

Jolanta Dzierżyńska

Częstochowskie mutacje "Trybuny Śląskiej" i "Dziennika Zachodniego"

Rocznik Prasoznawczy 3, 59-74

2009

Artykuł został 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.

Częstochowskie mutacje „Trybuny Śląskiej” i „Dziennika Zachodniego”

STRESZCZENIE

Przedmiotem artykułu są częstochowskie mutacje „Trybuny Śląskiej” i „Dziennika Zachodniego”. Mutowanie gazet śląskich dla obszaru powiatu, a następnie województwa częstochowskiego rozpoczęło już w epoce PRL-u. Gazety te, choć popularne na południu tego regionu, naturalnie ciężącego do Śląska, cieszyły się umiarkowanym czytelnictwem w samej Częstochowie. Sytuacja ta nie uległa istotnej zmianie także po 1989 r., choć zaczęto rozwijać system mutacji i wydań gminnych. Kolejne przekształcenia badanych tytułów nie powstrzymały spadku ich czytelnictwa. Można nawet stwierdzić, że blisko 20 lat funkcjonowania wolego rynku doprowadziło do istotnego zawężenia oferty dzienników lokalnych. Odwrót od lokalności to nie tylko malejąca oferta dzienników. Następuje ponadto ograniczenie lokalnego charakteru mutacji gazet regionalnych. Zjawisko to przybiera formę ograniczenia liczby kolumn lokalnych, ujednolicenia ich szaty graficznej, uniformizacji form kontaktów z czytelnikami i akcji promocyjnych, a nade wszystko upodabniania upowszechnianych treści.

SŁOWA KLUCZOWE: prasa regionalna i lokalna, Częstochowa.

Po 1989 r. prasa lokalna przeszła istotną metamorfozę. Początkowo nowe demokratyczne warunki ustrojowe, znaczna liberalizacja systemu prawnego i wzrost aktywności obywatelskiej społeczności lokalnych sprzyjały gwałtownemu rozwojowi tego segmentu prasy. W początkach lat dziewięćdziesiątych widoczny był niemal lawinowy rozwój pism lokalnych. Jak obliczył Włodzimierz Chorążki, od 1989 do 2005 roku ukazało się ok. 6 tys. nowych tytułów prasy lokalnej¹. Podobnie wysoką dynamikę rozwoju odnotowały regionalne i lokalne dzienniki, których – tylko w latach 90. – wprowadzono na rynek ok. pięćdziesięciu².

Poszerzeniu oferty prasy lokalnej sprzyjało też uruchamianie mutacji dzienników ogólnopolskich i regionalnych. Niekwestionowanym liderem tego seg-

1 W. Chorążki, *Sytuacja mediów lokalnych w Polsce w III kwartale 2005 roku*, [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia, teoria, zjawiska*, Kraków 2007, s. 89

2 R. Filas, *Czytelnictwo prasy u progu roku 2000*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000, nr 1–2, s. 213.

mentu prasy jest obecnie „Gazeta Wyborcza” (wydaje 20 mutacji), ale w różnych okresach rywalizowały z nią, niekiedy skutecznie, niemal wszystkie dzienniki ogólnopolskie i niektóre dzienniki regionalne.

Z biegiem czasu – w wyniku obiektywnych zjawisk specjalizacji i koncentracji – oferta prasy lokalnej była ograniczana. Dotyczyło to także mutacji, które likwidowano lub pozbawiano redakcyjnej i edytorskiej samodzielności. Zjawisko to zostanie zaprezentowane na przykładzie mutacji gazet śląskich adresowanych dla mieszkańców Częstochowy. Już w tym miejscu wypada zaznaczyć, że także i w tym wypadku po okresie intensywnego rozwoju tych gazet ich znaczenie uległo ograniczeniu.

1. „Trybuna Śląska”

„Trybuna Śląska” – wychodząca wcześniej jako „Trybuna Robotnicza” – mutację częstochowską miała od 1945 roku. Na krótko, w latach 1949–1950, zastąpił ją w Częstochowie inny partyjny dziennik – kieleckie „Słowo Ludu”. „Trybuna Robotnicza” wróciła na lokalny rynek prasowy wraz z włączeniem powiatu częstochowskiego do województwa katowickiego³.

W latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych informacje częstochowskie zamieszczano na wspólnej kolumnie przeznaczonych także dla Zagłębia Dąbrowskiego i Sosnowca. Wraz z utworzeniem województwa częstochowskiego w 1975 r. wiadomości z regionu częstochowskiego zyskały w wydaniach wtorkowych i czwartkowych osobną kolumnę. Trzeba jednak zauważyć, że każde ważniejsze wydarzenie o randze krajowej, a także dotyczące Górnego Śląska sprawiało, że rezygnowano z drukowania kolumn z winiętą „Województwo Częstochowskie”. Informacje z tego regionu zamieszczano wówczas w rubryce *Z życia województwa*.

Analiza tekstów częstochowskich, które pojawiały się na niemutowanych stronach „Trybuny”, wskazuje, że redakcję centralną interesowały przede wszystkim obrady gremiów partyjnych i decyzje administracji wojewódzkiej. Częstochowski oddział gazety specjalizował się również w tematyce wiejskiej i problemach rolnictwa. Być może właśnie dlatego gazeta czytana była przede wszystkim w wiejskich gminach województwa częstochowskiego, które naturalnie ciążyły do Górnego Śląska.

Tomasz Mielczarek słusznie zauważa: „Trybuna», będąc przede wszystkim gazetą katowicką, nigdy nie była szczególnie zainteresowana publikowaniem materiałów częstochowskich. Mutację traktowano w sposób usługowy, zawsze dając pierwszeństwo materiałom śląskim i zagłębiowskim”⁴.

Przekształcenia własnościowe, które nastąpiły we wrześniu 1991 r.⁵, nie miały wpływu na bardziej przyjazne traktowanie tematyki częstochowskiej na łamach „Trybuny Śląskiej”. Próbę poszerzenia zasięgu oddziaływania poprzez zwiększe-

3 Szerzej na ten temat [w:] T. Mielczarek, *Od „Monitora” do „Gońca Reklamowego”. Dzieje prasy częstochowskiej (1769–1994)*, s. 184.

4 Tamże, s. 185.

5 Komisja Likwidacyjna sprzedała „Trybunę Śląską” spółce Górnośląskie Towarzystwo Prasowe, której udziałowcami było kilkanaście śląskich firm, organizacji społecznych i osób prywatnych. Dość szybko 66,5% udziałów GTP kupił Robert Hersant, posiadający już pakiet kontrolny w innym śląskim tytule – „Dzienniku Zachodnim”.

nie lokalnego wymiaru gazety podjęto dopiero po zmianie głównego udziałowca spółki wydającej „Trybunę Śląską”⁶. Zgodnie z filozofią nowego wydawcy – PNP – postawiono na rozwój lokalnych wydań gazety. Zwiększono zespół częstochowskiego oddziału, a od maja 1996 r. lokalna mutacja zaczęła się ukazywać pod tytułem „Trybuna Śląska Częstochowska”. Informacje częstochowskie zamieszczano na 1. i 2. kolumnie, a cztery razy w tygodniu, od wtorku do piątku, również na wydzielonej stronie z winiętą „Województwo Częstochowskie”. Kolumna ta zawierała także krótki serwis sportowy, informator teled adresowy, repertuar kin i teatrów oraz lokalne ogłoszenia.

Zakres oddziaływania gazety na częstochowskim rynku prasowym próbowano zwiększyć poprzez współpracę i – co warte podkreślenia – za pieniądze samorządów lokalnych. Umowę na wydawanie dodatków samorządowych podpisano z zarządami miast Lubliniec i Częstochowa. Niepowodzeniem zakończyła się natomiast próba wydawania wkładki samorządowej dla Myszkowa⁷.

