

Brzoza, Katarzyna

Krajobraz prasy lokalnej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej

Rocznik Prasoznawczy 2, 95-115

2008

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez **Muzeum Historii Polski** w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

KRAJOBRAZ PRASY LOKALNEJ ZIEMI RYBNICKO- WODZISŁAWSKIEJ

STRESZCZENIE

Rośnie w siłę rynek tzw. mediów telematycznych, czy wobec tego rozwój tej sfery ludzkiej aktywności spowoduje spadek popularności mediów drukowanych? Zdania medioznawców w tym zakresie są podzielone, kto ma rację, pokaże dopiero czas. Obserwacje rynku prasowego Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej dają podstawę do postawienia tezy, iż mimo rewolucji w świecie mediów, tradycyjne środki przekazu nie tracą na popularności. W ostatnich latach obserwujemy „narodziny” kolejnych gazet o stricte lokalnym zasięgu, których przeznaczeniem jest zapewnienie luki na lokalnym rynku wydawniczym. Informacja w XXI wieku nabrała cech towaru, wykorzystywanego komercyjnie, cieszącego się ogromnym popytem. Nowe tytuły prasowe są odpowiedzią wydawców na wyniki badań marketingowych, które wskazują, że potrzeby informacyjne potencjalnych odbiorców nadal nie zostały zaspokojone.

*Przedmiotem artykułu jest prasa lokalna ukazująca się na obszarze Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej. Punktem wyjścia są podstawowe ustalenia terminologiczne, jak sprecyzowanie pojęcia **prasa lokalna**, a także zaprezentowanie jej podziału na **prasę samorządową, prywatną, kościelną** oraz **środowiskową** – wydawaną przez zakłady pracy, szkoły i tzw. inne podmioty wydawnicze (lokalne ogniwa partii politycznych). Zgodnie z tą klasyfikacją, przedstawiono poszczególne rodzaje lokalnych periodyków ukazujących się na terenie Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej. Dokonano szczegółowych charakterystyk, uwzględniając takie elementy opisu, jak np. zasięg, nakład, częstotliwość, data powstania, wydawca, dystrybucja, format, szata graficzna. Autorka oparła się na samodzielnych analizach porównawczych, które dały podstawy do generalizacji, a jednocześnie umożliwiły ukazanie elementów specyficznych dla poszczególnych tytułów prasowych.*

Na podstawie obserwacji rynku prasowego Ziemi Rybnicko-Wodziszawskiej można wnioskować, że aktualnie na lokalnym rynku stare i nowe media potrafią ze sobą koegzystować, wielu wydawców wykorzystuje internet do zaprezentowania odbiorcom swoich propozycji prasowych, ponadto media elektroniczne umożliwiają kontakt z czytelnikami i szybkie reakcje na ich potrzeby.

SŁOWA KLUCZOWE: prasa lokalna; Ziemia Rybnicko-Wodziszawska; prasa samorządowa, prywatna (niezależna), kościelna, środowiskowa.

PODSTAWOWE POJĘCIA

Rozwój środków masowej komunikacji spowodował, że medioznawcy dla pokreślenia ich znaczenia w XXI wieku używają bardzo dobitnych porównań, określając je jako: „Boga dnia codziennego, wypełniającego każdą wolną chwilę w życiu człowieka. T. Goban-Klas uważa, że mass media posiadają, niczym Stwórca, cztery atrybuty, są: wszechobecne, wszechstronne, wszechwiedzące (oraz dodatkowo niepojęte)”¹. Rozważania teoretyczne oraz badania empiryczne nad mediami lokalnymi stanowią istotny element nauki o komunikowaniu masowym. Wpływa na to fakt, że lokalne środki masowego przekazu mają swoje miejsce w podstawie piramidy krajobrazu medialnego, nie tylko ze względu na dominację ilościową, ale przede wszystkim z powodu funkcji, jakie realizują w życiu społecznym. Są podstawowym ogniwem komunikacji na poziomie gminy, mają silny wpływ na rozwój demokracji oraz procesy socjalizacji, integracji i umacniania poczucia lokalnej tożsamości. Naukowcy mówią o renesansie lokalizmu, który według P. Starosty może być ujmowany w trzech aspektach: aksjologicznym – odrodzenie lokalizmu wyrasta z krytyki zatamizowanego społeczeństwa masowego (zanik poczucia wspólnoty) oraz z braku chęci powrotu do tradycyjnych form wspólnoty; aspekt ekonomiczny – ujmuje lokalizm jako krytykę masowej konsumpcji i produkcji zorientowanej na masowego odbiorcę; aspekt organizacyjny – wyrasta z negatywnego stosunku do państwa ograniczającego przedsiębiorczość jednostek, w którym struktury lokalne pełnią jedynie funkcję pomocniczą względem instytucji państwowych².

¹ R. Polak, *Media lokalne a demokracja lokalna. Ogólnopolska Konferencja Naukowa*, Rzeszów, 28-29 października 2004, „Studia Medioznawcze” 2005, nr 1, s. 128.

² P. Starosta, *O pożytkach płynących z badania społeczności lokalnych na podstawie Programu Polska Lokalna* [w:] B. Jałowicki, W. Łukowski, *Spoleczności lokalne terażniejszość i przyszłość*, Warszawa 2006, s. 90. Zagadnienie renesansu lokalizmu omówił S. Michałczyk w książce *Media lokalne w systemie komunikowania*.

Według jednej z definicji **prasa lokalna** „to ta część systemu prasy, którą można wydzielić z jego całości na podstawie przeważającej zawartości związanej z życiem i funkcjonowaniem społeczności lokalnych. Podmiotem prasy lokalnej jest nie tylko społeczność lokalna jako całość, ale także jej części składowe, wydzielane w oparciu o kryterium zainteresowań, potrzeb, przekonań, kwestie profesjonalno-zawodowe czy pod kątem przynależności politycznej, ideowej, organizacyjnej lub terytorialnej”³. Obejmuje szeroką gamę rozmaitych pism, a klasyfikacji można dokonać na podstawie takich wyznaczników, jak: *rodzaj wydawcy* (np. partie polityczne, kościoły, samorządy terytorialne, osoby fizyczne lub prawne, zakłady pracy); *tematyka* (np. ogólnospołeczna lub społeczno-gospodarcza); *zasięg rozpowszechnienia* (np. pisma gminne); *częstotliwość* (np. tygodniki, miesięczniki); *sposób wyrażania rzeczywistości* (np. prasa ogólnoinformacyjna, informacyjno-publicystyczna)⁴. Ośrodek Badań Prasoznawczych Uniwersytetu Jagiellońskiego przyjął typologię S. Dzikiego, którą stosowano do 31 grudnia 1998 roku, dzieląc prasę na: ponadogólnokrajową, ogólnokrajową, regionalną, lokalną (prasa lokalna I stopnia) oraz sublokalną (prasa lokalna II stopnia, zwana również gminną lub miejską, wydawana na obszarze gminy, miasta, osiedla, parafii itd.)⁵.

Ziemia Rybnicko-Wodzisławska rozpościera się w południowo-zachodniej części województwa śląskiego na powierzchni 870 km². W jej skład wchodzi powiaty rybnicki i wodzisławski oraz powiaty grodzkie Jastrzębie Zdrój i Żory, łącznie zamieszkiwane przez około 560 tys. osób. Największym miastem Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej jest Rybnik. Obszar ten charakteryzuje się dużym nasyceniem przemysłu, jak również sporymi terenami leśnymi i rekreacyjnymi.

Tradycje prasowo-wydawnicze Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej do 1939 roku można podzielić na dwa okresy historyczne: pierwszy okres od połowy XIX wieku do roku 1921, drugi obejmuje pozostałe lata międzywojnia. W pierwszym z wyznaczonych przedziałów czasowych dominuje prasa niemieckojęzyczna, widać zapóźnienie prasowe omawianego obszaru w stosunku do Górnego Śląska jako całości oraz do poszczególnych mikroregionów. Rozkwit działalności wydawniczej wiąże się z powrotem Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej do Polski, dominują wtedy pisma określane „urzędówkami” i powiązane z organizacjami partyjnymi oraz prasa kościelna. Można dostrzec wiele tytułów, które po wydaniu kilku numerów znikają z rynku prasowego oraz takie, które po kilku latach od zaprzestania działalności wracają do walki o czytelnika. Dokładnie analizę historyczną działalności wydawniczej na badanym obszarze prezentują „Kroniki Rybnickie” z 1983 roku⁶.

3 M. Gicrula, *Rola prasy lokalnej w integracji małych miast i wsi*. Materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współudziale Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Senatu RP Longina Pastusiaka 21 września 2004; Senat RP, www.senat.gov.pl/k5/agenda/seminar/a/040921.pdf z dnia 20.02.2007.

4 R. Kowalczyk, *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Poznań 2003, s. 73.

5 E. Jaruga, *Prasa lokalna ziemi leszczyńskiej w latach 1998-2000*, [w:] J. Sobczak (red.) *Media i polityka*, t. 1, Poznań 2001, s. 59.

