

Krzysztof Flasiński

WSPÓŁCZESNE STRATEGIE ROZWOJU SZCZECIŃSKICH DZIENNIKÓW REGIONALNYCH – SAMODZIELNIE CZY W RAMACH KONCERNU?

W Szczecinie działają dwa duże dzienniki regionalne. W 1990 roku – w ramach likwidacji koncernu RSW – oba tytuły zostały przekazane w ręce pracowników. Dzisiaj redakcje znajdują się na zupełnie różnych etapach rozwoju. W 2000 roku dziennikarze „Głosu Szczecińskiego” zdecydowali się sprzedać tytuł norweskiemu koncernowi „Orkla”. Właściciele „Kuriera Szczecińskiego” postanowili utrzymać redakcję we własnych rękach. Po dziesięciu latach widać wyraźnie konsekwencje tych decyzji. Na przykładzie obu gazet można ocenić szanse i zagrożenia, jakie stwarza objęcie jednej z dwóch dróg funkcjonowania na rynku prasowym – korzystania z wsparcia dużego koncernu lub pozostania przy pełnej niezależności od zewnętrznych struktur.

Kształtowanie się szczecińskiego rynku prasowego do 1989 roku

Szczecin nie może poszczycić się polską tradycją czytelnictwa prasy dłuższą niż sięgającą 1945 roku, jednak również wcześniej funkcjonował tu bogaty rynek wydawniczy. Pierwsze ulotne gazety wydano tu w 1537 roku, a tygodniki szczecińskie były najwcześniejszymi w siedemnastowiecznej Europie. Najbujniejszy rozwój prasy szczecińskiej datuje się na lata osiemdziesiąte i dziewięćdziesiąte dziewiętnastego wieku. Powstało w tym czasie piętnaście nowych gazet. Od 1933 roku uaktywniła się cenzura¹. Pod rządami nazistów zlikwidowano większość redakcji. Pozostał organ NSDAP „Pommersche Zeitung” z ośmioma dodatkami tematycznymi oraz dziewięcioma mutacjami terenowymi kolportowanymi w powiatach a także prorządowy dziennik „Stettiner General Anzeiger”². Redakcja i drukarnia tego dziennika mieściły się w zabyt-

kowej kamienicy przy Nowym Rynku 3–4³. Obiekt podobnie jak całe stare miasto wybudowano od nowa na starych fundamentach i w 2005 roku przeprowadził się tutaj z budynku prasy przy pl. Hołdu Pruskiego 8 „Głos Szczeciński”.

Już w latach czterdziestych zarysował się podział, który wpływał na zachowania czytelnicze jeszcze ponad pół wieku później, kiedy „Kurier” i „Głos” rywalizowały ze sobą o czytelnika, ale nie potrafiły wyzwolić się od genetycznego uwarunkowania ideologicznego. W historii powojennej prasy szczecińskiej przed 1989 rokiem ważną rolę odgrywa tygodnik społeczno-kulturalny „Ziemia i Morze”⁴. Ukazało się tylko pięćdziesiąt osiem numerów, ostatni – 13 lipca 1957 roku. Było to pierwsze zlikwidowane pismo, z tych które powstały na fali odwilży 1956 roku. Dwa miesiące później przestało ukazywać się „Po Prostu”. Kazimierz Kozłowski, analizując historię szczecińskiej prasy w okresie PRL-u, podkreśla, że powstałej po likwidacji „Ziemi i Morza” luki nie mogły już wypełnić kolejne przygotowywane przez szczecińskie redakcje wydawnictwa⁵.

Szczeciński rynek prasowy po 1989 roku

Po transformacji ustrojowej w Szczecinie wciąż ukazywały się duże dzienniki regionalne: „Głos Szczeciński” i „Kurier Szczeciński” oraz tygodnik „Morze i Ziemia”, jednak ich przyszłość w dużym stopniu zależała od sposobu likwidacji RSW „Prasa-Książka-Ruch”.

Decyzją komisji likwidacyjnej koncernu wszystkie trzy tytuły zostały przekazane spółdzielniom utworzonym przez pracowników. Nowi właściciele zarówno „Głosu”, jak i „Kurier” przekształcili następnie spółdzielnie w spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. W takiej formie „Kurier” funkcjonuje do dzisiaj, natomiast „Głos” w 2000 r. został zakupiony przez norweski koncern „Orkla” i obecnie znajduje się w strukturach spółki „Media Regionalne”. Tygodnik „Morze i Ziemia” przetrwał do 1995 r., kiedy 4 stycznia ukazał się ostatni numer. W niepodpisanym tekście pożegnalnym na pierwszej stronie jako powód „zawieszenia wydawania tygodnika” podano „trudności finansowe wydawnictwa”⁶.

Powstawały też nowe tytuły, które często miały krótki żywot wydawniczy. „Efemeryczność tego czasopiśmiennictwa była zapewne wynikiem faktu, że szczecińskie środowisko dziennikarskie okazało się w nowych warunkach ustrojowych jeszcze zbyt słabe tak pod względem kadrowym jak i ekonomicznym, by sprostać nowym wyzwaniom społecznym”⁷.

Związek Kontroli Dystrybucji Prasy opublikował wyniki średniej sprzedaży „Kuriera Szczecińskiego” za rok 1994 (była to jedna z pierwszych gazet, które poddały się kontroli przez tę instytucję). „Głos” do ZKPD przystąpił dwa lata później. Liczne zmiany (kadrowe, redakcyjne, właścicielskie) w „Głosie” nie pomogły tytułowi utrzymać sprzedaży na stałym poziomie. Pismo od 1996 roku do momentu likwidacji w roku 2007 nie zanotowało znaczącego wzrostu. Wyjątkiem jest tu rok 2002, kiedy w stosunku do poprzedniego roku średnia sprzedaż „Głosu” wzrosła zaledwie o 69 egzemplarzy, co stanowiło wzrost o 0,33 procenta. Największy spadek dotknął „Głos” w 2000 roku. W 2003 roku sprzedaż „Głosu” przekracza wartość 20 tys. egzemplarzy, w 2006 roku – 15 tys. egzemplarzy, a w 2007 roku zbliża się do wartości 10 tys. egzemplarzy. Tendencja staje się jeszcze bardziej widoczna, gdy porównamy spadki średniego dziennego rozprowadzania płatnego w wartościach procentowych. Największy spadek z 2007 roku – aż o niespełna siedemnaście procent – nie jest w pełni miarodajny, ponieważ w połowie stycznia wydawca zlikwidował samodzielne pismo „Głos Szczeciński”. Od tej pory w raportach ZKDP występują połączone „Głosy” – szczeciński, koszaliński/słupski i pomorski jako jeden tytuł „Głos – Dziennik Pomorza”.

