

**MODEL
DZIENNIKA REGIONALNEGO
W POLSCE
STAN W LUTYM 2023 ROKU**

**WOJCIECH FURMAN, PAWEŁ KUCA,
PAULINA OLECHOWSKA**

**MODEL
DZIENNIKA REGIONALNEGO
W POLSCE**

STAN W LUTYM 2023 ROKU



**WYDAWNICTWO
UNIwersytetu Rzeszowskiego
RZESZÓW 2026**

Recenzenci

dr hab. KATARZYNA DRĄG, prof. UPJPII
prof. dr hab. RYSZARD KOWALCZYK, UAM w Poznaniu

Opracowanie redakcyjne i korekta

WŁADYSŁAW WÓJTOWICZ

Łamanie

EWA BLICHAZ

Korekta techniczna

JULIA SOŃSKA-LAMPART

Projekt okładki

dr ZBIGNIEW CHMIELEWSKI

© Copyright by

Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego
Rzeszów 2026

ISBN 978-83-8277-335-4

DOI:10.15584/978-83-8277-335-4

<http://dx.doi.org/10.15584/978-83-8277-335-4>

2242

WYDAWNICTWO UNIwersytetu Rzeszowskiego

35-959 Rzeszów, ul. prof. Stanisława Pigoń 6, tel. 017 872 13 69, tel./fax 017 872 14 26

e-mail: wydawnictwo@ur.edu.pl; <http://wydawnictwo.ur.edu.pl>

wydanie I; format B5; ark. wyd. 8,25; ark. druk. 8,5; zlec. red. 56/2025

Druk i oprawa: Drukarnia Uniwersytetu Rzeszowskiego

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział 1. Dzienniki regionalne	11
1.1. Komunikowanie publiczne i cechy przekazów dziennikarskich	11
1.2. Role społeczne dziennikarzy	13
1.3. Cechy dziennika regionalnego	15
1.4. Polskie dzienniki regionalne i lokalne w 2023 roku	17
1.5. Sytuacja w Polsce w lutym 2023 roku	20
Rozdział 2. Badane problemy i metoda analizy	23
2.1. Dominujący zakres terytorialny publikacji	23
2.2. Dominująca tematyka publikacji	24
2.3. Dominanta gatunkowa	26
2.4. Interwencje	28
2.5. Porady	29
2.6. Marketing wydawniczy	30
2.7. Stronniczość polityczna	32
2.8. Pojęcie modelu	34
2.9. Analiza zawartości i dobór próby	35
Rozdział 3. Wyniki analizy i wnioski	39
3.1. Opis próby badawczej	39
3.2. Badane problemy	43
3.2.1. Dominujący zakres terytorialny publikacji	43
3.2.2. Dominująca tematyka publikacji	45
3.2.3. Dominanta gatunkowa	49
3.2.4. Interwencje	53
3.2.5. Porady	56
3.2.6. Marketing wydawniczy	58
3.2.7. Stronniczość polityczna	61
3.3. Typowa struktura dzienników regionalnych	69
3.4. Materiały wspólne dzienników PPG	70
3.5. Model dziennika regionalnego – wnioski	72
3.5.1. Dominujący zakres terytorialny	72
3.5.2. Dominująca tematyka publikacji	74
3.5.3. Dominanta gatunkowa	74
3.5.4. Interwencje	75
3.5.5. Porady	76
3.5.6. Marketing wydawniczy	77
3.5.7. Stronniczość polityczna	77

Rozdział 4. Mutacje i dodatki	81
4.1. Mutacje	81
4.2. Dodatki lokalne	83
4.2.1. Dzienniki PPG	84
4.2.2. Dzienniki pozostałych wydawców	88
4.3. Dodatki tematyczne	89
4.3.1. Dodatki ogólnopolskie	90
4.3.2. Dodatki regionalne	92
Zakończenie	99
Aneks	105
1. Lista analizowanych dzienników regionalnych i mapa ich rozmieszczenia	107
2. Sprzedaż dzienników regionalnych i lokalnych w I kwartale 2023 roku	109
3. Tabele wyników analizy zawartości	111
4. Wykaz mutacji, dodatków lokalnych i tematycznych	119
5. Klucz kategoryzacyjny	127
Bibliografia	129

WSTĘP

Celem podjętym przez autorów niniejszej monografii było skonstruowanie modelu współczesnego polskiego dziennika regionalnego oraz sprawdzenie tego modelu na podstawie wyników analizy zawartości wybranych numerów dzienników pochodzących z lutego 2023 r. Model traktujemy jako konstrukcję prowizoryczną, która ukazuje w sposób uproszczony wybrane aspekty pewnego złożonego systemu i służy organizowaniu doświadczenia. Model rozważany w tej monografii przedstawia strukturę dziennika regionalnego pokazaną z kilku różnych perspektyw.

Dzienniki regionalne zasługują na uwagę, gdyż przyczyniają się do oświeconego rozumienia spraw publicznych, integrują regionalne społeczności i kształtują ich tożsamość. Zdarza się, że na obszarze swego kolportażu bywają czytane bardziej powszechnie niż prasa centralna. Ich treści są też zazwyczaj odbierane znacznie bardziej uważnie niż te pochodzące z prasy ogólnokrajowej, gdyż dotyczą spraw bliskich odbiorcom.

Konstrukcja modelu została oparta na kwestiach własności dzienników, wielkości ich sprzedaży i czytelnictwa oraz na zawartości publikacji w zakresie siedmiu problemów badawczych. Były to: zakres terytorialny tekstów, tematyka publikacji, stosowane gatunki dziennikarskie, podejmowane interwencje, udzielane porady, działania marketingowe oraz stronniczość polityczna. Podczas analizy pojawiły się dwa kolejne problemy zasługujące na uwagę: typowa struktura dziennika regionalnego oraz materiały wspólne dla tych dzienników, których wydawcą jest Polska Press Grupa (dalej określana w skrócie jako PPG).

Przedmiotem badania były tradycyjne wydania dzienników regionalnych. Ich sytuacja pozostaje trudna, a przyszłość wydaje się niepewna. Spada sprzedaż wydań papierowych, a strat nie rekompensują przychody z wydań elektronicznych. Podczas pracy nad niniejszą monografią, w styczniu 2024 r., znikło z rynku papierowe wydanie „Super Nowości”, w tym samym czasie „Dziennik Wschodni” zmniejszył częstotliwość ukazywania się z pięciu do dwóch dni w tygodniu. Od początku lipca 2024 r. „Kurier Lubelski” wydawany jest tylko trzy razy w tygodniu. Ewentualne powstrzymanie, lub być może nawet odwrócenie tej tendencji, będzie wymagało trudnych do przewidzenia zmian w sposobie redagowania i wydawania dzienników.

Badaniu podlegały wybrane publikacje wszystkich 22 dzienników regionalnych, jakie ukazywały się w ciągu wybranego miesiąca i były dostępne w wersji pdf. Ponadto zostały opisane wszystkie mutacje, dodatki lokalne i dodatki tematyczne, także do dwóch dzienników lokalnych, pochodzące z lutego 2023 r.

Dodatkowym uzasadnieniem wyboru badanego okresu może być fakt, że osiem miesięcy później odbyły się wybory parlamentarne, które znacząco zmieniły konfigurację polskiej sceny politycznej. Był to także ostatni rok ukazywania się dzienników PPG w kształcie z lat 2021–2023. Po wyborach w 2023 r. przekształcenia układu sił w parlamencie skutkowały zmianą rządowej koalicji, co spowodowało wymianę kadrową w spółce Orlen, a w konsekwencji również w PPG.

Pierwszy rozdział stanowi wprowadzenie w podjętą problematykę. Zawarto w nim zwięzłe omówienie cech przekazów dziennikarskich oraz ról społecznych pełnionych przez dziennikarzy. W dalszym ciągu rozdział przedstawia cechy dziennika regionalnego oraz zawiera opis stanu polskich dzienników regionalnych w okresie wybranym do badań. Omówiono kwestie ich własności, wyników sprzedaży i poziomu czytelnictwa. Krótko przedstawiono także sytuację w Polsce i wokół Polski w wybranym okresie.

Drugi rozdział rozpoczyna analizę siedmiu wyliczonych powyżej problemów, lub też siedmiu perspektyw, stanowiących punkt wyjścia do badań empirycznych. Każdy z tych problemów został potraktowany jako element modelu dziennika regionalnego, który następnie zostanie poddany pomiarowi. Wyjaśnienie pojęcia modelu, opis metody badania i sposób doboru próby badawczej znalazły się w końcowych partiach tego rozdziału.

Rozdział trzeci przedstawia wyniki analizy zawartości oraz wynikające z nich wnioski. Wnioski te złożyły się na proponowany model dziennika regionalnego.

Ostatni, czwarty rozdział stanowi uzupełnienie analizy o wyliczenie mutacji, dodatków lokalnych i tematycznych do 22 dzienników regionalnych oraz 2 dzienników lokalnych, które ukazały się w lutym 2023 r.

W zakończeniu zamieszczono ogólne konkluzje wynikające z przeprowadzonych badań, a wśród nich ocenę wypełniania przez analizowane publikacje dziennikarskich ról społecznych. Pozostałe szczegółowe wyliczenia i tabele zostały zawarte w aneksie.

Niniejszą monografię można potraktować jako swoistego rodzaju kontynuację opracowania zbiorowego *Dzienniki regionalne w Polsce. Stan na koniec grudnia 2013 roku*, która nie jest jednak charakterystyką poszczególnych tytułów, ale proponuje zbiorczy model dziennika regionalnego.

Autorzy składają podziękowania profesorowi Uniwersytetu Szczecińskiego dr. hab. Arkadiuszowi Kołodziejowi za konsultacje w sprawie metody

badania, a zwłaszcza doboru próby, oraz absolwentowi informatyki Politechniki Poznańskiej Jackowi Kaczmarczykowi, który wykorzystał narzędzia Google do stworzenia autorskiego programu doboru losowej próby badawczej. Dziękujemy także recenzentom wydawniczym, prof. dr. hab. Ryszardowi Kowalczykowi i dr hab. Katarzynie Drag prof. UPJPII, których uwagi i opinie utwierdziły nas w przekonaniu o celowości podjętej pracy. W dopracowaniu ostatecznego kształtu tej publikacji pomogły również pytania i sugestie zgłaszane na konferencjach naukowych podczas prezentacji częściowych wyników badania.

ROZDZIAŁ 1

DZIENNIKI REGIONALNE

Rozdział stanowi wprowadzenie w problematykę zawartą w niniejszej monografii. Rozpoczyna go krótkie przedstawienie cech przekazów dziennikarskich oraz ról społecznych pełnionych przez dziennikarzy. Następnie omówiono cechy dziennika regionalnego i przedstawiono sytuację polskich dzienników regionalnych w lutym 2023 r. Stan ten został scharakteryzowany pod względem własności, rozpowszechniania oraz czytelnictwa. Na koniec ukazano krótko sytuację w Polsce i wokół Polski w miesiącu wybranym do analizy.

1.1. KOMUNIKOWANIE PUBLICZNE I CECHY PRZEKAZÓW DZIENNIKARSKICH

Traktujemy komunikowanie jako formułowanie, nadawanie i odczytywanie przekazów, które zostały ujęte w ramy poznawcze i mają na celu wywarcie wpływu na rozumowanie i działanie odbiorców. Treści przekazów dotyczą osób, rzeczy, zdarzeń lub kwestii. Ujmowanie przekazu w ramę poznawczą polega na selekcjonowaniu osób, rzeczy, zdarzeń lub kwestii, jakie zostaną zakomunikowane, także na nadawaniu znaczenia wybranym aspektom treści przekazów oraz wskazywaniu związków między nimi, aby zaproponować pewną interpretację, ocenę i ewentualnie rozwiązanie. Ramy poznawcze pełnią następujące cztery funkcje: (1) określają treść przekazu jako problematyczną, (2) wskazują przyczyny, (3) formułują oceny, (4) proponują rozwiązanie problemu (Entman, 2004, s. 5).

Wśród ogółu aktów komunikowania wyróżniamy komunikowanie publiczne, charakteryzujące się następującymi cechami: (1) społecznie uregulowane i kulturowo zmienne cechy argumentacji, słownictwa i stylu; (2) odbiorcą jest nie tylko bezpośredni adresat, lecz także publiczność mediów; (3) intuicja wskazuje nadawcy, co i jak można powiedzieć publicznie (Czyżewski i in., 2010, s. 20–21). Należy zastrzec, że jest to podział tradycyjny, który zacierą się w mediach społecznościowych.

Wszystkie procesy komunikowania publicznego dają się uporządkować wedle dwóch osi. Oś pozioma wyznacza stosunek treści przekazu do rzeczywi-

stości – od takich przekazów, których treści są istotne, lecz nie dają się potwierdzić empirycznie, do takich, których rzetelność została wielokrotnie sprawdzona. Przekazy po lewej stronie tej osi są bardziej atrakcyjne i dzięki temu chętniej przyjmowane, a przekazy po prawej stronie bardziej rzeczowe, a przez to trudniejsze w odbiorze. Oś pionowa dzieli przekazy wyrażające interes wspólny pewnej zbiorowości od przekazów związanych z interesem partykularnym wybranej jednostki lub organizacji. Otrzymujemy w ten sposób tabelę 1.1., przedstawiającą sześć typów idealnych komunikowania publicznego. Typy idealne zostały skonstruowane na podstawie teorii, choć niekoniecznie występują w stanie czystym w praktyce (Czeżowski, 2009, s. 44). Stanowią one wzorce dla konkretnych przypadków, zarówno typowych, jak i pośrednich.

Tabela 1.1. Typy idealne komunikowania publicznego

	Intuicja i fikcja	Rzetelne i bezstronne informacje; wolne interpretacje, oceny, poglądy i prognozy	Formułowanie zdań prawdziwych w modelach coraz bardziej zbliżonych do rzeczywistości
Działanie w interesie wspólnym	Literatura i mitologia	Dziennikarstwo	Nauka i edukacja
Działanie w interesie partykularnym	Reklama	Public relations	Poradnictwo

Źródło: Furman, 2009, s. 45; 2023, s. 44.

Figurujące w tabeli 1.1. odróżnienie informacji, interpretacji, ocen, poglądów i prognoz zostało zaczerpnięte od Leszka Kołakowskiego (2004, s. 28–32). Poglądy dotyczą takich informacji, których w danym momencie nie można sprawdzić. Natomiast sformułowane tam cechy przekazów naukowych, jak również edukacyjnych i poradniczych, pochodzą od Adama Grobiera (2006, s. 308).

Dziela literackie, podobnie jak mity, nie mają na celu przedstawiania rzeczywistego obrazu świata. Pisarz mówi coś ważnego o świecie, choć niekoniecznie mówi to wprost, a to, co mówi, zyskuje wyrazistość i głębię dzięki literackim technikom, mającym niewiele wspólnego z wiernym odtwarzaniem rzeczywistych wydarzeń. To samo można powiedzieć na przykład o współczesnych serialach telewizyjnych, których autorzy zastrzegają, że jakiegokolwiek podobieństwo do rzeczywistych postaci lub zdarzeń jest niezamierzone. Jednak widzowie dostrzegają w tych serialach podobieństwo do własnych przeżyć i emocji, nadziei i kłopotów, tak jak kiedyś widzieli je w powieściach.

Odpowiednikiem literatury w sferze interesów partykularnych jest współczesna reklama. Jest to sztuka uwodzenia na życzenie. Choć pierwsze ogłoszenia reklamowe miały rzeczowy, czysto informacyjny charakter, z czasem przestały dotyczyć produktów, mówią natomiast wiele o lękach, upodobaniach

i marzeniach tych, których reklamy mają zachęcić do konsumpcji (Postman, 2002, s. 183). W reklamie wolno „koloryzować”, „śnić na jawie”, obiecywać spełnienie dowolnych życzeń, co ma się dokonać pod warunkiem zakupienia określonego wyrobu lub usługi.

Przekazy public relations opierają się na dających się sprawdzić faktach, lecz tak dobranych i ułożonych w taką narrację, aby wyrażały interes organizacji formułowany przez jej zarząd. Celem nauki jest ściśle opisanie rzeczywistości metodami podlegającymi intersubiektywnej weryfikacji. Edukację traktujemy jako popularyzowanie osiągnięć nauki. Natomiast fachowe porady, możliwe dzięki posiadaniu specjalistycznej wiedzy, stanowią ostatni z wyróżnionych typów komunikowania. Przedmiotem porady jest problem, egzystencjalny lub instrumentalny, który dotyczy radzącego się i który prowadzi do zaburzenia jego stosunku do siebie lub otoczenia (Kargulowa, 2004, s. 42–44). Przykładem mogą być prowadzone publicznie działania psychologa, adwokata lub doradcy podatkowego.

Wprawdzie publikacje poradnikowe oddzielamy od przekazów dziennikarskich, jednak stanowiły one widoczny i istotny element wybranych do analizy dzienników. Z tego powodu zostały włączone do próby badawczej, co szerzej uzasadniono w punkcie 2.5.

Rozwijając ustalenia zawarte w tabeli 1.1., dochodzimy do wyliczenia trzech powiązanych ze sobą cech przekazów dziennikarskich. Przekazy te: (1) opierają się na faktach przedstawionych starannie i rzetelnie, zgodnie z korespondencyjną koncepcją prawdy; (2) fakty zostały wybrane i ułożone w narrację, ocenione i umieszczone w kontekście jako wkład w dyskusję o interesie wspólnym pewnej zbiorowości, stanowiącej zamierzony krąg odbiorców przekazów; (3) treść przekazów zachowuje pewien stopień niezależności od władzy, której ta zbiorowość podlega, co pozwala zarówno na sprawowanie społecznej kontroli działań władzy, jak też na wiarygodne wspieranie władzy w sytuacji rozmaitych zagrożeń.

Ponadto należy wskazać trzy dodatkowe cechy, jakie przekazy dziennikarskie dzielą z niektórymi innymi, lecz nie ze wszystkimi typami komunikowania publicznego. Przekazy te: (4) opierają się na faktach aktualnych lub mających aktualne znaczenie; (5) są zrozumiałe dla szerokiego kręgu odbiorców, na co składa się zarówno prosty język, jak też ramy poznawcze mieszczące się w symbolicznym uniwersum antycypowanej grupy odbiorców; (6) zawierają elementy zabawy, takie jak zaspokojenie ciekawości, niepewność wyniku rozgrywki, ironia, humor, obecność paradoksów.

1.2. ROLE SPOŁECZNE DZIENNIKARZY

Najstarsze wskazówki dotyczące formułowania przekazów dziennikarskich można oprzeć na funkcjach dyskursu retorycznego. Wskazówki te sprowadzają się do trzech łacińskich bezokoliczników: *docere*, *movere*, *delectare*.

Mówca powinien pouczyć o tym, co nieznanne, poruszyć słuchaczy oraz ich zachwycić, dostarczając im przy tym przyjemności (Korolko, 1990, s. 45–46).

Zwięzłe wyliczenie cech przekazów dziennikarskich znajdujemy na przykład we wspomnieniach byłego redaktora naczelnego dziennika „The Guardian”. Jego zdaniem celem dziennikarza jest dostarczanie informacji potrzebnych obywatelom, aby mogli być wolni i samorządni. Informacje powinny być aktualne, dokładne i wszechstronne. Zadaniem dziennikarza jest stwierdzić, co się wydarzyło, zrozumieć to i skomentować. Uczciwy, dociekliwy i odważny dziennikarz nie zabiega przy tym o popularność, lecz o zaufanie odbiorców (Rusbridger, 2018). Nieco skromniej ujął tę kwestię polski dziennikarz Dariusz Rosiak: „Zadanie reportera nie zawsze polega na dogłębnym rozumieniu wszystkich rzeczy, czasem wystarczy zauważyć, dostrzec, opisać tak, żeby było wiadomo, że one są” (2024, s. 35).

Współczesne zadania dziennikarzy są jednak szersze. Tak napisali o nich Bill Kovach i Tom Rosenstiel (2024, s. 411):

Tam, gdzie kiedyś rolą dziennikarstwa było po prostu dostarczanie informacji jako narzędzia samorządności, teraz jego rolą staje się zapewnienie obywatelom narzędzi potrzebnych do wydobycia wiedzy z nieodróżnianego zalewu plotek, propagandy, doniesień, faktów, twierdzeń i zarzutów, jakie system łączności produkuje. Tak więc dziennikarstwo musi nie tylko nadawać sens światu, ale także pomóc ludziom zrozumieć zalew informacji na ten temat.

Podejście politologiczne do dziennikarstwa prowadzi do wskazania czterech kluczowych ról społecznych, jakie dziennikarze pełnią w społeczeństwie zorganizowanym wedle zasad liberalnej demokracji (Christians i in., 2009).

Pierwszą z tych ról jest monitorowanie (*monitorial*). Obejmuje ono najbardziej rozpowszechnione czynności zbierania, selekcjonowania, przetwarzania i rozpowszechniania informacji o wydarzeniach. Informacjom towarzyszą interpretacje, oceny i poglądy, lecz nacisk został położony na rzetelność i bezstronność przekazów. Zakres monitorowania rozciąga się od biernej sprawozdawczości aż po umiarkowane działania dziennikarzy na rzecz odbiorców przekazów i kontrolowanie władz (*watchdog role*). Władza jest na tyle silna, że pozostaje otwarta na krytykę, wykorzystując ją do korygowania błędnych decyzji, co pozwala zapobiegać poważniejszym kryzysom. W wyniku reagowania na krytykę dokonują się częściowe zmiany systemu, lecz sam system pozostaje nienaruszony (Sztompka, 2005, s. 21).

Drugą rolą jest moderowanie oświeconej dyskusji i zachęcanie do delibrowania, a przez to do wpływania przez społeczeństwo na kształt decyzji politycznych (*facilitative*). Ta rola wiąże się z powstaniem i funkcjonowaniem sfery publicznej społeczeństwa obywatelskiego. Mimo pluralizmu opinii działania dziennikarzy sprzyjają formowaniu pewnej tymczasowej wizji dobra wspólnego, wykraczającej poza partykularne interesy różnych grup społecznych. W ta-

kiej sytuacji władza świadomie rezygnuje z części swych uprawnień na rzecz obywateli zajętych poszukiwaniem najlepszych rozwiązań.

Trzecia rola to dążenie do radykalnych zmian przez koncentrowanie się na wykazywaniu błędów systemu (*radical*). Nie chodzi tu o pojedyncze przypadki krytyki, jak w roli monitorowania, lecz o systematyczne zaangażowanie na rzecz określonych celów politycznych. W demokratycznym społeczeństwie taką rolę wypełniają zazwyczaj media reprezentujące mniejszości i domagające się zmian systemu politycznego.

Czwarta rola polega na współpracy z władzą (*collaborative*). Znajduje ona zastosowanie w stosunkowo młodych państwach, w których instytucje polityczne nie osiągnęły jeszcze stanu dojrzałości. Dziennikarze wspierają tam rozwój społeczeństwa i państwa, a ich działania nabierają wagi w sytuacjach narastania problemów lub nawet kryzysów. Współpraca dziennikarzy i władz w przypadku różnorodnych inicjatyw modernizacyjnych lub także zagrożeń dla stabilności państwa, takich jak na przykład pandemia, jest czymś normalnym również w dojrzałych systemach demokratycznych.

1.3. CECHY DZIENNIKA REGIONALNEGO

Dzienniki regionalne stanowią segment prasy, który obejmuje zasięgiem kolportażu i podejmowanej tematyki obszar mniejszy niż ogólnokrajowy, ale większy niż jeden powiat. W praktyce są to tytuły adresowane do mieszkańców jednego województwa, które stanowi region prasowo-wydawniczy. W szerszym ujęciu prasą regionalną mogą być także tytuły adresowane do mieszkańców danego regionu w rozumieniu historyczno-geograficznym. Przy takim podejściu odbiorcami tego segmentu prasy są członkowie wspólnoty połączeni terytorium, historią, obyczajami, językiem (Chorażki, 2024, s. 225). Tym samym treść publikacji dzienników regionalnych jest adresowana do odbiorców z części obszaru kraju. Bliskość odbiorcy powoduje, że redakcje mediów regionalnych w pierwszej kolejności zwracają uwagę na wydarzenia istotne z punktu widzenia regionu i jego mieszkańców. Podejmują także tematy ogólnokrajowe lub szersze, często zwracając w nich uwagę na kontekst regionalny.

Za Markiem Jachimowskim należy zaznaczyć, że media regionalne funkcjonują na obszarze określanym jako „region medialny”. Jest on definiowany jako przestrzeń o jednorodnych cechach medialnych, będąca częścią większego zbioru, jaki stanowi ogólna przestrzeń medialna (Jachimowski, 2006, s. 61). Regiony medialne są wyznaczane przez konstytuujące je środki periodycznej komunikacji medialnej. Dzienniki regionalne mają w poszczególnych regionach istotne znaczenie, a z racji zasięgu terytorialnego i zawartości treści wyznaczają granice regionu medialnego. W koncepcji regionów periodycznej komunikacji medialnej dzienniki regionalne są zaliczane do mediów regio-

notwórczych. Ich zadaniem jest dostarczanie odbiorcom bieżącej i zróżnicowanej informacji z obszaru regionu medialnego. Zazwyczaj redakcje mediów konstytuujących region mają swoje siedziby w ośrodkach węzłowych regionu (Jachimowski, 2006, s. 75–76).

W ciągu ostatnich kilkunastu lat rynek prasy codziennej w regionach był stabilny pod względem liczby wydawanych tytułów. Co prawda dochodziło do zmian własnościowych i transakcji pomiędzy poszczególnymi grupami wydawniczymi, ale od 2012 r. w 16 województwach funkcjonowały 24 dzienniki definiowane jako regionalne lub lokalne (Filas, 2017, s. 69). Liczba ta spadła do 23 na początku 2024 r., kiedy w wersji drukowanej przestał ukazywać się wydawany w regionie podkarpackim dziennik „Super Nowości”.

Mimo stabilnej liczby tytułów w ostatnich latach w literaturze medioznawczej zaczęto toczyć dyskusje odnoszące się do prasy regionalnej pod kątem jej definiowania. Punktem wyjścia był narastający i coraz bardziej widoczny kryzys prasy drukowanej, przejawiający się spadkiem sprzedaży gazet papierowych, a tym samym malejącym znaczeniem tego segmentu prasy (Mielczarek, 2024, s. 8, 174). Warto podkreślić, że jeszcze w 2010 r. sprzedaż wydań drukowanych „Dziennika Zachodniego”, najbardziej popularnego wtedy w tym parametrze sprzedaży dziennika regionalnego w Polsce, przekraczała 50 tys. egzemplarzy. Wynik drugiego dziennika w tej formie sprzedaży („Express Ilustrowany”) przekraczał 40 tys. egzemplarzy, a sprzedaż 4 kolejnych dzienników regionalnych była wyższa niż 30 tys. egzemplarzy. Tylko w 4 gazetach wyniki sprzedaży egzemplarzowej wersji drukowanej kształtowały się poniżej 10 tys. egz. (Kuca, 2023, s. 37). Z danych zamieszczonych na rysunku 1.4. wynika, że 13 lat później, w pierwszym kwartale 2023 r., sprzedaż wydań drukowanych tylko jednego dziennika z segmentu regionalnych i lokalnych przekraczała 10 tys. egzemplarzy („Gazeta Pomorska”). Sprzedaż wydań papierowych 18 tytułów wynosiła poniżej 5 tys. egzemplarzy.

Pogarszająca się koniunktura na rynku prasy drukowanej stała się powodem do dyskusji o znaczeniu tego segmentu. Już kilka lat temu w analizach prasoznawczych podkreślano, że część dzienników, definiowanych formalnie jako regionalne, w praktyce jest kolportowana na obszarze kilku powiatów w województwie, ich dystrybucja dotyczy największych ośrodków miejskich w regionie lub ukazują się na terenie niewiele przekraczającym miejsce wydawania, którym często jest duże miasto. W konsekwencji, patrząc na zasięg kolportażu i zawartość, mają one raczej charakter lokalny niż regionalny (Filas, 2017, s. 62; Szyndl, 2017, s. 89). Problem ten pogłębił się wraz z narastającym kryzysem prasy drukowanej. Jeśli przywołamy definicję, zgodnie z którą tytuł regionalny obejmuje zasięgiem całe województwo, pojawia się pytanie, czy taki realny zasięg i regionalne znaczenie może mieć tytuł sprzedawany w kilku tysiącach egzemplarzy.

W ostatnich latach redakcje prasy regionalnej musiały zmierzyć się z nową rzeczywistością rynkową. Interesujących danych na temat głównych wyzwań, jakie stały przed tym segmentem prasy, dostarczają badania Adama Szynola oparte na wywiadach z grupą 14 byłych redaktorów naczelnych gazet regionalnych PPG, największego wydawcy prasy regionalnej w Polsce, którzy zarządzali redakcjami przez kilka lub nawet kilkanaście lat, a stracili swoje stanowiska po zakupie PPG przez spółkę PKN Orlen w 2021 r. (Szynol, 2023).

Uczestniczący w badaniu redaktorzy sformułowali kilka obszarów, które w ostatnich latach stanowiły największe problemy dla funkcjonowania dzienników regionalnych. Najważniejszym był spadek sprzedaży wydań drukowanych i transformacja cyfrowa, a także utrzymanie proporcji między obydwoma formami wydań. Istotnym problemem były również ograniczone finanse i presja wydawcy na uzyskanie dodatniego wyniku finansowego. Na trzecim miejscu odnotowano pogłębiające się braki kadrowe, jak też wysoki poziom fluktuacji pracowników, który wynikał po części z poszukiwania pracy zapewniającej wyższe wynagrodzenie (Szynol, 2023, s. 74–75).

Należy założyć, że problemy te są w dalszym ciągu aktualne i stanowią wyzwanie dla prasy regionalnej, zwłaszcza w obliczu postępującej degradacji wydań drukowanych, rosnącego znaczenia mediów cyfrowych, a także obniżającego się statusu dziennikarzy regionalnych, co może mieć wpływ na pozyskiwanie wartościowych kadr.

1.4. POLSKIE DZIENNIKI REGIONALNE I LOKALNE W 2023 ROKU

Po roku 1989 w segmencie prasy regionalnej największe znaczenie miało kilku wydawców zagranicznych: norweska Orkla, brytyjski Mecom, niemiecka Passauer Neue Presse (po zmianach Verlagsgruppe Passau). Istniały także dzienniki z kapitałem polskim. Od roku 2013 na rynku prasy regionalnej niemal monopolistyczną pozycję uzyskała grupa Polskapresse (później PPG), stanowiąca część holdingu Verlagsgruppe Passau. Należała do niej większość dzienników regionalnych (Filas, 2017, s. 61–78).

Duże znaczenie dla prasy regionalnej miały przekształcenia własnościowe w 2021 r. Verlagsgruppe Passau wycofała się z Polski, a jej tytuły prasowe kupił Polski Koncern Naftowy Orlen, który jest kontrolowany przez skarbu państwa. W 2023 r. Orlen był właścicielem 20 z 24 dzienników regionalnych i lokalnych wydawanych w Polsce. Struktura własnościowa, a także doświadczenia polskiej praktyki politycznej mogły powodować, że w tej sytuacji wpływ na obsadę stanowisk redaktorów naczelnych dzienników należących do PKN Orlen, a także ich linię polityczną, miały wyniki wyborów parlamentarnych. Zmiana rządu oznacza w praktyce zmianę kie-

rownictwa PKN Orlen, a to otwierało drogę do dalszych rozsad kadrowych w ramach koncernu. Pozostałe cztery dzienniki regionalne były wydawane poza PPG. Były to „Super Nowości” w Rzeszowie (wydawca Gravamen Media), lubelski „Dziennik Wschodni” (wydawca Corner Media), „Kurier Szczeciński” (wydawca spółka „Kurier Szczeciński) oraz „Gazeta Olsztyńska” (wydawca Grupa WM).

Pierwszym elementem opisu jest podział rynku dzienników regionalnych i lokalnych na województwa, z uwzględnieniem liczby ukazujących się w nich tytułów.

Województwa jednotytułowe:

- dolnośląskie („Gazeta Wrocławska”),
- lubuskie („Gazeta Lubuska”),
- opolskie („Nowa Trybuna Opolska”),
- pomorskie („Dziennik Bałtycki”),
- świętokrzyskie („Echo Dnia”),
- śląskie („Dziennik Zachodni”),
- wielkopolskie („Głos Wielkopolski”),
- mazowieckie („Polska Metropolia Warszawska”),
- warmińsko-mazurskie („Gazeta Olsztyńska”).

Województwa dwutytułowe:

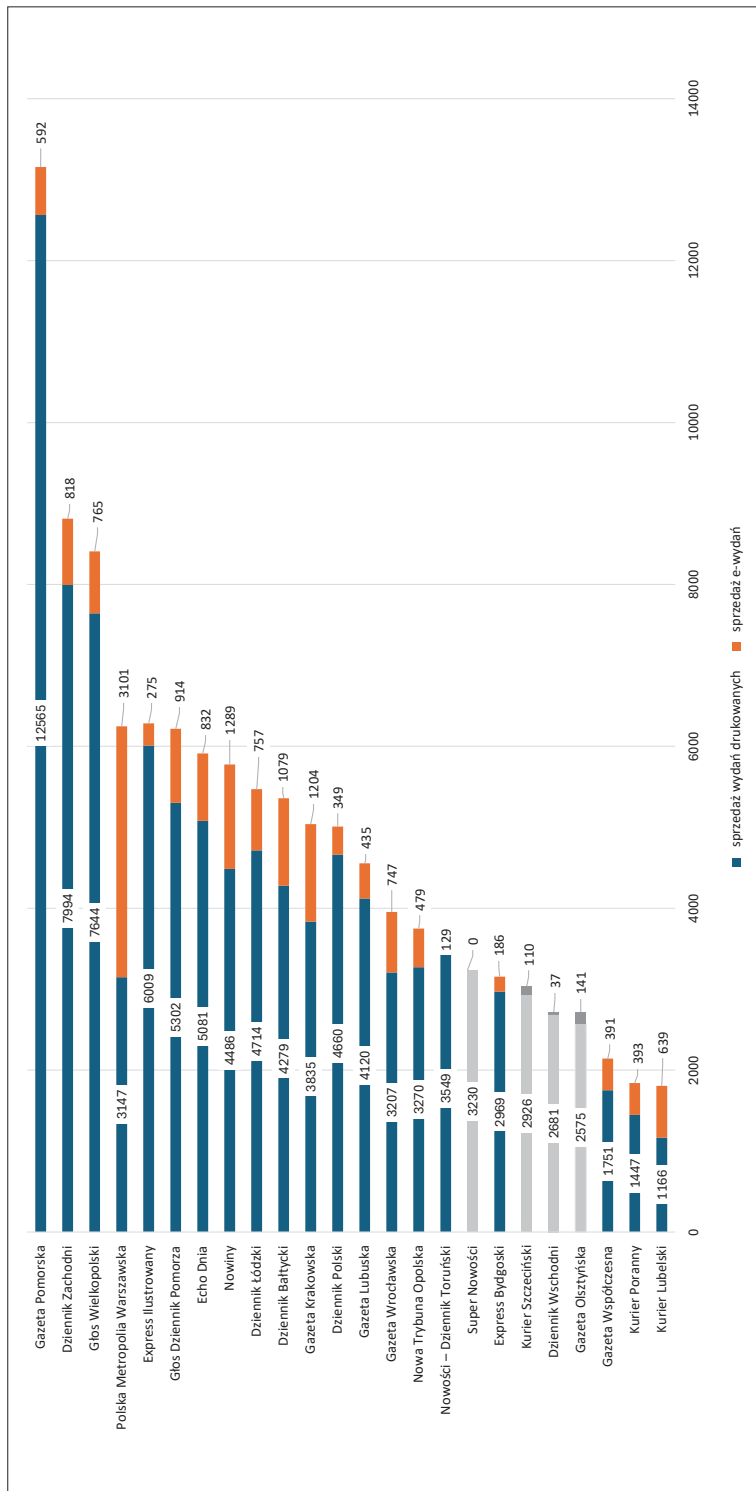
- lubelskie („Dziennik Wschodni” i „Kurier Lubelski”),
- łódzkie („Dziennik Łódzki” i „Express Ilustrowany”),
- małopolskie („Dziennik Polski” i „Gazeta Krakowska”),
- podkarpackie („Nowiny” i „Super Nowości”),
- podlaskie („Gazeta Współczesna” i „Kurier Poranny”),
- zachodniopomorskie („Głos. Dziennik Pomorza” i „Kurier Szczeciński”).

Województwa trzytytułowe:

- kujawsko-pomorskie („Gazeta Pomorska”, „Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński”).

Figurujące w powyższym zestawieniu dzienniki „Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński” mają charakter lokalny i z tego powodu nie zostały objęte badaniami przedstawionymi w rozdziale trzecim. Uwzględniono je natomiast w analizie dodatków lokalnych i tematycznych zawartej w rozdziale czwartym.

Należy dodać, że granice województw nie zawsze są granicami dla podejmowanych w dziennikach treści. Dwa dzienniki regionalne mają mutacje lub wydania o treści przekraczającej granice województw, w których mieszczą się ich redakcje. Są to: „Echo Dnia” – treścią obejmuje zagadnienia z pogranicza województwa świętokrzyskiego, podkarpackiego i małopolskiego; „Głos. Dziennik Pomorza” – z województwa zachodniopomorskiego i pomorskiego. Więcej informacji na ten temat znajduje się w rozdziale 4.



Rysunek 1.4. Sprzedaż dzienników regionalnych i lokalnych w I kwartale 2023 r.

Kolorem szarym oznaczono dzienniki spoza PPG. Dane na rysunku 1.4. pochodzą z raportów Polskich Czytelnicwa. „Dziennik Wschodni” od 2022 r. nie jest wykazywany w tych badaniach. Wyniki tego tytułu dotyczą 2021 r. i obejmują łączną sprzedaż i prenumeratę wydań drukowanych, a także łączną sprzedaż i prenumeratę e-wydań.

Źródło: Wirtualne Media, www.wirtualnemedia.pl/arttykul/dzienniki-regionalne-wyniki-sprzedazy-i-kwartal-2024-r [dostęp 11.1.2024].

Według raportu Instytutu Monitorowania Mediów w lutym 2023 r. największą liczbę cytowań spośród dzienników regionalnych miała „Gazeta Krakowska” (107 cytowań), po niej „Głos Wielkopolski” (81) i „Dziennik Bałtycki” (70) (Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce, 2023).

Z raportu Polskich Badań Czytelnictwa wynika, że dzienniki regionalne docierają do każdej grupy odbiorców, przy czym widoczne są utrzymujące się od lat dominanty cech struktury czytelników (Prasa drukowana i cyfrowa 2023/2024). Dzienniki regionalne, podobnie jak ogólnopolskie, czytają zarówno mężczyźni (56 proc. ankietowanych), jak i kobiety (44 proc.). Podobnie jak w przypadku codziennej prasy ogólnopolskiej, wśród czytelników gazet regionalnych dominuje grupa wiekowa 55 lat i więcej (38 proc.), następnie 35–44 lata (22 proc.), na kolejnym miejscu znajdują się osoby w wieku pomiędzy 45 a 54 latami (17 proc.), kolejne grupy to 25–34 lata (15 proc.) i 15–24 lata (8 proc.). Struktura wykształcenia czytelników dzienników regionalnych i ogólnopolskich jest zbliżona, najczęściej po tytuł regionalny sięgają osoby z wykształceniem powyżej średniego (44 proc.), średnim (30 proc.), zasadniczym zawodowym (21 proc.) oraz podstawowym (5 proc.). Podobnie jest z miejscem zamieszkania czytelników gazet ogólnopolskich i regionalnych; w przypadku tych drugich rozkład przedstawia się następująco: wieś (47 proc.), miasto powyżej 100 tys. mieszkańców (23 proc.), miasto do 20 tys. (18 proc.), miasto od 20 do 100 tys. (12 proc.) (Prasa drukowana, 2023).

Należy również podkreślić, że pomimo systematycznego spadku sprzedaży dzienników regionalnych oraz ich kryzysu wizerunkowego, który spowodował spadek zaufania do tytułów tego segmentu, do czego przyczynił się zakup dzienników PPG przez PKN Orlen (Olechowska, 2025), dzienniki regionalne w wielu regionach cieszą się większym wskaźnikiem czytelnictwa niż ogólnopolskie. W roku 2023 w 7 spośród 16 województw czytelnicy częściej sięgali po dzienniki regionalne niż ogólnokrajowe; według danych Polskiego Badania Czytelnictwa w 2024 r. ta liczba nie zmieniła się.

1.5. SYTUACJA W POLSCE W LUTYM 2023 ROKU

Dla lepszego odbioru zaprezentowanych w książce wyników badań warto osadzić analizowany okres w kontekście sytuacji społeczno-politycznej, zarówno w wymiarze krajowym, jak i międzynarodowym.

W 2023 r. władzę w Polsce na poziomie rządowym i parlamentarnym sprawowała koalicja prawicowych partii politycznych, funkcjonująca jako Zjednoczona Prawica. Koalicję tworzyło Prawo i Sprawiedliwość, które miało w niej dominującą pozycję, a także Suwerenna Polska (wcześniej Solidarna Polska). Obóz prawicy tworzył większość rządową od wyborów parlamentarnych w 2015 r. Ugrupowania prawicowe ponownie wygrały wybory par-

lamentarne w 2019 r. W 2023 r. na czele rządu Zjednoczonej Prawicy stał Mateusz Morawiecki.

Z obozu tworzonego przez Prawo i Sprawiedliwość wywodził się także Andrzej Duda, prezydent RP, który pełnił swój urząd przez dwie kadencje. Po raz pierwszy wygrał wybory prezydenckie w 2015 r., co spowodowało, że na poziomie polityki ogólnokrajowej przedstawiciele prawicy tworzyli większość parlamentarną i rząd, a także reprezentant tego nurtu ideowego pełnił urząd prezydenta. Andrzej Duda odnowił swój mandat w 2020 r., wygrywając ponownie wybory prezydenckie.

Opozycję wobec rządów prawicy tworzyły ugrupowania centrowe, liberalne i lewicowe. Były to m.in. Koalicja Obywatelska, której głównym podmiotem była Platforma Obywatelska, oraz koalicja partii lewicowych tworząca Lewicę. Opozycję stanowiło także Polskie Stronnictwo Ludowe.

W gospodarce widoczne były skutki pandemii Covid-19 oraz znacząco wyższych cen surowców energetycznych. Ceny towarów i usług w lutym 2023 r. wzrosły rok do roku o 18,4 proc., co mocno obciążało budżety domowe. Rząd wprowadził tarcze antyinflacyjne i dopłaty do kosztów ogrzewania, lecz mimo to wiele osób odczuwało brak realnej poprawy sytuacji.

Rywalizacja obozu rządzącego i opozycji toczyła się w atmosferze wysokiej polaryzacji politycznej, społecznej i kulturowej. Wzajemne zarzuty dotyczyły m.in. stanu demokracji, niezależności Trybunału Konstytucyjnego i sądownictwa, a także relacji w ramach Unii Europejskiej. Istotnym obszarem sporu była rola mediów publicznych, zwłaszcza funkcjonowanie telewizji. Zarzuty dotyczyły wykorzystywania przez prawicową większość rządową mediów publicznych do realizacji własnych celów politycznych.

W lutym 2023 r. wokół Polski panowała także bardzo napięta sytuacja międzynarodowa. Od lutego 2022 r. trwała pełnoskalowa inwazja Federacji Rosyjskiej na Ukrainę. Dla Polski, jako kraju sąsiadującego z Ukrainą, oznaczało to poważne konsekwencje o charakterze politycznym i społecznym.

Polska zaangażowała się w pomoc dla Ukrainy zarówno w wymiarze politycznym, społecznym, jak i humanitarnym. W Polsce odbywały się liczne spotkania z udziałem przedstawicieli innych państw i instytucji międzynarodowych, dotyczące wojny na Ukrainie. Przez Polskę przebiegał kanał transportowy, dzięki czemu na Ukrainę dostarczano pomoc wojskową, a także humanitarną dla dotkniętej wojną ludności cywilnej. W pomoc dla mieszkańców Ukrainy angażowało się wiele organizacji pozarządowych i obywateli. Tuż po agresji Rosji na Ukrainę do Polski przed wojną uciekły tysiące obywateli Ukrainy. Część z nich, często z dziećmi, została w Polsce przez kolejne miesiące i lata. W konsekwencji uchodźcy z Ukrainy stali się częścią polskiego rynku pracy, systemu edukacji i opieki zdrowotnej. Proces ten stał się także elementem debaty politycznej i zainteresowania mediów, również regionalnych.