6 S. Michalezyk, *Tradycje prasowo-wydawnicze w rybnickiem (do 1939)*, [w:] „Kroniki Rybnickie”, Rybnik, 1983, nr 1, s. 224-226.

PRASA SAMORZĄDOWA

„Prasa samorządowa jest elementem lokalnego systemu komunikacji społecznej, tworzą ją pisma wydawane i administrowane przez organy stanowiące samorządu (rady gmin) i/lub wykonawcze. W jej skład wchodzi także pisma bezpośrednio wydawane przez różne instytucje (towarzystwa miłośników miasta gminne, ośrodki kultury, biblioteki) oraz firmy i osoby prawne na zlecenie (co wiąże się z finansowaniem przedsięwzięcia) organów samorządu (władz lokalnych)”⁷. Gazeta lokalna jest periodykiem o specyficznych cechach wynikających z pełnionej funkcji łącznika między lokalną społecznością a demokratycznymi, samorządowymi władzami gminnymi – „promocja małej ojczyzny, integracja społeczności lokalnej w strukturach lokalnych – to funkcje dominujące w mediach samorządowych”⁸. Redagowanie gazety lokalnej nie należy do prostych zadań, czytelnik może stale weryfikować informacje i sądy odnajdywane na jej łamach. Zespół redakcyjny tworzą ludzie znani otoczeniu, zazwyczaj mieszkańcy danej gminy, dlatego nie mogą działać zupełnie anonimowo. Stale podlegają większym lub mniejszym naciskom i ocenom, zarówno ze strony czytelników, jak i dysponentów politycznych. Dlatego „żeby stworzyć dobrą gazetę samorządową, trzeba być rasowym dziennikarzem, mieć zdolności negocjacyjne, siedzieć mocno w środowisku i przede wszystkim mieć autorytet. To powinno chronić przed ewentualnymi atakami władz lokalnych, które będą się obawiać reakcji lokalnego środowiska”⁹.

Prasoznawcy wskazują, że wśród mediów o lokalnym zasięgu, to właśnie prasa samorządowa stanowi najliczniejszą grupę, w której można wyróżnić kilka modeli:

1. Pisma oparte na dotacji urzędu miejskiego: pracownicy pracują na etatach urzędniczych, ich podstawowym zadaniem jest redagowanie gazety; siedziba redakcji zwykle mieści się w urzędzie miejskim lub gminnym; wydawca nie prowadzi działalności gospodarczej, a kolportaż jest własny i bezpłatny; podległość władzom może rodzić próby wpływania na zawartość gazety („Jastrząb”);

2. Pismo jako zakład budżetowy: rada gminy wydziela z urzędu redakcję i tworzy do wydawania pisma zakład budżetowy, któremu przyznaje określone środki na ten cel; redaktor ma w tym układzie większą niezależność i więcej obowiązków („Przegląd Lokalny”);

3. Redakcją może być komórka organizacyjna miejskich (gminnych) ośrodków kultury (domów kultury, bibliotek): redaktorzy zatrudniani na etatach ośrodków kultury, których kierownicy są dysponentami, nie ma powiązań służbowych z urzędem gminy („Gazeta Rybnicka”, „Serwis Wodzisławski”);

4. Samorządy mogą zlecać wydawanie i redagowanie gazety prywatnym agencjom wydawniczym: wszystko opiera się na zawartej umowie, która określa warunki wydawania gazety („Kurier Żorski”);

⁷ S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania...*, s. 178.

⁸ B. Konarska-Pabiniak, *Wokół współczesnej prasy samorządowej. Rozwój, specyfika, kontrowersje, refleksje*, „Studia Kieleckie. Sceria Bibliologiczno-Prasoznawcza” 2003, nr 3, s. 94.

⁹ R. Horbaczewski, *Samochwały*, „Press” 2004, nr 5, s. 69.

5. Samorzady mogą tworzyć spółki z o.o., w których gmina posiada swoje udziały: jeśli poza gminą istnieją inni udziałowcy, wówczas poszerza się liczba dysponentów, co jest lepiej postrzegane przez kręgi odbiorców („Kurier”-Czerwionka-Leszczyny)¹⁰.

Analiza relacji pomiędzy bezpośrednimi dysponentami prasy (władzami lokalnymi) a zespołami redakcyjnymi dała podstawę do stworzenia trzech modeli oddających panujące układy: 1. **Model dyrektywno-cenzorski** – charakteryzuje się bezpośrednim wpływem przedstawicieli władz na zawartość pisma („Kurier Marklowicki”, „Na Ratuszu”); 2. **Model doradczo-konsultacyjny** – opiera się na konsultacjach z przedstawicielami władz, konsultacje zazwyczaj są wynikiem inicjatywy samych dziennikarzy („Jastrząb”); 3. **Model liberalno-partnerski** – oznacza dużą swobodę i niezależność zespołów redakcyjnych w kreowaniu zawartości gazety, gdyż przedstawiciele władz śledzą informacje prasowe, tak jak każdy przeciętny czytelnik (najbardziej zbliżoną formę do modelu liberalno-partnerskiego ma „Gazeta Rybnicka”)¹¹.

Na Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej ukazują się 18 tytułów o charakterze samorządowym, z czego dwa to periodyki mikroregionalne obejmujące zasięgiem obszar powiatu. Zdecydowaną większość prasy samorządowej – około 89% stanowią miesięczniki, „Kurier Marklowicki” i „Jesteśmy” to dwumiesięczniki, natomiast „Informator Gminny” w Lyskach ukazuje się nieregularnie. Dominuje bezpłatna forma wydawnicza, odpłatnie funkcjonuje na rynku prasowym tylko „Kurier” i „U Nas”, co wynika z faktu, że mają nieco słabszy związek z lokalnymi strukturami władzy niż pozostałe periodyki w tej grupie, a dotacja ze środków gminnych jest tylko jednym a nie – jak w przypadku innych gazet samorządowych – jedynym źródłem pozyskiwania środków na działalność wydawniczą. Bezpłatny charakter jest główną przyczyną rozchodzenia się całego nakładu.

Tabela 1: Prasa samorządowa Ziemi Rybnicko - Wodzisławskiej

LOKALNA PRASA SAMORZĄDOWA ZIEMI RYBNICKO - WODZISŁAWSKIEJ		
ZASIĘG	TYTUŁ I DATA POWSTANIA	WYDAWCA
PRASA MIKROREGIONALNA		
POWIAT RYBNICKI	„KURIER POWIATOWY”	Starostwo Powiatowe w Rybniku
POWIAT WODZISŁAWSKI	„WIEŚCI POWIATU WODZISŁAW – SKIEGO” (2002 r.)	Starostwo Powiatowe w Wodzisławiu Śląskim
PRASA SUBLÓKALNA		
RYBNIK	„GAZETA RYBNICKA” (1990 r.)	Rybnickie Centrum Kultury
CZERWIONKA-LESZCZYNY	„KURIER” (1990 r.)	sp. z o. o.

¹⁰ S. Michalczyk, *Prasa samorządowa...*, s. 25-27.

¹¹ S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania...*, s. 184-185.

LYSKI	„INFORMATOR GMINNY” (2003 r.)	urząd gminy
GASZOWICE	„INFORMATOR GMINNY” (2006 r.)	urząd gminy
ŚWIERKLANY	„KURIER GMINY ŚWIERKLANY” (2006 r.)	urząd gminy
WODZISŁAW ŚLĄSKI	„SERWIS WODZISŁAWSKI” (1992 r.)	Centrum Kultury Wodzisław Śląski
GORZYCE	„U NAS” (1991 r.)	Wiejski Dom Kultury - społeczna z dotacją samorządu
MARKLOWICE	„KURIER MARKLOWICKI” (1995 r.)	urząd gminy
LUBOMIA	„INFORMATOR SAMORZĄDOWY GMINY LUBOMIA” (2004 r.)	urząd gminy
MSZANA, POŁOMIA, GOGOŁOWA	„NASZE WIEŚCI GMINNE” (1999 r.)	Wiejski Ośrodek Kultury w Polomi
GODÓW i okoliczne sołectwa	„JESTEŚMY” (1995 r.)	Wiejski Ośrodek Kultury w Gołkowicach
RADLIN	„BIULETYN RADLIN” (1997 r.)	urząd miasta
RYTUŁTOWY	„NA RATUSZU”(2003 r.)	urząd miasta
PSZÓW	„BIULETYN INFORMACYJNY MIASTA PSZÓW” (1998 r.)	urząd miasta
JASTRZĘBIE ZDROJ	„JASTRZĄB” (1990 r.)	urząd miasta
ŻORY	„KURIER ŻORSKI” (1999 r.)	urząd miasta

Źródło: Opracowanie własne na podstawie zebranych materiałów.