Efektom tych umów były dwa dodatki samorządowe. Pierwszy z nich nosił tytuł „Nowiny Lublinieckie. Tygodnik Samorządu Mieszkańców Miasta Lublińca”. Pismo to wychodziło początkowo jako tygodnik, a później jako dwutygodnik. Dołączano je do sobotnich wydań „Trybuny” od maja 1996 r. do końca 2000 r.

„Gazetę Miejską. Tygodnik Samorządu Mieszkańców Miasta Częstochowy” dodawano do piątkowych wydań gazety od sierpnia 1996 r. do marca 1997 r.⁸. Początkowo był to tygodnik, później zaś miesięcznik. Miasto rozwiązało jednak umowę z wydawcą „Trybuny Śląskiej” przed upływem jej terminu z powodu zastrzeżeń do technicznej strony i merytorycznej zawartości finansowanego przez siebie pisma⁹.

Niezrażony tymi niepowodzeniami wydawca „Trybuny Śląskiej” nadal starał się nadać pismu lokalny charakter. Od maja 1997 roku – posiłkując się hasłem *Bliżej Was* – zwiększył liczbę i częstotliwość mutowania stron lokalnych¹⁰. Rozpoczął też intensywną kampanię promocyjną, zachęcając do prenumeraty gazety i zamieszczania w niej ogłoszeń, organizując konkursy dla czytelników oraz imprezy plenerowe¹¹.

6 Udziały Hersanta w Górnośląskim Towarzystwie Prasowym kupił w 1994 r. Passauer Neue Presse. Pakiet mniejszościowy zachowali nadal dwaj indywidualni udziałowcy: Tadeusz Biedzki (prezes GTW i redaktor naczelny „Trybuny Śląskiej”) i Krzysztof Sędzimir oraz Związek Gmin Górnego Śląska i Północnych Moraw. Polscy właściciele mieli zagwarantowane w umowie szczególne uprawnienia. Decydowali m.in. o kształcie gazety i składzie zarządu spółki.

7 Ukazał się tylko jeden numer „Wiadomości Myszkowskich”, „Trybuna Śląska” nr 212 z 10.09.1996.

8 Górnośląskie Towarzystwo Prasowe wygrało przetarg na wydawanie samorządowego pisma, oferując za przygotowanie i druk jednego numeru 8-stronicowej gazety w formacie A-3 za 4–5 tys. zł. *Obiektywnie nieobiektywna, ale za to spolegliwa*, „Gazeta w Częstochowie” nr 197, 24–25.08.1996.

9 Zastrzeżenia dotyczyły m.in. jakości i doboru zdjęć oraz tematyki zamieszczanych artykułów np. wielokolumnowej relacji z wyborów Miss Częstochowy. *Miasto bez trybuny*, „Gazeta w Częstochowie” nr 62, 14.03.1997.

10 Czterokolumnowa wkładka z winiętą „Trybuna Częstochowska” (podobnie jak „Trybuna Beskidzka”, „Górny Śląsk”, „Trybuna Południowa”, „Trybuna Zagłębia”) ukazywała się od poniedziałku do piątku, a od końca grudnia 1997 roku także w sobotnich wydaniach gazety. Na dwóch stronach zamieszczano informacje lokalne, miejscowe informatory teled adresowe i repertuarowe, program lokalnych rozgłośni radiowych i stacji telewizyjnych. Kolejne dwie kolumny zajmował program ogólnopolskich stacji telewizyjnych i radiowych oraz ogłoszenia.

11 Pod patronatem „Trybuny Śląskiej” odbywały się np. bale sylwestrowe na placach wielu miast, okresowo wprowadzano możliwość zamieszczania ogłoszeń drobnych za darmo, lokalne mutacje zainicjowały plebiscyty na najlepszego sportowca, wydarzenie teatralne roku itp.

Przegląd treści częstochowskich na wspólnych dla wszystkich wydań kolumnach „Trybuny Śląskiej” wskazuje na dość specyficzne ich prezentowanie. Z punktu widzenia wydawcy, dla czytelnika spoza Częstochowy interesujące było w tym mieście tylko to, co osobliwe. Przeważającą część częstochowskich korespondencji stanowiły więc doniesienia o wszelkich niecodziennych zdarzeniach. Codzienne problemy miasta i regionu częstochowskiego przedstawiano zaś w sensacyjnym lub fatalistycznym tonie¹². Pisano np. o zagrożeniu sektami, przestarzałych mammografach, niebezpieczeństwach związanych ze złym stanem dachów i urządzeń kominowych. Z tym złowieszczym obrazem miasta kontrastowały informacje na mutowanych stronach częstochowskich, gdzie dominowały doniesienia o wydarzeniach kulturalnych, nowych punktach gastronomicznych, przebiegu ferii zimowych lub posezonowych obniżkach cen. Harmonogram druku i konieczność wcześniejszego zamykania wydań lokalnych sprawiał, że w tej części gazety brakowało najnowszych informacji i odniesień do bieżących wydarzeń. Szczególnie dotkliwie odczuwane było to w okresie wyborów lub sytuacji kryzysowych. Lokalne informacje z trudem znajdowały eksponowane miejsce na stronach ogólnych „Trybuny Śląskiej”, a kolumny „Trybuny Częstochowskiej” wypełniały w tym czasie nieaktualne treści.

Sprzedaż „Trybuny Śląskiej” w latach 90. w województwie częstochowskim sukcesywnie malała. Jeżeli w 1994 roku średnio rozpowszechniano prawie 14 tys. egzemplarzy tej gazety, to w 1997 r. sprzedaż była mniejsza o 1/3.

Chociaż dziennik wciąż zajmował czwarte miejsce w kraju pod względem sprzedaży egzemplarzowej i mógł poszczycić się pierwszym miejscem pod względem czytelnictwa we własnym regionie rozpowszechniania¹³, jego pozycja słabła na rzecz drugiego śląskiego tytułu – „Dziennika Zachodniego”. Poprzez intensywne rozbudowywanie lokalnych wydań codziennych oraz cotygodniowych dodatków powiatowych „Dziennik Zachodni” wolniej tracił czytelników. Warto przy tym zauważyć, że osiągał przy tym znacznie wyższe wpływy z reklam¹⁴.

Polscy wydawcy, korzystając ze swoich kompetencji decydowania o kształcie gazety, zamierzali zmienić audytorium „Trybuny Śląskiej”. Odnowieniu czytelników służyć miały zmiana tytułu i formuły gazety – zwiększenie ilustracyjności, skrócenie tekstów, uproszczenie języka¹⁵.

1 kwietnia 1999 roku czytelnicy otrzymali nową gazetę zatytułowaną „Dzień”, w formacie A3, o zwiększonej objętości (z 12 do nawet 48 kolumn), z odmiennym układem stron i zmienionej szacie graficznej.

Skala zmian dezorientowała i zniechęciła wielu odbiorców. Dokonano jej bez odpowiedniego przygotowania, lekceważąc wieloletnie przyzwyczajenia au-

12 Informacji o złym stanie kilku budynków komunalnych nadano tytuł *Miasto do remontu*, a notatkę o porządkowaniu miejskich targowisk opatrzone nagłówkiem *Wojna o handel*, „Trybuna Śląska” nr 147 z 26.06.1996, nr 5 z 7.01.1997.

13 Z rankingów, na które powoływała się gazeta, wynikało, że w 1996 r. osiągnęła ona w województwach katowickim, bielskim, częstochowskim i opolskim średnią dzienną sprzedaż na poziomie 221 tys. egz. („Dziennik Zachodni” – 70 tys. egz.). *Lepsi o dwie długości*, „Trybuna Śląska” nr 2, 3.01.1997. W 1997 roku swój zasięg czytelnictwa w czterech województwach gazeta szacowała na 29,3% („Dziennik Zachodni” – 27,9%). Zob. „Trybuna Śląska” nr 103, 4.05.1998.