ROZDZIAŁ 2

BADANE PROBLEMY I METODA ANALIZY

Rozdział zawiera krótkie omówienie siedmiu kwestii, które złożyły się na model dziennika regionalnego. Jest to zarazem siedem problemów rozpisanych na pytania badawcze stanowiące podstawę dalszej analizy. W ten sposób złożona problematyka działalności dzienników regionalnych została uproszczona i sprowadzona do siedmiu wybranych elementów. Rozdział kończy przedstawienie pojęcia modelu oraz opis metody badania i doboru próby badawczej.

2.1. DOMINUJĄCY ZAKRES TERYTORIALNY PUBLIKACJI

Media regionalne stanowią ważną część składową demokratycznego społeczeństwa. Odgrywają istotną rolę w identyfikacji instytucjonalnej regionu rozumianego jako jednostka administracyjna – województwo. Jednak ich rolą nie jest jedynie podejmowanie tematów regionalnych i lokalnych, nie tego też oczekują od nich odbiorcy. Badania dotyczące mediów regionalnych w szwedzkiej Skanii pokazały, że tytuły prasy regionalnej podejmowały zarówno tematykę lokalną i regionalną, ale także ogólnokrajową i szerszą. Ich czytelnicy wykazywali w sposób ciągły zainteresowanie tematami o zasięgu regionalnym, lokalnym, jak również ponadlokalnym. Tego typu połączenie informacji lokalno-regionalnych, poszerzonych o tematy uniwersalne, stanowiło element budowania tożsamości danego regionu. Z badań szwedzkich płynął także wniosek, że dominacja treści lokalnych na łamach dzienników regionalnych wpływała na ich prowincjonalność w negatywnym znaczeniu tego słowa (Jachimowski, 2015, s. 12).

W Polsce lokalność, tutaj definiowana jako decentralizacja systemu medialnego, była jedną z cech systemu prasowego, który kształtował się po roku 1989. Wyrażała się powstawaniem dużej liczby tytułów o charakterze lokalnym i sublokalnym, była też elementem strategii wydawniczej prasy regionalnej, a także odpowiedzią na zapotrzebowanie otrzymywania lokalnych informacji, czyli tych związanych z mniejszymi niż województwo terytoriami. Lokalność ta w dziennikach regionalnych przejawiała się tworzeniem dużej

liczby mutacji i dodatków przeznaczonych dla czytelników z części obszaru kolportażu danego tytułu (Kuca, 2021, s. 189–190). Ważnym aspektem lokalności w prasie regionalnej był także czynnik ekonomiczny. Wydawcy dzienników regionalnych zwracali uwagę na lokalne rynki, ponieważ pozwalało to na dotarcie do szerszego kręgu odbiorców i reklamodawców, jak również miało ograniczać spadki sprzedaży wydań codziennych (Kępa-Mętrak, 2025, s. 37).

Wzajemnie przenikanie się oferty informacyjno-komunikacyjnej mediów regionalnych i lokalnych nadawało mediom regionalnym bardziej lokalny charakter. Proces ten miał także negatywne tendencje – na łamach prasy regionalnej można było zaobserwować coraz większe angażowanie się dziennikarzy w tematykę lokalną kosztem problematyki międzynarodowej, a nawet ogólnokrajowej (Michalczyk, 2004, s. 25). Wpływało to negatywnie na zawartość tego segmentu prasy codziennej.

W związku z powyższym sformułowano następujące pytania badawcze dotyczące zakresu terytorialnego publikacji:

- Jaki był udział publikacji na tematy lokalne, regionalne, ogólnokrajowe i międzynarodowe?
- Czy publikacje na tematy regionalne koncentrowały się na największych ośrodkach miejskich w regionie?
- Czy wśród publikacji o tematyce międzynarodowej przeważały materiały dotyczące Unii Europejskiej?

2.2. DOMINUJĄCA TEMATYKA PUBLIKACJI

Tematyka wypełnia treść medium, a zarazem odzwierciedla życie społeczne (Michalczyk, 1999, s. 122). Analiza struktury tematycznej danego medium należy do podstawowych kategorii badawczych, odgrywa ona istotną rolę przy określaniu segmentowości prasy oraz jej funkcjonalnej klasyfikacji. W przypadku prasy regionalnej przestrzenna i tematyczna lokalizacja publikacji decyduje o jej uniwersalności. Im większy jest wachlarz tematyczny (heterogeniczność tematyczna) publikacji danego tytułu, tym większa jego uniwersalność tematyczna i szanse oddziaływania na odbiorców.

Analiza tematyki publikacji dziennika regionalnego pozwala uchwycić jego agendę, czyli obecność lub brak tematów oraz ich hierarchię, wskazując tym samym dominujące funkcje tytułu prasowego. Struktura tematyczna określa również cechy nadawcy i poglądów dziennikarzy. Ponadto analiza strukturalna ukazuje wpływ uwarunkowań regionalnych kontekstów (społeczno-gospodarczo-kulturalnych) na profil poszczególnych tytułów.

Jak podkreślił Stanisław Michalczyk (1999, s. 124), istnieje teoretyczny wymiar struktury tematycznej (idealny, odzwierciedlający poszczególne sfer-

ry życia) oraz wymiar praktyczny (uwarunkowany konkretnymi czynnikami realizacji i konstrukcji).

W przyjętym kluczu kategoryzacyjnym dominanta tematyczna została sklasyfikowana w 15 kategoriach uwzględniających uniwersalne treści. Ponadto na potrzeby badań stworzono kategorię, która odzwierciedla aktualną agendę tematyczną mediów, będącą efektem bieżących wydarzeń (wojna na Ukrainie):

1. Polityka: działania i decyzje rządów, samorządów, partii politycznych, związków zawodowych.
2. Gospodarka: finanse, inwestycje, budownictwo, energetyka, transport, gospodarka komunalna, przedsiębiorczość.
3. Działania na rzecz społeczności mniejszych i większych podejmowane przez różne organizacje i stowarzyszenia, które nie dążą do sprawowania władzy ani do uzyskiwania korzyści gospodarczych, czyli należą do tak zwanego trzeciego sektora i są określane jako *non-governmental organizations* (NGO).
4. Wojna w Ukrainie i jej następstwa. W okresie wybranym do analizy przypadła pierwsza rocznica agresji Rosji na Ukrainę, a wojna odcisnęła mocne piętno na sytuacji w kraju i za granicą.
5. Polityka socjalna: płace, zasiłki, emerytury, renty, świadczenia, pomoc społeczna, pomoc dla uchodźców, podatki.
6. Ekologia: ochrona środowiska, zmiany klimatu, odnawialne źródła energii, gospodarka odpadami, zrównoważony rozwój.
7. Kultura i sztuka: działania instytucji i twórców kultury, recepcja dzieł kultury.
8. Historia i zabytki: postacie i wydarzenia z przeszłości, miejsca pamięci.
9. Nauka i edukacja, począwszy od przedszkola, po edukację ustawiczną, działania instytucji oświatowych, osiągnięcia nauki.
10. Zdrowie fizyczne i psychiczne: zachowanie zdrowia i sprawności, profilaktyka, diagnozowanie i terapia, rozwiązywanie problemów psychicznych, działania służby zdrowia.
11. Turystyka i wypoczynek: sposoby regenerowania sił i zdobywania nowych doświadczeń.
12. Wypadki: nieszczęśliwe zdarzenia i katastrofy.
13. Naruszenia prawa: występki, przestępstwa, działania wymiaru sprawiedliwości.
14. Religia: działania kościołów i związków wyznaniowych.
15. Inne: materiały niekwalifikujące się do żadnej z powyższych kategorii.
Pytania badawcze dotyczące tematyki publikacji:
 - Jaki był udział poszczególnych tematów?
 - Jakie tematy były szczególnie widoczne, a jakich zabrakło?

2.3. DOMINANTA GATUNKOWA

Gatunek jest zestawem reguł określających budowę dzieła. Reguły te są znane nadawcom i odbiorcom, a wobec powszechności procesów komunikowania przybierają postać ustalonych konwencji kulturowych (McQuail, 2008, s. 365). Reguły gatunkowe dotyczą tematyki, struktury, pragmatyki oraz stylistyki przekazów dziennikarskich (Wojtak, 2015, s. 31).

Prasowe gatunki dziennikarskie kształtowały się w ciągu wieków. Wyznaczają zasady konstruowania przekazów umieszczanych na papierowych kolumnach dzienników i czasopism. Przekazy te są odbierane w sposób wizualny. Tradycyjny, dystrybuowany w wersji papierowej przekaz dziennikarski jest zamknięty i umieszczony w kontekście. Towarzyszą mu zarówno przekazy podobne, jak i odmienne, o różnej tematyce i rozmiarze, wzbogacone o elementy graficzne. Całość uzupełniają ogłoszenia drobne i reklamy.

Kanonicznie wyróżniamy dwa rodzaje prasowych gatunków dziennikarskich: informacyjne i publicystyczne. Pierwsze z nich powiadamiają o wydarzeniach, a drugie służą interpretowaniu wydarzeń (Wolny-Zmorzyński i in., 2014, s. 19). Taki podział nosi piętno założenia, iż poznawanie świata jest lekturą polegającą na uważnym odczytywaniu gotowej, kompletnej i spójnej księgi (Foucault, 2006, s. 44–45). Informacja dziennikarska ma być wynikiem rzetelnego i bezstronnego odczytania dziejących się zdarzeń. Teksty publicystyczne opierają się natomiast na wybranych informacjach, uzupełnianych o interpretacje, oceny, poglądy i prognozy.

Spojrzenie bardziej wnikliwe wskazuje, że spostrzec jakiś przedmiot to znaczy uczynić ten przedmiot treścią świadomości poznającego podmiotu. Przedmiot poznania zostaje ukonstytuowany przez poznający podmiot (Ajdukiewicz, 2003, s. 57–58). Poznanie zaczyna się zatem od percepcji rozumianej jako lektura, po czym niektóre spostrzeżenia są pomijane, a inne włączane do istniejącej wcześniej w umyśle, mniej lub bardziej prowizorycznej konstrukcji. Jeżeli konceptualizowanie spostrzeżeń jest raczej aktywnym konstruowaniem obrazu świata niż jego biernym odczytywaniem, prowadzi to do wniosku, iż wszystkie przekazy dziennikarskie są zbliżone do siebie, a różnice między nimi zależą od rozmiaru oraz rozłożenia akcentów między informacją, interpretacją, oceną, poglądem i prognozą. Z tego powodu należy zgodzić się z Marią Wojtak (2016, s. 85), że w każdym gatunku dziennikarskim można wyróżnić odmianę z dominantą informacyjną oraz odmianę z dominantą publicystyczną.

Podstawą analizy były następujące prasowe gatunki dziennikarskie, rozumiane zgodnie z propozycjami, jakie przedstawili Kazimierz Wolny-Zmorzyński i in. (2006; 2014):

Gatunki informacyjne:

1. Informacja: Rzeczowe i bezstronne doniesienie o aktualnym wydarzeniu. Poprawnie napisana informacja odpowiada na pytania: kto, co, gdzie, kie-

dy, jak, skąd to wiadomo? Do tej kategorii zaliczono również obszerne materiały informacyjne, które nie wykazują cech artykułu.

2. Kronika: Krótkie informacje o minionych wydarzeniach o podobnym charakterze, zebrane w jednej rubryce.
3. Galeria fotografii: Kolekcja fotografii powiązanych tematycznie lub chronologicznie.
4. Portret: Zwięzła informacja zawierająca najważniejsze dane dotyczące wybranej osoby.
Gatunki publicystyczne:
 1. Komentarz: Opinia o wydarzeniu, sporządzona przez kompetentnego autora lub wyrażająca pogląd zespołu redakcji. Komentarz wskazuje na to, co się wydarzyło, mówi, jakie to ma znaczenie obecnie i jakie znaczenie może mieć w przyszłości.
 2. Wywiad: Sekwencja pytań i odpowiedzi. Wywiad pozwala na uzyskanie informacji z pierwszej ręki, lecz może być także grą dwóch aktorów, mającą na celu dociekanie, wyjaśnianie oraz próbę zrozumienia złożonych kwestii.
 3. Sylwetka: Przedstawienie życia i dokonań wybranego bohatera, jego osobowości, pochodzenia, sposobu bycia i zainteresowań, z podaniem dat i ważniejszych faktów.
 4. Sonda: Seria wypowiedzi na ten sam temat, pochodzących od różnych osób, które nie odnoszą się do siebie wzajemnie.
 5. Dyskusja: Rozmowa na określony temat prowadzona przez osoby wyrażające odmienne stanowiska, często spierające się ze sobą, mająca na celu wypracowanie przynajmniej częściowych konkluzji.
 6. Artykuł: Wypowiedź publicystyczna, w której rzeczowy i logiczny wywód służy uzasadnieniu wyraźnie sformułowanej tezy.
 7. Felieton: Ostentacyjnie indywidualny, ironiczny, zwykle wyrażany cyklicznie stosunek do wydarzeń; wymaga mistrzowskiego opanowania języka i finezji w myśleniu. Felieton należy do sfery zabawy i służy towarzyskiej rozrywce, choć może w żartobliwej formie odnosić się do poważnych kwestii.
 8. Reportaż: Gatunek z pogranicza dziennikarstwa i literatury; rzeczowe, lecz osobiście zabarwione sprawozdanie o przeżyciach. Z dziennikarstwa reportaż czerpie opowiadanie o rzeczywistych wydarzeniach, a z literatury – sposoby opowiadania, postacie bohaterów, fabułę, obrazowość, język.
 9. Recenzja: Opinia o dziele artysty wyrażona przez kompetentnego znawcę. W dziennikach regionalnych są to często zwięzłe recenzje informacyjne. Pytania badawcze dotyczące dominanty gatunkowej:
 - Jakże były proporcje materiałów informacyjnych i publicystycznych?
 - Jakże gatunki pojawiały się najczęściej, a jakie były nieliczne lub ich zabrakło?

2.4. INTERWENCJE

Jako interwencje traktujemy materiały dziennikarskie dotyczące spraw i problemów zwykłych ludzi, którzy nie mogą sobie poradzić w relacjach z władzą, urzędami lub instytucjami. W publikacjach tego rodzaju dziennikarze nagłaśniają konkretne sytuacje, które mogą także stanowić symptom bardziej ogólnego problemu (Kuca, 2005, s. 190).

Publikacje interwencyjne powstają w dwojaki sposób. Po pierwsze, redakcje same zachęcają swoich odbiorców do sygnalizowania kłopotliwych tematów i problemów, których sami nie mogą rozwiązać, a którymi media powinny się zająć. W ten sposób media i dziennikarze wykazują swoim odbiorcom, że są im potrzebni (Borkowski, 2014, s. 23). Po drugie, część czytelników sama zgłasza dziennikarzom tematy o charakterze interwencyjnym, traktując nagłośnienie w mediach i nacisk medialny jako sposób na rozwiązanie problemów. Odbiorcy dają tym samym świadectwo braku zaufania do transparentności i skuteczności działania instytucji innych niż media.

Publikacje o charakterze interwencyjnym bywają przygotowywane w szczególny sposób. Są one jednoznaczne w ocenach i prezentowane w tonacji „czarnej” lub „białej”. Zazwyczaj pozytywnym bohaterem jest zwykły człowiek, który walczy o swoje prawa. Redakcja wyraźnie określa swoje stanowisko – staje w obronie interesów obywateli. Język tych publikacji jest dosadny, a forma materiału ma często charakter tabloidowy (na przykład urzędnik nie mija się z prawdą, tylko kłamie). Autor materiału interwencyjnego stawia konkretne pytania i domaga się jasnych odpowiedzi. Odbiorcy materiału powinni się dowiedzieć, kto jest winien pokazywanej sytuacji. Często celem materiału interwencyjnego jest doprowadzenie do naprawienia wyrządzonych szkód i ukarania winnych (Kuca, 2024a, s. 316).

Materiały interwencyjne mogą mieć także bardziej ogólne znaczenie i wskazywać na potrzebę zmian w systemie politycznym lub prawnym. Pojedyncze, konkretne przypadki interwencji składają się wówczas na całościowy obraz problemów wymagających kompleksowego rozwiązania.

Dla mediów dziennikarstwo interwencyjne stanowi jeden ze sposobów ekspozycji własnej sprawczości i skuteczności. Interwencje świadczą również o użyteczności mediów dla odbiorców. Należy je także traktować jako jedną z form kontrolnej funkcji prasy.

Pytania badawcze dotyczące interwencji:

- Czy dziennik publikował interwencje?
- Kto był źródłem interwencji?
- Czy publikacja jednoznacznie wskazywała przyczynę interwencji?
- Czy interwencja wymagała zamiany prawa?

2.5. PORADY

Ludzie zawsze szukali porad i korzystali z nich, zwłaszcza w ważnych momentach swojego życia. Kiedyś doradcami byli wróżbici i mędrcy, a dzisiaj wszelkiego rodzaju konsultanci i trenerzy pomagają w wyborze szkoły, kierunku studiów, pracy, a nawet partnera życiowego.

Poradnictwo jest sferą działań wynikających z posiadania specjalistycznej wiedzy i odpowiadających na potrzeby zainteresowanych grup lub osób. Przedmiotem porady jest problem, który dotyczy radzącego się i prowadzi do zaburzenia jego stosunku do siebie lub otoczenia. Istnieją dwa zasadnicze rodzaje problemów rozwiązywanych w poradnictwie: (1) instrumentalne, które dotyczą wiedzy, sprawności, umiejętności lub kompetencji społecznych; (2) egzystencjalne, dotyczące sensu życia, bytów idealnych, wartości estetycznych (Kargulowa, 2004, s. 43–44). Wśród porad egzystencjalnych wyróżniamy porady religijne, które dostarczają nie tyle informacji, co raczej zachęty, pocieszenia, równowagi moralnej lub mistycznego zachwyty. Język religii służy do wyrażania osobowego zawierzenia, poświęcenia etycznego oraz egzystencjalnego ukierunkowania życia (Barbour, 2016, s. 8, 100).

Zapotrzebowanie na porady rośnie wraz ze złożonością współczesnego świata. Godny podziwu rozwój nauki i techniki uwalnia ludzi od głodu, niewygód i chorób, lecz powoduje liczne niewidoczne i nieodczuwalne zagrożenia. Na ogół pozostajemy wobec tych zagrożeń bezradni, a ich skumulowane skutki stają się widoczne dopiero po latach, na przykład w postaci zatrucia środowiska i zmian klimatu (Beck, 2002). Także w życiu społecznym pojawia się niepewność. Niosą ją nowe wymogi, takie jak mobilność pracownika i stałe podnoszenie jego kompetencji, potrzeba kreatywności i elastyczności. Dokonuje się to przy równoczesnym osłabianiu mechanizmów zabezpieczenia społecznego. Karierę zawodową zastępuje szereg kolejnych projektów, a bezpieczeństwo zatrudnienia zostaje wymienione na autonomię pracownika (Boltanski i Ciapello, 2022).

Jak wskazał Michael J. Sandel (2020), w gospodarce rynkowej sukces lub porażka zależą od cnoty i charakteru, lecz także od szczęścia i okoliczności. Tymczasem zwycięzcy często zostawiają w tyle przegranych i trwają w przekonaniu, że sami zasłużyli na swój sukces, a przegrany zabrakło inicjatywy, wysiłku lub talentu. Wygrani nie dzielą się w wystarczającym stopniu z przegranymi ani nie szukają sposobów na poprawienie ich sytuacji, zaś dla przegranych i zepchniętych na margines retoryka mobilności i awansu jest obraźliwa. Wyładowują swą złość na migrantach, ekspertach i politykach.

Wiele naszkicowanych powyżej przyczyn składa się na świadomość ryzyka i poczucie niepewności, co przyczynia się do zapotrzebowania na porady. Odpowiedzi na te potrzeby przynoszą liczne książki poradnikowe i czasopi-

sma, audycje radiowe i telewizyjne, portale i blogi. Zakres porad jest szeroki, od wychowania dzieci i życia rodzinnego, przez kwestie kariery zawodowej, zdrowia i urody, wypoczynku, kulinariów, hobby i majsterkowania, aż po specyficzne problemy wieku starszego. Także dzienniki regionalne, w miarę swoich możliwości, starają się zamieszczać porady.

Poradnictwo można także traktować jako działalność marketingową. Marketing wiąże się z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa na konkurencyjnym rynku. Nie tylko prawem, lecz wręcz powinnością podmiotu działającego publicznie jest funkcjonowanie w sposób przejrzysty, z czego wynika zalecenie informowania o swoim postępowaniu. Podejmująca działania marketingowe organizacja komunikuje się ze swym otoczeniem głównie w ten sposób, że przedstawia ofertę wyrobów i usług oraz dokonuje autoprezentacji. Odbywa się to wprost, czyli dzięki zastosowaniu reklamy, lub też dyskretnie – w postaci działań *public relations* (PR). Przekazy reklamowe dopuszczają tworzenie i rozpowszechnianie obietnic, których związek z faktami pozostaje luźny lub nieistotny. Przekazy PR opierają się na dających się sprawdzić faktach, lecz te fakty mogą zostać wykorzystane do sporządzenia dowolnych interpretacji, ocen i prognoz, o czym była mowa w punkcie 1.1. Nie będzie zatem błędem w traktowaniu porad dotyczących użytkowania pełnego zalet produktu jako jednej z technik PR.

Pytania badawcze dotyczące porad publikowanych w dziennikach regionalnych będą dotyczyły następujących kwestii:

- Czy w próbie badawczej wystąpiły porady?
- Ile było porad?
- Czy były to porady instrumentalne, czy też egzystencjalne?
- Jakich dziedzin dotyczyły porady?

2.6. MARKETING WYDAWNICZY

Działania dziennikarskie cechuje „wbudowana schizofrenia” (Weischenberg, 2018, s. 29). Dziennikarze pełnią służbę społeczną, przyczyniając się do sprawnego funkcjonowania liberalnej demokracji, lecz równocześnie działają na konkurencyjnym rynku. Wydatki redakcji muszą zgadzać się z przychodami, a nadawca przekazów musi dbać o wpływy od odbiorców, ogłoszeniodawców, sponsorów, często także od inwestorów, dzięki czemu może zachować pewien stopień niezależności.

Gospodarczy aspekt działania redakcji znajduje wyraz w sferze marketingu wydawniczego, określanego także jako marketing redakcyjny (Ruß-Mohl, 1994, s. 25) lub szerzej – marketing medialny (Jupowicz-Ginalska, 2010). Produktem jest gazeta lub program, który powinien odpowiadać potrzebom i zainteresowaniem odbiorców. Musi zaciekawiać, intrygować, dostarczać orienta-

cji, także przynosić rozrywkę i odprężenie. Jakości dziennikarskich produktów sprzyja konkurencja na rynku, pozwalająca odbiorcom wybierać odpowiadające im przekazy, a dziennikarzom – wybierać pracodawców. Na to, kim są odbiorcy przekazów i czy będą skłonni do ponoszenia wydatków, zwracają uwagę starannie kalkulujący zleceńdodawcy reklam i sponsorzy. Pozycja wydawcy na rynku i szanse jej umocnienia stanowią przedmiot uwagi inwestorów.

Produkt pracy dziennikarskiej musi spełniać wymagania różnych grup docelowych, lecz to nie wystarcza do odniesienia sukcesu na rynku. Należy przyciągać uwagę tych grup i ukazywać produkt w dobrym świetle. Przekaz traktowany jako produkt dziennikarski wymaga działań promocyjnych, aby zwrócić na niego uwagę zabieganego odbiorcy, wyćwiczonego w omijaniu niepożądanych przekazów.

Główne techniki promocyjne, jakie współcześnie bywają stosowane przez wydawców prasy regionalnej, to różnorakie konkursy, rankingi i plebiscyty. Konkurs jest rywalizacją o nagrodę i wymaga wykazania się odpowiednimi umiejętnościami. Ranking polega na wyznaczaniu kolejności na skali i jest dokonywany przez specjalistów stosujących określone kryteria. Plebiscyt sprowadza się do publicznego głosowania na osobę lub rzecz uznaną pod jakimś względem za najlepszą. Wszystkie te przedsięwzięcia pozwalają zapowiadać i relacjonować przebieg współzawodnictwa, a następnie zdawać sprawę z imprezy finałowej. Całość odbywa się w atmosferze rywalizacji i niepewności wygranej. W dodatku osoby uczestniczące w rankingu bądź plebiscycie są często dobrze znane przynajmniej części czytelników.

Stosowane są także inne sposoby, takie jak działania autopromocyjne, wskazujące na dokonania i osiągnięcia redakcji, ponadto akcje charytatywne i zbiórki na określone cele ważne dla zbiorowości, a także patronowanie istotnym przedsięwzięciom. Swojego czasu dobrze sprawdzała się promocja bezpośrednia w postaci gadżetów i prezentów dołączanych do sprzedawanych egzemplarzy.

Do sfery marketingu wydawniczego należy zaliczyć także wszelkie formy kontaktu redakcji z czytelnikami, zachęcanie ich do udziału w spotkaniach i dyskusjach, odpowiadania na ankiety, zgłaszania kandydatur w plebiscytach, pisanie listów i wypowiedzianie się na forach redakcyjnych. Daje to szansę wpływania na treści publikacji i przyczynia się do poczucia więzi z redakcją. Czytelnicy, którzy w ten sposób udzielają porad redakcji, mogą czuć się współtwórcami gazety i prawdopodobnie będą chętniej po nią sięgali (Cialdini, 2017, s. 260–263).

Badanie przedsięwzięć podejmowanych w zakresie marketingu wydawniczego zostało ograniczone do zawartości wybranych numerów dzienników. Z tego powodu pominięto inne możliwe formy promocji, takie jak na przykład reklama zewnętrzna (Mikosz, 2015).

Analiza zawartości dzienników powinna dać podstawę do odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- Czy w próbie badawczej wystąpiły działania w zakresie marketingu wydawniczego?
- Ile było tych działań?
- Jakie to były działania?

2.7. STRONNICZOŚĆ POLITYCZNA

Pojęciem szerszym od stronniczości politycznej jest paralelizm polityczny, który obejmuje zarówno podobieństwo systemów politycznych i medialnych, jak też odzwierciedlanie orientacji aktorów politycznych w treściach publikacji. Elementy paralelizmu politycznego to: połączenia organizacyjne między mediami i partiami politycznymi lub innymi organizacjami, które są z nimi powiązane; skłonność pracowników mediów do aktywności w sferze politycznej; orientacje polityczne dziennikarzy; stronniczość odbiorców mediów; role i praktyki dziennikarskie, w tym nacisk kładziony albo na wywieranie wpływu, albo na dostarczanie neutralnych informacji i rozrywki (Hallin, Mancini, 2007, s. 27–29).

Natomiast stronniczość polityczna przekazów medialnych, jako pojęcie węższe od paralelizmu politycznego, znajduje wyraz w takich działaniach redakcji, które faworyzują i wzmacniają lub krytykują i osłabiają uczestników życia politycznego i społecznego (Dobek-Ostrowska, 2011, s. 70). Stronniczość polityczna może być stopniowana i osiąga najwyższe natężenie w momencie udzielania przez redakcję bezwzględnego wsparcia dla wybranej partii lub programu politycznego. Taka gazeta bywa określana jako *Kampfblatt*.

Dziennik regionalny z założenia nie jest kierowany do wyborców określonej partii, lecz do mieszkańców wybranego regionu, którzy mają różne orientacje polityczne. Redakcje stoją zatem przed trudnym zadaniem uwzględniania odmiennych racji i balansowania między własnymi wyborami politycznymi a antycypowanymi, różnymi poglądami czytelników. Rozwiązanie tego problemu może być dwojakie: bądź pluralizm wewnętrzny, polegający na wyrażaniu w publikacjach tego samego dziennika różnych orientacji politycznych, bądź też pluralizm zewnętrzny, kiedy różne dzienniki kolportowane w tym samym regionie sytuują się na odmiennych pozycjach politycznych (Hallin i Mancini, 2007, s. 29–30). Charakteryzowanie pozycji poszczególnych dzienników wykraczałoby jednak poza zakres niniejszego opracowania, które koncentruje się na ogólnym modelu dziennika regionalnego.

Stronniczość polityczna w badanych dziennikach regionalnych wyrażała się w jawnej krytyce lub w jawnych pochwałach bohaterów publikacji, choć stopień stronniczości bywał zróżnicowany. Publikacja stronnicza oznaczała rezygnację redakcji z pełnienia ról określonych w punkcie 1.2. jako monito-

rowanie i moderowanie, wskazywała natomiast na przyjęcie ról wspierania mniejszości lub opozycji albo na wspieranie władzy. Nie było to zatem proste informowanie o działaniach aktorów politycznych, lecz wyraźne przyjęcie stanowiska pochwalnego lub krytycznego. Stanowisko redakcji nie jest jednak po prostu wynikiem bezpośredniej kontroli ze strony polityków, jest to raczej efekt wzajemnej interakcji i adaptacji (Negrine, 2008, s. 20).

Trudno znaleźć media, które byłyby w pełni wolne i niezależne. Redakcje są narażone na naciski polityczne zarówno przedstawiciele władzy, jak i opozycji, muszą uwzględniać opinie odbiorców, podlegają także presji ekonomicznej, która jest konsekwencją działania na konkurencyjnym rynku. Jednym z wyznaczników stroniczości politycznej mediów jest ich własność. Także dla dzienników regionalnych w Polsce istotne znaczenie ma kwestia własności, o czym wspomniano w punkcie 1.4.

Na przekazy dziennikarskie składają się informacje, które powinny spełniać wymóg rzetelności i bezstronności, oraz oparte na tych informacjach, lecz wolne interpretacje, oceny, poglądy i prognozy. Przed autorami publikacji pojawia się zatem szeroki wachlarz możliwości – od wspierania i życzliwego towarzyszenia działaniom władzy lub opozycji aż po ostrą, choć niekoniernie dobrze uzasadnioną krytykę.

Analiza stroniczości politycznej przekazów medialnych jest utrudniona wskutek możliwości ich różnorodnego odczytywania. Czy materiał dziennikarski jest jednoznaczny, czy też wieloznaczny, czyli polisemiczny? To pytanie dotyczy nie tylko gatunków z pogranicza literatury, takich jak felieton lub reportaż, lecz – wbrew pozorom – także informacji. Nawet w pozornych stwierdzeniach opisowych można wszak utaić treść normatywną (Kołakowski, 2006, s. 11).

O tekście literackim pisał Roland Barthes, że nie stanowi on sekwencji jednoznacznych słów, lecz jest oryginalną kompozycją elementów zaczerpniętych z wielu różnych kultur i pozostających ze sobą w relacjach dialogu, parodii lub kontestacji. Tekst literacki nie tworzy jednego przekazu, lecz raczej jest zbiorem wielu różnorodnych, wielowymiarowych przekazów. Wymagają one odczytywania na różne sposoby, z których żaden nie jest pewny, ustalony ani ostateczny (Barthes, 1977, s. 146–48).

Możliwość indywidualnego odczytywania rozciąga się także, choć w różnym stopniu, na przekazy dziennikarskie. Tym bardziej, że im ogólniejszy jest przekaz, tym więcej otwiera się możliwości jego interpretacji. Aby nie zagubić się w szczegółach, dla przejrzystości i zwartości analizy niezbędne staje się węższe rozumienie stroniczości politycznej. W niniejszej monografii założono tylko dwa główne typy jawnej stroniczości przekazów dziennikarskich, wymienione poniżej. Równocześnie należy zastrzec, że będzie to odczytanie autorskie, które nie wyklucza innych interpretacji przekazów wybranych do analizy.

- Życzliwe towarzyszenie działaniom władzy lub także krytyka działań opozycji na szczeblu lokalnym, regionalnym i krajowym, jak również międzynarodowym.
- Krytyczne monitorowanie działań władzy lub także wspieranie opozycji na wszystkich wymienionych powyżej szczeblach.

Liczne publikacje dotyczące agresji Rosji na Ukrainę, wynikających z tej agresji zagrożeń dla bezpieczeństwa Polski i Europy oraz dotyczące pomocy udzielanej Ukrainie przez państwa NATO i Unii Europejskiej, stanowiły wsparcie dla polityki polskiego rządu. Znaczący udział tych publikacji został wykazany w analizie dominującego zakresu terytorialnego (kategorie „Ukraina”, „UE”, „Świat”) oraz dominującego zakresu tematycznego („Wojna w Ukrainie i jej następstwa”). Z tego powodu analizę stronniczości politycznej w zasadzie ograniczono do problematyki krajowej, a kwestie zagraniczne ujęto tylko w takich przypadkach, które wykazywały wyraźny związek z polityką krajową.

Pytania badawcze dotyczące stronniczości politycznej:

- Czy w próbie badawczej były materiały stronnicze politycznie?
- Czy dzienniki wykazywały pluralizm wewnętrzny?
- Czy więcej było pochwał, czy też krytyki?
- Kogo wspierały redakcje dzienników?
- Kogo krytykowały redakcje dzienników?
- Czy wystąpiły różnice w stronniczości politycznej na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym?
- Czy były widoczne różnice w stronniczości politycznej między dziennikami PPG i pozostałymi tytułami?

2.8. POJĘCIE MODELU

Model w naukach społecznych jest zazwyczaj konstrukcją pojęciową o niewielkim stopniu sformalizowania i niewielkich walorach prognostycznych. Jest uproszczonym obrazem badanej rzeczywistości, opartym na myślowej eliminacji tych cech lub relacji, które nie są istotne dla wybranego celu badania (Goban-Klas, 1999, s. 52–53).

Wedle zbliżonego określenia model opiera się na analogii z jakimś lepiej znanym mechanizmem lub procesem, narzucając w ten sposób strukturę i sposób interpretacji danych zmysłowych. Model jest narzędziem wyobraźni, służącym do organizowania i interpretowania doświadczenia w celu zbudowania teorii, która powiąże pewien zbiór danych obserwacyjnych w całość. Wynik obserwacji jest produktem projekcji na rzeczywistość ludzkiej siatki pojęciowej. Ta siatka jest podstawą teoretycznego modelu, który pośredniczy między badaczem a rzeczywistością, porządkuje doświadczenia, pozwala skonstruować jakąś wizję rzeczywistego świata (Krauz-Mozer, 2007, s. 28, 63–64).

Tak rozumiany model nie jest ani użyteczną fikcją, ani wiernym obrazem rzeczywistości, lecz stanowi tymczasowe przypuszczenie, inspirujące dalsze rozważania. Model uwydatnia niektóre aspekty rzeczywistości, pomijając inne. Należy go traktować poważnie, ale nie dosłownie (Barbour, 2016, s. 12, 25, 46, 57).

Koncepcja modelu, który nie tyle po prostu odzwierciedla, lecz także pomaga kształtować i interpretować obraz rzeczywistości, daje się powiązać z koncepcją języka, który kształtuje nasze postrzeganie świata (Brożek, 2018, s. 36–37). Mówiąc innymi słowy, model pozwala na transformowanie złożonych problemów w format bardziej przyjazny ludzkiemu umysłowi (Pinker, 2021, s. 20).

Stefan Nowak (1985, s. 446) wyróżnił modele strukturalne i modele funkcjonalne. Pierwsze z nich wskazują na elementy badanego zjawiska lub przedmiotu, drugie dotyczą relacji między tymi elementami. Podział bardziej szczegółowy, jaki zaproponował Gilles Fauconnier, a przypomniał Tomasz Goban-Klas (1999, s. 53), dotyczy czterech różnych typów modeli. Modele strukturalne przedstawiają elementy danego zjawiska, procesu lub przedmiotu; modele dynamiczne obrazują przebieg procesu; modele funkcjonalne ukazują relacje między elementami modelu; modele operacyjne pozwalają przewidywać lub projektować przebieg procesu.

Model dziennika regionalnego, jaki stanowi przedmiot rozważań w niniejszej publikacji, jest modelem strukturalnym. Hipotetyczne elementy stałe tego modelu opierają się na siedmiu problemach przedstawionych w punktach od 2.1. do 2.7. tego rozdziału. Elementy zmienne modelu zostaną wykazane na drodze analizy zawartości wybranych numerów dzienników regionalnych.

2.9. ANALIZA ZAWARTOŚCI I DOBÓR PRÓBY

Skrótowa definicja określa analizę zawartości jako technikę badawczą mającą na celu obiektywny, systematyczny i ilościowy opis jawnej treści przekazów. Definicja bardziej rozbudowana pochodzi od Walerego Pisarka (1983, s. 45):

Analiza zawartości jest zespołem różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającego na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych, elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce zwykle: ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu, a zmierzającego przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego.

Narzędziem analizy zawartości był klucz kategoryzacyjny, stanowiący kwestionariusz oparty na pytaniach badawczych sformułowanych w poprzednich punktach tego rozdziału. Klucz jest umieszczony w aneksie monografii.

Do badania został wybrany jeden miesiąc, krótki i niezbyt odległy w czasie. Wybór padł na luty 2023 r. Już po podjęciu tej decyzji okazało się, że wybrany okres poprzedził o kilka miesięcy wybory parlamentarne z października 2023 r., które znacząco zmieniły kształt polskiej sceny politycznej. Sytuacja dzienników regionalnych w lutym następnego roku i w latach kolejnych była odmienna, co może oznaczać zachętę do powtarzania badań.

Badaną populację stanowiły wszystkie numery 22 dzienników regionalnych z wybranego miesiąca. Łącznie było to 480 numerów, jako że jeden dziennik ukazywał się 2 razy w tygodniu, 8 dzienników wychodziło 5 razy w tygodniu, a 13 dzienników – 6 razy w tygodniu. Lista analizowanych dzienników oraz mapa pokazująca ich rozmieszczenie znajdują się w aneksie opracowania.

Wydawcą 18 dzienników była PPG, stanowiąca część koncernu paliwowego Orlen, a pozostałe 4 dzienniki należały do mniejszych wydawców prywatnych. Z mapy przedstawiającej ich rozmieszczenie wynika, że 3 z nich konkurowały na swoim obszarze kolportażu z dziennikami PPG, pilnie obserwując się nawzajem, a czwarty („Gazeta Olsztyńska”) był na swoim terenie monopolistą. Monopolistami było także 9 dzienników PPG, natomiast 3 pary dzienników PPG konkurowały bądź też uzupełniały się na swoim obszarze kolportażu – było tak w województwach podlaskim, łódzkim i małopolskim.

Do korpusu badawczego weszła część zawartości dzienników, istotna dla scharakteryzowania polityki redakcyjnej. Analizie nie podlegały dodatki lokalne i tematyczne, które zostały wyliczone i przedstawione oddzielnie. Pominięto także kolumny sportowe, reklamy i materiały sponsorowane, programy TV, prognozy pogody, horoskopy, krzyżówki, plotki o celebrytach i kalendaria, jak również zapowiedzi, wzmianki i cytaty o rozmiarze poniżej 3 modułów. Zapowiedzi o rozmiarze 3 modułów lub większe potraktowano jak informacje. Moduł jest to rozmiar najmniejszej dopuszczalnej przez dane pismo powierzchni reklamowej. Moduł często spotykany w dziennikach PPG ma rozmiar 3 x 4 cm (Cennik reklam).

Próba badawcza została dobrana metodą losowania warstwowego. Z każdego dziennika wylosowano 3 numery, w tym co najmniej 1 numer piątkowy. Na próbę badawczą złożyło się zatem 66 numerów dzienników, czyli 13,7 proc. spośród 480 numerów stanowiących populację. Jeśli założyć typową wartość 90% jako poziom ufności wyników analizy oraz wielkość frakcji 0,5 oznacza to, że maksymalny błąd wyniósł 9% (Kalkulator doboru próby).

Jednostką analizy była pojedyncza publikacja, składająca się z tekstu oraz ewentualnych materiałów graficznych. W badaniu nie uwzględniano rozmiaru publikacji dziennikarskich. Dłuższe teksty wprawdzie łatwiej dostrzec, lecz to niekoniecznie świadczy, że zostały w całości przeczytane przez odbiorców.

Znaczenie tekstu tworzone jest przez odbiorcę i wyznaczone przez jego preferencje. Z tego powodu często się zdarza, że zakwalifikowanie publikacji

do wybranej kategorii nastęcza spore trudności. Kiedy na przykład trafiamy na artykuł wspierający działania lobbingowe na rzecz ochrony drzew i są to czynności prowadzone w parlamencie przez organizację pozarządową – a taki przypadek wystąpił w jednym z analizowanych dzienników (Newseria, 2023, s. 11) – pojawia się pytanie o kategorię tematyczną, do której należy ów tekst zakwalifikować. Jeżeli interesuje nas stanowienie prawa w Polsce, to stwierdzimy, iż tekst dotyczy sfery polityki, ale jeśli lubimy spacerować po lesie, wówczas uznamy, że tekst dotyczy ekologii. Ponadto można zwrócić uwagę na działający podmiot: czy będzie to parlament, czy też organizacja pozarządowa.

Praktycznym, choć niekoniecznie doskonałym rozwiązaniem tego dylematu może być poszukiwanie dominanty tematycznej, czyli próba odpowiedzi na pytanie, jaki jest główny cel publikacji. We wspomnianym wyżej przypadku celem była ochrona drzew, zatem tekst został zakwalifikowany jako dotyczący ekologii. Trzeba jednak pamiętać, że możliwe było dokonanie innej kwalifikacji. Podobnie było z poszukiwaniem dominanty terytorialnej i gatunkowej. Wyniki analizy zostały oparte na starannych rozważaniach i konsultacjach, lecz nie mają absolutnego charakteru.

Dalsze szczegółowe uwagi, jakie wyniknęły podczas badań pilotażowych, przedstawiają się następująco:

- Zawartość ramek umieszczanych w materiałach publicystycznych nie była traktowana jako oddzielna publikacja.
- W regionalnej gazecie codziennej odróżnienie dominanty gatunkowej komentarza od felietonu jest często dyskusyjne. Z tego powodu oba te gatunki klasyfikowano jako należące do wspólnej kategorii.
- Porady nie były klasyfikowane pod względem dominującego zakresu terytorialnego i gatunku.
- Klasyfikowaniu nie podlegały teksty literackie, takie jak np. fragmenty powieści kryminalnych.
- Zapowiedzi imprez, które zostały zebrane w rubrykę, klasyfikowano jako informacje.
- Nie klasyfikowano występujących tylko w dzienniku „Super Nowości” kolumn satyrycznych, zawierających dowcipy, zdjęcia opatrzone tekstem, cytaty i powiedzonka zaczerpnięte z mediów społecznościowych, do których nie sposób zastosować kryteria rzetelności dziennikarskiej.
- W punkcie 2.7. dotyczącym stronniczości politycznej dopuszczono wskazywanie więcej niż jednej kategorii pojedynczej analizowanej publikacji.

Odmienne przebiegło wyliczenie i opis dodatków lokalnych i tematycznych. Na próbę badawczą złożyły się wszystkie dodatki opublikowane w lutym 2023 r. w 22 dziennikach regionalnych oraz w 2 dziennikach lokalnych wydawanych przez PPG: „Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński”. Były to dodatki zarchiwizowane w zbiorach Czytelni Głównej oraz Zsobu Wieczystego Biblioteki Narodowej w Warszawie.

Rejestr dodatków lokalnych sporządzono z uwzględnieniem następujących kategorii opisu: tytuł dodatku, zakres terytorialny, liczba stron, częstotliwość ukazywania się. Z kolei liczny i zróżnicowany katalog dodatków tematycznych scharakteryzowano według kategorii: zakres terytorialny, dominująca tematyka, funkcja. Opis dodatków lokalnych i tematycznych do dzienników regionalnych i lokalnych znajduje się w rozdziale 4, tabele z wykazami dodatków zamieszczono w aneksie.

ROZDZIAŁ 3

WYNIKI ANALIZY I WNIOSKI

Rozdział rozpoczyna się od opisanie próby badawczej. Następnie zawiera wyniki analizy zawartości opartej na siedmiu problemach, które zostały omówione w rozdziale drugim. Rozdział zawiera ponadto próbę określenia typowej struktury dziennika regionalnego oraz wskazuje wspólne publikacje dzienników PPG, jakie ukazały się w badanym okresie. Zakończenie rozdziału stanowi propozycję modelu dziennika regionalnego, wynikającego z dokonanej analizy.

