

Michał URBAS

Uniwersytet Szczeciński

Rozpowszechnianie prasy lokalnej na przykładzie powiatu polickiego w województwie zachodniopomorskim

Wstęp

Artykuł przedstawia fragmentaryczne wyniki prowadzonych przede mnie badań prasy lokalnej w województwie zachodniopomorskim. Szczegółowej analizie poddaję w nich tytuły prasy lokalnej ukazujące się w jednostkach terytorialnych na poziomie powiatu, których w zachodniopomorskim jest 18 wraz z 3 miastami na prawach powiatu. Przedstawiane materiały oparte są na obszernych pomiarach jakościowych i ilościowych. Różnorodność prasy lokalnej, jej bogactwo, rozkwit i przemijanie, jest nieodłącznie związana także z przedsiębiorczością lokalną oraz procesem komunikacji w społecznościach lokalnych.

Niniejszy artykuł składa się z trzech części. Pierwsza wyjaśnia terminologię prasy i rynku prasowego. Druga dotyczy charakterystyki społeczności lokalnej powiatu polickiego. Trzecia natomiast omawia wyniki przeprowadzonych badań jakościowych oraz prezentuje analizę ilościową rozpowszechniania tytułów prasy lokalnej.

Różnie dzieli się prasę pod względem obszaru kolportażu. Dlatego wyróżniamy prasę m.in.:

- ogólnokrajową;
- ponadregionalną;
- regionalną;
- lokalną.

Powyższy podział nie wyczerpuje możliwości typologizacji prasy pod względem kolportażu. Warto także nadmienić o segmentacji prasy pod względem częstotliwości, tematyki, funkcji wydawniczych, kolportażowych, czytelniczych, przynależności politycznej, techniki druku, etc.¹

¹ R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2009, s. 29.

W niniejszym artykule przyjęto kryterium administracyjne wyodrębniania obszaru kolportażu prasy lokalnej oraz ujęcie socjologiczne jej analizy. Kryterium administracyjne wyodrębnia powiat, który obejmuje lokalną wspólnotę samorządową (ogół mieszkańców) oraz odpowiednie terytorium (obejmuje obszar od kilku do kilkunastu gmin albo obszar miasta na prawach powiatu, tj. gminy o statusie miasta, której przyznane zostały prawa powiatu)².

Obszar badań

Badaniami objęto powiat policki, w którego skład wchodzi gminy: Dobra (Szczecińska), Kołbaskowo, Nowe Warpno – miasto, Nowe Warpno – obszar wiejski, Police – miasto oraz Police – obszar wiejski. Natomiast ujęcie socjologiczne analizy prasy lokalnej odnosi się do takich pojęć, jak społeczeństwo obywatelskie oraz miejskie i wiejskie. Socjologia bowiem, jako nauka badająca m.in. przejawy ludzkiej kultury, zachowań, wzajemnych interakcji oraz przemian społecznych, umożliwia właściwy sposób rozumienia struktur społecznych, w tym społeczności lokalnej. Społeczność lokalna to zbiorowość zamieszkująca wspólny obszar, terytorium, relatywnie samowystarczalna, oparta na trwałym systemie więzi i interakcji społecznych. Charakteryzuje się mocnym poczuciem przynależności jednostek do konkretnej społeczności i stanowi wyraz identyfikacji z nią. Społeczność obywatelska według Georga Hegla udziela szerokich instytucjonalnych gwarancji dla systemów interpersonalnych lub jak podaje Thomas Hobbes, zakłada ochronę prywatnej własności. Nie sposób nie nadmienić przy tej okazji charakteru społeczeństwa miejskiego i wiejskiego. W skrócie społeczeństwo miejskie to takie, którego członkowie zamieszkują obszar zurbanizowany, miejski, który charakteryzuje się m.in. słabą kontrolą społeczną. Natomiast społeczeństwo wiejskie jest przyporządkowane produkcji rolniczej i charakteryzuje się dosyć wysoką wspólnotowością członków i kontrolą społeczną³.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego na koniec września 2009 roku stopa bezrobocia w powiecie polickim wynosiła 16,1%, a średnia cena dziennika lokalnego kształtowała się na poziomie 1,47 zł. Tabela 1

² Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. 2001, Nr 142, poz. 1592 z późn. zm.).

³ K. Olechnicki, P. Załęcki, *Słownik socjologiczny*, Toruń 2000, s. 200.

zawiera dane statystyczne powiatu polickiego według stanu na dzień 30 czerwca 2008 roku.

Tabela 1

Powiat policki w liczbach (stan na 30.06.2008)

Powiat policki				
Liczba mieszkańców	ogółem	w tym		
	67 166	w miastach	35 392	52,50%
na wsi		31 774	47,30%	
kobiety		34 086	51,00%	
mężczyźni		33 080	49,00%	
Zaludnienie powiatu	101,12 mieszk./km ²			
Powierzchnia powiatu	664,16 km ²			

Źródło: Starostwo powiatowe. Opracowanie własne.

Police (do 1945 roku *Pölit*) to miasto powiatowe w województwie zachodniopomorskim, położone nad Odrą. Powiat policki położony jest wzdłuż Zalewu Szczecińskiego i malowniczej Rostoki Odrzańskiej. Władze i mieszkańcy powiatu doceniają bogactwo środowiska naturalnego, nie tylko pod kątem walorów rekreacyjnych, ale przede wszystkim turystycznych. Miasto jest ośrodkiem przemysłu chemicznego z Zakładami Police na czele. Ponadto w Policach znajdują się przedsiębiorstwa przemysłu metalowego, materiałów budowlanych, przemysłu meblowego, odzieżowego i spożywczego. Police posiadają port pełnomorski i rzeczny. Prawa miejskie nadano Policom już w 1260 roku. W latach 30. XX w. w Policach istniał zakład *Norddeutsche Mineralölwerke GMBH*, regenerujący niezużyte paliwa okrętowe. Na bazie tej firmy w 1938 roku rozpoczęto budowę wielkiej fabryki benzyny syntetycznej. 26 kwietnia 1945 roku 31 dywizja piechoty ze 116 korpusu II armii uderzeniowej Armii Czerwonej wkroczyła do Polic⁴.

Police, gmina Nowe Warpno, Kołbaskowo czy też Dobra Szczecińska nie mają autochtonicznej ludności. Społeczność lokalna jest napływowa w ramach zasiedlania ziem przyłączonych po 1945 roku do Polski.

Kolejnym zagadnieniem wymagającym omówienia są warunki społeczno-gospodarcze występujące w powiecie polickim. W tabelach 2–7 znajdziemy wybrane dane statystyczne charakteryzujące powiat policki⁵.

⁴ B. Szyszłyo, *Powiat policki – dzieje Polic po II wojnie światowej*, Police 2001.

⁵ *Biuletyn statystyczny województwa zachodniopomorskiego*, Szczecin 2009.

Tabela 2

Ruch naturalny ludności w powiecie polickim w I półroczu 2009 roku

Ruch naturalny ludności w I półroczu 2009 r.							
małżeń- stwa	urodzenia	zgony ogółem	przyrost naturalny	małżeń- stwa	urodzenia	zgony ogółem	przyrost naturalny
w liczbach bezwzględnych				na 1000 ludności			
160	193	228	158	4,73	11,35	11,89	4,67

Źródło: Urząd Statystyczny w Szczecinie. Opracowanie własne.

Tabela 3

Bezrobotni zarejestrowani oraz oferty pracy w powiecie polickim (stan na 09.2009)

Bezrobotni zarejestrowani oraz oferty pracy w 2009 r.						
ogółem	kobiety	bez prawa do zasiłku	doryczas niepra- cujący	w okresie 12 m-cy od ukoń- czenia nauki	stopa bezro- bocia w %	oferty pracy
3649	2059	2998	1016	53	16,1	59

Źródło: Urząd Statystyczny w Szczecinie. Opracowanie własne.

Tabela 4

Bezrobotni według poziomu wykształcenia w powiecie polickim (stan na 09.2009)

Bezrobotni według poziomu wykształcenia w 2009 r.				
wyższe	średnie zawodowe	średnie ogólnokształcące	zasadnicze zawodowe	gimnazjalne i niższe
354	692	344	877	1382

Źródło: Urząd Statystyczny w Szczecinie. Opracowanie własne.

Tabela 5

Podmioty gospodarki narodowej w powiecie polickim (stan na 09.2009)

Podmioty gospodarki narodowej w 2009r.						
ogółem	razem	w tym		spółki handlowe		spółki cywilne
	osoby prawne i jednostki organiza- cyjne niemające osobowości prawnej	przedsię- biorstwa państwowe	spółdziel- nie	razem	z udziałem kapitału zagra- nicznego	
8567	1625	–	29	542	161	538

Źródło: Urząd Statystyczny w Szczecinie. Opracowanie własne.

Tabela 6

Branże działalności gospodarczej prowadzonej w powiecie polickim (stan na 09.2009)

Osoby prowadzące działalność gospodarczą w 2009 r.										
razem	rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo	przemysł razem	w tym przetwórstwo przemysłowe	budownictwo	handel i naprawy	hotele i restauracje	transport, gospodarka magazynowa, łączność	pośrednictwo finansowe	obsługa nieruchomości i firm	działalność komunalna, społeczna i indywidualna, pozostała
6942	117	850	847	961	1801	188	551	286	1195	305

Źródło: Urząd Statystyczny w Szczecinie. Opracowanie własne.

Tabela 7

Przestępczość w powiecie polickim (stan na 09.2009)

Przestępstwa stwierdzone w zakończonych postępowaniach przygotowawczych w 2009 r.						
ogółem	w tym			z przestępstw ogółem		
	o charakterze kryminalnym	o charakterze gospodarczym	drogowe	przeciwko życiu i zdrowiu	przeciwko mieniu	
					razem	w tym kradzieże samochodu
1307	958	53	248	41	574	9

Źródło: Urząd Statystyczny w Szczecinie. Opracowanie własne.

