

*Dorota Górnik*

## Powstanie i upadek prasy

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Chełmie

### Abstrakt

Ostatnia dekada przyniosła drastyczne zmiany w branży prasowej uważanej dotąd za stabilną i odporną na kryzys finansowy. Potenci medialni ponieśli ogromne straty związane z niespotykanymi dotąd spadkami w zainteresowaniu reklamą prasową oraz zakupem prasy w wersji drukowanej. Czy wszystkiemu winna jest globalizacja i Internet? Czy jest to upadek prasy czy tylko ewolucja? Czy powodem jest zmiana sposobu informacji czy może oczekiwania odbiorców? To opracowanie pozwoli znaleźć odpowiedzi na tak postawione pytania. W pierwszej części tej pracy opisano ewolucję przekazywania informacji, której punktem przełomowym był masowy druk gazet, chociaż sama idea czcionki i druku była znana setki lat wcześniej. W części drugiej, wykorzystując dostępne dane statystyczne, w tym opracowane własnoręcznie na podstawie danych źródłowych, przedstawiono spadek nakładów i zysków w ostatniej dekadzie. Trzecia i ostatnia część pracy omawia aktualne formy przekazu informacji będące zamiennikiem wersji drukowanych, zmiany preferencji odbiorców a także odpowiada na postawione powyżej pytania.

**Słowa kluczowe:** *prasa, komunikacja, rewolucja druku, spadek nakładów, upadek prasy*

### Abstract

The last decade has brought forth drastic changes in the newspaper industry that was considered to be stable and immune from the financial crisis. Media moguls have suffered severe financial losses due to unprecedented declines in both the interest of the publicity in advertisements, and the purchase of printed newspapers. Are globalization and the internet to blame? Is the newspaper industry in decline or should it be analysed in terms of evolution? May the deteriorating situation of the press department result from the shift in the exchange of information or could it stem from the continuous changes in the readers' expectations? Section I outlines the evolution of message transmission, to the point of turning into the rise of the mass-circulation press, although the concept of printing and the term font had been known for hundreds of years earlier. In Section II the circulation decline and the decrease in revenue seen in the last decade has been presented on the basis of both the available statistics, and self-study based on source data. Section III outli-

nes the latest methods of communication that serve as a substitute for the printed ones, investigates changes regarding the recipients' preferences, as well as tackling the issues raised above.

**Keywords:** *press, communication, printing revolution, circulation decline, press fall*

#### **prasa**

[łac. *presso* 'tłoczę'],

ogół druków o charakterze informacyjnym i regularnej częstotliwości ukazywania się, obejmujący wszystkie rodzaje periodyków, tj. dzienniki, gazety, tygodniki, miesięczniki, kwartalniki, półroczniki i roczniki, w potocznym znaczeniu dzienniki i gazety (p. codzienna o treści ogólnej) oraz tygodniki (czasopisma) o treści ogólne (Encyklopedia PWN, 2011).

Przekazywanie informacji w formie innej niż ustna sięga szóstego tysiąclecia przed naszą erą, gdy pojawiły się zapisy w postaci pisma węzełkowego oraz pierwsze zapisy obrazkowe. Według naukowców pierwsze węzełki miały znaczenie rachunkowe, następnie służyły do przekazywania informacji opisowych. Bez względu jednak na dokładne pochodzenie i datowanie, bez względu na to czy powstały w starożytnych Chinach (Needham, 1959, s. 14) czy na innym obszarze były to pierwsze kroki do udostępniania informacji szerokiej rzeszy odbiorców. Zanim jednak będzie można mówić o powstaniu prasy zgodnej z wyżej przytoczoną definicją miną całe wieki. Cytując definicję prasy należy zwrócić uwagę na dwie kwestie: pochodzenie i funkcję.

Pochodzenie – obecnie określenie „*prasa*” pochodzi od nazwy maszyny drukarskiej i sposobu powstawania wydruków, który polega na odciskaniu znaków na papierze. Zarówno wynalezienie czcionki jak i prasy pozwalającej na masowe powielanie tekstów przypisuje się Chińczykom. W II w. n.e. wprowadzono drukowanie za pomocą drewnianych klocków, na których techniką drzeworytu wycinano lustrzane odbicie tekstu czy ilustracji. Następnie drewniane klocki smarowano atramentem i odbijano na papierze. Metoda ta rozprzestrzeniła się w Chinach w czasach dynastii Tang, gdzie w VIII w. powstały pierwsze książki blokowe (zwane ksylografami). Od XI w. w Chinach i Korei posługiwano się również wykonanymi z drewna i wypalanej gliny (a później także z metalu) ruchomymi czcionkami (przestawiającymi znaki pisma), z których składano tekst (Meggs, 1989, s. 24-26).

Ruchomą czcionkę przypisuje się niejakiemu Bi Sheng, który w 1041 zastosował czcionkę wykonaną z wypalanej gliny, z kolei następcą Wang Zhen,

próbował stosować stemple wykonane z drewna, które było znacznie trwalsze. Przyjmuje się, że metalową czcionkę wynaleziono dopiero później w Korei, w okresie panowania dynastii Goryeo. Dlatego więc uznano, że pierwszą maszyną drukarską, która zapoczątkowała druk prasy jaką znamy było urządzenie stworzone przez Johanna Gutenberga w 1450 roku (Dahl, 1965, s. 119-123). Nie był on ani jedynym Europejczykiem, który próbował drukować za pomocą ruchomej czcionki, ani jej wynalazcą. Niemniej kombinacja azjatyckich technik, opracowanie innego rodzaju atramentu, stworzenie matrycy pozwalającej na ustawianie czcionek w równych liniach i odstępach, czy w końcu udoskonalone czcionki sprawiły, że druk na skalę masową stał się znacznie łatwiejszy. Wydrukowanie kilku stron tekstu nie wymagało wielotygodniowej pracy w celu wykonania metalorytu czy drzeworytu, który był później bezużyteczny. Informacje mogły się pojawiać z dnia na dzień.

