

Acta
Universitatis
Lodziensis

Folia Litteraria Polonica

3(62) 2021



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

Acta Universitatis Lodziensis

Folia Litteraria Polonica

3(62) 2021

„Małe media”. Lokalność a wyzwania nowoczesnej komunikacji

pod redakcją
Moniki Worsowicz

 **WYDAWNICTWO**
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO
Łódź 2021



„Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”
3(62) 2021
„MAŁE MEDIA”. LOKALNOŚĆ A WYZWANIA
NOWOCZESNEJ KOMUNIKACJI

Numer recenzowany w systemie *double blind review*

REDAKCJA NAUKOWA
Monika Worsowicz

REDAKTOR INICJUJĄCY
Agnieszka Kałowska

OPRACOWANIE REDAKCYJNE
Marta Olasik

KOREKTA TECHNICZNA
Elżbieta Rzymkowska

SKŁAD I ŁAMANIE
Agent PR

PROJEKT OKŁADKI
Katarzyna Turkowska
Agencja Komunikacji Marketingowej efektoro.pl

Zdjęcie na okładce: fotografia w domenie publicznego dostępu
<https://pixnio.com/pl/rozne/prasa-drukarska-szablon-typografia-sprzet-urządzenia>

© Copyright by Authors, Łódź 2021
© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2021

ISSN 1505-9057
e-ISSN 2353-1908

Wydrukowano z gotowych materiałów dostarczonych do Wydawnictwa UŁ

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
Wydanie I. W.10089.20.0.Z

Ark. wyd. 6,75, ark. druk. 8,375

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
90-131 Łódź, ul. Lindleya 8
www.wydawnictwo.uni.lodz.pl
e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl
tel. (42) 665 58 63

Spis treści / Table of contents

Beata Grochala

Sport lokalny w mediach regionalnych	7
Local sport in regional media	19

Zbigniew Gruszka

Portal społecznościowy jako narzędzie do promowania informacji regionalnych – na przykładzie profili Facebook, TVP Łódź, Radia Łódź i „Expressu Ilustrowanego”	21
Social web portal as a tool to promote regional media and news – on the example of Facebook sites of TVP Łódź, Radio Łódź and “Express Ilustrowany”	39

Stanisława Kurek-Kokocińska

Media w małej miejscowości na przykładzie biuletynu samorządowego i serwisu parafialnego	41
Media in small town by the example of local government newsletter and a parish service	63

Magdalena Przybysz-Stawska

„Wiadomości – 43 bis” w latach 1989–2014 jako przykład periodyku lokalnego	85
“Wiadomości – 43 bis” in 1989–2014 as an example of a local periodical	96


Agnieszka Szurek

Saga założycielska „Bogorii” – gazety samorządowej z Grodziska Mazowieckiego	99
The founding saga of “Bogoria” – a local newspaper from Grodzisk Mazowiecki, Poland	114

Edyta Żyrek-Horodyska

Idea <i>slow travel</i> a rozwój reportażu podróżniczego	
O intermedialnym projekcie <i>Out of Eden Walk</i> Paula Salopka	117
The idea of slow travel and the development of travel reportage: On the intermedia project <i>Out of Eden Walk</i> by Paul Salopek	134

Beata Grochala*

 <https://orcid.org/0000-0002-3885-8964>

Sport lokalny w mediach regionalnych

Streszczenie

Media regionalne powinny spełniać liczne funkcje (m.in. informacyjną, opiniotwórczą, integrującą) wobec społeczności lokalnej. To dzięki nim mieszkańcy danego obszaru zdobywają wiedzę o aktualnych wydarzeniach w wymiarze regionu ze wszystkich dziedzin życia. Szczególną sferę stanowi sport – informacje o rozgrywkach na szczeblu regionalnym pojawiają się bowiem tylko w mediach lokalnych. W artykule dokonano analizy zawartości dwóch łódzkich mediów (prasa drukowana i telewizja) pod kątem obecności informacji o lokalnych rozgrywkach sportowych.

Słowa kluczowe: media regionalne, prasa lokalna, telewizja regionalna, sport w mediach

Media i sport to dziś naczynia połączone. Dyscypliny sportu, które nie są medialnie nagłośnione, skazane są na niebyt albo co najmniej wegetację. Z obecnością sportu w mediach łączy się nie tylko popularność, ale także (a może nawet przede wszystkim) aspekt finansowy. Sport jest także doskonałą pożywką dla mediów,

* Dr hab., prof. UŁ, Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Instytut Filologii Polskiej i Logopedii, Zakład Lingwistyki Stosowanej i Kulturowej, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź; e-mail: beata.grochala@uni.lodz.pl

które dzięki transmitowaniu, relacjonowaniu rozmaitych zawodów zyskują zarówno rzesze odbiorców, jak i reklamodawców. Innymi słowy, w dzisiejszym świecie sport nie mógłby istnieć bez mediów i choć można wyobrazić sobie media bez sportu, to z pewnością byłyby to media biedniejsze – i treściowo, i materialnie.