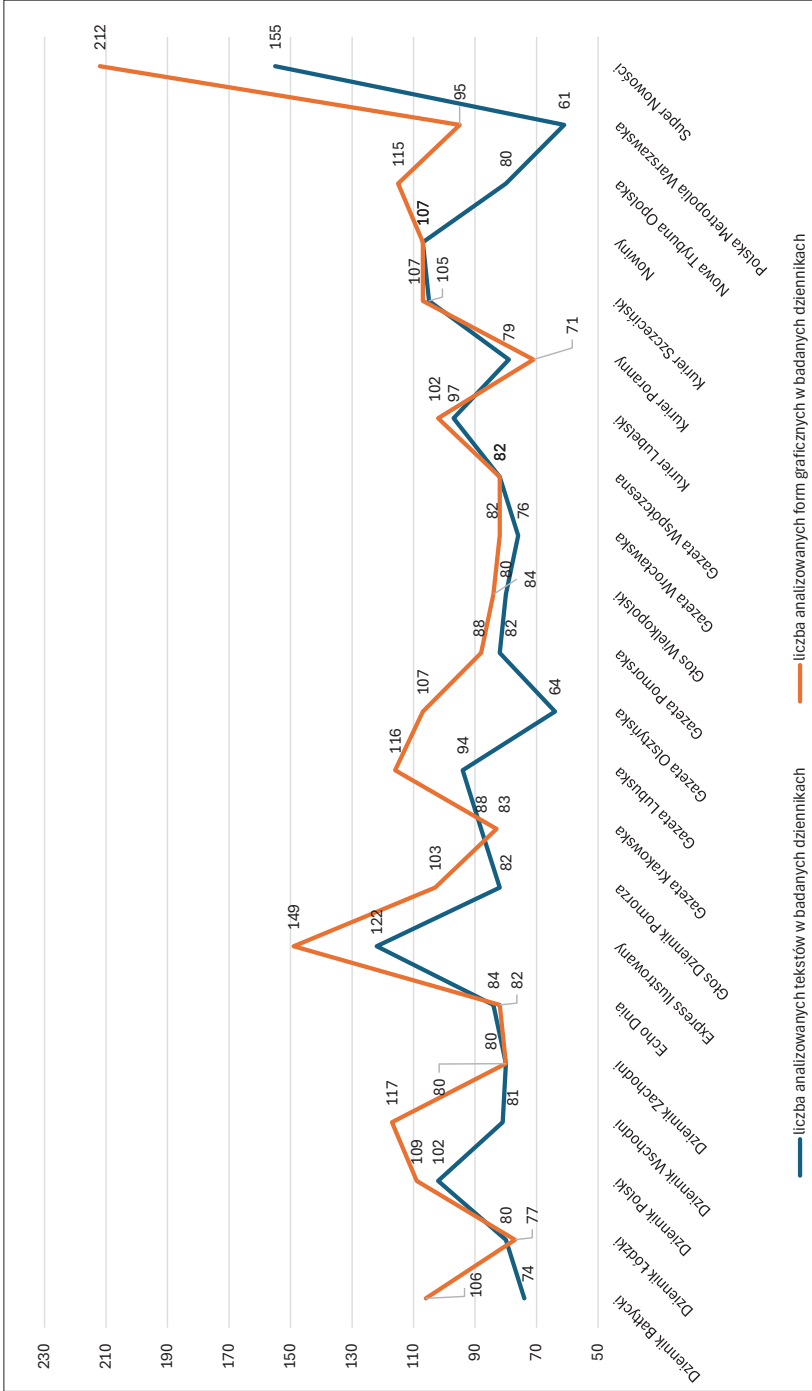
3.1. OPIS PRÓBY BADAWCZEJ

W próbie badawczej znalazło się 1955 materiałów dziennikarskich pochodzących z 66 numerów 22 dzienników regionalnych. Było wśród nich 1808 publikacji kwalifikowanych pod względem dominującego zasięgu terytorialnego, tematu i gatunku dziennikarskiego; wśród których występowały w mniejszej liczbie publikacje interwencyjne, marketingowe oraz stroniczne. Poza tą kwalifikacją pozostało 141 porad, które nie były analizowane pod względem zasięgu terytorialnego i gatunku, oraz 6 tekstów literackich.

Liczbę tekstów i materiałów graficznych każdego analizowanego dziennika przedstawia rysunek 3.1.1. W całej próbie badawczej wśród materiałów graficznych zdecydowanie przeważały fotografie, obok nich licznie występowały reprodukcje okładek recenzowanych książek, plakaty zapowiadanych imprez, jak również grafiki i reprodukcje dzieł malarstwa. Bardzo nieliczne były rysunki, mapy i wykresy; nie występowały infografiki.

Łączna liczba materiałów graficznych wyniosła 2274, co oznacza, że na jeden tekst przypadło średnio 1,2 takiego materiału. Większa liczba tekstów i grafik wskazuje, że dany dziennik miał charakter popularny. Mniejsza liczba tekstów i grafik nadawała dziennikowi charakter bardziej poważny od pozostałych.

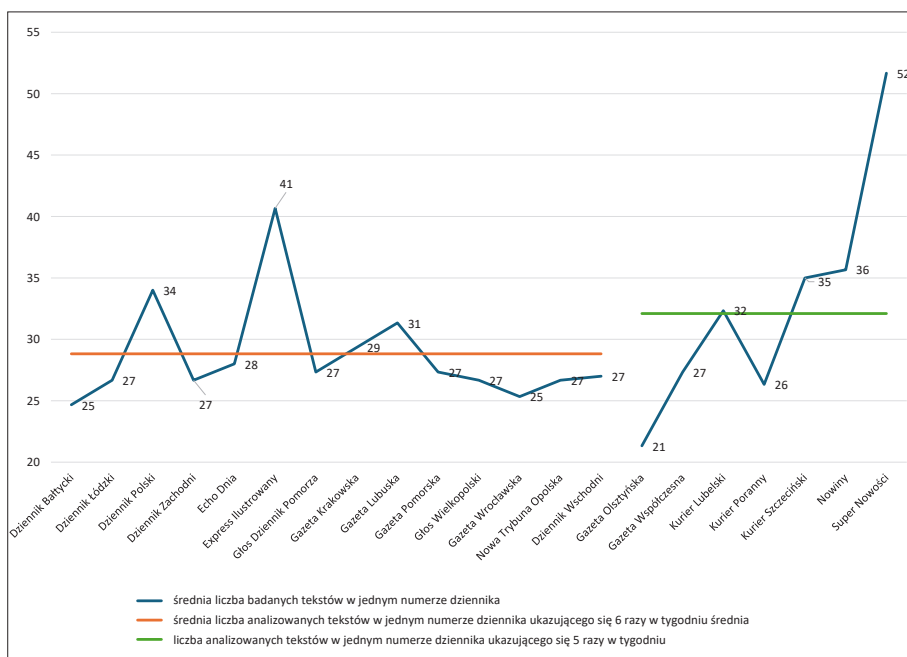
Średnia liczba tekstów w trzech analizowanych numerach dzienników wyniosła 88,8. W jednym numerze analizowano średnio 29,6 tekstów.



Rysunek 3.1.1. Liczba analizowanych publikacji oraz materiałów graficznych poszczególnych dzienników regionalnych

Źródło: obliczenia własne.

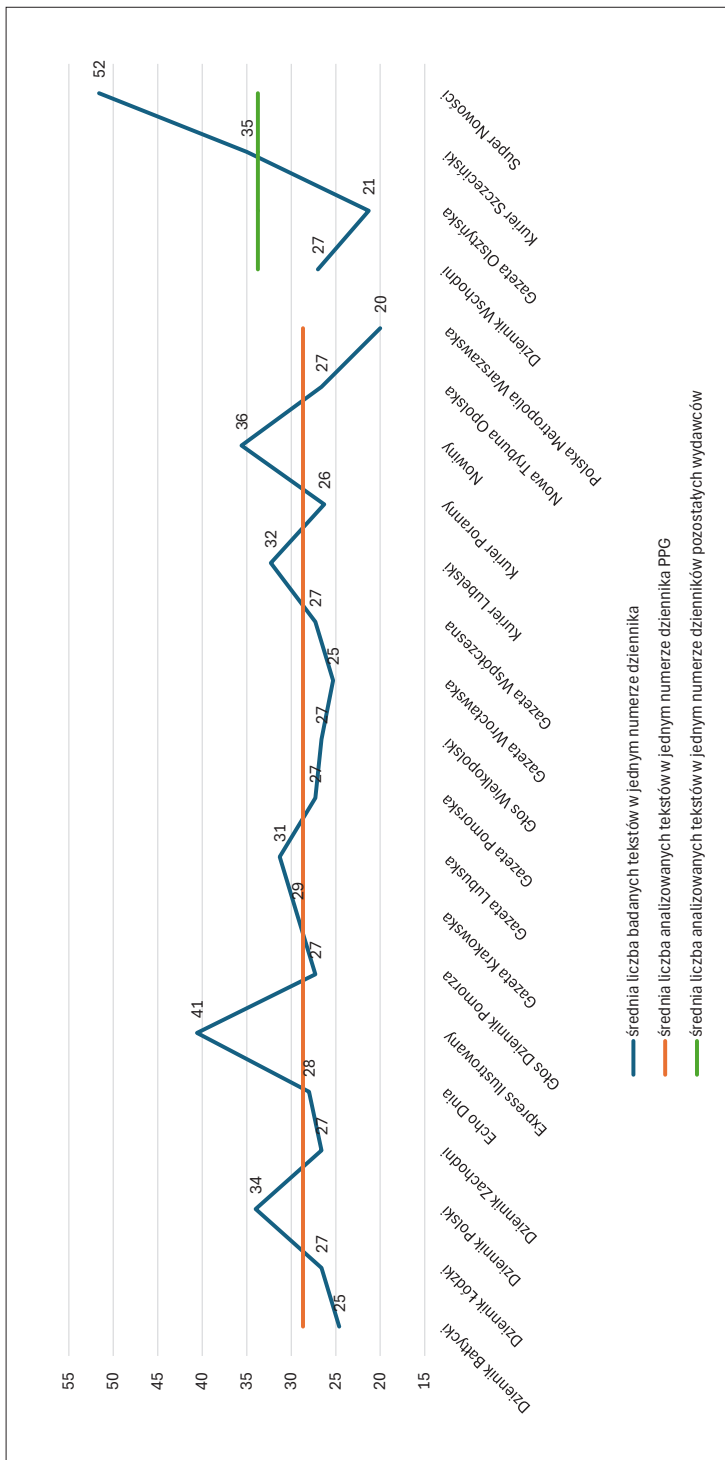
Spośród 22 analizowanych dzienników 13 ukazywało się sześć razy w tygodniu, 8 dzienników wychodziło pięć razy w tygodniu, w tym wszystkie tytuły wydawców spoza wydawnictwa PPG, a 1 dziennik wydawany był dwa razy w tygodniu. Po lewej stronie rysunku 3.1.2. umieszczono dzienniki mające sześć wydań w tygodniu, a po prawej – ukazujące się pięć razy. Średnia liczba badanych tekstów w jednym numerze dziennika 6-numerowego wyniosła 28,8; w tytułach 5-numerowych średnia liczba analizowanych tekstów była nieznacznie większa, mianowicie 32,1. Najmniej analizowanych tekstów zawierał niefigurujący na tym rysunku dwudniak „Polska Metropolia Warszawska”, średnio 20 w numerze. Częstość ukazywania się dziennika tylko nieznacznie wpłynęła na liczbę analizowanych tekstów.



Rysunek 3.1.2. Średnia liczba analizowanych tekstów w jednym numerze dzienników ukazujących się 6 i 5 razy w tygodniu

Źródło: obliczenia własne.

Czy istniała zależność pomiędzy liczbą analizowanych tekstów a wydawcą dziennika? 18 spośród badanych dzienników należało do grupy PPG, a właścicielami pozostałych 4 tytułów byli inni, mniejsi wydawcy. Lewa część rysunku 3.1.3. przedstawia średnią liczbę badanych tekstów w jednym numerze dziennika PPG, a prawa – dzienników pozostałych. Dla tych pierwszych średnia wyniosła 28,7 tekstów; dla pozostałych dzienników było to 33,7 tekstów. Ta różnica również okazała się niewielka.



Rysunek 3.1.3. Średnia liczba analizowanych tekstów w jednym numerze dzienników PPG i pozostałych wydawców

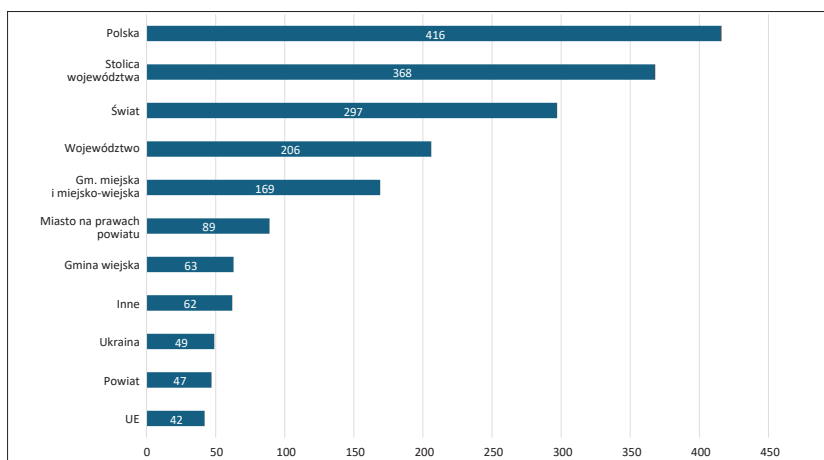
Źródło: obliczenia własne.

3.2. BADANE PROBLEMY

3.2.1. Dominujący zakres terytorialny publikacji

Terytorialna kwalifikacja 1808 analizowanych tekstów odbywała się z zastosowaniem 11 kryteriów. Teksty o lokalnym i regionalnym charakterze zostały zakwalifikowane do jednej z 6 kategorii przedstawiających jednostki administracyjne: gmina wiejska, gmina miejska i miejsko-wiejska, powiat, miasto na prawach powiatu, stolica województwa¹, województwo. Pozostałym 5 kategoriom przyporządkowano teksty o treściach ponadregionalnych: Polska, Ukraina, UE, świat oraz kategoria 'Inne', do której zakwalifikowano teksty o charakterze uniwersalnym, niemające geograficznej przynależności.

Jak wynika z danych zawartych na rysunku 3.2.1., tekstów dotyczących kwestii regionalnych i lokalnych było łącznie 942, co stanowi 52 proc. ogółu analizowanych jednostek, tekstów o charakterze ponadregionalnym było 866, czyli 48 proc. Średnio w jednym badanym numerze dziennika było 14,2 tekstów poświęconych sprawom o charakterze regionalnym i lokalnym, bliskim mieszkańcom regionu, w którym ukazuje się dziennik. Nieznacznie mniej, średnio 13,1 tekstów jednego numeru dziennika, stanowiły publikacje podejmujące zagadnienia ponadregionalne, wykraczające poza obszar kolportażu dziennika. Oznacza to, że w kategorii terytorialności model polskiego dziennika regionalnego charakteryzuje nieznaczna przewaga materiałów z terenu nad tymi dotyczącymi zagadnień krajowych i międzynarodowych.



Rysunek 3.2.1. Liczba publikacji w poszczególnych kategoriach zakresu terytorialnego

Źródło: obliczenia własne.

¹ Dwa spośród 16 analizowanych województw mają więcej niż jedną stolicę: kujawsko-pomorskie – Toruń i Bydgoszcz, lubuskie – Gorzów Wielkopolski i Zielona Góra, co oznacza, że w dziennikach „Gazeta Lubuska” i „Gazeta Pomorska” istniała możliwość kwalifikacji tekstów dotyczących tych dwóch miast do jednego kryterium ‘stolica województwa’.

Wśród tekstów o charakterze regionalnym i lokalnym dominowały następujące kryteria: wydarzeniom odbywającym się w stolicy województw było poświęconych 368 tekstów (20,3 proc. ogółu badanych jednostek), sprawom regionu – 206 (11,3 proc.), gminom miejskim i miejsko-wiejskim – 169 (9,3 proc.), miastom na prawach powiatu – 89 (4,9 proc.), gminom wiejskim – 63 (3,5 proc.) oraz powiatom – 47 (2,6 proc.). Z danych wynika, że największy odsetek badanych tekstów stanowiły treści dotyczące spraw lub też odbywające się w centrum danego regionu, które (z nielicznymi wyjątkami²) zazwyczaj były siedzibą redakcji badanych dzienników. Tym samym można stwierdzić wysoki stopień centralizacji treści dzienników regionalnych, na co z pewnością wpływają czynniki o charakterze wydawniczym (liczba mutacji dziennika) oraz redakcyjno-osobowym (liczba korespondentów w terenie).

Poza licznie reprezentowanymi dużymi ośrodkami miejskimi (łącznie kryteria: stolica województwa, miasta na prawach powiatu) oraz gminy miejsko-wiejskie – łącznie 626 tekstów, które stanowiły 34,6 proc. ogółu badanego materiału, zwraca uwagę nieliczna – jak na dziennik regionalny – liczba tekstów poświęconych sprawom województwa (co dziesiąty badany tekst), jak i bardzo niska reprezentacja treści przypisanych powiatom (47 tekstów, co stanowi 2,6 proc. ogółu badanego materiału). Potwierdza to powszechną wiedzę na temat niskiej świadomości społecznej tej pośredniej jednostki administracyjnego szczebla.

Do grupy przekazów o ponadregionalnym charakterze zakwalifikowano 866 tekstów, 47,9 proc. ogółu badanych jednostek. Liczbowo dominowało 416 tekstów dotyczących zagadnień ogólnokrajowych (416 / 23 proc.), światowych (297 / 16,4 proc.), poświęconych Ukrainie (49 / 2,7 proc.), krajom członkowskim zjednoczonej Europy i UE (42 / 2,3 proc.) oraz kategoria 'Inne' (62 / 3,4 proc.). Z danych wynika, że treść co czwartej jednostki była poświęcona zagadnieniom krajowym; kwestie międzynarodowe (łącznie kryteria: świat, Ukraina i UE) stanowiły 21,5 proc. ogółu badanych jednostek (co piąta analizowana jednostka). Z pewnością na tak wysoki odsetek publikacji dotyczących Ukrainy wpłynął fakt analizy dzienników z lutego 2023 r., w którym ukazało się wiele tekstów nawiązujących do pierwszej rocznicy ataku zbrojnego Rosji na Ukrainę.

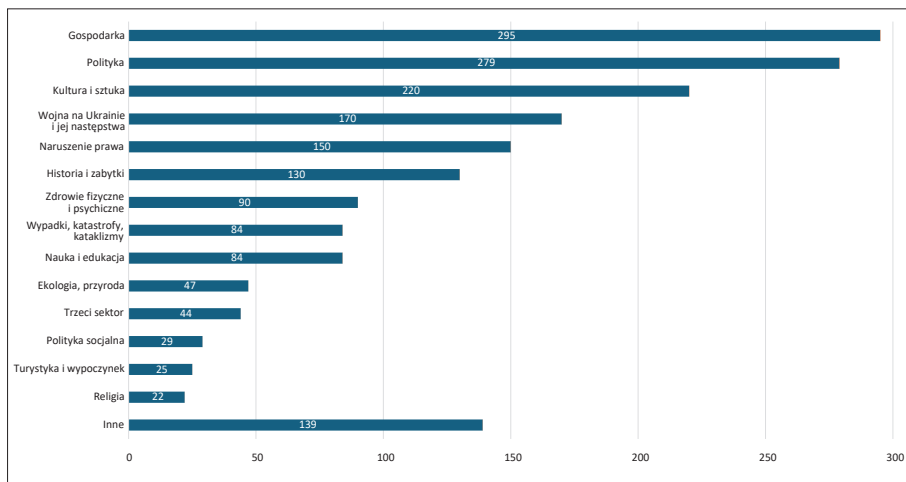
Warto zaznaczyć, że istniała niewielka zależność pomiędzy łączną liczbą tekstów o typowo lokalnym charakterze w 4 badanych dziennikach regionalnych spoza PPG, która była niewiele wyższa niż w 18 dziennikach koncernu (271 tekstów w stosunku do 671). Do dzienników, które charakteryzowała zdecydowana przewaga treści o charakterze regionalnym i lokalnym należały „Dziennik Wschodni” (82,2 proc. badanych tekstów gazety) i „Kurier Szczeciński” (80,3 proc.), tym samym były to dzienniki o najmniejszym odsetku

² Siedziba główna redakcji „Głosu. Dziennika Pomorza” mieści się w Koszalinie.

tekstów ponadregionalnych (odpowiednio 17,7 i 19,6 proc.). W pozostałych dwóch dziennikach spoza PPG średnia liczba publikacji regionalnych i lokalnych zbliżała się do średnich danych dzienników PPG.

3.2.2. Dominująca tematyka publikacji

Analiza dominującej tematyki publikacji 1808 materiałów dziennikarskich w 22 badanych dziennikach regionalnych została przeprowadzona z uwzględnieniem 15 różnych kategorii przedstawionych na rysunku 3.2.2.1.



Rysunek 3.2.2.1. Liczba publikacji w poszczególnych kategoriach tematycznych

Źródło: obliczenia własne.

Dziennikarze gazet regionalnych najczęściej podejmowali tematy dotyczące trzech obszarów: ‘Gospodarka’, ‘Polityka’ oraz ‘Kultura i sztuka’. Zwłaszcza dwie pierwsze kategorie znacząco dominowały liczebnie nad pozostałymi.

Teksty dotyczące kwestii gospodarczych były najbardziej popularną kategorią tematyczną w analizowanych dziennikach. Kwalifikowano do niej materiały dziennikarskie dotyczące finansów, inwestycji lokalnych, regionalnych i krajowych, budownictwa, energetyki, transportu, gospodarki komunalnej, a także przedsiębiorczości. Łącznie w 22 badanych dziennikach odnotowano 295 tekstów o tej tematyce, co stanowiło 16,3 proc. ogółu badanych jednostek.

Warto wskazać, że poziom zainteresowania gospodarką był znacząco różny na łamach poszczególnych dzienników. Liczba tekstów w tej kategorii wahała się od 1 do 36 materiałów. Najwyższy poziom zainteresowania tematami gospodarczymi można było zauważyć w „Kurierze Szczecińskim” (36 wskazań, co stanowiło 35,3 proc. wszystkich badanych tekstów z tego tytułu), „Expresie Ilustrowanym” (30 / 26,5 proc.) i 2 dziennikach z wojewódz-

twą podkarpackiego „Super Nowościach” (24 / 17,5 proc.) oraz „Nowinach” (22 / 21 proc.). Najniższe zainteresowanie tematami gospodarczymi odnotowano na łamach „Polski Metropolii Warszawskiej” (2 / 1,7 proc.), „Dziennika Bałtyckiego” (3 / 4,9 proc.) i „Głosu Wielkopolskiego” (5 / 6,8 proc.).

Drugą kategorią pod kątem znaczenia i liczebności tekstów na łamach badanych dzienników była ‘Polityka’, zdefiniowana jako działania i decyzje rządów, samorządów, partii politycznych oraz związków zawodowych. W kategorii ‘Polityka’ odnotowano 279 publikacji, które stanowiły 15,4 proc. ogółu badanych jednostek.

Teksty dotyczące polityki były drukowane we wszystkich dziennikach, w przedziale od 2 do 20 materiałów. W 15 gazetach liczba publikacji w tej kategorii tematycznej wahała się w od 12 do 20 tekstów. Największą liczbę materiałów dotyczących polityki odnotowano w „Gazecie Krakowskiej” (20 wskazań, co stanowiło 23,5 proc. wszystkich badanych tekstów dziennika). Na podobnym poziomie, po 19 wskazań, były „Dziennik Łódzki” i „Super Nowości”. W „Dzienniku Łódzkim” polityka stanowiła 24,4 proc. analizowanych publikacji, a w „Super Nowościach” było to 13,9 proc. badanych tekstów.

Najniższe zainteresowanie tematyką polityczną można było zauważyć w „Kurierze Szczecińskim” – 2 publikacje (2 proc. tekstów dziennika). Niewiele tego rodzaju materiałów odnotowano także w „Echu Dnia”, „Głosie Dzienniku Pomorza” i „Gazecie Pomorskiej” – po 6 tekstów, co stanowiło odpowiednio 7,4 proc., 7,6 proc. i 8,3 proc. badanych jednostek w tych tytułach. O jeden materiał więcej odnotowano w „Dzienniku Wschodnim” (7 / 8,9 proc.).

Trzecią kategorią tematyczną pod kątem liczby publikacji była ‘Kultura i sztuka’. Zaliczano do niej materiały opisujące działania instytucji i twórców kultury oraz recepcję dzieł kultury. Do tej kategorii zakwalifikowano łącznie 220 tekstów dziennikarskich, co stanowiło 12,2 proc. próby badawczej. Liczba materiałów w tej kategorii w poszczególnych gazetach wahała się od 3 do 17 wskazań. W 13 tytułach regionalnych zainteresowanie tematami z zakresu kultury i sztuki było wyższe i wynosiło od 10 do 17 materiałów. Liderami pod kątem liczby materiałów w tej kategorii tematycznej był „Dziennik Polski” – 17 wskazań (18,9 proc. badanych tekstów tej gazety) oraz „Kurier Szczeciński” – 16 (15,7 proc.). Kategoria ‘Kultura i sztuka’ była najmniej widoczna w „Kurierze Porannym” – 3 (4,1 proc.), „Dzienniku Łódzkim” oraz „Gazecie Współczesnej” – po 4 teksty, które stanowiły odpowiednio 5,1 proc. i 5,2 proc. badanych jednostek w tych tytułach.

Jak pokazują wyniki badań, istotnym obszarem zawartości tematycznej prasy regionalnej była trwająca od lutego 2022 r. pełnoskalowa inwazja Rosji na Ukrainę. W kategorii tematycznej ‘Wojna w Ukrainie i jej następstwa’ odnotowano 170 publikacji, co stanowiło 9,4 proc. wszystkich jednostek pod-

danych analizie. Można założyć, że na poziom zainteresowania tym obszarem tematycznym wpłynął termin badania. Zostało ono zrealizowane w okresie pierwszej rocznicy agresji Rosji na Ukrainę, a wojna odcisnęła swoje piętno zarówno na sytuacji w kraju, jak i za granicą. Tematyka dotycząca wojny na Ukrainie pojawiła się na łamach wszystkich badanych dzienników, ale w różnym stopniu. W poszczególnych tytułach zakres publikacji wahał się w od 2 do 16 materiałów. Liderem w tej kategorii była „Gazeta Krakowska” (16 wskazań, co stanowiło 18,8 proc. wszystkich badanych tekstów dziennika), a także „Dziennik Wschodni” i „Nowiny” – po 13 tekstów, odpowiadających odpowiednio 16,5 proc. i 12,4 proc. badanych materiałów w tych tytułach.

Łączną liczbę tekstów przekraczających 100 wskazań odnotowano jeszcze w dwóch kategoriach tematycznych. Pierwszą z nich było ‘Naruszenie prawa’, gdzie zaliczano publikacje dotyczące przestępstw, występków, działań wymiaru sprawiedliwości. Do tego obszaru zakwalifikowano 150 publikacji, które stanowiły 8,3 proc. próby. Co warto zaznaczyć, materiałów dziennikarskich w tej kategorii nie stwierdzono we wszystkich gazetach (publikacji o takiej tematyce nie było w „Polsce Metropolii Warszawskiej”).

Jeśli podda się analizie wszystkie dzienniki, można zauważyć różnice w podejściu do tej tematyki w poszczególnych redakcjach. W 5 tytułach („Dziennik Łódzki”, „Echo Dnia”, „Express Ilustrowany”, „Nowiny”, „Super Nowości”) odnotowano łącznie 68 publikacji podejmujących problem naruszenia prawa. Było to 45,3 proc. wszystkich materiałów w tej kategorii. Minimalne zainteresowanie tą tematyką zauważono w „Dzienniku Bałtyckim” (1 wskazanie), „Gazecie Lubuskiej” (2), „Nowej Trybunie Opolskiej” (2).

Ponad 100 publikacji zaliczono do kategorii ‘Historia i zabytki’, która dotyczyła postaci i wydarzeń z przeszłości oraz miejsc pamięci. Łącznie w 22 dziennikach do tej kategorii zakwalifikowano 130 materiałów, co stanowiło 7,2 proc. ogółu badanych jednostek. Teksty dotyczące historii i zabytków drukowano we wszystkich badanych tytułach. Liczba publikacji w poszczególnych gazetach wynosiła od 1 do 11 publikacji.

Kolejne kategorie tematyczne występowały w mniejszym zakresie. W kategorii ‘Zdrowie fizyczne i psychiczne’ odnotowano łącznie 90 publikacji, co stanowiło 5 proc. próby badawczej. Materiały dziennikarskie w tym obszarze tematycznym dotyczyły działania służby zdrowia, a także różnych aspektów zdrowia fizycznego i psychicznego: profilaktyki, diagnozowania i terapii, rozwiązywania problemów psychicznych. Co istotne, tematyka odnosząca się do zdrowia nie była obecna we wszystkich gazetach (tekstów z tego obszaru nie odnotowano w „Gazecie Wrocławskiej” i „Polsce Metropolii Warszawskiej”). Liczba publikacji w poszczególnych tytułach wahała się od 1 do 13 materiałów.

Niewiele mniejsze znaczenie na łamach analizowanych dzienników regionalnych miały ‘Nauka i edukacja’ oraz ‘Wypadki, katastrofy i kataklizmy’.

W obydwu tych kategoriach tematycznych stwierdzono taką samą liczbę publikacji – po 84, co stanowiło 4,6 proc. ogółu badanych jednostek.

Teksty o tematyce naukowej i dydaktycznej obejmowały swoim zakresem edukację od przedszkola po edukację ustawiczną, działania instytucji oświatowych, a także osiągnięcia nauki. Materiały z tego obszaru pojawiły się w 21 tytułach, liczba publikacji wynosiła w nich od 1 do 10 tekstów. Kategoria ‘Wypadki’ zawierała różnego rodzaju nieszczęśliwe zdarzenia i katastrofy. Teksty w tym obszarze także odnotowano w 21 dziennikach.

Stosunkowo niewielkie znaczenie miały tematy związane z ekologią i przyrodą, w których podejmowano kwestie ochrony środowiska, zmian klimatu, odnawialnych źródeł energii, gospodarki odpadami i zrównoważonego rozwoju. W tej kategorii uwzględniono łącznie 47 materiałów, które stanowiły 2,6 proc. próby. Były one opublikowane w 20 dziennikach, z częstotliwością na podobnym poziomie (od 1 do 5 publikacji w gazecie).

Porównywalne, chociaż minimalnie mniejsze znaczenie miały publikacje dotyczące ‘Trzeciego sektora’. Do tej kategorii tematycznej kwalifikowano materiały dziennikarskie opisujące działania na rzecz społeczności, które były podejmowane przez organizacje i stowarzyszenia niedążące do sprawowania władzy ani do uzyskiwania korzyści gospodarczych. W tej tematyce odnotowano łącznie 44 publikacje, które stanowiły 2,4 proc. próby badawczej. Teksty z tego zakresu drukowano na łamach 18 dzienników, ich liczba w poszczególnych gazetach nie była wysoka (w 10 tytułach odnotowano po jednym materiale).

Pozostałe trzy kategorie nie miały istotnego znaczenia w strukturze zawartości tematycznej badanych dzienników. 29 publikacji dotyczyło ‘Polityki socjalnej’ (1,6 proc. próby). Autorzy materiałów w tym obszarze koncentrowali się m.in. na płacach, zasiłkach, emeryturach, rentach i pomocy społecznej. Były one obecne na łamach 15 dzienników.

Kategoria ‘Turystyka i wypoczynek’ zawierała materiały na temat różnych sposobów regenerowania sił. Odnotowano w niej 25 tekstów (1,4 proc. próby). Pojawiły się one w 12 dziennikach, miały pojedynczy charakter. Ostatnim obszarem tematycznym była ‘Religia’ – obejmował on działalność kościołów i związków wyznaniowych. Zakwalifikowano tu 22 publikacje, które stanowiły 1,2 proc. badanych jednostek. Teksty o takiej tematyce stwierdzono w 13 gazetach.

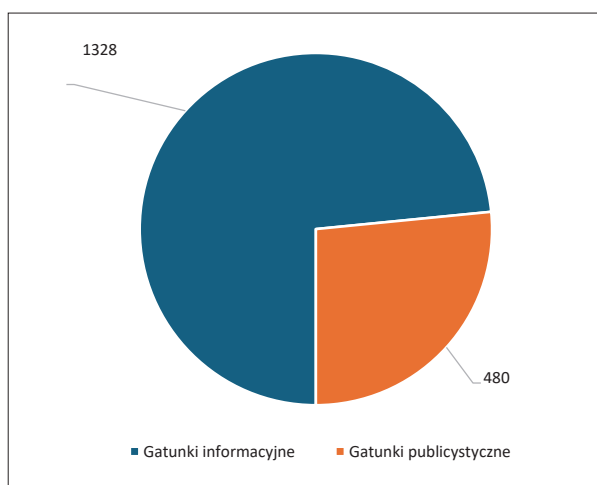
Stosunkowo obszerna była kategoria ‘Inne’, do której zaliczano publikacje niemieszczące się we wskazanych powyżej obszarach tematycznych. Liczyła ona 139 tekstów, co stanowiło 7,7 proc. wszystkich materiałów poddanych analizie. W tej kategorii uwzględniono m.in. publikację dotyczącą problemów klientów sieci komórkowych, którzy skarżyli się, że do odbiorców nie docierają wysyłane SMS-y i MMS-y (Domka, 2023, s. 4), a także mate-

riał o medalu wręczonym 100-letniej mieszkance Bydgoszczy (Czarnowska-Woźniak, 2023, s. 9). W tej części badań umieszczono też tekst o postulacie mieszkańca Stalowej Woli, żeby przed budynkiem Sądu Rejonowego ustawić pomnik w formie tablic Dekalogu (Surowaniec, 2023, s. 9), a także kłopoty z nieprawidłowo zaparkowanymi lub porzucanymi hulajnogami w Szczecinie (Porzucane gdzie popadnie, 2023, s. 9).

3.2.3. Dominanta gatunkowa

Podstawą analizy gatunków dziennikarskich była typologia przedstawiona przez Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego, Andrzeja Kaliszewskiego i Wojciecha Furmana (2006). Dla uproszczenia wywodu gatunki dziennikarskie zakwalifikowano do dwóch podstawowych rodzajów – informacyjnego i publicystycznego. Zrezygnowano z wydzielenia gatunków pogranicznych. W konsekwencji wywiad został przyporządkowany do publicystyki. Podobnie zakwalifikowano także reportaż, który we wspomnianej typologii gatunków był podzielony na dwie odmiany: fabularny, będący częścią rodzaju informacyjnego, i problemowy, zaliczany do publicystyki.

Z rysunku 3.2.3.1. wynika, że zdecydowaną przewagę na łamach dzienników regionalnych miały gatunki informacyjne, co wydaje się naturalne w prasie codziennej, w której informowanie stanowi jedno z podstawowych zadań. W ogóle analizowanych jednostek odnotowano 1328 tekstów informacyjnych, stanowiących 73,4 proc. spośród 1808 badanych publikacji. Do rodzaju publicystycznego zakwalifikowano 480 materiałów, które obejmowały 26,6 proc. próby.



Rysunek 3.2.3.1. Liczba publikacji informacyjnych i publicystycznych w próbie badawczej

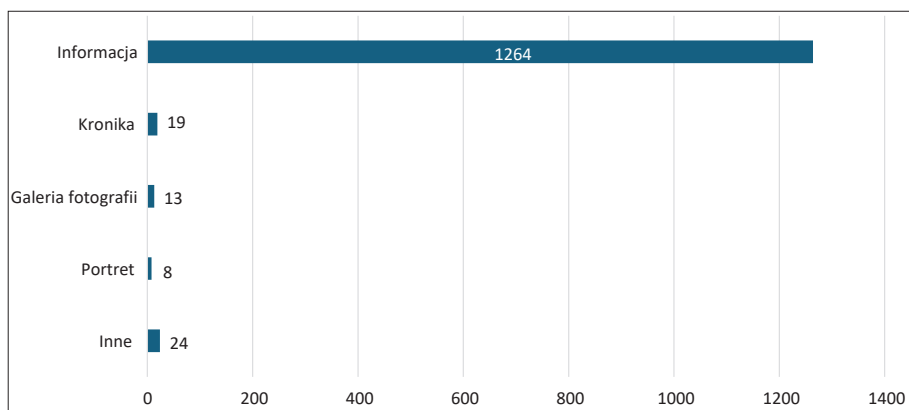
Źródło: obliczenia własne.

Warto dodać, że przewaga gatunków informacyjnych nad publicystyką była widoczna w 21 spośród 22 dzienników regionalnych. Najbardziej można było to zaobserwować w „Dzienniku Wschodnim” (89,9 proc. z 79 badanych tekstów), „Expresie Ilustrowanym” (89,4 proc. ze 113 badanych tekstów), „Super Nowościach” (83,9 proc. ze 137 tekstów). Istotną przewagę materiałów informacyjnych widać było również w „Kurierze Szczecińskim” (83,3 proc. w zbiorze 102 tekstów) i „Dzienniku Łódzkim” (83,3 proc. w grupie 78 publikacji tej gazety).

W jednym dzienniku gatunki publicystyczne przeważały nad informacyjnymi. Była to „Polska Metropolia Warszawska”, w której jednostki z dominantą publicystyczną stanowiły 81,4 proc. zbioru badanych tekstów, a informacyjne tylko 18,6 proc. Warto jednak dodać, że w tym tytule odnotowano najmniejszą liczbę tekstów, które były analizowane – 60 jednostek. Takie proporcje między publicystyką a informacją mogą świadczyć o innym kształtowaniu polityki redakcyjnej i zawartości tematycznej tej gazety.

W rodzaju informacyjnym wyróżniono cztery gatunki dziennikarskie. Ta część materiałów prasowych została zdominowana przez informację, najbardziej typowy gatunek dla dziennikarstwa informacyjnego. W całej grupie badanych jednostek odnotowano 1264 informacje, które stanowiły 69,9 proc. badanej próby. Gatunek ten, co rozumiałe, był obecny na łamach wszystkich dzienników, ale jego częstotliwość kształtowała się na różnym poziomie. Liczba informacji wahała się w przedziale od 10 do 106 tekstów. Zaliczano tu klasyczne informacje dotyczące bieżących wydarzeń, ale także obszerniejsze publikacje, które miały walor informacyjny. Liczbowo obecność tekstów informacyjnych dało się zauważyć szczególnie na łamach „Super Nowości” (106 wskazań, które stanowiły 77,4 proc. wszystkich badanych tekstów tego dziennika), a także „Expresu Ilustrowanego” (98 / 86,7 proc.). Liczbowo najmniej informacji odnotowano w „Polsce Metropolii Warszawskiej” – 11 wskazań. Jak już zaznaczono, w tym tytule stwierdzono najmniej tekstów zakwalifikowanych do całej próby badawczej – 60 wskazań. Informacje stanowiły 16,9 proc. wszystkich materiałów analizowanych w tym dzienniku.

Udział pozostałych gatunków informacyjnych był minimalny. Kronika pojawiła się 19 razy (1,1 proc. badanych jednostek), galerię fotografii odnotowano w 13 materiałach (0,7 proc. próby). Portret jako gatunek dziennikarski został wykorzystany 8 razy (0,4 proc. próby). W 24 tekstach gatunki informacyjne zastosowane w publikacjach zostały zakwalifikowane do kategorii ‘Inne’, stanowiło to 1,3 proc. badanych jednostek. Były to teksty, w których przeważała dominanta informacyjna, ale nie można ich było wprost przyporządkować do gatunków informacyjnych umieszczonych w kluczu kategoryzacyjnym.



Rysunek 3.2.3.2. Gatunki informacyjne w dziennikach regionalnych

Źródło: obliczenia własne.

W grupie tekstów o dominancie publicystycznej wyodrębniono 6 gatunków dziennikarskich. Najbardziej liczne (policzone razem) były komentarze i felietony. W badaniach odnotowano 126 takich tekstów, co stanowiło 7 proc. wszystkich badanych jednostek. Komentarze i felietony były drukowane w 20 dziennikach, ich częstotliwość na łamach wahała się w zakresie od 1 do 15 tekstów. Taka forma publicystyki była najbardziej widoczna w dziennikach regionalnych Małopolski. W „Dzienniku Polskim” odnotowano 15 tego rodzaju publikacji (16,7 proc. badanych tekstów tej gazety), a w „Gazecie Krakowskiej” 14 materiałów (16,5 proc.). Popularność omawianych gatunków publicystycznych była także widoczna w „Polsce Metropolii Warszawskiej” (12 / 20,0 proc.) oraz w „Nowej Trybunie Opolskiej” (10 / 13,7 proc.).

Na drugim miejscu pod względem liczby wskazań w tej części badań plasował się wywiad. Ten gatunek dziennikarski odnotowano 116 razy, co stanowiło 6,4 proc. całej próby. Wywiady wykorzystywano we wszystkich badanych tytułach regionalnych. Najbardziej widoczne były w „Polsce Metropolii Warszawskiej” (14 wskazań / 23,7 proc. analizowanych materiałów w tym tytule). W pozostałych dziennikach ich liczba wahała się od 1 do 9.

Pozostałe gatunki dziennikarskie kwalifikowane do rodzaju publicystycznego miały mniejsze znaczenie. Reportaż został odnotowany w 64 materiałach, które stanowiły 3,5 proc. wszystkich badanych jednostek. Ten rodzaj tekstów dziennikarskich był wykorzystywany w 20 dziennikach. Liczba publikacji w poszczególnych tytułach nie była wysoka – wahała się od 1 do 8 wskazań (w 5 dziennikach odnotowano tylko po 1 tekście).

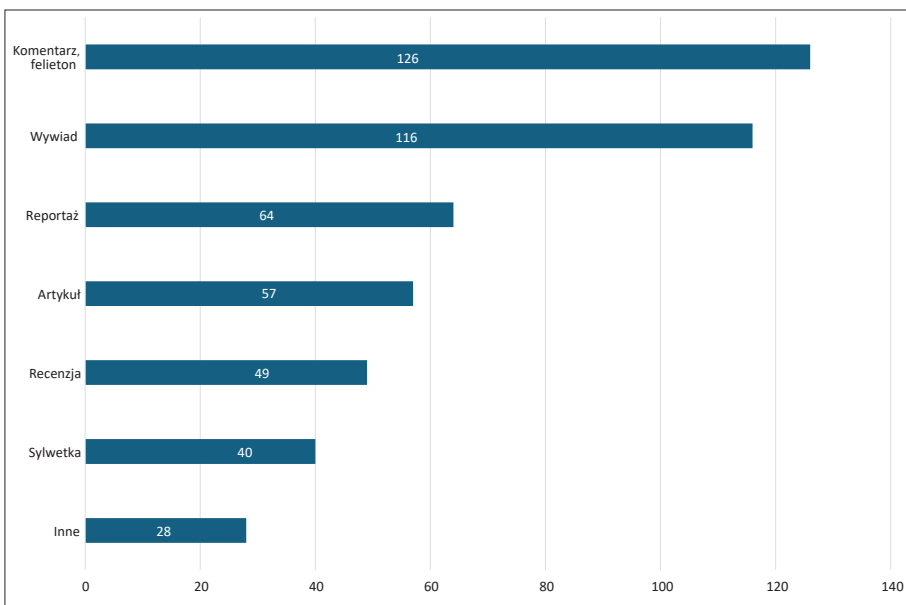
Nieco mniejsze znaczenie w publicystyce odgrywał artykuł. Odnotowano go w 57 jednostkach badawczych, co stanowiło 3,2 proc. próby badawczej. Ta forma dziennikarskiej wypowiedzi została wyodrębniona w 19

dziennikach, ale z niewielką częstotliwością. Najwięcej artykułów pojawiło się w „Polsce Metropolii Warszawskiej” – 8 wskazań, które wyniosły 13,6 proc. tekstów tej gazety.