Jak można wywnioskować z przedstawionych danych, powiat policki charakteryzuje się dużym poziomem bezrobocia, a zatrudnienie skoncentrowane jest wokół Zakładów Chemicznych Police S.A. Dla potrzeb przemysłu i gospodarki, w tym dla potencjalnych inwestorów, przeznaczono 137 hektarów specjalnej strefy ekonomicznej pod nazwą Infrapark.

Rynek prasowy i reklama prasowa

O ile rynek prasowy w ujęciu ekonomicznym możemy określić jako ogół podmiotów wymiany dóbr i usług niematerialnych, o tyle w ujęciu szczegółowym to zespół warunków ekonomicznych prasy, w tym czyn-

ników związanych z wydawnictwem, dystrybucją oraz marketingiem⁶. Należy zwrócić uwagę, że rynek prasowy to nie tylko magia nakładów oraz zwrotów czołowych dzienników czy też najpoczytniejszych czasopism, ale to ogół aktorów biorących w nim udział. Kto zatem może zostać uczestnikiem rynku prasowego? Artykuł 8 prawa prasowego stwierdza:

- „wydawcą może być osoba prawna, fizyczna lub inna jednostka organizacyjna, choćby nie posiadała osobowości prawnej. W szczególności wydawcą może być organ państwowy, przedsiębiorstwo państwowe, organizacja polityczna, związek zawodowy, organizacja spółdzielcza, samorządowa i inna organizacja społeczna oraz kościół i inny związek wyznaniowy;
- organizacja polityczna, związek zawodowy, przedsiębiorstwo państwowe, organizacja spółdzielcza, samorządowa i inna organizacja społeczna oraz kościół i inny związek wyznaniowy może realizować uprawnienia wydawnicze bezpośrednio lub za pośrednictwem wydawnictw własnych, jak również innych wydawnictw, działających jako nakładca”.

Przywoływane rozwiązania, jak możemy zauważyć, nie są doskonałe. Jednak prawo prasowe wprowadza ład i pewnego rodzaju przewidywalność zachowań poszczególnych uczestników rynku prasowego i mediów. Pomimo, iż zawiera zapisy które wymagają natychmiastowych zmian, jak choćby powoływanie się na Konstytucję Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. Prawo prasowe wymaga dostosowania do realiów obowiązujących dzisiaj na rynku mediów. Zmianie, wydaje się absolutnie koniecznej, należy poddać art. 20 pkt 1 prawa prasowego, który mówi, że „wydawanie dziennika lub czasopisma wymaga rejestracji w sądzie wojewódzkim”. Co oczywiście jest nieprawdą, gdyż takowych sądów od dobrych kilku lat już nie ma, a odpowiednim organem rejestrowym jest Sąd Okręgowy właściwy miejscowo dla siedziby wydawcy.

Należy również pamiętać, iż z rynkiem prasowym nieodłącznie wiąże się reklama prasowa. Prasa umożliwia pogłębienie przekazu reklamowego. Oznacza to, że czytelnik może dowiedzieć się znacznie więcej o produkcie bądź usłudze aniżeli widzi z reklamy telewizyjnej czy słuchacz z reklamy radiowej. Badania wskazują, że liczba oglądalności reklamy w prasie jest wielokrotna, a więc czytelnik ma możliwość powracania do treści kilkakrotnie w ciągu tygodnia, miesiąca czy dłuższego okresu. „Aby reklamę zapamiętało 40% osób mających z nią styczność, potrzeba:

⁶ Cz. Bywalec, *Gazeta – dobro materialne czy usługa?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1983, nr 1, s. 59.

3 emisji w TV lub 5 ogłoszeń prasowych, lub 10 emisji w radiu”⁷. Reklama prasowa posiada walor interaktywności. Oznacza to, że oprócz podstawowych informacji o produkcie dowiemy się z reklamy zarówno o miejscu jego sprzedaży, jak i cenie czy właściwościach. Mało tego, możemy dostać próbkę produktu lub nawet, jak w przypadku programów usługowych – próbkę usługi. Jest to niewątpliwie koronnym atutem prasy. Możliwości umieszczania przekazów reklamowych w prasie jest wiele. Począwszy od insertów, wrzutek różnego rodzaju, wszywek, banderolek, pasków zapachowych, zakładek, płyt, rozkładówek, skrzydełek rozchylanych, artykułów reklamowych kontekstowych, artykułów sponsorowanych, etc. Formy i rodzaje przekazów reklamowych w prasie ograniczone są jedynie poziomem kreatywności, a możliwości są niemal nieskrępowane.

Niezależnymi pojęciami, które funkcjonują na rynku prasowym, związanymi z reklamą są wskaźniki reklamy⁸. Warto przy tej okazji wspomnieć o kilku podstawowych. Bada się zasięg kampanii, czyli grupę czytelniczą, która zetknie się z reklamą. Analizuje się współczytelnictwo, czyli grupę czytelniczą danego pisma, która jest jednocześnie grupą czytelniczą innego pisma. Sprawdza się zasięg efektywny oraz zasięg wyłączny pisma. Pierwszy termin oznacza, że jest to grupa czytelnicza, do której przekaz reklamowy dotarł na tyle skutecznie, iż został przez czytelników zapamiętany, drugi termin oznacza natomiast odsetek czytelników z grupy docelowej, którzy są tylko i wyłącznie czytelnikami badanego tytułu. Dalej wyróżniamy takie współczynniki, jak: dopasowanie tytułu do docelowej grupy czytelniczej i miarę intensywności oddziaływania kampanii reklamowej. Miara ta nazywana w skrócie GRP obrazuje sumę oglądalności publikacji wszystkich reklam wśród docelowej grupy czytelniczej. Dodatkowo pomiarom podlega odsetek czytelników, do których przekaz reklamowy dotarł jeden raz, dwa, trzy itd., w skrócie OTS_{1,2,3 ...n}. Częstotliwość, czyli liczba kontaktów z przekazem reklamowym w grupie docelowej czytelników, mierzona jest jako ilość przeciętna oraz efektywna. Wartość częstotliwości efektywnej jest parametrem w gruncie rzeczy czysto teoretycznym, bowiem z góry zakłada się minimalną ilość emisji reklamy, która będzie skuteczna w grupie czytelniczej. Omawiając wskaźniki reklamy prasowej należy przytoczyć także wskaźniki ekonomiczne. Do takowych zaliczyć można:

⁷ *Telewizja Polska S.A. w Szczecinie*, <http://ww6.tvp.pl/6557,924035,1.view#4> (2.12.2009).

⁸ T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, WAIp 2008, s. 68.

- koszt kampanii reklamowej na sprzedany egzemplarz (w skrócie CPI);
- koszt jednego punktu GRP – zasięgu reklamy (w skrócie CPP);
- koszt, jaki ponosi się na dotarcie kampanii reklamowej do 1000 osób z docelowej grupy czytelniczej, która zobaczy przynajmniej jedną emisję reklamy (w skrócie CPT).

Media lokalne w powiecie polickim (dane statystyczne)

Tabela 8 obejmuje dane na temat zarejestrowanych tytułów prasowych w Sądzie Okręgowym w Szczecinie dla powiatu polickiego do 2008 roku. Dane dotyczące zarejestrowanych tytułów można uzyskać w Rejestrze Dzienników i Czasopism. Rejestr jest jawny i znajduje się w czytelni akt Sądu Okręgowego w Warszawie. Szczegółowe informacje na temat Rejestru Dzienników i Czasopism można odszukać w internetowym wydaniu „Biuletynu Informacji Publicznej” Sądu Okręgowego.

Tabela 8

Pisma zarejestrowane w powiecie polickim w latach 1990–2008

Rok	Periodyczność							suma końcowa
	dwumiesięcznik	dwutygodnik	kwartalnik	miesięcznik	półrocznik	rocznik	tygodnik	
1990		1		1			1	3
1991		2		3				5
1992				1	6			7
1995				2			2	4
1996				1			1	2
1997	1							1
1998		1					1	2
1999							1	1
2000	1			2				3
2001				2				2
2002	1			2		1		4
2003			1	1				2
2004		1	1	1				3
2005			1					1
2006			1	1				2
2007	1			1			2	4
2008	2		1				5	8
Suma końcowa	6	5	5	18	6	1	13	54

Źródło: Sąd Okręgowy w Szczecinie. Opracowanie własne.

Spśród liczby zgłoszeń rejestracyjnych wyszczególniamy w kolejności: miesięczniki 33,33%, tygodniki (24,07%), dwumiesięczniki 11,11%, półroczniki 11,11%, dwutygodniki 9,26%, kwartalniki 9,26%, roczniki 1,85%. Szczytowy okres rejestracji tytułów prasowych przypada na lata 1992 (12,96%) i 2008 (14,81%).

W 2009 roku ruszyły zakrojone na szeroką skalę prace badawcze nad mediami lokalnymi w województwie zachodniopomorskim, na początek w powiecie polickim. Badania dotyczyły trzech zasadniczych zakresów. Pierwszym było opracowanie ankiety badawczej, określającej profil wydawcy i charakter wydawanego tytułu prasowego. Drugim było badanie dostępnej adresografii. Trzecim natomiast sondowanie danych organu rejestrowego. W ankiecie znalazły się pytania standardowe, takie same dla każdego badanego tytułu prasowego oraz inne dla mediów telewizyjnych i radiowych. Konstrukcja ankiety jest tak zaprojektowana, by była możliwość łatwego jej wypełniania i późniejszego kodowania. Ankiety podzielono na cztery części. Pierwsza dotyczyła danych o tytule prasowym oraz zawierała metryczkę wydawnictwa. Druga część dotyczyła parametrów technicznych tytułu prasowego, w tym formatu, objętości i druku. Trzecia koncentrowała się na zawartości tematycznej i cechach charakteryzujących gatunki dziennikarskie. Czwarta część eksploatowała zagadnienia związane z dystrybucją pisma, a także, co istotne, dotyczyła składu redakcji. Udział w ankiecie był dobrowolny i nie zdarzyło się, by wydawca odmówił spotkania się z ankieterem i udzielenia odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie.