14 Zdobywaniem reklam do obu tytułów zajmowała się należąca do PNP brokerska firma „Media Tak”. Tadeusz Biecki, redaktor naczelny i współwłaściciel „Trybuny Śląskiej” utrzymywał, że otrzymuje ona z „Media Tak” mniej reklam i że jest to forma nacisku niemieckich właścicieli na polskich udziałowców. *Śląscy rywale*, „Press” nr 6, czerwiec 2000.

15 *Dzień dobry?*, „Press” nr 5, maj 1999.

dytorium¹⁶. W artykule wstępnym redaktor naczelny powoływał się wprawdzie na „tysiące rozmów” z czytelnikami¹⁷, ale pogarszające się wyniki sprzedaży dość szybko udowodniły, że rewolucyjne unowocześnianie gazety i zerwanie z dotychczasowym tytułem to za dużo dla „starych”, a za mało dla nowych odbiorców. W ciągu roku sprzedaż egzemplarzowa „Trybuny Śląskiej – Dzień” spadła o ponad 20%¹⁸. W regionie częstochowskim straty były jeszcze większe. Średnia sprzedaż gazety w styczniu 2000 roku była niższa o 40% niż rok wcześniej¹⁹.

W nowej formule „Trybuny Śląskiej – Dzień” zwiększono liczbę informacji lokalnych z województw wchodzących w obszar jej rozpowszechniania. „Dzień w Częstochowskiem” miał dwie kolumny z winiętą „Wokół nas” z tekstami na temat Częstochowy i województwa częstochowskiego. Problemy lokalne pojawiały się również na niemutowanych stronach gazety m.in. w działach: temat dnia, puls regionu, gospodarka, sport. Nie wpłynęło to w zasadniczy sposób na odbudowanie pozycji tego dziennika w regionie. Nic więc dziwnego, że wraz ze zmianą kierownictwa i współwłaścicieli gazety w końcu 2000 roku²⁰ zrezygnowano z mutowania stron dla Częstochowy, Bielska-Białej, Rybnika, Zagłębia i Opola. Zredukowano zatrudnienie w oddziałach terenowych, pozostawiając tam tylko korespondentów lokalnych. W grudniu 2000 roku powrócono też do dawnego tytułu „Trybuna Śląska”.

Odwrot od lokalności rekompensowano czytelnikom licznymi dodatkami tematycznymi: sportowym „Kibic”, motoryzacyjnym, dla studentów, z programem TV, hobbystycznymi itd. Chociaż usilnie pracowano nad uatrakcyjnieniem markiety i zawartości merytorycznej pisma, to jego sprzedaż egzemplarzowa z roku na rok malała. Coraz częściej pojawiały się więc postulaty połączenia „Trybuny Śląskiej” z „Dziennikiem Zachodnim” należącym do tego samego wydawcy²¹. Dlatego też niewielu zaskoczył fakt, że w marcu 2003 roku utworzono wspólny dla obu tytułów dział marketingu, a następnie w grudniu 2004 roku scalono oba dzienniki, faktycznie likwidując „Trybunę Śląską”.

2. „Dziennik Zachodni”

Ukazujący się od 6 lutego 1945 roku „Dziennik Zachodni” już w marcu tego roku rozpoczął tworzenie zamiejscowych oddziałów w największych miastach Górnego i Dolnego Śląska. Swoją mutację zyskała też Częstochowa. W latach 1945–1949 korespondentem „Dziennika Zachodniego” był Tadeusz Altman. Później, przez 30 lat, rolę tę pełnił Leon Kucharski. W latach 1980–1985 tematyką

16 Z badań prowadzonych przez Zakład Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego wynikało, że czytelnicy na Śląsku są bardzo konserwatywni. 40% badanych opowiadało się nawet przeciwko zmianie formatu „na poręczniejszy”. *Dzień dobry?*, „Press” nr 5, maj 1999.

17 *Drodzy Czytelnicy*, „Dzień”, 1.04.1999.

18 *Śląscy rywale*, „Press” nr 6, czerwiec 2000.

19 Z danych częstochowskiego oddziału Ruch wynika, że w styczniu 1999 r. w tej sieci sprzedawano około 4400 egz. gazety, a w styczniu 2000 roku zaledwie 2600 egz.

20 W październiku 2000 r. polscy współwłaściciele odsprzedali swoje udziały Polskapresse, a miejsce Tadeusza Bieckiego na stanowisku redaktora naczelnego zajął Maciej Siembieda.

21 Wchłonięcie słabszego tytułu przez silniejszy miało już miejsce w innych miastach, w których Polskapresse wydawała dzienniki regionalne: Poznaniu, Łodzi, Wrocławiu.

regionu częstochowskiego w gazecie zajmował się mieszkający w Katowicach Jerzy Machura, a od 1986 r. częstochowianin – Jacek Piersiak²².

Tytuł wydawany przez Spółdzielnię Wydawniczą „Czytelnik” oferował odbiorcom lżejszą formułę i mniej napuszoną publicystykę niż jego największy konkurent „Trybuna Robotnicza”, ale ze względu na politykę ówczesnych władz, nie dorównywał wielkością nakładów organowi KW PZPR w Katowicach. Jego wpływy w subregionie częstochowskim również były mniejsze, ale miał on liczne grono czytelników w południowych regionach województwa częstochowskiego, naturalnie ciążących do Opola i Katowic²³.

Informacje z regionu częstochowskiego zamieszczano 3 razy w tygodniu (we wtorki, środy i czwartki) na ostatniej stronie gazety z winiętą „Częstochowski Dziennik Zachodni”. Bieżące doniesienia znajdowały również miejsce na 1. i 2. kolumnie poświęconej wydarzeniom z kraju i regionu.

W 1989 roku Komisja Likwidacyjna sprzedała „Dziennik Zachodni” Grupie Roberta Hersanta, a w 1994 roku tytuł przejął Passauer Neue Presse²⁴. Wraz ze zmianą wydawcy wzrosło znaczenie oddziałów terenowych „Dziennika Zachodniego”. Najpierw zwiększono – do 4 razy w tygodniu – częstotliwość mutowanych dla poszczególnych regionów stron, a następnie ich liczbę²⁵. Stopniowo rozrastał się również zespół redakcyjny. Jacka Piersiaka początkowo wspierał Tomasz Zaborowicz, a następnie dołączyli do nich kolejni dziennikarze. Profesjonalizacji i rozbudowie ulegał również dział ogłoszeń i reklamy „Dziennika Zachodniego”. Gazeta rozpoczęła intensywne zabiegi mające na celu pozyskanie ogłoszeń drobnych i modułowych.

Od 2 grudnia 1996 roku wiadomości z Częstochowy i województwa częstochowskiego uzyskiwały w „Dzienniku Zachodnim” osobną wkładkę. Opatrzona winiętą „Dziennik Częstochowski” osiem kolumn numerowanych cyframi rzymskimi uzyskiwały też odrębny numer wydania. Bieżące informacje lokalne zamieszczano na pierwszych trzech stronach. Kolejne trzy zawierały teksty przygotowane przez redakcję w Katowicach. W „Dzienniku Częstochowskim” znalazł się dodatkowo informator „Co, gdzie, kiedy” zawierający ważne telefony, dyżury aptek i szpitali w największych miastach województwa częstochowskiego, repertuar kin w regionie, informacje o czynnych aktualnie wystawach oraz program lokalnej telewizji (NTL Radomsko) oraz wybranych regionalnych rozgłośni radiowych (Radio FON i Katolickie Radio Fiat). Na VIII kolumnie zamieszczano lokalne wiadomości sportowe.