W grupie gatunków publicystycznych odnotowano także recenzję. W badanych gazetach ukazało się 49 takich publikacji, czyli 2,7 proc. wszystkich jednostek. Należy zaznaczyć, że na łamach prasy regionalnej znajdowały się recenzje realizujące różne funkcje. Były takie, w których w objaśniający sposób oceniano różnego rodzaju dzieła autorskie, jak również pełniące głównie rolę informacyjną – dotyczyły one ukazania się nowego dzieła, zawierały informację o jego autorze. Recenzje zostały opublikowane na łamach 19 dzienników, ich liczba w poszczególnych tytułach nie była wysoka, wynosiła od 1 do 6 tekstów.

Ostatnim gatunkiem była sylwetka. W badanych dziennikach odnotowano 40 takich tekstów (2,2 proc. próby). Sylwetki opublikowano w 21 dziennikach regionalnych, ale ich liczba w poszczególnych tytułach była niska (od 1 do 4 wskazań).

W grupie tekstów o dominancie publicystycznej pojawiło się także 28 tekstów zakwalifikowanych do kategorii ‘Inne’. Stanowiły one 1,5 proc. wszystkich badanych jednostek.



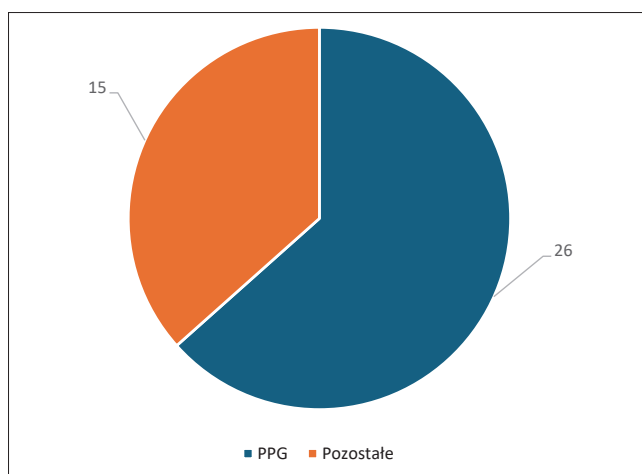
Rysunek 3.2.3.3. Gatunki publicystyczne w dziennikach regionalnych

Źródło. obliczenia własne.

W próbie badawczej zabrakło dwóch gatunków publicystycznych, jakie zostały założone w kluczu kategoryzacyjnym – sondy oraz dyskusji.

3.2.4. Interwencje

Publikacje o charakterze interwencyjnym odnotowano w 16 z 22 badanych dzienników regionalnych. Materiałów z tej kategorii nie stwierdzono w 6 dziennikach należących do PPG. Liczba publikacji interwencyjnych w poszczególnych dziennikach nie była duża. Łącznie wskazano 41 takich materiałów, co stanowi 2,1 proc. całej próby liczącej 1808 materiałów dziennikarskich. Tak niewielka liczba tekstów zakwalifikowanych jako interwencje dziennikarskie może dać podstawę do wniosku o zmieniającym się znaczeniu tej formy pracy dziennikarzy prasy regionalnej. Dla przykładu, w 2005 r. w numerach z jednego miesiąca dwóch dzienników regionalnych w województwie podkarpackim („Nowinach” i „Super Nowościach”) odnotowano łącznie 31 publikacji, które oceniono jako dziennikarstwo interwencyjne (Kuca, 2006, s. 191).



Rysunek 3.2.4.1. Liczba interwencji w analizowanych dziennikach

Źródło: obliczenia własne.

Materiały interwencyjne były analizowane z uwzględnieniem trzech kryteriów: źródła tekstu, kontynuacji tematu i oczekiwań dotyczących reakcji na opisywane zagadnienie.

W kategorii źródeł tekstów dominowały interwencje przygotowane na podstawie zgłoszeń czytelników (29 wskazań). W dużej części były one poświęcone sprawom o znaczeniu lokalnym, ale istotnym dla czytelników poszczególnych tytułów. W tej grupie materiałów interwencyjnych podejmowano tematy dotyczące m.in. dróg w Lublinie, które wymagają remontu (AGDY, 2023, s. 1); zmiany operatora przesyłek przez Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Lublinie, co spowodowało, że jego podopieczni musieli odbierać listy tylko w jednym punkcie miasta (ASK, 2023, s. 4); kłopotów lokatorów z powtarzający-

mi się usterkami w mieszkaniu we Wrocławiu (Rajfur, 2023, s. 1); problemów z planowaniem kursów autobusowych w jednej z gmin w pobliżu Białegostoku, co komplikowało życie mieszkańców (Wróblewski, 2023, s. 4).

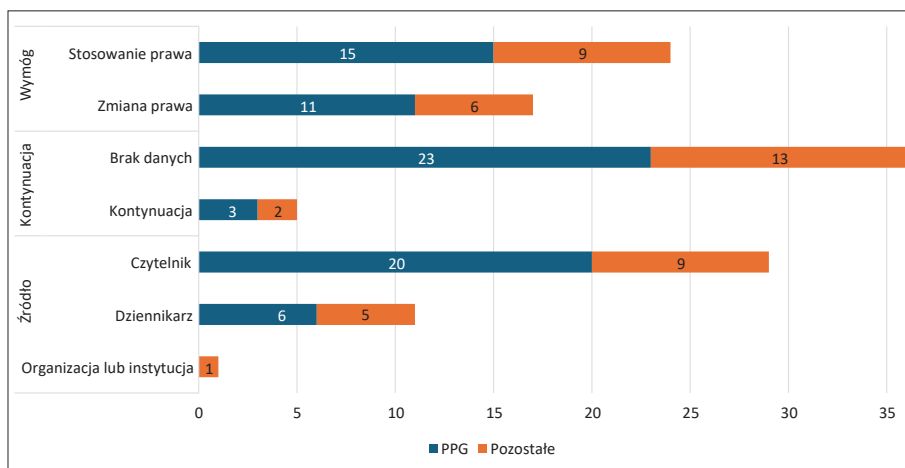
W 11 tekstach materiał interwencyjny powstał z inicjatywy samych dziennikarzy. Publikacje w tej kategorii dotyczyły m.in. takich kwestii, jak wolność słowa i traktowanie mediów przez przedstawicieli samorządów lokalnych (Załuski, 2023b, s. 16), konieczność naprawy jednej z ulic w Łodzi, co było istotne z punktu widzenia kierowców (R, 2023, s. 2), zwrócenie uwagi na konieczność usuwania napisów malowanych na budynkach w tym mieście (MR, 2023, s. 3), a także brak porządku wokół inwestycji budowlanej w jednej z części Szczecina (Żuk, 2023, s. 3). Tylko w jednej publikacji zakwalifikowanej do kategorii interwencji źródłem tematu była organizacja. Członkowie stowarzyszenia ekologicznego alarmowali w sprawie przepisów ułatwiających wycinkę drzew na prywatnych posesjach, co oceniali negatywnie w dobie kryzysu klimatycznego (Newseria, 2023, s. 11).

W zdecydowanej większości tekstów interwencyjnych nie odnotowano danych związanych z kontynuacją tematu (36 wskazań). Można założyć, że były to pojedyncze publikacje dotyczące podejmowanych na łamach problemów. Tematy z 5 publikacji miały swoją kontynuację. Były to materiały o różnym ciężarze gatunkowym. Dotyczyły m.in. okoliczności śmierci młodej mieszkanki Dębicy (województwo podkarpackie), która była pacjentką Szpitalnego Oddziału Ratunkowego ZOZ w Dębicy (Mękarska, 2023, s. 5). Na podstawie publikacji o tej sprawie w należącym do wydawcy „Nowin” portalu www.nowiny24.pl Rzecznik Praw Pacjenta wszczął postępowanie wyjaśniające. Interwencje w tej kategorii dotyczyły także remontu elewacji na budynku przedszkola w Szczecinie, co było oczekiwane przez rodziców i miało wpływ na bezpieczeństwo dzieci (ToT, 2023, s. 16), jak również objęły cykl odnoszący się do zagospodarowania pustostanów w Olsztynie (Grosz, 2023, s. 3).

Materiały interwencyjne były również analizowane pod kątem oczekiwań dotyczących podejmowanych kwestii – czy w publikacji zwracano uwagę na stosowanie przepisów prawa czy też oczekiwano jego zmiany. Obydwie kategorie potraktowano szeroko. Jeśli w materiale pojawiło się oczekiwanie nowych rozwiązań, kwalifikowano go jako postulat zmiany prawa, jeśli w publikacji postulowano poprawę aktualnych rozwiązań, uważano to za oczekiwanie stosowania prawa. Przy tak określonej kategoryzacji przewagę miały teksty interwencyjne, w których zwracano uwagę na potrzebę stosowania prawa (24 wskazania). Kwestie dotyczące zmiany prawa odnotowano w 17 publikacjach.

W materiałach zakwalifikowanych jako stosowanie prawa podejmowano różny zakres tematów. Były to doraźne remonty dróg (R, 2023, s. 3), problemy rolnika, który nie mógł sprzedać swojej ziemi po uzgodnionej z kupcem cenie, ponieważ Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa skorzystał z prawa

pierwokupu (Moysiewicz, 2023, s. 5), a także kłopoty klientów sieci komórkowych skarżących się, że do odbiorców nie docierają wysyłane przez nich SMS-y (Domka, 2023, s. 4). Teksty, w których odnotowano oczekiwanie zmiany prawa, dotyczyły m.in. niezadowolenia mieszkańców z jakości prac remontowych na jednej z ulic w Kielcach (Kowalczyk A., 2023, s. 6), wprowadzenia opłat za parking zlokalizowany przy lodowisku w Poznaniu, co spotkało się z niezadowolaniem klientów lodowiska (AS, 2023, s. 3), jak również wykluczenia komunikacyjnego części mieszkańców województwa opolskiego (Majnusz, 2023, s. 1–2).



Rysunek 3.2.4.2. Liczba publikacji w trzech grupach interwencji (wymóg, kontynuacja, źródło). Każda grupa przedstawia ogół interwencji

Źródło: obliczenia własne.

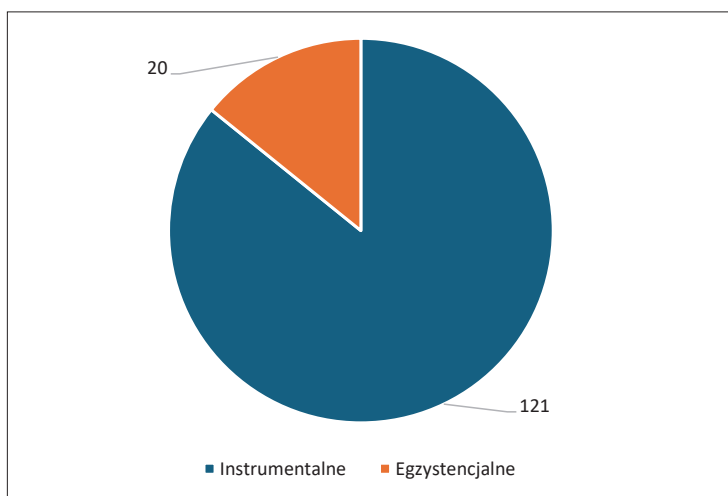
Łączna liczba interwencji dziennikarskich w 18 badanych gazetach regionalnych PPG była niewiele wyższa niż w 4 dziennikach drukowanych poza tą grupą (26 interwencji w gazetach PPG i 15 w pozostałych tytułach). Analizując wyniki w kategoriach procentowych, warto zauważyć, że dzienniki spoza PPG stanowiły 18,2 proc. próby, a zamieściły 36,6 proc. interwencji.

W trzech dziennikach odnotowano stałą rubrykę, która miała cechy interwencyjne. Był to „Kurier Szczeciński”, w którym drukowano rubrykę „Od Czytelników”, „Gazeta Lubuska” z „Forum Czytelników”, a także „Gazeta Pomorska” z pozycją „Gazeta Słucham”. Wszystkie rubryki zostały oparte na podobnej koncepcji. Publikowano w nich krótkie opinie i zgłoszenia czytelników, w tym zwracające uwagę na potrzebę poprawy konkretnych sytuacji lub rozwiązanie lokalnych problemów. Dotyczyły one np. braku lodowiska w Zielonej Górze, co powodowało, że dzieci w czasie ferii nie mogły korzystać z tej formy wypoczynku, czy konieczności remontu ulic w tym mieście

(Forum Czytelników, 2023, s. 2). Na łamach „Gazety Pomorskiej” czytelniczka zwracała uwagę służbom miejskim w Bydgoszczy na oblodzone chodniki, które były niebezpieczne dla przechodniów (Gazeta Słucham, 2023, s. 2).

3.2.5. Porady

Publikacje zawierające porady zostały zidentyfikowane w każdym z analizowanych dzienników, było ich od 1 do 18 w pojedynczym numerze dziennika. Łącznie w próbie badawczej znalazło się 141 porad, co oznacza, że na jeden numer badanego dziennika przypadało średnio 2,1 porady. Udział porad instrumentalnych w ich ogólnej liczbie wyniósł 86 proc.; przedstawia to rysunek 3.2.5.1.



Rysunek 3.2.5.1. Liczba porad instrumentalnych i egzystencjalnych

Źródło: obliczenia własne.

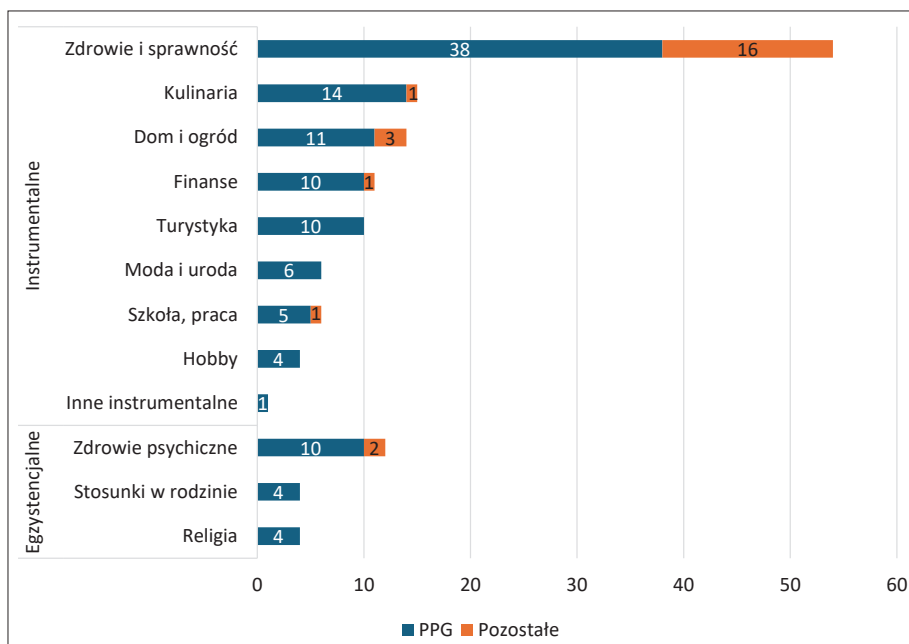
Tematy porad obrazuje rysunek 3.2.5.2. Najliczniejsze okazały się porady w kategorii ‘Zdrowie i sprawność fizyczna’. Było ich blisko czterokrotnie więcej niż następnych pod względem liczebności przepisów kulinarnych. W dziennikach PPG niektóre z porad zdrowotnych powtarzały się kilkakrotnie, co zaznaczono w spisie analizowanych publikacji umieszczonym po bibliografii. Trzy razy zostały wymienione zioła i herbatki najlepsze na odchudzanie (Siesicka-Osiak, 2023b, s. 23), po dwa razy omawiano zdrowotne walory jarmużu (Siemaszko, 2023, s. 15) oraz powody, dla których ludzie nie wytrzymują na diecie (Rokicka-Żuk, 2023b, s. 16). Pojedyncze porady dotyczyły zalecanej diety, poddawania się badaniom i leczenia różnych chorób.

Wśród 15 przepisów kulinarnych trzykrotnie powtórzyły się dwie porady: jak przyrządzić owsiankę (Pelen zdrowia posiłek na początek dnia, 2023,

s. 14) i jak szybko przygotować jednodaniowy posiłek (W jednym garnku, 2023, s. 10). Ponadto zwracały uwagę sposoby pieczenia słodkiej chałki oraz sporządzania nalewki na dolegliwości trawienne.

Niewiele mniej liczne okazały się porady dotyczące prowadzenia domu i troski o ogród. Trzykrotnie pisano o właściwym przechowywaniu mrożonek (Rokicka-Żuk, 2023a, s. 12) oraz hodowaniu nowalijek (Zimowe nowalijki, które wyhodujesz sam, 2023, s. 14), dwukrotnie o pakowaniu żywności (W co pakować żywność, 2023, s. 13).

Jedenaście porad finansowych dotyczyło zbliżającego się terminu oraz sposobów rozliczania podatków. Było też dziesięć porad turystycznych wskazujących na miejsca zasługujące na odwiedzenie. Po dwa razy zostały wymienione: miejsca na zaręczyny (Seklecka, 2023, s. 13), sanktuaria (Najpiękniejsze sanktuaria w Polsce, 2023, s. 15), najpiękniejsze ulice polskich miast (Zapierające dech w piersiach ulice polskich miast, 2023, s. 16), filmowe walory Podkarpacia (Hoff, 2023, s. 19), lodowy labirynt (Największy lodowy labirynt na świecie, 2023, s. 18).



Rysunek 3.2.5.2. Liczba i tematy porad

Źródło: obliczenia własne.

Sześć porad wiązało się z modą i dbaniem o urodę. Były wśród nich sekrety depilacji laserowej, modne kolory i wzory na nadchodzącą wiosnę, uwagi o stylu retro oraz o strojach dla osób o większych rozmiarach; te ostatnie zostały powtórzone dwukrotnie (Dębek, 2023, s. 12).

Porady dotyczące nauki i pracy zawodowej nie wyróżniały się liczebnością, było ich wszystkiego sześć. Trzykrotnie powtórzono rady dotyczące kreatywności (Siesicka-Osiak, 2023a, s. 12). Pozostałe rady były dość specyficzne: jak zostać kierowcą autobusu i ile można w tym zawodzie zarobić; jakie są sposoby kelnerów na uzyskanie wyższego napiwku; jakie są prawa pracownika w sytuacji, gdy pracodawca zechce sprawdzić jego trzeźwość.

Porady dla hobbystów ograniczyły się do wędkowania. W trzech dziennikach PPG znalazła się rada dotycząca opłat dla wędkarzy (Takie będą opłaty i zasady dla wędkarzy w 2023 r., 2023, s. 8); raz napisano o tym, jak wybierać sprzęt wędkarski i łowisko.

Jedyna porada instrumentalna zakwalifikowana w kategorii 'Inne' zawierała wyliczenie przypadków, w których należy dzwonić na numer 112 (Numer alarmowy 112 ratuje życie, 2023, s. 10).

Zabrakło obecnych w kluczu kategoryzacyjnym porad z dziedziny motoryzacji, co wiązało się zapewne z porą roku. W lutym było za wcześnie na zmianę opon czy na inne przygotowania do sezonu letniego.

Porady egzystencjalne były zdecydowanie mniej liczne niż instrumentalne. Przeważały wśród nich porady dotyczące zdrowia psychicznego, a mówiąc dokładniej – kwestie pokonywania nieśmiałości (Bartosiewicz, 2023, s. 7) oraz kształtowania postaw asertywnych (Kowalska, 2023a, s. 13).

Cztery porady dotyczyły życia rodzinnego. Dwukrotnie pojawiła się rada, jak zadbać o dobry nastrój w związku (Kowalska, 2023b, s. 11). Ponadto: co podarować ukochanej osobie na walentynki i jak radzić sobie ze stresem, aby nie odbijało się to na stosunkach w rodzinie.

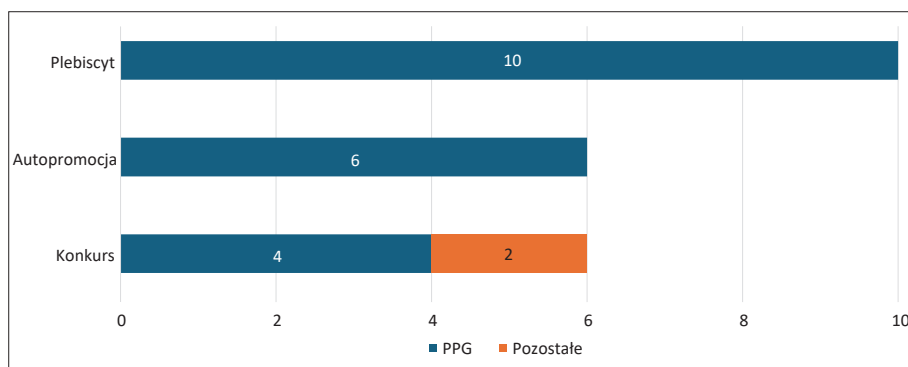
Cztery porady religijne wiązały się z okresem wielkiego postu. Znalazło się wśród nich objaśnienie znaczenia środy popielcowej; rada, by traktować post jako sposób na zachowanie równowagi fizycznej i psychicznej; omawiano też kwestie wymogów i postanowień wielkopostnych.

Z rysunku 3.2.5.2. wynika, że w zakresie porad nie było znaczących różnic między dziennikami PPG a pozostałymi. Dzienniki spoza PPG stanowiły 18,2 proc. ogólnej liczby badanych tytułów, a ich udział w publikacjach zawierających porady był zbliżony i wyniósł 17 proc.

3.2.6. Marketing wydawniczy

W próbie badawczej działania w zakresie marketingu wydawniczego znalazły się w 22 publikacjach 12 dzienników. Było to około 1 proc. ogółu 1808 badanych publikacji. Redakcje, które podjęły działalność marketingową, stanowiły nieznaczną większość, czyli 54,5 proc. ogólnej liczby badanych tytułów. W każdym z nich ukazało się od 1 do 4 publikacji marketingowych, co daje średnio 1,8 publikacji w dzienniku. Jeśli przeliczyć to na wszystkie 22 badane tytuły, otrzymujemy średnio około 1 publikacji marketingowej w dzienniku.

Techniki podejmowanych działań marketingowych pokazuje rysunek 3.2.6. Najliczniejsze okazały się plebiscyty, pozwalające angażować największą liczbę czytelników. Najpopularniejszy z nich nosił tytuł „Taka ona i on”. To był walentynkowy plebiscyt na najsympatyczniejszą parę, rozgrywany w dwóch kategoriach: związek trwający do siedmiu lat i związek trwający dłużej. Dzienniki publikowały zdjęcia par, a czytelnicy głosowali na parę najbardziej sympatyczną. Zwycięzcy plebiscytu w miastach i powiatach trafiali na pierwsze strony gazet i otrzymywali wartościowe nagrody. W próbie badawczej znalazło się pięć redakcji PPG prowadzących ten plebiscyt (Taka ona i on, 2023, s. 10). Wszystkie z nich w zakończeniu informacji o przebiegu plebiscytu umieściły zapowiedź kolejnego plebiscytu pod nazwą „Mistrzowie ślubów i wesel”. Kandydatów miały zgłaszać osoby, które korzystały z usług firm oferujących organizowanie wesel.



Rysunek 3.2.6. Liczba i rodzaje publikacji marketingowych

Źródło: obliczenia własne.

Dwie redakcje PPG obecne w próbie badawczej prowadziły „Plebiscyt edukacyjny”, mający na celu wyróżnienie charyzmatycznych i kreatywnych nauczycieli przedszkoli, szkół, uczelni i placówek edukacyjnych. Na zdjęciu przedstawiającym laureatów plebiscytu jednego z dzienników widać 10 osób, w tym 8 kobiet. Żadna z tych osób nie została podpisana i pozostaje domyślać się, że zwycięzców plebiscytu przedstawiono w innej publikacji (Krawczyk, 2023, s. 12). W drugim dzienniku na fotografiach widać kilkadziesiąt wyróżnionych osób, lecz czytelnicy także nie mogli poznać ich nazwisk, opublikowanych zapewne w innym miejscu. Podpisano tylko osoby wręczające dyplomy: wiceminister edukacji, kurator oświaty, redaktor naczelny dziennika (Sawczenko, 2023, s. 27).

Dzienniki regionalne PPG prowadziły też plebiscyt na „Sportowca i trenera roku”. W próbie badawczej znalazło się po jednej publikacji trzech dzienników na temat tego plebiscytu. Były to przedsięwzięcia sponsorowane przez spółki kontrolowane przez skarb państwa. O tym związku redakcje in-

formowały oszczędnie i tylko widoczne na fotografii logo Orlenu wskazywało na sponsora akcji (Plebiscyt Sportowy 2022, 2023, s. 12; Mateusz Bieniek Sportowcem Roku 2022, 2023, s. 1). Trzecia publikacja była krótką relacją z finalizującej plebiscyt gali mistrzów sportu (Fołtyniewicz, 2023, s. 2).

Kolejne pod względem liczebności były publikacje autopromocyjne. Okrągłe rocznice ukazywania się „Głosu Wielkopolskiego” (Okoński, 2023, s. 2; Wybranowski, 2023, s. 2) i „Gazety Wrocławskiej” (Gajdamowicz, 2023, s. 19) dały okazję do kilku okolicznościowych komentarzy i reprodukcji stron tytułowych pierwszych numerów. Innym przykładem autopromocyjnego tekstu była informacja dotycząca rankingu Instytutu Monitorowania Mediów, który uznał dziennik „Polska Metropolia Warszawska” za najczęściej cytowane medium regionalne w roku 2022, o czym redakcja doniosła z satysfakcją (Nasza gazeta opiniotwórczym liderem mediów regionalnych, 2023, s. 2). Grupa przedszkolna odwiedziła redakcję „Kuriera Porannego”, co potwierdziła stosowna fotografia (Przedszkolaki w naszej redakcji, 2023, s. 3).

Równie liczne jak autopromocje były konkursy. „Gazeta Olsztyńska” dwukrotnie anonsowała konkurs dla czytelników, polegający na wykonaniu zdjęcia miejsca zamieszkania lub miejsca odwiedzonego; autorzy zdjęć zakwalifikowanych przez redakcję do druku mieli być nagradzani półrocznym dostępem do elektronicznego wydania dziennika (Prenumerata za zdjęcie, 2023, s. 3).

Dwa pozostałe doroczne konkursy to rozgrywany w kilku kategoriach „Menedżer roku” (Dłubakowski, 2023, s. 10) oraz „Liderzy regionu” (Lonczał, 2023, s. 11). Na pograniczu marketingu wydawniczego oraz działań CSR (*Corporate Social Responsibility*) firmy Energa należy umieścić współudział redakcji „Gazety Współczesnej” oraz „Polski Metropolii Warszawskiej” w konkursie „Święta z dobrą energią”. Energa, stanowiąca część kontrolowanego przez państwo koncernu Orlen, przeznaczyła 200 tys. zł na granty przyznawane w całym kraju dla projektów, które wspierają seniorów i pozwalają im lepiej gospodarować energią elektryczną. W „Gazecie Współczesnej” wśród nagrodzonych znalazł się Urząd Miejski w Sokółce, którego projekt obejmował m.in. „wyłączenie oświetlenia w mniejszych miejscowościach tej gminy” (Zwycięskie projekty dobroczynne, 2023, s. 26).

W działaniach z zakresu marketingu wydawniczego zabrakło założonego w kluczu kategoryzacyjnym patronowania inicjatywom. Nie było też akcji charytatywnych inicjowanych lub prowadzonych przez redakcję.

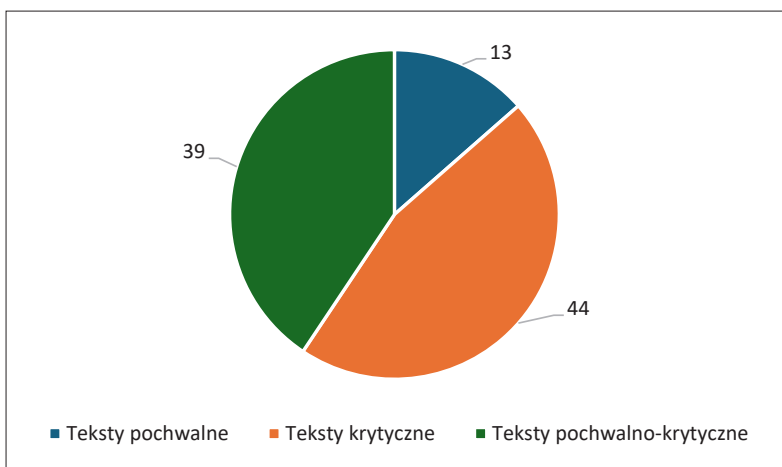
Dzienniki spoza PPG stanowiły 18,2 proc. ogólnej liczby badanych tytułów, lecz ich udział w publikacjach o działaniach marketingowych wyniósł tylko 9 proc. W tej dziedzinie okazały się zatem wyraźnie mniej aktywne, co zapewne należy wyjaśnić przyczynami natury finansowej. Konkurs organizowany przez „Gazetę Olsztyńską”, jako jedyny dziennik spoza PPG, nie wymagał od wydawcy żadnych nakładów finansowych, a przy tym prowadził

do zwiększenia sprzedaży wydań elektronicznych, co poprawiało pozycję redakcji w rankingach sprzedaży. Natomiast dzienniki PPG miały łatwiejszy dostęp do swego wydawcy – Orlenu i do innych spółek skarbu państwa jako sponsorów redakcyjnych przedsięwzięć.

3.2.7. Stronniczość polityczna

Za właściwe dla analizy stronniczości politycznej należy uznać gatunki publicystyczne, w których autorzy wyraźnie wskazują swoje preferencje. Są to zwłaszcza artykuły, komentarze, wywiady, recenzje i felietony. Natomiast gatunki informacyjne, których autorzy z założenia powinni bezstronnie monitorować przebieg wydarzeń, pozostają mniej odpowiednie do analizowania stronniczości, gdyż kryteria doboru materiałów do analizy stają się w takich sytuacjach płynne. Z tego powodu informowanie o rutynowych działaniach władz, takich jak np. przyznawanie dotacji i świadczeń lub decydowanie o inwestycjach, co niewątpliwie pokazuje władze w dobrym świetle, nie zostało potraktowane jako działanie stronnicze.

Analiza stronniczości politycznej została w zasadzie ograniczona do gatunków publicystycznych, lecz z nielicznymi wyjątkami. Stanowiły je teksty, które zawierały komentarz ukryty w formie informacji. Na przykład autor informacji donosił, że marszałek województwa odwołał konkurs na zwalnijące się stanowisko dyrektora wojewódzkiej biblioteki publicznej i zamierzał wystąpić do ministra o zgodę na powołanie nowego dyrektora bez konkursu, na co pozwalało prawo. Działając w podobny sposób, marszałek wymienił już trzech dyrektorów wojewódzkich instytucji kultury. Ta informacja jednoznacznie wskazywała, że marszałek ograniczał stosowanie demokratycznych procedur (Maciuszczak, 2023, s. 5).



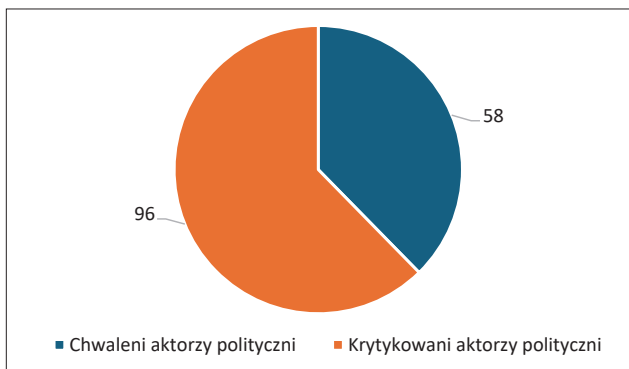
Rysunek 3.2.7.1. Liczba publikacji stronniczych

Źródło: obliczenia własne.

Do analizy stronniczości politycznej zakwalifikowano 96 publikacji pochodzących z 20 dzienników regionalnych, co daje średnią 1,6 tekstu stronnicego w jednym numerze. Udział tekstów stronnicego w próbie badawczej liczącej 1808 publikacji wyniósł niewiele ponad 5 proc. Materiałów stronnicego nie wskazano tylko w dwóch dziennikach, już wcześniej wyróżnionych ze względu na ich bardziej popularny charakter: „Express Ilustrowany” z PPG i „Kurier Szczeciński” z pozostałych. Te dwa dzienniki najwyraźniej zadbały o to, aby nie dzielić swoich czytelników pod względem politycznym.

Wśród publikacji stronnicego zdecydowaną mniejszość stanowiły teksty zawierające tylko pochwały, co widać na rysunku 3.2.7.1. Na pozostałe dwie duże grupy złożyły się teksty krytyczne oraz takie, w których pochwała aktorów jednej części sceny politycznej łączyła się z krytyką aktorów drugiej części sceny.

Na przewagę krytyki wskazuje także rysunek 3.2.7.2. W analizie stronniczości przyjęto, że pojedyncza publikacja mogła dotyczyć kilku aktorów politycznych. Tak było w rzeczywistości, gdyż liczba 154 wspomnianych aktorów politycznych okazała się wyższa od liczby 96 tekstów stronnicego. Średnia wyniosła 1,6 aktora na tekst. Udział aktorów krytykowanych wyniósł 62 proc.



Rysunek 3.2.7.2. Liczba aktorów politycznych w publikacjach stronnicego

Źródło: obliczenia własne.

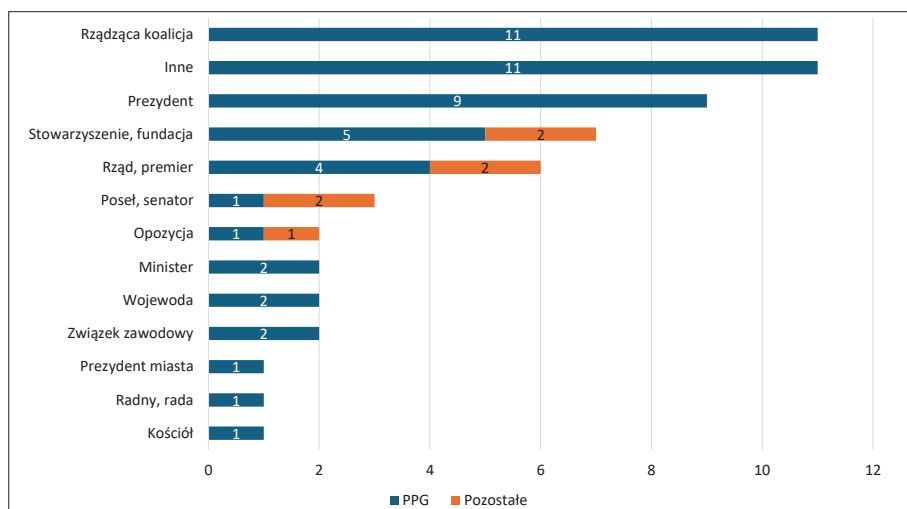
a. Chwaleni aktorzy polityczni

Kim byli chwaleni, a kim krytykowani? – na to wskazują dwa kolejne wykresy. Rysunek 3.2.7.3. dotyczy chwalonych podmiotów polityki.

Najliczniejsza grupa chwalonych składała się z rządzącej koalicji, prezydenta oraz premiera i rządu – łącznie wymienianych 26 razy. Skrótową charakterystykę tych pochwał zawierał tytuł wywiadu z posłanką PiS: „Naprawiamy to, co zniszczyły liberalne rządy” (Stachowiak-Różecka, 2023, s. 25). 24 publikacje ukazały się w dziennikach PPG, a 2 – w „Gazecie Olsztyńskiej”. Było to wsparcie dla polityki rządu w kwestii lasów (Chróściewski, 2023, s. 8) oraz dla rozbudowy portu w Elblągu (Traks, 2023, s. 15).

Drugą pod względem liczebności grupę chwalonych tworzyła kategoria ‘Inne’. Znalazły się w niej Telewizja Polska (4 razy), Orlen (3), Lasy Państwowe (2), Poczta Polska oraz – będący wyjątkiem w tej grupie – Adam Michnik, z którym zgodził się autor komentarza. Komentarz dotyczył sytuacji sprzed kilkadziesiątu lat, kiedy biskup miał ograniczone możliwości ukarania księdza pedofila (Borkowicz, 2023, s. 2). Wszystkie te pochwały opublikowano w dziennikach PPG.

Stowarzyszenia i fundacje były chwalone 7 razy, z tego 5 razy w dziennikach PPG. Dwukrotnie odbyło się to mimochodem, przy okazji referowania treści burzliwego wystąpienia ministra edukacji w Sejmie. W odpowiedzi na zarzuty, określone przez opozycję jako „Willa Plus”, minister bronił swej decyzji o przyznaniu wysokich dotacji dla organizacji pozarządowych, które „wykonują znakomitą pracę edukacyjną” (Puzyr, 2023, s. 6). Argumenty ministra edukacji zostały wsparte przez wiceprezesa jednej z obdarowanych fundacji, działającej na rzecz osób niepełnosprawnych. Z tego wywiadu wynikało, że dotację w wysokości 4,5 mln zł otrzymała fundacja istniejąca zaledwie ponad rok (Piesiecki, 2023, s. 10). O wspieraniu organizacji trzeciego sektora mówił w wywiadzie dyrektor Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Wspierania Społeczeństwa Obywatelskiego (Kaczmarczyk, 2023, s. P3), na publicystyczne wsparcie zasłużyło też Stowarzyszenie Rodzin Żołnierzy Niezłomnych Podkarpacia (Maruszak, 2023, s. 24). W dziennikach spoza PPG życzliwie napisano o działaniach lobbingsowych na rzecz ochrony lasów, jakie prowadziła w Sejmie Fundacja Ekorozwoju i Ogólnopolski Ruch Przyjaciół Drzew (Newseria, 2023, s. 11) oraz o działalności Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy (Kamińska, 2023d, s. 2).



Rysunek 3.2.7.3. Liczba chwalonych aktorów politycznych

Źródło: obliczenia własne.

Trzykrotnie zostały pochwalone działania konkretnych parlamentarzystów. W przypadku dziennika PPG chodziło o obronę browaru, który Grupa Żywiec postanowiła zamknąć, czemu przeciwstawiał się senator PiS (Tatara, 2023a, s. 4). W dzienniku spoza PPG pochwalono posłanki PO, które wykazały, że niedawna zmiana prawa pozwoliła ministrowi edukacji na hojne wspieranie publicznymi środkami stowarzyszeń i fundacji powiązanych z władzą (Kamińska, 2023a, s. 6); pochwalono też posłów PO, którzy wykryli poważne nadużycia w przyznawaniu dotacji przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (TVN24, 2023, s. 7).

Dwukrotnie na życliwe wsparcie zasłużyła opozycja. Raz w sprawie projektu ustanowienia renty wdowiej (Gryglas, 2023, s. 3), po raz drugi w sprawie sprzeciwu wobec podniesienia cen gazu dla mieszkańców (Andres, 2023, s. 7).

Dwie pochwały dotyczyły ministra edukacji i jego wystąpienia w Sejmie (Puzyr, 2023, s. 6). Spośród wojewodów na dwie pochwały zasłużył tylko wojewoda podkarpacki: za kolejny krok w sporze o pomnik wdzięczności Armii Radzieckiej (Samolewicz, 2023, s. 10) oraz za wsparcie obrony browaru w Leżajsku (Tatara, 2023b, s. 3).

Wsparcie dla działań związków zawodowych dotyczyło dwóch wspomnianych publikacji: o rencie wdowiej (Gryglas, 2023, s. 3) oraz o ochronie browaru (Tatara, 2023b, s. 3).

Tylko jednej pochwały doczekał się prezydent miasta za działania na rzecz zwiększenia liczby miejsc w szkołach średnich (Welnic, 2023, s. 1), podobnie radni z klubu PiS za zgłoszenie interpelacji dotyczącej gospodarki odpadami (Wolniak, 2023, s. 2) oraz Kościół za dawne działania arcybiskupa (Borkowicz, 2023, s. 2).

Pochwał zabrakło dla Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego i posłów do tego parlamentu. Nie było także pochwał dla Sejmu i Senatu traktowanych jako instytucje, dla marszałków województw i kierowanych przez nich urzędów, podobnie dla starostów, burmistrzów, wójtów i sołtysów.

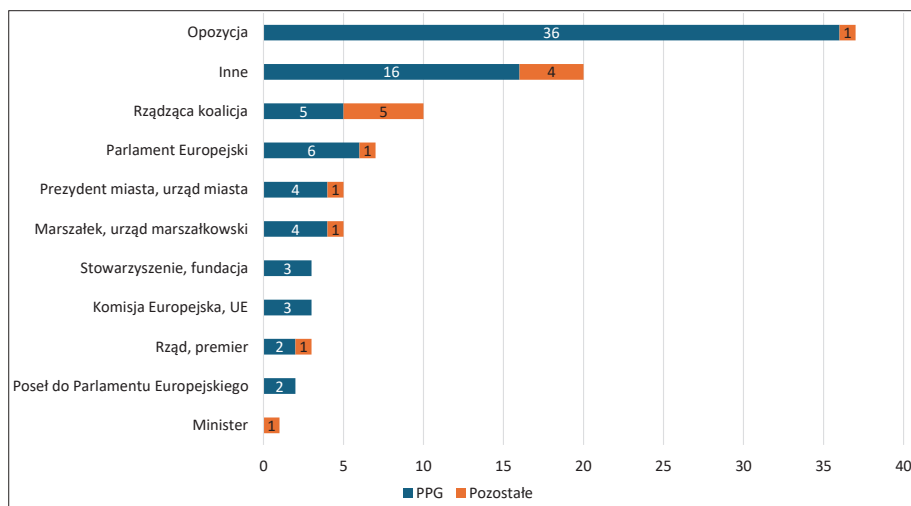
b. Krytykowany aktorzy polityczni

Krytykowanych aktorów politycznych było wyraźnie więcej niż aktorów chwalonych, zbliżona proporcja wyniosła 3 : 2. Szczegóły pokazuje rysunek 3.2.7.4.

Najczęściej krytykowana była ówczesne opozycja, niemal za wszystko, a przede wszystkim za to, iż działała jako opozycja, kwestionując decyzje rządu. Komentarz zawierający taki zarzut został powtórzony ośmiokrotnie (Kania, 2023a, s. 20). Ponadto w opozycji miał panować zamęt (Kania, 2023b, s. 12), a opozycyjni politycy mieli nie rozumieć sytuacji międzynarodowej (Pokora, 2023, s. 12). Krytykę opozycji publikowały wszystkie dzienniki PPG, z wyjątkiem „Expressu Ilustrowanego”, oraz tylko jeden dziennik z gru-

py pozostałych, a mianowicie „Super Nowości”. Ten ostatni zarzucił opozycji, że nie potrafiła wystawić wspólnej listy w wyborach parlamentarnych (Cyran, 2023, s. 10).

Obszerna i zróżnicowana była kategoria ‘Inne’. W dziennikach PPG trzykrotnie krytykowano Grupę Żywiec za zamierzone zamknięcie browaru w Leżajsku (Rogowski, 2023, s. 2; Tatar, 2023a, s. 4; Tatar, 2023b, s. 3). Dwukrotnie podlegał krytyce program EuroNews dotyczący niskiej liczby urodzeń w Polsce mimo restrykcyjnego prawa aborcyjnego (Mamoń, 2023, s. 2). Ponadto wskazano na przykład niegospodarności w Wodociągach Białostockich (Maleta, 2023, s. 1), władzom samorządowym zarzucono brak troski o rozwój miasta i regionu (Chrzanowski, 2023a, s. 6), a dziennikarce „Gazety Wyborczej” – kierowanie wątpliwych pretensji wobec Karola Wojtyły jako arcybiskupa krakowskiego (Borkowicz, 2023, s. 2). Pięciokrotnie w recenzji książki znalazło się sformułowanie, iż konserwatyzmowi zagraża „rozpuszczenie się w liberalnym mętniactwie”. Owo „liberalne mętniactwo” pojawiło się jako „lekkorzucony” epitet, w domyśle oczywisty dla czytelników (Grab, 2023, s. 28). Dwukrotnie opublikowano recenzję, której autor powtórzył pochodzące z XIX w. tezy Zygmunta Krasińskiego, iż Rosja zawsze stosuje politykę przemocy i zawsze jest nieubłaganym wrogiem Polski. Powyższe stwierdzenia zostały w recenzji nazwane przejawem mądrości pokoleń (Koziański, 2023b, s. 22).



Rysunek 3.2.7.4. Liczba krytykowanych aktorów politycznych

Źródło: obliczenia własne.

