

Ewa JURGA-WOSIK

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Popularyzacja wiedzy w mediach lokalnych leszczyńskiego regionu wydawniczego

Streszczenie: Media lokalne leszczyńskiego regionu wydawniczego (obszar byłego województwa leszczyńskiego) w znacznej mierze, bez względu na rodzaj wydawcy popularyzują wiedzę, zwłaszcza z zakresu nauk humanistycznych. Czasopisma naukowe z kolei nawiązują w szerszym zakresie do wiedzy z zakresu nauk ścisłych, aniżeli pozostałe typy mediów. W czasopismach lokalnych, wydawców samorządowych, jak i prywatnych dominuje wiedza z zakresu badań regionalistycznych. W tego typu prasie nie brakuje również artykułów z dziedziny psychologii, pedagogiki, dietytyki, kosmetyki i nowinek z zakresu rolnictwa. Popularyzacja nauki w mediach lokalnych leszczyńskiego regionu trwa nieprzerwanie od momentu powstania prasy lokalnej na szeroką skalę na badanym obszarze, a zatem od połowy XIX wieku. Celem niniejszej publikacji jest przedstawienie tytułów leszczyńskiego regionu wydawniczego regularnie zamieszczających publikacje naukowe i popularnonaukowe oraz zwrócenie uwagi na potrzebę czytelniczą tego typu treści.

Słowa kluczowe: popularyzacja wiedzy, media lokalne, leszczyński region wydawniczy

Wiedza jest pojęciem używanym zarówno w języku potocznym, jak i w nauce. Stanowi ona podstawową kategorię w epistemologii, metodologii i filozofii nauki. W klasycznym rozumieniu, odnosi się do przekonań pewnych i prawdziwych – trafnie oddających rzeczywistość. W naukach humanistycznych różne aspekty wiedzy są analizowane. Powołując się na przykłady – dla socjologów, wiedza jest, z jednej strony, kategorią ogólnej analizy socjologicznej, z drugiej – główny przedmiot badań odrębnej subdyscypliny socjologii, tj. socjologii wiedzy (Ziółkowski, 2002, s. 308). Z kolei w naukach politycznych opisuje się wiedzę polityczną, jako kognitywny komponent postaw politycznych uczestników systemu politycznego (Karwat, Ziółkowski, 2013, s. 364). W badaniach empirycznych wiedza, jako domena wartości poznawczych jest pożądaną wartością polityczną, wartością absolutną – trwałą i ponadczasową (Kłodziej, 2011, s. 414). Popularyzacja wiedzy jest najczęściej rozumiana,

zdaniem Karola Franczaka, jako „względnie jednokierunkowy i społecznie pożądaný proces informowania o odkryciach naukowych oraz translacji hermetycznego żargonu akademickiego na język dostępny szerszej publiczności” (Franczak, s. 10).

Popularyzacja wiedzy naukowej w mediach wywołała dyskusję. Warto przytoczyć kilka nurtów owego problemu. Zdaniem Julity Makaro – wiedza, jako zbiór zdań w sensie logicznym, które można rozpatrywać w kategorii prawdy bądź fałszu – przeszkadza w „uprawianiu szeroko rozumianej publicystki”, tworzy atmosferę „niechęci” do wiedzy, a nawet jest „ukrywana” (Makaro, 2014, s. 13). Jest to spojrzenie na media, które konsekwentnie realizują własną linię światopoglądową. To rodzi również pytania, które postawił Robert Szwed – w jaki sposób wiedza i odkrycia naukowe są przedstawiane w mediach i w jakim stopniu można mówić o popularyzacji wiedzy, a w jakim o zniekształceniu wyvodu naukowego (Szwed, 2014, s. 17). Problem ten w istocie dotyczy relacji między myśleniem naukowym i potocznym. Wypada tutaj stwierdzić, iż wiedza naukowa opiera się o celowe, uporządkowane procesy nauczania, a wiedzę potoczną używa się w życiu codziennym przez wszystkich członków społeczeństwa, którą cechuje m.in. wiara w realność otaczającego świata, poczucie oczywistości, nastawienie pragmatyczne, działanie według zasady ekonomicznego wysiłku poznawczego i „ogólne założenie wzajemności perspektywy” (Ziółkowski, 2002, s. 313). Wiedza potoczna była analizowana szczególnie przez socjologię fenomenologiczną, w tym głównie przez Alfreda Schütza (1964) oraz etnometodologię. Dla Macieja Iłowieckiego artykuł popularnonaukowy powinien spełnić m.in. takie przesłanki jak – prostota w konstrukcji (formy, języka), prezentacja ciekawych rzeczy, nie przedstawianie rzeczy oczywistych, brak błędów merytorycznych czy niepodnoszenie niesprawdzonych własnych hipotez (Iłowiecki, 1987, s. 23). Natomiast Wojciech Furman analizował kontekst dziennikarstwa w relacjach pomiędzy myśleniem potocznym a naukowym, ostatecznie wyróżniając trzy grupy przekazów dziennikarskich, które występują obok siebie w analizowanych materiałach dziennikarskich (Furman, 2014, s. 11). Do pierwszej grupy należą przekazy popularne, odpowiadające myśleniu potocznemu, ukonstytuowane w świecie życia codziennego (za – Alfred Schütz). Do drugiej – przekazy poważne, weryfikujące życie codzienne, poprzez wprowadzenie odmiennych ram poznawczych oraz różnych systemów istotności. Z kolei w ramach trzeciej grupy, badacz wyróżnił przekazy dziennikarstwa precyzyjnego, reprezentującego wiedzę technologiczną opartą o racjonalne myślenie naukowe. Istotny w popularyzacji wiedzy

