótko, bo z powodów rodzinnych przeniósł się do Krakowa. Do 1960 r. był redaktorem naczelnym „Gazety Krakowskiej”, a następnie do końca życia kierował „Gazetą Zielonogorską/Gazetą Lubuską”. Zmarł w 1985 r.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ Tamże, s. 18.

¹⁶ D.B. Rudnicki, *Likwidacja Pomorskiego Wydawnictwa Prasowego (1990–1991)* [w:] *Transformacja prasy polskiej (1989–1992)*, red. A. Słomkowska, Warszawa 1992, str. 183.

Wiktor Malski (1958–1963). Urodzony w Wilnie. Podczas wojny członek AK, uczestnik brawurowych akcji bojowych. Po wojnie ukończył prawo w Toruniu, wiążąc się w czasie studiów z „Ziemią Pomorską”. W latach 50. sekretarz redakcji w „Dzienniku Łódzkim” i „Expressie Ilustrowanym”. Po przejściu do Bydgoszczy przyczynił się do znacznego rozwoju „Gazety Pomorskiej”. Utworzył m.in. „Dziennik Wieczorny”, pełniąc dodatkowo funkcję jego redaktora naczelnego. Z Bydgoszczy przeniósł się do Łodzi, gdzie kierował „Expressem Ilustrowanym”. Następnie pracował w Warszawie – jako sekretarz redakcji „Magazynu Rodzinnego” i redaktor „Fantastyki”. Napisał dwie książki o Tadeuszu Kościuszcze. Zmarł w 1989 r.

Janusz Garlicki (1963–1981). Urodzony w Warszawie. W pierwszych dniach powstania warszawskiego wywieziony do obozu koncentracyjnego w Buchenwaldzie. Potem trafił do polskiego wojska na Zachodzie. Jako żołnierz II Korpusu przebywał we Włoszech i w Anglii. Karierę dziennikarską rozpoczął w 1955 r. w łódzkim „Głosie Robotniczym”, dochodząc do stanowiska zastępcy redaktora naczelnego. W 1960 r. to samo stanowisko zaczął pełnić w „Gazecie Pomorskiej”. Naczelnym „Gazety Pomorskiej” pozostawał aż do przejścia na emeryturę. Później na jej łamach publikował w odcinkach swe wspomnienia oraz utwory literackie – opowiadania i powieść sensacyjną. Ostatnia jego książka, eseistyczna – „Spóźnił się pan, generale Patton”, ukazała się w 2010 r.

Zefiryn Jędrzyński (1981–1990). Grudziądzanin, już jako uczeń rozpoczął współpracę z „Ilustrowanym Kurierem Polskim”. Zawodowo związany z dziennikarstwem od 1959 r. Etatową pracę rozpoczynał w „Gazecie Pomorskiej”, w 1966 r. zostając zastępcą redaktora naczelnego. W 1975 r. zaczął kierować toruńskimi „Nowościami”, po czym powrócił do „Gazety Pomorskiej” jako jej redaktor naczelny. Od 1990 r. na emeryturze, jednak publikuje nadal, głównie prace związane z kulturą, literaturą oraz prasą Torunia i regionu. Współtwórca Toruńskiego Towarzystwa Kultury¹⁷.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

22 marca 1990 r. Sejm RP podjął uchwałę z mocą ustawy o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa-Książka-Ruch. Jej realizacją zajęła

¹⁷ *Nasi naczelni, czyli kto tu rządzi*, dodatek „Dziś są nasze urodziny”, „Gazeta Pomorska”, 16.12.2013. Informacje biograficzne gł. na podstawie następujących publikacji: J. Długosz, *Słownik dziennikarzy Regionu Kujawsko-Pomorskiego*, Bydgoszcz 1988; *Znaki pamięci*, red. Z. Jędrzyński, wyd. 4, Bydgoszcz 2013.

się Komisja Likwidacyjna, powołana przez premiera 6 kwietnia tego roku. Komisja przygotowała plan zagospodarowania majątku RSW przyjęty przez Radę Ministrów 29 października 1990 r. W planie tym, w zakresie zagospodarowania pionu wydawniczego RSW, zapisano m.in. działania związane z likwidacją Pomorskiego Wydawnictwa Prasowego w Bydgoszczy (PWP) – wydawcy „Gazety Pomorskiej”. Zgodnie z postanowieniami dokumentu gazeta przekazana została spółdzielni pracy powołanej na zasadach ustalonych w ustawie o likwidacji RSW – pod warunkiem, że spółdzielnia pracy pracowników „Gazety Pomorskiej” (utworzona w kwietniu 1990 r. pod nazwą: Spółdzielnia Pracy Dziennikarzy i Wydawców w Bydgoszczy) razem ze spółdzielniami pracy powstałymi w tygodniku „Kujawy i Pomorze” (Dziennikarsko-Wydawnicza Spółdzielnia Pracy Kujawy i Pomorze w Bydgoszczy) i Pomorskim Wydawnictwie Pozaprasowym Pomorze (Spółdzielnia Pracy Wydawców Pomorze) założą grupę prasową „w formie spółki Press-Pom”¹⁸. Na podstawie tego planu 15 listopada 1990 r. Komisja Likwidacyjna podpisała ze spółdzielcami umowę, przekazując im „Gazetę Pomorską”¹⁹.

Decyzja ta zakończyła okres wewnętrznych sporów w Pomorskim Wydawnictwie Prasowym. Wcześniej, 15 lutego 1990 r., funkcję pełniącego obowiązki redaktora naczelnego „Gazety Pomorskiej” objął Ryszard Buczek, były kierownik działu społeczno-politycznego dziennika. Nominalny redaktor naczelny, Zefiryn Jędrzyński, przebywał na długim zwolnieniu lekarskim. Poza tym w kierownictwie gazety po transformacji ustrojowej nie zaszły inne istotne zmiany²⁰. 2 marca na pierwszej stronie „Gazety Pomorskiej” ukazał się artykuł pt. *Po prostu „Gazeta Czytelników”*, w którym zapowiedziano zmiany pokoleniowe w kierownictwie gazety²¹. Redakcja deklarowała także, że nie będzie podporządkowana monopolowi żadnej partii, a oblicze dziennika i publikowane treści będą kształtowane przez członków redakcji i oni będą odpowiadać oraz bronić dziennikarskiej suwerenności wobec ośrodków decyzyjnych. Następnie, pod koniec marca 1990 r., doszło do otwartego konfliktu między redakcją i dyрекcją PWP po zakwestionowaniu przez redakcję rozliczenia finansowego.

¹⁸ Uchwała Nr 172 Rady Ministrów z dnia 29 października 1990 r. w sprawie zatwierdzenia planu zagospodarowania majątku Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch” w likwidacji oraz w sprawie dysponowania składnikami tej Spółdzielni, Monitor Polski nr 3 z. 17.01.1991, poz. 13.

¹⁹ D.B. Rudnicki, dz. cyt., s. 186.

²⁰ M. Załuski, *Transformacja rynku prasowego regionu bydgosko-toruńskiego* [w:] *Transformacja prasy polskiej (1989–1992)...*, s. 170; D.B. Rudnicki, dz. cyt., s. 182–183.

²¹ *Po prostu „Gazeta Czytelników”*, „Gazeta Pomorska”, 02.03.1990.

Pełniący obowiązki redaktora naczelnego Ryszard Buczek poinformował wtedy wojewodę bydgoskiego o konflikcie i zawyżaniu przez PWP kosztów wydawania „Gazety Pomorskiej”. Wojewoda odwołał dyrektora PWP w kwietniu 1990 r.²²

Umowa ze spółdzielniami pracy, podpisana przez Komisję Likwidacyjną 15 lutego 1990 r., nie oznaczała jednak końca kłopotów związanych z przejmowaniem „Gazety Pomorskiej”. Jedną ze spółdzielni pracy, mającą współtworzyć spółkę Press-Pom, nie przedłożyła Komisji Likwidacyjnej RSW wiarygodnych kalkulacji ekonomicznych. Na skutek nieporozumień pomiędzy samorządami miast oraz województw bydgoskiego, toruńskiego i włocławskiego do Press-Pomu nie przystąpiła też Fundacja Rozwoju Prasy Regionalnej, do której fundusze wnieść miały samorządy lokalne (pomysł utworzenia fundacji został zarzucony). Ostatecznie spółka Press-Pom powstała z udziałem dwóch spółdzielni pracy i Bydgoskiego Banku Komunalnego. Okazała się tworem nietrwałym. Już w 1991 r. postawiona została w stan likwidacji, bowiem poszczególni udziałowcy mieli rozbieżne cele²³. Proces likwidacji spółki Press-Pom trwał do 31 maja 1992 r. Po jego zakończeniu „Gazetą Pomorską” samodzielnie kierowała Spółdzielnia Pracy Dziennikarzy i Wydawców w Bydgoszczy²⁴. Jej prezesem w kwietniu 1990 r. został były dziennikarz „Gazety Pomorskiej” Marek Trzebiatowski, pracą redakcji kierował zaś jako redaktor naczelny były kierownik działu miejskiego w gazecie, Maciej Kamiński²⁵. Kolejny trudny okres dla „Gazety Pomorskiej” spowodowało powołanie rządu pod kierownictwem Jana Olszewskiego (23 grudnia 1991 r.). Nowy premier zakwestionował sposób likwidacji majątku RSW i mianował nowego przewodniczącego Komisji Likwidacyjnej Jacka Hofmana. Zimą i wiosną tego roku okoliczności przekazania tytułu spółdzielni pracy stały się tematem wielu oskarżycielskich publikacji prasowych (m.in. na łamach dzienników „Nowy Świat” i „Gazeta Wyborcza”). Skomplikowane zabiegi wokół prywatyzacji „Gazety Pomorskiej” przedstawiano w nich jako przykład uwłaszczania komunistycznej nomenklatury. W bydgoskiej prasie pojawiły się natomiast publikacje przedstawiające ataki na „Gazetę Pomorską” interpretujące działania wokół dziennika jako próbę przejęcia tytułu przez „lokalne lobby związane z Porozumieniem Centrum”²⁶.

²² D.B. Rudnicki, dz. cyt., s. 183.

²³ Szerzej na ten temat zob. w: D.B. Rudnicki, dz. cyt., s. 183, 184, 187.

²⁴ D.B. Rudnicki, dz. cyt., s. 187.

²⁵ Tamże, s. 184.

²⁶ Tamże, s. 189. Zob. też: M. Załuski, *Transformacja rynku prasowego...* s. 174; T. Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007, s. 136. Najszerszy, ale subiektywny obraz wydarzeń związanych

„Gazeta Pomorska” odpierała zarzuty Jacka Hofmana, domagając się przeprosin i sprostowania²⁷. Spory wygasły po odwołaniu rządu Jana Olszewskiego 5 czerwca 1992 r. i mianowaniu przez premier Hannę Suchocką nowego przewodniczącego Komisji Likwidacyjnej RSW.

Przyszłość „Gazety Pomorskiej” definitywnie rozstrzygnęło dopiero wejście spółdzielców w spółkę z norweskim koncernem Orkla, który w Polsce budował silną grupę prasową. Gazeta Pomorska Media Sp. z o.o. powstała 1 marca 1994 r. Udziały po połowie objęli w niej Spółdzielnia Pracy Dziennikarzy i Wydawców w Bydgoszczy oraz Orkla Press International AS w Oslo. Prezesem nowej spółki został Marek Trzebiatowski. Do końca lat dziewięćdziesiątych zachowana została taka proporcja udziałów, zmieniała się jedynie forma i nazwa organizacji norweskiego współnika. W 1995 r. była to Orkla Media Newspapers AS w Oslo, w 1997 r. – Orkla Media Polen AS w Oslo, w 1999 r. Orkla Press Polen AS w Oslo²⁸. Później Orkla dokonała wykupu udziałów członków Spółdzielni Pracy Dziennikarzy i Wydawców w Bydgoszczy. W 2001 r. na liście współników Gazety Pomorskiej Media figurowały już tylko dwa zagraniczne podmioty: Orkla Press AS w Oslo i Orkla Press Polen AS w Oslo²⁹.

Okres po 1 marca 1994 r. to czas inwestycji w rozwój „Gazety Pomorskiej”. Norwegowie wnieśli do spółki 70 mld złotych³⁰. Już rok później, 14 kwietnia 1995 r., zaczęła funkcjonować nowa drukarnia należąca do spółki Gazeta Pomorska Media – od tej daty dziennik ukazywał się w nowej szacie graficznej (kolor) i w nowym formacie³¹. W tym samym roku redakcja (centrala i oddział bydgoski) przeniosła się do własnego gmachu³². Systematycznie wzrastały nakłady i sprzedaż „Gazety Pomorskiej”. W okresie przejmowania tytułu przez spółdzielnię pracy jego nakład wynosił 68 tys. egzemplarzy – wydanie podstawowe i 260 tys. egzemplarzy – wydanie magazynowe³³. Od kwietnia do grudnia 1995 r. (pierwszy okres rejestrowany przez Związek Kon-

z prywatyzacją „Gazety Pomorskiej” przedstawiła E. Starosta, *Bydgoska ośmiornica*, Bydgoszcz 2002, s. 181–202.

²⁷ „Gazeta Pomorska”, 26.03.1992.

²⁸ Na podst. informacji przekazanych autorowi przez Alicję Polewską, zastępcę redaktora naczelnego „Gazety Pomorskiej”, w październiku 2013 r.

²⁹ Jak wyżej.

³⁰ M. Załuski, *Spółdzielnie dziennikarskie. Pięć lat transformacji* [w:] *Pięćciolecie transformacji mediów (1989–1994)*, red. A. Słomkowska, Warszawa 1995, s. 270.

³¹ H. Sowińska, *Historia pisana...*

³² Tamże.

³³ M. Załuski, *Transformacja rynku prasowego...*, s. 171.

troli Dystrybucji Prasy) średni dzienny nakład „Gazety Pomorskiej” wynosił 110 tys. egzemplarzy, natomiast rozpowszechnianie płatne – 95,1 tys.³⁴ Potem przez kolejne lata wyniki sprzedaży poprawiały się, osiągając maksymalne wartości w 2000 roku – 121,5 tys. egzemplarzy średniego dziennego nakładu i 105,3 tys. w rozpowszechnianiu płatnym. „Gazeta Pomorska” była wtedy dziennikiem regionalnym o największej sprzedaży egzemplarzowej – wyprzedzając po tym względem o ok. pięć tysięcy egzemplarzy katowicki „Dziennik Zachodni”. Była też zdecydowanym liderem pod względem sprzedaży gazety w prenumeracie – pod koniec 2001 r. blisko 45 tys. egzemplarzy, podczas gdy np. „Dziennik Zachodni” miał w tym czasie tylko ponad 8 tys. prenumeratorów³⁵. Wśród innych czynników ówczesnej popularności „Gazety Pomorskiej” Z. Bajka wymienia: tradycję czytania „Gazety”, założony obiektywizm i niezależność w sądach, stałe monitorowanie kolportażu, „konserwatyzm” w sposobach redagowania dziennika, rozwinięty system mutacji (w 2001 r. było ich 12), niezwykle dobre kontakty z czytelnikami, sponsoring i patronat nad wieloma ważnymi imprezami w regionie, dbałość o dobór dziennikarzy, stronę internetową, własną drukarnię oraz przejęcie lokalnej konkurencji – „Dziennika Wieczornego”, co przede wszystkim pozwoliło na zwiększenie sprzedaży wydania magazynowego³⁶.

W 2006 r. koncern Orkla sprzedał udziały w polskich wydawnictwach prasowych brytyjskiemu funduszowi powierniczemu Mecom, który następnie utworzył grupę prasową o nazwie Media Regionalne³⁷. Zmiany właścicielskie zostały zapisane w dokumentach spółki Gazeta Pomorska Media. W 2007 r. współnikami są Mecom Press AS w Oslo i Mecom Poland Holdings AS w Oslo. 14 sierpnia 2008 r. Media Regionalne Sp. z o.o. w wyniku połączenia przejmuje spółkę Gazeta Pomorska Media, kończąc jej 14-letnie istnienie³⁸. Do ostat-

³⁴ Dane dotyczące nakładów i sprzedaży „Gazety Pomorskiej” i innych tytułów prasowych – na podst. komunikatów Zarządu Związku Kontroli Dystrybucji Prasy na stronie www.zkdp.pl.

³⁵ Z. Bajka, *Czynniki popularności wybranych gazet regionalnych. Analiza na przykładzie wybranych dzienników*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2002, nr 1–2, s. 34–35.

³⁶ Tamże, s. 37–38. Wydawcą „Dziennika Wieczornego” spółka Gazeta Pomorska Media stała się w 1995 r. W listopadzie 2000 r. „Dziennik Wieczorny” przestał być samodzielną redakcją, stając się sześciokolumnową wkładką „Gazety Pomorskiej” wydawaną raz w tygodniu. Ostatni ślad po „Dzienniku Wieczornym” na stronach „Gazety Pomorskiej” zniknął w 2004 r. – zob. E. Czarnewska-Woźniak, *Bez „dziennika” z przodu...*, „Kalendarz Bydgoski” 2006, s. 157–160.

³⁷ Zob. np. T. Mielczarek, dz. cyt., s. 140.

³⁸ Na podst. informacji przekazanych autorowi przez Alicję Polewską, zastępcę redaktora naczelnego „Gazety Pomorskiej”, w październiku 2013 r.

niej ważnej dla „Gazety Pomorskiej” zmiany własnościowej dochodzi 31 października 2013 r. Tego dnia Grupa Wydawnicza Polskapresse finalizuje zakup Mediów Regionalnych od funduszu Mecom³⁹.

Redaktorami naczelnymi „Gazety Pomorskiej” po likwidacji RSW byli:

Maciej Kamiński (1991–2001). Od początku kariery dziennikarskiej, tj. od 1966 r., związany z „Gazetą Pomorską”. Początkowo pracował w dziale partyjno-społecznym, a następnie kierował działem lokalnym.

Ryszard Buczek (2001–2007). Od początku kariery dziennikarskiej związany z „Gazetą Pomorską”. W 1975 r. rozpoczynał pracę w dziale miejskim, po czym przeszedł do działu partyjnego przekształconego następnie w dział społeczno-polityczny. Kierował nim w latach 1981–1983. W lutym 1990 r., w czasie przemian politycznych i własnościowych, został tymczasowym redaktorem naczelnym. Nominalny szef gazety przebywał wtedy na długim zwolnieniu lekarskim.

Andrzej Mielcarek (2007–2008). W latach 1995–2003 redaktor naczelny koszalińskiego „Głosu Pomorza”, następnie przez pół roku redaktor prowadzący „Dziennika Bałtyckiego”. W latach 2004–2006 redaktor naczelny lubelskiego „Dziennika Wschodniego”. Po odejściu z „Gazety Pomorskiej” został dyrektorem wydawnictwa Świat Zdrowia, wydającego czasopisma adresowane do farmaceutów i klientów aptek. Później podjął własną działalność gospodarczą, organizując szkolenia w zakresie kompetencji komunikacyjnych i społecznych.

Wojciech Potocki (od 2009) – jego biogram zamieszczono w podrozdziale poświęconym strukturze redakcji⁴⁰.

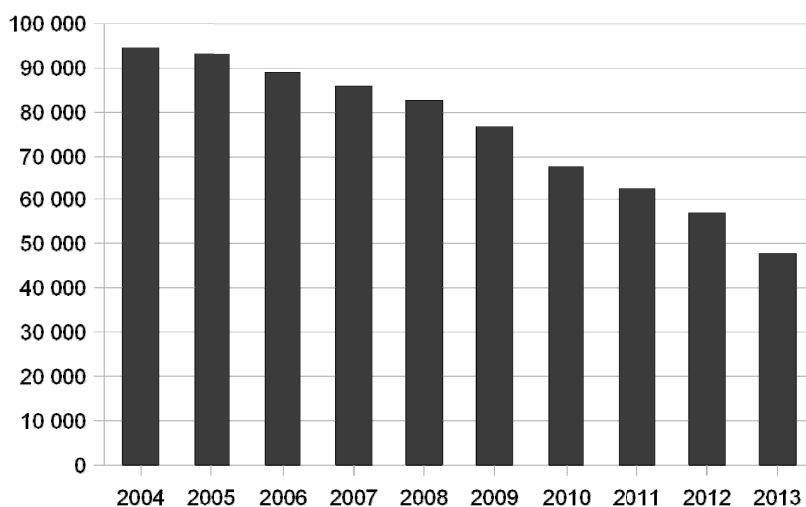
Po roku 2000 „Gazeta Pomorska”, jak cała prasa polska, systematycznie traciła czytelników i reklamodawców. Zmuszana do szukania oszczędności zmniejszała liczbę oddziałów lokalnych (w 2007 r. było ich 16⁴¹, a w końcu 2013 r. – sześć), liczbę i zakres mutacji. Rekompensowała to odbiorcom rozbudową strony internetowej. Z końcem 2010 r. zakończyła funkcjonowanie drukarnia Mediów Regionalnych w Bydgoszczy. W styczniu 2011 r. druk „Gazety Pomorskiej” przeniesiono do drukarni konkurencyjnego wydawnictwa Express Media (wydawcy „Expressu Bydgoskiego” i toruńskich „Nowości”).

³⁹ M. Uchaniuk, *Polskapresse kupiła Media Regionalne*, strona internetowa Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, <http://www.sdp.pl/informacje/8786,polskapresse-kupila-media-regionalne-,1383560728> [data pobrania: 12.02.2014].

⁴⁰ *Nasi naczelnicy...*

⁴¹ H. Sowińska, *Diamentowy jubileusz...*, s. 156.

W marcu 2013 r. Media Regionalne sprzedały Multimediom (spółka należąca do Grupy RMF) radiową Grupę GRA. Była to należąca wcześniej do spółki Gazeta Pomorska Media minisieć lokalna, która składała się z czterech stacji radiowych nadających w Toruniu, Bydgoszczy, Inowrocławiu i Włocławku pod nazwą Radio GRA⁴².



**Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Gazety Pomorskiej” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia**

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

„Gazeta Pomorska”, podobnie jak inne tytuły prasowe Mediów Regionalnych, realizuje misję zapisaną na ideogramie nazwanym Drzewem Wartości Marki. Grafice przedstawiającej pokryte liśćmi, mocno ukorzenione drzewo towarzyszy slogan: „Mała Ojczyzna, Duża Sprawa”.

Pod ziemią, w pobliżu korzeni, zapisano następujące hasła:
– jesteśmy stąd i jesteśmy z tego dumni

⁴² Grupa RMF kupuje Radio GRA od Mediów Regionalnych, portal wirtualne media.pl, 20.03.2013, <http://www.wirtualnemediopl.pl/artukul/grupa-rmf-kupuje-radio-gra-od-mediow-regionalnych> [data pobrania: 12.02.2014].

- dostarczamy użytecznych informacji
- skutecznie kontrolujemy władzę
- jesteśmy źródłem rzetelnej informacji o regionie
- jesteśmy otwarci na Czytelników
- jesteśmy lokalnymi patriotami
- angażujemy się społecznie.

Nad ziemią natomiast, w pobliżu konarów, wypunktowano:

- współredagujemy gazetę z naszymi Czytelnikami
- tworzymy medium interaktywne
- aktywnie uczestniczymy w rozwoju regionu
- animujemy społeczność
- jesteśmy innowacyjni
- wspieramy społeczeństwo obywatelskie.

Pod grafiką Drzewa Wartości Marki zapisano zaś w trzech punktach Misję Mediów Regionalnych:

- Media Regionalne najlepiej zaspokajają potrzeby lokalnych społeczności w dziedzinie informacji dziennikarskiej i rynkowej poprzez różnorodne produkty i sposoby dotarcia.
- Media Regionalne są platformą komunikacji i wymiany poglądów, aktywnie uczestniczą w rozwijaniu lokalnych społeczności.
- Profesjonalizm, innowacja, dynamiczne i efektywne działanie zapewnią stałą przewagę konkurencyjną, długotrwały sukces finansowy oraz warunki sprzyjające rozwojowi pracowników⁴³.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Redaktor naczelny Wojciech Potocki. 56 lat, absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Pierwszą pracę podjął w 1983 r. w redakcji popołudniówki „Kurier Podlaski” w Białymstoku. Zaczynał jako redaktor depeszowy i dziennikarz sportowy. W 1985 r. został sekretarzem redakcji. Był także wydawcą piątkowego dodatku magazynowego „Reporter”. W 1989 r. wraz z grupą koleżanek i kolegów z „Kuriera Podlaskiego” założył „Kurier Poranny”, drugi po „Gazecie Wyborczej” niezależny dziennik w Polsce. Ukazuje się do dziś. Do marca 1991 r. był w „Kurierze Porannym” zastęp-

⁴³ Plik z grafiką Drzewo Wartości Marki udostępniła autorowi Alicja Polewska, zastępca redaktora naczelnego „Gazety Pomorskiej”.

cą redaktora naczelnego. Od kwietnia 1991 do kwietnia 2000 r. pełnił obowiązki redaktora naczelnego tej gazety. Następnie do kwietnia 2006 – redaktor naczelny „Nowej Trybuny Opolskiej”. Potem przez blisko trzy lata pracował w Warszawie, w dziale rozwoju redakcyjnego Orkla Press Polska, która to firma przekształciła się w Media Regionalne. W tym czasie m.in. koordynował fuzję kieleckiego „Słowa Ludu” z „Echem Dnia” oraz połączenie „Głosu Szczecińskiego”, „Głosu Koszalińskiego” i „Głosu Pomorza” w jeden tytuł. Od marca 2009 r. kieruje redakcją „Gazety Pomorskiej”. Zainteresowania: media. Hobby: pływanie⁴⁴.

Zastępca redaktora naczelnego Alicja Polewska. Rocznik 1964, we wrześniu 2013 r. obchodziła jubileusz 25 lat pracy dziennikarskiej. Współpracę z „Gazetą Pomorską” rozpoczęła podczas studiów dziennikarskich na Uniwersytecie Adama Mickiewicza w Poznaniu. Po obronie pracy magisterskiej we wrześniu 1988 roku trafiła na staż do „Pomorskiej”. Przeszła przez wszystkie działy (oprócz sportowego). Potem była praca w dziale społecznym, a następnie w dziale wiejskim. Po kilkunastu latach zorganizowała od podstaw dział konsumencki, który zajmował się szeroko pojętym poradnictwem dla czytelników. Przez kilka lat kierowała działem miejskim w Bydgoszczy i współredagowała dodatek „VIP”. W 2007 r. Andrzej Mielcarek, nowy redaktor naczelny „Gazety Pomorskiej”, zaproponował jej stanowisko swojego zastępcy oraz redagowanie wydania magazynowego. Zajmuje się tym do dzisiaj. Rzadko już pisuje własne teksty, nadal jednak największą atencją darzy wywiady. Lubi rozmawiać z ludźmi, poznawać ich poprzez pytania i odpowiedzi. Mężatka, matka dwóch córek, miłośniczka kotów. Lubi pracę na działce, nie opuszcza Bydgoskiego Festiwalu Operowego. Uwielbia podróże.

Wydawcy dnia – Beata Busz, Alicja Domachowska.

Dział gospodarka – kierownik, Lucyna Talaśka-Klich, dziennikarką została przez przypadek. Chciała pomagać młodzieży, szczególnie tej trudnej. W czasie studiów współpracowała z Monarem. Krótko przed obroną pracy magisterskiej (na temat narkomanii) przypadkiem trafiła do „Gazety Pomorskiej” w Bydgoszczy. Do dziennikarstwa przekonało ją to, że słowem pisanym też można pomagać. „Pomorskiej” pozostaje wierna od 1992 r. Przez wiele lat pracowała w dziale miejskim w Bydgoszczy, była zastępcą kierownika, ale zrezygnowała z tego stanowiska – chciała mieć więcej czasu na pisanie repor-

⁴⁴ Sylwetki dziennikarzy na podstawie informacji przekazanych przez nich autorowi niniejszego rozdziału.

taży. Przeniosła się do działu wiejskiego, bo od dawna interesowała się socjologią wsi, rolnictwem. W 2007 r. została kierownikiem działu gospodarka, który powstał z połączenia działu ekonomicznego i wiejskiego. W 2003 r. dostała Nagrodę Głównego Inspektora Pracy, w 2006 roku była nominowana do nagrody Grand Press w kategorii news. W 2009 r. otrzymała I nagrodę Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego i nagrodę specjalną w konkursie „Libertas et Auxilium”, który zorganizował Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów we współpracy z Centrum im. Adama Smitha, Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich i Instytutem Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Najbardziej jednak jest dumna z tytułu Człowieka Daru Serca przyznanego jej w 2000 r. przez Kujawsko-Pomorskie Stowarzyszenie Osób z Chorobą Parkinsona.

Dział społeczny – kierownik Jacek Deptuła. Roczniak 1956, absolwent filologii polskiej Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Bydgoszczy. W 1980 r. trafił na staż w dziale miejskim bydgoskiego „Dziennika Wieczornego”. Parę miesięcy później został tam przyjęty na etat. Od 1985 do 1988 r. pracował w tygodniku „Kujawy”. W 1986 r. otrzymał nagrodę tygodnika „Prawo i Życie” w konkursie na reportaż sądowy. Bohater nagrodzonego reportażu pt. „Każdy ma swoje życie” był oskarżony o współudział w zabójstwie taksówkarza. Po publikacji reportażu karę śmierci zamieniono mu na 25 lat więzienia. W 1987 i 1988 r. Jacek Deptuła otrzymał kolejne nagrody „Prawa i Życia”. W 1988 r. pracował już w tygodniku „Fakty”. Po likwidacji pisma w 1990 r. podjął pracę w „Expressie Bydgoskim”. Początkowo był reporterem w dziale społecznym i kierownikiem tego działu (w tym okresie otrzymał nagrodę w konkursie „Przeglądu Tygodniowego”). Współpracował z tygodnikami „Polityka” i „Przegląd Tygodniowy”. W latach 1996–2001 był redaktorem naczelnym „Expressu Bydgoskiego”. W „Gazecie Pomorskiej” od 2001 r. Kieruje działem społecznym, pisze komentarze, felietony (stały felieton prowadzi od 1988 r.), informacje, publicystykę, czasami reportaże. W 2005 r., wspólnie z Jackiem Kiełpińskim, nagrodzony tytułem Dziennikarz Roku 2005 na Pomorzu i Kujawach, przyznanym przez Pomorsko-Kujawski Oddział Stowarzyszenia Dziennikarzy RP. W 2010 r., wraz z Tomaszem Malinowskim, założył przy „Gazecie Pomorskiej” związek zawodowy.

Dział sportowy – kierownik Adam Szcześniak. Roczniak 1970, bydgoszczanin, absolwent Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Bydgoszczy. Związany z „Gazetą Pomorską” od 1994 r. W 1995 r. został tam przyjęty na etat w dziale sportowym. Od marca 1996 r. samodzielnie prowadził lokalną, toruńską kolumnę

sportową oraz był reporterem na potrzeby stron ogólnych działu sportowego. W 1999 r. wrócił do pracy w redakcji w Bydgoszczy, ale sprawował opiekę merytoryczną nad sportem w Toruniu, szkoląc jednocześnie młodszych dziennikarzy. W 2005 r. został zastępcą kierownika działu sportowego „Gazety Pomorskiej”. Działem tym kieruje od lipca 2011 r. W 2010 r. otrzymał nagrodę marszałka województwa kujawsko-pomorskiego za popularyzację sportu wśród dzieci i młodzieży. Zainteresowania: sport, literatura, polityka, socjologia i rodzina.

Dział interwencji – kierownik Małgorzata Wąsacz. Absolwentka Wydziału Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu. Od lutego 2002 r. pracuje w „Gazecie Pomorskiej”, początkowo w dziale konsumenckim. Od września 2006 do września 2007 r. była kierownikiem działu miejskiego w Bydgoszczy. Od października 2007 r. jest kierownikiem działu interwencji i porad prawnych. Współredaguje „Album Bydgoski”, dodatek historyczny „Pomorskiej”. W swojej pracy porusza głównie tematy społeczne. Interweniuje w imieniu czytelników, którzy zwracają się do gazety z prośbą o pomoc. Zajmuje się również rynkiem telekomunikacyjnym, rynkiem pracy, turystycznym oraz prawem pracy. Między innymi w zakresie tych dziedzin przygotowuje poradniki do gazety. Organizuje dyżury redakcyjne z ekspertami. W 2012 r. otrzymała nagrodę Krajowego Rejestru Długów za cykl artykułów, w których radziła, jak dobrze wybrać biuro podróży, by bezpiecznie wrócić z zagranicznych wakacji. W 2013 r. otrzymała nagrodę Głównego Inspektora Pracy za przybliżanie problematyki prawa pracy. Hobby: podróże, sport oraz nauka języków obcych.

Dział online – kierownik Sylwia Sitka-Czerniak

Oddziały lokalne:

Bydgoszcz – kierownik Jacek Kiełpiński. Roczniak 1965, od 1991 w zawodzie dziennikarza. Pracował w redakcjach toruńskich „Nowości”, „Expressu Bydgoskiego”, „Gazety Pomorskiej”. W latach 1995–2004 kierował działem reportażu „Nowości”. Specjalizuje się w reportażu i wywiadzie. Nagrodzony tytułem Dziennikarza Roku 2005 na Pomorzu i Kujawach, przyznany przez Pomorsko-Kujawski Oddział Stowarzyszenia Dziennikarzy RP. Uczestnik reporterskich wypraw podczas wojny domowej na Bałkanach. Autor cykli reportaży z Rosji, Białorusi, Ukrainy, Litwy, Kazachstanu, Rumunii, Turcji. Autor i współautor książek („Dziś kończymy rewolucję” 2009, „Pogoń za Litwą” 2010, „Geofizyka solidarna” 2011). Nauczyciel akademicki. W 2010 roku

uhonorowany medalem Unitas Durat Palatinatus Cuiaviano-Pomeraniensis za działalność opozycyjną – druk prasy niezależnej w latach 80. Pomysłodawca, współorganizator i kierownik pierwszej w historii wyprawy samochodowej do Workuty, upamiętniającej śmierć łagierników budujących linię kolejową poprzez niedostępną tundrę do miasta-obozu położonego za kręgiem polarnym. Maratończyk. W „Gazecie Pomorskiej” od lutego 2014 r.

- okolice Bydgoszczy – Maja Stankiewicz
- Toruń – kierownik Karina Obara
- Brodnica/Nowe Miasto Lubawskie – kierownik Katarzyna Pankiewicz
- korespondenci tej mutacji – Golub-Dobrzyń, Rypin
- Włocławek – kierownik Karol Poliński
- korespondenci – Lipno, Aleksandrów Kujawski, Ciechocinek
- Grudziądz – kierownik Danel Drejer
- korespondenci – Wąbrzeźno, Świecie, Chełmno
- Inowrocław – kierownik Zbigniew Politowski
- korespondenci – Żnin, Mogilno
- Chojnice – kierownik Maria Eichler
- korespondenci – Tuchola, Sępólno Krajeńskie

Liczba etatów: 75.

Współpracownicy – ok. 50 osób.

WAŻNIEJSZE AKCJE REDAKCYJNE „GAZETY POMORSKIEJ”

- Złota Setka Kujaw i Pomorza – najbardziej prestiżowy coroczny ranking organizowany przez „Gazetę Pomorską”. Ocenia się w nim przedsiębiorstwa oraz najbardziej sprzyjające przedsiębiorcom samorządy lokalne na terenie województwa kujawsko-pomorskiego. Ranking organizowany jest od 1996 r., uczestnicy biorą w nim udział dobrowolnie, na podstawie nadsyłanych do redakcji zgłoszeń w formie ankiety. Udział w rankingu jest nieodpłatny.

W ostatniej edycji, dotyczącej 2012 r., najlepsze firmy regionu wybierano w sześciu kategoriach, zaś najlepsze samorządy lokalne – w jednej kategorii. Oto wspomniane kategorie:

- Filary Regionu – najlepsze duże firmy pod względem wyników finansowych (firmy, które zatrudniają powyżej 250 pracowników).
- Najlepsze małe i średnie firmy pod względem wyników finansowych (firmy, które zatrudniają do 250 pracowników).

- Filary Regionu – duże najbardziej innowacyjne firmy Pomorza i Kujaw.
- Małe i średnie najbardziej innowacyjne firmy Pomorza i Kujaw.
- Samorządy najlepsze zdaniem przedsiębiorców.
- Duże firmy wspierające doksztalających się pracowników (firmy, które zatrudniają 250 osób lub więcej).
- Mikro, małe i średnie firmy wspierające doksztalających się pracowników (mikro – zatrudniające od 1 do 10 osób, małe – zatrudniające od 11 do 49 osób, średnie – zatrudniające od 50 do 249 osób).

Dwie ostatnie kategorie były rankingami realizowanymi w ramach projektu „Ucz się pilnie – zrealizuj marzenia”, współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Laureaci rankingu otrzymują statuetkę i dyplom. Nagrody co roku wręczane są na uroczystej gali z udziałem władz województwa. Wyniki rankingu publikowane są na stronie internetowej gazety oraz w specjalnym, elegancko wydawanym dodatku gazetowym „Złota Setka Pomorza i Kujaw”.

- Plebiscyt Sportowiec Regionu – organizowany od 52 lat. Najstarszy aktualnie kontynuowany plebiscyt na najpopularniejszego sportowca Kujaw i Pomorza. Był inicjatywą „Dziennika Wieczornego”. „Gazeta Pomorska” przejęła go po zakupie i likwidacji „Dziennika Wieczornego” przez spółkę Gazeta Pomorska Media.

Plebiscyt ma formułę otwartą. Propozycje kandydatów mogą zgłaszać dziennikarze „Gazety Pomorskiej”, czytelnicy, internauci i sami kandydaci. Zgłoszenia nadsyłane są pocztą elektroniczną, zawierają dane personalne i krótkie uzasadnienie kandydatury. Zgłoszeni sportowcy zostają przydzieleni do wydania lokalnego gazety na podstawie lokalizacji klubów, w których trenują. Wyniki plebiscytu ustala się na podstawie dwóch form głosowania. Pierwsza to głosowanie za pośrednictwem wiadomości SMS. Odbywa się w dwóch etapach: lokalnym i regionalnym. Etap lokalny służy wyłonieniu sześciu najpopularniejszych sportowców – po jednym w obszarze ukazywania się każdego z sześciu wydań gazety. W etapie regionalnym SMS-ami głosuje się na 20 kandydatów – do szóstki wyłonionej na etapie lokalnym dołączonych zostaje 14 sportowców wytypowanych przez organizatora. Osobno odbywa się głosowanie członków jury powołanego przez organizatora. Każdy z jurorów tworzy własny ranking. Rankingi te następnie są porównywane w celu ustalenia łącznej punktacji jury. Końcowe pozycje w rankingu „Sportowiec Regionu” wyznacza się w wyniku zestawienia głosowania jury i głosowania za pośrednictwem wiadomości SMS.

Zwycięzca plebiscytu uzyskuje tytuł Sportowca Regionu w danym roku. Organizator może też przyznać do trzech wyróżnień – ich laureaci otrzymu-

ją pamiątkowe dyplomy. Nagrody wręczane są podczas gali w styczniu każdego roku.

- Biały Miś to najstarszy w regionie turniej zabaw i gier ruchowych dla dzieci ze szkół podstawowych. W latach osiemdziesiątych, gdy Biały Miś cieszył się największą popularnością, w eliminacjach do niego brało udział ok. 40 tysięcy uczniów. Turnieje rozgrywane są corocznie, począwszy od 1968 r. (turniej nie odbył się jedynie w roku szkolnym 1995/96). „Gazeta Pomorska” stała się jego współorganizatorem w latach dziewięćdziesiątych, po przejęciu „Dziennika Wieczornego” przez spółkę Gazeta Pomorska Media. Pomysłodawcami imprezy byli dziennikarz sportowy Jerzy Stroński z „Dziennika Wieczornego” oraz inspektor oświaty Bernard Sosnowski, a organizatorami stali się „Dziennik Wieczorny” i Wydział Oświaty Urzędu Miejskiego w Bydgoszczy. Nazwa imprezy związana jest z jej główną nagrodą. Zwycięska drużyna otrzymuje ogromną pluszową zabawkę – misia. Miś jest biały, bowiem turnieje odbywają się zimą i wczesną wiosną, jako że ich celem jest zachęcenie dzieci do aktywności w tych porach roku. Ważnym celem była też mobilizacja uczniów do sportowej rywalizacji, najpierw – by zdobyć miejsce w szkolnej reprezentacji, następnie – by wygrać turniej.

Biały Miś wzorowany był na popularnym teleturnieju z lat sześćdziesiątych – Konkursie 5 Milionów, prowadzonym przez Marka Grota.

W Białym Misiu początkowo rywalizowały jedynie szkoły z Bydgoszczy. W roku 1980 zdecydowano, by imprezę rozszerzyć na całe województwo bydgoskie. Turniejom w rozszerzonej formule nadano nazwę Pluszowego Misia, a organizacją zajął się Szkolny Związek Sportowy. Startowały w nim reprezentacje szkół, które wygrały eliminacje w ośmiu rejonach, w tym mistrz i wice-mistrz bydgoskiego turnieju Białego Misia. Pluszowy Miś miał 11 edycji – ostatnią w roku szkolnym 1991/92. Potem, z powodu kłopotów finansowych, został zlikwidowany.

W Białym Misiu uczestniczą drużyny składające się z ok. 60 uczniów. Rywalizują w czterech kategoriach wiekowych. Starsi uczniowie zmagają się podzieleni na grupy dziewcząt i chłopców. Młodszy rywalizują bez takiego podziału. Co roku uczestnicy turnieju otrzymują uprzednio scenariusz rozgrywanych gier i zabaw. Finał Białego Misia ma uroczystą oprawę, często z udziałem znanych sportowców i występami artystycznymi.

- Pozostałe coroczne plebiscyty „Gazety Pomorskiej” nie mają już tak długiej tradycji. Należą do nich: Menadżer Roku, Kobieta Przedsiębiorcza, Mała Miss i Mały Mister, Strażak, Policjant, Medyk, Sołtys i Sołtys na Obcasach, Rolnik, Dziewczyna Wakacji. Są to głównie plebiscyty, w których głosy od-

daje się za pośrednictwem wiadomości SMS. Jednym z najbardziej popularnych spośród nich jest Mała Miss i Mały Mister. W plebiscycie czytelnicy głosują na dzieci, których fotografie publikowane są w gazecie. Głosowanie odbywa się w czterech kategoriach: dziewczynki w wieku do czterech lat, chłopcy w wieku do czterech lat, dziewczynki w wieku 5–10 lat i chłopcy w wieku 5–10 lat. Dzieci są zgłaszane wraz z pisemną zgodą ich prawnych opiekunów na udział dziecka i publikację jego zdjęcia. Uczestnicy muszą mieszkać na obszarze ukazywania się gazety. Zwycięzcy otrzymują nagrody rzeczowe i dyplomy.

- Akcja Nasze Dobre z Kujaw i Pomorza połączona jest z nadawaniem Znak Jakości „Gazety Pomorskiej” i służy promocji towarów oraz usług powstających w tym regionie. Artykuły lub usługi do corocznego plebiscytu (w 2013 r. odbyła się jego szósta edycja) zgłaszają producenci, organizacje, instytucje i stowarzyszenia. Do jednej edycji mogą być zgłoszone maksymalnie dwa artykuły lub usługi tego samego producenta lub wykonawcy. Decyzję o dopuszczeniu do plebiscytu artykułu lub usługi podejmuje kapituła plebiscytowa. Następnie artykuły i usługi są kilkakrotnie przedstawiane czytelnikom na stronie internetowej i w wydaniu papierowym „Gazety Pomorskiej”. Głosowanie czytelników odbywa się za pośrednictwem wiadomości SMS. Plebiscyt nagradza produkty i usługi, które ze względu na swoją jakość, popularność wśród konsumentów reprezentują wzór godny polecenia i naśladowania. Wyniki plebiscytu są publikowane na stronie internetowej i w magazynowym wydaniu gazety.
- Dużą popularnością wśród starszych czytelników „Gazety Pomorskiej” cieszą się cotygodniowe wydania „Albumu Bydgoskiego” i „Albumu Regionalnego”, czyli historia lokalna pisana dziejami rodzinnymi czytelników. Album ukazuje się we czwartki jako czterostronicowa wkładka o charakterystycznej, stylizowanej grafice. Zamieszczane są w niej stare zdjęcia nadsyłane przez czytelników. Artykuły, podejmujące tematy z historii Bydgoszczy oraz regionu, zwykle pisane są przez dziennikarzy gazety, lecz często inspiracją do nich są opowieści czytelników i fotografie z ich domowych albumów.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

16 marca 2013 r. dziennikarka „Gazety Pomorskiej”, Hanka Sowińska, została odznaczona medalem „Pro Patria”. Wręczył go podczas obchodów 32. rocznicy Bydgoskiego Marca’81 Jan Stanisław Ciechanowski, kierownik Urzę-

du ds. Kombatantów i Osób Represjonowanych. Medal Pro Patria jest polskim odznaczeniem cywilnym ustanowionym 1 września 2011 r. Osoby i instytucje mogą nim być uhonorowane za szczególne zasługi w kultywowaniu pamięci o walce o niepodległość Rzeczypospolitej Polskiej⁴⁵.

W grudniu 2013 r. dziennikarka „Gazety Pomorskiej”, Małgorzata Wąsacz, została nagrodzona za zaangażowanie w upowszechnianie problematyki ochrony pracy. Dziennikarka znalazła się w gronie 22 nagrodzonych dziennikarzy reprezentujących zarówno centralne, jak i lokalne media. Nagrody w formie statuetek Salus Publica (dobro publiczne) wręczyła w Warszawie Iwona Hickiewicz, główny inspektor pracy. Organizowany po raz 24. ogólnopolski konkurs dla dziennikarzy o Nagrodę Głównego Inspektora Pracy ma na celu popularyzowanie problematyki prawa i bezpieczeństwa pracy oraz inspirowanie mediów do podejmowania zagadnień ochrony pracy. Komisja konkursowa wyłania spośród autorów publikacji prasowych, radiowych i telewizyjnych dziennikarzy najbardziej zaangażowanych w upowszechnianie tematyki prawnej i technicznej ochrony pracy, których następnie przedstawia do akceptacji głównemu inspektorowi⁴⁶.

⁴⁵ <http://www.udskior.gov.pl/32,rocznica,Bydgoskiego,Marca,541.html> [data pobrania: 1.03.2014.]

⁴⁶ Informacja na stronie internetowej Państwowej Inspekcji Pracy Okręgowego Inspektoratu Pracy w Bydgoszczy, http://www.bydgoszcz.oip.pl/2013_12_11_Nagroda_dla_dziennikarki.htm [data pobrania: 14.02.2013].

Zbigniew Natkański

„Gazeta Współczesna”



Wydawca: Media Regionalne Sp. z o.o.

Adres redakcji: ul. Świętego Mikołaja 1, 15-419 Białystok.

Adres witryny internetowej: wspolczesna.pl

Liczba wydań w tygodniu: 5.

Liczba stron: 24–48. Do wydania piątkowego dołączony jest liczący 16 stron dodatek „Gazeta Współczesna Magazyn” i 8-stronicowy „Magazyn Extra”.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 8281 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013 roku: 29 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo podlaskie oraz kilka powiatów województwa mazowieckiego (ostrołęcki, ostrowski) i warmińsko-mazurskiego (olecki, giżycki, ełcki, mrągowski, piski, kolneński).

HISTORIA

Pierwszy numer tego dziennika ukazał się w Białymstoku z datą 1–2 września 1951 roku. Początkowo nosił tytuł „Gazeta Białostocka” i był organem Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. Służyć miał budowie ustroju komunistycznego w Polsce i był narzędziem w walce ideologicznej ze społeczeństwem Polski, które nie chciało się pogodzić z tym ustrojem. „Gazeta Białostocka” była ostatnim wojewódzkim organem, który komuniści założyli w województwie znanym z oporu przeciwko władzy komunistycznej. Będąc organem partyjnym, podlegała ocenie kierownictwa komitetu wojewódzkiego PZPR. W pierwszym numerze, który liczył osiem stron i kosztował 15 groszy, można było przeczytać list, w którym anonimowy autor pisał: „Nie chcemy być gazetą, którą dziś wy-

puszczamy z naszej białostockiej drukarni; my chcemy, żeby gazeta nasza była pismem samych mas, żeby one brały żywy, aktywny udział w jej redagowaniu”. Stopniowo liczba stron dziennika ulegała zwiększeniu. W 1958 r. z okazji wydania dwutysięcznego numeru było już 10 stron. Sześć lat później gazeta ma 12 stron i od czerwca 1964 r. trzeba za nią płacić 70 groszy. W winiecie tytułowej „Gazety Białostockiej” widniało hasło: „Proletariusze wszystkich krajów łączcie się”. Hasło to istniało aż do 5 stycznia 1990 roku. Wtedy pod nazwą „Gazeta Współczesna” pojawił się dopisek „Dziennik PZPR”. Podtytuł ten zniknął z początkiem lutego 1990 r., kiedy rozwiązano partię komunistyczną w Polsce.

W 1975 roku zmieniono podział administracyjny w Polsce i wówczas dziennik ukazywał się na terenie trzech województw: suwalskiego, białostockiego i łomżyńskiego. Zmieniono też wtedy nazwę z „Gazety Białostockiej” na „Gazetę Współczesną”, co stało się faktem w numerze z 11–12 września z 1976 r. Ukazywała się sześć razy w tygodniu i rozprowadzana była nie tylko w kolportażu Ruchu, ale także poprzez organizacje zakładowe Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. W okresie PRL gazeta współuczestniczyła we wszystkich wydarzeniach politycznych. W czasie 16 miesięcy „Solidarności” (wrzesień 1980 – grudzień 1981), tak jak inne partyjne dzienniki, przeżywała swój najlepszy okres. Stopniowo z gazety partyjnej stawała się dziennikiem obywatelskim. Część dziennikarzy tam pracujących współuczestniczyła w zmianach wolnościowych. Niestety, proces ten został przerwany wprowadzeniem stanu wojennego i wówczas wydawanie gazety zostało zawieszone. Tak jak i innych tytułów prasy partyjnej zostało po kilku miesiącach wznowione, ale z uszczuplonym składem. Znow „Gazeta Współczesna” stała się pasem transmisyjnym reżimu komunistycznego. Spadała sprzedaż i zaufanie społeczeństwa do tytułu i osób dla niego piszących. Z okazji wydania dziesięciotysięcznego numeru, który ukazał się z datą 27 września 1983 r., chwalono się, iż dziennik ma prenumeratorów rozsianych po całym świecie. W Czechosłowacji doliczono się 12, w Związku Sowieckim, Republice Federalnej Niemiec oraz w Iraku aż 21, w Libii 3, a w Wielkiej Brytanii – 2. W przypadku Niemiec prenumeratorem była Rozgłównia Polska Radio Wolna Europa i redakcja polska Deutsche Welle, a w Wielkiej Brytanii sekcja polska BBC. O tym fakcie ówczesna redakcja nie poinformowała¹.

W latach osiemdziesiątych XX wieku nakład „Gazety Współczesnej” wynosił około 150 tysięcy egzemplarzy i stopniowo zmniejszał się do poziomu 125 tysięcy egzemplarzy w momencie przemian ustrojowych w 1989 roku.

¹ „Gazeta Współczesna” 27 września 1983 r.

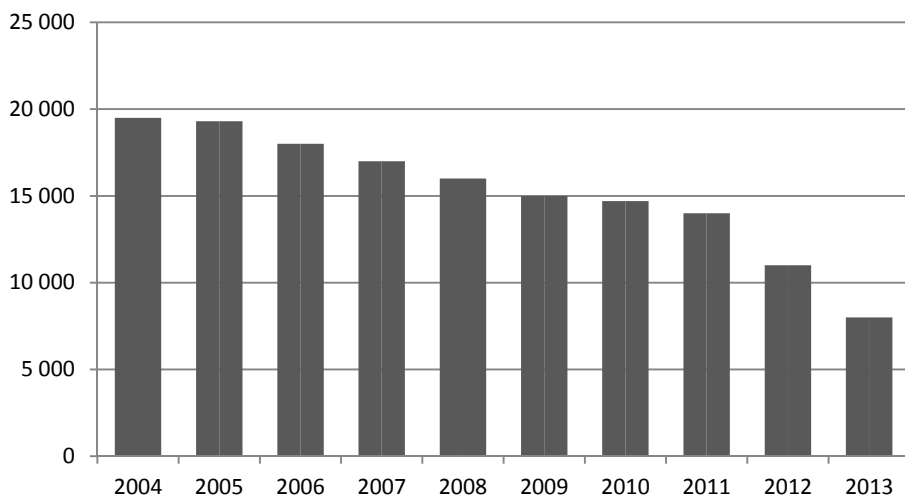
Trudności gospodarcze, finansowe oraz braki papieru na rynku utrudniały utrzymanie stabilnej sprzedaży i zapewnienie atrakcyjnej szaty graficznej. Z chwilą upadku komunizmu w Polsce (1989–1990) nastąpiły istotne zmiany na rynku prasy w Polsce i jednocześnie na Podlasiu.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

W 1991 roku Komisja Likwidacyjna RSW wystawiła na sprzedaż dzienniki i tygodniki należące do Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. Spośród białostockich pism „Gazeta Współczesna” stała się najbardziej łakomym kąskiem. Biło się o nią aż pięciu oferentów. Komisja przetargowa ostatecznie podjęła decyzję, by tytuł ten sprzedać Zarządowi Regionalnemu NSZZ „Solidarność” Regionu Białostockiego za sumę 1 miliarda 530 milionów ówczesnych złotych. Związek potrzebował pisma po to, by ułatwić sobie na co dzień kontakt z mieszkańcami regionu w walce o przemiany społeczno-polityczne i budowę odrodzonej Rzeczypospolitej. Obiecał, że zapewni podstawy materialne dziennika, stabilizację i pieniądze na unowocześnienie składu i szaty graficznej². Niestety, bieżąca polityka silnie odcięła się na pracy redakcyjnej. Dziennik tracił czytelników, zmieniała się często obsada personalna pisma. Pojawiła się też konkurencja. Widać było, że „Solidarność” sobie nie radzi i dlatego w 1997 roku współudziałowcem „Gazety Współczesnej” stał się norweski koncern Orkla. Nowy właściciel zainwestował w modernizację drukarni, w pracę redakcji (zupełna komputeryzacja składu i pracy dziennikarzy), pierwsze próby budowania stron w internecie. Norwegowie nie ingerowali w linię ideową dziennika, zainteresowani byli jedynie stabilizacją sprzedaży. Dlatego też zaczęto proces budowania poważnej i wiarygodnej gazety na Podlasiu. Wprowadzono nowe działy i rubryki, które odzwierciedlały potrzeby czytelnika regionalnego. Stąd wiele informacji z mniejszych miejscowości, mniej polityki, a więcej wiadomości o wydarzeniach społecznych i kulturowych. Pojawiły się pierwsze strony interwencyjne, w których redaktorzy upominali się o niezadowolone przez urzędników sprawy mieszkańców. Dziennikarze stali się tymi osobami, które doradzały i pomagały czytelnikom, jak walczyć o swoje prawa w życiu publicznym. Ten ukłon w stronę czytelnika nie powstrzymał spadku sprzedaży. Dziennik był wydawany przez polsko-norweską spółkę Kresy BO. Na łamach ukazywały się kolumny redagowane przez lokalne organizacje samorządowe i Izbę Przemysłowo-Handlową w Białymstoku. Wprowadzono stałe dodatki

² E. Ciborska, *Transformacja prasy byłej PZPR*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1992, nr 1–2, s. 88–100.

i kącik interwencyjny. 1 października 2006 roku brytyjska grupa medialna Mecom Group PLC przejęła spółkę Orkla Media. Stworzono nową część koncernu prasowego o nazwie Media Regionalne. Przez kilka następnych lat ulepszano strony dziennika, wprowadzając liczne dodatki tematyczne: motoryzacyjny, handlowy, prawny, dotyczący zdrowia, budowy domu oraz aranżacji wnętrz. Jednocześnie ograniczano ilość zamieszczanych informacji dotyczących polityki krajowej i światowej. Zaczęto wprowadzać dodatki powiatowe, w których prezentowano wydarzenia z życia lokalnych społeczności. Postanowiono równocześnie rozbudować strony internetowe dziennika, które stopniowo stawały się bogatsze pod względem treściowym i graficznych od wydania gazetowego. 31 października 2013 roku Polska Presse sfinalizowała umowę kupna 100% udziałów w spółce Media Regionalne od Mecom Group PLC.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Gazety Współczesnej” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

FUNKCJONOWANIE „GAZETY WSPÓŁCZESNEJ”

„Gazeta Współczesna” rozprowadzana jest na terenie trzech województw: podlaskiego, warmińsko-mazurskiego i mazowieckiego. Wychodzi pięć razy w tygodniu i przygotowywana jest w mutacjach regionalnych. Jest więc „Gazeta Białostocka Współczesna”, „Gazeta Łomżyńska Współczesna”,

„Gazeta Mazurska Współczesna” i „Gazeta Suwalska Współczesna”. Oprócz tego każda z tych mutacji zawiera kilka stron poświęconych wydarzeniom w poszczególnych powiatach. Redakcja w Ełku przygotowuje i opracowuje wydarzenia oraz informacje z tego miasta, Giżycka, Gołdapi, Kolna, Olecka oraz Mrągowa i Pisz. Powiaty te wchodzi w skład województwa warmińsko-mazurskiego. „Gazeta Łomżyńska Współczesna” obejmuje część powiatów województwa mazowieckiego: Łomżę, Ostrołękę, Ostrow Mazowiecki i Wysokie Mazowieckie. Dwie pozostałe mutacje obejmują teren dawnego województwa suwalskiego i białostockiego. Średni nakład wydania codziennego to 36 tysięcy egzemplarzy, a magazynowe wydanie piątkowe drukowane jest w ilości 76 tysięcy egzemplarzy.