Większość gazet samorządowych Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej pojawiła się na rynku w latach 90-ych (tabela 1). Najwcześniej, bo już w 1990 roku, na lokalnym rynku prasy samorządowej zaistniały „Gazeta Rybnicka”, „Jastrząb” oraz „Kurier”. „Gazetę Rybnicką” powołali do życia ludzie związani z „Solidarnością”, żywo zainteresowani udziałem w przemianach zapoczątkowanych w 1989 roku. Stanowisko redaktora objął H. Knapczyk, syn ostatniego wydawcy przedwojennego „Sztandaru Polskiego” i „Gazety Rybnickiej”, do których „Gazeta Rybnicka” miała nawiązywać. Termin ukazania się pierwszego numeru wiązał się z planowanymi na maj 1990 wyborami samorządowymi do rad gmin, gazeta miała pełnić funkcję forum dla kandydatów na samorządowców.

Inicjatywy stworzenia lokalnego pisma samorządowego wychodziły zazwyczaj od miejscowych władz, pomysł rodził się w środowisku radnych („Jesteśmy”) lub był inicjatywą prezydenta („Biuletyn Informacyjny Miasta Pszów”) czy wójta („Informator Samorządowy Gmina Lubomia”). Nakład prasy samorządowej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej wynosi od 1 tys. egzemplarzy („Informator Gminny”-Lyski, „Na Ratuszu”, „Biuletyn Informacyjny Miasta Pszów”) do 18 tys., jak w przypadku „Kuriera Żorskiego”. Dostyc duży nakład mają również: „Gazeta

Rybnicka” – 13 tys. i „Jastrząb” – 6 tys. Większość prasy samorządowej (68 %) badanego obszaru osiąga nakład w granicach 1 -2 tys. sztuk. Wydawcy prasy samorządowej coraz częściej otwierają się na nowe formy kontaktu z odbiorcami i zamieszczają gazety w formie PDF na stronie internetowej miasta („Gazeta Rybnicka”, „Jastrząb”, „Serwis Wodzisławski”, „U Nas”). Dominują pod tym względem większe miejscowości Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej, chociaż redaktorzy periodyków niepublikowanych w formie elektronicznej sygnalizują, iż w przyszłości taka inicjatywa ma duże szanse na realizację. W zasadzie mówienie o redakcji pisma samorządowego jest trudne, gdyż w wielu gminach materialnie taki twór nie istnieje. Zazwyczaj władze miasta wyznaczają jednego pracownika zatrudnionego na etacie urzędu miasta czy gminy do objęcia opieki nad wydawanym periodykiem. Są to osoby zajmujące się innymi sprawami, np. rzecznicy prasowi urzędu (Żory, Starostwo Powiatowe w Wodzisławiu Śląskim) lub pracownicy innych wydziałów (np. Wydziału Oświaty – Rydułtowy). W tych jednostkach gazeta ma charakter wyłącznie informacyjny, a organizacja pracy wgląda mniej więcej tak: poszczególne wydziały urzędu i inne instytucje użyteczności publicznej, np. szkoły mają wyznaczone osoby, które odpowiadają za dostarczanie bieżących wiadomości z właściwych im jednostek administracji samorządowej. Całość materiału dociera do osoby czuwającej nad wydaniem, którą jest tzw. redaktor naczelny, faktycznie będący jednym z urzędników administracji samorządowej.

Siedziby tak funkcjonujących redakcji mieszczą się w urzędzie miasta lub gminy. Inaczej działają redakcje takich periodyków jak „Gazeta Rybnicka” lub „U Nas”, w których pracownicy są zatrudniani na etatach ośrodków kultury, siedziba redakcji mieści się poza urzędem miasta czy gminy, co daje poczucie pewnej niezależności, chociaż swoboda tworzenia w prasie samorządowej to mrzonka. Czyż można mówić o niezależnej prasie samorządowej, jeżeli wójt lub sekretarz sprawdza każdy numer przed oddaniem do druku; twórcy periodyku to urzędnicy, dla których pisanie jest dodatkowym obowiązkiem; redaktorem naczelnym jest przewodniczący Rady Gminy; siedziba redakcji mieści się w urzędzie miasta lub gminy; kolportażem zajmują się sołtysi lub radni, a sami redaktorzy mówią, że niezależności nie ma. Z takimi obserwacjami spotka się badacz lokalnej prasy samorządowej Ziemi Rybnicko -Wodzisławskiej. Na ogół redaktorzy tworzący gazety samorządowe nie mają stricte dziennikarskiego wykształcenia, są humanistami ze zróżnicowanym wykształceniem kierunkowym. Redakcje będące komórkami organizacyjnymi miejskich (gminnych) ośrodków kultury (domów kultury, bibliotek) np. „Gazeta Rybnicka” lub „U Nas” częściej zatrudniają osoby z wykształceniem dziennikarskim, chociaż – jak twierdzą naczelni – najważniejsze są umiejętności i twórcza pasja. Redaktor naczelny obejmuje stanowisko w drodze konkursu („Nasze Wieści Gminne”), obok pracy na etacie („U Nas”) zdarzają się również umowy -zlecenia oraz działalność społeczna („Jesteśmy”). Bardzo często redakcje posiłkują się współpracownikami, wśród nich dominują pracownicy okolicznych szkół. Zdecydowaną większość gazet drukują okoliczne drukarnie, zdarzają się przypadki współpracy z bardziej odległymi wykonawcami usług drukarskich, np. „Gazeta Rybnicka” – Będzin, „Jastrząb” – Katowice, „Kurier Żorski” – Cieszyn. Decyzja o wyborze konkretnej drukarni zapada w drodze przetargu, który umożliwia

wybór najkorzystniejszej oferty. Gmina Lyski nie korzysta z usług fachowców w tym zakresie, gdyż informator jest powielany techniką kserograficzną.

Ponad 76,5% prasy samorządowej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej ukazują się w formacie A-4 (np. „Na Ratuszu”, „Kurier Marklowicki”, „Gazeta Rybnicka”), pozostałe periodyki mają nieco większy format, oscylujący w okolicach arkusza B-4 (np. „U Nas”, „Informator Samorządowy Gminy Lubomia”, „Kurier”). Najbogatszą szatę graficzną mają dwie gazety: „Kurier Żorski” i „Gazeta Rybnicka”, które są w całości kolorowe. Pozostałe periodyki (około 61%) mają kolorowe okładki drukowane na kredowym papierze („Jastrząb”, „U Nas”, „Informator Radlin”), tylko nieliczne są zupełnie czarno-białe („Kurier Gminy Świerklany”, „Informator Miasta Pszów”, „Informator Gminny”-Lyski, „Jesteśmy”, „Kurier Powiatowy”). Dystrybucja sublokalnej prasy samorządowej odbywa się poprzez wydzielone obiekty: urzędy miejskie i gminne, sklepy, parafie, biblioteki, miejskie i gminne centra kultury, ośrodki zdrowia, Empik („Gazeta Rybnicka”) lub za pośrednictwem poczty („Kurier Żorski”). Analiza zawartości prasy samorządowej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej pozwala na wyodrębnienie dwóch grup periodyków:

1. Grupę pierwszą stanowią typowe informatory, które ograniczają się do podawania „suchych” informacji, np. harmonogramu wywozu śmieci. Typowo informacyjny charakter tej grupy periodyków sygnalizują tytuły („Kurier Powiatowy”, „Wieści Powiatu Wodzisławskiego”, „Biuletyn Informacyjny Miasta Pszów”, „Informator Samorządowy Gminy Lubomia”).

2. Do grupy drugiej należą gazety, które wykraczają poza ramy informatora samorządowego i prezentują w szerszym stopniu niż gazety pierwszej grupy treści społeczne i kulturalne („Gazeta Rybnicka”, „U Nas”).

Lata obecności na lokalnym rynku prasowym „odcisnęły swój znak” na gazetach, wymuszając liczne zmiany: szaty graficznej, nakładu, składu redakcji, częstotliwości ukazywania się. Ewolucję lokalnej prasy najlepiej obrazuje historia „Gazety Rybnickiej” i miesięcznika „Jastrząb”, których atutem jest długa obecność na rynku prasowym. J. Jurecki stworzył swoją własną teorię wyjaśniającą, gdzie najlepiej rozwija się prasa finansowana przez samorządy: „głównie tam, gdzie gazeta prywatna skrupulatnie patrzy władzy na ręce i ją punktuje”¹².

PRASA PRYWATNA

Prywatna czy wolnorynkowa prasa sublokalna bywa często określana mianem prasy **niezależnej**, czyli takiej, do której zaliczane są pisma nieotrzymujące dotacji od władz lokalnych, należące do prywatnych właścicieli i samofinansujące się dzięki wpływom ze sprzedaży nakładu oraz reklam i ogłoszeń¹³. Na pojęcie niezależności prasy składają się: niezależność ekonomiczna, niezależność od władz lokalnych, niezależność od lokalnych struktur instytucjonalno-biznesowych, niezależność wydawniczo - redakcyjno - techniczna¹⁴. B. Koniński, redaktor naczelny jednej z lokalnych gazet, twierdzi: „Na dole nie ma niezależnych gazet. Tam zawsze jest coś za coś. Opozycja i władza dzielą się jedynie na plakatach przed wyborami, przy stole na Pierwszej Komunii dziecka wszyscy siadają razem”¹⁵.

