

IGNACY S. FIUT JAKO PRASOZNAWCA

RYSZARD FILAS  <http://orcid.org/0000-0002-9914-851X>

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Jagielloński

ABSTRACT

Ignacy S. Fiut as a Press studies researcher

This article is a critical review of Ignacy Fiut's research work on the state and changes of the press market in the nearly quarter-century from 1994 to 2017. Many of these works – articles, papers or research reports were created during the period of the author's employment in the Press Research Centre of the Jagiellonian University (1992–1998), when he monitored the situation in the socio-cultural, literary-artistic and environmental press. From the beginning of the 21st century, much attention was paid to documenting the successive ups and downs of the free press, and sporadically – local and other press (e.g. philosophical periodicals). The continuity of interest and a return to his favorite themes, are the features of the press studies of Ignacy S. Fiut, although in general his scientific (and also reviewer) work is very extensive and multi-threaded, covering several hundred items in a bibliographic set.

Keywords: press studies, press market changes, socio-cultural press, literary and artistic press, ecological magazines, regional and local press, free press

Uwagi wstępne

Ogarnięcie twórczości tak „renesansowego” autora, jakim bez wątplenia jest Ignacy S. Fiut, nie jest sprawą prostą, nawet gdy tylko ograniczymy się do tej części jego prac, które są poświęcone szeroko rozumianej problematyce mediów masowych. Ich lista sięga 190, licząc pojedyncze teksty o charakterze artykułu, recenzji, sprawozdania czy (w sześciu przypadkach – przekładów z języka nie-

mieckiego czy rosyjskiego). Do tego należy doliczyć dwie książki autorskie bezpośrednio dotyczące mediów masowych, jak zwykle u tego autora – w szerokim kontekście filozoficznym, etycznym, estetycznym, kulturoznawczym czy komunikologicznym. Tak imponujące liczby, pamiętając o innych, pominiętych w tym miejscu wątkach twórczości naukowej Ignacego S. Fiuta (jak np. filozofia przyrody, filozofia kultury, ekologia, politologia), a także działalności literackiej i krytyczno-literackiej, mogą budzić i szczerzy podziw, i zaniepokojenie, zważywszy, że przypadają na okres stosunkowo krótki, obejmujący w praktyce ćwierćwiecze (1992–2017). Statystycznie ujmując, wypada bowiem około 7,5 pracy rocznie. Można postawić pytania: czy to w ogóle możliwe i jak to jest możliwe?

Pierwsze pytanie jest oczywiście retoryczne, bo jest to fakt niepodważalny. Szukając odpowiedzi na drugie pytanie, należy oddzielić na wstępie prace mające charakter artykułów naukowych czy innych obszernych form wypowiedzi naukowych (np. raporty, referaty na konferencje) od prac drobniejszych – recenzji i materiałów kronikarskich. Wówczas ukażą się właściwe proporcje: mniej więcej co czwarta praca I.S. Fiuta (w sumie około 50) należy do pierwszej grupy, znakomita zaś większość (a więc 3/4 ogółu) to prace drobniejsze. Co odślania jeszcze jedną stronę osobowości naukowej autora – jego wielką erudycję i równocześnie temperament komentatorski, przejawiające się w śledzeniu na bieżąco literatury naukowej (około 90 recenzji z dziedziny medioznawstwa), a ponadto – znaczną aktywność na konferencjach naukowych (naliczyliśmy kilkanaście sprawozdań dla *Zeszytów Prasoznawczych*). Tej drugiej kwestii (zwłaszcza aktywności recenzenckiej autora) będzie dotyczyła oddzielna analiza; tu skupimy się na pracach *stricto* naukowych.

Ranking tematów i ewolucja zainteresowań autora

Jeśli potraktujemy liczbę publikacji poświęconych na przedstawienie i analizę jakiegoś problemu za najprostszy wskaźnik zainteresowań medioznawczych autora, to okaże się, że i pod tym względem pole badań I.S. Fiuta było i jest nader rozległe. Ranking tematów (kategorii tematycznych) – mierzony wspomnianą liczbą prac naukowych – przedstawia się bowiem następująco:

1. Nowe media, Internet, komunikacja sieciowa i jej uczestnicy – 12
2. Prasa darmowa – 9
3. Współczesne dziennikarstwo – problemy etyczne – 6
4. Teoria i metodologia komunikowania społecznego – 6
5. Inna prasa specjalna (ekologiczna, filozoficzna) – 5
6. Prasa społeczno-kulturalna – 4
7. Prasa regionalna i lokalna – 3
8. Obraz świata w prasie – 2
9. Analiza kampanii wyborczych – 2
10. Radiofonia – 1

I.S. Fiut interesuje się mediami masowymi zarówno od strony czysto teoretycznej i metodologicznej (w sumie 12 prac), jak i bardziej empirycznej (37 prac, a więc 3/4 ogółu dzieł medioznawczych). Wśród tych ostatnich przeważają prace dotyczące różnych typów prasy drukowanej (jest ich łącznie 21), choć z biegiem lat coraz więcej uwagi poświęca autor Internetowi, mediom społecznościowym i tworzącym się wokół nich społecznościom użytkowników (w sumie 12 prac). Zainteresowania prasoznawcze znajdują też odzwierciedlenie w analizach empirycznych prowadzących do rekonstrukcji obrazu świata w prasie czy też analizy kampanii wyborczych w polskich mediach (4 publikacje).