jest również problem edukacji medialnej (Lisowska-Magdziarz, 2012, s. 134–150), której podstawowym celem jest kształtowanie zdolności do świadomego, a więc i krytycznego użytkowania treści medialnych. Jak podnosi się w nauce, problemem jest niedostateczna edukacja w kształtowaniu kompetencji medialnych wśród młodzieży i dorosłych. Nawiązując do mediów lokalnych (z wyjątkiem czasopism naukowych), z jednej strony wiedza naukowa i popularnonaukowa prezentowana jest prostym i zwięzłym językiem, z drugiej – forma taka rodzić może fałszowanie rzeczywistości, polegającej na nieprecyzyjnym podejściu do problemu (konsekwencją może być np. stereotypowe postrzeżenie).

W popularyzacji wiedzy naukowej uczestniczą nie tylko czasopisma o charakterze naukowym, ale również inne typy mediów, zazwyczaj – regionalistyczne, wydawców samorządowych, prywatnych czy stowarzyszeń i fundacji. Szczególną wartość ma prasa regionalistyczna, skupiających się na dziejach, wartościach, tradycji społeczno-kulturowej regionu czy w odniesieniu do zasięgu rozpowszechniania periodyku (Kowalczyk, 2013a, s. 13–20). Warto przy tym nadmienić, iż Wielkopolska posiada bogate tradycje czasopiśmiennictwa regionalistycznego, co stało się kanwą opracowania Ryszarda Kowalczyka (Kowalczyk, 2013b, ss. 160). W tego typu czasopismach można mówić o tzw. edukacji regionalnej, która nie zawęża się tylko do biernego odbioru tradycji historyczno-kulturowej regionu, ale też stwarza warunki do chęci partycypowania w życiu społeczności lokalnej (Kowalczyk, 2013b, s. 26).

Cele zamieszczania tego typu treści różnią się, a weryfikuje je charakter mediów i typ nadawcy. Autorzy publikacji wpisują się w stosunkowo nowe procesy, w których dotychczasowi dysponenci wiedzy – badacze zawodowo związani z ośrodkami akademickimi, tracą swoją monopolistyczną pozycję na rzecz ruchów społecznych, organizacji pozarządowych tudzież pasjonatów zajmujących się życiem naukowym. Warto też podkreślić, że realia funkcjonowania dzisiejszej nauki wymagają połączenia wiedzy teoretycznej z praktycznymi umiejętnościami – wdrożeniem jej w obszar przedsiębiorczości lub upowszechnianiem w mediach wyników badań. Logika mediów zaś sprzyja atrakcyjnym poznawczo tematom i media poprzez swoją rolę opiniotwórczą mogą wywierać wpływ na dalsze losy innowacyjnych rozwiązań w nauce. Ten ostatni element może rodzić pytanie, czy mamy do czynienia z popularyzacją wiedzy, czy jej populizacją? W wypadku prasy lokalnej leszczyńskiego regionu wydawniczego, wydaje się, że ten problem różnie może być postrzegany, w zależności od nadawcy. Popularyzacja wiedzy w mediach, może za sprawą jej

autorów, najczęściej dziennikarzy zniekształcić jej cel główny i wartość naukową. Jak już zauważył Immanuel Kant, człowiek jako podmiot poznania wnosi do każdego aktu poznawczego swój subiektywny ogląd, co wpływa na prawdziwość uzyskanej wiedzy o rzeczywistości (Ziółkowski, 2012, s. 309).