Z przeprowadzonych badań wynika, że w powiecie polickim na początku 2009 roku rozpoznawalne były następujące media lokalne:

- jedno radio internetowe, które nie posiadało koncesji i zaprzestało działalności;
- dwie stacje telewizji kablowej: a) TV Police; b) TV Vectra. TV Police nadaje dwa programy lokalne: „Info Police” oraz „Teletydzień”. TV Vectra jest tylko przekaźnikiem sygnału radiowo-telewizyjnego do odbiorców telewizji kablowej;
- jedenaście tytułów prasowych, w tym: jeden tytuł prasy katolickiej, jeden prasy reklamowej, dwa prasy ogólnospołecznej, jeden prasy zakładowej oraz jeden prasy samorządowej. Pozostałe 5 tytułów nie ukazuje się;
- trzy tytuły prasy ponadregionalnej: „Kurier Szczeciński”, „Głos Szczeciński” i „Kontakt Szczeciński”;
- jeden tytuł ogólnokrajowy z dodatkiem lokalnym „Gazeta Wyborcza – Szczecin”.

Prasa lokalna w powiecie polickim

Dla potrzeb niniejszych badań wytypowano sześć tytułów prasowych, ukazujących się w powiecie polickim. Poniżej przedstawiono krótką ich charakterystykę.

1. „Informator Samorządowy”, wydawca: Stowarzyszenie Wspierania Rozwoju Gospodarczego powiatu polickiego. Nakład 18 tys. egz. Pismo bezpłatne, miesięcznik samorządowy, który zasięgiem obejmuje powiat policki.
2. „Magazyn Police S.A.”, wydawca: Zakłady Chemiczne Police S.A. Nakład od 2 do 3 tys. egz., pismo bezpłatne, miesięcznik. Pismo Zakładów Chemicznych Police S.A. Pismo zakładowo-reklamowo-społeczno-lokalne, kierowane głównie na teren gminy Police.
3. „Magazyn Policki”, wydawca: Wydawnictwo REDAKTOR S.C. Danuta Antowska-Kłys, Jan Antoni Kłys. Nakład od 1 do 2 tys. egz., cena 1,8 zł, dwutygodnik. Pismo należące do osób fizycznych, tworzących spółkę cywilną. Treść społeczno-polityczna. Kolportaż na obszarze gminy Police.
4. „Wieści Polickie”, wydawca: Mediatrans Verlag&Werbung. Nakład od 1 do 2 tys. egz., cena 1 zł, dwutygodnik. Pismo należące do osoby fizycznej. Treść społeczno-polityczna. Kolportaż na obszarze gminy Police.
5. „Nasza Gmina”, wydawca: FHU OPTIMUM Paweł Wierzchowicz. Nakład około 7 tys. egz., bezpłatny miesięcznik. Pismo należące do osoby fizycznej, o charakterze reklamowym, obejmujące zasięgiem powiat policki.
6. „Świadomi Chrystusa”, wydawca: Parafia pod wezwaniem św. Kazimierza w Policach. Nakład około 1000 egz., pismo parafialne, kwartalnik, kierowany do parafian gminy Police⁹.

Dodatkowo zidentyfikowano pisma nie ukazujące się, o których brak szczegółowych danych:

- 1) „Szczeciński Punkt Widzenia. Tygodnik Społeczno-Polityczny” (wkładka Policki Punkt Widzenia), wydawca: TH. TARGPED;
- 2) „Policki Rynek Pracy”, wydawca: Powiatowy Urząd Pracy w Policach;
- 3) „Zabytki. Zeszyty z Dziejów Polic”, wydawca: Gmina Police, Urząd Miejski w Policach;

⁹ Dane z badania ankietowego. Opracowanie własne.

- 4) „Nowe Police”, wydawca: Komitet Wyborczy Nowej Postawy Obywatelskiej;
- 5) „Razem dla Polic”, wydawca: Stowarzyszenie RAZEM dla POLIC.

Porównując dane z organu rejestrowego z tym, co znajduje się faktycznie na polickim rynku prasowym, nasuwa się konkluzja, że jest rozbieżność pomiędzy danymi z tych źródeł. Przyczyn jest kilka. Analiza danych metryczkowych ankiet wykazała, że z sześciu pism ukazujących się w powiecie polickim, trzy są zarejestrowane w Sądzie Okręgowym, a trzy nie. Natomiast z pism nieukazujących się, cztery są zarejestrowane w Sądzie Okręgowym, a jeden nie.

Na polickim rynku prasowym możemy wyróżnić trzy podstawowe podmioty, zajmujące się kolportażem prasy: Ruch S.A., Kolporter S.A., Poczta Polska S.A. Występuje także rozpowszechnianie przez wydawców za pośrednictwem własnej sieci dystrybucji prasy. Sieć dystrybucji prasy to przede wszystkim sprzedaż detaliczna w punktach sprzedaży prasy, tzw. „kioskach”, oraz sklepach spożywczych i delikatesach, placówkach Poczty Polskiej oraz wykładanie w miejscach ogólnie dostępnych: urzędach, zakładach użyteczności publicznej, sklepach itp. Pisma można zakupić także w siedzibie wydawcy.

Zinstytucjonalizowani dystrybutorzy prasy pobierają najmniej dwie opłaty od wydawców:

- 1) opłata za wprowadzenie tytułu do sieci sprzedaży;
- 2) marża od sprzedanych egzemplarzy.

Dodatkowe opłaty nalicza się od sposobu zwrotów, a więc czy tytuł jest rozliczany protokolarnie – niesprzedane egzemplarze, zwrócone dystrybutorowi z detalicznych punktów sprzedaży, które trafiają na makulaturę, lub fizyczne – to takie, które dystrybutor zwraca wydawcy.

Mali wydawcy prasy lokalnej zwykle w sposób indywidualny kolportują swoje tytuły i może być to sieć dystrybucji zamknięta – określone podmioty gospodarcze, osiedla mieszkaniowe, zespoły szkolne, gminy wyznaniowe, jednostki samorządowe. W Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP) z powiatu polickiego nie ma żadnego tytułu zgłoszonego do kontroli dystrybucji. Wydaje się, że lokalni wydawcy nie mają takiej potrzeby, by ogłaszać czy też publikować dane o płatnym czy też bezpłatnym rozpowszechnianiu swoich tytułów. Tworzą swój „biznes” w większości jako jednoosobowe podmioty, prowadzące działalność gospodarczą, gdzie sprzedaż detaliczna prasy wiąże się ze sprzedażą reklamy oraz pozyskiwaniem sponsorów lokalnych (głównie poprzez znajomości), tym

samym uzależniając od nich ukazanie się nowego numeru. Można zatem przyjąć hipotezę, że rynek prasy lokalnej na razie nie cieszy się większym zainteresowaniem wielkich graczy prasowych i reklamodawców. Przyczyn można upatrywać w tym, że jest to rynek mocno rozdrobniony, nieprzewidywalny, a co za tym idzie wymaga wielu nakładów pracy i wysiłku.

Lokalni wydawcy bardzo chętnie rozmawiają o swoich tytułach. Nie owijają nicią tajemniczości aspektów ekonomicznych wydawnictwa. O prasie w powiecie polickim możemy przeczytać m.in. w serwisie „Gazety Lokalne – Stowarzyszenie Gazet Lokalnych i Tygodnik Lokalny”. Znajdziemy tam informacje na temat „Wieści Polickich”¹⁰: „Wieści Polickie istnieją od 1999 r. Ukazujemy się regularnie co dwa tygodnie w nakładzie 1000 egz., zaspokajając informacyjne potrzeby mieszkańców powiatu polickiego. Jesteśmy gazetą niezależną, poruszamy w niej ważne tematy społeczne, polityczne i kulturalne. Od wielu lat z dużym powodzeniem współpracujemy z licznymi zakładami pracy i instytucjami. Angażujemy się we wszelkiego rodzaju akcje o charakterze społeczno-kulturalnym, jednocząc potencjał drzemiący w działalności społecznej i artystycznej aktywnych mieszkańców naszego regionu. Obejmujemy patronatem medialnym niemal wszystkie imprezy sportowe, kulturalne i charytatywne”. Dodatkowo jest podany kontakt z redakcją i podstawowe dane teadresowe. W serwisie tym znajdziemy definicję prasy lokalnej oraz parametryzację czytelnictwa lokalnego: „Gazety lokalne są wydawane przez prywatnych wydawców lub spółdzielnie dziennikarskie. Nie mają nic wspólnego z tzw. gazetami samorządowymi dotowanymi przez władze lokalne. Obejmują swoim zasięgiem obszar co najmniej jednej gminy, znacznie częściej powiatu lub kilku powiatów. Czasem są mylone z gazetami regionalnymi, czyli dziennikami ogólnoinformacyjnymi o zasięgu wojewódzkim, tymczasem gazety lokalne są bliżej związane ze swoimi czytelnikami i mają znaczenie opiniotwórcze dla lokalnych społeczności. 85 samodzielnych gazet lokalnych działa jako porozumienie reklamowe «Tygodnik Lokalny». W skład «Tygodnika Lokalnego» wchodzi wyłącznie płatne tytuły ukazujące się nie rzadziej niż raz w tygodniu, których poziom edytorski jest porównywalny z dziennikami ogólnopolskimi. «Tygodnik Lokalny» to łączny nakład 677 000 egzemplarzy

¹⁰ Cyt. za: *Gazety Lokalne – Stowarzyszenie Gazet Lokalnych i Tygodnik Lokalny*, <http://www.gazetylokalne.pl/index.php?area=1&p=static&page=tygodnik-oferta> (31.12.2009).

i dotarcie wykazane w badaniach Millward Brown SMG/KRC do 4 milionów Polaków. «Tygodnik Lokalny» daje pełne pokrycie w 260 powiatach (na 379), czyli jest obecny na terytorium 2/3 Polski – poza miastami wojewódzkimi. W małych miasteczkach i na wsi mieszka 30 milionów Polaków. Są to tak samo atrakcyjni konsumenci, jak mieszkańcy miast wojewódzkich. Poza dużymi miastami czyta się przede wszystkim gazety lokalne. Np. «Tygodnik Siedlecki» na swoim terenie ma czytelnictwo 51%, zaś «Gazetę Wyborczą» – 1%, a «Fakt» – 5% (według PBC). Dla reklamodawców pieniądze dentysty z Zamościa czy Wrześni mają takie samo znaczenie, jak pieniądze prawnika z Marszałkowskiej w Warszawie. Czytelnicy gazet lokalnych kupują je także ze względu na ogłoszenia».

