

Tomasz Mielczarek, *Raport o śmierci polskich gazet*, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2012, ss. 241.

Jeden z najnowszych raportów dotyczących przyszłości prasy zatytułowany *Newspaper extinction timeline*¹ został przygotowany przez założyciela Future Exploration Rossa Dawsona². Z jego ustaleń wynika, że najwcześniej prasa będzie znikać w krajach, gdzie dostęp do najnowszych technologii nie jest problemem. Już w 2017 r. prasa ma przestać się ukazywać w USA, dwa lata później w Wielkiej Brytanii i na Islandii. Rok 2025 ma być ostatnim dla prasy drukowanej w naszym kraju. Najdłużej prasa w swojej tradycyjnej postaci ma się ukazywać w Tajlandii (do 2037), Mongolii (do 2038) i Argentynie (do 2039). Jako główne powody przewidywanego upadku prasy Future Exploration podaje stale rosnącą popularność Internetu, powszechność tabletów i smartfonów.

Faktem jest, że obecnie po informacje najłatwiej sięgnąć do Internetu. W znakomitej części są one jeszcze bezpłatne. Z najnowszego raportu World Internet Project Poland³ wynika, że Internet – w porównaniu z prasą i mediami elektronicznymi – jest jedynym źródłem informacji o rosnącym znaczeniu. Szczególnie dla osób do 30 roku życia. Zmiany, jakie zaszły w preferencjach odbiorców informacji, sprawiają, że media tradycyjne, ale przede wszystkim prasa, przegrywają z „nowymi mediami”, czy raczej – trzymając się ustaleń Paula Levinsona – z „nowymi nowymi mediami”. Czytelnicy zdecydowanie preferują krótkie przekazy. Młode pokolenie, jeśli w ogóle sięga po prasę, to nie w poszukiwaniu treści opiniotwórczych. Wszelkie komentarze i opinie w formie drukowanej tracą rację bytu, bo takowych młodzi szukają w sieci. Fakt, że w przekazach internetowych brakuje opinii specjalistów z danej dziedziny, nie ma dla młodszych internautów żadnego znaczenia. Najważniejsze staje się aktywne współtworzenie przekazów poprzez ich komentowanie.

¹ Newspaperextinctiontimeline, http://futureexploration.net/Newspaper_Extinction_Timeline.pdf (data dostępu: 27.09.2012).

² R. Dawson w swojej książce *Living Networks*, opublikowanej w 2002 r. przewidział rozwój sieci społecznościowych i od tego czasu uważany jest za eksperta w zakresie rozwoju i przyszłości mediów cyfrowych.

³ *World Internet Project. Poland (2012)*, Warszawa, Agora SA i Orange Polska, dostępny w Internecie: http://blog.orange.pl/uploads/media/wip_2012_pl.pdf (data dostępu: 1.12.2012).

Prasa w swojej tradycyjnej postaci w żaden sposób nie przystaje do takiego modelu komunikowania. Rodzi to różnego rodzaju apokaliptyczne refleksje na temat przyszłości mediów drukowanych. Bodaj pierwszym naukowym ujęciem tego problemu jest książka Tomasza Mielczarka *Raport o śmierci polskich gazet*. Autor jest cenionym badaczem i znawcą polskiego rynku medialnego, któremu wnikliwie przygląda się od r. 1998⁴. Pierwsze obserwacje dotyczące słabnącej kondycji polskich mediów drukowanych zwerbalizował już w 2000 r.⁵. Analizując w kolejnych latach podaż prasy, jej zawartość i czytelnictwo, zasugerował, że „klasyczne media drukowane” odchodzą już w Polsce do historii⁶.

Tytuł recenzowanej pracy, jak Autor sam przyznaje, jest złudny. Może sugerować opis zjawisk gwałtownych i dramatycznych. Tymczasem otrzymujemy rzetelny wywód przyczynowo-skutkowy dotyczący najistotniejszych procesów i zjawisk obecnych w polskich gazetach w ostatnich dwóch dekadach. Na tym tle zaprezentowano dzieje wybranych czasopism, stanowiących egzemplifikację omawianego problemu. Główny zręb wywodu Tomasza Mielczarka można podzielić na trzy nierówne części, z których pierwsza, najobszerniejsza, składa się z sześciu rozdziałów, stanowiąc wnikliwą i kompetentną analizę przeobrażeń polskiego rynku prasowego od 1989 r. aż do chwili obecnej.

