

Paweł Kuca*

E-WYDANIA JAKO NIEUDANA RECEPTA NA KRYZYS REGIONALNEJ PRASY DRUKOWANEJ W POLSCE W DRUGIEJ DEKADZIE XXI WIEKU

Streszczenie

W drugiej dekadzie XXI w. na rynku mediów regionalnych w Polsce można było zaobserwować zasadniczy spadek znaczenia prasy drukowanej. Wyrażał się on m.in. malejącym znaczeniem i bardzo wysokimi spadkami sprzedaży dzienników regionalnych. W latach 2010–2020 średni spadek sprzedaży egzemplarzowej wydań drukowanych dzienników regionalnych w Polsce przekroczył 78%. Jednym ze sposobów na ograniczenie skutków malejącego znaczenia prasy drukowanej były inwestycje w rozwój e-prasy. Na podstawie danych dotyczących sprzedaży można jednak postawić tezę, że rozwój e-wydań dzienników regionalnych poszerzył ofertę wydawców prasy regionalnej, ale nie wpłynął na ograniczenie znaczenia dzienników regionalnych i nie rekompensował spadków sprzedaży wydań drukowanych.

Słowa kluczowe: prasa regionalna, dzienniki regionalne, kryzys prasy, e-prasa

Wstęp

Obszar badawczy prezentowanego tekstu dotyczy inwestycji wydawców dzienników regionalnych w Polsce w segment e-prasy, jako reakcji na kryzys prasy drukowanej, którego objawem były znaczące spadki sprzedaży wydań drukowanych. W toku prowadzonej analizy przyjęto założenie, że oferowane czytelnikom e-wydania dzienników regionalnych poszerzyły ofertę wydawców prasy regionalnej, ale nie zatrzymały spadku znaczenia dzienników regionalnych, nie rekompensowały również malejącej sprzedaży gazet drukowanych. Okres badań obejmuje drugą dekadę XXI wieku. Analiza zaprezentowana w artykule

* Uniwersytet Rzeszowski, e-mail: pkuca@ur.edu.pl, ORCID: 0000-0001-9424-090X.

została przeprowadzona z wykorzystaniem wybranych studiów przypadku, danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy¹, a także na podstawie analizy źródeł naukowych z zakresu literatury przedmiotu.

Rynek dzienników regionalnych w zarysie

Zgodnie z typologią, przy podziale administracyjnym Polski na 16 województw, przez prasę regionalną rozumie się tytuły, które swoim zasięgiem wydawniczym obejmują obszar jednego województwa². Dla kondycji prasy drukowanej u progu drugiej dekady XXI w. istotne znaczenie miały wydarzenia gospodarcze z lat 2008–2009 i kryzys na rynkach finansowych. Na rynku medialnym zauważono wtedy spadki budżetów reklamowych w segmencie prasy i jednocześnie wzrost znaczenia internetu na rynku reklamy. Co prawda, spadki sprzedaży gazet drukowanych były widoczne już wcześniej, ale część medioznawców stawia tezę, że właśnie konsekwencje kryzysu finansowego z końca pierwszej dekady XXI w., obserwowane na rynku mediów, miały istotny wpływ na świadomość wydawców prasy, którzy mieli nabrać przekonania, że spadek czytelnictwa gazet i odpływ reklamodawców od prasy będzie już trwały i nieodwracalny³. W przypadku ukazujących się w Polsce dzienników regionalnych tezę tę potwierdzają dane dotyczące pozycji rynkowej i sprzedaży w tym segmencie prasy. Jak zauważa Ryszard Filas, jeszcze w 2001 r. przeciętna sprzedaż dziennika regionalnego w Polsce przekraczała 41 tys. egzemplarzy. W 2010 r. średnia sprzedaż spadła do 29 tys. egzemplarzy⁴. Z danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy wynika, że w 2010 r. łączna sprzedaż wydań ogółem 24 dzienników definiowanych w Polsce jako regionalne i lokalne wynosiła 712,7 tys. egzemplarzy. W roku 2019 ten sam parametr dla tej samej grupy dzien-

¹ Związek Kontroli Dystrybucji Prasy funkcjonował od 1994 r. i był organizacją zrzeszającą m.in. przedstawicieli wydawców prasy, która zajmowała się m.in. kontrolą i udostępnianiem informacji dotyczących nakładów i rozpowszechniania tytułów prasowych. W roku 2020 zadania ZKDP w tym obszarze zostały przejęte przez spółkę Polskie Badania Czytelnictwa, zob. U. Zielińska, *Związek Kontroli Dystrybucji Prasy przestanie istnieć*, Rzeczpospolita, <https://www.rp.pl>, 17.12.2020 (28.07.2023).