Związek sportu i mediów ma zatem w dużej mierze charakter komercyjny. Dotyczy to oczywiście wybranych dyscyplin, bądź to o zasięgu światowym, jak piłka nożna, bądź o zasięgu międzypaństwowym, jak ma to miejsce w przypadku skoków narciarskich, które popularne są jedynie w kilku krajach europejskich oraz w Japonii. Co więcej, dyscyplina musi być widowiskowa (*casus* piłki nożnej czy innych sportów drużynowych), ale przede wszystkim musimy (my, Polacy) osiągać w niej sukcesy. Ciekawie prezentuje się na tym tle związek mediów ze sportem lokalnym. W mediach ogólnopolskich obecne są jedynie rozgrywki najlepszych lig sportów drużynowych, zwłaszcza piłki nożnej i siatkówki, rzadziej międzynarodowe zawody indywidualne (np. lekkoatletyczne, narciarskie). Pewien wyjątek stanowi siatkówka – polskie rozgrywki klubowe stoją na światowym poziomie, więc ich pokazywanie jest opłacalne. Skoro innych zawodów w wymiarze lokalnym (czy szerzej – polskim) nie ma w mediach ogólnopolskich, to warto sprawdzić, czy są w mediach regionalnych. Taki też jest cel niniejszego artykułu, a mianowicie analiza zawartości mediów regionalnych pod kątem obecności w nich informacji o sporcie lokalnym. Nie wchodząc w rozważania dotyczące definicji mediów regionalnych, a właściwie zasięgu ich oddziaływania, przyjmuję za Stanisławem Michalczykiem, iż są to „takie media, które przekazują informacje ograniczonej, chociaż relatywnie dużej, liczbie odbiorców w lokalnej przestrzeni komunikacyjnej, na którą są nakierowane”¹. Istotną cechą dla tak ujmowanych mediów jest ich charakter komercyjny i profesjonalny, czym odróżniają się najczęściej od mediów o jeszcze mniejszym zasięgu oddziaływania, np. biuletynów organizacji, gazetek parafialnych, osiedlowych itp.

Należy zwrócić uwagę, że w licznych publikacjach zagranicznych z tego zakresu badacze podkreślają, jak duży potencjał marketingowy tkwi w sporcie lokalnym pod warunkiem odpowiedniego wypromowania go przez regionalne media. Warto wspomnieć choćby o przypadku znacznego wzmocnienia pozycji mało popularnej dyscypliny, a mianowicie golfa kobiecego przez media lokalne w Korei² czy o wsparciu regionalnej prasy, radia i telewizji dla odbudowy sportu lokalnego w Rumunii³.

1 S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000, s. 40.

2 S. Keon Yoo, *The Impact of Global Sport on Local Media: A Case Study of Korean Newspaper Coverage of Women's Golf*, „International Journal of Sport Communication” 2012, nr 5, s. 403–412.

3 L. Mihailescu, G. Nita, *Local Media Promotion Of The B.A.C., Element Of The Sport Marketing Strategy*, „The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences” 2018, <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.03.205>

Ze względu na ograniczone możliwości w artykule skoncentrowano się na dwóch łódzkich mediach, a mianowicie „Dzienniku Łódzkim” („DŁ”) i jego lokalnych wydaniach oraz na Telewizji Polskiej Oddział w Łodzi – z jej ramówki wybrano zaś nadawane codziennie po *Łódzkich Wiadomościach Dnia* wiadomości sportowe zatytułowane po prostu *Sport*. Ten krótki serwis informacyjny trwa około pięciu minut. Wyjątek stanowi niedzielny magazyn – wówczas najczęściej do studia zapraszani są goście, którzy komentują konkretne wydarzenie sportowe z minionej tygodnia podczas dwudziestominutowej rozmowy. Nad strukturą serwisu pieczę sprawuje redaktor Mikołaj Madej od niedawna wspierany przez Magdalenę Komorowską.

„Dziennik Łódzki” to największa gazeta regionu i jedna z najstarszych w Polsce⁴. Ukazuje się sześć razy w tygodniu i jest najchętniej czytany dziennikiem lokalnym w województwie łódzkim⁵. Tworzony jest przez 11 lokalnych redakcji z największych miast województwa (w Bełchatowie, Kutnie, Łęczycy, Łowiczu, Piotrkowie Trybunalskim, Radomsku, Sieradzu, Skierniewicach, Tomaszowie Mazowieckim, Wieluniu i Zduńskiej Woli⁶). Wydania lokalne nie ukazują się codziennie. Większość z nich ma cykl tygodniowy i wydawana jest w piątki.

Informacje sportowe zawarte są najczęściej na dwóch stronach wydania ogólnego i jednej stronie dodatku regionalnego. Poza tym co poniedziałek ukazuje się dodatek sportowy do „Dziennika Łódzkiego” liczący przeciętnie dwanaście stron – tu jednak omawiana jest także tematyka sportu krajowego i międzynarodowego.

Ze względu na obszerność materiału w sposób linearny przeanalizowano wszystkie wydania „Dziennika Łódzkiego” (kwerendą źródłową objęto wyłącznie wydania papierowe) oraz telewizyjnego „Sportu” z marca 2018 roku. Zaprezentowany poniżej przykładowy materiał pochodzi z trzech dni, które uznano za reprezentatywne dla całego materiału. W dalszej części zaprezentuję wyniki analiz dwutorowo. Z jednej strony będzie to analiza porównawcza zawartości obu mediów, z drugiej zaś próba odpowiedzi na pytanie, jakie konkretne dyscypliny sportowe zostały zaprezentowane w analizowanym materiale.