Jako ostatni z kategorii ‘Inne’ w dziennikach PPG należy wymienić tekst postulujący usunięcie artykułu 212 kodeksu karnego, który dotyczy zniesławienia i pochodzi – zdaniem autora – z okresu stanu wojennego. Autor wy-

mienił przypadki odmawiania dziennikarzom dostępu do informacji, wspominał o nękanii dziennikarzy mediów lokalnych przez władze samorządowe, po czym przeszedł do stwierdzenia, iż „niedokończenie reformy wymiaru sprawiedliwości mści się nie tylko na pracownikach mediów” oraz że „wolność słowa w III RP to często jedynie teoria. Zwłaszcza w samorządach rządzonych przez tzw. «liberalnych demokratów»”. Remedium na te złe zjawiska miało być zdaniem autora złagodzenie kar za zniesławienie – czyli za publikowanie niedostatecznie udokumentowanych zarzutów. Ten tekst należy wpisać w prowadzoną podówczas przez rząd kampanię przeciwko sądom (Załuski, 2023b, s. 16).

W dziennikach spoza PPG w kategorii ‘Inne’ zwracał uwagę obszerny i rzetelnie udokumentowany artykuł dotyczący dwóch osób, które przez kilka lat oceniały wnioski kierowane do Narodowego Instytutu Wolności i pobierały za to wynagrodzenie, a w kolejnych latach publicznie krytykowały decyzje tego Instytutu o przyznawaniu dotacji. W dodatku jedna z tych osób w tym samym czasie aplikowała o wnioski, była ekspertem oceniającym wnioski oraz beneficjentem, ponieważ kierowana przez nią fundacja otrzymała dotacje NIW w łącznej wysokości 300 tys. zł (Kowalczyk J., 2023, s. 1). Na zdecydowaną krytykę zasłużył też ambasador Federacji Rosyjskiej, który bez powiadamiania władz dwóch gmin złożył wieńce w miejscach upamiętniających żołnierzy Armii Radzieckiej poległych w latach II wojny światowej. W tekście przytoczono opinie dwóch oburzonych mieszkańców; jeden z nich stwierdził: „Rosjanie teraz mordują i gwałcą na Ukrainie (...). Tak samo robili w 1945 r. na naszych terenach” (Kryściński, 2023, s. 5). Telewizja Polska została skrytykowana za bezpodstawne powiązanie afery w Parlamencie Europejskim z europosłami lewicy (JBS, 2023, s. 9). Poważne nadużycia w przyznawaniu dotacji przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju wykryli posłowie PO (TVN24, 2023, s. 7).

Rządząca koalicja i jej przywódcy 5-krotnie podlegali krytyce w dziennikach PPG oraz 5-krotnie w „Super Nowościach”. Dwa razy powtórzył się komentarz o stosunkach polsko-niemieckich, którego autor stwierdził: „Ani serwilistyczna polityka Donalda Tuska, ani wojownicza polityka Jarosława Kaczyńskiego nie przyniosła specjalnych efektów” (Kędziński, 2023, s. 2). Krytyka dotyczyła także polityki oświatowej, gdyż „zmian w oświacie jest po prostu za dużo” (Węlnic, 2023, s. 1), złej ustawy o weryfikacji sędziów (Rokita, 2023, s. 12) oraz „systemowego psucia prawa wyborczego”, co doprowadziło autora do wniosku, iż „w Polsce nie ma już uczciwych wyborów” (Kowal, 2023, s. 13). Krytyka rządzącej koalicji przez „Super Nowości” dwukrotnie dotyczyła zmian prawa. Zmiany te pozwoliły na udzielanie hojnego wsparcia ze środków publicznych dla organizacji bliskich rządzącej koalicji (Kamińska, 2023a, s. 6), jak również umożliwiły publikowanie nakazanych przez sąd przeprosin w periodyku czytany wyłącznie przez specjalistów (Kamińska,

2023b, s. 7). Raz napisano z przekąsem, że władza lubi się chwalić, nie znosi konkurencji i dlatego zazdrości Jerzemu Owsiakowi (Kamińska, 2023d, s. 2). Dwa pozostałe zarzuty, choć poważne, miały wątpliwe podstawy: zawierały sugestie finansowania PiS przez tajne służby PRL i ZSRR (Kamińska, 2023c, s. 3) oraz dotyczyły domniemych fałszerstw wyborczych dokonywanych przed 2015 r. (Grochal, 2023, s. 11).

Parlament Europejski był krytykowany 7-krotnie. Trzy razy napisano o aresztowaniu wiceprzewodniczącej PE, asystenta eurodeputowanych i byłego eurodeputowanego pod zarzutem przyjmowania łapówek z Kataru i Maroka (Terlecki, 2023, s. 13; Koziński, 2023a, s. 16). Kolejne trzy teksty dotyczyły komisji PE, która przegłosowała propozycję, by przenieść lasy z kompetencji państwowych do kompetencji dzielonych. Zostało to określone jako zamiar odebrania rządowi możliwości decydowania o lasach danego kraju, po czym poddane obszernej krytyce. Ten artykuł zapowiadał upadek polskiego przemysłu drzewnego i gigantyczny wzrost cen drewna. Tylko w jednym zdaniu wspomniano, że za propozycją komisji PE przemawiała troska o środowisko, bioróżnorodność i zalesianie (Chróścielewski, 2023, s. 8). Gospodarka leśna miała być prowadzona wzorowo, kadry Lasów Państwowych określono jako kompetentne i doświadczone, a szkodziły organizacje ekologiczne oraz europosłowie PO i PSL (Bagiński, 2023a, s. 20; Bagiński, 2023b, s. 1). Także program Zielony Ład został zdecydowanie skrytykowany (Matys, 2023, s. 3). Ten zgodny ton krytyki łączył 6 publikacji dzienników PPG z 1 materiałem dziennika spoza PPG (Chróścielewski, 2023, s. 8).

W powyższych publikacjach krytycznie wspomniano również posłów do Parlamentu Europejskiego. Ponadto w dziennikach PPG dotyczyło ich lekceważące określenie „rada mędrców od spraw wszelakich” (Wolniak, 2023, s. 2), a europoseł Radosław Sikorski został skrytykowany za to, że wprawdzie zarobił legalnie na doradzaniu rządowi Emiratów Arabskich i złożył stosowne oświadczenie o tych zarobkach, ale rząd, któremu doradzał, był obcy (Złotowski, 2023 s. 2).

Unia Europejska została negatywnie oceniona za politykę klimatyczną (Majewski, 2023, s. 2) oraz za wniesienie skargi na Polskę do Trybunału Sprawiedliwości UE (Złotowski, s. 2). Ponadto autor recenzji wspomniał, że powraca idea scentralizowanego supermocarstwa, tym razem jako „lewacka utopia o nazwie Unia Europejska” (Załoski, 2023a, s. 18). Łącznie instytucje Unii Europejskiej były krytykowane 12 razy i pod tym względem znalazły się na trzeciej pozycji od góry, po kategoriach ‘Opozycja’ i ‘Inne’.

5-krotnie krytyczne teksty odnosiły się do działań marszałków województw. Chodziło o wspomniane już odwołanie konkursu na dyrektora biblioteki (Maciuszczak, 2023, s. 5) oraz o niesprecyzowane „władze regionu”, które nie wspierają rozwoju portu w Elblągu (Chrzanowski, 2023a, s. 6). Dwa razy była krytykowana marszałek województwa lubuskiego: za brak planu

rozwoju regionu (Chmielnik, 2023, s. 2) oraz za niedotrzymanie obietnicy przyznania dotacji (Redakcja, 2023, s. 4). Wicemarszałek lubuski został skrytykowany za niefortunny wpis w mediach społecznościowych (Życzkowski, 2023, s. 3). Poza pierwszym z przytoczonych powyżej przypadków cztery pozostałe dotyczyły dzienników PPG i można się w nich dopatrzyć kontekstu politycznego. Stanowiły mianowicie krytykę władz samorządowych mniej lub bardziej powiązanych z ówczesną opozycją.

Krytyce podlegali prezydenci pięciu miast: Białegostoku, Elbląga, Rzeszowa, Warszawy i Wrocławia. Także ich można skojarzyć z ówczesną opozycją polityczną. Prezydent Warszawy Rafał Trzaskowski najpierw miał chwalić się swym podpisem pod rekomendacjami stowarzyszenia C40, które dotyczyły zmniejszenia spożycia mięsa i nabiału, ograniczenia zakupu nowych ubrań i zmniejszenia liczby samochodów. Po pewnym czasie miał stwierdzić, że „to tylko deklaracja” (Chrzanowski, 2023b, s. 9). Prezydent Wrocławia Jacek Sutryk został skrytykowany przez posłankę PiS za działania „ogólnopolskie, a nie typowo wrocławskie” (Stachowiak-Różecka, 2023, s. 25). Niewymieniony z nazwiska prezydent Białegostoku unikał odpowiedzi na pytanie radnego z klubu PiS o koszty poniesione przez Wodociągi Białostockie podczas świątecznej imprezy (Maleta, 2023, s. 1). Prezydent Rzeszowa Konrad Fijołek „próbował zrobić z pomnika symbol miasta i szantażował klasztor groźbą niepokoju społecznych” (Maruszak, 2023, s. 24). Radny PiS zarzucił prezydentowi Elbląga, że odmawia wpisania elbląskiego portu na listę portów strategicznych i nie przedstawił wizji rozwoju miasta (Traks, 2023, s. 15). Tylko ostatnia z wymienionych tu krytyk prezydentów miast nie pochodziła z dziennika PPG.

Krytyka stowarzyszeń i fundacji pojawiła się trzykrotnie. Europejskie Centrum Solidarności nie przedłużyło umowy najmu z organizacją pomagającą osobom niepełnosprawnym ruchowo (Kaczmarczyk, 2023, s. P3). Organizacje ekologiczne miały wykonywać „bardzo złą pracę”, przeszkadzając leśnikom w ochronie lasów (Bagiński, 2023a, s. 20). Stowarzyszenie C40, zrzeszające 98 wielkich miast z całego świata, wydało rekomendacje, które zdaniem autora prowadzą do wydatnego obniżenia poziomu życia (Chrzanowski, 2023b, s. 9).

Raz skrytykowano ministra edukacji za to, że skorzystał z możliwości stworzonych przez ustawę i przyznał dotacje dla wybranych stowarzyszeń (Kamińska, 2023a, s. 6).

Wśród krytykowanych aktorów politycznych nie było prezydenta, marszałków Sejmu i Senatu, Sejmu i Senatu jako instytucji, posła ani senatora, wojewody, starosty, burmistrza, wójta, radnego, sołtysa, choć kilkakrotnie zdarzyła się ogólnikowa krytyka władz samorządowych. Nie było też krytyki związków zawodowych ani Kościoła.

Pod względem liczbowym dzienniki wydawane poza PPG nie wyróżniały się w krytyce. Stanowiły 18,2 proc. liczby analizowanych tytułów, a ich udział

w liczbie publikacji pochwalno-krytycznych wyniósł 18 proc. i taki sam był ich liczbowy udział w publikacjach krytycznych. Nie było w nich natomiast publikacji pochwalnych, jakie wystąpiły wyłącznie w dziennikach PPG.

W badanej próbie tylko dzienniki PPG chwaliły rządzącą koalicję, prezydenta, ministrów i wojewodów oraz liczne instytucje i przedsiębiorstwa państwowe. Dzienniki te wyraźnie przeważały w krytyce opozycji, w krytyce aktorów politycznych zebranych w kategorii 'Inne' oraz w krytyce instytucji Unii Europejskiej.

Trudniejsze do uchwycenia okazały się przypadki pluralizmu wewnętrznego, głównie ze względu na niewielki rozmiar próby badawczej. Zwracały uwagę tylko nieliczne przykłady takiego pluralizmu i wszystkie wystąpiły w dziennikach PPG. Pierwszym z nich był kontrast między treścią pięciu sąsiadujących ze sobą komentarzy. Dwa komentarze jednoznacznie wspierały rządzącą koalicję (Kania, 2023b, s. 12; Terlecki, 2023, s. 13). Dwa kolejne – chwaliły działania prezydenta, a dystansowały się od działań rządu (Rokita, 2023, s. 12; Kędryna, 2023, s. 13). Komentarz piąty zawierał dotkliwą krytykę rządzącej koalicji, a jego autor stwierdzał: „W Polsce nie ma już uczciwych wyborów” (Kowal, 2023, s. 13).

Za przykład pluralizmu wewnętrznego należy uznać wspomniany już komentarz o złym stanie stosunków polsko-niemieckich, z konkluzją „Problem w tym, że ani serwilistyczna polityka Donalda Tuska, ani wojownicza polityka Jarosława Kaczyńskiego nie przyniosła specjalnych efektów” (Kędzierski, 2023, s. 2). Komentarz ten został opublikowany w dwóch dziennikach PPG.

Zaledwie zaszyfrowany pluralizm znalazł wyraz w zacytowanej przez dziennik PPG wypowiedzi dyrektora wydziału edukacji w urzędzie miasta, który pochwalił starania prezydenta miasta o zwiększenie liczby miejsc w szkołach średnich, po czym stwierdził, iż „zmian w oświacie, już pomijam to, czy są one dobre, czy nie, jest po prostu za dużo” (Wełnic, 2023, s. 1).

3.3. TYPOWA STRUKTURA DZIENNIKÓW REGIONALNYCH

Struktura własnościowa dzienników regionalnych znajduje odzwierciedlenie w ich budowie. Jest to szczególnie widoczne w przypadku ujednocionej budowy dzienników PPG, będącej efektem centralnego zarządzania i selekcjonowania informacji, które określa się mianem schematyzmu.

Ryszard Kowalczyk wyróżnił schematyzację zewnętrzną (porządkującą zawartość mediów) oraz wewnętrzną (związaną z konstrukcją, sposobem tworzenia tekstów). W dziennikach należących do PPG widoczna była schematyzacja zewnętrzna, określająca formułę redakcyjną, czyli „profil programowo-tematyczny pisma wraz z preferowanymi formami dziennikarskimi oraz sposobem analizy i interpretacji rzeczywistości, oraz układ przekazów prasowych, co ma umożliwić odbiorcy szybką orientację w zawartości wy-

dawnictwa, położeniu poszczególnych działów, rubryk, bloków tematycznych, czasu emisji audycji. Schematyzacja zewnętrzna nie tylko porządkuje zawartość medium, ale wyznacza także ramy przestrzenne (prasa drukowana) i czasowe (media elektroniczne) dla poszczególnych materiałów oraz ich charakterystyczne formy” (Kowalczyk R., 2008, s. 105).

Dzienniki regionalne PPG charakteryzował schematyzm struktury dzienników, występowała w nich powtarzalność działów poszczególnych tytułów:

- poniedziałki: „Sportowy24” (wyniki, tabele i analizy),
- wtorki: „Puls Biznesu” (przepisy prawne, opinie),
- środy: „Magazyn Zdrowie” (jak zadbać o siebie i bliskich),
- czwartki: „Pod Paragrafem” (historie kryminalne),
- piątki: „Puls” (publicystyka i reportaże),
- sobota: „Weekend z Rodziną” (porady, przepisy kulinarne).

Spośród tytułów spoza grupy PPG schematyzm treści struktury dzienników charakteryzuje „Gazetę Olsztyńską” i w pewnym stopniu „Super Nowości”. „Gazeta Olsztyńska” w poszczególne dni tygodnia zawierała działy:

- poniedziałki: „Praca” / „Kariera” / „Biznes”,
- wtorki: „Bez gorsetu” (tematyka kobieca),
- środy: „Strefa 3 młodości” (seniorzy),
- czwartki: „Rodzina”,
- piątki: program telewizyjny.

W „Super Nowościach” numery poniedziałkowe obejmowały rozbudowane kolumny o tematyce sportowej (Sportowe „Super Nowości”). W numerach weekendowych znajdowały się cykliczne kolumny „Medyczne spotkania Super Nowości”, z tekstami dotyczącymi zdrowia, a także „Jak spędzić czas w weekend” z zapowiedziami wydarzeń. Stałymi kolumnami, od poniedziałku do piątku, były też „Wybrane z najlepszych” z obszernymi omówieniami artykułów z prasy o zasięgu ogólnokrajowym, a także „O czym Polacy piszą w Internecie”, gdzie publikowano opinie internautów na temat różnych wydarzeń.

3.4. MATERIAŁY WSPÓLNE DZIENNIKÓW PPG

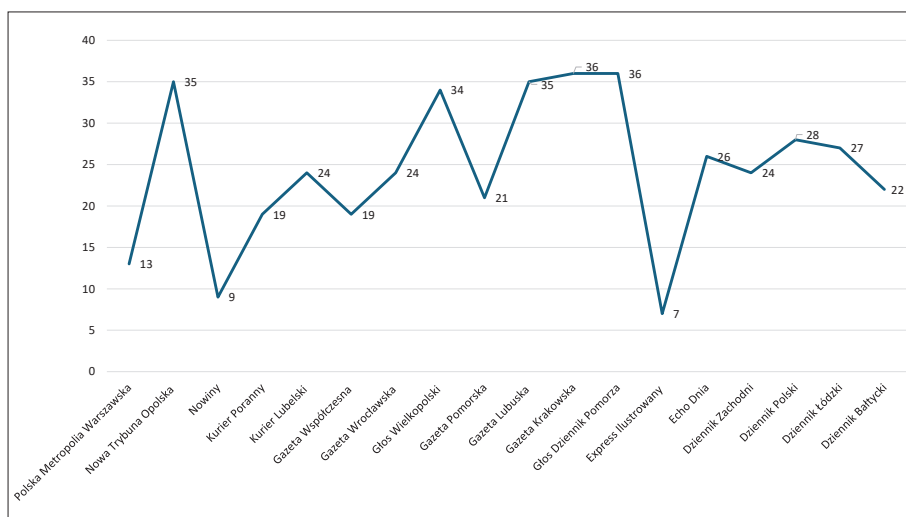
Odrębną analizą objęto wszystkie zakwalifikowane do badania materiały dziennikarskie, które ukazały się na łamach 18 gazet PPG – łącznie było ich 1548. W zaprezentowanych poniżej wynikach badań dotyczących materiałów powtórzeniowych stanowią one 100 proc. W analizie cech głównych materiałów wspólnych dzienników PPG posłużono się oddzielnym kluczem kategoryzacyjnym, mającym na celu udzielenie odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- Jaka była średnia liczba powtórzeń pojedynczego tekstu?
- Czy powtarzające się teksty zostały opublikowane we wszystkich dziennikach PPG?

- Czy zostały one opublikowane tego samego dnia?
- Gdzie najczęściej publikowano (dział / miejsce w gazecie) powtarzające się teksty?
- Jaka była kategoria tematyczna tekstów powtórzeniowych?
- Jaki był gatunek najczęściej powtarzających się tekstów?

W łącznej liczbie analizowanych jednostek wyodrębniono 135 grup powtarzających się tekstów, liczba powtórzeń wynosił od 2 do 9. Łącznie tekstów, które ukazały się więcej niż raz, było 439, co stanowi 28,3 proc. wszystkich tekstów badanych dzienników PPG. Oznacza to, że średnia liczba powtórzeń pojedynczego tekstu wyniosła 3,25.

Najczęściej powtarzającymi się tekstami były: informacja poświęcona odbywającej się w podkarpackim Krasicy międzynarodowej konferencji Europa Karpat opublikowana w 9 dziennikach PPG (Nagel, 2023, s. 10); w 8 magazynowych dodatkach „Puls” ukazały się 2 teksty: wywiad Marcina Kędryny z Sławomirem Dębskim, dyrektorem Polskiego Instytutu Spraw Międzynarodowych (Dębski, 2023, s. 12); w tym samym numerze magazynu, ale w 8 różnych dziennikach ukazał się komentarz redaktor naczelnej PPG (Kania, 2023a, s. 20). Wszystkie te teksty zostały wymienione w spisie cytowanych publikacji, umieszczonym po bibliografii. Jak wynika z danych zawartych na rysunku 3.4.1., teksty powtarzały się we wszystkich 18 badanych dziennikach PPG, a ich liczba wahała się od 7 („Express Ilustrowany”) do 36 („Głos. Dziennik Pomorza” i „Gazeta Krakowska”). Średnia liczba tekstów powtarzających się w badanym czasie w pojedynczych 3 numerach dzienników PPG wyniosła 24,3 (co przekłada się na 8 tekstów w pojedynczym numerze gazety).



Rysunek 3.4.1. Liczba tekstów wspólnych w poszczególnych dziennikach regionalnych PPG

Źródło: obliczenia własne.

Większość powtarzających się tekstów została opublikowana tego samego dnia – 98 spośród 135 grup tekstów, co stanowi 72,5 proc. ogółu powtarzających się grup jednostek. Pozostała część (37 / 27,4 proc.) to teksty opublikowane w różnych dniach przez badane dzienniki PPG.

Kolejne trzy kategorie badawcze – miejsce publikacji, tematyka oraz gatunek – są bezpośrednio powiązane ze schematyczną strukturą dzienników PPG (więcej na ten temat w podrozdziale 3.5.). Jak wynika z badań, najczęściej powtarzających się tekstów opublikowano w dwóch rodzajach działów:

- stałych, codziennych informacyjnych kolumnach „Polska/Świat”: 52 z grupy 135 powtarzających się tekstów, co stanowi 38,5 proc.,
- cotygodniowych: magazynach „Puls” (26 grup tekstów / 19,25 proc.) oraz piątkowym / sobotnio-niedzielnym (w zależności od częstotliwości ukazywania się dziennika) dodatku „Weekend z rodziną” – 25 / 18,5 proc.

Kolejnymi miejscami publikacji powtarzających się grup tekstów najczęściej były: czwartkowe kolumny „Pod Paragrafem” (14 / 10,4 proc.) i „Druga strona” (7 / 5,1 proc.), pozostałych 11 grup tekstów (8,1 proc.) opublikowano w różnych miejscach struktury dzienników.

Z miejscem publikacji powtarzających się tekstów skorelowane są najczęściej powtarzające się kategorie tematyczna i gatunkowa.

Co czwarta powtarzająca się grupa tekstów dotyczyła tematyki politycznej (32 / 23,7 proc.), kolejną kategorię stanowiły teksty poradnikowe (21 / 15,5 proc.), po 18 grup tekstów zostało zakwalifikowanych do kategorii tematycznej ‘Wojna na Ukrainie’ i ‘Kultura’ (po 13,3 proc. grup powtarzających się tekstów). Następnymi kategoriami były: ‘Historia’ (11), ‘Gospodarka’ (7), ‘Naruszenie prawa’ (5) oraz pozostałych 9 kategorii.

Z miejscem publikacji oraz tematyką tekstów powtórzeniowych powiązana jest forma gatunkowa. Najczęściej powtarzającymi się gatunkami dziennikarskimi były: informacja (55 / 40,7 proc.), komentarze (15 / 11,1 proc.) oraz wywiady (11 / 8,1 proc.). Kolejnymi najczęściej powtarzającymi się gatunkami były: recenzja, artykuł, sylwetka i pozostałe.

3.5. MODEL DZIENNIKA REGIONALNEGO - WNIOSKI

Kolejne pozycje tego punktu składają się na proponowany model współczesnego polskiego dziennika regionalnego. Elementy modelu zostały oparte na wynikach analizy zawartości.

3.5.1. Dominujący zakres terytorialny

Dane wskazują, że przeciętnie blisko połowę zawartości dziennika regionalnego stanowiły treści ponadregionalne i pozakrajowe. Badania tym samym potwierdzają przywoływane przez Marka Jachimowskiego wyniki

badania szwedzkiej pracy z pierwszej dekady XXI w., świadczące o łączeniu informacji lokalno-regionalnych z ogólnokrajowymi (Jachimowski, 2015, s. 12). Ta kohabitacja zróżnicowanych geograficznie treści, z jednej strony, uniwersalizuje je i sprawia, że dzienniki regionalne tracą swój prowincjalizm (w negatywnym tego słowa znaczeniu). Jednak z drugiej strony fakt występowania ponadregionalnych, jednolitych treści w dziennikach PPG z pewnością należy uznać za negatywny skutek centralizacji układu formy i treści wynikający z jednolitej formuły własnościowej.

Wyniki badań dają podstawę do wskazania tych tytułów, w których poszczególne parametry lokalności zdecydowanie odbiegają od średniej modelu. Należy jednak pamiętać, że ze względu na ograniczony dobór próby (badano jedynie trzy numery dziennika) potwierdzenie opisanych niżej tendencji wymagałoby dalszych, pogłębionych badań. Pod względem zakresu terytorialnego na wyodrębnienie zasługują następujące dzienniki:

- W „Dzienniku Wschodnim” i „Kurierze Szczecińskim” dominowały treści o charakterze regionalnym i lokalnym. Ponadto najczęściej publikacji dotyczących stolicy województwa znalazło się w „Kurierze Szczecińskim” – było ich 43 proc. przy średniej 20 proc. dla ogółu badanych dzienników.
- „Polska. Metropolia Warszawska” była dziennikiem mającym największy odsetek tekstów o ponadregionalnym charakterze. Spośród 59 badanych tekstów dziennika do kategorii ‘Województwo’ zakwalifikowano tylko jeden tekst, poświęcony regionalnym wynikom Plebiscytu Sportowego 2022. Specyfiką tego dziennika była zdecydowana dominacja treści ponadregionalnych, gdyż 41 proc. ogółu tekstów gazety stanowiły kategorie ‘Polska’ i ‘Świat’.

Badanie terytorialności dzienników regionalnych wydaje się istotnym elementem analiz lokalnej infosfery, określających poziom powiązań treści z ich odbiorcami, ich faktycznej przynależności do społeczności danego regionu. Należy też pamiętać, że przestrzeń komunikacji medialnej na poziomie powiatów i gmin wypełniają również załączane do dzienników regionalnych dodatki lokalne (więcej na ten temat w rozdziale 4). Analiza stopnia terytorialności treści dzienników regionalnych jest szczególnie istotna w kontekście oceny skutków monopolizacji rynku. Badania powinny towarzyszyć każdej kolejnej zmianie własnościowej czy modyfikacji strategii wydawniczych właścicieli regionalnych dzienników.

W opracowaniu zastosowano jeden ze sposobów analizy stopnia terytorialności, odnoszący się do korelacji pomiędzy treścią tekstów (dobór próby) a reprezentowaną jednostką administracyjną. Parametr terytorialności można byłoby analizować również w odniesieniu do badanego regionu periodycznej komunikacji, sprawdzając, na ile teksty badanych dzienników z danego województwa (uwzględniając ich liczbę wraz z lokalnymi dodatkami) swoją tre-

ścią obejmują wszystkie jednostki administracyjne danego regionu (powiaty, gminy miejskie, wiejskie i miejsko-wiejskie analizowanego województwa).

3.5.2. Dominująca tematyka publikacji

Zakres tematyczny publikacji na łamach dzienników regionalnych był szeroki. W badaniach odnotowano wszystkie 15 kategorii zawartych w kluczu kategoryzacyjnym. W praktyce tematyka materiałów była jeszcze szersza, ponieważ liczną grupę zaliczono do kategorii 'Inne'. Ich problematyka była na tyle rozproszona, że trudno było je przypisać do konkretnego obszaru tematycznego.

Trzeba jednak zaznaczyć, że popularność poszczególnych obszarów tematycznych była różna – od wysokiej do bardzo niskiej. Kluczowe znaczenie dla redakcji prasy regionalnej miały teksty poruszające zagadnienia z obszaru gospodarki i polityki, które w największym stopniu oddziałują na codzienne życie obywateli, a także kultury i sztuki. Można to ocenić jako budowanie przez redakcje prasy regionalnej wizerunku mediów podejmujących istotne i ważne dla czytelnika obszary, chociaż to założenie należałoby zweryfikować w badaniach jakościowych, poddając analizie sposób opisu podejmowanych tematów gospodarczych i politycznych, a także dotyczących kultury. Czy był on bliższy prasie opinii czy dziennikarstwu tabloidowemu? Odpowiedź na to pytanie wykracza poza zakres przeprowadzonych badań.

Warto podkreślić, że istotnym zagadnieniem była wojna na Ukrainie i jej konsekwencje zarówno w wymiarze polityki globalnej, krajowej, jak i w kontekście regionalnym. Jednak w tym przypadku na popularność tematu mógł mieć wpływ termin realizacji badań. Zostały one przeprowadzone w pierwszą rocznicę pełnoskalowej agresji Rosji na Ukrainę.

Na drugim biegunie można odnotować tematy, które rzadko były podejmowane na łamach regionalnych dzienników. Zwraca uwagę niewielki odsetek materiałów dotyczących religii, a także organizacji pozarządowych funkcjonujących w ramach tzw. trzeciego sektora. Niska obecność publikacji z tej drugiej kategorii może mieć wpływ na poziom wiedzy i dyskusji o znaczeniu i kształcie społeczeństwa obywatelskiego. Zaskoczeniem może być również niewielka liczba materiałów z obszaru polityki socjalnej. Co istotne, dotyczyły one nie tylko zasiłków, ale także płac czy emerytur. Można założyć, że w obecnej sytuacji rynkowej prasa drukowana jest istotnym rodzajem mediów zwłaszcza dla osób, które z racji wieku są aktywne zawodowo lub starsze. Tym samym publikacje o tej tematyce wydawały się odpowiadać zainteresowaniom tej grupy docelowej.

3.5.3. Dominanta gatunkowa

Prawie wszystkie dzienniki regionalne mają charakter informacyjny, co wyraża się dużą przewagą gatunków z rodzaju informacyjnego nad publicystyką. Jest to naturalne w przypadku prasy codziennej, której głównym

zadaniem jest dostarczenie czytelnikom bieżących informacji. Z tego schematu wyłamywała się jedynie „Polska Metropolia Warszawska”, w której obecność gatunków publicystycznych przeważała nad informacją. Wynika to zapewne z formuły wydawniczej tego tytułu, który ukazuje się jako dwudnik. Tym samym redakcja musi inaczej konstruować zawartość gazety, koncentrując się raczej na analizie rzeczywistości, ponieważ nie jest w stanie dotrzymać tempa aktualności wydarzeń. Być może kształt „Polski Metropolii Warszawskiej” pokazuje też przyszłość tych dzienników regionalnych, które mają najniższe parametry sprzedaży, w sytuacji, gdyby ich wydawca z powodu małego znaczenia wydań drukowanych zdecydował się na zmianę formuły wydawniczej.

Analizując rodzaj informacyjny, warto podkreślić, że na łamach prasy regionalnej odnotowano większość gatunków dziennikarskich założonych w kluczu kategoryzacyjnym. Jednak niemal monopolistyczną pozycję miała tutaj „Informacja”, rozumiana zarówno jako krótkie newsy, jak też rozbudowane teksty z dominantą informacyjną. Pozostałe gatunki informacyjne miały incydentalne znaczenie.

Gatunki z rodzaju publicystycznego były mniej obecne na łamach dzienników regionalnych, ale udział poszczególnych form dziennikarskich był bardziej proporcjonalny. Najczęściej redakcje wykorzystywały komentarze i felietony do bieżącej analizy i oceny rzeczywistości. Drugim wyróżniającym się gatunkiem był wywiad. Warto wskazać także na obecność reportaży, jak również, co ważne, pogłębionej publicystyki w formule artykułów publicystycznych. W różnej formie wykorzystywano także recenzje. Co istotne, w gazetach PPG część materiałów o charakterze publicystycznym była drukowana równocześnie na łamach kilku dzienników tego wydawcy, co świadczy o tym, że wpływ na zawartość tytułów w regionach mogły mieć decyzje zapadające w centrali.

Z gatunków publicystycznych zawartych w kluczu kategoryzacyjnym nie odnotowano na łamach dyskusji ani sondy. Jest to pewna zmiana w funkcjonowaniu gazet regionalnych, ponieważ taka formuła aktywności była w przeszłości obecna w prasie regionalnej. Redakcje dzienników regionalnych same organizowały debaty na temat istotnych spraw regionu, budując w ten sposób swój opiniotwórczy charakter.

3.5.4. Interwencje

Interwencje dziennikarskie nie stanowiły istotnej zawartości dzienników regionalnych i nie miały dużego znaczenia dla redakcji. Liczba odnotowanych interwencji była niewielka, a ich znaczenie dużo niższe niż poziom założony na etapie projektowania badań. Teksty o charakterze interwencyjnym odnotowano, co prawda, na łamach większości gazet, ale poza nielicznymi

wyjątkami były to publikacje incydentalne. Warto zaznaczyć, że na łamach dzienników PPG, stanowiących zdecydowaną większość badanych gazet, stwierdzono niewielką przewagę interwencji w stosunku do czterech pozostałych tytułów innych, mniejszych wydawców. Zwraca także uwagę mała liczba rubryk, które miały charakter interwencyjny.

Tematyka interwencji dotyczyła w przeważającej mierze drobnych, lokalnych problemów. Nie dziwi zatem, że najczęściej źródłem takich publikacji byli czytelnicy, mający potrzebę zwrócenia uwagi i nagłośnienia danego zagadnienia. Znacznie rzadziej inicjatywa podjęcia tematu interwencyjnego wychodziła ze strony samych dziennikarzy. Żadna z zidentyfikowanych interwencji nie była kontynuacją wcześniej podjętego problemu.

Przewagę w materiałach interwencyjnych miały te, w których postulowano dbałość o stosowanie prawa. Zarówno wymóg stosowania, jak i zmiany prawa umieszczony w kluczu kategorystycznym należy potraktować szeroko i umownie. W toku badań do pierwszej kategorii zaliczono teksty, w których pojawiało się oczekiwanie poprawy aktualnej sytuacji, a do drugiej te, w których postulowano nowe rozwiązania w danym obszarze.

3.5.5. Porady

Współczesne dzienniki regionalne nie są dla czytelników głównym źródłem porad. Tę rolę pełnią raczej internetowe wyszukiwarki, portale i media społecznościowe, a w dalszej kolejności czasopisma branżowe i poradniki. Dziennik regionalny może być w tej dziedzinie pomocny przede wszystkim dlatego, że jest znany i bywa pod ręką.

Przytoczone powyżej spostrzeżenia zostały potwierdzone przez wyniki analizy. Porad w dziennikach regionalnych było niewiele, lecz nie tak znów mało – średnio dwie porady w każdym numerze gazety. Był to zatem udział zauważalny i w zdecydowanej większości (86 proc.) złożyły się na niego porady instrumentalne. Dotyczyły głównie troski o zdrowie, w tym właściwej diety i poddawania się badaniom. Tematami kolejnych porad instrumentalnych były, w kolejności malejącej, przepisy kulinarne, prowadzenie domu i ogrodu, rozliczanie podatków, turystyka, moda, rozwijanie kreatywności u dzieci i dorosłych oraz wędkarstwo traktowane jako hobby.

Wyraźnie mniej liczne były porady egzystencjalne. Dotyczyły głównie sposobów przezwycięzania nieśmiałości i kształtowania postaw asertywnych, a także zapobiegania konfliktom w rodzinie. Próba badawcza przypadła na specyficzny okres wielkiego postu, co sprzyjało porodom religijnym, w tym wyjaśnianiu znaczenia postu i postanowień wielkopostnych.

Udział porad w ogólniej liczbie analizowanych publikacji, jak również tematy porad w dziennikach PPG oraz dziennikach pozostałych wydawców

były do siebie zbliżone. Pod tymi względami forma własności nie powodowała znaczących różnic w zawartości dzienników.

Należy się spodziewać, że wszystkie porady były użyteczne dla odbiorców. Przyczyniały się do wypełniania przez dzienniki roli kompetentnego doradcy, do którego można i warto zwracać się w potrzebie. Wprawdzie poradnictwo stanowi inny typ komunikowania publicznego niż dziennikarstwo, jednak w praktyce działania dzienników regionalnych ich rola jako doradców była zauważalna.

3.5.6. Marketing wydawniczy

Dziennik regionalny – tak jak każdy inny produkt dziennikarski – powinien odpowiadać na potrzeby poznawcze i emocjonalne odbiorców, dla których został przeznaczony. Redagować taką właśnie gazetę to jednak za mało. Trzeba jeszcze zwracać na nią uwagę nieuważnych i zabieganych czytelników, wyćwiczonych w unikaniu niechcianych, w dodatku natrętnych przekazów. Liczą się także grupy reklamodawców, sponsorów i inwestorów. Przyciąganiu uwagi tych wszystkich grup docelowych służą techniki marketingu wydawniczego, określanego także jako marketing redakcyjny.

W próbie badawczej znalazły się działania marketingowe, jakie podjęła nieznaczna większość (54,5 proc.) dzienników regionalnych. Były to najczęściej plebiscyty, rzadziej działania autopromocyjne i konkursy. Ukazały się 22 publikacje marketingowe, czyli po przeliczeniu na wszystkie analizowane dzienniki była to średnio 1 publikacja w dzienniku.

Plebiscyty dotyczyły osób znanych bądź bliskich odbiorcom, takich jak sportowiec i trener roku, najlepszy nauczyciel, najsympatyczniejsza para wybierana z okazji walentynek. Każdy z tych plebiscytów przyczyniał się do angażowania dużej liczby czytelników, przebiegał w atmosferze rywalizacji i niepewności wygranej, a prezentacje wyników i relacje z imprezy finałowej pozwalały oczekiwać zwiększonej poczytności.

Okazji do publikacji autopromocyjnych dostarczały okrągłe rocznice ukazywania się dzienników, wyróżnienia otrzymywane przez redakcje lub nawet wizyta grupy przedszkolaków. Natomiast konkursy, wymagające spełnienia określonych wymogów, dotyczyły wyboru menedżera roku, lidera regionu, projektów gospodarowania energią elektryczną oraz wykonywania fotografii odwiedzanych miejsc.

W działaniach marketingowych wyraźnie przeważały dzienniki PPG. Udział pozostałych dzienników był o połowę mniejszy niż ich uczestnictwo w próbie badawczej. Należy to przypisać trudniejszemu dostępowi do sponsorów, którymi były często spółki skarbu państwa, preferujące dzienniki PPG.

3.5.7. Stronniczość polityczna

Średnio w jednym numerze każdego z badanych dzienników znalazło się 1,6 publikacji zakwalifikowanych jako stronnicze pod względem politycznym. Materiałów stronniczych nie było tylko w dwóch dziennikach: „Express Ilustrowany” i „Kurier Szczeciński”. To oszacowanie nie obejmuje licznych tekstów dotyczących wojny na Ukrainie, które zostały poddane oddzielnej analizie, umieszczonej w punkcie dotyczącym tematów publikacji.

Wyniki analizy wskazują na wyraźną tendencję chwalenia przez badane dzienniki działań rządzącej koalicji, prezydenta, rządu, ministrów i wojewodów oraz przedsiębiorstw i instytucji państwowych, jak również na krytykowanie opozycji oraz instytucji Unii Europejskiej. Wsparcie władzy i krytyka opozycji nie były jednak absolutne. Dla przykładu aktorzy polityczni z kategorii ‘Rządząca koalicja’ byli chwaleni 11 razy i krytykowani 10 razy. Pochwały pochodziły wyłącznie z dzienników PPG, a krytyka – po połowie z dzienników PPG i dziennika „Super Nowości”, jako reprezentanta pozostałych wydawców. Aktorzy polityczni zaliczeni do kategorii ‘Opozycja’ byli chwaleni tylko dwa razy, w tym raz przez dziennik PPG („Nowa Trybuna Opolska”) i raz przez dziennik z grupy pozostałych („Super Nowości”), natomiast krytyce podlegali 37 razy, w tym tylko raz ze strony dziennika spoza PPG („Super Nowości”).

Powyższe przykłady przeczą potocznemu wyobrażeniu, że dzienniki PPG publikowały tylko materiały wygodne dla władzy (Boczek, 2022). Proporcja 11 pochwał i 5 krytyk rządzącej koalicji w publikacjach dzienników PPG wskazuje wprawdzie na przewagę pochwał, lecz także na próbę równoważenia tych pochwał krytyką, czyli na umiarkowany stopień stronniczości politycznej. Proporcja 1 pochwały i 36 krytyk opozycji w dziennikach PPG przyczynia się jednak do podniesienia stopnia stronniczości na wyższy poziom.

Umiarkowaną stronniczość należy przypisać także dziennikom spoza PPG. W ogólnym zestawieniu w tych dziennikach na 7 chwalonych aktorów politycznych przypadło 15 krytykowanych. Jeśli odnieść te liczby do ogólnej liczby 58 chwalonych i 96 krytykowanych aktorów na scenie politycznej, dzienniki spoza PPG okazały się bardziej krytyczne.

Były także liczne szczegółowe rozbieżności. Tylko dzienniki PPG chwaliły rządzącą koalicję, prezydenta, ministrów i wojewodów. Tylko dzienniki PPG krytykowały Unię Europejską oraz posłów do Parlamentu Europejskiego. Znaczenia tych rozbieżności nie należy jednak przeceniać, gdyż dzienniki spoza PPG stanowiły zaledwie 18,2 proc. liczby analizowanych tytułów prasowych.

Zarówno wsparcie, jak i krytyka dotyczyły w zdecydowanej większości aktorów politycznych na szczeblu krajowym i międzynarodowym. W tym sensie badane dzienniki regionalne niemal nie były regionalne. Aktorzy po-

lityczni ze szczebla regionalnego stanowili 6 z 58 chwalonych oraz 13 z 96 krytykowanych podmiotów politycznych. Był to udział rządu 10–14 proc. Całkowicie zabrakło wśród nich podmiotów polityki ze szczebla powiatu, małego miasta i gminy.

Poszukiwanie przypadków pluralizmu wewnętrznego dało bardzo ograniczone wyniki, co świadczy o dążeniu redakcji dzienników do zajmowania wyraźnej pozycji na scenie politycznej. Tej tendencji przeczyły tylko nieliczne przypadki pluralizmu wewnętrznego, wykazane w dziennikach PPG.

ROZDZIAŁ 4

MUTACJE I DODATKI

Analizą objęto wszystkie numery 24 polskich dzienników regionalnych i lokalnych, włącznie z „Expressem Bydgoskim” i „Nowościami. Dziennikiem Toruńskim”, z lutego 2023 r. Celem analizy była próba odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Czy istnieje zależność pomiędzy liczbą dzienników wydawanych w danym województwie a liczbą mutacji oraz dodatków lokalnych i tematycznych?
2. Czy forma własności (dzienniki PPG i pozostali wydawcy) wpływa na liczbę mutacji oraz dodatków lokalnych i tematycznych?

4.1. MUTACJE

Mutację należy rozumieć jako częściowo zmienione wydanie dziennika lub czasopisma, które jest adresowane do czytelników z mniejszego obszaru niż cały zasięg wydawania danego tytułu prasowego (Kuca, 2024b, s. 100–101). Celem wydawania mutacji jest zaspokojenie potrzeb informacyjnych mniejszych społeczności, wzrost sprzedaży oraz zwiększenie dochodów z lokalnych ogłoszeń i reklam. Powszechnie przyjęło się zamienne stosowanie pojęcia mutacji z wydaniem lokalnym, które zawiera informacje z danych powiatów. Zazwyczaj w tytule mutacji lub wydania lokalnego uwzględniona jest nazwa jednostki administracyjnej lub regionu geograficznego.

Spśród 24 dzienników regionalnych i lokalnych 3 miały ukazujące się codziennie (z jednym wyjątkiem) mutacje:

1. „Echo Dnia”:
 - a. „Echo Dnia. Podkarpackie” (tygodnik publikowany w piątki w dwóch pozostałych mutacjach „Echa Dnia”),
 - b. „Echo Dnia. Radomskie”,
 - c. „Echo Dnia. Świętokrzyskie”.
2. „Głos. Dziennik Pomorza”:
 - a. „Głos Koszaliński. Dziennik Pomorza”,

- b. „Głos Pomorza. Dziennik Pomorza” (wydanie słupskie),
 - c. „Głos Szczeciński. Dziennik Pomorza”.
3. „Gazeta Pomorska”:
- a. „Gazeta Pomorska. Bydgoszcz”,
 - b. „Gazeta Pomorska. Inowrocław”,
 - c. „Gazeta Pomorska. Toruń”,
 - d. „Gazeta Pomorska. Włocławek” (w winiecie tytuł „Gazeta Pomorska. Kujawska”).

Z powyższego zestawienia wynika, że w większości przypadków mutacje miały te tytuły PPG, których wydawcą do 2014 r. były Media Regionalne (Mecom Europe).