² W. Chorążki, *Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1999, nr 1–2, s. 61.

³ A. Dziekan-Łanucha, *Polscy wydawcy prasowi wobec kryzysu dzienników drukowanych. Opis strategii przetrwania*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, 2014, nr 4, s. 12–15.

⁴ R. Filas, *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010–2019)*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, 2020, nr 4, s. 58.

ników wyniósł już tylko 234,2 tys. egzemplarzy. Oznacza to spadek sprzedaży na poziomie 478,4 tys. egzemplarzy (67,1%). Jeśli podda się analizie wyniki sprzedaży ogółem poszczególnych tytułów regionalnych i lokalnych w latach 2010–2019, spadki sprzedaży wahały się w przedziale 59–75 procent⁵.

Analizując rynek prasy regionalnej w drugiej dekadzie XXI w., należy jednocześnie wskazać na stabilną liczbę tytułów prasy codziennej w tym segmencie. W roku 2010 w 16 województwach ukazywało się 25 dzienników, w 2012 r. liczba ta spadła do 24⁶ i utrzymała się przez kolejne lata. Zdecydowana większość tytułów jest definiowana jako dzienniki o charakterze regionalnym, chociaż analizując niektóre tytuły z punktu widzenia terminologii, zasięgu kolportażu i zawartości, część z nich należy raczej do kategorii dzienników lokalnych⁷. Warto zauważyć, że także w raportach Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, który zajmował się udostępnianiem informacji o nakładach i sprzedaży prasy, kilka tytułów wydawanych w regionach funkcjonowało jako dzienniki lokalne.

Kwestie terminologiczne dotyczące regionalności i lokalności w prasie codziennej wydawanej w województwach były podnoszone w tekstach prasoznawczych⁸. Wydaje się, że te zagadnienia będą miały jeszcze większe znaczenie w obliczu znacznego spadku roli prasy drukowanej w regionach. Zgodnie z danymi Polskich Badań Czytelnictwa za 2021 r., sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych „Dziennika Zachodniego”, najbardziej popularnego wtedy w tym parametrze dziennika regionalnego w Polsce, wynosiła 8,3 tys. egzemplarzy. Pięć tytułów, określanych jako regionalne, sprzedawało w druku w 2021 r. poniżej 2 tys. egzemplarzy⁹. Wydaje się, że ten trend będzie się tylko pogłębiał w obliczu zmian rynkowych, a świadczą o tym wydarzenia z ostatnich kilkunastu miesięcy. W maju 2023 r. wydawca ukazującego się w Rzeszowie i obejmującego województwo podkarpackie dziennika „Super Nowości”, który formalnie był określany jako regionalny, zmniejszył liczbę wydań w tygodniu z 5 do 3 (poniedziałek, środa, pią-

⁵ P. Kuca, *Prasa drukowana w regionie podkarpackim. Od czasów galicyjskich po współczesność*, Rzeszów 2021, s. 259–260.

⁶ R. Filas, *Od duopolu do monopolu. Dzienniki regionalne w Polsce w XXI wieku: próba bilansu*, „Rocznik Prasoznawczy”, 2017, s. 69.

⁷ P. Kuca, *Prasa drukowana...*, s. 258.

⁸ R. Filas, *Od duopolu do monopolu...*, s. 62, A. Szynol, *Czy w Polsce wciąż potrzebna jest regionalna prasa codzienna?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2017, nr 3, s. 489.

⁹ P. Kuca, *Metamorfoza regionalnego dziennikarstwa prasowego jako konsekwencja kryzysu prasy drukowanej* [w:] *Kryzys w przekazach medialnych*, red. R. Leśniczak, K. Stępiak, Warszawa 2023, s. 36.

tek)¹⁰. W 2022 r. średnia sprzedaż wydania drukowanego tego tytułu wyniosła 3 296 egzemplarzy¹¹. Końcem stycznia 2024 r. wydawca dziennika zdecydował się na likwidację wydania papierowego i przeniesienie treści do bezpłatnego serwisu internetowego¹².

