

Władysław Marek Kolasa, Artur Paszko

MAŁOPOLSKIE MEDIA LOKALNE I REGIONALNE W ŚWIETLE ANALIZ STATYSTYCZNYCH

1. MAŁOPOLSKI RYNEK MEDIALNY NA TLE KRAJU

Małopolski region medialny, jakkolwiek ustępuje stołecznemu Mazowszu lokuje się jednocześnie obok Śląska i Wielkopolski w ścisłej krajowej czołówce. Pozycję tę najsilniej poświadcza liczebność i różnorodność inicjatyw medialnych, gdyż pod tym względem Małopolska jest absolutnym regionalnym liderem. Według danych Biblioteki Narodowej z 2003 roku – ukazywało się tu ponad 9% tytułów prasowych (śląskie – 8,7%, wielkopolskie – 7,6%, mazowieckie – 36,9%, inne razem – 37,5%)¹. Warto jednak zaznaczyć, że różnorodność i liczebność można interpretować odwrotnie – czyli jako cechę negatywną. Słusznie bowiem twierdzą niektórzy prasoznawcy, że zbyt duża liczba inicjatyw świadczy może o atomizacji rynku – i w efekcie o jego słabości².

Obiektywną miarą pozycji rynkowej jest natomiast analiza nakładów i ich dystrybucji. Posługując się tą metodą uzyskujemy dla Małopolski nieco inną – lecz zbliżoną – hierarchię. Jeśli zatem za wskaźnik rankingu przyjąć sprzedaż magazynowego wydania gazet, Małopolska, gdzie w piątce sprzedaje się ich 296.300 egz. lokuje się na wysokiej czwartej pozycji w kraju (7,9% rynku). Jakkolwiek ustępuje ona pod tym względem województwom: mazowieckiemu (12,28% – 459.700 egz.), śląskiemu (11,97% – 447.900), kujawsko-pomorskiemu (9,36% – 350.400) i łódzkiemu (9,05% – 338.700). Jednocześnie nieco wyprzedza województwa: zachodniopomorskie (7,0%), wielkopolskie (6,95%), pomorskie (6,53%), dolnośląskie (6,0%) i podkarpackie (4,49%) i ponad dwukrotnie pozostałe województwa: świętokrzyskie (3,73%), lubuskie (3,55%), lubelskie (3,38%), warmińsko-mazurskie (3,13%), podlaskie (2,38%) i opolskie (2,29%)³.

Z pełnym przekonaniem można stwierdzić, że ranking wskazuje na silną korelację rynku medialnego ze wskaźnikami demograficznymi i ekonomicznymi. Egzemplifikacją tej tezy są wskaźniki dla Małopolski – wartości każdego ze wskazanych aspektów są bardzo zbliżone i oscylują w granicach 8% potencjału krajowego (ludność – 8.37%; produkt krajowy

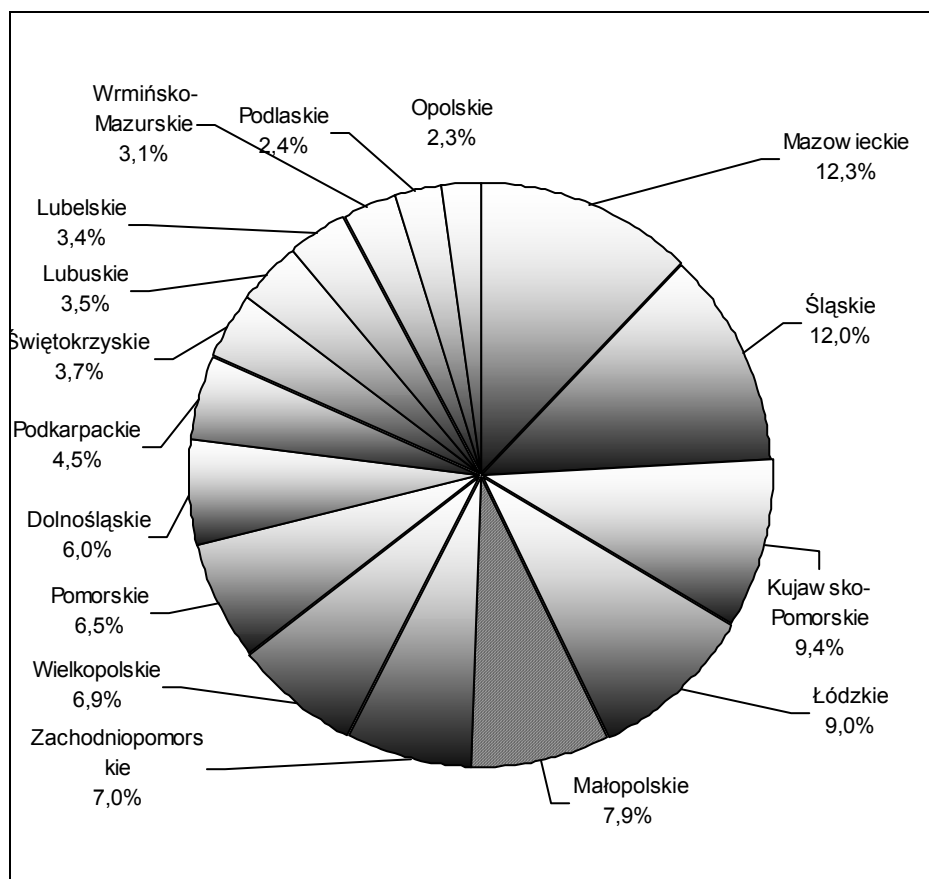
¹ Obliczenia własne na podstawie „Ruchu Wydawniczego w Liczbach 2003”, tab. 28.

² Por. S. Dziki: Leksykon krakowskiej prasy. „Małopolska” T. 7 (2005), s. 318.

³ Obliczenia własne na podstawie danych Mediatak - <http://www.mediatak.pl/> [2005.10.25]

brutto – 7,4%; siła nabywcza mediów – 7,9%)⁴. Zapewne do podobnych wniosków prowadziłyby analiza wskaźników wpływu innych mediów: słuchalności radia, oglądalności telewizji, czy korzystania z serwisów internetowych⁵.

Wykres 1, Sprzedaż gazet wg regionów wydawniczych w roku 2004



Źródło: obliczenia na podstawie danych Mediatak - <http://www.mediatak.pl/> [2005.10.25]

2. ZASADY DOBORU I SELEKCJI

Wskaźniki usytuowania mediów Małopolski na tle kraju – mimo walorów czysto poznawczych – nie odpowiadają jednak bezpośrednio tytułowemu przedmiotowi (media regionalne i lokalne). W analizach globalnych zacierają się bowiem kluczowe – z punktu widzenia medioznawcy – pojęcia typologiczne. W analizach terenowych należy użyć specjalnej metodologii. Na poziomie regionu mamy wszelako do czynienia z różnymi obiektami, które tworzą swoiste kontinuum zasięgu (od mediów ogólnopolskich po sublokalne), zaś interesują nas tylko regionalne i lokalne.

⁴ Ludność i PKB [GUS 1995–2004 <http://www.stat.gov.pl/>] oraz [Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości: <http://www.parp.gov.pl/>]; siła nabywcza mediów – Mediatak - <http://www.mediatak.pl/> [2005.10.25]

⁵ Obliczeń takich nie udało się jednak wykonać z uwagi na brak aktualnych i godnych zaufania źródeł.

Jeśli zatem w toku analizy ograniczymy tylko się do gazet, to z punktu widzenia ich systematyki można wyróżnić: **prasę ogólnopolską sensu stricto** – czyli wydawnictwa, które nie drukują lokalnych mutacji (np. „Rzeczpospolita” czy „Trybuna”) lub mutują tylko niewielką część kolumn (np. „Super Express”); **prasę ogólnopolską sensu largo** – czyli wydawnictwa, które oprócz wydania głównego drukują wkładki regionalne (np. „Gazeta Wyborcza”) – prasa tego typu funkcjonuje jednocześnie jako ogólnopolska i regionalna; **prasę regionalną** – czyli wydawnictwa rozpowszechniane na obszarze jednego województwa (np. „Gazeta Krakowska”); często gazety tego typu z rozmaitych względów część nakładu sprzedają w województwach ościennych (np. śląski „Dziennik Zachodni” w Małopolsce Zachodniej lub „Dziennik Polski” na Podkarpaciu). Dodajmy, że współcześnie prawie wszystkie gazety regionalne są mutowane (wkładki lub kolumny) na mniejsze obszary – i w tym sensie funkcjonują jednocześnie jako prasa regionalna i lokalna. Najniżej w tym schemacie jest **prasa lokalna (sublokalna)** – czyli wydawnictwa rozpowszechniane na obszarze mniejszym niż jedno województwo (powiat, miasto, gmina, parafia, szkoła). Analogiczną systematykę można zastosować także do mediów elektronicznych.

W świetle przytoczonych argumentów, łatwo zauważyć, że nie istnieje prosta translacja typologiczno–geograficzna i stwierdzenie, że „*media regionalne i lokalne = media ukazujące się lub rozpowszechniane na terenie danego obszaru*” jest z gruntu fałszywe, gdyż w konsekwencji powodowałoby wliczenie do badanej zbiorowości mediów ogólnopolskich⁶.

W myśl przyjętych założeń wyselekcjonowanie małopolskich mediów lokalnych i regionalnych wymagało założenia kilku warunków dodatkowych. Poza założonym *explicite* **ograniczonym zasięgiem odbioru lub kolportażu** (obszar co najwyżej jednego województwa), media te cechował **tematyczny związek z regionem dystrybucji** (mieszkańcy lub lokalne środowiska) oraz **niespecjalistyczny charakter**. Z definicji więc pominięto środki masowej komunikacji o zasięgu ogólnopolskim (np. „Tygodnik Powszechny”, Radio RMF FM, czy telewizję TVN) oraz wydawnictwa wąskospecjalistyczne (naukowe, fachowe) i prasę reklamową⁷. Przy mediach elektronicznych posiłkowano się ponadto typem koncesji przyznawanej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, zaliczając do lokalnych te stacje, które nie mają koncesji ogólnopolskiej ani ponadregionalnej. W

⁶ Według szacunkowych badań w samym tylko roku 2004 ukazywało się w Krakowie 1185 tytułów (a w okresie 1989–2004 aż 1662), podczas gdy za lokalne i regionalne uznano tylko 179 tytułów – por. W. M. Kolasa: Prasa krakowska 1989–2004 : katalog tematyczny : publikacja na okoliczność wystawy „Prasa krakowska w okresie przemian”, 12 września – 10 listopada 2005 r., Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Krakowie. Kraków 2005. Toż: <http://www.wbp.krakow.pl/bd/katalog.doc> [2005.11.10]

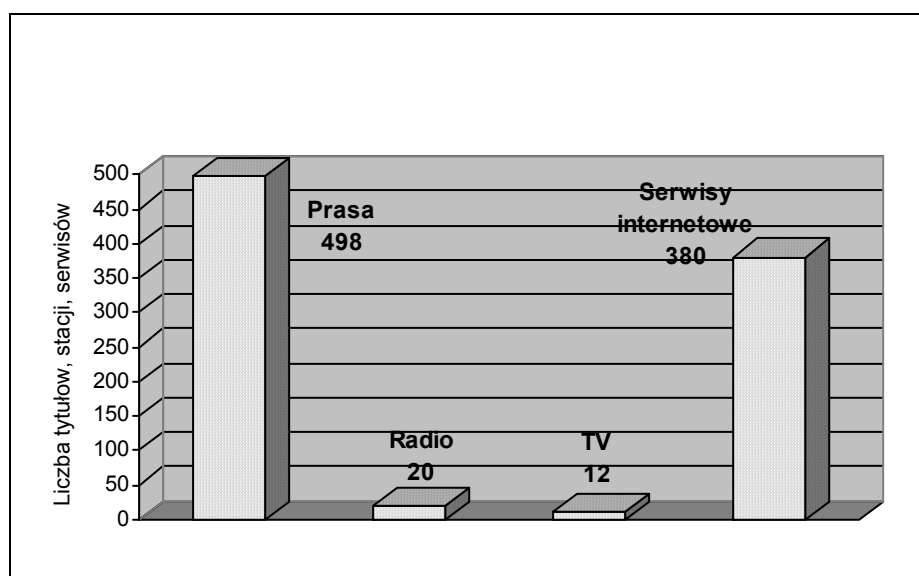
⁷ Prasę reklamową wyłączono z analiz wyłącznie ze względów pragmatycznych, gdyż wydawnictwa tego typu są twórcami bardzo nietrwałymi, trudnymi do rejestracji, wymagającymi odrębnych metod i narzędzi badawczych. Nie istnieje natomiast żadna przesłanka teoretyczna uzasadniająca ich wykluczenie.

przypadku prasy i radiofonii internetowej oraz serwisów on-line jedynym kryterium kwalifikacji były wskazane wyżej związki tematyczne medium z regionem dystrybucji i jego – wyrażony *explicite* – niespecjalistyczny charakter, zaś dla telewizji kablowej – emisja lokalnych programów informacyjnych, publicystycznych lub spotów reklamowych.

3. STATYSTYKA, TYPOLOGIA I GEOGRAFIA OGÓLNA

W wyniku prac bibliograficznych, które wykonano z autopsji w roku 2005 ustalono, że w Małopolsce istnieje 910 pozycji mediów (czasopism, stacji, portali)⁸, które – w myśl sformułowanej wyżej definicji – uznano za lokalne lub regionalne⁹. W grupie tej najliczniej prezentowała się tradycyjna prasa drukowana – 498 tytułów, nieco słabiej radiofonia (20 stacji) i telewizja (12). Zebrany w formie wyboru wykaz serwisów internetowych, pełniących w społecznościach lokalnych funkcje quasi-prasy liczył 380 portali.

Wykres 2, Małopolskie media lokalne i regionalne 2005



Źródło: obliczenia własne

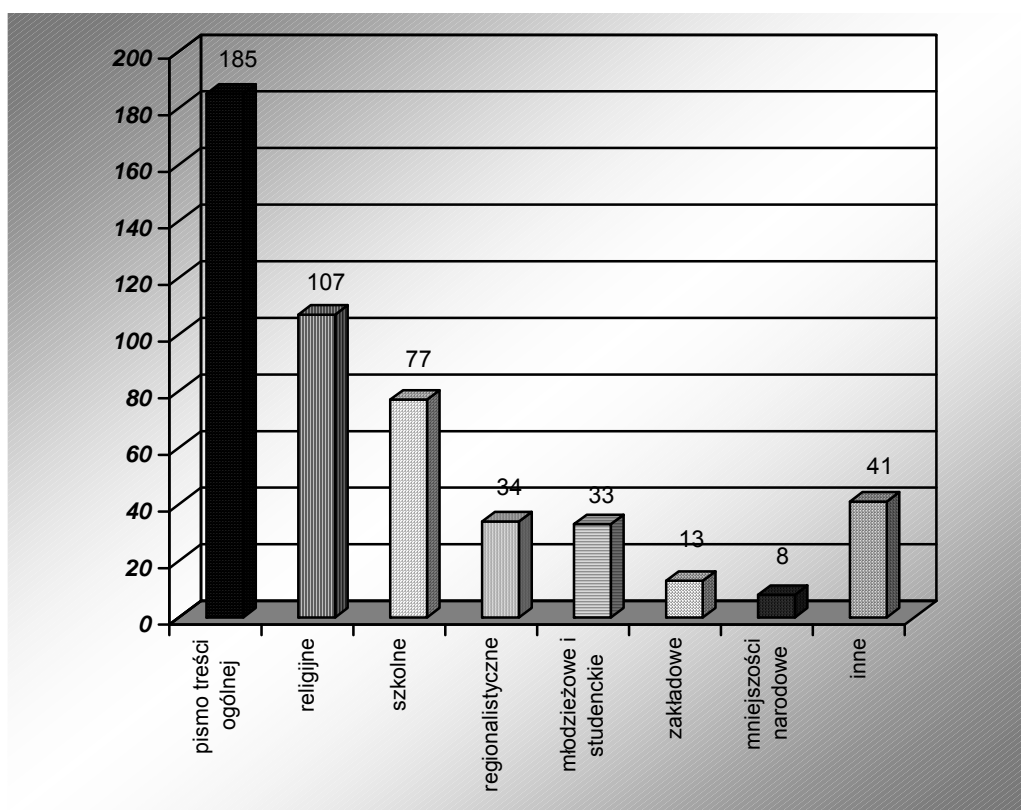
W grupie wydawnictw drukowanych trzon zarejestrowanych mediów stanowiła **prasa treści ogólnej** – 185 tytułów (a więc tradycyjnie pojmowana prasa lokalna o charakterze informacyjno-publicystycznym lub kulturalnym), spośród innych grup typologicznych: **prasa religijna** – 107 tytułów (głównie parafialna i dekanalna), **prasa zakładowa** (13) oraz **czasopisma środowiskowe** (szkolne – 77, młodzieżowe i studenckie – 33 oraz lokalnych

⁸ Jedyne wcześniejsze opracowanie na podobny temat, zob.: W. Chorążki: Media regionalne w Małopolsce „Małopolska” T. 1 (1999), s. 37-71 było przeprowadzone w oparciu o analizę danych z „Katalogu Mediów Polskich” OBP UJ.