Korespondenci terenowi z powiatów świadczą swoje usługi, sprzedając materiały zamówione oraz samodzielnie sekretarzowi dziennika. Są oni zatrudniani nie na umowę o pracę, lecz stanowią samodzielne podmioty gospodarcze. W ten sposób redakcja oszczędza na kosztach. Oprócz tekstów do papierowej gazety są oni odpowiedzialni za strony internetowe poszczególnych miejscowości. Zamieszczone tam artykuły są znacznie większe od tych, które dostępne są w wersji papierowej. Na powiatowym portalu można umieścić więcej tekstów, także fotografie oraz kilkuminutowe filmiki. Ponadto pod każdym materiałem czytelnik może wyrazić swoją opinię na temat zamieszczonego artykułu, informacji bądź zdjęcia. Ma też możliwość wysłania własnych materiałów, z których redakcja może skorzystać za jego zgodą. Śledzenie forów internetowych na poszczególnych portalach dziennika wspolczesna.pl jest zajęciem bardzo pracochłonnym i niewdzięcznym. Wymaga dużo czasu, aby ocenić sens toczącego sporu. Trzeba również brać pod uwagę to, iż teraz każda instytucja państwowa, samorządowa czy kulturalna oraz większa firma dysponuje sztabem przeszkolonych ludzi w zakresie nowoczesnych mediów. Ich zadaniem jest natychmiastowa reakcja na krytyczny materiał bądź opinię na temat firmy, która ukazała się na danym forum. Informacje i materiały z tych stron internetowych są bardzo często odwiedzane i czytane przez lokalnych odbiorców. Świadczy o tym licznik odwiedzin pod poszczególnymi publikacjami. Możliwość zajrzenia i skorzystania z archiwum jest niezwykle cenną rzeczą. Za niewielką opłatą można prześledzić ciąg wydarzeń w danej miejscowości albo zapoznać się z jakimś ciekawym faktem bądź przeszłością historyczną. Klienci i czytelnicy tych portali powiatowych czy miejskich uczestniczyli w opracowywaniu haseł encyklopedycznych dotyczących danej miejscowości, jej zabytków czy ludzi tam mieszkających. Portale te spełniają w ten sposób funkcję integracyjną lokalnych społeczności. Na przykład na

stronach dotyczących Gołdapi można zapoznać się z archiwalnymi filmami obrazującymi przeszłość tego miasta. Internauci zamieszczają tam fotografie, stare widokówki, dokumenty, z których można korzystać bez wychodzenia do archiwum czy biblioteki. Wspomnienia byłych niemieckich mieszkańców tego miasta tłumaczone są na język polski. Zamieszczana też jest oryginalna wersja tych relacji. To, co można przeczytać na stronach poświęconych Gołdapi, jest też obecne na pozostałych portalach powiatowych wspolczesna.pl. Warto je tutaj wymienić: Augustów, Białystok, Bielsk Podlaski, Grajewo, Hajnówka, Mońki, Powiat Białostocki, Sejny, Siemiatycze, Sokółka, Suwałki, Zambrów, Mazury, Warmia, Polska i Świat.

Cztery codzienne wydania „Gazety Współczesnej” zawierają w poszczególnych dniach tygodnia różne dodatki. W poniedziałek ukazuje się ośmiostronicowa „Regiopraca”. Odbiorca znajdzie tam nie tylko ogłoszenia o szukających i oferujących pracę, ale też krótkie informacje o tym, jak poszerzyć swoje umiejętności zawodowe, jakie kursy organizują urzędy pracy i jak szukać zatrudnienia. Wszystko to ma charakter poradnika. We wtorek redakcja oferuje aż trzy dodatki: „Regiomoto”, „Agro” oraz „Twoje Zdrowie”. Najbardziej rozbudowany jest dodatek rolny, ponieważ dziennik ukazuje się w regionie rolniczym. Oprócz ogłoszeń o sprzedaży lub kupnie maszyn są obszerniejsze materiały poświęcone uprawie roślin, chorobom zwierząt, cenom owoców, żywności, nawozów sztucznych. Poza tym porady jak zwalczać szkodniki w uprawie zbóż, leczyć zwierzęta i do kogo udać się po unijne dotacje na unowocześnienie firmy. „Twoje Zdrowie” z kolei to informacje o tym, jak walczyć z chorobami nękającymi ludzi, jak leczyć liczne przypadłości zdrowotne i w jaki sposób można zachować młodość i zdrowie. W środę ukazuje się dodatek „Regiodom”. Dowiemy się z niego, jak przeprowadzić tani remont mieszkania, jak uniknąć wpadek w kontaktach z fachowcami. Są też porady specjalistów, np. że lepiej jest czasami przeprowadzić remont w oparciu o rodzinę i własny wysiłek. Dostępne na rynku materiały bardzo nam to ułatwiają. Są też strony ogłoszeń prasowych o sprzedaży gotowych domów i mieszkań oraz porady o tym, jak rozmawiać z deweloperami, aby nie dać się oszukać. W czwartek jedynym dodatkiem jest „Kramik”, gdzie zamieszczane są drobne ogłoszenia z różnych dziedzin życia społecznego. Można nie tylko umeblować mieszkanie, ale i kupić ulubione przez siebie domowe zwierzę. Najwięcej ogłoszeń dotyczy sprzedaży różnego rodzaju dóbr materialnych. „Kramik” jest największym objętościowo dodatkiem białostockiej gazety.

Dla prenumeratorów „Gazeta Współczesna” przygotowuje trzy dodatki. Pierwszy z nich „Siedem Dni. Polska i Świat” dołączany jest do piątkowego

wydania magazynowego. Zawiera przegląd wydarzeń politycznych, gospodarczych i społecznych w minionym tygodniu, które miały miejsce w Polsce i na świecie. Drugi z dodatków „Smaki Podlasia” jest wydawany raz w miesiącu. Czytelnicy i restauratorzy zamieszczają tam przepisy kulinarne wywodzące się z kuchni podlaskiej. Oba te dodatki są opracowywane w przystępnej formie graficznej, mają przejrzysty układ stron i kolumn. Jedynym ich mankamentem jest jakość zamieszczanych tam zdjęć. Na znacznie lepszym poziomie przygotowywany jest trzeci dodatek „Życie w Obrazkach”. Ma on charakter popularnonaukowy. Omawiane są tam nowinki techniczne, aktualne i historyczne wydarzenia z zakresu polityki, kultury i gospodarki. Ciekawa ikonografia pomaga zrozumieć i zapamiętać sens podawanych informacji.

W każdy piątek tygodnia zespół redakcyjny „Gazety Współczesnej” przygotowuje, oprócz zwykłych stron, magazyn mający na celu zachęcić czytelnika do jego kupna. Jest w nim dużo reportaży społecznych, program telewizyjny oraz dodatki: „Magazyn Ekstra”, „Siedem Dni. Polska i Świat”, „Życie w Obrazkach”. Wydanie magazynowe liczy 16 stron plus 8 stron „Magazynu Extra” i 16 stron dodatków. Jak na trzy dni lektury, to dużo. Piątkowe wydanie drukuje się powyżej 75 tysięcy egzemplarzy, których sprzedaje się ponad 60 procent.

„Gazeta Współczesna” stała się dominującym dziennikiem na rynku prasy w regionie. Konkurencja w postaci „Kuriera Porannego” i lokalnego dodatku „Gazety Wyborczej” nie potrafiła go prześcignąć w ilości sprzedaży i wpływach z reklamy. Baza „Gazety Współczesnej” w postaci biur ogłoszeń w poszczególnych miastach regionu pozwala pokonać rywali. Ostatnie lata zespół potrafił wykorzystać do tego, aby rozbudować elektroniczną wersję dziennika. Jest ona bogata i szeroka, dostosowana do wymagań współczesnego odbiorcy. Portale istniejące w miastach powiatowych wspomagają papierowe wydanie dziennika. Można stwierdzić, że przyszłość gazety to tzw. nowe media.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013³

ZARZĄD

Krzysztof Paliński – Dyrektor Zarządzający Oddziału

Bogumiła Sklińska – Zastępca Dyrektora Zarządzającego Oddziału

REDAKCJA

Konrad Kruszewski – redaktor naczelny

³ www.wspolczesna.pl

SEKRETARIAT REDAKCJI

Dariusz Klimaszewski – sekretarz redakcji

Sebastian Michałowski – sekretarz redakcji

Dział online

Jarosław Sołomacha – kierownik działu online; Kamil Gopaniuk – redaktor online; Wojciech Jakubicz – redaktor online

Tygodniki

Jarosław Jabłoński – kierownik projektu

Dział miejski

Janka Werpachowska – dziennikarz; Donata Żmiejko – dodatki; Ewa Wyrwas – kierownik działu miejskiego; Barbara Kociakowska – dziennikarz; Urszula Krutul – dziennikarz; Izabela Krzewska – dziennikarz; Maryla Pawlak-Żalikowska – dziennikarz; Agata Sawczenko – dziennikarz; Julia Szypulska – dziennikarz

Dział magazynu

Dorota Naumczyk – kierownik działu; Urszula Ludwiczak – dziennikarz

Dział sportowy

Mariusz Klimaszewski – kierownik działu sportowego; Tomasz Dworżańczyk – dziennikarz; Miłosz Karbowski – dziennikarz; Wojciech Konończuk – dziennikarz; Krzysztof Sokółski – dziennikarz

Agencje fotograficzne

Andrzej Zgiet – fotoreporter; Anatol Chomicz – fotoreporter; Wojciech Wojtkielewicz – fotoreporter

Biznes i gospodarka

Wojciech Jarmołowicz – kierownik działu

Oddział w Bielsku Podlaskim

Krzysztof Jankowski – dziennikarz

Oddział w Ełku

Magdalena Hirszttritt – kierownik oddziału; Paweł Tomkiewicz – dziennikarz

Oddział w Łomży

Katarzyna Patalan-Brzostowska – kierownik oddziału; Paweł Chojnowski – dziennikarz

Oddział w Sokółce

Dorota Biziuk – dziennikarz

Oddział w Suwałkach

Tomasz Kubaszewski – kierownik oddziału; Beata Rzatkowska – dziennikarz; Helena Wysocka – dziennikarz

Jak widać jest to największa redakcja na Podlasiu, która z powodzeniem funkcjonuje na tym rynku od kilkudziesięciu lat. Redaktor naczelny Konrad Kruszewski pełni swoją funkcję od 2001 roku. Wcześniej od 1993 roku był zastępcą redaktora naczelnego „Gazety Współczesnej”. Jest osobą, która zapewnia ciągłość programową dziennika. Krzysztof Paliński, będący dyrektorem wydawnictwa, był wcześniej redaktorem naczelnym „Gazety Współczesnej” od czerwca 1993 roku do listopada 1994 roku. Jest drugą osobą, która w tym dzienniku przeszła wszystkie szczeble kariery. Sekretarz redakcji Dariusz Klimaszewski pracę zawodową zaczął też w „Gazecie Współczesnej”. Momentem przełomowym był rok 2013, kiedy część zespołu redakcyjnego zwolniła się, nie zgadzając się z linią programową dziennika i wprowadzeniem odpłatności za możliwość korzystania ze stron internetowych w systemie Piao. Grupa ta stworzyła portal internetowy „Czas Białegostoku”, który zaczął z powodzeniem konkurować z „Gazetą Współczesną”. Jego założycielem był wieloletni dziennikarz „Współczesnej” Karol Wasilewski. Projekt ten zyskał bardzo szybko popularność reklamodawców oraz liczne grono niezależnych piór i kilku felietonistów reprezentujących wszystkie partie polityczne działające w regionie⁴.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W ROKU 2013

W okresie tym dziennik prowadził różne akcje publicystyczne i inicjatywy, takie jak:

- Liderzy Regionu – ranking najlepszych podlaskich firm i instytucji, które wprowadzają innowacje techniczne, osiągają duży zysk finansowy i dobrze wynagradzają swoich pracowników;
- Plebiscyt na najlepszego sportowca roku na Podlasiu;
- Plebiscyt na najlepszego samorządowca;
- Konkurs na najpopularniejszego nauczyciela wychowania fizycznego.

⁴ czasbialegostoku.pl [dostęp 12 grudnia 2013].

Paulina Olechowska

„Głos – Dziennik Pomorza”



Wydawca: Media Regionalne Spółka z o.o.

Adresy redakcji: „Głos Pomorza – Dziennik Pomorza Środkowego” (wydanie A), ul. Henryka Pobożnego 19, 76-200 Słupsk.

„Głos Koszaliński – Dziennik Pomorza Środkowego” (wydanie B), ul. Mickiewicza 24, 75-004 Koszalin.

„Głos Szczeciński – Dziennik Pomorza Zachodniego” (wydanie C), ul. Nowy Rynek 3, 71-875 Szczecin.

Adresy witryn internetowych: www.gp24.pl; www.gk24.pl; www.gs24.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 275 x 470 mm.

Liczba stron: wydanie podstawowe 6 kolumn, 6 kolumn wspólnych dla wydania „Głos – Dziennik Pomorza” (G-DP) i 12 plus to mutowania lokalne na wydania A,B,C.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 26 528 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 65 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo zachodniopomorskie i część województwa pomorskiego (powiaty: słupski, lęborski, bytowski, człuchowski – dawne woj. słupskie)

Dodatkami do G-DP są jego lokalne cotygodniowe wydania. Obecnie ukazuje się dziesięć tygodników: mutacja A – „Głos Lęborka” (Lębork i Łeba), „Głos Słupska” (Słupsk i Ustka) oraz „Głos Bytowa i Miastka”; mutacja B – „Głos Koszalina” (Koszalin i powiat, Białogard, Tychowo, Karlino), „Głos Kołobrzegu” (Kołobrzeg, Dygowo, Gościno, Siemysł, Rymań, Ustronie Morskie), „Głos Szczecinka” (Szczecinek, Drawsko Pomorskie, Świdwin) oraz „Głos Sławna i Darłowa”; mutacja C – „Głos Szczecina” (Szcze-

cin, Police, Goleniów i Gryfino), „Głos Nad Morzem” (Świnoujście, Kamień i Gryfice), „Głos Stargardzki” (Stargard, Pyrzyce, Myślibórz, Łobez, Choszczno).

Specjalne dodatki tematyczne: poniedziałek – „Regiopracza”, wtorek – „Regiomoto”; środa – „Regiodom”; piątek – magazynowe wydanie z reportażami, wywiadami oraz „TeleProgram”.

HISTORIA

„Głos – Dziennik Pomorza” (G-DP) powstał w styczniu 2007 roku jako jeden tytuł prasowy połączony z trzech niezależnych dzienników. Obecnie ukazuje się w trzech – wyodrębnionych przez Marka Jachimowskiego – regionach periodycznej komunikacji medialnej: szczecińskim i koszalińskim (oba dzielą obecnie województwo zachodniopomorskie na część wschodnią i zachodnią) oraz gdańskim¹). Przeobrażenia każdej z mutacji G-DP są ściśle związane z przebiegiem powojennych reform administracyjnych. Dlatego dla uporządkowania informacji autorka postanowiła wyodrębnić cztery okresy w rozwoju dziennika:

- I. 1945–1950 – czas, kiedy dziennik ukazywał się na terenie ówczesnego województwa szczecińskiego.
- II. 1950–1975 – czas, kiedy tytuł był wydawany na terenie ówczesnych województw szczecińskiego i koszalińskiego.
- III. 1975–1998 – czas, kiedy gazeta ukazywała się na terenie ówczesnych województw szczecińskiego, koszalińskiego i słupskiego.
- IV. Po 1999 roku, gdy wydawnictwo swoim zasięgiem objęło obecne województwo zachodniopomorskie.

W latach 1945–1950 Szczecin stanowił centrum opisywanego w artykule szeroko rozumianego regionu periodycznej komunikacji. 19 czerwca 1947 roku ukazał się w nakładzie 7 tys. egz.² „Szczeciński Głos Ludu” (SGL), będący mutacją wydawanego w Warszawie prasowego organu KC PPR „Głosu Ludu”³. Od samego początku zadaniem SGL było konkurowanie z posiadającym ugruntowaną pozycję na rynku prasy „Kurierem Szczecińskim”. SGL nie cieszył się jednak popularnością, co było prawdopodobnie spowodowane tym, że był bardzo podobny

¹ M. Jachimowski, *Regiony periodycznej komunikacji medialnej. Studium porównawczo-politologiczne o demokratyzacji komunikacji*, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2006, s. 280.

² K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie w latach 1945–2010*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012, t. 1, s. 240.

³ K. Kozłowski, *Życie kulturalne Szczecina w latach 1945–1980*, Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Szczecinie, Szczecin 1994, s. 115.

do warszawskiego „Głosu Ludu”⁴. Było to powodem przekształcenia 31 marca 1949 roku SGL w „Głos Szczeciński” (GS), który był drukowany już w Szczecinie jako samodzielny organ KW PZPR. W dzienniku dominowała tematyka ideologiczno-polityczna, publikacje były redagowane na polecenie i pod nadzorem władz partyjnych⁵. W pierwszych latach ukazywania się GS jego nakład stopniowo zwiększano. W 1947 roku wynosił on od 5 do 7 tys. egz., a w 1948⁶ – już 18 tys. Przez pierwszych dziesięć lat funkcjonowania pismo liczyło cztery strony⁷.

Redaktorami naczelnymi byli kolejno:

- Stanisław Szydłowski (1947–1949),
- Antoni Pokorski (1949–1950),
- Antoni Perłowski (1950–1953),
- Władysław Ślęzak (1953–1955),
- Bronisław Schmidt-Kowalski (1955)⁸,
- Józef Baran (1956–1966),
- Wiesław Rogowski (1966–1971),
- Stefan Janusiewicz (1971–1973),
- Henryk Prawda (1973–1984),
- Janusz Sokalski (1984–1989)⁹.

Utworzenie w 1950 roku województwa koszalińskiego zakończyło budowanie struktur państwowych na Pomorzu Zachodnim. W latach 1950–1975 GS ugruntowywał swoją pozycję w regionie. Jego nakład systematycznie rósł i w poszczególnych latach wynosił: w 1950 roku – 50 tys. egz., w 1967 – ponad 100 tys. egz.¹⁰, w 1970 – 120 tys. egz., w 1981 – 178 tys. egz.¹¹ W okresie odwilży (w 1956 roku) pismo ukazywało się siedem razy w tygodniu, na jego łamach pojawiało się coraz więcej informacji lokalnych, a w latach 1967–1975 zorganizowano terenowe wydania gazety (Myślibórz, Świnoujście, Stargard). O rozwoju dziennika świadczyły również liczne dodatki, wśród najważniejszych należy

⁴ E. Krasucki, *Początki „Głosu Szczecińskiego” w świetle dokumentów z lipca 1947 roku*, „Przegląd Zachodniopomorski” 2005, z. 3, s. 162.

⁵ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2000, s. 292.

⁶ Tamże.

⁷ K. Pohl, *Dekada za dekadą*, www.gs24.pl [dostęp: 1.11.2013].

⁸ T. Białecki (red.), *Słowem i piórem. 50 lat dziennikarstwa na Pomorzu Zachodnim*, Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej, Szczecin 1996, s. 20.

⁹ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina...*, s. 292.

¹⁰ S. Pawłowicz (red.), *35 lat Głosu Szczecińskiego: 1947–1982*, Krajowa Agencja Wydawnicza, Szczecin 1982, s. 17.

¹¹ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina...*, s. 292.

wymienić: „7 Głos Tygodnia”, który w 1967 roku przekształcił się w samodzielny tygodnik, i cotygodniowe „Spojrzenia” ukazujące się od 1975 roku¹². W latach 1972–1980 GS wydawał pismo „Jantar” poświęcone sprawom młodzieży¹³.

W roku 1962 roku na pierwszej stronie dziennika obok winiety tytułowej GS umieszczono wizerunek Gryfa Pomorskiego¹⁴, który widnieje również na dzisiejszych wydaniach.

GS w miarę rozwoju gazety zaczął wydawać własne mutacje. Od 1 sierpnia 1950 do 31 sierpnia 1951 roku ukazywał się „Głos Koszaliński” (GK)¹⁵, który 2 września 1952 roku przekształcił się w samodzielny dziennik (również organ PZPR). Jego pierwszy numer miał nakład 26 tys. egz.¹⁶ W pierwszych latach funkcjonowania GK jego redaktorami naczelnymi byli: Tadeusz Bartosz (1952), Witold Dobski (1953), Waldemar Ślawik (1953), Ignacy Wirski (1953–1958)¹⁷, następnie Andrzej Czechowicz i Zdzisław Piś (do 1972 roku)¹⁸. Sukcesywnie rósł nakład GK, w 1963 roku wynosił 63 tys., a w 1970 już ponad 100 tys. egz.¹⁹ Do 1969 roku dziennik ukazywał się sześć razy w tygodniu, później – siedem²⁰. Redakcja GK miała swoich korespondentów na terenie całego województwa koszalińskiego, a także oddział w Słupsku.

W roku 1974 przeprowadzono badania ankietowe czytelnictwa GK. Wynika z nich, że w roku badania jeden egzemplarz gazety był czytany średnio przez cztery osoby. O popularności dziennika świadczyły listy przysyłane do redakcji przez czytelników: „na przełomie lat 50. i 60. przychodziło 3–4 tysięcy listów, a w latach 70. blisko 9 tysięcy listów i sygnałów czytelniczych”²¹.

W latach 1975–1998 na opisywanym obszarze funkcjonowały trzy województwa: szczecińskie, koszalińskie i nowo powstałe słupskie. Każde miało własną koncepcję rozwoju prasy, która często pozostawała w opozycji do wcześniejszych rozwiązań.

¹² K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 255.

¹³ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina...*, s. 187.

¹⁴ S. Pawłowicz (red.), *35 lat Głosu Szczecińskiego...*, s. 17.

¹⁵ L. Springer, *Życie gospodarcze regionu szczecińskiego na łamach „Głosu Szczecińskiego” w jego ostatnim stalinowskim okresie*, „Przegląd Zachodniopomorski” 2002, nr 3, s. 41.

¹⁶ A. Czechowicz, *Prasa koszalińska [w:] 25 lat prasy na ziemiach zachodnich i północnych*, OBP UJ, Kraków 1971, s. 102.

¹⁷ K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 248.

¹⁸ J. Rudzik, *Start „Głosu Koszalińskiego”*, „Gazeta Ziemska” 2013, nr 9, s. 26.

¹⁹ J. Rudzik, *Był taki rok: 1963*, „Rocznik Koszaliński” 2007, nr 55, s. 67.

²⁰ A. Czechowicz, *Prasa koszalińska...*, s. 100.

²¹ J. Rudzik, *Czytelnicy siłą „Głosu Koszalińskiego”. Pierwsze badania. Inne media*, „Gazeta Ziemska” 2013, nr 10, s. 25.

Na terenie województwa szczecińskiego wciąż ukazywał się GS, od 1981 roku wydawany pięć razy w tygodniu w dwóch mutacjach: A – dla Szczecina i miejscowości na prawym brzegu Odry, AB – dla pozostałej części województwa²².

W roku 1975 po reformie administracyjnej kraju i powstaniu województwa słupskiego „Głos Koszaliński” zmienił nazwę na „Głos Pomorza”. Nadal był organem KW PZPR. Jak podkreślał w wywiadzie Władysław Łuczak, wieloletni dziennikarz GK, w pracy redakcji niewiele się zmieniło – GK od dawna miał swój oddział w Słupsku²³ (a od lipca 1955 roku ukazywał się już regularnie jako mutacja „Głos Koszaliński – Kronika Słupska”, która od początku 1965 roku została zastąpiona mutacją „Głos Koszaliński – Głos Słupski”). Redaktorami naczelnymi GP byli: Andrzej Czechowicz (1975–1983), Wojciech Pomykałło, Zdzisław Piś²⁴, Andrzej Lewandowski (brak szczegółowych informacji) i ponownie Andrzej Czechowicz (1989–1991). Nowa gazeta obejmowała swoim zasięgiem dwa województwa: koszalińskie i słupskie, stając się największym dziennikiem na Pomorzu Środkowym. W tej formie przetrwała do 1991 roku.

W opisywanym okresie wydawcą wszystkich trzech dzienników – „Głosu Szczecińskiego”, „Głosu Koszalińskiego” oraz „Głosu Pomorza” – była Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza Prasa-Książka-Ruch.

Pierwsze strony wszystkich opisywanych tytułów były poświęcone tematyce krajowej, w szczególności polityce PZPR i władz centralnych. Redakcje przywiązywały dużą wagę do realizacji tak zwanej linii politycznej władz komunistycznych, wspierając współzawodnictwo pracy, kolektywizację rolnictwa, realizację partyjnych zadań gospodarczych, piętnując „wrogów ludu”²⁵. Ze względu jednak na specyfikę regionów każdy z trzech opisanych tytułów miał swoją specjalizację tematyczną. W GS dużo miejsca poświęcano sprawom morza i gospodarki morskiej²⁶ (był w nim dział własnych reportaży zagranicznych z rejsów morskich)²⁷; w GK dominowała tematyka gospodarcza oraz sprawy rolnictwa i wsi, w GP poruszano tematykę turystyczną i kulturalną.

²² S. Pawłowicz (red.), *35 lat Głosu Szczecińskiego...*, s. 37.

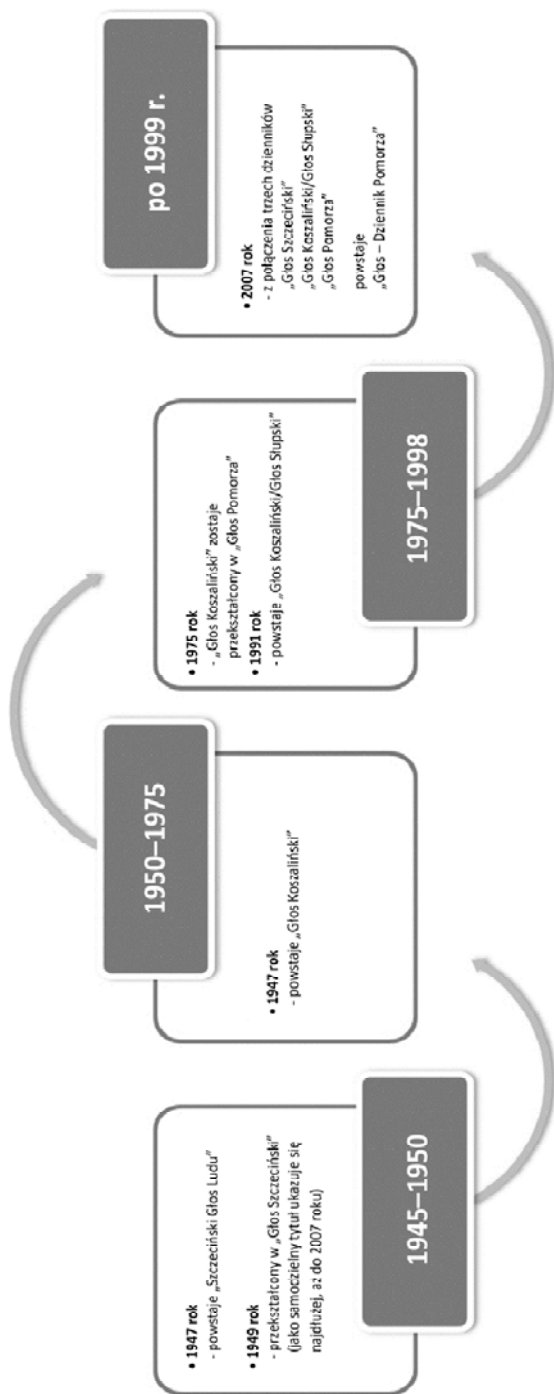
²³ I. Boguszewska, „*Głos Koszaliński*” kończy dziś 60 lat, „Głos Koszaliński. Dziennik Pomorza Środkowego” 1.09.2012.

²⁴ A. Czechowicz, *Prasa koszalińska...*, s. 100.

²⁵ K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 249.

²⁶ T. Białecki, *Prasa szczecińska [w:] 25 lat prasy na ziemiach zachodnich i północnych*, OBP UJ, Kraków 1971, s. 87.

²⁷ K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 249.



Rysunek 1. Historia powstania „Głosu – Dziennika Pomorza” a reforma administracyjna po 1945 roku w Polsce.

Źródło: opracowanie własne.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

W roku 1989 ukazywały się: GS (województwo szczecińskie) oraz GP (województwa koszalińskie i słupskie). Na mocy ustawy o likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa-Książka-Ruch z 22 marca 1990 roku²⁸ doszło do demonopolizacji prasy, która – zdaniem Roberta Cieślaka – na Pomorzu Zachodnim przebiegała według dość dowolnych kryteriów. Zastosowany mechanizm uwłaszczenia dziennikarzy przez przekazanie praw do wydawania poszczególnych tytułów spółdzielniom pracy²⁹ rozpoczął nową erę w dziejach prasy lokalnej.

„GŁOS SZCZECIŃSKI”

GS od 1990 do 2000 roku był własnością spółdzielców – Dziennikarskiej Spółdzielni Pracy Głos Szczeciński. Tytułem zarządzały statutowe organa spółdzielni powołanej przez co najmniej połowę pracowników wydawnictwa³⁰. W 1994 roku spółdzielcy odrzucili propozycję przejścia tytułu przez Polska-presse oraz Ostsee-Zeitung GmbH.

W latach dziewięćdziesiątych kilkakrotnie zwiększano objętość gazety. Codzienne wydanie liczyło 24 strony a magazynowe – 32, doskonano szatę graficzną, zmniejszono format pisma³¹, czego efektem było chwilowe zatrzymanie spadku sprzedaży dziennika. Słabe wyniki finansowe zmusiły wydawcę do sprzedaży gazety. W październiku 2000 roku 100 proc. udziałów spółdzielni wraz z prawem do tytułu i majątku nabyła Orkla Press Polska³², która zobowiązała się do zapewnienia redakcji autonomii oraz zachowania świadczeń pracowniczych³³. Zdaniem ówczesnego sekretarza redakcji GS Krzysztofa Zaborowskiego

²⁸ B. Klimkiewicz (red.), *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 60–61.

²⁹ R. Cieślak, *Kształtowanie zespołów redakcyjnych oraz pozycja dziennikarzy prasy regionalnej w sytuacji rozwoju rynku i zmian własności mediów po 1989 roku (przykład Szczecina)* [w:] *Media a demokracja*, red. L. Pokrzycka, W. Mich, Wyd. UMCS, Lublin 2007, s. 255.

³⁰ K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 285.

³¹ K. Pohl, *Dekada za dekadą...*

³² R. Cieślak, *Przemiany mediów regionu szczecińskiego po 1990 roku* [w:] *Media masowe w oddziaływaniu na rozwój regionu*, red. J. Kania, Instytut Neofilologii i Komunikacji Społecznej Politechniki Koszalińskiej, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Humanistycznej TWP, Szczecin–Koszalin 2008, s. 17.

³³ R. Cieślak, *Kształtowanie zespołów redakcyjnych...*, s. 285.

nowy wydawca wypełniał swoje zobowiązania ekonomiczno-socjalne wobec byłych właścicieli do czasu obowiązywania umowy. Następnie zredukował liczbę etatów³⁴. Orkla wkrótce stała się właścicielem wszystkich trzech, wówczas jeszcze odrębnych, dzienników (GS, „Głos Koszaliński”/„Głos Słupski” i GP). Zapowiedziano zwolnienie 20 proc. pracowników Mediów Pomorskich (w tej grupie miało się znaleźć 26 dziennikarzy i grafików³⁵). Jednym z ostatnich posunięć Orkla przed sprzedażą swoich aktywów brytyjskiemu funduszowi było połączenie wydawnictw na Pomorzu (między innymi wprowadzenie wspólnych wydań magazynowych). Z fuzji Szczecin Press i Dziennikarskiej Oficyny Wydawniczej Rondo w kwietniu 2005 roku powstały Media Pomorskie z siedzibą w Koszalinie, które przejęły obowiązki wydawcy. Była to jasna zapowiedź, że z wydawanych tytułów Orkla będzie chciała utworzyć jeden dziennik. W październiku 2006 roku doszło do kolejnej zmiany właścicielskiej – właścicielem tytułów został brytyjski fundusz inwestycyjny Mecom Group (Media Regionalne).

Po roku 1990 redaktorami naczelnymi GS byli:

- Mieczysław Kaczanowski (1990–1992),
- Zbigniew Jasina (1992–1993),
- Krzysztof Matlak (1993–1994),
- Andrzej Palmirski (1994–1996),
- Jan Zarzycki (1996–1998),
- Robert Cieślak (1998–2001)³⁶,
- Wojciech Duda (2001–2002) – pierwszy redaktor naczelny spoza Szczecina,
- Marek Heyza (2002–2003),
- Maciej Gładysiewicz (2003–2006),
- Jacek Ogrodniczak (2006) – ostatni redaktor naczelny GS jako samodzielny tytuł,
- Mirosław Marek Kromer (2007–2008),
- Krzysztof Naęcz (od 2008).

„GŁOS POMORZA”

W 1989 roku na terenie byłego województwa koszalińskiego wydawany był GP. W 1991 roku Komisja Likwidacyjna RSW Prasa-Książka-Ruch ogłosiła przetarg na zakup dziennika. Wygrała go spółka cywilna Forum (spośród sze-

³⁴ K. Zaborowski, „Głos Szczeciński” 2006–2008, „Kronika Szczecina” 2007, s. 270.

³⁵ P. Babicki, *Orkla zwalnia pracowników*, „Gazeta Prawna” 6.11.2006.

³⁶ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina...*, s. 292.

ściu oferentów gwarantująca 4 mln złotych³⁷), w której 5 proc. udziałów miała spółdzielnia pracowników wydawnictwa GP. Przystępując do przetargu, spółka zapewniała zatrudnienie, lepsze zarobki i wyposażenie techniczne wszystkim dziennikarzom gazety³⁸. W tym czasie dziennik był wydawany w nakładzie 32 tys. egz., wydanie świąteczne – 68 tys. egz. Ukazywały się cztery mutacje lokalne pisma: Koszalin, województwo koszalińskie, miasto Słupsk, województwo słupskie, a także tygodnik „Głos Kaszub” oraz dodatek miejski „Oko”³⁹.

GP był pierwszym z trzech tytułów, którym zainteresował się zagraniczny kapitał. Już w 1991 roku norweska Orkla nabyła w spółce część udziałów, w 1993 roku zakupiła – 44 proc., w 1994 – posiadała 72,4 proc., by ostatecznie w marcu 1995 roku stać się jedynym właścicielem tytułu⁴⁰. W roku 1991 część dziennikarzy, w proteście przeciwko polityce właściciela, odeszła z redakcji i utworzyła tytuł: „Głos Koszaliński” z mutacją „Głos Słupski”⁴¹.

Redaktorami naczelnymi GP po 1990 roku byli:

- Andrzej Czechowicz (1989–1990),
- Mirosław Marek Kromer (1990–1991),
- Wiesław Wiśniewski (1991–1994),
- Elżbieta Szwaczko (1994–1995),
- Andrzej Mielcarek (1995–2003),
- Anna Czerny-Marecka (2003–2004),
- Mariola Skolimowska (2004–2006),
- Mirosław Marek Kromer (od 2006).

„GŁOS KOSZALIŃSKI/GŁOS SŁUPSKI”

Pierwszy numer reaktywowanego GK/GS (wcześniej GK) ukazał się 9 listopada 1991 roku. Dziennik założyli byli dziennikarze GP, którzy utworzyli Dziennikarską Oficynę Wydawniczą Rondo⁴². Jej głównymi udziałowcami

³⁷ Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskich mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1994, nr 1–2, s. 11.

³⁸ I. Sznajderska, *W czyje ręce „Głos Pomorza”*, „Gazeta na Pomorzu” 1991, nr 37, s. 4.

³⁹ M. Siwko, *Prasa województwa koszalińskiego w 1989 roku*, „Koszalińskie Studia i Materiały” 1999, nr 1, s. 368.

⁴⁰ K. Cira, *Zagraniczne koncerny prasowe na polskim rynku dzienników regionalnych*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1–2, s. 11.

⁴¹ A. Szynol, *Piętnaście lat obecności Passauer Neue Presse (Polskapresse) i Orkla Media na polskim regionalnym rynku prasowym*, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 2, s. 39.

⁴² A. Konieczna, *Głos Koszaliński ma dwadzieścia lat*, „Głos Koszaliński – Dziennik Pomorza Środkowego” 10.11.2011.

byli: Jerzy Blicharski, Waldemar Ćwieka, Mirosław Krom i Mirosław Marek Kromer (mieli oni po 16,75 proc. udziałów każdy), a także Fundacja Telewizji Koszalin (15 proc.), redaktor Krystyna Juskiewicz (5 proc.), niektórzy członkowie zespołu redakcyjnego (2 proc.); 11 proc. udziałów należało do prywatnych przedsiębiorstw z Koszalina i Słupska⁴³. Naturalnym konkurentem tytułu był GP; oba dzienniki były wydawane w obu byłych miastach wojewódzkich. Tę ostrą konkurencję⁴⁴ ostatecznie wygrał GK/GS, co potwierdziło przeprowadzone w 1994 roku w Koszalinie badanie czytelnictwa – ponad 77 proc. ankietowanych czytało GK, a ponad 35 proc. badanych – GP. Do dziś GK (stanowiący obecnie mutację B dziennika G-DP) jest uznawany za najpopularniejszą gazetę w Koszalinie⁴⁵. Nakład dziennika w 1999 roku wynosił około 40 tys. egz., a wydania świątecznego – 68 tys. egz.⁴⁶

GK/GS był ostatnim dziennikiem przejętym przez norweską Orklę, która w listopadzie 2000 roku nabyła 38,5 proc. udziałów w oficynie Rondo, całkowicie wykupując jej udziały w 2004 roku. Redaktorem naczelnym GK/GS był Mirosław Marek Kromer, późniejszy naczelny połączonych dzienników.

Kolejne zmiany na mapie administracyjnej kraju postawiły przed wydawcami dzienników nowe wyzwania. Województwo koszalińskie zostało włączone do zachodniopomorskiego, słupskie – do pomorskiego. Wpłynęło to na rywalizację między poszczególnymi tytułami. Dla przykładu GK/GS konkurował tylko z GP, starał się jednak informować o najważniejszych wydarzeniach w Trójmieście i województwie pomorskim; po 1999 roku GK stanął do rywalizacji z GS i „Kurierem Szczecińskim”, posiadającymi na obszarze byłego województwa szczecińskiego ugruntowaną pozycję; GP z kolei, posiadający w latach dzie-

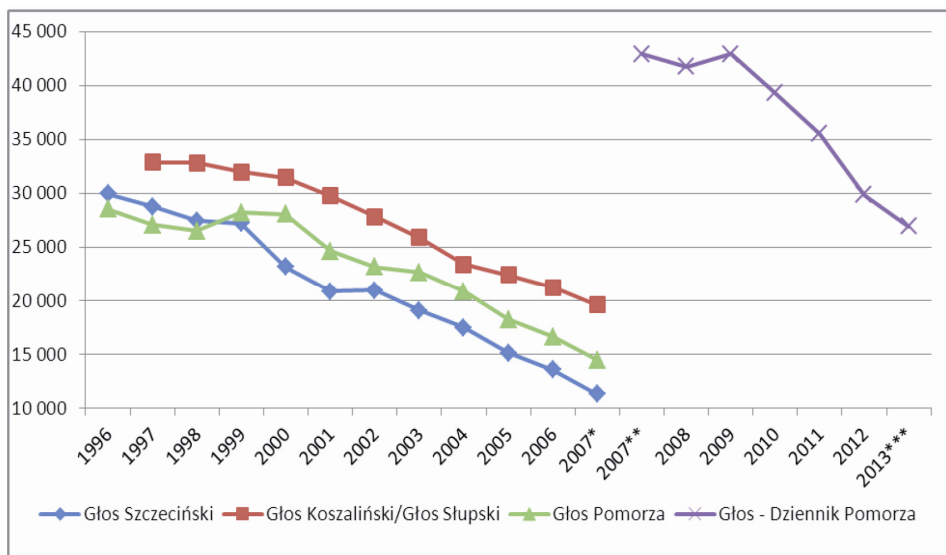
⁴³ *Kim jesteśmy?*, „Głos Koszaliński/Głos Słupski” 9–11.11.1991, s. 1.

⁴⁴ Anegdotycznie konkurowanie dwóch dzienników wyglądało następująco. W 1991 r. sprzedaż nowo powstałego GK była tak słaba, że właściciele zdecydowali się zorganizować konkurs prasowy. Wygraną była blokada do samochodu typu renifer, która kosztowała wówczas 700 tys. zł. W wyniku błędu nagrodę miało otrzymać cztery tysiące czytelników. Wydawca więc próbując znaleźć wyjście z sytuacji, wyjaśnił, że wygraną była blokada do drzwi samochodowych, której koszt nie przekraczał kilku tysięcy. Redakcja GP, chcąc wykorzystać te informacje w walce z konkurencją, stworzyła swoistego rodzaju komitet poszkodowanych czytelników GK. Efektem licznych publikacji poświęconych zorganizowanemu konkursowi był wzrost sprzedaży GK i spopularyzowanie tytułu w Koszalinie i na całym Pomorzu. Za: K. Rosiński, *Orkla Media – 10 lat w Polsce*, Orkla Press Sp. z o.o., Warszawa 2002, s. 64.

⁴⁵ M. Siwko, *Lokalny rynek środków masowego przekazu*, „Rocznik Koszaliński” 1997, nr 77, s. 165.

⁴⁶ M. Siwko, *Prasa województwa koszalińskiego...*, s. 368–369.

więddziesiątych stałego korespondenta w Gdańsku, zasięgiem wykroczył poza granice dawnego województwa słupskiego, konkurując z „Dziennikiem Bałtyckim” w Gdańsku, co przyczyniło się ostatecznie do tego, że słupskie stało się także miejscem inwestowania gdańskich gazet lokalnych⁴⁷.



* od 1 do 11 stycznia 2007 ** od 12 stycznia 2007 *** od stycznia do sierpnia 2013

Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Głosu Szczecińskiego”, „Głosu Pomorza”, „Głosu Koszalińskiego/Głosu Słupskiego” oraz „Głosu – Dziennika Pomorza” w latach 1996–2013

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

GS przystąpił do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP) w 1996 roku. Do 2002 roku płatne rozpowszechnianie dziennika przekraczało 20 tys. egz. (w 1996 – 29 933 egz.; w 1999 – 27 232; w 2002 – 20 934 egz.), a sobotniego (magazynowego) wydania utrzymywało się na poziomie pomiędzy 45 a 50 tys. egz. (przykładowo, w kwietniu 2002 roku – 54 467 egz.). Istotną cezurę czasową stanowi czerwiec 2002 roku, kiedy to zdecydowano o przeniesieniu wydania magazynowego na piątek, podobnie uczyniono w GP. W przypadku GS spowodowało to spadek sprzedaży wydania sobotnio-niedzielnego, w przypadku GP zaś, łączna sprzedaż dziennika w piątek i sobotę była niższa

⁴⁷ KN, *Medialne natarcie*, „Gazeta Wyborcza Trójmiasto” z 9.1.1999, s. 2.

niż wtedy, gdy magazyn ukazywał się w sobotę⁴⁸. W latach 2003–2007 rozpowszechnianie płatne GS nie przekraczało 20 tys. egz. (w 2004 – 17 464 egz.; w 2006 – 13 555 egz.; do 11 stycznia 2007 roku – 11 266 egz.). Wyższe wskaźniki miał GP, w latach 1996–2004 średnia miesięczna sprzedaż tytułu wynosiła ponad 20 tys. egz. (w 1996 – 28 544 egz.; w 1998 – 26 509 egz.; w 2002 – 23 172 egz.; w 2004 – 20 838 egz.). W kolejnych latach rozpowszechnianie płatne wynosiło poniżej 20 tys. egz., do 11 stycznia 2007 roku zaś odnotowywano średnią sprzedaż na poziomie 14 446 egz.

Jako ostatni do ZKDP przystąpił GK/GS. W latach 1997–2000 jego sprzedaż przekraczała 30 tys. egz. (w 1997 – 32 862 egz.; w 2000 – 31 482 egz.). W porównaniu z GS i GP sprzedaż GK/GS plasowała się na najwyższym poziomie, w latach 2001–2006 średnia miesięczna sprzedaż przekraczała 20 tys. (w 2001 – 29 748 egz.; w 2003 – 25 921 egz.; w 2006 – 21 233 egz.), w styczniu 2007 roku, tuż przed połączeniem dzienników, wynosiła 19 580 egz.

Rynek drukowanej prasy codziennej przeżywa kryzys, który dotknął również dzienniki regionalne. W obliczu spadającej sprzedaży wydawca G-DP prowadzi liczne akcje prosprzedażowe, takie jak: publikacja „Ściganych” i „Poszukiwanych”, opracowywanych na podstawie danych otrzymywanych z lokalnych jednostek policji; wydawanie w formie dodatków rozkładów jazdy PKP czy MZK, a także licznych, użytecznych poradników (między innymi „Poradnik pielgrzyma” czy „Ścieżki rowerowe”).

„GŁOS – DZIENNIK POMORZA”

Pierwszy numer „Głosu – Dziennika Pomorza” (G-DP) połączonego z trzech odrębnych dzienników – GP, GK/GS oraz GS (odpowiednio wydania/mutacje lokalne A, B, C), ukazał się 13 stycznia 2007 roku. Prawdopodobnie z uwagi na wieloletnią tradycję każdego z trzech tytułów, wydawca zdecydował się na podtrzymanie dotychczasowych marek w świadomości czytelników, pomimo to dzienniki otrzymały wspólną, ujednoliconą szatę graficzną. Zmienione zostały adresy stron internetowych, które upodobniono do siebie.

Dzięki połączeniu trzech gazet w jedną G-DP stał się liderem sprzedaży. Od stycznia do sierpnia 2013 roku średnia sprzedaż (zsumowana z trzech tytułów) wyniosła 26 941 egz.; (dla porównania sprzedaż „Kuriera Szczeciń-

⁴⁸ A. Nalewajk, *Magazynowanie*, „Press” 2003, nr 4, s. 66–68.

skiego” w tym samym czasie osiągnęła poziom 14 739 egz.⁴⁹⁾ zaś czytelnictwo cyklu sezonowego (CCS od lipca do grudnia 2011 roku) dla G-DP wyniosło 23,31 proc., (w tym samym czasie dla „Kuriera Szczecińskiego” – 16,76 proc.⁵⁰⁾. Mimo lepszego gospodarowania zwrotami (wprowadzenie lepszych algorytmów nadziałowych oraz płynnego i systematycznego reagowania wysokością nakładu w zależności od popytu⁵¹⁾ nie udało się powstrzymać rosnącego spadku nakładów i sprzedaży egzemplarzowej tytułu.

Pierwszym redaktorem naczelnym G-DP został Mirosław Marek Kromer, który pełnił tę funkcję do marca 2008 roku, zastąpił go Krzysztof Nałęcz.

20 marca 2013 roku Polskapresse podpisała umowę z Mecom Group, wykupując pełne prawa do przedsięwzięć prasowych, internetowych oraz poligraficznych. 25 października 2013 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał zgodę na przejęcie przez Grupę Wydawniczą Polskapresse (część międzynarodowego koncernu Verlagsgruppe Passau, wydawca ośmiu polskich dzienników regionalnych) wyłącznej kontroli nad spółką Media Regionalne. W przypadku województwa zachodniopomorskiego UOKiK nie zastrzegł żadnego warunku sprzedaży G-DP, uznając, że transakcja nie doprowadzi do konkurencji na rynku prasy codziennej w regionie, gdzie ukazuje się „Kurier Szczeciński”, wydawany przez Kurier Szczeciński Sp. z o.o.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Dziennikarzy zatrudnionych w Mediach Regionalnych obowiązuje „Kodeks postępowania biznesowego w Grupie Mecom” oraz „Kodeks etyczny dziennikarzy”. Konsorcjum precyzuje również swoje cele, którymi są wspieranie społeczności lokalnej prowadzące do jej rozwoju i wzrostu. Wydawca koncentruje się na takich obszarach aktywności, jak: edukacja, zdrowie, ochrona środowiska naturalnego, lokalność i kreowanie postaw obywatel-

⁴⁹ Dane ZKDP za okres od stycznia do sierpnia 2013 r., www.teleskop.org.pl [dostęp: 4.10.2013].

⁵⁰ Dane archiwalne na podstawie Polskich Badań Czytelnictwa (PBC).

⁵¹ M. Urbas, *Rynkowe funkcjonowanie prasy zachodniopomorskiej w świetle danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy* [w:] *Media masowe w oddziaływaniu na rozwój regionu*, red. J. Kania, Instytut Neofilologii i Komunikacji Społecznej Politechniki Koszalińskiej, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Wyższej Szkoły Humanistycznej TWP, Szczecin–Koszalin 2008, s. 46.

skich. Priorytetem są zawsze lokalne inicjatywy o jednoznacznie pozytywnym przesłaniu⁵².

G-DP kontynuuje linię redakcyjną każdego z poprzedzających go dzienników regionalnych, które teraz stały się jego mutacjami. Przede wszystkim zajmuje się sprawami ważnymi dla regionu. Wydawca tak się charakteryzuje: „Jesteśmy regionalnym dziennikiem wydarzeń i opinii, odwołującym się do czytelnika silnie związanego z miejscem swojego zamieszkania”⁵³.

Misję dziennika można opisać w następujących punktach: 1) akcje podejmowane przez redakcję; 2) interwencje; 3) użyteczność. Wspólnym mianownikiem jest łączenie tradycji z nowoczesnością. Tradycja przejawia się przede wszystkim w regionalności i lokalności informacji, które zdecydowanie przeważają nad wiadomościami z kraju i świata. Niemal wszystkie teksty odwołują się do czytelnika silnie związanego z miejscem zamieszkania. Jak podkreślił w swoim tekście o szczecińskiej lokalności Robert Cieślak, wydawca przyjął zasadę maksymalnie czytelnego dialogu z czytelnikiem, „przykładem tego są odrębne kolumny zawierające artykuły o charakterze interwencyjnym „Akcja redakcja”, jak również bezpośrednio prezentujące blaski i cienie egzystencji czytelników „Głosu” – „Co u was słychać”⁵⁴.

W redakcjach prowadzone są dyżury interwencyjne, a także stałe rubryki, jak wspomniana już „Akcja redakcja” czy „Interweniuujemy” lub „Pomagamy”. Cele dziennika są ściśle związane z założeniami jej właściciela – Mediów Regionalnych – który charakteryzował je następująco: „Spoczywa na nas duża odpowiedzialność społeczna, która koncentruje się na udzielaniu pomocy społeczności i organizacjom lokalnym”. Dziennikarze podejmują tematy związane z edukacją, zdrowiem, ochroną środowiska naturalnego, lokalnością i kreowaniem postaw obywatelskich⁵⁵. W 2008 roku uruchomiono projekt Regiopedia, internetową encyklopedię regionalną tworzoną wspólnie z czytelnikami⁵⁶. Ponadto dzienniki znane są z patronowania różnym wydarzeniom oraz z prowadzenia akcji. Jednym z licznych przykładów jest konkurs literacko-dziennikarski dla uczniów szkół gimnazjalnych i licealnych Złote Pióro Głosu⁵⁷. W różnego ro-

⁵² www.mediaregionalne.pl/odpowiedzialnosc-spoeczna/Menu03,17,4 [dostęp: 1.11.2013].

⁵³ www.mediaregionalne.pl/glos-dziennik-pomorza/Menu03,31,4/ [dostęp: 3.11.2013].

⁵⁴ R. Cieślak, *Lokalność szczecińska w zachodniopomorskiej prasie regionalnej* [w:] *Media lokalne w Szczecinie. Raport z badań mediów lokalnych w Szczecinie w 2010 roku*, red. J. Kania, R. Cieślak, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, s. 188.

⁵⁵ www.mediaregionalne.pl/odpowiedzialnosc-spoeczna/Menu03,17,4 [dostęp: 1.11.2013].

⁵⁶ K. Zaborowski, „Głos Szczeciński”..., s. 270.

⁵⁷ Tamże, s. 269.

zasadę, że gazeta w wersji elektronicznej nie jest jedynie kopią wersji drukowanej. Stąd na różnych platformach Mediów Regionalnych czytelnicy otrzymują informacje, których nie ma w wersji drukowanej. Strony internetowe każdej z mutacji są swojego rodzaju lokalnymi portalami internetowymi. Mają one własne logo, są na bieżąco aktualizowane, a publikacje są uzupełnianie obszernym materiałem ilustracyjnym. Według danych redakcji w 2013 roku opublikowano 5 tys. galerii zdjęć z wydarzeń w regionie. Coraz częściej też publikowane treści wzbogacane są materiałami audiowizualnymi: filmami, plikami mp3. (dla przykładu: w październiku 2013 roku wyprodukowano 277 materiałów filmowych, które odtworzono 970 tys. razy, w listopadzie 2013 r. powstało 280 filmów, a odtworzono je 1,2 mln razy; w skali roku średnia wynosi 180 filmów miesięcznie). Przeciętnie w ciągu roku redakcja przeprowadza czterysta różnego rodzaju relacji (z wydarzeń sportowych, kulturalnych, ważnych dla regionu, czatów z czytelnikami) na żywo. Wydawca wykorzystuje także media społecznościowe, takie jak: Twitter, Facebook, Fotoday.

G-DP, podobnie jak inne tytuły należące do Mediów Regionalnych, jest dostępny w tradycyjnej wersji drukowanej; w wersji online (płatnej, w projekcie Piano Media, oraz we własnym systemie prenumeraty elektronicznej m2a, zwanym również Cumulus, który należy do Mediów Regionalnych); bezpłatnej w aplikacjach na iPhona i Androida (tylko treści z serwisu internetowego) i płatnej na iPada (w formacie pdf).

STRUKTURA REDAKCJI W 2013 ROKU

Od marca 2008 roku redaktorem naczelnym G-DP jest Krzysztof Nałęcz. W latach 1992–2005 był on dziennikarzem „Gazety Wyborczej” w pomorskich oddziałach; redagował również wydawany przez Wydawnictwo Agora SA „Nowy Dzień”. Zastępcą redaktora naczelnego i kierownikiem działu online jest Bogdan Stech, w poszczególnych mutacjach zastępcami naczelnego są zaś: Marek Zagalewski (GP), Przemysław Stefanowski (GK), Ynona Husaim-Sobecka (GS).

Połączenie dzienników pozwoliło Mediom Regionalnym na wprowadzenie znacznych oszczędności. Przed 2007 rokiem w poszczególnych redakcjach pracowały 233 osoby, na skutek zmian odeszło 46 osób, w tym 26 dziennikarzy⁵⁸, obecnie redakcja Grupa Media Regionalne Oddział Koszalin liczy 87

⁵⁸ Połączenie dzienników na Pomorzu, www.wirtualnemedia.pl [dostęp: 8.1.2007].

osób ze współpracownikami (46 dziennikarzy i redaktorów, 17 redaktorów internetowych oraz ośmiu fotoreporterów)⁵⁹.

Z punktu widzenia wszystkich redakcji dosyć istotne zmiany zaszły w 2010 roku, kiedy to koszaliński oddział Mediów Regionalnych został powiększony o oddział „MM Moje Miasto”, portal internetowy MM Szczecin, co wiązało się z powstaniem wspólnego newsroomu dla obu redakcji „MM” oraz dla „Głosów”.

Jak podkreślił Robert Cieślak, już Orkla w latach 2003–2005 realizowała tak zwany program Pomorze, który opierał się na synergii redakcji i integracji pionu administracyjnego należących do Orkla dzienników w regionach szczecińskim, koszalińskim i bydgoskim⁶⁰. Można było więc przypuszczać, że efektem tego będzie połączenie osobnych dzienników w jeden tytuł i dalsze ujednolicanie czy upraszczanie struktur, polegające między innymi na przygotowywaniu (od 2011 roku) wspólnych kolumn dla wszystkich dzienników Mediów Regionalnych (kolumny z wiadomościami z kraju i ze świata, sportowe oraz dodatki tematyczne). Mimo to utrzymano w strukturze redakcji działy, poza główną siedzibą redakcji w Koszalinie funkcjonują działy miejskie, sportowe oraz oddziały terenowe. I tak, w Koszalinie mieści się główna siedziba redakcji, w Szczecinie znajduje się jedynie oddział przygotowujący mutację C (GS), redakcja słupska przygotowuje zaś mutację A (GP). Koszalińska redakcja ma swoje oddziały w Drawsku Pomorskim, Kołobrzegu i Szczecinku, redakcja słupska – w Bytowie i Lęborku, szczecińska – w Stargardzie Szczecińskim i w Świnoujściu.

W każdej mutacji zatrudnionych jest dwóch sekretarzy redakcji oraz dwóch fotoreporterów. Dział online, kierowany przez Bogdana Stecha, liczy od dwóch (redakcja koszalińska) do pięciu pracowników (redakcja słupska). Najliczniejsze są działy reporterskie, w redakcji koszalińskiej pracuje dziewięć osób, w słupskiej i szczecińskiej po siedmiu dziennikarzy. W każdej z redakcji są osoby odpowiedzialne za kontakt z czytelnikami, przygotowywanie dodatków oraz informacji z regionu (działu regionalnego nie ma redakcja słupska). W każdej mutacji funkcjonuje dział sportowy, w którym w sumie prasuje siedmiu dziennikarzy. Wspólne są działy graficzne oraz sekcja odpowiedzialna za wydania magazynowe.

Byli i obecni dziennikarze G-DP są autorami wielu dokumentów poświęconych historii Pomorza Zachodniego. Marcin Barnowski, dziennikarz GP,

⁵⁹ Materiał informacyjny nt. G-DP otrzymany od red. naczelnego Krzysztofa Nałęcza (materiał w posiadaniu autorki).

⁶⁰ R. Cieślak, *Przemiany mediów...*, s. 21.

jest badaczem ziemi słupskiej, autorem „Żeglarzy i rybaków. Historii starego portu” (2010). Marian Dziadul, wieloletni dziennikarz GK, w 2010 roku wydał „Znaki czasu. Reportaże pomorskie 1990–2010”. Krystyna Pohl, od wielu lat zajmująca się tematyką morską, opublikowała między innymi książki: „Żeglarze” (2013), „Kapitanowie” (2011), „Jak Jan z Krystyną” (2010). Piotr Zieliński, były dziennikarz GS, jest autorem wielu powieści, w tym najbardziej znanych „Okruchów pamięci” (1999) oraz historii znanych szczecinian.