Sposób przedstawiania wiedzy naukowej w mediach jest zróżnicowany i zależy od konstrukcji typologicznej danego medium. Inaczej przekaz będzie formułowany w mediach o tematyce sprofilowanej, aniżeli ogólnoinformacyjnej. Ponadto inny będzie „stopień trudności” w czasopismach *stricte* naukowych a popularnonaukowych czy regionalistycznych. Jednakże wspólnym celem dla wszystkich przedsięwzięć tego typu jest komercjalizacja. Ta ostatnia jest wartością oczekiwaną wśród wydawców, a często i autorów publikacji. Problem mechanizmów komercjalizacji artykułów popularnonaukowych został przedstawiony w pracy Katarzyny Jarosz (Jarosz, 2011, s. 71–81).

Czasopisma o charakterze regionalistycznym (z grupy wydawnictw samorządowych i wydawnictw stowarzyszeń) i ogólnoinformacyjnym (dzienniki, tygodniki, miesięczniki, kwartalniki oraz roczniki) popularyzują wiedzę naukową w oparciu o swoje potrzeby komercyjne. W mniejszym stopniu czynią to również wydawnictwa naukowe. Działanie takie wpisują się w wyniki badań już z lat siedemdziesiątych XX wieku, co do atrakcyjności przekazu (w rzeczy samej – prasy), czego przejawem jest większe zainteresowanie odbiorcy określonymi mediami, a więc większa sprzedaż nakładu, łatwiejszy dostęp do rynku ogłoszeniodawców i reklamodawców. Wówczas to, w 1974 roku, Blumler i Katz stworzyli teorię korzyści i gratyfikacji, o tym, co kieruje ludźmi w korzystaniu z mediów. W rezultacie pojawiły się m.in. wnioski, że odbiorca chce się czegoś dowiedzieć i pragnie miło spędzić czas. A zatem publikacja ma być na tyle atrakcyjna, by wniosła coś „nowego” do wiedzy odbiorcy i przedstawiona powinna być w taki sposób, by odbiorca czuł się usatysfakcjonowany (nie chodzi o zawartość merytoryczną treści, ale o formę przekazu). Stąd wiedza popularyzowana w mediach lokalnych leszczyńskiego regionu wydawniczego jest przedstawiana nieskomplikowanym językiem z wieloma odnośnikami w formie graficznych elementów, krótkich notatek – zawierających wyjaśnienie ekspertów co do zamieszczonej publikacji. Dominuje tematyka historyczna (historia regionu, losy ludzi z regionu) oraz poradnictwo (zdrowotne, pielęgnacyjne, prawne, psychologiczne), ale również chętnie dziennikarze podejmują się tematów odnośnie flory i fauny. W przypadku dziennika „ABC” i tygodnika „Panoramy Leszczyńskiej”,

dwumiesięcznika „Wiadomości Kościańskie”, problematyka historyczna i poradnictwo na stałe wpisało się w zawartość treści. Co więcej, te dwa ostatnie tytuły wielokrotnie zostały nagrodzone za nieprzeciętność zawartości treści (Jurga-Wosik, 2012, s. 306). Celem niniejszej publikacji jest prezentacja tytułów leszczyńskiego regionu wydawniczego, regularnie zamieszczających publikacje naukowe, popularnonaukowe i regionalistyczne. Główna teza zasadza się na twierdzeniu, iż media lokalne leszczyńskiego regionu wydawniczego popularyzują wiedzę naukową, popularnonaukową i regionalistyczną.