⁹ Bazę źródłową dla dalszych obliczeń stanowi publikacja: M. Kolasa, M. Michalska: Katalog małopolskich mediów lokalnych i regionalnych. Kraków 2005. ISBN 83-60100-15-2.

grup twórczych itp.). W specjalny sposób wyróżniono dwie grupy wydawnictw: **prasę mniejszości narodowych i etnicznych** – 8 tytułów (Słowacy, Ormianie, Łemkowie, Romowie, Ukraińcy, Żydzi) oraz **prasę regionalistyczną** – 34 tytuły (czyli wydawnictwa poświęcone kultywowaniu lokalnej kultury, tradycji i historii). Zbiór ten nie wyczerpuje wszystkich zarejestrowanych wydawnictw; w wyborze uwzględniono także: pisma lokalnych organizacji politycznych i związków zawodowych, prasę informacyjną wyższych uczelni oraz wydawnictwa wybranych organizacji silnie związanych z regionem (w tym wydawnictwa urzędowe organów władzy wojewódzkiej) – łącznie 41.

Wykres 3, Małopolska prasa lokalna wg typów



Źródło: obliczenia własne

Podobnej systematyki nie stosowano wobec mediów elektronicznych, gdyż w większości miały one (przynajmniej w myśl koncesji KRRiTV) charakter uniwersalny. Wyjątkiem od tej zasady była radiofonia katolicka (np. Radio Plus [Vox], RDN Małopolska, czy parafialne Ain Karim Radio) oraz profilowane rozgłośnie muzyczne (np. Radio Jazz, Radio Planeta Kraków) i studenckie (Radio eX FM).

Mimo daleko posuniętej selekcji dominującym ośrodkiem wydawniczym i medialnym okazał się Kraków (179 tytułów czasopism, 32 studiów i rozgłośni oraz 33 dużych lokalnych portali www – razem 228 pozycji). Na dalszych miejscach lokowały się najliczniej zaludnione

powiaty położone wokół dużych miast i terenów zurbanizowanych: ziemski krakowski i ziemski tarnowski (po 60) oraz ziemski nowosądecki (56). W dalszej kolejności uplasowały powiaty: wadowicki (48), limanowski (47), nowotarski (42), gorlicki (39), grodzki tarnowski (33), oświęcimski (31), tatrzański (29), dąbrowski (27), bocheński (26), myślenicki i olkuski (po 24), brzeski i suski (po 23), chrzanowski (21), miechowski (20), wielicki i grodzki nowosądecki (po 18), listę zamyka powiat proszowicki (13).

Mapa 1, Małopolska – podział administracyjny

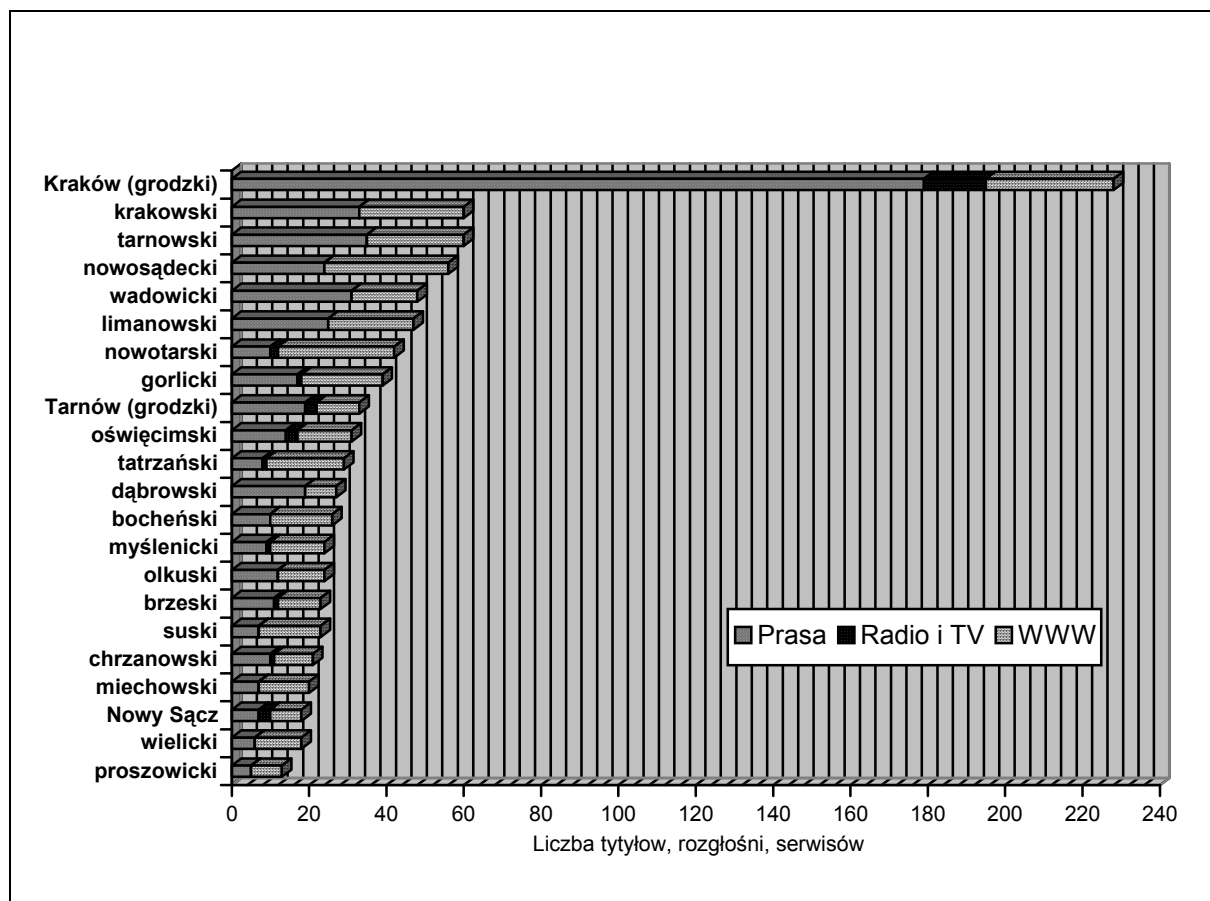


Źródło: <http://www.wrotamalopolski.pl/> [2005.11.10]

Nieco inną hierarchię obrazuje rozmieszczenie prasy drukowanej; za absolutnie dominującym Krakowem (179 tytułów), plasuje się Tarnów (19) oraz kilka większych miast powiatowych: Gorlice (10) oraz Kalwaria Zebrzydowska, Limanowa, Zakopane i Dąbrowa Tarnowska (po 8 tytułów). Inna jest natomiast geografia mediów elektronicznych, gdyż niemal wszystkie redakcje radiowe i telewizyjne ulokowane są w dużych miastach: Kraków (16), Tarnów, Oświęcim, Nowy Sącz (po 3). Z kolei serwisy internetowe jawią się jako medium najbardziej demokratyczne – ich geograficzne rozmieszczenie w roku 2005 było wprost proporcjonalne do liczby jednostek samorządowych (średnio na jedną gminę przypadają 2 serwisy).

Dalsza analiza wszystkich mediów traktowanych *en bloc* z uwagi na ich znaczne zróżnicowanie wydaje się jednak niecelowa i prowadziłaby do błędnych wniosków. Trudno bowiem porównywać w jednym szeregu drukowane w wielu mutacjach pisma regionalne z gazetami gminnymi, tym bardziej zaś z gazetkami zakładowymi, parafialnymi czy szkolnymi. Poprawna metoda wymaga aby analizować je w obrębie typów.

Wykres 4, Media Małopolski 2005 wg powiatów



Źródło: obliczenia własne

4. MAŁOPOLSKA PRASA TREŚCI OGÓLNEJ (REGIONALNA I LOKALNA)

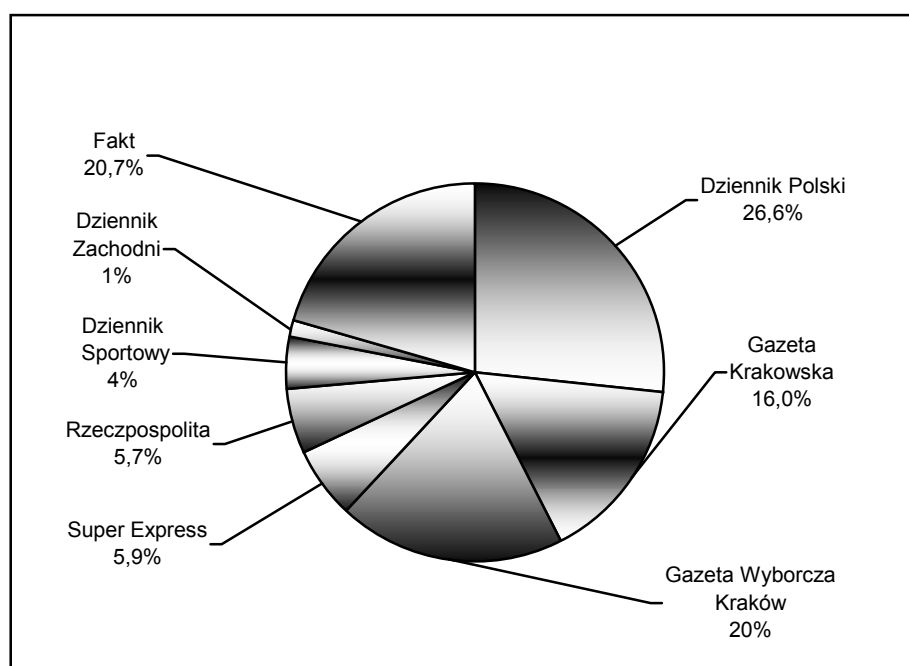
Prasa treści ogólnej to – bez wchodzenia w zawilosci terminologiczne¹⁰ – grupa wydawnictw, realizująca bez żadnych ograniczeń kryterium uniwersalności, której celem jest rozpowszechnianie aktualnych i interesujących możliwie najszerszy ogół publiczności informacji. Będą to zatem wszystkie gazety regionalne (i ich mutacje oraz regionalne wkładki pism ogólnopolskich) oraz te pisma lokalne (sublokalne), które interesują się ogółem problemów na swoim terenie (zagadnienia społeczne, gospodarcze, kulturalne, polityczne

¹⁰ Por. m. in.: Encyklopedia wiedzy o prasie. Pod red. J. Maślanki. Wrocław 1976, szczególnie s. 234: Schemat ogólnej typologii wytworów drukowanych oraz M. Gierula: Polska prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie. Katowice 2005.

itp.), pełniące funkcję informacyjną i/lub publicystyczną (kształtowanie postaw) i będące – przynajmniej z założenia – dostępne dla każdego mieszkańca obszaru, na którym są kolportowane.

Na terenie Małopolski wydawnictw tego typu ukazywało się aż 185. W grupie tej 3 tytuły miały zasięg regionalny („Dziennik Polski” [średni nakład dzienny – 81.189 egz.], „Gazeta Krakowska” [50.115 egz.] i krakowska edycja „Gazety Wyborczej” [52.500 egz.]), zaś pozostałe 182 tytuły rozpowszechniane były na mniejszych obszarach (powiaty, miasta, gminy). Mimo pozornych różnic wydawnictwa te należy rozpatrywać łącznie, gdyż na mniejszych rynkach dochodzi między nimi do silnej interakcji. Gazety regionalne drukują bowiem stale lub okazjonalnie kolumny, wkładki i mutacje lokalne stając się w ten sposób naturalną konkurencją dla gazet lokalnych i sublokalnych, np. „Dziennik Polski” (7 mutacji stałych i 5 tygodniowych), „Gazeta Krakowska” (6 mutacji stałych i kilka wkładek drukowanych w różne dni tygodnia).

Wykres 5, Średnie dzienne rozpowszechnianie gazet w Małopolsce



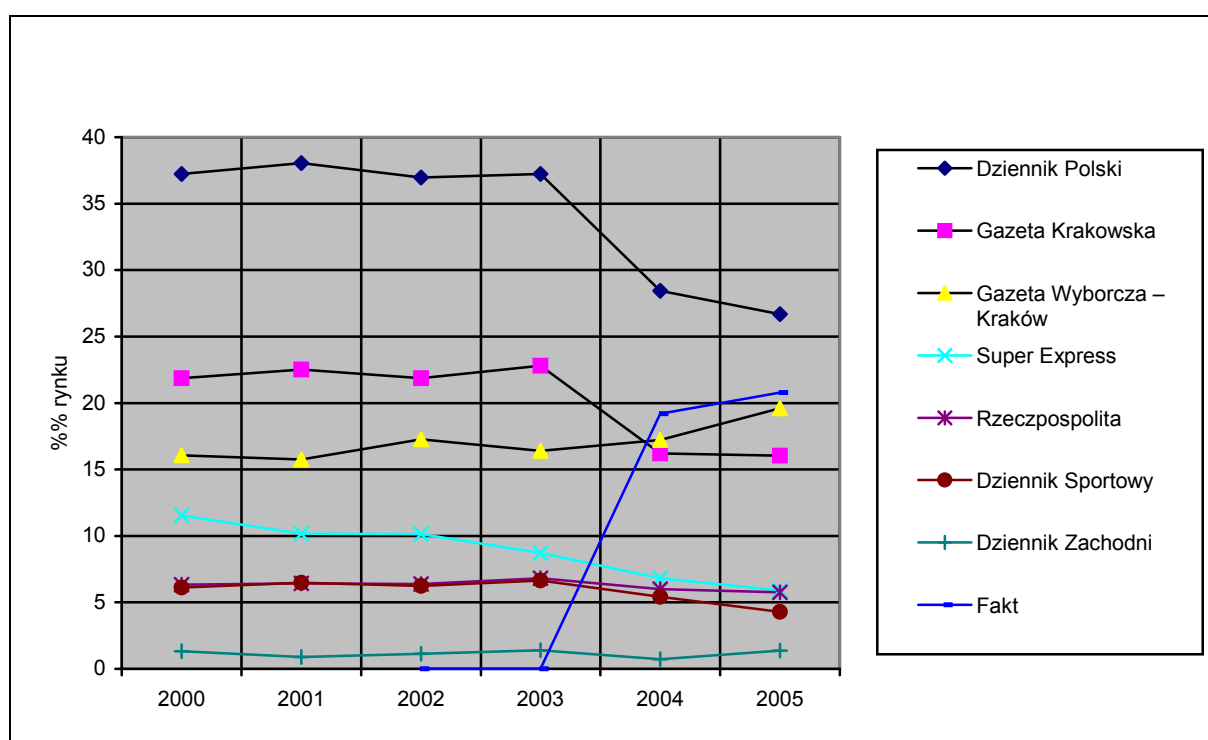
Źródło: obliczenia własne na podstawie danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy [maj 2005]

Szczyt wskazanej systematyki tworzą gazety regionalne, które na rynku małopolskim konkurują zarówno z prasą ogólnopolską, jak i gazetami regionalnymi wydawanymi w województwach ościennych¹¹. Jak wynika z danych ZKDP (wykres 5), rywalizacja pod tym

¹¹ Dla uproszczenia obrazu w zestawieniu nie ujęto gazet bezpłatnych, które są rozpowszechniane tylko w części Małopolski – głównie w Krakowie, Tarnowie i Nowym Sączu.

względem jest najsilniejsza – lecz pozycja krakowskich gazet, które łącznie zagarniają 62,07% rynku, zdaje się być niezagrażona („Dziennik Polski” – 26,57% rynku, „Gazeta Krakowska” – 15,98%, lokalne wydanie „Gazety Wyborczej” – 19,52%). Można zatem zaryzykować tezę, że małopolskie gazety regionalne okrzepły już w walce o strefy wpływów po reformie w 1999 roku i utrwaliły swoje pozycje rynkowe. Sumaryczny wskaźnik 62,07% świadczy, że na analizowanym rynku panuje klasyczny oligopol. W uproszczeniu jest to stan, w którym w grze rynkowej uczestniczą co najmniej trzy podmioty, a rynek „charakteryzuje się znaczną różnorodnością produktów i ich intensywnym marketingiem (reklamą), przy stabilności cen w dłuższych okresach oraz umiarkowaną konkurencją cenową”¹².