E-prasa jako odpowiedź na kryzys prasy drukowanej

Malejące nakłady i wyniki sprzedaży dzienników regionalnych w wersji papierowej zmuszały wydawców prasy do poszukiwania rozwiązań zapewniających utrzymanie pozycji rynkowych. Jednym z takich działań były inwestycje dotyczące rozwoju mediów związanych z internetem i nowymi technologiami. Miały one różny charakter. W obrębie jednego wydawnictwa rozwijano portale internetowe funkcjonujące obok gazet papierowych, ale redagowane zwykle przez te same zespoły dziennikarskie, co wpływało na procesy związane z metamorfozą regionalnego dziennikarstwa prasowego¹³. Konkurencją dla regionalnej prasy drukowanej i portali www funkcjonujących w ramach wydawnictw prasowych stawały się, internetowe serwisy lokalne, które były tworzone zarówno przez profesjonalnych wydawców, jak i nieprofesjonalnych producentów, a także treści internetowe zamieszczane na witrynach internetowych lokalnej władzy, firm, organizacji społecznych¹⁴.

Zwracano także uwagę na rozwój prasy cyfrowej (e-prasy), która stanowiła odpowiednik gazet drukowanych, a wraz z rozwojem nowych technologii stała się dostępna na różnych nośnikach, zarówno komputerach, tabletach, smartfonach, jak i e-czytnikach¹⁵. Prasa elektroniczna może funkcjonować w kilku wersjach. Mogą ją stanowić gazety lub czasopisma, które istnieją tylko w postaci elektronicznej i są dostępne

¹⁰ Jk, „Super Nowości” zwalniają 25 osób. Będą wychodzić tylko trzy razy w tygodniu, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedial.pl>, 22.05.2023 (5.11.2023).

¹¹ Mk, „Gazeta Pomorska” najchętniej kupowana w 2022 roku, „Polska Metropolia Warszawska” na czele e-wydań, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedial.pl>, 11.02.2022 (5.11.2023).

¹² Tw, Regionalny dziennik zamyka wersję drukowaną, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedial.pl>, 29.01.2024 (30.01.2024).

¹³ Zobacz szerzej: P. Kuca, *Metamorfoza regionalnego dziennikarstwa prasowego...*, s. 35–45.

¹⁴ J. Dzierżyńska-Mielczarek, *Monopol bez monopolu. Dzienniki regionalne w Polsce w XXI wieku: suplement*, [w:] *Od modernizacji do mediosfery. Meandry transformacji w komunikowaniu*, red. A. Cieślukowa, P. Planeta, Kraków 2020, s. 157.

¹⁵ J. Bogdańska, *Między prasą a cyberprzestrzenią. Analiza porównawcza gazety i serwisu www na przykładzie „Dziennika Łódzkiego”, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”*, 2016, nr 2, s. 149.

w internecie zarówno bezpłatnie, jak i płatnie. Do e-prasy należą także przygotowane do dystrybucji online wydania dzienników lub czasopism, które są wydawane głównie w wersji papierowej. Wersja trzecia to czasopisma, które są udostępniane płatnie online w wersji tożsamej z papierową¹⁶.

Przedmiotem zainteresowania w ramach artykułu jest ta część prasy elektronicznej, którą stanowią e-wydania, czyli elektroniczne wersje gazet drukowanych w wersji papierowej, z zachowaniem ich układu, artykułów, treści i reklam (najczęściej dystrybuowane w formacie PDF). Podstawą przeprowadzonej analizy są dane sprzedażowe Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, dotyczące 22 dzienników klasyfikowanych jako tytuły regionalne. Okres analizy obejmuje lata 2010–2020.

E-wydania w segmencie dzienników regionalnych

Z analizy danych wynika, że e-wydania były w ofercie prawie wszystkich dzienników regionalnych. Jedynym tytułem, który nie był raportowany w tym obszarze, były „Super Nowości” wydawane w Rzeszowie (warto zauważyć, że ZKDP gromadziła dane dotyczące sprzedaży wydań papierowych tego dziennika).

