

# Sonczyk, Wiesław

---

## "Wieści Podwarszawskie" - mazowiecki tygodnik regionalny : próba charakterystyki i oceny

---

Rocznik Mazowiecki 17, 155-166

---

2005

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych oraz w kolekcji mazowieckich czasopism regionalnych [mazowsze.hist.pl](http://mazowsze.hist.pl).

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Wiesław Sonczyk

## **„Wieści Podwarszawskie” – mazowiecki tygodnik regionalny (próba charakterystyki i oceny)**

**P**rasa lokalna – traktowana jako ważny fragment współczesnego systemu medialnego – jest uznawana przez medioznawców za jedną z najbardziej widocznych i pożytecznych w sensie społecznym konsekwencji zmian ustrojowo-politycznych oraz transformacji samego systemu po roku 1989. Zniesienie monopolu partyjno-państwowego w zakresie działalności medialnej, likwidacja prewencyjnej cenzury instytucjonalnej oraz zmiana przepisów normujących działalność wydawniczą (wprowadzenie systemu rejestracyjnego) umożliwiły m.in. rozwój periodyków lokalnych i sublokalnych. Wiele z nich rozpoczynało swoją działalność przy okazji wyborów samorządowych czy parlamentarnych.

Od początku dekady lat 90. na terenie Mazowsza, zwłaszcza w Warszawie i okręgu stołecznym, powstało kilkadziesiąt nowych pism lokalnych. Część z nich istnieje po dzień dzisiejszy, stanowiąc trwały element regionalnego pejzażu medialnego. Są wśród nich „Wieści Podwarszawskie”, wydawane w Wołominie, określone w stopce redakcyjnej jako „tygodnik województwa mazowieckiego”.

\* \* \*

Powstanie tygodnika „Wieści Podwarszawskie” wiąże się z wyborami samorządowymi z roku 1990. Pomysł wydawania pisma lokalnego, którego podstawowym celem byłoby prezentowanie i ocena działalności samorządu miejskiego, zgłosili członkowie Chrześcijańskiego Komitetu Wyborczego, który wygrał wybory w Wołominie oraz radni z Zielonki i Radzymina. Znaczący udział w realizacji tego pomysłu miał red. Waław Panek, który przed wyborami redagował „Nowy Wołomin” – biuletyn ChKW<sup>1</sup>. Okazało się bowiem, że pomysłodawcy nie mieli

<sup>1</sup> Redaktor Waław Panek jest mieszkańcem Wołomina, znanym literatem i dziennikarzem – współpracował m.in. z „Polityką”, „Teatrem” i „Ruchem Muzycznym”; w roku 1989 założył kwartalnik „Forum Rozrywki”.

żadnego doświadczenia dziennikarskiego i nie potrafili podjąć działalności redakcyjnej. Redaktor Panek tak wspomina:

To była ich inicjatywa, aby wydawać pismo informacyjne, samorządowe. Nie mieli jednak bladego pojęcia, jak robić gazetę. Bili pianę, kłócili się – czy informacje sportowe dawać na ostatniej, czy na przedostatniej stronie, czy zdjęcia duże, czy małe, paranoja [...]. Więc powiedziałem im: „Ja wam to pismo wymyślę, narysuję kolumna po kolumnie, wymyślę działy, profil, tytuł. Napiszę pierwszy numer, przyniosę i pokażę, a wy to dalej wydawajcie”. Jak obiecałem, tak zrobiłem.<sup>2</sup>

Redaktor Panek zarejestrował tytuł, został wydawcą oraz redaktorem naczelnym, a „w ciągu kolejnego miesiąca sam stworzył redakcję, zorganizował kolportaż i akwizycję reklam i ogłoszeń”.

Próbny, tzw. zerowy numer „Więści Podwarszawskich” ukazał się w końcu grudnia 1990 roku, w nakładzie 3 tys. egzemplarzy. Liczył zaledwie 8 stron formatu A-3 i kosztował 1300 (starych) złotych. Był rozprowadzany w Wołominie i okolicznych miejscowościach: Żąbkach, Zielonce, Kobyłce, Markach i Radzyminie, głównie na stacjach kolejowych i w prywatnych sklepach. Wprawdzie na jego łamach ogłoszono konkurs na tytuł pisma, ale ostatecznie – mimo wielu propozycji czytelników – zachowano ten, który wcześniej wymyślił redaktor Panek. Pierwszy numer tygodnika – już w objętości 16 kolumn – wyszedł z datą 31 stycznia 1991 roku, rozpoczynając trwającą do dziś działalność wydawniczą.

Początki funkcjonowania pisma były typowe dla prasy lokalnej. Po pierwsze, w zespole redakcyjnym dominowali amatorzy i entuzjaści, nie było etatów, a redakcja mieściła się w pomieszczeniu tymczasowym, udostępnionym przez Urząd Miasta, zaś kolegia redakcyjne odbywały się w sali konferencyjnej UM. Sytuacja stawała się o tyle ryzykowna, że pismo – choć od początku będące prywatną własnością – zaczęło być postrzegane przez opinię publiczną jako organ samorządu miejskiego. Dopiero po trzech miesiącach takiej prowizorki redakcja zmieniła siedzibę, wynajmując dwa pomieszczenia „na mieście”. Po drugie, „Więści Podwarszawskie” – jak wiele pism lokalnych – wypracowywały swoją formułę wydawniczą „w biegu”, czyli metodą prób i błędów. Jak podkreśla redaktor Panek:

...pismo nie powstało na zasadzie badań rynkowych i rzucenia na rynek wykształconej formuły, za którą stoi ewentualna pokupność, przypuszczenie takiego lub innego nakładu, dokładne oznakowanie grup odbiorczych itd. Mnie nie było stać, aby takie badania robić. Ja przeprowadzałem zmiany na konkretnym produkcie [...]. Niektóre rzeczy po prostu nie podobały się mnie i czytelnikom i dlatego ciągle zmieniałem pismo.

