

## NA PRZEŁOMIE MEDIALNYCH EPOK. 25 LAT „GOŚCIA KOSZALIŃSKO-KOŁOBRZESKIEGO”

### Wstęp

Pierwszy numer „Gościa Koszalińsko-Kołobrzeskiego” ukazał się 6 lutego 1994 r. Decyzję o tym, aby wydawane od kilku lat diecezjalne pismo „Wierzę” stało się lokalnym dodatkiem do ogólnopolskiego tygodnika „Gość Niedzielny”, podjął ówczesny ordynariusz koszalińsko-kołobrzeski bp Czesław Domin. Pochodzący z archidiecezji katowickiej hierarcha znał wartość tego medialnego dzieła i postanowił przeszczepić je na Ziemię Odzyskaną.

W specjalnym „Słowie” opublikowanym na pierwszej stronie pierwszego numeru, witając „Gościa Niedzielnego” na Pomorzu Środkowym, biskup nawiązał do postaci św. Maksymiliana Kolbego, jednego z patronów diecezji koszalińsko-kołobrzeskiej, którego 100. rocznicę urodzin wtedy świętowano. Wspomniał o jego wizjonerskim patrzaniu na Kościół, w którym rola mediów była nieodzowna. Biskup napisał: „Musimy sobie uświadomić, że do głoszenia Ewangelii nie wystarczy sama ambona w kościele. Konieczną rzeczą jest, by słowo Boże dotarło w formie drukowanej, radiowej, a nawet telewizyjnej do jak największej liczby domów”<sup>2</sup>.

Przez 25 lat istnienia redakcji w Koszalinie ukazało się ponad 1,3 tys. numerów „Gościa Koszalińsko-Kołobrzeskiego” – przez pierwsze 10 lat wciąż pod nazwą „Wierzę”<sup>3</sup>. Historia koszalińskiej redakcji pokazuje też, jak szybko i radykalnie zmieniają się media, głównie pod wpływem nowych technologii.

### Osoby i miejsca

Przez 25 lat istnienia koszalińskiej redakcji „Gościa Niedzielnego” kierowało nią 6 osób: ks. Józef Turkiel<sup>4</sup> (1994–1995), Maria Szypszak (1995–1997), ks. Edward

<sup>1</sup> Ks. dr Wojciech Parfianowicz – prezbiter diecezji koszalińsko-kołobrzeskiej, doktor komunikacji społecznej i instytucjonalnej, rzecznik prasowy Kurii Biskupiej Koszalińsko-Kołobrzeskiej, wykładowca komunikacji społecznej w Wyższym Seminarium Duchownym w Koszalinie, kierownik koszalińskiego oddziału „Gościa Niedzielnego”; e-mail: wojciech.parfianowicz@gosc.pl.

<sup>2</sup> „Słowo biskupa diecezjalnego z okazji połączenia dwutygodnika «Wierzę» z tygodnikiem «Gość Niedzielny»”, *Gość Koszalińsko-Kołobrzeski* 1 (1994): I.

<sup>3</sup> Pismo „Wierzę”, jako samodzielny dwutygodnik diecezjalny, wydawane było w latach 1990–1994. Ukazało się w sumie 99 jego numerów. Po tym, jak w roku 1994 powstała koszalińsko-kołobrzeska edycja „Gościa Niedzielnego”, jej tytuł „Wierzę” został utrzymany do kwietnia 2004 r.

<sup>4</sup> Ks. Józef Turkiel od samego początku, czyli od 15 kwietnia 1990 r., aż do połączenia z „Gościem Niedzielnym” kierował też redakcją diecezjalnego dwutygodnika „Wierzę”.

Sienkiewicz (1997–2005), ks. Dariusz Jaślarz (2005–2012), a obecnie ks. Wojciech Parfianowicz (2012–).

Z redakcją współpracowało wiele osób funkcjonujących np. jako korespondenci w różnych miejscach diecezji. Ich związek z „Gościem Niedzielnym” był mniej lub bardziej formalny. Osoby, które zostały zatrudnione przez wydawcę<sup>5</sup> przynajmniej na pół etatu, to: Zbigniew Danielewicz, Izabela Kochanowska, Bernard Konarski, Justyna Liptak, śp. Julia Markowska (zm. 2011 r.)<sup>6</sup>, Katarzyna Matejek, Karolina Pawłowska, Ilona Piotrowska, Janusz Rautszko, Emilia Rogowska, Tadeusz Rogowski, Justyna Steranka, Anetta Wiśniewska i ks. Zbigniew Zalewski.

Kilkukrotnie zmieniała się także siedziba koszalińskiej redakcji. Najpierw mieściła się ona w budynku kurii biskupiej przy ul. Kard. St. Wyszyńskiego 25. W roku 1998 została przeniesiona do kamienicy przy ul. Piłsudskiego 6. Od roku 2006 mieści się w budynku przy ul. Stoczniowców 11–13.