Informacje lokalne do wychodzącego od poniedziałku do czwartku dodatku „Dziennik Częstochowski” przygotowywał nieliczny, ale doświadczony zespół dziennikarzy: Elżbieta Piętka, Janusz Pawlikowski, Tomasz Zaborowicz, Violetta Gradek, Krzysztof Suliga (sport), Jacenty Dędek (foto). Za reklamę odpowiedzialne były Cecylia Kowalczyk i Irena Giza. Dyrektorem oddziału „Dziennika Zachodniego” w Częstochowie został Jacek Piersiak.

Miejscowi dziennikarze zamieszczali informacje lokalne również na stronach regionalnych „Dziennika Zachodniego”. W jego głównym wydaniu pojawiały się

22 Por. T. Mielczarek, *Od „Monitora”...*, s. 186.

23 Tamże.

24 *Śląscy rywale*, „Press” nr 6 (53), czerwiec 2000.

25 Od numeru 180 z 18.09.1995 r. dla Częstochowy mutowano 2–3 strony. Informacje z subregionów coraz częściej gościły też na innych stronach gazety.

czasami większe teksty publicystyczne i reportaże ich autorstwa. Trzeba jednak zaznaczyć, że eksponowane miejsce na stronach ogólnych informacje z Częstochofski zyskiwały rzadko. Były to na ogół relacje z uroczystości na Jasnej Górze oraz doniesienia o niezwykłych bądź tragicznych wydarzeniach z regionu częstochofskiego.

Tematyka stron lokalnych w dodatku „Dziennik Częstochofski” była bardziej zróżnicowana. Dziennikarze interesowały sprawy komunalne i decyzje władz miasta. Skrętnie odnotowywali wydarzenia kulturalne oraz imprezy o charakterze sportowo-rekreacyjnym w Częstochofie i regionie. Prezentowali sylwetki osób publicznych oraz tzw. zwykłych obywateli miasta²⁶. Na kolumnach sportowych relacjonowano zarówno profesjonalne zawody sportowe, jak i przedstawiano wyniki rozgrywek w lidze okrękowej czy zawodów szkolnych. Jeżeli dodać do tego sposób przedstawiania informacji – pozbawiony napastliwości i nadmiernego krytycyzmu, nastawiony bardziej na promocję pozytywnych wydarzeń i osiągnięć społeczności regionu – „Dziennik Częstochofski” jawił się na lokalnym rynku prasowym jako gazeta przyjazna czytelnikowi, nieepatująca go nadmiarem sensacji i nierozpolitykowana.

Było to zgodne z ogólną koncepcją lokalnych wydań „Dziennika Zachodniego”. Jego redaktor naczelny Maciej Wojciechofski – powołując się na opinie zbierane wśród czytelników i wnioski płynące z badań prasoznawczych – dowodził, że „ludzie są zmęczeni wielką polityką, przepychankami na górze, nieszczęściami i katastrofami dziejącymi się gdzieś na świecie (...). Dużo bardziej obchodzą ich najprostsze sprawy i zdarzenia rozgrywające się za przysłowiowym płotem”²⁷. Elementem tej koncepcji było również uczynienie ze zwykłych czytelników gazety bohaterów zamieszczanych w niej informacji. „W jakiej innej gazecie regionalnej na naszym terenie, nie wspomnę już o ogólnopolskich, można znaleźć zdjęcie swego sąsiada, pani bibliotekarki z osiedlowej biblioteki czy znajomego listonosza?” – pytał retorycznie Wojciechofski²⁸. „Dziennik Częstochofski” zapełniał więc swoje łamy zdjęciami różnych osób, licząc na to, że kupią one przynajmniej to wydanie gazety, w której jest ich fotografia²⁹.

Batalię o zdobycie czytelników „Dziennik Częstochofski” prowadził również poprzez konkursy z nagrodami i rozdawanie zaproszeń na różne imprezy. W czerwcu 1997 roku uruchomiono nowatorski projekt bezpłatnego kolportażu domowego i promocję prenumeraty gazety³⁰. Rozpoczęto intensywne zabiegi zmierzające do zwiększenia ilości inseratów. „Dziennik Częstochofski” zachę-

26 Służyły temu specjalne, stałe rubryki: „Rozmowa Dziennika Częstochofskiego” oraz „Poznajmy się”, w których – bez szukania specjalnego pretekstu – przedstawiano opatrzone zdjęciem informacje o znanych i mniej znanych mieszkańcach miasta i województwa. Byli wśród nich przedstawiciele lokalnych władz, urzędnicy gminni, ludzie kultury i nauki, miejscowi dziennikarze, ale także maszynista tramwaju, krawcowa czy pracownik techniczny teatru.

27 *Świat i ulica, rozmowa z redaktorem naczelnym „Dziennika Zachodniego” Maciejem Wojciechofskim*, „Dziennik Częstochofski” nr 85, 11.04.1997.

28 Tamże.

29 Celom tym służyło również, znane z innych gazet lokalnych, publikowanie zdjęć maturzystów kończących szkoły, nowożeńców czy kandydatek do tytułu „Miss Dziennika”. „Dziennik Częstochofski”, podobnie jak pozostałe dodatki lokalne „Dziennika Zachodniego”, zamieszczał nawet zdjęcia pierwszoklasistów zaczynających szkołę (specjalne dodatki „Nasza klasa”) oraz nowo narodzonych dzieci (rubryka „Witamy na świecie”).

30 Bezpłatny kolportaż domowy polegał na dostarczaniu „Dziennika Zachodniego” wprost do skrzynek umieszczonych na drzwiach mieszkań w wybranych osiedlach mieszkaniowych w Częstochofie. Korzystający z niego prenumeratorzy mogli dodatkowo wstąpić do „Klubu prenumeratorów”

cał do zamieszczania w nim ogłoszeń drobnych, wprowadzając sezonowe obniżki cen, a nawet kupony na bezpłatne anonse dla osób prywatnych i małych firm. Zaproponował umieszczanie bezpłatnych serdeczności z okazji różnych świąt. Od kwietnia 1997 roku „Dziennik Zachodni” zaczął drukować wspólny dla wszystkich wydań lokalnych dodatek z ogłoszeniami drobnymi „Gratka”. Szybko stał się on największym forum ogłoszeniowym na terenie województw katowickiego, częstochowskiego, bielskiego i opolskiego.

Zabiegi te nie zatrzymały jednak postępującego spadku sprzedaży „Dziennika Zachodniego” w regionie częstochowskim. Średnia sprzedaż gazety w 1994 roku w sieci kolportażowej Ruch wynosiła około 9,5 tys. egzemplarzy. W 1996 roku było to niewiele ponad 7 tys. egz., a w 1997 r. około 6,2 tys. egz. (spadek o 1/3 w stosunku do 1994 roku, a więc około 10% co roku). Zwiększenie lokalnego charakteru „Dziennika Zachodniego” nie zmieniło również sposobu kupowania gazety. Nadal najwięcej nabywców zyskiwało, pozbawione dodatku lokalnego, za to wzbogacone o program telewizyjny, wydanie piątkowe. W 1994 roku codzienne wydania gazety miały średnią sprzedaż na poziomie 5,5 tys. egz., a piątkowe numery znajdowały średnio 23 tys. nabywców. W 1996 roku proporcje te wynosiły: 4 tys. egz. i 20 tys. egz.