Tłem tych zainteresowań jest niewątpliwie biografia naukowa autora oraz rozwój samych mediów. Pierwsze prace prasoznawcze (1985, 1990) mają charakter nieco incydentalny – autor występuje jako współautor zewnętrzny opracowań wykonywanych w Pracowni Analiz Zawartości Ośrodka Badań Prasoznawczych dotyczących obrazu świata w prasie. W trakcie ośmioletniej pracy etatowej w OBP UJ (1992–1999 – na pół etatu) wykonuje studia metodologiczne (z zakresu analizy zawartości) i badania związane z kierowaną przez siebie Pracownią Analizy Zawartości (kampanie wyborcze, prasa społeczno-kulturalna i ekologiczna); odkrywa także różne aspekty etyczne zawodu dziennikarskiego. Jako kierownik Katedry Kulturoznawstwa i Filozofii na Wydziale Humanistycznym AGH na początku XXI wieku żywo interesuje się nowym typem prasy drukowanej (informacyjnymi gazetami darmowymi), rozwojem raczkującego i szybko zyskującego popularność Internetu i jego wpływem na użytkowników, pogłębia dociekania dotyczące etyki dziennikarskiej, stawiając też pytania ważne teoretycznie, dotyczące głównie konwergencji mediów. Swoistym podsumowaniem tego etapu jego zainteresowań naukowych jest zapewne książka „Współczesne transformacje medialne” (2015), zawierająca przedruk 12 prac publikowanych po roku 2000 w różnych periodykach naukowych.

Charakterystyczne dla stylu pracy I.S. Fiuta jest drażnienie danego tematu. Zwykle autor pochyla się nad nim wielokrotnie, zanim zdecyduje się opublikować rezultaty swych badań w – na danym etapie – najdoskonalszej, finalnej formie, niejednokrotnie na łamach *Zeszytów Prasoznawczych*. Drugą cechą jest powrót do danej kwestii po upływie dłuższego czasu, np. dekady.

Poniżej przyjrzymy się kilku wątkom twórczości I.S. Fiuta, które ukazują go jako prasoznawcę, w tym węższym rozumieniu tego terminu, a więc badacza śledzącego pewne kwestie związane z funkcjonowaniem rynku prasy drukowanej. Uczynimy to w kolejności chronologicznej, tak, jak zagadnienia te pojawiały się w polu jego zainteresowań badawczych.

Pisma ekologiczne

Zainteresowanie problematyką ekologiczną jest czymś naturalnym dla absolwenta biologii (z pierwszego wykształcenia), a w ślad za tym – studia nad prasą eko-

logiczną u progu kariery I.S. Fiuta jako prasoznawcy (1994–1995). W połowie lat dziewięćdziesiątych badacz angażował się w działalność ruchów ekologicznych, czego najdobitniejszym wyrazem jest kilkuletnia współpraca z *Zielonymi Brygadami*. W tym czasie powstaje raport przeglądowy ówczesnych periodyków ekologicznych w Polsce (drukowany w krakowskim *Zdaniu*) oraz „szkic monograficzny”, jak to nazywa autor, wspomnianego miesięcznika *Zielone Brygady* (na łamach *Zeszytów Prasoznawczych*).

Liczbę tytułów reprezentujących ten krąg zagadnień autor szacował w tym czasie na 60–90¹ (na około 5,5 tys. gazet i czasopism w Polsce). Znajdujemy tu sporo pism starych, ukazujących się od wielu dekad (niektóre, jak np. *Sylwan* czy *Łowiec Polski*, sięgają korzeniami XIX wieku), ale u progu lat 90. XX wieku pojawiło się sporo pism całkiem nowych (np. *Gaja*, *Eko-Styl*, *Zielone Brygady*). Pod względem merytorycznym Fiut wyróżnia dwie grupy pism o orientacji ekologicznej. Pisma endoteryczne stawiają sobie za cel przede wszystkim integrację grup ludzi nierzadko profesjonalnie zaangażowanych w głoszenie i kultywowanie idei ekologicznych. W przeciwieństwie do nich, pisma egzoteryczne dużą część zawartości poświęcają popularyzacji – w szerszych kręgach społeczeństwa – wiedzy i ideologii ekologicznej, a także poradnictwu ekologicznemu związanemu z życiem codziennym ludzi. Ten podział funkcjonuje (nie w pełni się krzyżując) obok podziału na pisma fachowe oraz pisma agitacyjne (które są zorientowane na nagłaśnianie zagrożeń, tworzenie „frontu walki” z tymi zagrożeniami).

Za tymi podziałami kryje się także odmienność linii programowej redakcji pism ekologicznych. Pierwsza z nich to walka o zachowanie względnie naturalnego stanu środowiska, zagrożonego przez rozwijającą się cywilizację techniczną. Reprezentują ją, zdaniem I.S. Fiuta, takie tytuły jak *Zielone Brygady*, *Gaja* (już zawieszona w momencie, gdy autor pisał swój raport), *Tatry* czy *Idee Ekologiczne*. Druga linia programowa zakładała pogodzenie się z nieuchronnością przemian w przyrodzie, stąd pojawiały się w nich propozycje rozwiązań umożliwiających twórczą kooperację człowieka ze środowiskiem w celu jego zachowania, a nawet odbudowania poniesionych strat; reprezentatywne pisma to *Ekoproblemy*, *Eko-Styl*, *Ekopartner*, *Aura* czy *Łowiec Polski*. Ale autor wyróżnia jeszcze trzecią grupę pism; są to periodyki proekologiczne, korzystające z mody na ekologię i lansujące ekologiczny styl życia, tj. odżywiania, ubierania się, spędzania wolnego czasu, używania środków komunikacji, budowy i urządzania mieszkania itp. – np. *Eko-Styl*, *Zdrowa Żywność*, *Moje Zdrowie*, *Magia Życia*, *Wegetariański Świat*, *Wiadomości Zielarskie*, *Murator* (Fiut 1995, s. 33).

Ignacy Fiut ma świadomość, że trudno oszacować liczebność kręgu odbiorców tego typu prasy w Polsce, ale mogło ich być w owym czasie około 100 tysięcy. Najwyższe nakłady (drukowane) uzyskiwały *Aura* (13 tys. egz., w tym – 10 tys.