Udoskonalenia wprowadzone przez Gutenberga oraz zupełnie inny alfabet, sprawiły, że druk informacji w formie periodyków mógł rozpocząć nową rewolucję informacyjną (Kapr, 1996, s. 263-265). Co ciekawe uważa się, że to właśnie trudność w składaniu tekstu w języku chińskim i koreańskim, ogrom pracy włożony w jego powielanie dostępnymi metodami sprawiły, że informacje codzienne w wielonakładowej formie pisemnej nie miały racji bytu (Hyatt Mayor, 1980, s. 5,6).

Funkcja – ogół druków o charakterze informacyjnym i regularnej częstotliwości ukazywania się, obejmujący wszystkie rodzaje periodyków, tj. dzienniki, gazety, tygodniki, miesięczniki, kwartalniki, półroczniki i roczniki, w potocznym znaczeniu dzienniki i gazety (np. codzienna o treści ogólnej) oraz tygodniki (czasopisma) o treści ogólnej. Zgodnie z tą częścią definicji informacje w formie druku mają się ukazywać w określonej, stałej częstotliwości. Biorąc pod uwagę, że omawiane wyżej techniki w Azji w okresie od 11 do 14 wieku służyły do wykonywania odbitek ksiąg nie można było mówić o prasie zgodnej z cytowaną definicją. Przesłanki te wskazują skłaniając więc do wniosku, że to właśnie Gutenberg i jego ulepszone techniki przyczyniły się do powstania prasy jaką do tej pory znamy. Na początku rewelacyjne rozwiązanie mogunckiego drukarza było wykorzystywane do druku książek, w tym słynnej 41-wierszowej Biblii Gutenberga.

Kolejnym krokiem w kierunku powstania prasy europejskiej była tak zwana prasa ulotna, okazjonalne druki, jednym z pierwszych wartych wspomnienia jest przedruk listu Krzysztofa Kolumba o odkryciu Ameryki. W roku 1583 powstaje w Kolonii rocznik „*Messrelation*” („*Relacje Targowe*”) opisujący wydarzenia polityczne i gospodarcze w Europie z naciskiem na Niemcy. Pomysłodawca „*Relacji Targowych*” – Michał von Aitzing z powodzeniem

sprzedawał pismo na targach we Frankfurcie. Z czasem jego gazeta zaczęła się ukazywać co pół roku, co niewątpliwie dowodzi, iż pismo cieszyło się ogromnym zainteresowaniem.

W roku 1605 w Antwerpii zaczęto wydawać pierwszy tygodnik w historii świata „*Nieuwe Tijdinghe*”. „*Post Och Inrikes Tidningar*” ukazała się w Szwecji w 1645 roku a od 1 stycznia 2007 jest dostępna wyłącznie w wersji elektronicznej. Światowe Stowarzyszenie Gazet uznaje ją za najstarszą, w dalszym ciągu wydawaną gazetę na świecie. Pierwsza w Rosji gazeta za tytułowana „*Wiadomości*” pojawia się w roku 1703, a rok później moda na gazetę dotarła do Ameryki gdzie powstaje „*The Boston News-Letter*”. Warto tu uściślić sformułowanie gazeta. Odnosi się ono do wydawnictwa, ukazującego się częściej niż raz w tygodniu. Pierwszą gazetą w tym rozumieniu była wydawana Strasburgu od roku 1609 „*Relation*” oraz „*Aviso*” – drukowaną w Wolfenbüttel. Pierwsza gazeta codzienna (ukazywała się 6 dni w tygodniu) pojawiła się w Lipsku w 1650.

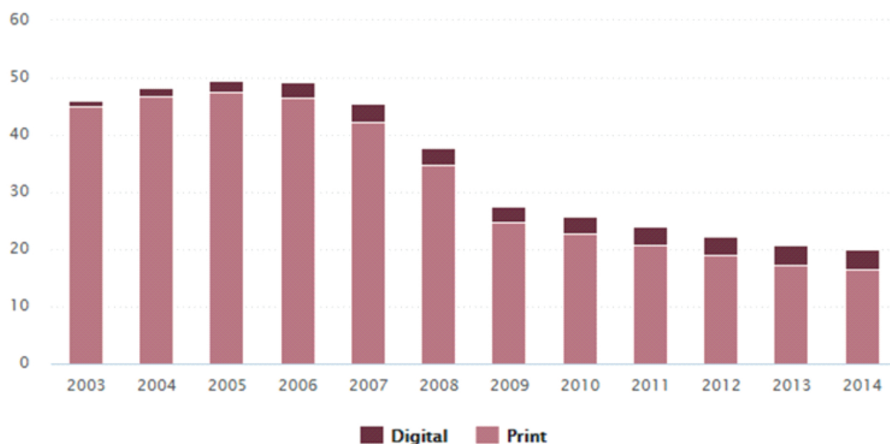
Prasa ulotna na terenie Polski pojawiła się po roku 1500, do najbardziej znanych należy najstarsza „*Nowiny z Konstantynopola*” z 1550 r., wydawana z okazji wydarzeń politycznych, wojennych, dyplomatycznych i innych. Ta forma prasy przetrwała równolegle z innymi do XVIII w. Pierwszą zachowaną, periodyczną gazetą ukazującą się w Polsce i wydawaną w języku polskim był „*Merkuriusz Polski Ordynaryjny*”, którego pełna nazwa brzmiała „*Merkuriusz Polski dzieje wszystkiego świata w sobie zamykający dla informacji polskiej*” wydawany w Krakowie od 3 stycznia 1661 roku. Początek nieprzerwanego rozwoju prasy polskiej datuje się na przypada na drugą ćwierć XVIII wieku. Jednymi z pierwszych były tłoczone od stycznia roku 1729 (Aleksandrowska, Mikulski, 1966, t. 4, s. 103) w warszawskiej drukarni piarskiej, a redagowane przez J. Naumańskiego, „*Nowiny Polskie*” (z wiadomościami krajowymi) i „*Relata Refero*” (z wiadomościami zagranicznymi). Wkrótce zostały one przemianowane odpowiednio na „*Kurier Polski*” (grudzień 1729) i „*Gazety z Cudzych Krajów*” (rok 1730) (Hombek, 2010).