Problem definicji leszczyńskiego regionu wydawniczego, obejmującego obszar województwa leszczyńskiego z lat 1975–1998 został już przez autorkę przedstawiony w odrębnym opracowaniu (Jurga-Wosik, 2012, s. 306). Weryfikatorem definicyjnym prasy leszczyńskiego regionu wydawniczego jest współcześnie zasięg kolportażu i podnoszona tematyka z owego zasięgu. Trafne jest stwierdzenie M. Gieruli, iż prasa lokalna, choć często, to nie zawsze ma pokrycie z obecnym podziałem administracyjnym państwa (Gierula, 2002, s. 102). Problem regionów medialnych został w polskiej literaturze naukowej omówiony przede wszystkim przez Marka Jachimowskiego (Jachimowski, 2006), Zdaniem badacza – „granice regionów medialnych mają charakter płynny. Są inne niż granice województw, noszące charakter linearny [...] W nowych warunkach społeczno-ustrojowych decyzje polityczno-administracyjne nie wpływają już bezpośrednio na kształtowanie się granic regionów medialnych, dlatego nie sposób wyznaczyć ich w sposób arbitralny. Granice te kształtują się pod wpływem działań komunikacyjnych zbiorowości regionów medialnych i aktywności mediów konstytuujących dany region w przestrzeniach rdzeniowych oraz w obszarach granicznego współwystępowania mediów” (Jachimowski, 2006, s. 318–319). Zatem leszczyński region wydawniczy wchodzi w skład poznańskiego regionu medialnego, przy czym uwzględnia „obszary granicznego współwystępowania mediów konstytuujących regiony” (miasto Wschowa i okolice, powiat i miasto Góra) (Jachimowski, 2006, s. 312).

Rozpowszechnianie wiedzy naukowej na zgoła niedużym obszarze – z dala od wiodących ośrodków naukowych, za pośrednictwem wielu i to zróżnicowanych typologicznie mediów jest działaniem wyjątkowym na skalę Polski. Leszczyński region wydawniczy posiada bogate tradycje wydawnicze (począwszy od II poł. XIX w.) i współcześnie – pod względem inicjatyw prasowych – również wyróżnia się na tle innych ośrodków czasopiśmiennictwa w Polsce (np. poprzez posiadanie własnego dzienni-

ka „ABC” lub radia z polskim kapitałem „Radio Elka”, które odbierane jest na obszarze zamieszkałym przez ponad 1 mln ludności, zorganizowanym w 3 redakcje i uzupełnianym 10 portalami internetowymi albo z uwagi na – wielotysięczne nakłady tygodników lokalnych wydawców, wśród których prym wiedzie „Panorama Leszczyńska”). Media lokalne zawsze priorytetowo traktowały wiedzę naukową. Uwzględniały ją w swoich przemianach, traktując jako element wzbogacający treść pisma o atrakcyjne dla odbiorcy informacje. Działania te wpisują się w „zarządzanie w mediach”, czyli będą to wszelkie procesy decyzyjne odnośnie konkretnych organizacji medialnych (Nierenberg, 2011, s. 11). Przekształcenia w mediach lokalnych leszczyńskiego regionu wydawniczego dotyczą współcześnie pracy w redakcji (za Stanisławem Michalczykiem – redakcja, to „system organizacyjny”, „system biurokratyczny”, „system socjalny” oraz „system cybernetyczny”) i stylów zarządzania (za Stanisławem Michalczykiem – „zarządzanie przez motywację, zarządzanie przez rezultaty, zarządzanie przedmiotowe, zarządzanie liberalne”), co przekłada się „na jakość i ilość produkowanego materiału”, a zatem też na problem „konstrukcji rzeczywistości” (Michalczyk, 2010, s. 26). Ten ostatni element dosyć ciekawie ukazał się w badaniach porównawczych – media wielkopolskie (regionalne i lokalne) i media ogólnopolskie odnośnie kształtowania polityki historycznej związanej z wydarzeniami na Wołyniu w latach 1943–1944 (Jurga-Wosik, w druku).