¹ W nieco wcześniejszym tekście (Fiut 1994, s. 121) jest mowa o 60 tytułach, natomiast w raporcie (Fiut 1995, s. 32) jest podana wyższa liczba. Ta różnica może wynikać z faktu, iż w drugim przypadku autor korzystał z nowszego źródła (*Katalog Mediów Polskich*) i starszej procedury weryfikacyjnej.

w prenumeracie) i *Eko-Styl* (12 tys. egz.), *Ekopartner* zaś – 5 tys. egz. (połowa nakładu w prenumeracie). Ogólnie – w prenumeracie rozchodziło się 10–25% nakładu wydawanej ówczesnej prasy o szeroko rozumianym profilu ekologicznym (Fiut 1995, s. 33).

Dobrym przykładem czasopisma endoterycznego są właśnie *Zielone Brygady*, pismo zmierzające do integracji różnych odłamów ruchów ekologicznych.

Udzielają one szpalt przedstawicielom ugrupowań proekologicznych do głoszenia własnych idei, wyrażania opinii i wymiany orientacji światopoglądowej, tym samym realizując ideę współredagowania pisma, a w dalszej perspektywie tworzą i wzmacniają więzi wspólnotowe ludzi zainteresowanych ochroną środowiska i przyrody (Fiut 1994, s. 122).

Pismo jest traktowane przez autora jako ekozin, przykład prasy alternatywnej, prasy „trzeciego obiegu”, co wydaje się poglądem słusznym jedynie co do genezy pisma: powstało jako dwunastostronicowe „pismo obrońców środowiska”, pod auspicjami Naukowego Koła Chemików UJ), ale w kolejnych latach niewątpliwie się profesjonalizowało (własne wydawnictwo, siedziba, pozyskanie środków instytucjonalnych na działalność, stustronicowa objętość, obecność reklam i ogłoszeń, trzytysięczny nakład, kolportaż profesjonalny, w tym prenumerata²). Co ciekawe, prawie od początku wydawano przy okazji anglojęzyczny kwartalnik *Green Brigades – Ecologists Paper*, w nakładzie około 2 tys. egz., zawierający głównie przedruki najciekawszych tekstów z *Zielonych Brygad* oraz innych polskich periodyków ekologicznych³. Mimo tej profesjonalizacji istniała wciąż platforma łącząca dojrzały miesięcznik z tradycją fanzinowską.

Zielone Brygady – pisze autor – [...] często podejmowały problematykę środowisk mających „mniejszościowy charakter” w społeczeństwie, takich jak ‘ruchy feministyczne’, ‘ruchy wegańskie’, ‘ruchy anarchistyczne’ i inne, udzielając swych łamów ich przedstawicielom i solidaryzując się z ich ideami, które mogłyby dobrze służyć środowisku. Ten kierunek zainteresowania redakcji był motywowany tym, że w ruchach tych widziały sojusznika, który wspomaga ich własną orientację programową. Nieprzypadkowo fanzyny tamtych organizacji często zamieszczały teksty *ZB* i reklamowały je jako „bratnie czasopismo” (Fiut 1994, s. 123–124).

Do problematyki tej powraca autor na początku XXI wieku w raporcie dla senackiej Komisji Ochrony Środowiska, rozważając rolę mediów w procesie kształtowania świadomości ekologicznej.

² Jednakże większość nakładu (2 tys. egz.) była rozprowadzana gratisowo (wymiana, w tym międzynarodowa).

³ Wydawnictwo „Zielone Brygady” uruchomiło także serię książkową pod szyldem „Biblioteka *Zielonych Brygad*” oraz podjęło się redagowania kwartalnika międzynarodowego *Grasshopper*, poświęconego zagadnieniom ekologicznym Euroregionu „Karpaty Wschodnie” (zob. Fiut 1994, s. 123–124).

Prasa społeczno-kulturalna i literacko-artystyczna

Drugim w kolejności pojawienia się wątkiem badawczym I.S. Fiuta była szeroko rozumiana prasa społeczno-kulturalna. Segmentem tym zajmował się autor kilkakrotnie (5 prac) w drugiej połowie ostatniej dekady XX wieku, w latach 1996–2000. Jego uwagę przykuwały zwłaszcza pisma literacko-artystyczne, szczególnie mu bliskie ze względu na własną aktywność literacką. Poświęcił im nawet oddzielny raport w ramach prac naukowych OBP UJ.

Swoistą syntezę swoich dociekań przedstawił w roku 2000 na łamach *Zeszytów Prasoznawczych*. Wykazał, bazując na danych z kilku kolejnych edycji *Katalogu Mediów Polskich* (wyd. OBP UJ), przeciwstawne tendencje w rozwoju ilościowym tego segmentu prasy (czy raczej – dwóch subsegmentów) po roku 1989.

Autor stara się odróżniać szerszą kategorię prasy społeczno-kulturalnej (PS-K), w obrębie której znajdują się także pisma społeczno-polityczne, w tym tygodniki opinii, jak *Polityka*, *Wprost* czy *Tygodnik Powszechny*; są to periodyki prezentujące „[...] przede wszystkim różne formy kultury, sztuki, myśli społeczno-politycznej i szeroko pojmowanej kultury masowej” (Fiut 2000, s. 65). Ze względu na rodzaj sztuki są to więc pisma ogólnoartystyczne z elementami społecznymi, prezentujące film, teatr, rzeźbę, malarstwo i sztuki plastyczne, muzykę, fotografię, taniec, sztukę ludową oraz architekturę. Niektóre spośród nich podejmują czasem zagadnienia filozoficzne i historyczne (dotyczące współczesności). Jeśli w dużych pismach opinii w latach 90. problematyka społeczno-kulturalna uległa marginalizacji, to zainteresowanie nią utrzymało się w pismach społeczno-politycznych niższej periodyczności, o różnych orientacjach ideowych. W 1999 roku tego typu pism było 579 i stanowiły one około 20% ogółu tytułów prasowych w naszym kraju; w tej liczbie 442 tytuły (4/5 kategorii PS-K) to pisma założone już w III RP. Wzrost ilościowy przypada na początek dekady (1990–1993), potem następuje wyhamowanie, a 122 tytuły ulegają likwidacji lub zawieszeniu.