Jak wspomniano wcześniej w 1704 roku John Campbell podejmuje publikację „*Boston NewsLetter*”, pierwszej gazety w Ameryce, zanim jednak do tego doszło w 1662 roku powstał Licensing Act dający gubernatorowi prawo do cenzury. Podobnie jak to było w przypadku Gutenberga i błędnego poglądu, że jest wynalazcą druku, również „*Boston NewsLetter*” nie był tak na prawdę pierwszą gazetą w USA bowiem w 1690 roku w Bostonie powstała „*Publick Occurrences, Both Foreign and Domestick*”, jednak w przeciwieństwie to wydawnictwa Campbella nie utrzymała się ona zbyt długo na rynku, pozostawiając tytuł pierwszej trwale wydawanej gazety właśnie



„*Boston NewsLetter*”. Kluczowe dla rozwoju prasy w USA było ogłoszenie pierwszej poprawki do konstytucji. Ta ważna decyzja z 1791 roku gwarantowała wolność słowa. Gdy w 1811 uruchomiono pierwszą parową maszynę drukarską nadeszły złote czasy drukarskie. Wkrótce pojawiły się takie tytuły jak „*Saturday Evening Post*” – najbardziej popularny w historii USA magazyn prasowy oraz „*New York Sun*” tania gazeta codzienna. W 1844 – Samuel Morse wprowadza do użytku telegraf co znacznie przyspiesza przesyłanie informacji, a cztery lata później powstaje agencja informacyjna Associated Press. Od tego momentu nic już nie mogło powstrzymać rosnącej popularności oraz wpływu prasy na społeczeństwo. Przez ponad wiek pozycja drukowanej informacji była niezachwiana. Nawet gdy w 1971 roku Armia Amerykańska ujawniła protokół TCP i sieć ARPANET będące podwalinami Internetu nikt nie przypuszczał jak bardzo zmieni się sposób dystrybucji i odbioru informacji. Tymczasem od roku 2000 widoczny jest spadek nakładów wydawnictw informacyjnych oraz dramatyczny spadek przychodów z reklam drukowanych w tych publikacjach. Niektóre z wiodących tytułów straciły ponad 60% inne nieco ponad 20%. Ten kryzys w branży przełożył się na przychody co z kolei spotęgowało i tak już szybką w dół notowania właścicieli wydawnictw.

Annual revenue in billions of U.S. dollars



Rysunek 1: Roczne przychody z reklam uzyskiwane przez wydawnictwa prasowe w USA (w mld USD)

Źródło: <http://www.journalism.org/2015/04/29/newspapers-fact>

Z analizy danych na Rysunku 1 największy spadek widać pomiędzy 2006 a 2009 rokiem. Niemniej należy wziąć pod uwagę, że mimo spadających nakładów wydawcy ratowali sytuację poprzez podnoszenie cen sprzedaży, cen reklam oraz zwiększania powierzchni reklamowej. Należy również zwrócić uwagę, że mimo postępu cyfryzacji i rosnącej popularności smartfonów, tabletów i czytników e-book przychody z wersji elektronicznych stanowią stosunkowo niewielką część. Zatem spadek nakładu i przychodów wersji drukowanych nie jest rekompensowany przez e-prasę tych wydawców. Dodatkowo powyższy wykres obejmuje różne rodzaje publikacji oferowane przez uwzględnione wydawnictwa w USA w tym okresie, a kryzys najbardziej odczuł rynek prasy codziennej.

W Polsce jak i w USA czy całej Europie widoczny jest spadek sprzedaży prasy. Na poniższych tabelach zestawiono średni sprzedany nakład miesięczny dla każdego roku. Tabele opracowano na podstawie danych uzyskanych ze Związku Kontroli Dystrybucji Prasy. Przedstawione dane sporo mówią na temat sytuacji w branży w ostatnich czternastu latach. Średni spadek wyniósł 54%.