W serwisie „Prasa parafialna – serwis o prasie parafialnej dla wydawców i redaktorów prasy parafialnej” znajdziemy informacje o kwartalniku polickim „Świadomi Chrystusa”. Pośród szczegółowych danych teledreślowych wydawcy dostępne są też takie informacje, jak: „kwartalnik jest to Gazeta Parafii Rzymsko-Katolickiej p.w. Św. Kazimierza w Policach, data powstania pisma: 01–03–1992, redaktor naczelny: ks. dziekan Waldemar Gasztkowski, częstotliwość: kwartalnik, format pisma: A4, nakład pisma: 1500 egz., ISSN: 1505–7585. Informacje dodatkowe od redakcji: pismo ukazywało się jako miesięcznik parafialny do 16 października 2005, potem nastąpiła przerwa w wydawaniu, a od kwietnia 2007 zostało wznowione jako kwartalnik dekanalny. Kategoria: pismo dekanalne, status: ukazujące się, sygnatura: 0138 SZ, data dodania do katalogu: 1999”¹¹.

Więcej na temat prasy lokalnej możemy dowiedzieć się w serwisie „Stowarzyszenie Prasy Lokalnej”. Z województwa zachodniopomorskiego znajdziemy tam kilka tytułów prasy lokalnej m.in. „Agrariusz” (miesięcznik) – Szczecin, „Echo Barlinka” (miesięcznik) – Barlinek, „Gazeta Ziemi Pyrzyckiej” (miesięcznik) – Pyrzyce, „Gryfickie Echa” (tygodnik) – Gryfice, „Myśliborskie Wieści” (dwutygodnik) – Myślibórz, „Pyrzyce.info” (portal internetowy) – Pyrzyce, „Tygodnik Ziemi Stargardzkiej” (tygodnik) – Stargard Szczeciński, „Wiadomości Samorządowe” (dwutygodnik) – Nowogard, „Życie Chojnic” (tygodnik) – Chojnice.

Przeprowadzone badania wskazują, że wśród wydawców lokalnych wysoko jest rozwinięta znajomość typologii pisma oraz pojęć edytorsko-wydawniczych. W badaniach nie brano pod uwagę profilu czytelnika

¹¹ *Prasa parafialna – serwis o prasie parafialnej dla wydawców i redaktorów prasy parafialnej*, red. J. Jakubowska, <http://prasaparafialna.pl/> (16.12.2009).

prasy lokalnej w powiecie polickim. Nie badano zatem takich zmiennych dotyczących czytelnika, jak: płeć, wiek, wykształcenie, grupa społeczno-zawodowa, wielkość miasta, wsi, dostęp do Internetu, liczba osób w gospodarstwie domowym czy też dochód, jaki osiąga gospodarstwo domowe.

Wiodącym formatem wydawniczym jest format 297x210 mm (lub do niego zbliżony) – pięć tytułów. Jedynie „Informator Samorządowy” powiatu polickiego jest wydawany w formacie 280x405 mm. Prasa lokalna jest drukowana głównie na papierze offsetowym (dwa tytuły), kredowym (trzy tytuły) i gazetowym (jeden tytuł). Badane tytuły ukazujące się w powiecie polickim drukowano w pełnym kolorze lub monokolorze.

Różnorodność istnieje w objętości prasy. Powyżej dwóch arkuszy drukarskich mają trzy tytuły, dwa tytuły mają objętość jednego arkusza drukarskiego, jeden tytuł ma objętość dwóch do trzech arkuszy drukarskich.

Wysokością nakładu króluje „Informator Samorządowy” (18 tys. egz.). Dalej mamy pismo reklamowe z nakładem około 7 tys. egz., następnie cztery tytuły z nakładem od 1 do 4 tys. egz. To tyle w kwestiach technicznych związanych z wydawaniem prasy lokalnej. Przejdźmy zatem to analizie zawartości pism powiatu polickiego.

Tematyka prasy lokalnej, która zawiera więcej niż 1/4 kolumny, jest lokalna i samorządowa. Tak jest w pięciu na sześć tytułów. Oczywiście analiza zawartości dziennikarskiej nie dotyczy tytułu reklamowego. Wśród wypowiedzi dziennikarskiej dominuje informacja, informacja poszerzona, wywiad, artykuł, recenzja. Co ciekawe, marginalną sprawą są listy od czytelników. Praktycznie w ogóle nie występują one w badanej prasie lokalnej. Cechami charakterystycznymi dla zawartości prasy lokalnej w powiecie polickim jest w większości to, że zawartość jest uporządkowana tematycznie, a zdjęcia ilustrują teksty. Taka sytuacja ma miejsce w pięciu na sześć tytułów.

Interesująca jest sytuacja dotycząca ogłoszeń płatnych. W dwóch tytułach powierzchnia ogłoszeń płatnych zajmuje około jednej kolumny, w jednym zajmuje więcej niż jedną kolumnę, w jednym zajmuje 100% w szacunkowym udziale całościowym powierzchni pisma, a w dwóch od 20% do 30%.

Ostatnim elementem analizy prasy lokalnej jest jej skład redakcyjny. Otóż pięć pism ma tylko redaktorów naczelnych, a trzy mają także zastępców redaktorów naczelnych. Jedno pismo ma sekretarza redakcji. Jedno pismo ma czterech stałych pracowników redakcji, a jedno dwóch. Trzy pisma mają odpowiednio pięciu, dwóch i pięciu współpracowników redakcji. Natomiast żadne nie ma wśród swoich pracowników osoby z wykształce-

niem dziennikarskim. Jedynie jeden tytuł ma jednego współpracownika, który posiada wykształcenie dziennikarskie.

Dystrybucja prasy lokalnej w powiecie polickim

Przejdźmy do analizy dystrybucji prasy lokalnej. Prasa lokalna w powiecie polickim to w zdecydowanej większości pisma bezpłatne.

- „Informator Samorządowy”, nakład 18 tys. egz., pismo bezpłatne, rozpowszechnianie ok. 15 tys. egz.;
- „Magazyn Police S.A.”, wydawca: Zakłady Chemiczne Police S.A. Nakład od 2,1 do 3 tys. egz., pismo bezpłatne, rozpowszechnianie ok. 2,5 tys. egz.;
- „Magazyn Policki”, nakład od 1 do 2 tys. egz., cena 1,8 zł, rozpowszechnianie płatne od 0,5 do 1 tys. egz., rozpowszechnianie bezpłatne 0,2–0,3 tys. egz.;
- „Wieści Polickie”, nakład od 1 do 2 tys. egz., cena 1 zł, rozpowszechnianie płatne od 0,5 do 1 tys. egz.;
- „Nasza Gmina”, nakład ok. 7 tys. egz., pismo bezpłatne, rozpowszechnianie 7 tys. egz.;
- „Świadomi Chrystusa”, nakład ok. 1 tys. egz., pismo parafialne, kwartalnik.

Kolejnym etapem badań jest syntetyczne przedstawienie rynku prasowego w powiecie polickim w ujęciu danych, jakie udało się zgromadzić. Dane obejmują¹²:

- liczbę wydań – liczba wydań w danym okresie;
- nakład – liczba egzemplarzowa wydań;
- średni nakład jednorazowy – suma wydań w danym okresie podzielona przez liczbę wydań z tego okresu;
- zwroty – egzemplarze niesprzedane i zwrócone;
- średni zwrot jednorazowy – suma zwrotu w danym okresie podzielona przez liczbę wydań z tego okresu;
- sprzedaż egzemplarzowa – egzemplarze sprzedane;
- średnia sprzedaż jednorazowa – suma sprzedaży w danym okresie podzielona przez liczbę wydań z tego okresu;
- prenumerata – egzemplarze sprzedane na podstawie zamówienia odbiorcy.

¹² Definicje zgodne z Regulaminem kontroli ZKDP, Warszawa I.2008.

Analizując rynek prasowy nie możemy zapomnieć o badaniach czytelnictwa prasy. Czytelnictwo prasy charakteryzuje się m.in.¹³:

- wskaźnikiem przeciętnej liczby czytelników jednego egzemplarza tytułu prasowego (RPC);
- wskaźnikiem przeciętnej liczby godzin, jaką czytelnik przeznaczą na czytanie jednego wydania tytułu prasowego (TSR);
- wskaźnikiem przeciętnej liczby lat, jaka upłynęła od kontaktu czytelnika z tytułem prasowym (YFC);
- wskaźnik przeciętnej wielkości rozpowszechniania jednego wydania tytułu prasowego (CIRC);
- wskaźnik przeciętnej wielkości czytelnictwa jednego wydania tytułu prasowego (AIR);
- wskaźnik liczby czytanych wydań tytułu prasowego, np. z czterech (LCW4);
- wskaźnik średniej liczby czytanych wydań tytułu prasowego, np. z czterech (SLCW4);
- wskaźnik przeciętnej wielkości czytelnictwa wydania tytułu prasowego, np. z czterech (CPW);
- wskaźnik czytelnictwa cyklu sezonowego tytułu prasowego (CCS);
- wskaźnik czytelnictwa okresu periodyczności tytułu prasowego (COP);
- wskaźnik statystycznego czytelnictwa przeciętnej wielkości wydania tytułu prasowego (SCPW);
- wskaźnik dla dzienników – czytelnictwo wydania z dni tygodnia (CDT).