Bardziej elitarna subkategoria pism literacko-artystycznych (PL-A), wyróżniona ze względu na dominację w kulturze polskiej „momentu literackiego”, liczyła tu 118 tytułów, spośród których w ostatnich latach (XX w.) upadło co piąte (najczęściej te o najwyższej periodyczności oraz pisma lokalne). Pisma typu PL-A w ujęciu I.S. Fiuta to takie, które przeznaczają co najmniej 10% powierzchni problematyce literackiej; ale autor dokonuje ich bardziej precyzyjnej klasyfikacji, wyróżniając tytuły, które poświęcają tej tematyce 10–25% powierzchni (40 tytułów – 34% ogółu PL-A), takie, które poświęcają jej 26–50% powierzchni (30 tytułów – 25%), takie, w których ta problematyka urasta do 51–75% (jest ich 17 – tj. 14%), a wreszcie te wyspecjalizowane (ponad 75% powierzchni), których doliczył się 31 (26%) i które ukazują się w cyklu miesięcznym, a zwłaszcza kwartalnym. Nowym rysem było pojawienie się pism łączących problematykę literacką z innymi dziedzinami twórczości artystycznej, a separacja od tema-

tów politycznych. Podobnie jak w przypadku prasy typu PS-K, także i pisma PL-A miały najlepszą koniunkturę w latach 1990–1993 (pojawiało się 65 tytułów).

Autor zwraca uwagę czytelnika na bariery rozwoju prasy społeczno-kulturalnej w ostatniej dekadzie XX wieku. Z jednej strony były to niedostateczne i wędrujące źródła finansowania (niewielkie nakłady, praktycznie brak reklam, tylko niektóre pisma miały dofinansowanie z puli Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego), konkurencja ze strony pism wydawanych przez wydawców zagranicznych, z drugiej – zmiana stylu życia młodego pokolenia (zachodnie wzorce konsumpcji, spadek zainteresowania sprawami społeczno-politycznymi i ideowymi oraz lokalnymi), a także – rosnący u progu XXI wieku wpływ Internetu i prasy już w wersji elektronicznej. Nowsza generacja pism PS-K odchodzi od modelu „grubego żurnala” na rzecz pism bardziej profesjonalnie przygotowanych i kierowanych do węższych grup publiczności, o bardziej sprofilowanych zainteresowaniach (Fiut 2000, s. 79).

Prasa darmowa na świecie i w Polsce

Jeśli dwa poprzednie wątki tematyczne (prasa ekologiczna oraz pisma społeczno-kulturalne) stanowiły tylko epizody w biografii naukowej Ignacego S. Fiuta, skupiając jego uwagę na kilka lat, to kwestia prasy darmowej i jej rozwoju w naszym kraju jest, jak się wydaje, trwałym przedmiotem zainteresowań tego autora. Badania w tym obszarze, indywidualne i zespołowe, prowadzi on od kilkunastu lat, od początku XXI wieku, już pozostając formalnie poza strukturami OBP UJ. Spośród dziewięciu prac naukowych dotyczących prasy bezpłatnej wyróżnimy takie, które ukazują dość charakterystyczne dla tego autora stopniowe drażnienie tematu, oraz takie, które podnoszą wątki uboczne (lokalność, kapitał zagraniczny, obraz przemocy, obraz świata), dopełniając portret segmentu o dodatkowe wymiary.

Przede wszystkim I.S. Fiut jest, jak się wydaje, zafascynowany dynamiką samego, nowego w naszym kraju, zjawiska – i ten wątek pojawia się kilkakrotnie: zarówno na początku, gdy po raz pierwszy stara się ogarnąć jego rozmiar i znaczenie dla rynku prasowego (Fiut 2002), jak i robiąc bilans pierwszej dekady XXI wieku (Fiut 2009; Fiut 2010), a wreszcie wtedy, gdy próbuje uchwycić procesy migracji prasy bezpłatnej do Internetu (Fiut 2014). W rozwoju tego typu prasy autor dostrzega dwie linie, choć nie zawsze konsekwentnie je oddziela.

Z jednej strony analizuje dość skrupulatnie wszelkie tytuły, które wyróżniają się tym, że są rozdawane, nie mają ceny okładkowej – a więc gazetki reklamowe dostarczające ogłoszeń i reklam z różnych branż (np. farmaceutyczne), lokalne i sublokalne pisma ogólnoinformacyjne (zarówno o charakterze biuletynów urzędów czy organizacji i stowarzyszeń⁴, jak i pism utrzymywanych z przychodów

⁴ Na przykład dzielnicowa gazeta *Pasmo* w Warszawie (od 1987 r.) czy *Kronika Chrzanowska. Magazyn Kulturalny* (od 1994 r.).