W Tabeli 1 kolorem żółtym zaznaczono sprzedaż gazety o największym sprzedawanym nakładzie. Można by sądzić, że największe nakłady w kraju rozwiniętym będzie osiągała gazeta opiniotwórcza, wartościowa pod względem merytorycznym, tu jednak przewidywania zostały skorygowane przez wyniki sprzedaży. Co ciekawe gazety o renomie brukowca mają się całkiem nieźle w dobie kryzysu, wytłumaczeniem tego zjawiska, może być większa skłonność osób wykształconych, młodych, obeznanym z nowoczesnymi środkami przekazu do porzucenia treści merytorycznych w wersji papierowej na wersje elektroniczne. Tym samym nakład sprzedanych wersji drukowanych będzie spadał znacznie szybciej niż nakład brukowców, które skierowane są do zupełnie innej grupy odbiorców. Największe spadki zaliczyły „*Kurier Lubelski*” – 75%, „*Super nowości*” – 74% i co zaskakujące „*Rzeczpospolita*” – 71%, w pierwszej dziesiątce znalazła się także „*Gazeta Wyborcza*” – 58%. Najbardziej odporne na zmiany były dzienniki lokalne i prasa brukowa. W tabeli 4 przedstawiono spadki nakładów z roku na rok, co pozwoliło na wskazanie (czerwone pola, czerwony druk) komórek o największych spadkach. Choć dla większości tytułów tendencja spadkowa była widoczna od początku 2001 roku, to dopiero rok 2010 przyniósł katastrofalne spadki sprzedaży materiałów w postaci drukowanej, aż 72% największych spadków nastąpiło właśnie od tego roku.

Tabela 1: Średniomiesięczny sprzedany nakład najbardziej znanych gazet w Polsce. Kolor żółty wskazuje tytuł z największym sprzedanym nakładem średniomiesięcznym

	Tytuł	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	Spadek														
1	Polska Kurier Lubelski	18577	17663	13770	13310	12967	14354	14163	10884	9126	7752	6533	5976	5525	4708
2	Super Nowości	25088	35500	26247	25034	22202	19227	17749	17288	13467	12169	11461	10551	9081	
3	Rzeczpospolita	199078	188265	186193	193100	182677	172800	164275	157136	192221	141156	129276	107814	80008	58043
4	Dziennik Polski	72386	69061	63481	56750	56265	51939	46923	44029	41952	37081	33716	28694	25293	21426
5	Dziennik Wschodni	25049	25502	21652	19820	19635	17297	15048	14500	14394	12815	10928	10011	8361	8184
6	Sport	18461	16595	15514	12985	10322	10721	10514	10100	9345	8245	7509	6938	6338	5990
7	Polska Dziennik Bałtycki	13044	76502	69786	60380	60703	56986	52604	50611	47485	42423	39134	34427	31261	27055
8	Przebieg Sportowy	88943	89118	90367	75816	77656	72483	68707	64332	57597	50904	47545	43223	38272	34722
9	Gazeta Lubuska	55930	53194	50977	50042	49600	48393	47570	45071	41809	28432	24846	22943	25860	22856
10	Gazeta Wyborcza	458502	420669	417386	435957	447118	434187	448142	411192	370407	335498	305861	256497	220069	191546
11	Polska Dziennik Łódzki	58132	55961	55820	51463	50899	50138	49518	46424	43661	39275	35908	32185	29103	25322
12	Polska Gazeta Wrocławska	33772	33827	31842	41666	40499	38314	35017	34368	30965	27652	24829	22886	20769	18357
13	Gazeta Pomorska	49151	101826	98931	94358	92963	89025	85957	82462	76548	67489	62422	56889	49713	45447
14	Gazeta Olsztyńska/Dziennik Elbląski	36494	38062	38338	35904	34814	33983	32672	30387	27519	27960	33333	30383	19778	17137
15	Polska Dziennik Zachodni	93889	89387	82326	74372	101486	96045	91378	82358	78933	69889	63668	57303	51525	45437
16	Super Express	334727	299495	273807	231198	216100	200056	198439	204515	192221	184032	174323	161617	154929	152762
17	Express Ilustrowany	68874	63386	61104	57505	55671	54335	53348	52350	51791	48004	43923	39508	35841	31815
18	Nowa Trybuna Opolska	37509	36306	36874	35215	34578	32389	31321	29492	28846	26774	24824	22288	19031	18399
19	Gazeta Codzienna Nowiny	36407	35000	34470	33915	32243	31456	30940	30495	30843	28843	27052	25722	24048	22835
20	Puls Biznesu	20733	21700	22863	23285	23789	26009	26459	23827	19200	18417	17765	17376	16100	14041
21	Polska Głos Wielkopolski	59343	54399	46099	34481	33124	33785	53386	51627	49062	44984	42148	38461	35880	32554
22	Dziennik Gazeta Prawna	bd	66963	74723	80532	82065	75319	75462	bd	80785	99559	91534	82062	67228	57531
23	Głos - Dziennik Pomorza	24633	23172	22671	18219	16604	42909	41741	42930	39278	35512	32049	27508	24904	
24	Echo Dnia	33660	34585	34162	33919	36939	38913	38470	37200	36399	34187	30943	26903	24532	23102
25	Fakt Gazeta Codzienna	bd	bd	bd	535217	519067	513683	514499	495358	466716	437060	394460	373721	338835	324730

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych ze Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.

Tabela 2: Dziesięć tytułów o największym spadku sprzedaży liczonym na podstawie wyników z 2014 oraz najwyższego wyniku w okresie poprzedzającym