Nic więc dziwnego, że treść (dobór tematów), układ poszczególnych działów, szata graficzna, a nawet liczba stron dość często zmieniały się. Było to również

<sup>2</sup> Fragment rozmowy red. Wacława Panka z Rafałem Brzezińskim, autorem pracy licencjackiej, stanowiącej monografię „Więści Podwarszawskich”; zob. R. Brzeziński, „Więści Podwarszawskie” 1990-2002 (próba monografii). Praca licencjacka napisana pod kierunkiem dr hab. Wiesława Sonczyka w Wyższej Szkole Humanistycznej w Pułtusku (2003); cytowane w niniejszym artykule wypowiedzi i opinie pochodzą z tej pracy.

następstwo kolejnych zmian kadrowych i rezultat kompetencji merytorycznych poszczególnych współpracowników.

Już od marca 1991 roku pojawiła się nowa winieta i podtytuł „tygodnik prawobrzeżnej Wisły”. Natomiast późniejsze zmiany, także szaty graficznej i winiety tytułowej, wiązały się ze stopniowym rozszerzaniem zasięgu terytorialnego. Dla przykładu: w kwietniu 1991 roku usunięto nazwy miejscowości, w których tygodnik pojawiał się na początku swego istnienia, a na jego łamach zaczęły się pojawiać artykuły m.in. o Sulejówku, Wesołej, Halinowie, Legionowie i Tłuszczu. O rosnącej popularności tygodnika świadczy fakt, że już latem 1991 roku utworzono oddział redakcji w Otwocku, a „Więści Podwarszawskie” pojawiły się również w kioskach Karczewa, Józefowa i Michalina.

We wrześniu 1991 roku w winiecie pojawił się nowy podtytuł – „tygodnik województwa stołecznego”, a pismo objęło swoim zasięgiem obszar byłego województwa warszawskiego, z wyjątkiem stolicy. Uruchomiono nowy oddział redakcji w Pruszkowie, przygotowujący „zachodnią” mutację „Więści Podwarszawskich”, adresowaną do mieszkańców m.in. Piastowa, Grodziska Mazowieckiego, Błonia, Góry Kalwarii i Milanówka. W praktyce jednak wydanie „zachodnie” różniło się od „wschodniego” tylko pierwszymi kolumnami, ponieważ pozostałe zawierały te same teksty. Zdarzało się, że nawet pierwsza strona była identyczna, ponieważ publikowano na niej tekst dotyczący problemów wspólnych dla mieszkańców okolic Warszawy.

Należy podkreślić jednak, że wydanie „zachodnie” istniało tylko do końca 1991 roku, ponieważ od początku roku 1992 redakcja zdecydowała się ograniczyć zasięg „Więści Podwarszawskich” do rejonu Wołomina, Legionowa, Sulejówka i Otwocka. Jarosław Bargiel – obecny redaktor naczelny – tłumaczy to ograniczenie następująco:

Ambicją Wacka [red. Panka – W.S.] było ogarnięcie całego województwa mazowieckiego; niestety, okazało się, że w miarę obejmowania coraz większej liczby miejscowości, liczba reklam wcale nie rosła [...]. Sprzedaż może i była na tamym terenie, jednak nie pokrywała ona nawet kosztów druku [...]. Nie było stamtąd praktycznie żadnych reklam. Wacek doszedł do wniosku, że część wołomińska nie może finansować tego, żeby ktoś tam w Piasecznie czy Piastowie kupił „Więści Podwarszawskie” i wycofał się stamtąd.

W swojej dotychczasowej działalności pismo doświadczyło wielu kłopotów typowych dla periodyków lokalnych. Dla przykładu: już latem 1992 roku zaczęły się poważne problemy finansowe, spowodowane małą liczbą reklam, a to z kolei – wakacyjnym zastojem w handlu. Dlatego redakcja – by zmniejszyć koszty własne – ograniczyła liczbę stron (do 8), a także ilość materiałów dziennikarskich (co spowodowało odejście z redakcji kilku zdolnych dziennikarzy, m.in. Mirosława Zuławnika, Anny Błaszczczyńskiej-Wasiak i Roberta Klosa). W tej trudnej sytuacji dodatkowym źródłem finansowania redakcji okazały się teksty promocyjne i sponsorowane wywiady ze znanymi postaciami ze świata kultury. Różne teksty komercyjne publikowane są zresztą pod dzień dzisiejszy.

Aktualny redaktor naczelny ocenia tamtą sytuację następująco:

Wacek szukał dopływu gotówki. W pewnym momencie podpisał porozumienie z lokalnymi biznesmenami [...]. Ta spółka trwała krótko (około 2 miesięcy) i nic z tego nie wyszło. Zmuszony był do tego, żeby pismo najwyczejniej w świecie sprzedać. Sprzedał na zasadzie takiej, że utworzono wydawnictwo o nazwie MARPAN Sp. z o. o. Jest to skrót od nazwisk Marchewka – Panek.