z reklam⁵) czy czasopisma kulturalno-informacyjne⁶. I.S. Fiut dostrzega cztery etapy rozwoju prasy bezpłatnej w Polsce. Początki tego typu inicjatyw wydawniczych (1987–1996) miały zwykle charakter lokalny albo wąskobranżowy; w tym czasie powstawały pojedyncze pisma, które na ogół (może z wyjątkiem *Zielonego Jeża*) nie aspirowały do przynoszenia dochodu wydawcy. Dalsze eksperymenty (1997–1999) zostały już zainspirowane światową ekspansją szwedzkiego *Metra*; na szczeblu lokalnym ukazują się kolejno (i upadają) nowe gazety, w tym na Pomorzu tygodnik *7 dni*, potem dwudnik *Sonda* oraz *Gazeta Trójmiasto*, a w skali krajowej – tygodnik *Zielona Gazeta* z lokalnymi mutacjami (1999–2001). Prawdziwa fala quasi-ogólnopolskich (*de facto* obecnych w dużych aglomeracjach) tytułów gratisowych przetoczyła się przez Polskę w następnych latach (2000–2006), gdy pojawili się duzi wydawcy wysokonakładowych gazet o rosnącej częstotliwości i zasięgu terytorialnym (aż do formy gazet aglomeracyjnych) oraz rozbudowanej strukturze kolportażowej. Przykładami są tu dziennik *Metropol* (polski odpowiednik sztokholmskiego *Metra*), tygodnik (potem dwudnik) *Dzień Dobry*, dziennik *AGB Metro* (w latach 2001–2002), dziennik *Metro* (spółki Agora SA – wydawcy *Gazety Wyborczej*), a pod koniec wspomnianego okresu (od połowy 2005 r.) także dwudnik *Echo Miasta*. W tym czasie umacniały się też miesięczniki informacyjno-kulturalne. Okres czwarty zaczyna się na przełomie lat 2006/2007, gdy (po eliminacji konkurentów) utrwała się dominacja dwóch gazet związanych z dużymi wydawnictwami prasy płatnej: *Metra* (produkt Agory SA)⁷ oraz *Echa Miasta* (związanego z Polskapsresse)⁸. Pojawiły się liczne przypadki uruchomienia pojedynczych tytułów bezpłatnych o zasięgu lokalnym, a co więcej – próby budowy regionalnych oraz lokalnych sieci tytułów bezpłatnych. Przykładem takich sieci były inicjatywy Grupy Media Regionalne: tygodniki *Moje Miasto* (mutowany na 12 dzielnic Szczecina), *Teraz Toruń*, *Teraz Słupsk*, *Teraz Koszalin*, *Teraz Gorzów*. Spółka Express Media uruchomiła w tym czasie bezpłatne tygodniki *City Bydgoszcz* i *City Toruń*. Specjalnie utworzona spółka Extra Media zaczęła uruchamiać albo skupiać w grupie całą rodzinę *Tygodników Extra*⁹.

Wspomnianą drugą linię prasy bezpłatnej – szczególny przedmiot zainteresowań I.S. Fiuta – stanowią darmowe dzienniki ogólnoinformacyjne (zwykle o charakterze aglomeracyjnym). W tym przypadku autor portretuje kilka fal wzrostu tego rynku. Pierwsza z nich przypada na początek XXI wieku (2000–2002), gdy *Metropol* i *Metro* rywalizują głównie na rynku warszawskim, choć budują też wydania we Wrocławiu (pierwszy) oraz w Łodzi i Trójmieście (drugi). Nato-

⁵ Na przykład tygodnik *Żółty Jeż* ukazujący się w zachodniej Małopolsce (od 1994 r.).

⁶ Na przykład miesięczniki – informatory o imprezach złożone u progu XXI wieku: *Aktivist* czy *City Magazine*.

⁷ *Metro* (w ostatnim wcieleniu pod tytułem *Metrocafe*) przestało się ukazywać w jesieni 2016 roku.

⁸ *Echo Miasta* od września 2011 roku ukazuje się jako *Nasze Miasto*, a obecnym wydawcą jest Polska Press Grupa.

⁹ *Tygodniki Extra* bardzo często upadały, ale wciąż powstawały nowe. Dzisiaj ukazuje się kilkanaście tytułów pod szyldem *Extra*.

miast gazeta *AGB Metro*¹⁰, wydawana w kilku mutacjach lokalnych, notuje wzlot i upadek. „W tym okresie strategia wydawnicza [...] polegała na tym, że pisma te budowały swego rodzaju systemy kolportażowe, rozpoczynając również eksperymenty z zawartością. Tworzyły w dużych aglomeracjach miejskich lokalne mutacje, rzadziej regionalne wersje danego tytułu, nie posiadając jednocześnie jego wydania ogólnokrajowego” (Fiut 2009, s. 12). Fala druga ekspansji tej prasy przypada na lata 2004–2006, a walczyły o czytelnika (i przychody z reklam) cztery gazety: dzienniki *Metropol* i *Metro* (mające po pięć wydań w tygodniu w wielu większych miastach) oraz dwudniki *Dzień Dobry* i *Nasze Miasto / Echo Miasta* (to ostatnie – w siedmiu największych aglomeracjach). Z tej rywalizacji wyszły zwycięsko tylko dwa tytuły: *Metro* i *Echo Miasta*, a więc pisma mające zaplecze organizacyjne w dużych, wielotytułowych wydawnictwach (Agora SA i Polska-presse); *Dzień Dobry* (wydawane w 2006 r. jako tygodnik) i *Metropol* zostały zlikwidowane. Ostatni opisywany etap to lata 2007–2012, w których pozostałe na rynku *Metro* (wydawane w 19 aglomeracjach) i *Echo Miasta* (wydawane w siedmiu największych miastach) odnoszą sukcesy ekonomiczne i dzielą się rynkiem reklamy (Fiut 2014).