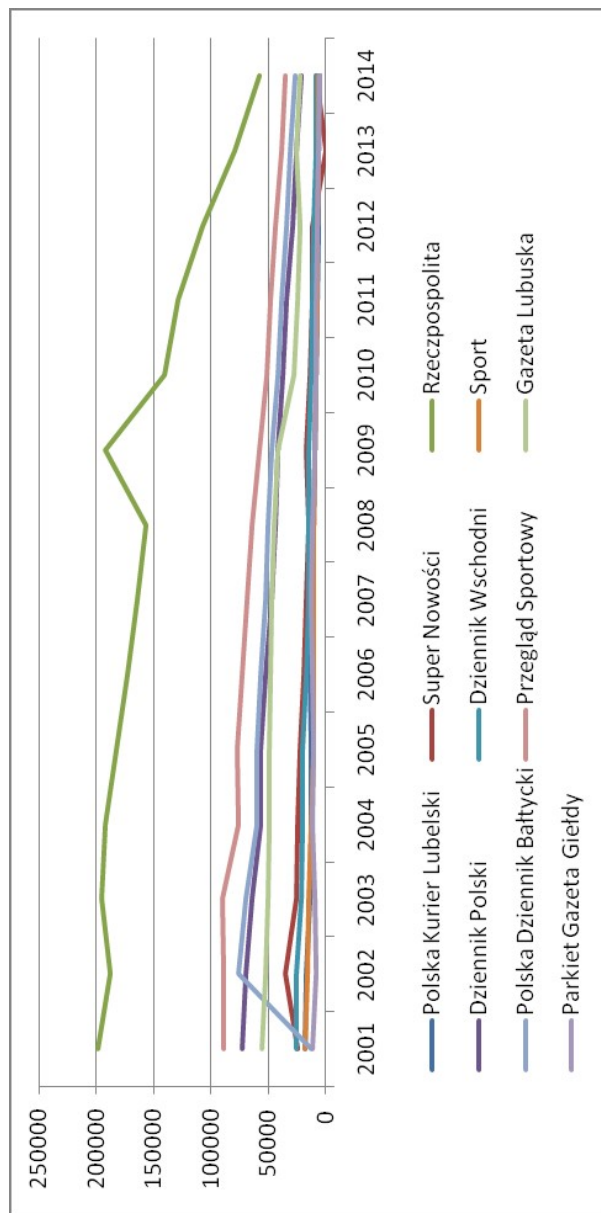
	Tytuł	Spadek	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Polska Kurier Lubelski	75%	18577	17663	13770	13310	12967	14354	14163	10884	9126	7752	6533	5976	5525	4708
2	Super Nowości	74%	25088	35500	26247	25034	22202	19227	17749	15242	17288	13467	12169	11461	10351	9081
3	Rzeczpospolita	71%	199078	188265	186193	193100	182677	172800	164275	157136	192221	141156	129276	107814	80008	58043
4	Dziennik Polski	70%	72386	69061	63481	56750	56265	51939	46923	44029	41952	37081	33716	28694	25293	21426
5	Dziennik Wschodni	68%	25049	25502	21652	19820	19635	17297	15048	14500	14394	12815	10928	10011	8361	8184
6	Sport	68%	18461	16595	15514	12985	10322	10721	10514	10100	9345	8245	7509	6938	6338	5990
7	Polska Dziennik Bałtycki	65%	13044	76502	69786	60380	60703	56986	52604	50611	47485	42423	39134	34427	31261	27055
8	Przebieg Sportowy	62%	88943	89118	90367	75816	77656	72483	68707	64332	57597	50904	47545	43223	38272	34722
9	Gazeta Lubuska	59%	55930	53194	50977	50042	49600	48393	47570	45071	41809	28432	24846	22943	25860	22856
10	Gazeta Wyborcza	58%	458502	420669	417386	435957	447718	434187	448142	411192	370407	335498	305861	256497	220069	191546

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych ze Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.

Tabela 3: Dziesięć tytułów o najmniejszym spadku sprzedaży liczoną na podstawie wyników z 2014 oraz najwyższego wyniku w okresie poprzedzającym

	Tytuł	Spadek	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Fakt Gazeta Codzienna	39%	bd	bd	bd	535217	519067	513683	514499	495538	466716	437060	394460	373721	338835	324730
2	Echo Dnia	41%	33660	34585	34162	33919	36939	38913	38470	37300	36399	34187	30943	26903	24532	23102
3	Głos – Dziennik Pomorza	42%	24633	23172	22671	20257	18219	16604	42909	41741	42930	39278	35512	32049	27508	24904
4	Dziennik Gazeta Prawna	42%	bd	66963	74723	80532	82065	75319	75462	bd	80785	99559	91534	82062	67228	57531
5	Polska Głos Wielkopolski	45%	59343	54399	46099	34481	33124	33785	53386	51027	49062	44984	42148	38461	35880	32554
6	Puls Biznesu	47%	20733	21700	22863	23285	23789	26009	26459	23827	17920	18417	17765	17376	16100	14041
7	Gazeta Codzienna Nowiny	49%	36407	35000	34470	33915	32243	31456	30940	30495	30843	5705	4600	3572	20748	18435
8	Nowa Trybuna Opolska	51%	37509	36306	36874	35215	34578	32389	31321	29492	28846	26774	24824	22288	19031	18399
9	Express Ilustrowany	54%	68874	63386	61104	57505	55671	54335	53348	52350	51791	48004	43923	39508	35841	31815
10	Super Express	54%	334727	299495	273807	231198	216100	200056	198439	192221	184032	184032	174323	161617	154929	152762

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych ze Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.



Rysunek 2: Dziesięć tytułów o największym spadku sprzedaży liczoną na podstawie wyników z 2014 oraz najwyższego wyniku w okresie poprzedzającym

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych ze Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.