Tabela 1.

Zmiany średniego rozpowszechniania płatnego „Głosu Szczecińskiego” do momentu likwidacji tytułu.

Rok	Wartość liczbowa	Wartość procentowa
1997	-1162 egz.	-3,88 proc.
1998	-1295 egz.	-4,50 proc.
1999	-244 egz.	-0,89 proc.
2000	-4062 egz.	-14,92 proc.
2001	-2305 egz.	-9,95 proc.
2002	+69 egz.	+0,33 proc.
2003	-1866 egz.	-8,91 proc.
2004	-1604 egz.	-8,41 proc.
2005	-2344 egz.	-13,42 proc.
2006	-1565 egz.	-10,35 proc.
2007	-2289 egz.	-16,89 proc.

Źródło: Opracowanie autora na podstawie danych ZKDP.

Przyczyn takiej sytuacji można dopatrywać się w kilku zjawiskach. Pierwsze to odchodzenie czytelników od tytułu kojarzącego się z nieprawdziwą, ste-

rowaną informacją. Świadczyć o tym może jednoczesny przy spadkach wyniku „Głosu Szczecińskiego” wzrost średniej sprzedaży „Kuriera”, do którego odchodzili dawni czytelnicy „Głosu”. Drugim elementem jest ogromna zmiana, jaką przeszedł „Głos” i nowoczesność, którą starał się zdobyć nowego czytelnika. Przez ciągłe zmiany redakcja zaniedbała tradycyjnego odbiorcę, który nie czuł się dobrze w zbyt nowocześnie redagowanej gazecie. Czytelnik nie tylko nie potrafił odnaleźć interesujących informacji w nowym układzie, ale nie mógł też odnaleźć samej gazety. Makieta pierwszej strony została zmieniona w tak odważny sposób, że nie zostało utrzymane nie tylko stare logo „Głosu”, ale nawet jego kolory. Trzeci czynnik to odchodzenie czytelników gazet regionalnych do tytułów ogólnopolskich. Świadczą o tym wyniki średniej dziennej sprzedaży „Gazety Wyborczej”, która od 1996 do 2001 roku według danych ZKDP zanotowała wzrost z 393 tys. 306 egz. do 458 tys. 502 egz., to jest o 65 tys. 196 egz. czyli o 16,58 procenta.

Tabela 2.

Średnie dzienne rozpowszechnianie płatne „Kuriera Szczecińskiego” i „Głosu Szczecińskiego” od 1996 roku do likwidacji „Głosu Szczecińskiego” w 2007 roku

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
„Głos”	b.d.	b.d.	29933	28771	27476	27232	23170	20865	20934	19068	17464	15120	13555	11266
„Kurier”	36886	33781	31564	33740	33976	36840	37549	37398	36718	34014	30349	28728	26545	26707

Źródło: Opracowanie autora na podstawie danych ZKDP.

W tym samym okresie wzrost notował drugi duży dziennik regionalny i bezpośredni konkurent „Głosu” – „Kurier Szczeciński”. Stosując zachowawczą taktykę, wprowadzał niewielkie – w porównaniu do „Głosu” – zmiany polegające między innymi na wprowadzeniu większej ilości światła w tytułach. Jednak szpigiel i winieta pozostały bez zmian. Obserwując wykres średniej dziennej sprzedaży, można zauważyć, że w 1996 roku oba tytuły miały niemal takie same wyniki. W ciągu następnych lat według raportów Związku Kontroli Dystrybucji Prasy wydawca „Kuriera” zdołał doprowadzić do sytuacji, kiedy sprzedaż jego dziennika była w pojedynczych latach nawet dwukrotnie więk-

sza niż sprzedaż dzienna jego bezpośredniego rywala. W styczniu 2007 roku ukazał się ostatni numer „Głosu Szczecińskiego” traktowanego jako osobny tytuł. Po fuzji trzech gazet ukazujących się w województwach zachodniopomorskim i pomorskim: „Głosu Szczecińskiego”, „Głosu Koszalińskiego/Słupskiego” oraz „Głosu Pomorza” utworzono jeden duży dziennik regionalny: „Głos – Dziennik Pomorza”. Gazety mają już nie tylko jednego wydawcę, ale również jednego redaktora naczelnego. Funkcję dawnych redaktorów naczelnych pełnią szefowie redakcji będący w każdym z trzech ośrodków – w Szczecinie, Koszalinie i Słupsku – zastępcami redaktora naczelnego „Głosu – Dziennika Pomorza”. Marka „Głosu Szczecińskiego” jest jednak utrzymywana, a „stara” nazwa gazety nadal używana jest w materiałach promocyjnych oraz w tekstach redakcyjnych. Również winieta dziennika przygotowywana jest w taki sposób, aby podkreślić ciągłość obecności tytułu na rynku. Połączenie gazet przyniosło także jednolitą politykę promocyjną. Organizowane są między innymi wspólne dla trzech mutacji akcje i konkursy dla czytelników. Po likwidacji „Głosu Szczecińskiego”, „Kurier” utrzymuje trend około 20 tys. egzemplarzy⁸. Obserwując wyniki „Głosu – Dziennika Pomorza”, można zauważyć, że tytuł ma średnią sprzedaż na poziomie około 40 tys. egz⁹. Wydawca nie podaje jednak, jaką sprzedaż mają poszczególne mutacje wchodzące w skład tego dziennika, dlatego też trudno stwierdzić, czy oddział szczeciński utrzymuje sprzedaż na tym samym poziomie, jaki zanotowano przed fuzją trzech redakcji.