4 Pierwszy numer „Dziennika Łódzkiego” ukazał się 6 stycznia 1884 r. (por. J. Walicki, „Dziennik Łódzki” – nasze 115-lecie, Oddział Prasa Łódzka Sp. z o.o., Łódź 1999, s. 15).

5 Joanna Mikosz sukcesu „Dziennika Łódzkiego” doszukuje się w tradycji czytania tej gazety przekazywanej z pokolenia na pokolenie (por. J. Mikosz, „Dziennik Łódzki – tradycja i współczesność”, Agencja Wydawnicza „Sztuka i rynek”, Kalisz 2006, s. 41).

6 Por. <http://www.dzienniklodzki.pl/artypk/11779,redakcja-dziennika-lodzkiego-poznaj-caly-ze-spol,id,t.html> [dostęp: 9.07.2018].

Analiza porównawcza

Porównanie sportowych informacji telewizyjnych i prasowych w obrębie tego samego dnia skazane jest z góry na pewien „błąd czasowy”. Otóż „Dziennik Łódzki” ukazuje się o poranku i numer zamykany jest poprzedniego dnia wieczorem, z kolei *Sport* emitowany jest bezpośrednio po głównym wydaniu *ŁWD*, około 18.50 i prezentuje z założenia wiadomości dotyczące minionego dnia. Spróbujmy jednak przyrzeć się obu mediom w ujęciu dziennym, tzn. porównując wydania z tego samego dnia. Dla przykładu zaprezentuję pełen materiał pochodzący z trzech dni. Są to odpowiednio 1, 5 i 9 marca. Wybór tych dat był celowy. 1 marca (czwartek) „Dziennik Łódzki” ukazał się w wersji podstawowej, bez dodatków lokalnych czy związanych ze sportem. 5 marca (poniedziałek) do gazety dołączony był dodatek „Sport” (wówczas problematyka sportowa nie występuje na łamach wydania głównego), natomiast 9 marca (piątek) ukazały się wszystkie dodatki regionalne.

Poniższe tabele prezentują konkretną problematykę sportową obecną w analizowanych wydaniach serwisu *Sport* oraz „Dziennika Łódzkiego”.

Tabela 1. Tematyka sportowa w „Dzienniku Łódzkim” i *Łódzkich Wiadomościach* dnia z 1 marca 2018 r.

ŁÓDZKIE WIADOMOŚCI DNIA - SPORT	„DZIENNIK ŁÓDZKI”
Mecz PGE Skra Bełchatów – Chaumont (siatkarska Liga Mistrzów).	
Zapowiedź losowania par pierwszej rundy play-off (siatkówka).	
Zapowiedź mistrzostw świata juniorów w short tracku, które rozpoczną się w Tomaszowie Mazowieckim.	
	Zawodnicy Harasutio Łódź zdobyli 4. miejsce w turnieju Rady Regentów (karate).
	W turnieju Slovak Open zawodnik ŁKS Łódź zdobył brązowy medal.
	Wychowanek UKS SMS Łódź zdobył bramkę dla Jagielloni Białystok w meczu przeciw Legii (piłka nożna).
	W drużynie UKS SMS będzie grała zawodniczka z Japonii (piłka nożna).
	Remis Widzewa Łódź w sparingu z KKS Kalisz.
	Koszykarki Widzewa przegrały z Energa Toruń (koszykówka).

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Tematyka sportowa w „Dzienniku Łódzkim” i *Łódzkich Wiadomościach* dnia z 5 marca 2018 r.

ŁÓDZKIE WIADOMOŚCI DNIA - SPORT	„DZIENNIK ŁÓDZKI”
Podsumowanie mistrzostw świata juniorów w short tracku, które odbywały się w Tomaszowie Mazowieckim.	
Piłkarze ręczni UKSW Anilana Łódź zajęli 4. miejsce na mistrzostwach świata drużyn szkolnych w Katarze.	
	Łodzianin, Adam Kszczot, mistrzem świata w biegu na 800 m.
	W Japonii mówi się o łódzkim klubie piłkarskim UKS SMS.
	Turniej przyjaźni dziesięciolatek w futsalu w Konstancynie Łódzkiej.
	Kluby ŁKS Łódź i GKS Bełchatów gotowe na rundę wiosenną II ligi piłkarskiej.
	Widzew wygrał kolejny sparing piłkarski.
	Sokół Aleksandrów wygrał sparing z Omegą Kleszczów (piłka nożna).
	Gatta Active Zduńska Wola wygrała z Clearexem Chorzów (futsal).
	Pelikan Łowicz wygrał z MKS Ełk (piłka nożna).
	Warta Sieradz przegrała z Lechią Tomaszów Mazowiecki (piłka nożna).
	XXXII LO wywalczyło tytuł mistrza Łodzi w koszykówce dziewcząt.
	Piotrkowianin przegrał z Wybrzeżem (piłka ręczna).
	Mecz PGE Skry Bełchatów z Łuczniczką Bydgoszcz (siatkówka).
	Przygotowania do maratonu DOZ.
	O przygotowaniach do meczu siatkarek ŁKS Commercecon z Developres Rzeszów
	O finale Krajowej Ligi Zapaśniczej, w którym występują drużyny z regionu łódzkiego.