W leszczyńskim regionie wydawniczym, pierwszym tytułem krzewiącym wiedzę naukową było czasopismo medyczne wychodzące w latach 1750–1753 „*Prymitiae physicomedicae faciunt collectae*”, w tłumaczeniu polskim „*Pierwociny fizykomedyczne przez tych, którzy w Polsce i poza nią medycynę uprawiają, zebrane*”. Tom pierwszy ukazał się 1 marca 1750 r. nakładem drukarni Michała Wawrzyńca Pressera w Lesznie, zawierał 240 stron, wszystkie w jęz. łacińskim. Założycielami pisma byli trzech lekarze – Ernest Jeremiasz Neufeld (medyk leszczyński, nadworny lekarz królów polskich Augusta III i Stanisława Augusta), Gottlob Ephreim Herman z Bojanowa oraz Jan Chrystian Heffter z Żytawy. Kolejne czasopisma powstawały od 1826 r. w oficynie niemieckiego drukarza Ernesta Wilhelma Gunthera z Leszna. W jego oficynie powstało 5 czasopism w języku niemieckim i 9 w języku polskim (m.in. „*Przyjaciół Ludu*”, „*Przewodnik Rolniczo-Przemysłowy*”, „*Kościół i Szkoła*”). Popularyzacja wiedzy potocznej pojawiała się w pismach wydawanych przez magistrat (np. spis ludności, informacja o skupie bydła). Wraz z rozszerzeniem zasięgu prasy następowało faktyczne umocnienie władzy lokalnej na obsza-

rze ukazywania się pisma (służyć temu miały już dwujęzyczne periodyki ukazujące się pod zaborem pruskim – np. „Lissaer Kreisblatt” („Leszczyńskie Pismo Powiatowe”, 1890–1918).

Na uwagę badacza zasługują również poniższe tytuły. Nurt pism pedagogicznych zapoczątkowało leszczyńskie „Kościół i Szkoła” (1846–1848), redaktorami byli kolejno – Maksymilian Szymański, Ludwik Urbanowicz i Karol Ney. Czasopismo „Ziemia Leszczyńska” (1932–1938), redagowana była przez Sylwestra Machnikowskiego, wydawana przez leszczyński oddział Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego, a tłoczona w „Drukarni Leszczyńskiej”. Zamieszczano w niej artykuły z zakresu demografii. Kolejne pismo – „Gazeta Polska” (1902–1939), której redaktorem odpowiedzialnym był Antoni Wolski, tłoczona była w „Drukarni Spółkowej” w Kościanie, kierowanej przez Jana Urbańskiego. Pismo obejmowało powiaty – kościański, gostyński i ziemię śmigielską. Na jej łamach oprócz treści ogólnoinformacyjnych, ogłoszeń, zamieszczane były publikacje o charakterze historycznym, popularnonaukowym, a także powieści w odcinkach. Gazetę można było kupić w księgarniach lub zaprenumerować u drukarza. Z kolei „Przyjaciół Ludu” (1834–1849), to pierwsze wielkopolskie ilustrowane czasopismo kulturalno-literackie o nakładzie sięgającym 3000 egzemplarzy. Pismo kolportowano również poza granice Wielkopolski, można je było kupić w krakowskim, w Paryżu i na Litwie. Treści poświęcone były głównie historii Polski, literaturze, sztukom pięknym, etnografii, folklorowi i krajoznawstwu. Pismo reprezentowało wielkopolski nurt pracy organicznej, wskazywało na źródła polskiej tradycji i świadomości narodowej w kulturze (w tym ludowej). Redaktorami byli kolejno – Jan Popliński (1849), Józef Łukaszewicz (1839–1845, redakcja w Poznaniu), Maksymilian Szymański (1846–1848, redakcja w Lesznie), ks. Franciszek Wawrowski (1848–1849). Współpracowali – Jędrzej Moraczewski, Marcelli Motty, Ryszard Berwiński, Franciszek Morawski, Józef Ignacy Kraszewski. Pismo było finansowo wspomagane przez Karola Marcinkowskiego, Edwarda Raczyńskiego i Antoniego Pawła Sułkowskiego. W historii czasopiśmiennictwa równie znany był „Przewodnik Rolniczo-Przemysłowy” (1836–1846), organ „Kasyna Gostyńskiego” (1835–1846, na czele z Gustawem Potworowskim), dwutygodnik o charakterze naukowym, redagowany przez Antoniego Kolińskiego. Pismo zawierało publikacje z dziedziny rolnictwa i przemysłu przetwórstwa rolniczego, kalendarze leśne i meteorologiczne, dział różności i wiadomości handlowe ze świata oraz aktualne ceny targowe z Leszna i Wschowy. Dołączano do pisma mapy i rysunki techniką litograficzną. Należy też

wspomnieć o tytule – „Kronika Gostyńska” (1928–1931), który był organem Polskiego Towarzystwa Dramatycznego im. Aleksandra hr. Fredry (Fredreum). Pismo redagowali – Stanisław Kipta, Włodzimierz Kołomłocki, Władysław Stachowski. W ciągu 11 lat wydano 10 serii o łącznej objętości 2000 stron. Pismo zawierało 300 artykułów i 200 ilustracji. Tłoczyła je „Drukarnia Antoniego Skrzyneckiego” i „Drukarnia Spółkowa” w Kościanie.

