

Jolanta Bogdańska*

Między prasą a cyberprzestrzenią. Analiza porównawcza gazety i serwisu www na przykładzie „Dziennika Łódzkiego”

Utrzymujący się spadek sprzedaży i czytelnictwa prasy zmusza wydawców do intensyfikowania obecności gazet w internecie. Migracja z druku do cyberprzestrzeni jest podążaniem za czytelnikami (ponad jedna trzecia dorosłych Polaków czyta już prasę *on-line*¹) i reklamodawcami (nieprzerwanie od 2009 roku maleje rynek reklam w polskiej prasie codziennej, rośnie w Sieci²).

Prasa odnajduje się w wirtualnej przestrzeni pod różną postacią. Większość tytułów ma serwisy internetowe i e-wydania, będące wiernym (tyle że elektro-nicznym) odpowiednikiem wersji papierowej lub wzbogaconym o materiały multimedialne³. Wraz z rozwojem nowoczesnych technologii wydania cyfrowe zostały przystosowane do czytania na różnych nośnikach: komputerach, tabletach, smartfonach i e-czytnikach. Treści udostępniane są również w aplikacjach mobilnych i newsletterach, a znakiem czasu stała się komunikacja z czytelnikami w mediach społecznościowych.

Gazety i ich rozmaite byty wirtualne wzajemnie się przenikają, co jest przejawem konwergencji mediów⁴. Nie pozostaje to bez wpływu na organizację pracy

* Mgr, e-mail: j.bogdanska@abilita.pl; Abilita Communications, ul. Bruska 26, 94-223 Łódź.

¹ CBOS: *jedna trzecia Polaków czyta prasę w Internecie*, <http://biznes.pl/magazyny/media/cbos-jedna-trzecia-polakow-czyta-prase-w-internecie/fw8hch> [dostęp: 15.11.2015].

² SMG Starlink: *rynek reklamy w Polsce w I kw. wzrósł o 2,5%*, http://o-m.pl/informacje_prasowe/633/smg-starlink-rynek-reklamy-w-polsce-w-i-kw-wzroslo-o-2-5-infografika.html [dostęp: 15.11.2015].

³ Np. tygodnik „Polityka” oferuje w ramach abonamentu dziesięć artykułów miesięcznie w wersji audio.

⁴ W medioznawstwie jest wiele definicji terminu „konwergencja” (od łacińskiego słowa *convergere* ‘zbierać się, upodabniać się’). Autorem jednej z nich jest Henry Jenkins, który definiuje to zjawisko jako „przeływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, współpracę różnych przemysłów medialnych oraz migracyjne zachowania odbiorców mediów” (H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 9).

redakcji oraz dziennikarzy, którzy na ogół przygotowują materiały i do wydania drukowanego, i do Sieci, bo „jedynie nieliczne media mogą sobie pozwolić na rozdzielenie newsroomu na część wytwarzającą tradycyjny przekaz i część internetową”⁵.

Czym różni się gazeta od swojej witryny www – oprócz tego, co wynika ze specyfiki Sieci? W jakim zakresie dziennik jest źródłem wiadomości dla internetu i odwrotnie? Jakimi wiadomościami wydanie papierowe zasila serwis internetowy, jakie zaś pozostają w nim na wyłączność (i *vice versa*)? Odpowiedzi na te pytania szukałam, porównując drukowane wydania „Dziennika Łódzkiego” i serwis internetowy www.dzienniklodzki.pl. Wybór tego właśnie tytułu jest nieprzypadkowy – „DŁ” to największa gazeta regionalna w Łódzkiem, a zarazem jedyna o takim zasięgu.

Analizie porównawczej poddałam łódzką mutację gazety i jej witrynę internetową w okresie od 2 do 14 listopada 2015 roku (11 edycji papierowych i 12 wirtualnych⁶). Porównałam dziennikarskie przekazy w druku i *on-line*, gatunki prasowe oraz hierarchię ważności tekstów.

Materiał badawczy stanowiły całe wydania gazety oraz cały serwis www, z wyłączeniem stron ogłoszeniowych w gazecie i Sieci oraz treści płatnych w witrynie.

Analiza ilościowa (porównanie zakresu migracji treści z gazety do Sieci i odwrotnie) ostatecznie nie miała ograniczeń czasowych. Początkowo zakładałam nieuwzględnianie tekstów, które pojawiają się w serwisie po oddaniu gazety do druku. Wstępna kwerenda wykazała jednak, że po godz. 22⁷ w internecie ukazują się również wiadomości niebędące newsami, które następnego dnia znajdują się w gazecie, nocne wydarzenia trafiają zaś na łamy kolejnych wydań. Ta część badań objęła pięć sekcji tematycznych serwisu: *Wiadomości*, *Sport*, *Kultura*, *Polska i Świat* oraz odpowiadające im tematycznie strony gazety.

Gazeta drukowana

„Dziennik Łódzki” ukazuje się od 1884 roku⁸. Należy do koncernu medialnego Polska Press Grupa. Wydawca charakteryzuje go jako: „gazetę o charakterze publicystyczno-informacyjnym, która stawia na praktyczność przeka-

⁵ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie w sieci. Co się zmieniło i jak bardzo*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Poltex, Warszawa 2015, s. 85.

⁶ Z powodu Święta Niepodległości 10 listopada gazeta ukazała się na dwa dni.

⁷ Godziny oddawania gazety do druku są różne, w zależności od dnia tygodnia, np. w czwartki jest to 20⁰⁰, w piątki – 23⁰⁰. Informacje pochodzą od wydawcy.

⁸ J. Mikosz, „Polska Dziennik Łódzki. *The Times*” – projekt a zyski, [w:] *Łódzkie media dawniej i dziś*, red. B. Bogolewska, J. Mikosz, Wydawnictwo Primum Verbum, Łódź 2012, s. 116.

zywanych informacji”⁹. Pod względem poziomu czytelnictwa (16,39%) zajmuje drugie, po „Expressie Ilustrowanym” (18,04%), miejsce w województwie i znacznie wyprzedza „Gazetę Wyborczą Łódź” (7,03%)¹⁰.

Średnia miesięczna sprzedaż w trzech kwartałach 2015 roku to 22 766 egzemplarzy¹¹. Utrzymuje się tendencja spadkowa.