Pojedynek dwóch wydawców

Rynek prasowy w Szczecinie w dużej mierze kształtowany jest przez konkurencyjne działania wydawców dwóch dzienników regionalnych – „Mediów Regionalnych” („Głos – Dziennik Pomorza”) oraz spółki „Kurier Szczeciński”. Obie gazety reprezentują dwie różne, zupełnie odmienne drogi, które wybrały redakcje po 1989 roku. „Kurier” i „Głos” różnią się na każdej płaszczyźnie – począwszy od szczegółów (np. organizacja newsroomu i całej redakcji, liczba wydań w tygodniu), przez tradycyjnego modelowego czytelnika, a skończywszy na tak podstawowych sprawach, jak relacje właścicielskie.

Opozycja „Kuriera Szczecińskiego” oraz „Głosu Szczecińskiego” jest tak mocna, że przenosi się na określenie postaw politycznych mieszkańców miasta. Kazimierz Kozłowski zaznacza, że już od początku „Kurier” był bliższy czytelnikowi, niż oficjalny, ideologiczny „Głos”.

Popularnością cieszyły się rubryki „Czytelnicy piszą” oraz „Reflektorem po Szczecinie” (od 1948 roku). „Kurier” stosował krótką dziennikarską relację. Gazeta współtworzyła i rozwijała patriotyzm lokalny, propagując między innymi, hasło „Nic, co szczecińskie, nie jest nam obce”. „Kurier” w okresie walki politycznej PPR o władzę, mimo pewnych gestów związanych z informacją o programie PSL, generalnie popierał obóz władzy. Od 1948 roku realizował linię polityczną PPR i PZPR, nie będąc jednak główną tubą propagandową partii. W okresie kryzysów 1970, 1980–1981 czynił pewne gesty w stosunku do opozycji. Od 1989 roku „Kurier” stał się pismem niezależnym, z wyraźnie odmłodzoną kadrą dziennikarską, poszerzono tematykę pisma i objętość¹⁰.

Z kolei przy opisie „Głosu Szczecińskiego” historyk jednoznacznie stwierdza, że gazeta była głównym organem PZPR oraz „oprócz reportaży i artykułów, »Głos« prowadził stałe rubryki »Z Pomorza Zachodniego«, »Życie Portowe«, propagował politykę społeczną i kulturalną PPR (PZPR)”¹¹, natomiast „podejmowana na łamach gazety krytyka niegospodarności, biurokratyzmu czy złych stosunków międzyludzkich w zakładach pracy i organach administracji państwowej oraz gospodarczej była w zasadzie konsekwencją wcześniejszych ustaleń władz partyjnych centralnego i wojewódzkiego szczebla”¹². Taki obraz ideologiczny – mimo braku potwierdzenia w obecnych działaniach redakcji i w profilu materiałów redakcyjnych – pozostał w świadomości czytelników.

Po 1989 roku „Głos Szczeciński” musiał walczyć o czytelnika mocniej i odważniej niż jego bezpośredni konkurent. Wojciech Adamczak, opisując program przebudowy państwa utworzony podczas obrad okrągłego stołu, zaznacza – pisząc pod koniec lat dziewięćdziesiątych – że „demokratyzacja systemu politycznego w Polsce, pomimo upływu lat i okrzepnięcia zmodernizowanych struktur państwa, nadal trwa”¹³. Zgodnie z tą tezą, czytelnik wciąż pamiętał o rodowodzie gazety, która kojarzyła się z PRL-owską propagandą.

Najważniejszą cechą odróżniającą „Kurier” od „Głosu” jest genetyczna aksjologia – system wartości, z jakim gazety weszły w nowe dwudziestolecie. „Głos” ze swoją winieta określał go jako organ Polskiej Zjednoczonej Partii Robotniczej kojarzył się jednoznacznie. „Kurier Szczeciński” jako popołudniówka nie był obciążony tym dziedzictwem, choć oczywiście PZPR oraz cenzura również miały wpływ na jego publikację¹⁴.

Z tym stereotypem starali się walczyć niektórzy dziennikarze „Głosu”, przekonując czytelnika, że dziennik nie jest już związany politycznie z jakąkolwiek partią.

Ten sam co 46 lat temu jest tytuł gazety, ale jej merytoryczna zawartość różni się zdecydowanie od wzorca z okresu PRL. Winieta współcześnie ukazującego się „Głosu Szczecińskiego” nie zawiera wersetu z *Manifestu komunistycznego* i nie chwali się funkcją organu nieistniejącej od dawna partii. Ze stopki na ostatniej stronie gazety wynika, że jej wydawcą jest spółdzielnia dziennikarska, a nie monopolistyczny koncern RSW. Całkiem inny jest też ton komentarzy, ocen i informacji, które dziś stanowią po prostu odbicie rzeczywistości, bez prób jej upiększania po dyktando partyjnego gestora¹⁵.

Drugim ważnym elementem jest stosunek do nowoczesnych technik w zakresie przygotowywania tekstów, ilustracji oraz układu całej gazety. Liczba zmian, jakie zaszły w „Głosie” w ciągu 20 lat jest olbrzymia i świadczy o poszukiwaniu przez wydawcę nowych sposobów na powstrzymanie spadkowego trendu liczby sprzedanych egzemplarzy.