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Tematyka sportowa w „Dzienniku Łódzkim” i *Łódzkich Wiadomościach* dnia z 9 marca 2018 r.

ŁÓDZKIE WIADOMOŚCI DNIA - SPORT	„DZIENNIK ŁÓDZKI”
1	2
Siatkarki ŁKS Commercecon i Grot Budowlani Łódź wyjechały na finałowe rozgrywki pucharu Polski do Nysy.	
O początku rundy wiosennej rozgrywek piłkarskich – zapowiedź meczów ŁKS Łódź, Widzewa Łódź i Sokota Aleksandrów.	
	Liga Mistrzów sztangi na PŁ.
	Zapowiedź meczu Widzewa z Basket Gdynia.
	O meczu Widzew – Victoria Sulejówek (piłka nożna).
	O przygotowaniach ŁKS do walki o I ligę rozgrywek piłkarskich.
	Zapowiedź meczu siatkarskiego Lechii Tomaszów Mazowiecki.
	Zapowiedź meczu siatkarskiego PGE Skry Bełchatów z Cucine Lube.
	KUTNO – ŁĘCZYCA
	Bieg ku czci żołnierzy wyklętych Wilczym Tropem.
	O nagrodach czytelników „Dziennika Łódzkiego” dla najlepszych sportowców w powiecie.
	Rozgrywki Kutnowskiej Amatorskiej Ligi Siatkówki.
	WIELUŃ – WIERUSZÓW
	Bieg Wilczym Tropem w Wieluniu.
Uczennice SP nr 2 w Wieluniu zdobyły brąz na mistrzostwach województwa łódzkiego w minisiatkówce.	
	MKS Wieluń wygrał z Viret Zawiercie (I liga rejonowa piłki ręcznej).
	Rozgrywki Wieluńskiej Ligi Siatkówki.
	ZDUŃSKA WOLA – ŁASK
	Juniorzy Pogoni Zduńska Wola rozegrali mecz kontrolny z KS II Karsznice (piłka nożna).
	Seniorzy Pogoni Zduńska Wola wygrali sparing z Zawiszą Pajęczno (piłka nożna).

1	2
	MULKS Łask zorganizował dwa turnieje piłkarskie dla młodzieży (w Łasku i Buczku).
	Gatta Zduńska Wola zagra z Pogonią Szczecin (futsal).
	BEŁCHATÓW
	PGE GKS rozpoczyna rundę wiosenną z nadzieją na awans do I ligi.
	PGE Skra Bełchatów gra z Cucine Lube.
	IV liga przygotowuje się do sezonu.
	Turniej zimowy kibiców GKS Bełchatów.
	Bełchatowianka Ida Lis, strongwomen wraca z USA z bagażem doświadczeń.
	PIOTRKÓW TRYBUNALSKI – BEŁCHATÓW
	Uhonorowano najlepszych sportowców regionu piotrkowskiego
	AKS Madej Wrestling Team Piotrków Trybunalski poniósł porażkę w pierwszym meczu finału Krajowej Ligi Zapaśniczej.
	Zapisy na półmaraton piotrkowski.
	Turniej bokserski w Moszczenicy.
	TOMASZÓW MAZOWIECKI
	Kadetki Dargfila awansowały do półfinału mistrzostw Polski w piłce nożnej kobiet.
	X jubileuszowy maraton fitness w Opcznie.
	Bardzo dobry występ juniorów z Tomaszowa Mazowieckiego na mistrzostwach świata w łyżwiarstwie szybkim.
	SKIERNIEWICE – ŁOWICZ – RAWA MAZOWIECKA
	Ostatni sparing Unii Skierniewice przed startem sezonu wiosennego (piłka nożna).
	Pelikan Łowicz rozpoczyna rundę wiosenną zaległym meczem z rundy jesiennej.
	Książak Łowicz wygrywa z Legią Warszawa II w rozgrywkach koszykówki.
	Dobre lokaty pływaków ze Skierniewic w Wojewódzkiej Lidze Młodzików i Dzieci.

Tabela 3 (cd.)