Oceniając poziom sprzedaży egzemplarzowej e-wydań, należy wskazać, że w latach 2010–2020 miała ona tendencję wzrostową, ale nie była zbyt wysoka. W ciągu całej dekady najwyższy wynik średniej sprzedaży e-wydań odnotował „Dziennik Zachodni” (ponad 900 e-wydań w 2018 r.). Ogólnie sprzedaż egzemplarzowa e-wydań w poszczególnych latach oscylowała na poziomie kilkuset egzemplarzy. Warto dodać, że w segmencie dzienników regionalnych funkcjonowały także takie tytuły, których e-wydania były mniej popularne. Poziom sprzedaży wynosił w tych przypadkach kilkadziesiąt egzemplarzy („Express Ilustrowany”, „Kurier Szczeciński”), lub miał incydentalny charakter (np. „Dziennik Wschodni”).

Podobne wnioski można wysnuć, analizując łączną sprzedaż e-wydań 22 dzienników regionalnych w poszczególnych latach. Przy pewnych wahaniach tendencja ta była rosnąca. Jednak łączną sprzedaż egzemplarzową e-wydań na rynku dzienników regionalnych trudno uznać za wysoką. W badanym okresie średnio wahała się ona od 1,2 tys. egzemplarzy do 7,8 tys. egzemplarzy. Patrząc jednak bardziej szczegółowo, widać, że w latach 2010–2013 średnia dystrybucja e-wydań

¹⁶ WP, *Prasa elektroniczna* [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 155.

21 dzienników regionalnych utrzymywała się poniżej 2 tys. egzemplarzy. W kolejnych latach nieco wzrosła, ale dla 21 tytułów oscylowała w przedziale 2,5 do 5,8 tys. wydań. Wyjątkiem był rok 2018, kiedy średni wynik przekroczył 7,8 tys. e-wydań. Szczegółowe dane są zawarte w tabeli 1.

Tabela 1. Sprzedaż egzemplarzowa e-wydań dzienników regionalnych w Polsce w latach 2010–2020

Tytuł	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Dziennik Bałtycki	10	93	245	433	442	392	519	657	616	412	332
Dziennik Łódzki	3	59	98	162	111	113	324	291	414	382	323
Dziennik Polski	41	36	94	89	72	58	67	83	214	50	2
Dziennik Wschodni	6	4	14	1	1	0	0	0	-	0	0
Dziennik Zachodni	8	113	80	175	188	168	247	470	907	608	435
Echo Dnia	2	8	8	2	419	868	878	704	646	525	281
Express Ilustrowany	0	30	25	65	53	68	65	57	137	34	1
Gazeta Codzienna „Nowiny”	1	9	21	2	73	142	129	250	360	331	368
Gazeta Krakowska	8	60	125	119	146	143	167	422	539	376	305
Gazeta Lubuska	872	171	3	2	96	215	192	241	344	254	249
Gazeta Olsztyńska / Dziennik Elbląski	0	5	9	11	7	42	74	57	276	220	133
Gazeta Pomorska	9	6	1	2	157	270	272	373	307	329	380
Gazeta Wrocławska	0	71	111	171	200	160	181	384	669	422	409
Gazeta Współczesna	249	162	2	2	45	62	45	59	136	92	99
Głos. Dziennik Pomorza	90	4	3	4	89	358	274	275	353	410	357

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Głos Wielkopolski	17	207	177	305	301	258	333	752	764	616	523
Kurier Lubelski	84	51	35	49	29	63	70	79	403	348	316
Kurier Poranny	272	183	1	1	2	74	95	170	169	183	99
Kurier Szczeciński	22	66	46	34	31	28	27	35	22	13	5
Nowa Trybuna Opolska	127	2	163	3	76	101	171	306	326	186	197
Polska Metropolia Warszawska	1	4	13	4	5	20	5	44	219	69	221
Super Nowości	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-
Suma	1822	1344	1274	1636	2543	3603	4135	5709	7821	5860	5 035