12 R. Horbaczewski, *Samochwały*, „Press” 2004, nr 5, s. 68.

13 I. Aleksandrowska, *Szepty i krzyki lokalne*, „Polityka” 2004, nr 45, s. 40.

14 S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania...*, s. 189-190.

15 I. Aleksandrowska, *ibidem*, s. 42.

W ramach prasy prywatnej można wyróżnić kilka form własności:

- 1. Własność osoby fizycznej, czyli indywidualna działalność gospodarcza.** Właściciel gazety jest zazwyczaj również redaktorem naczelnym oraz pełni inne obowiązki, często współpracując w tym zakresie z członkami swojej rodziny. Ewentualne nadwyżki finansowe pozwalają zatrudnić dodatkowe osoby (np. reporterów). Istnieje też możliwość skorzystania z pomocy wolnych pracowników, którzy realizują swoje zadania darmowo w ramach pensji i zainteresowań społecznych albo na podstawie odrębnego wynagrodzenia.
- 2. Spółka cywilna** (tworzona przez osoby fizyczne lub prywatne). Tworzą ją fachowcy lub dziennikarze i osoby z odpowiednim kapitałem.
- 3. Fundacja.** Prawodawstwo polskie umożliwia prowadzenie działalności wydawniczej w postaci fundacji, która ponosi odpowiedzialność za podejmowane działania.
- 4. Spółka z o.o.** stanowi najpopularniejszą formę działalności wydawniczej.
- 5. Spółdzielnie dziennikarskie** są organizacjami dobrowolnymi i samorządowymi. Najbardziej reprezentatywną formą jest spółdzielnia pracy opierająca się na prowadzeniu wspólnego przedsiębiorstwa na podstawie osobistej pracy członków.
- 6. Własność firm o różnym typie działalności gospodarczej.** Pismo stanowi część struktury w ramach różnych przedsiębiorstw produkcyjnych, usługowych lub agencji reklamowych. Zarządem zajmuje się bezpośrednio lub pośrednio właściciel. Mimo że organizacyjnie pismo wchodzi w skład firmy, może działać na własny rachunek z pełną niezależnością merytoryczną.
- 7. Własność koncernów wydawniczych krajowych i zagranicznych.** Duży kapitał polski lub obcy przejmuje i wydaje pisma lokalne w postaci „wkładek” do gazet regionalnych albo jako osobne czasopisma.
- 8. Formy mieszane** stwarzają możliwość wydawania pism lokalnych przez wydawnictwa prywatno-samorządowe. Gminy uczestniczą w finansowaniu w zamian za możliwość publikacji na stronach samorządowych. Gminne ośrodki kultury lub specjalnie powołane fundacje współpracują z prywatnym wydawcą¹⁶.

Do lokalnej prasy prywatnej wydawanej na obszarze Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej zalicza się 10 tytułów. Połowa to miesięczniki (np. „Na Gruncie”, „IRG”, „Radliniok”, „Przegląd Jastrzębski”), 40% stanowią tygodniki, jeden to dwutygodnik („Gazeta Żorska”). Najsilniejszą pozycję na rynku prasy prywatnej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej ma Wydawnictwo Nowiny, które jest właścicielem trzech dużych tygodników: „Nowin” tzw. rybnickich, „Nowin Wodzisławskich” i „Tygodnika Rybnickiego”. Prężnie rozwija się rybnicki rynek prasy prywatnej, skupia już 50% prywatnych tytułów ukazujących się na Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej. Połowa gazet jest bezpłatna („Na Gruncie”, „Zalew Kultury”, „IRG”, „Przegląd Jastrzębski”), pozostałe tytuły są dostępne na rynku odpłatnie.

¹⁶ S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania...*, s. 191-196.

Tabela 2: Prywatna prasa lokalna Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej.

LOKALNA PRASA PRYWATNA ZIEMI RYBNICKO - WODZISŁAWSKIEJ		
ZASIĘG	TYTUŁ	WYDAWCA
PRASA MIKROREGIONALNA		
POWIAT RYBNICKI I WODZISŁAWSKI JASTRZĘBIE ZDRÓJ, ŻORY, RACIBÓRZ	„NOWINY”	osoba prywatna, Wydawnictwo Nowiny sp. z o.o.
POWIAT WODZISŁAWSKI	„NOWINY WODZISŁAWSKIE”	osoba prywatna, Wydawnictwo Nowiny sp. z o.o.
RYBNICKI OKRĘG WĘGLOWY	„NA GRUNCIE”	osoba prywatna
PRASA SUBLOKALNA		
RYBNIK	„RYBNIK PO GODZINACH”	prywatna, sp. z o.o.
	„TYGODNIK RYBNICKI”	prywatna, Wydawnictwo Nowiny sp. z o.o. sp. z o.o. Nowiny sp. z o.o.
	„ZALEW KULTURY”	prywatna, Fundacja Elektrowni Rybnik
CZERWIONKA-LESZCZYNY, ORZESZE	„INFO RYNEK GIELDA”	osoba prywatna
RADLIN	„RADLINIOK”	Agencja Wydawnicza -Informacyjna „Jak”
JASTRZĘBIE ZDRÓJ	„PRZEGLĄD JASTRZĘBSKI”	Kongregacja Przemysłowo -Handlowej Izby Gospodarczej
ŻORY	„GAZETA ŻORSKA”	Wydawnictwo Solopress

Źródło: Koncepcja własna na podstawie zebranego materiału.

Najstarszą gazetą prywatną na Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej są rybnickie „Nowiny” ukazujące się od 51 lat. Tygodnik „Nowiny” dominuje na lokalnym rynku czytelnictwem, co potwierdzają badania sondażowe przeprowadzone przez redakcję, wykazujące, że każdy egzemplarz gazety czytają średnio cztery osoby. Każdego tygodnia „Nowiny” docierają do 160 tys. czytelników. Dane statystyczne wskazują, iż 80% dorosłych mieszkańców makroregionu deklaruje, że co najmniej raz w miesiącu ma kontakt z tygodnikiem¹⁷.

Większość prywatnych tytułów badanego obszaru powstała po roku 2000 („Radliniak” – 2000 r. „IRG” – 2002 r. „Zalew Kultury” – 2005 r., „Tygodnik Rybnicki”, „Rybnik po Godzinach” i „Na Gruncie” – 2006 r.). Periodyki tego rodzaju osiągają wysoki nakład (1 tys. „Zalew Kultury”; 3-5 tys. „Na Gruncie”; 5 tys. „Tygodnik Rybnicki” i „Przegląd Jastrzębski”; ponad 7 tys. „IRG”; 10-20 tys. „Rybnik po Godzinach”; „Nowiny” – Rybnik 40 tys.), co umożliwia objęcie kolportażem większego obszaru. Prawie wszystkie gazety są dostępne w wersji elektronicznej. Redakcje gazet prywatnych charakteryzują się dużym profesjonalizmem, gdyż tworzą je zawodowi dziennikarze, którzy często mają

17 Nowiny - Tygodnik Regionalny, www.nowiny.rybnik.pl/index.php?last=&show=tygodnik

imponujące doświadczenie zawodowe. Widać również lepsze wyposażenie techniczne, redaktorzy korzystają z dobrodziejstw XXI wieku (nowoczesny sprzęt komputerowy, dostęp do łączy internetowych). Periodyki osiągające niższy nakład korzystają z oferty miejscowych drukarni („Zalew Kultury”), pozostałe o wysokim nakładzie drukowane są w większych miastach („Rybnik po Godzinach” – Kraków; „Nowiny Wodzisławskie” – Opole). „Zalew Kultury” to jedyna gazeta ukazująca się w formacie B-5, wszystkie pozostałe wydawane są w formacie zbliżonym do A-3. Na łamach prasy prywatnej pojawia się znacznie więcej koloru niż w wydawnictwach samorządowych, wiele gazet, poza okładką także ogłoszenia reklamowe drukuje w kolorze („Tygodnik Rybnicki”), niektóre całe ukazują się w wersji kolorowej („Rybnik po Godzinach”). Środki finansowe pochodzą ze sprzedaży oraz z ogłoszeń reklamowych zamieszczanych na łamach periodyków. Czytelnicy kontaktują się z dziennikarzami – uczestniczą w konkursach organizowanych przez redakcję, odwiedzają redakcje, ale znacznie częściej korzystają z poczty elektronicznej i telefonów, które zapewniają anonimowość.

Ciekawym zjawiskiem na rybnickim rynku prasowym było pojawienie się w krótkim okresie dwóch tygodników o zbliżonym charakterze tematycznym i szacie graficznej. Były to: „Tygodnik Rybnicki” (14 XI 2006r.) i „Rybnik po Godzinach” (13 IV 2007r.). Oba periodyki zastosowały ten sam chwyt marketingowy związany z ukazaniem się pierwszego numeru, mianowicie wydrukowano 50 tys. egzemplarzy i bezpłatnie rozdano potencjalnym czytelnikom (tygodnik „Rybnik po Godzinach” miał dwa pierwsze numery bezpłatne). Z tym, że redakcja „Tygodnika Rybnickiego” wykorzystwała w tym celu usługi pocztowe. Aktualnie korzystają z oferty firm kolportażowych (np. Inmedio) oraz prowadzą własny kolportaż, np. sprzedaż od ręki („Rybnik Po Godzinach”). Tygodniki istnieją krótko, dlatego ich nakład stale się waha, reagując na potrzeby rynku. Aktualnie „Rybnik po Godzinach” utrzymuje nakład w granicach 10-20 tys. egzemplarzy, a „Tygodnik Rybnicki” około 5 tys.