Do współczesnej prasy regionalistycznej w leszczyńskim regionie wydawniczym należą – „Zeszyty Osieckie” (od 1993 r., wyd. UMiG w Osiecznej), „Rocznik Leszczyński” (od 2000 r., wyd. Leszczyńskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk), „Rocznik Gostyński” (od 2014 r., wyd. Muzeum w Gostyniu), „Merkuriusz Leszczyński” (od 1998 r., wyd. Uczelniany Zakład Wydawniczy WSMiZ w Lesznie) i ukazujący się nieregularnie „Przyjaciel Ludu” (od 1946 r. – wyd. Blok Stronnictw Demokratycznych w Kościanie; 1990–2003 – wyd. Leszczyńskie Towarzystwo Kulturalne, a od 1999 r. Centrum Kultury w Lesznie). Na uwagę zasługuje też prasa typu informacyjnego, regularnie zamieszczająca obszernie treści o charakterze regionalistycznym – „Wiadomości Kościańskie” (od 1988 r., wyd. Przedsiębiorstwo „Aga”) i „Panorama Leszczyńska” (od 1977 r., wyd. „Panorama” Sp. z o.o.). Prasa o charakterze naukowym w leszczyńskim regionie wydawniczym to – „Scripta Comeniana Lesnensia” (od 2006 r., wyd. PWSZ w Lesznie zastąpiła „Roczniki Naukowe” (2001–2006), „Leszczyński Notatnik Akademicki” (od 2001, wyd. PWSZ w Lesznie) i „Dialogi o kulturze i edukacji” (od 2012 r., wyd. WSH w Lesznie). W przeszłości pismami regionalistycznymi, w leszczyńskim regionie wydawniczym były: „Grabonoskie Zapiski Regionalne” (1991–2011, Muzeum im. Edmunda Bojanowskiego w Grabonogu), „Rydzyniak” (1990–1998, wyd. Towarzystwo Przyjaciół Ziemi Rydzynskiej), „Kwartalnik Górowski” (2003–2013; wyd. Powiatowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli), „Rocznik Leszczyński (1977–1985 – wyd. Wydział Kultury i Sztuki Urzędu Wojewódzkiego; od 2000 r. – wyd. Leszczyńskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk) i „Zeszyty Lubińskie” (1991–1997, wyd. Towarzystwo Miłośników Ziemi Kościańskiej). W prasie wydawców samorządowych czasopism ogólnoinformacyjnych pojawia się wiedza popularnonaukowa w kontekście działań władzy lokalnej (np. w ramach nauki o zdrowiu, rozpatrywane są problemy uzależnień z nawiązaniem do gminnych lub miejskich instytucji rozwiązujących ów problem), połączenie modelu dziennikarstwa interpretacyjnego z modelem usługowym. W prasie wydawców prywatnych dominuje usługowy model dziennikarstwa w propagowaniu

wiedzy naukowej – porady: psychologa, dietetyka, kosmetologa i prawnika (tygodnik, „Panorama Leszczyńska”, dziennik „ABC”) oraz model interpretacyjny – materiały z zakresu historii regionu (sylwetki, wydarzenia, miejsca pamięci – „Wiadomości Kościańskie”, „Panorama Leszczyńska”). Lokalne media ogólnoinformacyjne wspierają media regionalistyczne i naukowe, w postaci publikacji informacji o tego typu inicjatywach (nowych i kontynuowanych). Ponadto, w materiałach niedziennikarskich prezentowana jest wiedza popularnonaukowa (np. krzyżówki).