Tabela 1. Średnia miesięczna sprzedaż „Dziennika Łódzkiego”

Rok	2010	2011	2012	2013	2014
Sprzedaż	39 278	35 910	32 185	29 100	25 322

Źródło: oprac. własne na podstawie danych serwisu www.press.pl.

Pismo ukazuje się od poniedziałku do soboty, w piątki czytelnicy otrzymują wydanie magazynowe. Oprócz mutacji łódzkiej (m.in. dla Łodzi, Pabianic, Zgierza i Brzezina), ma trzy terenowe, obejmujące pozostałą część regionu łódzkiego¹². Wydania lokalne oraz dziewięć zależnych tygodników przygotowują dziennikarze z jedenastu redakcji terenowych.

Objętość grzbietu głównego wynosi od 24 do 32 stron, a stałych dodatków tematycznych 4–12. Cena jednego egzemplarza wydania codziennego wynosi 2,40 zł¹³, magazynowego zaś 2,90 zł (mutacji terenowych – 2,70). Gazeta ukazuje się w formacie 289 x 350 mm. Redaktorem naczelnym jest Robert Sakowski. Oprócz siedmioosobowego kierownictwa (naczelnny, zastępca, sekretarz i czworo wydawców) w redakcji łódzkiej pracuje trzydziestu jeden dziennikarzy¹⁴.

Warto odnotować powołanie w 2014 roku redakcji internetowej (szef Jarosław Kosmatka i troje wydawców) oraz utworzenie stanowiska zastępcy redaktora naczelnego ds. serwisów internetowych (Marta Roszkowska)¹⁵.

⁹ <http://polskapress.pl/pl/portfolio/prasa/dzienniki/polska-dziennik-lodzki> [dostęp: 19.11.2015].

¹⁰ *Czytelnictwo dzienników w województwach: nowi liderzy w sześciu regionach*, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/czytelnictwo-dziennikow-w-wojewodztwach-nowi-liderzy-w-szesciu-regionach> [dostęp: 16.11.2015].

¹¹ *Wszystkie dzienniki regionalne ze spadkami sprzedaży w trzech kwartałach. Najwięcej stracił „Kurier Poranny”*, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/wszystkie-dzienniki-regionalne-ze-spadkami-sprzedazy-w-trzech-kwartalach-najwiecej-stracil-kurier-poranny> [dostęp: 16.11.2015].

¹² Z analizy serwisu www.prasa24.pl wynika, że w grudniu 2015 r. wydawca wprowadził jedną mutację wydań codziennych, wspólną dla całego regionu.

¹³ W kwietniu 2016 r. wydawca zróżnicował ceny wydań codziennych: we wtorki, w czwartki i soboty gazeta kosztuje 2,40 zł, a w poniedziałki i środy – 2,50 zł. Zob. <http://www.prasa24.pl/gazeta/dziennik-lodzki/> [dostęp: 11.08.2016].

¹⁴ <http://www.dzienniklodzki.pl/artykul/11779,redakcja-dziennika-lodzkiego,id,t.html> [dostęp: 16.11.2015].

¹⁵ Tamże.

Dziennik w Sieci

Czytelnik zainteresowany „DŁ” w cyberprzestrzeni ma do wyboru: serwis internetowy www.dzienniklodzki.pl (z kanałem RSS¹⁶), wydania cyfrowe, aplikacje mobilne na iPhone’a, iPada i telefony z systemem Android, a posiadacze aparatów starszego typu – wersję *lite* (pod adresem m.dzienniklodzki.pl). Gazeta prowadzi też swoje strony w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter i Google+), ponadto chętni otrzymują newsletter, wysyłany na adres e-mail.

W lipcu 2015 roku serwis internetowy „DŁ” powitał internautów nową, zmienioną po trzech latach szatą graficzną. Odświeżony *layout* (taki sam dla osiemnastu serwisów regionalnych dzienników i tygodników należących do Polska Press Grupy¹⁷) eksponuje na stronie głównej wiadomości lokalne, zdjęcia i wideo, na ciemnym tle wyraźnie wyodrębniono treści płatne (*Premium*). W tej sekcji bezpłatnie internauci mogą przeczytać tylko fragmenty materiałów, całość zaś abonenci systemu Piano¹⁸.

Zwraca uwagę szeroki zakres tematyczny serwisu – trzynaście podstron w menu głównym wzbogacają liczne zakładki z treściami o charakterze użytkowym. Trzy podstrony (*Biznes, Agro, Ogłoszenia*) prowadzą do ogólnopolskich serwisów wydawcy (www.strefaagro.pl, www.strefabiznesu.pl, www.gratka.pl) i są utrzymane w ich *layoutach*.

Nowy serwis „DŁ” został zbudowany w technologii responsywnej, co oznacza, że układ i treści automatycznie dostosowują się do ekranów urządzeń mobilnych. Ma 383 143 realnych użytkowników, a czytelnictwo wynosi 407 578¹⁹ (dla porównania – serwis „Expressu Ilustrowanego” odpowiednio 345 368 i 352 936)²⁰.

¹⁶ RSS to – w uproszczeniu – format serwisu informacyjnego, który umożliwia dystrybucję wybranych treści do zainteresowanych odbiorców (za: W. Gogołek, *Technologie informacyjne mediów*, wyd. 2 zm., Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2006, s. 221).

¹⁷ Serwisy różnią się tematyką podstron w menu głównym, wynikającą ze specyfiki gazet, np. „Dziennik Bałtycki” ma podstronę *Po drugie: Wisła*, a „Gazeta Krakowska” – *Lekarz Małopolski*.

¹⁸ Piano to system umożliwiający – w ramach jednej prenumeraty – odpłatny dostęp do wybranych treści w serwisach internetowych tytułów prasowych różnych wydawców (m.in. Agora, Ringier Axel Springer Polska i Polska Press Grupa). W Polsce, po okresie próbnym, został wprowadzony 3.09.2012 r. (zob. <https://www.pianomedia.pl/57/rusza-system-patnoci-za-dostp-dowartociowych-treci-w-polskim-internecie> [dostęp: 16.11.2015]). W czerwcu 2016 r. spółka Piano Media zapowiedziała zakończenie działalności na polskim rynku z dniem 31 sierpnia. W czasie oddawania artykułu do druku nie był jeszcze znany nowy model dostępu do płatnych treści w serwisie www.dzienniklodzki.pl. Zob. <https://www.pianomedia.pl/121/zakoczenie-dziaalnoci-serwisu-piano-w-polsce> [dostęp: 11.08.2016].