Wykres 6, Sprzedaż gazet w Małopolsce 2000-2005



Zródło: przeliczenia własne na podstawie danych Związku Kontrolni Dystrybucji Prasy [maj 2005]

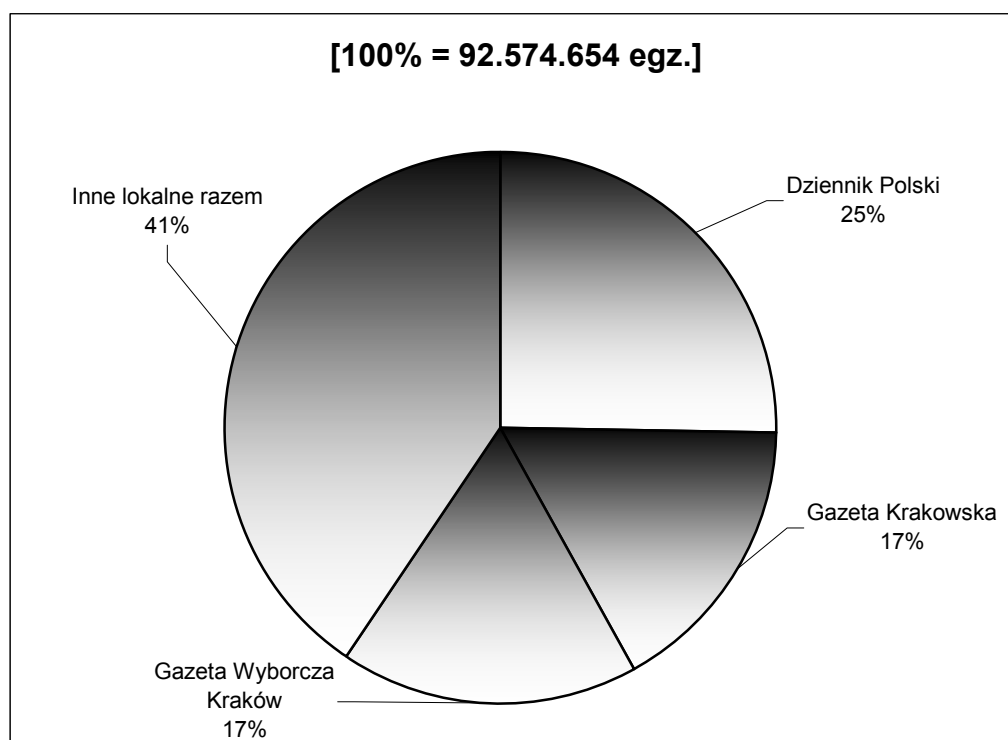
Powstaje wszelako pytanie – czy stan ów jest stabilny? Jakkolwiek długofalowe obserwacje rynku z perspektywy minionych pięciu lat zdają się tę tezę poświadczać (wykres 6), jednoznacznie twierdząca odpowiedź byłaby przedwczesna i wielce wątpliwa. Wynika to z trzech powodów: po pierwsze – **casus „Faktu”**, którego debiut w 2003 roku odebrał znaczną część rynku wszystkim graczom, z wyjątkiem „Gazety Wyborczej” (szczególnie wiele stracili: „Dziennik Polski” – ok. 10% i „Gazeta Krakowska” – ok. 5%), po

¹² T. Kowalski: Media a pieniądze. Ekonomiczne aspekty działalności środków komunikowania masowego. Warszawa 1998, s. 44-45.

wtóre – nasilająca się **konkurencja prasy bezpłatnej**, po trzecie – **agresywne debiuty** w 2005 i 2006 roku¹³.

Kolejny aspekt analizy rynku prasy treści ogólnej to ukazanie relacji pomiędzy gazetami regionalnymi a pozostałymi tytułami zaliczonych do grupy prasy treści ogólnej (185 tytułów). Na wstępie warto zaznaczyć, że analiza tego typu już na wstępie napotyka na problem narzędzi badawczych. Podstawową barierą jest problem metody – jak obiektywnie porównać pisma o różnych częstotliwościach (dziennik, tygodnik, dwutygodnik, miesięcznik, dwumiesięcznik, kwartalnik itd.). Aby pokonać to ograniczenie specjalnie w tym celu opracowano strategię polegającą na wyczerpującym zliczeniu liczby drukowanych w skali roku egzemplarzy każdego z tytułów¹⁴. Metoda ta, jakkolwiek bardzo pracochłonna, dała wymierne efekty.

Wykres 7, Małopolska prasa lokalna i regionalna - nakład globalny pism treści ogólnej



Źródło: obliczenia własne

W wyniku prac ustalono, że w skali roku drukowanych jest w Małopolsce 92.574.654 egz. prasy treści ogólnej (w tym 3 dominujące gazety regionalne „Dziennik Polski” [DP], „Gazeta Krakowska” [GK] i lokalne wydanie „Gazety Wyborczej” [GW] drukują razem

¹³ Por. A. Błaszczyk: Nowe tytuły mobilizują polski rynek prasy „Rzeczpospolita” 2005, nr 232 (4 X), dod. „Ekonomia Rynek”, s. 1.

¹⁴ Zliczono w sposób wyczerpujący nakłady wszystkich czasopism i gazet, uzyskując dane globalne jako iloczyn liczby wydawanych w ciągu roku numerów (dla każdej częstotliwości jest on inny, np. tygodnik – 52, dwutygodnik – 26, miesięcznik – 12 itd.) i deklarowanego jednorazowego średniego nakładu.

56.000.700 egz., pozostałe zaś 36.573.954 egz.). Bezwzględne współczynniki rywalizacji rynkowej pomiędzy prasą regionalną a lokalną wynoszą zatem odpowiednio: 59% i 41% (podmiotem dominującym jest DP [25% rynku], następnie równorzędnie GK i GW [po 17%]). Pozostała część rynku – 41% przypada na 182 tytuły (tab. 1), z czego znaczną część (szacunkowo ok. 25%) zagarniają miejskie pisma bezpłatne („Echo Miasta”, „Dzień Dobry”, „Nasze Miasto” i inne). W efekcie wpływ pozostałych pism tej grupy (z nielicznymi wyjątkami, np. „Tygodnik Podhalański” czy „Temi”) jest w skali globalnej ledwie zauważalny.

Tab. 1 Małopolskie pisma lokalne treści ogólnej (bez regionalnych) wg częstotliwości							
Powiat	Razem	dziennik	tygodnik	dwutygodnik	miesięcznik	dwumiesięcznik	Inne
Kraków	36	1	3		19	1	3
krakowski	17			1	10	2	3
tarnowski	17				4	5	1
limanowski	13				6	2	2
nowosądecki	10				7	2	3
oświęcimski	9			1	5	2	4
wadowicki	9			1	6	1	12
myślenicki	8		1		4	1	5
olkuski	8		1	1	5	1	1
bocheński	7				3	1	2
brzeski	6				1	2	1
nowotarski	6		1		3		2
suski	6				4		0
dąbrowski	5				3		1
gorlicki	5		1		1		2
Tarnów	5		2		1	1	2
miechowski	4			1	2		8
wielicki	4			1	2	1	1
chrzanowski	3		1	1			0
proszowicki	2						1
tatrzański	2		1			1	0
Razem	182	1	11	7	86	23	54

Wykonane obliczenia uprawniają do kilku następujących wniosków: jeśli do dalszych obliczeń wprowadzimy stworzony *ad hoc* wskaźnik EOR, zdefiniowany jako liczba egzemplarzy przypadających na 1 mieszkańca rocznie, to biorąc pod uwagę, iż Małopolskę zamieszkuje 3.252.949 mieszkańców [GUS 2004], a obliczony roczny nakład globalny pism treści ogólnej wynosi 92.574.654 egz. – łatwo o konstatację, że na statystycznego mieszkańca Małopolski przypada w skali roku: 27,75 egz. (w tym 16,5 egz. gazety regionalnej i 11,2 egz. gazety lokalnej lub sublokalnej).

Głębsza analiza rynku w rozkładzie terytorialnym ujawniała jednak pod tym względem znaczne dysproporcje i obliczony wskaźnik EOR, którego w skali województwa średnia wartość wynosi nieco ponad 27 egz. na mieszkańca oscyluje na terenie różnych powiatów od 12,36 (powiat suski) do ponad 62,52.

Podobnie zróżnicowany geograficznie jest współczynnik zagospodarowania rynku przez prasę regionalną i lokalną. Jakkolwiek w skali województwa proporcje te wynoszą odpowiednio: 59% (prasa regionalna) i 41% (prasa lokalna), to na niektórych obszarach Małopolski prasa lokalna jest wyraźnie stłumiona przez prasę regionalną (np. w subregionie obejmującym powiaty: gorlicki, limanowski, nowosądecki i Nowy Sącz – prasa regionalna zagrania aż 96% rynku). Uwaga ta dotyczy także regionalnych liderów. Analiza nakładów wykazała pod tym względem znaczne zróżnicowanie, np. w części powiatów dominuje niepodzielnie „Dziennik Polski” (np. Małopolska centralna – EOR=13,07), podczas gdy na terenie Małopolski wschodniej (powiaty: tarnowski, Tarnów, dąbrowski) zdecydowaną przewagę ma „Gazeta Krakowska” (EOR=6,62), zaś w Małopolsce zachodniej brak zdecydowanego lidera.

Wnikliwe obserwacje pozwoliły jednak na systematyzację tych zagadnień. Z przeprowadzonych badań wynika, że na terenie obecnego województwa małopolskiego istnieje pięć dużych obszarów prasowo-wydawniczych (tab. 2), zaś istniejące dysproporcje są w dużym stopniu skutkiem podziału administracyjnego z lat 1975–1998. Obszary te (a właściwie subregiony) zostaną kolejno scharakteryzowane w następnych podrozdziałach.

Tab. 2 Zróżnicowanie regionalne Małopolski – rynek pism treści ogólnej w 2005 roku				
Subregion	Ludność [% mieszkańców Małopolski]	Nakład globalny roczny [%]	Nakład globalny roczny [egz.]	EOR*
Małopolska centralna (dawne woj. krakowskie)	40,0%	63,0%	58.359.400	44,4
Małopolska wschodnia (dawne woj. tarnowskie)	17,1%	10,7%	9.928.265	17,8
Małopolska południowo-wschodnia (dawne woj. nowosądeckie)	15,5%	10,0%	9.260.686	18,3
Małopolska południowa (Podhale, Ziemia Suska)	10,0%	6,4%	5.996.607	18,3
Małopolska zachodnia (część dawnego woj. bielskiego)	16,0%	9,7%	9.029.696	16,4
Objaśnienia: globalny nakład roczny 100%=92.574.654 egz. [obliczenia własne]; mieszkańcy - 100%=3252949 [GUS 2004] * wskaźnik EOR – liczba egz. na 1 mieszkańca rocznie				

4.1 Małopolska centralna

Małopolska centralna, czyli obszar obejmujący miasto Kraków i powiaty ościenne (krakowski, miechowski, myślenicki, proszowicki i wielicki – razem 45 gmin) jest dominującym w skali województwa subregionem prasowo-wydawniczym. Jest to jednocześnie okręg o najwyższych wskaźnikach demograficznych – zamieszkuje tu ponad 40% ludności Małopolski (1.312.741 osób) i zarazem najbardziej chłonny rynek czytelnicy. Na jego terenie kolportowane są 74 tytuły czasopism lokalnych, trzy mutacje gazet regionalnych („Dziennik Polski” – wyd. 1 i „Gazeta Krakowska” – wyd. A i B) oraz krakowskie wydanie „Gazety Wyborczej”. Łączny roczny nakład wszystkich tytułów wynosi 58.359.400 egz., czyli zagarnia 63% nakładu całej Małopolski. Średnio w skali roku na statystycznego mieszkańca przypadają tu 44 numery czasopisma lokalnego lub gazety regionalnej (w tym 13 egz. „Dziennika Polskiego”, 4 egz. „Gazety Krakowskiej” oraz prawie 5 egz. lokalnej edycji „Gazety Wyborczej”).

Tab. 3, Małopolska centralna – prasa treści ogólnej w 2005 roku							
powiat	Mieszkańcy	Liczba tytułów	Prasa lokalna [EOR]	Prasa regionalna [EOR]			Średnia [EOR]
				Dz. Pol.	Gaz. Krak.	Gaz. Wyb.	
Kraków (grodzki)	757685	39	40,53	13,07	4,08	4,84	62,52
krakowski (ziemski)	241080	17	0,72				22,71
miechowski	51560	4	8,42				30,41
myślenicki	114949	8	1,42				23,41
proszowicki	43659	2	0,10				22,09
wielicki	103808	4	0,71				22,70
Razem	1312741	74					

EOR – liczba egz. na 1 mieszkańca rocznie

Na wstępie warto zastrzec, że z uwagi na metropolitalny charakter Krakowa prasa tego obszaru jest w rozmaitych przekrojach nietypowa i rozwija się zupełnie inaczej niż w pozostałych częściach województwa. Pod względem chłonności absolutnie dominuje Kraków (średnio 62,52 egz.), który ma jednocześnie najmocniejszą prasę lokalną (40,53 egz.), co jest w dużej mierze pochodną istnienia wysokonakładowych gazet bezpłatnych („Echo Miasta”, „Nasze Miasto”, „Dzień Dobry”), które drukują nakład rzędu 50–100 tys. egz. Warto przy tym dodać, że inne krakowskie pisma lokalne są wyraźnie słabsze i drukują znacznie niższe nakłady (średnio 1-5 tys.). Wśród pism tej grupy pod względem zasięgu wyróżniają się tylko cztery wydawnictwa dzielnicowe: „Głos : tygodnik nowohucki” (15 tys.), „Kurier Bieńczycki” (12 tys.), „Dzielnica II” (17 tys.) oraz „Głos Podgórze” (10 tys.).

W pozostałych powiatach sytuacja jest zupełnie odmienna, po pierwsze – brak zdecydowanych liderów, po wtóre – dominują niskonakładowe gazetki (do 1000 lub 2000 egz.); pozytywnie na tym tle wyróżniają się tylko: „Wieści Miechowskie” i „Nasza Gazeta” z Gdowa (obie po 15 tys.).