Pisma popularnonaukowe i publicystyczne ze względu na swoją sprofilowaną tematykę – nie potrzebowały wysokich nakładów, by znaleźć stałych czytelników. Prasa regionalistyczna oraz prasa samorządowa ogólnoinformacyjna dostępna jest w sprzedaży detalicznej (lub nieodpłatnej w przypadku czasopism samorządowych) w miejskich centrach użyteczności publicznej (instytucje samorządowe i jednostki im podległe). Prasa wydawana przez szkoły wyższe jest dostępna w księgarniach tychże placówek, a prasa wydawców prywatnych – ogólnoinformacyjna kolportowana jest na szerszą skalę w sprzedaży detalicznej – w punktach handlowych (sieciowych, niesieciowych, z opcją lub bez firmy kolporterskiej), także – w prenumeracie w formie tradycyjnej lub w postaci e-gazety. Na uwagę zasługują również twórcy powyższych czasopism. W prasie szkół wyższych publikują eksperci i regionaliści (pasjonaci, dziennikarze), a w prasie regionalistycznej i ogólnoinformacyjnej – eksperci, pasjonaci i dziennikarze. Współcześnie do najbardziej znanych twórców w leszczyńskim regionie wydawniczym należą – regionalista dr Stanisław Jędraś (red. „Zeszytów Osieckich”) i dziennikarze – Jerzy Zielonka oraz Jerzy Wizerkaniuk.

Wnioski z badań są następujące:

1. Wszędzie tam, gdzie były silne tradycje czasopiśmiennictwa, współcześnie ukazuje się prasa lokalna typu regionalistycznego i naukowego (np. w Gostyniu: pod zaborem pruskim – „Przewodnik Rolniczo-Przemysłowy”, w okresie międzywojennym – „Kronika Gostyńska”, a współcześnie – „Rocznik Gostyński”).
2. Prasa ogólnoinformacyjna (zawierająca treści regionalistyczne lub naukowe) w badanym obszarze reprezentuje użyteczny model dziennikarstwa, który przejawia się w prezentowaniu wiedzy popularnonaukowej w sposób najbardziej użyteczny dla czytelnika (np. pozwala zrozumieć drugiego człowieka – realizowana jest przez media funkcja wzorotwórcza 0, 5–3 stron) oraz model dziennikarstwa interpretacyjnego w postaci prezentowania treści regionalistycznych, najczęściej w formie eseju (1–2 strony).

3. Powstanie tytułów naukowych jest efektem funkcjonowania kilku szkół wyższych w Lesznie.
4. Treści o charakterze regionalistycznym, popularnonaukowym czy naukowym, w każdym przypadku – mogą uzupełnić braki edukacyjne, rozwiązać wątpliwości, budzić i rozwijać zainteresowania odbiorcy, ale zależy to od możliwości dotarcia prasy do czytelnika i jego kompetencji medialnych. Z uwagi na różnorodność form kolportażu prywatnej prasy ogólnoinformacyjnej, rozpowszechnianie wiedzy zawartej w tego typu prasie jest skuteczniejsze (trafia do szerszego odbiorcy), aniżeli w przypadku mediów samorządowych, regionalistycznych czy naukowych leszczyńskiego regionu wydawniczego.
5. O silnym umocowaniu prasy lokalnej w tradycji czasopiśmienniczej leszczyńskiego regionu wydawniczego świadczyć może powrót współczesnych tytułów do nazw swoich poprzedników, *de facto* prasy, która chętnie podnosiła temat badań naukowych, np. „Przyjaciół Ludu” (1839–1849; 1946 – wyd. Blok Stronnictw Demokratycznych w Kościanie; 1990–2003 – wyd. Leszczyńskie Towarzystwo Kulturalne, a od 1999 r. Centrum Kultury w Lesznie), „Gazeta Gostyńska (1903–1904 oraz 1913–1919 – wyd. Ruch Narodowo-Demokratyczny; 1990–2000 – wyd. Stowarzyszenie Kasyno Gostyńskie”)), „Rocznik Leszczyński” (1977–1985 – wyd. Wydział Kultury i Sztuki Urzędu Wojewódzkiego; od 2000 r. – wyd. Leszczyńskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk).

Powyższe uwagi i wnioski mogą być wstępem do dalszych analiz, z zakresu badań nad analizą zawartości mediów.