Za pierwszy z trzech najpoważniejszych punktów na czasowej osi rozwoju „Głosu” należy uznać wprowadzenie zupełnie nowego layoutu przygotowanego w 1999 roku przez Studio Q – firmę, która wcześniej opracowała koncepcję graficzną dziennika „Rzeczpospolita”. Opracowano nowe czcionki, nowe zasady łamania tekstów itp. Układ ten został porzucony w 2002 roku, kiedy naczelnym „Głosu Szczecińskiego” został Marek Heyza, wcześniej jeden z sekretarzy redakcji bydgoskiej „Gazety Pomorskiej”. Zmienił on layout w ten sposób, aby bardziej zintegrować szczecińską gazetę z bydgoskim dziennikiem. Dzięki temu łatwo można było importować treści z „Pomorskiej” będącej z „Głosem” w jednym koncernie wydawniczym. Wreszcie trzecim punktem jest fuzja z 2007 roku trzech gazet regionalnych („Głosu Szczecińskiego”, „Głosu Koszalińskiego/Słupskiego” oraz „Głosu Pomorza”) w jeden „Głos – Dziennik Pomorza”, kiedy szczecińskie wydanie po raz kolejny musiało zmienić layout, aby przystosować się do układu nowej gazety. Dodać należy, że mimo, iż duże zmiany pojawiały się z dnia na dzień, mniejsze unowocześnienia wprowadzano na bieżąco, nie zawsze zachowując konsekwencję, porządek i spójność. Przez to zdarzało się, że w gazecie w jednym momencie funkcjonowało kilka stylów stosowanych przy łamaniu różnych kolumn. Z kolei prawie absolutna niezmiennosc w „Kurierze” sprawia, że aktualny layout przypomina gazetę wydawaną kilkanaście lat temu. Redakcja zdecydowała się na niewielkie odświeżenie strony graficznej dopiero w 2003 roku.

Najpoważniejszą i najbardziej odczuwalną przez czytelnika zmianą „Kuriera” było zrezygnowanie z wydawania dziennika w cyklu popołudniowym i sprzedaż poranna. Oznaczało to rozpoczęcie bezpośredniej i otwartej konkurencji z „Głosem”.

Zmianie nie ulega właściwie winieta „Kuriera”. Nie zmienił się również szpigel. Redakcja unowocześniła styl tytułów, co przy gruntownych zmianach „Głosu” – które tworzyły właściwie z kolejnych wydań zupełnie nową i inną od poprzedniczki gazetę – wydaje się zabiegiem kosmetycznym.

Przywiązanie do tradycji i podkreślanie tego w kontaktach z czytelnikiem przejawia się również w pozostaniu „Kuriera” w starej siedzibie gazety. Budynek prasy przy pl. Hołdu Pruskiego 8 redakcje zajmowały przed II wojną światową, w czasie Polski Ludowej oraz po 1989 roku.

Symptomatyczne jest prowadzenie przez „Kurier Szczeciński” tych samych od wielu lat akcji oraz działań marketingowo-promocyjnych, na przykład plebiscytu na najlepszego sportowca z wręczaniem nagród podczas specjalnej gali lub ustawianie okazałej choinki przy wjeździe do Śródmieścia w okolicy siedziby redakcji. W tym samym czasie redakcja „Głosu Szczecińskiego” rezygnowała ze swoich historycznych atutów, między innymi letniego nadmorskiego oddziału, z którego dziennikarze przygotowywali wakacyjny dodatek „Głos na Lato”. Działania takie były podyktowane względami oszczędnościowymi.

Na skłonność do unikania zmian wskazuje również polityka kadrowa na najważniejszych stanowiskach w gazecie. Od 1989 roku w „Głosie” było piętnastu redaktorów naczelnych bądź ostatnio szefów redakcji w Szczecinie¹⁵. Po sprzedaniu tytułu, przez kilka miesięcy szefem działu miejskiego była redaktor, która wcześniej pełniła podobną funkcję w bydgoskiej „Gazecie Pomorskiej”. W tym samym czasie „Kurierowi” szefowało pięcioro naczelnych¹⁶. Warte podkreślenia jest ciągłość, do której odwołują się kolejni szefowie redakcji. Po wyborze w 2008 roku, nowy naczelny Artur Daniel Liskowacki szybko przyznał, że w gazecie zmian nie będzie.

Dotychczasowy naczelny Andrzej Łapkiewicz otrzymał absolutorium, ale nie został wybrany ponownie naczelnym. Trafił teraz do rady nadzorczej firmy. – Taki jest werdykt i go szanuję – mówi Łapkiewicz. – Byłem 10 lat redaktorem naczelnym oraz prezesem i czuję się spełniony. Ten wybór gwarantuje kontynuację dotychczasowej linii gazety – Potwierdza to Liskowacki. – Żadnej rewolucji nie będzie, ale ten wybór oznacza ochotę na zmiany w gazecie. Jednak „Kurier” pozostanie tradycyjny, szczeciński, rozpoznawalny jako jedna z nielicznych gazet, która nie trafiła w ręce zachodnich koncernów – mówi. – Musimy teraz wypracować formułę, która pogodzi przyzwyczajenia z wizją nowoczesnej gazety¹⁸.

Z tej oraz wielu innych wypowiedzi wynika, że redakcja „Kuriera” za swoją mocną stroną uważa niezależność od kapitału dużych, zagranicznych kon-

cernów medialnych i jedynie polski kapitał. To kolejna różnica między oboma redakcjami – „Głos Szczeciński” norweska spółka kupiła w 2000 roku. Orkla, będąc już właścicielem „Głosu”, próbowała przejąć również „Kurier”. Udziałowcy (na początku 2000 roku spółdzielnia pracy dziennikarzy przekształciła się w spółkę) zdecydowali wtedy, aby odrzucić propozycję koncernu. Aby zapobiec niekontrolowanej sprzedaży udziałów wprowadzili nawet do umowy spółki zapis, że można je sprzedawać tylko między udziałowcami, a nie na zewnątrz. Norwegowie nie poddawali się i w styczniu 2004 roku kupili dziewiętnaście udziałów, czyli 0,5 procenta kapitału zakładowego od spadkobiercy jednego z udziałowców. Na tym się jednak skończyły próby przejęcia „Kuriera” i firma wciąż pozostaje spółką pracowniczą.