Specyfiką tego obszaru jest dominacja prasy lokalnej (nakład globalny – 31.556.746 egz. – 54%) nad prasą regionalną (26.802.654 egz. – 46%). Stan ów jest zjawiskiem nowym i wydaje się być pochodną wejścia na rynek silnej i ekspansywnej miejskiej prasy bezpłatnej.

Charakterystykę tę warto uzupełnić tezą, że w środowisku wielkomiejskim prasa regionalna działa tłumiąco na pracę lokalną *sensu stricto* (np. miejskie tygodniki). Dowodzi tego analiza zawartości kolumn miejskich w gazetach regionalnych. Z tab. 4 łatwo odczytać, że tematyka miejska, choć nie jest centralnym punktem zainteresowania krakowskiej prasy codziennej, zajmuje na łamach każdego dziennika proporcje na tyle duże, by skutecznie stłumić każdy miejski dziennik, a w pewnych okolicznościach nawet tygodnik. Zjawisko to wystąpiło w Krakowie tuż po transformacji, a od połowy lat dziewięćdziesiątych uległo nasileniu¹⁵. Już w roku 1989 łączna objętość kolumn miejskich w skali tygodnia przekraczała 15 stron (odpowiadała więc niemal dwóm numerom ówczesnego tygodnika), zaś dziesięć lat później miejskie kolumny nie tylko, że zwiększyły objętość, lecz przerodziły się w dodatki i łącznie w ciągu tygodnia drukują ich 5 razy więcej (75,4 kolumn miejskich tygodniowo). Konstatacja zdaje się empirycznie potwierdzać postawioną wyżej tezę o tłumieniu miejskiego rynku prasy sublokalnej przez dzienniki regionalne. W ślad za tym prasa sublokalna znajduje bezpieczną niszę jedynie na poziomie osiedli, gdzie penetracja gazet regionalnych już nie dociera¹⁶. Jediną realną konkurencją dla prasy regionalnej w środowisku wielkomiejskim są gazety bezpłatne.

Tab. 4, Tematyka miejska na łamach krakowskich gazet w 1989 i 1998 roku						
Tytuł	1989			1998		
	Powierzchnia wypowiedzi		Średni nakład dzienny	Powierzchnia wypowiedzi		Średni nakład dzienny*
	[kolumn tygodniowo]	[%% ogólnej objętości]		[kolumn tygodniowo]	[%% ogólnej objętości]	
<i>Dziennik Polski</i>	6,00	12,50	114838	25,50	7,46	78057
<i>Gazeta Krakowska</i>	4,10	10,25	183000	39,60	17,07	39895
<i>Gazeta Wyborcza</i>	-	-	-	10,30	7,36	35754
<i>Echo Krakowa</i>	5,50	17,19	79892	-	-	-
<i>Razem:</i>	15,60	śr. 13,00	377730	75,40	śr. 10,56	153706

ŹRÓDŁO: W. M. Kolasa: Prasa Krakowa w dekadzie przemian 1989–1998. Kraków 2004, tab. 49.

¹⁵ Kilukrotnie podejmowane próby powołania miejskiego tygodnika w latach 1990-1999 zawsze kończyły się niepowodzeniem.

¹⁶ Por. W. M. Kolasa: Prasa Krakowa w dekadzie przemian 1989–1998 : rynek, polityka, kultura. Kraków 2004, s. 363-364 i tab. 49.

4.2 Małopolska wschodnia

Subregion prasowo-wydawniczy obejmujący miasto Tarnów i powiaty ościenne (tarnowski ziemski, dąbrowski, brzeski i bocheński; razem 40 gmin) tworzy względnie zwartą całość. W okręgu tym zamieszkuje ponad 17,1% ludności Małopolski (557.221 osób). Ukazuje się tu 40 tytułów czasopism lokalnych, dwie mutacje gazet regionalnych („Dziennik Polski” – wyd. 3 i „Gazeta Krakowska” – wyd. D) oraz krakowskie wydanie „Gazety Wyborczej”. Łączny roczny nakład wszystkich tytułów wynosi 9.928.265 egz., czyli zagarnia 10,7 % nakładu całej Małopolski. Na statystycznego mieszkańca przypada zatem w skali roku ok. 17 numerów czasopisma lokalnego lub gazety regionalnej (w tym 2,5 egz. „Dziennika Polskiego”, 6,6 egz. „Gazety Krakowskiej” oraz prawie 5 egz. lokalnej edycji „Gazety Wyborczej”).

powiat	Mieszkańcy	Liczba tytułów	Prasa lokalna [EOR]	Prasa regionalna [EOR]			Średnio [EOR]
				Dz. Pol.	Gaz. Krak.	Gaz. Wyb.	
bocheński	98394	7	0,59	2,56	6,62	4,84	14,61
brzeski	89739	6	0,26				14,28
dąbrowski	58617	5	0,78				14,80
tarnowski	191803	17	0,24				14,26
Tarnów (grodzki)	118668	5	8,92				22,94
Razem	557221	40					17,81

EOR – liczba egz. na 1 mieszkańca rocznie

Na obszarze dawnego województwa tarnowskiego tradycyjnie najsilniejszą pozycję ma „Gazetę Krakowską”, która ponad dwukrotnie wyprzedza „Dziennik Polski” i w jeszcze większym stopniu inne tytuły prasy lokalnej. Prasa lokalna tego okręgu jakkolwiek liczna (40 tytułów o nakładzie globalnym 1.230.720 egz.), obejmuje jednak tylko 12,3% rynku i jest zdominowana przez prasę regionalną, która zagarnia pozostałe 87,7% (8.697.545 egz.). Mimo stosunkowo dużej liczby tytułów prasy lokalnej (własną gazetkę ma każda statystyczna gmina), jest to grupa stosunkowo słaba. Jedynie nielicznym pismom udało się przełamać symboliczną barierę 1 tys. egz. nakładu: „Ziemia Bocheńska” (4000 egz.), „Kurier Borzęcki” (2200), „BIM Brzeski Magazyn Informacyjny” (1000), „Nowy Kurier Dąbrowski” (2700), „Skrzyszowskie Wieści” (1500) i „Ziemia Wierchosławicka” (2500).

Wyjątkiem od tej zasady jest Tarnów, gdzie istnieją dynamiczne tygodniki: wydawany od 1978 roku „Temi” (20 tys. egz.) i założony w 2004 „Extra Galicja”. Pozycja tych pism

sprawia, że tamtejsza miejska prasa lokalna (drukując łącznie 8,92 egz. na osobę) dystansuje prasę regionalną.

4.3 Małopolska południowo-wschodnia

Własną specyfikę ma subregion prasowo-wydawniczy obejmujący Nowy Sącz i powiaty ościenne (nowosądecki ziemski, limanowski i gorlicki; razem 39 gmin), czyli część dawnego województwa nowosądeckiego, gdzie zamieszkuje ponad 15,5% ludności Małopolski (506.048 osób). Pod względem liczby wydawnictw jest to jednak obszar słabej aktywności medialnej: ukazuje się tu 28 tytułów czasopism lokalnych, dwie mutacje gazet regionalnych („Dziennik Polski” – wyd. 2 i „Gazeta Krakowska” – wyd. E) oraz krakowskie wydanie „Gazety Wyborczej”. Łączny roczny nakład wszystkich tytułów wynosi 9.260.686 egz., czyli 10% nakładu całej Małopolski. Na statystycznego mieszkańca przypada w skali roku ok. 18 numerów czasopisma lokalnego lub gazety regionalnej (w tym 2,9 egz. „Dziennika Polskiego”, 9 egz. „Gazety Krakowskiej” oraz prawie 5 egz. lokalnej edycji „Gazety Wyborczej”).

powiat	Mieszkańcy	Liczba tytułów	Prasa lokalna [EOR]	Prasa regionalna [EOR]			Średnia [EOR]
				Dz. Pol.	Gaz. Krak.	Gaz. Wyb.	
gorlicki	106444	5	2,12	2,90	9,00	4,84	18,86
limanowski	120222	13	0,87				17,61
nowosądecki	194983	10	0,23				16,97
Nowy Sącz (grodzki)	84399	0	0,00				16,74
Razem	506048	28					18,30

EOR – liczba egz. na 1 mieszkańca rocznie

Analizowany subregion jest zdominowanym przez „Gazetę Krakowską”, która ponad trzykrotnie wyprzedza „Dziennik Polski” i w jeszcze większym stopniu inne tytuły prasy lokalnej. Prasa lokalna tego okręgu (28 tytułów o łącznym nakładzie globalnym 375.750 egz.) obejmuje jedynie 4% rynku i jest silnie marginalizowana przez prasę regionalną (8.884.936 egz.), która obejmuje pozostałe 96%. Mimo stosunkowo dużej liczby tytułów prasy lokalnej (własną gazetkę ma 71% gmin), jest to grupa bardzo słaba. Na mocno spolaryzowanym rynku, gazety lokalne funkcjonują w trudnych warunkach i tylko nielicznym tytułom udaje się przełamać symboliczną barierę nakładu 1 tys. egz.: „Tygodnik Gorlicki” (3850 egz.), „Kurier

Gorlicki” (2000) i limanowskie „Wiadomości Gminne” (4000), „Kurier z Jodłownika” i „InfoRegion” (po 2000).

Warto zauważyć, że wskazana polaryzacja – trochę wbrew logice – jest najmocniej widoczna w największym mieście regionu – Nowym Sączu, gdzie nie jest wydawaną ani jedno pismo lokalne treści ogólnej, mimo iż istnieje silna prasa religijna i regionalistyczna.

4.4 Małopolska południowa

Subregion prasowo-wydawniczy obejmujący powiaty: suski, nowotarski i tatrzański (razem 28 gmin) z uwagi na swój specyficzny, górski krajobraz jest obszarem o stosunkowo słabym zaludnieniu – w okręgu tym zamieszkuje ponad 10% ludności Małopolski (326.883 osoby). Ukazuje się tu 14 tytułów czasopism lokalnych, trzy mutacje gazet regionalnych: „Dziennik Polski” – wyd. 5 [powiat suski] oraz wyd. 6 [nowotarski, tatrzański], „Gazeta Krakowska” – wyd. F) oraz krakowskie wydanie „Gazety Wyborczej”. Łączny roczny nakład wszystkich tytułów wynosi 5.996.607 egz., czyli zagarnia 6,4 % nakładu całej Małopolski. Na statystycznego mieszkańca przypada w skali roku ok. 18 numerów czasopisma lokalnego lub gazety regionalnej (w tym 2,93 lub 4,24 egz. „Dziennika Polskiego”, 3,97 egz. „Gazety Krakowskiej” oraz prawie 5 egz. lokalnej edycji „Gazety Wyborczej”).

Powiat	Mieszkańcy	Liczba tytułów	Prasa lokalna [EOR]	Prasa regionalna [EOR]			Średnia [EOR]
				Dz. Pol.	Gaz. Krak.	Gaz. Wyb.	
suski	81535	6	0,62	2,93	3,97	4,84	12,36
nowotarski	179966	6	0,19	4,24			13,24
tatrzański	65382	2	16,14				29,19
Razem	326883	14					18,34

EOR – liczba egz. na 1 mieszkańca rocznie

Analizowany subregion okazał się najbardziej heterogeniczny. W statystyce ogólnej dominuje wprawdzie prasa regionalna, drukując nakład globalny 4.856.007 egz. (71% rynku), lecz brak tu zdecydowanego lidera. W zbliżonym stopniu popularny jest zarówno „Dziennik Polski” (dwie mutacje), jak „Gazeta Krakowska”. Prasa lokalna z kolei drukuje rocznie 1.140.600 egz. (19% rynku), lecz dysproporcje pomiędzy powiatami są znaczne. Najslabiej rozwinęła się w powiatach suskim („Kurier Stryszawski”, „Biuletyn Podbabiogórski”, „Ziemia Suska” – po 1000-1500 egz. i 3 inne tytuły) i nowotarskim („Na Spiszu”, „Wieści Rabańskie” – po 1000 egz. i 4 inne tytuły).

Ewenementem w skali regionu jest natomiast Zakopane, gdzie dominuje niepodzielnie „Tygodnik Podhalański” drukujący jednorazowo 20 tys. egz.¹⁷ Pozycja pisma jest na lokalnym rynku na tyle mocna, że dystansuje kilkakrotnie gazety regionalne i sprawia, że liczba egz. na statystycznego mieszkańca w skali roku jest w powiecie tatrzańskim bardzo wysoka (29,19 egz.). W efekcie powiat ów jest po tym względem na drugim miejscu w województwie i ustępuje tylko powiatowi grodzkiemu krakowskiemu (gdzie wskaźnik ten wynosi 62,5 egz.).

4.5 Małopolska zachodnia

Subregion prasowo-wydawniczy obejmujący powiaty: chrzanowski, olkuski, oświęcimski i wadowicki (razem 30 gmin) obejmuje część powiatów dawnego województwa bielskiego i dostrzec można tu wyraźne wpływy tradycyjnie silnej prasy śląskiej. Pod względem demografii jest to obszar stosunkowo chłonny – zamieszkuje tu ponad 16% ludności województwa małopolskiego (550.056 osób). Prasa tego terenu jest stosunkowo liczna: ukazuje się tu 29 tytułów czasopism lokalnych, dwie mutacje gazet regionalnych („Dziennik Polski” – wyd. 5 i „Gazeta Krakowska” – wyd. C) oraz krakowskie wydanie „Gazety Wyborczej”. Łączny roczny nakład wszystkich tytułów wynosi 9.029.696 egz., czyli obejmuje 9,7 % nakładu całej Małopolski. Na statystycznego mieszkańca przypada w skali roku nieco ponad 16 numerów czasopisma lokalnego lub gazety regionalnej (w tym 2,93 egz. „Dziennika Polskiego”, 4,39 egz. „Gazety Krakowskiej” oraz prawie 5 egz. lokalnej edycji „Gazety Wyborczej”).

Powiat	Mieszkańcy	Liczba tytułów	Prasa lokalna [EOR]	Prasa regionalna [EOR]			Średnio [EOR]
				Dz. Pol.	Gaz. Krak.	Gaz. Wyb.	
chrzanowski	128741	3	5,59	2,93	4,39	4,84	17,75
olkuski	114741	8	8,40				20,56
oświęcimski	153136	9	2,06				14,22
wadowicki	153438	9	1,77				13,93
razem	550056	29					16,41

EOR – liczba egz. na 1 mieszkańca rocznie

Pod względem zagospodarowania rynku prasowego analizowany region jest obszarem dość specyficznym: jakkolwiek najmocniejszą pozycję ma „Gazetę Krakowską” (4,39), która nieznacznie wyprzedza „Dziennik Polski” (2,93), to wszelako w dwu powiatach przewagę

¹⁷ Pominięto fakt, że nieznaną część nakładu rozpowszechniana jest w obiegu ogólnopolskim i za granicą.

mają pisma lokalne (olkuski – 8,40 i chrzanowski – 5,59). W ujęciu ogólnym prasa lokalna tego okręgu (29 tytułów o nakładzie globalnym 2.270.140 egz.) obejmuje jedynie 25% rynku i ustępuje prasie regionalnej, która zagarnia pozostałe 75% (6.759.556 egz.). Warto zatem zauważyć, że pozycja prasy lokalnej jest tu wglądnie wysoka (w innych subregionach, nie wliczając Krakowa, wskaźnik ten waha się od 4 do 19%).