### Przyspieszenie technologiczne

Tomasz Goban-Klas w książce *Media i komunikowanie masowe* w podrozdziale „Od tam-tamu do Internetu” proponuje podział historii ludzkości na ery ze względu na dominujące w danym okresie sposoby komunikowania się. Mówi zatem o najstarszej „erze sygnałów i znaków”, w której praludzie porozumiewali się ze sobą przy pomocy prostych dźwięków i obrazów. Między 90. a 40. tysiącleciem p.n.e. można już mówić o „erze mowy i języka”. „Era pisma” nastaje ok. 3 tys. lat przed narodzeniem Chrystusa. Następnie, w XV w., dzięki wynalazkowi Gutenberga, świat wkroczył w „erę druku i komunikowania masowego”. Wystarczyło już tylko kilka wieków, aby w dziedzinie komunikacji nastąpiła kolejna znacząca zmiana pozwalająca na mówienie o erze, tym razem „erze telekomunikacji i informatyzacji”. Druga połowa XX w. to już bez wątpienia „era komputera” czy też – dokładniej mówiąc – Internetu<sup>7</sup>.

Zaproponowany podział ukazuje niezwykle przyspieszenie w rozwoju środków komunikacji międzyludzkiej. Kolejne ery trwają coraz krócej, a znaczące zmiany dokonują się coraz szybciej – już nie w ciągu tysiącleci czy wieków, ale dekad. Dzisiaj nawet 25 lat w historii mediów to w rzeczywistości bardzo dużo. Doskonale widać to po tym, jak zmieniał się „Gość Koszalińsko-Kołobrzeski” zaledwie przez okres ćwierćwiecza.

Weźmy pod uwagę sam zewnętrzny wygląd gazety, który ulegał zmianie wielokrotnie, ukazując też głębsze procesy przeobrażania się mediów. Generalna tendencja zmiany wyglądu polegała na stopniowym zmniejszaniu się formatu strony, zwiększa-

<sup>5</sup> W latach funkcjonowania „Gościa Koszalińsko-Kołobrzeskiego” wydawcą tygodnika „Gość Niedzielny” było Wydawnictwo Kurii Metropolitalnej w Katowicach, a od roku 2015 – Instytut Gość Media.

<sup>6</sup> Julia Markowska zmarła nagle w wieku 32 lat. Pracowała w koszalińskiej redakcji w latach 2006–2010.

<sup>7</sup> Tomasz Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe* (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009), 13–17. Klasycznymi badaczami tych zjawisk byli przedstawiciele tzw. „Szkoły Toronto”: Harold Innis oraz Marshall McLuhan. Porównaj Katarzyna Sitkowska, „Kulturowy wymiar ewolucji mediów w ujęciu przedstawicieli «Szkoły Toronto»”, *Kultura – Media – Teologia* 11 (2012): 42–54.

niu się ilości zdjęć przy kurczącej się ilości tekstu. Jest to trend widoczny w polskich tygodnikach opinii, począwszy od lat 90. XX w.<sup>8</sup>

Jeśli chodzi o rozmiar strony gazety, ulegał on zmianie kilka razy. Kiedy powstała redakcja w Koszalinie, tygodnik „Gość Niedzielny” ukazywał się w tzw. formacie *compact* (zbliżony do A3). Choć był on wyraźnie większy od obecnego, określanego mianem *tabloidowego*<sup>9</sup> (zbliżony do A4), to nadal zaliczany był do formatów małych w porównaniu do tzw. formatu *broadsheet*, którym przez wiele lat posługiwał się choćby „Tygodnik Powszechny”. Taka gazeta po rozłożeniu tworzyła prawie metr kwadratowy zapisanej powierzchni.

Pierwszy numer „Gościa Koszalińsko-Kołońskiego” w typowym formacie *tabloidowym* ukazał się w roku 2002. Wcześniej zmiana nastąpiła także w roku 2000, natomiast obecny format gazety wydawany jest od roku 2005. W roku 2017 „Gość Niedzielny” zmienił także swój logotyp.

Na przykładzie kolejnych wersji makiety graficznej tygodnika można zauważyć wspomnianą wyżej tendencję malejącą, jeśli chodzi o ilość tekstu na stronie i tendencję rosnącą, jeśli chodzi o ilość i wielkość zdjęć. Tekst stopniowo przegrywa z elementami graficznymi, głównie ze zdjęciami, dużymi tytułami i leadami. Dzisiaj strona zadrukowana tekstem bez elementów graficznych czy zdjęcia jest nie do pomyślenia. W latach 90. XX w. było to jeszcze dość częste, choć procesy wizualizacyjne przekazu prasowego były już w toku i bardzo przyspieszały<sup>10</sup>. Jeszcze kilka lat temu na jednej stronie „Gościa Koszalińsko-Kołońskiego”, jeśli artykuł zawierał jedno zdjęcie, mieściło się nawet ponad 5 tys. znaków ze spacjami. Obecnie, przy najnowszej makiecie graficznej, teksty rzadko przekraczają 3,5 tys. znaków. Jest to zgodne z opisywanym współcześnie zjawiskiem *visual literacy*<sup>11</sup>. Ogromne znaczenie w procesie wizualizacji miał rozwój fotografii cyfrowej. Ułatwił on przesył zdjęć z oddziału do centrali w Katowicach, gdzie gazeta jest składana.