Z kolei red. Waław Panek wskazywał na bardziej prywatne powody rezygnacji z kierowania i sprzedania tygodnika, stwierdzając m.in.:

Powód sprzedaży był jeden i zasadniczy – ja przez trzy lata nie zrobiłem nic. Nie pisałem książek, nie nagrywałem audycji telewizyjnych, nie napisałem ani jednej sztuki.

Dość powiedzieć, że nazwisko red. Panka – także jako właściciela tytułu – widnieje po raz ostatni w nr 100, czyli ostatnim z roku 1992. Wiadomo, że jeszcze przez pół roku pozostawał współpracownikiem redakcji, głównie jako felietonista i akwizytor reklam.

W związku z rezygnacją Waława Panka funkcję redaktora naczelnego objął jego zastępca – red. Jarosław Bargieł, sprawując ją zresztą do dziś. Zaczął od skompletowania nowego, bardziej profesjonalnego zespołu redakcyjnego, angażując do pracy w redakcji m.in. Krystynę Chwedeńczuk, Małgorzatę Jarocką (sekretarz redakcji), Piotra Zajdla, Krzysztofa Kacprzaka i Ewę Stanilewicz. Stałymi współpracownikami redakcji pozostali natomiast: Zuzanna Śliwa, Leszek Podhorodecki, Iwona Galińska i Zygmunt Archacki. Kierownikiem działu fotografii została Elżbieta Marchewka, natomiast sprawami administracyjnymi zajęła się Małgorzata Cybulska. Mimo tak poważnych zmian kadrowych formuła wydawnicza „Wieści Podwarszawskich” nie zmieniła się aż tak, aby przełożyło się to na zmianę sposobu postrzegania pisma przez czytelników.

Natomiast zmiana struktury własnościowej wiązała się z koniecznością stworzenia na nowo infrastruktury redakcyjnej, ponieważ wcześniej majątek redakcji był prywatną własnością Waława Panka. Nie było to zadanie łatwe, choćby z uwagi na koszty nowego sprzętu. Wedle opinii red. Bargieła:

...gazeta odziedziczyła po pierwszym właścicielu majątek trwały w postaci jednego kalkulatora i jednej zdezelowanej maszyny do pisania. Pierwszym zadaniem spółki była budowa bazy materiałowej, która jest konieczna do pracy: maszyna do pisania, faks [...]. Wówczas kupno pierwszego komputera klasy 386 to był gigantyczny wydatek, a my myśleliśmy już od początku o tym, żeby mieć własny skład komputerowy. Powoli trzeba było przeznaczać na to środki, kupować czy to w formie *leasingu*, czy w formie kredytów, czy też odkładania pieniędzy.

Równie ważnym i trudnym zadaniem dla nowego właściciela i zespołu redakcyjnego okazało się zwiększenie objętości i nakładu pisma (na początku 1993 roku było to bowiem zaledwie 8 kolumn, a średni nakład jednorazowy nie przekraczał 5 tys. egz.). Doświadczenie zawodowe kierownictwa redakcji podpowiadało jednak, by wprowadzanie wszelkich zmian traktować jako stopniową ewolucję i proces rozłożony w czasie, a nie eksperymentować lub choćby w najmniejszym stopniu lekceważyć przyzwyczajenia i gusta odbiorców pisma.

W celu poprawienia sytuacji finansowej pisma redakcja zaczęła podejmować rozmaite działania zmierzające do zwiększenia liczby reklamodawców i trwałe-

go związania ich z tygodnikiem. Oprócz tego publikowano teksty sponsorowane, promujące reklamodawców, a nawet lokalnych polityków (zwłaszcza w trakcie kampanii wyborczych). Skalę i skuteczność tych działań ilustrują liczby: reklamy i ogłoszenia zajmowały przeciętnie 4 do 6 kolumn, podczas gdy ogólna objętość pisma wynosiła 16 kolumn. Działaniom tym towarzyszyła parokrotna zmiana ceny egzemplarzowej, która w 1996 roku wynosiła już 5 tys. (starych) złotych.

W kolejnych latach udawało się utrzymać stałą objętość tygodnika (16 stron) i powoli, ale systematycznie zwiększać jego nakład: z 10 tys. egz. – w roku 1993 do 11,5 tys. egz. – w roku 1995. Uruchomienie własnego składu komputerowego pozwoliło nie tylko zmniejszyć koszty przygotowania numeru, ale i wydatnie skrócić potrzebny na to czas. To z kolei zwiększyło aktualność drukowanych tekstów, a w konsekwencji – atrakcyjność pisma z punktu widzenia czytelników. Redakcja nie rezygnowała też z działań pozaprasowych, kreujących pozytywny wizerunek tygodnika i jego *publicity*, np. w roku 1995 tygodnik objął patronat medialny nad powstającymi wtedy (m.in. w Zielonce) amatorskimi ligami piłkarskimi, co doprowadziło w końcu do powstania działu sportowego, redagowanego przez Piotra Wyszynskiego.

W roku 1995 „Wieści Podwarszawskie” ograniczyły swój zasięg terytorialny, koncentrując się przede wszystkim na dotarciu do mieszkańców powiatu wołomińskiego oraz Otwocka i jego najbliższych okolic. Sprzyjały temu m.in. liczne materiały interwencyjne, które publikowano w obronie interesów konkretnych mieszkańców tego rejonu. Stopniowo zwiększano objętość tygodnika (od maja 1997 roku – 24 kolumny) oraz nakład (15 tys. egz. w roku 1996, a nawet 18 tys. w roku 1997). Również zwroty były niewielkie i stabilne (około 5%). W tym czasie odnotowano też pierwsze dowody społecznego uznania, m.in. nagrodę wojewody warszawskiego dla najlepszej gazety lokalnej, przyznaną we wrześniu 1997 roku w konkursie „Nasz udział we współczesności”, zorganizowanym przez Warszawskie Towarzystwo Prasy Lokalnej we współpracy z Komisją Samorządową Rady Warszawy (do konkursu zgłoszono ponad 40 pism lokalnych).