¹⁹ <http://polskapress.pl/pl/portfolio/internet/informacyjne/dziennik-lodzki> [dostęp: 16.11.2015].

²⁰ <http://polskapress.pl/pl/portfolio/internet/informacyjne/express-ilustrowany> [dostęp: 16.11.2015].

Na stronie głównej redakcja zachęca do zakupu e-wydań. Po kliknięciu w elektroniczną miniaturkę pierwszej strony użytkownik zostaje przeniesiony do kiosku internetowego pod adresem www.prasa24.pl. Znajduje tam aktualne wydanie cyfrowe oraz archiwalne (od 2009 roku). Po wysłaniu SMS-a pliki w formacie pdf pobiera się na pulpit komputera. Zawartość wersji elektronicznej i papierowej jest taka sama, ale e-gazeta kosztuje więcej niż drukowana²¹ (z wyjątkiem magazynu): pojedyncze wydanie to wydatek 2,46 zł.

Wraz z grzbieciem głównym nabywca wydania cyfrowego dostaje bieżące dodatki oraz lokalne tygodniki z danego dnia, w piątki zaś dziewięć tygodników z całego tygodnia.

Sprzedaż e-wydań „DŁ” to niespełna 0,5% poziomu sprzedaży gazety papierowej. I, podobnie jak wydanie drukowane, wykazuje tendencję malejącą: w trzech pierwszych kwartałach 2015 roku średnia miesięczna sprzedaż e-gazet to 116 egzemplarzy²², w 2014 – 136, a w 2013 – 187²³. Należy jednak zauważyć, że z problemem spadającej popularności e-wydań borykają się też redakcje innych dzienników, w tym „Expressu Ilustrowanego” (tegoroczna średnia miesięczna wyniosła zaledwie 46 egzemplarzy, ubiegłoroczna – 69²⁴).

Większym zainteresowaniem niż e-wydania cieszą się aplikacje mobilne (płatne w wersji bez reklam), zwłaszcza do telefonów z Androidem – pobrało je około 10 tys. osób²⁵.

W serwisach społecznościowych największą aktywność redakcja wykazuje na Facebooku – zamieszcza tam przeciętnie kilkanaście postów dziennie w postaci krótkich treści i linków do serwisu www. Strona zgromadziła 23 019 użytkowników (dla porównania „Expressu Ilustrowanego” – 35 334, a „Gazety Wyborczej Łódź” – 13 068)²⁶.

Newslettery (podobnie jak aplikacje mobilne) zawierają wybrane treści z serwisu internetowego, lecz wysyłane są nieregularnie.

Gazeta informuje na łamach o swojej obecności w przestrzeni wirtualnej – na każdej paginie jest adres witryny, na pierwszej kolumnie zaś także adres strony na Facebooku.

²¹ Po zróżnicowaniu w kwietniu 2016 r. cen wydań codziennych „DŁ” droższe od wersji drukowanych są e-wydania wtorkowe, czwartkowe i sobotnie (zob. przypis 13).

²² „Rzeczpospolita” wyprzedziła „Gazetę Prawną”. Dane sprzedaży e-wydań dzienników po trzech kwartałach, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/rzeczpospolita-wyprzedzila-gazete-prawna-dane-sprzedazy-e-wydan-dziennikow-po-trzech-kwartalach> [dostęp: 17.11.2015].

²³ „Dziennik Gazeta Prawna” na czele e-wydań w 2014 roku. „Gazeta Wyborcza” poza podium, <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/dziennik-gazeta-prawna-na-czele-e-wydan-w-2014-roku-gazeta-wyborcza-pozza-podium> [dostęp: 17.11.2015].

²⁴ Tamże.

²⁵ Dane ze sklepu <https://play.google.com>. [dostęp: 17.11.2015].

²⁶ Dane z 10.11.2015.

Z wydania papierowego do witryny i odwrotnie

Poranne publikacje zaczynają ukazywać się w serwisie zazwyczaj tuż po godz. 6. Na powitanie internauci otrzymują horoskop dnia, a kolejne wiadomości pojawiają się przeważnie z częstotliwością od kilku minut do około godziny. Nowe treści przeplatane są pochodzącymi z gazety – bieżącej lub wczorajszej (sporadycznie sprzed dwóch lub kilku dni), np. 4 listopada 2015 roku były to:

- 6.25 Horoskop na 4 listopada [NOWA PUBLIKACJA]
- 7.00 Dworzec Łódź Widzew. Dach przecieka nad peronem [...] [Z W CZORAJ SZEJ GAZETY]
- 8.00 Nowe tramwaje w Łodzi [...] [NOWA PUBLIKACJA]
- 8.15 Ukradli granitowy nagrobek z cmentarza na Dołach [Z W CZORAJ SZEJ GAZETY]
- 9.30 Czy łodzianie wejdą do rządu Beaty Szydło? [Z W CZORAJ SZEJ GAZETY]
- 10.18 Pacjent napadł na lekarza i pobił kierownika poradni [...] [NOWA PUBLIKACJA]
- 10.36 Ariel Jakubowski może być trenerem ŁKS Łódź [Z BIEŻĄCEJ GAZETY]

Taki rytm utrzymuje się mniej więcej do północy, gdy z reguły ukazują się ostatnie publikacje danego dnia²⁷. Redakcja dyżuruje jednak przez całą dobę. Na przykład, gdy nocą z 7 na 8 listopada wybuchł w Łodzi groźny pożar, wiadomość pt. *Śmiertelny pożar na Romana w Łodzi. W drewnianej przybudówce zginął mężczyzna* pojawiła się w serwisie o godz. 3¹⁰.

Codziennie w witrynie ukazuje się 35–50 publikacji: nowych i pochodzących z gazety. Dziennik w większym stopniu zasila witrynę niż odwrotnie.

52% materiałów, które trafiają z dziennika do Sieci, pochodzi z bieżącego wydania gazety, a 48% z wczorajszego (rzadko z wcześniejszego).

Tylko w przestrzeni wirtualnej pozostają wiadomości różnego typu. Czytelnicy gazety nie dowiedzieli się np., że *Filip Chajzer sprawdzał, czy Łódź to miasto meneli*²⁸. Na łamy z reguły nie trafiają też mało spektakularne informacje kryminalne, np. 18-letni seryjny złodziej skuterów zatrzymany w Łodzi²⁹. Z kolei wyłącznie czytelników gazety papierowej redakcja poinformowała np., że *ZUS będzie otwarty również w sobotę*³⁰. Wszystkie najważniejsze wiadomości (w tym czołówki) ze stron *Wydarzenia* zasilają jednak Sieć.