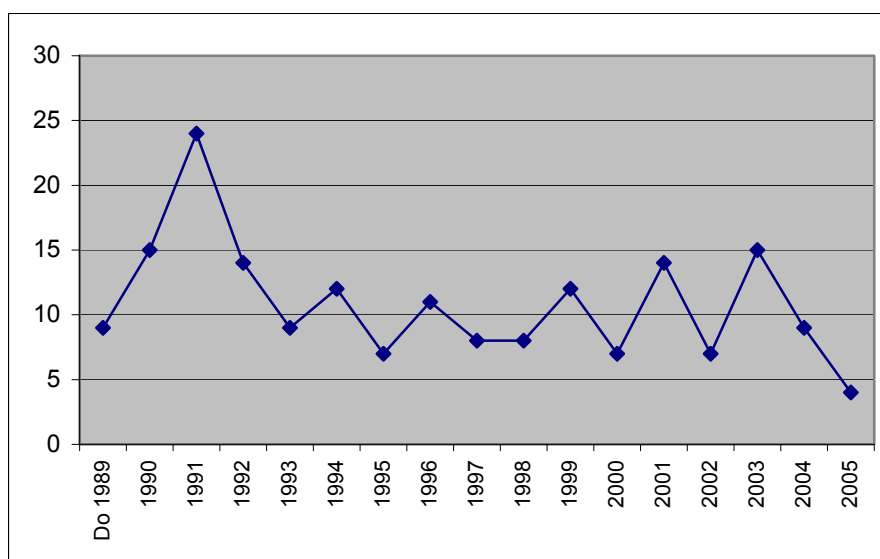
Mimo stosunkowo dużej liczby tytułów prasy lokalnej (własną gazetkę ma prawie każda statystyczna gmina – 96%), jest to jednocześnie grupa bardzo niejednorodna. Jedynie w dwu powiatach można wskazać liderów: w chrzanowskim, gdzie bez konkurencji funkcjonuje tygodnik „Przełom” (13500 egz.) oraz w olkuskim, gdzie dominuje tygodnik „Przeгляд Olkuski” (17000), któremu wtórują dwa pisma z Wolbromia („Za Oknem” – 2000 i „Wieści Wolbromskie” – 1300). Prasa w innych powiatach, jakkolwiek liczna, nie zdołała w pełni zagospodarować rynku i przegrywa z gazetami regionalnymi. Spośród najważniejszych tytułów warto wskazać wydawany w powiecie oświęcimskim miesięcznik „Express” (16000) oraz „Odgłosy Brzeszcz” (1450), „Echo Chełmka” (2000), „Kęczanin” (1200) i „Życie Zatora” (1000); w wadowickim dwutygodnik „Głos Podbeskidzia” (5000) i dwa pisma z Andrychowa („Nowiny Andrychowskie” – 2800 i „Kalejdoskop Powiatowy” – 1700).

4.6 Wybrane charakterystyki małopolskiej prasy treści ogólnej

Rodowód znakomitej większości współcześnie drukowanych małopolskich czasopism lokalnych sięga lat 90. Wcześniej prasa lokalna istniała jedynie w postaci załączkowej: bądź jako pisma zakładowe (np. „Głos Nowej Huty”, „Alchemik”), bądź tygodniki powiatowe („Dunajec”), albo w ograniczonej postaci jako skromnie mutowane wydania gazet regionalnych (zwykle 1-2 kolumny). Sytuacja ta uległa radykalnej zmianie wraz z transformacją po wyborach z czerwca 1989 roku, zaś przybrała na sile w roku 1990 wskutek reformy samorządowej i zmian w systemie prawa prasowego¹⁸. W ślad za tym nastąpiła prawdziwa eksplozja wydawnictw, którym w przypadku gazetek lokalnych patronowały bądź to nowopowstałe samorządy gminne (miejskie), bądź inicjatywy prywatne. Skok był olbrzymi.

¹⁸ Zniesiono cenzurę i system koncesyjny zastąpiono rejestracyjnym – zob. Ustawa z 11.04.1990 o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy „prawo prasowe”. Dz. U. 1990, nr 29, poz.

Wykres 8, Lata powstania małopolskich pism treści ogólnej



Źródło: Obliczenia własne

Wg Zbigniewa Bajki rynek pism sublokalnych już w pierwszym etapie jego tworzenia (1989–1991) poszerzył się 593 nowe tytuły, to apogeum owego przyrostu przypada dokładnie na rok 1990 (73 – 1989; 314 – 1990; 200 – 1991)¹⁹. Później już nigdy nie zareagował tak dynamicznie²⁰, choć przed każdymi wyborami samorządowymi wykazywał spore ożywienie.

Pisma tworzone w pierwszym okresie zagospodarowania rynku (1990/1991) okazały się jednocześnie najbardziej trwałe. Przekonuje o tym analiza danych z 2005 roku (wykres 8). Wśród pism ukazujących się współcześnie tylko 9 ma rodowód sięgający czasów PRL, pozostałe powstały po 1989 r. Najwięcej inicjatyw (25) powstało w 1991, czyli rok po pierwszych wyborach samorządowych. W kolejnych latach powstawało rocznie 7 do 15 pism, co można interpretować jako naturalną wymianę (wchodzenie na rynek nowych pism w miejsce inicjatyw zaniechanych). Zdumiewa zaś okresowy (co 4 lata) wzrost aktywności medialnej – następujący niemal synchronicznie z wyborami samorządowymi, co wskazuje, że prasa sublokalna jest postrzegana jako ważne medium polityczno-propagandowe.

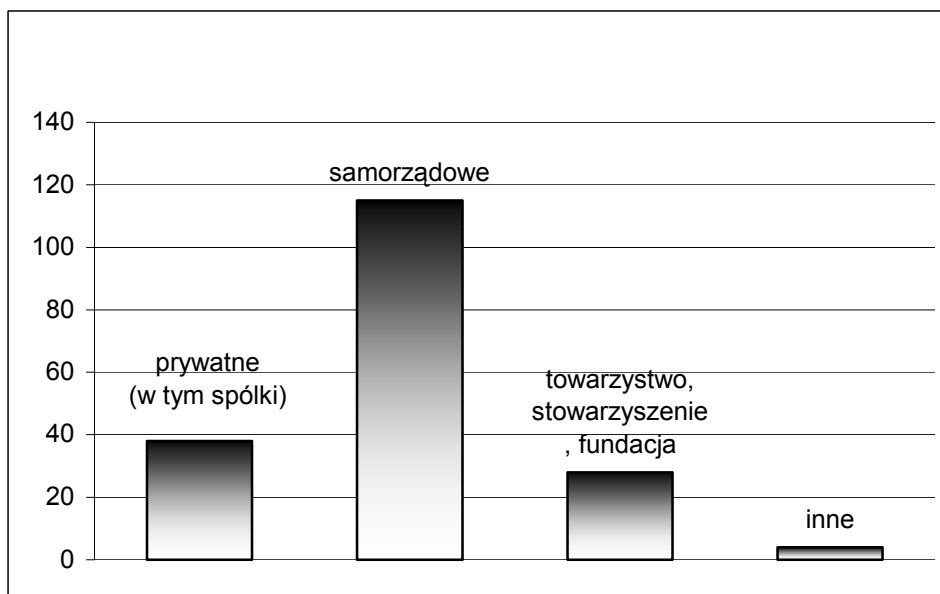
Specyficzną cechą małopolskiej prasy lokalnej jest – w odróżnieniu od prasy innych regionów (np. Śląska) – przygniatająca przewaga wydawców samorządowych nad prywatnymi. Wśród podmiotów wydawniczych absolutnie dominują samorzady (62,1%), zaś inicjatywy wydawców prywatnych i spółek to jedynie nieco ponad 20% ogólnej liczby tytułów. Trendem ostatnich lat jest stopniowe uwalnianie się pism lokalnych spod formalnej

¹⁹ Z. Bajka: Historia polskiej prasy lokalnej i jej rozwój po 1989 r. W: Poradnik dla wydawców i dziennikarzy prasy lokalnej. T. 1. Warszawa 1997, s. 25 (tabela); W. Chorążki: Obraz niezależnej prasy lokalnej w Polsce w I połowie 1994 roku. Kraków 1994.

²⁰ Por. S. Michalczyk: Media lokalne w systemie komunikowania. Katowice 2000, s. 180 (rys. 1 – prasa samorządowa) i s.192 (rys. 2 – sublokalna prasa prywatna).

zależności od samorządu i przejmowanie inicjatyw przez różnego rodzaju lokalne stowarzyszenia lub fundacji 15,1%, choć sporadycznie wydawcami są inni (np. parafie lub szkoły) – 2,1%.

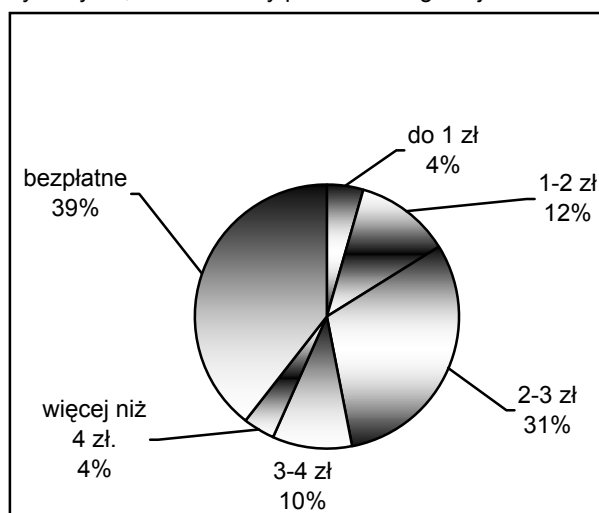
Wykres 9, Małopolskie pisma lokalne wg typów własności



Źródło: Obliczenia własne

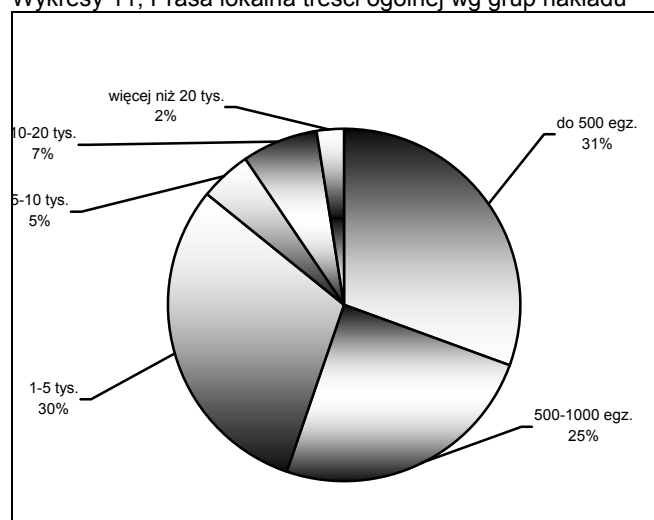
Jakkolwiek z punktu widzenia medioznawcy analiza objętości prasy nie niesie ze sobą zbyt silnego ładunku poznawczego, może mieć jednak (np. dla wydawców) walor praktyczny. Z przeprowadzonych badań wynika, że pod względem objętości wśród małopolskich gazet statystycznie najwięcej pism to skromne broszury nie przekraczające 36 stron: od 12 s. (25%), 13-16 s. (19%), 17-24 s. (25%), 25-35 s. (19%). Jedynie nieliczne (12%) drukują więcej niż 37 stron.

Wykresy 10, Średnie ceny pism treści ogólnej



Źródło: Obliczenia własne

Wykresy 11, Prasa lokalna treści ogólnej wg grup nakładu



Interesujących informacji dostarcza analiza częstotliwości i deklarowanego nakładu. Statystyka ujawnia, że najwięcej czasopism jest rozdawanych bezpłatnie (39%) lub sprzedawanych za symboliczne kwoty (mniej niż 1 zł – 4%, 1-2 zł – 12%). Stan ów zdaje się wynikać z faktu, że wśród małopolskich wydawców dominują samorzady, które niejako z założenia nie drukują dla zysku, lecz traktują gazetki jako medium propagandowe. Bliższą rynkowej wydaje się grupa wydawnictw, których cena waha się w granicach 2-3 zł (31%), choć za niektóre – szczególnie te kolorowe – wydawcy żądają 3-4 zł (10%), a sporadycznie nawet więcej niż 4 zł (4%).

Analiza deklarowanych nakładów małopolskiej prasy lokalnej (wykres 11) – dobitnie świadczy, że jest to rynek bardzo rozdrobniony. Powstaje zatem retoryczne pytanie: jaki realny zasięg czytelniczy mają pisma drukowane w nakładzie mniejszym niż 500 egz. (31%) lub w przedziale 500–1000 egz. (wydawnictwa te nawet w małych społecznościach lokalnych trafiają co najwyżej do grupy społecznych liderów). Część tytułów przekracza wprawdzie barierę 1-5 tys. (30%) lub 5-10 tys. – lecz są to pisma miejskie – a więc skutek jest podobny. Jedynie 9% pokonuje magiczną barierę 10 tys. egz. – co rokuje nadzieję na potencjalnie szeroki zasięg społeczny (z tego jedynie 2% przekracza 20 tys. egz.). Konstatacja płynąca z przeprowadzonej analizy nie jest jednak jednoznaczna. Proces identyfikacji społecznej na linii media lokalne – obywatel przebiega bardzo wolno i jest skutkiem utrwalonego w latach PRL braku nawyku sięgania po prasę sublokalną. Prasa lokalna, a szczególnie samorządowa – jak wskazują obserwacje – jest czytana w głównie przez lokalnych działaczy, przedsiębiorców i pracowników samorządów. Dopiero w dalszej kolejności przez pozostałych.

5. PRASA RELIGIJNA

Odrębnym obiegiem prasy lokalnej tworzą wydawnictwa religijne. Odróżnia je od czasopism treści ogólnej po pierwsze – inny odbiorca (zwykle czynny członek określonej wspólnoty, np. parafii), po wtóre – tematyka (przewaga religijnych treści formacyjnych); po trzecie wreszcie – logiczne przeszkody, aby analizować ją narzędziami ekonomii, gdyż w znakomitej większości przypadków są to inicjatywy parafialnych animatorów (duchownych lub świeckich), drukowane nie dla zysku, lecz traktowane jako narzędzie integracyjne lub formacyjne. Mimo stosunkowo wątego (nieekonomicznego) podłoża tych inicjatyw liczba małopolskich lokalnych wydawnictw religijnych jest imponująca.

Wydaje się, że u podłoża tego zjawiska legł głęboko zakorzeniony w świadomości społecznej Małopolski katolicyzm. Przypomnijmy, iż dominująca rola Krakowa w dziejach

polskiego Kościoła jest niekwestionowana. Już od XI w. (a wg najnowszych badań X w.)²¹ istniało tu biskupstwo; tu narodziła się polska teologia (1397 r. w Wydział Teologiczny na Akademii Krakowskiej), tu erygowano pierwsze klasztory, fundowano kościoły i kwitła sztuka sakralna. Nawet po utracie praw stołecznych, niewiele się zmieniło i wciąż rola Krakowskiej Archidiecezji była doniosła. W ślad za wysoką pozycją krakowskiej metropolii rozwijała się również religijna prasa. Już w okresie dwudziestolecia drukowano tu 77 czasopism religijnych (w większości katolickich)²². Podobna sytuacja powtórzyła się także w roku 1989, z tą jednak różnicą, że skok był aż trzykrotnie większy niż okresie międzywojnia i dziesiątą dekadę XX wieku zamknęto liczbą 214 tytułów. Na fenomen prasy religijnej wydawanej w archidiecezji krakowskiej zwrócili już uwagę autorzy jednego z katalogów²³, którzy w 1994 doliczyli się tu 118 tytułów, podczas gdy na dalszych miejscach znalazły się inne duże diecezje: warszawska (79), lubelska (55) czy poznańska (26).