Przez wiele lat – do 1994 roku – kolejną z podstawowych różnic między oboma tytułami była sprzedaż pod względem geograficznym. Szczecin tradycyjnie należał do „Kuriera”. „Głos” z kolei lepiej sprzedawał się w tak zwanym regionie, czyli reszcie województwa. Podział taki utrwalił się w okresie, kiedy „Kurier” ukazywał się jako popołudniówka. Z winy późnego drukowania i związanych z tym ograniczeń w kolportażu, gazeta nie mogła trafić na czas na teren całego województwa. Sprawilo to, że „Kurier” był postrzegany jako tytuł typowo miejski, a czytelnicy z reszty województwa – niejako z braku wyboru – musieli przywiązać się bardziej do „Głosu”.

Taka sytuacja po 1989 roku była teoretycznie możliwa przy dużej liczbie ogłoszeń i czytelników. Kiedy jednak reklamodawcy ograniczyli budżety na ogłoszenia w prasie, a czytelnicy – wydatki na kupowanie gazet, oba tytuły zaczęły walczyć o cały rynek. Wykorzystując tradycyjny podział na miejskich czytelników „Kuriera” i odbiorców „Głosu” w regionie, wydawca „Głosu” stworzył nawet specjalną linię produktów prasowych przeznaczonych dla czytelnika mieszkającego poza Szczecinem.

Ta najłatwiej zauważalna różnica między „Kurierem” a „Głosem” wpłynęła także na opozycję w publikowanych treściach. Określenia „popołudniówka” lub „bulwarówka” nie przyłgnęły do gazety, ale determinowały tematykę artykułów. Na tle „Głosu”, gdzie ukazywały się sążniste teksty przemówień z plennów KC, „Kurier” wydawał się lekturą łatwiejszą w odbiorze. Nawet relacjonując wyniki wyborów w 1989 roku, redakcja dbała, aby na pierwszej stronie znajdował się „łżejszy” materiał. 6 czerwca 1989 roku na pierwszej kolumnie znajdziemy teksty zatytułowane: *Solidarność uzyskała większość*, *Nowy rektor KUL*, *Nadal strzały na ulicach stolicy Chin*, ale również informację *Falszywy biust Sabriny?!*

Ważną różnicą jest liczba publikowanych wydań w tygodniu. „Kurier” trafia do kiosków pięć razy (od poniedziałku do piątku), „Głos” – sześć razy (od poniedziałku do soboty). Gazeta nie ma osobnego (tak jak „Głos”) grzbietu w wydaniu magazynowym. Magazyn jest połączony z wydaniem informacyjnym.

Zmiany własnościowe i ich konsekwencje

Wydaje się, że okresem przełomowym w konkurencji między oboma tytułami był rok 2000, kiedy doszło do poważnych zmian własnościowych w obu tytułach. Spółdzielcy, właściciele „Kuriera Szczecińskiego” zmienili formę prawną wydawcy tytułu i spółdzielnię zastąpiła spółka prawa handlowego. W tym samym roku dziennikarze „Głosu Szczecińskiego” zdecydowali o sprzedaży udziałów (łącznie z prawem do tytułu oraz nieruchomościami należącymi do wydawcy, w tym współwłasnością dużej kamienicy – biurowca położonego w centrum miasta) zagranicznemu koncernowi. Nie bez wpływu na ich decyzję była pogarszająca się sprzedaż „Głosu” oraz wyniki finansowe dziennika¹⁹.

Konsekwencją wykupienia tytułu była redukcja zatrudnienia. Mimo że dziennikarze otrzymali gwarancje zatrudnienia, przedstawiano im oferty odejścia z pracy, które wielu z nich – szczególnie należących do starszego pokolenia – zaakceptowała. Zatrudnienie w „Głosie Szczecińskim” w pionie redakcyjnym stopniowo malało. Coraz słabsza była również pozycja Szczecina jako ośrodka decyzyjnego. Było to szczególnie widoczne w 2001 roku, kiedy redaktorem naczelnym został Wojciech Duda – dziennikarz wcześniej nieznan w Szczecinie oraz w 2002 roku, gdy stanowisko naczelnego objął Marek Heyza (jeden z sekretarzy redakcji „Gazety Pomorskiej”). Rok później redakcja przeprowadziła się z dużego, stojącego w centrum miasta budynku z tradycjami prasowymi do nowej, położonej na uboczu i skromniejszej siedziby. Najważniejszym punktem zwrotnym była likwidacja „Głosu Szczecińskiego” i fuzja trzech tytułów ukazujących się w północnej Polsce, które teraz ukazują się jako jeden – „Głos – Dziennik Pomorza”. Mimo, że „Głos Szczeciński” formalnie nie istnieje, wciąż utrzymywana jest jego marka, jednak redakcja w Szczecinie jest tylko jednym z trzech (obok koszalińskiego i słupskiego) oddziałów.

Tabela 3.
Porównanie cech dwóch dzienników regionalnych ukazujących się w Szczecinie

„Kurier Szczeciński”	„Głos – Dziennik Pomorza” redakcja w Szczecinie
struktura właścicielska i stosunek do obcego kapitału	
spółka pracownicza (wcześniej spółdzielnia) niechętna kapitałowi zagranicznemu	przejęta przez kapitał zagraniczny (wcześniej spółka pracownicza i spółdzielnia)
tradycyjny czytelnik (geograficznie)	
miasto	region
genetyczna aksjologia	
neutralna	lewicowa
tematyka i styl informacji	
zróżnicowana (w świadomości odbiorcy raczej rozrywkowa)	zróżnicowana (w świadomości odbiorcy raczej poważna)
kiedy ukazuje się w kioskach	
gazeta poranna (do 1994 r. popołudniowa)	gazeta poranna
liczba wydań w tygodniu	
5 (od poniedziałku do piątku)	6 (od poniedziałku do soboty)
stosunek do nowoczesnych koncepcji wydawniczych	
niechętny, zachowawczy, tradycyjny	wyprzedzanie trendów, odważne nowatorstwo, częste zmiany
ciągłość kierownictwa	
zachowana	stosunkowo częste zmiany

Źródło: Opracowanie własne autora.