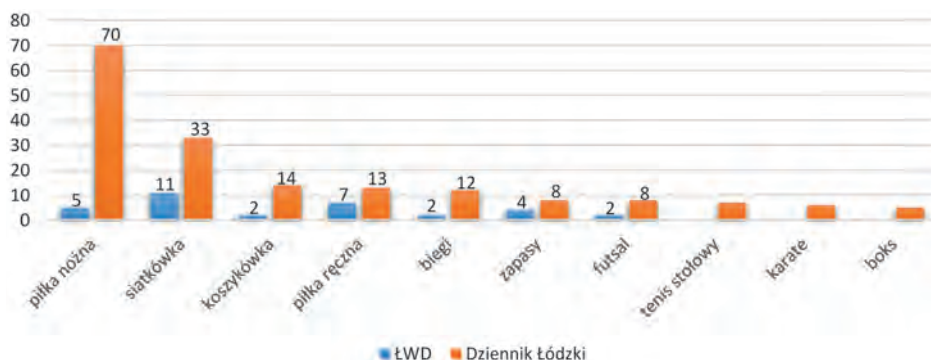
1	2
	NAD WARTĄ
	Turniej piłkarski dla ośmiolatek Termy Cup 2018
	Artur Kozłowski z Sieradza trenuje w Stanach Zjednoczonych do Orlen Warsaw Maraton.
	CO NOWEGO (RADOMSKO)
	Ruszają rozgrywki IV ligi piłkarskiej.
	Odbyły się zawody pierwszego rzutu wojewódzkiej ligi juniorów w podnoszeniu ciężarów.
	Strzelcy dziesiątki Radomsko zdobyli medale na turnieju.

Źródło: opracowanie własne.

Już pobieżne spojrzenie na obie kolumny wszystkich tabel pokazuje, że żaden temat nie powtarza się w obrębie tego samego dnia w „DŁ” i *ŁWD*. Powodem tego mogłaby być wspomniana wcześniej nieprzystawalność czasowa związana z różnym momentem zamykania numeru gazety i serwisu informacyjnego, jednak analiza „DŁ” z następnego dnia, czyli hipotetycznie odnoszących się do tego, co dzień wcześniej zaprezentowano w *ŁWD* pokazuje, że tematyka sportowa w zdecydowanej większości nie pokrywa się w obrębie tych dwóch mediów lokalnych. W „Dzienniku Łódzkim” sportu jest po pierwsze więcej, po drugie zaś autorzy koncentrują się nie tylko na najbardziej spektakularnych rozgrywkach, czyli przede wszystkim na piłce nożnej i innych sportach drużynowych, ale starają się zaprezentować prawie wszystko, co dzieje się w regionie, nawet w najmniejszych klubach szkolnych. Oczywiście dużą rolę odgrywają tu wydania lokalne, w których przede wszystkim mówi się o sportowych wydarzeniach regionalnych w najściślejszym tego słowa znaczeniu, jak np. o sukcesach szkolnej drużyny minisiatkówki, wyjeździe na turniej do Stanów Zjednoczonych bełchatowskiej strongwomen czy tomaszowskim maratonie fitnessu. Zdarzają się oczywiście informacje o niższych ligach i mniej komercyjnych rozgrywkach także w *Łódzkich Wiadomościach Dnia*, jak np. materiał dotyczący sukcesu uczniowskiego klubu szczypiornistów na mistrzostwach świata w Katarze (5 marca 2018 r.), jednak są one sporadyczne.

Analiza ilościowa

Obecność poszczególnych dyscyplin w analizowanym materiale przedstawiono na poniższym wykresie. Uwzględniono na nim dziesięć najpopularniejszych dyscyplin.



Wykres 1. Poszczególne dyscypliny w „Dzienniku Łódzkim” i *Łódzkich Wiadomościach Dnia*
Źródło: opracowanie własne.

Widać wyraźną przewagę informacji sportowych w „Dzienniku Łódzkim”, a także zdecydowanie większą różnorodność prezentowanych dyscyplin. To zróżnicowanie wynika przede wszystkim z opisywania w wydaniach regionalnych drużyn niszowych, ale ważnych dla regionu.

Pozostałe dyscypliny sportowe prezentowane w „DŁ” w analizowanym materiale to: podnoszenie ciężarów (3)⁷, strzelectwo (3), pływanie (3), short track (3), piłka wodna (2), judo (2), żużel (2), strongwomen (2), lekkoatletyka (2), hokej (1), towerrunning (1), fitness (1), rugby (1), jeździectwo (1), kung-fu-wing (1), triathlon (1), brydż (1), badminton (1) i kręgle (1). W *LWD* pojawiły się zaś: żużel (2), short track (2), hokej (1), szachy (1) oraz łyżwiarstwo figurowe (1). W sumie w „Dzienniku Łódzkim” zaprezentowano w trzech numerach dwadzieścia dziewięć dyscyplin, a w trzech wydaniach *Łódzkich Wiadomości Dnia* zaledwie dwanaście, co pokazuje wykres poniżej.

⁷ W nawiasie podano liczbę artykułów odnoszących się do danej dyscypliny.



Wykres 2. Liczba prezentowanych dyscyplin w trzech numerach „Dziennika Łódzkiego” i trzech wydaniach *Łódzkich Wiadomości Dnia*
Źródło: opracowanie własne.