Odmienna była geneza mutacji każdego z trzech dzienników. W jednotytułowym obecnie województwie świętokrzyskim „Echo Dnia” obejmuje treścią i zasięgiem północną część kieleckiego (odrębny region periodycznej komunikacji), radomskiego (obecnie woj. mazowieckie – wydanie radomskie) oraz północno-zachodnią część woj. podkarpackiego (okręg tarnobrzeski). Mutacje „Echa Dnia” w jednotytułowym regionie (odkąd w 2006 r. przestało się ukazywać „Słowo Ludu”) mają więc wieloletnią tradycję.

„Głos. Dziennik Pomorza” ukazuje się na obszarze województw zachodniopomorskiego i pomorskiego, obejmującym dwa regiony periodycznej komunikacji: szczeciński i koszaliński (Jachimowski, 2006, s. 313–317). Na liczbę mutacji wpłynął głównie fakt, że ten dziennik powstał w styczniu 2007 r. z połączenia trzech samodzielnych tytułów: „Głosu Szczecińskiego”, „Głosu Koszalińskiego” oraz „Głosu Pomorza”. Mutacje „Głosu. Dziennika Pomorza” są więc kontynuacją znanych marek z wieloletnią tradycją – „Głos Szczeciński” powstał w 1948 r., „Głos Koszaliński” w 1947 r., zaś „Głos Pomorza” w 1975 r. (Olechowska, 2014, s. 115).

Województwo kujawsko-pomorskie jest jedynym regionem, w którym ukazuje się jeden dziennik regionalny „Gazeta Pomorska” oraz dwa dzienniki lokalne „Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński”. Wszystkie trzy tytuły należą do grupy PPG. „Gazeta Pomorska” ma 4 mutacje: bydgoską, toruńską, włocławską, inowrocławską.

Dwa spośród trzech dzienników mających mutacje wychodzą treścią poza granice województwa, w którym się ukazują: „Echo Dnia” z województwa świętokrzyskiego obejmuje dawne województwo kieleckie, część radomskiego, tarnobrzeskiego, piotrkowskiego i częstochowskiego; „Głos. Dziennik Pomorza” – Pomorze Zachodnie i Środkowe (województwo zachodniopomorskie i zachodnią część pomorskiego – dawne woj. szczecińskie, koszalińskie i słupskie). W województwie kujawsko-pomorskim mutacje „Gazety Pomorskiej” również wynikają z dawnego podziału na województwo bydgoskie, toruńskie i włocławskie.

4.2. DODATKI LOKALNE

Dodatkiem do gazety określa się wydawnictwo samoistne lub niesamoistne, zawierające zazwyczaj publikacje monotematyczne, przeznaczone dla określonego kręgu odbiorców, dodawane do bieżącego numeru gazety lub czasopisma bądź wchodzące w jego skład stale lub doraźnie (Gawroński, 2024, s. 153).

W badaniu uwzględniono wyłącznie lokalne dodatki samoistne³, które charakteryzuje oddzielna paginacja oraz własna wewnętrzna numeracja (Dziuki, 2006, s. 33). W lutym 2023 r. 12 spośród 24 badanych dzienników regionalnych i lokalnych miało dodatki lokalne. Zdecydowaną większość (11) stanowiły dzienniki PPG, publikujące łącznie 41 dodatków lokalnych. Spośród pozostałych wydawców jedynie Grupa WM (wydawca „Gazety Olsztyńskiej”) realizowała strategię lokalizacji treści (19 dodatków).

Analiza pozwoliła wyodrębnić kilka generalnych cech dodatków lokalnych:

- Zdecydowana większość dodatków zawiera w tytułach nazwy powiatów (np. „Echo Regionu”, np. „Jędrzejów / Włoszczowa / Końskie”), rzadziej występują nazwy regionów (np. „Gazeta Podhalańska”); trzy dodatki mają typowo miejski charakter („Kocham Łódź” w „Dzienniku Łódzkim” oraz „Kraków Główny. Weekendowy Magazyn Dziennika Polskiego”), jeden dodatek miejski ukazuje się w lokalnych „Nowościach. Dzienniku Toruńskim” – jest nim „Mój Toruń”.
- Lokalne dodatki do regionalnych dzienników PPG dystrybuowane są w wybranych powiatach, w ich oznaczeniach wydawcy najczęściej stosują wydania – np. „Echo Regionu. Busko-Zdrój. Kazimierza Wielka. Pińczów” jest wydaniem „4-N-P”.
- Dodatki ukazują się cyklicznie co tydzień w różne dni tygodnia w dziennikach PPG (dominują numery piątkowe), w sprzedaży łączone z „Pulsem” i „Tele Magazynem”, co z pewnością wpływa na zwiększenie zasięgów lokalnych pism; w „Gazecie Olsztyńskiej” przeważają dodatki lokalne ukazujące się w czwartki.
- Większość lokalnych dodatków jest bezpłatnych, jedynie tygodniki lokalne w „Gazecie Wrocławskiej” i „Głosie Wielkopolskim” były płatne – ich ceny wahały się od 4,20 do 4,80 zł. Przeciętnie rozmiar lokalnych dodatków wynosił 12–16 stron.
- Im większa jest liczba stron, tym większe prawdopodobieństwo powtórzenia treści występujących w magazynowym „Pulsie”; w „Gazecie Olsztyńskiej” powielane treści dotyczyły dodatków z tych samych powiatów.

³ Z wykazu wykluczono dodatki samorządowe dziennika „Echo Dnia”, w którym publikowano pisma promocyjne powiatów: „Echo Ziemi Białobrzezkiej. Białobrzegi, Promna, Radzanów, Stara Błotnica, Stromic, Wyśmierzyce”; „Echo Ziemi Przysuskiej” oraz „Okraglak. Miesięcznik Świętokrzyskiego Urzędu Wojewódzkiego w Kielcach”.

- Struktura szaty graficznej dodatków lokalnych była sprowadzona do najprostszej formy, zazwyczaj opierała się na terytorialnym podziale treści (najczęściej powiaty), były jednak wyjątki.
- W dodatkach przeważały treści informacyjne (krótkie formy), nieliczne z tygodników zdominowała publicystyka (zazwyczaj dotyczy to dodatków miejskich).
- Poza podmiotami komercyjnymi w dodatkach lokalnych ogłoszenia płatne zamieszczały jednostki samorządowe – głównie gminy; również wykupywały one całokolumnowe powierzchnie celem promocji organizowanych przez nie wydarzeń.

4.2.1. Dzienniki PPG

Jak wynika z danych zawartych w aneksie w tabeli 10, w lutym 2023 r. w 9 dziennikach PPG ukazywało się łącznie 41 dodatków lokalnych. Spośród dzienników mających mutacje dodatki lokalne wystąpiły w dwóch tytułach: „Echu Dnia” w mutacjach „Radomskie” i „Świętokrzyskie” oraz „Głosie. Dzienniku Pomorza” w mutacji „Głos Szczeciński” („Tygodnik Regionów” jest wspólny i identyczny dla wszystkich trzech mutacji).

W dziennikach regionalnych dodatki lokalne wychodziły głównie w centralnej i południowej części kraju, w województwach: dolnośląskim, łódzkim, małopolskim, pomorskim, śląskim, świętokrzyskim i wielkopolskim; w części północnej ujednolicony dodatek ukazał się w „Głosie. Dzienniku Pomorza” (w jednej z mutacji dodatek ma odrębny tytuł).

Jak już wspomniano, na współczesną kondycję rynku dodatków lokalnych do regionalnych i lokalnych dzienników wpływ miały ich kolejne przekształcenia własnościowe. Zdecydowanie więcej lokalnych dodatków ukazywało się w tych dziennikach PPG, które przed 2015 r. należały do Polskapresse – jako efekt ekspansji w docieraniu do lokalnych odbiorców głównie poprzez rozbudowywanie tygodników lokalnych niemieckiego wydawcy Passauer Neue Presse (Szynol, 2008, s. 42–43).

Poza wskazaniem dominujących cech całego segmentu lokalnych dodatków do dzienników regionalnych i lokalnych warto przedstawić krótką charakterystykę poszczególnych tytułów.

Najwięcej, bo aż 7 dodatków lokalnych, ukazywało się w dwóch mutacjach „Echa Dnia”. W mutacji radomskiej w każdy piątek dodawano bezpłatne „Echo Radomskie” oraz „Echo Regionu. Powiśle / Przysucha / Szydłowiec / Znad Pilicy / Kozienice”. W mutacji „Świętokrzyskie” dołączano kolejne cztery „Echa Regionu” (w tytułach dookreślające tematycznie i zasięgiem powiaty) oraz „Echo Kieleckie”. Wszystkie dodatki miały tę samą winiętę, zbliżoną strukturę tematyczną (działy główne to „Druga strona”, „Nasz region”, „Relacje”, „Rozmaitości” i „Sport”). Z wyjątkiem „Echa Radomskie-

go” i „Echa Kieleckiego” w większości dodatków były działy odpowiadające zasięgiem treści poszczególnym powiatom. W 5 dodatkach wystąpiły materiały samorządowe: w „Echu Radomskim” swoje informacje zamieszczały gminy Kowala i Skaryszew; w „Echu Regionu. Powiśle...” gminy Warka, Policzna, Przyłęk, Kozienice i Tczowa; w „Echu Regionu. Sandomierz...” gmina Lipnik; w „Echu Regionu. Ostrowiec...” w badanym czasie ukazały się aktualności powiatu starachowickiego; w „Echu Regionu Busko...” bieżące wiadomości z powiatu pińczowskiego oraz gminy Złota.

Po 6 dodatków publikowano w 2 regionalnych dziennikach, śląskim „Dzienniku Zachodnim” i w „Głosie Wielkopolskim”.

„Dziennik Zachodni”: co piątek do różnych wydań dziennika dołączano 6 bezpłatnych „Naszych Tygodników”, w podtytułach zawierały nazwy regionów (np. Beskidy, Śląsk) lub powiatów (np. Rybnik) – określały one treść oraz dystrybucję danego dodatku; wszystkie dodatki miały ujednoczoną strukturę (działy „Druga strona” i „Informacje”) oraz szatę graficzną.

„Głos Wielkopolski”: podane w tytułach lokalnych nazwy regionów („Ziemia Kaliska”) i powiatów (np. Szamotuły) – określały ich zakres terytorialny treści i dystrybucji; wszystkie lokalne dodatki do dziennika były płatne, ich ceny wynosiły odpowiednio: „Dzień Nowotomysko-Grodziski” – 4,20 zł, „Gnieźnieński Tydzień” – 4,40 zł, „Dzień Szamotulski” – 4,60 zł, „Chodzieżanin”, „Tygodnik Wągrowiecki” i „Ziemia Kaliska” – 4,80 zł. Z wyjątkiem winiety wszystkie dodatki lokalne do wielkopolskiego dziennika regionalnego miały ujednoczoną strukturę (działy: „Druga strona”, „Informacja” czy „Poradnik”); w periodykach powtarzały się treści poradnikowe i rozrywkowe. Z wyjątkiem ukazującego się we wtorek „Dnia Nowotomysko-Grodzkiego” wszystkie dodatki wydawane były w piątki.

Z zakupem egzemplarza „Dziennika Łódzkiego” jego czytelnicy otrzymywali w tygodniu bezpłatnie 5 ukazujących się w różne dni tygodnia (środy i piątki) dodatków lokalnych. W podtytułach dodatków (z wyjątkiem miejskiego „Kocham Łódź”) dookreślone były nazwami powiatów zakresy terytorialne treści oraz dystrybucji. Periodyki charakteryzowała ujednoczona struktura (działy „Druga strona”, „Informacje”, „Relaks” i „Sport”). Siostrzаныmi dodatkami z tą samą winieta były tygodniki „Nad Wartą” i „Nad Wartą. Weekend”. Od schematycznej struktury działów najbardziej odbiegał miejski periodyk; znajdowały się w nim treści historyczne („Dawna Łódź”) oraz recenzje i zapowiedź wydarzeń kulturalnych („Bywalec”).

Trzy dzienniki regionalne wydawały po 4 dodatki lokalne: pomorski „Dziennik Bałtycki”, małopolska „Gazeta Krakowska” oraz dolnośląska „Gazeta Wrocławska”.

„Dziennik Bałtycki”: trzy bezpłatne, piątkowe dodatki lokalne miały ten sam tytuł „Rejsy Regionów”, ich zakres tematyczny i dystrybucji określały znajdujące się w tytułach dodatków nazwy powiatów. Tygodnik „Rejsy

Trójmiasta” cechował miejski charakter (Gdańsk, Gdynia, Sopot), ze zdecydowaną przewagą treści dotyczących Gdańska i powiatu gdańskiego. W każdym numerze dodatków regionu kaszubskiego („Rejsy Regionów. Kaszuby / Bytów / Człuchów / Kartuzy / Kościerzyna” oraz „Rejsy Regionów. Kaszuby Północne”) ukazywał się jednokolumnowy dodatek „NORDA. Pismiono Kaszëbsczi Zemi”; zawierał on dwa teksty poświęcone mniejszości kaszubskiej, w tym felieton w języku kaszubskim. Spośród 4 dodatków „Rejsów” jedynie „Kaszuby” w strukturze (nazwy działów) odwoływały się do podziału administracyjnego (powiaty: Bytów, Człuchów, Kartuzy, Kościerzyna); we wszystkich pismach występowały te same działy (m.in. „Z drugiej strony”, „Wydarzenia”, „Informacja”, „Sport”, „Poradnik”, „Ogłoszenia” czy „Reklama”). Najbardziej zróżnicowaną strukturę miały „Rejsy Trójmiasta” (zawierające takie działy, jak: „Kontrowersje”, „Transport”, „Podróże” i „Wokół nas”).

„Gazeta Krakowska”: 4 dodatki lokalne małopolskiego dziennika miały zbliżoną szatę graficzną oraz schematyczną strukturę, w której brakowało kategoryzacji terytorialnej treści. Dodatki charakteryzowała wysoka frekwencja tekstów publicystycznych, szczególnie tych poświęconych kulturze – wstępna lektura pozwalała stwierdzić powtarzalność treści z „Krakowa Głównego” (dodatku do „Dziennika Polskiego”) w dodatku lokalnym „Gazeta Tarnowska”.

„Gazeta Wrocławska”: dodatki lokalne dolnośląskiego dziennika były płatne: „Sycowska”, „Panorama Legnicka” i „Panorama Wałbrzyska” – w cenie 4,50 zł, „Tygodnik Głogowski” – 4,90 zł. Wszystkie dodatki dolnośląskiego dziennika regionalnego miały zbliżoną strukturę (działy „Druga strona”, „Informacje”, „Do poczytania”, „Sport”, „Plebiscyty” i „Rozrywka”). W strukturze dodatków lokalnych stałą pozycję stanowił 4-kolumnowy program telewizyjny „Tele-Panorama” (w dodatkach „Panorama Legnicka” i „Panorama Wałbrzyska”), w „Sycowskiej” 2-kolumnowy „TeleMagazyn”, ukazujący się w piątek „Tygodnik Głogowski” nie zawierał telewizyjnego dodatku. Tygodniki lokalne charakteryzowała zróżnicowana objętość – „Panoramy” legnicka i wałbrzyska miały po 20 kolumn, „Sycowska” – 12, wyróżniał się liczący 32 kolumny „Tygodnik Głogowski” – ukazywało się w nim szereg tekstów publicystycznych, będących przedrukami materiałów z piątkowych wydań magazynowego „Pulsu” dzienników PPG.

W lutym 2023 r. dwa dodatki lokalne znalazły się w „Głosie. Dzienniku Pomorza”, w każdy piątek we wszystkich mutacjach („Głosie Koszalińskim”, słupskim wydaniu „Głosu. Dziennika Pomorza” oraz „Głosie Szczecińskim”) publikowany był „Tygodnik Regionów”, który w kwietniu 2022 r. zastąpił dotychczas 9 dodawanych do dziennika tygodników lokalnych większych miast Pomorza Zachodniego. Nie był to typowy samoistny dodatek, numeracja stron była ciągła, dominowały w nim treści publicystyczne, m.in. działy

„Rozmowa”, „Cudze chwalicie, swoje poznajcie”, „Historia”, „Felieton, recenzje”, „A to ciekawe”. W szczecińskiej mutacji „Głosu. Dziennika Pomorza” raz w badanym miesiącu ukazał się w nakładzie 10 tys. „Głos Stargardzki Ekstra”. Pomimo że w opisie dodatku znajdowały się nazwy zachodniopomorskich powiatów: Stargard, Pyrzyce, Myślibórz, Łobez oraz Choszczno – zamieszczone w dodatku treści dotyczyły głównie gminy Stargard, znalazły się w nim również materiały informacyjne powiatu stargardzkiego. W piśmie dominowały sprawozdawcze materiały informacyjne.

W badanym miesiącu dwa dzienniki wydawały po jednym lokalnym dodatku. Analiza „Expressu Ilustrowanego” z lutego 2023 r. (łącznie 24 numery) wykazała obecność dwóch numerów (ostatni ukazał się 11 lutego) bezpłatnego sobotniego dodatku „Blżej Ciebie. Tygodnik Powiatu Łódzkiego Wschodniego”. Pojedyncze teksty oznakowano przynależnością terytorialną, wskazując gminy, w których odbywały się opisywane wydarzenia (m.in. Brójce, Brzeziny, Justynów, Koluszki, Ksawerów, Ozorków, Pabianice, Rzgów, Stryków, Tuszyn, Zgierz).



Fot. 1. Przykładowe okładki dodatków lokalnych do dzienników regionalnych z lutego 2023 r.: „Rejsy Trójmiasta. Aglomeracja trójmiejska” (24.02.2023), „Nasz Tygodnik. Rybnik” (24.02.2023), „Sycowska. Syców / Międzybórz / Dziadowa Kłoda” (8.02.2023), „Chodzieżanin. Chodzież / Budzyń / Margonin / Szamocin” (24.02.2023), „Nasz Mazur” (16.02.2023), „Gazeta Lidzbarska” (9.02.2023)

Typowo miejski charakter (obok wcześniej opisywanego „Kocham Łódź”) miały dodatki „Kraków Główny. Weekendowy Magazyn Dziennika Polskiego” i „Mój Toruń”. Pierwszy dołączany był bezpłatnie do sobotnio-niedzielnego numeru „Dziennika Polskiego”, drugi zamieszczano jako dwutygodnik w piątkowym numerze „Nowości. Dziennika Toruńskiego”. Krakowski periodyk miał typowo publicystyczny charakter, dominowały w nim treści dotyczące historii miasta oraz jego mieszkańców (komentarze, reportaże, wywiady), sporadycznie zdarzały się publikacje na temat kultury regionu małopolskiego. Spośród dzienników lokalnych odrębny dodatek miejski publikowały „Nowości. Dziennik Toruński” – był nim mający kronikarski charakter „Mój Toruń”. Jego stałym elementem było słowo wstępne prezydenta miasta, w periodyku dominowały materiały sprawozdawcze – fotorelacje oraz krótkie opisy najważniejszych miejskich wydarzeń.

4.2.2. Dzienniki pozostałych wydawców

Spośród czterech dzienników spoza PPG jedynie Grupa WM (wydawca „Gazety Olsztyńskiej”) realizowała strategię lokalizacji treści poprzez dołączanie do olsztyńskiego dziennika i tygodnika „Dziennik Elbląski. Tygodnik Powiatu Elbląskiego” łącznie 19 dodatków (18 tygodników i 1 miesięcznik). Tabela 11 zamieszczona w aneksie prezentuje wykaz wszystkich dodatków lokalnych tego wydawcy, z podziałem na poszczególne powiaty województwa warmińsko-mazurskiego.

Wszystkie dodatki lokalne Grupy WM były bezpłatne, tradycyjne (papierowe) wydania tytułu zawierały informacje na bieżąco publikowane na lokalnych, powiatowych podstronach internetowych gazetaolsztynska.pl. W winiecie pisma wydawca podkreślał internetową dystrybucję treści, tytułując periodyk na wzór domeny (np. kuriermoragowski.pl).

Jak wynika z analizy, w każdym z warmińsko-mazurskich powiatów ukazywał się dodatek lokalny do głównego wydania „Gazety Olsztyńskiej”. Wyjątkiem był powiat ełcki, który nie miał odrębnego tytułu, jednak dotyczące go treści powielały się w trzech mających ten sam zakres terytorialny treści i dystrybucji tytułach: „Głos Olecka: Ełk, Gołdap, Olecko”, „Kurier Gołdapski: Ełk, Gołdap, Olecko” oraz „Rozmaitości Ełckie: Ełk, Gołdap, Olecko” (ostatni tytuł miał ponadpowiatowy charakter). Periodyki te nie zawierały działów występujących w pozostałych dodatkach, w swojej strukturze wyodrębniały działy z lokalnymi informacjami „Ełk” i „Olecko”. W „Rozmaitościach Ełckich” w lutym ukazał się dodatek „Bal Sportu i Biznesu” (11.02.2023), we wszystkich trzech pismach „Gazeta Pacjenta” (lutym-kwiecień 2023 r.).

Pobieżna analiza strukturalna dodatków Grupy WM pozwala wykazać pewien schematyzm treści we wszystkich 19 lokalnych periodykach. W 15 pismach zachowano zbliżoną strukturę układu treści („Biznes Warmii i Mazur”

i „Bez gorsetu”), poza lokalnymi informacjami w działach „Z drugiej strony”, „Wiadomości”, „Wydarzenia”, „Sport” czy ogłoszeniowymi – w poszczególnych tytułach można wyodrębnić również zbliżoną kategorię działów, np.: cykliczne „Nasz plebiscyt”, „Rozmowa”, „Pożegnanie”; okolicznościowe – był nim „Rok Kopernika”; poświęcone ludziom regionu „Wokół nas”; tematyczne: „Zdrowie” i „Finanse”; pozostałe: „Fotoreportaż” i „Fotorelacja”, „Na sygnale” (wypadki) czy „Przyroda”.

Istniały dwa powiaty dwutytułowe – mragowski oraz nowomiejski. Analiza porównawcza 4 numerów z lutego 2023 r. każdego dodatku lokalnego danego powiatu wykazała powtarzalność treści jedynie w zakresie działów wspólnych dla wszystkich dodatków (np. „Biznes Warmii i Mazur” czy „Bez gorsetu”). Działy poświęcone treściom lokalnym (np. „Wydarzenia” i „Wiadomości”) w tych samych numerach zawierały odrębne treści. W niektórych numerach i tytułach powielaly się całe kolumny; przykładem były ukazujące się w 2 tytułach „Więści z Powiatu. Gazeta Ostródzka i Gazeta Morąska”. Również wspólnych innym dodatkom lokalnym działów nie zawierał „IKAT Gazeta Braniewska”, zastępował je lokalnymi („Gmina Pieniężno” i „Braniewo”) oraz zróżnicowanymi tematycznie kolumnami (np. „Wojna na Ukrainie”, „Wojsko”, „Ludzkie losy”, „Nasze pieniądze”, „Świadome zakupy”).

Część lokalnych dodatków Grupy WM miała kolumny przygotowane przez powiatowe lub gminne organy samorządowe. Były nimi: „Gazeta Giżycka” – cotygodniowy cykl „Więści z Ratusza. Przetargi – Konkursy – Ogłoszenia – Informacje” (Urząd Miejski w Giżycku, Rada Miejska w Giżycku); „Gazeta Morąska” – co dwa tygodnie „Wiadomości Ratuszowe. Informacje Rady Miejskiej w Morągu i Burmistrza Morąga” oraz „Gmina Małdyty”.

4.3. DODATKI TEMATYCZNE

Podobnie jak w przypadku analizy dodatków lokalnych do dzienników regionalnych, przedstawiony w tej części opracowania wykaz dodatków tematycznych wychodzi poza dobór próby, wyodrębniony na potrzeby badania modelu regionalnego dziennika. Analizą dodatków tematycznych objęto więc wszystkie numery 24 regionalnych i lokalnych dzienników, które ukazały się w lutym 2023 r.

W przeciwieństwie do analizy dodatków lokalnych, w zaprezentowanym poniżej opisie uwzględniono nie tylko samoistne dodatki tematyczne, charakteryzujące się oddzielną paginacją oraz numeracją, ale i te składowe gazety, mające odrębny layout, jak i takie, które były (najczęściej na pierwszej kolumnie) zapowiadane jako dodatek. Zaprezentowana kategoryzacja dodatków tematycznych uwzględnia przede wszystkim ich zakres terytorialny – (podział na ogólnopolskie i o charakterze regionalnym) oraz dominujące funkcje (informacyjna, publicystyczna, poradnikowa, marketingowa).

4.3.1. Dodatki ogólnopolskie

W grupie dodatków tematycznych o charakterze ogólnopolskim wyróżniono dwie kategorie – cykliczne oraz okolicznościowe.

Pierwszą kategorię ogólnopolskich cyklicznych dodatków tematycznych stanowił magazyn „Puls” (piątkowy lub sobotnio-niedzielny), ukazujący się od kwietnia 2022 r. we wszystkich dziennikach PPG (włącznie z mutacjami trzech tytułów). Dodatek przygotowywany był w znacznej części przez redakcję centralną, publikowano w nim teksty wspólne wszystkim gazetom PPG, a poruszane zagadnienia dotyczyły polityki międzynarodowej i krajowej (stałe felietony m.in. Doroty Kani, ówczesnej członkini zarządu i redaktorki naczelnej PPG, czy Macieja Kędryny, zastępcy naczelnego „Gazety Lubuskiej”), ale także tematów społecznych. „Puls” zawierał szereg materiałów powtarzających się w poszczególnych tytułach, nie oznacza to jednak, że wszystkie dodatki były jednolite pod względem składu i treści. Przykładem jest łódzki „Express Ilustrowany”, charakteryzujący się odmienną pod względem graficznym formą (więcej informacji na temat powtarzalności zawarto w punkcie 3.4.).



Fot. 2. Magazynowe/weekendowe i okolicznościowe ogólnopolskie dodatki tematyczne badanych dzienników: „Puls” („Echo Dnia”) oraz jego tabloidowa wersja („Express Ilustrowany”); „Weekend z Rodziną” („Gazeta Krakowska”) oraz okolicznościowy ogólnopolski dodatek „Sztuka pomagania / мистецтво допомагати” wszystkich dzienników PPG (23.02.2023) (luty 2023)

Wraz z magazynowymi wydaniem dzienników regionalnych ukazywały się, mające zróżnicowaną formę, programy telewizyjne. „Tele Magazyn” był

bezpłatną wkładką telewizyjną, dołączaną do piątkowych numerów wszystkich 20 gazet PPG (włącznie z mutacjami). W dziennikach spoza PPG dodatki telewizyjne ukazywały się w różnych formach: w „Gazecie Olsztyńskiej” – jako 3-kolumnowy „TV. Dodatek Telewizyjny do Twojej Gazety”; w „Kurierze Szczecińskim” – „Telewidz” w formie 4-kolumnowej części grzbietu głównego dziennika. W „Super Nowościach” do dziennika był dołączany bezpłatny dodatek dla czytelników „Program TV”. Był obszerny, liczył 32 strony. Programu telewizyjnego nie zawierał „Dziennik Wschodni”.



Fot. 3. Tv guidsy w badanych dziennikach: „Tele Magazyn” w dziennikach PPG, „Program TV” („Super Nowości”), „TV. Dodatek Telewizyjny do Twojej Gazety” („Gazeta Olsztyńska”), „Telewidz” („Kurier Szczeciński” (luty 2023)

W sobotnio-niedzielnym numerach 14 dzienników PPG (z wyjątkiem tytułów ukazujących się 5 razy w tygodniu oraz dwudnika „Polska Metropolia Warszawska”, analogicznie bez wydawanej raz w tygodniu mutacji „Echo Dnia. Podkarpacie”) ukazywał się, zapowiadany na pierwszych kolumnach gazet jako dodatek – „Weekend z rodziną” (stanowiący grzbiet gazety, cykliczny dział). Dodatek zawierał przeważnie teksty o charakterze poradnikowym, poświęcone różnym wymiarom zdrowia fizycznego (m.in. badania profilaktyczne, dieta) oraz psychicznego (m.in. spędzanie wolnego czasu, kształtowanie postaw).

W kategorii ogólnopolskich, okolicznościowych/niecyklicznych dodatków tematycznych 23 lutego 2023 r. w 19 dziennikach PPG (z wyłączeniem mazowieckiego dwudnika oraz tygodniowej mutacji „Echa Dnia”) – ukazał się dodatek „Sztuka pomagania / мистецтво допомагати”. Druk wydanej na okoliczność pierwszej rocznicy agresji Rosji na Ukrainę wkładki zleciło grupie medialnej Ministerstwo Spraw Zagranicznych (Biuro Rzecznika Prasowego). 8-stronicowa wkładka zawierała 15 dwujęzycznych (polsko-ukraińskich) tekstów dotyczących pomocy Polski i Polaków dla Ukrainy. Według informacji Wirtualnych Mediów „materiał został wydrukowany w drukarniach Polska Press Grupy” (jk, 2023).

4.3.2. Dodatki regionalne

Drugą, zróżnicowaną grupę badanych dodatków tematycznych regionalnych i lokalnych dzienników stanowiły te o charakterze regionalnym, czyli w głównej mierze przygotowywane przez regionalne redakcje oraz ich biura marketingowe i ogłoszeniowe. W badanym lutym 2023 r. wyszczególniono następujące kategorie dodatków:

I. cykliczne – wśród nich wyodrębniono trzy podkategorie dodatków: 1. magazynowe dodatki dwóch dzienników spoza PPG; 2. tematyczne – dominowały sportowe; 3. plebiscytowe – związane z organizowanymi cyklicznie przez PPG (oraz wydawcę „Gazety Olsztyńskiej) plebiscytami.

II. okolicznościowe – wśród nich dominowały dodatki poświęcone zdrowiu oraz zagadnieniom gospodarczo-usługowym. Wskazano również kategorię ‘Inne’ i zakwalifikowano do niej zróżnicowane, informacyjno-poradnikowe różnotematyczne dodatki.

Odpowiednikami piątkowego magazynu „Puls” tytułów PPG były: „Magazyn” lubelskiego „Dziennika Wschodniego” oraz „Magazyn Kuriera” zachodniopomorskiego „Kuriera Szczecińskiego”.





Fot. 4. Pierwszy rząd: cykliczne magazynowe wydania dzienników spoza PPG: „Magazyn” („Dziennik Wschodni”); „Magazyn Kuriera” („Kurier Szczeciński”). Drugi rząd: cykliczne tematyczne dodatki do dzienników PPG: „Echo Hydrotruck Radom” („Echo Dnia. Radomskie”) oraz „Głos ma Historia” („Głos. Dziennik Pomorza”) (lutu 2023)

Dodatki magazynowe dwóch dzienników spoza PPG (dodatku magazynowego nie wydawały „Gazeta Olsztyńska” i „Super Nowości”) miały zróżnicowany charakter. „Magazyn” lubelskiego „Dziennika Wschodniego” stanowił istotny element promocji weekendowego wydania, zapowiadany był w danym numerze na pierwszej kolumnie gazety, miał odrębną numerację, jego objętość stanowiło zazwyczaj 16 kolumn. Dodatek zawierał materiały o charakterze informacyjnym i publicystycznym (liczne wywiady i reportaże). Dominowała w nim tematyka społeczna, zagadnienia lokalnego samorządu (inwestycje, praca w regionie), pojawiały się teksty poświęcone turystyce regionu, sprawom sądowym, zdrowiu, historii, motoryzacji, wydarzeniom i zapowiedziom kulturalnym (repertuar kin), cykliczną kolumnę stanowiły kulinaria, magazyn zawierał także krzyżówkę.

Zbliżony, ale jednak znacznie bardziej okrojony charakter cechowało magazynowe wydanie „Kuriera Szczecińskiego”. Zapowiadany na pierwszej kolumnie gazety „Magazyn Kuriera” miał odrębną numerację, przeważały w nim teksty publicystyczne (wywiady, artykuły publicystyczne) o zróżnicowanej tematyce (historia, kultura, sprawy społeczne). Stałym elementem magazynu były felietony: polityczny „Pod prąd” Janusza Ławrynowicza (zm. w listopadzie 2024 r.) oraz „Językowa corrida” Ewy Kołodziejek poświęcona kulturze języka polskiego. Nie brakowało elementów rozrywkowych – „Galeria Przysawka” Henryka Sawki, horoskopy i krzyżówka. W strukturze magazynu był 4-stronnicowy dodatek z programem telewizyjnym, magazyn zamykały „Propozycje na weekend” (recenzje wybranych wydarzeń kulturalnych Szczecina). Wydanie magazynowe dziennika „Super Nowości” (piątek-nie-

dziela) liczyło 32 strony. Podkreślenie objętości tego wydania uwidoczniło na pierwszej kolumnie dziennika, tuż pod winiętą tytułową. Jednak część magazynowa (publicystyczna) nie była wyodrębniona w strukturze wydania jako wyraźny dodatek.

Drugą kategorię cyklicznych regionalnych dodatków tematycznych tworzyły ukazujące się (zazwyczaj co tydzień) działy sportowe oraz ogłoszeniowe, odrębną kategorię stanowił informacyjny dodatek „Strefa imprez” oraz miesięcznik „Głos ma Historia”, dzienniki lokalne kujawsko-pomorskiego zawierały specjalną ofertę dla prenumeratorów.

Do cyklicznych regionalnych dodatków sportowych zaliczono ukazujące się we wszystkich poniedziałkowych numerach dzienników PPG rozbudowane kolumny poświęcone wydarzeniom sportowym danego regionu, zazwyczaj w postaci zapowiadanego na pierwszej kolumnie dodatku „Sportowy24” (w łódzkim „Expressie Ilustrowanym” był kontynuacją działu „Sport”). Wśród pozostałych dodatków sportowych w lutym trzykrotnie w radomskiej mutacji „Echa Dnia” ukazał się cykliczny dodatek „Echo Hydrotruck Radom”, poświęcony klubowi koszykarskiemu Hydro Truck Radom. Rozbudowane kolumny o tematyce sportowej znajdowały się także w wydawanym poza grupą PPG dzienniku „Super Nowości”. W wydaniach poniedziałkowych dziennika drukowano osiem lub siedem kolumn sportowych, bez odrębnego grzbietu.

Kolejną kategorię tematyczną cyklicznych dodatków tematycznych stanowiły wyodrębnione w layoutie gazet kolumny ogłoszeniowe; zamieszczały je dwa dzienniki: „Gazeta Współczesna” – w każdy czwartek miesiąca załączała „Kramik ogłoszeniowy”, obszerny 16-kolumnowy dodatek z bezpłatnymi ogłoszeniami (były one dostępne również na stronie internetowej dziennika); „Dziennik Łódzki” – w każdą środę miesiąca publikował „Gratkę motoryzacyjną” zawierającą płatne ogłoszenia nie tylko z branży motoryzacyjnej.

Następną kategorię stanowiły cykliczne dodatki rozrywkowe, oferowane wyłącznie prenumeratorom dwóch lokalnych dzienników PPG: „Expressu Bydgoskiego” oraz „Nowości. Dziennika Toruńskiego”. Raz w miesiącu ukazywał się kilkunastostroniowy dodatek „Extra Express”, zawierał on nieliczne teksty publicystyczne (ciekawostki ze świata nauki) i poradnikowe (przepisy kulinarne), a dominowały w nim krzyżówki.

Do cyklicznych dodatków tematycznych należy zaliczyć również mającą informacyjny charakter „Strefę imprez” – ukazywała się ona co tydzień w piątki w „Echu Dnia. Świętokrzyskie” i zawierała zapowiedzi wydarzeń kulturalnych powiatu kieleckiego. Drugim, publikowanym raz w miesiącu, przygotowywanym lokalnie przez redaktorów z Pomorza Środkowego i Zachodniego był „Głos ma Historia”, poświęcony głównie powojennej historii regionu, dołączany do szczecińskiej i koszalińskiej mutacji „Głosu. Dziennika Pomorza”.

Trzecią kategorię cyklicznych dodatków tematycznych tworzyły dodatki plebiscytowe. W lutym 2023 r. ukazały się dodatki dotyczące trzech do-

rocznych przedsięwzięć: „Osobowość Roku 2022” – za działania na rzecz społeczności lokalnej; „Plebiscyt Edukacyjny” – wskazanie najlepszych instytucji opiekuńczo-edukacyjnych oraz nauczycieli; „Ona i On” – plebiscyt na najsympatyczniejszą parę. W dodatku „Osobowość Roku 2022” ogłoszono listę nominowanych (wkładki zawierały notki informacyjne, zasady głosowania w poszczególnych kategoriach w skali ogólnokrajowej i regionalnej). W dodatkach „Plebiscyt Edukacyjny” ogłoszono wyniki, zaprezentowano sylwetki (osoby i instytucje) zwycięzców w różnych kategoriach. Dodatki „Ona i On” zawierały wyniki plebiscytu „Taka ona i on”.

Dodatki dwóch pierwszych plebiscytów ukazały się w 16 z 20 dzienników PPG, z wyjątkiem: dzienników lokalnych z kujawsko-pomorskiego (dodatek ukazał się w „Gazecie Pomorskiej”); łódzkiego „Expressu Ilustrowanego” (dodatek zawierał „Dziennik Łódzki”) oraz małopolskiego „Dziennika Polskiego” (dodatki zamieszczono w „Gazecie Krakowskiej”). Dodatki zamieszczono we wszystkich dziennikach z mutacjami (z wyjątkiem „Echa Dnia. Podkarpacie”), w „Głosie. Dzienniku Pomorza” dodatki objęły treścią i dystrybucją Pomorze Zachodnie („Głos Szczeciński” i „Głos Koszaliński”), w woj. pomorskim dodatki opublikowano w „Dzienniku Bałtyckim”. Wyniki walentynkowego plebiscytu ukazały się w 15 z 20 dzienników regionalnych i lokalnych PPG, z wyjątkiem wyżej wspomnianych lokalnych tytułów z kujawsko-pomorskiego, „Expressu Ilustrowanego”, „Dziennika Polskiego” i dwudnika „Polska Metropolia Warszawska” (analogicznie w przypadku mutacji dzienników).

Wśród cyklicznych dodatków plebiscytowych odrębną podkategorię stanowiły te o charakterze sportowym. W lutym 2023 r. wyniki plebiscytu na „Sportowca Roku 2022” ogłosiły: dolnośląska „Gazeta Wrocławska” (plebiscyt na najlepszego sportowca i trenera Dolnego Śląska); podkarpackie „Nowiny” oraz „Dziennik Łódzki”. Poza konkursem na „Osobowość Roku” oraz „Plebiscytem Edukacyjnym” redakcja „Gazety Olsztyńskiej” wydała również dwa dodatki: „Kronika sportowa 2022” (podsumowanie wydarzeń sportowych w kraju i regionie minionego roku) oraz „Gazeta plebiscytowa” (ogłoszenie wyników na najpopularniejszych sportowców regionu). Jak wynika z tabeli 12 (zamieszczonej w aneksie), poza „Gazetą Olsztyńską”, tematycznych cyklicznych dodatków regionalnych nie miały pozostałe dzienniki należące do wydawców spoza koncernu PPG.

Wśród regionalnych dodatków tematycznych kolejną grupę stanowiły te o niecyklicznym i okolicznościowym charakterze. W tej grupie dodatków, z wyjątkiem jednego opublikowanego w „Gazecie Olsztyńskiej”, wszystkie należały do inicjatyw wydawniczych regionalnych redakcji PPG, ale część z nich była elementem planu wydawniczego kilku redakcji. Przykładem jest dodatek „Gdzie się leczyć” – ukazał się on w 7 dziennikach grupy obejmujących 7 województw; również ten sam dodatek „Cena energii” zamieszczono w 2 małopolskich dziennikach – „Gazecie Krakowskiej” i „Dzienniku Polskim”.



Fot. 5. Okolicznościowe/niecykliczne dodatki tematyczne w gazetach regionalnych (przykłady): „Gdzie się leczyć” („Dziennik Bałtycki”), „Strefa Agro” („Gazeta Pomorska”) oraz „Dzień Tradycji Służby Więziennej” („Głos. Dziennik Pomorza”) (lut 2023)

Niecykliczne, regionalne dodatki gazet regionalnych stanowiły zróżnicowaną tematycznie grupę. Pierwszą, zbliżoną zagadnieniowo grupę tworzyły dwa dodatki poświęcone zdrowiu. Wspomniany już informator „Gdzie się leczyć” zawierał w niewielkiej liczbie teksty redakcyjne, dominowały w nich zróżnicowane regionalnie tematyczne materiały reklamowe oraz lista poradni specjalistycznych mających kontrakt z NFZ. Drugim dodatkiem były poradnikowe oraz reklamowe „Badania profilaktyczne”, dodatek zamieszczono w dwóch podlaskich gazetach – „Gazecie Współczesnej” oraz „Kurierze Porannym”.

Poza zdrowiem drugą tematycznie podkategorię niecyklicznych dodatków regionalnych gazet obejmowały mające charakter gospodarczo-usługowy. Miały one komercyjny charakter, były poświęcone sprawom energii, nieruchomościom oraz rolnictwu, a trzy z nich usługom (branże: śluby, fachowe usługi oraz turystyka).

Najliczniejszą grupę stanowiły dodatki zawierające zagadnienia nieruchomości i budownictwa. Ukazały się one w trzech gazetach PPG (w dwóch zachodniopomorskich mutacjach „Głosu. Dziennika Pomorza”, „Gazecie Wrocławskiej” oraz „Gazecie Lubuskiej” (dominacja zachodniej części kraju), „Nasz dom” natomiast w warmińsko-mazurskiej „Gazecie Olsztyńskiej”. Dodatki w gazetach PPG i w gazecie spoza koncernu przyjęły zbliżoną, głównie reklamową formę.

W dwóch małopolskich gazetach znalazł się dodatek „Cena energii”. Zawierał wielostronicową debatę poświęconą oszczędzaniu energii. Materiał powstał we współpracy jednostek samorządowych i publicznych: Miejskiego Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej w Krakowie, Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Krakowie, Gminy Spytakowice oraz Katedry Energetyki Politechniki Krakowskiej, we współpracy z komercyjnym podmiotem – Biurem Nieruchomości Smart-House.

W lutym 2023 r. w dwóch dziennikach („Gazeta Pomorska” i „Głos Wielkopolski”), jako odrębna bezpłatna wkładka (mniejszy format, kredowy papier, odrębne sycie), ukazała się „Strefa Agro”. Kilkudziesięciostronicowy informacyjno-reklamowy dodatek publikowany jest od 2015 r. we wszystkich dziennikach PPG; zawiera informacje i porady o dopłatach, produkcji roślinnej i zwierzęcej, branżowych wystawach, targach i pokazach. Odbiorcami pisma są mieszkańcy terenów wiejskich, przede wszystkim zawodowo związani z gospodarką rolną.

Podobny pod względem formy (autonomiczna wkładka) oraz funkcji (reklamowy charakter) był dołączony do zachodniopomorskich mutacji „Głosu. Dziennika Pomorza” dodatek „Piękny ślub”. Zawierał on wiosenną ofertę podmiotów oferujących usługi nowożeńcom. Forma poradnikowo-reklamowa charakteryzowała również dodatek „Zadzwoń do / po fachowca”, który ukazał się w „Echu Dnia. Świętokrzyskie” oraz w podlaskiej „Gazecie Współczesnej”.

Typowo okolicznościowy charakter – związany z odbywającą się zimą przerwą edukacyjną – zawierały skierowane do rodziców najmłodszych mieszkańców regionu zachodniej Polski „Ferie marzeń”. W poradniku tym zamieszczono informacje na temat form spędzania czasu wolnego w regionie, prac plastycznych dzieci. Komercyjny dodatek zawierał również materiał finansowany przez Grupę Europejskich Konserwatystów i Reformatorów, której członkinią była pochodząca z woj. lubuskiego Elżbieta Rafalska, poseł do PE.

W ostatniej grupie niecyklicznych regionalnych dodatków tematycznych wyodrębniono pięć tytułów, które miały zróżnicowaną tematykę i charakter. „Samorządy” („Gazeta Krakowska”) i „W regionie” („Głos. Dziennik Pomorza”) poświęcone były roli samorządności w demokracji, inwestycjom danych jednostek administracyjnych oraz potrzebom mieszkańców. W publicystyczno-edukacyjnym dodatku małopolskiego dziennika dominowały wywiady z przedstawicielami samorządowych stowarzyszeń i samorządów; z kolei „W regionie” zawierał głównie krótkie notki z wydarzeń z różnych gmin woj. zachodniopomorskiego.