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

Oprócz sprzedaży egzemplarzowej e-wydania dzienników regionalnych były dystrybuowane także w ramach prenumeraty. Aktywność tego rodzaju dotyczyła 21 dzienników (bez „Super Nowości”). Poziom sprzedaży e-wydań w ramach prenumeraty był niższy niż w sprzedaży egzemplarzowej. W analizowanym okresie średnie wyniki sprzedaży e-wydań w prenumeracie były w większości tytułów regionalnych na poziomie kilkudziesięciu egzemplarzy. Wyróżniało się na tym tle kilka dzienników, w których poziom sprzedaży e-wydań w prenumeracie przekraczał w niektórych latach 100 egzemplarzy („Dziennik Polski”, „Gazeta Lubuska”, „Polska Metropolia Warszawska”) lub więcej („Gazeta Olsztyńska / Dziennik Elbląski”).

O tym, że e-wydania dzienników regionalnych dystrybuowane w prenumeracie miały niewielkie znaczenie, świadczą zbiorcze dane za całą drugą dekadę XXI w. Analizując poszczególne lata, widać tendencję rosnącą, jeśli chodzi o popularność e-wydań dzienników regionalnych dystrybuowanych w prenumeracie, jednak wyniki sprzedaży wyrażane w liczbach nie były zbyt wysokie. W latach 2010–2015 średnia sprzedaż e-wydań w prenumeracie dla 21 dzienników regionalnych wahała się między 500 a 1000 egzemplarzy. W kolejnych latach poziom sprzedaży wzrósł, ale stosunkowo niewiele. Najwyższy wynik odnotowano w 2020 r. (średnia sprzedaż dla 21 dzienników regionalnych wyniosła 1,9 tys. egz.). Szczegółowe dane są przedstawione w tabeli 2.

Tabela 2. Prenumerata e-wydań dzienników regionalnych w Polsce w latach 2010–2020

Tytuł	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Dziennik Bałtycki	37	38	35	63	64	61	54	57	62	46	62
Dziennik Łódzki	22	23	24	25	25	22	34	32	40	39	50
Dziennik Polski	72	70	91	124	104	110	127	125	150	106	129
Dziennik Wschodni	11	17	11	14	7	0	0	0	-	22	31
Dziennik Zachodni	3	4	34	48	43	35	90	51	63	68	81
Echo Dnia	17	22	22	25	32	22	27	22	21	25	19
Express Ilustrowany	0	9	12	9	11	8	11	9	10	13	11
Gazeta Codzienna „Nowiny”	12	26	19	24	25	30	175	14	11	10	8
Gazeta Krakowska	40	35	49	65	64	59	55	77	79	67	47
Gazeta Lubuska	48	52	78	119	118	69	56	48	47	48	46
Gazeta Olsztyńska / Dziennik Elbląski	0	7	15	18	21	25	35	31	461	691	759
Gazeta Pomorska	25	25	36	81	77	81	91	69	69	73	75
Gazeta Wrocławska	39	38	43	44	45	46	56	42	41	45	49
Gazeta Współczesna	15	50	45	26	26	21	14	15	18	14	10
Głos. Dziennik Pomorza	39	45	39	61	72	58	51	48	46	49	55
Głos Wielkopolski	41	37	43	48	53	58	61	74	88	87	75
Kurier Lubelski	0	4	4	4	15	17	18	15	16	31	24
Kurier Poranny	23	38	30	34	34	21	21	24	34	24	58

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Kurier Szczeciński	18	19	23	22	27	30	35	62	66	75	135
Nowa Trybuna Opolska	27	33	34	57	53	86	72	45	40	38	27
Polska Metropolia Warszawska	39	36	35	47	37	63	68	108	129	144	173
Super Nowości	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-
Suma	528	628	722	958	953	922	1151	968	1491	1715	1 924

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy.