Tabela 4: Rozkład największych spadków rok po roku

	Tytuł	Spadek	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Dziennik Gazeta Prawna	42%	-12%	-8%	-2%	8%	0%	8%	0%	-7%	-23%	8%	10%	18%	14%
2	Dziennik Polski	70%	5%	8%	11%	1%	8%	10%	6%	5%	12%	9%	15%	12%	15%
3	Dziennik Wschodni	68%	-2%	15%	8%	1%	12%	13%	4%	1%	11%	15%	8%	16%	2%
4	Echo Dnia	41%	-3%	1%	1%	-9%	-5%	1%	3%	2%	6%	9%	13%	9%	6%
5	Express Ilustrowany	54%	8%	4%	6%	3%	2%	2%	2%	1%	7%	9%	10%	9%	11%
6	Fakt Gazeta Codzienna	39%			-22%	3%	1%	0%	4%	6%	6%	10%	5%	9%	4%
7	Gazeta Codzienna Nowiny	49%	4%	2%	2%	5%	2%	2%	1%	-1%	82%	19%	22%	-481%	11%
8	Gazeta Olsztyńska/Dziennik Elbląski	55%	-4%	-1%	6%	3%	2%	4%	7%	9%	-38%	12%	9%	35%	13%
9	Gazeta Pomorska	55%	-107%	3%	5%	1%	4%	3%	4%	7%	12%	8%	9%	13%	9%
10	Gazeta Wyborcza	58%	8%	1%	-4%	-3%	3%	-3%	8%	10%	9%	9%	16%	14%	13%
11	Głos – Dziennik Pomorza	42%	6%	2%	11%	10%	9%	-158%	3%	-3%	9%	10%	10%	14%	9%
12	Nova Trybuna Opolska	51%	3%	-2%	4%	2%	6%	3%	6%	2%	7%	7%	10%	15%	3%
13	Parkiet Gazeta Gieldy	58%	24%	-16%	-15%	2%	-4%	-12%	8%	23%	7%	3%	6%	12%	22%
14	Polska Dziennik Bałtycki	65%	-486%	9%	13%	-1%	6%	8%	4%	6%	11%	8%	12%	9%	13%
15	Polska Dziennik Łódzki	56%	4%	0%	8%	1%	1%	1%	6%	6%	10%	9%	10%	10%	13%
16	Polska Dziennik Zachodni	55%	5%	8%	10%	-36%	4%	6%	10%	4%	11%	9%	10%	10%	12%
17	Polska Gazeta Wroclawska	56%	0%	6%	-31%	3%	5%	9%	2%	10%	11%	10%	8%	9%	12%
18	Polska Glos Wielkopolski	45%	8%	15%	25%	4%	-2%	-58%	3%	5%	8%	6%	9%	7%	9%
19	Polska Kurier Lubelski	75%	5%	22%	3%	3%	-11%	1%	23%	16%	15%	16%	9%	8%	15%
20	Przebieg Sportowy	62%	0%	-1%	16%	-2%	7%	5%	6%	10%	12%	7%	9%	11%	9%
21	Puls Biznesu	47%	-5%	-5%	-2%	-2%	-9%	-2%	10%	25%	-3%	4%	2%	7%	13%
22	Rzeczpospolita	71%	5%	1%	-4%	5%	5%	5%	4%	-22%	27%	8%	17%	26%	27%
23	Sport	68%	10%	7%	16%	21%	-4%	2%	4%	7%	12%	9%	8%	9%	5%
24	Super Express	54%	11%	9%	16%	7%	7%	1%	-3%	6%	4%	5%	7%	4%	1%
25	Super Nowości	74%	-42%	26%	5%	11%	13%	8%	14%	-13%	22%	10%	6%	8%	14%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych ze Związku Kontroli Dystrybucji Prasy.

Nasuują się zatem pytania:

Czy jest to rewolucja czy koniec prasy jaką znamy?

Czy znana forma wielostronicowych artykułów i felietonów odejdzie w zapomnienie?

Czy ze względu na szum informacyjny i natłok wiadomości, ostoją się jedynie krótkie, najbardziej treściwe formy, miniartykuły lub skrócone do jednoekranowych wiadomości?

Czy rzeczywiście społeczeństwo polskie może być odbiorcą jedynie treści z brukowców?

Czy rewolucja przemysłowa wprowadzająca e-papier przywróci standardowy sposób redagowania prasy mimo zmiany medium?

Żeby zrozumieć ewolucję jakiej podlega dzisiejsza prasa trzeba wziąć pod uwagę zarówno zakres geograficzny, różnicę w odbiorze wydań cyfrowych i papierowych ale co równie istotne zmieniające się potrzeby odbiorców. Nie można ignorować przesłanek wskazujących, że spadek odbiorców nie jest równy liczbie nowych odbiorców e-prasy. Czy zatem bezpośrednim skutkiem obecnej sytuacji tradycyjnej prasy jest jej forma czy jej treść? Kluczowym dla zrozumienia sytuacji obecnej prasy jest omówienie następujących aspektów.

- Medium,
- Treść,
- Zasięg,
- Koszty,
- Preferencje.

## Medium

O ile wyjaśnianie czym jest papier, nie jest konieczne, o tyle należy wyjaśnić kwestię medium w przypadku e-prasy. Wiele osób równoważy internetowe serwisy informacyjne z prasą w wersji elektronicznej. Nie jest to jednak poprawny pogląd. Dlaczego? Mówiąc o e-prasie pierwszym skojarzeniem powinny być elektroniczne wydania gazet, magazynów i czasopism. Wydawane w określonym czasie, określonej częstotliwości i formie, których treści dostępne są po uiszczeniu opłaty. Zatem e-gazeta to elektroniczna lub scyfryzowana wersja wydania gazety w wersji papierowej. Najczęstszym rodzajem takiego odpowiednika są pliki PDF, które można przeglądać na tablecie, smartfonie czy ekranie komputera. Inne, odpowiednio dostosowane wersje elektroniczne mogą być też odczytywane na ekranie czytników do e-booków.