Reforma administracyjna kraju i utworzenie powiatów (od 1 stycznia 1999 roku) na nowo określiły zasięg terytorialny „Wieści Podwarszawskich”. Pismo stało się tygodnikiem powiatowym, obejmującym obszar powiatu wołomińskiego (nawiasem mówiąc – jednego z największych powiatów w Polsce), czyli gminy: Wołomin, Kobyłka, Zielonka, Ząbki, Marki, Radzymin, Dąbrówka, Klembów, Jadów, Tłuszcz i Poświętne. Nakład utrzymano na dotychczasowym poziomie, zwiększając jednak stan kadrowy redakcji (przybyli m.in. Anna Skibniewska, Rafał Pazio, Marek Chrzanowski i Mariusz Latuszek). Nadal rozbudowywano wyposażenie i zaplecze techniczne redakcji, m.in. przez zakupienie aparatów cyfrowych (co pozwoliło na poprawę jakości publikowanych zdjęć). Uruchomiono również stronę internetową „Wieści Podwarszawskich”, a pierwsze wydanie *on-line* ukazało się 12 marca 2000 roku.

W roku 2001, w rezultacie pogarszającej się sytuacji gospodarczej, zmniejszyły się społeczne zainteresowanie pismem, zwłaszcza ze strony reklamodawców. Wydawca zdecydował więc o zmniejszeniu nakładu (do 16 tys. egz.), przy jednoczesnym zwiększeniu ceny egzemplarzowej (do 1, 80 zł) oraz ograniczeniu obję-

tości wydania (do 24 kolumn), przy czym około 30% powierzchni przeznacza się na reklamy i ogłoszenia. Powyższe parametry tygodnik zachowuje także obecnie<sup>3</sup>.

### **Formuła wydawnicza tygodnika „Wieści Podwarszawskie”**

„Wieści Podwarszawskie” są typowym pismem lokalnym, adresowanym do około 200 tys. mieszkańców powiatu wołomińskiego. Jak podaje Rafał Brzeziński:

około połowa materiałów publikowanych na łamach pisma poświęcona jest stolicy powiatu. W dalszej kolejności opisuje się największe miasta sąsiadujące z Wołominem: Kobyłkę i Zielonkę, a także Tłuszcz, zaś liczba tekstów o pozostałych miejscowościach nie przekracza jednego, dwóch na numer.

Podjęmowana przez redakcję tematyka dotyczy spraw istotnych dla całej społeczności powiatu lub miasta albo gminy. Ale sporo miejsca przeznacza się również na sprawy „lekkie, łatwe i przyjemne” (rozrywka), rozmaite porady i tzw. wiadomości użytkowe. Warto dodać, że w trakcie trwania kampanii wyborczych na łamach tygodnika ukazują się wiele tekstów propagujących programy poszczególnych partii i/lub koalicji wyborczych z terenu powiatu wołomińskiego, a także publikacje promujące konkretnych kandydatów (w tym czasie objętość pisma wzrasta nawet do 40 kolumn). Dla przykładu: w trakcie kampanii wyborczej w roku 2002, w okresie od września do listopada (nr 37-44), ogłoszenia i reklamy komitetów wyborczych zajmowały od 6 do 16 stron, przy ogólnej objętości numeru – od 28 do 40 stron.

Obecna formuła pisma kształtowała się przez kilka lat pod wpływem różnych czynników. W opinii R. Brzezińskiego „Wieści Podwarszawskie” nigdy nie były pismem jednolitym, o z góry ustalonej, sztywnej budowie numeru. Wykształciła się ona w wyniku licznych zmian następujących przez dwanaście lat istnienia tytułu na rynku prasowym. Mimo wielu przeobrażeń tygodnik zachował jednak stałe elementy, wprowadzone jeszcze przez założyciela „Wieści” – Wacława Panka. Również ogólny podział numeru na części zawierające tematy lokalne, materiały rozrywkowo-poradnikowe oraz pozostałe (niedziennikarskie), nie różni się zasadniczo od pierwotnego. Inne są natomiast proporcje objętości poszczególnych części. Ewolucja struktury pisma jest w głównej mierze efektem zmian personalnych wewnątrz redakcji, rozwoju zasięgu terytorialnego tytułu, a także zmian szaty graficznej tygodnika i zwiększania jego objętości. Przeobrażenia polegały najczęściej na zmianach w rozmieszczeniu rubryk wewnątrz numeru. Wielokrotnie były one zastępowane nowymi, należy się tego spodziewać także w przyszłości.