Tradycyjnie też zdecydowanie więcej czytelników miał „Dziennik Zachodni” w mniejszych miejscowościach województwa częstochowskiego niż w samej Częstochowie³¹. O przewadze czytelników spoza Częstochowy świadczy również analiza wyników różnych plebiscytów organizowanych przez gazetę³². Ich uczestnikami i laureatami byli głównie mieszkańcy podczęstochowskich gmin. Jakby nie dostrzegając tych faktów oraz zapominając, że w podtytule gazety widnieją: Kłobuck, Koniecpol, Szczekociny, Myszków, Lubliniec i Olesno, „Dziennik Częstochowski” zamieszczał przede wszystkim informacje z Częstochowy. Problemom okolicznych gmin poświęcał znacznie mniej miejsca, okazjonalnie drukował kolumny pt. „Dziennik Zachodni w Myszkowie”, „Dziennik Zachodni w Poraju” itp.

Tendencja ta uległa zmianie wraz z uruchomieniem „Tygodników Powiatowych”³³. Częstochowski oddział „Dziennika Zachodniego”, sprawując nadzór merytoryczny nad redakcjami w Lublińcu, Myszkowie i Kłobucku, zaczął szerzej korzystać z informacji przygotowywanych przez zatrudnionych w nich dziennikarzy i współpracowników. Powołanie, obok powiatowych redakcji, sublokalnych biur ogłoszeń doprowadziło do utworzenia w strukturach oddziałów „Dziennika Zachodniego” stanowisk dyrektorów ds. reklamy. W Częstochowie funkcję tę od maja 1999 r. pełniła Monika Adamek. Chociaż zwiększono zatrudnienie w działach reklamy, liczba lokalnych inseratów nie uległa istotnej zmianie. W gazecie pojawiły się wprawdzie wielkoformatowe reklamy sieciowych supermarketów, ale można przypuszczać, że był to efekt umów reklamowych za-

i otrzymać kartę uprawniającą do zniżek przy zakupie niektórych towarów oferowanych przez współpracujące z gazetą firmy.

31 Z danych Ruch wynika, że w 1996 roku zaledwie 1/5 nadziału na województwo częstochowskie sprzedawała się w Częstochowie.

32 Lokalne wydania „Dziennika Zachodniego” organizowały m.in. plebiscyty na „Kupca roku”, najlepszego parlamentarzystę, najlepszego wójta, burmistrza i prezydenta. W rozlicznych konkursach sprawdzały znajomość regionu, zachęcały, by dzięki czytelnictwu „Dziennika” wygrać zagraniczne wakacje lub dostać rower.

33 W kwietniu 1998 roku uruchomiono dodatek tygodniowy w Lublińcu, rok później w Myszkowie, we wrześniu 1999 r. powstał „Tygodnik Powiatowy” w Kłobucku.

wartych dla całego „Dziennika Zachodniego”, niż wynik starań lokalnych pracowników handlowych.

Po roku funkcjonowania dodatku lokalnego zmieniono winięte gazety na „Dziennik Zachodni w Częstochofie”. Nowa makieta, sposób konstruowania tytułów i układ stron podkreślały regionalny charakter dodatku. Wyraźnie oznaczono miejscowości, których dotyczyły poszczególne teksty, a kolumny zyskały winiętki ułatwiające lekturę: strona II – „Miasto”, strona III – „Region”, IV – „Sport”, V – „Informator”. Na kolumnie VI i VII znalazło się miejsce na program telewizyjny i radiowy. Na VIII zamieszczano teksty ciekawostkowe. Nieznacznym zmianom uległ też zespół dziennikarzy zatrudnionych w oddziale częstochofskim. Z gazety odeszli Elżbieta Piętka i Janusz Pawlikowski. Ich miejsce zajęli Janusz Strzelczyk i Wiesław Paszkowski. Nie wpłynęło to w istotny sposób na formułę pisma. Nadal dominowały w nim wyważone informacje o charakterze sprawozdawczym i obiektywne relacje z toczących się wydarzeń. Lokalny dodatek unikał kontrowersyjnych tematów, a zwłaszcza jednoznacznych ocen czy komentarzy. Nie angażował się w kampanie polityczne. Podczas wyborów parlamentarnych lub samorządowych ograniczał się do drukowania list wyborczych poszczególnych komitetów oraz prezentowania wyników wyborów. Zamiast pogłębionej refleksji na temat programów wyborczych i szans na ich realizację przedstawiał czytelnikom zbiorowe i indywidualne zdjęcia kandydatów, a później nowo wybranych władz gmin, miast i powiatów. W trakcie dyskusji nad reformą administracyjną kraju, w wyniku której region częstochofski stracił status województwa, lokalny dodatek zachował dużą powściągliwość. Nie rozważał – wzorem innych lokalnych gazet – ewentualnych skutków tych zmian. Można nawet stwierdzić, że to ważne z punktu widzenia interesów lokalnych wydarzenie, na łamach „Dziennika Zachodniego w Częstochofie” pozostało niezauważone. Wynikało to zapewne z forsowanej przez redakcję katowicką „Dziennika Zachodniego” koncepcji konsolidowania włączonych do województwa śląskiego regionów, a nie podkreślania negatywnych skutków utraty samodzielności administracyjnej przez Bielsko-Białą i Częstochof³⁴.

Lektura „Dziennika Zachodniego w Częstochofie” dowodzi też, że nie był on gazetą dostarczającą nowych informacji. Wiele tekstów było pokłosiem tematów wcześniej poruszanych w innych gazetach lokalnych, albo dostarczanych redakcjom przez biura prasowe różnych służb i instytucji³⁵. To zapewne powodowało brak żywej reakcji czytelników na zamieszczane w dodatku lokalnym teksty. Rzadko pojawiały się w nim głosy i listy czytelników. Na łamach gazety nie toczyły się gorące polemiki i dyskusje. Trzeba jednak zaznaczyć, że dziennikarze „Dziennika Zachodniego w Częstochofie” nie musieli również zbyt często zamieszczać sprostowań i przeproszać za błędy i nieścisłości w swoich tekstach.

34 W pierwszych dniach po zmianach administracyjnych gazeta zamieściła np. tekst o obecności we władzach samorządowych nowego województwa przedstawicieli Częstochofy, opatrując go uspokajającym tytułem *Nikt o nas nie zapomni*, „Dziennik Zachodni w Częstochofie” („DZwC”) nr 8, 11.01.1999.

35 Wśród nielicznych tematów opisanych przez dziennikarzy „Dziennika Zachodniego w Częstochofie”, które poruszyły opinię publiczną i odbiły się szerszym echem w innych mediach, była sprawa kompromitującego zachowania starosty częstochofskiego podczas wizyty w niemieckim powiecie Bodensee (*Starosta kontuzjowany*, „DZwC” nr 97, 25.04.2002 i późniejsze) oraz ujawnienie przypadku molestowania tłumaczki przez starostę i wicestarostę powiatu częstochofskiego (*Seks, kłamstwa i kasety audio*, „Dziennik Zachodni” nr 71, 25.03.2003 i kolejne).

W połowie marca 2001 roku liczba wydań „Dziennika Zachodniego w Częstochowie” zwiększyła się do pięciu tygodniowo za sprawą uruchomienia piątkowego „Tygodnika Powiatowego w Częstochowie”³⁶. W oparciu o wspólną dla wszystkich tego typu dodatków makietę prezentowano w nim informacje z Częstochowy i najbliższych jej gmin. Magazynowy charakter „Tygodnika” sprawił, że znalazło się w nim miejsce na rysunek satyryczny (*Galeria Tigrana*), rubrykę podsumowującą wydarzenia tygodnia (*Mija tydzień*) oraz większą ilość tekstów publicystycznych, fotoreportaży i wywiadów.