W tabeli 9 przedstawiono przykładową analizę czytelnictwa prasy z badania zrealizowanego przez MillwardBrown SMG/KRC na zlecenie Polskiego Badania Czytelnictwa. Badanie, jak podaje miesięcznik „Press”, „opierało się na wywiadzie przeprowadzonym przez ankietera w domach respondentów¹⁴. Próba wynosiła 1093 respondentów, co odpowiada 1 347 246 mieszkańcom. Badanie opierało się na metodzie cyklu sezonowego, tzn. jaki procent osób czytało lub przeglądało najmniej raz w okresie: ostatniego tygodnia – dziennik, ostatniego miesiąca – dwutygodnik, trzech miesięcy – dwutygodnik oraz sześciu miesięcy – miesięcznik¹⁵”.

¹³ Więcej informacji na temat czytelnictwa prasy można znaleźć w serwisach firm: Niezależne Badania Czytelnictwa Prasy (NBCP) oraz Polskie Badania Czytelnictwa (PBC).

¹⁴ W badaniach PBC prezentowane są wyłącznie dane dla tytułów wydawców będących członkami Polskich Badań Czytelnictwa oraz ZKDP.

¹⁵ „Press” 2009, nr 11, s. 82.

Tabela 9
Badanie czytelnictwa prasy CCS w zachodniopomorskim
 – dane skumulowane za okres 03–08.2009

Zachodniopomorskie	
„Głos – Dziennik Pomorza”	25,28
„Kurier Szczeciński”	19,58
„Fakt”	14,22
„Gazeta Wyborcza”	11,08
„Metro” (dziennik bezpłatny)	8,06
„Przegląd Sportowy”	6,75
„Super Express”	4,43
„Rzeczpospolita”	3,16
„Dziennik”	2,40
„Gazeta Prawna”	2,29
„Gazeta Lubuska”	0,72
„Puls Biznesu”	0,40
„Gazeta Podatkowa”	0,30
„Echo Miasta” (dziennik bezpłatny)	0,06

Źródło: „Press” 2009, nr 11. Opracowanie własne.

Najchętniej czytany dziennikiem w zachodniopomorskim jest „Głos – Dziennik Pomorza”, nieco dalszym źródłem informacji dla mieszkańców jest „Kurier Szczeciński”. Powyższe dane potwierdzają również Polskie Badania Czytelnictwa Prasy (PBCP), gdzie „Głos – Dziennik Pomorza” zajmuje pierwsze miejsce (25,62), drugie „Kurier Szczeciński” (16,85)¹⁶. Wyraźnie widać zainteresowanie czytelników prasą regionalną, ale dostrzegalne jest też zainteresowanie gazetą codzienną „Fakt”, który w rankingu czytelnictwa, tak miesięcznika „Press”, jak i PBCP, niewiele odstaje od „Kuriera Szczecińskiego”, zajmując trzecie miejsce (14,22 i 15,66). Dane obejmujące „Gazetę Lubuską” oraz „Echo Miasta” odzwierciedlają oddziaływanie przygraniczne tych dzienników na czytelników województwa zachodniopomorskiego („Gazeta Lubuska” – ukazuje się na terenie województwa lubuskiego, natomiast „Echo Miasta” – w obszarze Trójmiasta – województwo pomorskie).

¹⁶ Wyniki Badania PBC za okres maj–październik 2009 r. wskaźnik CCS (Czytelnictwo Cyklu Sezonowego), rankingi czytelnictwa, populacja (Polacy w wieku 15–75) 30.136.052, <http://www.pbczyt.pl/page.php?d=2&p=6&m=4&c=1&w=17> (17.12.2009).

Firm i instytucji, które zajmują się badaniem czytelnictwa jest w Polsce dużo, a prezentowane wyniki często pozostawiają wiele do życzenia lub są po prostu rozbieżne. Dodatkowo badanie czytelnictwa prasy jest łączone lub bywa wiązane z rozpowszechnianiem. Dane, którymi posilkują się firmy, zajmujące się badaniem czytelnictwa, pobierane są w chwili obecnej z ZKDP. Przeanalizowanie czytelnictwa prasy lokalnej w obecnym zakresie jest więc mocno utrudnione lub wręcz niemożliwe. O tym jak wygląda badanie czytelnictwa prasy, a jaka jest rzeczywistość, pisał już w 1997 roku Henryk Siwek na łamach „Zeszytów Prasoznawczych”¹⁷. Wydaje się, że w dużej mierze podnoszone tam zastrzeżenia niewiele straciły na aktualności. Analiza danych obejmująca rynek prasowy w zachodniopomorskim napotyka szereg barier i trudności. Tak często przywoływany Związek Kontroli Dystrybucji Prasy w gruncie rzeczy z tytułów regionalnych ukazujących się na obszarze powiatu polickiego ma w swoich zbiorach tylko dane dla „Kuriera Szczecińskiego” i „Głosu – Dziennika Pomorza”. Poniżej zestawienie danych dla „Kuriera Szczecińskiego” za okres X 2008–X 2009.

Tabela 10

„Kurier Szczeciński”. Dane ZKDP za okres październik 2008–październik 2009

Tytuł	Okres	Liczba wydań	Średni nakład jednorazowy	Sprzedaż ogółem	Zwroty
„Kurier Szczeciński”	październik 2008	23	35 498	24 197	10 331
	listopad 2008	19	35 053	24 385	9 718
	grudzień 2008	21	33 692	22 993	9 843
	styczeń 2009	21	36 590	24 972	10 663
	luty 2009	20	34 281	23 210	10 127
	marzec 2009	22	33 494	22 671	9 934
	kwiecień 2009	21	37 995	25 455	11 582
	maj 2009	20	35 359	23 532	10 808
	czerwiec 2009	21	34 518	22 519	10 883
	lipiec 2009	23	33 422	22 389	9 838
	sierpień 2009	21	31 088	21 508	8 191
	wrzesień 2009	22	30 325	21 155	7 727
	październik 2009	22	32 723	22 596	8 748

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy. Opracowanie własne.

¹⁷ H. Siwek, *Badania czytelnictwa prasy. Deklaracje a rzeczywistość*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1997, nr 3–4, s. 1.

Zadeklarowana przez wydawcę suma rocznej średniej sprzedaży jednorazowej „Kuriera Szczecińskiego” wyniosła 301 582 egz. (67,92%), średnich zwrotów jednorazowych 128 393 egz. (28,91%), średniego nakładu jednorazowego 444 038 egz. przy 276 wydaniach. Miesięczne wartości średnie dla „Kuriera Szczecińskiego” wyniosły odpowiednio: średnia jednorazowa sprzedaż 23 199 egz., średnie zwroty jednorazowe 9876 egz., średni nakład jednorazowy 34 157 egz. przy 21 wydaniach.

W analogicznym okresie oraz przy wyborze tych samych parametrów z bazy danych ZKDP wygenerowano informacje dla „Głosu – Dziennika Pomorza” (dawniej trzy odrębne tytuły: „Głos Szczeciński”, „Głos Koszaliński” i „Głos Pomorza” w Słupsku). W tabeli 11 dane o rozpowszechnianiu „Głosu – Dziennika Pomorza” również za okres październik 2008–październik 2009.

Tabela 11

„Głos – Dziennik Pomorza”. Dane ZKDP za okres październik 2008–październik 2009

Tytuł	Okres	Liczba wydań	Średni nakład jednorazowy	Sprzedaż ogółem	Zwroty
„Głos – Dziennik Pomorza”	październik 2008	27	57 502	44 307	12 066
	listopad 2008	23	58 121	42 488	14 046
	grudzień 2008	25	64 094	46 277	16 951
	styczeń 2009	26	62 632	46 759	14 826
	luty 2009	24	59 647	45 459	13 126
	marzec 2009	26	57 396	44 947	11 065
	kwiecień 2009	25	58 161	44 275	12 825
	maj 2009	25	53 949	40 960	11 794
	czerwiec 2009	25	54 309	44 837	8 513
	lipiec 2009	27	53 959	41 376	11 737
	sierpień 2009	25	52 483	41 340	10 516
	wrzesień 2009	26	52 229	39 987	11 188
październik 2009	27	53 194	40 635	11 619	

Źródło: Związek Kontroli Dystrybucji Prasy. Opracowanie własne.

Z powyższych danych wynika, że suma rocznej średniej sprzedaży jednorazowej dla „Głosu – Dziennika Pomorza” wyniosła 563 647 egz. (76,41%), średnich zwrotów jednorazowych 160 272 egz. (21,73%), średniego nakładu jednorazowego 737 676 egz., przy 331 wydaniach. Porów-

nianie w stosunku rocznym danych „Głosu – Dziennika Pomorza” z danymi „Kurieria Szczecińskiego” wykazało, że średnia sprzedaż jednorazowa „Głosu – Dziennika Pomorza” jest większa o 86,90%, średnie zwroty jednorazowe są większe o 24,83%, średni nakład jednorazowy o 66,13%, a liczba wydań o 19,93% od „Kurieria Szczecińskiego”. W przedziale miesięcznym wartości średnie dla „Głosu – Dziennika Pomorza” wynoszą: średnia sprzedaż jednorazowa 43 357 egz., średnie zwroty jednorazowe 12 329 egz., średni nakład jednorazowy wyniósł 56 744 egz., przy 25 wydaniach.

Oczywiście można przyjąć, że tytuły zgłoszone do kontroli dystrybucji w ZKDP mają znaczący wpływ i kształtują rynek masowego odbiorcy, ale można zaryzykować też twierdzenie, że na pewno nie odzwierciedlają całego rynku prasowego oraz nie pokazują kulturowej i społecznej różnorodności, jaka się wiąże z prasą lokalną.

Prowadząc badania terenowe i korzystając z uprzejmości jednego z dystrybutorów prasy poniżej przedstawiam syntetyczne zestawienie rozpowszechniania płatnego prasy na terenie powiatu polickiego. Z danych, które zostały zgromadzone wyodrębniono następujące części składowe podziału terytorialnego:

- Dobra (Szczecińska);
- Kołbaskowo;
- Nowe Warpno – miasto;
- Nowe Warpno – obszar wiejski;
- Police – miasto;
- Police – obszar wiejski;

oraz podziału według periodiczności:

- czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu;
- czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu;
- dwutygodnik;
- dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu;
- dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu;
- dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu;
- miesięcznik;
- trzytygodnik;
- tygodnik.