Czy zatem medium elektroniczne w postaci ekranu komputera, smartfona, tabletu czy czytnika e-book będzie cieszyło się takim samym zainteresowaniem? Produkowane obecnie czytniki e-booków pozwalają na wyświetlanie treści monochromatycznych a ich czytanie w gorszych warunkach oświetleniowych jest utrudnione. Z kolei ekrany LCD nie radzą sobie w intensywnym świetle, w szczególności słonecznym. Być może rozwiązaniem będzie e-gazeta w dosłownym tego słowa znaczeniu. Idea tego urządzenia polega na odwzorowaniu formy, czyli składanego egzemplarza gazety, wykonanego z elastycznego ekranu tzw. e-papieru, którego treść będzie zmieniana w zależności od wydania oraz wybranej strony. Urządzenie przypomina składaną okładkę. Pozwala to na czytanie jej podobnie do gazety papierowej przez jej otwarcie. Wnętrze tej „gazety” będzie wyświetlało tekst aktualnego wydania, a strony będzie można zmieniać przez przesunięcie kciuka. Taka gazeta codziennie będzie pobierała aktualną okładkę i zawartość. Będzie też można przeglądać poprzednie numery. Urządzenie ma pozwalać na prenumeratę różnych czasopism, a układ artykułów na stronach ma być taki jak w wydaniu papierowym. Takie rozwiązanie byłoby odpowiedzią na potrzeby wielu osób, które uważają, że prawdziwa prasa to ta czytana na kolanie w autobusie, na ławce w parku czy przy porannej kawie, bez konieczności patrzenia w mały ekran smartfona czy tabletu. Medium elektroniczne jakim jest Internet udostępnia dostęp do nieprzebranych ilości magazynów, newsletterów, agregatorów treści, blogów i innych źródeł informacji. Czy można jednak nazywać je prasą?

### **Zasięg i koszty**

Wydruk prasy o szerokim zasięgu geograficznym wymaga sporych nakładów sił i kosztów. Zarówno druk, kolportaż, odbiór nie sprzedanych egzemplarzy oraz ich utylizacja, a w przypadku wydań zagranicznych także dodatkowe koszty związane z wydrukiem w innej drukarni (większy nakład mniejsze koszty jednostkowe, dwie drukarnie, dwa mniejsze nakłady to większe koszty jednostkowe) sprawia, że prasa drukowana przeznaczona na rynek globalny przegrywa pojedynek ekonomiczny ze swoim elektronicznym odpowiednikiem.

### **Preferencje**

Kolejnym elementem, który należy rozważyć są preferencje użytkowników. Cała rzesza odbiorców nadal nie jest przekonana do wersji elektro-

nicznych czasopism i gazet argumentując to łatwiejszym czytaniem wersji papierowej, możliwością lepszego skupienia na tekstem inni z kolei nie wyobrażają sobie codziennego spaceru po gazetę czy brak możliwości jej przejścia w dowolnym miejscu i czasie – na co pozwala e-wydanie.

## Treść

Ścisłe powiązane z preferencjami odbiorców, jest również treść prasy. Tu z kolei należy wziąć pod uwagę fakt, że niektórzy czytelnicy nie stronią od elektronicznej prasy codziennej, ale magazyny, miesięczniki i katalogi preferują w wersji papierowej. Jednak najważniejszym elementem gdy mówimy o treści i preferencjach jest to jakich informacji czytelnik poszukuje i oczekuje. Internet, który w przeciwieństwie do telewizji jest medium typu pull pozwala na natychmiastową reakcję użytkownika, gdy czytany przez niego tekst nie spełnia jego oczekiwań. Zmienia się też sposób prezentowania informacji z długich artykułów to krótkich notek prasowych. Innym zauważalnym zjawiskiem jest również infantylizacja przekazów, artykuły o wartości merytorycznej są wypierane przez styl prasy brukowej. Warto jeszcze raz spojrzeć na Tabelę 1, gdzie kolorem żółtym oznaczono największe sprzedawane nakłady. I choć wielu dopatruje się w tym działaniach bliżej nieokreślonych środowisk mających na celu oglupianie społeczeństwa, co z kolei pozwoli nim łatwiej sterować, to prawda wydaje się mieć mniej wspólnego z filmami szpiegowskimi. Nadmiar informacji bombardującej z każdej strony, coraz większa ilość obowiązków, co raz większa ilość czasu poświęcana na pracę zarobkową to wszystko zdaniem socjologów sprawia, że ogół społeczeństwa nie jest zainteresowany artykułami wymagającymi czasu i zrozumienia.

Co ciekawe specjaliści wskazują, że czytelnicy co raz rzadziej czytają a co raz częściej skanują wiadomości. Wpływ na zmniejszenie ilości odbiorców prasy jaką znamy do tej pory może być również fakt iż zatrważająca część społeczeństwa ma problemy z czytaniem ze zrozumieniem. Badania socjologiczne OECD (OECD, 2015) przeprowadzone w ramach Międzynarodowego Badania Kompetencji Osób Dorosłych w 24 krajach wskazały, że co piąty Polak nie potrafił zrozumieć i ocenić autentyczności podawanych mu informacji.