Wszystkie mutacje dziennika mają taką samą strukturę redakcji. Dziennikarze zajmują się trzema kategoriami tematycznymi. Pierwszą stanowią publikacje dotyczące codziennego życia czytelników – tutaj znajduje się szeroko rozumiana interwencja mająca za zadanie budowanie więzi i odpowiedzialności społecznej. Drugą grupę stanowią informacje użyteczne dla czytelników (służby miejskie, służba zdrowia, edukacja, praca, rozrywka). Trzecią – publikacje o charakterze *fait diverse*, stanowiące opis ważnych wydarzeń w regionie (sporadycznie publikowane są treści o charakterze sensacyjnym).

Układ kolumn dziennika wygląda następująco:

I. Kolumny wspólne – A. tematyczne: „Strefa biznesu”, „Kraj/Świat”; kolumna „Reklama i ogłoszenia” (oznaczona sygnaturami: GS, GK, GP oraz N [nieznane], które określają obszar pochodzenia ogłoszeń); „Rozrywka” lub „Relaks” (krzyżówki i łamigłówki); kolumny „Zdrowie”, „Biznes i pieniądze” oraz sportowe; B. specjalistyczne (z aktualnie przeprowadzanymi plebiscytami); „Nasz poradnik” – opinie ekspertów z zakresu prawa, zdrowia itp. oraz wcześniej wymienione dodatki „Regio”.

II. Kolumny lokalne/mutowane na wydania A, B, C: czołówki; kolumna „Wydarzenia” (przygotowywana we współpracy z czytelnikami); „Akcja reakcja” (materiały interwencyjne opatrzone adnotacją „Nasza interwencja” czy „Wracamy do tematu”, liczne „Głosy czytelników”, „Opinie czytelników”, „Opinie internautów”); kolumny z aktualnymi informacjami z regionu: GS: Szczecin, Stargard, Świnoujście; GK: Koszalin, Szczecinek; GP: Słupsk, Lębork, Łeba, Bytów, Miastko; kolumna „Informator/Kultura/Rozrywka”; lokalne kolumny sportowe).

Podsumowując, w przeciętnym 24-kolumnowym wydaniu dziennika: 13 kolumn jest mutowanych na wydania A, B, C; sześć kolumn jest wspólnych dla mutacji G-DP i ponadto sześć kolumn ma charakter centralny (są wspólne dla wszystkich wydawanych w kraju dzienników wydawcy).

Specyfiką gatunkową G-DP jest częste przytaczanie wypowiedzi i opinii czytelników oraz preferowanie krótkich form – informacji, wywiadów i małych reportaży.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA W 2013 ROKU

Jednym z ważniejszych tematów, który podjęła redakcja G-DP w 2013 roku, była akcja „Chcemy drogi S6”, łączącej Szczecin z Kołobrzegiem, Koszalinem, Słupskiem i Trójmiastem. Opublikowano na jej temat ponad 50 tekstów prasowych, wszystkie trzy redakcje prowadziły zbiórkę podpisów, była ona wspierana zarówno przez osoby prywatne, jak i związkowców, organizacje społeczne, samorządy i polityków. Od maja do października 2013 roku zebrano 46 tys. podpisów. 23 października redaktor naczelny G-DP Krzysztof Nałęcz przedstawił w Sejmie RP prezentację dotyczącą wszystkich działań medialnych zorganizowanych na rzecz akcji.

Wydawca G-DP kontynuował również wiele akcji skierowanych do czytelników dziennika, jak konkurs Nasze Dobre z Pomorza 2013 i plebiscyt Najpopularniejszy Produkt i Usługa z Pomorza 2013, które mają na celu promowanie produktów bądź usług wytwarzanych przez przedsiębiorstwa z województw zachodniopomorskiego i pomorskiego⁶¹.

Od grudnia 2012 roku jako specjalny dodatek do G-DP ukazuje się (w nakładzie 12 tys. egz.) dodatek „Głos Ma Historia”, który jest poświęcony historii najnowszej trzech regionów – szczecińskiego, koszalińskiego i słupskiego. Co miesiąc w 24 kolumnach drukowane są artykuły, reportaże historyczne, zdjęcia, recenzje publikacji, pojawiają się tematy mało znane, rzadko poruszane, publikowane są nieznane fotografie i grafiki. Redaktorami odpowiedzialnymi za realizację projektu są Piotr Polechoński (GP) i Marcin Barnowski (GK). Po raz pierwszy dodatek ukazał się 13 grudnia 2012 roku i był rozprowadzany bezpłatnie. Obecnie jest dostępny raz w miesiącu i tylko dla prenumeratorów G-DP. „Głos Ma Historia” jest jednym z projektów współtworzących „Historię Magazyn” – zbiór publikacji poświęconych historii z wydań papierowych i internetowych wszystkich tytułów Mediów Regionalnych. Tytuł „Historia Magazyn” jest dostępny tylko dla subskrybentów systemu Piano.

Innym przykładem wzmacniania oferty dla prenumeratorów produktami czytelniczymi jest wydawany od czerwca 2013 roku comiesięczny dodatek „Extra Magazyn” (nakład 12 tys. egz.). Na 16 kolumnach poruszana jest tematyka podróżnicza, publikowane są wywiady z ciekawymi osobami, ko-

⁶¹ Czytelnicy i redakcja każdej z mutacji wybierają m.in.: Lekarza Roku (ok. 30 tys. głosów); Kobiętę Przedsiębiorczą (25 tys. głosów); Sportowca Roku (50 tys. głosów); Małą Miss i Mistera (55 tys. głosów); Twojego Dzielnicowego (20 tys. głosów); Strażaka Roku (20 tys. głosów); Twojego Listonosza (brak danych). Informacje od red. naczelnego G-DP (materiał w posiadaniu autorki).

mentowane aktualności polityczne ze świata i kraju, opisywane życie gwiazd, publikowane reportaże z Polski.

W roku 2013 szczeciński oddział redakcji uruchomił nowy projekt medialny – miejski magazyn lifestylowy „MM Trendy” (pełna nazwa: „Magazyn Miejski Trendy – MM Trendy”). Pierwsze wydanie miesięcznika ukazało się w kwietniu w nakładzie 10 tys. egz. Jego redaktorem naczelnym jest Jarosław Jaz, wieloletni dziennikarz GS. Magazyn jest wydawany w formacie A4 i liczy około 50 stron. Jego celem jest informowanie szczecinian o nowych produktach na rynku, a także promowanie ciekawych mieszkańców miasta czy informowanie o rozrywce, kulturze, modzie i motoryzacji.

Pod tym samym tytułem – „Magazyn Miejski Trendy – MM Trendy” – 7 listopada 2013 roku ukazał się pierwszy numer bezpłatnego miesięcznika w Koszalinie. Magazyn przeznaczony jest przede wszystkim dla kobiet. Za zawartość pisma odpowiada Jolanta Stempowska, dziennikarka portalu MM Koszalin, którą wspierają dziennikarze bezpłatnego tygodnika „Teraz Koszalin” i „Głosu Koszalińskiego – Dziennika Pomorza Środkowego”.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

W kwietniu 2013 roku po raz XXII zostały wręczone nagrody Dziennikarzy Roku 2012. Wyróżnienie to jest przyznawane przez Stowarzyszenie Dziennikarzy RP Pomorze Zachodnie oraz Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich Oddział w Szczecinie. Nagrodę otrzymał Mariusz Parkitny, od 1990 roku dziennikarz „Głosu Szczecińskiego – Dziennika Pomorza Zachodniego” (GS-DPZ), zajmujący się tematyką kryminalną. W laudacji Piotr Jasina, prezes szczecińskiego oddziału SDP, również dziennikarz Mediów Regionalnych, powiedział: „za dziennikarską dociekliwość i bezkompromisowość w ujawnianiu korupcji i nadużyć, za piętnowanie w życiu publicznym nepotyzmu i obłudy, za konsekwentne przypominanie osobom ze świecznika władzy, że ich obowiązkiem jest godne wypełnianie misji społecznej, za pokazywanie czytelnikom GS, że można wykonywać ten zawód rzetelnie i zachować wierność zasadom”⁶².

Warto nadmienić, iż od 1998 roku przyznawana jest – za materiały dziennikarskie, fotograficzne, graficzne i multimedialne opublikowane na łamach dzienników i portalach oraz serwisach internetowych grupy Media Regionalne oraz za realizowane akcje społeczne przez poszczególne redakcje – Nagro-

⁶² Materiały własne autorki.

da im. Jana Stepka⁶³. W roku 2012 II miejsce w kategorii Pomysł Redakcyjny Roku otrzymała „Pomoc dla małej Oliwii i jej mamy”; I miejsce w kategorii Jedynka Roku – okładka z 13 stycznia 2011 roku; wyróżnienie w kategorii Serwis Internetowy Roku dostał Mariusz Rodziewicz za „Gra muzyka”.

* * *

Połączenie w 2007 roku trzech dzienników w G-DP miało na celu – jak podkreślał w oficjalnych komunikatach prasowych Kromer, pierwszy redaktor naczelny – stworzenie silnego dziennika regionalnego, który będzie liderem na rynku zachodniopomorskim. Zakładano, że sprzedaż dziennika będzie się utrzymywać na poziomie powyżej 40 tys. egzemplarzy w tygodniu i ponad 100 tys. w weekend. Na promocję nowego tytułu na billboardach oraz w lokalnych rozgłoszeniach radiowych i oddziałach telewizyjnych przeznaczono około 400 tys. zł⁶⁴. Niestety – w obliczu kryzysu tradycyjnych mediów, w tym szczególnie prasy regionalnej i lokalnej, nie udało się tego osiągnąć. Pomimo to G-DP jest obecnie najpoczytniejszym dziennikiem na Pomorzu Zachodnim; w 2012 roku był też najczęściej cytowanym dziennikiem w regionie⁶⁵. Słusznym założeniem wydawcy było utrzymanie dotychczasowych (każda z trzech mutacji) marek w świadomości czytelników. Silną pozycję zapewniają gazecie także lokalne dodatki będące – poza nielicznymi przykładami prasy lokalnej – dla wielu mieszkańców zachodniopomorskich gmin jedynym źródłem informacji o ich miejscu zamieszkania. Ponadto dzięki rewolucji technologicznej oraz wykorzystaniu nowoczesnych platform cyfrowych dziennik dociera do większej grupy młodszych, dynamiczniejszych i zamożniejszych odbiorców niż jego najsilniejszy konkurent „Kurier Szczeciński”. Połączone newsroomy trzech mutacji G-DP oraz bezpłatnych tygodników Mediów Regionalnych umożliwiają skuteczną obsługę nie tylko tradycyjnych wydań dziennika, ale i platform cyfrowych oraz zaspokojenie potrzeb czytelników.

⁶³ Nagroda na cześć Jana Andrzeja Stepka (red. naczelny „Nowin” w latach 1990–1993) jest przyznawana w dziesięciu kategoriach: 1. Tekst Magazynowy, 2. Informacja Roku, 3. Fotografia Roku, 4. „Jedynka” Roku, 5. Pomysł Redakcyjny Roku, 6. Pomysł Graficzny/Infografika Roku, 7. Serwis Internetowy Roku, 8. Materiał Multimedialny Roku, 9. Materiał Śledczy, 10. Materiał/Serwis Sportowy Roku. Źródło: *Konkurs Dziennikarski im. Jana Stepka organizowany przez Gra Sp. z o. o. 2012*, prezentacja autorstwa Mirosława Romejki, Krajowego Dyrektora Rozwoju Redakcyjnego Grupy Media Regionalne (materiał w posiadaniu autorki).

⁶⁴ *Od 12 stycznia rusza nowy tytuł „Głos – Dziennik Pomorza”*, PAP z dn. 5.1.2007.

⁶⁵ *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w 2012 roku*, Instytut Monitorowania Mediów, Warszawa 2013, s. 15.

Rafał Polak

„Kurier Poranny”

kurier **Poranny**

Wydawca: Media Regionalne Sp. z o.o.

Adres redakcji: ul. Św. Mikołaja 1, 15-419 Białystok.

Witryna internetowa: www.poranny.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 6794 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 35 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo podlaskie oraz sześć sąsiadujących z nim powiatów (giżycki, gołdapski, ełcki oraz kolneński, ostrołęcki, ostrowski).

HISTORIA

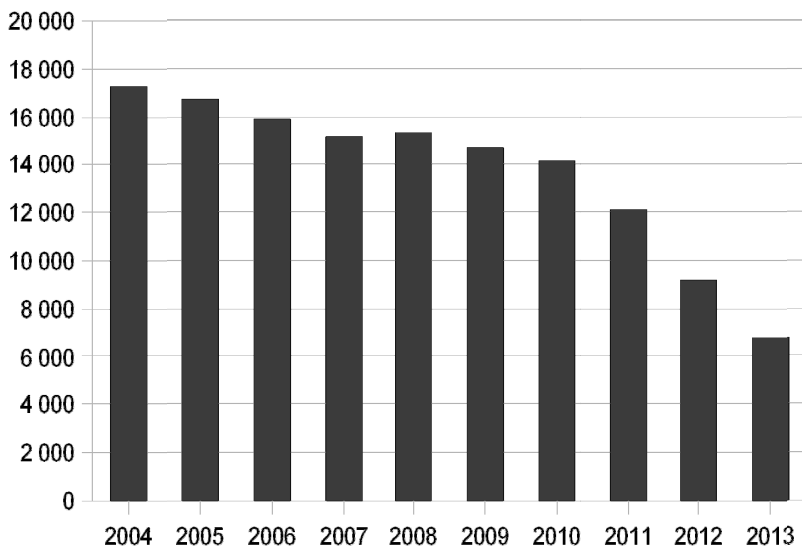
„Kurier Poranny” powstał z pomysłu kilkunastu dziennikarzy pracujących na Podlasiu, którzy – wcześniej związani z koncernem RSW – postanowili zacząć wydawanie własnej gazety. Pomysł zrodził się jesienią 1989 roku, a już 21 grudnia tego roku ukazał się numer zerowy gazety. Regularne wydawanie „Kuriera Porannego” rozpoczęło się 9 stycznia 1990 r. Trzon redakcji w pierwszym okresie funkcjonowania gazety oparty był na dziennikarzach pracujących wcześniej w „Kurierze Podlaskim”.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

„Kurier Poranny” to gazeta ukazująca się w Białymstoku, rozpowszechniana na terenie całego województwa podlaskiego, ale też w powiatach sąsiadujących z tym województwem (giżyckim, gołdapskim, ełckim oraz kolneń-

skim, ostrołęckim, ostrowskim). Początkowo wydawana była przez wydawnictwo Edytor. Redaktorem naczelnym gazety był wówczas Wojciech Potocki (począwszy od nr. 12.). Często następowały zmiany na głównych stanowiskach w redakcji, redaktora naczelnego. Redaktorami naczelnymi „Kuriera Porannego” byli Tomasz Klaszczewski (począwszy od nr. 51. w roku 2001) oraz Marek Zagórski (począwszy od nr. 79. w roku 2006). W roku 2008 „Kurier Poranny” stał się własnością koncernu Media Regionalne¹. W 2009 roku redaktorem naczelnym został Piotr Wąsikowski, również obecnie sprawujący tę funkcję.

„Kurier Poranny” ukazuje się 6 razy w tygodniu i posiada następujące dodatki: poniedziałek – „Regiopracza”, wtorek – „Regiomoto”, środa – „Regiodom”, piątek – „Magazyn” i „TeleProgram”. Bywa, że z gazetą ukazują się drukowane lub elektroniczne dodatki okazjonalne przeznaczone głównie dla prenumeratorów gazety.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Kuriera Porannego” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

¹ Jak czytamy na stronie koncernu www.mediaREGIONALNE.pl: *Media Regionalne to jedna z wiodących grup prasowych w Polsce. [...], do Grupy należy dziewięć dzienników regionalnych o łącznej sprzedaży 207 636 egzemplarzy [...] Grupa Media Regionalne jest również właścicielem pięciu drukarni, agencji reklamowej „Admis” oraz dwunastu bezpłatnych tygodników.*

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Obecnie redakcja składa się z 68 osób. Sekretarzami redakcji są: pracująca w „Kurierze” od samego początku Iwona Stawińska oraz pracujący wcześniej w „Gazecie Współczesnej” Bartosz Jarmołowicz. Funkcje sekretarzy redakcji pełnią również Bartosz Waclawski i Marta Romańczuk. Najwięcej osób (18) zatrudnionych jest w dziale informacji działającym pod kierownictwem Sylwii Kowalczyk; dwie osoby w tym dziale pracują na stanowiskach publicystów, a pozostałe na stanowiskach dziennikarzy, w tym 1 osoba zajmuje się dodatkami. Dział informacji posiada swoich korespondentów w Bielsku Podlaskim, Hajnówce oraz Sokółce. Dział online – czyli elektroniczna wersja gazety w postaci portalu Poranny.pl – stanowią 3 osoby, w tym kierownik działu Jarosław Sołomacha. W dziale sportowym pracuje 5 osób, a fotograficzną obsługą portalu i wydania tradycyjnego zajmuje się w sumie 5 pracowników. Oprócz tych działów funkcjonuje jeszcze zatrudniające 6 osób Regionalne Biuro Reklamy oraz trzyosobowy dział marketingu. Warto dodać, że w biurze reklamy jedynie kierownik pracuje na miejscu, pozostałe osoby są rozlokowane w Elku, Łomży, Bielsku Podlaskim i Suwałkach. Oprócz Regionalnego Biura Reklamy działa także biuro reklamy w Białymstoku, w którym zatrudniono 14 osób. Redakcja bardzo ceni sobie kontakt z odbiorcą, czego przykładem jest rozbudowane biuro obsługi klienta. Do bezpośredniego kontaktu z odbiorcami „Kuriera Porannego” delegowano 8 osób.

Jeśli chodzi o wielkość sprzedaży, to tendencja zauważalna w ciągu ostatnich 20 lat jest odwzorowaniem ogólnej tendencji panującej na rynku prasy drukowanej – panuje stały trend spadkowy. Sprzedaż wyglądała następująco: w roku 1994 – 28 737 egz., w roku 1995 – 18 341 egz., w roku 1996 – 18 960 egz., w roku 1997 – 18 146 egz., w roku 1998 – 19 374 egz., w roku 1999 – 20 873 egz., w roku 2000 – 20 664 egz., w roku 2001 – 20 172 egz., w roku 2002 – 19 548 egz.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA

Jak deklaruje redakcja „Kurier Poranny” (KP) to gazeta swoich czytelników². Obrazując to przykładem, redakcja pisze, że KP walczył m.in. o to, by w Białymstoku zainstalowany został angiograf służący do ratowania życia zawałow-

² www.poranny.pl [dostęp: 27.01.2014].

com. Aktualnie gazeta angażuje się w powstanie drogi ekspresowej Białystok-Warszawa. Można zatem wnioskować, że dla redakcji „Kuriera Porannego” istotne są przede wszystkim sprawy ważne z punktu widzenia mieszkańca Podlasia, interesujące go z pragmatycznego punktu widzenia. Często pojawiają się również informacje o podlaskim biznesie, gazeta prowadzi ranking najlepszych i największych firm regionu. Dla poparcia tezy o wyraźnym zainteresowaniu dziennika gospodarką regionu można przywołać fakt, że w jego elektronicznym wydaniu treści dotyczące biznesu zamieszczane są w specjalnie rozbudowanym dziale Strefa Biznesu. Jak deklaruje redakcja „Kurier Poranny” to „gwarancja codziennego dostępu do rzetelnych, sprawdzonych informacji, to źródło wiedzy o wszystkich sprawach, którymi żyje miasto każdego dnia”.

Interesujące są akcje inicjowane bądź prowadzone przez gazetę. Do jednej z ciekawszych zaliczyć można przedsięwzięcie pod nazwą „Czytam, więc wiem” realizowane wspólnie przez „Kurier Poranny” i „Gazetę Współczesną”, a więc dwa największe dzienniki regionalne Polski północno-wschodniej. Akcja ta, jak deklaruje redakcja, „skierowana jest do uczniów, nauczycieli i dyrektorów ze szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z województwa podlaskiego, a jej celem jest przede wszystkim promocja czytelnictwa, a co za tym idzie, kształtowanie obywatelskiego społeczeństwa wiedzy”³. W ramach tej akcji szkołom fundowane są zestawy prenumerat obydwu dzienników w postaci wydań papierowych, szkoły otrzymują kody dostępu do poszerzonych, elektronicznych wydań tytułów. Dla uczniów przygotowywany jest również dodatek „Wiem. Nauka Polska Świat” opracowywany na bazie materiałów Polskiej Agencji Prasowej.

Podobnie jak większość dzienników regionalnych, również „Kurier Poranny” na bieżąco informuje swoich czytelników o wydarzeniach kulturalnych mających miejsce w Białymstoku i większych miastach regionu, a więc o repertuarze koncertowym oraz aktualnej propozycji kin, teatrów, a także stałych i czasowych wystawach miejscowych muzeów. Pojawiają się również – często rozbudowane – informacje o festiwalach, imprezach klubowych i tanecznych, występach kabaretów itd. Informacje te zamieszczane są zarówno w wydaniach tradycyjnych, jak i w formie elektronicznej.

Do interesujących należy akcja społeczna prowadzona przez elektroniczną wersję gazety zatytułowana prowokacyjnie „Parkowanie na chama”. Inicjatywa ma na celu propagowanie prawidłowego parkowania samochodów w Białymstoku, ale też innych miastach regionu. Artykuły prasowe pojawiające się

³ Tamże.

w związku z tą akcją piętnują bezmyślność kierowców, którzy swoim zachowaniem uniemożliwiają poprawną jazdę innym i często narażają ich zdrowie. Wśród tekstów możemy znaleźć historie opowiadające konkretne sytuacje drogowe (a raczej parkingowe), w których to zachowanie kierowców było co najmniej naganne. Wymowne są przy tym tytuły artykułów, znajdziemy bowiem tutaj teksty zatytułowane np.: „Na ukraińskiej wolno więcej”, „Parkowanie desperatki. Bo spóźniła się do pracy”, „Policja łapie parkujących na miejscach dla niepełnosprawnych. Mandaty po 500 zł”, „Jeden drugiego. Na zakazie”, „Parkowanie po kotleta. Głodny znaków nie widzi”, „Taxi versus niepełnosprawne dzieci”, „Zaparkował na chama na wjeździe”, „Przejechał 100 m i zaparkował na ścieżce rowerowej”, „Galeria Biała: Zajął dwa miejsca dla niepełnosprawnych”, „Kierowca zastawił całą szerokość chodnika”, „Straż miejska: Nie ma podstaw do zatrzymania”, „Polonez zastawił chodnik tuż przed pizzerią. Kierowca był głodny”, „Miejsce dla niepełnosprawnych przy Auchan kusi”, „Mistrz BSI nie zauważył znaku”, „Jak zobaczy swoje auto, to może będzie dobrze parkować”.

Ten ostatni tytuł uznać by można za symptomatyczny, bowiem każdy z tekstów opatrzony jest fotografią niewłaściwie zaparkowanego samochodu. Jak wynika z treści artykułów, akcja przynosi już pewne efekty. Docenić należy nakład pracy redakcji, bowiem zgromadzenie takiego „materiału dowodowego” wymaga wysłania przynajmniej kilku ludzi w teren, ale też czujności i spostrzegawczości reporterów.

Kolejna akcja prowadzona przez redakcję to „Album białostocki”. Jest to próba dokumentowania codziennego życia mieszkańców Podlasia. Przedstawiane są historie osób, rozbudowane i dobrze udokumentowane opisy wydarzeń czy opowieści o Podlasiu sprzed lat. Wszystkie stanowią swoistą kronikę regionu. Znajdziemy tu artykuły, m.in. takie jak: „Majster budowlany fałszował dolary”, „Oszuści i szulerzy grali na ulicy Lipowej”, „Cwany Paser w centrum miasta” – jako opowieści o miejscowym przedwojennym życiu przestępczym. „Mały Jurek w białostockim Ritzu”, „Hotel Ritz: Fajfy zawojowały Białystok”, „Zatruli się w popularnej restauracji” – to krytyczne spojrzenie na historię białostockiego Hotelu Ritz. Publikacje „Sowieci nie przepuścili Polakom”, „Ubecy mordowali bez pardonu. Są ślady zbrodni” dotyczyły trudnej historii końca wojny i pierwszych lat powojennych.

Paulina Olechowska



Wydawca: „Kurier Szczeciński” Sp. z o.o.

Adres redakcji: pl. Hołdu Pruskiego 8, 70-550 Szczecin.

Adres witryny internetowej: www.24kurier.pl

Liczba wydań w tygodniu: 5.

Format: 275 x 470 mm.

Liczba stron: 24–40.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 14 152 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 57 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo zachodniopomorskie.

Od 2000 roku „Kurier Szczeciński” ukazywał się w czterech mutacjach: wydanie zerowe – Szczecin i powiat policki, mutacja 1 – powiaty północnej części byłego woj. szczecińskiego od Goleniowa po Świnoujście, mutacja 2 – powiaty południowe od Stargardu po Myślibórz, mutacja 3 – byłe woj. koszalińskie, Wałcz oraz Sławno. Mutacje ukazywały się do 2010 roku, kiedy to wydawca zrezygnował z mutowania tytułu i obecnie w dzienniku ukazują się wspólne strony z informacjami z różnych części województwa zachodniopomorskiego.

HISTORIA

„Kurier Szczeciński” (KS) jest uznawany za „pierwszy polski dziennik o charakterze stałym”¹ wydawany po drugiej wojnie światowej na Pomorzu Zachod-

¹ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2000, s. 521.

nim (poprzedziły go efemeryczne „Głos Nadodrzański”, „Wiadomości Szczecińskie” i „Pionier Szczeciński”). Pierwsze 4-stronicowe wydanie ukazało się 7 października 1945 roku w nakładzie 3 tys. egz. Początkowo nakład gazety nie przekraczał 4 tys., a objętość 16 stron. Do 1951 roku wydawcą dziennika była Spółdzielnia Wydawnicza Czytelnik².

W okresie PRL kolejno redaktorami naczelnymi „Kuriera Szczecińskiego” byli:

- Mieczysław Halski (1945–1948);
- Jerzy Jacyna (1949);
- Wojciech Knittel (1949–1950);
- Wincenty Kraśko (1950–1951);
- Bolesław Rajkowski (1951–1962);
- Jan Babiński (1963–1964);
- Zdzisław Czapliński (1965–1974);
- Ireneusz Jelonek (1974–1989)³.

Misją dziennika w pierwszych latach było „zapewnienie słowa polskiego i informacji”⁴ Polakom zasiedlającym zachodnie tereny nowej Polski, dlatego od samego początku dziennikarze gazety zwracali szczególną uwagę na popularyzację historii Pomorza Zachodniego i koncentrowali się na konieczności odbudowy tych ziem i zapewnieniu im przyszłości⁵. Pierwsze lata działalności pisma najlepiej charakteryzuje hasło: *Nic co szczecińskie nie jest nam obce*⁶. Jak podkreślił w swojej pracy Ireneusz Jelonek, polityczne posłannictwo i linia polityczna pisma były zgodne z państwową racją stanu i społecznymi potrzebami – określała je batalia o polskość Szczecina⁷. Można powiedzieć, że KS od 1948 roku realizował po części tak zwaną linię PZPR, zachował jednak przy tym pewną niezależność i nie był główną tubą propagandową partii w Szczecinie. Rolę tę odgrywał „Szczeciński Głos Ludu” przekształcony później w „Głos Szczeciński”. Potwierdzeniem mogą być następujące fakty z historii dziennika:

² M. Doering, *Analiza zawartości „Kuriera Szczecińskiego” 16–31X 1956 r.* [w:] *Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, t. XVI, red. A. Słomkowska przy współpracy D. Mikołajczyk-Grzelewskiej, Warszawa 1991, s. 94.

³ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina...*, s. 520.

⁴ I. Jelonek, *O czterdziestu latach działalności „Kuriera Szczecińskiego”*, „Kronika Miasta Szczecina” 1986, s. 99.

⁵ T. Białecki, *Prasa Pomorza Szczecińskiego w latach 1945–1975*, Wyd. Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Szczecinie, Szczecin 1978, s. 55.

⁶ K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie w latach 1945–2010*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012, t. 1, s. 240.

⁷ I. Jelonek, *O czterdziestu latach...* s. 101.

w 1948 roku na wniosek KW PZPR z funkcji redaktora naczelnego został usunięty Mieczysław Halski, w dokumentach KC PZPR z lat 1947–1956 znajdują się również informacje, które świadczą, że partię martwiła niska liczba publikacji – w porównaniu z innymi dziennikami regionalnymi – na temat sojuszniczego ZSRR⁸. Bolesław Rajkowski jako redaktor naczelny KS przyczynił się do wypracowania charakterystycznego dla publikacji „Kuriera” tonu, który charakteryzowała „lakoniczność informacji i umiarkowana apolityczność”⁹. Profesor Kazimierz Kozłowski, opisując życie kulturalne w powojennym Szczecinie, podkreślił również, że w momentach kryzysu (lata 1970/1971 oraz 1980/1981) „KS czynił pewne przyjazne gesty wobec opozycji”¹⁰.

Uwarunkowania polityczno-społeczne w pierwszych latach funkcjonowania pisma zdecydowanie wpłynęły na profil dziennika. Do dziś charakteryzuje go zwięzła informacja koncentrująca się na wszelkich dziedzinach życia regionu i miasta, obszerna publicystyka i systematyczny kontakt z czytelnikami. KS był i wciąż jest gazetą szybko reagującą na codzienne wydarzenia o charakterze lokalnym i potrzeby swoich czytelników.

Od samego początku KS cieszył się dużą popularnością, o czym świadczy systematyczny wzrost liczby wydawanych egzemplarzy. W 1945 roku nakład wynosił 3 tys. egz., a w 1960 roku – ponad 48 tys.; w 1964 roku nakład przekraczał 50 tys., a na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych wydawano ponad 80 tys. egz.¹¹ O atrakcyjności pisma dla czytelników świadczą również wydawane w różnych latach liczne tematyczne dodatki, między innymi takie jak: „Dodatek Ilustrowany”, „Dodatek Niedzielny”, „Marchoń”, „Kurier Morski”, „Harcerski Trop”¹², „Dziennik Morski”, „Trzymamy Straż nad Odrą”, „Kurier Akademicki”, „Kurier Żołnierski”¹³. O rozwoju pisma świadczą także jego mutacje. W latach 1945–1959 KS miał jedną mutację, od 1959 roku już dwie, a od 1960 roku – trzy. W listopadzie 1947 roku ukazał się „Kurier Słupski” będący we wschodniej części województwa pierwszą gazetą codzienną. Redaktorem naczelnym została Weronika Milewska. Mutacja, która miała swoje oddziały w Koszalinie i Słupsku, ukazywała się do 1950 roku, następnie została przekształcona w „Kurier Koszaliński”.

⁸ *Kurier Szczeciński – 55 lat. 1945–2000*, „Kurier-Press” Sp. z o.o., Szczecin 2000, s. 15.

⁹ T. Białecki (red.), *Słowem i piórem. 50 lat dziennikarstwa na Pomorzu Zachodnim*, Stowarzyszenie Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej Oddz. Szczecin 1996, s. 18.

¹⁰ K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 254.

¹¹ T. Białecki (red.), *Słowem i piórem...*, s. 19.

¹² K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 240.

¹³ T. Białecki (red.), *Encyklopedia Szczecina...*, s. 521

W roku 1951 właścicielem gazety została Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza Prasa¹⁴. Początkowo KS był gazetą poranną. W maju 1960 roku podjęto decyzję o przekształceniu go w popołudniówkę typu ekspresowego¹⁵, co wynikało z nacisków politycznych. Partia chciała wyeliminować KS z rynku i zwiększyć w ten sposób sprzedaż konkurencyjnego „Głosu Szczecińskiego” – organu PZPR. Decyzja ta ograniczyła dostępność tytułu w województwie. Mimo zmiany czasu wydawania dziennika nie zmienił się jego nakład. W marcu 1960 roku wynosił on ponad 55 tys. egz., a już w grudniu tego samego roku ponad 60 tys. egz.¹⁶ KS stał się na powrót gazetą poranną od 1 kwietnia 1994 roku.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Jednym z ważniejszych wydarzeń w okresie transformacji – zdaniem Roberta Cieślaka – była kontynuacja działalności KS¹⁷, który stał się gazetą niezależną. W roku 1990 wydawcą KS została Szczecińska Spółdzielnia Wydawnicza Kurier Press¹⁸ będąca własnością 72 udziałowców¹⁹. Jak jednak wspominał Andrzej Łapkiewicz, były redaktor naczelny dziennika: „Mechanizm właścicielski w spółdzielniach jest taki, że wraz z odejściem z pracy spółdzielca traci prawo do własności. Przykłady innych gazet pokazały, że wielu spółdzielców przed odejściem na emeryturę naciska na sprzedaż swojej własności”²⁰. Stąd w 2000 roku spółdzielnię przekształcono w spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością²¹, którą utworzyli dziennikarze i pracownicy.

¹⁴ M. Doering, *Analiza zawartości...*, s. 94.

¹⁵ A. Łapkiewicz, „Kurier Szczeciński” – *dziennik Szczecina i województwa*, „Kronika Szczecina” 2007, str. 255.

¹⁶ Tamże.

¹⁷ R. Cieślak, *Przeobrażenia prasy regionalnej w Zachodniopomorskiem na przykładzie „Głosu Szczecińskiego”* [w:] *Środki masowego komunikowania a społeczeństwo*, red. M. Gierula, Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2006, s. 132.

¹⁸ A. Baranowski, A. Bednarski, „Kurier Szczeciński”. *Najlepszy na Pomorzu* [w:] *Media masowe w oddziaływaniu na rozwój regionu*, red. J. Kania, INiKS Politechniki Koszalińskiej, Koszalin–Szczecin 2008, s. 185.

¹⁹ *Kurier Szczeciński – 55 lat...*, s. 7.

²⁰ A. Łapkiewicz, „Kurier Szczeciński”..., s. 256.

²¹ R. Cieślak, *Przemiany mediów regionu szczecińskiego po 1990 roku* [w:] *Media masowe w oddziaływaniu na rozwój regionu*, red. J. Kania, INiKS Politechniki Koszalińskiej, Koszalin–Szczecin 2008, s. 20.

W okresie zmian własnościowych polskich dzienników regionalnych wydawca KS podkreślał, że wydawany przez niego tytuł – oprócz „Super Nowości” z województwa podkarpackiego – jest jedynym dziennikiem regionalnym w Polsce, którego właścicielem w całości jest polski kapitał. Łapkiewicz tak to opisywał: „Wciąż walczymy z ekspansywnym kapitałem. Jak dotąd z tej rywalizacji wychodzimy zwycięsko”²² i dodawał: „koncern [Orkla – dop. P.O.] chce koniecznie przejąć tytuł i wykorzystuje w tym celu różne, nie zawsze zgodne z prawem, metody”²³. O zakup udziałów w KS starały się zarówno Orkla, jak i Polskapresse. W 2006 roku norweski koncern ostatecznie zakupił od syna zmarłej pracownicy wydawnictwa pół procenta udziału w spółce. Właściciel tytułu odmówił jednak wpisania Orkli do księgi udziałowców, uważając transakcję za bezprawną z uwagi na zapis w statucie spółki, zgodnie z którym wolna sprzedaż udziałów jest ograniczona – można je sprzedać tylko innemu udziałowcowi spółki. Orkla skierowała sprawę do sądu, który uznał transakcję za ważną, jednocześnie jednak orzekł, że nie ma mocy decydowania o wpisie do księgi udziałów²⁴. Obie strony złożyły apelację. Ostatecznie sąd rozstrzygnął sprawę na korzyść polskiego wydawcy.

W roku 2008 ofertę kupna udziałów w KS złożył niemiecki koncern Polska-presse. Na łamach szczecińskiego dodatku do „Gazety Wyborczej” Tomasz Wróblewski, ówczesny wiceprezes koncernu, przyznał: „grupa [to jest Polskapresse – dop. P.O.] prowadzi rozmowy z KS od początku realizacji projektu »Polska«”²⁵. Koncern zaproponował wydawcy KS współpracę na zasadach podobnych do tych, jakie przyjęto w „Kurierze Lubelskim”²⁶. W lutym 2008 roku zgromadzenie udziałowców, które miało upoważnić zarząd do dalszych negocjacji, nie podjęło żadnych decyzji – rozmowy poniosły więc fiasko. Pomimo to Polskapresse uważa, że w redakcji „przeważa pogląd o konieczności sprzedaży dziennika”²⁷. Można więc stwierdzić, że w przypadku KS rozproszenie jego udziałów z jednej strony może stanowić zagrożenie autonomii wydawcy, z drugiej zaś – jego siłę²⁸.

²² K. Kozłowski (red.), *Pomorze Zachodnie...*, s. 286.

²³ A. Łapkiewicz, *O sytuacji gazet regionalnych na przykładzie „Kuriera Szczecińskiego” [w:] Zachodniopomorskie w Unii Europejskiej – doświadczenia pierwszego roku – implikacje medialne*, red. N. Obrycki, P. Olechowska, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2005, s. 30.

²⁴ *az, Orkla w „Kurierze Szczecińskim”, „Gazeta Wyborcza Szczecin” 3.01.2006, s. 3.*

²⁵ *red, Kurier Szczeciński na sprzedaż?, „Gazeta Wyborcza Szczecin” 23.01.2008, s. 2.*

²⁶ *yach, Kurier pozostaje Kurierem, „Gazeta Wyborcza Szczecin” 8.02.2008, wydanie internetowe: <http://miasta.gazeta.pl/szczecin> [dostęp: 4.05.2009].*

²⁷ *red, Kurier Szczeciński na sprzedaż?, „Gazeta Wyborcza Szczecin” 23.01.2008.*

²⁸ Por. P. Olechowska, *20 years of Polish regional dailies – ownership changes* [w:] *Local and regional media – democracy and civil society shaping process*, red. I. Biernacka-Ligieźa, L. Kociń, Wyd. Maria, Nowa Ruda–Wrocław 2011, s. 229–230.

Po roku 1990 redaktorami naczelnymi KS byli:

- Anna Więckowska Machay (1990–1996);
- Maria Grochowska (1996–1998);
- Andrzej Łapkiewicz (1998–2008);
- Artur Daniel Liskowacki (2008–2010);
- Tomasz Kowalczyk, objął stanowisko 14 maja 2010 roku.

W latach dziewięćdziesiątych wydawca KS rozwijał intensywnie swoją działalność – prowadził oddziały w Stargardzie Szczecińskim, Koszalinie i Świnoujściu, a w większych miastach miał swoich korespondentów. Od 1990 roku dziennik jest dystrybuowany na terenie całego województwa (początkowo szczecińskiego, obecnie zachodniopomorskiego). Po reformie administracyjnej w 1998 roku zmieniono nazwę gazety, dodając człon: „Dziennik Pomorza Zachodniego”²⁹, w ten sposób podkreślono regionalny charakter pisma.

Ważną datą w historii gazety jest styczeń 2000 roku, kiedy dziennik zaczął się ukazywać w czterech mutacjach, obejmujących wszystkie powiaty województwa zachodniopomorskiego: wydanie 0 – Szczecin i powiat policki, mutacja 1 – powiaty północnej części byłego województwa szczecińskiego od Goleniowa po Świnoujście, mutacja 2 – powiaty południowe od Stargardu po Myślibórz, mutacja 3 – byłe województwo koszalińskie, Wałcz oraz Sławno³⁰. Mutacje ukazywały się przez dekadę (do 2010 roku) i znacznie poszerzyły rynek czytelnicy, co dobrze ilustruje wykres prezentujący płatne rozpowszechnianie tytułu w latach 1994–2013. Wydawca dziennika od początku działalności jest członkiem Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.

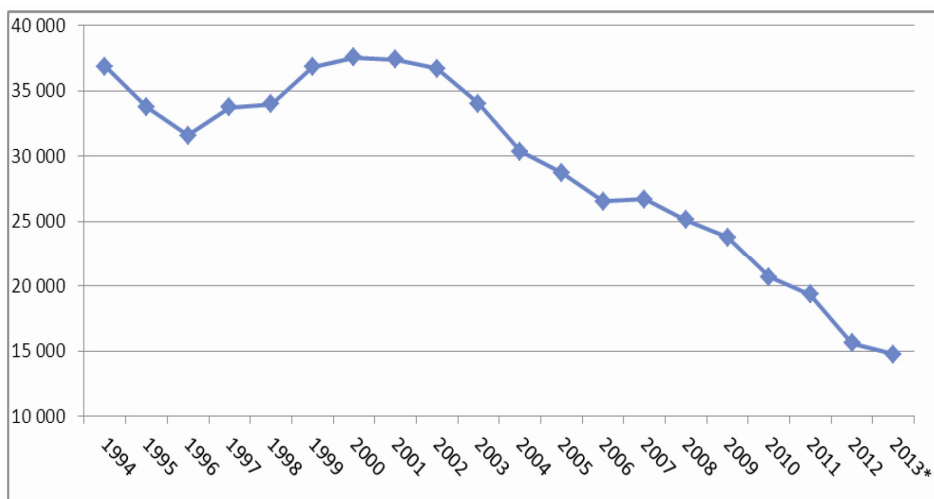
W 1994 roku sprzedaż gazety ogółem wynosiła miesięcznie 36 886 egz., w latach 1995–1998 spadła do 33 265 egz. Począwszy od roku 1999 odnotowano 10-procentowy wzrost sprzedaży; wydanie piątkowo-niedzielne ukazywało się w nakładach przekraczających 110 tys. egz.³¹ Wyraźny wzrost sprzedaży to lata 1999–2003 (w 1999 roku wynosiła 36 840 egz.; w 2000 – 37 549; w 2001 – 37 398), w 2004 roku po raz ostatni średnia sprzedaż dziennika wyniosła ponad 30 tys. (30 349). W kolejnych latach 2004–2010 sprzedaż tytułu malała (w 2005 roku wyniosła 28 728; w 2007 – 26 707; w 2009 – 23 777; w 2010 – 20 678). W drugiej dekadzie XXI wieku nastąpił

²⁹ R. Cieślak, *Lokalność szczecińska w zachodniopomorskiej prasie regionalnej* [w:] *Media lokalne w Szczecinie*, red. J. Kania, R. Cieślak, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2011, s. 177.

³⁰ *Kurier Szczeciński – 55 lat...*, s. 9.

³¹ Tamże, s. 10.

kolejny spadek sprzedaży dziennika – miesięcznie sprzedaż nie przekraczała 20 tys. (w 2011 roku – 19 342; w 2012 roku – 15 606, przy średnim nakładzie 26 529). W 2013 roku³² średni pojedynczy nakład KS wyniósł 25 454, sprzedaż wydań drukowanych – 14 681, a rozpowszechnianie wydań drukowanych – 16 591 egz.³³



* dane od stycznia do sierpnia

**Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Kuriera Szczecińskiego”
w latach 1994–2013**

Źródło: opracowanie na podstawie danych ZKDP.

Od roku 1990 KS w rankingach sprzedaży (ZKDP) i czytelnictwa (PBC) prasy codziennej w województwie zachodniopomorskim był liderem. W drugiej połowie 2006 roku był najpoczytniejszym dziennikiem w regionie (24 proc.)³⁴. Zmieniło się to w styczniu 2007 roku, kiedy zaczął się ukazywać „Głos – Dziennik Pomorza Zachodniego” (G-DPZ) skupiający trzy osobne dotychczas tytuły prasowe – „Głos Szczeciński”, „Głos Koszaliński” i „Głos Pomorza”. W marcu 2012 roku czytelnictwo KS wynosiło 14,20 proc. za G-DPZ i „Faktem” (w kwietniu tego roku wydawca podjął decyzję o rezygnacji z człon-

³² W okresie od stycznia do sierpnia 2013 r.

³³ Dane Związku Kontroli Dystrybucji Prasy za okres styczeń–sierpień 2013, za: www.teloskop.org.pl [dostęp: 4.10.2013].

³⁴ Dane archiwalne na podstawie Polskich Badań Czytelnictwa (PBC).

kostwa w PBC, stąd nie można prowadzić dalszych porównywalnych analiz ilościowych i jakościowych tytułu).

W roku 2006 redakcja KS uruchomiła stronę internetową dziennika, która ma ponad półtora miliona odsłon miesięcznie. Obecnie wybrane teksty są dostępne bezpłatnie na stronie www.24kurier.pl. KS można też kupić w wersji drukowanej oraz za pośrednictwem internetu w formie pojedynczego wydania (również archiwalne) czy prenumeraty w formacie pdf.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Jak podkreślił w rozmowie z autorką obecny redaktor naczelny KS Tomasz Kowalczyk, poza typową funkcją informacyjną dziennikarze starają się być blisko swoich czytelników, opisują istotne wydarzenia z regionu i ze Szczecina. Przyświeca im idea, by „zwyčajnie, żyło się lepiej”. Stąd na łamach dziennika licznie pojawiają się publikacje o charakterze interwencyjnym zarówno w sprawach ważnych, jak i codziennych. Zdaniem redaktora naczelnego misja gazety ma również swój wymiar realny – dziennik obejmuje patronatem wiele wydarzeń i akcji o społecznym i kulturalnym wymiarze, które dotyczą nie tylko mieszkańców Szczecina, ale i regionu. Kowalczyk zauważył, że przez 68 lat ukazywania się dziennika to stanowiło główną jego treść. Gazeta towarzyszyła wszystkim ważnym dla lokalnej społeczności wydarzeniom.

Należy wspomnieć, że w perspektywie oddziaływania środków masowego przekazu na społeczność lokalną szczególną wartość stanowią plebiscyty i konkursy inicjowane przez redakcję dziennika. Jednym z bardziej znanych jest organizowany od 1954 roku Plebiscyt na Najlepszego Sportowca Roku, w którym ponad kilkanaście tysięcy czytelników oddaje głos na sportowca i trenera sportowego. Równie popularny, wśród zachodniopomorskich artystów, jest plebiscyt Bursztynowy Pierścień (od 1965), w którym wyłaniani są najlepsi aktorzy i najciekawsze spektakle regionu. Akcja „Cały Szczecin w kwiatkach” (od 1971) bezpośrednio przyczynia się do zmiany wyglądu miasta. Od 2002 roku organizowany jest z kolei konkurs Szkolny Pulitzer skierowany do młodych dziennikarzy szkolnych gazetek. Najnowszą, zainaugurowaną w 2013 roku akcją, jest Krokusowa Rewolucja mająca na celu aktywizację społeczną na rzecz wspierania zielonego Szczecina. W drodze głosowania czytelnicy KS wybierają miejsca, w których odbywa się społeczna akcja sadzenia tysięcy krokusów. W projekt zaangażowani są dziennikarze i pracownicy redakcji.

Dziennik jest także patronem medialnym niemalże wszystkich znaczących imprez kulturalnych w Szczecinie i województwie. Akcje te umacniają lokalność pisma.

Jak wynika z badań Roberta Cieślaka, dotyczących lokalności szczecińskiej prasy regionalnej, w porównaniu z pozostałymi dziennikami (G-DPZ oraz „Gazetą Wyborczą. Szczecin”) KS jest najbardziej nasycony problematyką lokalną³⁵, a w szczególności dotyczącą regionalnej kultury i nauki³⁶. Ponadto KS jest obecnie jedynym dziennikiem w regionie, który cyklicznie publikuje treści dotyczące morskiej spuścizny miasta. Wydawcy przyświeca idea otwarcia na świat. Na stronie internetowej gazety można przeczytać: „Wspieramy piórem wspólne inwestycje, angażowanie się kapitału obcego w naszym regionie, idee wzajemnego poznania obyczajowości i kultury naszych partnerów, tworzenie się nowych, wspólnych interesów i wartości”³⁷.

Od 1999 roku KS współpracuje z niemieckim dziennikiem „Nordkurier” (Meklemburgia-Pomorze Przednie), czego efektem są liczne publikacje poświęcone istotnym problemom stosunków polsko-niemieckich czy organizacja Polsko-Niemieckiej Nagrody „Pomerania Nostra” (2003)³⁸. Warto dodać, iż dziennik odegrał niebagatelną rolę w kształtowaniu opinii społecznej mieszkańców regionu na temat akcesji Polski do Unii Europejskiej³⁹. Obecnie tematyka transgraniczna oraz szeroko pojęta integracja europejska są również poruszane na łamach comiesięcznego dodatku „Przez Granice”.

Spółka „Kurier Szczeciński”, opierając się cyfryzacji, stanowi swoistego rodzaju fenomen. Wydawca nie przystąpił do projektu PianoMedia (2012) oraz dotychczas nie zdecydował się wprowadzić własnego modelu płatności za treści, nie przekształca również – jak czynią to pozostałe pisma lokalne – strony internetowej dziennika w serwis informacyjny. Paradoksalnie jednak z powodzeniem wchodzi w liczne interakcje z czytelnikami za pośrednictwem tradycyjnego wydania drukowanego, pomimo że we współczesnym świecie mediów kontakt za pośrednictwem internetu wydaje się nieodzowny. Wynika

³⁵ R. Cieślak, *Lokalność szczecińska...*, s. 187.

³⁶ Tamże, s. 188.

³⁷ <http://24kurier.pl> [dostęp: 16.10.2013].

³⁸ Por. P. Olechowska, *Media z polsko-niemieckiego pogranicza. Wybrane szczecińskie przypadki* [w:] *Kultura – media – etyka. Media w perspektywie etycznej i kulturowej w kontekście rewolucji teleinformatycznej*, red. P. Pawlak, W. Strzelecki, G.J. Morais da Costa, „Studia Europaea Gnesnensia” t. 10, Poznań–Gniezno 2012, s. 59.

³⁹ Por. P. Olechowska, *Akcesja Polski do Unii Europejskiej na łamach prasy regionalnej ziem zachodnich*, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012, s. 234.

to, jak można sądzić, między innymi z tego, że działy w KS są tak skonstruowane, by czytelnik był zaangażowany w tworzenie ich treści.

Skład KS opiera się (podobnie jak na stronach internetowych) na zasadzie tak zwanego wymuszenia odsłon, to znaczy część artykułów nie kończy się na czołówce czy rozkładówce gazety, lecz dopiero w kolejnych kolumnach. Zabieg ten ma na celu zwiększenie zainteresowania czytelnika wydaniem. Ponadto wydawca stosuje tak zwaną żywą paginę, gdzie hasło „Komentarze – listy – opinie” (stanowiące tytuł kolumny) podkreśla znaczenie dialogu redakcji z czytelnikami. Oprócz tego w dzienniku publikowane są: „Listy od Czytelników”, co pozwala na interakcję z czytelnikami, „Sondy”, które pełnią funkcję publicystyczną, sygnały „Od Czytelników” oraz „Opinie Czytelników” (funkcja interwencyjna), prezentowane są także sylwetki mieszkańców regionu. Czytelnicy mają również możliwość zadawania pytań prawnikowi oraz językoznawcy, którzy odpowiadają na nie w cotygodniowych felietonach „Prawnik radzi” oraz „Językowa corrida”. Redakcja umożliwia publikowanie twórczości przez młodych czytelników na łamach „Szkolnego Pulitzera”. Jeżeli do tego katalogu doda się różnego rodzaju krzyżówki czy łamigłówki, dzięki którym tak zwany współczynnik czasu spędzonego z dziennikiem jest znaczenie dłuższy, oraz licznie organizowane przez redakcję plebiscyty to wynika z tego, że czytelnicy KS są bezpośrednio zaangażowani w proces kształtowania lokalności pisma.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Zmiany własnościowe w 2000 roku nie miały zasadniczego wpływu na przekształcenie struktury redakcji. Spółka Kurier Szczeciński, której właścicielami akcji są dziennikarze, sama decyduje o powoływaniu lub likwidowaniu działów redakcji oraz o liczebności zespołu redakcyjnego. Obecnie w wydawnictwie pracuje 50 dziennikarzy, stale zaś współpracuje około 15 osób.

Redaktorem naczelnym KS i jednocześnie prezesem spółki jest Tomasz Kowalczyk. Urodzony w 1966 roku szczecinianin, absolwent politologii Uniwersytetu Szczecińskiego, z KS jest związany od 1991 roku. Przez wiele lat specjalizował się w tematyce ekonomicznej, był również kierownikiem działu regionalnego; od kwietnia 2008 do maja 2010 roku był wiceprezesem i zastępcą redaktora naczelnego dziennika.

Redaktor naczelny KS ma dwóch zastępców. Pierwszym jest Jadwiga Sułocka-Ukielska, która również jest wiceprezesem spółki. Pracę w dzienniku

rozpoczęła w 1977 roku od tematyki społeczno-interwencyjnej. Przez kilka lat pełniła funkcję kierownika działu miejskiego. Drugim zastępcą redaktora naczelnego jest od 2008 roku Zbigniew Jasina, który w KS pracuje od 1990 roku. Przez wiele lat był kierownikiem działu ekonomiczno-morskiego, w latach 1997–2003 pełnił funkcję prezesa szczecińskiego oddziału Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich. Sekretarzem redakcji jest obecnie Piotr Barański, pracujący w KS od 1988 roku.

Redakcja KS ma pięć stałych działów:

Informacje Szczecin (wcześniej: dział miejski). Dział ten został utworzony w 1974 roku; poza Szczecinem obsługuje również Police oraz obszar od Kołbaskowa do Nowego Warpna. Kierownikiem jest Artur Ratuszyński (zatrudniony w KS od 1993 roku), który początkowo specjalizował się w tematyce policyjno-kryminalnej, obecnie zajmuje się głównie polityką. W dziale pracuje 15 dziennikarzy.

Informacje region. Dział powstał w 1994 roku, kieruje nim Sylwia Dudek pracująca w KS od 1997 roku. To najliczniejszy dział dziennika, pracuje w nim 18 dziennikarzy i współpracowników, którzy są odpowiedzialni za przygotowywanie informacji o najważniejszych wydarzeniach ze wszystkich 21 powiatów województwa zachodniopomorskiego.

Dział sportowy, codziennie opracowuje co najmniej pięć kolumn informacji sportowych ze Szczecina i województwa zachodniopomorskiego. Od 1999 roku kierownikiem jest pracujący w KS od 1992 roku Wojciech Parada. W dziale pracuje obecnie trzech dziennikarzy. Warto odnotować, iż w latach 1946–1948 kierownikiem był Bohdan Tomaszewski, określany mianem patriarchy dziennikarzy sportowych.

Dział społeczno-ekonomiczny – powstał z połączenia działów społeczno-interwencyjnego (będącego „wrotami do kontaktów z gazetą i trudnościami codziennymi”⁴⁰) oraz ekonomiczno-morskiego. Kieruje nim Zbigniew Jasina, a pracuje w nim pięciu dziennikarzy.

Dział publicystyki i kultury – powstał w styczniu 2010 roku na bazie dziennikarzy sekcji społeczno-kulturalnej. Odpowiedzialny jest za przygotowywanie magazynu piątkowo-niedzielnego; pracuje w nim dziewięciu komentatorów i publicystów. Kierownikiem działu jest Berenika Lemańczyk pracująca w KS od 1991 roku.

W strukturze redakcji KS działa również sekcja internetowa (czterech dziennikarzy), biuro reklamy (pięć osób), grupa marketingowa (dwie osoby)

⁴⁰ *Kurier Szczeciński* – 55 lat..., s. 44.

oraz dział kolportażu i promocji (pięć osób), a także pracuje trzech fotoreporterów. Dziesięcioro dziennikarzy prowadzi swoje własne blogi internetowe.

W dobie kryzysu mediów drukowanych, kiedy właściciele dzienników regionalnych przeprowadzali kolejne restrukturyzacje, redukując zatrudnienie, wydawca KS obrał inną strategię. Nie tylko nie zwalniono pracowników, ale zatrudniono młodych dziennikarzy, rozbudowując niektóre działy redakcji, na przykład miejski czy publicystyczny.

Twórczość dziennikarska redaktorów bądź też osób współpracujących z dziennikiem stanowi istotny wkład w dorobek kulturalny miasta i regionu. Można do niego zaliczyć cykl publikacji „Podziemny Szczecin” autorstwa Jacka Grażewicza lub opracowanie autorstwa Janusza Ławrynowicza pod tytułem „Szczecin z rodzinnych albumów”, w którym zostały wykorzystane nadesłane do redakcji zdjęcia dawnego Szczecina. Efektem wieloletniej współpracy prof. US dra hab. Ewy Kołodziejek jest zbiór felietonów wydanych w trzech cyklach jako „Językowa corrida”. Od 2009 roku ukazuje się corocznie album „Cały Szczecin w kwiatach” ilustrujący nagrodzone prace zwycięzców kolejnych edycji konkursu. W roku 2012 Piotr Biniek razem w Markiem Tałasiewiczem wydali książkę pod tytułem „Stocznia Szczecińska. Upadek”, w której ujawnili nieznane dotąd fakty dotyczące losów przemysłu stocznioowego w Szczecinie po 1989 roku. W 2013 roku ukazała się publikacja Wojciecha Parady „Klubowe rywalizacje Pogoni”. Ten szczeciński dokumentalista sportowy jest również autorem książek „Futbol po szczecińsku” oraz „Olimpijskie wspomnienia”.

Wśród szczególnie zasłużonych dla kultury należy wymienić Artura D. Liskowackiego, który w swojej twórczości dziennikarskiej i literackiej wiele miejsca poświęcił historii Pomorza, a w szczególności niemieckiej przeszłości Szczecina. Jest on znanym szczecińskim pisarzem, laureatem wielu prestiżowych nagród, finalistą literackiej Nagrody Nike („Eine kleine” 2001). W 2008 roku otrzymał nominację do Europejskiej Nagrody Literackiej za powieść „Mariasz”. Autorami powieści są również Roman Ciepliński („Diabelski młyn”, 2012) oraz Alan Sasinowski („Sukces”, 2006; „Rupieć”, 2010; „Pełna kontrola”, 2011). Zbigniew Jasina wydał zbiór wierszy „Inne światło” (2001).

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA W 2013 ROKU

„Kurier Szczeciński”, będący całkowicie własnością polskiego kapitału, odbiega od sformatowanych czy ujednoliconych schematów innych dzienników regionalnych. Zatrudnieni w spółce dziennikarze mają swobodę kształ-

towania polityki redakcyjnej gazety, co przejawia się w oryginalności nie tylko treści, ale i zawartość pisma.