Zdaniem Sylwestra Dzikiego i Włodzimierza Chorążkiego do podstawowych funkcji i zadań mediów lokalnych należą: wszechstronna, bieżąca informacja lokalna; kontrola władz lokalnych; promowanie inicjatyw lokalnych; pełnienie „trybuny społeczności lokalnej”; integracja środowiska lokalnego; kształtowanie lokalnej opinii społecznej; wspieranie lokalnej kultury; integracja społeczności w strukturach lokalnych i ponadlokalnych; promocja „małej ojczyzny”; edukacje ekonomiczno-gospodarcza społeczności lokalnej; funkcje reklamowo-ogłoszeniowe; funkcja rozrywkowa⁸. Niestety, nie ma wśród wymienionych zadań i funkcji promocji sportu lokalnego. Uważam, że to bardzo istotny sektor życia regionu, który powinien być wspierany, popularyzowany i rozpowszechniany właśnie przez media regionalne. Nie możemy bowiem oczekiwać, że w mediach ogólnopolskich pojawią się informacje o czwartoligowych rozgrywkach piłkarskich albo o konkursie szkolnym w minisiatkówce. Tymczasem dla społeczności lokalnej są to informacje wielokrotnie ważniejsze niż sukcesy polskich reprezentacji narodowych. Wszak w klubach szkolnych czy zespołach występujących w ligach regionalnych grają przede wszystkim zawodnicy lokalni, tzn. pochodzący i mieszkający w danej okolicy. Zainteresowani ich występami w rozgrywkach będą zatem nie tylko kibice, ale przede wszystkim rodziny, przyjaciele, sąsiedzi – więź rodzinna i lokalna jest w takiej sytuacji często istotniejsza niż same zawody sportowe.

Spośród wymienionych przez Dzikiego i Chorążkiego zadań mediów lokalnych z aspektem sportowym łączy się bez wątpienia funkcja integrująca (zarówno w wymiarze jednostkowym, jak i grupowym). Pokrywa się ona ściśle z funkcją integrującą przypisaną kibicowaniu jako takiemu. Wyraźnie zaznacza się tu opozycja my – oni, która w wymiarze pozytywnym powinna służyć promowaniu „małych ojczyzn” i lokalnego sportu. Niestety, często opozycja my – oni staje się źródłem antagonizmów, co jednak nie powinno mieć bezpośredniego związku z mediami.

⁸ Por. S. Dziński, W. Chorążki, *Media lokalne i regionalne*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000.

W związku ze sportem media lokalne mogą również pełnić funkcję opinio-twórczą, a także rozrywkową. Dostarczają bowiem z jednej strony informacji o wydarzeniach sportowych, z drugiej zaś opatrują je komentarzem, dzięki czemu niewytrawnemu odbiorcy łatwiej dokonać oceny prezentowanych faktów. Z kolei funkcja rozrywkowa stała się dziś elementem prawie wszystkich przekazów medialnych, czemu sprzyja sam sport, który również pełni szeroko pojmowaną funkcję rozrywkową.

Przeprowadzone przeze mnie analizy pokazują, że zdecydowanie lepiej owe funkcje wypełnia „Dziennik Łódzki”, zarówno w wydaniu podstawowym, jak i w regionalnych. Świadczy o tym nie tylko zdecydowanie większa liczba komunikatów dotyczących sportu, ale także zróżnicowanie prezentowanych dyscyplin. Należy przypuszczać, że w wydaniach regionalnych pojawiają się informacje o niemal wszystkich lokalnych wydarzeniach sportowych. Wiadomości *Sport* prezentowane po głównym wydaniu *Łódzkich Wiadomości Dnia* w mojej opinii nie realizują zamierzonych funkcji. Sport lokalny prezentowany jest w nich bardzo wybiórczo. Oczywiście nie należy oczekiwać, że w krótkim serwisie adresowanym do mieszkańców całego województwa pojawią się informacje o klubach szkolnych czy drużynach czwartoligowych. Jednak podczas analizy materiału dało się wyczuć faworyzowanie pewnych zespołów czy sportów. I tak np. tego samego dnia, na tym samym poziomie, rozgrywało swoje mecze kilka drużyn regionu. Tymczasem w serwisie wspomniano jedynie o meczu ŁKS Łódź (II liga) i Widzewa Łódź (III liga). Nie było w nim np. informacji o meczu Sokoła Aleksandrów, który występował wówczas w tej samej lidze co Widzew i zajmował w rozgrywkach drugie miejsce.

Adam Szynol twierdzi, że to właśnie „w mediach najniższego rzędu mieszkańcy największej liczby miejscowości w kraju mogą szukać użytecznych informacji, na przykład o tym, gdzie zrobić tanie zakupy, dokąd pójść z dzieckiem na spacer czy gdzie je leczyć”⁹. Choć analizowane media do tych „najniższego rzędu” nie należą, to jednak budują, zwłaszcza „Dziennik Łódzki” w wydaniach regionalnych, medialny obraz sportu lokalnego.

Jak píše Ryszard Kowalczyk, media lokalne „biorąc udział w wymianie informacji, określają relacje i wyznaczają związki, jakie je łączą z innymi podmiotami systemu lokalnego. W ten sposób partycypują w komunikowaniu lokalnym, stając się jego elementem centralnym”¹⁰. Wynika z tego, że to właśnie media lokalne określają, które dyscypliny uprawiane w regionie stają się elementem centralnym. Co więcej, pełnią w ten sposób także funkcję edukacyjną poprzez propagowanie

⁹ A. Szynol, *Funkcje mediów lokalnych w teorii i praktyce*, „Dziennikarstwo i Media” 2012, t. 3, s. 105–120.