Bibliografia

- Gierula M. (2005), *Polska prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Franczak K. (2014), *Upowszechnianie wiedzy – popularyzacja czy kopulizacja?*, w: *Materiały z I Konferencji Naukowej Media – Dziennikarze – Wiedza. Media masowe w procesach rozpowszechniania i popularyzacji wiedzy*. 26–27 czerwca 2014 r., IDiKS UJ w Krakowie.
- Furman W. (2014), *Dziennikarstwo jako pomost pomiędzy myśleniem potocznym a myśleniem naukowym*, w: *Materiały z I Konferencji Naukowej Media – Dziennikarze – Wiedza. Media masowe w procesach rozpowszechniania i popularyzacji wiedzy*. 26–27 czerwca 2014 r., IDiKS UJ w Krakowie.
- Howiecki M. (1987), *Trochę o pokłosiu konkursu*, „Problemy”, nr 2.

- Jachimowski M. (2006), *Regiony periodycznej komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Jarosz K. (2011), *Komercjalizacja nauki i mechanizmy podnoszenia atrakcyjności artykułów popularnonaukowych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3–4.
- Jurga-Wosik E. (2012), *Dwie dekady przeobrażeń mediów lokalnych południowo-zachodniej Wielkopolski*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 1.
- Jurga-Wosik E. (2015), *Organizacja i przekształcenia strukturalno-jakościowe mediów lokalnych leszczyńskiego regionu wydawniczego*, w: *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, red. W. Furman, P. Kuca, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Jurga-Wosik E., *Stosunki polsko-ukraińskie w mediach a „konflikt pamięci”*, WNPiD UAM w Poznaniu, w druku.
- Karwat M., Ziółkowski J., (2013), *Leksykon pojęć politologicznych*, Dom wydawniczy ELIPSA, Warszawa.
- Kołodziej J. H. (2011), *Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie*, Księgarnia Akademicka, Kraków.
- Kowalczyk R. (2013a), *Czasopiśmiennictwo regionalistyczne w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe Scriptorium, Opole.
- Kowalczyk R. (2013b), *Zarys czasopiśmiennictwa regionalistycznego w Wielkopolsce po drugiej wojnie światowej*, Wydawnictwo Naukowe Scriptorium, Opole.
- Lisowska-Magdziarz M. (2012), *Edukacja Medialna. Pytania, postulaty, program badawczy*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 4.
- Makaro J. (2014), *Epistemofobia mediów?*, w: *Materiały z I Konferencji Naukowej Media – Dziennikarze – Wiedza. Media masowe w procesach rozpowszechniania i popularyzacji wiedzy. 26–27 czerwca 2014 r.*, IDiKS UJ w Krakowie.
- Michalczyk S. (2010), *Obszary badawcze w komunikowaniu lokalnym*, w: *Media lokalne i dziennikarstwo. Aspekty współczesne i historyczne*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Michalczyk, Krakowska Szkoła Wyższa im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków.
- Nierenberg B. (2011), *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Szwed R. (2014), *Medialne reprezentacje wiedzy w mediach – popularyzacja vs wulgaryzacja nauki*, w: *Materiały z I Konferencji Naukowej Media – Dziennikarze – Wiedza. Media masowe w procesach rozpowszechniania i popularyzacji wiedzy. 26–27 czerwca 2014 r.*, IDiKS UJ w Krakowie.
- Ziółkowski M. (2002), *Wiedza*, w: *Encyklopedia Socjologii*, Wydawnictwo Oficyna Naukowa, t. 4, Warszawa.

**Promotion of knowledge in the local media
of the Leszczyński publishing region**

Summary

Regardless of the type of publisher, the local press of the Leszczyński publishing area (covering the territory of the former Leszczyński region) is to a large extent committed to the promotion of knowledge, particularly in the field of the humanities. Academic periodicals, in turn, mainly promote the knowledge of the exact sciences to a larger extent than other types of media. In local periodicals, whether owned by the local government or private owners, topics related to regional studies dominate. There is also an abundance of articles in the field of psychology, pedagogy, dietetics, cosmetology and innovations in agriculture in this type of periodical. The local media of the Leszczyński area have been committed to the promotion of knowledge since the beginnings of the local press there, that is since the middle of the 19th century. The purpose of this paper is to present the periodicals issued in the Leszczyński publishing area that regularly publish academic and popular articles and to emphasise the readers' demands for such content.

Key words: promotion of knowledge, local media, Leszczyński publishing area