Można zaryzykować tezę, że dominującym czynnikiem, który ukonstytuował kształt krakowskiego środowiska religijnego była zarówno bogata tradycja, w duchu której kształcono kolejne pokolenia duchownych i która wpływała na świeckie środowiska intelektualne, jak również działalność charyzmatycznych ordynariuszy, by wspomnieć tylko dokonania kard. Adama Sapiehy i kard. Karola Wojtyły. Tu także działały liczne zgromadzenia zakonne tworząc specyficzny klimat „miasta kościołów i klasztorów”. Współcześnie Archidiecezja Krakowska, choć obejmuje średnią statystycznie liczbę polskich parafii (ok. 4,1%) i grupę wiernych (4,7%), skupia dwukrotnie więcej duchownych niż w innych częściach kraju – z liczbą ponad 2 tys. księży wyprzedza absolutnie inne polskie diecezje. Równie imponująco na tle kraju wypadają krakowskie zakony – w 179 domach zakonnych i klasztorach (53 męskie i 126 żeńskich) działa tu 76 zgromadzeń (28 męskich i 48 żeńskich)²⁴, co stanowi ponad połowę (odpowiednio: 54,2 i 56,6%) wszystkich typów zgromadzeń w kraju. Obraz dopełniają zdumiewająco liczne budowle sakralne – w samym tylko Krakowie, który liczy 717 tys. wiernych skupionych w 82 parafiach, w których działa 119 kościołów i klasztorów²⁵.

Jakkolwiek w niniejszej rozprawie tylko 107 (z ponad 300 religijnych) tytułów uznano za lokalne – w większości były to pisma parafialne lub dekanalne²⁶, to w skali kraju jest to

²¹ Encyklopedia Krakowa. Warszawa-Kraków 2000, s. 149

²² Cz. Brzoza: Polityczna prasa krakowska 1918–1939. Kraków 1990, s. 36.

²³ J. J. Bojarski, A. L. Gzella: Katalog prasy i wydawnictw katolickich. Lublin 1994.

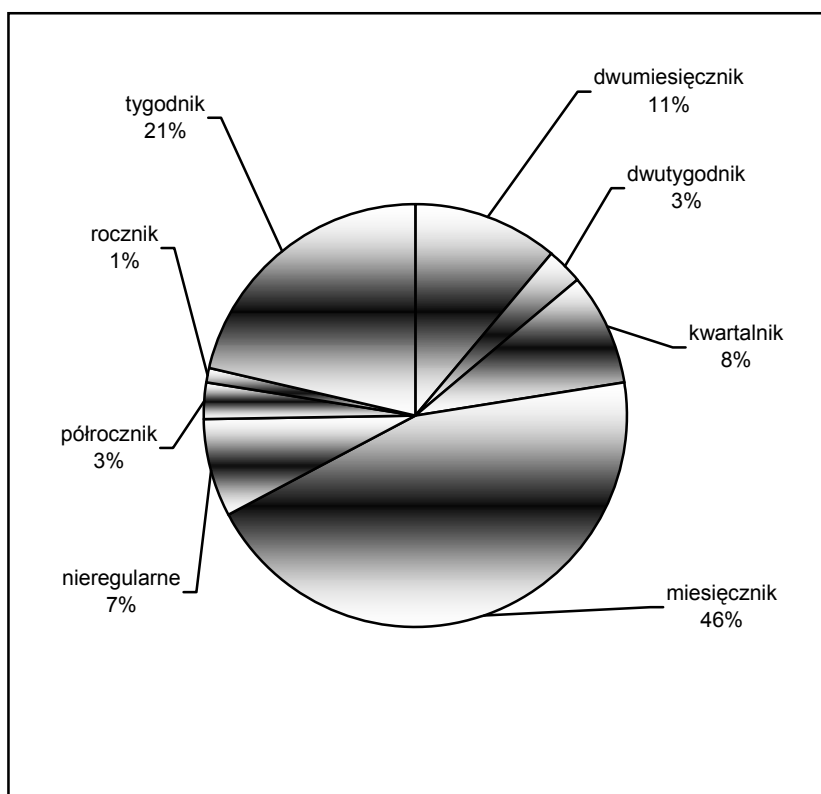
²⁴ Skrócony katalog duchowieństwa i kościołów archidiecezji krakowskiej. Rok 1999. Kraków 1999.

²⁵ Por. P. Nataneł: Informator archidiecezji krakowskiej 2000. Parafie i kościoły. Kraków 2000.

²⁶ Warto podkreślić, że w ze względów czysto pragmatycznych (trudność w dotarciu do egzemplarzy) w obliczeniach pominięto pisma zakonne, a wg szacunków Małopolsce ukazuje się ich ok. 60.

wskaźnik imponujący²⁷. Lokalne pisma religijne z uwagi na swego adresata i pełnione funkcje (formacyjna i integracyjna) cechuje po pierwsze – małe zróżnicowanie (struktura, tematyka) oraz stosunkowo niskie nakłady, które zwykle nie przekraczają 100 egz., a najczęściej oscylują w granicach 100-200 egz. Mimo iż są to twory z natury homogeniczne, warto na podstawie obserwacji pokusić się o pewne ustalenia ogólne.

Wykres 12, Lokalna prasa religijna wg częstotliwości



Źródło: Obliczenia własne

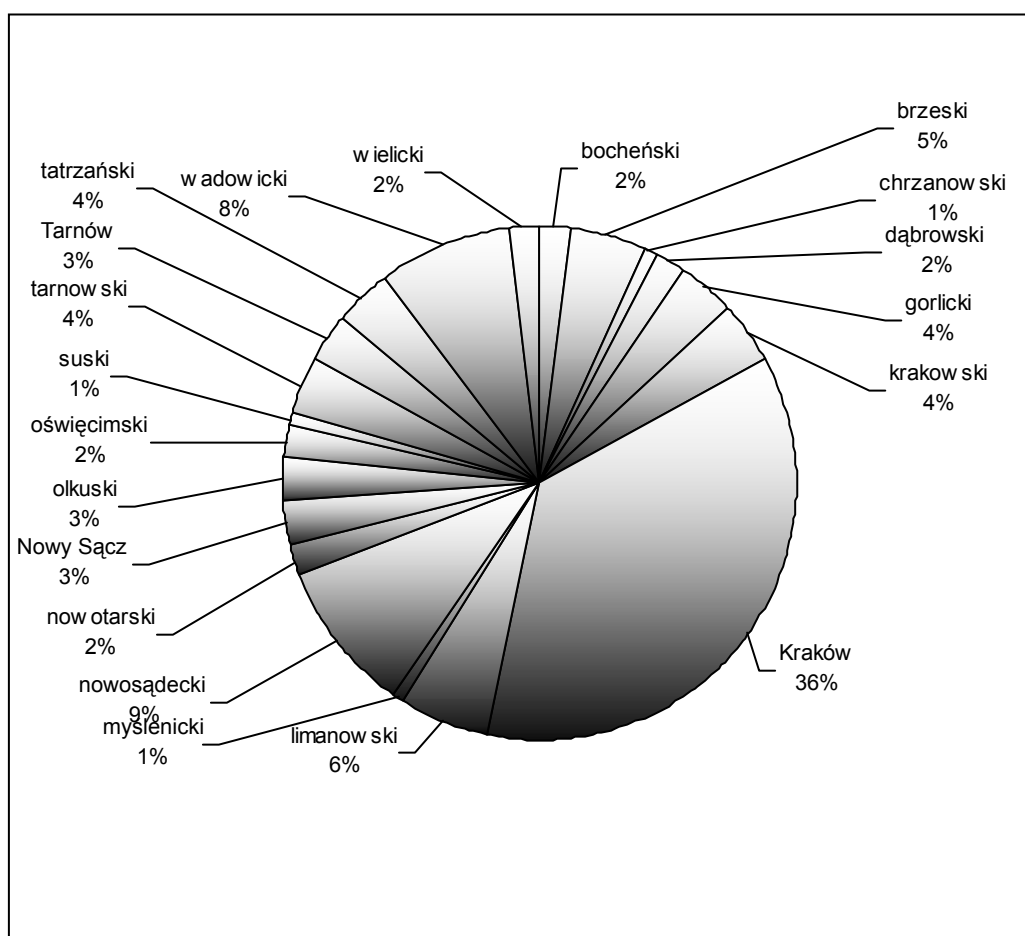
Dość charakterystyczną cechą lokalnych pism religijnych (w odróżnieniu od prasy treści ogólnej) jest ich częstotliwość. Dominują miesięczniki – 48 (46%) i tygodniki 23 (21%), rzadziej wydawane są dwumiesięczniki 12 (11%) i kwartalniki 9 (8%). Z praktycznego punktu widzenia, zdumiewa wysoki wskaźnik tygodników (21%), co z kolei świadczy o ich stosunkowo wysokiej sile oddziaływania.

Analiza jakościowa przekonuje, że gazetki parafialne wypracowały różne typowe formy wydawnicze. Ich redakcyjna różnorodność rozciąga się od dwustronnie zadrukowanej kartki z ogłoszeniami kancelarii parafialnej, poprzez zwykle 4–stronicowy dodatek do „Źródła”, skończywszy na profesjonalnych magazynach, z kolorową okładką, gdzie

²⁷ Por. T. Mielczarek: Prasa Kościoła katolickiego w Polsce w latach 1989–2004. W: Media wyznaniowe w Polsce 1989–2004. Warszawa 2004, s. 89–96; A. Kaleta: Prasa parafialna w diecezji kieleckiej w latach 1989–2004, tamże s. 143–157.

drukowane są interesujące teksty publicystyczne. Wśród pism małopolskich wyróżniają się pod tym względem m. in.: „Ślad” „Zaczyn”, „Głos Płaczącej” (z Krakowa) oraz „Pielgrzym Kalwaryjski” (Kalwaria Zebrzydowska), „Droga Nadziei” (Limanowa), „Żyjmy Ewangelią” (Dąbrowa Tarnowska), „Kościół nad Uszwicą” (Brzesko), „Głos Parafii” (Bochnia), „Wiadomości Parafii Katedralnej” (Tarnów), „Promyczek Dobra” (Nowy Sącz), „Idzie Hyr” (Zakopane) i in. Badania empiryczne dowodzą, że dominującym gatunkiem na łamach pism parafialnych są: kalendaria roku liturgicznego – 20,66% i sprawozdania – 18,86%, rzadziej publikuje się reportaże i noty – 15,68 oraz tradycyjne artykuły formacyjne – 11,62% i publicystyczne – 3,7% (pozostałe gatunki – niespełna 30%). Pod względem tematycznym najchętniej poruszane są sprawy ogólnoreligijne – 45,96% lub wydarzenia z życia parafii – 16,34%, nieco rzadziej pojawiają się teksty na temat życia społeczności lokalnej – 12,13% lub spraw dekanatu i diecezji – 10,22%, sporadycznie na łamach pism parafialnych gości historia – 4,8% (inne tematy łącznie – 10,55%).

Wykres 13, Geografia lokalnej prasy religijnej



Źródło: Obliczenia własne

Pod względem geografii największa grupa pism parafialnych wydawana jest w Krakowie 39 tyt. (36%). Wśród innych regionów wyróżniają się powiaty (regiony) o silnie zakorzenionych tradycjach katolickich: nowosądecki 10 (9%), wadowicki 9 (8%) i limanowski 6 (6%).

Interesujących wniosków dostarcza analiza autorstwa. Okazuje się, że w niemal równym stopniu dziennikarstwem parafialnym zajmują się duchowni – 32,52%, co redaktorzy świeccy – 34,15% (autorstwa 33,33% tekstów nie udało się ustalić). Ostatnie stwierdzenie utwierdza w przekonaniu o odrodzeniu się tożsamości w społecznościach parafialnych oraz przesunięciu aktywności z duchownych w kierunku laikatu²⁸.

6. PRASA REGIONALISTYCZNA

Specyficzną grupą wydawnictw funkcjonującą na każdym rynku regionalnym są wydawnictwa poświęcone kultywowaniu lokalnej historii i tradycji²⁹. Ich kulturotwórcza rola jest trudna do przecenienia, gdyż w znakomitej większości przypadków są jedynymi „podręcznikami lokalnej kultury” (niejako z definicji czasopisma tego typu mają wpisaną *explicite* funkcję edukacyjną i integracyjną). Małopolskich wydawnictw tego typu zarejestrowano aż 34. Warto podkreślić, że są to obiekty trudne do klasyfikacji, gdyż zależnie od intelektualnego zaplecza redakcji i reprezentowanego środowiska lokalnego, mogą przybierać formy bardzo zróżnicowane. W niektórych przypadkach są wydawnictwami o ambicjach naukowych (np. „Małopolska”, „Rocznik Podhalański”, „Rocznik Sądecki”, czy „Wierchy”), czasem przyjmują formy popularnonaukowe (np. „Wadoviana”, „Zeszyty Wojnickie”), po wydawnictwa o charakterze popularnym (np. „Kurier Lanckoroński”). Mimo wskazanych różnic grupa ta jest względnie jednolita: dominującym edytorem są lokalne lub regionalne towarzystwa społeczno-kulturalne (75% - towarzystwa lub fundacje), cechuje je stosunkowo wysoka amplituda wydawnicza (12 kwartalników, 11 roczników, 8 nieregularnych i 3 inne) i stosunkowo niski nakład oscylujący w przedziale pomiędzy 200 a 6.000 egz. (statystycznie najczęściej 500-600 egz.)

7. PRASA MNIEJSZOŚCI NARODOWYCH I ETNICZNYCH

²⁸ Por. W. M. Kolasa: Krakowska prasa katolicka u schyłku XX wieku „Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis, Studia Ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia. – Z. 3 [w druku].

²⁹ Por.: W. Chorążki: Prasa regionalistyczna w okresie transformacji. W: Regionalizm – lokalizm – media. Bochnia 2001, s. 121-128.

Prasa etniczna jest pod kilkoma względami podobna do wydawnictw regionalistycznych – jej podstawową funkcją jest troska o kulturę określonej mniejszości narodowej lub kulturowej. Jednak pomimo pozornej zbieżności różnice są zasadnicze. Prasa mniejszości narodowych i etnicznych, z uwagi na to, że funkcjonuje na danym terenie niejako w osamotnieniu jest najczęściej jedynym źródłem medialnego wyrazu określonej nacji i z konieczności pełni także funkcje: publicystyczne, informacyjne, integracyjne i edukacyjne. Warto bowiem zauważyć, że prasie regionalistycznej wtóruje miejscowa prasa lokalna (informacja, publicystyka) – zaś prasa etniczna jest w strefie swego oddziaływania odosobniona. W Małopolsce, która z rozmaitych względów jest stosunkowo bogata etnicznie (choć skupiska te nie są zbyt liczne) ukazuje się 8 takich wydawnictw. Najsilniejszą medialnie grupą są Słowacy, którzy drukują dwa wydawnictwa: wydawany nieprzerwanie od 1958 roku miesięcznik kulturalno-edukacyjny „Život” – organ Towarzystwa Słowaków w Polsce (2300 egz.) i „Almanach – Słowacy w Polsce” („Slováci v Poľsku”), gdzie publikowane są teksty dokumentacyjne i rozprawy o walorach naukowych. Małopolska to także unikalny w skali kraju ośrodek kultywowania tradycji innych nacji: Łemkowie wydają kwartalnik „Watra = Batra” (Wysowa) i dwumiesięcznik „Besida” (Krynica Zdrój) oraz „Rocznik Ruskiej Bursy w Gorlicach”; Romowie – „Dialog-Pheniben” (Oświęcim), Ormianie – „Biuletyn Ormiańskiego Towarzystwa Kulturalnego” (Kraków); zaś Fundacja św. Włodzimierza Chrzcziciela Rusi Kijowskiej – adresowane do mniejszości ukraińskiej – „Horyzonty Krakowskie” i „Między Sąsiadami”³⁰.