Kolejne podobieństwo związane jest ze składem osobowym redakcji, który w obu wypadkach składa się z osób posiadających doświadczenie dziennikarskie (rekrutowano pracowników „Nowin”, „Dziennika Zachodniego”, „Zalewu Kultury”). Przesłanki stworzenia gazety były inne, powstanie „Tygodnika Rybnickiego” to reakcja na wyniki przeprowadzonych na zlecenie wydawnictwa „Nowiny” badań rynku, a dziennikarze pracujący wcześniej w innych jednostkach wydawnictwa zostali przekierowani do prowadzenia nowo utworzonego tygodnika. „Rybnik po Godzinach” „wszedł” na rynek w sposób bardziej spontaniczny – pojawiła się osoba z kapitałem, która chciała zainwestować w tego typu przedsięwzięcie oraz dwójka doświadczonych dziennikarzy, którzy stworzyli podwaliny pod przyszłą redakcję. Na zainteresowanie zasługuje inicjatywa określana mianem „Mała Szkoła Dziennikarstwa” – dziennikarze szkolą młodych ludzi, głównie uczniów szkół średnich w praktycznej nauce zawodu. Młodzież uczy się szybko i podejmuje współpracę z różnymi lokalnymi inicjatywami wydawniczymi. „Mała Szkoła Dziennikarstwa” to sposób redakcji „Rybnika po Godzinach” na przygotowanie młodej kadry, która w razie potrzeby może zasilić szeregi redakcji. Z myślą o „młodych dziennikarzach” dwie strony gazety – tzw. „Hyde Park” – przeznaczono na ich twórczość.

Dziennikarze koncentrują się na bieżących wydarzeniach z życia Rybnika i jego okolic. Tematycznie tygodniki skupiają się na szeroko pojętych sprawach społecznych i rozrywce. Czytelnicy zwracają się z prośbami o interwencję lub objęcie patronatu nad organizowaną uroczystością. Inną formą kontaktu są felietony pisane przez mieszkańców i publikowane na łamach „Tygodnika Rybnickiego”. Cena zakupu jednego egzemplarza tygodnika i dostępność w wersji internetowej, to kolejne cechy wspólne dla „Rybnika po Godzinach” i „Tygodnika Rybnickiego”.

Zupełnie inny charakter ma miesięcznik „Zalew Kultury”, którego redakcja w stu procentach koncentruje się na treściach kulturalno - społecznych. Właścicielem periodyku jest Fundacja Elektrowni Rybnik, która bierze czynny udział w życiu publicznym powiatu rybnickiego. „Zalew Kultury” jest „spadkobiercą” ukazującego się wcześniej magazynu „Plama”. Pierwszy, a w zasadzie zerowy numer periodyku określonego wówczas mianem „Rybnickiego Magazynu Kulturalno-Społecznego”, pojawił się na rynku w czerwcu 2005 roku. Obecny tytuł powstał w drodze konkursu na nową nazwę ogłoszonego przez redakcję. Redakcję tworzą studenci miejscowej uczelni o humanistycznym charakterze, których wkład w realizację przedsięwzięcia nie wiąże się z korzyściami materialnymi. „Zalew Kultury” to kuźnia dla przyszłych dziennikarzy oraz miejsce, gdzie miejscowi artyści mogą zaistnieć w lokalnej społeczności. Całość zawartości można podzielić na kilka działów: muzyka, teatr, film, sport i turystyka, psychologia, ulubione miejsca spotkań młodzieży, wydarzenia kulturalne itd. Na łamach „Zalewu Kultury” pojawiają się zróżnicowane formy dziennikarskiej twórczości: felietony, wywiady, reportaże, konkursy i ankiety dla czytelników.

PRASA KOŚCIELNA

„Mówi się, że kolumny gazet, mikrofony radiowe i telewizyjne kamery są amboną, z której współczesne społeczeństwo czerpie wiele dla swych moralnych i duchowych postaw. Jeśli to prawda, sprawą doniosłej wagi staje się to, aby Kościół nie tylko uczestniczył w formułowaniu zasad filozofii życia społecznego, (...) ale również aby zaznaczył swoją bezpośrednią obecność na owej ambonie. Pojawiając się na niej z własnymi gazetami i czasopismami, z własnymi stacjami i programami radiowo-telewizyjnymi, z własnym głosem. (...) Jest zatem rzeczą konieczną, aby Kościół nie tylko starał się o uznanie zdrowych wartości moralnych i duchowych przez prasę, kino, radio i telewizję, ale by bezpośrednio głosił Ewangelię przy pomocy nowoczesnych środków przekazu”¹⁸.

Cytowane słowa Jana Pawła II najpełniej oddają stanowisko Kościoła katolickiego wobec środków społecznego przekazu. Głównym obszarem działalności prasy wyznaniowej jest parafia (w szczególnych przypadkach dekanat), dlatego dla jej określenia badacze najczęściej posługują się terminem **prasa parafialna**. Stosując kryteria zasięgu przestrzennego i zawartości, można sklasyfikować prasę parafialną i wyróżnić kilka typów:

18 K. Pokora-Ignatowicz, *Kościół w świecie mediów*, Kraków 2002, s. 136 i n.

1. Pisma parafialne w dosłownym tego słowa znaczeniu. To pisma kolportowane wyłącznie na obszarze wspólnoty parafialnej w formie sprzedaży lub rozdawnictwa przykościelnego. Nakład dostosowuje się do liczebności parafii. Redaktorami są parafianie działający pod kierunkiem swoich duszpasterzy.
2. Pisma dekanalne. Zasięg oddziaływania jest większy niż w przypadku pierwszego typu. Czasami redaguje się specjalne wkładki przeznaczone dla poszczególnych parafii z informacjami, które bezpośrednio im poświęcono. Wydawaniem zajmuje się ta parafia, która ma do tego odpowiednie warunki, zaś finansowanie na ogół jest wspólne.
3. Pisma rejonowo - mikroregionalne. Tego rodzaju prasy jest mało, ma szerszą formułę, wydawnictwem zajmuje się jedna parafia lub kilka sąsiadujących ze sobą. Funkcjonują na obszarach mikroregionów o utrwalonej tożsamości historycznej oraz w średnich i dużych aglomeracjach. Zakres tematyczny obejmuje życie dekanatów i parafii oraz treści ogólnoreligijne. Pojawiają się w nich wkładki drukowane dla poszczególnych parafii lub dekanatów¹⁹.

Analizę prasy parafialnej ukazującej się na obszarze Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej przeprowadzono w oparciu o cztery główne dekanaty: Rybnik, Wodzisław Śląski, Jastrzębie Zdrój i Żory, obejmujące łącznie 44 parafie. Większość parafii (70%) wydaje gazetki parafialne, ponad 50% parafii badanego obszaru posiada własne strony internetowe, na których prezentują elektroniczne wersje gazetki. Redagowaniem prasy katolickiej o lokalnym zasięgu zajmują się głównie ludzie młodzi zrzeszeni w duszpasterstwie młodych, traktujący to jako formę wolontariatu i swoistą ideową misję. Styl wypowiedzi jest często wzniosły i patetyczny. Prasa tego typu skupia się na tematyce związanej z pracą duszpasterzy, ważnymi wydarzeniami w życiu wspólnoty parafialnej czy historią lokalnego kościoła. Redaktorami naczelnymi są księża pracujący w kościołach wspierani przez osoby świeckie. Pojawiają się również parafie, np. św. Katarzyny w Jastrzębiu Zdroju, w których redagowaniem zajmują się niemal w całości parafianie. W niektórych gazetkach parafialnych można odnaleźć odniesienia do aktualnych wydarzeń politycznych, gospodarczych i społecznych oraz rozważania nad treścią modlitwy czy fragmentem Ewangelii.

Dominujące zagadnienia pozwalają podzielić pisma na trzy typy:

1. *Pisma religijno-ewangelizacyjne*, w których „królują” tematy wiary, moralności chrześcijańskiej i życia kościelnego. Ważne miejsce zajmują szeroko pojęte bieżące informacje parafialne (relacje z uroczystości i ogłoszenia parafialne).
2. *Pisma religijno-społeczne*. Mają charakter problemowy, podejmują próby publicystycznego spojrzenia na różne sprawy i zagadnienia oraz ambicję wpływania na opinię publiczną. Proponują szersze spojrzenie, dlatego wykraczają poza sprawy o zasięgu lokalnym.
3. *Pisma quasi-parafialne*. Współwydawcami są instytucje świeckie mimo

¹⁹ S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania...*, s. 201-202.

dominującej tematyki religijnej (pisma samorządowo-parafialne, prywatno-kościelne, zakładowo-parafialne). W tej grupie mieszczą się również gazety mające charakter bardziej uniwersalny, tworzone przez ruchy katolickie, zakony, ośrodki charytatywne, uczniów seminariów duchownych²⁰.