Szybkie procesy transformacji w mediach widać też po tym, jak na przestrzeni ostatnich 25 lat zmieniał się sposób pracy w koszalińskiej redakcji „Gościa Niedzielnego”. Jak wspomina Maria Szypszak, która w redakcji pracowała od samego początku, przez pierwsze lata jej istnienia korespondenci przysyłali swoje teksty pisane ręcznie<sup>12</sup>. W gazecie zatrudniona więc była osoba zajmująca się ich przepisywaniem na maszynie i korektą. Następnie materiały przygotowane do wydania wysyłano do redakcji

<sup>8</sup> Tomasz Mielczarek, *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości* (Warszawa: Universitas, 2018). W pierwszym rozdziale książki autor zastanawia się m.in. nad tym, czy współcześnie można mówić o tygodnikach opinii czy raczej o ilustrowanych magazynach społecznych.

<sup>9</sup> Nazwa *tabloid* nie odnosi się tylko do treści kojarzonej jako płytka, sensacyjna i mało wartościowa, ale również do formatu, który jest poręczny i wygodny dla czytelnika. Dzisiaj wiele poważnych tytułów, w tym większość tygodników, używa takiego rozmiaru papieru.

<sup>10</sup> Tomasz Piekot, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych* (Kraków: TAIWPN Universitas, 2013).

<sup>11</sup> Joanna Szylo-Kwas, „Odbiór fotografii prasowej w kontekście wizualnego alfabetyzmu (*visual literacy*)”, *Studia Medioznawcze* 1, 76 (2019): 29–41.

<sup>12</sup> Wojciech Parfianowicz, „25 lat między wierszami”, *Gość Koszalińsko-Kołoński* 5 (2019): VI–VII.

w Katowicach w specjalnie przygotowanej kopercie listem poleconym. Powodowało to nieraz 3-tygodniowy poślizg, jeśli chodzi o aktualność materiałów.

Pod koniec lat 90. XX w. w redakcji pojawił się faks. Niestety, jak wspomina ks. Edward Sienkiewicz (kierownik oddziału w latach 1997–2005), urządzenie nie zawsze działało, co powodowało nieraz konieczność dowiezienia materiałów z Koszalina do Katowic samochodem<sup>13</sup>.

Połączenie internetowe zostało zainstalowane dopiero na przełomie wieków. Nie tylko usprawniło kontakt redakcji koszalińskiej z centralą w Katowicach, ale w niedługim czasie znacząco zmieniło funkcjonowanie gazety.

### Rewolucja internetowa

W przytoczonym powyżej „Słowie” bp. Czesława Domina, witającym „Gościa Niedzielnego” w diecezji koszalińsko-kołobrzeskiej, wyrażenie „Internet” w ogóle nie pada. To kolejny dowód na to, jak szybkie i zaskakujące są zmiany w świecie mediów. W roku 1994 biskup nawet nie wspomina o rzeczywistości, która za kilkanaście lat radykalnie zmieni zakładaną przez niego redakcję.

Wyrażenie „rewolucja internetowa” z pewnością nie jest tutaj na wyrost. Cały świat, w tym także świat mediów, funkcjonuje dziś w nowej rzeczywistości, którą Manuel Castells określa mianem „Galaktyki Internetu”<sup>14</sup>. Wpływ globalnej sieci WWW (World Wide Web) na funkcjonowanie tzw. mediów tradycyjnych jest niekwestionowany. Dzisiaj trudno już sobie wyobrazić działalność redakcji telewizyjnej, radiowej czy gazetowej bez odpowiedniej strony internetowej, na której materiały dostępne są 24 godziny na dobę w formie multimedialnej. Internet zmienił zarówno odbiorcę mediów, jego oczekiwania, jak i same media. Wpłynął także na pracę dziennikarza.

Nikogo dziś nie dziwi możliwość nie tylko posłuchania, ale także obejrzenia w formie wideo wywiadu radiowego. Odbiorca treści publikowanych przez redakcję gazety, oprócz tekstu i zdjęć, oczekuje też materiałów multimedialnych. Miłośnik telewizji nie chce być ograniczony programem ustalonym przez kogoś innego. Oczekuje dostępu do ulubionych treści na platformie VOD<sup>15</sup>, uprawiając często tzw. *binge-watching*<sup>16</sup>.

Rewolucja internetowa nie mogła więc także ominąć „Gościa Niedzielnego” oraz jego lokalnych redakcji diecezjalnych. Uruchomienie w październiku roku 2012 portalu [koszalin.gosc.pl](http://koszalin.gosc.pl) zmieniło wiele. Sprawilo, że tygodnik stał się właściwie dziennikiem, który informuje o wydarzeniach w diecezji na bieżąco. Wskutek tego gromadzenie

<sup>13</sup> Parfianowicz, „25 lat między wierszami”, VI–VII.