Pierwsza rocznica agresji Rosji na Ukrainę, jak i przygraniczne położenie woj. podkarpackiego – były czynnikami opracowania dla mieszkańców regionu dodatku „Podkarpacie dla obronności”, przygotowanego we współpracy redakcji „Nowin” z wojewodą, samorządem województwa oraz Polską Grupą Zbrojeniową. Zamieszczone w dodatku informacje miały zbliżoną formułę do wydanego dzień wcześniej, dołączonego do wszystkich dzienników PPG ogólnopolskiego dodatku „Sztuka pomagania / мистецтво допомагати”. W opracowanych przez podkarpacką redakcję dziennika materiałach wszystkie treści dotyczyły pomocy mieszkańców regionu tym, którzy potrzebowali jej w zaatakowanym kraju. Część materiałów dotyczyła regionu, w którym wzmocniono przemysł obronny oraz dostosowano lotnisko do pomocowych działań.

Również dzięki wsparciu instytucji państwowej (okręgowego Inspektoratu Służby Więziennej w Koszalinie) w zachodniopomorskich mutacjach „Głosu. Dziennika Pomorza” zamieszczono dodatek „Dzień Tradycji Służby Więziennej”. Poza materiałami informacyjnymi pełnił on funkcje promocyjne, miał przekonać potencjalnych pracowników do atrakcyjności pracy w państwowej jednostce.

Ostatni z opisywanych dodatków, „Przemoc”, miał edukacyjno-poradnikowy charakter i był skierowany do rodziców dzieci poszkodowanych w efekcie różnych form agresji. Za opracowanie kilkustronicowego materiału odpowiadał Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej w Czernicy (gmina powiatu wrocławskiego).

Reasumując rozważania, jak i próbując odpowiedzieć na zawarte w początkowej ich części pytania badawcze, należy stwierdzić, że nie istniała bezpośrednia zależność pomiędzy liczbą dzienników wydawanych w danym województwie a liczbą mutacji oraz dodatków lokalnych, z kolei widoczna była korelacja pomiędzy liczbą mutacji i dodatków lokalnych a kolejnymi przekształceniami własnościowymi dzienników.

Jak już wspomniano, w Polsce funkcjonuje 9 województw jednotypowych, 6 dwutytułowych oraz w jednym województwie (kujawsko-pomorskie) poza dziennikiem regionalnym wydawane są dwa dzienniki lokalne („Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński”). Trzy spośród 22 badanych dzienników wydawały mutacje, są nimi: „Echo Dnia”, „Głos. Dziennik Pomorza” oraz „Gazeta Pomorska”. Oznacza to, że nie było bezpośredniej zależności pomiędzy liczbą ukazujących się w danym regionie dzienników a liczbą mutacji. Mutacje „Echa Dnia” i „Głosu. Dziennika Pomorza” były również efektem wykraczania zasięgiem poza granice jednego regionu. Istniały regiony jednotypowe, w których dziennik nie miał żadnych – poza głównym wydaniem – mutacji. Istniała natomiast korelacja pomiędzy liczbą mutacji a zmianami własnościowymi, mutacje miały być dzienniki Mediów Regionalnych (Mecom Europe). Z kolei liczne dodatki lokalne – występujące w dziennikach grupy PPG (które należało do Polskapresse) oraz w „Gazecie Olsztyńskiej” – cechował zróżnicowany charakter, podlegały one procesom schematyzacji formy i treści. Miało to również wpływ na liczbę ogólnopolskich dodatków tematycznych, które przeważają nad dodatkami regionalnymi.

ZAKOŃCZENIE

Zjawiska i problemy społeczne z trudem poddają się mierzeniu i klasyfikowaniu. Z tego powodu możliwe jest tworzenie tylko uproszczonych modeli, pozwalających na wyróżnienie oraz pomiar wybranych cech badanego zjawiska lub problemu. Taka próba została podjęta w niniejszej monografii. Jej celem było skonstruowanie i sprawdzenie modelu polskiego dziennika regionalnego w wybranym okresie jednego miesiąca.

Po ogólnym wprowadzeniu, które znalazło się w rozdziale pierwszym, w drugim rozdziale przedstawiono siedem elementów proponowanego modelu dziennika regionalnego. Były to kolejno: dominujący temat publikacji, zakres terytorialny treści publikacji, gatunek dziennikarski, podejmowane interwencje, udzielane porady, przedsięwzięcia z zakresu marketingu wydawniczego, wykazana stroniczość polityczna.

Każdy z wymienionych powyżej elementów modelu stanowił zarazem perspektywę badawczą, sformułowaną w celu scharakteryzowania badanych publikacji. Oznacza to, że każdy z wybranych do analizy materiałów dziennikarskich został poddany klasyfikowaniu z kilku różnych perspektyw.

Próba badawcza objęła 66 spośród 480 numerów, jakie ukazały się w wybranym miesiącu, czyli po trzy wylosowane numery każdego z 22 dzienników regionalnych, w tym co najmniej jeden numer piątkowy. W analizie pominięto tę część zawartości każdego dziennika, którą uznano za mniej istotną dla polityki redakcyjnej. Były to reklamy, kolumny sportowe, kalendaria oraz inne drobne teksty. W efekcie do analizy zawartości zostało zakwalifikowane 1955 publikacji, czyli średnio około 30 materiałów dziennikarskich z jednego numeru dziennika. Dodatkowo przedstawiono wszystkie mutacje oraz dodatki lokalne i tematyczne do 22 dzienników regionalnych oraz do 2 dzienników lokalnych, jakie zostały opublikowane w wybranym miesiącu.

Metodą badania była analiza zawartości. Jednostkę analizy stanowiła pojedyncza publikacja dziennikarska, a narzędzie analizy – klucz kategoryzacyjny. Klucz został sporządzony na podstawie poszczególnych elementów modelu dziennika regionalnego, jakie zostały wyliczone powyżej i opisane w rozdziale drugim. Skrócone wyniki analizy przedstawiają się następująco:

1. Zakres terytorialny. W badanych dziennikach liczba publikacji dotyczących gmin, powiatów, miast i województw stanowiła 52 proc. ogółu ma-

teriałów dziennikarskich, z wyraźną preferencją dla miast wojewódzkich. Wszystkie pozostałe 48 proc. tekstów podejmowało tematykę ogólnokrajową bądź międzynarodową.

2. Zakres tematyczny. Gospodarka, polityka oraz kultura i sztuka stanowiły łącznie 43 proc. ogólnej liczby publikacji. Następną pod względem liczebności kategorią jest „Wojna w Ukrainie i jej następstwa”, na którą złożyły się stosunkowo wysokie wyniki, wynoszące ponad 9 proc. ogółu publikacji.
3. Gatunki dziennikarskie. Blisko 3/4 ogółu publikowanych materiałów reprezentowały gatunki informacyjne. Wśród gatunków publicystycznych wyraźnie przeważały komentarze i felietony (traktowane jako jedna kategoria) oraz wywiady. Widoczne były także pozostałe gatunki publicystyczne, jak reportaż, artykuł, recenzja, sylwetka.
4. Interwencje okazały się nieliczne, było to zaledwie 41 publikacji w 16 dziennikach, czyli 2 proc. ogółu analizowanych materiałów dziennikarskich. 70 proc. interwencji zostało podjętych na skutek sygnałów od czytelników, pozostałe były inicjatywą dziennikarzy. Taki rozkład wskazuje, że redakcje pozostawały otwarte na przyjmowanie sygnałów od odbiorców, choć ogólną liczbę interwencji należy określić jako umiarkowaną. W próbie badawczej znalazło się 6 redakcji, których wydawcą była PPG i które nie opublikowały żadnej interwencji.
5. Porady były widoczne w każdym dzienniku. Ukazało się 141 porad, czyli 7 proc. ogółu analizowanych publikacji. Były to średnio 2 porady w numerze. 86 proc. z nich stanowiły porady instrumentalne, w tym zwłaszcza dotyczące troski o zdrowie oraz przepisów kulinarnych. Zdecydowanie mniej liczne okazały się porady egzystencjalne, wśród których przeważały kwestie przezwyciężania nieśmiałości i kształtowania postaw asertywnych.
6. Marketing wydawniczy reprezentowały 22 publikacje. Był to udział rzędu 1 proc. analizowanych materiałów. Działania w zakresie marketingu podjęło 12 redakcji, czyli nieznaczna większość. Należały do nich plebiscyty, działania autopromocyjne i konkursy.
7. Stronniczość polityczna została wykazana w 96 publikacjach 20 dzienników, było to 5 proc. ogółu badanych publikacji. W analizie uwzględniono tylko materiały wyraźnie stronnicze, a nie na przykład informacje o dotacjach lub inwestycjach. Widoczna była wyraźna tendencja chwalenia działań rządzącej koalicji, prezydenta, rządu, ministrów i wojewodów oraz przedsiębiorstw i instytucji państwowych. Nie oznaczało to absolutnego wsparcia, gdyż zdarzała się krytyka władzy, także w dziennikach PPG, które na ogół sprzyjały władzy. Jednak krytyka dotyczyła najczęściej działań opozycji oraz Unii Europejskiej. Zarówno wsparcie, jak i krytyka koncentrowały się w zdecydowanej większości na aktorach politycznych ze sceny ogólnokrajowej i międzynarodowej.

Analiza pozwoliła na wykazanie dwóch wyraźnych tendencji. Pierwsza z nich dotyczy proporcji między gatunkami informacyjnymi i publicystycznymi. Zdecydowana przewaga ilościowa gatunków informacyjnych nad publicystycznymi, widoczna w 21 dziennikach regionalnych, przybrała odwrotną postać w dwudniku „Polska Metropolia Warszawska”. Proporcje gatunkowe w dzienniku przypominały proporcje właściwe dla tygodnika. Wspomniany dwudnik był też jedynym dziennikiem regionalnym, w którym w badanym okresie sprzedaż wydań elektronicznych była porównywalna ze sprzedażą wydań papierowych.

Druga tendencja wskazuje, że większa liczba materiałów dziennikarskich w pojedynczym numerze dziennika regionalnego oznaczała więcej krótszych materiałów, co korelowało z mniejszą skłonnością tego dziennika do publikowania materiałów stronicznych politycznie. Ta zależność była szczególnie widoczna w dwóch dziennikach: „Express Ilustrowany” i „Kurier Szczeciński”.

Dodatkowym, choć nieplanowanym wcześniej efektem analizy, było stwierdzenie występowania typowej struktury dziennika regionalnego. W większości tytułów w określonych dniach tygodnia ukazywały się kolumny lub rubryki zawierające ustaloną tematykę.

Każdy z 18 dzienników regionalnych PPG korzystał z efektów synergii, publikując materiały dziennikarskie wspólne dla kilku tytułów tego wydawcy. Materiały wspólne stanowiły 28 proc. ogólnej liczby badanych tekstów dzienników PPG. Powtarzały się nie tylko w tytułach wydawanych w różnych województwach, lecz były także przypadki publikowania tych samych materiałów w obu dziennikach PPG kolportowanych w tym samym województwie. Materiały wspólne zostały zaznaczone w wykazie cytowanych publikacji dzienników regionalnych, umieszczonym po bibliografii. Nie są to jednak wszystkie teksty wspólne, lecz tylko ta ich część, która była zacytowana podczas analizy.

Analiza pozwoliła także na sprawdzenie, czy i w jakim stopniu badane publikacje wypełniały cztery dziennikarskie role społeczne przedstawione w rozdziale pierwszym. Zestaw tych ról rozpoczyna monitorowanie wydarzeń i sprawowanie krytycznego nadzoru nad działaniami podmiotów polityki. Pełnienie roli monitorowania i nadzoru należy powiązać z tematami publikacji, ich zasięgiem terytorialnym oraz stroniczością polityczną. Każda z tych kwestii znalazła swój wyraz w badanych tekstach, a sposoby ich wypełniania okazały się dalece zróżnicowane. Autorzy stosowali w tym celu różne gatunki dziennikarskie, z wyraźną przewagą informacji.

Rola moderowania dyskusji i aktywizowania sfery publicznej nie mogła zostać poddana analizie. Nie pozwolił na to losowy dobór próby badawczej i wynikający z niego brak ciągłości analizowanego materiału. Z tego powodu nie można było zbadać sekwencji wypowiedzi składających się na dyskurs. Warto jednak dodać, że w próbie badawczej wśród gatunków dziennikarskich nie znalazł się ani jeden przypadek sondy bądź dyskusji.

Rolę wspierania słabszych grup społecznych należy przypisać interwencji dziennikarskiej. Materiały interwencyjne były nieliczne i dotyczyły na ogół drobnych, lokalnych problemów. Większość postulowanych działań mieściła się w obowiązujących ramach prawnych, lecz były również takie interwencje, które wskazywały na potrzebę wprowadzenia zmian w prawie. Jako dodatkowe wsparcie dla czytelników można potraktować porady, które okazały się ponad trzy razy bardziej liczne niż interwencje.

Rola wspierania władzy w sytuacjach kryzysowych niespodziewanie również była bardzo znacząca. Wypełniały tę rolę liczne publikacje dotyczące wojny w Ukrainie i jej skutków dla Polski oraz innych krajów. Dziennikarze towarzyszyli działaniom rządu, samorządów i organizacji pozarządowych, przedstawiali inicjatywy społeczne oraz wskazywali na liczne przykłady solidarności z uchodźcami z walczącej Ukrainy.

Poza zakresem wymienionych powyżej czterech dziennikarskich ról społecznych znalazła się analiza przedsięwzięć z dziedziny marketingu wydawniczego. Były to plebiscyty, publikacje autopromocyjne oraz konkursy. Wobec malejącej sprzedaży wydań papierowych i niewielkiej sprzedaży wydań elektronicznych dzienników regionalnych wszelkie takie działania należy uznać za szczególnie pożyteczne.

Ofertę dla czytelników powiększały mutacje, dodatki lokalne i dodatki tematyczne. Zostały wyliczone i opisane oddzielnie, ponieważ inny był sposób ich doboru oraz analizy. W mutacjach i dodatkach lokalnych na ogół przeważały treści informacyjne, lecz nie było to regułą, gdyż niektóre dodatki lokalne miały charakter publicystyczny. Natomiast dodatki tematyczne dzieliły się na cykliczne i okolicznościowe. Pierwsze z nich to magazyny weekendowe i programy telewizyjne, drugie okazały się bardziej zróżnicowane. Były wśród nich zwłaszcza poradniki z wielu różnych dziedzin, którym towarzyszyły dobrane tematycznie reklamy, były także publikacje dotyczące marketingowych przedsięwzięć redakcji.

Próba badawcza – chociaż pokaźna pod względem ilościowym – przedstawia tylko niewielki wycinek ogółu publikacji dzienników regionalnych. Powiększenie tej próby pozwoliłoby na bardziej precyzyjne określenie modelu dziennika, zweryfikowanie wykazanych tendencji, jak również na analizowanie roli redakcji jako moderatora dyskursu. Możliwe jest także rozbudowanie modelu dziennika regionalnego o dodatkowe elementy.

Badanie zostało ograniczone do papierowych wydań dzienników. Wydania te stopniowo tracą na znaczeniu, co znajduje potwierdzenie w wynikach sprzedaży. Rośnie natomiast znaczenie wydań elektronicznych oraz wszelkich portali i grup dyskusyjnych, także regionalnych i lokalnych. Przyczyną są zmieniające się nawyki czytelnicze oraz nieustające zapotrzebowanie odbiorców na rzetelne informacje i wnikliwą publicystykę dotyczącą spraw bliż-

szej i dalszej okolicy. Z tego powodu kolejne badania powinny objąć swym zasięgiem także publikacje elektroniczne.

Na potrzebę dalszych badań wskazuje również szybko zmieniająca się sytuacja na rynku dzienników regionalnych. Niniejsza monografia przedstawia stan miniony. Może być przydatna do sprawdzania zmian w zawartości dzienników regionalnych oraz do wykazywania prawidłowości, które jednak nie przesądzają o przyszłości tych dzienników.

ANEKS

1. LISTA ANALIZOWANYCH DZIENNIKÓW REGIONALNYCH I MAPA ICH ROZMIESZCZENIA

Dzienniki ukazujące się 2 razy w tygodniu:

1. „Polska Metropolia Warszawska”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 11, 12, 13.

Dzienniki ukazujące się 5 razy w tygodniu:

2. „Dziennik Wschodni”. Wydawca: Corner Media. Analizowane numery: 28, 32, 39.
3. „Gazeta Olsztyńska”. Wydawca: Grupa WM. Analizowane numery: 23, 24, 36.
4. „Gazeta Współczesna”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 25, 29, 40.
5. „Kurier Lubelski”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 32, 38, 39.
6. „Kurier Poranny”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 22, 34, 38.
7. „Kurier Szczeciński”. Wydawca: Kurier Szczeciński. Analizowane numery: 36, 38, 39.
8. „Nowiny”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 24, 30, 39.
9. „Super Nowości”. Wydawca: Gravamen Media. Analizowane numery: 22, 24, 34.

Dzienniki ukazujące się 6 razy w tygodniu:

10. „Dziennik Bałtycki”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 44, 46, 47.
11. „Dziennik Łódzki”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 42, 46, 48.
12. „Dziennik Polski”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 37, 40, 41.
13. „Dziennik Zachodni”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 43, 46, 49.
14. „Echo Dnia”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 33, 39, 40.
15. „Express Ilustrowany”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 29, 33, 46.
16. „Gazeta Krakowska”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 40, 42, 46.
17. „Gazeta Lubuska”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 33, 34, 40.
18. „Gazeta Pomorska”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 32, 35, 40.
19. „Gazeta Wrocławska”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 32, 39, 40.
20. „Głos Dziennik Pomorza”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 39, 40, 45.
21. „Głos Wielkopolski”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 39, 41, 46.
22. „Nowa Trybuna Opolska”. Wydawca: PPG. Analizowane numery: 45, 46, 47.



Rysunek A1. Rozmieszczenie badanych dzienników regionalnych i lokalnych na mapie Polski z uwzględnieniem województw

2. SPRZEDAŻ DZIENNIKÓW REGIONALNYCH I LOKALNYCH W I KWARTALE 2023 ROKU

Tabela 1. Sprzedaż dzienników regionalnych i lokalnych w I kwartale 2023 roku

Lp.	Tytuł dziennika	Sprzedaż wydań drukowanych	Sprzedaż e-wydania	Sprzedaż razem
1.	„Dziennik Bałtycki”	4 279	1 079	5 358
2.	„Dziennik Łódzki”	4 714	757	5 471
3.	„Dziennik Polski”	4 660	349	5 008
4.	„Dziennik Zachodni”	7 994	818	8 812
5.	„Echo Dnia”	5 081	832	5 913
6.	„Express Bydgoski”	2 969	186	3 155
7.	„Express Ilustrowany”	6 009	275	6 284
8.	„Gazeta Krakowska”	3 835	1 204	5 039
9.	„Gazeta Lubuska”	4 120	435	4 555
10.	„Gazeta Pomorska”	12 565	592	13 157
11.	„Gazeta Wrocławska”	3 207	747	3 954
12.	„Gazeta Współczesna”	1 751	391	2 142
13.	„Głos. Dziennik Pomorza”	5 302	914	6 217
14.	„Głos Wielkopolski”	7 644	765	8 409
15.	„Kurier Lubelski”	1 166	639	1 805
16.	„Kurier Poranny”	1 447	393	1 840
17.	„Nowa Trybuna Opolska”	3 270	479	3 749
18.	„Nowiny”	4 486	1 289	5 775
19.	„Nowości – Dziennik Toruński”	3 549	129	3 678
20.	„Polska Metropolia Warszawska”	3 147	3 101	6 517
21.	„Dziennik Wschodni”	2 681	37	2 718*
22.	„Gazeta Olsztyńska”	2 575	141	2 716
23.	„Kurier Szczeciński”	2 926	110	3 036
24.	„Super Nowości”	3 230	–	3 230

Źródło: www.wirtualnemedi.pl/artukul/dzienniki-regionalne-wyniki-sprzedazy-i-kwartal-2024-r (z dn. 11.01.2024).

* Dane w tabeli 1 pochodzą z raportów Polskich Badań Czytelnictwa. Pozycje 1–20 obejmują dzienniki PPG, 21–24 – pozostałych wydawców. „Dziennik Wschodni” od 2022 r. nie jest wykazywany w tych badaniach. Wyniki w tabeli odnoszące się do tego tytułu dotyczą 2021 r. i obejmują łączną sprzedaż i prenumeratę wydań drukowanych, a także łączną sprzedaż i prenumeratę e-wydań.

3. TABELE WYNIKÓW ANALIZY ZAWARTOŚCI

Tabela 2. Liczba analizowanych publikacji i grafik poszczególnych dzienników regionalnych

Lp.	Tytuł dziennika	Liczba badanych tekstów	Liczba materiałów graficznych
1.	„Dziennik Bałtycki”	74	106
2.	„Dziennik Łódzki”	80	77
3.	„Dziennik Polski”	102	109
4.	„Dziennik Wschodni”	81	117
5.	„Dziennik Zachodni”	80	80
6.	„Echo Dnia”	84	82
7.	„Express Ilustrowany”	122	149
8.	„Głos. Dziennik Pomorza”	82	103
9.	„Gazeta Krakowska”	88	83
10.	„Gazeta Lubuska”	94	116
11.	„Gazeta Olsztyńska”	64	107
12.	„Gazeta Pomorska”	82	88
13.	„Głos Wielkopolski”	80	84
14.	„Gazeta Wrocławska”	76	82
15.	„Gazeta Współczesna”	82	82
16.	„Kurier Lubelski”	97	102
17.	„Kurier Poranny”	79	71
18.	„Kurier Szczeciński”	105	107
19.	„Nowa Trybuna Opolska”	80	115
20.	„Nowiny”	107	107
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	61	95
22.	„Super Nowości”	155	212
SUMA		1 955	2 274

Tabela 3. Liczba publikacji w poszczególnych kategoriach zakresu terytorialnego (wyniki badań)

Lp.	Tytuł dziennika	Gmina wiejska	Gm. miejska i miejsko-wiejska	Powiat	Miasto na prawach powiatu	Stolica województwa	Województwo	Polska	Ukraina	UE	Świat	Inne	Suma dla dziennika
1.	„Dziennik Bałtycki”	0	2	0	4	6	5	21	4	1	17	1	61
2.	„Dziennik Łódzki”	2	6	1	1	20	12	15	3	2	16	0	78
3.	„Dziennik Polski”	7	5	4	0	27	2	24	0	5	12	4	90
4.	„Dziennik Wschodni”	6	1	7	19	23	9	12	1	0	1	0	79
5.	„Dziennik Zachodni”	2	3	0	17	2	5	19	4	2	19	4	77
6.	„Echo Dnia”	9	8	6	0	12	2	21	2	3	18	0	81
7.	„Express Ilustrowany”	3	18	3	0	46	8	15	0	2	13	5	113
8.	„Głos. Dziennik Pomorza”	3	5	0	12	1	10	25	1	3	19	0	79
9.	„Gazeta Krakowska”	2	4	3	1	5	11	27	5	2	23	2	85
10.	„Gazeta Lubuska”	1	7	0	0	18	10	19	0	4	13	5	77
11.	„Gazeta Olsztyńska”	0	8	1	3	16	14	9	2	2	6	2	63
12.	„Gazeta Pomorska”	0	3	1	0	16	16	16	1	2	11	6	72
13.	„Głos Wielkopolski”	1	4	0	0	19	8	18	1	1	15	6	73
14.	„Gazeta Wroclawska”	0	3	0	3	15	8	18	2	5	12	1	67
15.	„Gazeta Współczesna”	3	9	5	0	13	12	23	4	2	6	0	77
16.	„Kurier Lubelski”	3	2	1	9	23	8	15	4	0	17	4	86
17.	„Kurier Poranny”	3	8	2	3	13	10	21	0	2	11	0	73
18.	„Kurier Szczeciński”	3	17	1	4	44	13	12	0	0	3	5	102
19.	„Nowa Trybuna Opolska”	0	12	3	0	7	9	16	3	0	15	8	73
20.	„Nowiny”	7	24	5	6	12	19	14	6	1	7	4	105
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	0	0	0	0	0	2	24	6	3	24	1	60
22.	„Super Nowości”	8	20	4	7	30	13	32	0	0	19	4	137
	SUMA	63	169	47	89	368	206	416	49	42	297	62	1 808

Tabela 4. Liczba publikacji w poszczególnych kategoriach zakresu tematycznego (wyniki badań)

Lp.	Tytuł dziennika	Polityka	Wojna na Ukrainie i jej następstwa	Gospodarka	Trzeci sektor	Polityka socjalna	Ekologia, przyroda	Kultura i sztuka	Historia i zabytki	Nauka i edukacja	Zdrowie fizyczne i psychiczne	Turystyka i wypoczynek	Wypadki, katastrofy, katastrofizm	Naruszenie praw	Religia	Inne	Suma dla dziennika
1.	„Dziennik Bałtycki”	15	12	3	0	0	3	15	4	1	3	2	1	1	1	0	61
2.	„Dziennik Łódzki”	19	9	11	3	2	3	4	3	2	4	0	4	12	1	1	78
3.	„Dziennik Polski”	15	5	12	1	2	4	17	6	8	5	1	3	5	1	5	90
4.	„Dziennik Wschodni”	7	13	16	7	4	5	5	2	5	4	1	1	5	0	4	79
5.	„Dziennik Zachodni”	17	6	15	1	1	0	10	7	6	3	1	3	6	0	1	77
6.	„Echo Dnia”	6	7	12	0	0	1	12	5	3	1	0	13	18	0	3	81
7.	„Express Ilustrowany”	8	2	30	7	0	3	12	11	3	10	0	6	11	1	9	113
8.	„Głos. Dziennik Pomorza”	6	11	13	1	1	1	14	11	4	1	1	2	5	2	6	79
9.	„Gazeta Krakowska”	20	16	7	1	1	5	7	1	4	4	5	9	3	0	2	85
10.	„Gazeta Lubuska”	12	7	14	1	2	1	8	6	4	3	0	6	2	0	11	77
11.	„Gazeta Olsztyńska”	7	6	10	1	1	2	13	3	3	4	0	0	4	1	8	63
12.	„Gazeta Pomorska”	6	5	7	1	1	2	10	5	5	2	2	5	6	2	13	72
13.	„Głos Wielkopolski”	13	7	5	2	0	1	13	11	2	5	1	2	6	2	3	73
14.	„Gazeta Wrocławska”	14	6	7	0	2	0	7	6	3	0	0	4	9	1	8	67
15.	„Gazeta Współczesna”	12	8	11	6	3	1	4	6	2	8	0	1	6	3	6	77
16.	„Kurier Lubelski”	18	11	13	2	0	2	7	5	7	2	0	1	9	3	6	86
17.	„Kurier Poranny”	18	5	12	0	2	1	3	9	2	4	0	3	7	2	5	73
18.	„Kurier Szczeciński”	2	2	36	3	1	3	16	4	10	4	3	1	6	0	11	102
19.	„Nowa Trybuna Opołska”	16	10	13	1	0	1	8	6	1	4	2	3	2	2	4	73
20.	„Nowiny”	17	13	22	1	3	2	10	7	0	6	0	4	12	0	8	105
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	12	7	2	1	0	4	12	5	2	0	1	6	0	0	8	60
22.	„Super Nowości”	19	2	24	4	3	2	13	7	7	13	5	6	15	0	17	137
	SUMA	279	170	295	44	29	47	220	130	84	90	25	84	150	22	139	1 808

Tabela 5. Liczba publikacji w poszczególnych kategoriach gatunku dziennikarskiego (wyniki badań)

Lp.	Tytuł dziennika	Gatunki informacyjne					Gatunki publicystyczne										Suma dla dziennika
		Informacja	Kronika	Galeria fotografii	Portret	Inne	Komentarz, felieton	Wywiad	Sylwetka	Sonda	Dyskusja	Artykuł	Reportaż	Recenzja	Inne		
1.	„Dziennik Bałtycki”	35	0	0	0	0	3	6	2	0	0	5	4	6	0	61	
2.	„Dziennik Łódzki”	65	0	0	0	0	3	5	1	0	0	0	2	2	0	78	
3.	„Dziennik Polski”	60	0	0	0	0	15	5	1	0	0	4	2	3	0	90	
4.	„Dziennik Wschodni”	70	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	5	0	1	79	
5.	„Dziennik Zachodni”	54	1	0	0	2	7	6	1	0	0	2	0	3	1	77	
6.	„Echo Dnia”	58	2	0	0	0	7	5	1	0	0	2	3	2	1	81	
7.	„Express Ilustrowany”	98	1	1	1	1	0	3	3	0	0	0	3	2	1	113	
8.	„Głos Dziennik Pomorza”	51	2	0	0	1	4	8	1	0	0	4	1	4	3	79	
9.	„Gazeta Krakowska”	51	0	0	0	0	14	9	2	0	0	2	4	3	0	85	
10.	„Gazeta Lubuska”	52	1	0	2	3	8	3	2	0	0	1	1	3	1	77	
11.	„Gazeta Olsztyńska”	34	1	0	1	1	1	8	3	0	0	4	8	1	1	63	
12.	„Gazeta Pomorska”	45	1	0	0	2	5	4	3	0	0	3	4	3	2	72	
13.	„Głos Wielkopolski”	45	0	6	0	1	7	4	1	0	0	3	2	4	0	73	
14.	„Gazeta Wrocławska”	46	2	0	0	0	7	3	2	0	0	3	1	1	2	67	
15.	„Gazeta Współczesna”	62	0	0	1	0	3	5	2	0	0	2	1	0	1	77	
16.	„Kurier Lubelski”	65	0	1	0	2	3	4	1	0	0	3	2	3	2	86	
17.	„Kurier Poranny”	57	0	0	0	2	2	7	0	0	0	2	0	2	1	73	
18.	„Kurier Szczeciński”	76	3	1	0	5	3	3	4	0	0	2	3	0	2	102	
19.	„Nowa Trybuna Opolska”	47	0	1	0	2	10	3	2	0	0	2	4	1	1	73	
20.	„Nowiny”	76	0	1	1	1	8	8	2	0	0	1	5	2	0	105	
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	11	0	1	0	0	12	14	2	0	0	8	8	2	2	60	
22.	„Super Nowości”	106	5	0	2	2	4	2	3	0	0	4	1	2	6	137	
	SUMA	1 264	19	13	8	24	126	116	40	0	0	57	64	49	28	1 808	

Tabela 6. Liczba i cechy publikacji interwencyjnych (wyniki badań)

Lp.	Tytuł dziennika	Liczba interwencji / rubryk		Źródło			Kontynuacja		Wymóg		Suma dla dziennika
		Interwencja	Rubryka	Czytelnik	Organizacja lub instytucja	Dziennikarz	Kontynuacja	Brak danych	Stosowanie prawa	Zmiana prawa	
1.	„Dziennik Bałtycki”	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1
2.	„Dziennik Łódzki”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.	„Dziennik Polski”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4.	„Dziennik Wschodni”	3	0	2	1	0	0	3	1	2	3
5.	„Dziennik Zachodni”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6.	„Echo Dnia”	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1
7.	„Express Ilustrowany”	3	0	1	0	2	0	3	3	0	3
8.	„Głos Dziennik Pomorza”	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1
9.	„Gazeta Krakowska”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10.	„Gazeta Lubuska”	4	3	4	0	0	0	4	2	2	4
11.	„Gazeta Olsztyńska”	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1
12.	„Gazeta Pomorska”	5	3	5	0	0	0	5	3	2	5
13.	„Głos Wielkopolski”	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1
14.	„Gazeta Wroclawska”	3	0	3	0	0	0	3	2	1	3
15.	„Gazeta Współczesna”	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1
16.	„Kurier Lubelski”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17.	„Kurier Poranny”	2	0	2	0	0	0	2	1	1	2
18.	„Kurier Szczeciński”	9	3	5	0	4	1	8	6	3	9
19.	„Nowa Trybuna Opolska”	2	0	1	0	1	0	2	0	2	2
20.	„Nowiny”	2	0	1	0	1	2	0	2	0	2
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22.	„Super Nowości”	2	0	2	0	0	0	2	1	1	2
	SUMA	41	9	29	1	11	5	36	24	17	41

Tabela 7. Liczba i cechy publikacji poradnikowych (wyniki badań)

Lp.	Tytuł dziennika	Ru- bry- ka	Porady instrumentalne						Porady egzystencjalne				Suma dla dzien- nika					
			Szkola, studia, praca	Zdrowie i spraw- ność	Moda i uroda	Tury- styka	Kuli- naria	Dom i ogród	Finan- se	Motory- zacja	Hob- by	Inne		Wybór partnera życio- wego	Stosun- ki w ro- dzinie	Zdrowie psy- chiczne	Reli- gia	Inne
1.	„Dziennik Bałtycki”	5	0	5	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2	3	0	13
2.	„Dziennik Łódzki”	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
3.	„Dziennik Polski”	6	1	0	1	1	1	2	4	0	1	0	0	1	0	0	0	12
4.	„Dziennik Wschodni”	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
5.	„Dziennik Zachodni”	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3
6.	„Echo Dnia”	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
7.	„Express Ilustrowany”	0	0	3	1	0	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	9
8.	„Głos. Dziennik Pomorza”	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
9.	„Gazeta Krakowska”	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3
10.	„Gazeta Lubuska”	0	1	2	2	4	2	1	0	0	1	0	0	1	0	2	1	16
11.	„Gazeta Olsztyńska”	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
12.	„Gazeta Pomorska”	0	0	4	0	3	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	10
13.	„Głos Wielkopolski”	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	7
14.	„Gazeta Wrocławska”	0	0	7	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8
15.	„Gazeta Współczesna”	0	0	1	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5
16.	„Kurier Lubelski”	6	1	8	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11
17.	„Kurier Poranny”	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	6
18.	„Kurier Szczeciński”	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	3
19.	„Nowa Trybuna Opolska”	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	7
20.	„Nowiny”	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
22.	„Super Nowości”	9	1	16	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18
	SUMA	36	6	54	6	10	15	14	11	0	4	1	0	4	12	4	0	141

Tabela 8. Liczba i cechy publikacji marketingowych (wyniki badań)

Lp.	Tytuł dziennika	Konkurs	Ranking	Plebiscyt	Patronat	Autopromocja	Suma dla dziennika
1.	„Dziennik Bałtycki”	0	0	0	0	0	0
2.	„Dziennik Łódzki”	1	0	1	0	0	2
3.	„Dziennik Polski”	0	0	0	0	0	0
4.	„Dziennik Wschodni”	0	0	0	0	0	0
5.	„Dziennik Zachodni”	0	0	1	0	0	1
6.	„Echo Dnia”	0	0	0	0	0	0
7.	„Express Ilustrowany”	0	0	0	0	0	0
8.	„Głos. Dziennik Pomorza”	0	0	1	0	0	1
9.	„Gazeta Krakowska”	0	0	0	0	0	0
10.	„Gazeta Lubuska”	0	0	0	0	0	0
11.	„Gazeta Olsztyńska”	2	0	0	0	0	2
12.	„Gazeta Pomorska”	0	0	0	0	0	0
13.	„Głos Wielkopolski”	0	0	1	0	3	4
14.	„Gazeta Wrocławska”	0	0	1	0	1	2
15.	„Gazeta Współczesna”	1	0	1	0	0	2
16.	„Kurier Lubelski”	0	0	1	0	0	1
17.	„Kurier Poranny”	0	0	1	0	1	2
18.	„Kurier Szczeciński”	0	0	0	0	0	0
19.	„Nowa Trybuna Opolska”	0	0	1	0	0	1
20.	„Nowiny”	1	0	0	0	0	1
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	1	0	1	0	1	3
22.	„Super Nowości”	0	0	0	0	0	0
SUMA		6	0	10	0	6	22

Tabela 9. Liczba i cechy publikacji stronicznych politycznie (wyniki badań)

Lp.	Tytuł dziennika	Teksty pochwalne	Teksty pochwalno-krytyczne	Teksty krytyczne	Suma dla dziennika
1.	„Dziennik Bałtycki”	0	1	4	5
2.	„Dziennik Łódzki”	1	1	2	4
3.	„Dziennik Polski”	2	1	5	8
4.	„Dziennik Wschodni”	0	1	2	3
5.	„Dziennik Zachodni”	0	1	0	1
6.	„Echo Dnia”	0	1	1	2
7.	„Express Ilustrowany”	0	0	0	0
8.	„Głos. Dziennik Pomorza”	0	5	1	6
9.	„Gazeta Krakowska”	1	2	5	8
10.	„Gazeta Lubuska”	1	1	3	5
11.	„Gazeta Olsztyńska”	0	2	1	3
12.	„Gazeta Pomorska”	0	2	2	4
13.	„Głos Wielkopolski”	1	1	0	2
14.	„Gazeta Wrocławska”	0	7	1	8
15.	„Gazeta Współczesna”	0	0	3	3
16.	„Kurier Lubelski”	1	2	1	4
17.	„Kurier Poranny”	1	1	2	4
18.	„Kurier Szczeciński”	0	0	0	0
19.	„Nowa Trybuna Opolska”	1	1	0	2
20.	„Nowiny”	1	5	4	10
21.	„Polska Metropolia Warszawska”	3	0	2	5
22.	„Super Nowości”	0	4	5	9
SUMA		13	39	44	96

4. WYKAZ MUTACJI, DODATKÓW LOKALNYCH I TEMATYCZNYCH

Tabela 10. Mutacje i dodatki lokalne dzienników PPG w lutym 2023 roku

Lp.	Tytuł dziennika	Mutacja lub wydanie	Tytuł dodatku	Zakres terytorialny (powiaty lub regiony) / dodatkowe informacje	Zakres stron	Dzień wydania / cykliczność
1.	„Dziennik Bałtycki”	3	4	5	6	7
			„Rejsy Regionów” (3)	Kaszuby • Bytów • Człuchów • Kartuzy • Kościerzyna Zawiera: „Tygodnik Kartuzy”, „Tygodnik Miastecki”, „Dziennik Powiatu Bytowskiego”, „Dziennik Człuchowski”, „Grzyf Kościerski”, „NORDA. Pismiono Kaszëbsczi Zemi”		
				Kaszuby Północne (Lębork • Puck • Wejherowo)		
				Zawiera: „Grzyf Wejherowski”, „Echo Ziemi Puckiej”, „Echo Ziemi Lęborskiej”, „Dziennik Sławiński”, „NORDA. Pismiono Kaszëbsczi Zemi”		
				Kociewie • Powiśle • Żuławy i Mierzeja	16	Piątek / tyg.
				Zawiera: „Powiśle. Szturm i Dzierzgoń”, „Dziennik Tezewski”, „Żuławy i mierzeja”, „Kurier Powiatu Kwidzyńskiego”, „Dziennik Malborski”, „Dziennik Kociewski”		
				Aglomeracja trójmiejska		
			„Rejsy Trójmiasta”	Zawiera: „Tygodnik Trójmiasto”, „Echo Pruszcza Gdańskiego”, „Goniec Rumski”, „NORDA. Pismiono Kaszëbsczi Zemi”		
			„ITS”	Skierniewice • Łowicz • Rawa Mazowiecka • Kutno • Łęczyca		
			„Kocham Łódź”	Łódź (dodatek miejski)		
			„Tygodnik 7 Dni”	Piotrków Trybunalski • Bełchatów • Tomaszów Mazowiecki • Opoczno • Radomsko	8–12	Piątek / tyg.
			„Nad Wartą. Weekend”	Poddębice • Sieradz • Wieluń • Wieruszów • Pajęczno • Zdunska Wola		
			„Nad Wartą”	Łask		
2.	„Dzienniki Łódzki”					Środa / tyg.

1	2	3	4	5	6	7
3.	„Dziennik Polski”		„Kraków Główny. Weekendowy Magazyn Dziennika Polskiego”	Kraków (dodatek miejski)	8	Sobota-niedziela / tyg.
4.	„Dziennik Zachodni”		„Nasz Tygodnik” (6)	Beskidy Częstochowa Lubliniec Rybnik Śląsk Zagłębie	8-12	Piątek / tyg.
5.	„Echo Dnia”	„Echo Dnia. Radomskie”	„Echo Radomskie”	Radom (powiat) Powiśle • Przysucha • Szydłowiec • Znad Pilicy • Koźnice Busko-Zdrój • Kazimierza Wielka • Pińczów Jędrzejów • Włoszczowa • Końskie Ostrowiec Świętokrzyski • Skarżysko-Kamienna • Starachowice Sandomierz • Staszów • Opatów	8-12	Piątek / tyg.
6.	„Express Ilustrowany”		„Echo Kieleckie” „Bliżej Ciebie. Tygodnik Powiatu Łódzkiego Wschodniego”	Kielce (powiat) Łódź Wschodnia	8	Sobota / tyg.
7.	„Gazeta Krakowska”		„Gazeta Nowosądecka” „Gazeta Podhalańska” „Gazeta Tarnowska” „Tygodnik Małopolska Zachodnia”	Nowy Sącz • Limanowa • Gorlice Zawiera „Tygodnik Ziemi Limanowska” i „Gazetę Gorlicką” Nowy Targ • tatrzański (Zakopane) • Limanowa • Nowy Sącz • Gorlice Dąbrowa Tarnowska • Tarnów • Brzesko • Bochnia • Proszowice • Wieliczka Zawiera „Tygodnik Brzesko-Bochnia” Sucha Beskidzka • Myślenice • Wadowice • Chrzanów • Oświęcim	8-12	Piątek / tyg.

1	2	3	4	5	6	7
8.	„Gazeta Wrocławska”	3 mutacje	„Sycowska”	Syców • Międzybórz • Dziadowa Kłoda	8–32	Środa / tyg.
			„Panorama Legnicka”	Legnica • Lubin		Wtorek / tyg.
9.	„Głos Pomorza”	„Głos Szczeciński”	„Panorama Wałbrzyska”	Dzierżonów • Kamienna Góra • Kłodzko • Świdnica • Wałbrzych • Ząbkowice Śląskie	10	Poniedziałek / tyg.
			„Tygodnik Głogowski”	Powiat głogowski		Piątek / tyg.
10.	„Głos Wielkopolski”	3 mutacje	„Tygodnik Regionów”	Woj. zachodniopomorskie i zachodnia część woj. pomorskiego (ślupskie)	16	Piątek / tyg.
			„Głos Stargardzki Ekstra”	Stargard • Pyrzyce • Myslibórz • Łobez • Choszczno		Wtorek 28.02. (49)
11.	„Nowości. Dziennik Toruński”	3 mutacje	„Dzień Nowotomysko-Grodziski”	Granowo • Grodzisk Wlkp. • Kamieniec • Kuślin • Lwówek • Mie-dzichowo • Nowy Tomysł • Opalenica • Rakoniewice • Wielichowo • Zbąszyn	16–40	Piątek / tyg.
			„Chodzieżanin”	Chodzież • Budzyń • Margonin • Szamocin		
			„Dzień Szamotulski”	Szamotuły • Wronki • Pniewy • Duszniki • Kaźmierz • Obrzycko • Ostroróg		
			„Gnieźnieński Tydzień”	Gniezno • Czarniejewo • Kiszkowo • Klecko • Lubowo • Mieleszyn • Niechanowo • Trzemeszno • Witkowo		
			„Tygodnik Wągrowiecki”	Wągrowiec • Golańcz • Skoki • Mieścisko • Damasławek • Wapno • Rogoźno		
			„Ziemia Kaliska”	Kalisz • Krotoszyn • Kępno • Ostrzeszów • Ostrów Wielkopolski • Pleszew		
11.	„Nowości. Dziennik Toruński”	3 mutacje	„Mój Toruń”	Toruń (dodatek miejski)	4	Piątek / dwutyg.

* Ostatnie wydanie magazynowego dodatku „Expressu Ilustrowanego” pochodzi z 11 lutego 2023 r.