Niemal od samego początku KS jest wydawany według wzoru, który można określić mianem tradycyjnego. Od wielu lat nie zmienia się układ kolumny dziennika; dzielą się one na dwie części: kolumny informacyjne – serwisy informacyjne z kraju i ze świata oraz Szczecina i całego Pomorza Zachodniego; kolumny informacyjno-publicystyczne – bieżące informacje z miasta i regionu uzupełnione wielotematycznymi działami oraz rozbudowaną publicystyką.

Tradycyjnie czołówkę KS stanowią zapowiedzi najważniejszych publikacji wydania. Drugą kolumnę „Komentarze – listy – opinie” od lat zapełniają przede wszystkim komentarze i wypowiedzi czytelników i dziennikarzy związane z aktualnymi wydarzeniami w kraju lub regionie. Kolejne kolumny „Wydarzenia” oraz „Szczecin” składają się z minireportaży dotyczących bieżących lokalnych wydarzeń. W dziale „Kraj/Świat” ukazuje się wybór najważniejszych polskich i zagranicznych depeš Polskiej Agencji Prasowej. Dalsze kolumny to „Wydarzenia”, w których publikowane są informacje z regionu, oraz „Superekspres”.

Treści KS to nie tylko informacja, ale także obszerna publicystyka. Co poniedziałek ukazuje się stała kolumna „Kulturalny weekend”. Jest to swoistego rodzaju kronika najważniejszych wydarzeń kulturalnych regionu. Również w poniedziałek wydawane jest „Morze” poświęcone gospodarce morskiej w regionie, we wtorek – „Gospodarka” oraz ukazująca się od 2012 roku kolumna poradnikowa „Kurier radzi”, w środę – „Pieniądze”, w czwartek „Tour”, w którym promowana jest turystyka zagraniczna. W okresie wakacyjnym na rozkładówce „Zawsze Lato” publikowane są najświeższe informacje z nadmorskich miejscowości. Na łamach KS ukazują się również liczne dodatki wydawane bądź z okazji patronatu dziennika (np. kolejne edycje „Festiwalu Słowian i Wikin-gów”), bądź jubileuszy różnego rodzaju instytucji (ostatni dodatek poświęcony był 60-leciu Teatru Lalek Pleciuga w Szczecinie)⁴¹.

O tym, że KS odgrywa istotną rolę w kształtowaniu lokalnej opinii publicznej świadczy między innymi czterokolumnowy dodatek „Zawsze w Środę”. Publikowane są w nim obszerne, zróżnicowane formy publicystyczne poświęcone sprawom społecznym, kulturze i gospodarce regionu. Można w nim przeczytać felietony komentatorów: Artura D. Liskowackiego, Andrzeja Gedymina, Kazimierza Jordana, Andrzeja Łapkiewicza, Janusza Ławrynowicza, Mirosława Kwiatkowskiego, Marka Osajdy czy Bogdana Twardochleba. Stałymi elementami dodatku są działy „Prawnik radzi”, w którym udzielane są

⁴¹ *Teatr Lalek Pleciuga*. 60, „Kurier Szczeciński” 8–11 listopada 2013.

odpowiedzi na pytania czytelników, oraz „50 lat temu” zawierający wycinki prasowe sprzed pół wieku obrazujące wydarzenia z regionu i miasta. Od samego początku na łamach dodatku ukazują się „Zapiski, odpryski” będące krótką formą komentarzy wydarzeń minionego tygodnia.

Dużą popularnością cieszą się magazynowe (piątkowo-niedzielne) wydania KS. Kolumnę „Wokół nas” budują reportażowe formy o ludziach i wydarzeniach regionu. Na „Magazyn – Poglądy” składają się felietony „Językowa corrida” Ewy Kołodziejek oraz „Pod prąd” Janusza Ławrynowicza. Magazyn to również „Zdrowie i uroda” oraz „Informator kulturalny – rekomendacje” oraz „Propozycje na weekend”, sporadycznie – „Polityka i obyczaje”, „Społeczeństwo”, „Wszystko dla domu”. Poza obszerną publicystyką wydanie magazynowe oferuje również czytelnikom rozrywkę. Obok rysunków satyrycznych Henryka Sawki należy wymienić „Pół żartem, pół serio” – dział redagowany przez Dariusza Staniewskiego, na jego łamach publikowane są w formie anegdot, niejako w krzywym zwierciadle, wypowiedzi lokalnych polityków.

Co miesiąc ukazują się również dodatki tematyczne. Od 2010 roku Artur Ratuszyński redaguje miejski dodatek „Kurier Metropolitalny”. Od kwietnia 2012 roku do dziennika dołączany jest dodatek „Przez Granice”, przygotowywany dzięki dofinansowaniu Stowarzyszenia Gmin Polskich Euroregionu Pomierania. Jego zadaniem jest informowanie o wydarzeniach, trendach i zjawiskach zachodzących na pograniczu polsko-niemieckim oraz opisywanie przykładów współpracy transgranicznej.

Cechą charakterystyczną dziennika jest przywiązanie do tradycyjnej szaty graficznej. Dotyczy to nie tylko winiety pisma, ale i jej elementów składowych, między innymi trzelementowych nagłówków.

Wydawca KS wychodzi poza katalog tradycyjnych funkcji prasy, stając się aktywnym podmiotem życia społecznego. Przejawia się to w organizacji licznych akcji o charakterze lokalnym. Jednym z tego typu ważniejszych wydarzeń w 2013 roku była organizacja drugiej edycji ogólnopolskiego konkursu o Nagrodę Literacką dla Autorki Gryfia. Pomimo tak krótkiej tradycji konkursu jest on ceniony w całym kraju, a wydarzenie ma duże znaczenie w polskim świecie literackim. Nagroda jest przyznawana pisarce, która napisała najlepszą książkę literacką albo humanistyczną o wartościach literackich w roku poprzedzającym edycję nagrody. Gali wręczenia towarzyszy wiele imprez i wydarzeń poświęconych literaturze, między innymi konferencje naukowe, warsztaty pisarsko-psychologiczne czy Festiwal Literatury Kobiet.

Poza bieżącą działalnością redakcyjną rok 2013 minął pod hasłem poszukiwania nowych sposobów promocji dziennika. 24 maja ukazało się pierwsze

magazynowe wydanie KS wykorzystujące technologię tap2C. Akcja marketingowa „Ożywiamy papier” ma za zadanie dostarczyć czytelnikom treści w nowych formach z wykorzystaniem filmów i muzyki. „Posiadacze smartfonów po ściągnięciu odpowiedniej darmowej aplikacji dla systemów iOS oraz Android i odnalezieniu materiałów – zdjęć i artykułów – oznaczonych w charakterystyczny sposób będą mieli dostęp do dodatkowych galerii zdjęć, filmów i innych materiałów cyfrowych”⁴².

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W ROKU 2013

Na przestrzeni prawie siedemdziesięciu lat ukazywania się dziennika KS i jego dziennikarze otrzymali wiele nagród. Wśród najnowszych wyróżnień należy wymienić przyznaną Elżbiecie Kubowskiej w kwietniu 2013 roku nagrodę specjalną im. Bogdana Czubasiewicza (Stowarzyszenie Dziennikarzy RP Pomorze Zachodnie oraz Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich Oddział w Szczecinie przyznało ją po raz 22.). Dziennikarka od 2010 roku zajmuje się w KS problematyką gospodarki morskiej regionu. Redagowana przez nią kolumna „Morze” ukazuje się raz w tygodniu. W laudacji na cześć tegorocznej laureatki prezes szczecińskiego oddziału SDP Piotr Jasina powiedział: „hołduje filozofii, że dzień za biurkiem to czas stracony, że im dalej od redakcji, tym ciekawiej dla czytelnika. Za to, iż ciągle odkrywa, iż mimo kryzysu słona woda jednak do Szczecina dopływa i pobudza do życia nowe firmy morskie, które odkrywa Elżbieta Kubowska”⁴³.

* * *

„Kurier Szczeciński” jest znaną marką rynku prasowego Pomorza Zachodniego. Na sukces wydawniczy tego tytułu złożyło się wiele przesłanek. Do czynników zewnętrznych należy zaliczyć przede wszystkim specyfikę regionu. Pomorze Zachodnie charakteryzuje się słabą tradycją lokalną, towarzyszy jej niezbyt silne poczucie tożsamości mieszkańców. Regionalny dziennik doskonale wypełnia tę lukę. Od samego początku był inicjatorem i stymulatorem rozwoju tożsamości regionalnej oraz „małej ojczyzny”. Na przestrzeni prawie 70-letniej działalności wydawniczej KS doszło do swoistej instytucjonalizacji

⁴² www.24kurier.pl [dostęp: 11.09.2013].

⁴³ Materiały własne autorki.

aktywizowania czytelników. Wśród czynników zewnętrznych należy też wymienić wykup największego konkurenta tytułu – „Głosu Szczecińskiego” – przez zagraniczne koncerny medialne (początkowo Orkla Polska, następnie Media Regionalne, obecnie Polskapresse). Właściciele KS wielokrotnie podkreślali konieczność kontynuowania ciągłych starań o utrzymanie własnej tożsamości dziennika.

Do czynników wewnętrznych, przyczyniających się do swoistego rodzaju „konserwatyzmu” czy też tradycji dziennika, należy zaliczyć kontynuację zapoczątkowanej po drugiej wojnie światowej linii redakcyjnej opierającej się na dobrych praktykach dziennikarskich. Sprzyjała temu niska fluktuacja kadry dziennikarskiej, której umożliwiono specjalizację tematyczną.

Wydawca „Kurier Szczeciński” stoi obecnie przed wyzwaniem połączenia mediów tradycyjnych z cyfrowymi i poszukuje modelu biznesowego, który pozwoliłby mu bezpiecznie egzystować w cyfrowym świecie.

Justyna Kubik

„Nowa Trybuna Opolska”



Wydawca: Pro Media Sp. z o.o., część grupy Media Regionalne.

Adres redakcji: ul. Powstańców Śląskich 9, 45-086 Opole.

Adres strony internetowej: www.nto.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 275 x 390 mm.

Liczba stron: wydanie podstawowe 20–24 plus wkładka magazynowa 8–16.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 17.069 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 63 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo opolskie.

W 2013 roku do „Nowej Trybuny Opolskiej” dołączane były dodatki magazynowe oraz tygodniowe wkładki lokalne – tematycznie powiązane z jednym lub dwoma powiatami, w których kolportowano je razem z głównym wydaniem (pismo ukazuje się w mieście Opole oraz w powiatach: opolskim, brzeskim, głubczyckim, kędzierzyńsko-kozielskim, kluczborskim, krapkowickim, namysłowskim, nyskim, oleskim, prudnickim i strzeleckim). Dodatki to: „RegioPraca”, „Sport” (poniedziałek), „RegioMoto” (wtorek), „RegioDom” (środa), „Strefa Biznesu” (czwartek), „Magazyn”, tygodniki lokalne (Kluczbork-Olesno, Kędzierzyn-Koźle-Głubczyce, Nysa-Prudnik, Brzeg-Namysłów, Strzelce Opolskie-Krapkowice), program TV (piątek), „Magazyn Weekend” (sobota). Objętość papierowej wersji pisma w omawianym okresie była regulowana w zależności od objętości materiału i w powiązaniu z okazjonalnymi wydarzeniami, których materiał dotyczył.

HISTORIA

W powszechnej opinii „Nowa Trybuna Opolska” (NTO) stanowi kontynuację „Trybuny Opolskiej” istniejącej w latach 1952–1993¹.

Po 1945 roku rozwój prasy na Opolszczyźnie podporządkowany został przeobrażeniom geopolitycznym, jakie ten region przechodził razem z całym krajem. Do czasu utworzenia województwa opolskiego w 1950 roku² region znajdował się w strefie wpływów katowickiego ośrodka dziennikarskiego. Na Opolszczyznę docierało sporo rozmaitych pism, zanim nie utworzono tu „Trybuny Opolskiej” – regionalnego organu prasowego KW PZPR. „Trybuna Opolska” okresowo współistniała z innymi pismami o zasięgu regionalnym, ale nigdy nie straciła swojego strategicznego znaczenia na tym terenie.

Kilkuosobowy zespół „Trybuny Opolskiej”, który rozpoczął tworzenie gazety, związany był z katowicką „Trybuną Robotniczą”. Pierwsze wydanie „Trybuny Opolskiej” ukazało się 2 stycznia 1952 roku. Liczyło osiem stron, jednak w formacie dwukrotnie większym niż współczesna wersja „Nowej Trybuny Opolskiej”. Głównym tematem pierwszej edycji było podsumowanie 1951 roku. Komitet redakcyjny informował, że codzienny nakład dziennika będzie wynosił 100 000 egzemplarzy. Trzy lata od debiutu gazeta zwiększyła częstotliwość emisji z sześciu do siedmiu dni w tygodniu w niezmiennym nakładzie.

5 grudnia 1971 roku na łamach pisma odnotowano: „Mamy kolor, jesteśmy też większą gazetą”³. Oznaczało to wprowadzenie czerwonych i zielonych czcionek i winiet. Kolorowe fotografie pojawiły się dopiero w „Nowej Trybunie Opolskiej” – w magazynie wydanym z datą 5–6 października 1996 roku.

Po reformie administracyjnej w 1975 roku „Trybuna Opolska” przejściowo tytułowana była „Trybuną Odrzańską”. Pismo pod zmienioną nazwą ukazało się 1 lipca 1975 roku. Po 2070 dniach przywrócono poprzedni tytuł.

REDAKTORZY NACZELNI „TRYBUNY OPOLSKIEJ”

W pierwszym wydaniu „Trybuny Opolskiej” nie odnotowano w stopce redakcyjnej danych redaktora naczelnego czy sekretarza redakcji. Można było znaleźć jedynie informację:

¹ Następstwo to bywa jednak kwestionowane. Szczegółowo opisują je: K. Gryboś, *„TO” jest koncepcją nieco awanturniczą*, „Gazeta w Opolu”, bezpłatny dodatek do „Gazety Wyborczej” 1993, nr 40, s. 3; J. Płaskoń, *Rycie pod Trybuną*, „Przegląd Tygodniowy” 1993, nr 15, s. 14.

² Zob. Ustawa z dnia 28 czerwca 1950 r. o zmianach podziału administracyjnego Państwa.

³ „Trybuna Opolska” 1971, nr 336.

„Trybuna Opolska” organ KW Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. Wydawca: Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza Prasa. Redaguje Komitet. Opole, ulica Powstańców Śląskich Nr 9. Numery telefonów 271 i 870⁴.

Kolejne wydania pisma również nie zawierały informacji o składzie osobowym redakcji. O jej członkach czytelnicy mogli się czegoś dowiedzieć dopiero w piątą rocznicę powstania pisma. W dowcipnych wierszykach i na rysunkach przedstawiano redaktorów, korespondentów, członków działu technicznego. Pisano m.in. o redaktorze naczelnym:

(Tu następuje dialog sekretarki Marysi z telefonem) / – Czy jest naczelny? / – Jeszcze nie przyszedł... / – Czy jest naczelny? / – Przed chwilą wyszedł... / – Czy jest naczelny? / – Bądźcie łaskawi zadzwonić jutro bo jest... w Warszawie... / – Czy jest naczelny? / – Nie proszę pana... / – Czy jest naczelny? / – W KW od rana... [...] ⁵.

Kolejnymi redaktorami naczelnymi „Trybuny Opolskiej” byli:

a) w okresie PRL

- Henryk Werebejczyk (1952–1957)
- Stanisław Kosicki (1957–1962)
- Ignacy Wirski (1962–1971)
- Włodzimierz Kosiński (1971–1990, przy czym po 1989 roku w stopce pojawiła się informacja, że pismo „redaguje kolegium”, ze wskazaniem Kosińskiego jako naczelnego)

b) po 1989 roku:

- Marian Szczurek (1991)
- Marek Olejarczyk (do VIII 1992)
- Lech Stepaniak (XI 1992 – III 1993 – tj. do czasu powstania „Nowej Trybuny Opolskiej”, do której przeszedł wraz z niektórymi członkami zespołu redakcyjnego „Trybuny Opolskiej”)
- Marian Buchowski (V 1993 – X 1993)

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Po 1989 roku „Trybuna Opolska” znalazła się w niepewnym położeniu. Z jednej strony – cieszyła się popularnością wśród czytelników, z drugiej – ciążyło na niej odium minionego ustroju. 27 stycznia 1990 roku z winiety usunię-

⁴ „Trybuna Opolska” 1952, nr 1, s. 8.

⁵ *Nie dyskrecje z naszego podwórka*, „Trybuna Opolska” 1957, nr 1, s. 3.

to znacznik PZPR, a wprowadzono określenie: „Dziennik Regionalny Śląska Opolskiego”⁶.

24 lipca 1990 roku zarejestrowano Spółdzielnię Pracy Dziennikarzy Trybuny Opolskiej. Od 1 lutego 1991 wydawcą „Trybuny” została spółka Opolpress, która ukonstytuowała się w styczniu tegoż roku. Komisja Likwidacyjna RSW, chcąc uniknąć dominacji jednego wspólnika w Opolpressie, postanowiła, że udziały w nim będą posiadać cztery podmioty: Bank Handlowo-Kredytowy (z siedzibą w Katowicach) – 40%, Spółdzielnia Pracy Dziennikarzy Trybuny Opolskiej, Soldar (przedsiębiorstwo zawiązane przez Zarząd Regionu „Solidarność”) i Związek Gmin Śląska Opolskiego – po 20%⁷. Związek Gmin miał dopiero zapłacić za swoją część. Okazało się jednak, że należność odprowadził na niewłaściwe konto. Sytuację wykorzystał BHK, przejmując dodatkowych 20% udziałów i zyskując tym samym 60-procentowy pakiet kontrolny w spółce. W związku z ujawnionymi wkrótce powiązaniem banku z tzw. aferą Art-B jego wysokie udziały w Opolpressie pośpiesznie przekazano spółce Ship z Katowic. To dlatego opolscy wspólnicy Opolpressu – jak wyjaśniali potem na łamach regionalnej prasy – w obawie przed nieprzewidywanymi działaniami spółki spoza regionu podjęli starania o utworzenie nowego tytułu – „Nowej Trybuny Opolskiej”. W grudniu 1992 roku spółdzielnia dziennikarska otrzymała w wieczyste użytkowanie budynek redakcji przy Powstańców 9. Wynajęła go z datą wsteczną Opolpressowi⁸. Pieniądze uzyskane z najmu (w ostatnich miesiącach dwukrotnie podwyższonego) stały się wkładem spółdzielni dziennikarskiej do nowej spółki nazwanej Pro Media. Jej drugim, równorzędnym, udziałowcem został Solpress (inna spółka Zarządu Regionu „Solidarność”). Od 1 kwietnia 1993 roku Pro Media zaczęły wydawać „Nową Trybunę Opolską”. Wielu dziennikarzy przeszło z Opolpressu do Pro Mediów – m.in. Marian Szczurek oraz Lech Stepaniak, który od kwietnia 1993 został redaktorem naczelnym „Nowej Trybuny Opolskiej”. Ci, którzy pozostali w Opolpressie (siedmiu dziennikarzy i grafik), podjęli starania o dalsze wydawanie „Trybuny Opolskiej”. Napotkali jednak na rozmaite trudności, np. związane z parkiem technologicznym.

⁶ „Trybuna Opolska” 1990, nr 23, s. 1.

⁷ Informacje o losach Opolpressu i powstaniu spółki Pro Media podaje za: K. Gryboś, dz. cyt.; J. Płaskoń, dz. cyt.

⁸ Komentatorzy wskazują na osobę Mariana Szczurka, który był wówczas prezesem zarówno Opolpressu, jak i Spółdzielni Pracy Dziennikarzy TO. Reprezentował zatem wynajmującego i najemcę. Zob. J. Płaskoń, dz. cyt.

Wydawana przez Opolpress „Trybuna Opolska” wróciła na rynek 14 maja 1993 roku. Kierował nią Marian Buchowski. We wznowionym wydaniu zespół redakcyjny komentował:

Jak może ktoś zauważył, od 1 kwietnia br. leży w kioskach nowa gazeta. „Nowa Trybuna Opolska” tak bardzo chciała i chce być podobna do „Trybuny Opolskiej”, że zamiast ostentacyjnie potrząsać nowości kwiatem – obleka słowo NOWA w litery małeńkie jak kaliber niektórych ludzi⁹.

Logo „Nowej Trybuny Opolskiej” było bowiem ładząco podobne do używanego dotychczas przez „Trybunę Opolską”. Wznowiona „Trybuna Opolska” (z dopiskiem „Najstarszy dziennik Opolszczyzny”) ukazywała się równolegle z „Nową Trybuną Opolską” do 15 października 1993 roku, kiedy zakończyła działalność.

Wydawcą „Nowej Trybuny Opolskiej” niezmiennie, od 1993 roku, jest spółka Pro Media. W skład jej zarządu w 2013 roku wchodził: Krzysztof Krupa (prezes zarządu), Eugeniusz Kowalcze i Dorota Łojewska (członkowie zarządu)¹⁰. W ciągu lat zmieniali się jednak udziałowcy spółki. W 1996 roku 33,8% udziałów w spółce przejął norweski koncern przemysłowy Orkla¹¹. Dziesięć lat później jego aktywa kupił brytyjski fundusz inwestycyjny Mecom, którego właściciel, David Montgomery, powołał spółkę Media Regionalne (była to dawna Orkla Press Polska) do zarządzania przejętymi dziennikami. Wśród nich znajdowała się też „Nowa Trybuna Opolska”¹². W październiku 2013 roku Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wydał zgodę na przejęcie kontroli nad spółką Media Regionalne przez spółkę Polskapresse. Grupa Polskapresse jest częścią Verlagsgruppe Passau – niemieckiej grupy medialnej obecnej w Niemczech, Czechach i Polsce.

REDAKTORZY NACZELNI „NOWEJ TRYBUNY OPOLSKIEJ”

- Lech Stepaniak (IV 1993–1995)
- Maciej Siembieda (1995–2000)
- Wojciech Potocki (2000–2006)

⁹ Z. Adamiec, M. Brodowski, M. Buchowski, J. Hajduk-Nijakowska, H. Kubicki, L. Ołdak, B. Stankiewicz, M. Szyłska, *Szanowny Czytelniku*, „Trybuna Opolska” 1993, nr 77, s. 1.

¹⁰ Dane z Krajowego Rejestru Sądowego.

¹¹ Zob. A. Szynol, *Piętnaście lat obecności Passauer Neue Presse (Polskapresse) i Orkla Media na polskim regionalnym rynku prasowym*, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 2, s. 39.

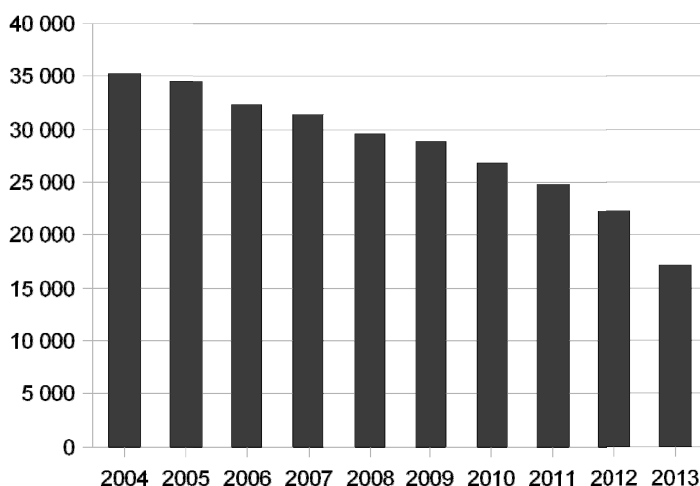
¹² Zob. tamże, s. 48–49.

- Jerzy Paciorkowski (2006–2007)
- Krzysztof Zyzik (od 12 X 2007 roku do dziś).

ZMIANY WIELKOŚCI SPRZEDAŻY (1990–2013)

Na początku lat 90. nakład codziennych wydań „Trybuny Opolskiej” wynosił 70 000 egzemplarzy, zaś edycji magazynów sobotnio-niedzielnych – dwukrotnie więcej¹³. Gazetę czytało w tamtym okresie ok. 28% mieszkańców regionu¹⁴. Pismo cieszyło się wśród nich dość dużym zaufaniem – w 1992 roku tylko 1% osób wyraziło względem niego całkowity brak zaufania¹⁵.

Jeśli idzie o „Nową Trybunę Opolską”, to w latach 2004–2013 średni jej nakład jednorazowy i płatne rozpowszechnianie zmniejszały się, o czym świadczą dane na wykresie 1.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Nowej Trybuny Opolskiej” w latach 2004–2013.
Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

¹³ Zob. D. Baran, *Prasa na Opolszczyźnie w pierwszych latach transformacji ustrojowej 1989–1992*, „Global Media Journal” 2007, nr 1, s. 89–90.

¹⁴ Zob. tamże.

¹⁵ Zob. szczegółowe wyniki badań dotyczących zaufania czytelników do „Trybuny Opolskiej” i „Nowej Trybuny Opolskiej” w latach 1992–1993, opublikowali M. Gierula, M. Jachimowski, *Media na Śląsku Górnym i Opolskim w latach 1989–1993. Zarys problematyki*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1994, nr 1–2, s. 108–109.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Misja „Nowej Trybuny Opolskiej” stanowi odzwierciedlenie posłannictwa przedstawicieli grupy prasowej Media Regionalne, której gazeta jest częścią¹⁶. Na reprezentantach grupy

spoczywa [...] duża odpowiedzialność społeczna, która koncentruje się na udzielaniu pomocy społeczności i organizacjom lokalnym, które podejmują wysiłki na rzecz poprawy i utrzymania odpowiedniej jakości życia przez lokalną społeczność. [...]

Realizowana Polityka Odpowiedzialności Społecznej pozwala nam na nadawanie kierunku różnym projektom społecznym oraz klasyfikowanie ich zgodnie z priorytetami naszych działań¹⁷.

W ciągu lat redakcja włączała się w różnorakie sprawy mieszkańców Opolszczyzny – opisując zarówno problemy bytowe, jak i reagując na inicjatywy mikropolityczne. W lipcu 1997 roku dziennikarze relacjonowali przebieg działań ewakuacyjnych podczas wielkiej powodzi. Siedziba redakcji została zalana, lecz gazeta nie przestała się ukazywać, a nawet dodatkowo wydawano ją w niedzielę, na bieżąco przekazując komunikaty z miejsc zalanych, informacje o możliwości uzyskania pomocy, o stanie wody i prognozach pogody¹⁸. Rok później – w odpowiedzi na rządowe plany likwidacji województwa opolskiego – „Nowa Trybuna Opolska” żywo włączyła się w „akcję obrony Opolszczyzny”. Uruchomiła interwencyjny telefon dla czytelników, których głosy publikowała w rubryce „Brońmy swego”, wydrukowała też formularz protestu przeciwko zamiarom rządu. Między innymi dzięki tym działaniom Obywatelski Komitet Obrony Opolszczyzny w ciągu tygodnia zebrał 25 000 podpisów pod protestem¹⁹. Dziesięć lat po udanej „obronie” województwa z inicjatywy „Nowej Trybuny Opolskiej” zorganizowano debatę o aktualnej kondycji regionu oraz ustanowiono coroczne Święto Województwa Opolskiego²⁰. Kolej-

¹⁶ Redaktor naczelny, Krzysztof Zyzik, utożsamia misję NTO z misją Mediów Regionalnych. Wskazuje, że od lat w zakres misji gazety wchodzi wszelkie działania na rzecz regionu i jego mieszkańców [rozmowa przeprowadzona przez autorkę 6 VIII 2013 r.].

¹⁷ Tamże.

¹⁸ Zob. R. Rudnik, *Opolszczyzna pod wodą*, „Nowa Trybuna Opolska” 2012, nr 139, s. 6–7.

¹⁹ Zob. K. Zyzik, *Brońmy swego! Czyli NTO w walce o województwo*, „Nowa Trybuna Opolska” 2012, nr 139, s. 8–9.

²⁰ Zob. tamże.

nym ważnym przejawem wypełniania misji obywatelskiej przez pismo było zdemaskowanie przez dziennikarzy praktyk korupcyjnych przedstawicieli opolskiej władzy (tzw. afera ratuszowa), w wyniku czego w 2003 roku doszło do aresztowań²¹. Inne prospołeczne działania „Nowej Trybuny” można zaobserwować m.in. w akcjach „Zabierz dziecko na wakacje” (licytacja pamiątek dla opolskiego hospicjum) oraz „Nie zabieraj organów do nieba” (promowanie wśród czytelników deklaracji woli oddania organów po śmierci), w cyklicznych plebiscytach Opolski Hipokrates (wybór lekarza roku, pielęgniarki roku, placówki medycznej i apteki) czy Strażak Roku²².

Obecnie misja „Nowej Trybuny Opolskiej” współbrzmi z misją spółki Polska-presse, której przedstawiciele deklarują: „Jesteśmy blisko spraw społeczności lokalnych, którym zapewniamy użyteczne i wysokiej jakości media oraz usługi”²³.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

W 2013 roku w redakcji „Nowej Trybuny Opolskiej” zatrudnionych było 30 etatowych pracowników, w tym 29 w pełnym wymiarze godzin, a jeden – na pół etatu. Redakcja współpracowała na stałe z sześcioma osobami, których wynagrodzenie stanowiła wierszówka. Ponadto miała zawarte umowy z firmami zewnętrznymi świadczącymi usługi korektorskie, fotograficzne i dziennikarskie.

Na czele redakcji „Nowej Trybuny Opolskiej” stoi redaktor naczelny, Krzysztof Zyzik. Współpracę z gazetą podjął w 1993 roku jako student politologii na Uniwersytecie Opolskim²⁴. Etat w redakcji spowodował, że Krzysztof Zyzik od drugiego roku edukację akademicką kontynuował systemem indywidualnej organizacji studiów. Tak wspomina początki swojej pracy dziennikarskiej:

Latem 1993 roku pojechałem do Budapesztu na koncert U2. [...] Uznałem bezczelnie, że jestem w stanie napisać relację z rockowego występu i poszedłem z tym pomysłem do redakcji „Trybunki”, gazety, która w moim rodzinnym domu była od zawsze.

²¹ Zob. Tenże, *Nie były to Dobre Domy...*, „Nowa Trybuna Opolska” 2012, nr 139, s. 10–11. Zob. także „Nowa Trybuna Opolska” 2002, nr 279; „Nowa Trybuna Opolska” 2003, nr 37.

²² Zob. M. Kroczyńska, *Akcja – reakcja*, „Nowa Trybuna Opolska” 2012, nr 139, s. 14–15.

²³ http://www.polskapresse.pl/kat/94.html?ses_pp=a99f351e1ff0779e220476b4e7215b8e [dostęp: 21 I 2014].

²⁴ Wywiadu z Krzysztofem Zyzikiem, dotyczącego m.in. jego kariery zawodowej, można wysłuchać na stronie: http://www.wolne-dziennikarstwo.pl/-362,%5BRozmowy_z_Absolwentami_UO%5D_red._Krzysztof_Zyzik [dostęp: 22 I 2014].

[...] Miałem fart, że trafiłem na ówczesnego zastępcę naczelnego, Piotrką Jankowskiego. Był to bowiem rockandrollowiec, miał długie włosy jak ja [...].

No, ale szybko poznałem ówczesne redakcyjne obyczaje, jak się to dzisiaj mówi: „kulturę korporacyjną”. Bo mój pierwszy tekst, owszem, ukazał się, ale po dwóch tygodniach, opatrzony zdjęciem Tiny Turner i podpisem „rokendrolowa babcia nieźle dała czadu”. [...] jak na relację z koncertu Bono – oryginalnie.

Byłem jednak szczęściarzem, bo trafiłem do NTO w czasie, kiedy redakcja otwierała się na młodych. [...] ²⁵.

Redaktor naczelny nie ma zastępcy. W redakcji są natomiast wyznaczeni czterej redaktorzy prowadzący: Ryszard Rudnik, Małgorzata Kroczyńska, Bogusław Mrukot i Magdalena Żołądz.

Ryszard Rudnik ukończył studia dziennikarskie na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach. Od 1984 roku związany był z „Trybuną Opolską”. W ciągu lat pracował m.in. w dziale terenowym, w redakcji rolnej, był sekretarzem redakcji i zastępcą redaktora naczelnego. W 1993 roku związał się z „Nową Trybuną Opolską”. Obecnie nadzoruje pracę działu społecznego. Małgorzata Kroczyńska jest absolwentką filologii polskiej Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Opolu (obecnie Uniwersytet Opolski). Przez dziewięć lat kierowała działem terenowym „Nowej Trybuny Opolskiej”, redaktorem prowadzącym i wydawcą jest od ok. sześciu lat. Zajmuje się problematyką społeczno-kulturalną. W 2007 roku otrzymała Nagrodę Tygodnika „Angora” za wywiad z Katarzyną Grocholą „Ja wam pokażę”, przedrukowany w „Angorze” w 2006 roku ²⁶. Aktualnie redaguje cotygodniowy dodatek „Integracja bez barier” adresowany do ludzi wykluczonych, niepełnosprawnych, bezrobotnych itp. Ponadto opracowuje blok weekendowy „Strefa Imprez”, w którym zawarte są m.in. informacje o repertuarze kin i teatrów. Bogusław Mrukot nadzoruje pracę dziennikarzy piszących na tematy ekonomiczne, specjalizuje się w tematyce zagranicznej. W 2013 roku wspólnie z publicystą Krzysztofem Ogioldą redagował dodatek promocyjny do „Nowej Trybuny Opolskiej” pn. „EkoNTO” ²⁷, który dotyczył zagadnień gospodarowania odpadami i był dofinansowany ze środków Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Opolu.

²⁵ K. Zyzik, *Powstańców Śl.* 9, „Nowa Trybuna Opolska” 2012, nr 139, s. 4.

²⁶ Zob. H. Martenka, *Panie na podium*, „Angora” 2007, nr 10, s. 7. Laureatami Nagrody Tygodnika „Angora” byli też inni dziennikarze NTO – Danuta Nowicka, Iwona Kłopotcka, Krzysztof Strauchmann i Krzysztof Ogiolda (dwukrotnie).

²⁷ „EkoNTO” w wersji elektronicznej można przeglądać na stronie: <http://www.wfo-sigw.opole.pl/fundusze-unii-europejskiej-2007-2013/informacja-i-promocja> [dostęp: 22 I 2014].

Magdalena Żołądź ukończyła filologię polską ze specjalizacją komunikacja społeczna i dziennikarstwo na Uniwersytecie Opolskim. Z „Nową Trybuną Opolską” związana jest od 1999 roku. Początkowo była dziennikarką tygodniowego dodatku lokalnego „Strzelce Opolskie – Krapkowice”, od 2003 roku jest redaktorem prowadzącym, od ok. ośmiu lat również kierownikiem działu terenowego i – od 2011 r. – wydawcą. Nadzoruje pracę oddziałów terenowych oraz lokalnych tygodników ukazujących się co piątek.

Redakcja „Nowej Trybuny Opolskiej” składa się z sześciu działów: terenowego, miejskiego, społecznego, sportowego, graficznego i online. Działem terenowym kieruje Magdalena Żołądź. Dział miejski, w którym opracowywane są informacje dotyczące Opola i okolic, jest pod nadzorem Roberta Łodzińskiego. Kierownik tego działu dodatkowo zajmuje się tematyką wojskową oraz problemami opolskiego kolejnictwa. Pracę działu społecznego kontroluje Ryszard Rudnik. Działem sportowym kieruje Roman Stęporowski, a graficznym – Krzysztof Olczyk. Z kolei na czele działu online stoi Tomasz Wróblewski – absolwent politologii ze specjalnością samorządową Uniwersytetu Śląskiego. Z gazetą jest związany od 1999 roku, do 2005 roku był reporterem terenowym w Kędzierzynie-Koźlu, następnie zastępcą kierownika działu terenowego, w 2006 roku został redaktorem online, a w 2007 – jego kierownikiem. Tomasz Wróblewski, wspólnie z Tomaszem Krawczykiem oraz Rafałem Baranem, tworzył internetowy portal nto.pl.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA W ROKU 2013

W ciągu 2013 roku redakcja „Nowej Trybuny Opolskiej” podjęła ważne tematy związane z funkcjonowaniem w regionie organów samorządowych oraz innych instytucji publicznych. Dziennikarze realizowali tym samym prawo do krytyki prasowej i wypełniali swoje powinności w zakresie dozoru norm i wartości społecznych, kontrolowania lokalnych procesów politycznych czy jawnego sprzeciwiania się nieprawidłowościom²⁸.

W lutym gazeta opublikowała tekst pt. „Odlot marszałka”²⁹. Jego autorka, Mirela Mazurkiewicz, na podstawie rozmów z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego (których dane na ich prośbę zacho-

²⁸ Zob. S. Michalczyk, *Spółczesność medialna. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 130–132.

²⁹ M. Mazurkiewicz, *Odlot marszałka*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 39, s. 1, 11–13.

wała do wiadomości redakcji) szczegółowo opisała stosunek wicemarszałka do podległych mu pracowników:

Mówi do nas jak do psów: „siad”, „głos”, „waruj” – opowiadają podwładni wicemarszałka Tomasza Kostusia. Szofera, który nie chciał łamać przepisów drogowych, wyrzucił z samochodu i sam przejął kierownicę. Dokąd zajedzie ambitny „wilczek” z Platformy? [...]

– Dworski styl i poniżanie pracowników niższych rangą to u nas codzienność – mówią. – Marszałek potrafi być uroczy dla ludzi z zewnątrz, na których mu zależy. Swoich podwładnych ma za nic. – Jest mi wstyd, że tak długo znoszę traktowanie jak psa – mówi jeden z dyrektorów. – Ale gdzie ja w Opolu znajdę lepszą pracę³⁰.

Autorka przytoczyła w tekście treść rozmów z informatorami oraz moment swojego spotkania z wicemarszałkiem. Odnotowała również, że:

Marszałek w ostatnich dniach przed publikacją autoryzował swoje wypowiedzi, szukał urzędowych „zdrajców” oraz wypytywał w środowisku dziennikarskim o autorkę tekstu³¹.

Publikacja artykułu doprowadziła do kontroli, którą w UMWO przeprowadziła Okręgowa Inspekcja Pracy. Natomiast wicemarszałek wytoczył gazecie proces o naruszenie dóbr osobistych. Na początku stycznia 2014 roku doszło jednak do ugody między nim a wydawcą gazety:

Ostateczną treść ugody (jednozdaniową) zaproponowali polityk i jego pełnomocnik. Tekst głosi, że Tomasz Kostuś wycofuje pozew przeciwko wydawcy naszej gazety, natomiast NTO poinformuje o tym fakcie w najbliższym wydaniu.

– Dla mnie najważniejsza jest praca dla dobra regionu i wywiązywanie się z zadań nałożonych na mnie przez marszałka – mówi Tomasz Kostuś, wicemarszałek województwa opolskiego. – Ta ugoda kończy sprawę i pozwala mi skierować wszystkie siły do wykonywania obowiązków.

– Szanujemy decyzję Tomasza Kostusia o wycofaniu pozwu. Od początku tego sporu twierdzimy, że rolą władzy jest rządzenie, a mediów – rzetelne informowanie, w tym kontrola władzy – mówi Krzysztof Zyzik, redaktor naczelny NTO. – Co ważne, ugoda, którą podpisaliśmy, nie oznacza wycofania się NTO z zarzutów zawartych w tekście „Odlot marszałka”³².

³⁰ Tamże.

³¹ Tamże. Zob. też M. Mazurkiewicz, *Albo się oczyści, albo dymisja*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 40, s. 2–3; też, *Marszałek Sebesta żąda wyjaśnień*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 43, s. 3; też, *Marszałkowie płaczą się w wyjaśnieniach*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 49, s. 1, 3.

³² S. Draguła, *Tomasz Kostuś wycofał pozew*, „Nowa Trybuna Opolska” 2014, nr 7, s. 2.

Pod koniec maja 2013 roku „Nowa Trybuna Opolska” ujawniła fakty dotyczące innej osoby publicznej – ówczesnego opolskiego komendanta wojewódzkiego policji, nadinspektora Leszka Marca. Anonimowy informator dostarczył do redakcji nagranie rozmowy, którą funkcjonariusz przeprowadził z podległą mu służbowo naczelniczką wydziału komunikacji społecznej w komendzie wojewódzkiej. W zarejestrowanym materiale przeplatały się wątki służbowe, osobiste i obyczajowe³³. Po ujawnieniu nagrania opolski komendant został odwołany ze stanowiska i odszedł na emeryturę, natomiast wobec naczelniczki wszczęto postępowanie dyscyplinarne dotyczące naruszenia zasad etyki zawodowej, pozbawiono ją dotychczasowej funkcji i przeniesiono do innego działu. Temat tzw. seksafery w opolskiej policji był szeroko omawiany w ogólnopolskich mediach, stał się też głównym wątkiem jednego z posiedzeń sejmowej komisji spraw wewnętrznych³⁴. Równocześnie Prokuratura Okręgowa w Legnicy prowadziła śledztwo dotyczące założenia i wykorzystania podsłuchu w gabinecie komendanta wojewódzkiego policji. Zostało ono jednak umorzone, ponieważ okazało się, że do nagrania rozmowy doszło przypadkowo, nie zaś w wyniku celowej inwigilacji³⁵.

Informacja o skandalu obyczajowym w opolskiej policji wywołała duże zainteresowanie „Nową Trybuną Opolską” wśród innych mediów – zwłaszcza ogólnopolskich, które cytowały gazetę. W związku z tym w maju i w czerwcu 2013 roku „Nowa Trybuna Opolska” znalazła się w czołówce rankingu najbardziej opiniotwórczych mediów regionalnych w Polsce, prowadzonego przez Instytut Monitorowania Mediów³⁶. Gazeta odnotowała ten fakt jako swoje osiągnięcie³⁷.

W 2013 roku „Nowa Trybuna Opolska” po raz szesnasty przyznała Złote Spinki – nagrody dla wybitnych opolan (społeczników, samorządowców, biz-

³³ Zob. M. Mazurkiewicz, *Komendant wojewódzki policji jest podsłuchiwany*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 119, s. 3. Taż, *Seksafera w opolskiej policji. Komendant stracił stanowisko*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 120, s. 4.

³⁴ Zob. <http://www.nto.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20130710/KRAJSWIAT/130719969> [dostęp: 10 VII 2013].

³⁵ Zob. <http://www.nto.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20131227/POWIAT01/131229683> [dostęp: 27 XII 2013].

³⁶ W maju odnotowano 40 cytatów z NTO, a w czerwcu – 20. Oba wyniki dały gazecie drugą lokatę w comiesięcznych rankingach. Zob. raporty Instytutu Monitorowania Mediów: *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w maju 2013 roku*, Warszawa 2013, s. 13; *Najbardziej opiniotwórcze polskie media w czerwcu 2013 roku*, Warszawa 2013, s. 13.

³⁷ Zob. I. Kłopocka, *NTO w opiniotwórczej czołówce*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 149, s. 2.

nesmenów, ludzi kultury), których kandydatury podawali czytelnicy pisma. Uroczystość nadania wyróżnień wyjątkowo odbyła się nie w Opolu, lecz w Gogolinie, gdzie przy okazji oficjalnie otwarto nowe Gminne Centrum Kultury im. Jerzego Lipki³⁸.

Ponadto redakcja przeprowadziła cykliczny konkurs pod hasłem „Róbmy swoje. Aktywni w regionie”. Jej partnerem była Fundacja Grupy GóraŹdże „Aktywni w Regionie”. Najaktywniejszym organizacjom kulturalnym czy pomocowym przyznano wysokie granty³⁹.

Wydawnictwo podejmowało też wiele innych ważnych inicjatyw publicystycznych, m.in. za pośrednictwem dodatków „Integracja bez barier” czy „EkoNTO” oraz wielu innych wkładek tematycznych. Co śródę ukazywał się dwujęzyczny polsko-niemiecki Tygodnik Niemców na Śląsku Opolskim „Heimat. Mała ojczyzna”, redagowany przez Krzysztofa Ogioldę, a skierowany do licznie reprezentowanej na Opolszczyźnie mniejszości niemieckiej. Z kolei, w miesięcznych odstępach emitowano: „Trybunę Teatralną” z repertuarem Teatru im. Jana Kochanowskiego w Opolu oraz z recenzjami spektakli, redagowaną przez Iwonę Kłopocką; dodatek „Nasz szpital” (dotyczący spraw Wojewódzkiego Centrum Medycznego) przygotowywany przez Małgorzatę Fedorowicz; wkładkę „Regionalna kolej na Opolszczyźnie” pod redakcją Roberta Łodzińskiego. W jednym z grudniowych wydań gazety ukazała się pionierska wkładka pn. „Złota setka. Ranking firm województwa opolskiego”⁴⁰ przygotowana przez dziennikarzy „Nowej Trybuny Opolskiej” we współpracy z pracownikami naukowymi Politechniki Opolskiej. Znalazła się w niej klasyfikacja firm sporządzona według stanu ogólnego zadłużenia i stanu płynności finansowej poszczególnych przedsiębiorstw. Dodatek gospodarczy miał za zadanie promować dobre praktyki biznesowe.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W ROKU 2013

Dużym osiągnięciem „Nowej Trybuny Opolskiej” w 2013 roku było uzyskanie wspomnianej wysokiej liczby cytowań w związku z nagłośnieniem skandalu w opolskiej komendzie policji. Za teksty dotyczące tej sprawy pt. „Komendant wojewódzkiej policji jest podsłuchiwany” oraz „Seksafera w opol-

³⁸ Zob. K. Ogiolda, *Zasłużyli na złoto jak nikt*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 121, s. 1–3.

³⁹ Zob. R. Dimitrow, *Robią swoje, a nawet więcej*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 20, s. 1, 5.

⁴⁰ „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 295.

skiej policji. Komendant stracił stanowisko” ich autorka Mirela Mazurkiewicz została nominowana do nagrody dziennikarskiej w konkursie Grand Press 2013. Była ona jedną z pięciu pretendentek do tej nagrody w kategorii News⁴¹.

W maju 2013 roku „Nowej Trybunie” przyznano pierwsze miejsce w kategorii dzienników i nagrodę ArtFront w Konkursie Izby Wydawców Prasy na Prasową Okładkę Roku GrandFront 2012. We wskazanej kategorii oceniano w sumie 65 stron tytułowych – po raz pierwszy wspólnie weryfikowano gazety ogólnopolskie i regionalne. W rywalizacji brało udział 431 czasopism. „Nowa Trybuna Opolska” zgłosiła do konkursu projekty autorstwa Krzysztofa i Filipa Ignatowiczów. Były to okładki wydań z Wielkiego Piątku i Wielkanocy – z numerów 82. i 83. z 2012 roku – na których widniały gwoździe ułożone w znak krzyża oraz trawa kiełkująca z dziur po gwoździach⁴². Konkurs GrandFront odbywał się po raz jedenasty.

Papierowe wydanie „Nowej Trybuny” oraz portal internetowy nto.pl zajęły dwa pierwsze miejsca w wewnętrznym audycie jakościowym grupy prasowej Media Regionalne. Oceniano w nim merytoryczną wartość prezentowanych tematów, staranność ich prezentacji, poziom językowy, interakcję z czytelnikami i opiniotwórczość. Redakcja odnotowała swoje sukcesy w jednym z majowych wydań⁴³.

Na początku 2014 roku publicystce Iwonie Kłopockiej-Marcjasz przyznano Nagrodę Tygodnika „Angora”⁴⁴ za wywiad z polonistką i dyrektorką III Liceum Ogólnokształcącego w Opolu Joanną Raźniewską „Kanon pełen nudy”, który w papierowym wydaniu „Nowej Trybuny Opolskiej” ukazał się 11 października 2013 roku⁴⁵.

⁴¹ Zob. http://mango.press.pl/zalaczniki_WWW/gp/Informacja_prasowa_Grand_Press_2013-nominacje.pdf [dostęp: 31 I 2014].

⁴² Zob. <http://www.grandfront.pl/> [dostęp: 1 VII 2013].

⁴³ Zob. *Potrójny sukces NTO*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 120, s. 2.

⁴⁴ Zob. <http://www.nto.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20140130/POWIAT01/140129412> [dostęp: 31 I 2014].

⁴⁵ Zob. I. Kłopocka-Marcjasz, *Kanon pełen nudy*, „Nowa Trybuna Opolska” 2013, nr 238, s. 23.

Robert Stopikowski

„Polska Dziennik Bałtycki”



Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Prasa Bałtycka.

Adres redakcji: ul. Targ Drzewny 9/11, 80-894 Gdańsk.

Adres witryny internetowej: <http://www.dziennikbaaltycki.pl>

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 290 x 355 mm.

Liczba stron: wydanie podstawowe liczy od 40–56 stron.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 29 395 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 575 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo pomorskie (16 powiatów + Trójmiasto) oraz powiat sławieński (województwo zachodniopomorskie).

W każdy piątek do „Dziennika Bałtyckiego” dołączanych jest 17 tygodników lokalnych (16 w woj. pomorskim i jeden w woj. zachodniopomorskim). W Trójmieście – tygodnik „Trójmiasto”, w powiecie gdańskim – „Echo Pruszcza Gdańskiego”, w powiecie tczewskim – „Dziennik Tczewski”, w powiecie starogardzkim – „Dziennik Kociewski”, w powiecie człuchowskim – „Dziennik Człuchowski”, w powiecie bytowskim – „Dziennik Powiatu Bytowskiego”, w powiecie lęborskim – „Echo Ziemi Lęborskiej”, w powiecie kartuskim – „Tygodnik Kartuzy”, w powiecie kościerskim – „Gryf Kościerski”, w powiecie wejherowskim – „Gryf Wejherowski” i „Goniec Rumski”, w powiecie puckim – „Echo Ziemi Puckiej”, w powiecie nowodworskim – „Żuławy i Mierzeja”, w powiecie malborskim – „Dziennik Malborski”, w powiecie sztumskim „Powiśle, Sztum i Dzierzgoń”, w powiecie kwidzyńskim „Kurier Powiatu Kwidzyńskiego”, w powiecie sławieńskim (woj. zachodniopomorskie) – „Dziennik Sławieński”.

HISTORIA

Po zajęciu Gdańska przez wojska sowieckie w marcu 1945 r. rozpoczął się proces odbudowy podstaw wydawniczych. Z uwagi na znaczny rozmiar zniszczeń zapleczem drukarskim dla prasy gdańskiej stała się Gdynia, gdzie korzystano z drukarni przy ul. Mściwoja 7. Gdańsk posiadał bogate, jeszcze przedwojenne tradycje ważnego ośrodka wydawniczego prasy polskiej, ale nowe władze nie były zainteresowane nawiązywaniem do takiej przeszłości.

Pierwszym wydawnictwem prasowym uruchomionym po zakończeniu działań wojennych był „Biuletyn Bałtycki” ukazujący się od 8 maja 1945 r. Wydano zaledwie pięć numerów, po czym cały zespół redakcyjny został włączony do nowo powstałego „Dziennika Bałtyckiego”, który rozpoczął działalność 19 maja 1945 r.¹ Pismo zostało założone przez przybyłych do Gdyni: Anatola Mikulkę, który został jednocześnie redaktorem naczelnym, Mirosławem Żelewską-Walicką i Tadeusza Ulanowskiego, który pełnił funkcję sekretarza redakcji. Były to osoby związane z założoną przez Jerzego Borejszę Spółdzielnią Oświatowo-Wydawniczą Czytelnik². W lipcu 1945 r. redaktorem naczelnym został Bolesław Wit-Święcicki.

Redakcja „Dziennika Bałtyckiego” od założenia mieściła się w Gdyni. Tam też w 1949 r. rozpoczęto budowę nowej siedziby Spółdzielni Czytelnik, ale jej nie ukończono. Inwestycję przeniesiono do Gdańska na Targ Drzewny, gdzie wkrótce powstał Dom Prasy, który stał się docelową siedzibą redakcji „Dziennika Bałtyckiego” oraz Spółdzielni Czytelnik, a także szeregu innych instytucji, w tym m.in. urzędu cenzury, oddziałów PAP i CAF³.

Od końca 1948 r. zaostrzył się kurs stalinizacji życia społeczno-politycznego, który objął również prasę. „Dziennik Bałtycki” wydawany przez Spółdzielnię Czytelnik formalnie pozostawał poza wpływami PPR. Funkcję organu prasowego tej partii w Gdańsku pełnił od grudnia 1945 r. tygodnik „Głos Wybrzeża”, będący wówczas mutacją „Głosu Ludu”. Pismo to usamodzielniało się 16 listopada 1948 r., stając się oficjalnym dziennikiem PPR i PPS na Wybrzeżu, uprzedzając grudniowy Kongres Zjednoczeniowy tych partii. Formalna niezależność „Dziennika Bałtyckiego” od PPR, a później od PZPR, nie ozna-

¹ Kolegium redakcyjne „Biuletynu Bałtyckiego” to: Józef Izyski, Maria Mikulska, Zofia Żelaska-Mrozowicka. Por. M. Andrzejewski, M. Szteler, *Prasa w Gdańsku w latach 1945–1980* [w:] *Prasa gdańska na przestrzeni wieków*, red. M. Andrzejewski, Gdańsk 1999, s. 119.

² H. Galus, *Najnowsza historia prasy gdańskiej 1945–1998*, Gdańsk 1999, s. 17–18.

³ B. Śliwiński (red.), *Encyklopedia Gdańska*, „Dziennik Bałtycki”, Gdańsk 2012, s. 259–260.

czała autonomii ideowej. Oba pisma, podobnie jak powołany później „Wieczór Wybrzeża”⁴, były czynnie zaangażowane w działania propagandowe władzy. Związki „Dziennika Bałtyckiego” z PZPR stały się bardziej formalne po przejściu go przez Robotniczą Spółdzielnię Wydawniczą Prasa w marcu 1951 r. Wzmógł się też nadzór polityczny, a do redakcji skierowano wówczas młodych, nie zawsze odpowiednio przygotowanych i wykształconych, ale posłusznych i dyspozycyjnych wobec władzy dziennikarzy.

Zmiany nastąpiły po 1956 r. i dotyczyły nie tylko kierownictwa, ale również dziennikarzy. Zwiększono ilość informacji i publicystyki, podniósł się również poziom pisma. „Dziennik Bałtycki” posiadał wówczas oddziały redakcji w Gdyni i Elblągu, drukowano również mutacje przeznaczone dla odbiorców na terenie województwa oraz powiększone objętościowo wydania sobotnio-niedzielne⁵. Rosła również liczba ogłoszeń. Początkowo nie przekraczały objętości jednej strony, ale w latach 60., a szczególnie w drugiej połowie lat 80. powierzchnia ta znacząco wzrosła. Zwykle dwa numery pisma w tygodniu były ukierunkowane na zamieszczanie ogłoszeń, co dawało gazecie pozycję lidera na trójmiejskim rynku.

W okresie strajków sierpniowych lat 80. od 24 września 1980 do końca listopada 1981 r. na łamach „Dziennika Bałtyckiego” za zgodą władz wojewódzkich funkcjonowała ukazująca się kilka razy w tygodniu autonomiczna wkładka „Samorządność”. Stała się ona niezależnym forum wymiany myśli i swoistym załącznikiem ogólnopolskiego tygodnika o tym samym tytule.

Po wprowadzeniu stanu wojennego od 14 grudnia 1981 r. do 1 lutego 1982 r. trzy gdańskie dzienniki: „Dziennik Bałtycki”, „Głos Wybrzeża” i „Wieczór Wybrzeża” ukazywały się wspólnie w ramach tzw. „Trójgazety”. W wydawnictwie tym pracowało 37 specjalnie dobranych przez władze dziennikarzy nadzorowanych przez oficera politycznego Marynarki Wojennej. Druk „Dziennika Bałtyckiego” wznowiono 2 lutego 1982 r., a po przeprowadzonej w redakcji weryfikacji usunięto trzech dziennikarzy. W sumie ofiarami czystek w różnych mediach padło 60 gdańskich dziennikarzy, co było największym odsetkiem zwolnionych wśród pozostałych województw w kraju⁶.

Prasa gdańska, a w szczególności „Dziennik Bałtycki”, odegrała istotną rolę w integracji ludności przybyłej do Gdańska z różnych terenów państwa,

⁴ Pierwszy numer „Wieczoru Wybrzeża” pojawił się 17 lutego 1957 r.

⁵ H. Galus, *Najnowsza historia prasy gdańskiej...*, s. 26.

⁶ Szerzej na ten temat: *Biała księga prasy gdańskiej 1980–1993. Dokumenty i publicystyka*, red. H. Galus, Gdańsk 1999, s. 31–155.

w tym z Kresów Wschodnich. Popularyzowano historię Gdańska i Pomorza, akcentując związki z Rzeczpospolitą i kulturą polską.

Swego rodzaju wizytówką „Dziennika Bałtyckiego” jest ilustrowany dodatek „Rejsy” ukazujący się od 20 października 1946 r., początkowo w wydaniach niedzielno-poniedziałkowych, od 1975 r. w sobotnio-niedzielnym, a obecnie w piątkowym. Jego główną tematyką były sprawy społeczne, kulturalne, historyczne, zwłaszcza dotyczące Pomorza oraz techniki i gospodarki morskiej. Poza tym w „Rejsach” zamieszczano felietony, recenzje, omawiano różnego rodzaju nowości⁷.

Tabela 1. Redaktorzy naczelni w latach 1945–1990

Nazwisko i imię	Okres
Mikułko Anatol	od 12 V 1945
Wit-Święcicki Bolesław	14 VII 1945 – 14 VII 1946
Kolegium redakcyjne	15 VII 1946 – 4 IV 1947
Ulanowski Tadeusz	5 IV 1947 – 31 X 1948
Kolegium redakcyjne	1 XI 1948 – 31 XII 1949
Kraak Piotr	1950–1956
Kolegium redakcyjne	1 I 1957 – 20 X 1957
Hyra Wacław	21 X 1957 – 26 VII 1968
Matuszkiewicz Jerzy	27 VII 1968 – 3 XI 1975
Kolegium redakcyjne	4 XI 1975 – 30 XII 1975
Królikowski Józef	31 XII 1975 – 13 XII 1981
„Trójgazeta” zespół	14 XII 1981 – 1 II 1982
Brak danych w stopce redakcyjnej	od 2 II 1982
Pierściński Andrzej	2 VII 1984 – 17 IX 1986
Waczyński Jerzy	18 IX 1986 – 20 VI 1990

ORIENTACYJNE DANE O WIELKOŚCI SPRZEDAŻY

Nakład „Dziennika Bałtyckiego” w pierwszym okresie funkcjonowania wynosił 2–3 tys. egz.⁸, a pod koniec 1945 r. miał przekraczać nawet 20 tys. egz.⁹ Po

⁷ M. Andrzejewski, M. Szteler, *Prasa w Gdańsku w latach 1945–1980* [w:] *Prasa gdańska na przestrzeni wieków*, red. M. Andrzejewski, Gdańsk 1999, s. 120–121.