W swej ostatniej, jak dotąd, pracy poświęconej gazetom darmowym I.S. Fiut (2014) podejmuje kwestię funkcjonowania prasy informacyjnej w kontekście niekorzystnych zjawisk rynkowych, takich jak światowy kryzys ekonomiczny i jego odpryski w naszym kraju, oraz przechodzenia odbiorców mediów od *print* do *online*. Wydawcy tytułów, które kilka lat wcześniej (2006–2008) podwajały swoje przychody z reklam¹¹, w 2012 roku notują już straty operacyjne (przynajmniej wydawca *Metra*). W tymże 2012 roku przychody z reklam internetowych grupy Agora SA wyraźnie wzrosły. Autor zwraca uwagę na nowy produkt – serwis *Naszemiasto.pl* (sieć miejskich serwisów informacyjnych aktualizowanych *online*) powiązany z darmowym dwudnikiem *Nasze Miasto*, choć – jak się wydaje – nie dostrzega, że nowa gazeta jest po prostu efektem transformacji dotychczas wydawanego *Echa Miasta*. Wypowiedzi ekspertów przytaczane przez autora podkreślają atrakcyjność prasy bezpłatnej dla reklamodawców jako gwarancji dotarcia całości nakładu wraz z reklamą, możliwości precyzyjnego dotarcia do ściśle zdefiniowanych grup odbiorców, dużej elastyczności dystrybucji (np. przez miejskie kampanie uliczne). Rozwijanie równoległe serwisów internetowych pozwala na udostępnienie oferty dwumediowej, a w sytuacji kryzysu prasy płatnej (rezygnacji ze względów oszczędnościowych, jak i z powodu przedkładania przez młode pokolenie komunikacji w środowisku internetowym nad korzystanie z mediów

¹⁰ *Aglomeracyjna Gazeta Bezpłatna Metro* była wydawana w latach 2001–2002 przez giełdową spółkę – multimedialny koncern 4Media; po przegranym procesie z Agorą SA o zawłaszczenie tytułu (*Metro*) zmieniono tytuł na *Gazeta Bezpłatna* i zredukowano liczbę wydań do dwóch w tygodniu. Koncern zbankrutował w końcu 2002 roku.

¹¹ Na przykład *Metro* zwiększyło przychody z 20,3 mln zł (I połowa 2006 r.) do 41,8 mln zł (I połowa 2008 r.); podobnie *Echo Miasta* – z 16,3 mln zł do 32,7 mln zł. Zob. Fiut 2014, tabela 3, s. 69.

tradycyjnych) gazety darmowe są, jak się okazuje, skuteczniejszym kanałem dostarcia do sprofilowanego odbiorcy.

Swoiste zafascynowanie prasą darmową nie jest tu bezkrytyczne. Ignacy S. Fiut stawia bowiem pytania o specyfikę treści drukowanych na łamach tych gazet w stosunku do publikacji obecnych na łamach dzienników płatnych. Z biegiem lat przeprowadził analizę zawartości pism darmowych w dwóch ważnych obszarach, próbując zrekonstruować obraz przemocy na ich łamach (Fiut 2008), a później obraz świata (Fiut 2015a). W obydwu badaniach analizował porównawczo próbki wydań dwóch rywalizujących tytułów: dziennika *Metro* i dwudnika¹² *Echo Miasta* (ich edycji małopolskiej)¹³.

W kwestii obecności przemocy autor wykazał, że pisze o niej dość często, choć w sposób uproszczony, dziennik *Metro*, co zbliża go do modelu tabloidu – dziennika płatnego o charakterze sensacyjnym. Natomiast *Echo Miasta* mało interesowało się tą tematyką (lub w wersji łagodnej), co autor tłumaczył charakterem ogłoszeniowo-reklamowym tego pisma. „Oba tytuły prasy bezpłatnej – konkluduje autor – mają na celu nie informowanie, socjalizowanie, bawienie czytelników, ale budowanie ich zainteresowania ofertą reklamową. Zatem przekształcają się ze środków masowej komunikacji w typowe [...] środki masowej konsumpcji” (Fiut 2008, s. 74–75). *Metro*, informując o przemyśle, dozując czytelnikowi głównie strach przed nią, a rzadziej wskazuje, jak się przed nią zabezpieczyć; nie interesuje się zbytnio aktami przemocy w regionie. Natomiast *Echo Miasta* stara się czytelnika oswoić z tą informacją i zmniejszyć strach przed możliwym zaistnieniem przemocy w środowisku jego życia; przedstawia ją w sposób bardziej oswojony, jako zjawisko, z którym można sobie poradzić, skupiając się na przypadkach o charakterze lokalnym (Fiut 2008, s. 75).

Problematyka kreowania obrazu świata jest w przypadku prasy bezpłatnej traktowana marginalnie i instrumentalnie, co ma też związek z kosztami pozyskiwania informacji o świecie; kwestie polityczne, a tym bardziej geopolityczne, przedstawiane są tam powierzchownie (Fiut 2015a, s. 73–74). Materiały dotyczące wydarzeń zagranicznych zajmowały nie więcej niż 10% powierzchni obydwu gazet. „Świat zagraniczny – pisze autor – był ukazywany głównie z perspektywy sensacyjnej oraz ciekawostkowej, związanej z różnorodnymi formami konsumpcji materialnej, a w mniejszym stopniu duchowej. Tytuły te postrzegały świat jako zdominowany przez Stany Zjednoczone, które według ich redakcji są dominującym podmiotem ładu politycznego, gospodarczego i kulturalnego w globali-

¹² Autor, jak się wydaje, traktuje w badaniach *Echo Miasta* jako tygodnik (szczególnie zob. Fiut 2015b, s. 53), ograniczając się do analizy wydań czwartkowych (jako głównych), pomijając zaś – poniedziałkowe. Warto pamiętać, że we wrześniu 2012 roku (w roku zamykającym okres badań) *Echo Miasta* zmieniło tytuł na *Nasze Miasto*. Nie wiemy, czy któryś z numerów *Naszego Miasta* trafił do próbki badawczej.