Cechą pozytywnie wyróżniającą „Dziennik Zachodni w Częstochowie” spośród innych tytułów lokalnych, aspirujących do miana gazet regionalnych, była duża liczba bieżących informacji z sąsiadujących z Częstochową powiatów. Dostarczali je nie tylko dziennikarze „Tygodników Powiatowych”, ale i liczni współpracownicy. W 2001 roku częstochowski oddział „Dziennika Zachodniego” zatrudniał 25 osób, w tym 6 dziennikarzy w Częstochowie i 5 w najbliższej okolicy³⁷. Współpracowało z nim na stałe 11 korespondentów gminnych.

„Dziennik Zachodni” konsekwentnie pracował nad poszerzeniem lokalnego wymiaru gazety. We wrześniu 2003 roku zmienił makietę gazety-matki i włączył dodatki lokalne do ogólnego wydania jako tzw. „Bliskie Strony”. Wprawdzie straciły one osobną numerację i lokalne stopki redakcyjne, ale zwiększyły objętość. Najważniejsze informacje ze Śląska, Zagłębia, Beskidów i Częstochowy zamieszczano zaraz po wiadomościach z kraju i ze świata (*Dzień w Regionie*). „Bliskie Strony” mutowane dla poszczególnych wydań lokalnych znajdowały się w dalszej części gazety, ale nadal można je było wyodrębnić jako samodzielny dodatek. Na dwóch kolumnach przedstawiano informacje z miasta, wieści z regionu uporządkowane i opatrzone odrębnymi winiętkami zajmowały kolejne dwie kolumny, dalej zamieszczano lokalne informacje sportowe, informator oraz program telewizyjny i kolumnę z ciekawostkami. „Bliskie Strony” zaczęły ukazywać się również w soboty.

Zwiększanie lokalności gazety, nieoparte jakościową poprawą zawartości dodatku częstochowskiego, nie było w stanie zahamować spadku sprzedaży egzemplarzowej „Dziennika Zachodniego” w regionie częstochowskim. W końcu lat 90. w sieci kolportażowej Ruch sprzedawano około 4000 egz. gazety, a w 2004 roku sprzedaż ta wynosiła zaledwie 2000 egz.³⁸. Sytuacji tej nie poprawiły również rotacje na stanowisku szefa oddziału³⁹, ani coraz większa liczba dodatków tematycznych wprowadzonych do wydania ogólnego „Dziennika Zachodniego”.

Znaczej poprawy pozycji „Dziennika Zachodniego w Częstochowie”, a tym samym zmian na częstochowskim rynku prasowym nie spowodowało też po-

36 Bliźniacze tygodniki powstały, jak już wspomniano, w innych miejscowościach regionu częstochowskiego oraz w kilku miastach województwa katowickiego i bielskiego. Wszędzie poprawiały one piątkową sprzedaż wydań lokalnych „Dziennika Zachodniego”. W 2000 r. deklarowany nakład „DZwC” wynosił: od poniedziałku do czwartku – 4 tys. egz., w piątki, uwzględniając nakłady „Tygodników Powiatowych” w Lublińcu, Myszkowie i Kłobucku – 24 tys. egz., w soboty – 2 tys. egz.

37 W skład zespołu wchodził ponadto: korektorka, 3 operatorów składu, 9 pracowników biura reklamy i osoba odpowiedzialna za kolportaż.

38 Można szacować, że w końcu lat 90, gdy Ruch posiadał ok. 80% rynku w regionie częstochowskim, ogólna sprzedaż „Dziennika Zachodniego” wynosiła 5 tys. egz., a w 2004 roku (udział Ruchu w rynku wynosił ok. 60%) – niespełna 3,5 tys. egz.

39 Od września 2003 r. funkcję tę pełnił Piotr Piesik. W styczniu 2005 r. zastąpił go Ryszard Parka. Od października 2005 r. oddziałem kierowała Sylwia Szubert, a od czerwca 2006 r. Tomasz Łuczynski.

łączenie „Dziennika Zachodniego” i „Trybuny Śląskiej”⁴⁰. Wbrew zapewnieniom redakcji katowickiej, że fuzja ta przyczyni się do powstania największej gazety regionalnej, w Częstochofie nie nastąpiło proste sumowanie czytelnictwa obu tytułów. Lokalne wydanie „Dziennika Zachodniego” w 2005 roku zwiększyło sprzedaż tylko o około 10%.

Można przypuszczać, że powodem słabnącej pozycji „Dziennika Zachodniego – Częstochofa” było niewłaściwe rozumienie idei gazety lokalnej. Sprowadzono ją bowiem do roli biernego obserwatora, relacjonującego wydarzenia, ale niewyjaśniającego ich przyczyn ani konsekwencji. Lokalny dodatek uczestniczył wprawdzie we wszelkich otwarciach, odsłonięciach i inauguracjach, odnotowywał nowe inwestycje, imprezy kulturalne i sportowe, osiągnięcia oświatowe i wydarzenia kryminalne, ale nie towarzyszyła temu pogłębiona refleksja. Opisując natomiast problemy komunalne lub konflikty sąsiedzkie, unikał jednoznacznych ocen. Kontakty z czytelnikami sprowadzał do przeprowadzania sond ulicznych⁴¹, banalnych plebiscytów⁴² oraz gospodarskich wizyt w terenie⁴³.

Nawet przeprowadzane dużym nakładem sił i środków akcje udowadniały słabnący kontakt z otoczeniem społecznym. Przed wyborami parlamentarnymi w 2005 roku „Dziennik Zachodni” zorganizował we wszystkich swoich wydaniach lokalnych prawybory. Do redakcji wpłynęło około 42 tys. kuponów⁴⁴, ale w pierwszej dziesiątce nie było kandydatów z okręgu częstochofskiego⁴⁵. Za głęboko niesatysfakcjonującą można też uznać kolejną akcję społeczną zainicjowaną przez „Dziennik Zachodni – Częstochofa”. Po zawałeniu się dachu Międzynarodowych Targów Katowickich podczas trwającej tam wystawy gołębi lokalny częstochofski oddział „Dziennika” zorganizował internetową aukcję na rzecz poszkodowanych. Po trwającej blisko dwa tygodnie intensywnej kampanii udało się zebrać 5,5 tys. zł. Wśród 50 osób, które wylicytowały przeznaczone na aukcję przedmioty, wiele nazwisk się powtarzało, w tym kilku pracowników częstochofskiej redakcji⁴⁶.

Zaufania czytelników do gazety nie zwiększały również coraz częstsze przypadki ignorowania ważnych dla społeczności regionu informacji⁴⁷. Prawdopodobnie nie wynikały one z niedostatków pracy redakcyjnej, tylko wczesnego za-

40 Nastąpiło ono 6 grudnia 2004 roku. W częstochofskim wydaniu gazety zmieniono jedynie tytuł mutowanych „Bliskich Stron” na „Dziennik Zachodni – Częstochofa”.

41 Wśród pytań stawianych częstochofszom większość była z gatunku retorycznych np.: Czy opłaca się robić przetwory domowe? Czy ogródki piwne to dobra rozrywka dla młodzieży? Czy miasto potrafi zarabiać na pielgrzymach?

42 Większość z nich nie doczekała się nawet rozstrzygnięcia na łamach gazety, np. plebiscyt na najlepszego proboszcza regionu ogłoszony w lutym 2005 r., czy konkurs na szkolną gazetkę zainaugurowany w marcu 2005 r.

43 W okresie wakacji redakcja „Dziennika Zachodniego” odwiedzała niektóre miejscowości w województwie śląskim, organizując tam stoiska sprzedające gazetę i przyjmujące ogłoszenia drobne. Przy okazji spotkań z czytelnikami redagowano specjalną kolumnę poświęconą mieszkańcom danego regionu.