Prasa parafialna Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej ukazuje się z różną częstotliwością: tygodniki stanowią 48% (np. „Izydor”, „Liturgia Tygodnia”); dwutygodniki 13% („Spod Zawadzkiego Krzyża”, „Źródło”); miesięczniki 32% („Magnificat”, „Dobra Nowina”); kwartalniki 7% („Nasza Nowa Wspólnota”, „Królowa Karmelu”). W okresie wakacyjnym niektóre gazetki zmieniają częstotliwość ukazywania się, np. „Speas” wydawany jest jako dwumiesięcznik, a „Głos Serca” z tygodnika staje się miesięcznikiem. Zmienia się również nakład, wzrasta w okresie świąt, a spada w czasie wakacji.

Tabela 3: Klasyfikacja prasy parafialnej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej

TYTUŁY NAWIAZUJĄCE DO NAZWY PARAFII			
Bazylika Św. Antoniego z Padwy „GŁOS ŚW. ANTONIEGO”	Matki Boskiej Wszecpośredniczki Łask i Św. Antoniego z Padwy	Matki Boskiej Szkaplerznej i Św. Piusa X „KRÓLOWA KARMELU”	Herberta Biskupa „HERBERT”
Św. Józefa Robotnika „FRANCISZKAŃSKI JÓZEF”	Podwyższenia Krzyża Świętego „SPOD ZAWADZKIEGO KRZYŻA”	Św. Izydora „IZYDOR”	Św. Józefa Robotnika „PROMIEN ŚWIĘTEGO JÓZEFA”
Niepokalanego Serca NMP „SERCE NIEPOKALANEJ”	Matki Bożej Różańcowej „POŚLANIEC KRÓLOWEJ RÓŻAŃCA”	Najświętszego Serca Pana Jezusa „GŁOS SERCA”	Św. Apostołów Piotra i Pawła „APOSTOŁ”
Podwyższenia Krzyża Świętego „BLASK KRZYŻA”			
TYTUŁY WSKAZUJĄCE NA INFORMACYJNY CHARAKTER GAZETKI			
Królowej Apostołów „KRÓLOWA APOSTOŁÓW. INFORMATOR PARAFII KRÓLOWEJ APOSTOŁÓW”	Najświętszej Maryi Panny Matki Sprawiedliwości i Miłości Społecznej „WIADOMOŚCI PARAFIALNE”		Niepokalanego Serca Najświętszej Maryi Panny „WIEŚCI PARAFIALNE”
TYTUŁY ŁACIŃSKIE			
Wniebowzięcia NMP „MAGNIFICAT”	Św. Katarzyny „SPEAS”		Miłosierdzia Bożego „VITA NOSTRA”
POZOSTAŁE NIESKLASYFIKOWANE TYTUŁY			
Sanktuarium Św. Teresy od Dzieciątka Jezus „W SERCU KOŚCIOŁA”	Świętej Marii Magdaleny „ŹRÓDEŁKO”	(Pw.) Świętych Apostołów Filipa i Jakuba „CHODŹ ZE MNĄ”	Matki Boskiej Częstochowskiej „LITURGIA TYGODNIA”

20 S. Michalczyk, ibidem, s. 202-203.

Św. Jadwigi Śląskiej „NASZA NOWA WSPÓLNOTA”	Św. Stanisława Biskupa i Męczennika „GŁOS”	Św. Stanisława i Męczennika „DOBRA NOWINA”	NMP Matki Kościoła „JEDNOŚĆ”
Św. Brata Alberta „BĄDŹ DOBRY JAK CHLEB”	Św. Barbary i Św. Józefa „PRZYJAŹŃ”	Św. Brata Alberta „BYĆ DOBRYM JAK CHLEB”	Św. Jerzego „WIESIADNIK”

Źródło: Koncepcja własna na podstawie zebranych materiałów.

Niektóre gazetki pojawiły się z inicjatywy kleru („Przyjaźń”), inne narodziły się na wniosek parafian („Speas”). Wybór tytułu dla gazetek odbywał się dwoma sposobami. Ogłaszano konkurs na nazwę („Przyjaźń”, „Speas”) lub był to wynik odgórnego decyzji zespołu redakcyjnego („Vita Nostra”, „Głos Serca”). Na badanym obszarze pojawiają się gazetki wydawane nawet od 25 lat („Liturgia Tygodnia”), jednakże większość powstała w latach 90-ych – około 60 %, pozostałe 40 % to inicjatywa podjęta po roku 2000.

Okolo 40% gazetek parafialnych Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej nie ma ustalonej ceny pojedynczego egzemplarza, a czytelnicy nabywają je za tzw. ofiarę (np. „Izydor”, „Serce Niepokalanej”). Niektóre parafie (około 10%) stosują bezpłatne rozdawnictwo („Głos Świętego Antoniego”, „Franciszkański Józef”), pozostałe są odpłatne, a ceny oscylują w granicach od 0,50 gr („Jedność”) do 3 zł („Nasza Nowa Wspólnota”). Nakład jest bardzo zróżnicowany: **1.** 100 do 200 egzemplarzy – 23% („Wieści Parafialne”), są to głównie tygodniki o charakterze ściśle informacyjnym i prostej szacie graficznej; **2.** 200 do 300 egzemplarzy – 28% („Serce Niepokalanej”), w tej grupie również dominują tygodniki; **3.** 300 do 400 egzemplarzy – 15% („U Wszechpośredniczki”); **4.** 400 do 500 egzemplarzy – 15% („Speas”); **5.** 500 do 600 egzemplarzy – niecałe 4% („Franciszkański Józef”); **6.** powyżej 600 egzemplarzy – 15% („W Sercu Kościoła”). Większość periodyków wychodzi w formacie A-4 („W Sercu Kościoła”, „Przyjaźń”), niektóre mają format A-5 („Błask Krzyża”, „Głos Serca”). Szata graficzna tego typu prasy jest bardzo zróżnicowana, pojawiają się proste kserokopie („Królowa Apostołów. Informator Parafii Królowej Apostołów”) oraz gazetki opatrzone kolorową okładką drukowaną na kredowym papierze („Chodź ze Mną”).

Wydawnictwa prasowe wspólnot religijnych Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej pełnią głównie funkcje ewangelizacyjne, informacyjne i integracyjne. Zdecydowana większość ogranicza tematykę publikacji do sfery wyznaniowej. Pojawiają się również informacje zamieszczone na prośbę lokalnych jednostek administracji samorządowej, wykraczające poza tematykę kościelną. Biorąc pod uwagę treści prasy wyznaniowej, wylania się następujący podział: około 24% czasopism informuje o bieżących sprawach ze sfery życia polityczno-społecznego, 60% prezentuje wydarzenia z życia kościoła, a zaledwie 36% gazet przedstawia faktyczne „newsy” (czyli wiadomości dotyczące czasu nieprzekraczającego dwukrotnego okresu częstotliwości)²¹.

²¹ M. Wielek, *Analiza czynników atrakcyjności współczesnej polskiej prasy wyznaniowej*, „Zszyty Prasoznawcze” 2001, nr 3-4, s. 100.

PRASA ŚRODOWISKOWA

Termin **prasa środowiskowa** obejmuje zjawiska prasowe (lub prasopodobne), które treściowo i przestrzennie są związane z miejscem zamieszkania lub pracy (nauki) odbiorców, a przeważnie także wydawców. Wydawnictwa te adresowane są na ogół nie do wszystkich członków danej zbiorowości terytorialnej, lecz do określonych środowisk, które są tworzone przez aktualne usytuowanie społeczne lub zawodowe, mogące mieć charakter względnie trwałe. Poza miejscem zamieszkania i pracy wyznacznikami przynależności do określonych środowisk mogą być zainteresowania, członkostwo w organizacjach społecznych czy odgrywanie lokalnych ról społecznych²². W skład prasy środowiskowej wchodzi: prasa zakładowa, szkolna i akademicka, prasa stowarzyszeń i towarzystw lokalnych, prasa innych podmiotów wydawniczych.

Prasa zakładowa jest zazwyczaj rozpowszechniana nie tylko w konkretnym zakładzie pracy, ale kolportaż rozszerza się na najbliższą okolicę, bo ma szerszą – zakładowo-miejską formułę. Poruszana tematyka wykracza poza wąską problematykę przedsiębiorstwa, obejmując swoim zainteresowaniem ogół spraw społecznych, kulturalnych oraz sportowych terenu, na którym ukazuje się dany tytuł. Prasa zakładowa jest bardzo ważnym środkiem komunikacji między pracownikami a właścicielami czy dyrekcją przedsiębiorstwa. Wydawnictwem pism zakładowych zajmują się głównie te gałęzie przemysłu, które z punktu widzenia gospodarki mają największe znaczenie. Na obszarze Górnego Śląska jest to branża górnicza.