¹³ W badaniu obrazu przemocy uwzględniono po 14 wydań obydwu tytułów z okresu grudzień 2006 – maj 2008; w badaniu obrazu świata – 12 egz. *Metra* i 8 *Echa Miasta* z lat 2009–2012. W tym drugim badaniu analizowano także miesięcznik *krakow POST*, ale to zupełnie inna kategoria prasy niż darmowe gazety ogólnoinformacyjne.

zującym się świecie” (Fiut 2015a, s. 85). Znacząca część materiałów o świecie dotyczyła informacji na temat wydarzeń kulturalnych, imprez oraz produktów przemysłu kulturalnego (ale nie zajmowały się celebrytami). Redakcje nie publikowały pogłębionych analiz na temat gospodarki, finansów, handlu czy przemysłu ze względu na koszty ich pozyskania. „Natomiast w warstwie sensacyjnego wyboru i ekspozycji przekazów o świecie, głównie *Metro*, ale w mniejszym stopniu *Echo Miasta*, jak i *krakow POST*, kierują się zasadami pism tabloidowych i nawiązują do ich technik eksponowania wiadomości [...], choć nie epatują w takim stopniu jak tamte seksem, a główny nacisk kładą na różnego rodzaju skandale obyczajowe oraz nietypowe przypadki śmierci” (Fiut 2015a, s. 87).

Prasa regionalna i lokalna

Mimo iż analiza rynku prasowego nie mieściła się w głównym nurcie zainteresowań Ignacego S. Fiuta, znajdujemy przykłady udanych studiów bądź szkiców i w tej dziedzinie. Oprócz wspomnianych wcześniej analiz rozwoju rynku prasy darmowej, najbardziej dobitnym przykładem jest artykuł poświęcony strategiom wydawniczym *Gazety Krakowskiej* po 1989 roku, napisany wspólnie z byłym dziennikarzem tego dziennika Jerzym Pałosem (Fiut i Pałosz 2006). Znajdujemy tam wiele informacji i danych ilościowych o zawiłościach transformacji tej gazety w nowych warunkach rynkowych III RP na tle przemian prasy małopolskiej w latach 90. XX wieku i na początku wieku XXI. Autorzy pokazują próby działań autonomicznych redakcji (np. różne inicjatywy pod kierownictwem Ryszarda Niemca), ale i zależność polityki wydawniczej *GK* od strategii rynkowej właściciela – niemieckiej grupy Polkapresse. Równocześnie w tle mamy obraz postępującego kryzysu polskiego rynku prasy codziennej¹⁴, zwłaszcza regionalnej, w związku z rosnącą konkurencją ze strony mediów elektronicznych i internetowych oraz pojawieniem się pod koniec 2003 roku na polskim rynku prasowym wysokonakładowego tabloidu *Fakt* (potężnego wydawnictwa Axel Springer). Interesujące są też te partie artykułu, które traktują o chwiejności koncepcji i o formach zaostrażającej się rywalizacji *Gazety Krakowskiej* na krakowskim i małopolskim rynku z *Dziennikiem Polskim* (m.in. przez wprowadzanie bądź likwidację dodatków lokalnych, dodatków specjalnych, walkę o rynek krakowski bądź o pozycje w „terenie” etc.). Rozważania kończą się na kolejnym zakręcie w dziejach pisma, tzn. w momencie, gdy pojawia się koncepcja budowy ogólnokrajowego dziennika opiniotwórczego grupy Polkapresse, którego integralną częścią ma się stać *Gazeta Krakowska*.

Ignacy S. Fiut śledzi żywo nie tylko to, co dzieje się na szczyblu regionalnym, w Małopolsce, ale także utrzymuje bliski kontakt z prasą lokalną czy sublokalną

¹⁴ Na przykład sama *Gazeta Krakowska* pod koniec lat 80. XX wieku miała dzienny nakład sięgający ponad 170 tys. egz. (z kilkuprocentowymi zwrotami), a w 2006 roku sprzedawała dziennie średnio około 32 tys. egz. (zob. Fiut 2006, s. 43–44).

ukazującą się na terenie Ziemi Sądeckiej, szczególnie bliskiej autorowi. Przykładem jest szkic poświęcony miesięcznikowi *Znad Popradu* z okazji jego ćwierćwiecza (Fiut 2016). Wcześniej przyglądał się formom kultury na łamach prasy sądeckiej (Fiut 2012).

Pisma filozoficzne

Zainteresowanie periodykami o profilu filozoficznym jest w biografii naukowej Ignacego S. Fiuta czymś oczywistym i naturalnym; to w tym obszarze mógł najbardziej połączyć swoje zainteresowania medioznawcze z temperamentem filozofa. Ten epizod w życiu naukowym autora przypada na początek pierwszej dekady XXI wieku. Powstało wówczas studium polskiego czasopiśmiennictwa filozoficznego sumujące wiek XX (Fiut 2003b), a nieco później – szkic prezentujący profil krakowskiego czasopisma *Forum Myśli Wolnej*, w którym zresztą autor zamieszczał swoje prace (Fiut 2004/2005).

Uwagi końcowe

W niniejszym szkicu dokonano przeglądu prac Ignacego S. Fiuta z okresu obejmującego blisko ćwierćwiecze – lata 1994–2017, kiedy publikował artykuły naukowe i raporty dotyczące zagadnień prasoznawczych. Jest to ujęcie cząstkowe, gdyż pomijamy tu kilka ważnych wątków zainteresowań autora, w szczególności prace metodologiczne poświęcone metodzie analizy zawartości oraz opracowania powstałe w wyniku zastosowania tej metody, dotyczące obrazu świata w mediach i odzwierciedlenia kampanii wyborczych na łamach ówczesnej prasy (w latach 90. XX w.).

Jako prasoznawca S.I. Fiut podejmował kilka ulubionych wątków badawczych: prasa kulturalna i artystyczna, prasa ekologiczna, prasa lokalna, w szczególności zaś – prasa darmowa, którą darzył systematyczną uwagą przez kilkanaście lat. Cechą charakterystyczną twórczości naukowej Ignacego S. Fiuta jest właśnie ciągłość, obserwacja rozwoju i przemian interesujących go zjawisk na rynku medialnym.