¹⁰ R. Kowalczyk, *Miejsce i rola mediów lokalnych we współczesnym społeczeństwie informacyjnym (refleksje medioznawcze)*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2011 r., nr 1, s. 67.

mniej znanych, by nie rzecz egzotycznych dyscyplin sportowych, jak np. kung-fu czy curling. Ten sam badacz zwraca uwagę na fakt, że „media lokalne stają się jednym z ważnych elementów kultury popularnej”¹¹. Nie zagłębiając się w koncepcje kultury popularnej, przyjmuję jej najprostszą definicję, a mianowicie iż jest to kultura powszechnie dostępna i praktykowana przez „masy”. Gdyby tę definicję „przełożyć” na sport popularny, to wówczas otwiera się przed mediami regionalnymi ogromna szansa na zmianę czy chociaż rozszerzenie upodobań sportowych odbiorców. A w konsekwencji na budowanie lokalnych więzi wokół regionalnych drużyn i zawodników.

Bibliografia

- Dziki Sylwester, Chorążki Włodzimierz, *Media lokalne i regionalne*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Zbigniew Bauer, Edward Chudziński, Universitas, Kraków 2000, s. 121–140.
- Keon Yoo Sang, *The Impact of Global Sport on Local Media: A Case Study of Korean Newspaper Coverage of Women’s Golf*, „International Journal of Sport Communication” 2012, nr 5, s. 403–412. <https://doi.org/10.1123/ijsc.5.3.403>
- Kowalczyk Ryszard, *Miejsce i rola mediów lokalnych we współczesnym społeczeństwie informacyjnym (refleksje medioznawcze)*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2011, nr 1, s. 65–80. <https://doi.org/10.14746/ssp.2011.1.04>
- Michalczyk Stanisław, *Media lokalne w systemie komunikowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000.
- Mihailescu Liliana, Nita Gabriel, *Local Media Promotion of the B.A.C., Element of the Sport Marketing Strategy*, „The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences” 2018, <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.08.03.205>
- Mikosz Joanna, *„Dziennik Łódzki – tradycja i współczesność”*, Agencja Wydawnicza „Sztuka i rynek”, Kalisz 2006.
- Szynol Adam, *Funkcje mediów lokalnych w teorii i praktyce*, „Dziennikarstwo i Media” 2012, t. 3, s. 105–120.
- Walicki Jacek, *„Dziennik Łódzki” – nasze 115-lecie*, Oddział Prasa Łódzka Sp. z o.o., Łódź 1999.

¹¹ Tamże, s. 75.

Beata Grochala

Local sport in regional media

Summary

Regional media have numerous functions (e.g. informative, opinion-forming, integrating) towards the local community. It is owing to them that the inhabitants of a given area acquire knowledge about current events from all areas of life in the regional dimension. Sport is a special sphere – information about competitions at the regional level appears only in local media. The article analyses the contents of two Lodz-based media – namely printed press and television – in terms of the presence of information about local sports competitions.

Keywords: regional media, local press, regional television, sport in media

Beata Grochala, dr hab. prof. UŁ, pracuje w Instytucie Filologii Polskiej i Logopedii Uniwersytetu Łódzkiego. Zainteresowania badawcze: mediolingwistyka, genologia lingwistyczna, język sportu, glottodydaktyka, komizm językowy. Autorka monografii: *Komizm językowy w felietonach Antoniego Słonimskiego* (Łódź 2006) oraz *Telewizyjna transmisja sportowa w świetle genologii lingwistycznej* (Łódź 2016) oraz licznych artykułów, m.in. *Język sportu a wyrażanie emocji – nowa (?) perspektywa oglądu* („Prace Językoznawcze” 2019, nr 4), *Język sportu w perspektywie mediolingwistycznej – zarys problematyki* („Poradnik Językowy” 2021, nr 4).

Zbigniew Gruszka*

 <https://orcid.org/0000-0002-7834-3893>

Portal społecznościowy jako narzędzie do promowania informacji regionalnych – na przykładzie profili Facebook TVP Łódź, Radia Łódź i „Expressu Ilustrowanego”

Streszczenie

Celem autora była ocena działań na profilach Facebook trzech redakcji mediów regionalnych – TVP 3 Łódź, Radia Łódź oraz dziennika „Express Ilustrowany” w zakresie umieszczania lokalnych i regionalnych informacji oraz próba ilościowego określenia i porównania tej działalności. Zastosowano analizę zawartości profilu na Facebooku, którą przeprowadzono w ciągu jednego miesiąca (1 marca–31 marca 2018 roku).

Słowa kluczowe: media społecznościowe, informacje regionalne, promocja, portal społecznościowy

* Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Informatologii i Bibliologii, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź; e-mail: zbigniew.gruszka@uni.lodz.pl

Obecność mediów regionalnych w mediach społecznościowych stanowi interesujące zjawisko z zakresu konwergencji mediów¹, polegające na dostosowaniu proponowanej oferty medialnej do wciąż wzrastających oczekiwań odbiorców, jak również umożliwiające jej personalizację. Nie bez znaczenia jest także możliwość większej niż w przypadku tradycyjnych mediów interakcji z odbiorcami, polegającej na stworzeniu przestrzeni cyfrowej do dzielenia się komentarzami, udostępniania i oceniania postów za pośrednictwem dostępnej na Facebooku skali.