Przedstawicielem lokalnej prasy górniczej na Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej jest bezpłatny miesięcznik „Nowe Sygnały Jastrzębskie”, którego wydawanie w 2004 roku wznowila Jastrzębska Spółka Węglowa. Poza kolorową okładką pozostała część jest czarno-biała. Można w nim odnaleźć relacje z najważniejszych wydarzeń w sektorze z tym, że dotyczą one głównie działalności górniczego establishmentu, wieści z poszczególnych kopalń oraz z życia prostych górników i ich rodzin. Czytelnik może poczytać o ekologii i zdrowiu, wydarzeniach sportowych, rozwiązać krzyżówkę lub sprawdzić horoskop.

Prasa stowarzyszeń i towarzystw lokalnych – przedstawicielem tego typu prasy lokalnej na obszarze Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej jest dwutygodnik „Kluka” wydawany od 1994 roku staraniem Towarzystwa Miłośników Rydułtów. Zasięgiem obejmuje Rydułtowy oraz sąsiednie miejscowości. Przed powołaniem do życia gazety, przeprowadzono badania marketingowe mające na celu sprawdzenie potrzeb „lokalnego rynku czytelniczego”. Redakcja zatrudnia dwie osoby, skład zespołu redagującego uzupełnia grupa 15 współpracowników społecznych. Zysk ze sprzedaży nie pokrywa kosztów produkcji periodyku. Własna sieć dystrybucji obejmuje 87 punktów w mieście Rydułtowy oraz 32 poza jego granicami. Większa część (80%) wydania rozchodzi się w Rydułtowach. Zwroty niezakupionych egzemplarzy to około 10%, w okresie wakacji średni nakład tyśiąca sztuk zostaje zmniejszony. Źródłem finansowania są środki własne pochodzące ze sprzedaży „Kluki” – oraz jak w wypadku innych prywatnych inicjatyw wydawniczych – zyczliwość sponsorów. Towarzystwo ma własną stronę internet-

tową, na której promuje swoją działalność oraz prezentuje „Klukę”. Podejmuje wiele akcji mających na celu autopromocję, wśród których najpopularniejszą są coroczne obchody rocznicy utworzenia „Kluki”, wybory Miss Rydułtów oraz osoby najbardziej zasłużonej dla promocji miasta. Okładka „Kluki” jest kolorowa, druk ma miejsce w profesjonalnej drukarni w Rydułtowach, pozostałą część przygotowuje redakcja. Czytelnicy często kontaktują się z redakcją, szukają pomocy w rozwiązywaniu codziennych kłopotów. „Kluka” ma typowo informacyjny charakter (pojawiają się ogłoszenia lokalnych władz), porusza się wokół zagadnień ściśle związanych z Rydułtówami.

Prasa szkolna, określana mianem wydawnictw prasopodobnych ze względu na prostą technikę graficzno-poligraficzną, jest obok internetu najpopularniejszym środkiem komunikacji w szkołach, ponadto umożliwia młodym fascynom dziennikarstwa samorealizację. Analiza prasy szkolnej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej pozwala na postawienie tezy, iż środowisko młodych szkolnych dziennikarzy podlega procesom specjalizacji i rozwoju. Wynika to z faktu, że w wielu szkołach powstają klasy i kółka dziennikarskie i właśnie tam gazetki szkolne wydawane są bardziej profesjonalnie niż w szkołach, które takiej inicjatywy nie podjęły. Pedagodzy prowadzący zajęcia z zakresu dziennikarstwa lub opiekujący się redakcją szkolnego magazynu organizują swoim podopiecznym spotkania z zawodowymi dziennikarzami mediów regionalnych i lokalnych, np. „Dziennika Zachodniego” czy „Nowin”. Dodatkowo potrzebę samodoskonalenia wzmacniają organizowane konkursy na najlepsze gazetki szkolne o zasięgu krajowym, wojewódzkim czy powiatowym, mobilizując twórców szkolnej prasy do stałego podnoszenia poziomu swojego warsztatu. Jedną z takich inicjatyw jest program „Junior Newsweek”, organizowany przez ogólnokrajowe wydawnictwo „Newsweek” skierowany do młodzieży gimnazjalnej i ponadgimnazjalnej, która interesuje się dziennikarstwem oraz redaguje lub zamierza redagować własną szkolną gazetkę.

Kurator Oświaty objął patronat nad Wojewódzkim Przeglądem Pism Uczniowskich „Szpalta”, innymi dużymi konkursami są: Przegląd Czasopism Uczniowskich Szkół Stowarzyszonych SASP, Ogólnopolski Konkurs Gazetek „Forum Pismaków” czy Ogólnopolski Konkurs Gazetek Szkolnych „Pałuckie Pióro”. Ponadto szkolni twórcy prasy mogą rywalizować w wielu konkursach o charakterze regionalnym i sublokalnym: „Małe Próby Dziennikarskie”, „Gęsie Pióro”, „Miejski Przegląd Gazetek Szkolnych w Jastrzębiu”, „Regionalny Konkurs Gazetek Szkolnych Rydułtowy – Rybnik – Żory”.

Przeprowadzone analizy objęły 25 losowo wybranych gazetek szkolnych ukazujących się w szkołach Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej. W większości placówek oświatowych regionu można odnaleźć prasę szkolną, ponadto coraz częściej mają one swoje internetowe odpowiedniki, np. „Miszmasz”, „Pumeks” „Przez Dziurkę od Klucza”. W ramach szkół istnieją cztery podmioty wydawnicze: uczniowie działający pod opieką nauczyciela („Mądralla”), samorządy uczniowskie („Agent G4”), zespoły pedagogiczno-uczniowskie („Espiak”), rady rodziców. Dodatkową formą wydawniczą jest „Interlekcja” – pismo metodyczno-informacyjne dla nauczycieli jastrzębskich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych, wydawane pod patronatem Wydziału Edukacji Urzędu Miasta Jastrzębie Zdrój. Podstawowym celem gazety jest dostarczanie informacji środowisku nauczycie-

li, ponadto pedagodzy publikują na łamach „Interlekcji”, co wykorzystują do zawodowego awansu. Magazyn ukazuje się od 2006 roku w formacie A-4, ma prostą szatę graficzną (kserografia), jest bezpłatny. Informacji na linii szkoła – rodzice dostarczają głównie tradycyjne spotkania „face to face”, rozmowy telefoniczne, strony internetowe i inicjatywy wydawnicze, takie jak „Czasopismo dla Rodziców” redagowane przez nauczycieli SP nr 4 w Jastrzębiu Zdroju. Analiza tytułów gazetek szkolnych Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej pozwala na wyłonienie trzech grup:

1. Grupa gazetek nawiązujących tytułem do typu, nazwy lub numeru szkoły: „W Skali 1:SP 10” SP nr 10 Jastrzębie Zdrój; „Ósemka” SP nr 8 Wodzisław Śląski; „Z życia 184ki” SP nr 18 Rybnik; „Copernicus” SP nr 5 Rybnik; „Gimzeta” Gimnazjum nr 3 Żory; „2. Zmysł” Gimnazjum nr 2 Leszczyny; „Agent G4” Gimnazjum nr 4 Czerwionka-Leszczyny; „Przystanek 7” Gimnazjum nr 7 Rybnik.
2. Grupa gazetek, których tytuł wyraźnie wskazuje na ich szkolny charakter: „Szkolaczek” SP Książenice; „Kurier Szkolny” SP nr 8 Czerwionka-Leszczyny; „Wieści Szkolne” SP 1 Pszów; „Kujon” Gimnazjum nr 4 Żory; „Szkolny Banal” SP nr 22 Rybnik; „Kajet” Gimnazjum nr 10 Jastrzębie Zdrój; „Pod Szkolną Ławką” SP nr 3 Żory.
3. Grupa gazetek, których tytuł zazwyczaj jest wynikiem twórczej inwencji założycieli i nie ma typowo szkolnych wyznaczników: „Tabasco” ZS im. 14 Pułku Powstańców Śląskich w Wodzisławiu Śląskim; „Kieszon” Gimnazjum nr 2 w Wodzisławiu Śląskim; „Przez Dziurkę od Klucza” SP nr 1 Czerwionka-Leszczyny; „Mądralla” SP Świerklany Górne; „Siema” SP Świerklany Dolne; „Espiak” SP nr 19 Jastrzębie Zdrój; „Pumeks” ZS nr 6 Jastrzębie Zdrój; „Eureka” ZS nr 1²³.