<sup>14</sup> Hiszpański socjolog, laureat Nagrody Holberga, użył takiego określenia, parafrazując słynne słowa Marshalla McLuhana, który analizując historię mediów, mówił o „Galaktyce Gutenberga”, czyli o okresie przed powstaniem telewizji, kiedy to umysły odbiorców formowane były głównie przez książki. Manuel Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem* (Poznań: Rebis, 2003).

<sup>15</sup> VOD, z ang. *video on demand*. Przekładając z języka angielskiego, oznacza „wideo na życzenie” lub „wideo na żądanie”; „Co oznacza skrót VOD? O serwisach i modelach dystrybucji filmów i seriali”, dostęp 11.06.2019, <https://vodnews.pl/co-to-jest-vod-dystrybucja-filmow-i-seriali-w-internecie>.

<sup>16</sup> *Binge-watching* to ciągle oglądanie np. całego sezonu serialowego na raz.

i publikowanie materiałów nabrało zupełnie innego charakteru. Dziennikarz obsługujący dane wydarzenie musi wziąć pod uwagę konieczność publikacji wytworzonych treści jak najszybciej po jego zakończeniu. Jego praca nie polega już tylko na zbieraniu materiału i pisaniu tekstów. Jest on jednocześnie fotoreporterem, który musi znać się na obróbce zdjęć, a także, przynajmniej w podstawowym zakresie, na montażu audio i wideo. Jest także zobowiązany do promocji swoich materiałów w mediach społecznościowych.

Również sposób pisania tekstów do Internetu jest nieco inny niż do wersji drukowanej. Zarówno tytuły, leady, jak i samo rozłożenie treści muszą brać pod uwagę reguły SEO<sup>17</sup>. Nie można więc tekstu do wydania drukowanego napisać tak samo, jak do wydania online. Strona internetowa „Gościa Koszalińsko-Kołońskiego” nie jest bowiem po prostu cyfrową wersją gazety, którą można kupić co tydzień w parafii czy w innym miejscu dystrybucji. Jest właściwie niezależnie istniejącym portalem informującym o życiu lokalnego Kościoła. W związku z tym gazeta drukowana coraz bardziej traci swój walor informacyjny. Znacząco wpływa to na planowanie zawartości każdego wydania. Są teksty, które ukazują się tylko w sieci (najczęściej relacje z niektórych wydarzeń) lub tylko w wydaniu drukowanym (najczęściej teksty o charakterze reportażowym).

Dostosowanie się do nowej sytuacji wymaga więc od dziennikarzy nie tylko nabycia nowych umiejętności, ale także zmian na poziomie mentalnym. Wciąż powraca pytanie, które wydanie tygodnika powinno być priorytetowe: papierowe czy internetowe? Na pewno, jeśli chodzi o kolejność pracy nad materiałem, najczęściej wersja do druku musi oddać pierwszeństwo wersji do publikacji online. Czy jednak niekwestionowana szybkość Internetu, a także zmniejszająca się liczba sprzedawanych egzemplarzy gazety oznacza, że druk odchodzi do lamusa?<sup>18</sup>. Eryk Mistewicz twierdzi, że: „Mądra synergia opiniotwórczych – coraz bardziej elitarnych – mediów papierowych i masowego online jest przyszłością wpływu, kreowania postaw, budowania opinii publicznej”<sup>19</sup>. Medioznawca pisze także: „Papier to wciąż reputacja, powaga, renoma. Radość z wydawania wersji tradycyjnej pisma, wspieranego w mądry sposób Internetem – szczególnie jeśli chodzi o tworzenie dużych zasięgów, docieranie do dużych grup Czytelników”<sup>20</sup>. Są jednak i tacy, którzy wieszczą dość szybki i nieuchronny koniec

<sup>17</sup> SEO, z ang. *Search Engine Optimization*. Chodzi o działania (używanie odpowiednich słów, konstrukcji zdań, linków) mające na celu lepsze pozycjonowanie materiałów w wyszukiwarkach internetowych.

<sup>18</sup> Z danych, którymi dysponuje kuria biskupia w Koszalinie, wynika, że sprzedaż „Gościa Niedzielnego” w diecezji koszalińsko-kołońskiej systematycznie spada. Podobnie dzieje się z tygodnikiem ogólnopolskim. Mimo to z danych Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, publikowanych systematycznie przez portal wirtualnemedial.pl, wynika, że „Gość Niedzielnny” jest wciąż najlepiej sprzedającym się tygodnikiem opinii w Polsce. O trendach na rynku prasy drukowanej, spadku sprzedaży oraz wpływów z reklam pod wpływem nowych technologii, która tworzy wśród odbiorców tzw. kulturę darmowości: Porównaj Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek, „Zmiany na rynku prasowym w Polsce pod wpływem nowych technologii i Internetu”, *Rocznik Historii Prasy Polskiej* 4, 48 (2017): 6–28.