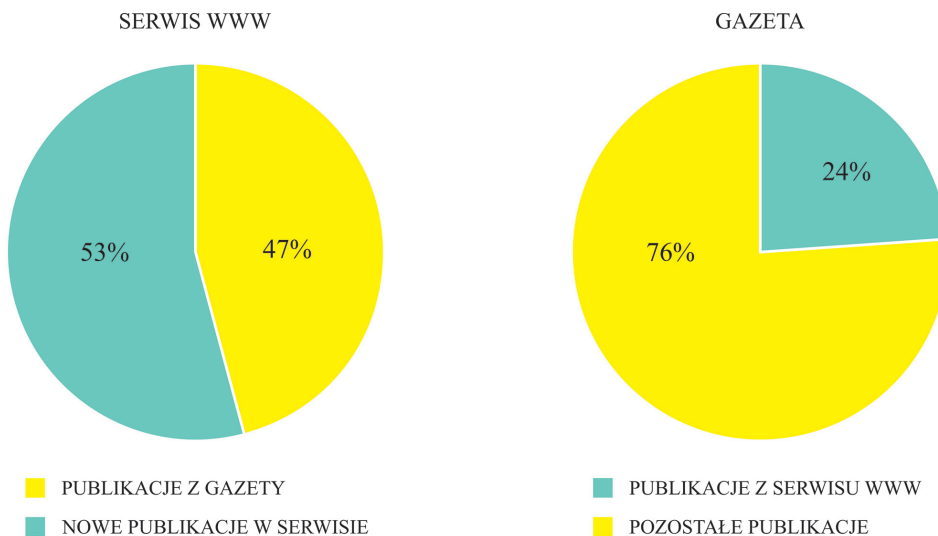
²⁷ Północ jest uśrednioną porą – np. 8 listopada 2015 r. była to godz. 22¹⁵, a 12/13 listopada godz. 01²⁴.

²⁸ Serwis 3.11.2015.

²⁹ Serwis 9.11.2015.

³⁰ „DŁ” 5.11.2014, s. 6.

Wykres 1. Proporcje publikacji, które trafiają z gazety do witryny i odwrotnie vs. liczba nowych publikacji w witrynie i pozostałych w gazecie



Źródło: oprac. własne.

Pod względem tematyki³¹ najczęściej publikacji transferowanych w obu kierunkach stanowią wiadomości/wydarzenia. To informacje z różnych dziedzin życia Łodzi i regionu, dotyczące m.in. komunikacji, lokalnych samorządów, oświaty, służby zdrowia czy sądownictwa, np. *Trasa WZ. Stawiają stojaki dla rowerów*³² (z serwisu do gazety) czy *Władze Łodzi sprzedały miejskie nieruchomości za rekordową kwotę* (z gazety do serwisu)³³.

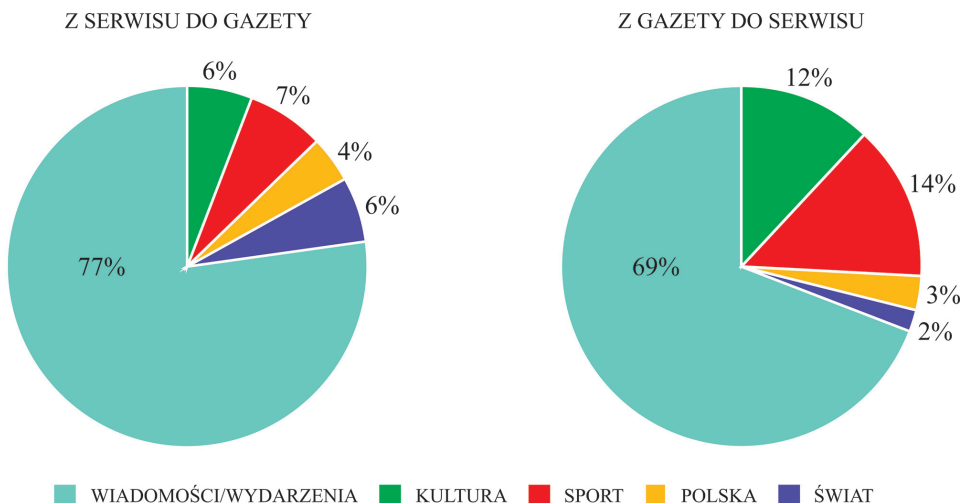
Publikacje o tematyce kulturalnej, z Polski i ze świata stanowią niewielki odsetek wzajemnie przekazywanych, co wynika z proporcji stron w gazecie – *Wydarzenia* zajmują w niej 6–10 kolumn, *Kultura* 1–3, a *Polska i Świat* po 1–2. Biorąc pod uwagę liczbę stron *Sport* w dzienniku (codziennie 3–5 plus 12-stronicowy dodatek w poniedziałki), informacje sportowe w serwisie są wyraźnie marginalizowane (np. z dwunastu tekstów, które ukazały się w druku 4 listopada, ani jeden nie trafił do Sieci).

³¹ Terminu „tematyka” używam zgodnie z podziałem w menu serwisu www (*Wiadomości*) i nazewnictwem stron na paginach gazety (*Wydarzenia*).

³² Serwis 5.11.2015, „DŁ” 6.11.2015, s. 4.

³³ „DŁ” 5.11.2015, s. 5, serwis 6.11.2015.

Wykres 2. Proporcje publikacji transferowanych z serwisu do gazety i odwrotnie – pod względem tematycznym



Źródło: oprac. własne.

Warto zauważyć, że – mimo dominacji w serwisie tekstów dotyczących Łodzi i aglomeracji łódzkiej – witryna akcentuje regionalny charakter. Z miast w województwie pochodzą wyselekcjonowane informacje, mogące też zainteresować łódzkich czytelników, np. *Pracownicy urzędu gminy podpisują się odciskami palca*³⁴ czy *Piotrkowski sędzia mówił do prawników „ty debilu”*³⁵.