8. PRASA ZAKŁADOWA

Prasa zakładowa choć w latach PRL przeżywała okres świetności w ostatniej dekadzie uległa daleko idącemu osłabieniu. Stan ów jest bezpośrednim skutkiem transformacji ustrojowej, a w szczególności przestawienia gospodarki z modelu socjalistycznego na liberalny. W nowej rzeczywistości czas przemysłowych gigantów minął bezpowrotnie i w skutek tego ubyło część zakładowych gazet (np. „Głos Nowej Huty”, „Sygnały MPK” itp.). Część z nich została przekształcona w pisma lokalne („Głos”), inne zaś bezpowrotnie znikły z prasowej mapy. Jednocześnie pojawił się nowy typ gazetek. Już od 1992 nową falę zakładowych periodyków wywołała prywatyzacja i restrukturyzacja. Przędowały w tym duże przedsiębiorstwa, przejęte przez zagranicznych inwestorów lub firmy, gdzie zagraniczny wspólnik objął pakiet kontrolny (np. „Szpalty” w prywatyzowanych Prasowych Zakładach

³⁰ Szerzej: B. Klimkiewicz: Media mniejszościowe w Polsce. W: Konflikt czy współdziałanie. Kraków [1997], s. 51–63; W. M. Kolasa: Prasa Krakowa w dekadzie przemian ..., s. 243–247.

Graficznych w Krakowie). Często posiłkowano się gazetkami w firmach, gdzie należało podjąć znaczące reformy strukturalne, a własny periodyk w obliczu przekształceń stał się odbiciem nowego firmowego „image” – przykładem może być wydawany przez Bank BPH S.A. dwumiesięcznik „Tezaurus” (od 1993). Gazetka zakładowa mogła też stać się wyznacznikiem upodmiotowienia załogi (szczególnie wtedy, gdy rozdzielono akcje pracownicze) lub pilotować wprowadzane zmiany technologiczne. Ostatni cel był wyraźnie obecny w pismach, które wydawały zakłady powstałe z przekształcenia przedsiębiorstw miejskich w spółki, np.: zakładowo–fachowy miesięcznik „Woda i My” Miejskiego Przedsiębiorstwa Wodociągów i Kanalizacji S.A. w Krakowie i „Ciepłko” Miejskiego Przedsiębiorstwa Energetyki Ciepłej S.A. Pisma zakładowe wydawano również z innych pobudek: własna gazetka podnosiła prestiż zakładu, zaspokajała ambicje zarządu i mogła być skutecznym narzędziem w forsowaniu przemian. Rozpiętość typologiczna tego rodzaju pism jest ogromna i – podkreślmy – zmienna. Dla uzupełnienia warto dodać, że wiele zakładów i firm nie powoływało *ad hoc* własnej redakcji, lecz zlecało przygotowanie i druk wyspecjalizowanym firmom. Przykładem jest „Filmotechnika” (red. Zdzisław Sroka), gdzie w różnych okresach na zlecenie redagowano kilkanaście pism (w tym zakładowych), które zwykle wyróżniały się charakterystycznym tytułem „Nasza Gazeta ...” (np. „Nasza Gazeta – magazyn informacyjny Podgórskiej Spółdzielni Inwalidów *Ochrona Mienia*”).

Niektóre gazetki zakładowe przetrwały jednak okres przekształceń bez większego uszczerbku (choć wyraźnie ucierpiał ich nakład). Ten model przekształceń był charakterystyczny dla małych społeczności przyzakładowych (osiedli, miasteczek), gdzie „przedsiębiorstwo-matka” przeszło pomyślnie test transformacji. Wydawnictwa te mają własną specyfikę – są w równej mierze pismem zakładowym, co sublokalnym treści ogólnej – łączy je wszelako wspólna grupa docelowa. Przykładami takich gazetek są np.: „Alchemik” (Alwernia, od 1970), „Oświęcimski Chemik” (od 1962), czy „Biuletyn Tarnowskie Azoty” (od 1963). Osobliwością ostatnich lat są natomiast gazetki dużych przedsiębiorstw o zasięgu regionalnym. Wydawnictwa tego typu mają zwykle charakter zakładowo-promocyjny, tzn. są skierowane w podobnej mierze do załogi, co do klientów. Cechuje je stosunkowo duży nakład i znaczna doza treści reklamowych, np. „Poradnik Bankowy” (PKO Oddział Małopolska – 200 tys.) czy „Twój Priorytet” (Małopolskiego Oddziału Poczty Polskiej – 320 tys.).

9. PRASA MŁODZIEŻOWA, STUDENCKA I SZKOLNA

Nowym zjawiskiem na prasowej mapie Polski już od początku lat 90. stała się prasa szkolna. Genezy tego fenomenu można się dopatrywać już w latach 80. w licznych wówczas młodzieżowych pismach drugoobiegowych (Federacji Młodzieży Walczącej i in.). Wydawnictwa te, choć nie odegrały większej roli w kształtowaniu późniejszej oblicza szkolnych gazet, przyczyniły się do odrodzenia tradycji niezależnej prasy młodzieżowej. Ograniczenie się do takiego uzasadnienia byłoby jednak wielkim uproszczeniem. Na medialną aktywność uczniów wpłynął też czynnik techniczny – dopiero w latach 90. możliwy stał się nieskrępowany dostęp do papieru, wolny rynek usług drukarskich, a przede wszystkim upowszechnienie się małej poligrafii. Wycinkowe badania³¹ z końca XX wieku pozwalają stwierdzić, że już od początku lat 90. szkolne redakcje ulokowane były w większości krakowskich szkół średnich; drukowano je w prawie każdym liceum ogólnokształcącym, w większości techników i zespołów szkół zawodowych; wydawały je również domy i ośrodki kultury, incydentalnie zdarzały się nawet gazetki prywatne finansowane przez sponsorów. Jednoznaczna ocena rozmiaru zjawiska jest jednak bardzo kłopotliwa, gdyż losy większości pism kończyły się po wydaniu kilku, kilkunastu numerów, co skutecznie utrudniło – i wciąż utrudnia – ich rejestrację. Ostrożne szacunki pozwalają jednak stwierdzić, że w latach 1989–1998 w samym tylko Krakowie ukazywało się ich w różnych okresach ponad 100. Aktualnie prezentowane dane zgromadzone za rok 2005 są także niepełne³². Globalna liczba 77 małopolskich gazetek szkolnej z całą pewnością jest niekompletna i mocno zaniżona. Wedle ostrożnych szacunków – ukazuje się ich co najmniej trzykrotnie więcej.

Ciekawy obraz przynosi analiza jakościowa. Różnorodność gazetek rozciąga się od jednostronnie zadrukowanej kartki, zawierającej szkolne plotki i teksty humorystyczne, poprzez kilkustronicowy magazyn samorządu nasycony informacją i reportażami z życia szkoły, aż do profesjonalnie drukowanych wydawnictw, gdzie publikowano twórczość literacką i teksty publicystyczne (np. „Gimnazjonek” z Moszczenicy), na pismach szkolno-gminnych adresowanych dla całej lokalnej społeczności skończywszy (np. „GimGoł” z Gołczy). Podział wydawnictw szkolnych da się w uproszczeniu sprowadzić do dwóch typów: z jednej strony będą to pisma inspirowane przez nauczycieli, które z założenia służą twórczej aktywizacji uczniów, z drugiej takie, które wyrażają grupową tożsamość klas i kręgów subkulturowych i w tym sensie upodabniają się do fanzinów. Charakterystyczną cechą wszystkich pism szkolnych jest obiektywnie niski nakład – nie przekraczający do 350 egz.).

³¹ Por. W. M. Kolasa: Prasa Krakowa w dekadzie przemian..., s. 345-347

³² W bazowym źródle danych [W. M. Kolasa, M. Michalska: Katalog małopolskich mediów lokalnych... Kraków 2005] prasę szkolną uwzględniono tylko w wyborze.

Nieco inny typ reprezentują pisma wydawane w domach kultury. Wydawnictwa te są zwykle ukierunkowane literacko i publicystycznie, zaś historia dowodzi, że przy sprzyjających okolicznościach mogą przekształcić się w profesjonalne periodyki o ambicjach literackich, np. „Makulatura”.

Równie wielkich zmian doznała w ostatnich piętnastu latach prasa studencka i młodzieżowa. W toku przekształceń bezpowrotnie zanikł dominujący niegdyś model wysokonakładowych pism kulturalnych, wydawanych przez akademickie stowarzyszenia (np. „Student”, czy „ITD”), zaś ich miejsce zajęła masa drobnych wydawnictw uczelnianych i wydawnictw organizacji studenckich (np. „WUJ”, „Plus Ratio”, czy „BIS”) – liczba tych wydawnictw, podobnie jak szkolnych jest trudna nawet do oszacowania.

Schemat ów przełamywały tylko nieliczne pisma o aspiracjach ponadlokalnych, np. wydawany w Krakowie od 1996 przez Spółkę Trino dwutygodnik (następnie miesięcznik) „Eurostudent”, który po dwóch latach obecności zakorzenił się na rynku i poszerzył wpływy zwiększając nakład z 5500 egz. w 1996 do 20 tys. Warto dodać, że wraz z powszechnym od połowy lat 90. powoływaniem terenowych filii uniwersyteckich i niepublicznych szkół wyższych złamany został monopol Krakowa i prasa akademicka zagościła np. w Tarnowie („Małopolska Gazeta Studencka”, „Aspiracje”, „Tratwa”).

10. RADIO LOKALNE I REGIONALNE

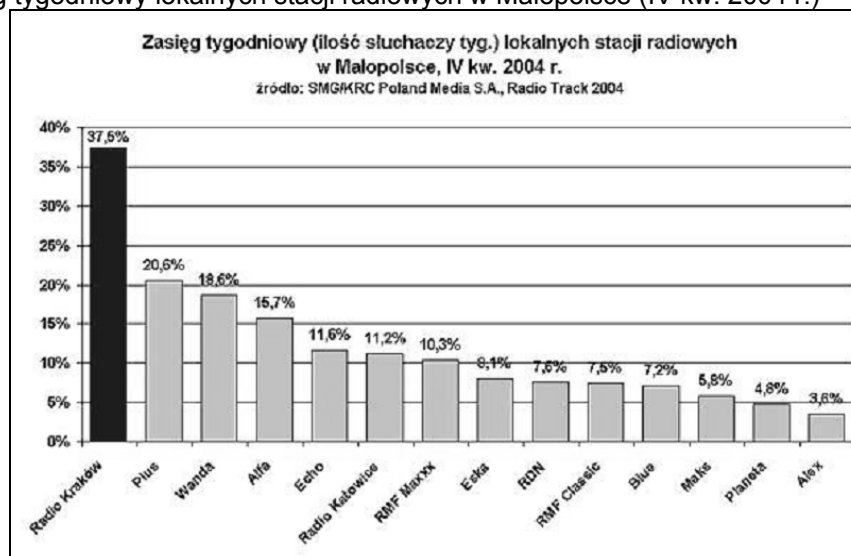
Małopolska radiofonia lokalna i regionalna mimo stosunkowo dużej liczby nadawców (20 stacji) nie jest systemem zbyt skomplikowanym. Zgodnie z opisanymi na wstępie założeniami zakwalifikowano tu wyłącznie media, które w świetle prawa³³ (w sensie wykonawczym jest to koncesja Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji)³⁴ nie mają zasięgu ogólnopolskiego ani ponadregionalnego. Te zaś, bez głębszego wchodzenia w szczegóły, dzielimy pod względem zasięgu (podobnie jak prasę treści ogólnej) na regionalne i lokalne³⁵.

³³ Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji – Dz. U. 2004, nr 235, poz. 2351 (tekst ujednolicony) wraz z późniejszymi zmianami.

³⁴ KRRiTV – <http://www.krrit.gov.pl/> [2005.11.12].

³⁵ Por. S. Kolbusz: Misja radia publicznego w aspekcie regionalnym i lokalnym. W: Regionalizm – lokalizm – media. Bochnia 2001, s. 57-69.

Wykres 14, Zasięg tygodniowy lokalnych stacji radiowych w Małopolsce (IV kw. 2004 r.)



Źródło: <http://www.radio-krakow.pl/> [2005.11.10]

Przy takim założeniu jedynym regionalnym nadawcą jest publiczne „Radio Kraków”, którego zasięg pokrywa całą Małopolskę, a nawet ją przekracza (6 nadajników dużej i średniej mocy zlokalizowanych równomiernie na terenie województwa: Kraków, Rabka, Tarnów, Krynica-Jaworzyna, Zakopane i na Przehybie); prócz centrali w Krakowie program tworzą cztery studia terenowe w największych miastach regionu (Chrzanów, Tarnów, Nowy Sącz, Zakopane). W ślad za dużym potencjałem technicznym i dziennikarskim, a także tradycjami (istnieje od 1927 r.)³⁶ rozgłośnia ma najwyższy wskaźnik słuchalności w regionie – wg danych SMG/KRC³⁷ w skali tygodnia „Radio Kraków” jest słuchane przez 37,5% mieszkańców Małopolski, dystansując tym samym niemal dwukrotnie inne stacje lokalne („Wanda”, „Alfa”, „Puls”, 15-20%), ponad trzykrotnie (Echo, Maxxx – 10-11%), a pozostałe w jeszcze większym stopniu.

Małopolska radiofonia lokalna – to pozostałe 17 stacji, które działają samodzielnie lub w sieciach. Najwięcej rozgłośni (11) zlokalizowanych jest w Krakowie: Radio Alfa, 5 rozgłośni sieciowych (Roxy [Blue], Eska, Planeta, Vox [Plus], Wanda [Złote Przeboje]), 2 młodzieżowe (Maxxx, eX FM) oraz profilowane (RMF Classic, Jazz). W innych miastach województwa nie ma już tak dużej konkurencji: w Nowym Sączu nadaje – sieciowe Radio Wanda [Złote Przeboje]; w Tarnowie – uniwersalne Radio MAX i katolickie RDN; w

³⁶ Do roku 1993 r. Radio Kraków funkcjonowało w strukturach Polskiego Radia, jako krakowska rozgłośnia, nast. zostało przekształcone w jednoosobową spółkę skarbu państwa, uzyskując samodzielność finansową i programową. Szerzej o historii Radia Kraków 1927-1993 – zob. informacja na witrynie nadawcy: <http://www.radio-krakow.pl> [2005.11.12].

³⁷ Zasięg tygodniowy (ilość słuchaczy) lokalnych stacji radiowych w Małopolsce. Badania Radio Track, IV kw. 2004 r. <http://www.radio-krakow.pl> [2005.11.12].

Oświęcimiu – dwie religijne stacje śląskie (Anioł Beskidów i CCM)³⁸; w Zakopanem – Radio Alex; zaś w Skomielnej Czarnej działa jedna z nielicznych w kraju rozgłośni parafialnych – „Ain Karim Radio”. Obraz byłby niekompletny gdyby pominąć – wstępnie tylko rozpoznane zjawisko radiofonii internetowej, by tylko ograniczyć się do przykładu nadającego w Krakowie młodzieżowego „Radio bez Kitu”. W tym zakresie trudno jednak zaryzykować nawet oszacowanie ich liczby, a tym bardziej zasięgu, gdyż twory tego typu są bardzo nietrwałe i najczęściej anonimowe (np. „Radio Brzesko”) oraz z uwagi na możliwości nowego medium wymykają się klasyfikacji i kodyfikacji prawnej.

Na koniec rozważań o lokalnej radiofonii warto pokusić się o nieco szerszy kontekst, czyli umiejscowić przedstawione wcześniej stacje na tle innych rozgłośni (ogólnopolskich, ponadregionalnych, a nawet zagranicznych słyszalnych w Małopolsce). Istnieją różne metodologie. Jeśli posłużymy się narzędziem „RP Zasięg”³⁹ do oceny tylko samego Krakowa, to wg wykonanego *ad hoc* pomiaru w stolicy Małopolski z różnych 58 nadajników i z różną skutecznością i na różnych częstotliwościach (87,6–107,8 MHz) można usłyszeć – aż 36 stacji. Z kolei analogiczne dane całej Małopolski pozyskane z portalu TV-FM-DX⁴⁰ wynoszą odpowiednio: 130 nadajników, nadających na różnych częstotliwościach (87,6–107,9 MHz), transmituje – 64 programy, w tym 12 zagranicznych. Uwzględnwszy obydwie wykazy można oszacować, że małopolska radiofonia regionalna i lokalna zagospodarowała ok. 30% eteru⁴¹, oddając resztę rozgłośniom ogólnopolskim, ponadregionalnym i regionalnym z regionów ościennych (Katowice, Częstochowa, Bielsko Biała)⁴².