<sup>19</sup> Eryk Mistewicz, „W papierze”, *Wszystko co Najważniejsze* 3 (2018): 3.

<sup>20</sup> Mistewicz, „W papierze”, 3.

prasy drukowanej<sup>21</sup>. Taką opinię wyraził w lutym 2018 r. w wywiadzie dla telewizji CNBC Mark Thompson, prezes New York Times Company<sup>22</sup>.

Prof. Wiesław Godzic, medioznawca ze Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie, uważa jednak, że „słabnący segment prasy drukowanej to konsekwencja wyboru przez odbiorców określonego rodzaju treści, a nie sposobu ich dystrybucji”<sup>23</sup>. Nie chodzi więc tylko o sam postęp technologiczny, ale także bardziej złożone trendy społeczne opisujące zachowanie odbiorców mediów. Poza tym, jak przekonuje Howard Owens, pionier cyfrowych mediów, autor pierwszej amerykańskiej strony internetowej grupującej treści tygodników, wraz z ewentualną śmiercią gazet drukowanych nie musi umrzeć prawdziwe dziennikarstwo. Dziennikarze nadal mogą wytwarzać interesujące treści, które mają wartość<sup>24</sup>.

Z pewnością dzięki stronie internetowej oddziaływanie redakcji koszalińskiej „Gościa Niedzielnego” jest znacznie szersze niż tylko w przypadku wydania papierowego. Przez 7 lat istnienia strony [www.koszalin.gosc.pl](http://www.koszalin.gosc.pl) pojawiło się na niej ok. 4,2 tys. artykułów oraz ponad 2,5 tys. galerii, w których znajduje się ok. 80 tys. zdjęć, nie wspominając innych multimediów. Witrynę odwiedziło ponad 700 tys. osób<sup>25</sup>. Na dzisiaj nie ma bowiem innego medium tak szeroko opisującego działalność diecezji koszalińsko-kołobrzeskiej. Dzięki publikacjom na stronie internetowej materiały przygotowywane przez redakcję koszalińską trafiają do mediów ogólnopolskich, nie tylko katolickich, a także są cytowane przez lokalne rozgłośnie radiowe jako źródło informacji o diecezji.

Przez 7 lat funkcjonowania strony miała już ona 3 wersje graficzne. Obecnie trwają prace nad kolejną, dostosowaną jeszcze bardziej do wymagań portali społecznościowych i multimediów.

Oczywiście, w przypadku tygodnika katolickiego zainteresowanie Internetem nie wynika jedynie z konieczności dostosowania się do nowej sytuacji technologicznej. Kościół widzi w Internecie wielką szansę duszpasterską na docieranie z Dobrą Nowiną do współczesnego człowieka<sup>26</sup>.

Podsumowując, można powiedzieć, że przez 25 lat „Gość Koszalińsko-Kołobrzeski” zmienił się radykalnie, zarówno jeśli chodzi o zewnętrzny wygląd, jak i sposób pracy redakcji. Najbardziej brzemiennej w skutki zmianą było utworzenie stron inter-

<sup>21</sup> Tomasz Mielczarek, *Raport o śmierci polskich gazet* (Warszawa: Aspra, 2012).

<sup>22</sup> PS, „Mark Thompson: Drukowany «The New York Times» przetrwa najwyżej 10 lat”, dostęp 6.06.2019, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/the-new-york-times-koniec-wersji-drukowanej-mark-thompson>.

<sup>23</sup> PS, „Prasa drukowana przetrwa, ale jako towar ekskluzywny i niszowy (opinie)”, dostęp 11.06.2019, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/prasa-drukowana-przetrwa-ale-jako-towar-ekskluzywny-i-niszowy-opinie>.

<sup>24</sup> Howard Owens, „Co mogą zrobić dziennikarze, aby uratować dziennikarstwo?”, *Nowe Media* 1 (2012): 53–54.

<sup>25</sup> Dane uzyskane na podstawie narzędzia Google Analytics.

<sup>26</sup> Wojciech Parfianowicz, „Komunikacja w Internecie jako szansa dla Kościoła na skuteczne funkcjonowanie na rynku medialnym na przykładzie diecezji koszalińsko-kołobrzeskiej. Website Communication Model: narzędzie do analizy jakościowej portali internetowych”, *Studia Koszalińsko-Kołobrzeskie* 21 (2014): 265–280.

netowych poszczególnych oddziałów lokalnych, w tym oddziału koszalińskiego [www.koszalin.gosc.pl](http://www.koszalin.gosc.pl).

### Poszukiwanie tożsamości

Od samego początku istnienia redakcji „Gościa Niedzielnego” w Koszalinie obecne było pytanie o jej tożsamość. Problem polega bowiem na umiejętnym połączeniu lokalności dodatku diecezjalnego z ogólnopolskim charakterem całej gazety.