Z badań wynika również, że polski czytelnik ignoruje najistotniejsze części tekstów tj. liczby czy nazwiska. Blisko 75% badanych nie wyraziło żadnych wątpliwości dotyczących statystyk niezgodnych z podstawowymi prawami matematycznymi – tylko 11% zauważyło, że są błędne. W przypadku prostych wykresów dotyczących gospodarki, zawierających jednak rażąco

błędy merytoryczne tylko 15% badanych zauważyło nieprawidłowości jednak gdy tekst zawierał stwierdzenie prowokujące negatywną reakcję – wskaźnik ten spadał do 7%. Skąd tak zatrważające wyniki? Według dr Antoniego Ściemnińskiego, socjologa z Politechniki Olsztyńskiej, polski czytelnik przyjmuje za prawdziwe wszystko co szatą graficzną i stylem przypomina źródła, którym zwykł ufać, jednocześnie nie przyjmując uwagi do treści. Dotyczy to najczęściej materiałów, które mogą wywołać silne odruchy emocjonalne lub które współgrają z uprzedzeniami badanych.

A zatem zmniejszające się nakłady prasy drukowanej, ale prasy w ogóle można powiązać nie tylko ze zmianami w sferze postępu technologicznego ale także w głębokich zmianach w społeczeństwie. A zmiany te są determinowane zarówno przez warunki zewnętrzne – brak czasu, nadmiar informacji, jak i wewnętrzne zachodzące w jednostkach – brak chęci, brak zrozumienia, pogoń za infantylną rozrywką, czy w końcu przyzwyczajenia, że można mieć za darmo, byle jak, aby szybciej. Skoro jednak zmiany te zależą zarówno od sfery technologicznej jak i społecznej, należałoby przypuszczać, że różne kraje, społeczności, czy nawet kontynenty będą charakteryzowały inne wyniki takich badań. Takie przypuszczenie jest jak najbardziej poprawne. Według wyników sprzedaży teren Azji i Afryki zanotowały w ostatnich pięciu latach niespotykany dotąd wzrost prasy w wersji drukowanej. Przyniesione wcześniej dane statystyczne wyraźnie wskazują upadek tradycyjnej prasy, niemniej są to dane dotyczące Stanów Zjednoczonych i Europy. Porównanie tych danych w skali globalnej przeczy tezie jakoby prasa w formie papierowej była na wymarciu. Rynek azjatycki, afrykański charakteryzuje się tak dużym wzrostem, że w skali globalnej odnotowano zwiększenie liczby tytułów prasy o ponad 1%, a ilość sprzedawanej prasy o 0,5%.

Podsumowując powyższe rozważania tezę o upadku prasy drukowanej w skali globalnej można uznać za błędną. Niemniej tak silne zmiany w do tej pory stabilnej przez dziesięciolecia branży wyraźnie dowodzą, że przeżywa ona ważny etap charakteryzujący się ewolucją zarówno pod względem treści jak i medium. Czy można uznać, że kryzys ten będzie się pogłębiał, czy osiągnął już swoją dolną granicę? Przy obecnym postępie technologicznym i globalnych zmianach społecznych jakiegokolwiek prognozowanie wydaje się nieskuteczne, a teorie o przyszłości prasy w tej czy innej formie zweryfikują wydarzenia najbliższych kilku lat.

## Literatura

- Aleksandrowska E., Mikulski T. (1966) *Bibliografia Literatury Polskiej – Nowy Korbut* t. 4, Państwowy Instytut Wydawniczy.

- Ancient Peru city reveals 5,000-year-old 'writing'*, <http://www.sabc.co.za/news>, 08-12-2015.
- Barthel, M. *Newspapers: Fact Sheet*, <http://www.journalism.org/2015/04/29/newspapers-fact-sheet>, 2.12.2015.
- Badanie OECD: Polacy nie czytają ze zrozumieniem i mają problemy z krytycznym myśleniem* <http://pikio.pl/badanie-oecd-polacy-nie-czytaja-ze-zrozumieniem>, 05-12-2015.
- Benjamin Harris w: *Encyclopædia Britannica online*, <http://www.britannica.com/biography/Benjamin-Harris#ref199198>, 10.12.2015.
- Dahl, S. Heintsch, K. Birkenmajer, A. (1965) *Dzieje książki*, Ossolineum.
- Hombek, D. (2010) *O potrzebie nowej bibliografii polskich gazet i czasopism XVII wieku. Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy t. 2/13*, Instytut Bibliotekoznawstwa i Dziennikarstwa UJK.
- Hyatt Mayor, A. (1980) *Prints & People: A Social History of Printed Pictures*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kapr, A. (1996) *Johannes Gutenberg: The Man and His Invention*. England: Scholar Press.
- Khipu Database Project*, <http://khipukamayuc.fas.harvard.edu/WhatIsAKhipu.html>, 07.12.2015.
- KOENIG: his first Powered Printing Machines 1803-1818*, <http://letterpressprinting.com.au/page58.htm>, 08.12.2015.
- Meggs, P. B. (1989) *A History of Graphic Design*, N.Y. John Wiley & Sons.
- Needham, J. (1959) *Science and Civilisation in China: Volume 3, Mathematics and the Sciences of the Heavens and the Earth*, Cambridge University Press.
- Polska – Środki Przekazu w Encyklopedia PWN online*, <http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/Polska-Srodki-przekazu-Prasa;4575131.html>, 02.12.2015.
- Poprawa Prognoz dla prasy 2015*, [http://print-artner.com.pl/print\\_public/2015/poprawa-prognoz-dla-prasy.html](http://print-artner.com.pl/print_public/2015/poprawa-prognoz-dla-prasy.html), 12.08.2015.
- Samuel F. B. Morse Biography*, <http://www.biography.com/people/samuel-morse>, 02.12.2015
- Quipu – South America's Undeciphered Inca Writing System*, <http://archaeology.about.com/od/qtterms/qt/quipu.htm>, 08.12.2015.
- World Press Trends Database (2015) – Facts and Figures*, <http://www.wpt-database.org/world-press-trends-2015-facts-and-figures>, 10-12-2015.