Większość prasy szkolnej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej (68%) to miesięczniki („Pumeks”), 20% stanowią dwumiesięczniki („Kujon”), 8% kwartalniki („Szkolne Wieści”), a 4% ukazuje się nieregularnie („Tabasco”). Dominujący format w tego typu prasie to A-4, zaledwie 20% ma format A-5. Prawie wszystkie analizowane gazety (wyjątki: „Tabasco”, „Pumeks”, „Miszmasz” i „Przystanek 7”) są czarno-białe, niektóre z nich mają tylko kolorowe akcenty, np. „Espiak”. Zdecydowana większość wydawana jest techniką powielaczową (kserograficzną). Czytelnicy nabywają gazetki odpłatnie, cena jednego egzemplarza kształtuje się od 0,50 gr („Przez Dziurkę od Klucza”) do 2 zł („W Skali 1:SP 10”). Zdecydowana większość redakcji sprzedaje swoją gazetę za symboliczną złotówkę („Siema”).

Ponad 70% badanych gazetek szkolnych powstało po 2000 roku, np. „Na-sza Buda”. Istnieją również szkoły wydające gazetki od wielu lat. Wśród nich jest Szkoła Podstawowa w Świerklanach Górnych, w której wydawanie od 10 lat gazetki „Mądralla” można już potraktować jako tradycję. Gazetki mają stopki redakcyjne, co podkreśla rosnący profesjonalizm. Nakład prasy szkolnej Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej jest zróżnicowany, wynosi od 20 egzemplarzy („Gim-

23 Wykaz obejmuje wybrane tytuły gazetek szkolnych ukazujących się na obszarze Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej.

press”), przez 60 egzemplarzy („Przystanek 7”), 80 egzemplarzy („Gazeta”), aż do 100 egzemplarzy („Pumeks”). Analiza zawartości prasy szkolnej potwierdza jej informacyjno-integracyjny charakter, gdyż największą część zadrukowanej powierzchni zajmują treści informujące o tym, co aktualnie w życiu danej jednostki oświatowej jest najważniejsze. Ponadto prasa szkolna to doskonale miejsce rozwijania i uzewnętrzniania różnych talentów, poprzez np. Klub Młodego Literata w gazetce „Copernicus” lub „Kącik Poetycki” w „Podszeptankach”. Systematycznie pojawiają się w szkolnej prasie elementy rozrywkowe, np. horoskopy („Gazeta”), krzyżówki („Gimwizjer”), dowcipy („W Skali 1:SP 10”), zadania matematyczne („Miszmasz”) czy pozdrowienia, gdzie na łamach prasy młodzież przesyła sobie tzw. serdeczności („Mađralla”). Dzięki pojawiającym się wywiadam z pracownikami szkoły, uczniowie bliżej poznają ludzi, z którymi niemal codziennie mają kontakt. Zamieszczane recenzje książkowe czy filmowe podpowiadają młodym ludziom, czym warto się zainteresować. Na tzw. szkolnym rynku prasowym zaistniały gazety, które można określić mianem „perełek” w swojej kategorii, gdyż poza stricte informacyjnymi treściami poruszają ważne kwestie społeczne, np. naloży, seksizm, wiara („Pumeks”).

„Kampus – Rybnickie Pismo Akademickie” redagują studenci uczelni wyższych działających w Rybniku, pragnący stworzyć przestrzeń informacyjną dla lokalnej społeczności żaków. Miesięcznik istnieje od 2006 roku, jest bezpłatny, osiąga nakład 500 egzemplarzy, który ulega rozdysponowaniu głównie poprzez dziekanaty lokalnych rybnickich uczelni. Ponadto istnieje możliwość skorzystania z internetowej wersji „Kampusu”. Gazeta jest w całości finansowana ze środków zespołu wyższych uczelni rybnickiego kampusu. Skład redakcji zmienia się, odchodzących z murów uczelni studentów zastępują osoby, które rozpoczynają życie w społeczności żaków. Pierwszy, a w zasadzie zerowy numer, miał tylko wersję elektroniczną, aktualnie gazeta ukazuje się drukiem w formacie A4 i ma bogatą szatę graficzną. Studenci redagujący pismo nie ograniczają się do promowania środowiska akademickiego i wykraczają poza działania stricte informacyjne, poruszając problemy nurtujące całe społeczeństwo, zmuszając czytelnika do refleksji i polemiki.

Do grupy prasy środowiskowej zaliczamy również tzw. **prasę innych podmiotów wydawniczych**, czyli periodyki wydawane przez lokalne ogniwa partii politycznych. Mają one charakter wewnętrzny lub są skierowane do sympatyków, albo ogólnie do miejscowej ludności. W zasadzie lokalne ogniwa partyjne działają na polu wydawniczym najbardziej aktywnie i pręźnie w okresie bezpośrednio poprzedzającym wybory. Wówczas powstają specjalne biuletyny agitacyjno-propagandowe finansowane ze składek członkowskich, np. ukazujący się w Jastrzębiu Zdroju „Biuletyn Ligi Miejskiej”, w którym kandydaci na radnych centroprawicowej partii prezentowali swoje wyborcze programy. Podobny charakter miała gazetka „Razem dla Rybnika” wydawana przez Platformę Obywatelską w Rybniku podczas ostatniej kampanii wyborczej do władz samorządowych. Swoją obecność w lokalnej społeczności starają się zaznaczać miejscowi parlamentarzyści, wykorzystując w tym celu własne periodyki (np. „Kronika” senatora z Rybnika czy „Podpora” powstała z Jastrzębia Zdroju). Prezentują działalność prowadzoną na rzecz swoich wyborców oraz indywidualne spojrzenie na problemy aktualnie nurtujące opinię

publiczną. Wydawnictwa tego rodzaju mają ubogą szatę graficzną, są jednak bezpłatne i mają duży nakład, co umożliwia dotarcie do szerokiego grona potencjalnych zwolenników. Realizują więc swoją podstawową funkcję informacyjno-propagandową oraz stanowią doskonałą „arenę” politycznej polemiki z opozycją. Część z nich zawiesza swoją działalność bezpośrednio po wyborach, po czterech latach „podnoszą się z upadku” na okres kolejnej kampanii wyborczej.

Na lokalnym rynku prasowym Ziemi Rybnicko-Wodzisławskiej zagościły trzy pisma o charakterze politycznym: „Głos Wspólnoty Subregionu” (Czerwionka-Leszczyny), „Jaskółka Śląska” i „Pszowik”. Pierwsza z nich to miesięcznik wydawany staraniem lokalnego ugrupowania politycznego, natomiast drugi z wymienionych to miesięcznik Ruchu Autonomii Śląska. Wydawcą miesięcznika „Pszowik” jest lokalne Stowarzyszenie „Praworządność i Rozwój”, dla którego gazeta jest swoistym forum „dyskusji” z opozycyjnymi ugrupowaniami działającymi na terenie Pszowa. „Jaskółka Śląska” ukazuje się od 1991 roku i osiąga nakład 3 tys. sztuk. Zasięgiem obejmuje obszar Śląska, dociera nawet do sympatyków ruchu mieszkających poza granicami kraju. Gazety mają kilka cech wspólnych: źródło finansowania, czyli głównie składki członkowskie, możliwość skorzystania z wersji elektronicznej, kolorową szatę graficzną oraz społeczny charakter działania redakcji. „Głos Wspólnoty Subregionu” pojawił się w 2004 roku, ze względu na bezpłatny charakter ma wysoki nakład (7100 egzemplarzy). Członkowie ugrupowania rozdają gazetkę mieszkańcom okolicy, co umożliwia im zasygnalizowanie swojej obecności na lokalnej scenie politycznej.

Przeprowadzane analizy wskazują, że prasa lokalna pozostanie najbardziej dynamicznie rozwijającym się sektorem rynku mediów lokalnych mimo postępu i rozwoju mediów elektronicznych.

SUMMARY

A market of so-called telematics media is growing in strength - will the development of this sphere of the human activity cause the fall in popularity of printed media? The opinions of experts on this subject in this field are divided, the time will show where the truth lies. Observations of the local press market of the Rybnik-Wodzislaw Region give the base for putting the thesis forward that in spite of the revolution of the media market, traditional media aren't losing on the popularity. In the last years we are observing the „birth” of next newspapers of the local reach, which are supposed to fill the gap on the local publishing market. The information in the 21st century gained features of a good product, with a great demand. New press titles are publishers replay for results of a market research, which show that information needs of potential recipients weren't fulfilled.

A local press appearing on the Rybnik-Wodzislaw Region is a subject of the article. The starting point is to establish basic terminology for example the local press published by local governments, private publishers, churches, work places, schools and political parties. According to this classification a division of the local press newspapers published on the Rybnik-Wodzislaw Region were presented. They made detailed characterizations taking such elements into consideration like e.g. the reach, the circulation, the frequency of appearing, the date of the newspapers uprising, the publisher, distribution, the format, the layout of the newspaper. The author relied on independent comparative analyses which became the base for generalizations, at the same time they enabled to portray the specificity of the various newspapers.

On the basis of observation of the Rybnik-Wodzislaw Region press market it is possible to conclude that at the moment on the local market old and new media are able to coexist, many publishers are using the Internet for introducing to recipients its press proposals, moreover, electronic media enable the contact with readers and quicknesses to respond to their needs.

KEY WORDS: local press; Rybnik-Wodzisław Region; local press published by local governments, private publishers (independent press), churches, work places, schools and political parties.