MHz	Nazwa rozgłośni	Lokalizacja nadajnika	MHz	Nazwa rozgłośni	Lokalizacja nadajnika
87,6	Radio Kraków Małopolska	Rabka *G. Luboń Wielki*	100,5	Radio eX FM	Kraków *DS-2*
87,8	Radio RMF Classic	Kraków *Malczewskiego*	100,6	Radio Jasna Góra / Maryja	Częstochowa *Wręczyca*
88,2	Radio RMF FM	Kielce *Święty Krzyż*	100,7	Radio Maryja	Rabka *G. Luboń Wielki*
88,4	Radio Maryja	Bielsko-Biała *G.Magurka*	101,0	Radio Kraków Małopolska	Tarnów *G. Św. Marcina*
88,6	Polskie Radio Program 2	Tarnów *Lichwin*	101,0	Jazz Radio	Kraków *Krzemionki*
89,4	Polskie Radio Program 2	Kraków *Chorągwicka*	101,3	Radio Planeta 101,3 FM	Kraków *Malczewskiego*
90,4	Polskie Radio Program 2	Rabka *G. Luboń Wielki*	101,4	Radio Kielce	Kielce *Święty Krzyż*
90,6	Polskie Radio Program 2	Częstochowa *Wręczyca*	101,6	Radio Kraków Małopolska	Kraków *Chorągwicka*
90,6	Radio Maryja	Kraków *Huta T. Sendzimira*	102,2	Radio Katowice	Katowice *Kosztowy*
91,1	Polskie Radio Bis	Tarnów *Lichwin*	102,4	Radio Alfa	Kraków *Komin EC
91,2	R. Złote Przeboje Karolina	Katowice *Kosztowy*	102,6	Radio Maryja	Tarnów *Tuchów*

³⁸ Stacje te mimo włączono do analiz w drodze wyjątku, gdyż nadają one programy związane z Diecezją Bielsko-Żywiecką, do której należy powiaty oświęcimski.

³⁹ Specjalny program dostępny na witrynie: <http://radiopolska.bydnet.pl/download/index.html> [2005.11.10]

⁴⁰ TV-FM-DX: <http://www.fun-tv.webpark.pl/tvfindx/ar.htm> [2005.11.10]

⁴¹ Kalkulacje dla Małopolski (iloraz: 20 małopolskich stacji / 64 wszystkich stacji = 31,25%) lub dla Krakowa (iloraz: 11 krakowskich stacji / 36 wszystkich stacji słyszalnych w Krakowie = 30,55%). Zapewne poprawniejszy wynik dałby pomiar uwzględniający liczbę nadajników i ich moc [kW]), lecz brak obiektywnych danych uniemożliwia takie kalkule.

⁴² Pominięto trudny do oszacowania – raczej marginalny – wpływ rozgłośni zagranicznych (słowackich, czeskich i węgierskich).

91,7	Polskie Radio Trójka	Częstochowa *Wręczyca*	102,7	Radio Plus Kraków	Rabka *G. Luboń Wielki*
92,5	R. Złote Przeboje Wanda	Kraków *Malczewskiego*	102,8	Radio Zet	Katowice *Kosztowy*
93,0	Radio RMF FM	Katowice *Kosztowy*	102,9	Radio TOK FM	Kraków *Krzemionki*
93,4	Polskie Radio Bis	Rabka *G. Luboń Wielki*	103,4	Radio Zet	Częstochowa *Wręczyca*
93,7	Radiostacja	Kraków *Krzemionki*	103,6	Radio RDN Małopolska	Tarnów *Lichwin*
94,3	Radio Maryja	Kalwaria Zeb.*Kl.Bernardynów*	103,7	Radio Maryja	Katowice *Kosztowy*
94,5	Radio Blue FM Katowice	Katowice *Kosztowy*	103,8	Radio Blue FM Kraków	Kraków *Malczewskiego*
94,9	Radio CCM	Oświęcim	104,1	Radio Zet	Kraków *Chorągwicka*
95,4	Radio RMF FM	Tarnów *G. Św. Marcina*	104,6	Radio Maryja	Olkusz Św. Andrzeja Ap.*
96,0	Radio RMF FM	Kraków *Chorągwicka*	104,8	Polskie Radio Program 1	Kraków *Krzemionki*
96,7	Radio RMF Maxxx Kraków	Kraków *Malczewskiego*	105,6	Polskie Radio Bis	Katowice *Kosztowy*
97,2	Polskie Radio Bis	Kraków *Krzemionki*	105,9	Radio RMF FM	Częstochowa *Wręczyca*
97,7	Radio Eska Kraków	Kraków *Malczewskiego*	106,1	Radio Plus Kraków	Kraków *Chorągwicka*
97,9	Polskie Radio Program 1	Katowice *Kosztowy*	106,8	Radio Maks Bochnia	Bochnia
98,4	Radio Katowice	Częstochowa *Wręczyca*	107,0	Radio WAWa	Kraków *Malczewskiego*
99,1	Radio Eska Śląsk/Zagłębie	Katowice *Kosztowy*	107,2	Radio Maryja	Kielce *Święty Krzyż*
99,4	Polskie Radio Trójka	Kraków *Chorągwicka*	107,6	Radio eM	Katowice *Kosztowy*
99,7	Polskie Radio Trójka	Katowice *Kosztowy*	107,8	Radio Zet	Tarnów *Lichwin*

Zródło: obliczenia własne na podstawie pomiaru programem RP Zasięg – [pomiar: maj 2005]

11. TELEWIZJA LOKALNA I REGIONALNA

Analizując rynek małopolskich mediów audiowizualnych w wymiarze regionalnym⁴³ trudno mówić o systemie, gdyż zasadniczo istnieje monopol telewizji TVP3 Kraków nadawanej z nadajników naziemnych. Dodajmy, iż wbrew pozorom oferta *stricte* regionalna publicznego operatora⁴⁴ (4 godziny dziennie) – jest raczej skromna i nie dopełniają tego obrazu pozostali operatorzy emitujący programy w sieciach kablowych. Oprócz TVP3 istnieje 11 takich podmiotów, które stale lub okazjonalnie emitują lokalny program telewizyjny lub lokalne spoty reklamowe.

Kolejny aspekt analizy regionalnej to teoretyczna dostępność medium (czyli zasięg mierzony liczbą, mocą i rozmieszczeniem nadajników) lub łącz kablowych. Pod tym względem telewizja lokalna i regionalna – choć może wydawać się to zdumiewające – wciąż jawi się jako medium najslabiej dostępne. Dominujący podmiot TVP3, mimo iż dysponuje 7 nadajnikami zlokalizowanymi w różnych częściach Małopolski, nie pokrywa nimi całego województwa (tylko ok. 70% - zob. tab. 10) i obrazu tego nie zmieniają telewizje kablowe zlokalizowane niemal bez wyjątku tylko w dużych miastach: w Krakowie (3 operatorów), w Nowym Sączu (2) oraz Chrzanowie, Gorlicach, Krościenku, Nowym Targu, Oświęcimiu i Tarnowie – po jednym.

Lokalizacja	Kanał	ERP(kW)
Dobra	40	0,02

⁴³ W. Godzic: Chory „Titanic” czyli jakiej regionalnej telewizji publicznej Polacy potrzebują. W: Regionalizm – lokalizm – media. Bochnia 2001, s. 23-42; A. Kneifel: Status, struktura i funkcje telewizji regionalnej (na przykładzie Polski, Czech i Niemiec), tamże s. 51-56;

⁴⁴ Por. T. Skoczek: Telewizja regionalna. Nowe rozwiązania systemowe. Warszawa 2004; S. Skoczek: Strategia TVP S.A. 2002-2006. Bochnia 2003.

Kraków/Chorągiewka	50	500,00
Raławice	56	0,02
Szczawnica/Góra Przehyba	7	0,50
Tarnów/Góra Św. Marcina	57	30,00
Zakopane/Gubałówka	12	0,10



Zródło: <http://ww2.tvp.pl/3123.dzialy>

11. WYBRANE WNIOSKI

- Małopolska jest jednym z największych w kraju regionalnych rynków medialnych, zarówno pod względem liczby ukazujących się tu tytułów czasopism (ok. 9%), jak i sprzedawanych nakładów (7,9% rynku). Ostatni wskaźnik zdaje się świadczyć, o silnej korelacji rynku medialnego z innymi wskaźnikami demograficznymi i ekonomicznymi.
- Wśród ogółu istniejących w Małopolsce mediów – 911 można uznać za lokalne lub regionalne. Najliczniejsza w tej grupie jest prasa drukowana: 498 tytułów, nieco słabiej radiofonia (20 stacji) i telewizja (12). Pozostałe 380 jednostek to lokalne portale internetowe, które *de facto* pełnią funkcje prasy. Poszczególne rodzaje mediów nie są rozmieszczone symetrycznie ani pod względem geograficznym, ani w korelacji z liczbą mieszkańców, wykazując (z wyjątkiem internetu) silną skłonność do lokalizacji (w tym dystrybucji) w środowisku miejskim, a szczególnie wielkomiejskim (Kraków).
- Analiza rynkowej pozycji małopolskich gazet regionalnych rywalizujących z prasą ogólnopolską ujawniła, że na rynku panuje oligopol (3 regionalne dzienniki zagarniają ok. 60% rynku), lecz stan ów nie jest stabilny, wskazując na tendencję spadkową wymuszoną przez konkurencję (głównie prasę bezpłatną i nowe tytuły ogólnopolskie).

- Interesujących wyników dostarczyły badania relacji pomiędzy prasą regionalną a lokalną. Do ich wykonania posłużono się analiza nakładów globalnych i specjalnym wskaźnikiem EOR (zdefiniowanym jako liczba egz. gazety na jednego mieszkańca w skali roku). Ustalono, iż bezwzględne współczynniki rywalizacji rynkowej pomiędzy prasą regionalną a lokalną w Małopolsce wynoszą odpowiednio: 59% (prasa regionalna) i 41% (lokalna). Podmiotem dominującym jest „Dziennik Polski” (25% rynku), następnie równorzędnie „Gazeta Krakowska” i „Gazeta Wyborcza” (po 17%). Pozostała część rynku – 41% przypada na 182 tytuły, z czego znaczną część (szacunkowo ok. 25%) zagarniają miejskie pisma bezpłatne i w efekcie wpływ pozostałych pism tej grupy (z nielicznymi wyjątkami, np. „Tygodnik Podhalański” czy „Temi”) jest w skali globalnej ledwie zauważalny.
- Głębokie dysproporcje zaobserwowano także analizując geograficzne rozmieszczenie gazet regionalnych i lokalnych na terenie województwa. Pozycje rynkowe poszczególnych tytułów (ich wzajemne relacje) i relacje gazet regionalnych do prasy lokalnej są w skali województwa silnie zróżnicowane. Obserwacje pozwoliły na systematyzację tych zagadnień. Z przeprowadzonych badań wynika, że na terenie województwa małopolskiego istnieje pięć mocno spolaryzowanych dużych obszarów prasowo-wydawniczych. Można zaryzykować tezę, że istniejące dysproporcje są w dużym stopniu skutkiem podziału administracyjnego z lat 1975–1998. Obszary te szczegółowo opisano w podrozdziałach 4.1-4.5.
- Analiza prasy lokalnej (bez wliczenia regionalnej) w wybranych przekrojach pozwoliła na sformułowanie kilku tez świadczących o specyfice małopolskiej prasy: a – przygniatająca przewagę wydawców samorządowych nad prywatnymi (62,1%); b – okresowy (co 4 lata) wzrost aktywności medialnej, wskazujący, że prasa sublokalna jest postrzegana jako ważne medium polityczno-propagandowe; c – znikomy zasięg społeczny małopolskiej prasy lokalnej: 31 % tytułów drukuje mniej niż 500 egz., 25% w granicach 500–1000 egz., a kolejne 30% po 1-5 tys. W efekcie dostępność pism lokalnych jest bardzo ograniczona – na podstawie odniesień demograficznych można dowieść – że nawet w małych społecznościach lokalnych większość pism lokalnych trafia co najwyżej do grupy społecznych liderów. Tłumacząc ów stan można zaryzykować tezę, że proces identyfikacji społecznej na linii media lokalne – obywatel przebiega bardzo wolno i jest skutkiem utrwalonego jeszcze w latach PRL braku nawyku sięgania po prasę sublokalną.
- Odrębny obieg tworzą wydawane na małopolskim rynku lokalne pisma religijne (głównie parafialne). Inicjatyw takich w skali Małopolski doliczono się 107, co w skali kraju jest wynikiem imponującym. Warta podkreślenia jest geografia tych inicjatyw: najwięcej pism

parafialnych wydawanych jest w Krakowie 39 tyt. (36%), zaś wśród innych regionów wyróżniają się powiaty o silnie zakorzenionych tradycjach katolickich: nowosądecki 10 (9%), wadowicki 9 (8%) i limanowski 6 (6%).

- Na małopolskim rynku prasowym ukazują się też specyficzne grupy wydawnictw lokalnych, które wydzielono na podstawie pełnionej funkcji: prasa regionalistyczna – 34 tytuły (czyli wydawnictwa poświęcone kultywowaniu lokalnej kultury, tradycji i historii); prasa etniczna – 8 tytułów (Słowacy, Ormianie, Łemkowie, Romowie, Ukraińcy), prasa zakładowa (13) oraz – analizowane w wyborze – czasopisma środowiskowe (szkolne – 77, młodzieżowe i studenckie – 33 oraz lokalnych grup twórczych itp.).
- Małopolskie radio lokalne i regionalne tworzy dość przejrzystą strukturę, gdzie podmiotem dominującym jest publiczne „Radio Kraków” – jedyne medium tego typu o zasięgu regionalnym (jego słuchanie deklaruje 37,5% mieszkańców Małopolski). Pozostałe rozgłośnie choć liczne (17 stacji) są wyraźnie słabsze. Radio wykazuje silną skłonność do lokalizacji w środowisku miejskim (zarówno po stronie nadawcy, jak i odbiorcy). Z wykorzystanych w pracy badań TV-FM-DX wynika, że na terenie Małopolski działa: 130 nadajników, nadających na różnych częstotliwościach (87,6–107,9 MHz) 64 programy, w tym 12 zagranicznych. Analogiczne wskaźniki dla samego Krakowa wykonane inną metodą pozwoliły ustalić, że w stolicy Małopolski można z różną skutecznością odbierać z 58 nadajników 36 stacji nadających w paśmie 87,6–107,8 MHz. Wykorzystując te dane obliczono wskaźnik zagospodarowania eteru przez media regionalnie lokalne w odniesieniu do innych nadawców (ogólnopolskich, ponadregionalnych i in.); przeliczenia ujawniły, że małopolska radiofonia regionalna i lokalna zagospodarowała ok. 30% eteru.
- Małopolski rynek telewizji lokalnej i regionalnej (w praktyce zmonopolizowany przez TVP3 Kraków) jest bardzo ubogi i skromny programowo. Oferta o charakterze regionalnym lub lokalnym u publicznego operatora wynosi jedynie 4 godziny dziennie i nie dopełniają tego obrazu pozostali nadawcy emitujący programy w sieciach kablowych (11 stacji). Dodatkowym mankamentem regionalnego rynku mediów audiowizualnych jest jego niska dostępność (co najwyżej 70% Małopolski jest w zasięgu nadajników TVP3), zaś telewizja kablowa jest zlokalizowana niemal bez wyjątku tylko w dużych miastach