Na początku istnienia redakcji w Koszalinie, która była jedną z pierwszych redakcji zamiejscowych „Gościa Niedzielnego”<sup>27</sup>, pojawił się problem, który sygnalizowały także inne oddziały. Chodziło o konieczność swego rodzaju oderwania się tygodnika, który miał aspiracje, aby stać się ogólnopolskim pismem opiniotwórczym, od dominującej w nim mentalności śląskiej. Ks. Edward Sienkiewicz, kierownik redakcji w Koszalinie w latach 1997–2005, widzi rolę oddziałów diecezjalnych w tym procesie. – „Gość Niedzielnny” był bardzo śląski. Przychodziła do diecezji gazeta z dołączonym naszym dodatkiem, który w ogóle do niej nie pasował. Odbyło się wiele rozmów na ten temat. Mówiono: „To nas nie interesuje”. To, że „Gość Niedzielnny” stał się pismem opiniotwórczym i tak znanym w Polsce, to też jest owoc tego, że powstały oddziały diecezjalne<sup>28</sup>.

Nieustannie toczy się też dyskusja na temat charakteru samego dodatku. Czy jego zadaniem jest jedynie relacjonowanie wydarzeń diecezjalnych, co czyniłoby z niego swego rodzaju kronikę, czy też mają pojawiać się w nim materiały o charakterze reportażowym oraz pogłębione teksty na tematy bardziej ogólne? Jedno z ostatnich wewnętrznych zarządzeń redakcyjnych sugeruje na przykład, aby dziennikarze oddziałów lokalnych brali pod uwagę planowane tematy w grzbiecie głównym i, w miarę możliwości, starali się podejmować podobne zagadnienia w tym samym numerze na poziomie lokalnym.

### Więcej niż gazeta

Działalność „Gościa Koszalińsko-Kołobrzeskiego” nie ogranicza się jedynie do publikowania materiałów w gazecie oraz na stronie internetowej. Redakcja zaznacza swoją obecność w diecezji na różne sposoby, ważne nie tylko ze względów ewangelizacyj-

<sup>27</sup> W 1992 r. powstały redakcje w diecezjach: bielsko-żywieckiej, gliwickiej, katowickiej, opolskiej i kieleckiej. W 1993 r. – w diecezji tarnowskiej. W 1994 r. razem z redakcją w Koszalinie powstały także oddziały w Krakowie i Sandomierzu. Obecnie jest 20 oddziałów diecezjalnych. Najmłodszy z nich powstał w roku 2015 w Elblągu.

<sup>28</sup> Niepublikowane fragmenty rozmowy z ks. Edwardem Sienkiewiczem przeprowadzonej przy okazji redagowania materiału jubileuszowego, który ukazał się w *Gościu Koszalińsko-Kołobrzeskim* 5 (2019): Redakcja, „To już ćwierć wieku!”, *Gość Koszalińsko-Kołobrzeski* 5 (2019): I; Karolina Pawłowska, „Prowokujcie do stawiania pytań. O «zmierzchu papieru» i wyzwaniach na następne ćwierć wieku mówi bp Edward Dajczak”, *Gość Koszalińsko-Kołobrzeski* 5 (2019): III; Wojciech Parfianowicz, „25 lat między wierszami”, *Gość Koszalińsko-Kołobrzeski* 5 (2019): VI–VII.

nych, ale także jako promocja marki „Gość Niedzielny”. Nie istnieją badania, które pozwoliłyby rzetelnie ocenić jej rozpoznawalność, jednak prośby o patronaty medialne, które spływają do koszalińskiej redakcji, świadczą o tym, że „Gość Niedzielny” istnieje w świadomości mieszkańców regionu jako ważne medium – na pewno w kontekście kościelnym. Jednak redakcja podejmuje patronaty wydarzeń organizowanych nie tylko przez podmioty kościelne. Przykładem jest tu choćby współpraca z koszalińską Fundacją „Zdążyć z Miłością”.

Logotyp „Gościa Niedzielnego” widoczny jest na plakatach informujących o różnych wydarzeniach diecezjalnych, banerach rozwieszanych przy okazji różnych imprez czy choćby na koszulkach, które otrzymują pielgrzymi idący ze Skrzatusza na Jasną Górę.

Dziennikarze koszalińskiej redakcji „Gościa Niedzielnego” zapraszani są także przez inne redakcje w regionie do udziału w różnych programach o charakterze publicystycznym. Proszeni są o przygotowanie przeglądu prasy czy też zapraszani są do komentowania ważnych wydarzeń społecznych, nie tylko z życia Kościoła<sup>29</sup>.