⁸ H. Galus, *Najnowsza historia prasy gdańskiej...*, s. 18.

⁹ M. Andrzejewski, M. Szteler, *Prasa w Gdańsku w latach...*, s. 120.

przeniesieniu druku do Gdańska w czerwcu 1946 r. osiągnął 30 tys. egz. W 1947 r. nakład przekroczył 50 tys. egz., a w 1949 r. – 61 tys. egz. W 1969 r. średni nakład „Dziennika Bałtyckiego” wynosił 91 278 egz., a wydania z dodatkiem „Rejsy” – 124 042 egz., natomiast w 1977 r. – 89 700 egz.

Tabela 2. Nakład „Dziennika Bałtyckiego” w latach 1958–1964

Rok	1958	1959	1960	1961	1962	1963	1964
Tys. egz.	100	102	102	90	89	87	90

Źródło: M. Andrzejewski, M. Szteler, *Prasa w Gdańsku w latach 1945–1980* [w:] *Prasa gdańska na przestrzeni wieków*, red. M. Andrzejewski, Gdańsk 1999, s. 130.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Po reaktywacji 19 lipca 1989 r. gdańskiego oddziału Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich i przeprowadzonej wśród członków SDP ankiety pojawiła się koncepcja przejścia jednego z gdańskich dzienników. Było to związane z zadośćuczynieniem, jakiego oczekiwali od Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa-Książka-Ruch dziennikarze zwolnieni z pracy w okresie stanu wojennego. Zwrócono się do wydawcy o przekazanie „Dziennika Bałtyckiego” – pisma formalnie niezależnego od PZPR, ponieważ domaganie się „Głosu Wybrzeża” mogło być odczytane jako odbieranie istniejącym partiom politycznym ich organów prasowych. Inicjatywa SDP spotkała się z poparciem lokalnych organizacji, w tym Zarządu Regionu „Solidarności” w Gdańsku i Elblągu, ale napotkała na opór władz RSW. W spór ten nieoczekiwanie włączyła się redakcja „Dziennika Bałtyckiego”, zamieszczając w numerze z 4 września 1989 r. deklarację apolityczności i niezależności od grup społecznych, a szczególnie od partii politycznych. W winiecie gazety zamieszczono nawet podtytuł „Niezależne pismo Wybrzeża”. W konsekwencji tych działań oraz przy braku wsparcia dla inicjatywy gdańskiego SDP wśród solidarnościowych środowisk w Warszawie koncepcję tę zarzucono i skupiono się przede wszystkim na tworzeniu nowego pisma „Gazety Gdańskiej”¹⁰.

Po przyjęciu ustawy likwidacyjnej RSW Prasa-Książka-Ruch w marcu 1990 r. zespół dziennikarzy w maju tego roku powołał do istnienia Dzienni-

¹⁰ H. Galus, *Najnowsza historia prasy gdańskiej...*, s. 62. W publikacji tej zawarte są również oficjalne dokumenty z tego okresu dotyczące starań o przejęcie „Dziennika Bałtyckiego” (s. 377–441).

karską Spółdzielnię Pracy Dziennik Bałtycki. Rozpoczęła ona rozmowy związane ze zmianami właścicielskimi z kilkoma podmiotami: Zarządem Regionu NSZZ „Solidarność”, prezesem Oddziału SDP, z redakcją sprzedanego prywatnej firmie Kadeks tygodnika „Wybrzeże” i Spółdzielnią Wydawniczą Czytelnik. Komisja Likwidacyjna RSW zdecydowała 15 lutego 1991 r. o sprzedaży „Dziennika Bałtyckiego” Prasie Gdańskiej reprezentowanej przez spółkę Przekaz, w skład której wchodził Zarząd Regionu Gdańskiego NSZZ „Solidarność” oraz francuska grupa Socpress należąca do koncernu Roberta Hersanta. Decyzja ta została jednak zaskarżona do sądu przez Dziennikarską Spółdzielnię Pracy, która argumentowała, że oferta spółki Kadeks była bardziej korzystna¹¹. Sąd Wojewódzki w Warszawie wydał decyzję o wstrzymaniu sprzedaży „Dziennika Bałtyckiego”, a spółka Przekaz stała się dzierżawcą pisma. Spór sądowy trwał rok, nie przynosząc rozstrzygnięcia, dlatego Dziennikarska Spółdzielnia Pracy wycofała w lutym 1992 r. pozew, przyjmując jednocześnie ofertę Socpress powołania spółki Baltic Press i wydawania „Tygodnika Bałtyckiego”, w którym pracę miała znaleźć część zespołu redakcyjnego „Dziennika Bałtyckiego”. W tej sytuacji właścicielem „Dziennika Bałtyckiego” została spółka Prasa Gdańska, (gdzie 49% udziałów posiadała spółka Przekaz, a 51% Socpress R. Hersanta), co przyniosło daleko idącą modernizację bazy technicznej i materialnej wydawnictwa oraz przeobrażenie prezentowanej linii politycznej na konserwatywną. Nowy właściciel skomputeryzował całkowicie redakcję i wybudował nową drukarnię w Pruszczu Gdańskim. Pismo stało się regionalnym dziennikiem o charakterze ogólnoinformacyjnym. Wprowadzono również szereg dodatków: „Biznes Forum”, „Salon Audio Video”, „Salon Alicji”, „Sportowiec Bałtycki”, „Auto Salon”, „Dom. Osiedle. Mieszkanie”, „Na topie”.

W 1993 r. NSZZ „Solidarność” na skutek strat poniesionych przez spółkę Prasa Gdańska musiała odsprzedać 15% udziałów w „Dzienniku Bałtyckim” R. Hersantowi. Jednak zasadnicza zmiana nastąpiła we wrześniu 1994 r., kiedy wszystkie udziały w powołanej przez R. Hersanta spółce Polskapresse dość nieoczekiwanie wykupił bawarski koncern Verlagsgruppe Passau, a na przełomie 1994 i 1995 r. zakupił od NSZZ „Solidarność” pozostałe akcje i stał się jedynym właścicielem pisma. 1 stycznia 1996 r. niemiecki właściciel dokonał fuzji wszystkich zależnych od niego podmiotów działających na Wybrzeżu Gdańskim i powołał nową spółkę Prasa Bałtycka.

¹¹ Kadeks miał oferować 16 mld zł za pismo i 53,3 mld zł za poligrafię, a oferta Prasy Gdańskiej opiewała odpowiednio na 12 mld zł i 43 mld zł. W. Pepliński, *Gdańskie i pomorskie media po 1989 roku. Wybór szkiców i esejów z lat 1991–2001*, Gdańsk 2007, s. 34.

Zmiany te miały zasadniczy wpływ na reorientację linii politycznej prezentowanej na łamach „Dziennika Bałtyckiego”. Wyrazem tego była reakcja wydawcy na wspólne publikacje z warszawskim „Życiem” poczynawszy od 23 sierpnia 1997 r. serii artykułów oskarżających prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego o kontakty z rosyjskim agentem Władimirem Ałganowem. Na skutek interwencji prezesa Polskapresse Mathieu Cossona 9 września 1997 r. redaktor naczelny „Dziennika Bałtyckiego” Andrzej Liberadzki został zmuszony do opublikowania oświadczenia, w którym odciął się od wcześniejszych tekstów, stwierdzając, że redakcja nie jest już w stanie podtrzymać wcześniej relacjonowanych faktów. Następnego dnia szef koncernu Passauer Neue Presse Franz Hirtreiter wystosował uległy list z przeprosinami do prezydenta Kwaśniewskiego, zarzucając swoim dziennikarzom stawianie bezpodstawnych oskarżeń bez podania przekonujących dowodów. Wydarzenia te odbiły się szerokim echem nie tylko w Polsce i spowodowały odejście z redakcji na znak protestu kilkunastu dziennikarzy¹².

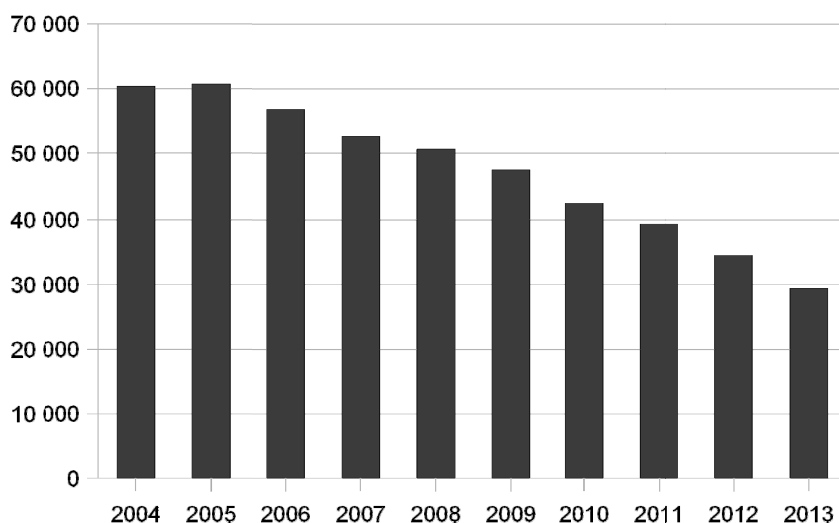
Tabela 3. Redaktorzy naczelni w latach 1990–2013

Nazwisko i imię	Okres
Bolduan Tadeusz	2 VII 1990 – 15 II 1991
Jakubowski Jan	16 II 1991 – 1 XI 1996
Liberadzki Andrzej	2 XI 1996 – 22 IX 1997
Krupa Krzysztof	23 IX 1997 – 15 VIII 2000
Wikowski Janusz	16 VIII 2000 – 3 VI 2002
Siembieda Maciej	4 VI 2002 – 28 II 2005
Arabski Tomasz	1 III 2005 – 8 II 2006
Wośko Maciej	9 II 2006 – 31 XII 2010
Popławski Grzegorz	1 I 2011 – 18 X 2012
Szmidka Mariusz	19 XII 2012 – do dziś

W 1998 r. redakcja przeniosła się do zakupionego wcześniej budynku byłej drukarni prasowej przy Targu Drzewnym 9/11. Przez rok od 17 czerwca 2001 r. w Gdańsku, Sopocie i Pruszczu Gdańskim ukazywało się niedzielne wydanie „Dziennika Bałtyckiego”. Jednak znaczne koszty kolportażu przesądziły jego los. W 2001 r. funkcjonujący od 1957 r. „Wieczór Wybrzeża” stał się

¹² Szerzej na ten temat W. Pepliński, *Gdańskie i pomorskie media po 1989 roku. Wybór szkiców i esejów z lat 1991–2001*, Gdańsk 2007, s. 94–99.

dodatkiem do „Dziennika Bałtyckiego”. Od 15 października 2007 r. „Dziennik Bałtycki” został włączony do przedsięwzięcia realizowanego wspólnie z brytyjskim dziennikiem „The Times”. W ten sposób powstał „Polska Dziennik Bałtycki”, który mimo pewnych zmian w szacie graficznej nadal zachowuje swój pierwotny rys pisma o charakterze regionalnym. Jest również jedynym piśmie codziennym w Gdańsku, które przetrwało transformację prasy po 1989 r. i ukazuje się do dzisiaj.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Dziennika Bałtyckiego (od 2007 roku „Polska Dziennik Bałtycki”) w latach 2004–2013. Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Zmieniający się rynek prasowy i nowe media wymuszają dostosowywanie produktu do zapotrzebowania czytelników i konkurencyjnych trendów, ale przede wszystkim podejmowanie prób wyprzedzania nieuniknionych zmian. „Dziennik Bałtycki” należał i należy do tych gazet, które kształtowały pomorski i krajowy rynek dzienników regionalnych. Zmiany projektu redakcyjnego, layoutu, organizacji pracy redakcji i wydawnictwa wielokrotnie wpływały na decyzje, projekty innych uczestników rynku.

Przeobrażenia na rynku nie zmieniły tradycyjnych wartości, które stanowią o sile gazet regionalnych i lokalnych. Czytelnik powinien otrzymywać coś więcej niż tylko prostą informację, która tuż po wydarzeniu natychmiast trafia do internetu. Najważniejsze w papierowej gazecie są: jasna gradacja wydarzeń, rozbudowany i pogłębiony opis oraz analizy i opinie pomocne w ich zrozumieniu. To pozycjonuje „Dziennik Bałtycki” na wyższej półce prasowej wśród ogólnopolskich dzienników opinii. Służy temu zarówno nowoczesny układ wydawniczy (jeden gruby grzbiet informacyjny i dodatek tematyczny, piątkowe tygodniki lokalne), jak i nowoczesny projekt graficzny wprowadzony w listopadzie 2013 r. W internecie liczby unikalnych użytkowników i odsłon zostały niemal podwojone. Wprowadzono system Piano, czyli zamykania treści wartościowych za tzw. paywallem (strefa płatna).

Czytelnik „Dziennika Bałtyckiego” jest mieszkańcem Pomorza, aktywnym 40-, 50-latkim. Zależy mu na tym, by w regionie pomorskim żyło się wygodnie i dobrze. Gazeta stawia na rzetelną i różnicowaną informację i publicystykę, która może zainteresować dużą liczbę odbiorców. Jest jednym z elementów budowania społeczeństwa obywatelskiego, dlatego często przypomina czytelnikom o ich prawach, o możliwościach oddziaływania na los swojej małej ojczyzny, włączając ich w publiczne debaty, zapraszając do zabrania głosu w ważkich sprawach, ale i uważnie wsłuchując się w potrzeby i promując dyskusję na łamach, która coraz częściej toczy się również w formie elektronicznej.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Redaktor naczelny Mariusz Szmidka.

W latach 1991–1997 pracował w tygodniku „Nasz Tygodnik Kartuzy”, najpierw jako reporter, a następnie od 1994 r. na stanowisku redaktora naczelnego. Jednocześnie od 1993 do 2001 r. był korespondentem „Panoramy” w Oddziale Gdańskim Telewizji Polskiej. Od 1994 r. pełnił funkcję korespondenta Radia Gdańsk w dziale informacji kaszubskiego magazynu publicystycznego „Na botach e w borach”. Od 2002 r. pracuje w „Dzienniku Bałtyckim”, pełniąc funkcje redaktora prowadzącego, szefa oddziału w Kartuzach, sekretarza ds. rozwoju regionu, dyrektora regionu Kaszuby i Słupsk, a następnie zastępcy redaktora naczelnego. Od 19 XII 2012 r. jest redaktorem naczelnym „Dziennika Bałtyckiego”. Od 2001 r. współpracuje z Telewizją Teletronik i Kaszubskim Uniwersytetem Ludowym w Wieżycy, gdzie wykładał (2001–

2002) i współtworzył 2-letni Międzynarodowy Kurs Dziennikarstwa (we współpracy z Uniwersytetem Ludowym w Skurup w Szwecji). W latach 2009–2012 wykładał w sopockiej filii Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej. Autor kilku tysięcy tekstów informacyjnych, wywiadów i reportaży oraz korespondencji radiowych i telewizyjnych. Współzałożyciel regionalnego polsko-kaszubskiego miesięcznika (ukazywał się od maja 1990 r. do lipca 1991 r.) *Tatczężna* (Ojcowizna).

Zastępca redaktora naczelnego Bogdana Wachowska

W latach 1988–1990 pracowała w redakcji „Morskiego Instytutu Rybackiego” w Gdyni. Następnie przez 6 lat – najpierw jako redaktor, a później sekretarz redakcji – związana była z wydawnictwami tworzącymi pierwsze na Pomorzu tygodniki lokalne. W redakcji „Dziennika Bałtyckiego” od 1997 r. pełniła funkcje redaktora i sekretarza działu regionalnego. Następnie do 2008 r. była redaktorem prowadzącym mutację „Kociewie” i „Dziennik Tczewski” w oddziale „Dziennika Bałtyckiego” w Tczewie. Przez kolejne lata, po powrocie do gdańskiej redakcji, pełniła funkcję wydawcy i zajmowała się oddziałami terenowymi „Dziennika Bałtyckiego”. Od lutego 2013 r. zastępca redaktora naczelnego „Dziennika Bałtyckiego”.

Sekretarz redakcji Tomasz Kubik

Z „Dziennikiem Bałtyckim” związany od 1996 r., z czteroletnią przerwą. Wcześniej reporter lokalnego oddziału „Gazety Wyborczej”. W latach 1996–1997 sekretarz działu informacji „Dziennika Bałtyckiego”. W 1997 r. odszedł do „Życia” (tzw. „Życia z kropką”, którego redaktorem naczelnym był Tomasz Wołek). Współzałożyciel i sekretarz redakcji trójmiejskiego oddziału „Życia”, po zamknięciu którego powrócił do „Dziennika Bałtyckiego” w 2001 r. i pełnił przez lata funkcje: wydawcy, sekretarza redakcji i zastępcy redaktora naczelnego.

Piotr Kubica

Pracę w „Dzienniku Bałtyckim” rozpoczął w kwietniu 2013 r. Wcześniej, od 2010 r., pracował w „Gazecie Pomorskiej”. Najpierw jako redaktor w dziale miejskim, następnie w dziale online jako kierownik redakcji portalu „Moje Miasto Bydgoszcz”.

Kierownicy działów

Dział wydarzeń – Aleksandra Dylejko

Od 1996 r. pracowała w „Wieczorze Wybrzeża” – początkowo jako współpracownik, później jako dziennikarz etatowy. Po fuzji z „Dziennikiem

Bałtyckim” pełniła funkcję najpierw kierownika działu „Trójmiasto” w redakcji w Gdańsku, a następnie kierownika oddziału w Gdyni. W 2005 r. rozpoczęła pracę w wydawnictwie Okrętownictwo i Żegluga – jako dyrektor ds. wydawniczych i redaktor miesięcznika „Nasze MORZE”. Od sierpnia 2007 r. ponownie związała się z redakcją „Dziennika Bałtyckiego”, gdzie objęła stanowisko kierownika działu miejskiego.

Dział fotograficzny – Kamila Benke

Z „Dziennikiem Bałtyckim” związała się w 1994 r., gdzie do 1998 r. pracowała jako fotoreporter, a następnie była skanedytorem. W latach 1999–2005 pełniła funkcję fotoedytora, skanerzysty i kolorysty. Od 2005 r. kierownik działu foto i fotoedytor.

Dział poradników i dodatków – Kamila Kubik

Pracę w „Dzienniku Bałtyckim” rozpoczęła w 1997 r. w dziale wydawniczym, następnie przeszła do działu łączności z czytelnikami. Od 2008 r. pełni funkcję szefa działu poradników i dodatków.

Dział kultura i opinie – Jarosław Zalesiński

Wybrzeżowy dziennikarz pracujący w przeszłości w kilku trójmiejskich redakcjach: tygodniku „Młoda Polska”, „Tygodniku Gdańskim” oraz w Radiu Plus. Stale pisze na łamach „Dziennika Bałtyckiego”, jego teksty ukazywały się też m.in. w „Przeglądzie Politycznym”, kwartalniku „Bliza”, dwumiesięczniku „Topos”. Stały współpracownik miesięcznika „Teatr”. Autor pięciu książek poetyckich nagradzanych w znaczących konkursach literackich.

Dział „Będzie się działo”, „Nasze Miasto” – Anna Bielińska

Z „Dziennikiem Bałtyckim” związana od 2009 r., najpierw jako dziennikarz działu miejskiego, następnie – od stycznia 2011 r. – jako redaktor dodatku „Będzie się działo”. Od 2013 r. redaktor prowadzący papierowe wydanie „Naszego Miasta”.

Dział sport – Adam Mauks

Pracę dziennikarską rozpoczął w 1991 r. jako współpracownik „Głosu Wybrzeża”. W latach 1993–2009 był dziennikarzem, redaktorem i kierownikiem działu sportowego „Gazety Wyborczej Trójmiasto”. Z „Dziennikiem Bałtyckim” związany od lutego 2011 r., gdzie od stycznia 2012 r. jest kierownikiem działu sportowego.

Kierownik magazynu „Rejsy” – Dariusz Szreter

Pracę dziennikarską rozpoczął w 1990 r. w „Gazecie Gdańskiej”. Pracował także w trójmiejskim oddziale „Gazety Wyborczej”, „Głosie Wybrze-

za”, telewizji Orunia Sky. Współuczestniczył w zakładaniu Radia Plus oraz Radia Eska Nord, gdzie był redaktorem naczelnym. W latach 2005–2008 był także redaktorem naczelnym anglojęzycznego dwumiesięcznika „Baltic Transport Journal”. Na podstawie jego scenariusza w Video Studio Gdańsk powstał film dokumentalny „Czy mnie jeszcze pamiętasz? Czesława Niemena gdański epizod” (2007, reż. Tomasz Radziemski). Współpracuje z Radiem Gdańsk, gdzie od 2011 jest komentatorem w programie porannym. W „Dzienniku Bałtyckim” od 1997 r. Początkowo sekretarz działu w magazynie „Rejsy”, następnie szef działu politycznego, sekretarz redakcji, samodzielny publicysta, a od 2005 r. szef magazynu „Rejsy”. W latach 2008–2012 opiekował się też grupą studentów redagujących dodatek „Dziennik Akademicki”.

Obecnie w redakcji „Dziennika Bałtyckiego” zaangażowanych jest ponad 90 dziennikarzy zarówno etatowych, jak i współpracowników.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

W lutym 2013 r. został uruchomiony przez redakcję stały, czterostronicowy dodatek ekonomiczny pt. „Biznes na Pomorzu”. Ukazuje się w każdy czwartek.

W marcu redakcja zainaugurowała szeroką akcję społeczną pt. „Po drugie autostrada wodna na Wiśle”, w ramach której walczy o użeglugowanie drogi wodnej na Wiśle i ustanowienie (wyznaczenie) jednego ministerstwa odpowiedzialnego za rozwój dróg śródlądowych w Polsce. Obecnie aż sześć ministerstw odpowiada za drogi wodne w kraju. Z ekspertyz wynika, że odbudowa drogi wodnej na Wiśle do 2030 r. może dać 12 tys. nowych miejsc pracy oraz zwiększyć przewóz ładunków i pasażerów o ok. 40 proc. Poza tym rewitalizacja rzeki zabezpieczy tereny nad Wisłą przed powodzią, gdzie mieszka obecnie ok. ośmiu mln. Polaków.

Pod koniec kwietnia po raz pierwszy w historii do „Dziennika Bałtyckiego” została dołączona płyta CD z Konstytucją RP w wersji dźwiękowej, którą odczytał gdański aktor Krzysztof Gordon. Projekt zrealizowano we współpracy z Wydziałem Prawa Uniwersytetu Gdańskiego.

W listopadzie została zmieniona szata graficzna „Dziennika Bałtyckiego” i tygodników lokalnych. Jednocześnie zmniejszeniu uległ format pism. W listopadzie został wydany nowy tytuł – miesięcznik „Nasza Historia” z obszerną pomorską częścią regionalną.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

- W roku 2013 „Dziennik Bałtycki” zajął czwarte miejsce w rankingu cytoowań wśród gazet regionalnych w Polsce.
- W grudniu 2013 r. redaktor naczelny „Dziennika Bałtyckiego” Mariusz Szmidka otrzymał nagrodę Głównego Inspektora Pracy za zaangażowanie w upowszechnianiu problematyki ochrony pracy.
- Nagrodzeni zostali też dziennikarze: Kazimierz Netka, Tomasz Rozwadowski, Ewelina Oleksy, Jacek Wierciński.
- Dziennikarz „Dziennika Bałtyckiego” – Kazimierz Netka zajął I miejsce w konkursie „Fundusze Europejskie – rejestruj zmiany” w kategorii prasa regionalna.
- Dziennikarce „Dziennika Bałtyckiego” – Ewelinie Oleksy, została przyznana nagroda „Nowy Port się zmienia” przez lokalnych społeczników za nagłaśnianie i rozwiązywanie problemów dzielnicy w ramach obchodów „Dni Nowego Portu”.
- Dziennikarz „Dziennika Bałtyckiego” – Jacek Wierciński, został laureatem konkursu Dziennikarz Przyjazny Mobilności Aktywnej w Polsce.
- Dziennikarka „Dziennika Bałtyckiego” – Jola Gromadzka – otrzymała Nagrodę św. Kamila, w kategorii: media promujące edukację zdrowotną i społeczną w zakresie onkologii dziecięcej. Wyróżnienie za osobiste i twórcze zaangażowanie w społeczne upowszechnianie wiedzy na temat onkologii dziecięcej oraz profesjonalizm warsztatu dziennikarskiego.

Monika Worsowicz

„Polska Dziennik Łódzki”

Dziennik
ŁÓDZKI

Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Prasa Łódzka.

Adres: ul. ks. I. Skorupki 17/19, 90-532 Łódź.

Adres witryny internetowej: www.dzienniklodzki.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 289 x 350 mm.

Liczba stron: 24 (wydanie podstawowe) – 48; wydanie magazynowe (piątek) – 32–40.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 28 777 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 276 (ZDKP).

Zasięg kolportażu: Łódź, Piotrków Trybunalski, Sieradz, Skierniewice; powiaty: bełchatowski, brzeziński, kutnowski, łaski, łęczycki, łowicki, łódzki wschodni, opoczyński, pabianicki, pajęczański, piotrkowski, poddębicki, radomszczański, rawski, sieradzki, skierniewicki, tomaszowski, wieluński, wieruszowski, zduńskowolski, zgierski.

Stałe dodatki: poniedziałek: „Gratka Praca”, „Sportowy”; wtorek: „Gratka Nieruchomości”; środa: „50+”, „Motogratka”, „Gratka” (dodatek ogłoszeniowy); czwartek: comiesięczne wkładki specjalne („Kocham Czytać”, „Kocham Gotowanie”, „Kalejdoskop”, „Historia”); piątek: „Telemagazyn”, tygodniki lokalne; sobota: wkładka „The Times”, „Magazyn Rodzinny – Na Zdrowie”.

HISTORIA

Pierwszych czytelników „Dziennika Łódzkiego” (DŁ) redakcja powitała słowami przeprosin – zamiast bowiem ukazać się, jak to zapowiedziano, 1 stycznia 1884 roku, wydawnictwo ukazało się w niedzielę, 6 stycznia (25 grudnia 1883 roku według kalendarza juliańskiego). Nowa gazeta, wypełniając

lukę po wychodzącej na początku lat 80. XIX wieku „Gazecie Łódzkiej”, miała być – jak głosił podtytuł – „pismem przemysłowym, handlowym i literackim”, oraz – zgodnie z deklaracją zawartą w artykule wstępnym – wyrazem życia i potrzeb miejscowych mieszkańców, działających głównie w przemyśle i handlu. Przyjmując szerszą niż prowincjonalna perspektywę widzenia, redaktorzy planowali zapoznawać przemysłowców z krajem, ludnością, obyczajami, językiem i literaturą społeczeństwa, którego mieli stanowić nieodłączną część¹. Zadań tych podjęli się: pierwszy redaktor naczelny dziennika, warszawski adwokat Henryk Elzenberg, redaktor odpowiedzialny Zdzisław Kułakowski oraz oficjalny wydawca, inżynier i działacz społeczny Stefan Kossuth, a także ponad sto innych osób współpracujących, głównie przedstawiciele łódzkiej inteligencji.

Cztery strony w formacie tabloidowym, jakie początkowo liczyło pismo², wypełniały artykuły dotyczące gospodarki, notowania giełdowe, korespondencje zamiejscowe, „Kronika krajowa i zagraniczna” oraz „Telegramy”, pełniące funkcję działu politycznego. Nie brakowało również opowiadań, felietonów i impresji literackich oraz publikacji poświęconych sprawom lokalnym³. Redaktorzy łączyli ideę aktywizacji miejscowej inteligencji z troską o los robotników, choć tym drugim dostęp do treści znacząco ograniczał masowy analfabetyzm. Istotną barierą czytelniczną była także wysoka cena egzemplarzowa DŁ (15 kop.), wpływająca również na wysokość nakładu (ok. 800 egz.) kolportowanego głównie w prenumeracie⁴.

Pierwszy okres dziejów „gazety łódzkiej inteligencji” zakończył się 31 grudnia (19 grudnia) 1892 roku, gdy po wydaniu 2601 numerów pismo zawieszono, a następnie zamknięto⁵.

Tytuł „Dziennik Łódzki” zaistniał ponownie na krótko w 1907 roku jako nazwa gazety o charakterze liberalno-demokratycznym redagowanej przez Alfonsa Dziaczkowskiego⁶, a następnie w 1919 roku, gdy od lutego do kwiet-

¹ Zob. *Nasze zadanie*, „Dziennik Łódzki” 1884, 6.01, s. 1.

² Gazeta wychodziła codziennie z wyjątkiem poniedziałków.

³ Więcej zob.: J. Mikosz, *Dziennik Łódzki – tradycja i nowoczesność*, Kalisz 2006, s. 12–13.

⁴ Po dwóch latach istnienia DŁ H. Elzenberg pisał w liście do E. Orzeszkowej, prosząc ją o napisanie utworu literackiego, który mógłby zostać opublikowany na łamach pisma: „Syta sławy, może droga Pani i nam udzielić trochę; rozejdzie się to wprawdzie w 600 egzemplarzy, lecz czytany będzie przez 4 tysiące czytelników” (za: Z. Gostkowski, *Dziennik Łódzki w latach 1884–1892. Studium nad powstawaniem polskiej opinii publicznej w wielonarodowym mieście fabrycznym*, Łódź 1963, s. 94). Zob. też: H. Karwacka, *Warszawski pozytywista w Łodzi [w:] Trzy pokolenia. Pamięci Profesor Janiny Kulczyckiej-Saloni*, Warszawa 1998.

⁵ Zob. J. Walicki, *Dziennik Łódzki – nasze 115-lecie*, Łódź 1999, s. 39.

⁶ Zob. J. Łojek (red.), *Prasa polska w latach 1864–1918*, Warszawa 1976, s. 89.

nia pod tym szyldem (z podtytułem „niezależny dziennik polityczny, społeczny i literacki”) zespół kierowany przez Mariana Nusbauma (Czesława Ołtaszewskiego) udostępniał czytelnikom informacje o wydarzeniach politycznych (krajowych i zagranicznych), kulturalnych, kronikę policyjną i sądową oraz przegląd prasy. W sześciu (sporadycznie czterech lub ośmiu) kolumnach sprawy lokalne zajmowały niewiele miejsca – ograniczone do „Kroniki łódzkiej”, ogłoszeń i krótkich powiadomień o imprezach kulturalnych nie pomogły w utrwaleniu tej inicjatywy wydawniczej.

Kolejna próba trwała dwa i pół roku – od 19 września 1931 roku do 31 marca 1933 roku. „Dziennik Łódzki”, zmieniając w tym czasie dwukrotnie tytuł (na „Ilustrowany Dziennik Łódzki” i „Nowy Dziennik Łódzki”), zachował charakter gazety informacyjnej, niestroniącej od sensacji i lekkiej rozrywki, głównie w postaci fragmentów poczytnych powieści i nowel. Redaktorzy naczelni (Józef Przybylski, Ryszard Manugiewicz, Janusz Rey, Jerzy Horzelski) adresowali pismo do „sfer pracowniczych”, jednak mimo kilkutyśięcznego nakładu nie zyskali należytego odzewu⁷.

Powojenny okres historii pisma otworzyło wyzwolenie Łodzi. Już dwanaście dni później, 1 lutego 1945 roku, ukazał się pierwszy, czterostronicowy numer dziennika należącego do Spółdzielni Oświatowo-Wydawniczej Czytelnik. Jego wydawanie zostało jednak wstrzymane po 10 numerach⁸, a wznowiono je ponownie dopiero 6 lipca 1945 roku. Redakcja działała w wyjątkowych warunkach – nie tylko powojennej odbudowy, w czasie której Łódź początkowo pełniła rolę krajowego centrum wydawniczego, ale i radykalnej przebudowy systemu prasowego stanowiącego istotną część polityczno-gospodarczych struktur państwa⁹. Nakład dziennika rósł dynamicznie – od 31 tys. w 1945 roku do 45,7 tys. egzemplarzy w 1951 roku¹⁰. W wyniku zarządzonej centralizacji na trzy lata (1953–1956) połączono dziennik poranny z popołu-

⁷ Zob. M. Hrycek, *Łódzkie dzienniki w języku polskim – w okresie międzywojennym*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, nr 3–4, s. 137. W artykule wstępnym z 7 sierpnia 1932 r. redakcja deklarowała, że przekształca dziennik w organ organizacji zawodowych i społecznych, na łamach którego będą kształtować się poglądy działaczy, a człowiek pracy znajdzie „opiekę i obrotę” (zob. *Na nowe tory*, „Nowy Dziennik Łódzki” 1932, 7.08, s. 1).

⁸ A. Słomkowska wiąże ten fakt z czasowym przeniesieniem z Lublina do Łodzi redakcji „Rzeczpospolitej” (zob. tejeż, *Prasa w PRL. Szkice historyczne*, Warszawa 1980, s. 172).

⁹ Zob. A. Słomkowska, *Prasa w PRL...*, s. 170–173; A. Mikułko, „1000”, „Dziennik Łódzki” 1948, nr 94, s. 1–2.

¹⁰ A. Słomkowska, *Prasa w PRL...*, s. 216. W r. 1951 DŁ wraz z innymi tytułami „czytelnikowskimi” stał się własnością Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa, przekształconej w 1973 r. w RSW Prasa-Książka-Ruch.

dniowym „Expressem Ilustrowanym”, tworząc „Łódzki Express Ilustrowany”, którym kierował Stanisław Mojkowski. Odzyskanie autonomii pozwoliło „Dziennikowi Łódzkiemu” utrwalić pozycję „trybuny łódzkiej inteligencji”, skupić się głównie na życiu społeczności lokalnej i cieszyć nieoficjalnym mianem gazety nieco mniej politycznie i ideologicznie nadzorowanej niż konkurencyjny „Głos Robotniczy” (organ prasowy PPR, następnie PZPR).

W 1975 roku, w związku z rozszerzeniem zasięgu terytorialnego po wprowadzeniu nowego podziału administracyjnego kraju, nastąpiła kolejna zmiana tytułu – na „Dziennik Popularny”, który utrzymał się przez sześć lat. W 1977 roku jego nakład osiągnął 94,3 tys. egzemplarzy¹¹. Funkcjonowanie dziennika w dotychczasowej strukturze właścicielskiej i organizacyjnej zakończyła likwidacja RSW w 1990 roku¹².

REDAKTORZY NACZELNI W CZASACH PRL

- Anatol Mikułko (1 II 1945 – 10 numerów, następnie: 16.07.1945–30.09.1950);
- Stanisław Mojkowski (naczelny „Łódzkiego Expressu Ilustrowanego” 1953–30.06.1956; naczelny DŁ 1.07.1956–31.05.1959);
- Jan Podoski (1959–1964);
- Stanisław Januszewski (1.03.1964–1.04.1971).

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Do przetargu na zakup „Dziennika Łódzkiego” zgłosiło się ośmiu oferentów¹³, wśród nich Łódzkie Porozumienie Obywatelskie, które w maju 1990 roku zwyciężyło w wyborach samorządowych. Środowisko dziennikarskie opowiedziało się za niezależnością zarówno od instytucji władzy lokalnej, jak i budzącego wiele obaw kapitału zagranicznego, który bardzo ekspansywnie

¹¹ Zob. A. Słomkowska, *Prasa w PRL...*, s. 339. W. Pisarek podaje zbliżoną liczbę – 95 tys. egz. (zob. tenże, *Prasa – nasz chleb powszedni*, Wrocław 1978, s. 65).

¹² O okolicznościach przekształceń własnościowych w DŁ 1990 r. zob. M. Strzelecki, *Dzienniki – od nowa (w Łodzi)* [w:] *Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, red. A. Słomkowska, współpr. D. Mikołajczyk-Grzelewska, t. XXI, Warszawa 1993, s. 340–341.

¹³ Zob. D. Gdańska, *Transformacja dzienników poczytelnikowskich (1989–1992)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1992, nr 1/2, s. 106–107.

wkroczył na polski rynek prasowy. Mimo finansowego wsparcia powołanej w tym celu Fundacji Wolnej Prasy Łódzkiej w czerwcu 1991 roku Komisja Likwidacyjna RSW sprzedała dziennik spółce Polska-Press, reprezentującej koncern Roberta Hersanta, a w następnym roku odsprzedano go spółce Prasa Łódzka, również kontrolowanej przez ten francuski koncern¹⁴.

Zmianom właścicielskim towarzyszyły rotacje na stanowisku redaktora naczelnego, zarazem intensywnie modernizowano bazę techniczną, system organizacji i zarządzania redakcją, podnoszono kwalifikacje dziennikarzy, co pozwoliło przekształcić „Dziennik Łódzki” w gazetę poczytną, bogatą w dodatki tematyczne i hobbystyczne oraz silnie zakorzenioną w regionie (głównie dzięki wydaniom mutowanym).

We wrześniu 1994 roku 68 proc. udziałów w „Dzienniku Łódzkim” nabyła Grupa Wydawnicza Polskapresse, stanowiąca część niemieckiego koncernu prasowego Verlagsgruppe Passau. W następnym roku grupa ta stała się wyłącznym właścicielem gazety. Ogólny kierunek rozwoju pisma został zachowany. Wzbogacono zawartość kolumn regionalnych i wydań weekendowych, rozbudowywano sieć dystrybucyjną oraz agencji reklamowych. Zadbano również o ograniczenie negatywnych skutków konkurencji drugiego popularnego dziennika lokalnego, „Expressu Ilustrowanego”, również należącego do Verlagsgruppe Passau. Oba tytuły od 1995 roku dystrybuowane były przez jedną spółkę Inmedio.

Stabilizacji gazety sprzyjały rzadsze zmiany na czele redakcji, z większą intensywnością zadbane o podtrzymywanie więzi z czytelnikami, organizując dystrybucję DŁ w czasie letnich miesięcy 2006 roku także w Sopocie i Zakopanem. Jednak działania te nie uchroniły tytułu przed wyraźnym spadkiem liczby sprzedanych egzemplarzy. W 1996 roku sprzedaż była niższa o ponad 13,5 tys. w porównaniu z rokiem 1994¹⁵. W następnych trzech latach ten negatywny trend został wyhamowany, a sprzedaż ustabilizowała się na poziomie nieco powyżej 39 tys. egzemplarzy.

Przełomową datą w najnowszej historii pisma stał się 25 września 2000 roku – dzień „Wielkiej Fuzji” „Dziennika Łódzkiego” i „Wiadomości Dnia”¹⁶.

¹⁴ Zob. Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskich mediach* [w:] *Pięciolecie transformacji mediów (1989–1994)*, red. A. Słomkowska, współpr. E. Ciborska, Warszawa 1995, s. 92; J. Mikoś, „Dziennik Łódzki” po transformacji ustrojowej w 1989 roku, „Studia Medioznawcze” 2006, nr 1, s. 44–45.

¹⁵ Było to zgodne z ogólną ówczesną tendencją spadkową czytelnictwa prasy codziennej (zob. R. Filas, *Zmiany w czytelnictwie prasy w latach 1995–1996*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1997, nr 1/2, s. 157).

¹⁶ Zob. B. Drozdowska-Wolska, *Papierowa Łódź*, „Press” 2000, nr 7, s. 48–53.

Gazeta, sygnowana nietrafionym, dwuczłonowym tytułem¹⁷, miała łączyć walory dziennika dla łódzian i mieszkańców województwa, oferując większą liczbę stron, bardziej kolorową szatę graficzną, nowe dodatki. Efektem tych zmian był natychmiastowy wzrost liczby sprzedawanych egzemplarzy – w roku następnym osiągnął najwyższą od 1994 roku wartość ponad 58 tys. egzemplarzy¹⁸. W kolejnych latach widoczny był już wyraźny spadek sprzedaży, który w latach 2004–2007 uległ spowolnieniu (do poziomu 49,5 tys. egz.)¹⁹.

Ostatnią jak dotąd strukturalnie ważną zmianą dla funkcjonowania tytułu na rynku prasowym stało się włączenie „Dziennika Łódzkiego” do ogólnokrajowego projektu „Polska. The Times” [15 października 2007 roku powstał „Polska Dziennik Łódzki” (PDŁ)], będącego odpowiedzią na stagnację w segmencie prasy codziennej oraz konieczność lepszego zbilansowania inwestycji wydawniczych grupy Polskapresse²⁰. Zreorganizowana została struktura redakcji, powstały nowe działy lub zostały przekształcone dotychczas istniejące. Przestał istnieć dział łączności z czytelnikami zajmujący się również poradnictwem, ale powołany został dział poradników i dodatków. Dział krajowy przekształcił się w dział wydarzeń zajmujący się bieżącym dostarczaniem materiałów prasowych dla redakcji „Polski” i „Dziennika Łódzkiego” oraz codziennym dostarczaniem materiałów dla ogólnopolskiego wydania „Polski”. Unowocześniono i zmieniono szatę graficzną piątkowego dodatku „Bywalec”, zmieniła się także formuła wydawców i prowadzących.

Przyjęta strategia ograniczania kosztów (m.in. dzięki publikacji większej liczby materiałów wspólnych dla wszystkich gazet projektu²¹) nie zapewniła rentowności na odpowiednim poziomie, zarazem ograniczając wysoko ceniony przez czytelników walor regionalności dzienników „Polski”²². Efekty widoczne były w systematycznym spadku liczby sprzedanych egzemplarzy – od

¹⁷ Zob. tamże, s. 50.

¹⁸ W październiku 2000 r. sprzedaż sięgnęła nawet 65 tys. egzemplarzy (za: Z. Bajka, *Czynniki popularności wybranych gazet regionalnych. Analiza na przykładzie wybranych dzienników*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2002, nr 1/2, s. 34).

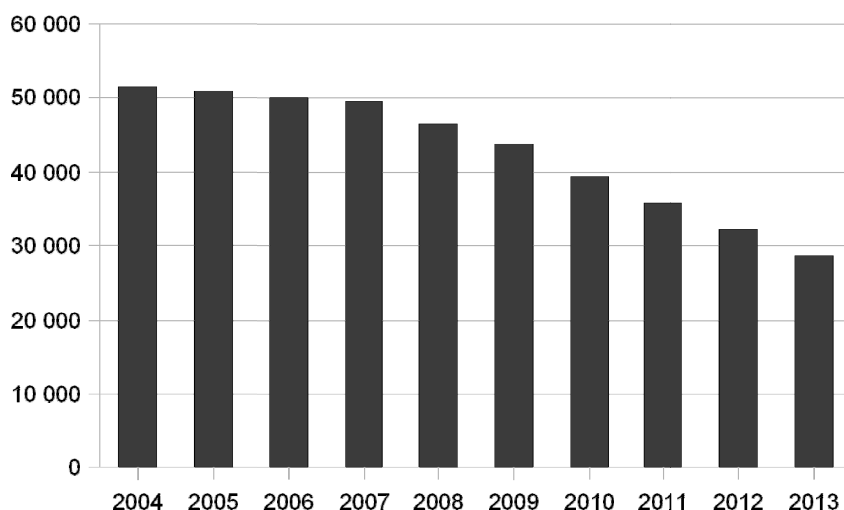
¹⁹ Od lipca 2002 r. do lipca 2003 r. „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” był jedyną z dziesięciu największych gazet regionalnych, która zanotowała wzrost sprzedaży – o 0,9 proc. (K. Chrzanowski, *Egzemplarz do egzemplarza*, „Press” 2003, nr 11, s. 52).

²⁰ Zob. R. Filas, *Polski rynek prasy codziennej w I dekadzie XXI wieku (w szczególności po roku 2003)*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, nr 3–4, s. 20–21; tenże, *Aktywność czytelnicza Polaków przełomu wieków*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2001, nr 3–4, s. 32–35.

²¹ Zob. T. Mielczarek, *Raport o śmierci polskich gazet*, Warszawa 2012, s. 153–154.

²² Zob. G. Kopacz, *Requiem dla regionów*, „Press” 2007, nr 11, s. 34; tenże, *Bez odwrotu*, „Press” 2008, nr 4, s. 39; tenże, *Urealnianie*, „Press” 2008, nr 17, dodatek „Dzienniki 2008”, s. 8–9.

niemal 46,5 tys. w 2008 roku do niewiele ponad 32 tys. w 2012 roku. Projekt okazał się chybiony zarówno pod względem koncepcyjnym (połączenie tytułu ogólnokrajowego z regionalnymi oraz wsparcie znaną i cenioną marką zagraniczną), jak i finansowym²³ i zmusił redakcję do wzmożenia walki o czytelnika, przede wszystkim za pośrednictwem działań promocyjnych. Odbudowa utraconej pozycji i odzyskanie wiarygodnego miana regionalnego pisma opinio-twórczego pozostaje jednak nadal trudnym zadaniem.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Dziennika Łódzkiego” (od 2007 roku „Polska Dziennik Łódzki”) w latach 2004–2013. Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

REDAKTORZY NACZELNI PO ROKU 1989

- Henryk Walenda (1974–1990);
- Konrad Turowski (1990–31 X 1991);

²³ D. Stanek, prezes Grupy Wydawniczej Polskapresse, oceniała: „Nie boję się przyznać, że nie udało nam się z projektem »Polska«. Pokazał, że informacje ogólnopolskie rzadko są unikalne [...]. To jeden z powodów naszego niepowodzenia. Drugi, który się nałożył i przyspieszył niektóre nasze decyzje, to kryzys oraz zmniejszenie wydatków reklamowych na prasę. Zabrakło nam czasu na rozpęd” (M. Wyszyńska, *Walka o każdy dzień*, „Press” 2010, nr 12, s. 65). Zob. też: J. Mikosz, „Polska Dziennik Łódzki. The Times” – projekt a zyski [w:] *Łódzkie media dawniej i dziś*, red. B. Bogolebska, M. Mikosz, Łódź 2012, s. 124–125.

- Maciej Rosalak (1 VII 1991–21 III 1992);
- Zdzisław Szczepaniak (1992–1994);
- Maciej Wojciechowski (1994–1995);
- Andrzej Wójtowicz (1 X 1995–12 VIII 1997);
- Jerzy Barski (1 X 1997–31 I 2000);
- Julian Beck (22 I 2002–12 I 2007);
- Robert Sakowski (13 I 2007 do dziś).

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Materiały zamieszczane na www.dzienniklodzki.pl i www.naszemiasto.pl wspierają, wzbogacają i współtworzą wartość dziennika, którego misją jest bycie opiniotwórczą gazetą regionalną z tygodnikami subregionalnymi (lokalnymi), aktywnie włączającą się w życie mieszkańców. Gazeta kształtuje tożsamość czytelników poprzez prezentację tematów regionalnych oraz lokalnych, a także aktywizuje ich, organizując akcje i plebiscyty tematycznie związane z ziemią łódzką (np. „Posprzątajmy Łódź”, „Najfajniejsza klasa”, „Prawybory Dziennika Łódzkiego”).

Tworzeniu opinii służy inspirowanie i moderowanie dyskusji o przyszłości regionu. W ostatnich latach redakcja organizowała wraz z Fundacją Projekt Łódź debaty z cyklu „Forum Łódź” poświęcone inwestycjom, kulturze, bezpieczeństwu, komunikacji miejskiej, edukacji technicznej czy społeczeństwu obywatelskiemu. „Forum Łódź” jest także nazwą cotygodniowego dodatku do dziennika zamieszczającego obszernie teksty publicystyczne, a wśród nich wywiady z najważniejszymi politykami regionu oraz kraju, a także komentarze publicystów DŁ i zaproszonych autorów. Zawierają one pogłębione opinie na temat bieżących wydarzeń i ich znaczenia dla mieszkańców Łodzi i okolic.

Szczególnie istotne jest postrzeganie tego, co dzieje się lokalnie i jak zmienia się najbliższe otoczenie mieszkańców Łódzkiego przez pryzmat ludzi zarówno mających bezpośredni wpływ na kształtowanie wizerunku regionu, jak i tzw. ciekawych osób, których pasje i osiągnięcia mogą stać się inspiracją dla innych. Ważne jest zatem budowanie świadomości odpowiedzialności, jaką ponosi lokalna władza. Redakcja realizuje ten cel, współuczestnicząc i organizując takie akcje, jak opisywanie działalności parlamentarzystów wywodzących się z regionu łódzkiego oraz ich pracy na rzecz lokalnej społeczno-

ści („Pilnuj swojego posła”), podsumowanie pracy posłów i senatorów z województwa łódzkiego oraz radnych Sejmiku Województwa Łódzkiego przez czytelników i internautów („Jak oni rządzą”²⁴), ranking najbardziej wpływowych osób w regionie²⁵ czy plebiscyt na Policjanta Roku. Niemniej istotne jest promowanie dobrych wzorów, szczególnie tych, które sprzyjają podejmowaniu wyzwań oraz stwarzają szanse rozwoju. Na łamach gazety można było o nich przeczytać m.in. w cyklu publikacji pod hasłem „Duma przedsiębiorcy” prezentujących działalność regionalnych mikrofirm, które odniosły sukces, a także w materiałach zamieszczanych w często ukazujących się dodatkach specjalnych poświęconych inwestycjom, infrastrukturze czy aktywnemu wypoczynkowi (np. „Polska przedsiębiorcza”, „Ekologia”).

Misją gazety regionalnej jest także kultywowanie historycznej wiedzy o regionie i promowanie miejsc godnych zobaczenia (również dla osób spoza Łodzi i okolic). To zadanie na stałe spełnia cotygodniowy dodatek „Kocham Łódź”, w którym zamieszczane są obszernie teksty przypominające realia dawnej wielokulturowej Łodzi. W 2013 roku redakcja kontynuowała cykl publikacji „Twarze Łodzi”, zamieszczając zdjęcia miasta i jego mieszkańców wydobyte z prywatnych archiwów i udostępnione przez czytelników. Wyjątkowym wydaniem był natomiast 20-stronicowy dodatek „Wydanie XXL Łódzkie jest wielkie” z okazji 129. rocznicy ukazania się „Dziennika Łódzkiego”, w którym w obszernych tekstach zaprezentowano najciekawsze miejsca i przykłady modernizacji w najważniejszych miastach regionu²⁶.

Poza specjalnymi gratisami, jak kolekcje map („Atlas turystyczny województwa łódzkiego”) czy seria pocztówek 3D z najciekawszymi widokami województwa („Łódzkie w trójwymiarze”), do zwiedzania zachęcają również publikacje zamieszczane głównie w stałych dodatkach: „Kalejdoskop” ze zdjęciami Łodzi z bliższej i dalszej przeszłości oraz „Historia”, prezentująca wydarzenia historyczne w kontekście regionu lub ściśle z nim związane. W 2013 roku pojawił się również specjalny cykl „Alfabet łódzki”, w którym na fotografiach z krótkim opisem prezentowano zabytki, postacie historyczne i osobistości sportu. W ramach wakacyjnej serii dodatków „Polska jakiej nie znacie” opublikowano również „Atrakcje regionu łódzkiego”²⁷.

²⁴ Plebiscyt organizowany po raz drugi, w 2013 r. był okazją oceny pracy 31 posłów, 7 senatorów i 36 radnych reprezentujących mieszkańców ziemi łódzkiej.

²⁵ Zwycięzcą został C. Grabarczyk; zob. „Polska Dziennik Łódzki” 2013, nr 39, 15.02, s. 12–13.

²⁶ Zob. DŁ 2013, nr 115, 18.05. Dodatek miał czterokrotnie większy format niż standardowy numer dziennika.

²⁷ Zob. DŁ 2013, nr 152, 2.07.

Misyjność DŁ polega również na szeroko rozumianym poradnictwie – jest ono obecne zarówno w dodatkach cotygodniowych, jak „50+” (dla seniorów) i „Magazyn Rodzinny – Na zdrowie”, comiesięcznych – „Kocham Gotowanie”, jak i specjalnych, np.: „Do sanatorium i na rehabilitację”, „Prawa młodych rodziców”, „Wiosna na działce”, „Przemoc w rodzinie”, „Wypadek w pracy”, „Mandat za granicą”.

STRUKTURA REDAKCJI

Redaktor naczelny: Robert Sakowski.

Zastępca redaktora naczelnego: Anna Kulik.

Zastępca redaktora naczelnego ds. serwisów internetowych: Marta Roszkowska.

Sekretarz redakcji: Jacek Pająk.

Wydawcy: Arkadiusz Krystek, Dariusz Gabryelski.

Kierownik działu miejskiego: Grażyna Tomala-Tylman.

Kierownik działu kultury: Dariusz Pawłowski.

Kierownik działu sportowego: Dariusz Kuczmara.

Kierownik działu opinii: Sławomir Sowa.

Kierownik działu poradników i dodatków: Patrycja Wacławska.

Kierownik działu graficznego: Agnieszka Gawrońska.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

Rok 2013 był dla „Dziennika Łódzkiego” okresem względnej stabilności pod względem sprzedaży. W porównaniu do roku poprzedniego spadła ona o około 10 proc., oznaczało to jednak zrealizowanie zakładanego planu sprzedaży w 99 proc.²⁸, co świadczy o trafnym przewidywaniu skali zmniejszającego się zainteresowania czytelnictwem prasy codziennej w regionie. W większym stopniu charakteryzuje ono mieszkańców spoza aglomeracji łódzkiej, gdzie spadek sprzedaży rok po roku wyniósł 13 proc.²⁹

Wydaje się, że czynnikiem istotnie wpływającym na wyhamowanie niekorzystnego trendu były działania redakcji zmierzające z jednej strony do realizacji misji opiniotwórczego pisma regionalnego, a z drugiej do zaspokajania

²⁸ Na podstawie danych redakcji.

²⁹ Na podstawie danych redakcji.

zapotrzebowania czytelników na konkretną, interesującą ich informację. W 2013 roku redakcja aktywnie włączyła się w różnorodne akcje popularyzujące lokalne osobistości oraz ich działania. Były to m.in.:

Plebiscyt Łodzianin Roku – organizowany od 1992 roku z inicjatywy Radia Łódź, wyłania osobę najbardziej zasłużoną dla miasta swoimi działaniami, zaangażowaniem oraz aktywnym udziałem w życiu Łodzi. Z okazji przypadającego jubileuszu (20 edycja) plebiscyt rozstrzygnięty na początku 2014 roku zmienił formułę. Spośród dotychczasowych kandydatów wybrano Łodzianina Dwudziestolecia – został nim Marek Belka. Odbierając nagrodę, życzył łodzianom trzech rzeczy: aby łodzianie mówili o Łodzi tylko bardzo dobrze, aby miasto miało stabilne przywództwo i aby udawały się inwestycje³⁰.

Menedżer Roku Regionu Łódzkiego – konkurs współorganizowany z Łódzką Business Centre Club, którego celem jest wyłanianie i prezentowanie menedżerów wykazujących się największą skutecznością w zarządzaniu firmą, zdolnościami personalnymi i społecznymi docenianymi przez zespół pracowników i lokalne środowisko biznesowe, a także działającymi w pełni etycznie, z poszanowaniem zasad prawnych oraz reguł zdrowej konkurencji. Istotnym warunkiem przyznania nagrody jest również aktywność kandydata w życiu lokalnym w postaci wspierania lokalnych inicjatyw, reagowania na potrzeby społeczne oraz prowadzenia działalności charytatywnej. Jacek Grudzień, komentator „Dziennika Łódzkiego” i dyrektor TVP Oddział w Łodzi zwycięzców szóstej edycji konkursu ocenił następująco: „Ewa Pluta z Ariadny to dowód na to, że przywiązanie do firmy może dawać taką siłę, że Ariadna jako jedna z nielicznych marek przemysłu włókienniczego w Łodzi trwa i się rozwija. Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna i jej prezes Tomasz Sadzyński to dowód na to, że można zarządzać firmą, kontynuując osiągnięcia poprzedników i uważnie wsłuchiwać się w inwestorów”³¹.

Plebiscyt Samorządowiec Roku – szósta edycja konkursu dla mieszkańców regionu łódzkiego, w 2013 roku po raz pierwszy wybierających zwycięzców w dwóch kategoriach: Samorządowiec Powiatu i Samorządowiec Województwa. Zdobywcy największej liczby głosów w skali całego regionu weszli do Samorządowej Złotej Trójki Województwa Łódzkiego, którą w tym roku stworzyli: Mariola Hernas, wójt gminy Konopnica, oraz dwaj radni Łodzi –

³⁰ Zob. *Prof. Marek Belka Łodzianinem 20-lecia!*, <http://lodz.naszemiasto.pl/artykul/galeria/prof-marek-belka-lodzianinem-20-lecia-zdjecia,2156515,t,id.html> [dostęp: 13.02.2014].

³¹ J. Grudzień, *Łódź jest taka, jacy są łodzianie*, <http://www.dzienniklodzki.pl/artykul/2343406,lodz-jest-taka-jacy-sa-lodzianie,id,t.html> [dostęp: 13.02.2014].

Jarosław Tumiłowicz i Jacek Borkowski. Plebiscyt ten zwraca uwagę na rolę i skuteczność działania władz niższego szczebla oraz znaczenie oddolnych inicjatyw dla unowocześniania i rozwoju regionu.

Plebiscyt Sportowiec Roku i akcja „Dzieci dzieciom” – to dwie najpopularniejsze inicjatywy PDŁ. Wybór najlepszego sportowca regionu łódzkiego, który zostanie rozstrzygnięty w 2014 roku, zorganizowano po raz 43, zaś odbywająca się w grudniu zbiórka świątecznych upominków dla podopiecznych łódzkiego PCK miała swój początek w 1959 roku. Wieloletnia tradycja sprzyja corocznie-emu angażowaniu się czytelników, a w przypadku dzielenia się prezentami z rówieśnikami często staje się ona rodzinnym zwyczajem kolejnego pokolenia. Zdjęcia małych darczyńców publikowane są w dodatku „Kocham Łódź”.