To połączenie pociąga za sobą konsekwencje w hierarchii kadrowej wydawnictwa. Redaktorem naczelnym jest Krzysztof Nałęcz urzędujący w Koszalinie. Redakcjami – które stały się oddziałami – w Szczecinie, Koszalinie i Słupsku zawiadują zastępcy redaktora naczelnego. Mimo tej zmiany, winieta nowej gazety została przygotowana w ten sposób, aby niezorientowany odbiorca nie zauważył większej różnicy. Z tego powodu większość czytelników jest przekonana, że „Głos Szczeciński” nadal się ukazuje, natomiast ci, którzy wiedzą o fuzji trzech tytułów wciąż zwyczajowo używają sformułowania „Głos Szczeciński”. Szef redakcji w Szczecinie tytułowany jest redaktorem naczelnym.

Zmianom kadrowym i wydawniczym towarzyszyły poważne zmiany redakcyjne. Najbardziej jaskrawym przykładem jest przesunięcie wydania ma-

gazynowego gazety z soboty na piątek²⁰ oraz wprowadzenie treści importowanych z innych dzienników koncernu²¹. Najbardziej jest to widoczne w materiałach poradniczych – wiele tekstów, a nawet całe dodatki są importowane z zewnątrz, z redakcji koszalińskiej. Przykładem może być wydawany jako osobny dodatek w 2006 roku „Auto-Moto”. Obecnie wspólne dla „Głosu – Dziennika Pomorza” są nie tylko kolumny z sekcji poradniczej, jak „Edukacja” czy „Dom Nieruchomości Wnętrza” lub „Auto”. „Głos” ma jedno wydanie magazynowe dla całego nakładu. Sekcja ogłoszeń drobnych zawiera ogłoszenia nadawane w biurach trzech redakcji (wyróżnia je dopisek GS dla Szczecina, GK dla Koszalina i GP dla Słupska). Uwspólnieniem objęto również kolumny drugą i trzecią z paginami „Kraj Świat”, a nawet pierwszą²².

Ciekawym elementem uzupełniającym obraz zmian własnościowych na szczecińskim rynku jest wprowadzenie przez „Media Regionalne” nowego tytułu. Od 12 października 2006 roku ukazuje się „MM Moje Miasto Szczecin”, które różni od „Głosu – Dziennika Pomorza” odmienny model biznesowy. Oba tytuły mają tworzyć swoiste lokalne portfolio wydawcy.

Najważniejsze w tym projekcie jest dzielnicowe mutowanie tytułu, do tej pory niestosowane w Polsce z taką konsekwencją. Jest to dość kosztowna metoda (zarówno ze względu na konieczność zatrudnienia większej liczby dziennikarzy, z których każdy co tydzień ma do przygotowania swoje wydanie, jak i ze względu na koszty druku), jednak pozwala na stosowanie ciekawej strategii podczas zbierania ogłoszeń: osoby zamieszczające reklamę mogą ją skierować do mieszkańców konkretnej dzielnicy, większego regionu miasta, opłacić publikację ogłoszenia w całym nakładzie, korzystając z grzbietu ogólnoszczecińskiego lub w całym województwie przy pomocy „Głosu – Dziennika Pomorza”. Interesujące jest również, że pierwszą stroną każdego wydania jest kolumna dzielnicowa. Grzbiet szczeciński, identyczny dla wszystkich mutacji jest wewnątrz numeru. Podkreśla to wagę informacji dzielnicowej, jako bliskiej czytelnikowi i przez to dla niego ważniejszej. W połowie 2010 roku połączono obie redakcje zarówno pion marketingowy, jak i techniczny i redakcyjny.

Tabela 4.

Porównanie tytułów wydawanych w Szczecinie przez koncern „Media Regionalne”

	„MM Moje Miasto”	„Głos Dziennik Pomorza” redakcja w Szczecinie
Cykl wydawniczy	Tygodnik (1 raz w tygodniu w czwartek + drugie wydanie jako bezpłatny dodatek o mniejszym nakładzie w poniedziałek).	Dziennik (6 razy w tygodniu).
Zasięg	Szczecin w granicach administracyjnych miasta.	Byłe województwo szczecińskie.
Mutowanie	Siedem mutacji dzielnicowych + grzbiet ogólnoszczeciński wewnątrz szpigła.	Jedno wydanie, które samo jest mutacją „Głosu – Dziennika Pomorza”
Tematyka	Bliska czytelnikowi z dzielnicy, zwykli ludzie jako bohaterowie na zdjęciach, brak polityki, częste interwencje w sprawach drobnych z punktu widzenia województwa.	Z konieczności tematy muszą dotyczyć jak największej liczby mieszkańców województwa, na interwencje jest miejsce wewnątrz szpigła.
Kolportaż	Bezpłatne pismo kolportowane do skrzynek pocztowych oraz dostępne na ekspozytorach w osiedlowych sklepach spożywczych i na pocztach (wydanie czwartkowe) lub kolportowane przez pracowników w głównych węzłach komunikacyjnych miasta, na przystankach komunikacji miejskiej, skrzyżowaniach (wydanie poniedziałkowe).	Płatna gazeta dostępna w kioskach, salonach prasowych itp.

Źródło: Opracowanie własne autora.

Podsumowując, warto sporządzić mapę szans i zagrożeń dla redakcji zarówno działających w ramach koncernu, jak i funkcjonujących samodzielnie, widzianą oczami pracowników mediów. Okazuje się, że często to, co jest zalecane dla redakcji jako całości, wywołuje niechęć u dziennikarzy.

Tabela 5.