Razem z redakcją Radia Plus Koszalin koszalińska redakcja „Gościa Niedzielnego” organizowała także cykl spotkań otwartych pod nazwą „Gość na Plus”. Była to propozycja rozmów ze znanymi w przestrzeni medialnej osobami, które dzięki swojej pasji i niezwykłym dokonaniom mogą być inspiracją dla wszystkich poszukujących w życiu dobra i prawdy. Były to wywiady na żywo prowadzone przez dziennikarzy Radia Plus Koszalin oraz „Gościa Niedzielnego”. Z założenia spotkania te nie odbywały się w przestrzeni kościelnej, tylko w ogólnie dostępnych instytucjach kultury w Koszalinie. Chodziło o to, aby dać możliwość uczestnictwa w nich także osobom na co dzień nie identyfikującym się z Kościołem. Zaproszenie do udziału w spotkaniach z cyklu „Gość na Plus” przyjęli: prof. Bogdan Chazan, Marek Kamiński, Janina Ochojska, Krzysztof Zanussi, Jerzy Zelnik oraz Adam Woronowicz. Wydarzenia te cieszyły się dobrą frekwencją i były odnotowywane przez lokalne media<sup>30</sup>.

Koszalińska redakcja zaangażowała się także w organizację „Niedziel Misyjnych” z ks. Davidem Okullu z Ugandy, który opowiadając o realiach życia w Afryce, zbierał także środki finansowe na budowę studni. Odbyło się także wiele tzw. „Niedziel z Gościem”, czyli wizyt dziennikarzy redakcji w parafiach w celu promocji tygodnika. Pracownicy koszalińskiego oddziału prowadzą także różnego rodzaju spotkania czy warsztaty dziennikarskie dla młodzieży i innych grup.

### **Zakończenie. Świętowanie jubileuszu**

Z okazji jubileuszu 25-lecia koszalińskiej redakcji „Gościa Niedzielnego” bp Edward Dajczak skierował do wiernych komunikat, który został odczytany we wszystkich kościołach w niedzielę 3 lutego 2019 r. Biskup napisał: „Tego, że w naszych czasach

<sup>29</sup> Współpraca ma miejsce szczególnie z Radiem Plus Koszalin oraz z Polskim Radiem Koszalin.

<sup>30</sup> Wszystkie wywiady były wyemitowane na antenie Radia Plus Koszalin, a także ukazały się w wersji drukowanej *Gościa Koszalińsko-Kołobrzeskiego* oraz na stronie [www.koszalin.gosc.pl](http://www.koszalin.gosc.pl).



środki społecznego przekazu odgrywają ogromną i szczególną rolę, że są bardzo ważnym czynnikiem kształtującym umysły i serca ludzi, nie trzeba nikomu specjalnie udowadniać. Treści przekazywane w mediach mają także wpływ na naszą duchowość, na stosunek do drugiego człowieka, do Boga, do Kościoła, – a zatem na naszą wiarę. Tę ważną i wyjątkową rolę w kształtowaniu postaw wiary i ewangelicznego myślenia spełnia w naszej diecezji «Gość Niedzielny». Dnia 6 lutego 1994 roku ukazał się pierwszy numer «Gościa Niedzielnego» z diecezjalną częścią, noszącą wówczas tytuł «Wierzę», a więc w tym tygodniu mija 25 lat od ukazania się pierwszego numeru tego tygodnika w naszej diecezji. Proszę Was, Siostry i Bracia, byśmy razem podziękowali za wierną służbę, pełnioną przez wszystkie te lata, pracownikom naszej redakcji, duchownym i świeckim, a także tym, którzy trudzą się dystrybucją «Gościa Niedzielnego» w parafiach. W liście skierowanym do diecezjan w dniu ukazania się pierwszego numeru śp. bp Czesław Domin odwołał się do słów św. Maksymiliana Kolbego, który już w okresie przedwojennym mówił, że nie wystarczy ambona, katecheza i misje, ale potrzebne jest słowo drukowane, by Ewangelia dotarła do jak największej liczby ludzi. Dzisiaj jeszcze bardziej niż przed laty w wielości przekazów, nie zawsze prawdziwych i często nieżyczliwych Ewangelii, człowiek może się zagubić. Dlatego dobrze, że są media katolickie – w tym «Gość Niedzielny». Proszę Was, Kochani Diecezjanie, by ta rocznica stała się również okazją do ożywienia naszej świadomości, że lektura «Gościa Niedzielnego», która jest dostępna na przysłowiowe «wyciągnięcie ręki» dla wychodzących z Kościoła i dostępna również w Internecie, była ważnym czynnikiem dla formacji naszej wiary<sup>31</sup>.