W 2013 roku „Dziennik Łódzki” dużo miejsca na łamach poświęcił prezentowaniu informacji o zarobkach w regionie łódzkim, zarówno najbogatszych reprezentantów władz (parlamentarzystów, prezydentów miast, burmistrzów, radnych), jak i przedstawicieli różnych profesji (m.in. w służbach mundurowych, oświacie, służbie zdrowia, instytucjach kultury, prywatnych firmach). Publikacje 12 raportów na ten temat stanowią bardzo bogaty zestaw danych, dający wyobrażenie o rozpiętości dochodów w regionie, a z pewnością również uświadamiający czytelnikom, jakie warunki finansowe wiążą się z wykonywaniem różnych zawodów.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

O zaangażowaniu dziennikarzy redakcji w sprawy regionu świadczą również przyznawane im nagrody. W 2013 roku laureatami konkursów ogólnopolskich i regionalnych zostali:

Agnieszka Jasińska – tekst *Umarła cztery razy, by wyłudzić pieniądze z odszkodowania* został uznany za Ubezpieczeniowy Tekst Roku w X edycji konkursu dziennikarskiego Polskiej Izby Ubezpieczeń. Dziennikarka jest również laureatką Policera 2013 – nagrody przyznawanej przez Komendanta Wojewódzkiego Policji w Łodzi za rzetelne informowanie o pracy policji.

Alicja Zboińska – otrzymała wyróżnienie w kategorii problematyka regionalna w XI edycji konkursu Narodowego Banku Polskiego im. Władysława Grabskiego za tekst *Mniej zarobków, więcej wydatków. Kredyt, potem raty. A potem: o rety*, poświęcony problemom finansowym młodych łódzian. Państwowa Inspekcja Pracy przyznała jej także nagrodę Salus Publica 2013 za zasługi w upowszechnianiu problematyki ochrony pracy.

Karolina Wojna – została uhonorowana nagrodą Bene Meritus 2013, przyznawaną przez prezesa Sądu Apelacyjnego w Łodzi, za „godną najwyższego uznania rzetelność, krytyczną dociekliwość i wysoki poziom merytoryczny publikacji prasowych poświęconych problematyce prawnej i pracy sądów powszechnych w apelacji łódzkiej”.

Marek Kondraciuk – zwyciężył w konkursie dziennikarskim Złote Pióro im. płk. Edwarda Woniaka organizowanym przez Polski Komitet Olimpijski i Klub Dziennikarzy Sportowych. Został nagrodzony za efektywne poszukiwanie atrakcyjnej tematyki w środowisku sportowym regionu z uwzględnieniem w niej wątków olimpijskich.

Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek

„Polska Dziennik Zachodni”

DZIENNIK ZACHODNI

Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o.

Adres redakcji: ul. Baczyńskiego 25A, 41-203 Sosnowiec.

Witryna internetowa: www.dziennikzachodni.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 263 x 335 mm.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 49 148 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 115 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo śląskie i częściowo małopolskie (miasta/powiaty: Olkusz/olkuski, Oświęcim/oświęcimski, Wadowice/wadowicki, Chrzanów/chrzanowski, Sucha Beskidzka/suski).

Od października 2006 roku „Dziennik Zachodni” zrezygnował z mutacji lokalnych. Stałe dodatki w 2013 roku: poniedziałek – „Praca Gratka”, wtorek – „Dom i Nieruchomości”, czwartek – „Motogratka”, piątek – „Będzie się działo” oraz tygodniki Lokalne, sobota – „Podróże”, „Żyj zdrowo”.

HISTORIA

Pierwszy numer „Dziennika Zachodniego” (DZ) ukazał się 6 lutego 1945 roku. Redaktorem naczelnym został Stanisław Ziembka, a zespół redakcyjny tworzyli głównie dziennikarze „Polonii” ukazującej się w Katowicach przed wojną. Tytuł nawiązywał do powrotu Polski na Ziemie Zachodnie i wskazy-

wał, że gazeta nie będzie ograniczać się do tematyki lokalnej, ale będzie także wspierać odbudowę polskiej państwowości na Ziemiach Odzyskanych¹.

Wydawcą „Dziennika Zachodniego” była początkowo Spółdzielnia Wydawnicza Czytelnik, a od 1951 roku RSW Prasa (później RSW Prasa-Książka-Ruch). W 1957 roku tytuł znalazł się w należącym do RSW Prasa Śląskim Wydawnictwie Prasowym. Edytowało ono też pozostałe śląskie pisma, m.in. PZPR-owski dziennik „Trybuna Robotnicza”, popołudniówkę „Wieczór” i kilkanaście tygodników lokalnych. W wydawnictwie drukowano także mające ogólnopolski zasięg: dziennik „Sport” oraz tygodniki „Panorama” i „Gość Niedzielny”.

„Dziennik Zachodni” szybko zaczął tworzyć oddziały w największych miastach Górnego i Dolnego Śląska oraz lokalne mutacje. W odróżnieniu od „Trybuny Robotniczej”, która była formalnym organem PPR (a później PZPR), miał formułę gazety uniwersalnej, mniej zaangażowanej w bieżącą propagandę partyjną. Nie oznaczało to bynajmniej braku dyspozycyjności wobec władzy.

REDAKTORZY NACZELNI W CZASACH PRL

Podobnie jak w innych mediach epoki PRL-u kolejnym zmianom politycznym towarzyszyły zmiany redaktorów naczelnych:

- Stanisław Ziemia (1945–1947),
- Stanisław Mojkowski (1948–1952),
- Bogusław Reichhart (1953–1955),
- Romuald Gadomski (1955–1957),
- Bronisław Schmidt-Kowalski (1957–1981),
- Janusz Durmała (1981–1986),
- Antoni Faron (1986–1990).

Skomplikowane dzieje „Dziennika Zachodniego” w tym okresie oddaje już sama historia jego jubileuszy. W latach 60. – jak wspominają dziennikarze – świętowanie kolejnych rocznic powstania gazety ustępowało miejsca obchodom urodzin I sekretarza KC PZPR Władysława Gomułki. „6 lutego 1960 roku zamiast jubileuszowego tekstu opublikowano dużą podobiznę tow. Gomułki z życzeniami nadesłanymi przez partyjnych notabli. Poniżej donoszono

¹ S. Ziemia: *Prasa polska na Śląsku w pierwszych latach Polski Ludowej* [w:] *Materiały Pomocnicze do historii dziennikarstwa Polski Ludowej*, z. 2, red. A. Słomkowska, Warszawa 1973, s. 161–162.

o spotkaniu redaktora Bronisława Schmidta-Kowalskiego i zespołu pracowników DZ z partyjną egzekutywą. Dopiero w kolejnym wydaniu gazety z 7/8 lutego zamieszczono rocznicowe materiały. 20-lecie „Dziennika” obchodzono na łamach gazety 9 lutego 1965 roku, a nie jak nakazywała tradycja trzy dni wcześniej. Tym razem 20 rocznica urodzin gazety zbiegła się z 60-tką tow. Gomułki, więc trzeba było ustąpić. „Serdeczne sto lat ze Śląska i Zagłębia” – informowały nagłówki wydań DZ z 6 lutego. Oczywiście, wieszano Gomułkę”².

Swoje 25-lecie „Dziennik Zachodni” obchodził hucznie z udziałem ówczesnego I sekretarza KW PZPR Edwarda Gierka. Jak wspomina Czesław Ludwiczek: „Bronisław Schmidt-Kowalski powitał serdecznie najważniejszego gościa i może w trochę przydługiej mowie zapewnił go, że „Dziennik” chociaż nie nosi w swoim podtytule nazwy organu KW PZPR, to jednak konsekwentnie realizuje politykę partii i stara się upowszechniać jej dokonania w województwie katowickim”³.

Polityczna dyspozycyjność – jak ironicznie zauważano po latach – towarzyszyła też kolejnym jubileuszom: „Trzydziestka stuknęła „Dziennikowi” 6 lutego 1975 roku w środku dekady sukcesu. Pewnie dlatego zdjęcie towarzysza Edwarda Gierka z innymi dostojnikami znalazło się na samej górze pierwszej strony jubileuszowego wydania gazety, a tekścik jubileuszowy na samym dole. [...] O wiele lepiej było, gdy „Dziennik” dojrzał do czterdziestki. 7 lutego 1985 roku donoszono o tym jubileuszu na pierwszej stronie gazety w artykule o spotkaniu w urzędzie wojewódzkim i wręczonych przy tej okazji medalach. Powyżej znalazło się wspólne zdjęcie uhonorowanych dziennikarzy i partyjnych bonzów. [...] 45-lecie DZ przypadło już w zupełnie innej epoce. Numer z 6 lutego 1990 roku donosił o obradach Okrągłego Stołu, a także wielkimi zgłoskami o jubileuszu gazety”⁴.

Zawartość gazety w okresie PRL-u dość dobrze charakteryzował jubileuszowy tekst z okazji 65-lecia „Dziennika Zachodniego”: „Razem przeżyliśmy Stalinogród i siermiężne czasy gomułkowskie. Razem zachłysłaliśmy się ledwo uchylonymi na Zachód drzwiami epoki Gierka, razem staliśmy w tasiemcowych kolejkach i razem uczyliśmy się znaczenia słowa Solidarność. Ale też

² *Historia Dziennika Zachodniego*, 8.07.2008, <http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/18296,historia-dziennika-zachodniego,id,t.html?cookie=1>

³ C. Ludwiczek, *Jubileusz z Marylą i Trubadurami*, 6.12.2012, <http://sdrp.katowice.pl/archiwum/4438>

⁴ *Historia Dziennika Zachodniego...*

cieszyliśmy się, że powstał Wojewódzki Park Kultury i Wypoczynku, że wybudowano Spodek. A jaka była radość, gdy w 1957 roku nasza reprezentacja dokopała na Stadionie Śląskim ZSRR 2:1. Bohaterem był wtedy Gerard Cieślik, strzelec obydwu bramek. Mijały kolejne lata i dekady. Razem tworzyliśmy kronikę wydarzeń, kronikę ludzkich losów. Przeżyliśmy stan wojenny i tragedię Wujka. Wspólnie słuchaliśmy papieskich homilii i wspólnie wybraliśmy 4 czerwca 1989 roku nową Polskę”⁵.

Wprawdzie w tym samym czasie Michał Smolorz odnotował, że w 1981 roku „Dziennik miał opinię gazety wrogiej „Solidarności”, na jego łamach (a nie w partyjnym organie) ukazywały się oszczercze materiały „demaskatorskie” o liderach nowego związku”⁶, to w pamięci czytelników zapisał się raczej jako gazeta unikająca angażowania się w kampanie propagandowe, kreująca wizję regionu jako miejsca wytężonej i wydajnej pracy, organizująca mieszkańców do udziału w działalności politycznej, aktywizująca życie kulturalne.

Ze względu na politykę ówczesnych władz, „Dziennik Zachodni” nie dorównywał wielkością nakładów „Trybunie Robotniczej”, ale i tak oba tytuły cieszyły się w regionie śląskim znacznie większą popularnością niż gazety ogólnopolskie. Według Marka Jachimowskiego ich jednorazowe rozpowszechnianie dzienne w latach 80. XX wieku wynosiło ponad 800 tys. egz., podczas gdy dzienników ogólnopolskich o połowę mniej. „Dziennik Zachodni” był też najbardziej dochodowym pismem wydawanym przez Śląskie Wydawnictwo Prasowe⁷.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Po transformacji ustrojowej prywatyzacją „Dziennika Zachodniego” zainteresowanych było wiele podmiotów gospodarczych, ale ostatecznie Komisja ds. Likwidacji Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa-Książka-Ruch sprzedała go w 1991 roku spółce Prasa Śląska, w której głównym udziałowcem był koncern Hersanta (50%). Francuski wydawca finansował ponadto pozostałych udziałowców (Region Śląsko-Dąbrowski NSZZ „Solidarność” oraz Spół-

⁵ E. Kazibut-Twórz, *65 lat Dziennika Zachodniego*, 6.02.2010, <http://www.dziennik-zachodni.pl/artukul/218480,65-lat-dziennika-zachodniego,id,t.html>

⁶ M. Smolorz, *Poczet redaktorów naczelnych „Dziennika Zachodniego”*, „Dziennik Zachodni” 2010, nr 60.

⁷ Por. M. Jachimowski, *Raport: Media periodyczne w przestrzeni województwa śląskiego*, Katowice 2010.

dzielnię Wydawniczą Czytelnik), więc szybko stał się jego większościowym właścicielem. Dzięki zręcznym zabiegom biznesowym przejął też kontrolę nad drugim tytułem regionalnym – przekształconą z „Trybuny Robotniczej” „Trybuną Śląską”.

Obie gazety, podobnie jak pozostałe tytuły w Polsce, Hersant sprzedał w 1994 roku koncernowi prasowemu ze Wschodniej Bawarii – Passauer Neue Presse⁸.

Nowy wydawca, reprezentowany w Polsce przez spółkę Polskapresse, rozpoczął od zmiany redaktora naczelnego. Włodzimierza Paźniewskiego zastąpił Maciej Wojciechowski. Jego zadaniem było zbudowanie w każdym powiecie na Śląsku lokalnego dodatku „Dziennika Zachodniego”. Gazeta miała być też przyjazna czytelnikowi, nieepatująca go nadmiarem sensacji i nierozpolitykowana. Wojciechowski – powołując się na opinie zbierane wśród czytelników i wnioski płynące z badań prasoznawczych – dowodził, że „ludzie są zmęczeni wielką polityką, przepychankami na górze, nieszczęściami i katastrofami dziejącymi się gdzieś na świecie [...]. Dużo bardziej obchodzą ich najprostsze sprawy i zdarzenia rozgrywające się za przysłowiowym płotem”⁹. Elementem tak rozumianej koncepcji gazety było m.in. uczynienie ze zwykłych czytelników gazety bohaterów zamieszczanych w niej informacji. „W jakiej innej gazecie regionalnej na naszym terenie, nie wspomnę już o ogólnopolskich, można znaleźć zdjęcie swego sąsiada, pani bibliotekarki z osiedlowej biblioteki czy znajomego listonosza?” – pytał retorycznie Wojciechowski¹⁰.

W ocenie medioznawców koncepcja ta miała na celu głównie drenowanie czytelniczych i reklamowych rynków lokalnych i przyczyniła się do tabloidyzacji tytułu. Nastąpiło spłycenie publicystyki, ograniczono dyskusje na tematy społeczne, polityczne i gospodarcze. Gazeta stała się „neutralna komercyjnie”, co oznaczało między innymi, że nie zajmowała jednoznacznego stanowiska w ważnych dla regionu sprawach¹¹. Coraz więcej miejsca zaczęto poświęcać natomiast treściom rozrywkowym i promocyjno-reklamowym. Rozbudowano reklamowe dodatki tematyczne. Zachęcano do zamieszczania w gazecie ogłoszeń drobnych, wprowadzając sezonowe obniżki cen, a nawet kupony na bez-

⁸ Z. Bajka, *Kapitał zagraniczny w polskiej prasie*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998, nr 1–2, W. Pysiewicz, *Śląscy rywale*, „Press” 2000, nr 6.

⁹ *Świat i ulica, rozmowa z redaktorem naczelnym „Dziennika Zachodniego” Maciejem Wojciechowskim*, „Dziennik Częstochowski” 11.04.1997, nr 85.

¹⁰ Tamże.

¹¹ M. Jachimowski, *Raport: Media periodyczne...*

płatne anonse dla osób prywatnych i małych firm. Zaproponowano umieszczanie bezpłatnych serdeczności z okazji różnych świąt. Od kwietnia 1997 roku „Dziennik Zachodni” zaczął drukować wspólny dla wszystkich wydań lokalnych dodatek z ogłoszeniami drobnymi „Gratka”, który szybko stał się największym forum ogłoszeniowym na terenie ówczesnych województw katowickiego, częstochowskiego, bielskiego i opolskiego.

„Dziennik Zachodni” osiągał wprawdzie wysokie wpływy reklamowe¹², ale tracił czytelników. Według danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy jego średnie dzienne rozpowszechnianie spadło ze 138,5 tys. egz. w 1995 roku do 90,7 tys. egz. w 1997 roku. Nastąpiła kolejna zmiana na stanowisku redaktora naczelnego gazety – na miejsce Wojciechowskiego przyszedł Marek Chyliński. Jak podkreślano, był to pierwszy redaktor naczelny, który całe swoje zawodowe życie związał z gazetą¹³. Sprzedaż „Dziennika” zaczęła rosnąć, głównie dzięki intensywnemu rozwojowi tygodników powiatowych wydatnie poprawiających wyniki rozpowszechniania piątkowych wydań. Trend ten udało się utrzymać w 1998 i 1999 roku, potem sprzedaż znów zaczęła maleć.

„Dziennik Zachodni” konsekwentnie pracował nad poszerzeniem lokalnego wymiaru gazety. We wrześniu 2003 roku zmieniono makietę gazetymatki i włączono lokalne mutacje ze Śląska, Zagłębia, Beskidów i Częstochowy do ogólnego wydania jako tzw. „Bliskie Strony”. Wprawdzie straciły one osobną numerację i lokalne stopki redakcyjne, ale zwiększyły objętość. Nie poprawiło to wyników sprzedaży, więc w grudniu 2004 roku w ramach porządkowania rynku, podobnie jak wcześniej zrobiono to w Poznaniu, Gdańsku czy Łodzi, Polskapresse zdecydowała się na połączenie swoich śląskich tytułów. Za przygotowanie i przeprowadzenie fuzji „Dziennika Zachodniego” i „Trybuny Śląskiej” odpowiadał już nowy redaktor naczelny, Romuald Orzeł.

Chociaż nie nastąpiło proste zsumowanie czytelników obu tytułów¹⁴, powstała największa gazeta w regionie śląskim i największy dziennik regionalny w kraju. Połączenie przyniosło też wydawcy spore oszczędności dzięki zmniejszeniu liczby etatów, kosztów papieru i druku. Nie udało się jednak zahamować postępującego spadku sprzedaży dziennika, więc podjęto kolejne działania restrukturyzacyjne.

¹² W. Pysiewicz, *Śląscy rywale*, „Press” 2000, nr 6.

¹³ M. Smolorz, *Poczet redaktorów naczelnych...*

¹⁴ Według ZKDP łączna sprzedaż „Dziennika Zachodniego” i „Trybuny Śląskiej” w 2004 roku wynosiła 116 tys. egzemplarzy, a w 2005 roku połączony tytuł osiągnął tylko 101,5 tys. egz. średniej sprzedaży.

W październiku 2006 roku zlikwidowano mutowane dla poszczególnych wydań „Bliskie Strony”, a informacje z regionów włączono do głównego wydania „Dziennika Zachodniego”. Częstochowie, Rybnikowi, Zagłębiu i Beski-dom przydzielono po jednej kolumnie. Utworzono wspólny dla całego województwa śląskiego „Informator” zawierający ważne telefony oraz repertuary kin i teatrów. Lokalne informacje sportowe zamieszczano na wspólnych kolumnach „Sport w regionie”. Po 10 latach rozbudowywania wydań lokalnych i nadawania im pewnej autonomii redakcyjnej „Dziennik Zachodni” powrócił do dawnej formuły gazety katowickiej z ograniczoną liczbą informacji z terenu. Wbrew faktom wydawca tłumaczył tę zmianę chęcią wzmocnienia i poprawienia jakości informacji lokalnych. Utrzymywał też, że czytelnikom od dawna zależało na dostępie do wiadomości z innych regionów, zarezerwowanych do tej pory dla siedmiu wydań lokalnych¹⁵. Z mutacji lokalnych zrezygnowały też inne tytuły Polskapresse np. „Dziennik Bałtycki” i „Dziennik Łódzki”. Wydawca przyznał, że powodem tej decyzji były względy finansowe oraz fakt, że „mutacje nie zawsze spełniały swoje zadania redakcyjne. Brakowało w nich często informacji na wagę pierwszej strony. W rezultacie na jedynkach lądowały teksty osłabiające opiniotwórczy charakter naszych tytułów”¹⁶.

Na pewien czas nawet mieszkańcy Katowic pozbawieni zostali swojej autonomicznej gazety codziennej. „Dziennik Zachodni” stał się bowiem, tak jak inne pisma regionalne Polskapresse, częścią projektu wydawniczego „Polska”. 15 października 2007 roku – jak stwierdził Zbigniew Bajka – „zakończyło się samodzielne występowanie na rynku sześciu gazet regionalnych z grupy Polskapresse i – niewykluczone – że jest to proces nieodwracalny. To oznacza także, że nasz rynek szalenie zubożał i że mamy do czynienia z kolejnym wzmocnieniem prasy centralnej”¹⁷.

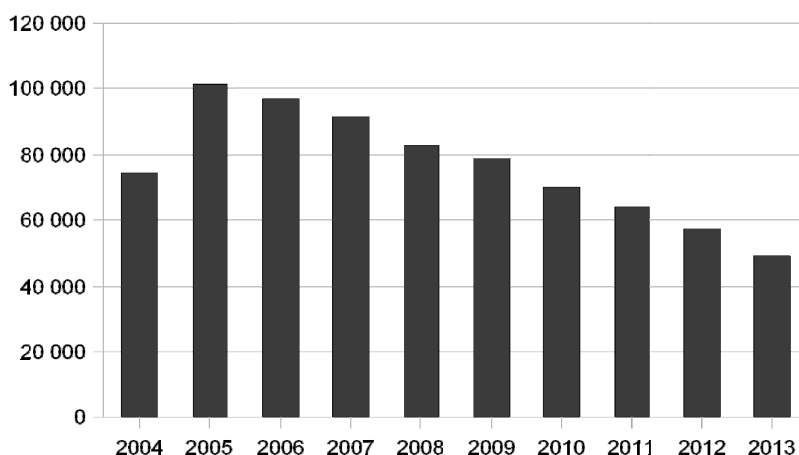
Redakcjom regionalnych gazet pozostawiono zaledwie część dawnej powierzchni i pozbawiono je możliwości prezentowania własnego punktu widzenia na problematykę krajową czy zagraniczną. Tematyka ta została zarezerwowana dla redakcji centralnej, a dziennikarzom pozawarszawskim pozostało jedynie sporadyczne reprezentowanie opinii publicznej w sprawach regionalnych i lokalnych. Czytelnicy „Dziennika Zachodniego” nie przyjęli tej zmiany ze zrozumieniem. Sprzedaż gazety wynosząca w 2007 roku średnio 91 tys. egz. w 2008 roku zmniejszyła się o 10% do 82 tys. egz.

¹⁵ *Dziennik Zachodni zmienia się*, „Dziennik Zachodni” 20.10.2006, nr 246.

¹⁶ Cytat wypowiedzi Tomasza Wróblewskiego, wiceprezesa Grupy Wydawniczej Polskapresse, za: P. Zieliński, *Lokalna passa*, „Press” 2007, nr 8.

¹⁷ Blog Zbigniewa Bajki, www.wirtualnemedi.pl/blog, 1.03.2008.

Projekt „Polska” okazał się nieudany i po niespełna trzech latach jego funkcjonowania wrócono do dawnej formuły dzienników regionalnych. Dzięki temu poprawiły się proporcje wiadomości lokalnych w „Dzienniku Zachodnim”, ale koncepcję gazety wyróżniającą się dzięki swoim wydaniom lokalnym zastąpiła wizja dziennika silnego w internecie. Spadek sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych przybrał już bowiem charakter strukturalny, a odpływowi czytelników towarzyszył spadek wpływów reklamowych. Nadzieję na poprawę sytuacji wiązano z reklamą internetową. Wiceprezes Polska-press Grzegorz Haftarczyk przyznawał wprawdzie, że przychody z działalności internetowej stanowią niespełna 10 proc. przychodów spółki, ale mają dodatnią dynamikę¹⁸.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Dziennika Zachodniego” (od 2007 roku „Polska Dziennik Zachodni”) w latach 2004–2013. Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI

Wprowadzenie w życie nowej strategii internetowej w „Dzienniku Zachodnim” stało się udziałem kolejnego szefa redakcji – Marka Twaroga. Nową szatę graficzną otrzymał portal śląski NaszeMiasto.pl skupiający 31 serwisów miejskich odpowiadających tygodnikom powiatowym. Odświeżono stronę

¹⁸ Por. P. Pallus, *Polskapresse porządkuje działalność w Internecie*, 29.06.2009, <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/polskapresse-porzadkuje-dzialalnosc-w-internecie>

dziennikzachodni.pl, a dziennikarze zobowiązani zostali do publikowania tam bieżących informacji.

Dość szybko też nowy redaktor naczelny ogłosił „cyfrową rewolucję”: „Wcześniej też przechodziliśmy rewolucyjne zmiany. Przecież wielu z nas jeszcze pamięta, jak teksty powstawały na maszynach do pisania, a w drukarniach rozsypywały się ołowiane wiersze. Jak dwa zdjęcia w numerze to była norma, a o kolorze nie było co marzyć. Ale dzisiejsza rewolucja jest głębsza niż te niewinne zmiany z początku lat 90. Nie chodzi bowiem wyłącznie o technologię produkcji gazety, ale kompletnie inne podejście do pracy dziennikarza, dystrybucji informacji, szybkości podawania newsa i całej filozofii gazety [...] mamy wielki serwis regionalny (dziennikzachodni.pl), mamy kilkadziesiąt bardzo silnych serwisów miejskich (naszemiesto.pl), a mobilny serwis na komórki to oczywistość. Nasi dziennikarze daleko odeszli od maszyn do pisania. Piszą teksty na laptopach, kręcą filmy miniaturowymi kamerami, wysyłają informacje wprost z miejsca zdarzenia, nagrywają komentarze wideo. A w naszym studiu telewizyjnym niemal codziennie przepytujemy nowych gości”¹⁹.

W okazjonalnych tekstach statystyki internetowych serwisów gazety zastąpiły eksponowane wcześniej wyniki papierowych wydań. O ile do 2010 roku powodem do dumy była ilość papieru zużyta na druk „Dziennika Zachodniego”, liczba wydawanych dodatków czy wydrukowanych w gazecie zdjęć pierwszoklasistów czy maturzystów²⁰, to w kolejnych latach chwalono się przede wszystkim sukcesami w internecie²¹. Donoszono o stworzeniu nowoczesnego newsroomu łączącego pracę redakcji „papierowej” i „internetowej”²². Reklamowano techno-

¹⁹ M. Twaróg, *Dziennik Zachodni w rozmiarze XXL to największa gazeta w regionie i w Polsce*, 26.04. 2011, <http://slaskie.naszemiasto.pl/serwisy/dz20tysiecy/880144,dziennik-zachodni-w-rozmiarze-xxl-to-najwieksza-gazeta-w-id,t.html>

²⁰ Por. *Dziennik Zachodni bez tajemnic*, 08.07.2008, <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/18287,dziennik-zachodni-bez-tajemnic,id,t.html>, *Historia Dziennika Zachodniego*, 08.07.2008, <http://www.polskatimes.pl/artukul/18296,historia-dziennika-zachodniego,id,t.html>, *Policzyliśmy długość wszystkich wydań Dziennika Zachodniego*, 27.04.2011, <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/396736,policzyliśmy-dlugosc-wszystkich-wydan-dziennika-zachodniego,id,t.html>

²¹ Por. M. Twaróg, *dziennikzachodni.pl to młodszy brat gazety papierowej*, 27.04.2011, <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/396684,dziennikzachodnipl-to-mlodszy-brat-gazety-papierowej,id,t.html>, *DZ na urodziny: Wydanie w formacie XXL z fotokodami*, 22.02.2012, <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/500947,dz-na-urodziny-wydanie-w-formacie-xxl-z-fotokodami,-id,t.html>

²² Por. M. Twaróg, *Dziennik Zachodni z nowym newsroomem. Codziennie, ale i co minutę*, 10.05.2012, <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/572119,dziennik-zachodni-codziennie-ale-i-co-minute-wideo,id,t.html>

logiczne nowinki, jak chociażby wydanie z fotokodami, które umożliwiały uruchomienie na ekranie telefonu filmów, galerii zdjęć i dźwięków²³.

Popularność witryn internetowych „Dziennika Zachodniego” oraz 31 serwisów lokalnych, znanych pod marką naszemiasto.pl, systematycznie rosła. We wrześniu 2010 roku dziennikzachodni.pl miał 109,5 tys. realnych użytkowników, we wrześniu 2011 roku prawie 155 tys., a w listopadzie 2012 roku prawie 308 tys. Branżowe media zauważały jednak, że – w porównaniu ze sprzedażą wydań papierowych – to niewiele²⁴. Udział użytkowników strony internetowej w stosunku do sprzedaży egzemplarzowej „Dziennika Zachodniego” w końcu 2012 roku wynosił 18%, podczas gdy w konkurującej z nim pod względem rozpowszechniania „Gazecie Pomorskiej” – 26%, a w niezwykle popularnym w internecie „Echu Dnia” aż 69%²⁵. Co ważniejsze jednak, serwis dziennikzachodni.pl był mniej popularny na Śląsku niż serwis katowice.gazeta.pl²⁶, chociaż pod względem czytelnictwa papierowe wydanie gazety wyprzedzało regionalny dodatek „Gazety Wyborczej”.

Sam redaktor naczelny swobodnie korzystał z narzędzi komunikacji, które dawały nowe media. Był aktywny na Twitterze²⁷, zachęcał do korespondencji pod adresem mailowym²⁸, dyskusji na Facebooku, Naszej Klasie oraz przez Gadu-Gadu. Docenił to serwis 300polityka.pl, uznając, że „dzięki relacjom »Dziennika Zachodniego« w wersji online, Warszawa lepiej rozumie, czym żyje polityczny Śląsk”, gazeta wchodzi na „stołeczne radary”, a „na liście obserwowanych na Twitterze trzeba mieć ją jak i jej naczelnego Marka Twaroga oraz szefa wydania online Marcina Nowaka i szefową publicystyki w »Dzienniku Zachodnim« – Marię Zawałę”²⁹.

²³ DZ na urodziny: Wydanie w formacie XXL z fotokodami, 02.02.2012, <http://www.dziennik-zachodni.pl/artukul/500947,dz-na-urodziny-wydanie-w-formacie-xxl-z-fotokodami,id,t.html>

²⁴ tw, „Gazeta Pomorska” i „Echo Dnia” najpopularniejszymi dziennikami regionalnymi w internecie, 20.02.2013, <http://www.wirtualnemedi.pl/artukul/gazeta-pomorska-i-echo-dnia-najpopularniejszymi-dziennikami-regionalnymi-w-internecie>

²⁵ R. Gluza, *Marka totalna*, dodatek „Siła prasy”, „Press” 2013, nr 5.

²⁶ Por. A. Garapich, J. Ciemieniewska, *Wiadomości lokalne w internecie*, http://www.sli-deshare.net/P_B_I/wiadomoci-lokalne-w-internecie-najchtniej-poszukiwane-informacje-o-regionie-zawarto-i-popularno-serwisw-informacyjnych

²⁷ <https://twitter.com/TwarogMarcin>

²⁸ Choć na tę korespondencję nie odpowiadał, czego doświadczyła autorka, próbując tej formy kontaktu.

²⁹ *Trend: Śląsk i Dziennik Zachodni mocno wchodzi na polityczny radar w Warszawie*, 16.05.2013, <http://300polityka.pl/news/2013/05/16/trend-slask-i-dziennik-zachodni-mocno-wchodzi-na-polityczny-radar-w-warszawie>

Zdaniem redaktora naczelnego przejście na dwumedialność, obok istnienia wydań lokalnych, dobrych autorów i opiniotwórczego charakteru gazety, składało się na największe atuty „Dziennika Zachodniego”. Dostrzegał jednak problem „monetyzowania kontentu internetowego”³⁰. Zwłaszcza że sprzedaż e-wydań gazety nie wykazywała tendencji rosnącej. Według danych ZKDP wynosiła ona w styczniu 2013 roku 646 egzemplarzy, a w listopadzie 2013 roku zaledwie 79 egzemplarzy. „Dziennik Zachodni” nie ujawniał liczby płatnych subskrybentów swojego serwisu internetowego³¹, więc można sądzić, że również nie było ich zbyt wielu.

REDAKTORZY NACZELNI PO ROKU 1989

- Włodzimierz Paźniewski (1990–1995)
- Maciej Wojciechowski (1995–1997)
- Marek Chyliński (1997–2004)
- Romuald Orzeł (2004–2005)
- Elżbieta Kazibut-Twórz (2005–2010)
- Marek Twaróg (2010 – do dziś).

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

W 2013 roku „Dziennik Zachodni” pozostawał największym drukowanym dziennikiem regionalnym w kraju i na sprzedaży wersji papierowej opierał swoją pozycję w województwie śląskim. Potwierdzały to m.in. badania cytowań będące wskaźnikiem opiniotwórczości tytułu³². Starania redakcji „Dziennika Zachodniego”, by łączyć siłę i powagę gazety drukowanej z ekspansją w internecie, czy jak to nazywano „szacunek do tradycji z fascynacją nowoczesnością”³³,

³⁰ Por. K. Lisowski, *Bez dużych grup medialnych dzienniki regionalne nie rozwijałyby się. Wywiad z Markiem Twarogiem*, 30.03.2012, <http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/marek-twarog-bez-duzych-grup-medialnych-dzienniki-regionalne-nie-rozwijalyby-sie>

³¹ We wrześniu 2012 roku „Dziennik Zachodni”, podobnie jak inne tytuły Polskapresse oraz innych wydawców, zamknął za *paywallem* Piano Media wybrane sekcje.

³² Np. dane Instytutu Monitorowania Mediów sytuowały „Dziennik Zachodni” na wysokich pozycjach w grupie mediów regionalnych. Por. Raporty: najbardziej opiniotwórcze media, http://www.instytut.com.pl/raporty2?category0=378&trackName=IMM_raporty

³³ *DZ na urodziny: Wydanie w formacie XXL z fotokodami...*

przynosiły czasem niespodziewane rezultaty. Wystarczy zestawić listę najważniejszych tematów, które zdaniem redaktora naczelnego znalazły się w „Dzienniku Zachodnim” w 2013 roku³⁴ z listą tematów najbardziej popularnych w internetowym wydaniu dziennika³⁵. Papierowe wydanie starało się analizować najważniejsze problemy regionu, a internauci skupiali się na sensacyjno-rozrywkowych treściach i plebiscytach.

Tabela 1. Najważniejsze tematy w 2013 roku według redaktora naczelnego i według internautów

Najważniejsze tematy w „Dzienniku Zachodnim” według redaktora naczelnego	Najważniejsze tematy w serwisie dziennikzachodni.pl według internautów
Debata na temat przyszłości górnictwa w Polsce	Pogrzeb tragicznie zmarłego ks. Damiana Kominka
Debata na temat podziału administracyjnego regionu: Co dalej z woj. śląskim?	Trudny egzamin na prawo jazdy kat. A
Akcja przeciwko NFZ w obronie zdrowia młodej jastrzębianki, Małgorzaty Komorowskiej, chorej na raka	Rzekoma ucieczka jadowitych pajaków z hodowli w Będzinie
Zerwanie koalicji PO-RAS w województwie	Pogrzeb ofiar pożaru domu jednorodzinnego w Jastrzębiu
Podsumowanie rocznej działalności Kolei Śląskich	Egzamin zawodowy 2013; arkusz pytań i odpowiedzi
Projekt ustawy metropolitalnej	Plebiscyt na nazwę gondoli nowej kolejki linowej w Parku Śląskim
Obrona dyrektorki w „aferze gender” w Rybniku	Plebiscyt: Śląskie dzielnicowe; wybór kultowych dzielnic
Plebiscyt: Kto łączy Ślązaków? Wybitne postaci ze Śląska i dla Śląska	Tłumaczenia znanych tytułów filmów na język śląski: „Pitło z luftem”, „Jak wonio baba” i wiele innych
Dyskusja o śląskości	Plebiscyt: Kto łączy Ślązaków? Wybitne postaci ze Śląska i dla Śląska
Budowa stadionu Górnika Zabrze	Kulisy wyborów Miss Śląska oraz Zagłębia

³⁴ M. Twaróg, *Jestem dumny, że wokół DZ budujemy tak silną społeczność*, 20.12.2013, <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/1071008,twarog-jestem-dumny-ze-wokol-dz-budujemy-tak-silna-spolecznosci,id,t.html>

³⁵ K. Gruszka, *TOP 10 tematów Dziennika Zachodniego 2013*, 28.12.2013, <http://www.dziennikzachodni.pl/artukul/1075584,top-10-tematow-dziennika-zachodniego-2013-top-10-linia-czasu,3,11,id,t,sm,sg.html#galeria-material>

Wydaniu drukowanemu gazety towarzyszyły stałe i okazjonalne dodatki tematyczne. Wiele o charakterze poradnikowym (poświęcone zdrowiu, komunikacji, edukacji itp.), utylitarnym (dla kibiców, seniorów itp.), a przede wszystkim ogłoszeniowym (dom gratka.pl, praca gratka.pl, moto gratka.pl, turystyka gratka.pl). Do piątkowego wydania magazynowego dołączano, oprócz tygodników powiatowych, „Tele Magazyn” z programem telewizyjnym oraz informator kulturalny „Będzie się działo”, które podnosiły sprzedaż „Dziennika Zachodniego” o ponad 400%³⁶. Doraźnemu zwiększeniu sprzedaży służyły dodatki specjalne, zwłaszcza zawierające zdjęcia maturzystów, pierwszoklasistów, przedszkolaków („Fotomatury”, „Pierwsza Klasa”, „Przedszkolaki”). W 2013 roku gazeta, wzorem innych tytułów, uruchomiła dodatek historyczny („Nasza Historia”) i kryminalny („Dziennik Kryminalny”). Stałe też pracowano nad lepszym dopasowaniem oferty do oczekiwań czytelników: przeprowadzono relaunch dodatku dla kobiet (zmiana tytułu, częstotliwości i formuły), odświeżono dodatki lokalne (zmiana nazw, nadanie im bardziej magazynowego charakteru), unowocześniono szatę graficzną głównego tytułu (mniejszy format, lepsza nawigacja, nowe sekcje, wiodący kolor itp.).

Wszystkie te zmiany miały prowadzić do zahamowania spadku sprzedaży wydań drukowanych i dopasowania ich do roli – jak wyjaśniała Magdalena Chudzikiewicz, rzeczniczka prasowa Polskapresse – „tłumacza, przewodnika po świecie i najbliższej okolicy, który nie ściga się z internetem na ilość i skrótość informacji, ale daje wartość dodaną, pogłębiając wiedzę na najważniejsze tematy w dłuższych tekstach”³⁷.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

Opiniotwórczy charakter „Dziennika Zachodniego” zdawały się doceniać – w przeciwieństwie do internautów – różne gremia oceniające społeczne, kontrolne i edukacyjne funkcje prasy. Wśród nagrodzonych w 2013 roku dziennikarzy gazety znaleźli się m.in.:

- Maria Zawąła – nagroda specjalna w konkursie Silesia Press, za cykl audycji pod nazwą „Spotkania Medyczne im. Krystyny Bochenek”, realizowa-

³⁶ Średni nakład wydań z poniedziałku, wtorku, środy, czwartku i soboty wynosił trochę ponad 40 tys. egz., gdy piątkowy przekraczał 180 tys. egz. Por. Grupa Wydawnicza Polskapresse, Reklama, http://reklama.polskapresse.pl/dzienniki/189,pid,polska_dziennik_zachodni.html

³⁷ MAL, *Dzienniki Polskapresse zmieniły szatę graficzną*, 19.11.2013, <http://www.press.pl/newsy/prasa/pokaz/43456,Dzienniki-Polskapresse-zmieniły-szate-graficzna>

nym wspólnie z dziennikarką Radia Katowice Anną Sojką. Nagroda została przyznana „za ogromną pracę włożoną w kontynuację idei zapoczątkowanej przez Krystynę Bochenek, a także za profesjonalizm i determinację w przekazywaniu treści społecznie ważnych i użytecznych”.

- Maria Zawała – wyróżnienie Radia Katowice za reportaż „Prawo do nadziei” przedstawiający historię Małgorzaty Komorowskiej, od lat walczącej z rakiem piersi i NFZ o finansowanie niestandardowych procedur leczenia.
- Maria Zawała (wspólnie z Anną Sojką) – nagroda specjalna i tytuł „Waleczne serce” przyznane przez Stowarzyszenie Dziennikarzy dla Zdrowia za prasowo-radiową kampanię na rzecz Małgorzaty Komorowskiej.
- Marcin Zasada – wyróżnienie w konkursie Silesia Press za cykl artykułów na temat ustawy metropolitalnej.
- Marek Twaróg – nagroda Ostre Pióro przyznana przez BCC za popularyzowanie tematyki ekonomicznej.

Na informowanie czytelników o osiągnięciach i nagrodach zdobywanych przez tytuł i jego dziennikarzy w konkursach branżowych „Dziennik Zachodni” poświęcał niewiele miejsca, a autopromocję wydawcy w tej kwestii na korporacyjnej stronie internetowej zakończył wpis z 2008 roku³⁸. Tymczasem prawdziwość i rzetelność informacji, wiarygodność tworzących je ludzi, opiniotwórczość tytułu to główne oczekiwania czytelników w stosunku do prasy³⁹.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Redaktor naczelny: Marek Twaróg

Zastępcy redaktora naczelnego: Janusz Szymonik i Marcin Kasprzyk

Kierownicy działów:

Wydarzenia: Sławomir Cichy

Regiony: Anna Ładuniuk

Publicystyka i magazyny: Maria Zawała

Sport: Jacek Sroka

Foto: Karina Trojok

Oddziały terenowe: Bielsko, Częstochowa, Rybnik, Śląsk, Zagłębie.

³⁸ Por. Grupa Wydawnicza Polska Presse, Nagrody i wyróżnienia, [http://www.polska-presse.pl/kat/19.html?ses_pp=\[dostęp: 11.01.2014\]](http://www.polska-presse.pl/kat/19.html?ses_pp=[dostęp: 11.01.2014]).

³⁹ Por. A. Wojdyło, *Dekodowanie odbiorcy*, kwiecień 2010, <http://www.slideshare.net/PBC/Czyt/pbc-prezentacja-na-mt-final-10na-www-pbc>,

Ryszard Filas

„Polska Gazeta Krakowska”

GAZETA Krakowska

Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Prasa Krakowska.

Adres redakcji: aleja Pokoju 3, 31-548 Kraków.

Adres witryny internetowej: www.gazetakrakowska.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 35 x 29 cm.

Liczba stron: wydanie podstawowe: 28.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 19 974 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 126 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo małopolskie.

Gazeta ma obecnie 5 wydań mutowanych: (A) Kraków, (C) Małopolska Zachodnia, (D) Tarnów, (E) Nowy Sącz, (F) Podhale. Dziennik ma także następujące tygodniowe dodatki lokalne (dołączane do wydania piątkowego): „Kraków”, „Gazeta Tarnowska”, „Gazeta Nowosądecka”, „Gazeta Podhalańska”, „Gazeta Gorlicka”, „Gazeta Limanowska”, „Tygodnik Brzesko-Bochnia”, „Tygodnik Małopolski (Nad Sołą i Skawą)”, „Tygodnik Małopolski (Chrzanów i Olkusz)”.

Stałe dodatki tygodniowe:

- poniedziałek: „Piłkarz Gazeta Sportowa” (12 str.);
- wtorek: „Junior Media” (4 str.) oraz „Dom Gratka” (4 str.);
- środa: „Tygodnik 50+ Pracownika, Emeryta, Rencisty” (4 str.);
- czwartek: brak („Moto Gratka” – w numerze);
- piątek: „Kraków Piątek Wieczorem” (magazyn kulturalny – 8 str.);
- sobota: „Magazyn Rodzinny” (wewnątrz numeru – głównie wywiady z celebrytami);
dodatek kulinarny „Małopolanie Gotują (?)”.

HISTORIA

Prehistoria: W czasach insurekcji kościuszkowskiej ukazały się dwa numery „Gazety Krakowskiej” (1794). Tytuł wznowiono w roku 1796 i wydawano aż do roku 1849. Potem jeszcze w latach 1857–1866 wydawano „Krakauer Zeitung” – pismo urzędowe władz austriackich. Podobny tytuł nosiła podczas okupacji urzędowa gazeta kierowana do niemieckich urzędników i żołnierzy¹.

Początki współczesnej „Gazety Krakowskiej” (GK) sięgają 15 lutego 1949. W tym dniu pojawia się GK jako organ Komitetu Wojewódzkiego PZPR (w ramach tworzonej sieci terenowych dzienników porannych PZPR w każdym województwie). Gazeta powstała z połączenia PPS-owskiego dziennika „Naprzód” (istniejącego od lutego 1946) z PPR-owską „Krakowską Trybuną Robotniczą”².

„Gazeta” szybko umacniała się w terenie (poza Krakowem), rozbudowując oddziały lokalne. W latach 60. w każdym powiecie ówczesnego województwa krakowskiego (wtedy także należał do niego pow. żywiecki) działał już oddział GK. Budowano także silne więzi z czytelnikami – na wsiach i w miasteczkach, organizowano spotkania z redaktorami w terenie, codziennie przychodziło do redakcji ponad 100 listów³.

1 lipca 1975 – po zmianach podziału administracyjnego kraju (tzw. reforma gierkowska) – zmieniono tytuł na „Gazeta Południowa”, a jej kolportaż dostosowano do nowych granic województw: miejskiego krakowskiego, nowosądeckiego oraz tarnowskiego. GK formalnie przestała być organem KW PZPR, a stała się porannym dziennikiem terenowym PZPR. Pod tym tytułem ukazywała się do 30 grudnia 1980.

W okresie posierpniowym (jesień 1980 – 13 grudnia 1981), gdy redaktorem naczelnym został znany reporter telewizyjny Maciej Szumowski, GK od 1 stycznia 1981 wróciła do tradycyjnego tytułu. Reprezentowała tzw. nurt reformatorski w PZPR i stała się ważnym głosem w dyskursie społeczno-politycznym o sławie ogólnokrajowej (czytana, a nawet rozchwytywana szeroko poza Krakowem).

W pierwszych tygodniach stanu wojennego na miejsce GK ukazała się hybryda trzech krakowskich dzienników „GaDziEcho” (pod redakcją Z. Guzowskiego). Na początku lutego 1982, po czyszcach w zespole redakcyjnym, do kiosków wróciła „Gazeta Krakowska” kierowana już przez Z. Lesia.

¹ I.S. Fiut, J. Pałosz, *Strategie wydawnicze Gazety Krakowskiej w latach 1990–2006*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2006, nr 3–4, s. 43–58.

² J. Jarowiecki, *Zmiany w prasie krakowskiej (1989–1993)* [w:] *Dylematy transformacji prasy polskiej (1989–1993), Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, red. A. Słomkowska, t. XXIV, D.W. Elipsa, Warszawa 1994, s. 193–205.

³ Zob. „Gazeta Krakowska” – dodatek specjalny, 26 II 2014, s. 4.

REDAKTORZY NACZELNI W CZASACH PRL⁴

- Arnold Mostowicz (1949–1956) – piętnowany w 1956 r. za kierowanie gazetą ‘po stalinowsku’, w 1956 r. powołany na naczelnego „Szpilek”;
- Mieczysław Kieta (1956–1957)
- Ignacy Krasicki (1957– XI 1957)
- Zbigniew Olas (1957/58 – VIII 1959) – przyszedł z Bydgoszczy
- Józef Konecki (IX 1959 – VI 1967)
- Józef Łapiński (VI 1967 – II 1969)
- Tadeusz Czubała (II 1969 – IV 1971)
- Wacław Pituła (VI 1971 – XI 1971)
- Zbigniew Regucki (I 1972 – IX 1980)
- Maciej Szumowski (XI 1980 – 13 XII 1981)
- Zbigniew Guzowski – hybrydowe „GaDziEcho” – gazeta stanu wojennego (14 XII 1981 – 4 II 1982; ukazało się 40 numerów pisma)
- Zdzisław Leś (5 II 1982 – I 1983)
- Sławomir Tabkowski (II 1983 – 31 I 1988)
- Henryk Szydłowski (II 1988 – III 1990)
- Andrzej Urbańczyk (IV 1990 – do VI 1990)

W ciągu czterech dekad „Gazeta Krakowska” miała piętnastu redaktorów naczelnych, spośród których tylko czterech zaznaczyło swą obecność w dłuższym okresie czasu: Zbigniew Regucki (ponad 8 lat), Józef Konecki (prawie 8 lat), Arnold Mostowicz (niespełna 7 lat) oraz Sławomir Tabkowski (7 lat). Kadencje pozostałych były zdecydowanie krótsze, a nawet incydentalne.

ORIENTACYJNE DANE O WIELKOŚCI SPRZEDAŻY W CZASACH PRL

Nie dysponujemy systematycznymi danymi o nakładach w okresie powojennym. Wiadomo⁵, że w grudniu 1956 r. nakład „Gazety Krakowskiej” wynosił 133,2 tys. egz., zaś w lutym 1957 roku – już tylko 98,4 tys. egz. W 1972 r.

⁴ Autor pragnie podziękować redaktorowi naczelnemu „Gazety Krakowskiej” Wojciechowi Harpule za dużą pomoc w ustaleniu listy redaktorów naczelnych tej gazety.

⁵ Zob. *Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, t. XII, Warszawa 1988, s. 216 (tabela 2). Dla dzienników PZPR-owskich, rzecz charakterystyczna, nie podano wysokości zwrotów.

gazeta miała nakład w wysokości 215 tys. egz.⁶, natomiast w 1977 roku – ówczesna „Gazeta Południowa” osiągała około 200 tys. egz.⁷ Także w roku 1981, w czasach „Festiwalu Solidarności”, nakład ten przekraczał 200 tys. egz.⁸

Rzetelne dane kolportażowe za lata 1970–1991 zestawiał Sylwester Dziki. Jeśli do połowy lat 80. nakłady GK utrzymywały się (lub były podtrzymywane) na poziomie oscylującym wokół 200 tys. egz., to pod koniec owej dekady zaczęły wyraźnie topnieć, zaś u progu lat 90. były już nieporównanie niższe (76 tys. egz. w początkach 1991 roku).

Tabela 1. Nakłady „Gazety Krakowskiej” w okresie 1970–1991, w tys. egz.⁹

1970	1980	1985	1988	1989 I połowa	1991 I kwartał
189,8	188,5	202,5	189,9	171,9	76,0

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

Od połowy 1990 r., po nominacji (z namaszczenia Komisji Likwidacyjnej RSW) Tadeusza Pikulickiego na redaktora naczelnego, postępowało „wyrwanie” GK z rąk SdRP, reprezentowanej przez poprzedniego naczelnego Andrzeja Urbańczyka. W tym czasie gazeta była wspierana przez Unię Demokratyczną, także za pośrednictwem grupy dziennikarzy z kręgu Macieja Szumowskiego (którzy nieco wcześniej – do czasu rozłamu w zespole – tworzyli redakcję „Czasu Krakowskiego”) – Doroty Terakowskiej i Lesława Maleszki, obejmujących funkcje zastępców red. naczelnego. Z redakcji odeszli zaś dziennikarze uznani za skompromitowanych w latach 1982–1989.

17 stycznia 1991 Komisja Likwidacyjna RSW sprzedała prawo do tytułu w trybie przetargu. Było czterech oferentów, w tym Porozumienie Centrum wraz z Zarządem Miasta Krakowa. Prawo do wydawania tytułu przekazano ostatecznie wydawnictwu o tej samej nazwie (Wydawnictwo Gazeta Krakowska Sp. z o.o. – spółka utworzona 18 VIII 1990) za 2,5 mld zł (przed denomi-

⁶ Zob. 25 lat KWP, Kraków 1972, s. 21. Tamże podano, że w poprzedzającym piętnastoletniu nakład GK wzrósł o 150 tys. egz., zaś w grudniu 1971 roku wydanie sobotnio-niedzielne przekroczyło 360 tys. egz.

⁷ Zob. W. Pisarek, *Prasa nasz chleb powszedni*, Wrocław 1978, s. 64–65.

⁸ Zob. Jarowiecki, dz. cyt., s. 195.

⁹ S. Dziki, *Uwarunkowania instytucjonalno-organizacyjne. Komunikowanie masowe w Polsce: lata osiemdziesiąte*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1991, nr 1–2, s. 60–73.

nacją). Połowę akcji wykupiło 21 dziennikarzy i współpracowników (udziały mieli tu także: Urząd Wojewódzki oraz prywatni przedsiębiorcy), a drugą połowę kupił Bank Handlowo-Kredytowy w Katowicach. Formalna zmiana właściciela nastąpiła 1 III 1991.

Od połowy 1991 r. „Gazeta Krakowska” dołączyła nowy podtytuł: „Dziennik Polski Południowej” i ukazywała się w 4 wydaniach mutowanych (bielskie, katowickie, krakowsko-nowosądeckie oraz zakopiańskie).

Istotne zmiany własnościowe dokonały się w listopadzie 1992 roku, gdy 51% udziałów upadłego banku katowickiego (Bank Handlowo-Kredytowy) nabył koncern Roberta Hersanta (Socpresse), podwyższając równocześnie kapitał spółki¹⁰. Stał się on właścicielem 99,7 proc. udziałów, a spółce dziennikarskiej pozostało tylko 0,3% (także odkupione przez koncern wiosną 1994 r.). Spółka Polska Presse, dysponując kapitałem francuskim, podjęła niezbędne inwestycje: 22 IV 1994 nastąpiło przejście na druk offsetowy, zmieniono też format gazety na mniejszy. W lipcu tegoż roku dokonała się przymusowa przeprowadzka z Domu Prasy (ul. Wielopole) na Podgórze (ul. Warneńczyka).

Druga istotna zmiana w strukturze właścicielskiej miała miejsce we wrześniu 1994 roku. Wówczas to Hersant odprzedał swoje udziały bawarskiemu koncernowi Neue Presse Verlag GmbH z Passau (Pasawy). Wydawanie gazety przejęła polska filia Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Gazeta Krakowska¹¹.

Gazeta pod nowym kierownictwem zerwała z uwikłaniem politycznym i pod kierownictwem Ryszarda Niemca starała się realizować model gazety regionalnej (zbliżonej do formuły francuskich gazet departamentalnych)¹². Pod koniec lat 90. oraz na początku XXI wieku gazeta umacniała się organizacyjnie. 12 V 1997 – po likwidacji „Echa Krakowa” – przejęto tytuł i wydawano go jako wkładkę miejską do wydania krakowskiego GK. We wrześniu 1997 r. nastąpiła przeprowadzka do obecnej siedziby przy al. Pokoju 3, do wolnych pomieszczeń drukarni (odkupionej wcześniej od Polsko-Amerykańskiego Towarzystwa Prasowego).

Ciekawym, choć krótkim epizodem, było w latach 2002–2003 wprowadzenie wydania niedzielного GK. Było kolorowe, o objętości 16 kolumn, startowało w nakładzie początkowym 18 tys. egz., w cenie 1 zł. Adresowane było

¹⁰ E. Ciborska, *Pięćdziesiąt lat transformacji prasy postpezetpeerowskiej (1989–1994)* [w:] *Pięćdziesiąt lat transformacji mediów (1989–1994), Materiały pomocnicze do najnowszej historii dziennikarstwa*, red. A. Słomkowska, E. Ciborska, t. XXV, D.W. Elipsa, Warszawa 1995, s. 191–207.

¹¹ Szerzej o transformacji: W.M. Kolasa, *Prasa Krakowa w dekadzie przemian 1989–1998*, Kraków 2005, s. 48 i n.

¹² I.S. Fiut, J. Pałosz, dz. cyt., s. 47.

wyłącznie do mieszkańców Krakowa. W 2002 roku sprzedawano 4–8 tys. egz.¹³, jesienią 2003 roku – zaledwie ok. 3 tys. egz., co spowodowało zaprzestanie eksperymentu na początku grudnia 2003¹⁴.

Ostatnia istotna zmiana miała miejsce 15 października 2007: „Gazeta Krakowska” została włączona do projektu „Polska. The Times”, czyli hybrydowego projektu 18 dzienników regionalnych, stanowiących zarazem ogniwa ogólnopolskiego dziennika opiniotwórczego firmowanego przez Grupę Polskapresse. I choć sam projekt od lutego 2009 roku realizowany jest połowicznie, to dziennik do dziś wychodzi pod rozbudowanym tytułem „Polska Gazeta Krakowska”.

REDAKTORZY NACZELNI PO 1989 ROKU

- Tadeusz Pikulicki (4 VII – XII 1990)
- Jerzy Sadecki (XII 1990 – VI 1994)
- Ryszard Niemiec (10 VI 1994 – VII 2004)
- Leszek Rafalski (1 VIII 2004 – 15 XI 2004)
- Marek Zalejski (16 XI 2004 – 31 I 2006)
- Janusz Kozioł (1 II 2006 – 31 VIII 2007)
- Tomasz Lachowicz (1 IX 2007 – 6 II 2012)
- Wojciech Harpula (od 7 II 2012 – do dziś)

W ostatnim ćwierćwieczu „Gazeta Krakowska” miała ośmiu redaktorów naczelnych, spośród których najdłużej, przez lat 10, funkcję tę sprawował Ryszard Niemiec, wywierając niewątpliwie największy wpływ na linię redakcyjną pisma. Po przejściu na emeryturę Ryszard Niemiec, jako redaktor senior, nadal czynnie współpracuje z redakcją pisma.

ZMIANY WIELKOŚCI SPRZEDAŻY W LATACH 1994–2013

Dostępne dane z pierwszej połowy lat 90. pochodzą głównie z deklaracji wydawców składanych na potrzeby kolejnych edycji *Katalogu mediów polskich* (OBP Kraków). Pozwalają (zob. tab. 2) jedynie odtworzyć orientacyjny (mocno „zaokrąglony”) obraz rozpowszechniania tytułu, choć dysponujemy narzędziami weryfikacji w postaci cząstkowych danych ZKDP z niektórych lat.

¹³ „Press” 2003, nr 1, s. 29.

¹⁴ „Press” 2004, nr 1, s. 74.