Informacje zawarte w poniższych tabelach obejmują rok kalendarzowy, począwszy od października 2008 roku do października 2009 roku.

Tabela 12 zestawia sumę wydań tytułów prasowych skierowanych do dystrybucji.

Tabela 12

Powiat policki – suma wydań tytułów prasowych skierowane do dystrybucji płatnej w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	1 000	913	1 043	1 034	955	938	878	962	919	864	878	862	871	12 117
Kolbaskowo	1 280	1 157	1 244	1 212	1 114	1 128	1 021	1 077	1 054	1 045	1 071	1 085	1 101	14 589
Nowe Warpno – miasto	891	799	885	887	825	806	720	764	758	759	766	766	782	10 408
Nowe Warpno – obszar wiejski								58	265	208	193	168	177	1 069
Police – miasto	1 923	1 751	1 925	1 882	1 745	1 776	1 596	1 726	1 718	1 674	1 645	1 723	1 715	22 799
Police – obszar wiejski	1 368	1 095	1 121	1 211	1 196	1 228	1 111	1 184	1 121	1 113	1 108	1 092	1 091	15 039
Suma końcowa	6 462	5 715	6 218	6 226	5 835	5 876	5 326	5 771	5 835	5 663	5 661	5 696	5 737	76 021

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Spśród całości wydań tytułów prasowych skierowanych do dystrybucji płatnej powiatu polickiego, do poszczególnych gmin trafiło: Police – miasto 30%, Police – obszar wiejski 20%, Kołbaskowo 19%, Dobra 16%, Nowe Warpno – miasto 14% i Nowe Warpno – obszar wiejski 1%.

Tabela 13 zawiera wysokość nakładów egzemplarzowych tytułów prasowych skierowanych do dystrybucji.

Większość nakładu prasy skierowana została na teren Police – miasto 7,24% oraz gminy Kołbaskowo 14,60%, w dalszej kolejności na teren Police – obszar wiejski 12,78%, gminy Dobra 12,33%, gminy Nowe Warpno – miasto 2,84%. Najmniejsza część nakładu prasy trafiła do gminy Nowe Warpno – obszar wiejski 0,21%.

Zestawienie zwrotów prasy z dystrybucji płatnej ujęte jest w tabeli 14.

Zdecydowanie najwięcej egzemplarzy niesprzedanej prasy wraca z gminy Police – miasto 59,86%, gminy Kołbaskowo 13,19%, Police – obszar wiejski 12,08%, gminy Dobra 11,80%. Najmniej wraca prasy z gminy Nowe Warpno – miasto 2,75% i Nowe Warpno – obszar wiejski 0,32%.

Syntetycznie sprzedaż egzemplarzową prasy skierowanej do dystrybucji zaprezentowano w tabeli 15.

Wysoki poziom sprzedaży egzemplarzowej prasy odnotowano w gminach: Police – miasto 55,28%, Kołbaskowo 15,65%, Police – obszar wiejski 13,29% oraz Dobra 12,73%. Najmniejszy poziom sprzedaży egzemplarzowej prasy w gminie Nowe Warpno – miasto 2,91% i Nowe Warpno – obszar wiejski 0,13%.

W dalszej części zaprezentowane są wyliczenia wartościowe polickiego rynku prasowego. W tabeli 16 przedstawiono wartość (w PLN) nakładów tytułów prasowych.

Wartość nakładów prasy w poszczególnych gminach kształtuje się następująco: Police – miasto 61,76%, Kołbaskowo 13,43%, Police – obszar wiejski 11,31%, gmina Dobra 10,37%, Nowe Warpno – miasto 2,99% i Nowe Warpno – obszar wiejski 0,15%.

Tabela 17 zawiera wartość zwrotów (w PLN) tytułów prasowych.

Wartości zwrotów prasy niesprzedanej: Police – miasto 64,76%, gmina Kołbaskowo 11,43%, Police – obszar wiejski 11,12%, gmina Dobra 9,70%, Nowe Warpno – miasto 2,80% i Nowe Warpno – obszar wiejski 0,18%.

Podsumowanie wartości nakładów prasy oraz jej zwrotów znajduje się w tabeli 18, w której znajdziemy wartość sprzedaży (w PLN) poszczególnych tytułów prasowych.

Tabela 13

Powiat policki – nakłady prasy w egzemplarzach w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	16 548	15 317	18 109	17 346	15 274	16 384	15 187	15 207	13 645	12 626	16 649	17 548	16 533	206 373
Kolbaskowo	21 308	18 436	19 529	19 141	17 103	18 200	15 706	17 248	17 597	17 754	20 413	21 082	20 783	244 300
Nowe Warpno – miasto	3 962	3 551	3 862	3 979	3 669	3 791	3 184	3 303	3 381	3 503	3 951	3 644	3 786	47 566
Nowe Warpno – obszar wiejski								220	759	585	671	608	684	3 527
Police – miasto	85 665	74 133	82 815	82 149	74 765	75 724	64 703	67 452	67 235	65 098	69 618	72 444	76 047	957 848
Police – obszar wiejski	19 820	12 961	13 761	17 257	15 216	18 124	15 949	16 463	16 038	15 885	17 572	17 168	17 563	213 777
Suma końcowa	147 303	124 398	138 076	138 872	126 027	132 223	114 729	119 893	118 655	115 451	128 874	132 494	135 396	1 673 391

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Tabela 14

Powiat policki – zwroty prasy w egzemplarzach w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	7 457	6 871	8 456	7 855	6 339	6 626	6 504	6 200	4 923	4 805	5 750	6 615	6 199	84 600
Kolbaskowo	8 570	7 506	8 147	7 703	6 655	7 022	6 051	6 447	6 156	6 352	7 263	8 259	8 445	94 576
Nowe Wąrpno – miasto	1 794	1 592	1 687	1 691	1 582	1 655	1 307	1 270	1 291	1 190	1 466	1 513	1 657	19 695
Nowe Wąrpno – obszar wiejski								191	542	324	364	373	469	2 263
Police – miasto	41 314	35 002	39 019	37 040	33 828	32 704	28 456	29 915	28 181	27 986	28 774	32 142	34 661	429 022
Police – obszar wiejski	8 572	5 496	5 925	7 326	6 119	7 411	6 308	6 603	6 093	5 812	6 391	7 158	7 388	86 602
Suma końcowa	67 707	56 467	63 234	61 615	54 523	55 418	48 626	50 626	47 186	46 469	50 008	56 060	58 819	716 758

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Tabela 15

Powiat policki – sprzedaż prasy w egzemplarzach w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	9 091	8 446	9 653	9 491	8 935	9 758	8 683	9 007	8 722	7 821	10 899	10 933	10 334	121 773
Kolbaskowo	12 738	10 930	11 382	11 438	10 448	11 178	9 655	10 801	11 441	11 402	13 150	12 823	12 338	149 724
Nowe Wąrpno – miasto	2 168	1 959	2 175	2 288	2 087	2 136	1 877	2 033	2 090	2 313	2 485	2 131	2 129	27 871
Nowe Wąrpno – obszar wiejski								29	217	261	307	235	215	1 264
Police – miasto	44 351	39 131	43 796	45 109	40 937	43 020	36 247	37 537	39 054	37 112	40 844	40 302	41 386	528 826
Police – obszar wiejski	11 248	7 465	7 836	9 931	9 097	10 713	9 641	9 860	9 945	10 073	11 181	10 010	10 175	127 175
Suma końcowa	79 596	67 931	74 842	78 257	71 504	76 805	66 103	69 267	71 469	68 982	78 866	76 434	76 577	956 633

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Tabela 16

Powiat policki – wartość nakładów prasy w PLN w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	45 030	42 324	51 602	49 481	42 513	41 640	39 600	41 745	38 365	32 574	41 482	43 224	41 282	550 863
Kolbaskowo	62 080	54 649	60 648	57 341	51 006	50 759	44 685	50 150	52 133	51 010	57 902	60 327	60 631	713 321
Nowe Warpno – miasto	13 061	12 333	14 274	13 431	12 441	11 897	10 142	10 863	11 604	11 816	12 269	11 949	12 574	158 654
Nowe Warpno – obszar wiejski								399	1 755	1 285	1 467	1 379	1 531	7 816
Police – miasto	303 550	270 336	307 851	292 542	260 857	246 743	212 376	238 060	231 537	216 066	221 455	233 684	245 430	3 280 488
Police – obszar wiejski	59 428	38 231	40 220	48 095	43 856	48 988	44 696	48 034	45 786	44 213	45 936	45 814	47 548	600 845
Suma końcowa	483 150	417 873	474 595	460 889	410 673	400 026	351 499	389 252	381 180	356 964	380 511	396 378	408 997	5 311 988

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Tabela 17

Powiat policki – wartość zwrotów prasy w PLN w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	22 509	21 991	27 808	25 863	20 284	19 180	19 316	19 596	16 403	14 118	16 321	17 776	17 071	258 236
Kolbaskowo	28 024	25 055	29 222	26 005	21 962	22 235	19 043	21 084	20 085	20 158	21 390	24 328	25 893	304 483
Nowe Warpno – miasto	6 516	6 328	7 534	6 715	6 011	5 940	4 707	4 661	5 152	4 680	4 845	5 343	6 122	74 554
Nowe Warpno – obszar wiejski								345	1 292	654	742	806	1 038	4 877
Police – miasto	168 204	151 698	172 656	154 626	136 331	126 284	107 854	125 864	118 497	109 838	107 151	117 053	128 365	1 724 422
Police – obszar wiejski	29 589	18 742	20 099	24 502	22 359	25 123	22 156	24 737	22 091	20 702	20 305	22 053	23 717	296 174
Suma końcowa	254 843	223 814	257 318	237 710	206 948	198 762	173 076	196 286	183 519	170 151	170 755	187 358	202 205	2 662 746

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Tabela 18

Powiat policki – wartość sprzedaży prasy w PLN w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	22 521	20 333	23 794	23 618	22 229	22 460	20 283	22 150	21 963	18 455	25 161	25 449	24 211	292 627
Kolbaskowo	34 056	29 594	31 427	31 336	29 043	28 524	25 643	29 067	32 048	30 852	36 512	36 000	34 738	408 838
Nowe Warpno – mia- sto	6 544	6 005	6 740	6 716	6 430	5 957	5 435	6 202	6 452	7 136	7 423	6 606	6 452	84 100
Nowe Warpno – ob- szar wiejski								54	462	631	725	573	494	2 938
Police – miasto	135 346	118 638	135 194	137 916	124 526	120 459	104 522	112 196	113 040	106 229	114 304	116 631	117 065	1 556 067
Police – obszar wiej- ski	29 839	19 489	20 121	23 593	21 497	23 865	22 541	23 297	23 695	23 510	25 631	23 761	23 831	304 672
Suma końcowa	228 306	194 059	217 277	223 179	203 725	201 264	178 424	192 966	197 661	186 813	209 756	209 019	206 792	2 649 242

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Wartość sprzedaży prasy w poszczególnych gminach wygląda następująco: Police – miasto 58,74%, Kołbaskowo 15,43%, Police – obszar wiejski 11,50%, gmina Dobra 11,05%, Nowe Warpno – miasto 3,17% i Nowe Warpno – obszar wiejski 0,11%.