### Bibliografia

- Castells, Manuel. *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań: Rebis, 2003.
- „Co oznacza skrót VOD? O serwisach i modelach dystrybucji filmów i seriali”. Dostęp 11.06.2019. <https://vodnews.pl/co-to-jest-vod-dystrybucja-filmow-i-seriali-w-internecie>.
- Domin, Czesław. „Słowo biskupa diecezjalnego z okazji połączenia dwutygodnika «Wierzę» z tygodnikiem «Gość Niedzielny»”. *Gość Koszalińsko-Kołobrzeski* 1 (1994): I.
- Dzierżyńska-Mielczarek, Jolanta. „Zmiany na rynku prasowym w Polsce pod wpływem nowych technologii i Internetu”. *Rocznik Historii Prasy Polskiej* 4, 48 (2017): 6–28.
- Goban-Klas, Tomasz. *Media i komunikowanie masowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009.
- „Komunikat bp. Edwarda Dajczaka z okazji 25-lecia Gościa Niedzielnego”. Dostęp 11.06.2019. <http://www.diecezjakoszalin.pl/komunikat-bp-edwarda-dajczaka-z-okazji-25-lecia-goscia-niedzielnego>.
- Mielczarek, Tomasz. *Raport o śmierci polskich gazet*. Warszawa: Aspra, 2012.
- Mielczarek, Tomasz. *Tygodniki opinii w zmieniającej się rzeczywistości*. Warszawa: Universitas, 2018.
- Misiewicz, Eryk. „W papierze”. *Wszystko Co Najważniejsze* 3 (2018): 3.

<sup>31</sup> „Komunikat bp. Edwarda Dajczaka z okazji 25-lecia Gościa Niedzielnego”, dostęp 11.06.2019, <http://www.diecezjakoszalin.pl/komunikat-bp-edwarda-dajczaka-z-okazji-25-lecia-goscia-niedzielnego>.

- Owens, Howard. „Co mogą zrobić dziennikarze, aby uratować dziennikarstwo?”. *Nowe Media* 1 (2012): 53–54.
- Parfianowicz, Wojciech. „25 lat między wierszami”. *Gość Koszalińsko-Koło-brzeski* 5 (2019): VI–VII.
- Parfianowicz, Wojciech. „Komunikacja w Internecie jako szansa dla Kościoła na skuteczne funkcjonowanie na rynku medialnym na przykładzie diecezji koszalińsko-koło-brzeskiej. Website Communication Model: narzędzie do analizy jakościowej portali internetowych”. *Studia Koszalińsko-Koło-brzeskie* 21 (2014): 265–280.
- Pawłowska, Karolina. „Prowokujcie do stawiania pytań. O «zmierzchu papieru» i wyzwaniach na następne ćwierć wieku mówi bp Edward Dajczak”. *Gość Koszalińsko-Koło-brzeski* 5 (2019): III.
- Piekot, Tomasz. *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków: TAIWPN Universitas, 2013.
- PS. „Mark Thompson: Drukowany «The New York Times» przetrwa najwyżej 10 lat”. Dostęp 6.06.2019. <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/the-new-york-times-koniec-wersji-drukowanej-mark-thompson>.
- PS. „Prasa drukowana przetrwa, ale jako towar ekskluzywny i niszowy (opinie)”. Dostęp 11.06.2019. <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/prasa-drukowana-przetrwa-ale-jako-towar-ekskluzywny-i-niszowy-opinie>.
- Redakcja. „To już ćwierć wieku!”. *Gość Koszalińsko-Koło-brzeski* 5 (2019): I.
- Sitkowska, Katarzyna. „Kulturowy wymiar ewolucji mediów w ujęciu przedstawicieli «Szkół Toronto»”. *Kultura – Media – Teologia* 11 (2012): 42–54.
- Szylko-Kwas, Joanna. „Odbiór fotografii prasowej w kontekście wizualnego alfabetyzmu (visual literacy)”. *Studia Medioznawcze* 1, 76 (2019): 29–41.

### Streszczenie

Artykuł opisuje 25-letnią historię „Gościa Koszalińsko-Kołońskiego”. Na przykładzie ćwierćwiecza działalności koszalińskiej redakcji tygodnika widać, jak szybko postępują zmiany w funkcjonowaniu mediów. Przez zaledwie 25 lat wygląd gazety i sposób działania oddziału zmieniły się radykalnie. W momencie pojawienia się strony internetowej można wręcz mówić o swego rodzaju medialnym przewrocie. W artykule podejmuje się także zagadnienie tożsamości oddziału lokalnego w odniesieniu do redakcji głównej, a także przedstawia się działalność koszalińskiego oddziału, która wykracza poza samo redagowanie czasopisma i strony internetowej.

**Słowa kluczowe:** „Gość Niedzielny”, „Gość Koszalińsko-Kołoński”, prasa, media, tygodniki, tygodniki opinii

### Abstract

#### AT THE TURN OF THE MEDIA ERAS. 25 YEARS OF THE “THE KOSZALIN-KOLOBRZEG (KOŁOBRZEG) GUEST”

The article describes the 25-year history of the “The Koszalin-Kolobrzeg (Kolobrzeg) Guest”. On the example of its 25 years of activity, it is evident how quickly changes in the functioning of the media have been progressing. For only 25 years, the appearance of the newspaper and the way of journalistic work have changed radically. Since the appearance of the website, the change is even more visible. The article also deals with the issue of the identity of the local office of the weekly in relation to the main editorial office, and also presents its activities, which go far beyond the editing of the newspaper and the website.

**Keywords:** “The Sunday Guest”, “The Koszalin-Kolobrzeg (Kolobrzeg) Guest”, press, media, weeklies, weeklies of opinion