Mapa szans i zagrożeń dwóch sposobów funkcjonowania redakcji na rynku lokalnym

W ramach koncernu	Samodzielnie
Dla tytułu jako całości	
<p><u>Szanse:</u> Korzystanie z bazy pomysłów całego koncernu, innych tytułów oraz centrali. Oszczędności związane ze zmniejszeniem zatrudnienia. Możliwość przygotowywania w jednej redakcji produktu (dodatki tematycznych, kolumn tematycznych) dla wielu oddziałów. Lepsza organizacja pracy. Szkolenia dla pracowników. Większy budżet gwarantujący przetrwanie słabszym redakcjom. Atrakcyjniejsza oferta dla ogólnopolskich reklamodawców. Dostęp do know-how całego koncernu.</p> <p><u>Zagrożenia:</u> Zatrącenie lokalnego charakteru, niereagowanie na potrzeby lokalnego czytelnika. Zajmowanie miejsca w gazecie zbyt dużą liczbą ogólnopolskich kolumn tematycznych (tańszych lecz mniej związanych z regionem). Odpływ wyszkolonej kadry.</p>	<p><u>Szanse:</u> Możliwość dopasowania polityki redakcyjnej do specyfiki środowiska lokalnego oraz do lokalnego interesu społecznego. Gwarancja odpowiedniego wyeksponowania informacji ważnych dla lokalnego czytelnika. Zaufanie czytelnika, który wybiera „swoją” gazetę.</p> <p><u>Zagrożenia:</u> O wiele większa podatność na wahania na rynku reklamowym. Ograniczenia budżetowe. Możliwy przerost zatrudnienia połączony z brakiem możliwości przeprowadzenia zwolnień.</p>
Dla pojedynczych pracowników	
<p><u>Szanse:</u> Możliwość dodatkowego zarobku podczas realizacji ogólnopolskich projektów Szansa awansu, na przykład do centrali lub na wyższe stanowisko w innym regionie. Jednorazowa wypłata stosunkowo dużej kwoty za sprzedaż tytułu. Ewentualna gwarancja zatrudnienia na określony okres.</p>	<p><u>Szanse:</u> Prawo do decydowania o losie redakcji. Wpływ na decyzje kadrowe, łącznie z wybieraniem redaktora naczelnego i prezesa. Możliwość konsumpcji zysków w przypadku sprzedaży tytułu.</p>

<p>Zagrożenia: Nieuniknione zwolnienia podczas łączenia tytułów, redakcji. Przerzucanie ciężaru cięć finansowych z centrali na oddziały regionalne, co wiąże się z ryzykiem zwolnień oraz obniżkami pensji. Brak wpływu na wszelkie negatywne decyzje centrali.</p>	<p>Zagrożenia: Podziały na frakcje i kłótnie w zespole, najczęściej związane z podjęciem decyzji o sprzedaży tytułu.</p>
--	---

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wywiadów przeprowadzonych z pracownikami redakcji „Kuriera Szczecińskiego”, „Gazety Wyborczej Szczecin” oraz szczecińskiego oddziału „Głosu – Dziennika Pomorza”.

Obecnie zarówno redakcje „Głosu – Dziennika Pomorza”, jak i „Kuriera Szczecińskiego” nie informują o ewentualnych zmianach własnościowych. Co pewien czas pojawiają się pogłoski o tym, że udziałowcy „Kuriera” planują sprzedać tytuł. Do tej pory jednak do tego nie doszło.

Streszczenie: Szczeciński rynek prasowy jest wyjątkowy, ponieważ funkcjonują tu dwa duże dzienniki regionalne z różnymi modelami właścicielskimi: „Głos Szczeciński” wydawany przez koncern „Media Regionalne” oraz „Kurier Szczeciński”, którego właścicielem wciąż jest spółka pracownicza. Autor porównuje dwie odmienne drogi, jakie przeszły tytuły, które dwadzieścia lat temu zostały na tych samych zasadach przekazane pracownikom. W podsumowaniu znajduje się mapa szans i zagrożeń obu modeli funkcjonowania redakcji – w koncernie oraz samodzielnie.

Contemporary Development Strategies of Szczecin Press. Independently or in the Concern?

Summary: Szczecin press market is special because of two regional newspaper with different models of the ownership: “Głos Szczeciński” issued by the concern “Media Regionalne” and “Kurier Szczeciński” which owner is still workers’ company. The author compares two different ways that have been passed the titles which twenty years ago were transferred employee on the same principles. In recapitulation, there is a map of chance and risks of both models of editing, in the company and independently.

Przypisy:

¹ G. Czarnecki, *XX wiek. Stettin – Szczecin. Polityka, gospodarka, kultura*, Publisher’s, Poznań 2004, s. 17.

² R. Czejarek, *Szczecin przelomu wieków XIX/XX*, Dom Wydawniczy Księży Młyn, Łódź 2008, s. 117.

³ R. Czejarek, *Szczecin i okolice w obiektywie Makska Dreblowa*, Walkowska Wydawnictwo, Szczecin 2009, s. 47.

⁴ Będzie się do niego odwoływał otwarty w 1982 roku tygodnik „Morze i Ziemia”.

⁵ K. Kozłowski, *Pomorze Zachodnie w sześćdziesięciolecie (1945–2005)*, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin 2007, s. 217.

⁶ „Morze i Ziemia”, 4 stycznia 1995 r.

⁷ Opinia Tadeusza Białeckiego cytowana w: K. Kozłowski, *Środki masowego przekazu w Szczecinie w latach 1945–1990*, [w:] *Słowem i piórem*, T. Białecki (red.), s. 32.

⁸ Według raportu ZKDP, rozpowszechnianie płatne razem w listopadzie 2010 roku: 20 054 egz.

⁹ Według raportu ZKDP, rozpowszechnianie płatne razem w listopadzie 2010 roku: 43 952 egz.

¹⁰ K. Kozłowski, *Prasa*, [hasło w:] *Encyklopedia Szczecina*, Uniwersytet Szczeciński, Instytut Historii, Zakład Historii Pomorza Zachodniego, t. II, s. 186.

¹¹ Tamże.