Hierarchia ważności

Czytelnik „Dziennika Łódzkiego” nie powinien mieć wątpliwości, które teksty są najważniejsze w danym wydaniu gazety i na poszczególnych stronach. Zajmują wyraźnie największą powierzchnię, są najwyżej usytuowane, mają największe i w większości pogrubione tytuły. W redakcyjnej terminologii najważniejszy tekst na stronie to czołówka.

Materiał czołówkowy w witrynie wyróżniają nie tylko położenie (najwyżej, po lewej stronie), dominujące zdjęcie i wyraźnie większy od innych tytuł, ale także usytuowanie tytułu – nad ilustracją (wszystkie pozostałe są poniżej ilu-

³⁴ Serwis 9.11.2015.

³⁵ Serwis 14.11.2015.

stracji)³⁶. W górnej części strony głównej materiały hierarchizują trzy wielkości zdjęć i nagłówków³⁷, a w ulokowanych niżej pozostałych sekcjach tematycznych – dwie.

Czołówki w serwisie zmieniają się z reguły 2–4 razy w ciągu dnia. Zwalniając miejsce dla kolejnej wiadomości, informacje czołówkowe trafiają na prawą stronę, gdzie zdjęcie i nagłówek są znacząco pomniejszone. W miarę przybywania materiałów, spadają w hierarchii ważności, do sekcji *Informacje*. Ich ekspozycja na stronie głównej ogranicza się do tytułu i godziny publikacji.

Czołówki w witrynie i na pierwszej stronie dziennika są jednak niemal zawsze różne. I tak np. 3 listopada w Sieci były nimi dwie wiadomości: *Są już chętni na fotel prezesa lotniska* i *Nowy model transportowy w Łodzi: autobusy na osiedla, ulice nie dla aut, tramwaje częściej*³⁸, gazeta zaś informowała czytelników na czołówce pierwszej kolumny, że *Ukradli granitowy nagrobek z cmentarza na Dołach*³⁹.

Widoczne podobieństwo w hierarchii ważności materiałów dotyczy serwisu i stron wewnętrznych gazety (głównie z paginą *Wydarzenia*). Teksty czołówkowe, którymi dziennik zasila Sieć, są często również czołówkami w witrynie, np. *Łódzki NFZ zbada, czy pacjenci są zadowoleni z przychodni POZ*⁴⁰. I odwrotnie: najważniejsze wiadomości w serwisie trafiają do dziennika najczęściej jako czołówki stron, np. *Ratowniczka medyczna zaatakowana przez pijaną 29-latkę*⁴¹.

Podobne miejsce w hierarchii ważności w witrynie i gazecie zajmują na ogół materiały uznane przez obie redakcje (internetową i dziennika) za drugorzędne, np. wiadomość pt. *Konferencja „Niepełnosprawni na rynku pracy” w Łodzi*⁴² na stronie głównej witryny znalazła się tylko w sekcji *Informacje* (w postaci tytułu i godziny publikacji), w druku zaś ukazała się jako wzmianka w rubryce *W skrócie*.

³⁶ Dotyczy to serwisu przeglądanego na ekranie komputera. W urządzeniach mobilnych treści ukazują się jedna pod drugą – czołówka znajduje się na pierwszym miejscu i jest opatrzona największym zdjęciem.

³⁷ Przyjmuję, że pojęcia „nagłówek” i „tytuł” są tożsame. Jak pisze Maria Wojtak: „Relacje między nazwami tytuł i nagłówek nie są w literaturze prasoznawczej precyzyjnie ustalone. Termin nagłówek może oznaczać tytuł główny” (M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010, s. 17).

³⁸ Serwis 3.11.2015.

³⁹ „DŁ” 3.11.2015, s. 1.

⁴⁰ Serwis 7.11.2015, „DŁ” 6.11.2015, s. 4.

⁴¹ Serwis 5.11.2015, „DŁ” 6.11.2015, s. 9.

⁴² Serwis 6.11.2015, „DŁ” 7/8.11.2015, s. 7.

Między gatunkiem a e-gatunkiem

Czy istnieją internetowe gatunki dziennikarskie? Leszek Olszański wymienia: news gorący (wstępna wersja), news agencyjny (wersja pośrednia), news prasowy (wersja ostateczna), raport *big picture* i relację na żywo⁴³.

Powyższa typologia doczekała się licznych polemik. Sam autor poniekąd podaje ją w wątpliwość, pisząc: „można opublikować w internecie artykuł napisany w dowolnym gatunku, typowym dla tradycyjnej prasy”⁴⁴. W literaturze przedmiotu częsta jest opinia, którą prezentuje Zbigniew Bauer: „Gatunki prasowe opublikowane w Internecie różnią się od tradycyjnych wykorzystaniem technologii multimedialnych”⁴⁵. Zauważa on również zacieranie się granic między gatunkami⁴⁶.

Wprowadzony przez Olszańskiego trójpodział newsa Bauer zastępuje pojęciem „artykułu/materiału aktualizowanego”⁴⁷. Z kolei autorzy publikacji *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język* dychotomiczny podział na rodzaj informacyjny i publicystyczny uzupełniają o gatunki pograniczne, do których zaliczają m.in. czat i hipertekst⁴⁸. Według Bauera, hipertekst nie jest odrębnym gatunkiem, tylko „narzędziem zapisu komunikatu”⁴⁹.

W artykule przyjmuję klasyczny podział na gatunki występujące w obrębie rodzajów informacyjnego i publicystycznego. Celem analizy było ustalenie:

- a) jak zmieniają się w serwisie www dziennika tradycyjne gatunki prasowe;
- b) o jakie gatunki jest bogatsza witryna w porównaniu z gazetą.

W serwisie internetowym „DŁ” odnajdujemy wszystkie podstawowe gatunki prasowe, choć dominują – informacyjne.

Większość **wiadomości** w witrynie jest zapisana w formie hipertekstu. Hipерlinki dzielą teksty na 2–4 fragmenty, odsyłając internautów do wcześniejszych publikacji na ten sam lub podobny temat, np.:

Tytuł wiadomości:

*Nie ma zagrożenia, że Widzewowi zabraknie pieniędzy*⁵⁰

⁴³ L. Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Poltex, Warszawa 2012, s. 125–141.

⁴⁴ L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 78.

⁴⁵ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie w Sieci...*, s. 100.

⁴⁶ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, wyd. 4 zm., uzup., rozszerz., Universitas, Kraków 2008, s. 255.

⁴⁷ Tamże, s. 90.