Łączną sprzedaż e-wydań (sprzedaż egzemplarzowa i prenumerata) w segmencie dzienników regionalnych w Polsce w latach 2010–2020 przedstawiono w tabeli 3. Wynika z niej, że sprzedaż tego produktu, przy pewnych wahaniach, miała tendencję zwykłą, jednak nie stanowiła ona o sile regionalnych dzienników wydawanych w Polsce. Łączna sprzedaż e-wydań dla 22 dzienników regionalnych była na poziomie kilku tysięcy egzemplarzy. Najniższy wynik odnotowano w latach 2011 i 2012 – łączna sprzedaż poniżej 2 tys. egzemplarzy. W kolejnych latach popularność e-wydań stopniowo rosła. W roku 2016 łączna sprzedaż dla wszystkich dzienników przekroczyła 5,2 tys. egzemplarzy, w kolejnym roku sprzedaż przekroczyła barierę 6 tys. egzemplarzy. Najwyższy wynik w drugiej dekadzie XXI w. odnotowano w 2018 r. Łączna, średnia sprzedaż e-wydań 22 tytułów przekroczyła 9,3 tys. egzemplarzy.

Tabela 3. Łączna sprzedaż e-wydań dzienników regionalnych w Polsce w latach 2010–2020

Tytuł	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Dziennik Bałtycki	47	131	280	496	506	453	573	714	678	458	394
Dziennik Łódzki	25	82	122	187	136	135	358	323	454	421	373
Dziennik Polski	113	106	185	213	176	168	194	208	364	156	131
Dziennik Wschodni	17	21	25	15	8	0	0	0	0	22	31
Dziennik Zachodni	11	117	114	223	231	203	337	521	970	676	516
Echo Dnia	19	30	30	27	451	890	905	726	667	550	300

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Express Ilustrowany	0	39	37	74	64	76	76	66	147	47	12
Gazeta Codzienna „Nowiny”	13	35	40	26	98	172	304	264	371	341	376
Gazeta Krakowska	48	95	174	184	210	202	222	499	618	443	352
Gazeta Lubuska	920	223	81	121	214	284	248	289	391	302	295
Gazeta Olsztyńska / Dziennik Elbląski	0	12	24	29	28	67	109	88	737	911	892
Gazeta Pomorska	34	31	37	83	234	351	363	442	376	402	455
Gazeta Wrocławska	39	109	154	215	245	206	237	426	710	467	458
Gazeta Współczesna	264	212	47	28	71	83	59	74	154	106	109
Głos. Dziennik Pomorza	129	49	42	65	161	416	325	323	399	459	412
Głos Wielkopolski	58	244	220	353	354	316	394	826	852	703	598
Kurier Lubelski	84	55	39	53	44	80	88	94	419	379	340
Kurier Poranny	295	221	31	35	36	95	116	194	203	207	157
Kurier Szczeciński	40	85	69	56	58	58	62	97	88	88	140
Nowa Trybuna Opolska	154	35	197	60	129	187	243	351	366	224	224
Polska Metropolia Warszawska	40	40	48	51	42	83	73	152	348	213	394
Super Nowości	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	2350	1972	1996	2594	3496	4525	5286	6677	9312	7575	6959

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Związku Kontrolii Dystrybucji Prasy.

Jak pokazują dane, popularność e-wydań dzienników regionalnych w Polsce mierzona w liczbach sprzedanych egzemplarzy rosła w ciągu drugiej dekady XX w. Jednak warto popatrzeć na te wyniki w kontekście pozycji rynkowej całego segmentu prasy regionalnej. Taka analiza pro-

wadzi do wniosku, że e-wydania nie miały istotnego wpływu na utrzymanie pozycji dzienników regionalnych.

Zgodnie z danymi ZKDP w 2010 r. łączna sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych 22 dzienników regionalnych wynosiła średnio 505,9 tys. egzemplarzy. Łączna sprzedaż e-wydań dla tej grupy tytułów na poziomie 2,3 tys. egzemplarzy stanowiła tylko 0,46% sprzedaży wydań papierowych. Analizując rynek dzienników regionalnych w Polsce dziesięć lat później, widać, że sprzedaż egzemplarzowa wydań papierowych spadła o ponad 397 tys. egz. W roku 2020 r. łączna sprzedaż egzemplarzowa wydań drukowanych 22 dzienników ukazujących się w regionach wyniosła średnio 108,2 tys. egz. W tym samym roku średnia sprzedaż e-wydań łącznie dla 22 dzienników regionalnych wyniosła prawie 7 tys. egz. Stanowiło to 6,4% sprzedaży tych dzienników w wersji drukowanej.