W kolejnej części wyliczeń dystrybucji płatnej w powiecie polickim, precyzowane są informacje o liczbie punktów sprzedaży detalicznej prasy.

Tabela 19 dokumentuje maksymalną liczbę punktów sprzedaży zlokalizowanych na terenie poszczególnych gmin.

Tabela 19

**Powiat policki – liczba punktów sieci sprzedaży detalicznej prasy (maksymalna)
w okresie 10.2008–10.2009**

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	7	8	8	8	8	8	8	8	8	6	7	7	7	8
Kołbaskowo	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	9	9	9	9
Nowe Warpno – miasto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Nowe Warpno – obszar wiejski								1	1	1	1	1	1	1
Police – miasto	23	23	23	23	23	23	22	22	22	22	24	22	23	24
Police – obszar wiejski	7	7	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7
Suma końcowa	23	23	23	23	23	23	22	22	22	22	24	22	23	24

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Największa liczba punktów sieci sprzedaży detalicznej prasy wynosiła odpowiednio: Police – miasto 24, Kołbaskowo 9, Dobra 8, Police – obszar wiejski 7, Nowe Warpno – miasto 2 i Nowe Warpno – obszar wiejski 1.

Tabela 20 natomiast zawiera minimalną liczbę punktów sprzedaży, zlokalizowanych na terenie poszczególnych gmin.

Najmniejsza liczba punktów sieci sprzedaży detalicznej prasy wynosiła odpowiednio: Police – miasto 1, Kołbaskowo 1, Dobra 0, Police – obszar wiejski 0, Nowe Warpno – miasto 1 i Nowe Warpno – obszar wiejski 1.

Tabela 21 wykazuje maksymalną liczbę czynnych punktów sprzedaży, do których został skierowany nadział tytułów prasowych.

Tabela 20

**Powiat policki – liczba punktów sieci sprzedaży detalicznej prasy (minimalna)
w okresie 10.2008–10.2009**

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma koń- cowa
Dobra (Szczecińska)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0
Kołbaskowo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nowe Warpno – miasto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nowe Warpno – obszar wiejski								1	1	1	1	1	1	1
Police – miasto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Police – obszar wiejski	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
Suma końcowa	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Tabela 21

**Powiat policki – ilość punktów czynnych sieci sprzedaży detalicznej prasy (maksymalna)
w okresie 10.2008–10.2009**

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma koń- cowa
Dobra (Szczecińska)	7	8	8	8	8	8	8	8	8	8	13	8	7	8
Kołbaskowo	7	7	7	7	7	7	7	8	8	8	17	9	9	17
Nowe Warpno – miasto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
Nowe Warpno – obszar wiejski								1	1	1	1	1	1	1
Police – miasto	24	23	23	23	23	23	23	23	23	23	42	22	23	24
Police – obszar wiejski	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	12	6	6	6
Suma końcowa	7	6	6	6	6	6	23	23	23	23	22	22	23	24

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Maksymalna liczba czynnych punktów sprzedaży detalicznej prasy: Police – miasto 24, Kołbaskowo 17, Dobra 8, Police – obszar wiejski 6, Nowe Warpno – miasto 2 i Nowe Warpno – obszar wiejski 1.

Zaś tabela 22 pokazuje minimalną liczbę czynnych punktów sprzedaży prasy, do których został skierowany nadział tytułów prasowych.

Tabela 22

Powiat policki – liczba punktów sieci sprzedaży detalicznej prasy (minimalna) w okresie 10.2008–10.2009

	10.08	11.08	12.08	01.09	02.09	03.09	04.09	05.09	06.09	07.09	08.09	09.09	10.09	Suma końcowa
Dobra (Szczecińska)	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
Kołbaskowo	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	8	8	7
Nowe Warpno – miasto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nowe Warpno – obszar wiejski								1	1	1	1	1	1	1
Police – miasto	22	21	21	20	20	19	19	19	19	20	20	20	20	20
Police – obszar wiejski	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5
Suma końcowa	6	5	5	5	5	5	1	1	1	1	6	1	1	1

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Minimalna liczba czynnych punktów sprzedaży detalicznej: Police – miasto 20, Kołbaskowo 7, Dobra 5, Police – obszar wiejski 5, Nowe Warpno – miasto 1 i Nowe Warpno – obszar wiejski 1.

Ostatnia część opisuje wcześniejsze omówione dane pod kątem periodyczności. Przyjęto klasyfikację częstotliwości ukazywania się tytułów prasowych dystrybutora prasy.

Tabela 23 przedstawia liczbę wydań prasy oraz jej periodyczność.

Tabela 23

Powiat policki – liczba wydań i periodyczność prasy w okresie 10.2008–10.2009

	Dobra (Szczecińska)	Kołbas-kowo	Nowe Warpno miasto	Nowe Warpno obszar wiejski	Police – miasto	Police – obszar wiejski	Suma końcowa
1	2	3	4	5	6	7	8
Czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu	42	54	13		135	69	313
Czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu	11	32	25		59	34	161
Dwutygodnik	2 750	3 558	2 130	97	6 379	3 790	18 704
Dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu	536	752	566	58	1 171	737	3 820
Dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu	2 885	3 415	2 476	333	4 812	3 583	17 504

1	2	3	4	5	6	7	8
Dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu	3 982	3 985	3 343	572	4 062	3 765	19 709
Miesięcznik	1 387	2 022	1 365	5	3 972	2 063	10 814
Trzytygodnik	284	306	211		917	417	2 135
Tygodnik	240	465	279	4	1 292	581	2 861
Suma końcowa	12 117	14 589	10 408	1 069	22 799	15 039	76 021

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Najwięcej było wydań: dzienników ukazujących się 7 dni w tygodniu 25,93%, dwutygodników 24,60%, dzienników ukazujących się 3 razy w tygodniu 23,03%, miesięczników 14,23%. Dalej, dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu 5,02%, tygodniki 3,76%, trzytygodniki 2,81%, czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu 0,41% i 3 razy w miesiącu 0,21%.

Tabela 24 zawiera wielkość nakładów prasy według periodyczności.

Tabela 24

Powiat policki – wielkość nakładów prasy w egzemplarzach według periodyczności w okresie 10.2008–10.2009

	Dobra (Sześcińska)	Kolbaskowo	Nowe Warpno miasto	Nowe Warpno obszar wiejski	Police – miasto	Police – obszar wiejski	Suma końcowa
Czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu	77	189	29		1 292	225	1 812
Czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu	36	110	75		986	129	1 812
Dwutygodnik	20 155	29 314	6 490	356	141 336	23 820	221 471
Dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu	7 288	12 199	2 746	183	39 599	9 167	71 182
Dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu	54 799	69 871	15 613	1 377	269 355	63 855	474 870
Dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu	115 615	121 208	18 112	1 585	401 105	103 195	760 820
Miesięcznik	6 250	8 220	3 362	14	80 038	9 544	107 428
Trzytygodnik	1 272	1 313	486		11 314	1 785	16 170
Tygodnik	881	1 876	653	12	12 823	2 057	18 302
Suma końcowa	206 373	244 300	47 566	3 527	957 848	213 777	1 673 391

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Największe nakłady egzemplarzowe prasy odnotowuje się dla: dzienników ukazujących się 7 dni w tygodniu 45,47%, dzienników ukazujących się 3 razy w tygodniu 28,38%, dwutygodników 13,23%, miesięczników 6,42%, 2 razy w tygodniu 4,25%, tygodniki 1,09%, trzytygodniki 0,97%, czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu 0,11% i 3 razy w miesiącu 0,08%.

W tabeli 25 ujęta jest wielkość zwrotów tytułów prasowych według periodiczności.

Tabela 25

Powiat policki – wielkość zwrotów prasy w egzemplarzach według periodiczności w okresie 10.2008–10.2009

	Dobra (Szczecińska)	Kolbaskowo	Nowe Warpno miasto	Nowe Warpno obszar wiejski	Police – miasto	Police – obszar wiejski	Suma końcowa
Czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu	54	127	17		987	147	1 332
Czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu	22	83	50		602	79	836
Dwutygodnik	10 284	12 182	3 284	169	77 134	12 949	116 002
Dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu	2 645	3 721	897	117	16 568	3 471	27 419
Dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu	23 354	27 448	5 427	843	112 295	24 849	194 216
Dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu	43 629	44 928	7 434	1 128	160 455	37 172	294 746
Miesięcznik	3 321	4 291	1 842	3	44 406	5 304	59 167
Trzytygodnik	684	735	317		7 392	1 156	10 284
Tygodnik	607	1 061	427	3	9 183	1 475	12 756
Suma końcowa	84 600	94 576	19 695	2 263	429 022	86 602	716 758

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Zwroty egzemplarzowe prasy wyniosły odpowiednio dla: dzienników ukazujących się 7 dni w tygodniu 41,12%, dzienników ukazujących się 3 razy w tygodniu 27,10%, dwutygodników 16,18%, miesięczników 8,25%, dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu 3,83%, tygodniki 1,78%, trzytygodniki 1,43%, czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu 0,19% i 3 razy w miesiącu 0,12%.