⁴⁸ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 34–35.

⁴⁹ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie...*, s. 87.

⁵⁰ Serwis 5.11.2015, „DŁ” 5.11.2015, s. 22.

Hiperlinki:

Grzegorz Waranecki odchodzi z Widzewa. Złożył już rezygnację

Widzew Łódź zimą zmniejszy kadre i ma zamiar znacząco poprawić jej jakość

Prace na stadionie Widzewa będą trwały także zimą

Treść wiadomości nierzadko dzieli też reklama (tzw. śródtekstowa) w postaci banera.

Newsy w Sieci niejednokrotnie zmieniają przynależność gatunkową w miarę uzupełniania treści przez dziennikarzy: najpierw pojawiają się jako wzmianki, następnie jako notatki, by na koniec stać się wiadomością. Informują o tym napisy na zdjęciach: *Pilne* lub *Z ostatniej chwili* w początkowej wersji i *Aktualizacja* – w późniejszej.

Typowy dla Sieci hipertekstowy sposób zapisu wiadomości nie jest jednak regułą. I tak np. wirtualny tekst *Uczniowie nie mogą pełnić dyżurów ani nosić dziennika*⁵¹ został opublikowany w zwartej formie i składał się z tych samych (oraz identycznych pod względem treści) elementów, co w wersji drukowanej – przekazu głównego i uzupełniających (wyróżniony ramką komentarz oraz zdjęcie).

Bez dzielących treść hiperlinków pojawiają się na ogół **wzmianki, notatki, sylwetki i sprawozdania**.

Prawie wszystkim publikacjom w witrynie, bez względu na gatunek, towarzyszą hiperłącza obrazkowe, wcięte z lewej strony tekstu. To małe zdjęcia z tytułami, odsyłające do innych publikacji z danej kategorii tematycznej.

Relacje w Sieci występują też w wersji *live*. Zazwyczaj dotyczą wydarzeń sportowych, jak np. mecz *Boruta Zgierz – RTS Widzew Łódź*⁵². Dziennikarz zapisuje na bieżąco kolejne zdarzenia na boisku, posługując się minutą meczu jako jednostką czasu. Na przykład w pierwszej minucie „Piłkarze wychodzą na boisko”, w 95. – „Koniec meczu! Widzew remisuje z Borutą Zgierz 1:1”.

Nietypową formę – galerii skanów fragmentów stron gazet – przyjął **przeгляд prasy** pt. *Zamachy w Paryżu: Francuskie gazety o zamachu*⁵³.

Wirtualne **zapowiedzi** to zdjęcia z tytułami na stronie głównej. W gazecie do całego tekstu kieruje odsyłacz (np. *Więcej str. 5* lub tylko *str. 5*), w Sieci – hiperłącze.

Towarzyszący wielu tekstom nośnik informacji stanowią **filmy wideo i galerie zdjęć**, które w wydaniu publicystycznym tworzą **fotoreportaże**. Są też **info-grafiki** (zwykle takie same jak w druku).

⁵¹ Serwis 13.11.2015, „DL”12.11.2015, s. 5.

⁵² Serwis 11.11.2015.

⁵³ Serwis 14.11.2015.

Publicystyki jest w serwisie zdecydowanie mniej niż informacji. **Recenzje, felietony, sylwetki, reportaże, wywiady i komentarze** pochodzą w większości z gazety. Część materiałów publicystycznych przybiera formę hipertekstów (np. treść rozmowy *Dla nastolatków wszystko jest białe albo czarne, nie ma innych kolorów*⁵⁴ dzielił odsyłacz do informacji o uciekinierach z domów dziecka), wszystkim towarzyszą wcięte z lewej strony hiperlinki. Dostęp do pełnych treści niektórych tekstów (zróżnicowanych pod względem gatunkowym) mają tylko subskrybenci.

Wśród gatunków publicystycznych odnajdujemy ciekawy przykład **reportażu interaktywnego** *Pokłady pamięci*, zawierającego teksty, zdjęcia i wideo. Internauta nie tylko decyduje o tym, co chce w danej chwili obejrzeć, ale ma też możliwość zadania pytania bohaterowi.

Biorąc udział w **sondzie on-line**, można się dowiedzieć, że na pytanie „Jak oceniasz nowy model transportowy dla Łodzi?” 66% internautów wybrało odpowiedź „Do niczego”.

SLD ratując Szuflandię, wychodzi na durnia. Ale pożytecznego – tak tytułuje Marcin Darda wpis na swoim **blogu**, jedynym w serwisie dziennika⁵⁵. Należy zauważyć, że wpisy na blogu są odpowiednikami klasycznych felietonów – różnią się od nich jedynie interaktywnością (możliwość komentowania przez internautów).

W bogatym repertuarze, w większości zarezerwowanym dla Sieci, występują **teksty użytkowe**; to np. prognoza pogody (w formie wideo i mapy z aktualną temperaturą w dwunastu miastach regionu), horoskopy i program TV. Dla porównania: prognoza w gazecie to niewielki element na paginie drugiej strony.

Posługuję się w mojej pracy Tarotem, Runami, numerologią oraz wibracjami anielskimi – tak wróżka Sybilla zachęca do skorzystania z jej usług. Kontakt z wróżką jest też możliwy na **chacie**. Szukający rozrywki internauta może zajrzeć do sennika, imiennika, astrocytelnii lub wziąć udział w konkursie.

Z **wideoporady** użytkownik serwisu dowiaduje się np. *Jak zrobić świąteczną skarpetę na prezent*. Szeroki wybór porad prawnych, o tematyce zdrowotnej czy ogrodniczej prezentuje podstrona *Porady*. Redakcja zachęca też do zasięgnięcia porad *on-line*.

Promocjami kusi księgarnia internetowa – z podstrony *Biznes* można pobrać rozmaite formularze, m.in. podatkowe i pracownicze, oraz sprawdzić na niej aktualne kursy walut.

⁵⁴ Tamże 11.11.2015.

⁵⁵ <http://blogi.dzienniklodzki.pl/standardy/2015/10/09/sld-ratuje-szuflandie-i-wychodzi-na-durnia-ale-pozytecznego/> [dostęp: 10.11.2015].