¹² K. Kozłowski, *Środki masowego przekazu w Szczecinie w latach 1945–1990*, dz.cyt., s. 19. W tym samym miejscu autor wskazuje nie tylko na publikacje, ale również na zachowanie dziennikarzy: „Redakcja gazety partyjnej »Głos Szczeciński« szczególnie odczuwała przełomy polityczne, jakie miały miejsce w Polsce w latach 1956, 1970, 1980. Ocena postawy redakcji i uwikłań poszczególnych dziennikarzy w tych trudnych okresach wymaga oddzielnej analizy”. Różnicę w ofercie polegającą nie tylko na porze dnia, w której gazeta trafiała do kiosków, tematyce, ale również sposobie prezentacji zauważa Walery Pisarek, pisząc, że w Szczecinie „mogli czytelnicy wybierać między gazetą poranną (oczywiście partyjną) a popołudniową albo kupować obie. Różniły się one między sobą nie tylko porą wydawania: gazeta popołudniowa była mniej oficjalna, bardziej popularna, przyciągała czytelników nie tyle ważnością informacji, co tematyką i sposobem jej prezentacji” (W. Pisarek, *Zmiana oferty na rynku prasy codziennej*, [w:] *Media i dziennikarstwo w Polsce 1989–1995*, G. G. Kopper, I. Rutkiewicz, K. Schliep (red.), Kraków 1996, s. 45).

¹³ W. Adamczyk, *Media masowe w procesie budowania demokracji w Polsce (1989–1995)*, Poznań 1999, s. 8.

¹⁴ Mimo, że po 1989 roku rzeczywisty wpływ polityki na publikacje w obu gazetach był mniejszy, pracownicy „Kuriera” wciąż podkreślają „mniej uległą wobec komunistycznych rządów” przeszłość tytułu. Przykładem jest fragment artykułu Stefana Janusiewicza, *Sprintem przez 55-lecie „Kuriera”*, [w:] „Kurier Szczeciński” – 55 lat, Szczecin 2000, s. 15: „Dopiero w 1994 roku wydawnictwo »Młoda Rosja« opublikowało tajne dokumenty KC PZPR z lat 1947–1956. Jest w nich poufna ocena radziecka prasy prowincjonalnej w Polsce. W tym »Kuriera Szczecińskiego«. Cytat: W 1947 roku prowincjonalna prasa polska zamieściła zaledwie 486 publikacji i informacji o ZSRR. Artykułów nie było więcej jak 75–80. Średnio wypadło na jedną gazetę 24 informacje. Ale takie gazety jak »Dziennik Łódzki« i »Kurier Szczeciński« zamieściły zale-

dwie II informacji o ZSRR. Byliśmy więc już u zarania gazetą nieprawomyślną, a naczelny redaktor – Bolesław Rajkowski, obok Mariana Eillego z »Przekroju« – był szefem bezpartyjnym».

¹⁵ A. Babiński, *Kreowanie polskości*, [w:] *Słowem i piórem*, s. 119.

¹⁶ Krzysztof Matlak (dwukrotnie), Mieczysław Kaczanowski, Zbigniew Jasina, Bernard Kozłowski, Andrzej Palmirski, Janusz Zarzycki, Robert Cieślak (redaktor naczelny, który pełnił swoją funkcję przed i rok po przejściu „Głosu” przez Orklę), Wojciech Duda (pierwszy naczelny spoza Szczecina), Marek Heyza (wcześniej sekretarz redakcji w „Gazecie Pomorskiej”), Maciej Gładysiewicz, Jacek Ogrodniczak, Marek Kromer (jednocześnie naczelny „Głosu Szczecińskiego” i „Głosu Koszalińskiego”), Piotr Wąsikowski (zastępca redaktora naczelnego, szef szczecińskiej redakcji „Głosu Dziennika Pomorza”, którego naczelnym był Marek Kromer), Ynona Husaim-Sobecka (zastępca redaktora naczelnego, szef szczecińskiej redakcji „Głosu Dziennika Pomorza” z naczelnym Krzysztofem Nałęczem), Bogdan Stech (zastępca redaktora naczelnego, szef szczecińskiej redakcji „Głosu Dziennika Pomorza” z naczelnym Krzysztofem Nałęczem).

¹⁷ Anna Więckowska-Machay (7 lat), po jej śmierci – Maria Grochowska (2 lata), Andrzej Łapkiewicz (10 lat), Artur Daniel Liskowacki (od 2008 roku), Tomasz Kowalczyk (od 2010 roku).

¹⁸ <http://szczecin.gazeta.pl/szczecin/1,34959,5093768.html> [dostęp z 14 lutego 2011 r.].

¹⁹ R. Cieślak, *Przemiany mediów regionu szczecińskiego po 1990 roku*, [w:] *Media masowe w oddziaływaniu na rozwój regionu*, pod red. naukową Jana Kani, Wydawnictwo Naukowe TWP, Szczecin 2008, s. 20.

²⁰ Redaktor naczelny pochodzący z Bydgoszczy prawdopodobnie nie znał szczecińskich realiów. Nie wiedział więc, że przed 1989 rokiem sprzedaż sobotniego magazynowego wydania „Głosu Szczecińskiego” dochodziła do 200 tysięcy egzemplarzy (A. Babiński, dz.cyt., s. 119).

²¹ „Nawet powierzchowna analiza zawartości polskich dzienników lokalnych skłania do wniosku, że tracą one oryginalny charakter. Stopniowo ujednotamia się ich szata graficzna, uniformizują formy kontaktów z czytelnikami i akcje promocyjne, a nade wszystko upodabnia się ich szata graficzna. Tendencje te zyskały na ostrości w ostatnich latach, a u ich podstaw legły przede wszystkim czynniki ekonomiczne. Uniformizacja umożliwi bowiem maksymalne wykorzystanie kadr dziennikarskich, pracowników odpowiedzialnych za reklamę, kolportaż oraz informatyków, obniża koszty druku i kolportażu itp.”. J. Dzierżyńska, *Uniformizacja dzienników lokalnych. Studium przypadku „Gazety w Częstochowie” (1991–2007)*, „Rocznik Prasoznawczy” 2008, s. 81.

²² Tak było, między innymi 14–15 listopada 2009 r. oraz 21 stycznia 2010 r. 13 listopada 2009 r. ukazał się jako tak zwana owijka (pierwsza, druga, przedostatnia i ostatnia strona gazety) – „Głos Prenumeratora” wspólny dla wszystkich wydań.