W tabeli 26 wyliczona jest wielkość sprzedaży egzemplarzowej tytułów prasowych według periodiczności.

Tabela 26

**Powiat policki wielkość sprzedaży prasy w egzemplarzach według periodiczności
w okresie 10.2008–10.2009**

	Dobra (Szczecińska)	Kołbas- kowo	Nowe Warpno miasto	Nowe Warpno obszar wiejski	Police – miasto	Police – obszar wiejski	Suma końco- wa
Czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu	23	62	12		305	78	480
Czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu	14	27	25		384	50	500
Dwutygodnik	9 871	17 132	3 206	187	64 202	10 871	105 469
Dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu	4 643	8 478	1 849	66	23 031	5 696	43 763
Dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu	31 445	42 423	10 186	534	157 060	39 006	280 654
Dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu	71 986	76 280	10 678	457	240 650	66 023	466 074
Miesięcznik	2 929	3 929	1 520	11	35 632	4 240	48 261
Trzytygodnik	588	578	169		3 922	629	5 886
Tygodnik	274	815	226	9	3 640	582	5 546
Suma końcowa	121 773	149 724	27 871	1 264	528 826	127 175	956 633

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Największą sprzedaż egzemplarzową prasy odnotowano dla: dzienników ukazujących się 7 dni w tygodniu 48,72%, dzienników ukazujących się 3 razy w tygodniu 29,34%, dwutygodników 11,03%, miesięczników 5,04%, dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu 4,57% tygodniki 0,58%, trzytygodniki 0,62%, czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu 0,05% i 3 razy w miesiącu 0,05%.

Tabela 27 określa wartość sprzedaży (w PLN) tytułów prasowych według periodiczności.

Wartość sprzedaży prasy opiewa odpowiednio dla: dzienników ukazujących się 7 dni w tygodniu 32,42%, dzienników ukazujących się 3 razy w tygodniu 24,66%, dwutygodników 20,01%, miesięczników 13,08%, dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu (6,78%), tygodniki (1,50%), trzytygodniki (1,33%), czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu (0,13%) i 3 razy w miesiącu (0,09%).

Tabela 28 precyzuje wartość nakładów (w PLN) tytułów prasowych według periodiczności.

Tabela 27

**Powiat policki – wartość sprzedaży prasy (w PLN) według periodyczności
w okresie 10.2008–10.2009**

	Dobra (Szczecińska)	Kolbas- kowo	Nowe Warpno miasto	Nowe Warpno obszar wiejski	Police – miasto	Police – obszar wiejski	Suma końcowa
Czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu	152	350	90		2 180	585	3 356
Czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu	92	153	132		1 826	287	2 490
Dwutygodnik	46 435	88 575	15 211	846	330 680	48 400	530 146
Dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu	17 073	31 228	9 707	137	101 276	20 249	179 670
Dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu	74 282	109 388	23 699	1 121	359 580	85 189	653 259
Dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu	132 962	142 358	20 118	770	447 402	115 278	858 888
Miesięcznik	16 679	28 245	12 690	39	261 200	27 537	346389
Trzytygodnik	3 090	3 211	1 216		24 590	3 191	35 297
Tygodnik	1 863	5 330	1 236	26	27 333	3 957	39 745
Suma końcowa	292 627	408 838	84 100	2 938	1 556 067	304 672	2 649 242

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Tabela 28

**Powiat policki – wartość nakładów prasy (w PLN) według periodyczności
w okresie 10.2008–10.2009**

	Dobra (Szczecińska)	Kolbas- kowo	Nowe Warpno miasto	Nowe Warpno obszar wiejski	Police – miasto	Police – obszar wiejski	Suma końcowa
1	2	3	4	5	6	7	8
Czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu	640	1 151	223		9 832	1 932	13 779
Czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu	281	931	565		6 266	964	9 007
Dwutygodnik	99 153	153 307	32 193	1 442	779 728	119 803	1 185 627
Dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu	30 111	48 107	14 501	467	197 440	36 572	327 197
Dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu	142 024	191 213	39 559	3 175	701 391	156 090	1 233 451

1	2	3	4	5	6	7	8
Dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu	222 783	234 260	35 509	2 634	775 833	188 910	1 459 931
Miesięcznik	41 669	63 794	28 475	63	623 859	69 119	826 980
Trzytygodnik	8 025	7 849	3 605		81 476	11 204	112 159
Tygodnik	6 176	12 709	4 024	35	104 663	16 250	143 857
Suma końcowa	550 863	713 321	158 654	7 816	3 280 488	600 845	5 311 988

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Wartość nakładów prasy określa się dla: dzienników ukazujących się 7 dni w tygodniu 27,48%, dzienników ukazujących się 3 razy w tygodniu 23,22%, dwutygodników 22,32%, miesięczników 15,57%, dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu 6,16%, tygodniki 2,71%, trzytygodniki 2,11%, czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu 0,26% i 3 razy w miesiącu 0,17%.

W tabeli 29 znajduje się informacja o wartości zwrotów (w PLN) tytułów prasowych według periodiczności.

Tabela 29

**Powiat policki – wartość zwrotów (w PLN) według periodiczności
w okresie 10.2008–10.2009**

	Dobra (Szczecińska)	Kolbas- kowo	Nowe Warpno miasto	Nowe Warpno obszar wiejski	Police – miasto	Police – obszar wiejski	Suma kończąca
Czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu	488	801	133		7 653	1 347	10 423
Czasopismo ukazujące się 3 razy w miesiącu	189	778	432		4 440	677	6 517
Dwutygodnik	52 718	64 732	16 982	596	449 049	71 404	655 481
Dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu	13 038	16 879	4 793	330	96 164	16 323	147 527
Dziennik ukazujący się 3 razy w tygodniu	67 742	81 824	15 860	2 054	341 811	70 901	580 192
Dziennik ukazujący się 7 razy w tygodniu	89 821	91 902	15 391	1 865	328 431	73 633	601 043
Miesięcznik	24 990	35 550	15 786	24	362 659	41 582	480 591
Trzytygodnik	4 935	4 638	2 389		56 885	8 014	76 861
Tygodnik	4 313	7 379	2 788	9	77 330	12 293	104 112
Suma końcowa	258 236	304 483	74 554	4 877	1 724 422	296 174	2 662 746

Źródło: Lokalny dystrybutor prasy w powiecie polickim. Opracowanie własne.

Natomiast wartość zwrotów prasy kształtuje się dla: dzienników ukazujących się 7 dni w tygodniu 22,57%, dzienników ukazujących się 3 razy w tygodniu 21,79%, dwutygodników 24,62%, miesięczników 18,05%, dziennik ukazujący się 2 razy w tygodniu 5,54%, tygodniki 3,91%, trzytygodniki 2,89%, czasopismo ukazujące się 2 razy w miesiącu 0,39% i 3 razy w miesiącu 0,24%.

Jak wykazały badania ilościowe danych udostępnionych przez jednego z lokalnych dystrybutorów prasy, jak również analiza ankiet i badań jakościowych prasy lokalnej w powiecie polickim, rynek prasowy koncentruje się głównie na terenie gminy Police. Tam jest zlokalizowanych najwięcej punktów sprzedaży detalicznej prasy, do których są kierowane największe nakłady. Gmina Police generuje największą sprzedaż egzemplarzową, a co za tym idzie największą wartość sprzedaży prasy. W gminie Police jest wydawana i rozpowszechniana też w zdecydowanej większości prasa lokalna.

Podsumowanie

Niniejszy artykuł ma na celu zaprezentowanie próbki prowadzonych przeze mnie badań nad prasą lokalną w województwie zachodniopomorskim. Ich podstawą jest analiza rynku lokalnego prasy w powiecie polickim. Na pierwszy rzut oka widać, jaki ogrom informacji i wiedzy dostarcza penetracja rynku lokalnego. Szeroko możemy porównywać lub też korelować dane zawarte w organach rejestrowych, dostępne w Internecie, bazach adresowych, z danymi, które udostępniają nam sami wydawcy lub też korzystając z uprzejmości lokalnych dystrybutorów prasy.

Wybrane tytuły prasowe powiatu polickiego stanowią przede wszystkim głos społeczności lokalnej. Niejednokrotnie osoby wydające tytuł lokalny współpracują z samorządem lokalnym lub też z komitetami i organami partii politycznych lub lokalnych stowarzyszeń. To właśnie z prasy lokalnej możemy się dowiedzieć bardzo szczegółowo o codziennym życiu i funkcjonowaniu lokalnej społeczności. Ta różnorodność oscyluje od informacji samorządowych, parafialnych, po biznesowe i reklamowe. Próżno szukać informacji o lokalnej działalności gospodarczej w tytułach ogólnokrajowych czy nawet regionalnych. O przysłowiowym *zakładzie fryzjerskim Pani Zosi* przeczytamy tylko w prasie lokalnej, ogłoszeń parafialnych nie znajdziemy w wysokonakładowych pismach. To właśnie jest urok prasy lokalnej. Prasa lokalna w większości uzależniona jest od jedne-

go właściciela. Ważne są jego zdolności, znajomości i umiejętności poruszania się w społeczności lokalnej.

Poruszane w niniejszym artykule kwestie są zaledżkiem prowadzonych obserwacji i rozważań.

Summary

The paper presents partial results of the research into the local press the author has carried out in the Western Pomeranian province. A detailed analysis concerns the titles published in the territorial units at a district level. There are 18 of those, including three towns with district status, in the Western Pomeranian province. The results presented are based on extensive qualitative and quantitative surveys. The diversification of the local press, its abundance, development and end are inseparably related to local entrepreneurship and the communication process in local communities.

The paper comprises three parts. The first one explains the terminology of the press and press market. The second one characterizes the local community of the Police district. The third one discusses the results of qualitative surveys and presents the quantitative analysis of local press circulation.