Publikacja tradycyjna a e-publicacja

„W dramatycznym przemówieniu Andrzej Pęczak oznajmił, że jest zrujnowany, nie ma za co żyć i nachodzą go czarne myśli o samobójstwie” – to lid wiadomości, która pojawiła się w serwisie⁵⁶. Taki sam został opublikowany w gazecie, identyczne były też korpusy w obu wersjach. Tekst w Sieci nosił tytuł *Koniec procesu Andrzeja Pęczaka. Prokurator zażądała 3,5 roku więzienia dla byłego posła SLD*, a w gazecie Pęczak: – *Stalem się trędowatym i dziadem. Nie widzę sensu życia*. Zdjęcie *on-line* przedstawiało fragment sali sądowej: na pierwszym planie widać siedzącego prawnika w toczce, w następnej ławie – oskarżonego. Dla gazety zdjęcie zostało wykadrowane – było portretem Pęczaka. W gazecie podpis pod zdjęciem brzmiał: *Andrzej Pęczak nie ukrywał w sądzie, że jego interesy nie wypaliły, popadł w długi i nawet nie ma za co naprawić pieca*, w Sieci nie było podpisu.

Przykład tej publikacji odzwierciedla prawidłowość: lidy i korpusy tych samych tekstów, ukazujących się na papierze i *on-line*, zazwyczaj się nie różnią, inne są na ogół zdjęcia, podpisy pod nimi i tytuły⁵⁷.

Wszystkie publikacje internetowe są zilustrowane przynajmniej jednym zdjęciem, co w gazecie nie jest regułą. W Sieci to niejednokrotnie galeria zdjęć, np. tekst *Groźny wypadek na trasie W-Z. Są ranni*⁵⁸ ilustrowało dwadzieścia osiem fotografii, w druku – jedna (wybrana z galerii).

Zdjęcia w internecie i dzienniku niekiedy różnią się tylko kadrem, czasem są takie same, bywa też, że tej samej publikacji w jednym i drugim medium towarzyszy fotografia w bardzo podobnym stylu, ale nie ta sama, np. informację *Jim Carrey kręci w Polsce z łódzkim studiem Opus Film*⁵⁹ ilustrowały inne zdjęcia – portrety głównego bohatera.

Co ciekawe, newsom w serwisie wielokrotnie towarzyszą zdjęcia symboliczne lub archiwalne. Wydaje się jednak, że nie jest to przyjęta zasada doboru fotografii, tylko po prostu „fotoreportera przy tym nie było”.

Podpisy pod zdjęciami w witrynie i na papierze są często różne, ale ani dziennik, ani serwis nie mają charakterystycznego dla siebie stylu redagowania podpisów.

⁵⁶ Serwis 6.11.2015, „DŁ” 7–8.11.2015, s. 4.

⁵⁷ Różnicowanie tytułów dotyczy głównie gatunków informacyjnych. Materiały publicystyczne w serwisie i gazecie są na ogół tak samo tytułowane.

⁵⁸ Serwis 13.11.2015, „DŁ” 14.11.2015, s. 7.

⁵⁹ Serwis 4.11.2015, „DŁ” 4.11.2015, s. 19.

Tabela 2. Porównanie podpisów pod zdjęciami

Podpisy w serwisie www	Podpisy w gazecie
Gianluigi Nuzzi – włoski pisarz i dziennikarz, autor głośnej książki o finansach Watykanu. Wynika z niej m.in., że Ojciec Święty nie panował nad finansami Watykanu	Papież Franciszek, choć wstrząśnięty publikacją, zapowiada, że wciąż będzie reformował finanse Watykanu
Karolina Korzuszek jest ratownikiem od 10 lat. Wielokrotnie była wyzywana, ale pierwszy raz spotkała się z taką agresją	– Pracuję jako ratownik od 10 lat. Wielokrotnie byliśmy wyzywani i atakowani. Ale pierwszy raz spotkałam się z taką agresją – mówi Karolina Korzuszek
Znany dotąd z ról komediowych kanadyjski aktor Jim Carrey zagra tym razem główną rolę w mrocznym kryminale	Jim Carrey zagra główną rolę w filmie True Crimes
Joanna Barczykowska-Tchorzewska, rzeczniczka OIL w Łodzi mówi, że tak dramatycznego zdarzenia, jak na Bałutach, nie było od dawna	Pacjent jednej z bałuckich poradni rzucił się na lekarza
Rafał Cverna nie będzie mógł zagrać w sobotę	Rafał Ulatowski musi przemeblować obronę PGE na mecz z Rozwojem

Źródło: oprac. własne.

Podstawowa różnica między gazetą i witryną polega na tym, że w tej drugiej wiele zdjęć nie ma podpisów, a pod fotografiami podane jest tylko źródło.

W serwisie dominują tytuły informacyjne, streszczające istotę zdarzenia, zwykle pozbawione zabarwienia emocjonalnego i elementów perswazyjnych. Po ich przeczytaniu internauta wie, o czym jest tekst. Czytelnik dziennika w tytule tego samego tekstu nie otrzymuje jednoznacznego komunikatu: w jednych pojawiają się metafory, w innych gry słowne, w wielu – niedopowiedzenia. Gazeta często intryguje tytułem, zatrzymuje uwagę, zachęca do lektury.

Tabela 3. Porównanie tytułów tych samych informacji w serwisie www i gazecie

Tytuły w serwisie www	Tytuły w gazecie
Miss Model Of The World 2015. Kasia Włodarek zdobyła tytuł Model Of The Best Skin	Piękna cera wieluniarki
Koszykarki Widzewa Łódź rozpoczęły szósty sezon w ekstraklasie	Widzewska piramida oparta o Gimnazjum 34
Jerzy Bralczyk, Jacek Dehnel i Muniek Staszczuk na 5. edycji Salonu Ciekawej Książki w Łodzi	Pisarze i ludzie druku spotkają obrazki wychodzące z okładek
Szpital Gameta w Rzgowie świętował pierwsze urodziny	456 chłopczyków i 456 dziewczynek
Nowy wojewoda łódzki: Marek Michalik, Jerzy Kropiwnicki lub Helena Pietraszkiewicz	Kto nowym wojewodą łódzkim? Są trzy nazwiska, jedno zaskakujące

Źródło: oprac. własne.