Zakończenie

Podsumowując przeprowadzoną analizę, warto wskazać na kilka elementów. E-wydania były elementem, który poszerzał zakres oferowanych produktów przez wydawców prasy regionalnej. Były one oferowane czytelnikom w różny sposób. Funkcjonowały jako samodzielny produkt wydawniczy, ale także jako część szerszych pakietów dostępnych dla czytelników w internecie. W drugim wariancie, w ramach wykupionego abonamentu, czytelnik otrzymywał np. wersję dziennika w formacie pdf, a także dostęp do materiałów zamieszczanych w serwisie internetowym tytułu prasowego lub dostęp do treści multimedialnych przygotowywanych tylko do serwisu internetowego. Analizując dane, trzeba jednak zauważyć, że w drugiej dekadzie XXI w. e-wydania dzienników regionalnych w Polsce nie rekompensowały bardzo dużego spadku znaczenia prasy regionalnej w wersji drukowanej. Ponieważ negatywne tendencje na rynku prasy regionalnej w Polsce, wydawanej w wersji papierowej, utrzymały się w kolejnych latach, znaczenie prasy cyfrowej, w tym e-wydań, dla tego segmentu prasy otwiera drogę do dalszych badań i analiz.

Bibliografia

- Bogdańska J., *Między prasą a cyberprzestrzenią. Analiza porównawcza gazety i serwisu www na przykładzie „Dziennika Łódzkiego”*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2016, nr 2.
- Chorążki W., *Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1999, nr 1–2.

- Dziedkan-Lanucha A., *Polscy wydawcy prasowi wobec kryzysu dzienników drukowanych. Opis strategii przetrwania*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, 2014, nr 4.
- Dzierżyńska-Mielczarek J., *Monopol bez monopolu. Dzienniki regionalne w Polsce w XXI wieku: suplement [w:] Od modernizacji do mediosfery. Meandry transformacji w komunikowaniu*, red. A. Cieślakowa, P. Planeta, Kraków 2020.
- Filas R., *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010–2019)*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, 2020, nr 4.
- Filas R., *Od duopolu do monopolu. Dzienniki regionalne w Polsce w XXI wieku: próba bilansu*, „Rocznik Prasoznawczy”, 2017.
- Jk, „Super Nowości” zwalniają 25 osób. Będą wychodzić tylko trzy razy w tygodniu, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedi.pl>, 22.05.2023 (5.11.2023).
- Kuca P., *Metamorfoza regionalnego dziennikarstwa prasowego jako konsekwencja kryzysu prasy drukowanej [w:] Kryzys w przekazach medialnych*, red. R. Leśniczak, K. Stępnia, Warszawa 2023.
- Kuca P., *Prasa drukowana w regionie podkarpackim. Od czasów galicyjskich po współczesność*, Rzeszów 2021.
- Mk, „Gazeta Pomorska” najchętniej kupowana w 2022 roku, „Polska Metropolia Warszawska” na czele e-wydań, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedi.pl>, 11.02.2022 (5.11.2023).
- Szynol A., *Czy w Polsce wciąż potrzebna jest regionalna prasa codzienna?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2017, nr 3.
- Tw, *Regionalny dziennik zamyka wersję drukowaną*, Wirtualne Media, <https://www.wirtualnemedi.pl>, 29.01.2024 (30.01.2024).
- WP, *Prasa elektroniczna [w:] Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.
- Zielińska U., *Związek Kontroli Dystrybucji Prasy przestanie istnieć*, Rzeczpospolita, <https://www.rp.pl>, 17.12.2020 (28.07.2023).

E-editions as a failed recipe for the crisis of regional press in Poland in the second decade of the 21st century

Abstract

In the second decade of the 21st century, there was a significant decline in the importance of the printed press, that could be observed on the regional media market in Poland/Polish regional media market. The crisis expressed itself by: decreasing importance and very high drops in sales of regional dailies. In the years 2010–2020, the average decline in sales copy of printed editions of regional dailies in Poland exceeded to 78%. One of the ways to limit the effects of the decreasing importance of the printed press was an investment in the development of e-press. However, based on sales data, there could be a conclusion that the development of electronical releases of regional dailies expanded the offer of regional press publishers, but it did not made an impact on the importance of regional dailies and did not compensate the declines in sales of printed editions.

Keywords: regional press, regional dailies, press crisis, e-press