Bibliografia

- Fiut I.S. (1994). Zielone Brygady: szkic monograficzny. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 121–130.
- Fiut I.S. (1995). Piśmiennictwo ekologiczne w Polsce '94. *Zdanie*, nr 1, s. 32–33.
- Fiut I.S., Dziki S. (1995). Dużo tytułów, mniej treści. Raport o polskim czasopiśmiennictwie kulturalnym. *Wiadomości Kulturalne*, nr 4, s. 9–10.

- Fiut I.S. (1997). Pisma literacko-artystyczne w latach 1989–96. Ośrodek Badań Prasoznawczych UJ, Raporty OBP UJ 579.
- Fiut I.S. (1997). Pisma literacko-artystyczne w latach 1989–1996 (struktura, sytuacja, dynamika rozwoju i zawartość). *Dykcja*, nr 6, s. 54–63.
- Fiut I.S. (1997). Pisma społeczno-kulturalne (PS-K) i literacko-artystyczne (PL-A) po roku 1989. W: T. Kostyrko (red.). *Kultura polska 1989–1997: raport* (s. 87–95). Warszawa.
- Fiut, I.S. (2000). Pisma społeczno-kulturalne w latach 1989–2000. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 64–81.
- Fiut I.S. (2001). Przyszłość prasy bezpłatnej w Polsce na przykładzie małopolskim. W: J. Adamowski, M. Jabłonowski (red.). *Polskie media u progu XXI wieku* (s. 147–156). Warszawa.
- Fiut I.S. (2002). Prasa bezpłatna w Polsce w latach 1999–2001. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 1–2, s. 69–83.
- Fiut I.S., Habryń M. (2002). Kapitał zagraniczny w polskiej prasie bezpłatnej. *Studia Medioznawcze*, nr 5, s. 91–105.
- Fiut I.S. (2003a). Media w procesie kształtowania świadomości ekologicznej. Komisja Ochrony Środowiska Senatu RP.
- Fiut I.S. (2003b). Polskie czasopisma filozoficzne w XX wieku: zarys problematyki. W: W. Słomski (red.). *Filozofia polska w okresie transformacji ustrojowej* (s. 33–43). Siedlce.
- Fiut I.S. (2004/2005). Profil pisma *Forum Myśli Wolnej*. *Krakowski Magazyn Racjonalistów*. *Forum Myśli Wolnej*, nr 20/21, s. 76–78.
- Fiut I.S., Pałosz J. (2006). Strategie wydawnicze *Gazety Krakowskiej* w latach 1990–2006. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 43–58.
- Fiut I.S. (2007). Prasa bezpłatna i lokalna w Małopolsce: (nowe zjawiska). W: J. Jarowiecki, A. Paszko, W.M. Kolasa (red.). *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku* (s. 165–174). Kraków.
- Fiut I.S. (2008). Obraz przemocy w prasie bezpłatnej. W: J. Adamowski (red.). *Media masowe wobec przemocy i terroryzmu* (s. 63–75). Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR.
- Fiut I.S. (2009). Prasa bezpłatna w Polsce w latach 1989–2009. Nowe zjawiska rynkowe i czytelnice. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 7–24.
- Fiut I.S. (2010). XX lat prasy bezpłatnej w Polsce. W: K. Wolny-Zmorzyński [i in.] (red.). *Prawo, etyka czy rynek?: zmiany w polskich mediach po 1989 roku* (s. 184–194). Toruń.
- Fiut I.S. (2012). Formy kultury w prasie sądeckiej. W: B. Faron (red.). *Prasa sądecka od zarania do dziś 1891–2011* (s. 292–310). Kraków.
- Fiut I.S. (2014). Migracja prasy bezpłatnej do Internetu i jej strategie wydawnicze. *Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy*, t. 6, s. 65–79.
- Fiut I.S. (2015a). Obraz świata w polskiej prasie bezpłatnej. W: I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.). *Współczesne media: medialny obraz świata. T. 2: Studium przypadku* (s. 73–87). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Fiut I.S. (2015b). Współczesne transformacje medialne. Prasa bezpłatna, nowe media i etyka. *Wydział Humanistyczny Akademii Górniczo-Hutniczej*, tom XX. Kraków: Wyd. Aureus.
- Fiut I.S. (2016). 25 LAT miesięcznika *Znad Popradu* (skrót artykułu). *Znad Popradu*, nr 4 (V), s. 9.
- Kolasa W.M., Gałuszka E. (2018). Media – filozofia – literatura (selekcyjna bibliografia publikacji Ignacego Stanisława Fiuta za lata 1980–2018), *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 4, s. 660–695.

STRESZCZENIE

W artykule dokonano krytycznego przeglądu prac naukowych Ignacego S. Fiuta dotyczących stanu i przemian rynku prasowego w blisko ćwierćwieczu 1994–2017. Wiele z tych prac – artykułów, referatów czy raportów badawczych powstało w okresie zatrudnienia autora w Ośrodku Badań Prasoznawczych UJ (1993–1998), gdy śledził sytuację w segmencie prasy społeczno-kulturalnej i literacko-artystycznej oraz ekologicznej. Od początku XXI wieku wiele uwagi poświęcał dokumentowaniu kolejnych wzlotów i upadków prasy darmowej, a sporadycznie – prasy lokalnej i innej (np. periodyki filozoficzne). Ciągłość zainteresowań, powracanie do ulubionych wątków to cechy twórczości prasoznawczej Ignacego S. Fiuta, choć generalnie jego twórczość naukowa (a także recenzencka) jest bardzo obszerna i wielowątkowa, obejmując kilkaset pozycji w zestawie bibliograficznym.

Słowa kluczowe: prasoznawstwo, przemiany rynku prasowego, prasa społeczno-kulturalna, prasa literacko-artystyczna, pisma ekologiczne, prasa regionalna i lokalna, prasa darmowa