44 Gazeta przypomniała przy okazji, że w wyborach najskuteczniejszego parlamentarzysty województwa śląskiego otrzymała 105 tys. kuponów. *Prawybory*, „Dziennik Zachodni” nr 204, 2.09.2005.

45 Można przypuszczać, że prawybory w okręgu częstochofskim wywołały nikłe zainteresowanie, bo lokalny dodatek nawet nie opublikował wyników głosowania w regionie.

46 Finał aukcji, „Dziennik Zachodni – Częstochofa” nr 43, 20.02.2006.

47 „Dziennik Zachodni – Częstochofa” nie poinformował na przykład o tragicznym wypadku Arkadiusza Gołasia, znanego siatkarza i byłego zawodnika AZS Częstochofa, ani o śmierci Marka Pezeczki, byłego dyrektora Teatru im. Adama Mickiewicza w Częstochofie. W jednym i drugim wypadku po kilku dniach zamieszczono jedynie informacje o mających się odbyć pogrzebach. Por.

mykania wydań lokalnych, co negatywnie wpływało na odbiór gazety. Podobnie jak eksploatawanie tych samych tematów przez niektórych dziennikarzy⁴⁸.

Za ostateczny kres lokalnej formuły „Dziennika Zachodniego” można uznać datę 12 października 2006 r. Od numeru 239 zlikwidowano mutowane dla poszczególnych wydań „Bliskie Strony”, a informacje z regionów włączono do ogólnego wydania. Częstochowie, podobnie jak Rybnikowi, Zagłębiu i Beskidom, przydzielono po jednej kolumnie. Utworzono wspólny dla całego województwa śląskiego „Informator” zawierający ważne telefony oraz repertuary kin i teatrów. Lokalne informacje sportowe zamieszczano na wspólnych kolumnach „Sport w regionie”. Po 10 latach rozbudowywania wydań lokalnych i nadawania im pewnej autonomii redakcyjnej „Dziennik Zachodni” powrócił do dawnej formuły gazety katowickiej z ograniczoną liczbą informacji z terenu. Wbrew faktom wydawca tłumaczył tę zmianę chęcią wzmocnienia i poprawienia jakości informacji lokalnych. Utrzymywał też, że czytelnikom od dawna zależało na dostępie do wiadomości z innych regionów, zarezerwowanych do tej pory dla siedmiu wydań lokalnych⁴⁹. Swój odrębny charakter zachowały jedynie, ukazujące się w piątek, tygodniki powiatowe.

Można przypuszczać, że rezygnacja z codziennego mutowania „Bliskich Stron” przyniosła „Dziennikowi Zachodniemu” sporo oszczędności. Dziwi jednak, że tylko nieznacznie ograniczono zatrudnienie w lokalnych redakcjach⁵⁰. Utrzymano redakcje tygodników powiatowych, a nawet rozdzielono funkcje redaktorów odpowiedzialnych za przygotowywanie stron lokalnych do „Dziennika Zachodniego” i tygodników lokalnych⁵¹.

Z uwagi na niewielką ilość inseratów w częstochowskim „Tygodniku Powiatowym”, jego los wydaje się być niepewny. Zwłaszcza że ogólna sprzedaż egzemplarzowa „Dziennika Zachodniego” w regionie częstochowskim spadła drastycznie. W sieci kolportażowej Ruch wynosiła ona w styczniu 2007 roku niespełna tyśiąc egzemplarzy. Jeśli uznać, że sieć sprzedaży Ruch stanowiła ok. 45% rynku kolportażowego, średnia dzienna sprzedaż tego tytułu zapewne tylko nieznacznie przekraczała 2000 egz.

Z biegiem czasu nawet mieszkańcy Katowic pozbawieni zostali swojej autonomicznej gazety codziennej. „Dziennik Zachodni” stał się bowiem, tak jak inne pisma regionalne Polskapresse, częścią projektu wydawniczego „Polska”. Dnia 15 października 2007 roku – jak stwierdził Zbigniew Bajka – „zakończyło się samodzielne występowanie na rynku sześciu gazet regionalnych z grupy Polskapresse i – niewykluczone – że jest to proces nieodwracalny. To oznacza także,

Msza w intencji Arka Gołasia, „Dziennik Zachodni – Częstochowa” nr 219, 20.09.2005, *Pożegnanie Janosika*, „Dziennik Zachodni-Częstochowa. Tygodnik Powiatowy” nr 47, 25.11.2005.

48 Piotr Piesik, na przykład, specjalizował się w historii częstochowskiego browaru i w krótkich odstępach czasu potrafił zamieścić na ten temat podobne w treści teksty. *Nie tylko Kmicic*, „Dziennik Zachodni-Częstochowa. Tygodnik Powiatowy” nr 7, 17.02.2006, *Od zwykłego do Kmicica*, tamże nr 28, 14.07.2006.

49 *Dziennik Zachodni zmienia się*, „Dziennik Zachodni” nr 246, 20.10.2006.

50 Oddział terenowy „Dziennika Zachodniego” w Częstochowie zatrudniał oprócz szefa oddziału 7 dziennikarzy. W jego strukturach nadal funkcjonowała funkcja zastępcy Dyrektora Oddziału ds. Reklamy i Promocji. www.dz.com.pl, maj 2008.

51 Szefem oddziału w Częstochowie był Tomasz Łuczyński, a redaktorem odpowiedzialnym za wydawanie tygodnika powiatowego Sylwia Szubert, od grudnia 2006 r. Janusz Strzelczyk.

że nasz rynek szalenie zubożał i, że mamy do czynienia z kolejnym wzmocnieniem prasy centralnej⁵².

Analizując stosunek stron lokalnych do liczby wszystkich kolumn w wydaniach śląskich dzienników mutowanych dla Częstochowy, można zauważyć, że problematyka lokalna zajmowała w tych dziennikach coraz mniej miejsca (por. tab. 1.)

Tabela 1. Procentowy udział kolumn częstochowskich w całości gazety

Rok	„Dzienniki Zachodni”	„Trybuna Śląska”
1995	6	10
2000	13	15
2005	15	-
2007	4	-

Źródło: Obliczenia własne

Wbrew zapewnieniom o ich lokalnej formule, liczba informacji lokalnych nigdy nie przekroczyła 15% objętości wydań ogólnych. Wprawdzie po 1996 roku, kiedy oba dzienniki uruchomiły samodzielne mutacje częstochowskie, liczba stron zawierających lokalne informacje, reklamę, informatory i repertuary wzrosła skokowo (o 100% w „Dzienniku Zachodnim” i o 50% w „Trybunie Śląskiej”), ale nigdy nie osiągnęła pułapu wyznaczonego chociażby przez „Gazetę Wyborczą”. Lepsze proporcje stron informacyjnych w stosunku do reklamowych wynikały ze słabszej pozycji na rynku reklamy lokalnej niż celowej polityki wydawniczej. Świadczy o tym chociażby niewspółmiernie duża objętość kolumn statycznych, zawierających dane teleadresowe oraz repertuar miejscowych instytucji kulturalnych. Po 2006 roku, kiedy zrezygnowano z mutowania stron lokalnych w „Dzienniku Zachodnim”, liczba informacji lokalnych spadła w nim poniżej poziomu z 1995 r.

Tabela 2. Struktura częstochowskich mutacji gazet regionalnych (w %)

Rok	„Częstochowski Dziennik Zachodni”			„Trybuna Śląska Częstochowska”		
	Str. informacyjne	Str. reklamowe	Str. z informatorami	Str. informacyjne	Str. reklamowe	Str. z informatorami
1995	77	3	20	90	5,5	4,5
2000	58	8	34	80	9	11
2005	64	21	15	-	-	-
2007	84	16	0	-	-	-

Źródło: Obliczenia własne

52 Blog Zbigniewa Bajki, www.wirtualne.media.pl.blog, 1.03.2008.

Wykazane w powyższej tabeli ograniczenie lokalnego charakteru dzienników śląskich w regionie częstochowskim warto uzupełnić o analizę zawartych w nich informacji lokalnych. Sygnalizowane wcześniej niedostatki funkcji informacyjnej i opiniotwórczej gazet śląskich ilustruje analiza ilościowa ich zawartości⁵³.