Podsumowanie

Gazeta i jej serwis internetowy z jednej strony pozostają w zależności, z drugiej – zachowują sporą autonomię. Co oczywiste, dziennik i witryna wzajemnie zasilają się publikacjami, przy czym więcej treści przekazywanych jest z wydania papierowego do internetu niż odwrotnie. Obustronny transfer materiałów wyraźnie akcentuje lokalny i (w mniejszym stopniu) regionalny charakter obu mediów. Podobna jest hierarchia ważności tekstów zamieszczanych w Sieci i drukowanych (co w gazecie dotyczy zwłaszcza stron z paginą *Wydarzenia*). W serwisie występuje większość tradycyjnych gatunków prasowych (z wyraźną przewagą informacyjnych), tyle że w „internetowym przebraniu”⁶⁰: wiadomości (rzadziej też inne gatunki) są często w formie hipertekstów, relacje bywają publikowane w wersji *live*, pojawił się pierwszy reportaż interaktywny. Zespół internetowy w pełni korzysta z możliwości Sieci, wzbogacając przekazy o multimedia, aktualizując publikowane treści i zapewniając interaktywność (sondy *on-line*,

⁶⁰ Określenie Wiesławy Woźniak (*Gatunek w sieci*, [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010, s. 55).

czaty, komentarze). Treść dziennikarskich przekazów, transferowanych z gazety do internetu i odwrotnie, podlega nieznacznym modyfikacjom: zazwyczaj inne są tytuły, zdjęcia i podpisy.

Mimo koegzystencji jednego i drugiego medium, zauważalna jest ich odrębność – znaczącą część publikacji (zróżnicowanych tematycznie i gatunkowo) zachowują na wyłączność. W Sieci to np. liczne teksty użytkowe (głównie rozrywkowe i poradnikowe), w dzienniku zaś przede wszystkim materiały publicystyczne (np. z dodatków *Forum Łódź*, *50+* i *Times*); także wybrane bieżące publikacje i serwis, i gazeta pozostawiają tylko dla siebie.

Nowoczesnym *layoutem*, lżejszym niż gazeta charakterem serwisu i bogatą, jak się wydaje, ofertą wydawca zabiega o młode pokolenie czytelników – internautów, a w ślad za nimi – reklamodawców. Podobnie jak dla innych współczesnych tułów prasowych, dla „DŁ” jest to konieczność.

Bibliografia

- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie w sieci. Co się zmieniło i jak bardzo*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Poltex, Warszawa 2015.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, wyd. 4 zm., uzup., rozszerz., Universitas, Kraków 2008.
- CBOS: *jedna trzecia Polaków czyta prasę w Internecie*, <http://biznes.pl/magazyny/media/cbos-jedna-trzecia-polakow-czyta-prase-w-internecie/fw8hch> [dostęp: 15.11.2015].
- Czytelnictwo dzienników w województwach: nowi liderzy w sześciu regionach*, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/czytelnictwo-dziennikow-w-wojewodztwach-nowi-liderzy-w-szesciu-regionach> [dostęp: 16.11.2015].
- „*Dziennik Gazeta Prawna*” *na czele e-wydań w 2014 roku*. „*Gazeta Wyborcza*” *poza podium*, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/dziennik-gazeta-prawna-na-czele-e-wydan-w-2014-roku-gazeta-wyborcza-pozza-podium> [dostęp: 17.11.2015].
- Gogołek W., *Technologie informacyjne mediów*, wyd. 2 zm., Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2006.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- Mikosz J., „*Polska Dziennik Łódzki. The Times*” – *projekt a zyski*, [w:] *Łódzkie media dawniej i dziś*, red. B. Bogołębska, J. Mikosz, Wydawnictwo Primum Verbum, Łódź 2012.
- Olszański L., *Dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- Olszański L., *Media i dziennikarstwo internetowe*, Poltex, Warszawa 2012.
- „*Rzeczpospolita*” *wyprzedziła „Gazetę Prawną”*. *Dane sprzedaży e-wydań dzienników po trzech kwartałach*, <http://www.wirtualnemedial.pl/artykul/rzeczpospolita-wyprzedzila-gazete-prawna-dane-sprzedazy-e-wydan-dziennikow-po-trzech-kwartalach> [dostęp: 17.11.2015].
- SMG *Starlink: rynek reklamy w Polsce w I kw. wzrósł o 2,5%*, http://o-m.pl/informacje_prasowe/633/smg-starlink-rynek-reklamy-w-polsce-w-i-kw-wzroslo-o-2-5-infografika.html [dostęp: 15.11.2015].

- Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010.
- Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman A., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- Woźniak W., *Gatunek w sieci*, [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
- Wszystkie dzienniki regionalne ze spadkami sprzedaży w trzech kwartałach. Najwięcej stracił „Kurier Poranny”*, <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/wszystkie-dzienniki-regionalne-ze-spadkami-sprzedazy-w-trzech-kwartalach-najwiecej-stracil-kurier-poranny> [dostęp: 16.11.2015].
- <http://blogi.dzienniklodzki.pl/standardy/2015/10/09/sld-ratuje-szuflandie-i-wychodzi-na-durniale-pozytecznego/> [dostęp: 10.11.2015].
- <http://polskapress.pl/pl/portfolio/internet/informacyjne/dziennik-lodzki> [dostęp: 16.11.2015].
- <http://polskapress.pl/pl/portfolio/internet/informacyjne/express-ilustrowany> [dostęp: 16.11.2015].
- <http://polskapress.pl/pl/portfolio/prasa/dzienniki/polska-dziennik-lodzki> [dostęp: 19.11.2015].
- <http://www.dzienniklodzki.pl/artukul/11779,redakcja-dziennika-lodzkiego,id,t.html> [dostęp: 16.11.2015].
- <https://www.pianomedia.pl/121/zakoczenie-dzialalnoci-serwisu-piano-w-polsce> [dostęp: 11.08.2016].
- <https://www.pianomedia.pl/57/rusza-system-patnoci-za-dostp-do-wartociowych-treci-w-polskim-internecie> [dostęp: 16.11.2015].

Jolanta Bogdańska

Between press and cyberspace. A comparative analysis of a newspaper and website, as exemplified by “Dziennik Łódzki”

(Summary)

The article presents the results of a comparative analysis of the regional newspaper “Dziennik Łódzki” (the oldest in the Łódź region) and its website www.dzienniklodzki.pl. The analysis concerned the scope of content exchange between the printed edition and the website, similarities and differences in journalistic publications both in traditional form and online, as well as a comparison of the hierarchy of importance of publications and a comparison of press genres – online and in the newspaper.

Keywords: comparative analysis, newspaper, press genres.