Struktura zawartości każdego kolejnego numeru przedstawia się następująco: na stronach od 1 do 11 drukowane są teksty, których tematyka powinna – w opinii redakcji – zainteresować wszystkich mieszkańców powiatu. Przykładowo:

<sup>3</sup> Zmieniła się jednak cena egzemplarzowa, która od stycznia 2002 roku wynosi 2 zł (w tym 7% VAT).

w nr 1 z 2005 roku na stronie tytułowej opublikowano początkowy fragment wywiadu z Marcinem Dańcem, ilustrowany dwoma zdjęciami tego znanego artysty estradowego (pozostałą część wywiadu zamieszczono na stronie 12)<sup>4</sup> oraz zapowiedziano obszerny artykuł o Soni Klamczyńskiej, jednej z najlepszych tenisistek w Polsce w kategorii kadetek (tekst znajduje się na stronie 13)<sup>5</sup>. W tej części pisma są też działy i rubryki zawierające wiadomości bieżące i komunikaty, np. na drugiej kolumnie jest stały dział „Wieści”, na treść którego składają się krótkie informacje o wydarzeniach z terenu powiatu oraz ogłoszenia i zawiadomienia władz i instytucji lokalnych. Zwraca też uwagę – istniejąca od 1996 roku – rubryka *Czeka na pana*, zawierająca informacje o zwierzętach, które „na dom i dobrego pana czekają” (przygotowywana w porozumieniu z Miejską Lecznicą dla Zwierząt). Natomiast na dalszych stronach znajdują się informacje rozszerzone i teksty publicystyczne (czasem nawet bardzo obszerne), w których opisywane są rozmaite bieżące problemy mieszkańców powiatu, a także sprawozdania z posiedzeń rad gminnych oraz rady powiatu, wywiady z radnymi itp. Niektóre publikacje powstają z inspiracji czytelników i na ich wnioski zgłaszane w trakcie dyżurów redakcyjnych lub w listach. Są też kolumny przeznaczone na tematykę sportową i teksty-porady, adresowane zwłaszcza do młodych czytelników. Sporo jest także publikacji dla hobbystów.

Drugą część numeru, od strony 15, tworzą kolumny reklamowo-ogłoszeniowe, przy czym w oddzielnych rubrykach zamieszczane są ogłoszenia drobne, osobno zaś – ogłoszenia modułowe. W tej części numeru drukowane są też programy kilku polskich nadawców telewizyjnych. Natomiast na ostatniej stronie zwykle drukowane są materiały „lżejszego” typu, np. *Tygodniowy horoskop Zuzanny Śliwy*, krótkie felietony, ciekawostki, humoreski, zabawne opinie internautów itp.

Nie ulega wątpliwości, że ambicją redakcji „Wieści Podwarszawskich” jest jak najlepsze realizowanie dwóch podstawowych funkcji prasy lokalnej: informacyjnej i opiniotwórczej. Co do pierwszej, chodzi głównie o wszelkie wiadomości dotyczące działań i decyzji władz samorządu lokalnego (starostwa i poszczególnych gmin). Ale redakcja stara się też na bieżąco relacjonować wszelkie ważne, aktualne wydarzenia lokalne: od wypadków i spraw obyczajowych począwszy, poprzez wydarzenia polityczne i kulturalne, na imprezach sportowych skończywszy. Problemy te podejmowane są w różnych formach wypowiedzi dziennikarskiej: sporo jest artykułów i rozszerzonych informacji, ale także – wywiadów, felietonów, komentarzy i dyskusji redakcyjnych. W opinii R. Brzezińskiego – od połowy lat 90.

Wraz z wzrostem znaczenia na lokalnym rynku prasowym, „Wieści Podwarszawskie” stały się „trybuną lokalnej społeczności”, podjęły się zadania kontroli władzy lokalnej. Od tego czasu tygodnik jest pilnym obserwatorem wydarzeń na samorządowej scenie politycznej, często porusza na swych łamach kontrowersyjne tematy. Bywa, że ciągną się one całymi miesiącami i niosą za sobą różne reakcje społeczeństwa i władz.

<sup>4</sup> Por. *Za każdym razem jest inaczej. Z Marcinem Dańcem rozmawia Agata Bochenek*, „Wieści Podwarszawskie” 2005, nr 1.

<sup>5</sup> Por. A. Bochenek, *W tenisa gra się głową*, „Wieści Podwarszawskie” 2005, nr 1.



Są też liczne teksty pokazujące osiągnięcia pojedynczych osób, grup i środowisk, inicjatywy sprzyjające budowie „małej ojczyzny”, jaką jest powiat, indywidualne osiągnięcia w dziedzinie kultury, sportu itd.

Jak większość periodyków lokalnych, redakcja „Więści Podwarszawskich” posiada specyficzną organizację pracy. Zespół dziennikarski tworzy zaledwie sześć osób, z których jedna każdego dnia pełni dyżur redakcyjny i jest odpowiedzialna za kontakty z czytelnikami. Ale w stopce redakcyjnej wymienia się tylko nazwisko redaktora naczelnego, którym od 13 stycznia 1993 roku jest redaktor Jarosław Bargieł. Wskazując na specyfikę funkcjonowania pisma, Bargieł stwierdził w rozmowie z R. Brzezińskim m.in.:

W pracy redakcji mamy podział na miasta. Mamy mapę powiatu i każdemu dziennikarzowi zatrudnionemu na etacie lub części przydziela się jakiś teren. On jest takim rezydentem w dwóch, trzech miejscowościach. Specyfika wydawania gazety lokalnej warunkuje, że nie ma tu typowego dla gazet ogólnopolskich podziału obowiązków na np. samorząd, handel, kulturę. Nie da się tego podzielić w ten sposób, żeby jedna osoba zajmowała się np. kulturą w całym powiecie [...]. Oprócz podziału terytorialnego mamy jeszcze inny podział [...] jest kilka tematów, którymi opiekują się poszczególni dziennikarze. Stanowią oni coś w rodzaju kierowników działów. Takimi tematami są sport, policja. W efekcie są w redakcji osoby pełniące dwie funkcje, ponieważ zajmują się kilkoma miejscowościami i podlega im jakiś dział, np. sport [...]. Wiadomo, że mimo podziału terytorialnego, jeśli jest jakieś wydarzenie sportowe, to bez względu na miasta zajmuje się nim osoba odpowiedzialna za sport. Podobnie w tematach interwencyjnych.