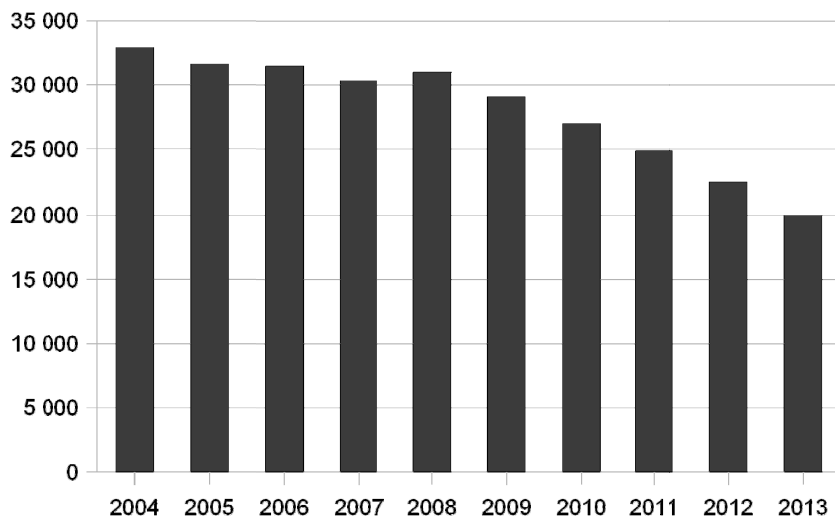
Tabela 2. Dystrybucja „Gazety Krakowskiej” 1993–1998 w tys. egz. według danych deklarowanych przez wydawców

Wskaźnik	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Średni nakład wydania tygodniowego	82,0	60,0	45,0	34,7	35,3	39,9
Średni nakład wydania magazynowego	?	130,0	125,0	105,3	101,0	97,4
Zwroty (w %)	?	?	25%	23%	27%	?

Źródło: *Katalog mediów polskich* (edycje 1993, 1994, 1995, 1996, 1997 i 1998).

Jeśli zawierzyć tym danym, w latach 1993–1998 średni nakład obniżał się z 82 tys. egz. w roku 1993 (jeszcze w rękach Hersanta) do niespełna 40 tys. w pięć lat później. W tym czasie różnica między wysokością wydania „zwykłego” a magazynowego powiększyła się z dwukrotnej do trzykrotnej (na rzecz wydania magazynowego, choć i te nakłady, oscylujące wokół 100 tys. egz., systematycznie malały). Wydawca deklarował zwroty na poziomie 23–27% (1995–1997). Te dane mimo deklaratywności są realistyczne. Z deklaracji złożonej w ZKDP za IV kwartał 1995 roku wynika, że w tym czasie „Gazeta Krakowska” ukazywała się w przeciętnym jednorazowym nakładzie 47 121 egz. (wydanie magazynowe – 104 938 egz.), rozpowszechnianie płatne wynosiło 31 105 egz., zwroty zaś – 24,5%. Interesująco rozkładała się w tym czasie geografia rozpowszechniania gazety: jednoznacznie dominował obszar dzisiejszej Małopolski (97,9%), w tym na woj. miejskie krakowskie przypadało 31,74%, tarnowskie – 30,6%, nowosądeckie zaś – 35,7%. Zatem próba „zdobycia” terenów przyległych była niezbyt udana: do czytelników na Śląsku (woj. bielskie i katowickie) docierało średnio 681 egz. (2%). Z danych ZKDP na koniec 1998 roku wynika, że GK sprzedawała przeciętnie 41,7 tys. egz., mając w owym czasie nakłady 56,3 tys. egz. Oznacza to, że pod koniec lat 90. wyniki rozprowadzania płatnego tej gazety poprawiły się, lecz trend wzrostowy uległ odwróceniu po roku 1999. Kolejne lata przynosiły stopniowy spadek sprzedaży. Wyniki sprzedaży w latach 2004–2013 przedstawia wykres 1.

Ogólnie biorąc, początkowo minimalne spadki na przełomie wieków po roku 2003 oscylują już tylko wokół 30 tys. egz., w ostatnich trzech latach (2011–2013) spadając poniżej 25 tys. egz. W całym zaś piętnastoleciu sprzedaż „Gazety Krakowskiej” spadła przeszło dwukrotnie, z 45,6 tys. do niecałych 20 tys. egz.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne dziennika „Gazeta Krakowska” (od 2007 roku „Polska Gazeta Krakowska”) w latach 2004–2013. Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Credo redakcji: Bliskość, jakość, użyteczność.

„Bliskość” w podwójnej roli: geograficzna oraz emocjonalna.

Pisanie o sprawach bliskich czytelnikom, ważnych dla ich społeczności lokalnych i dla funkcjonowania jednostek w tych społecznościach.

Zapewnienie czytelnikom poczucia bezpieczeństwa i edukacja do życia we wspólnocie lokalnej.

„Jakość” – w sensie dbałości redakcji zarówno o stronę redakcyjną (kompleksowe ujęcie każdego tematu, rzetelne jego opracowanie), jak i edytorską gazety (obudowanie materiałów dodatkowymi elementami – infografiki, zdjęcia etc.)

„Użyteczność” – troska redakcji o dostarczanie czytelnikowi wiedzy przydatnej w codziennym życiu, w podejmowaniu dobrych decyzji życiowych.

Jak pisze Wojciech Harpula, obecny redaktor naczelny, w jubileuszowym dodatku GK – [...] *Szlachetne dziennikarstwo przetrwa na pewno, bo jest potrzebne ludziom. Szlachetne, czyli takie, które nie daje się wciągnąć w rozgryw-*

ki polityków. Takie, które z wrodzoną nieufnością patrzy na ręce każdej władzy. Takie, które stara się widzieć świat oczami swoich Czytelników. Które jest jak najbliżej ich życia i ich problemów. Które nie mądrzy się i nie poucza. Które daje głos tym, których głos powinien zostać wysłuchany. Które pomaga, interweniuje, wspiera. Tak w „Gazecie Krakowskiej” rozumiemy dziś naszą rolę jako dziennikarzy.

Z naszej 65-letniej historii [...] wynieśliśmy tak naprawdę dwie rzeczy: legendę Maćka Szumowskiego i regionalny charakter naszej gazety. Szumowski, który patrzy z wielkiego portretu na newsroom „Gazety Krakowskiej”, przypomina codziennie, że naszymi drogowskazami mają być prawda i niezależność. Fakt, że mamy swoich dziennikarzy w 10 miastach Małopolski, pozwala nam pisać o sprawach bliskich Czytelnikom, pomagać w rozwiązywaniu ich problemów. Dzięki temu możemy pozwolić sobie na luksus niezajmowania się więcej niż to niezbędne „wielką polityką”. Wolimy pisać o „dziurach w drogach”. Pomóc ludziom w potrzebie; spowodować, że urząd wreszcie zareaguje; sprawić, że najbliższy nam świat będzie trochę doskonalszy – to nadaje sens naszej pracy i przynosi nam największą satysfakcję. W takie dziennikarstwo wierzymy, takie staramy się uprawiać¹⁵.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Redaktor naczelny: Wojciech Harpula

Urodzony 27.12.1978 r. w Krakowie. Ukończył politologię na UJ w 2002 r. Przed zatrudnieniem w GK pracował 5 lat w portalach internetowych: ep.pl – 1999–2000; onet.pl – 2000–2005. W „Gazecie Krakowskiej” od 2005 r. kolejno na stanowiskach: reporter 2005–2007; kierownik działu wydarzenia 2007–2009; zastępca redaktora naczelnego 2010–2012; redaktor naczelny od II 2012 r.

Zastępca redaktora naczelnego i kierownik działu magazyny: Jerzy Sułowski

Urodzony 11.09.1961. Studiował dziennikarstwo w Instytucie Nauk Politycznych UJ (1980–1985). Kariera dziennikarska: 1984–1985 tygodnik studencki „Politechnik” (współpraca); 1984–1995 „Echo Krakowa” (dziennikarz, redaktor); 1995–2007 „Super Express” (w tym – kierownik edycji w Nowym Jorku 2001–2002, kierownik oddziału w Krakowie, zastępca redaktora naczelnego 2005–2007); od 2007 do dziś w „Gazecie Krakowskiej”.

¹⁵ W. Harpula, *Dziennikarstwo po naszymu*, „Polska Gazeta Krakowska”. Dodatek specjalny, 26.02.2014, s. 2.

Kierownicy działów:

- Dział wydarzenia, Kraków: Anna Kajtoch
- Ur. w 1980 r. w Krakowie. Absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego (2005). W „Gazecie Krakowskiej” od 1999 r., początkowo jako współpracownik, od 2005 r. na etacie reportera w dziale miejskim. Od 2007 r. – na stanowisku wydawcy, w 2008 roku objęła stanowisko kierownika działu wydarzenia, do którego w 2012 r. włączono również dział miejski. Od 2008 r. pełni także funkcję redaktora prowadzącego wydanie.
- Dział kultura: Rafał Stanowski (wspólny z „Dziennikiem Polskim”)
- Dział sport: Krzysztof Kawa, Bartosz Karcz (wspólny z „Dziennikiem Polskim”)
- Dział opinie, poradniki i dodatki: Teresa Brandys
- Dział tygodniki regionalne, wydania specjalne: Tomasz Żytko
- Dział graficzny, foto: Bogdan Nowak (wspólny z „Dziennikiem Polskim”)
- Serwisy internetowe: Bartłomiej Msiniec

Redakcje lokalne:

- Oddział Nowy Sącz – kierownik: Przemysław Malisz (+ 5 osób)
Urodzony 29 VI 1981 r. w Katowicach. Studia: kierunek politologia i dziennikarstwo na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach (uk. 2005), studia doktoranckie na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach – kierunek dziennikarstwo (2005–2009); studia podyplomowe – gospodarka w obrocie nieruchomościami w Wyższej Szkole Finansów i Administracji (2012–2013). Staż pracy w zawodzie dziennikarza: dziennikarz „Trybuna Śląska” i „Dziennik Zachodni” (2002–2005), „Super Express” – reporter (2005–2009); „Gazeta Krakowska” – kierownik oddziału w Małopolsce Zachodniej (2009–2012); Telewizja Silesia w Katowicach – reporter telewizyjny (II 2012 – XI 2013). Od grudnia 2013 – powrót do „Gazety Krakowskiej” na obecnie zajmowane stanowisko.
- Oddział Oświęcim – kierownik: Małgorzata Gleń (+3 osoby)
Urodzona w 1973r. w Krakowie. Ukończyła kulturoznawstwo na UJ (2003). Kariera zawodowa: w „Fakcie” (2005–2009), „Super Expressie” (2003–2005), a od 2009 roku – dziennikarz w GK (2009–2012).
- Oddział Tarnów – kierownik: Marek Bartosik (+ 3 osoby)
Urodzony 1958 r. w Dąbrowie Górniczej. Wykształcenie wyższe – Wydział Prawa i Administracji UJ (1982 r.). Kariera dziennikarska: „Tempo” – reporter do 1990; w latach 1990–1992 „Czas Krakowski” (od reportera do kierownika działu krajowego), ponownie „Tempo – Magazyn Piątek”

i znowu „Czas Krakowski” (jako z-ca redaktora naczelnego). W „Gazecie Krakowskiej” od 1996 r – kolejno: kierownik działu krajowego, sekretarz redakcji, publicysta, obecnie kierownik oddziału w Tarnowie.

- Oddział Zakopane – kierownik: Łukasz Bobek (+ 1 osoba)

Urodzony 20 lutego 1981 Kraków. Studia: historia na Uniwersytecie Papieskim w Krakowie (studia magisterskie), dziennikarstwo (podyplomowe – Uniwersytet Papieski). Dziennikarz od 2006 roku, od początku w GK; od 2007 r. – na obecnym stanowisku.

Korespondenci terenowi: Bochnia, Chrzanów, Gorlice (3), Olkusz, Wadowice

Biura: ogłoszeń, promocji, prenumeraty,

Dział kolportażu

Liczba dziennikarzy zatrudnionych na etatach: 14

Liczba stałych współpracowników: 1

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

Akcje publicystyczne :

- Budowa kładek dla pieszych nad „Zakopianką” (zbieranie podpisów pod petycją, złożenie petycji w Warszawie).
- Pierwsza droga do szkoły – bezpieczne zachowania dzieci na drodze; dodatek: edukacyjna gra planszowa.
- Wielkie odkrywanie Małopolski (odkrywanie atrakcyjnych miejsc, ważnych ze względu na różne kryteria).
- Emisja specjalnych kart do gry – promocja inwestycji UE w Małopolsce w latach 2007–2013.
- Wysłannik GK na konklawe – i specjalny dodatek okolicznościowy do GK: „Poczet Papieży”.
- Dodatek „Gdzie się leczyć” – lista placówek NFZ.
- Wielki Poczet Burmistrzów Małopolski.
- Poczet Proboszczów (tylko: Nowy Sącz oraz Tarnów).
- Tygodniowe kolumny „Junior media” (porady dziennikarskie dla mediów szkolnych).

Plebiscyty organizowane przez redakcję:

- Człowiek Roku w Małopolsce,
- Silny Człowiek Regionu (w czterech subregionach Małopolski),

-
- Najlepszy Sportowiec i Najlepszy Trener Małopolski,
 - Najlepszy Strażak w Małopolsce,
 - Najlepszy Policjant w Małopolsce,
 - Najlepszy Wójt i Burmistrz w Małopolsce,
 - Najlepsze Koło Gospodyń Wiejskich i Najlepsza Gospodyni w Małopolsce.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W ROKU 2013

- Piotr Rąpalski – finalista konkursu dziennikarskiego im. Dariusza Fikusa;
- Piotr Rąpalski – Zielona Gruszka dla utalentowanych młodych dziennikarzy;
- Anna Kaczmarz – w kategorii fotoreporter w konkursie organizowanym przez Kapitułę Nagrody Dziennikarzy Małopolskich.

Paweł Urbaniak

„Polska Gazeta Wrocławska”



Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Prasa Wrocławska.

Adres redakcji: ul. Św. Antoniego 2/4, 50-073 Wrocław.

Adres witryny internetowej: www.gazetawroclawska.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Liczba stron w wydaniu podstawowym: 32; (licząc z mutacjami i tygodnikami do 112).

Format: 289 x 350 mm.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 19 461 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 239 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: woj. dolnośląskie.

W wydaniach papierowych czytelnicy znajdą w tygodniu stałe dodatki tematyczne: „50+”, „Dom Gratka”, „Junior Media”, „Magazyn Rodzinny”, „Sport”, „Tele Magazyn”. Ponadto z „Gazetą Wrocławską” powiązane są następujące lokalne tygodniki: „Gazeta Sycowska”, „Gazeta Wojewódzka”, „Oleśniczanin”, „Panorama Legnicka”, „Panorama Wałbrzyska”, „Tygodnik Głogowski”.

„Polska Gazeta Wrocławska” to największy dziennik regionalny na Dolnym Śląsku. Jego historia jest skomplikowana, ale i ciekawa jak dzieje regionu, w którym się ukazuje. Ze słowem „Wrocławska” w tytule gazeta ukazuje się od 1990 roku. Jest jednak spadkobierczynią kilku tytułów, które na Dolnym Śląsku były wydawane od lat 40. XX wieku, takich jak m.in. „Pionier”, „Słowo Polskie” czy „Wieczór Wrocławia”.

HISTORIA

„Gazeta Wrocławska” jest spadkobierczynią i kontynuacją „Gazety Robotniczej”, najważniejszego dziennika regionalnego na Dolnym Śląsku w czasach Polski Ludowej. O swoistej kontynuacji zaświadcza chociażby fakt, że

w okresie od grudnia 1995 roku do czerwca 1996 roku gazeta nosiła podwójny tytuł: „Gazeta Robotnicza Gazeta Wrocławska”.

„Gazeta Robotnicza” powstała 16 grudnia 1948 roku z połączenia prasowego organu wojewódzkiego Polskiej Partii Robotniczej zatytułowanego „Trybuna Dolnośląska” z pismem Polskiej Partii Socjalistycznej „Wrocławski Kurier Ilustrowany”. „Gazeta Robotnicza” do 1990 była organem Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej. Do 1989 roku dziennik publikował wiadomości agencyjne z kraju i ze świata, ale także szeroko informował o życiu i problemach PZPR. W kolejnych numerach znajdowały się więc między innymi oficjalne materiały plenum partyjnych, wystąpienia pierwszych sekretarzy czy relacje z dyskusji zebrań partyjnych. Ponadto dziennik bogato informował o pracach partyjnych struktur terenowych. „»Gazeta Robotnicza« była ostoją systemu, pełniła rolę »strażnika systemu« dla Wrocławia i regionu. Jej misją było zaszczepienie u czytelnika miłości do ustroju komunistycznego i chęci uczestniczenia w jego budowaniu. Gazeta ta skierowana była do mas, zarówno robotników, jak i intelektualistów; styl artykułów był więc tradycyjny, język dość prosty i zrozumiały, bez ekstrawagancji. Ważne propagandowo treści uwypuklano odpowiednią szatą graficzną”¹.

W rzeczywistości w umiarkowany sposób gazeta wypełniała funkcje dziennika regionalnego, bowiem problemy społeczności lokalnych nie znajdowały w nim pierwszoplanowej pozycji. Problemom i wydarzeniom ze stolicy Dolnego Śląska i regionu poświęcona była regularnie natomiast przedostatnia strona każdego numeru.

Od 1951 roku „Gazeta Robotnicza” zyskała tygodniowy dodatek zatytułowany „Sprawy i Ludzie”, który ukazywał się pod tym tytułem do 1959 roku, kiedy został przemianowany na „Magazyn Tygodniowy” ukazujący się początkowo jako wydanie sobotnio-niedzielne, a od 1982 roku jako dodatek piątkowy. O ile „Gazeta Robotnicza” w swym głównym wydaniu nie zmieniała się w istotny sposób, pozostając głównie organem partyjnym pełniącym w znacznym stopniu dworskie funkcje wobec rządu i regionalnych struktur partyjnych, o tyle tygodniowy dodatek przeszedł istotną metamorfozę – „od magazynu informacyjno-sprawozdawczego w kierunku czasopisma społeczno-kulturalnego, by ostatecznie przekształcić się w typowy magazyn niedzielny”²

¹ D. Sikorski, *Imprezy masowe we Wrocławiu w latach 1948–1956 w lokalnych źródłach prasowych*, „Pamięć i Przyszłość” 2011, nr 12.

² W. Suleja, „Gazeta Robotnicza” [w:] *Encyklopedia Wrocławia*, red. J. Harasimowicz, Wrocław 2000.

publikujący teksty reportażowe, materiały bazujące na sensacyjnych wydarzeniach, a także stałe felietony.

Jednym z najważniejszych redaktorów naczelnych „Gazety Robotniczej” był Zdzisław Balicki, który kierował pismem w latach 1973–1980 i ponownie w latach 1982–1983. W przerwie w pełnieniu tej funkcji piastował urząd przewodniczącego Radiokomiteu.

„Gazeta Robotnicza” była typowym dziennikiem, który, w mniejszym stopniu ze względu na zawartość treściową, w większym natomiast ze względu na zasięg kolportażu, wpisywał się w definicję gazety regionalnej. Ze względu na brak konkurencji (zarówno w postaci innych tytułów prasowych o charakterze regionalnym, jak i niewielką konkurencję regionalnych mediów elektronicznych) „Gazeta Robotnicza” utrzymywała wysokie wskaźniki sprzedaży, będąc nie tylko najistotniejszym źródłem wiedzy o rzeczywistości, ale także ważnym nośnikiem funkcji propagandowych dla mieszkańców Dolnego Śląska.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

W momencie przełomu społeczno-politycznego „Gazeta Robotnicza” znalazła się w trudnej sytuacji. Informacja o tym, że dziennik jest organem PZPR, widniała na winiecie i w stopce dziennika do momentu rozwiązania partii 28 stycznia 1990 roku. Pewne więc było, że redakcja będzie musiała zmierzyć się z niełatwym wyzwaniem utrzymania na rynku. Pomimo wstępnych trudności „z perspektywy czasu nikt z jej zarządców nie wspominał tego przełomowego okresu jako nagłego krachu. Najprawdopodobniej zadziałało tu przyzwyczajenie czytelników [...]”³. Zresztą pismo w pierwszym okresie po przemianach politycznych utrzymało wyraźnie lewicowy profil, z czym przedstawiciele redakcji wcale się nie kryli. Poza tym ten wyrazisty charakter ideologiczny był być może przyczyną niezłych wskaźników sprzedaży.

W kwietniu 1990 roku zespół redakcyjny „Gazety Robotniczej” zawiązał Spółdzielnię Pracy Dziennikarzy i Wydawców i poinformował o tym fakcie Komisję Likwidacyjną Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej Prasa-Książka-Ruch. W wyniku rozmów redakcji z wojewodą wrocławskim ustalono powołanie do życia w listopadzie 1990 roku Przedsiębiorstwa Wydawniczego Gareg Spółka Akcyjna, która miałaby w przyszłości stać się wydawcą gazety, będącej kontynuacją „Gazety Robotniczej”. W wyniku konfliktu pomiędzy wojewodą

³ A. Szynol, *Prasa codzienna na Dolnym Śląsku w latach 1989–2003*, Wrocław 2004, s. 33.

a zespołem redakcyjnym, związanego z wygórowaną opłatą dzierżawną za użytkowanie tytułu, spółdzielnia odmówiła jednak objęcia udziałów w mającej powstać spółce wydawniczej, w wyniku czego spółka nigdy nie powstała. Kolejne miesiące walki, okraszonych także politycznymi sporami, przyniosły rozwiązanie dopiero 16 sierpnia 1993 roku, kiedy to sąd oddalił roszczenia Komisji Likwidacyjnej RSW dotyczące przekazania praw do wydawania gazety wojewodzie i potwierdził tym samym prawa do majątku i tytułu „Gazety Robotniczej” członkom Spółdzielni Pracy Dziennikarzy i Wydawców Gazeta Robotnicza. Decyzją sądu dziennik z wieloletnią tradycją stał się własnością jej twórców, zespołu redakcyjnego.

Kilka miesięcy później, bo już w grudniu 1993 roku, rozpoczął się charakterystyczny dla większości regionalnych gazet w Polsce tamtego okresu proces przejmowania „Gazety Robotniczej” przez zagraniczny kapitał. Wtedy to niewielka firma Interpublication AG ze Szwajcarii wykupiła 50% udziałów w Domu Wydawniczym Gazeta Wrocławska (powołanym już 1993 roku jako zapowiedź późniejszej zmiany tytułu dziennika na „Gazeta Wrocławska”). Niedługo miało okazać się, że za szwajcarską spółką ukrywał się niemiecki kapitał. „Prezes wrocławskiego oddziału Polskapresse Jacek Czynałtis nie ukrywał, że była to jedynie chęć zmylenia opinii publicznej, która na początku lat 90. była wyczulona na obecność niemieckiego kapitału w mediach. [...] Docelowym inwestorem była firma Passauer Neue Presse, która w następnych latach zdobyła pakiet większościowy w spółce wydawniczej, by w roku 1996 wykupić wszystkie udziały”⁴. Wkrótce niemiecka firma powołała do życia w Polsce spółkę Polskapresse, której od 2000 roku podlegają gazety regionalne wykupione przez niemieckiego wydawcę. Po przejęciu „Gazety Robotniczej” przez Passauer Neue Presse pojawiły się nowe inwestycje – wydawca zbudował między innymi na potrzeby dziennika nowoczesną drukarnię offsetową w podwrocławskich Bielanych.

Wraz z przejęciem dziennika przez niemieckie przedsiębiorstwo od końca 1996 roku gazeta wychodziła we wszystkich dolnośląskich województwach jako „Robotnicza Gazeta Wrocławska”. Dokonała się więc zmiana, z którą noszono się tak naprawdę od 1989 roku. Ze względu na fakt, że pierwsze lata po przemianach ustrojowych upłynęły na walce o utrzymanie praw do tytułu przez Spółdzielnię Pracy Dziennikarzy i Wydawców, trudno było wcześniej wprowadzić zmiany. W kwietniu 1998 roku nastąpił kolejny etap zmian tytułu, z którego zaczęło znikać słowo „robotnicza”. Był to proces długotrwały

⁴ Tamże, s. 62.

polegający na stopniowym usuwaniu elementu tytułu, do którego mieszkańcy Dolnego Śląska byli tak mocno przyzwyczajeni. Tak więc początkowo słowo „robotnicza” w tytule ulegało zmniejszeniu, by zniknąć całkowicie z winiety we wrześniu 1999 roku. Dokonał się więc długotrwały, bo dziesięcioletni, proces zmiany tytułu „Gazeta Robotnicza” na „Gazeta Wrocławska”.

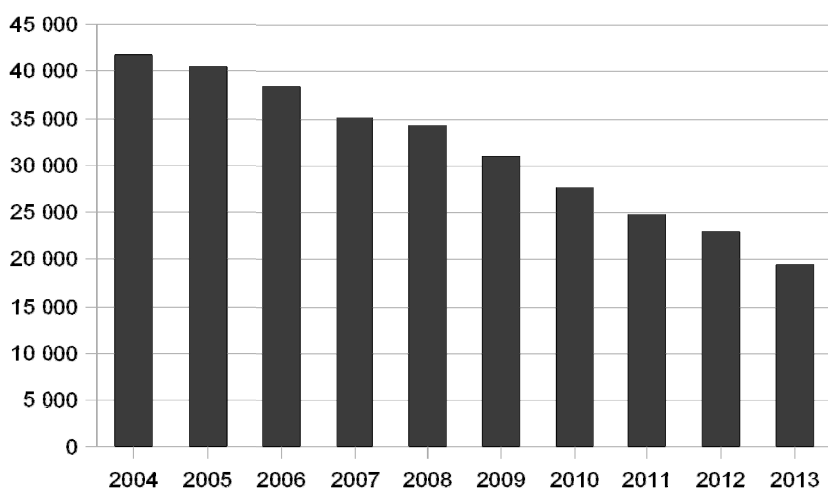
Kolejne zmiany spowodowane były sytuacją ekonomiczną i trudnościami, które przeżywali wszyscy wydawcy prasy w Polsce. „[...] bezpardonowa walka o reklamodawców, kryzys ekonomiczny, spadające zainteresowanie prasą codzienną, w tym także lokalną, oraz wyjątkowa sytuacja na Dolnym Śląsku [obecność aż trzech wydawców prasy regionalnej: Polskapresse, Orkla, Agora – przyp. P.U.] sprawiły, że we wrześniu 2003 roku Norwegowie sprzedali swoje [dolnośląskie – przyp. P.U.] tytuły Niemcom”⁵. Innymi słowy Orkla sprzedała „Słowo Polskie” i „Wieczór Wrocławia” Polskapresse. Natomiast polski oddział niemieckiego wydawcy szybko podjął decyzję o redukcji liczby dzienników. „Zamiast utrzymywać trzy tytuły na rynku, dwa z nich („Gazetę Wrocławska” i „Słowo Polskie”) połączono w jeden, a trzecie („Wieczór Wrocławia”) stał się codzienną wkładką skonsolidowanych gazet”⁶. Z czasem ten ostatni tytuł uległ całkowitej likwidacji. W wyniku tych zmian od 1 grudnia 2003 roku na Dolnym Śląsku ukazuje się już tylko jeden typowo regionalny dziennik zatytułowany „Słowo Polskie Gazeta Wrocławska”. I tak było do soboty 13 października 2007 roku. Od następnego poniedziałkowego wydania z 15 października 2007 roku dziennik nosi już tytuł „Polska Gazeta Wrocławska”, kiedy to stał się częścią ogólnopolskiego projektu Polskapresse zakładającego tworzenie ogólnopolskiego dziennika zatytułowanego „Polska” publikowanego w kilkunastu wydaniach o regionalnym charakterze.

Po przemianach ustrojowych gazeta obecnie ukazująca się pod tytułem „Polska Gazeta Wrocławska” miała łącznie ośmiu redaktorów naczelnych. W latach 1990–1996 kierował dziennikiem Andrzej Bułat. Zastąpiony został przez Wiesława Mielcarskiego, który redaktorem naczelnym był w latach 1996–1998. Iwona Zielińska sprawowała funkcję redaktor naczelnej w latach 1998–2002. W latach 2002–2003 naczelnym był Stanisław Drozdowski. W latach 2003–2004 – Julian Beck, a w latach 2004–2007 Anieszka Niczewska, zastąpiona w 2007 roku przez Marka Twarogę, który kierował gazetą do 2010 roku. Od 2010 roku do chwili obecnej redaktorem „Polski Gazety Wrocławskiej” jest natomiast Arkadiusz Franas.

⁵ Tamże, s. 180.

⁶ Tamże.

„Polska Gazeta Robotnicza”, a także jej wcześniejsze wcielenia odnotowują charakterystyczne dla wszystkich gazet regionalnych w Polsce spadki nakładów i wielkości sprzedaży. O ile w połowie lat 90., czyli w momencie, kiedy sytuacja ustrojowa, a także spory wokół majątku pozostałym po PRL-owskiej „Gazecie Robotniczej” ucichły, przeciętny nakład dziennika pozostawał na poziomie niespełna 60 tys. egzemplarzy, z których około 34 tys. rozchodziło się w sprzedaży. W kolejnych latach jednak zarówno ilość sprzedanych egzemplarzy, jak i ich nakład ulegał ograniczaniu, by w 2003 roku uplasować się na średnim poziomie niespełna 32 tys. rozpowszechnianych egzemplarzy i niespełna 48-tysięcznym nakładzie. Rok 2004 to moment, w którym zarówno nakłady, jak i wielkość sprzedaży uległy zwiększeniu. Spowodowane było to jednak tylko i wyłącznie faktem połączenia dwóch dolnośląskich dzienników regionalnych: „Gazety Wrocławskiej” i „Słowa Polskiego”, co nastąpiło w grudniu 2003 roku. Wielkość sprzedaży nowo powstałej gazety i tak była znacząco mniejsza od sumy sprzedawanych wcześniej dwóch odrębnych tytułów. Kolejne lata to czas systematycznego ograniczania nakładu dolnośląskiego dziennika, co spowodowane było zmniejszającą się sprzedażą gazety. Spadki odnotowywane corocznie przez „Polską Gazetę Wrocławską” wynosiły średnio 2–3 tys. egzemplarzy, by na koniec 2013 roku wynieść niespełna 20 tys. egzemplarzy, przy nakładzie większym o mniej więcej 10 tys. egzemplarzy. Wyniki płatnego rozpowszechniania gazety obrazuje wykres 1.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Gazety Wrocławskiej” (od 2007 roku „Polska Gazeta Wrocławska”) w latach 2004–2013. Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

REDAKTORZY NACZELNI PO 1989 R.

- Andrzej Bułat – 1990–1996
- Wiesław Mielcarski – 1996–1998
- Iwona Zielińska – 1998–2002
- Stanisław Drozdowski – 2002–2003
- Julian Beck – 2003–2004
- Agnieszka Niczewska – 2004–2007
- Marek Twaróg – 2007–2010
- Arkadiusz Franas – 2010 – do dziś

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

„Gazeta Wrocławska” nie dysponuje odrębnym dokumentem, w którym precyzyjnie opisana byłaby misja realizowana przez redakcję. Przedstawiciele redakcji deklarują jednak, że ich codzienna praca ma na celu realizację kilku funkcji tradycyjnie przypisywanych mediom regionalnym: funkcji informacyjnej, funkcji opiniotwórczej i funkcji interwencyjnej. Działania redakcji podporządkowane są założeniu, że misją „Gazety Wrocławskiej” jest rzetelnie informować, sprawnie komentować i zawsze pomagać czytelnikom. Treści, które można znaleźć w kolejnych numerach, a także dobór form wypowiedzi, potwierdzają to założenie: oprócz artykułów typowo informacyjnych dziennik publikuje sporo tekstów publicystycznych, których celem jest kształtowanie postaw czytelników wobec wybranych wydarzeń, głównie dziejących się na Dolnym Śląsku, rzadziej mających wymiar ogólnokrajowy. Wreszcie sporo akcji podejmowanych przez redakcję gazety nastawionych jest na pomoc czytelnikom, zwłaszcza w zakresie realizacji misji edukacyjnej i informacyjnej, poprzez ułatwianie czytelnikom gazety funkcjonowanie w mieście na co dzień, jak i w okresach wyjątkowych (np. w czasie imprez masowych, remontów dróg). Misja interwencyjna realizowana jest wreszcie także za pośrednictwem narzędzia internetowego nazwanego „Mój reporter”, które usprawnia kontakt czytelnikom z redakcją. Przy pomocy specjalnego formularza kontaktowego czytelnicy mają możliwość zadania redakcji dowolnego pytania odnoszącego się regionalnej problematyki, a wytypowany dziennikarz w procesie typowych działań dziennikarskich szuka odpowiedzi na to pytanie, także przez kontakt z władzami miasta, urzędnikami i publicznie udziela

odpowiedzi na łamach gazety i stronach portalu internetowego w formie typowego artykułu prasowego.

W misję „Gazety Wrocławskiej” – według przedstawicieli jej redakcji – wpisana jest ponadto próba budowania tożsamości dolnośląskiej, która według dziennikarzy gazety – wbrew opinii niektórych – istnieje. I istnieje ona na wielu płaszczyznach: kultury, tradycji, kuchni itp. Kolejnym elementem misji „Gazety Wrocławskiej”, według samooceny redakcji, jest także popularyzacja samorządu jako prawdziwej władzy. Zmienia się obraz państwa, sposoby zarządzania krajem i „Gazeta Wrocławska” konsekwentnie stara się pokazać, że samorząd to jest przyszłość władzy państwowej.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

„Gazeta Wrocławska” na koniec 2013 roku zatrudniała 68 dziennikarzy etatowych. Ponadto utrzymywała stałą współpracę z 23 dodatkowymi osobami realizującymi dziennikarskie powinności. Redakcja gazety składała się z działu miejskiego i wydarzeń, z działu kulturalnego, z działu sportowego, działu poradników i dodatków. Ponadto w jej strukturę wchodził sekretariat redakcji oraz działy techniczne. Dział miejski i wydarzeń realizował i realizuje na bieżąco czynności związane ze zbieraniem aktualnych informacji z regionu. To dział zdecydowanie dominujący pod względem liczby zatrudnionych w nim osób. Pracujący tu dziennikarze wypełniają swoimi tekstami także większość objętości kolejnych numerów gazety. Dział kultury realizuje funkcje promocji kultury, opisując bieżące wydarzenia kulturalne realizowane przez dolnośląskie instytucje kultury. Dziennikarze działu sportowego na bieżąco monitorują natomiast wydarzenia sportowe rozgrywane się na dolnośląskich arenach sportowych.

„Gazeta Wrocławska” cyklicznie wydaje także kilka dodatków, za które odpowiedzialny jest dział poradników i dodatków. Znajdują się wśród nich tytuły poświęcone edukacji, medycynie, zdrowiu, finansom czy nieruchomościom.

W strukturze redakcji mieści się także dział odpowiedzialny za redagowanie portalu Nasze Miasto i wydawanie gazety o tym samym tytule. Wrocławskie Nasze Miasto wpisuje się w sieć miejskich serwisów informacyjnych aktualizowanych całą dobę przez siedem dni w tygodniu. Oprócz prowadzenia portalu informacyjnego dział jest odpowiedzialny za wydawanie bezpłatnej gazety także zatytułowanej „Nasze Miasto”, a ukazującej się w poniedziałki oraz czwartki i rozdawanej na ulicach Wrocławia.

„Gazeta Wrocławska” posiadała na koniec 2013 roku sześć redakcji zamiejscowych zlokalizowanych w Jeleniej Górze, Legnicy, Wałbrzychu, Głogowie, Oleśnicy i Sycowie, odpowiedzialnych za dziennikarską obsługę podległych im niewielkich obszarów dolnośląskiego regionu. Posiadanie w strukturze sześciu redakcji zamiejscowych podkreśla regionalny charakter „Gazety Wrocławskiej”, potwierdza bowiem nie tylko miejski charakter dziennika, ale właśnie regionalny jego zasięg (zarówno pod względem kolportażu, jak i poruszanej tematyki).

Redaktorem naczelnym „Gazety Wrocławskiej” jest od 2010 roku Arkadiusz Franas, który z dziennikarstwem związany jest od 17. roku życia, gdy jako prowadzący szkolny radiowęzeł trafił do Polskiego Radia Wrocław. W tej rozgłośni nauczono go – jak sam deklaruje – szacunku do zawodu, dając magnetofon do ręki po roku czeladnikowania – klejenia taśmy, patrzenia na ręce bardziej doświadczonym, siedzenia w studiu z dala od mikrofonu. Potem trafił do „Słowa Polskiego”, a następnie w 2002 roku do „Gazety Wrocławskiej”, gdzie pracował najpierw jako dziennikarz, później szef działu miejskiego, zastępca redaktora naczelnego, a wreszcie redaktor naczelny. Jak sam o sobie mówi, z urodzenia i przekonania jest Dolnoślązakiem. Według dyplomu: polonista, absolwent Uniwersytetu Wrocławskiego. Studia u profesorów: Jerzego Woronczaka, Czesława Hernasa, Jacka Kolbuszewskiego i Jana Miodka uważa za wspaniałą przygodę intelektualną. Gdyby nie spotkał na swojej drodze owych mistrzów, byłby na pewno innym dziennikarzem.

„Gazeta Wrocławska” ma obecnie dwóch zastępców redaktora naczelnego. Pierwszy z nich to Michał Gigoła, który z dziennikiem związany jest od 2000 roku; początkowo jako korespondent lokalny, później dziennikarz działu miejskiego we Wrocławiu. W latach 2007–2010 pełnił obowiązki szefa działu miejskiego i wydarzeń, w latach 2010–2012 był sekretarzem redakcji. Zastępcą redaktora naczelnego „Gazety Wrocławskiej” został w kwietniu 2012 roku. W redakcji odpowiada m.in. za pracę działu online, w tym wydawane przez Polskapresse Oddział Prasa Wrocławska portale internetowe GazetaWroclawska.pl i NaszeMiasto.pl

Drugim zastępcą redaktora naczelnego jest Krzysztof Bester, który z sektorem prasy związany jest od 1978 roku, pracując od tego czasu na różnych stanowiskach. Zaczynał jako korektor, potem był kierownikiem działu depe szowego, następnie pracownikiem sekretariatu redakcji, szefem „Magazynu Tygodniowego”, sekretarzem redakcji, a obecnie jako zastępca redaktora naczelnego zajmuje się przede wszystkim wydaniem papierowym „Gazety Wrocławskiej”. Planuje, w porozumieniu z biurem ogłoszeń, objętości wydań

z uwzględnieniem redakcyjnych potrzeb, dodatków, obligatoryjnych tematów. Jest łącznikiem między redakcją a różnymi działami w całej firmie, a także drukarnią. Sprawuje też pieczę nad działem produkcji.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

Rok 2013 to przede wszystkim batalia o tzw. ustawę śmieciową, która radykalnie zmieniła zasady zbierania odpadów w dolnośląskich gminach. Dlatego też temu tematowi redakcja „Gazety Wrocławskiej” poświęciła niewątpliwie najwięcej miejsca na swoich łamach w minionym 2013 roku. Bo – jak deklarują przedstawiciele redakcji – rolą gazety regionalnej i lokalnej jest przekazywanie praktycznej wiedzy przydatnej w codziennych działaniach mieszkańców regionu. W związku z tym na swoich łamach gazeta prowadziła akcję edukacyjną na temat sortowania odpadów w gminach. Były to artykuły informujące, relacje z dyżurów specjalistów zapraszanych do redakcji, którzy odpowiadali na pytania czytelników, raporty z gmin, jak wygląda u nich sytuacja z wprowadzaniem nowych przepisów i wywozem śmieci. Wszelkie materiały na „śmieciowe” tematy ukazywały się też w internecie.

Cykliczną już, zrealizowaną po raz trzeci w 2013 roku, akcją podjętą przez redakcję „Gazety Wrocławskiej” był plebiscyt Wielkie Odkrywanie Dolnego Śląska. Jego celem było wskazanie przez czytelników dziennika największych atrakcji Dolnego Śląska. W trzeciej edycji plebiscytu w przeciągu dwóch miesięcy oddano blisko 170 tysięcy głosów i wyłoniono trzydziestu finalistów w sześciu kategoriach. Plebiscyt Wielkie Odkrywanie Dolnego Śląska 2013 został przeprowadzony równolegle w kategoriach: miejscowość, atrakcja turystyczna, baza noclegowa, gastronomia, agroturystyka, wydarzenie. Akcja została objęta honorowym patronatem Marszałka Województwa Dolnośląskiego Rafała Jurkowiaka. Sukces plebiscytu decyduje o tym, że redakcja „Gazety Wrocławskiej” deklaruje chęć organizacji kolejnych jego edycji. Akcja doskonale wpisuje się w realizację funkcji budowania tożsamości Dolnoślązaka, a także promocji regionu jako przestrzeni atrakcyjnej i oryginalnej pod względem turystycznym, geograficznym, krajobrazowym czy kulinarnym.

Ponadto „Gazeta Wrocławska” przeprowadziła wiele innych, mniejszych akcji, które miały charakter edukacyjny, czasami promocyjny i poradnikowy, wreszcie także publicystyczny. Do grupy pierwszej zaliczają się między innymi przeprowadzane w wybranych okresach roku akcje nastawione na wyjaśnienie mechanizmów działań, do realizacji których zobowiązani są mieszkańcy Dolne-

go Śląska, najczęściej jako obywatele Polski. Do akcji tego typu zaliczyć można choćby promowanie rozliczeń PIT-ów za pośrednictwem internetu. Inicjatywy o promocyjnym i poradnikowym charakterze dotyczące budowania pozytywnego wizerunku regionu, promujące wybrane części Dolnego Śląska – konsekwentnie od kilku lat realizowane są na przykład poprzez cykl artykułów zatytułowanych „Gdzie na majówkę”. Wszystkie one podporządkowane są opisowi zwykle mniej popularnych atrakcji turystycznych Dolnego Śląska. Akcje trzeciego typu, o charakterze publicystycznym, podjęte przez redakcję w minionym 2013 roku, nie miały szczególnie rozbudowanego charakteru. Odnosiły się często do realizowanych lub planowanych inwestycji, decyzji lokalnych polityków czy innych kontrowersyjnych tematów związanych z regionem Dolnego Śląska, zwłaszcza zaś Wrocławia. Trudno natomiast wskazać cykl publicystycznych artykułów, który w całości odnosiłby się do jednego problemu i który w konsekwentny sposób prezentowałby stanowisko redakcji na dany temat.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

Za najważniejsze wyróżnienia, jakie otrzymali w 2013 roku dziennikarze „Gazety Wrocławskiej”, jej redakcja uznała nagrody przyznane Małgorzacie Moczulskiej i Marcinowi Rybakowi oraz Jackowi Antczakowi.

Dwójka pierwszych dziennikarzy znalazła się w grupie trzech finalistów Nagrody im. Dariusza Fikusa. Wyróżnienie to przypadło im za artykuł „Opowieść o polskich modelkach, uroczych wakacjach i prostytutce”, tekst poświęcony zjawisku prostytucji wśród polskich modelek. Para dziennikarzy znalazła się w ścisłym finale dzięki głosowaniu kapituły nagrody, złożonej z dziennikarzy najważniejszych mediów krajowych, a finałowa trójka wyłoniona została spośród 32 dziennikarzy, autorów 31 publikacji nadesłanych przez redakcję z całej Polski.

Jacek Antczak otrzymał natomiast nominację do prestiżowej nagrody Grand Press w kategorii wywiad. Jurorzy docenili rozmowę wrocławskiego dziennikarza z kapelanem więziennym o. Kazimierzem Tyberskim „Jak zmartwychwstają moje łotry i złodzieje”, opublikowaną w „Gazecie Wrocławskiej” w kwietniu 2013 roku. Była to już druga nominacja dla Jacka Antczaka. Dwa lata wcześniej otrzymał on nominację w kategorii dziennikarstwo specjalistyczne.

Marcin Piechocki

„Polska Głos Wielkopolski”



Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Prasa Poznańska.

Adres redakcji: ul. Grunwaldzka 19, 60-782 Poznań.

Adres witryny internetowej: www.gloswielkopolski.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 263 x 335 mm.

Liczba stron: 24–44.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 36 127 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013 roku: 178 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo wielkopolskie.

Dodatki:

Poniedziałek – dodatek „Sport”.

Wtorek – „Super Tele”; „Gratka Nieruchomości”; w zależności od mutacji tygodniki: „Informacje Krotoszyńskie”, „Dzień Wolsztyński”, „Gazeta Pleszewska”, „Tygodnik Pilski”, „Notecki Tygodnik Pilski”, „Dzień Nowotomysko-Grodziski”.

Środa – „Tygodnik 50+”.

Piątek – Tygodnik miejski – „Pasaż Poznański”; dodatek „Magazyn”; „Telemagazyn”; w zależności od mutacji tygodniki: „Tygodnik Wągrowiecki”, „Chodzieżanin”, „Dzień Szamotulski”, „Ostrów Nasze Miasto”, „Tygodnik Śremski”, „Ziemia Kaliska”, „Gnieźnieński Tydzień”, „Tydzień Obornicki”, „Kalisz Nasze Miasto”.

Sobota/Niedziela – „Magazyn Rodzinny”; tygodnik „Taki Jest Ten Świat”; tygodnik „Weekend. Rynek Pracy”.

HISTORIA

9 lutego 1945 roku w Wojewódzkim Urzędzie Informacji i Propagandy w Poznaniu spotkali się przedstawiciele tutejszego środowiska dziennikarskiego z porucznikiem Józefem Pawłowskim, pełnomocnikiem urzędu. Chcieli oni wydawać dziennik, jednak propozycja nie spotkała się z aprobatą, bowiem w mieście trwały jeszcze walki. Ostatecznie jednak nieliczny zespół zaczął pracę 12 lutego, a już 16 lutego na ulicach okupowanego wciąż Poznania można było kupić pierwsze wydanie „Głosu Wielkopolskiego”. Jego wydawcą był WUiIP, w którego czterech pokojach redakcja znalazła pierwszą siedzibę. W kwietniu tytuł przejęła Spółdzielnia Wydawnicza Czytelnik i chociaż, jako pismo czytelnikowskie, „Głos” był pod szczególnie czujnym okiem cenzorów i nie mógł liczyć na przywileje prasy partyjnej (wyższe limity zwrotów i przydziały papieru, liczniejsza redakcja), to przez lata pozostawał najbardziej poczytnym dziennikiem w Poznaniu. Specyfika wydawnictwa¹, które miało pozyskać inteligencję dla programu lewicy komunistycznej, oznaczała, że jego tytuły różniły się od prasy partyjnej, jak pisał jeden z poznańskich cenzorów, pismo takie musi „[...] *operować raczej zestawieniem faktów, niż naświetleniami ideologicznymi o tej ostrości, co np. organy partyjne*”². Oznaczało to przyzwolenie na nieco inne formy dziennikarskie, tytuły te nie epatowały nachalną propagandą, niekiedy (zwłaszcza w pierwszych powojennych miesiącach), kontestując rzeczywistość. Ten cel niezamierzenie skutkował ich wyższym poziomem dziennikarskim.

Zdaniem cenzorów dziennik miał w tym czasie nazbyt chętnie sięgać do zagranicznych źródeł, zwłaszcza BBC, nawet jeśli podawane tam informacje stały w sprzeczności z depeszami PAP. Wielokrotnie zarzucano redakcji sympatie proamerykańskie i probrytyjskie, „Głos” miał być bardzo czułym sejsmografem na wszystkie gesty wspaniałomyślnej pomocy z Zachodu³. W pierwszych latach krytykowano go za wspieranie PSL, sprowadzanie publicystyki dotyczącej planów gospodarczych do rekordomanii i wytykania wypadków przy pracy, zarzucano nadmierną troskę o interesy inicjatywy prywatnej, mieszczańskość, przedrukowywanie skrótów wystąpień wysokich funkcyjona-

¹ Zob. B. Fijałkowska, *Borejsza i Różański – przyczynek do dziejów stalinizmu w Polsce*, Olsztyn 1995; E. Krasucki, *Międzynarodowy komunista. Jerzy Borejsza – biografia polityczna*, Warszawa 2009.

² Archiwum WUKPPiW w Poznaniu, 53/1211/0/47, Ocena „Głosu Wielkopolskiego” 1945–1952, Archiwum Państwowe w Poznaniu, s. 22.

³ Tamże, s. 46.

riuszy partyjnych oraz zbytne skupienie na sprawach międzynarodowych z pominięciem zagadnień krajowych. Dziennik miał wyrzekać się roli mobilizatora, stając się zwykłym rejestratorem⁴. „Czytelnik” wpłynął na oblicze najstarszego dziennika w Poznaniu.

Dziennikarze zaznaczali, że dążyli do tego, by redagowane przez nich pismo nie angażowało się nadmiernie w polityczne spory. „Głos Wielkopolski” starał się być wyważony i stonowany w publikowanych opiniach i sądach. Widać to najwyraźniej w kryzysowych momentach, kiedy dziennik najchętniej wypowiadał się piórem innych autorów, uciekał do przedruków z tytułów centralnych bądź depesz PAP. Nie oznacza to bynajmniej, że dziennikarze nie komentowali najważniejszych wydarzeń, jednak ich teksty były oszczędne na tle publikacji „Gazety Poznańskiej”. Wynikało to oczywiście z polityki wydawniczej, odmiennej specyfiki obu tytułów, ale przecież i decyzji redakcji. Ów brak zaangażowania w bieżące spory polityczne był pochodną roli, jaką spełniać miały tytuły „czytelnikowskie”, adresowane do lepiej wykształconych czytelników, których zrazić mogła nachalna propaganda. Te cechy obecne były w dzienniku nawet po likwidacji prasowej części wydawnictwa. W pracy redakcji zauważalne było dążenie do stawiania funkcji informacyjnej na pierwszym miejscu zawsze tam, gdzie było to możliwe. Ze zmiennym szczęściem i w ramach ograniczeń narzuconych przez realia polityczne dziennikarze starali się przede wszystkim rzetelnie informować czytelników. Odbывало się to z różnym natężeniem w zależności od tego, kto stał na czele redakcji lub od sytuacji politycznej w kraju. Efektem było uznanie czytelników, kiedy podczas Ogólnopolskich Badań Czytelnictwa, jakie zainicjowała pod koniec lat sześćdziesiątych Irena Tetelowska, tytuł został uznany przez 82% badanych za dobry lub bardzo dobry.

REDAKTORZY NACZELNI W CZASACH PRL

Trzon pierwszego zespołu tworzyli dziennikarze przedwojenni, często bez partyjnej afiliacji, co zresztą stało się jedną z cech tytułu. Pierwszym redaktorem naczelnym został z urzędu Józef Pawłowski, jednak szybko opuścił Poznań i udał się na Pomorze, by tam rozwijać rynek prasowy (za kres pełnienia przez niego funkcji redaktora naczelnego uznaje się 10 marca 1945 roku). Zastąpił go Mieczysław Halski, który 20 kwietnia 1945 roku również wyjechał

⁴ Tamże, s. 103.

z Poznania. Wraz z przejęciem tytułu przez „Czytelnika” na stanowisko redaktora naczelnego powołany został Eugeniusz Żytomirski, który, choć pełnił tę funkcję krótko, od 21 kwietnia do 31 grudnia 1945 roku, był regularnie i obszernie krytykowany przez cenzorów. Jeden z nich zauważał, że pod jego kierownictwem w redakcji poglądy nie są przeżywane przez piszących. Artykuły miały być pisane z półdystansu, zespół cierpiał na ideologiczne wyjałowienie i brak dziennikarskiego zacięcia ograniczonego brakiem wykrystalizowanego poglądu. „Głos” nie wpływał na społeczeństwo, będąc rasowym przykładem stosowania złotego środka oraz pełnego rezerwy wypośrodkowania i powściągliwości⁵. Inny urzędnik narzekał, że pismo lawiruje pomiędzy zachowawczymi gustami społeczeństwa a żywą rzeczywistością, dlatego jest bezbarwne⁶. Kolejny alarmował, że dziennik ogranicza się jedynie do podawania suchych informacji, nie zmienia politycznie oblicza, będąc ciągle pismem wypośrodkowanym, beznamietnym i ostrożnym, które hołduje zachowawczym tendencjom tutejszego społeczeństwa. Jego stosunek do obecnej rzeczywistości miał być niejasny i niewyklarowany⁷. W 1964 roku w „Wiadomościach” ukazał się utwór Eugeniusza Żytomirskiego „Odebrano mi Polskę”, którego lektura wyjaśnia, dlaczego wywołał wściekłość w kraju i skazał go na dożywotnią emigrację i wymazywanie jego nazwiska z okolicznościowych wydawnictw przygotowywanych w dzienniku.

Kolejnym redaktorem naczelnym został Jan Zagierski, który pełnił funkcję od 1 stycznia 1946 do 31 grudnia 1950 roku. Według urzędników praca redakcji w tym czasie niewiele się zmieniła, gdyż składała się ona ze starych dziennikarzy, często przedwojennych rutyniarzy reprezentujących dążenie do nowości i sensacji. Dlatego często motywy ingerencji pozostawały dla redakcji niezrozumiałe. Jeden z urzędników narzekał, że brakowało w niej człowieka, który potrafiłby zadbać o treść pisma w „naszym tego słowa rozumieniu”. Dziennik nie chciał narazić się nikomu, dlatego nie można zauważyć w nim własnej linii politycznej – sprecyzowanej, zdecydowanej i niezmiennej. Sympatia do ZSRR robiła wrażenie powierzchownej, pismo było potulne i na skutek tego równie chętnie gościło na swych łamach PSL i PPR, lekko ciężąc raczej ku temu pierwszemu. Redakcja reprezentowała demokrację „bierną” zamiast „dynamicznej”. Kierowanemu przez niego zespołowi zarzucano, że do swych zadań podchodził raczej ze stanowiska zawodowego, niż ideologiczne-

⁵ Tamże, s. 1.

⁶ Tamże, s. 2.

⁷ Tamże, s. 3.

go⁸. Mając chęć i ambicję pozyskania coraz większej liczby czytelników, redakcja prowadzić miała własną politykę nie przyjmując określonej postawy, nie chciała opowiedzieć się po czyjejs stronie i zrazić kogokolwiek. Błędy cenzorzy tłumaczyli faktem, że dziennik dobierał współpracowników nie zważając na ich „ideo-pogląd”, preferując doświadczonych pracowników⁹.

Kolejni redaktorzy naczelni posiadali partyjną nominację, co było widoczne w aktywności publicystycznej pisma. Od 1 stycznia do 15 kwietnia 1951 roku stanowisko to pełnił Józef Kołodziejczyk. Zastąpił go Wincenty Kraśko, który kierował dziennikiem od 16 kwietnia 1951 do 30 września 1952 roku. Dziennikarze uznawali go za sumiennego nadzorcę redakcji, jednak zaznaczali, że był ideologicznym komunistą, nie koniunkturalistą¹⁰. Po odejściu z dziennika wybrał karierę partyjną, w latach sześćdziesiątych kierował Wydziałem Kultury KC PZPR, w latach 1971–1972 był wicepremierem, później sejm wybrał go do Rady Państwa. W „Głosie” na dwa lata (15 października 1952 – 10 września 1954) zastąpił go Wojciech Knittel, który szybko został awansowany na stanowisko redaktora naczelnego „Expressu Wieczornego”. Po półrocznym okresie, kiedy pracami „Głosu” kierowało kolegium redakcyjne, szefem dziennika został Józef Konecki (funkcję pełnił w okresie 17 marca 1955 – 31 maja 1959 roku). Warto podkreślić, że w momencie rozpoczęcia pracy w dzienniku i przez cały jej okres nie był członkiem PZPR. W redakcji przypuszczano, że powodem jego odwołania mogła być nadmierna samodzielność, choć to właśnie on usunął słowa „uczeń szkoły podstawowej” z nekrologu Romka Strzałkowskiego zastrzelonego 28 czerwca 1956 roku. Choć wojewódzkie władze partyjne nie były zadowolone z jego pracy, to przeszedł na stanowisko redaktora naczelnego „Gazety Krakowskiej”. 1 czerwca 1959 roku posadę szefa „Głosu Wielkopolskiego” objął Leonard Wąchalski, jednak już 30 września 1960 roku został przeniesiony do „Gazety Poznańskiej” na stanowisko sekretarza redakcji. Z tejże redakcji pochodził kolejny redaktor naczelny – Lesław Tokarski, który kierował „Głosem” od 1 października 1960 do 31 października 1971 roku. Chociaż dziennikarze odebrali tę nominację jako narzuconą z zewnątrz, to podkreślali jego przyzwoitość i szacunek dla odmiennych poglądów. Jego następcą został Wiesław Porzycki, który był

⁸ Tamże, s. 6.

⁹ Tamże, s. 5.

¹⁰ W pamięci poznaniaków zapisał się jeszcze podczas tragicznych wydarzeń w czerwcu 1956 roku, kiedy, jako jedyny przedstawiciel władz, wyszedł do robotników, by z nimi rozmawiać.

związany z redakcją od 1950 roku i przeszedł w niej przez niemal wszystkie szczeble. Dziennikiem kierował od 1 listopada 1971 do 12 lutego 1990 roku i okres ten, wraz z latami, kiedy redakcją kierował Lesław Tokarski, to czas największej aktywności redakcji. Warto wspomnieć choćby konkursy na wspomnienia czytelników, których efektem są cztery książki dokumentujące życie regionu: „Wspomnienia powstańców wielkopolskich”, „Wielkopoleanie o roku 1945”, „Wysiedlenie i poniewierka 1939–1945”, „Z literą P”.