Tabela 11. Wykaz dodatków lokalnych „Gazety Olsztyńskiej”* i „Dziennika Elbląskiego. Tygodnika Powiatu Elbląskiego” z lutego 2023 r., z uwzględnieniem podziału na powiaty woj. warmińsko-mazurskiego

Powiaty	Tytuł dodatku	Dzień wydania* Cykliczność	Zakres stron	
Bartoszyce	„Goniec Bartoszycki”	Czwartek / tyg.	16	
Braniewo	„IKAT Gazeta Braniewska: Braniewo, Frombork, Pieniężno, Wilczęta, Lelkowo, Płoskonia”	Piątek / tyg.		
Działdowo	„Gazeta Działdowska”	Czwartek / tyg.		
Elk	–	–	–	
Giżycko	„Gazeta Giżycka: Giżycko, Krukłanki, Miłki, Ryn, Wydminy”	Czwartek / tyg.	24	
Gołdap	„Kurier Gołdapski: Elk, Gołdap, Olecko”			
Iława	„Gazeta Iławska”	Ostatni czwartek miesiąca / mies.		
Kętrzyn	„Gazeta w Kętrzynie”	Czwartek / tyg.	16	
Lidzbark Warmiński	„Gazeta Lidzbarska: Lidzbark Warmiński, Orneta, Lubomino, Kiwity”			
Mrągowo	„Gazeta Morąska: Morąg, Miałkowo, Małdyty, Zalewo”			
	Zawiera: „Wieści z Powiatu. Gazeta Ostródzka i Gazeta Morąska” „Kurier Mrągowski: Mrągowo, Mikołajki, Piecki, Sorkwity”			
Nidzica	„Nasza Gazeta Nidzicka: Nidzica, Kozłowo, Janowiec Kościelny, Janowo”			
Nowe Miasto Lubawskie	„Gazeta Nowomiejska: Nowe Miasto Lubawskie, Kurzętnik, Grodziczno, Biskupiec”			
	„Głos Lubawski: Samplawa, Łązek, Prątnica, Złotowo, Kazanice, Rożental, Byszwałd, Tuszewo”			
Olecko	„Głos Olecka: Elk, Gołdap, Olecko”			24
Ostróda	„Gazeta Ostródzka: Dąbrówno, Łukta, Grunwald, Miłomłyn, miasto i gmina Ostróda”			16
	Zawiera: „Wieści z Powiatu. Gazeta Ostródzka i Gazeta Morąska”			
Pisz	„Gazeta Piska”			
Szczytno	„Nasz Mazur: Szczytno, Dźwierzuty, Jedwabno, Rozogi, Pasym, Świętajno, Wielbark”			
Węgorzewo	„Węgorzewski Tydzień: Węgorzewo, Budry, Pozezdrze”			
Ponadpowiatowy Elk, Gołdap, Olecko	„Rozmaitości Elckie: Elk, Gołdap, Olecko”	24		

* Od sierpnia 2023 r. do dziennika „Gazeta Olsztyńska” dołączany jest również tygodnik „Gazeta Olsztyńska. Tygodnik”

Tabela 12. Wykaz ogólnopolskich dodatków tematycznych dzienników regionalnych (wraz z mutacjami) z podziałem na kategorie (luty 2023 r.)

Zakres terytorialny	Charakter	Tytuł dodatku	Tytuł dziennika / mutacja	Data i numer dziennika / w przypadku cykliczności dzień wydania	Liczba stron
I	2	3	4	5	6
	Informacyjno-publicystyczne	„Puls” „Tele Magazyn” „Telewidz”	Wszystkie dzienniki PPG „Kurier Szczeciński”	Piątek / piątek-niedziela / sobotnio-niedziela „Gazeta Lubuska” / tyg.	– 28–32 4
Ogólnopolski	Cykliczne / magazynowe	„TV. Dodatek Telewizyjny do Twojej Gazety” „Program TV”	„Gazeta Olsztyńska” „Super Nowości”	Piątek / tyg.	3 32
	Poradnikowy	„Weekend z rodziną”	14 dzienników PPG (z wyjątkiem 4 gazet ukazujących się 5 razy w tygodniu* / „Polska Metropolia Warszawska” oraz „Expressu Ilustrowanego” / w „Echu Dnia” mutacje „Radomskie” i „Świętokrzyskie”	Sobota-niedziela / „Gazeta Lubuska” w numerach piątkowych / tyg.	10
	Okolicznościowe	Pierwsza rocznica agresji Rosji na Ukrainę	19 dzienników PPG (z wyjątkiem dwudziennika „Polska Metropolia Warszawska”) / w „Echu Dnia” mutacje „Radomskie” i „Świętokrzyskie”	Czwartek 23.02. (38 i 45**)	8

1	2	3	4	5	6	
Regionalny	Magazynowe / informacyjno-publicystyczne	„Magazyn” „Magazyn Kuriera”	„Dziennik Wschodni” „Kurier Szczeciński”	Piątek / tyg.	16 11	
		Sportowe	„Sportowy24”	20 dzienników PPG (brak wyodrębnionej formy w „Expresie Ilustrowanym”) / w „Echu Dnia” mutacje „Radomskie” i „Świętokrzyskie”	Poniedziałek/ tyg.	8-14
			„Echo Hydrotruck Radom”	„Echo Dnia” (mutacja „Radomskie”)	Czwartek 2.02. i 23.02. (27 i 45**) / środa 15.02. (38)	4
	Tematyczne	„Kramik ogłoszeniowy”	„Gazeta Współczesna”	Czwartki / tyg.	16	
		„Graika motoryzacyjna”	„Dziennik Łódzki”	Środa / tyg.	4	
	Cykliczne	Rozrywkowe	„Extra Express”	„Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński” [wyłącznie dla prenumeratorów]	Środa 22.02. (44) / mies.	12
		Inne	„Głos ma Historia”	„Głos. Dziennik Pomorza” (mutacje „Głos Szczeciński” i „Głos Koszaliński”)	Wtorek 28.02. (49) / mies.	8
			„Strefa imprez”	„Echo Dnia” („Świętokrzyskie”)	Piątki / tyg.	8
	Cykliczne	Plebiscyty (dzienniki PPG i „Gazeta Olsztyńska)	„Osobowość Roku 2022”	16 dzienników PPG (z wyjątkiem „Dziennika Polskiego” i „Expressu Ilustrowanego” oraz lokalnych „Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński”) / w „Echu Dnia” mutacje „Radomskie” i „Świętokrzyskie”** / w „Głosie. Dzienniku Pomorza” mutacje „Głos Koszaliński” i „Głos Szczeciński”) / „Gazeta Olsztyńska” [łącznie 17 dzienników]	Czwartek 2.02. (23 i 27**) / poniedziałek „Polska Metropolia Warszawska” 6.02. (11)	8-32
			„Plebiscyt Edukacyjny”		Czwartek 16.02. (33 i 39**) / poniedziałek „Polska Metropolia Warszawska” 20.02. (15)	20

1	2	3	4	5	6	
Regionalny	Cykliczne	Plebiscyty (dzienniki PPG i „Gazeta Olsztyńska” Wyniki plebiscytów sportowych	„Ona i On” „Kronika sportowa 2022” „Gazeta plebiscytowa” „Sportowiec Roku 2022” „Gala Sportu”	15 dzienników PPG (z wyjątkiem „Dziennika Polskiego”, „Expressu Ilustrowanego” i „Polska Metropolia Warszawska” oraz lokalnych „Express Bydgoski” i „Nowości. Dziennik Toruński” / w „Echu Dnia” mutacje „Radomskie” i „Świątokrzyskie” / w „Głosie. Dzienniku Pomorza” mutacje „Głos Koszaliński” i „Głos Szeześciński” „Gazeta Olsztyńska” „Nowiny” z tytułem „Sportowcy Roku 2022” / „Dziennik Łódzki” „Gazeta Wroclawska” „Nowiny” „Polska Metropolia Warszawska” „Dziennik Zachodni” / „Głos. Dziennik Pomorza” mutacja „Głos Koszaliński” „Głos Wielkopolski” „Dziennik Bałtycki” (tytuł: „Gdzie się leczyć na Pomorzu. Kaszuby”) / „Echo Dnia” mutacje „Radomskie” i „Świątokrzyskie” / „Głos. Dziennik Pomorza” mutacja „Głos Słupski” [łącznie 7 dzienników PPG]	Wtorek 14.02. (31 i 37***) Piątek-niedziela 17-19.02. (34) Poniedziałek 20.02. (35) Poniedziałek 6.02. i 20.02. (25 i 42**) Poniedziałek 13.02. (36) Środa 22.03. (37) Piątek-niedziela 24-26.02. (16) Wtorek 28.02. (49) Poniedziałek 27.02. (48) Piątek 24.02. (46)	8-28 16 20/ 12 12 12 32 60/ 12 56 24 / 12 / 24
	Okolicznościowe	Zdrowie Tematyczne	„Gdzie się leczyć” „Badania profilaktyczne”	„Gazeta Współczesna” / „Kurier Poranny”	Środa 8.02. (27)	4

1	2	3	4	5	6	
Regionalny Okolicznościowe		„Cena energii” „Szczecińskie nieruchomości” „Nasz dom” „Solidny deweloper” „Gazeta deweloperska” „Strefa Agro” „Piękny ślub” „Zadzwoń po/do fachowca” „Ferie marzeń” „Samorządy” „W regionie” „Podkarpacie dla obronności” „Dzień Tradycji Służby Więziennej” „Przemoc. Poradnik dla rodziców o przemocy psychicznej i fizycznej wobec dzieci i dorosłych”	„Dziennik Polski” / „Gazeta Krakowska” „Głos. Dziennik Pomorza” (mutacje „Głos Szczeciński” i „Głos Koszaliński”) „Gazeta Olsztyńska” „Gazeta Wrocławska” „Gazeta Lubuska” „Gazeta Pomorska” (wszystkie mutacje) / „Głos Wielkopolski” „Głos. Dziennik Pomorza” (mutacje „Głos Szczeciński” i „Głos Koszaliński”) „Echo Dnia” (mutacja „Świętokrzyskie”) „Gazeta Współczesna” „Gazeta Lubuska” „Gazeta Krakowska” „Głos. Dziennik Pomorza” (wszystkie mutacje) „Nowiny” „Głos. Dziennik Pomorza” mutacje „Głos Szczeciński” i „Głos Koszaliński” „Gazeta Wrocławska”	Czwartek 23.02. (45) Wtorek 28.02. (49) Piątek-niedziela 24–26.02. (39) Piątek 24.02. (46) Sobota-niedziela 25–26.02. (47) Środa 22.02. (44) Wtorek 28.02. (49) Piątek 17.02. (40) Środa 15.02. (32) Sobota-niedziela 25–26.02. (47) Piątek 24.02. (46) Luty Piątek 24–26.02. (39) Środa 8.02. (32) Piątek 3.02. (28)	8 40 8 4 12 40/ 32 40 8 12 8 12 4 12 4 8	
		Inne				

* „Gazeta Współczesna”, „Kurier Lubelski”, „Kurier Poranny”, „Nowiny” (PPG) oraz „Gazeta Olsztyńska”; ** „Plebiscyt edukacyjny” ukazał się jedynie w mutacji „Echo Dnia. Świętokrzyskie”; *** Numeracja zależy od liczby wydawanych numerów w tygodniu

5. KLUCZ KATEGORYZACYJNY

0. Dane badanej publikacji	3.1.1 informacja
0.1 Lp.	3.1.2 kronika
0.2 Numer dziennika	3.1.3 galeria fotografii
0.3 Strona	3.1.4 portret
0.4 Autor	3.1.5 inne
0.5 Tytuł	3.2 Gatunki publicystyczne
0.6 Grafika	3.2.1 komentarz, felieton
0.6.1 tak (liczba materiałów)	3.2.2 wywiad
0.6.2 nie	3.2.3 sylwetka
1. Dominujący zakres terytorialny	3.2.4 sonda
1.1 Gmina wiejska	3.2.5 dyskusja
1.2 Gmina miejska i miejsko-wiejska	3.2.6 artykuł
1.3 Powiat	3.2.7 reportaż
1.4 Miasto na prawach powiatu	3.2.8 recenzja
1.5 Stolica województwa	3.2.9 inne
1.6 Województwo	4. Interwencje
1.7 Polska	4.1 Czy wystąpiła interwencja?
1.8 Ukraina	4.1.1 tak
1.9 UE	4.1.2 nie
1.10 Świat	4.2 Czy istnieje rubryka interwencji?
1.11 Inne	4.2.1 tak
2. Dominująca tematyka	4.2.2 nie
2.1 Polityka i samorządność	4.3 Źródło interwencji
2.2 Gospodarka	4.3.1 czytelnik
2.3 Działania organizacji i stowarzyszeń trzeciego sektora	4.3.2 organizacja lub instytucja
2.4 Wojna w Ukrainie i jej następstwa	4.3.3 dziennikarz
2.5 Polityka socjalna	4.4 Kontynuacja tematu
2.6 Ekologia i przyroda	4.4.1 tak
2.7 Kultura i sztuka	4.4.2 nie
2.8 Historia i zabytki	4.3.3 brak danych
2.9 Nauka i edukacja	4.5 Czy interwencja wymaga
2.10 Zdrowie fizyczne i psychiczne	4.5.1 stosowania prawa
2.11 Turystyka i wypoczynek	4.5.2 zmiany prawa
2.12 Wypadki i kataklizmy	5. Porady
2.13 Naruszenia prawa	5.1 Czy wystąpiły porady?
2.14 Religia	5.1.1 tak
2.15 Inne	5.1.2 nie
3. Dominanta gatunkowa	5.2 Czy istnieje rubryka porad?
3.1 Gatunki informacyjne	5.2.1 tak
	5.2.2. nie

5.3 Porady instrumentalne
5.3.1 wybór szkoły i studiów, uczenie się, kariera zawodowa
5.3.2 zdrowie fizyczne i sprawność
5.3.3 moda i uroda
5.3.4 turystyka i zwiedzanie
5.3.5 kulinaria
5.3.6 dom i ogród
5.3.7 finanse
5.3.8 motoryzacja
5.3.9 hobby
5.3.10 inne
5.4 Porady egzystencjalne
5.4.1 wybór partnera życiowego
5.4.2 stosunki w rodzinie, wychowanie dzieci
5.4.3 zdrowie psychiczne
5.4.4 porady religijne
5.4.5 inne
6. Marketing wydawniczy
6.1 Czy wystąpiły działania marketingu wydawniczego?
6.1.1 tak
6.1.2 nie
6.2 Jakie to były działania?
6.2.1 konkurs
6.2.2 ranking
6.2.3 plebiscyt
6.2.4 patronat
6.2.5 autopromocja
7. Stronniczość polityczna
7.1 Czy publikacja była stronnicza pod względem politycznym?
7.1.1 tak
7.1.2 nie
7.2 Czy stronniczość wyrażała się w
7.2.1 pochwałach
7.2.2 pochwałach łączonej z krytyką
7.2.3 krytyce
7.3 Jakiej osoby lub instytucji dotyczyła pochwała?
7.3.1 Parlament Europejski
7.3.2 poseł do Parlamentu Europejskiego
7.3.3 Komisja Europejska
7.3.4 prezydent
7.3.5 marszałek Sejmu
7.3.6 Sejm

7.3.7 przywódca partii koalicyjnej, rządząca koalicja
7.3.8 przywódca partii opozycyjnej, opozycja
7.3.9 poseł
7.3.10 premier, rząd
7.3.11 minister, ministerstwo
7.3.12 marszałek województwa, urząd marszałkowski
7.3.13 wojewoda, urząd wojewódzki
7.3.14 prezydent miasta, urząd miasta
7.3.15 starosta, starostwo
7.3.16 burmistrz, urząd miasta
7.3.17 wójt, urząd gminy
7.3.18 radny, rada
7.3.19 sołtys, rada sołecka
7.3.20 związek zawodowy
7.3.21 stowarzyszenie, fundacja
7.3.22 kościół
7.3.23 inne
7.4 Jakiej osoby lub instytucji dotyczyła krytyka?
7.4.1 Parlament Europejski
7.4.2 poseł do Parlamentu Europejskiego
7.4.3 Komisja Europejska
7.4.4 prezydent
7.4.5 marszałek Sejmu
7.4.6 Sejm
7.4.7 przywódca partii koalicyjnej, rządząca koalicja
7.4.8 przywódca partii opozycyjnej, opozycja
7.4.9 poseł
7.4.10 premier, rząd
7.4.11 minister, ministerstwo
7.4.12 marszałek województwa, urząd marszałkowski
7.4.13 wojewoda, urząd wojewódzki
7.4.14 prezydent miasta, urząd miasta
7.4.15 starosta, starostwo
7.4.16 burmistrz, urząd miasta
7.4.17 wójt, urząd gminy
7.4.18 radny, rada
7.4.19 sołtys, rada sołecka
7.4.20 związek zawodowy
7.4.21 stowarzyszenie, fundacja
7.4.22 kościół
7.4.23 inne

BIBLIOGRAFIA

DRUKI ZWARTE I CZASOPISMA

- Ajdukiewicz K. (2003). *Zagadnienia i kierunki filozofii. Teoria poznania i metafizyka*. Kęty–Warszawa: Wydawnictwo Antyk.
- Barbour I.G. (2016). *Mity, modele, paradygmaty. Studium porównawcze nauk przyrodniczych i religii*. Tłum. M. Krośniak. Kraków: Copernicus Center Press.
- Barthes R. (1977). The Death of the Author. In: *Image – Music – Text. Essays selected and translated by Stephen Heath*. London: Fontana Press.
- Beck U. (2002). *Spoleczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Tłum. S. Cieśla. Warszawa: Scholar.
- Boczek K. (2022). *Orwell Press. Press*, nr 9–10, s. 78–82.
- Boltanski L., Chiapello È. (2022). *Nowy duch kapitalizmu*. Tłum. F. Rogalski. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Borkowski J. (2014). Dziennikarze w Polsce. Zmiany wizerunkowe, systemowe i profesjonalne. W: I. Borkowski (red.). *Media zmieniającego się świata. Dziennikarstwo i Media*, T. 5, s. 17–31. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Brożek B. (2018). *Granice interpretacji*. Kraków: Copernicus Center Press.
- Chorążki W. (2024). Prasa regionalna. W: K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Planeta, R. Filas (red.). *Leksykon terminów medialnych, M–Z*, s. 225. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Christians C.G., Glasser T.L., McQuail D., Nordenstreng K., and White R.A. (2009). *Normative Theories of the Media. Journalism in Democratic Societies*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Cialdini R. (2017). *Pre-swazja. Jak w pełni wykorzystać techniki wpływu społecznego*. Tłum. S. Pikiel. Sopot: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Czeżowski T. (2009). *Filozofia na rozdrożu. Analizy metodologiczne*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Czyżewski M., Kowalski S. i Piotrowski A. (red.) (2010). *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Dobek-Ostrowska B. (2011). *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce polityka w mediach*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Dziki S. (2006). Dodatek do gazety, czasopisma. W: W. Pisarek (red.). *Słownik terminów medialnych*, s. 33–34. Kraków: Universitas.
- Entman R.M. (2004). *Projections of Power. Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Filas R. (2017). Od duopolu do monopolu. Dzienniki regionalne w Polsce w XXI wieku: próba bilansu. *Rocznik Prasoznawczy*, nr 11, s. 61–78.
- Foucault M. (2006). *Słowa i rzeczy. Archeologia nauk humanistycznych*. Tłum. T. Komendant. Gdańsk: słowo/obraz terytoria.
- Furman W. (2009). *Domnacja czy porozumienie? Związki między public relations a dziennikarstwem*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.

- Furman W. (2023). Na czym polega jakość dziennikarstwa? W: I. Hofman, D. Kępa-Figura i M. Pataj (red.). *Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe*. T. 1, s. 43–59. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Gawroński S. (2024). Dodatek do gazety (czasopisma). W: K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Planeta, R. Filas (red.). *Leksykon terminów medialnych, M–Z*, s. 153. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Goban-Klas T. (1999). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grobler A. (2006). *Metodologia nauk*. Kraków: Aureus.
- Hallin D.C., Mancini P. (2007). *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*. Tłum. M. Lorek. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Jachimowski M. (2006). *Regiony periodycznej komunikacji medialnej. Studium prasoznawczo-politologiczne o demokratyzacji komunikacji medialnej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Jachimowski M. (2015). Warunki określające stan mediów konstytuujących regiony medialne w Polsce. W: W. Furman, P. Kuca (red.). *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, s. 11–31. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Jupowicz-Ginalska A. (2010). *Marketing medialny*. Warszawa: Difin.
- Kargulowa A. (2004). *O teorii i praktyce poradnictwa. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kępa-Mętrak J. (2025). Lokalność prasy regionalnej jako element strategii wydawniczych. W: P. Kuca, P. Olechowska (red.). *Kapitał zagraniczny na rynku prasy regionalnej w Polsce w latach 1990–2021 (próba bilansu)*, s. 25–45. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Kołąkowski L. (2004). *Wśród znajomych. O różnych ludziach mądrych, zacnych, interesujących i o tym, jak czasy swoje urabiali*. Kraków: Znak.
- Kołąkowski L. (2006). Szukanie barbarzyńcy. W: *Czy diabeł może być zbawiony i 27 innych kazań*. Kraków: Znak.
- Korolko M. (1990). *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Kovach B., Rosenstiel T. (2024). *Podstawy dziennikarstwa. Co powinni wiedzieć dziennikarze, a czego powinno oczekiwać społeczeństwo*. Tłum. A. Jarosz. Warszawa: CeDeWu.
- Kowalczyk R. (2008). *Media lokalne w Polsce*. Tom 1. Poznań: Wydawnictwo Contact.
- Krauz-Mozer B. (2007). *Teorie polityki. Założenia metodologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kuca P. (2006). Dziennikarstwo interwencyjne jako przejaw kontrolnej funkcji prasy na przykładzie dzienników woj. podkarpackiego. W: K. Wolny-Zmorzyński, M. Wrońska, W. Furman (red.). *Między odpowiedzialnością a sensacją. Dziennikarstwo i edukacja na przełomie wieków*, s. 186–194. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Kuca P. (2021). *Prasa drukowana w regionie podkarpackim. Od czasów galicyjskich po współczesność*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Kuca P. (2023). Metamorfoza regionalnego dziennikarstwa prasowego jako konsekwencja kryzysu prasy drukowanej. W: R. Leśniczak, K. Stępnik (red.). *Kryzys w przekazach medialnych*, s. 35–45. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.
- Kuca P. (2024a). Interwencja. W: K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Planeta, R. Filas (red.). *Leksykon terminów medialnych, A–L*, s. 316. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Kuca P. (2024b). Mutacja. W: K. Wolny-Zmorzyński, K. Doktorowicz, P. Planeta, R. Filas (red.). *Leksykon terminów medialnych, M–Z*, s. 100–101. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- McQuail D. (2008). *Teoria masowego komunikowania*. Tłum. M. Bucholz, A. Szulżycka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Michalczyk S. (1999). *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

- Michalczyk S. (2004). Media lokalne w komunikacji społecznej. Aktualne potrzeby badawcze. W: J. Glensk, M. Kalczyńska (red.). *Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym*, s. 15–25. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Mielczarek T. (2024). *Polski system medialny. Szkice do portretu*. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego.
- Mikosz J. (2015). *Sposoby promocji współczesnej polskiej prasy drukowanej*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Negrine R. (2008). *The Transformation of Political Communication. Continuities and Changes in Media and Politics*. Houndmills and New York: Palgrave Macmillan.
- Nowak S. (1985). *Metodologia badań społecznych*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Olechowska P. (2014). Głos–Dziennik Pomorza. W: P. Kuca, W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński (red.). *Dzienniki regionalne w Polsce. Stan na koniec grudnia 2013 roku*, s. 110–130. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Olechowska P. (2025). Repolonizacja jako postulat ograniczenia kapitału zagranicznego na rynku prasy regionalnej. W: P. Kuca, P. Olechowska (red.). *Kapitał zagraniczny na rynku prasy regionalnej w Polsce w latach 1990–2021 (próba bilansu)*, s. 101–116. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Pinker S. (2021). *Racjonalność. Co to jest, dlaczego jej brakuje, dlaczego ma znaczenie*. Tłum. T. Bieroń. Poznań: Zysk i S-ka.
- Pisarek W. (1983). *Analiza zawartości prasy*. Kraków: Ośrodek Badań Prasoznawczych.
- Postman N. (2002). *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*. Tłum. L. Niedzielski. Warszawa: Muza.
- Rosiak D. (2024). Najważniejsze pytania świata. Rozm. M. Żyła. *Tygodnik Powszechny. Wydanie Specjalne*, nr 2, s. 32–35.
- Rusbridger A. (2018). *Breaking News. The Remaking of Journalism and Why It Matters Now*. Edinburgh: Canongate.
- Ruß-Mohl S. (1994). Anything goes? Ein Stolperstein und sieben Thesen zur publizistischen Qualitätssicherung. In: S. Reiter & S. Ruß-Mohl (Hrsg.). *Zukunft oder Ende des Journalismus? Publizistische Qualitätssicherung – Medienmanagement – Redaktionelles Marketing*, s. 20–28. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Sandel M.J. (2020). *Tyrania merytokracji. Co się stało z dobrem wspólnym*. Tłum. B. Sałbut. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Sztompka P. (2005). *Socjologia zmian społecznych*. Kraków: Znak.
- Szynol A. (2008). Piętnaście lat obecności Passauer Neue Presse (Polskapresse) i Orkla Media na polskim regionalnym rynku prasowym. *Studia Medioznawcze*, nr 2, s. 33–54.
- Szynol A. (2017). Czy w Polsce wciąż potrzebna jest regionalna prasa codzienna? *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3, s. 468–493.
- Szynol A. (2023). *Okiem naczelnych. Prasa regionalna z perspektywy jej (byłych) redaktorów*. Wrocław: Atut.
- Weischenberg S. (2018). *Medienkrise und Medienkrieg. Brauchen wir überhaupt noch Journalismus?* Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Wojtak M. (2015). *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Wojtak M. (2016). O nowych formach dziennikarskiej informacji w prasie tradycyjnej. W: I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.). *Współczesne media. Media informacyjne*. T. 1, s. 83–99. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W. (2006). *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Snopek J., Furman W. (2014). *Prasowe gatunki dziennikarskie*. Warszawa: Poltext.

NETOGRAFIA

- Cennik reklam.* https://mediappg.pl/files/f2/20/a1b1b177754c5b3d8010bef54768/dziennik_lodzki_grzbiet_glowny.pdf [dostęp 10.07.2024].
- jk (2023). *Polska Press drukuje dla MSZ wkładkę o wojnie w Ukrainie i dołącza do swoich dzienników* <https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/msz-polska-press-wkladka-rocznica-wojny-w-ukrainie> [dostęp 9.01.2025].
- Kalkulator doboru próby*, Kalkulator doboru próby (naukowiec.org) [dostęp 10.07.2024].
- Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce.* 01-28.02.2023. Instytut Monitorowania Mediów. www.imm.com.pl/wp-content/uploads/2023/03/IMM_-raport_opiniotw%C3%B3rcze_media_-_luty_2023.pdf [dostęp 17.02.2025].
- Prasa drukowana i cyfrowa 2023/2024.* Polskie Badania Czytelnictwa, www.pbc.pl/wp-content/uploads/2024/02/Prasa_PBC_2023_2024_webinar-1.pdf [dostęp 11.10.2024].

CYTOWANE PUBLIKACJE DZIENNIKÓW REGIONALNYCH

- AGDY (2023). Tu mieszkańcy czekają na asfalt. *Dziennik Wschodni*, nr 32, s. 1.
- Andres M. (2023). Czysze ostro w górę. *Super Nowości*, nr 24, s. 7.
- AS (2023). Płatny parking przy „Chwiałce”. *Głos Wielkopolski*, nr 46, s. 3.
- ASK (2023). Po listy na drugi koniec miasta? *Dziennik Wschodni*, nr 32, s. 4.
- Bagiński R. (2023a). Unia Europejska, ale lasy państwowe. *Gazeta Wroclawska*, nr 40, s. 20.
- Bagiński R. (2023b). W kwestii lasów trzeba słuchać Polaka. *Gazeta Wroclawska*, nr 40, s. 1.
- Bartosiewicz A. (2023). Nieśmiałość można przezwyciężyć dzięki ćwiczeniom. *Dziennik Polski*, nr 41, s. 7. Także: *Gazeta Lubuska*, *Głos Wielkopolski*.
- Borkowicz J. (2023). Wojtyła w roli Hindenburga. *Kurier Lubelski*, nr 38, s. 2.
- Chmielnik K. (2023). Jak nam Niemcy rozwój planują. *Gazeta Lubuska*, nr 34, s. 2.
- Chróścielewski M. (2023). Rząd mówi „nie” przejęciu lasów przez UE. *Gazeta Olsztyńska*, nr 24, s. 8.
- Chrzanowski W. (2023a). Elbląg ma morski potencjał. *Głos Dziennik Pomorza*, nr 40, s. 6.
- Chrzanowski W. (2023b). Nowy wspaniały świat – bez mięsa, nabiału i samochodów... *Dziennik Bałtycki*, nr 44, s. 9.
- Cyran T. (2023). Nasi górą. *Super Nowości*, nr 24, s. 10.
- Czarnowska-Woźniak E. (2023). Dzielna „Helcia” z medalem marszałka. *Gazeta Pomorska*, nr 32, s. 9.
- Dębek K. (2023). Moda plus size. *Dziennik Polski*, nr 41, s. 12. Także: *Gazeta Lubuska*.
- Dębski S. (2023). Polska odgrywa w amerykańskiej polityce rolę szczególną. Rozm. M. Kędryna. *Kurier Lubelski*, nr 39, s. 12. Także: *Głos Wielkopolski*, *Nowiny*, *Nowa Trybuna Opolska*, *Dziennik Bałtycki*, *Dziennik Łódzki*, *Dziennik Zachodni*, *Gazeta Krakowska*.
- Dłubakowski W. (2023). XV edycja Konkursu Menedżer Roku Regionu Łódzkiego. *Dziennik Łódzki*, nr 46, s. 10.
- Domka A. (2023). Wysyłam wiadomość. Po chwili: „Nie została dostarczona”. *Gazeta Pomorska*, nr 32, s. 4.
- Fołtyniewicz D. (2023). Janowski uniknął spotkania z młotem Fajdka. *Gazeta Wroclawska*, nr 40, s. 2.
- Forum Czytelników (2023). *Gazeta Lubuska*, nr 33, s. 2.
- Gajdamowicz J. (2023). Rok 1948. *Gazeta Wroclawska*, nr 40, s. 19.
- Gazeta Słucham (2023). *Gazeta Pomorska*, nr 35, s. 2.
- Grab (2023). „Czy konserwatyzm ma przyszłość?”. *Dziennik Bałtycki*, nr 46, s. 28. Także: *Dziennik Łódzki*, *Gazeta Krakowska*, *Kurier Lubelski*, *Nowiny*.
- Grochal R. (2023). PiS pozostawiał sidła w procesie wyborczym. *Super Nowości*, nr 34, s. 11.
- Grosz K. (2023). Po co nam komin bez ognia na scenie? *Gazeta Olsztyńska*, nr 36, s. 1, 3.

- Gryglas A. (2023). Zbierają podpisy w sprawie tak zwanej wdowiej renty. *Nowa Trybuna Opolska*, nr 46, s. 3.
- Hoff E. (2023). Podkarpacie dla miłośników filmów i seriali. *Gazeta Lubuska*, nr 34, s. 19. Także: *Gazeta Pomorska*.
- JBS, onet.pl (2023). Materiał „Wiadomości” TVP przykuł uwagę internautów. *Super Nowości*, nr 24, s. 9.
- Kaczmarczyk W. (2023), Kaczmarczyk: Inwestycja w ludzi 3. sektora zwraca się z nawiązką. Rozm. M. Kędryna, *Głos Dziennik Pomorza*, nr 40, s. P3.
- Kamińska M. (2023a). „Willa Plus” – kolejna afera polskiej władzy. *Super Nowości*, nr 24, s. 6.
- Kamińska M. (2023b). PiS tworzyło prawo „pod” swego prezesa. *Super Nowości*, nr 22, s. 7.
- Kamińska M. (2023c). Prezes PiS to groźny polityk wspierający Rosję i Putina. *Super Nowości*, nr 22, s. 3.
- Kamińska M. (2023d). Władza WOŚP nie lubi? *Super Nowości*, nr 24, s. 2.
- Kania D. (2023a). Polska racja stanu. *Dziennik Bałtycki*, nr 46, s. 20. Także: *Dziennik Łódzki*, *Dziennik Zachodni*, *Gazeta Krakowska*, *Gazeta Współczesna*, *Kurier Lubelski*, *Nowa Trybuna Opolska*, *Nowiny*.
- Kania D. (2023b). Rozłamy i egzotyczne sojusze. *Dziennik Polski*, nr 40, s. 12. Także: *Echo Dnia*, *Głos Dziennik Pomorza*, *Gazeta Krakowska*, *Gazeta Pomorska*, *Gazeta Wrocławska*, *Kurier Poranny*.
- Kędryna M. (2024). 24 godziny. *Dziennik Polski*, nr 40, s. 13.
- Kędziński M. (2023). O polsko-niemieckie wycieczki. *Dziennik Polski*, nr 40, s. 2. Także: *Gazeta Krakowska*.
- Kowal P. (2023). Turbodulszczyzna. *Dziennik Polski*, nr 40, s. 13.
- Kowalczyk A. (2023). Mieszkańcy ulicy Prostej w Kielcach nie chcą takiej naprawy jezdni. Dziur jest coraz więcej. *Echo Dnia*, nr 33, s. 6.
- Kowalczyk J. (2023). Ciemna strona bojowników o jawność. *Dziennik Wschodni*, nr 39, s. 1.
- Kowalska D. (2023a). Bądź asertywny. *Dziennik Bałtycki*, nr 47, s. 13. Także: *Nowa Trybuna Opolska*.
- Kowalska D. (2023b). Co zrobić, żeby wciąż chciało nam się razem śmiać? *Gazeta Lubuska*, nr 34, s. 11. Także: *Gazeta Pomorska*.
- Koziński A. (2023a). „Katargate”. Czemu tak mało o niej wiemy? *Gazeta Współczesna*, nr 29, s. 16. Także: *Polska Metropolia Warszawska*.
- Koziński A. (2023b). Życie Rosji zależy od śmierci Polski. *Dziennik Łódzki*, nr 46, s. 22. Także: *Gazeta Krakowska*.
- Krawczyk N. (2023). Gala Plebiscytu Edukacyjnego. *Głos Wielkopolski*, nr 39, s. 12.
- Kryściński S. (2023). Rosyjski ambasador uhonorował zbrodniarza. *Gazeta Olsztyńska*, nr 36, s. 5.
- Lonczak J. (2023). Rusza kolejna edycja prestiżowej nagrody Liderzy Regionu 2023. *Nowiny*, nr 39, s. 11.
- Maciuszczak T. (2023). Dyrektora wybierze marszałek. *Dziennik Wschodni*, nr 28, s. 5.
- Majewski P. (2023). Nie ulegliśmy szantażowi Putina. Rozm. W. Wybranowski. *Głos Dziennik Pomorza*, nr 39, s. 2.
- Majnusz M. (2023). Jak dojechać z Opola do Korfantowa? *Nowa Trybuna Opolska*, nr 45, s. 1–2.
- Maleta T. (2023). Wodociągi na świątecznym jarmarku. *Kurier Poranny*, nr 22, s. 1.
- Mamoń M. (2023). Kocia mama nie chce dzieci. *Dziennik Polski*, nr 40, s. 2. Także: *Gazeta Krakowska*.
- Maruszak M. (2023). Mieszkańcy Rzeszowa apelują o rozbiórkę Pomnika Czynu Rewolucyjnego. *Nowiny*, nr 39, s. 24.
- Mateusz Bieniek Sportowcem Roku 2022 (2023). *Dziennik Łódzki*, nr 42, s. 1.

- Matys A. (2023). Działacze Konfederacji: Nie pozwolimy, by niszczone polskie rolnictwo. *Gazeta Współczesna*, nr 40, s. 3.
- Męgarska D. (2023). Rzecznik Praw Pacjenta wszczął śledztwo w sprawie śmierci mieszkanki Dębicy. *Nowiny*, nr 30, s. 5.
- Moyseowicz A. (2023). „Oddajcie mój grunt!” Rolnik kontra KOWR. *Gazeta Lubuska*, nr 33, s. 5.
- MR (2023). „Katakumby” znów popadną w ruinę? *Express Ilustrowany*, nr 33, s. 3.
- Nagel A. (2023). Europa Środkowa, w tym Karpaty, stają się symbolem. *Gazeta Krakowska*, nr 46, s. 10. Także: *Dziennik Bałtycki*, *Dziennik Łódzki*, *Dziennik Zachodni*, *Express Ilustrowany*, *Głos Wielkopolski*, *Kurier Lubelski*, *Nowiny*, *Nowa Trybuna Opolska*.
- Najpiękniejsze sanktuaria w Polsce (2023). *Dziennik Polski*, nr 41, s. 15. Także: *Gazeta Lubuska*.
- Największy lodowy labirynt na świecie (2023). *Gazeta Lubuska*, nr 34, s. 18. Także: *Gazeta Pomorska*.
- Nasza gazeta opiniotwórczym liderem mediów regionalnych (2023). *Polska Metropolia Warszawska*, nr 12, s. 2.
- Newseria (2023). obrońcy przyrody ostrzegają przed „lex Szyszko”. *Dziennik Wschodni*, nr 28, s. 11.
- Numer alarmowy 112 ratuje życie (2023). *Nowiny*, nr 39, s. 10.
- Okoński G. (2023). Pierwszy „Głos” niósł radość, dumę i nadzieję. *Głos Wielkopolski*, nr 39, s. 2.
- Pelen zdrowia posiłek na początek dnia (2023). *Dziennik Bałtycki*, nr 47, s. 14. Także: *Gazeta Współczesna*, *Nowa Trybuna Opolska*.
- Piesiecki T. (2023). Nie jestem biznesmenem, jestem społecznikiem. Rozm. A. Sawczenko. *Kurier Poranny*, nr 34, s. 10.
- Plebiscyt Sportowy2022 (2023). *Polska Metropolia Warszawska*, nr 11, s. 12.
- Pokora W. (2023). Jakie czasy, takie demiurgi. *Echo Dnia*, nr 40, s. 12. Także: *Głos Dziennik Pomorza*, *Gazeta Krakowska*, *Gazeta Pomorska*, *Gazeta Wrocławska*, *Kurier Poranny*.
- Porzucane gdzie popadnie (2023). *Kurier Szczeciński*, nr 8, s. 9.
- Prenumerata za zdjęcie (2023). *Gazeta Olsztyńska*, nr 23, s. 3.
- Przedszkolaki w naszej redakcji (2023). *Kurier Poranny*, nr 22, s. 3.
- Puzyr M. (2023). W Sejmie minister mówi o „festiwalu nienawiści”. *Gazeta Pomorska*, nr 32, s. 6. Także: *Gazeta Wrocławska*.
- R (2023). Dziura na ul. Puszkina znów straszy. *Express Ilustrowany*, nr 33, s. 2.
- Rajfur M. (2023). Grzyb na ścianie. TBS każe czekać. Na co? *Gazeta Wrocławska*, nr 39, s. 1–4.
- Redakcja (2023). Wiceprezydent pyta, gdzie 16 mln obiecane przez marszałek. *Gazeta Lubuska*, nr 33, s. 4.
- Rogowski A. (2023) Zamknięcie browaru w Leżajsku? *Nowiny*, nr 30, s. 2.
- Rokicka-Żuk A (2023a). Czy mrożone jedzenie jest zdrowe? *Dziennik Bałtycki*, nr 47, s. 12. Także: *Gazeta Współczesna*, *Nowa Trybuna Opolska*.
- Rokicka-Żuk A. (2023b). Dlaczego nie wytrzymujemy na diecie? *Gazeta Lubuska*, nr 32, s. 16. Także: *Gazeta Pomorska*.
- Rokita J. (2023). Nie mógł podpisać. *Dziennik Polski*, nr 40, s. 12.
- Samolewicz P. (2023). Jest decyzja wojewody o przeniesieniu pomnika z centrum Rzeszowa. *Nowiny*, nr 24, s. 10.
- Sawczenko A. (2023). Laureaci Plebiscytu Edukacyjnego – nagrodzeni. *Gazeta Współczesna*, nr 29, s. 27.
- Seklecka P. (2023). Najlepsze miejsca na zaręczyny w Polsce. *Gazeta Lubuska*, nr 34, s. 13. Także: *Gazeta Pomorska*.
- Siemaszko A. (2023). Jarmuż – wiele zalet kuzyna kapusty. *Express Ilustrowany*, nr 46, s. 15. Także: *Kurier Lubelski*.
- Siesicka-Osiak M. (2023a). Jak rozwijać kreatywność i pobudzać wyobraźnię. *Gazeta Lubuska*, nr 40 s. 12. Także: *Dziennik Polski*, *Gazeta Współczesna*.

- Siesicka-Osiak M. (2023b). Ziółami w zbędne kilogramy. *Express Ilustrowany*, nr 46, s. 23.
Także: *Gazeta Współczesna, Dziennik Polski*.
- Stachowiak-Różecka M. (2023). Naprawiamy to, co zniszczyły liberalne rządy. Rozm. M. Rajfur. *Gazeta Wroclawska*, nr 40, s. 25.
- Surowaniec Z. (2023). Mieszkaniec Stalowej Woli chce ustawienia przed sądem pomnika z tablicami Dekalogu. *Nowiny*, nr 30, s. 9.
- T (2023). Porzucane gdzie popadnie, *Kurier Szczeciński*, nr 38, s. 9.
- Taka ona i on (2023). *Dziennik Zachodni*, nr 45, s. 10. Także: *Głos Dziennik Pomorza, Kurier Lubelski, Kurier Poranny, Nowa Trybuna Opolska*.
- Takie będą opłaty i zasady dla wędkarzy w 2023 roku (2023). *Gazeta Współczesna*, nr 41, s. 8.
Także: *Dziennik Polski, Gazeta Lubuska*.
- Tatara W. (2023a). Uratujmy browar w Leżajsku. *Nowiny*, nr 30, s. 4.
- Tatara W. (2023b). Ważą się losy browaru. *Nowiny*, nr 30, s. 3.
- Terlecki R. (2023). Nowe rozdanie. *Dziennik Polski*, nr 40, s. 13.
- ToT (2023). Bezpieczniej przy przedszkolu. *Kurier Szczeciński*, nr 38, s. 16.
- Traks R. (2023). Nie trzeba uchwał, aby rozmawiać z mieszkańcami. Rozm. E. Gulińska. *Gazeta Olsztyńska*, nr 36, s. 15.
- TVN24, onet.pl (2023). 55 milionów dla 26-latka, 123 miliony dla firmy, która nie zarabia. *Super Nowości*, nr 34, s. 7.
- W co pakować żywność, by być bardziej eko (2023). *Dziennik Polski*, nr 41, s. 13. Także: *Polska Metropolia Warszawska*.
- W jednym garnku (2023). *Dziennik Polski*, nr 41, s. 10. Także: *Gazeta Lubuska, Gazeta Współczesna*.
- Welnic R. (2023). Było mocno do góry, będzie zjazd. *Głos Dziennik Pomorza*, nr 39, s. 1.
- Wolniak J. (2023). Aby nastał pokój, trzeba wymieść śmiecie. *Gazeta Wroclawska*, nr 40, s. 2.
- Wróblewski J. (2023). Autobus linii 104 kursuje teraz rzadziej. Ludzie mają problem z dojazdem. *Kurier Poranny*, nr 22, s. 4.
- Wybranowski W. (2023). Bronimy wartości, z których dumni są Wielkopolanie. *Głos Wielkopolski*, nr 39, s. 2.
- Załuski K.M. (2023a). Książki z zakurzonej półki, *Dziennik Bałtycki*, nr 46, s. 18.
- Załuski K.M. (2023b). Strzały zza ucha. *Dziennik Bałtycki*, nr 46, s. 16.
- Zapierające dech w piersiach ulice polskich miast (2023). *Dziennik Bałtycki*, nr 47, s. 16. Także: *Nowa Trybuna Opolska*.
- Zimowe nowalijki, które wyhodujesz sam (2023). *Dziennik Polski*, nr 41, s. 14. Także: *Gazeta Lubuska, Gazeta Współczesna*.
- Złotowski K. (2023). Kosma Złotowski: Ten kierunek nie jest pożądanym przez Polskę. Rozm. G. Rakowicz. *Gazeta Pomorska*, nr 40, s. 2.
- Zwycięskie projekty dobroczynne (2023). *Gazeta Współczesna*, nr 29, s. 26. Także: *Polska Metropolia Warszawska*.
- Żuk (2023). W sąsiedztwie pogotowia – śmietnik i gruzowisko. *Kurier Szczeciński*, nr 38, s. 3.
- Życzkowski J. (2023). PSL nie wycofa rekomendacji dla Poryckiego. *Gazeta Lubuska*, nr 33, s. 3.