Podobnie jak inne tytuły lokalne, również „Więści Podwarszawskie” wiele zawdzięczają współpracownikom. W opinii redaktora naczelnego co roku regularnie współpracuje z pismem co najmniej 15 osób, a licząc współpracowników okazjonalnych – nawet około 50 (przy czym nie zawsze współpraca musi polegać na pisaniu tekstów). Są wśród nich ludzie różnych zawodów, niektórzy mają wykształcenie dziennikarskie, niektórzy są studentami dziennikarstwa.

Warto zwrócić uwagę na (co typowe dla prasy lokalnej) organizację dystrybucji pisma oraz sposób pozyskiwania reklam i ogłoszeń. Akwizycją reklam zajmują się bowiem niemal wszyscy pracownicy redakcji (także w trakcie dyżurów redakcyjnych), a kolportażem zajmuje się kierownik działu reklamy i kolportażu, który – wraz z trzema osobami – rozwozi blisko 80% nakładu z drukarni do poszczególnych punktów sprzedaży. Są to głównie prywatne kioski, placówki pocztowe i sklepy. Pozostałe 20% nakładu kolportuje „Ruch” SA w sieci własnych lub tzw. zewnętrznych (obsługiwanych) placówek, położonych m.in. w Legionowie, Sulejówku i Otwocku. Pismo jest też dostępne w kilku kioskach na tych dworcach kolejowych w stolicy (Warszawa Wileńska i Warszawa Wschodnia), z których odjeżdżają pociągi w kierunku Tłuszcz. W opinii redakcji własna dystrybucja pisma jest bardziej efektywna i skuteczna, ponieważ umożliwia regulowanie wysokości nadziału na poszczególne punkty sprzedaży, a przez to przyczynia się do minimalizacji zwrotów (a więc i strat z tym związanych).

Finansowym źródłem utrzymania pisma są niewielkie dochody ze sprzedaży egzemplarzowej oraz dochody z reklam i płatnych ogłoszeń (blisko 70% ogólnego dochodu). Przekazy reklamowe i ogłoszenia zajmują w numerze około 30%

powierzchni. Szacunkowe miesięczne obroty wydawcy „Wieści Podwarszawskich” (spółki MARPAN sp. z o. o.) sięgają 90–100 tys. zł i zależą przede wszystkim od liczby zleceń reklamowo-ogłoszeniowych. Warto podkreślić, że pismo – chcąc utrzymać swą niezależność – nie zabiega o dotacje ani pomoc finansową z zewnątrz. Redaktor Bargieł podkreśla:

Od początku pismo utrzymywało się tylko i wyłącznie z reklam. Przez cały czas istnienia wydawnictwa nie dostaliśmy ani złotówki z zewnątrz, chyba że były podpisywane umowy na wykup części powierzchni, np. z firmami czy urzędami. Była to jednak forma reklamy.

Reklamodawcami są przede wszystkim podmioty gospodarcze, działające na terenie powiatu wołomińskiego, niekiedy również z Warszawy lub nawet firmy ogólnopolskie. Klienci indywidualni chętniej korzystają z ogłoszeń drobnych, sporo jest natomiast tekstów sponsorowanych (zwłaszcza w trakcie kampanii wyborczych). Wedle oceny R. Brzezińskiego:

Niemal 40% reklam drukowanych w czasopiśmie zamawiają firmy oferujące różnego rodzaju materiały budowlane i wyposażenie wnętrz, zaś około 20% – punkty medyczne, apteki, salony kosmetyczne i fryzjerskie. W dalszej kolejności reklamują się sklepy RTV/AGD i meblowe. Stosunkowo mało jest reklam innych sklepów: spożywczych, odzieżowych itd. Wśród usługodawców najwięcej reklam zamieszczają punkty motoryzacyjne, poligraficzne i fotograficzne. Do stałych reklamodawców zaliczyć należy oddziały firm ubezpieczeniowych i ochroniarskich. W „Wieściach” promują się również firmy wywożące nieczystości, a także lokalne korporacje taksówkowe.

Warto dodać, że reklamodawcy – w szczególności stali i długoterminowi – korzystają z rozmaitych ulg i upustów cenowych, pomyślanych jako rodzaj zachęty do dłuższej współpracy z redakcją.

### **Pozaprasowa działalność promocyjna redakcji „Wieści Podwarszawskich”**

Zarówno redakcja, jak i wydawca „Wieści Podwarszawskich” podejmuje nieustannie rozmaite działania i przedsięwzięcia o charakterze pozaprasowym, których celem jest promowanie pisma w społeczności lokalnej oraz budowanie jego pozytywnego wizerunku. Dzięki temu – jak podkreśla R. Brzeziński –

...w świadomości społeczności lokalnej „Wieści Podwarszawskie postrzegane” są jako najważniejszy wśród prasy lokalnej uczestnik życia politycznego, społecznego i kulturalnego powiatu. Praca nad uzyskaniem takiej pozycji prowadzona była przez cały czas ukazywania się „Wieści”, również obecnie wydawca dba o *public relations* pisma poprzez włączanie się w różnego rodzaju inicjatywy.