ORIENTACYJNE DANE O WIELKOŚCI SPRZEDAŻY

Tabela 1. Nakład „Głosu Wielkopolskiego” w latach 1945–1989

1945	45 250 egz. (nie licząc okresu 16–28 II 1945)	1958	ok. 106 000 egz. (bez wydania poniedziałkowego)
1946	80 374 egz.	1959	103 742 egz. (bez wydania poniedziałkowego)
1947	102 717 egz.	1960	100 375 egz. (bez wydania poniedziałkowego)
1948	135 949 egz.	1961	101 724 egz. (bez wydania poniedziałkowego)
1949	102 034 egz.	1962	95 585 egz. (bez wydania poniedziałkowego)
1950	ok. 100 000 egz.	1963	94 730 egz. (bez wydania poniedziałkowego)
1951	85 522 egz. (od 6 lipca bez wydania poniedziałkowego)	1964	95 450 egz. (bez wydania poniedziałkowego), prenumerata 31,2%
1952	ok. 85 000 egz. (bez wydania poniedziałkowego)	1965	99 743 egz. (bez wydania poniedziałkowego), prenumerata 29,3%
1953	85 000–90 000 egz. (bez wydania poniedziałkowego)	1966	102 744 egz. (bez wydania poniedziałkowego)
1954	ok. 90 000 egz. (bez wydania poniedziałkowego)	1967	109 422 egz. (bez wydania poniedziałkowego), prenumerata 26,3%
1955	95 000–100 000 egz. (bez wydania poniedziałkowego)	1968	113 972 egz. (bez wydania poniedziałkowego), prenumerata 25%
1956	102 710 egz. (bez wydania poniedziałkowego)	1969	118 935 egz. (bez wydania poniedziałkowego), prenumerata 25%
1957	ok. 100 000 egz. (bez wydania poniedziałkowego)	1970	121 000 egz. (bez wydania poniedziałkowego)

1971	125 700 egz. (bez wydania poniedziałkowego), zwroty 0,25%
1972	141 842 egz. (bez wydania poniedziałkowego), zwroty 0,6%
1973	149 109 egz. (bez wydania poniedziałkowego), zwroty 2,0%
1974	150 101 egz. (bez wydania poniedziałkowego), zwroty 1,8%
1975	150 215 egz. (przywrócono wydania poniedziałkowe), zwroty 0,8%
1976	152 480 egz., prenumerata 29%, zwroty 0,53%
1977	152 483 egz., prenumerata 30%, zwroty 0,23%
1978	152 713 egz., prenumerata 31%, zwroty 0,11%
1979	152 796 egz., zwroty 0,1%
1980	153 224 egz., zwroty 0,03%

1981	143 679 egz., prenumerata 29%, zwroty 0,02%
1982	144 489 egz. (od 16 lutego), prenumerata 20%, zwroty 1,1%,
1983	156 337 egz., zwroty 1,9%
1984	155 251 egz., prenumerata 22%, zwroty 1,26%.
1985	144 348 egz., prenumerata 25%, zwroty 0,68%
1986	145 530 egz., prenumerata 26%, zwroty 1,24%
1987	146 027 egz., prenumerata 25%, zwroty 1,91%
1988	137 334 egz., prenumerata 24%, zwroty 3,26%
1989	121 559 egz., zwroty 4,07%

Źródło: Kronika „Głosu Wielkopolskiego”.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

1 marca 1991 roku wydawcą pisma została Oficyna Wydawnicza Głos Wielkopolski sp. z o.o., której prezesem został redaktor naczelny. Jej udziałowcami byli: Dziennikarska Spółdzielnia Pracy Głos (18%), która aportem wniosła tytuł; Spółdzielnia Wydawnicza Czytelnik (22%); Lako Industrie-Consulting ze Szwajcarii (30%); Spółka Koral (25%), której głównym udziałowcem był Zarząd Regionu Wielkopolska NSZZ „Solidarność”; Piotr Voelkel, poznański przedsiębiorca (5%). Wkrótce „Czytelnik” zbył swoje udziały na rzecz szwajcarskiej spółki (16%) i M.M. Przybylskiego (6%). W drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych Lako Industrie-Consulting sprzedała udziały holenderskiej firmie Centrex-Press, P. Voelkel odkupił 25% udziałów od spółki Koral, M.M. Przybylski odkupił od DSP Głos 10% udziałów, w roku 2000 kolejnych 7%. Gdy w 2002 roku podniesiono kapitał zakładowy spółki, udziałowcami Oficyny Wydawniczej Głos Wielkopolski byli: Centrex-Press (42%), P. Voelkel (43%), M.M. Przybylski (14%), DSP Głos (1%). W połowie 2002 roku swoje

udziały sprzedali M.M. Przybylski i P. Voelkel, we wrześniu zrobiła to DSP Głos. Głównym udziałowcem wydawcy dziennika została holenderska spółka.

Przez tych kilkanaście lat „Głos Wielkopolski” był jednym z największych tytułów regionalnych w Polsce, a jego wydawca liczącą się grupą medialną, która miała udziały w kilkunastu tytułach w regionie („Gazeta Jarocińska”, „Gazeta Kościańska”, „Głos Wągrowiecki”, „Tygodnik Ziemi Śremskiej”, „Życie Gostynia”, „Życie Kalisza”, „Życie Konina”, „Życie Pleszewa”, „Życie Rawicza”, „Tygodnik Pilski”), w rozgłośniach radiowych, telewizji kablowej oraz założyła w Poznaniu szkołę wyższą kształcącą między innymi dziennikarzy. Ponadto spółka była współwłaścicielem Drukarni Poznańskiej oraz spółki „Prasa do domu”. Oficyna stała się jedną z 500 największych prywatnych firm w Polsce oraz stu w Wielkopolsce¹¹. Redakcja miała oddziały w: Chodzieży, Czarnkowie, Gnieźnie, Gorzowie Wielkopolskim, Kaliszu, Koninie, Obornikach Wielkopolskich, Ostrowie Wielkopolskim, Pile, Ślubicach, Szamotułach, Środzie Wielkopolskiej i Wałczu, co pozwalało wydawać nawet kilkanaście mutacji regionalnych. Należała do niej nowoczesna drukarnia prasowa w Skórzewie. Dziennik aktywnie uczestniczył w życiu regionu. W redakcji odbywały się „Obiady w Głosie”, których gośćmi byli między innymi wszyscy premierzy i prezydenci III RP, przyznawano prestiżową Nagrodę Pracy Organicznej¹², Medale Młodej Sztuki, Srebrną Piłkę¹³, każdego roku ogłaszano Złotą 100 – listę największych i najbardziej prężnych firm w regionie czy „10 najbardziej wpływowych Wielkopolan”. Wiele wydarzeń, których animatorem był dziennik, swym zasięgiem wykraczało nie tylko poza region, ale również poza granice kraju. W latach dziewięćdziesiątych w konkursach można było wygrać samochody, a liczba przesyłanych kuponów sięgała trzystu tysięcy. „Głos”, jako pierwszy dziennik, do wydania wigilijnego dołączył opłatek. W pierwszej połowie 2001 roku był liderem wpływów reklamowych wśród dzienników regionalnych z kwotą 22,3 mln zł, dalej znalazły się „Dziennik Zachodni” (18,3 mln zł) oraz „Dziennik Bałtycki” (17,8 mln zł)¹⁴.

¹¹ „Sztuka Głosu”, katalog z 1999 roku, s. 13–14.

¹² Wśród laureatów znaleźli się między innymi: Agnieszka Duczmal (1990), Krzysztof Skubiszewski (1992), Tadeusz Mazowiecki (1993), Stefan Stuligrosz (1994), Jerzy Fedorowski (1997), Anna Wolff-Powęska (1999), Stanisław Barańczak (2000), Jan Kulczyk (2001), Bogdan Marciniak (2010).

¹³ Nagrody dla najlepszych piłkarzy odebrali między innymi: Jerzy Brzęczek (1992), Piotr Reiss (1997, 1998, 2005, 2006, 2007), Paweł Kryszalowicz (1999, 2000), Jacek Dembiński (2004), Bartosz Ślusarski (2012).

¹⁴ M.M. Przybylski, *Rynek medialny w Polsce i w Poznaniu (refleksje uczestnika przemian)* [w:] *Polubić dziennikarstwo*, red. S. Zakrzewski, Poznań 2009, s. 181.

W 2002 roku coraz głośniej spekulowano o zamiarze zbycia udziałów przez właścicieli „Głosu Wielkopolskiego”, w tym kontekście wymieniano Agorę, Orklę oraz Polskapresse, wydawcę „Gazety Poznańskiej”. W grudniu ogłoszono, że holenderski właściciel „Głosu” zgodził się sprzedać swoje udziały niemieckiemu wydawcy. 24 lutego 2003 roku Prasa Poznańska, która wydawała „Gazetę Poznańską”, kupiła 24,5% udziałów w Oficynie Wydawniczej Głos Wielkopolski. Zastępcą prezesa została Olga Czyżewska-Tochowicz, dotychczasowa dyrektor poznańskiego oddziału Polskapresse. 11 marca Oficyna Wydawnicza Głos Wielkopolski (2 kwietnia 2003 roku zmieniła nazwę na Oficyna Wydawnicza Wielkopolski) nabyła od Prasy Poznańskiej „zorganizowaną część przedsiębiorstwa”, w tym redakcję „Gazety Poznańskiej” wraz z prawami do tytułu¹⁵. W późniejszym czasie podpisano kolejne umowy zmierzające do połączenia obu tytułów. Prasa Poznańska otrzymała wyłączność na pozyskiwanie reklam i ogłoszeń dla obu dzienników, utworzono Wielkopolski Dom Mediowy, który je obsługiwał. Procesy koncentracyjne nie uszły uwadze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który wszczął w sierpniu 2003 roku postępowanie antymonopolowe. W lutym 2004 roku wydał decyzję nakazującą Oficynie Wydawniczej Wielkopolski (OWW) rozwiązanie umowy z Prasą Poznańską oraz sprzedaż części majątku. Na OWW nałożono również karę 50 tysięcy euro za niezgłoszenie zamiaru koncentracji¹⁶. W chwili podpisania umowy Oficyna Wydawnicza Wielkopolski miała udiały w następujących przedsiębiorstwach: Piłskiej Oficynie Wydawniczej Sp. z o.o. w Pile (100% udziałów), wydawcy: „Tygodnika Piłskiego”, „Tygodnika Chodzieskiego”, „Tygodnika Waleckiego”, „Tygodnika Złotowskiego”, „Tygodnika Czarnkowsko-Trzcianeckiego”; Idea Contact Sp. z o.o. w Kaliszu (40% udziałów + uprawnienia kontrolne), wydawcy „Życia Kalisza”; Wągrowieckiej Oficynie Wydawniczej Sp. z o.o. w Wągrowcu (21% udziałów), wydawcy „Głosu Wągrowieckiego”; Południowej Oficynie Wydawniczej Sp. z o.o. w Jarocinie (40% udziałów), wydawcy: „Gazety Jarocińskiej”, „Życia Rawicza”, „Życia Pleszewa”, „Życia Gostynia”; Kościańskiej Oficynie Wydawniczej Sp. z o.o. w Kościanie (50% udziałów), wydawcy „Gazety Kościańskiej”.

21 marca 2005 roku Sąd Okręgowy w Warszawie – Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów umorzył w całości postępowanie przeciwko OWW.

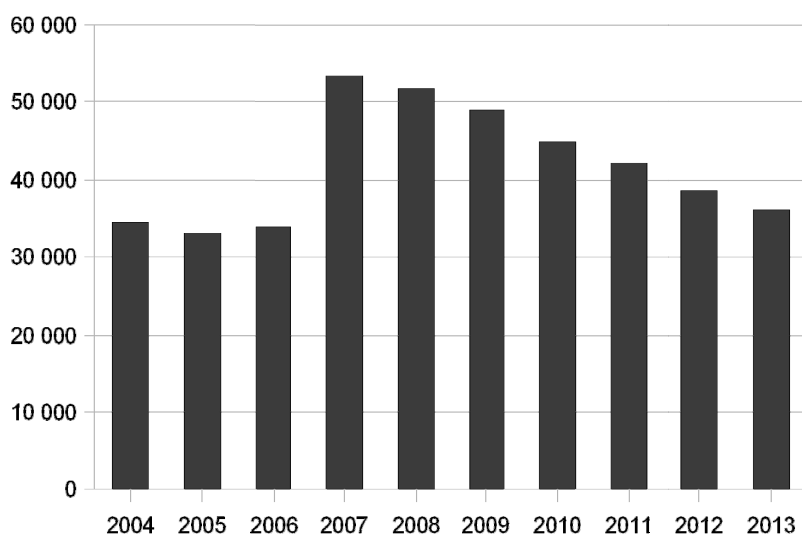
¹⁵ Zobacz szerzej: M. Piechocki, *Problem koncentracji na poznańskim rynku prasy* [w:] *Prasa dawna i współczesna*, część piąta, Poznań 2004, s. 159–172.

¹⁶ Zobacz decyzję Prezesa UOKiK z 11 lutego 2004, http://decyzje.uokik.gov.pl/dec_prez.nsf/0/C319B14A13AD0A76C12574F3003ED158?OpenDocument [dostęp: 7 lutego 2014].

W czerwcu 2005 roku stanowisko prezesa OWW opuścił M.M. Przybylski, którego obowiązki przejął jego zastępca Tomasz Niski. W czerwcu 2007 roku zastąpił go Marek Rodwald, dotychczasowy dyrektor finansowy OWW. W grudniu 2006 roku połączono „Głos Wielkopolski” z „Gazetą Poznańską”, redaktorem naczelnym powstałego w ten sposób dziennika został Jarosław Piotrowski (dotychczasowy szef „Głosu Wielkopolskiego”), a jego zastępcą Adam Pawłowski (kierował „Gazetą Poznańską”). W komunikacie Oficyna Wydawnicza Wielkopolski pisała, że 4 grudnia powstaje duża, opiniotwórcza gazeta regionalna, która będzie dostarczać więcej informacji z Poznania i każdego zakątka województwa, poruszać tematy ważne dla każdego Wielkopola-nina. W październiku 2007 roku zadebiutował projekt Polska The Times, na który składał się dziennik ogólnopolski z regionalnymi wkładkami tworzoneymi przez tytuły wydawane przez Polskapresse. Jednym z nich został „Polska Głos Wielkopolski”. Według zapowiedzi, nowy dziennik miał wyprzedzić „Gazetę Wyborczą” w statystykach sprzedaży, jednak w lutym 2009 roku zlikwidowano: „Polskę Białystok”, „Polskę Gazetę Opolską”, „Polskę Kielce”, „Polskę Koszalin”, „Polskę Kujawy”, „Polskę Lubuskie”, „Polskę Olsztyn”, „Polskę Rzeszów”, „Polskę Szczecin”, pozostawiając następujące tytuły: „Polska Głos Wielkopolski” (Poznań), „Polska Dziennik Łódzki”, „Polska Dziennik Zachodni” (Katowice), „Polska Gazeta Krakowska”, „Polska Gazeta Wrocław-ska”, „Polska Kurier Lubelski”, „Polska Dziennik Bałtycki” (Gdańsk), „Polska” (ogólnopolska).

Dzisiaj „Głos Wielkopolski” jest jedynym regionalnym dziennikiem w Wielkopolsce. Zapytany o jego rolę i miejsce w życiu regionu Adam Pawłowski, redaktor naczelny, odpowiada: *Przez 68 lat obecności na rynku prasowym zdobyliśmy zaufanie wielu pokoleń. Naszą gazetę zawsze kierowaliśmy do ludzi, którzy byli i są świadomi swojego miejsca – miasta lub regionu, z którego pochodzą. Adresowaliśmy ją, i nadal to robimy, do tych, którzy pracują w Wielkopolsce i dla Wielkopolski, do tych, którzy chcą się rozwijać, wiedzieć więcej i więcej oczekują od życia. Tacy ludzie chcą też dobrej gazety, a my im taką dajemy. „Głos Wielkopolski” jest dziennikiem kompletnym, gdzie na jednym końcu łańcucha informacji można znaleźć treści o zasięgu sublokalnym, dotyczące dzielnic lub gminy. Na drugim są wydarzenia z kraju i świata. Pośrodku jest to, co stanowi wizytówkę „Głosu”, czyli najobszerniejszy serwis z informacjami lokalnymi i regionalnymi. Czytelnicy dowiadują się o tym, co jest dla nich najważniejsze i najciekawsze z dwóch wydań. Jedno przygotowywane jest dla mieszkańców Poznania i powiatu, drugie dla pozostałych regionów Wielkopolski. W wydaniu poznańskim można znaleźć najwięcej informa-*

cji miejskich, reporterskich relacji z nagłych wydarzeń, porad, a także dziennikarskich interwencji, zapowiedzi i recenzji kulturalnych, sportowych sprawozdań i analiz, autorskich komentarzy do bieżących wydarzeń. Dodatkowo są one wzbogacone o aktualne informacje z kraju i ze świata. A jak wygląda wydanie wielkopolskie? Tu też są strony lokalne przygotowywane dla mieszkańców pozostałej części Wielkopolski. Dodatkowo we wtorki i piątki, w wybranych powiatach, dziennik sprzedawany jest razem z tygodnikami regionalnymi, których zawartość w całości poświęcona jest lokalnym wydarzeniom. Oddział jest wydawcą dwóch lokalnych serwisów internetowych www.gloswielkopolski.pl i www.naszemiasto.pl oraz serwisu związanego z klubem Lech Poznań i piłką nożną www.bulgarska.pl.



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „Głosu Wielkopolskiego” (od 2007 roku „Polska Głos Wielkopolski”) w latach 2004–2013. Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

REDAKTORZY NACZELNI PO ROKU 1989

12 lutego 1990 roku zespół „Głosu Wielkopolskiego” wybrał na redaktora naczelnego Mariana Marka Przybylskiego, stanowisko pierwszego zastępcy redaktora naczelnego objął Andrzej Piechocki, zastępcy redaktora naczelnego – Walerian Ignasiak. Wszyscy związani byli z dziennikiem od lat. 25 lutego 2003 roku, w obliczu zmian właścicielskich, ze stanowiska redaktora naczelnego

nego zrezygnował M.M. Przybylski. Zastąpiła go Helena Czechowska, dotychczasowa redaktor naczelna dodatku „Świat Rodzinny”. Z ostatnim dniem lutego stanowiska opuścili pierwszy zastępca redaktora naczelnego A. Piechocki i zastępca redaktora naczelnego Wojciech Nentwig, obaj pozostali jednak w strukturze oficyny. 11 maja 2005 roku ze stanowiska redaktor naczelnej zrezygnowała H. Czechowska. Jej decyzji nie chciał komentować prezes M.M. Przybylski, jednak według nieoficjalnych informacji powodem była obecność w redakcji Marcina Kowalczyka, redaktora naczelnego „Expressu Ilustrowanego”, który miał prowadzić audyt w „Głosie Wielkopolskim”. Zespół kierowanego przez niego dziennika dowiedział się, że do końca wakacji naczelnego zastępować będzie jego zastępca, Lech Kaźmierczak. Prezes M.M. Przybylski tłumaczył jednak, że po kilku dniach pobytu w Poznaniu M. Kowalczyk więcej się tutaj nie pojawi. Sytuację tę uznano w Poznaniu za wstęp do połączenia obu dzienników wydawanych przez OWW. Od 12 maja 2005 roku obowiązki redaktora naczelnego pełnił Sławomir Kmiecik, dotychczasowy kierownik działu społecznego. W lipcu redaktorem naczelnym został Jarosław Piotrowski. Kiedy w 2006 roku połączono „Głos Wielkopolski” z „Gazetą Poznańską”, objął on kierownictwo powstałego w ten sposób dziennika. Jego zastępcą został Adam Pawłowski, który zastąpił go w kwietniu 2008 roku na stanowisku redaktora naczelnego.

Zmiany wielkości sprzedaży (1994–2013)

Rok	Nakład	Sprzedaż	Rok	Nakład	Sprzedaż
1994	132 025	95 231	2004	47 199	34 481
1995	119 717	81 818	2005	46 224	33 169
1996	108 789	71 479	2006	46 819	33 734
1997	102 745	64 361	2007	76 220	53 313
1998	100 014	59 119	2008	70 067	51 044
1999	96 941	58 887	2009	66 243	48 998
2000	100 079	65 097	2010	60 152	44 926
2001	90 286	59 343	2011	55 463	41 904
2002	83 887	54 399	2012	49 314	38 240
2003	68 248	46 098	2013	45 443	35 527

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Jako części koncernu Polskapresse misją gazety jest być blisko spraw dotyczących społeczności lokalnych, którym zapewnia się użyteczne i wysokiej jakości media. Główne wartości spółki to bliskość, jakość, użyteczność. Wszystkie działania mierzy się pytaniem, czy zbliżamy się do tego celu? Media Grupy Wydawniczej Polskapresse, angażując się społecznie, realizują swoją misję – są blisko spraw swoich czytelników i rozwiązują ważne społecznie problemy z zakresu edukacji, ekologii, kultury i praw obywatelskich. Grupa Wydawnicza Polskapresse buduje społeczeństwo obywatelskie i poprzez swoje media informuje czytelników o ich prawach i powinnościach. Redakcje mediów Polskapresse jako te, które są najbliżej spraw lokalnych, podejmują szereg inicjatyw prospołecznych o charakterze lokalnym i ogólnopolskim: ekologia (Eko-logiczna Polska); edukacja (Szkoła bez przemocy); prawa obywatelskie (Masz prawo wiedzieć); kultura (wystawa zdjęć „Warszawa, jesień 1939”). Grupa dba o rozwój i wykształcenie swoich pracowników. Od 2004 roku w strukturach Grupy działa fundacja Instytut Dziennikarstwa Polskapresse, który kształci reporterów, publicystów, komentatorów, redaktorów oraz przygotowuje do tego zawodu młodych adeptów dziennikarstwa. W 2008 roku Instytut Dziennikarstwa Polskapresse wydał podręcznik „Dziennikarstwo” autorstwa dr. Marka Chylińskiego i prof. Stephena Russ Mohla.

10 ZASAD „GŁOSU WIELKOPOLSKIEGO”

- Naszym zadaniem jest przetwarzanie i przekazywanie informacji, w tym szczególnie informacji lokalnych.
- Naszym celem jest bycie najbardziej przydatnym, aktualnym i wiarygodnym źródłem informacji z regionu dla mieszkańców Poznania i Wielkopolski.
- Mieszkańców Poznania i Wielkopolski informujemy codziennie – na łamach prasy i 24 godziny na dobę w internecie.
- Nasze postrzeganie wydarzeń ma taką kolejność: Poznań i Wielkopolska, Polska, Świat.
- Nie ścigamy się z konkurencją, ale zawsze staramy się być o krok przed nią.
- Każdą informację, którą decydujemy się zamieścić, mierzymy jej skalą wartości i użyteczności dla każdego potencjalnego odbiorcy.

- Stajemy po stronie słabszych i tych, którzy mają rację.
- Bronimy wartości, z których od lat dumni są Wielkopolanie.
- Jesteśmy najbardziej lokalną marką medialną w Wielkopolsce – jesteśmy stąd, od 1945 roku. To nasza przewaga i wartość, którą musimy pielęgnować.
- Codziennie chcemy być lepsi.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

W poznańskim oddziale zatrudnionych jest 172 pracowników etatowych oraz 29 stałych współpracowników, w tym w redakcji: 88 pracowników etatowych oraz 25 stałych współpracowników.

Prezes oddziału: Marek Rodwald. Pracę w Polskapresse rozpoczął w 2000 roku na stażu w dziale marketingu. Od 2001 roku pełnił funkcję kontrolera zarządzania, kierował zespołami kontrolingu i analiz w czterech spółkach grupy Polskapresse w Poznaniu. W 2007 powołany na stanowisko prezesa Polskapresse w Poznaniu. Posiada dyplomy Akademii Ekonomicznej (Poznań) oraz MBA National Louis University (Chicago).

Wiceprezes oddziału: Marcin Fuszpaniak. Pracuje w Prasie Poznańskiej od 2000 roku, gdzie przeszedł wszystkie szczeble kariery. Zaczynał jako specjalista ds. marketingu, od roku 2004 był kierownikiem działu marketingu. Inicjator, pomysłodawca i koordynator kolekcji płyt z bajkami dla dzieci, które przez lata dołączane były do wydań dzienników Polskapresse w całym kraju. Od 2007 roku jest dyrektorem działu marketingu. Przed przyjściem do Polskapresse pracował w firmie Lisner w dziale sprzedaży. Od lutego 2012 wiceprezes Polskapresse Prasa Poznańska. Zarządza działem marketingu oraz nadzoruje procesy produktowe i sprzedażowe w Poznaniu.

Redaktor naczelny: Adam Pawłowski. Funkcję tę pełni od kwietnia 2008 roku, kiedy zastąpił Jarosława Piotrowskiego. Wcześniej był redaktorem naczelnym „Gazety Poznańskiej” i zastępcą redaktora naczelnego „Głosu Wielkopolskiego”.

Zastępcy redaktora naczelnego: Krzysztof Smura, Leszek Waligóra.

Sekretarz redakcji: Leszek Gracz.

Kierownicy działów: wydarzenia (Rafał Cieśla), Poznań (Michał Kopiński), Magazyny i dodatki (Kamila Placko-Wozińska), kultura (Kamila Placko-Wozińska), sport (Marek Lubawiński), łączności z czytelnikami (Milena Kochanowska), graficzny (Dorota Kalińska-Łuczak).

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA REDAKCJI W 2013 ROKU

Styczeń – raport „W których dzielnicach Poznania najlepiej się mieszka”; kontynuacja cyklu publikacji o porodzie na plebanii po poruszeniu tego tematu przez Tomasza Sekielskiego w programie telewizyjnym; rozpoczęcie plebiscytu na Człowieka Roku w Poznaniu i oddziałach, w których dostępne są tygodniki wydawane przez Prasę Poznańską.

Luty – start plebiscytu Kobieta Przedsiębiorcza Wielkopolski w „Głosie Wielkopolskim” i wszystkich tygodnikach.

Marzec – finał plebiscytu Człowiek Roku; wręczenie Medali Młodej Sztuki; cykl poradników, gdzie można się leczyć za darmo w Wielkopolsce; poradnik „śmieciowy”; mandatownik, informator o kompetencjach straży miejskiej; płyta z programem do wypełnienia PIT; nowy serwis internetowy KULINARIUM.

Kwiecień – plebiscyt na Wielkopolskiego Strażaka Roku; cykl poradników dla emerytów przygotowany z ZUS; kolejny dodatek „śmieciowy” połączony z dyżurami telefonicznymi specjalistów z GOAP.

Maj – plebiscyt Supersoltyś Wielkopolski; plebiscyt Kolejorz kontra twój klub; przygotowanie rozwiązań wszystkich testów maturalnych (matury przyniosły 300 tysięcy odsłon na witrynie internetowej).

Czerwiec – dodatek z letnim rozkładem jazdy PKP; specjalny dodatek z okazji zakończenia kariery przez Piotra Reissa; cykl publikacji Łukasza Cieśli o oskarżonym o pedofilię Wojciechu A. Kroloppie; dodatek z okazji 30-lecia wizyty papieża Jana Pawła II w Poznaniu; przewodnik po najważniejszych kulturalnych wydarzeniach lata; dodatek z lotniczymi zdjęciami miasta z okazji Imienin Poznania.

Lipiec/Sierpień – cykl dodatków „Polska, jakiej nie znacie”; start „Tygodnika Noteckiego” (mutacji „Tygodnika Piłskiego”); cykl publikacji dla turystów wyjeżdżających za granicę; dodatek dla kibiców na start ekstraklasy; plebiscyt SMS-owy na Wielkopolskiego Rolnika Roku; plebiscyt na najpiękniejszy zabytkowy samochód w Wielkopolsce; dodatek „Szlaki Pielgrzymkowe w Wielkopolsce”.

Wrzesień – prezentacja Rankingu 100, zestawienia największych przedsiębiorstw działających w Wielkopolsce; dodatek „Pięć wieków Piły”; „Wielka księga imion”.

Październik – kolekcja map Wielkopolskich Parków Krajobrazowych; plebiscyt na Piłkarza Amatora 2013; plebiscyt Eskulap 2013 na najlepszego lekarza, najlepszą pielęgniarkę, najlepszą przychodnię.

Listopad – pierwsze wydanie dodatku „Nasza Historia” (w Wielkopolsce liczy on 20 stron); dodatek „Czym jest dla nas patriotyzm”; fankarty piłkarzy Lecha Poznań; kolekcja map „Polskie góry”; plebiscyt „Narzeczona para”; akcja „Jeździmy z klasą” (obejmująca specjalną naklejkę dla kierowców).

Grudzień – dodatek poświęcony powstaniu wielkopolskiemu „Pamiętajmy o zwycięzcach”; dodatek z zimowym rozkładem jazdy PKP; start plebiscytu na Sportowca Roku 2013, start plebiscytu na Piłkarza Roku 2013 (zwycięzca otrzymuje Srebrną Piłkę); start plebiscytu na Człowieka Roku 2013;

NAGRODY

- Łukasz Cieśla – Nagroda im. Dariusza Fikusa w 2013 roku za cykl artykułów „Poród na plebanii”. Jury, przyznając nagrodę, doceniło odwagę i bezkompromisowość autora w ujawnieniu skrywanej tragedii.
- Krzysztof Kaźmierczak – nagroda „Świadek historii” Instytutu Pamięci Narodowej w uznaniu za wieloletnią współpracę z pionem edukacyjnym, archiwalnym i lustracyjnym IPN oraz propagowanie wiedzy o historii regionu (między innymi: lista współpracowników SB z województwa poznańskiego, cykl artykułów o katastrofie bombowca Pe-2 w 1952 roku, seria publikacji z okazji 30-lecia wprowadzenia stanu wojennego, cykl artykułów o zbrodniach stalinowskich). II miejsce w konkursie „Zmieniliśmy Wielkopolskę” zorganizowanym przez Marszałka Województwa Wielkopolskiego.

Pomimo spadków sprzedaży, które w ubiegłym roku w segmencie dzienników regionalnych wyniosły niemal 10%, „Polska Głos Wielkopolski” utrzymuje trzecią pozycję w rankingu sprzedaży za „Polską Dziennikiem Zachodnim” i „Gazetą Pomorską”. Redakcja coraz skuteczniej buduje swoją pozycję w internecie, między innymi dzięki telewizji Głos TV. Najstarszy poznański dziennik z pewnością jest jednym z najważniejszych w ofercie Polskapresse.

Lidia Pokrzycka

„Polska Kurier Lubelski”



Wydawca: Polskapresse Sp. z o.o. Oddział Kurier Lubelski.

Adres redakcji: ul. Krakowskie Przedmieście 10/1, 20-002 Lublin.

Adres strony internetowej: www.kurierlubelski.pl

Liczba wydań w tygodniu: 6.

Format: 340 x 290 mm.

Liczba stron – wydanie podstawowe 16.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013 roku: 5507 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013 roku: 35 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo lubelskie.

W ramach gazety ukazują się dodatki tematyczne: sportowy, motoryzacyjny, mieszkaniowy, a także dla poszukujących pracy oraz uczących się. W piątek – wydanie magazynowe „Kuriera Lubelskiego” z całotygodniowym programem telewizyjnym.

HISTORIA

„Kurier Lubelski” zaczął ukazywać się 24 marca 1957 roku (nazwa sięga tradycjami do roku 1830)¹. Zespół gazety stanowili dziennikarze „Życia Lubelskiego” (lubelskiej mutacji „Życia Warszawy”) i kilku byłych pracowników

¹ Pierwszy „Kurier Lubelski” wychodził od 9 grudnia 1830 r. do końca stycznia kolejnego roku. Wznowienie nastąpiło w 1865 roku. Po raz trzeci powołano gazetę „Kurier Lubelski” w roku 1906, jednak w 1916 zamieniono tytuł na tygodnik społeczno-ekonomiczny, popularno-naukowy i literacki. W 1932 roku „Kurier” został wznowiony przez Józefa Czechowicza. W dzienniku tym zamieszczano teksty o charakterze regionalnym, nauczycielskim. Poświęcano też dużo miejsca literaturze. (na podstawie Al. L. Gzella, *Prasa lubelska 1944–1974*, Wydawnictwo Lubelskie, Lublin 1974).

„Sztandaru Ludu”. W początkowym okresie wydawcą tego dziennika popołudniowego była Lubelska Spółdzielnia Wydawnicza powstała również w 1957 roku (wysiłkiem lokalnym, jej główne zadanie polegało na wydawaniu dziennika typu ekspresowego oraz produkcji książek związanych z regionem). „Kurierowi Lubelskiemu” nie patronowała RSW Prasa ani inne wielkie wydawnictwa. Lubelska Spółdzielnia Wydawnicza, powołana jako wydawca nowej gazety, pożyczyła na pokrycie potrzeb finansowych związanych z uruchomieniem „Kuriera Lubelskiego” 70 tys. złotych od Miejskiego Komitetu Czynów Społecznych². Jednak od 1961 roku wydawcą „Kuriera” było już wydawnictwo RSW Prasa. Popołudniówka zamieszczała informacje w krótkiej formie, wyróżniając się bogatym serwisem ciekawostek ze świata oraz wiadomościami z województwa. Jak pisze Alojzy Leszek Gzella „żywo i na pewno interesująco redagowany od pierwszych numerów dziennik podejmował wiele akcji społecznych. Dzięki nim udało się m.in. o wiele szybciej uruchomić ośrodek telewizyjny w Bożym Darze, Wyższą Szkołę Inżynierską czy krytą pływalnię”³.

ZMIANY WŁAŚCICIELSKIE W LATACH 1990–2013

W roku 1990 wydawcą gazety została Dziennikarska Spółdzielnia Pracy Lubelska Spółdzielnia Wydawnicza, a od 1992 roku Multico. W 1993 r. od numeru 173. zmieniona została formuła pisma i dotychczasowa popołudniówka „Kurier Lubelski” stała się dziennikiem porannym, rozprowadzany w Lublinie i jego najbliższych okolicach. Od nr. 93. tego roku „Kurier Lubelski” wychodzi także w sobotę. Zawartość tego dziennika to głównie wszelkiego rodzaju sensacje i plotki z życia miasta.

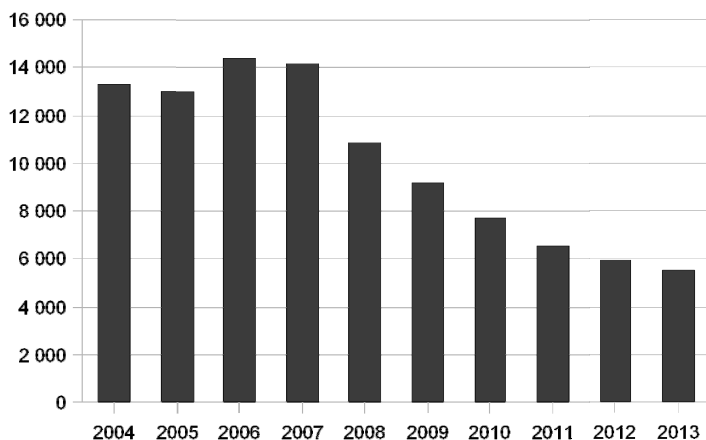
Do 2001 roku skład gazety był statyczny, wręcz anachroniczny. Od maja 2001 roku layout wykonany samodzielnie przez pracowników gazety wyróżniał się chaosem na stronach. Nie sposób określić głównego artykułu w kolumnach, brakowało stabilnego miejsca dla stałych rubryk, trudno wyodrębnić także konkretne działy tematyczne. Od stycznia 2002 roku szata graficzna „Kuriera Lubelskiego” ulegała systematycznym zmianom, przede wszystkim wprowadzono hierarchizację tekstów. Do 2008 roku „Kurier” przechodził, już ewolucyjnie, systematyczne zmiany w kierunku wzbogacenia tytułu zdjęciami, infografikami.

² L. Gnot, „Kurier Lubelski” naszych dni [w:] *Prasa lubelska. Tradycje i współczesność*, red. J. Jarowiecki, Z. Wójcikowska, Wydawnictwo Lubelskie, Lublin 1986, s. 365.

³ Al. L. Gzella, *Prasa lubelska 1944–1974*, Wydawnictwo Lubelskie, Lublin 1974, s. 156.

Po zmianach winieta tytułowa wzbogaciła się o dopisek „Polska The Times”, co było konsekwencją podpisania porozumienia z Polskapresse, przy czym początkowo „Kurier” zachowywał niezależność. Od 15 października 2007 roku, wraz z podpisaniem umowy o współpracy z Polskapresse, widać jednak starania o lepszą percepcję gazety przy zachowaniu większości stałych rubryk „Kurier”. Od 3 listopada 2008 roku „Kurier”, po wejściu we wrześniu 2008 r. w skład Polskapresse, zmienił szatę graficzną. Nowy kształt gazety powstał we współpracy z brytyjskim grafikiem Matem Brownem. Dzięki wejściu do projektu „Polska The Times” na łamach „Kurier” zaczęły ukazywać się relacje z najważniejszych wydarzeń krajowych i zagranicznych. Utworzono nowe działy: Nauka, Pieniądze, Poradnik. Rozpoczęto także wydawanie piątkowego dodatku „Lublin – piątek wieczorem”, przewodnik kulturalny po mieście, a w sobotę „Forum Akademickie”, czyli dodatek poświęcony problemom uniwersyteckiego Lublina⁴. Aktualnie w ramach gazety publikowane są dodatki tematyczne, m.in. sportowy, motoryzacyjny, mieszkaniowy, a także dla poszukujących pracy oraz uczących się. W piątek ukazuje się wydanie magazynowe „Kurier Lubelski” z całotygodniowym programem telewizyjnym.

ZMIANY WIELKOŚCI SPRZEDAŻY



Wykres 1. Rozpowszechnianie płacone „Kuriera Lubelskiego” (od 2007 roku „Polska Kurier Lubelski”) w latach 2004–2013. Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

⁴ www.kurierlubelski.pl/module-dzal-viewpub-tid-9-pid-63355.html [z 4.11.2008 r.]

Sprzedaż kontrolowaną przez ZKDP rozpoczyna 2004 rok. Rozpowszechnianie płatne „Kuriera Lubelskiego”, po dobrym 2006 roku, stale spada. Tendencje sugerują, że gazeta czytana jest rzadko, najczęściej w samym Lublinie. Liderem w regionie pozostaje „Dziennik Wschodni”. Chociaż „Kurier Lubelski” ma ambicje regionalne, to jednak niezmiennie odbierany jest jako gazeta miejska-lubelska.

REDAKTORZY NACZELNI GAZETY

- Lesław Gnot – od 1957 roku;
- Włodzimierz Wójcikowski (1982–1992);
- Kazimierz Pawełek (1992–2001);
- Artur Borkowski (2001–2002);
- Paweł Chromcewicz (2002–2003);
- Adam Świetlicki vel Węgorek (2003–2005);
- Małgorzata Ilka (2005–2008);
- Dariusz Kotlarz (2008 – do dziś)

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

Według deklaracji redakcji „Kuriera Lubelskiego” gazeta dostarcza czytelnikom informacji oraz usług regionalnych i lokalnych jak najlepiej i najszybciej wszystkimi dostępnymi kanałami.

„Jesteśmy liderem informacji miejskiej we wszystkich dostępnych kanałach (papier, internet, smartfon, tablet). Chcemy być medium pierwszego wyboru również w regionie lubelskim” – stwierdza redakcja.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

W ramach „Kuriera Lubelskiego”, według danych zamieszczonych na stronie internetowej dziennika, zatrudnionych jest 24 dziennikarzy. Redaktorem naczelnym jest Dariusz Kotlarz, zastępcami redaktora naczelnego – Katarzyna Lewandowska-Sienkiewicz oraz Sylwia Szewc-Koryszko. Funkcję sekretarza redakcji pełni Teresa Dras. W strukturze dziennika wyodrębniono dział: miejski, interwencji, sportowy, kultury oraz foto.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA W ROKU 2013

Wydawnictwo przejęło bezpłatny tygodnik „Moje Miasto Lublin” (wydanie papierowe, raz w tygodniu we czwartki od 1 maja), 26 serwisów lokalnych Nasze Miasto – ponad 250 tys. unikalnych użytkowników oraz cztery serwisy lokalne Moje Miasto MM (Lublin, Lubartów, Puławy, Zamość).

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA W 2013 ROKU

Nagroda Głównego Inspektora Państwowej Inspekcji Pracy dla Ewy Pajuro

SERWIS INTERNETOWY

Serwis internetowy „Kuriera Lubelskiego” posiada wiele zakładek tematycznych, w tym aktualności, wiadomości czy region. Dodatkowo stronę wzbogacają informacje dotyczące sportu, kultury czy ciekawostek związanych z wyposażeniem domu. Niezbędnym elementem portalu są serwisy społecznościowe, które umożliwiają bieżącą interakcję z czytelnikami. Zamieszczane są także cykliczne felietony, do których części dostęp jest ograniczony, płatny w ramach systemu Piano. Standardowo, jak w każdym portalu ogólnoinformacyjnym, zamieszczone są fora, czaty, sondy. Dostępne jest także wydanie elektroniczne „Kuriera Lubelskiego”, w ramach jednorazowego zakupu poprzez SMS.

Portal „Kuriera Lubelskiego” jest powiązany z serwisami grupy Polska-presse, ma layout zbliżony do pozostałych tytułów wydawanych przez ten koncern.

Dominik Szczepański

„SuperNowości”



Wydawca: Press-Media Sp. z o.o.

Adres redakcji: Podwisłocze 46, 35-309 Rzeszów.

Witryna internetowa: www.supernowosci24.pl

Liczba wydań w tygodniu: 5.

Format: 405 x 285 mm.

Liczba stron: 28–32, brak zarówno stałych, jak i dodatkowych wkładek.

Sprzedaż wydań drukowanych w grudniu 2013: 9885 (ZKDP).

Sprzedaż e-wydań w grudniu 2013: 0 (ZKDP).

Zasięg kolportażu: województwo podkarpackie (obejmuje następujące miasta: Rzeszów, Mielec, Łańcut, Leżajsk, Ropczyce, Dębica, Strzyżów, Kolbuszowa, Błażowa, Krosno, Przemyśl, Tarnobrzeg).

HISTORIA

Gazeta „SuperNowości” (nazwa pisana jest łącznie) jest drugim po „Nowinach”¹ dziennikiem regionalnym ukazującym się na obszarze Polski połu-

¹ „Nowiny” obecne są na rynku wydawniczym od 1949 roku i był to jedyny dziennik informacyjny ukazujący się w Polsce południowo-wschodniej. Początkowo gazeta ta nosiła nazwę „Nowiny Rzeszowskie”, ale po reformie administracyjnej kraju z 1975 r. nazwę tę zmieniono na „Nowiny”. Po transformacji ustrojowej w 1989 r. po raz kolejny zmieniono jej nazwę na „Gazeta Codzienna – Nowiny”. Szerzej patrz: P. Kuca, *Wizerunek polityków i ugrupowań politycznych w Gazecie Codziennej „Nowiny” w latach 1990–2005*, Rzeszów 2010, s. 7 i nast.

dniowo-wschodniej. Wydaje ją spółka Press-Media należąca do Romana Oraczewskiego. Decyzje związane z utworzeniem gazety zapadły 25 listopada 1996 roku, zaś jej redakcja rozpoczęła pracę 1 lutego 1997 roku². Pierwszy numer został opublikowany 14 marca 1997 r. i ukazał się jako „Super-Nowiny” (pisane łącznie). 5 grudnia 1996 r. Sąd Wojewódzki dokonał rejestracji „SuperNowin” jako tytułu gazety codziennej. Z powodu złożenia pozwu przez pełnomocnika spółki R-press wydającej „Nowiny” dotyczącego naruszenia znaku towarowego „Nowin”, redakcja „SuperNowin” otrzymała decyzję Sądu Apelacyjnego w Rzeszowie zakazującą wydawania gazety pod pierwotnym tytułem³.

W trakcie procesu pełnomocnik „Nowin” dowodził, że wydawca dziennika „SuperNowiny” bezspornie użył znaku towarowego spółki R-press oraz chciał wykorzystać dotychczasową pozycję rynkową, jak i przywiązanie stałych czytelników gazety. Jak zauważyła Anna Tomaka, było to „typowe wykorzystanie renomy i pozycji »Nowin« służące do wprowadzenia w błąd odbiorców – czytelników co do pochodzenia gazety”⁴. Jej zdaniem przeciętny odbiorca mógł wnioskować, że nowy dziennik informacyjny był mutacją gazety „Nowiny”.

W ten istotnie ważny „spór o tytuł” zaangażowano biegłego z zakresu znaków towarowych, zaś sam wniosek sądowy spółki Press-Media uzupełniony został o trzy niezależne opinie niezależnych opiniodawców. Ostatecznie Urząd Patentowy RP 6 października 1997 r. oddalił wniosek spółki Press-Media przeciwko spółce R-press o ustalenie podobieństw pomiędzy znakami towarowymi obu spółek, natomiast Komisja Odwoławcza przy Urzędzie Patentowym RP utrzymała zaskarżoną decyzję w mocy w grudniu 1998 r. Wspomniany już „spór o tytuł”, a zwłaszcza ochronę znaku towarowego, znalazł swój finał w sądzie 13 stycznia 2000 r., kiedy wydany został prawomocny wyrok zakazujący spółce Press-Media wydawania gazety pod tytułem „SuperNowiny”. Pomimo toczących się sporów, już drugi numer

² P. Tymczak, *Jutro sto pierwszy, rozmowa z Romanem Oraczewskim, dyrektorem Oficyny Wydawniczej „Press Media”*, „SuperNowości” 5.08.1997, nr 100, s. 1.

³ Szerzej patrz: A. Tomaka, „Nowiny” i „SuperNowiny” – spór o tytuł [w:] *Miedzy odpowiedzialnością a sensacją. Dziennikarstwo i edukacja na przełomie wieków*, red. K. Wolny-Zmorzyński, M. Wrońska, W. Furman, Rzeszów 2006, s. 101–108; *Walka o tytuł*, „SuperNowości” 14–16.03.1997, s. 1 i 3; *Walka o tytuł – ciąg dalszy*, rozm. J. Klich, „Super Nowości” 17.03.1997, nr 2, s. 3; G. Konieczny, *Zdecyduje Urząd Patentowy*, „Super Nowości” 9.04.1997, nr 18, s. 1.

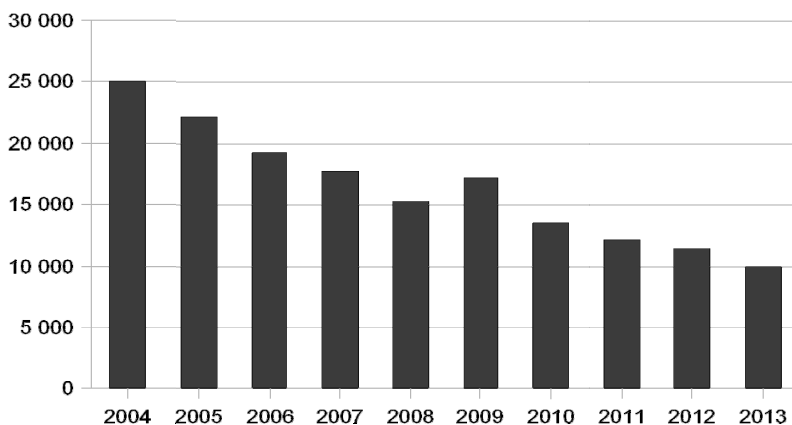
⁴ A. Tomaka, „Nowiny” i „SuperNowiny”..., s. 103.

gazety ukazał się jako „SuperNowości” (dalej SN)⁵. Tytuł ten używany jest do chwili obecnej.

REDAKTORZY NACZELNI

W latach 1997–2014 r. redaktorzy naczelni SN zmieniali się stosunkowo często i było ich łącznie 11. W kolejności chronologicznej byli to:

- Roman Oraczewski – (14 III 1997 r. – 1 VII 1997 r.) – właściciel gazety;
- Adam J. Czartoryski (2 VII 1997 r. – 14 VI 1999 r.);
- Marek Tomczyk (15 VI 1999 r. – 3 VI 2004 r.);
- Waldemar Trawka (4 VI 2004 r. – 10 VI 2004 r.);
- Krzysztof Pipała (11 VI 2004 r. – 27 VI 2005 r.);
- Andrzej Brągiel (28 VI 2005 r. – 11 III 2008 r.);
- Jarosław Gawlik (12 III 2008 r. – 17 IX 2009 r.);
- Krzysztof Pipała (18 IX 2009 r. – 3 X 2010 r.);
- Piotr Pyrkosz (4 X 2010 r. – 30 V 2011 r.);
- Mariusz Włoch (31 V 2011 r. – 19 X 2011 r.);
- Krzysztof Kuchta (20 X 2011 r. – do dziś).



Wykres 1. Rozpowszechnianie płatne „SuperNowości” w latach 2004–2013.

Dane za rok 2013 dotyczą grudnia

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

⁵ Na temat „SuperNowości” zob. Z. Sokół, *Lokalna prasa województwa podkarpackiego (1989–1998)* [w:] *Reportaż a przemiany społeczne po 1989 roku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Kraków–Rzeszów 2005, s. 188–189.

MISJA GAZETY SFORMUŁOWANA W DOKUMENTACH REDAKCYJNYCH

W pierwszym numerze gazety w artykule pod wymownym tytułem *Witam Cię Drogi Czytelniku!!!* redaktor naczelny zwrócił uwagę, iż zespół tworzący redakcję stanowili ludzie łączący w sobie odrobinę młodości i rutyny, i jak dodał, „pierwsi wnoszą zapał i niespożytą energię, drudzy zaś – doświadczenie”⁶. Ważnym elementem, podkreślonym przez R. Oraczewskiego, była apolityczność gazety, co upoważniało zespół redakcyjny do podejmowania tematów trudnych, w tym także baczego obserwowania i komentowania lokalnej sceny politycznej, spraw gospodarczych i społecznych. Opisuując misję SN stwierdzono: „codziennie proponujemy Ci interesującą publicystykę, porcję dobrego humoru, szereg rad, które będą Ci przydatne, informacje o wydarzeniach kulturalnych, obszerny blok publikacji o tematyce sportowej i szereg materiałów prasowych obejmujących wszystkie dziedziny życia”⁷. Podkreślając walory SN, R. Oraczewski dodał: „chcemy służyć Ci niecodzienną gazetą codzienną. Taką, która będzie miała swoje określone oblicze, ale też potrafi Cię zaskakiwać [...] „SuperNowiny” będą zawsze takie, jak nasza reklama radiowa – pogodne, pełne werwy, z dużym poczuciem humoru, pomysłowe. Właśnie takie, jakich oczekują nasi dzisiejsi i przyszli Czytelnicy”⁸.

Pozytywnym elementem, świadczącym o próbie spełnienia określonych oczekiwań czytelników względem nowej gazety codziennej, było przeprowadzenie ankiety przez redakcję SN. Uczyniono to na kilkanaście dni przed wydaniem pierwszego numeru gazety. Oprócz spraw lokalnych, nawet tych najdrobniejszych, przyszli czytelnicy wskazywali na rzetelność i obiektywizm dziennikarzy, kwestie spraw gospodarczych, kultury, lokalnego folkloru, w tym opis zabytków, prezentację najciekawszych walorów przyrodniczych regionu, sport, recenzje filmowe, rozrywkę i humor⁹.

Przedstawiciele biznesu zwrócili uwagę na konieczność promowania za pośrednictwem nowej gazety tak w kraju, jak i za granicą przedsiębiorczości regionalnej i walorów turystycznych, zaś odnosząc się do samej redakcji, unikania politycznej złośliwości, „sączenia jadu, nienawiści” oraz tego, by nie

⁶ R. Oraczewski, *Witam Cię Drogi Czytelniku!!!*, „SuperNowiny” 14–16.03.1997, nr 1, s. 1.

⁷ Tamże.

⁸ Tamże.

⁹ *Oczekiwania Czytelników*, „SuperNowiny” 14–16.03.1997, nr 1, s. 3.

zamęczać samych czytelników¹⁰. Inni wskazywali na publikowanie treści związanych z kwestią zdrowia, ziołolecznictwem, zdrowym żywieniem, przemysłem lotniczym, problemami młodzieży, zwalczaniem patologii społecznych, organizacją czasu wolnego oraz plotek związanych z prominentnymi mieszkańcami regionu.

STRUKTURA REDAKCJI W ROKU 2013

Redaktor naczelny SN Krzysztof Kuchta, urodzony w 1975 r., jest magistrem socjologii. W SN pracuje od 2004 r., początkowo jako dziennikarz w dziale informacji. W 2005 r. został redaktorem prowadzącym. W swojej pracy zajmował się głównie tematyką związaną z miastem Rzeszowem. Od 2011 r. jest redaktorem naczelnym. Przed 2004 r. nie pracował jako dziennikarz¹¹.

Roman Madejowski, urodzony w 1963 r., jest magistrem nauk społecznych. W SN od 2009 r., obecnie pracuje na stanowisku zastępcy redaktora naczelnego. Pełni także funkcję wydawcy SN. Jest równocześnie redaktorem naczelnym pisma „Ludzie Sukcesu”. W latach 1990–1994 był współzałożycielem i zastępcą redaktora naczelnego Dziennika Obywatelskiego „A-Z”, a w latach 1994–2007 zatrudniony był na stanowisku dziennikarza, publicysty i kierownika redakcji programów informacyjnych w TVP S.A. Oddział w Rzeszowie¹².

Paweł Malinowski, urodzony w 1983 r., jest magistrem stosunków międzynarodowych. W SN pracuje od 2011 r. Początkowo zatrudniony jako dziennikarz, po 9 miesiącach został zastępcą redaktora naczelnego do spraw promocji. Równocześnie jest odpowiedzialny za promocję innych wydawnictw, takich jak „Tytuły szaradziarskie” (krzyżówki i sudoku) oraz za ogólnopolskie wydawnictwa z programem telewizyjnym. W wolnych chwilach jest sędzią Polskiego Związku Jeździeckiego w dyscyplinie skoki przez przeszkody oraz instruktorem nordic walking¹³.

Piotr Pezdan, urodzony w 1978 r., jest magistrem dziennikarstwa i komunikacji społecznej. W SN pracuje od 1998 r. najpierw jako dziennikarz działu sportowego, a następnie kierownik tego działu. Pełnił funkcję redaktora pro-

¹⁰ Tamże.

¹¹ Informacje uzyskane od Krzysztofa Kuchty w dniu 5 lutego 2014 r.

¹² Informacje uzyskane od Romana Madejowskiego w dniu 4 lutego 2014 r.

¹³ Informacje uzyskane od Pawła Malinowskiego w dniu 5 lutego 2014 r.

wadzącego, był kierownikiem działu publicystycznego. Obecnie jest zatrudniony na stanowisku sekretarza redakcji¹⁴.

Mariusz Włoch, urodzony w 1963 r., jest magistrem prawa i administracji. W SN zatrudniony od 2002 r. Był wieloletnim redaktorem prowadzącym, szefem działu regionalnego, szefem działu informacji oraz redaktorem naczelnym tej gazety w latach 2010–2011. Obecnie zatrudniony na stanowisku redaktora prowadzącego i szefa działu informacji¹⁵.

Z informacji, które uzyskano w redakcji gazety, wiadomo, że na etatach zatrudnionych jest obecnie 29 pracowników. W skład redakcji wchodzi następujące działy: informacji, publicystyki, kultury, rozrywki i rozmaiłości, konsumencki, sportowy i dział foto. Z redakcją stale współpracuje 5 osób.

Z dniem 16 czerwca 1997 r. w redakcji SN wprowadzono stanowisko redaktora prowadzącego. Generalnie ujmując, redaktor prowadzący to osoba, która jest odpowiedzialna za cały proces powstawania gazety od planowania numeru poprzez przydzielenie tematów artykułów dziennikarzom, uzgodnienie z danymi autorami form i długości artykułów, czytanie tekstów, wyjaśnianie ewentualnych wątpliwości z dziennikarzami i autorami tekstów, makietowanie, podejmowanie współpracy z redaktorem naczelnym, z fotoreporterami, z działem technicznym, z korektą i innymi współpracownikami. W latach 1997–2013 w SN na stanowisku redaktora prowadzącego pracowało łącznie ok. 40–60 dziennikarzy. Zasadniczo były to osoby, których staż pracy i doświadczenie dziennikarskie znacznie przewyższały staż i doświadczenie pozostałych pracowników.

NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA W ROKU 2013

W ogólnych informacjach zamieszczonych na stronie internetowej SN podano, że „dziennik przekazuje informacje o bieżących wydarzeniach, szczególnie wagę przykładając do tematów regionalnych, bliskich swoim czytelnikom. Doradza, edukuje, propaguje wartościowe wydarzenia i akcje. Trzymając rękę na pulsie, zawsze stara się być blisko problemów swoich czytelników”¹⁶. Objętość gazety zwiększała się w miarę ugruntowywania pozycji SN na rynku wydawniczym. Jak stwierdził R. Oraczewski, zwracając się w nr. 1. do czytelników:

¹⁴ Informacje uzyskane od Piotra Pezdana w dniu 4 lutego 2014 r.

¹⁵ Informacje uzyskane od Mariusza Włocha w dniu 4 lutego 2014 r.

¹⁶ Strona internetowa serwisu medialnego, *SuperNowości*, http://www.mediabuy.pl/prasa/Super_Nowosci/ [dostęp: 29.01.2014].

„dziś zaczynamy od wydania 12-stronicowego – nie licząc dwóch kolorowych dodatków – nietypowego, ale eleganckiego i popularnego w krajach Europy Zachodniej formatu gazety. Powierzchnię każdej strony, jak widać na pierwszy rzut oka, wykorzystaliśmy do maksimum. Już niebawem, w niektóre dni tygodnia, zwiększymy liczbę stron naszego dziennika, dodając mu kolorów”¹⁷.

Zgodnie z zapowiedzią redaktora naczelnego, redakcja SN systematycznie zwiększała standardową objętość gazety. Warto również dodać, iż SN publikują strony branżowe, np. w poniedziałek – motoryzacja i sport, we wtorek – zdrowie, uroda, moda i styl, w środę – budownictwo i nieruchomości, w czwartek – edukacja i praca, zaś w piątek – bezpłatny program telewizyjny oraz dodatek „Dla każdego coś dobrego”.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

Gdy zapytano redakcję o nagrody i wyróżnienia przyznane dziennikarzom „SN”, padła jedynie odpowiedź związana z byłym pracownikiem Szymonem Jakubowskim, który w 2005 r. zwyciężył w konkursie na Podkarpackiego Dziennikarza Roku¹⁸.

Zdaniem K. Propolskiego trudno jednoznacznie wskazać na najważniejsze działania redakcji i akcje publicystyczne w 2013 r. Gazeta kładła nacisk na bieżące i rzetelne informowanie czytelników o problemach zwykłych ludzi zamieszkujących województwo podkarpackie. SN wyróżniają się stałym monitorowaniem działań władz miasta Rzeszowa. Często też krytykują prezydenta Tadeusza Ferencę.

¹⁷ R. Oraczewski, *Witam Cię Drogi Czytelniku!!!*, „SuperNowiny” 14–16.03.1997, nr 1, s. 1.

¹⁸ Informacje uzyskane od Krzysztofa Propolskiego w dniu 4 lutego 2014 r.