W skład części drugiej wchodzi rozdział siódmy, poświęcony problemom czytelnictwa prasy. Dokonano w nim udanej próby odpowiedzi na pytanie – dlaczego Polacy nie czytają gazet? Diagnoza tego stanu rzeczy nie była prosta. Autor przeanalizował dane rozproszone w wielu rodzajach źródeł i wskazał przyczyny tego niepokojącego zjawiska. Do najważniejszych z nich zaliczył: uwarunkowania historyczne, które zakorzeniły w czytelnikach obraz gazet jako narzędzia propagandowego. Wskazał, że nie bez znaczenia był także demontaż funkcjonującego systemu kolportażu. Kolejnym destrukcyjnym czynnikiem okazał się proces demonopolizacji polskiego rynku prasowego, owocujący mnogością mniej lub bardziej udanych prób powoływania do życia nowych tytułów prasowych. Wielu czytelników prasy zwerifikowało ten proces negatywnie, porzucając lekturę pism codziennych. Również agresywna komercjalizacja sprawiła, że prasa zaczęła być postrzegana przez odbiorców nie jako nośnik informacji, ale jako dodatek do kolejnych *insertów*. Nagminne zaniedbywanie treści redakcyjnych na rzecz zdobywania kolejnych reklamodawców także skutecznie uszczupliło liczbę czytelników gazet.

Jak już wspomniałem, Autor doszedł do takich wniosków, analizując z dużą swobodą różnego rodzaju dane. Między innymi nakłady, sprzedaż i czytelnictwo. Rzecz

⁴ Zob. T. Mielczarek, *Między monopolem a pluralizmem: Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–1997*, Kielce 1998; tenże, *Monopol – pluralizm – koncentracja: Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Warszawa 2007.

⁵ T. Mielczarek, *Gorzki smak wolności. Degradacja polskiej prasy informacyjno-politycznej w latach 1989–2000*, „Studia Medioznawcze” 2000, nr 1.

⁶ T. Mielczarek, *Pożegnanie z prasą. Czy w Polsce kończy się era Gutenberga?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2007, nr 1-2.

jasna, Tomasz Mielczarek jako wytrawny badacz mediów bardzo sprawnie posługuje się tymi źródłami, ale nie należy zapominać, że po omawianą książkę sięgną także studenci (kierunków i specjalności medialnych i okołomedialnych), którzy dopiero wkraczają w materię medialną i nie zawsze potrafią zrozumieć specyfikę wykorzystanych tutaj źródeł. Zabrakło więc małej adnotacji, choćby w przypisie, że danych dotyczących czytelnictwa nie należy utożsamiać z liczbą sprzedanych egzemplarzy. Z drugiej strony, obu powyższych rodzajów danych nie sposób analizować w oderwaniu od siebie. Wszelka analiza rynku czytelniczego jest syntezą wielu rodzajów danych.

Trzeba pamiętać, że znakomita większość opublikowanych, skrajnie pesymistycznych opinii (głównie mających charakter publicystyczny), dotyczących przyszłości prasy, bazowała wyłącznie na analizach sprzedaży. Jeśli po takiej lekturze trafimy na wyniki badań czytelnich, możemy poczuć się lekko zdezorientowani. Inną kwestią jest także wiarygodność badań czytelnich, na co zwrócił uwagę również Tomasz Mielczarek. Przykładem są choćby wyniki Polskich Badań Czytelnictwa, przeprowadzonych w okresie od lutego 2011 do stycznia 2012, z których wynika, że prasa pozostaje medium o zasięgu masowym, gdyż czyta ją 90% Polaków⁷. Skoro jest tak dobrze, to dlaczego prasa jest w takiej słabej kondycji?