Chodzi w tym wypadku o inicjowanie rozmaitych konkursów, organizowanie festynów sportowych, pikników i imprez plenerowych itp. Przykładem może być

m.in. organizowany od 2001 roku, wspólnie z Wojewódzkim Funduszem Ochrony Środowiska, konkurs ekologiczny pn. „Porządkujemy i odnawiamy las”. Biorą w nim udział szkoły, koła Ligi Ochrony Przyrody, drużyny harcerskie, członkowie kół myśliwskich i wędkarskich. Celem konkursu jest nie tylko rozbudzenie świadomości ekologicznej, ale także inicjowanie konkretnych przedsięwzięć zmierzających do porządkowania lokalnych ekosystemów leśnych, zalesiania nieużytków, ochrona zasobów leśnych itp. Redakcja „Więści Podwarszawskich” sprawuje też patronat medialny nad miejskimi i powiatowymi imprezami sportowymi, przyczyniając się w ten sposób do rozwoju i popularyzacji sportu, aktywnego wypoczynku, zdrowego stylu życia itp.

W ramach działalności pozaprasowej redakcja (a właściwie wydawca) „Więści Podwarszawskich” publikuje też rozmaite wydawnictwa jednorazowe o charakterze czysto użytkowym; spośród najważniejszych i najciekawszych warto wymienić m.in. kalendarze na kolejne lata (dołączane zawsze do noworocznego wydania tygodnika), informatory miejskie z adresami i telefonami instytucji użyteczności publicznej (np. urzędy miejskie, szpitale, szkoły, parafie), rozkłady jazdy PKP i linii autobusowych oraz plany miast.

### **Czytelnictwo i opinie o tygodniku „Więści Podwarszawskie”**

Niestety, do tej pory nie przeprowadzono żadnych profesjonalnych i reprezentatywnych badań, które miałyby na celu w miarę precyzyjne określenie wielkości i socjo-demograficznego składu kręgu odbiorców tygodnika oraz zebranie ich opinii na temat jego formuły wydawniczej. Redakcja ma jednak rozliczne kontakty z czytelnikami (listy, spotkania redakcyjne, rozmowy telefoniczne itp.), które mogą być wiarygodnym – choć niestety tylko fragmentarycznym – źródłem wiedzy także w tym zakresie.

Szczególnym przykładem może być natomiast sondaż zrealizowany w roku 2000, w związku z wydaniem 500. numeru pisma. Brały w nim udział osoby w różnym wieku, zarówno mężczyźni, jak i kobiety. Można powiedzieć, że ocena pisma wypadła nadzwyczaj pozytywnie, skoro aż 35% respondentów określiło poziom pisma jako bardzo dobry, a kolejne 25% – jako dobry. Czytelnikom podobało się zwłaszcza to, że tygodnik szeroko i regularnie informuje o wszelkich wydarzeniach lokalnych i drukuje sporo listów. Podobały się też liczne artykuły interwencyjne, w których redakcja stawała jednoznacznie po stronie czytelników znajdujących się w trudnej dla siebie sytuacji. Równocześnie jednak wielu respondentom nie podobało się

...wchodzenie w niewyszukaną, czasami wręcz brukową polemikę z różnymi adwersarzami i [...] zamieszczanie artykułów ubliżających ludziom, które w żadnym wypadku nie nadają się do czytania.

Pozytywne opinie o tygodniku, zdecydowanie dominujące wśród uczestników sondażu, można zilustrować wypowiedzią, że „Więści Podwarszawskie” są

gazetą dobrą, potrzebną, komunikatywną, niezależną, ciekawą, dostarczającą pełnych informacji, jedną z najlepszych w regionie, a wręcz jedną z najlepszych (znanych czytelnikowi) gazet regionalnych.

Nic więc dziwnego, że czytelnicy nierzadko widzą w redakcji przysłowiową „ostatnią deskę ratunku” i zwracają się z prośbą o pomoc lub interwencję w jakichś ważnych sprawach, których nie udaje się im załatwić.

Najczęściej – stwierdza R. Brzeziński – dotyczą one interwencji w bulwersujących sprawach – konfliktach z władzami, przypadkach rażącej niesprawiedliwości. Redakcja stara się nie przechodzić obojętnie obok żadnego sygnału. Niesie pomoc również poprzez darmowe udostępnianie potrzebującym publicznych czasopisma. Bezpłatnie drukuje nie tylko apele o pomoc finansową, ale także zapowiedzi wydarzeń kulturalnych lub programy imprez [...]. Często sami dziennikarze wychodzą z inicjatywą pomocy ludziom pokrzywdzonym przez los [...] spotykają się z osobami starszymi, chorymi, które same nie mogą uporać się ze swoimi problemami. Na łamach tygodnika proszą czytelników o wsparcie dla tych osób, organizują akcje charytatywne. Również w obliczu zdarzeń losowych, pozbawiających ludzi ich dobytku, redakcja stara się organizować pomoc.

Należy podkreślić, że od początku istnienia pisma redakcja nadała łączności z czytelnikami swoisty priorytet i stara się uwzględniać ich postulaty, uwagi, sugestie itd.

Opinie o naszej pracy – twierdzi red. J. Bargieł – są dwojakiego rodzaju. Często trafiają do mnie żale, pretensje, zastrzeżenia, ale zdarzają się także podziękowania. Zawsze po ukazaniu się numeru mamy od dwóch do dziesięciu telefonów od czytelników, których bezpośrednio dotyczą opisywane sprawy, próbujących nas zakrzywić. Nie podoba im się nasz sposób reagowania na te wydarzenia [...]. Nie ukrywam, że bywają bardzo słuszne uwagi, zdarza nam się czasami coś przekłamać. Wówczas ja nie unikam wyderkowania sprostowania, jeżeli jest ono napisane rzeczowo, zasadnie i zgodnie z literą prawa [...]. Dziennikarze również spotykają się z opiniami, że są kłamcami, że nasza gazeta to szmatławiec. Ale spotykają się również z ludźmi życzliwymi, którzy gratulują im materiałów, dziękują za interwencje.