Tabela 3. Zawartość tematyczna częstochowskich mutacji gazet regionalnych (w %)

Tytuł	„Częstochowski Dziennik Zachodni”				„Trybuna Śląska Częstochowska”	
	1995	2000	2005	2007	1995	2000
Kategoria/rok						
sport	6	24	27	12	11	14,5
kultura	11	3	16	2	6	8
gospodarka	11	10	8	3	7	8
życie polityczne	7	4	2	1	3	2,5
informacje kryminalne	4	6	9	12	11	11
zdrowie i edukacja	8	5	8	13	9	8
sprawy komunalne	16	13	11	9	10	10,5
opinie czytelników	-	1,5	-	-	5	4,5
informacje z regionu częstochowskiego	25	20	12	19	14	15
inne	12	13,5	7	29	24	18

Źródło: Obliczenia własne

Z danych przytoczonych w tabeli 3 na uwagę zasługuje zwłaszcza malejąca liczba informacji dotyczących problemów gospodarczych regionu. W 1995 r., kiedy byliśmy świadkami zmian strukturalnych w gospodarce, czy chociażby burzliwego rozwoju handlu, tematy te zajmowały 6%-11%. W 2007 roku poświęcano im w „Dzienniku Zachodnim” zaledwie 3% miejsca. Podobny spadek zainteresowania obserwować można w odnotowywaniu i komentowaniu przejawów życia politycznego. Funkcjonowaniu władz samorządowych różnego szczebla, działalności partii politycznych czy ocenie lokalnej polityki i jej wpływu na życie mieszkańców poświęcano w połowie lat 90. około 3%-7% powierzchni stron informacyjnych. W 2007 r. tematyka ta zajmowała symboliczne 1% na mutowanych stronach „Dziennika Zachodniego”.

Dla porównania warto przytoczyć statystykę obecności na łamach tematów dotyczących wydarzeń kryminalnych. Stanowiły one od 4% do 12% wszystkich informacji w „Dzienniku Zachodnim Częstochowskim” i 11% w „Częstochowskiej Trybunie Śląskiej”. Jeśli weźmiemy pod uwagę, że dotyczyły one głównie zdarzeń nadzwyczajnych, wypadków komunikacyjnych i funkcjonowania organów ścigania, a w mniejszym stopniu szeroko rozumianego bezpieczeństwa mieszkańców, nietrudno się domyślić, że wysoka frekwencja tej tematyki miała związek z łatwością pozyskiwania danych ze źródeł policyjnych i przekonaniem o czytelniejszej atrakcyjności tego typu informacji.

⁵³ Analizę przeprowadzono na podstawie tygodni konstruowanych. Szerzej o tej metodzie: W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Kraków 1983.

Podobny stopień zainteresowania okazywano sprawom komunalnym, a więc funkcjonowaniu komunikacji miejskiej, służb oczyszczania miasta, problemom mieszkaniowym, a także problemom związanym z ochroną zdrowia, oświatą i kształceniem.

Niedostatek informacji na temat kultury w „Częstochowskim Dzienniku Zachodnim” w 2007 r. wiązał się natomiast z ograniczeniem liczby kolumn lokalnych i likwidacją odrębnych kolumn repertuarowych. Podobną tendencję można było obserwować w wypadku informacji sportowych. Tematyka ta, dobrze reprezentowana w dodatkach lokalnych, uległa ograniczeniu, kiedy zaprzestano mutowania stron częstochowskich w „Dzienniku Zachodnim”, a doniesienia o lokalnych wydarzeniach sportowych stały się elementem wspólnej kolumny „Sport w regionie”.

Na odrębne potraktowanie w ocenie zawartości lokalnych dodatków zasługuje obecność na ich łamach głosów i opinii czytelników. Choć zajmują one niewielki procent powierzchni, świadczą o społecznym odbiorze publikowanych treści. W tym względzie najmniej korzystnie wypadł lokalny dodatek „Dziennika Zachodniego”, który – jak już wspomniano – miał ograniczony kontakt ze swoim czytelniczym audytorium. Stosunkowo żywy kontakt z czytelnikami w „Częstochowskiej Trybunie Śląskiej” to zasługa stałej rubryki poświęconej telefonicznym interwencjom pt. *Śląska, słucham...* Trudno jednak zweryfikować autentyczność zamieszczanych tam wypowiedzi, gdyż były one anonimowe i na ogół ograniczały się do banalnych konstatacji na temat poruszanych w gazecie problemów.

Tym, co pozytywnie wyróżniało mutacje śląskich gazet, było zainteresowanie wydarzeniami z okolicznych miejscowości i terenów wchodzących w skład byłego województwa częstochowskiego. Na lokalnych stronach „Dziennika Zachodniego” tematyka ta zajmowała od kilkunastu do 25% objętości pisma. Koncentracja prasy regionalnej oraz odwrót od lokalności sprawiły, że na problemy mieszkańców miejscowości niebędących siedzibą redakcji przeznaczano w nich coraz mniej miejsca. Tych niekorzystnych tendencji nie zmienia nawet fakt, że „Dziennik Zachodni” i inne tytuły regionalne wychodzące z winiety „Polska” nadal rozwijają sieć tygodników powiatowych⁵⁴. Taka lokalność w wydaniach piątkowych nie zastępuje bowiem codziennej rzetelnej informacji regionalnej.

Podsumowując powyższe informacje, można stwierdzić, że blisko 20 lat funkcjonowania wolego rynku doprowadziło do istotnego zawężenia oferty dzienników lokalnych. Odwrót od lokalności to nie tylko malejąca oferta dzienników. Następuje ponadto ograniczenie lokalnego charakteru mutacji gazet regionalnych. Zjawisko to przybiera formę ograniczenia liczby kolumn lokalnych, ujednoczenia ich szaty graficznej, uniformizacji form kontaktów z czytelnikami i akcji promocyjnych, a nade wszystko upodabniania upowszechnianych treści.

⁵⁴ „Dziennik Zachodni” ma 32 tygodniki powiatowe, w tym cztery w regionie częstochowskim. W kwietniu 2007 r. trzy nowe tygodniki powiatowe zaczęła wydawać „Gazeta Krakowska”. Polskapresse zdecydowała się nawet na uruchomienie takich tygodników w regionach, w których nie ma gazet regionalnych np. na Mazowszu. W czerwcu 2007 r. uruchomiła tam 5 tygodników pod tytułem „Nasze Miasto”.

ABSTRACT

The article focuses on the mutations of Trybuna Śląska and Dziennik Zachodni in Częstochowa. Silesian newspapers started mutating into ones for the region of Częstochowa district and later of Częstochowa voivodeship in the time of PRL. These newspapers, though popular in the south of the region which is naturally attached to Silesia, had a medium readership in the city of Częstochowa. The situation did not change significantly after 1989, even though the system of mutations and local editions started developing. The succeeding reshapings of the newspapers did not prevent their readership from decreasing. It can be stated that during the 20 years of free-market the number of local dailies has been substantially reduced. The decreasing number of local dailies resulted from swinging away from what is local. In addition to this, regional mutations lost their regional character. This process took the form of limiting the number of regional columns; aiming at uniformity of layout, ways of contacting the readers and promotion campaigns and, above all, uniformity of contents.

KEY WORDS: local and regional press, Częstochowa.