Okazuje się, że wytłumaczenie tej dychotomii jest stosunkowo proste. Wynika to ze zmiany nawyków czytelnich. Polacy nie czytają już tylu tytułów co kiedyś, ale coraz częściej sięgają po nie w miejscach publicznych, gdzie prasa jest dostępna bez ponoszenia kosztów. Często lektura jest powierzchowna, ale za to czytelnicy coraz częściej dzielą się prasą ze znajomymi. Dlatego za spadkami sprzedaży nie idą spadki czytelnictwa⁸.

W ostatniej trzeciej części swojej książki Autor zajął się migracją prasy do świata cyfrowego. W chronologicznym porządku przedstawił sposób wykorzystania Internetu do prezentacji materiałów prasowych. Jedną z ważniejszych kwestii podniesionych przez badacza jest przywłaszczanie własności intelektualnej i sposobów walki z tym procederem. Równie ważnym problemem jest wpływ cyfryzacji prasy na środowisko dziennikarskie i pojawienie się tzw. *media workers*, którzy sprawnie przetwarzają istniejące informacje na różne formaty, ale mają niekiedy problem z wytworzeniem nowych wartościowych treści. Pod koniec rozdziału uwaga czytelnika zostaje zwrócona na użytkowników internetowej odmiany polskiej prasy. Jak się okazuje, do grupy efektywnie korzystających zarówno z mediów cyfrowych, jak i drukowanych przynależy niespełna 20–25% Polaków. Czynnikiem warunkującym zainteresowanie mediami internetowymi jest wiek, ale także dochody. Ustalenia te potwierdza cytowany już raport World Internet Project Poland⁹.

Raport o śmierci polskich gazet jest bez wątpienia lekturą obowiązkową dla badaczy mediów, studentów dziennikarstwa i wszystkich podejmujących się formu-

⁷ R. Gluza, *Czytelnik ma się dobrze*, „Prasa głupcze!” [wydanie specjalne Press, maj 2012], s. 30-35.

⁸ Ibidem.

⁹ *World Internet Project*.

łowania sądów na temat przyszłości prasy. Na szczególną uwagę zasługuje dobór i różnorodność źródeł, z których Autor korzystał. Wymienię tylko te ważniejsze; dokumenty wytworzone przez Związek Kontroli Dystrybucji Prasy, Polskie Badania Czytelnictwa, zasoby Biblioteki Narodowej, materiał GUS, prasa branżowa, czasopisma naukowe, takie jak „Zeszyty Prasoznawcze”, „Rocznik Historii Prasy Polskiej”, „Studia Medioznawcze”. Uzupełnieniem są dane zaczerpnięte bezpośrednio z Internetu, który – jak sam autor przyznaje – stał się miejscem unikalnych i w pełni wiarygodnych informacji. Należy także podkreślić, że w bibliografii znalazło się ok. 250 pozycji.

Książka Tomasza Mielczarka uzmysławia, że obecnie mamy do czynienia z sytuacją, w której ginie stary porządek i nie bardzo wiadomo, jak będzie wyglądał nowy. Czy jednak możliwe jest całkowicie zniknięcie prasy? Wydaje się to mało prawdopodobne. Nawet jeśli to kiedyś nastąpi, to „[...] proces zaniku znaczenia gazet będzie trwał dużo dłużej, niż czas w którym prasa budowała swoją potęgę”¹⁰. Zapewne wcześniej nastąpi jej przedefiniowanie. Adam Wojdyło – prezes Polskich Badań Czytelnictwa – już dziś formułuje definicję prasy 2013+, twierdząc, że będzie stanowić „multimedialną platformę dystrybucji jakościowej treści, efektywnie segregowanej i wiarygodnej, wykorzystującej różne nośniki – w tym papier – o mocnej interaktywności i szerokim polu rażenia”¹¹.

Tomasz Chrząstek

¹⁰ T. Mielczarek, *Raport o śmierci polskich gazet*, Oficyna Wydawnicza Aspra-JR, Warszawa 2012, s. 15.

¹¹ A. Wojdyło, *Print daje pewność*, „Prasa głupcze!” [wydanie specjalne Press, maj 2012], s. 4.