Można więc powiedzieć, że redakcja „Wieści Podwarszawskich” stara się – i to bez względu na konsekwencje – integrować powiatową, wołomińską społeczność. Czyni to skutecznie, czego potwierdzeniem jest nie tylko wysoki nakład jednorazowy tygodnika (około 14 tys. egz.), ale i wysoka sprzedaż (około 10 tys. egz.). W opinii Michała Półtoraka – odpowiedzialnego za kolportaż pisma:

...są wsie, np. Małopole lub Chajęty w gminie Dąbrówka, gdzie „Wieści” są niemalże jedynym pismem, które można tam kupić. Nasylenie sięga tam 30-40%, czyli co druga, co trzecia rodzina kupuje „Wieści”. Był nawet taki przypadek po zmianach administracyjnych, że przyjechał do redakcji przewodniczący tamtejszej rady i zapytał, dlaczego nie dostarczamy tam naszej gazety.

Z drugiej strony jednak obserwuje się malejące z roku na rok zainteresowanie pismem w niektórych miejscowościach położonych bliżej Warszawy (np. Żąbki i Marki), ponieważ ich mieszkańcy zaczynają bardziej identyfikować się ze stolicą, a także dlatego, że mieszka w nich coraz więcej osób zawodowo związanych z Warszawą.

## „Wieści Podwarszawskie” w roli lokalnej „czwartej władzy”

Nie ulega wątpliwości, że jedną z podstawowych funkcji współczesnej prasy lokalnej jest funkcja kontrolna, polegająca na krytycznym przedstawianiu rozmaitych działań władz samorządowych. Tak jest również w wypadku omawianego tytułu. Jak podaje R. Brzeziński

...tygodnik nie neguje z założenia wszystkich działań samorządu. Przeciwnie, jeżeli redakcja uzna jakieś przedsięwzięcie za godne poparcia, chętnie udziela je na łamach pisma. Swoją rolę w rozwoju samorządności „Wieści Podwarszawskie” wyrażają także przez pełnienie funkcji mediatora i komentatora na lokalnej arenie politycznej. Służą temu dyskusje panelowe, na które redakcja czasopisma zaprasza przedstawicieli władzy: burmistrzów, wójtów, ale także posłów z okręgu wołomińskiego [...]. Dyskusje przeprowadzane są przy okazji ważnych dla kraju lub regionu wydarzeń politycznych, jak wybory parlamentarne i samorządowe. Są one okazją do wymiany spostrzeżeń i komentowania bieżących wydarzeń, ale także wypracowywania wspólnych kierunków rozwoju powiatu. Relacje ze spotkań są zamieszczane na łamach tygodnika.

Warto w tym miejscu dodać, że dość często stają się one początkiem długich dyskusji i polemik także z udziałem czytelników. Parokrotnie zdarzyło się nawet, że redakcja została pozwana przed sąd, który rozstrzygał konfliktową sytuację. Najczęściej chodziło o krytykę prasową, której przedmiotem były konkretne decyzje lokalnych władz samorządowych. Jest oczywiste, że decyzje sądu – zwłaszcza jeśli były korzystne dla redakcji – wzmacniają autorytet pisma, potwierdzają jego wiarygodność i zaangażowanie po stronie lokalnej społeczności.

\* \* \*

Wydaje się, że można zgodzić się z opinią R. Brzezińskiego, że tygodnik „Wieści Podwarszawskie” jest

doskonałym przykładem lokalnego czasopisma istniejącego w wolnorynkowych realiach. Niezależne finansowo i politycznie, może opierać się różnym naciskom. Spełnia większość funkcji przypisanych prasie lokalnej, dokonuje nie tylko prezentacji i komentarza, ale także uczestniczy w tworzeniu rzeczywistości powiatu wołomińskiego. Zapewnia bieżącą i szeroką informację lokalną oraz kontrolę władz samorządowych. Wpływa na kształtowanie się opinii podwarszawskiej społeczności przez pełnienie funkcji opiniotwórczej. Integruje lokalne środowisko, promuje „małą ojczyznę”, nagłaśnia i współtworzy inicjatywy oraz wydarzenia kulturalne powiatu. Staje także w obronie czytelników w ich konfliktach z władzą, pełni rolę rzecznika opinii publicznej. Stanowi forum wymiany handlowej, jest głównym lokalnym medium reklamowym, pełni funkcję rozrywkową.

O tym, że jest to pismo akceptowane przez mieszkańców powiatu wołomińskiego, popularne i ciągle potrzebne najlepiej świadczy fakt, iż istnieje nieprzerwanie od 15 lat (a to w przypadku prasy lokalnej, niezmiernie labilnej, jest wręcz ewenementem). Co więcej, nie tylko istnieje, ale ciągle się rozwija. Powyższe cechy charakterystyczne formuły wydawniczej „Wieści Podwarszawskich” – podobnie jak wielu innych, profesjonalnie redagowanych periodyków lokalnych – są trwałą wartością tygodnika. Nie ulega więc wątpliwości, że także dla przyszłych badaczy rzeczywistości społecznej naszych czasów będzie to cenne, obfite i wiarygodne źródło.