Aktywność mediów regionalnych w przestrzeni cyfrowej stanowi przykład *inbound marketingu* – marketingu przychodzącego – przeciwstawnego do jego odpowiednika o nazwie *outbound marketing* polegającego głównie na promocji i reklamie. Angażowanie użytkowników i współpraca, budowanie wspólnoty i współtworzenie treści, a także otwartość – stanowiące według Nilofera Merchanta dystynktywne elementy ery społeczności² – mają ostatecznie posłużyć do zaangażowania klienta w działania marketingowe i do wzrostu lojalności wobec marki³.

Badanie mediów regionalnych, będące w obszarze zainteresowań prasoznawców i mediologów, jest równie interesujące z informatologicznego punktu widzenia. Umożliwia bowiem przeanalizowanie zaobserwowanych mechanizmów związanych z zarządzaniem publikowaną informacją, określenie stopnia zaangażowania uczestników, jak również udzielenie odpowiedzi na pytanie, jak powinna być projektowana informacja medialna w przestrzeni Internetu społecznościowego, by spotkała się z reakcją użytkowników serwisu społecznościowego Facebook.

Celem autora pracy jest poznanie aktywności redakcji profili trzech łódzkich mediów regionalnych – stacji telewizyjnej TVP 3 Łódź, radiowej Radia Łódź i dziennika „Express Ilustrowany” – w przestrzeni platformy Facebook⁴ w szczególności

1 Na temat konwergencji wybranych mediów zob.: J. Bogdańska, *Między prasą a cyberprzestrzenią. Analiza porównawcza gazety i serwisu www na przykładzie „Dziennika Łódzkiego”, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”* 2016, nr 2(32), s. 149–165; V. Wejs-Milewska, *Współczesne radio – pytanie o tożsamość*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2017, nr 1(39), s. 23–30.

2 A. Łaskiewicz, *Media społecznościowe i ich potencjał w generowaniu wartości dla organizacji*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica” 2013, nr 287, s. 159–160; S. Kuczamer-Kłopotowska, *Rola mediów społecznościowych w komunikacji pokolenia Y*, „Handel Wewnętrzny” 2016, nr 3(362), s. 216–227, 222.

3 D. Zys, *Inbound marketing – strategia przyszłości*, <https://sprawnymarketing.pl/inbound-marketing-strategia-przyszlosci/> [dostęp: 27.04.2018]; szerzej: K. Stopczyńska, *Zarządzanie wizerunkiem firmy przy wykorzystaniu Inbound marketingu na przykładzie fan page*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica” 2013, nr 287, s. 181–191.

4 *Express Ilustrowany*, <https://www.facebook.com/ExpressIlustrowany/> [dostęp: 3.04.2018]; *Radio Łódź*, <https://www.facebook.com/RadioLodz/> [dostęp: 3.04.2018]; *TVP 3 Łódź*, <https://www.facebook.com/tvplodz/> [dostęp: 3.04.2018].

w zakresie zamieszczania na profilach informacji lokalnych i regionalnych oraz próba kwantyfikacji i porównania teŝe aktywności pomiędzy poszczególnymi profilami. Dla oceny odbioru materiałów umieszczanych w sieci scharakteryzowano częstotliwości i rodzaj treści umieszczanych na profilach, opisano najczęściej komentowane i udostępniane treści, jak również te, w przypadku których najczęściej klikano przycisk „lubię to”.

Przeprowadzona analiza dotyczy zawartości merytorycznej i kwantyfikacji postów na profilach społecznościowych trzech różnych mediów regionalnych. Zastosowano metodę badawczą polegającą na analizie zawartości profili w serwisie Facebook wspomnianych trzech mediów regionalnych na przestrzeni jednego miesiąca (1 marca – 31 marca 2018 roku) z wykorzystaniem konta w serwisie społecznościowym Facebook. Została również wykorzystana metoda porównawcza.

Wokół trzech portali zbudowały się różne społeczności internetowe (wirtualne, e-społeczności). Społeczność internetową rozumiem za przywołanym przez Agnieszkę Smalec Manuelem Castellsem, według którego jest to: „[...] samodefiniująca się, elektroniczna sieć interaktywnej komunikacji, zorganizowana wokół podzielanych zainteresowań lub celów, chociaż niekiedy komunikacja staje się celem samym w sobie”⁵.

Największą społeczność internetową zbudowali prowadzący profil „Expressu Ilustrowanego” – było to ponad 65,5 tys. osób. Czterokrotnie mniejszą społecznością dysponuje profil Radia Łódź (około 15 tys.), a dziesięciokrotnie mniejszą od „Expressu” – TVP 3 Łódź (prawie 7 tys.). Liczba obserwujących profile, a więc wyrażających zgodę na otrzymywanie od nich publikowanych treści była nieco niższa do liczby polubień.

Twórcy profili oferują dodatkowe funkcjonalności rozszerzające dostęp do publikowanych treści, takie jak możliwość oglądania on-line (TVP 3 Łódź), dostęp do konta Instagram i Youtube Radia Łódź czy do sklepu „Expressu Ilustrowanego”. Z trzech profili jedynie redakcja dziennika nie przygotowała opisu swojej działalności w serwisie Facebook (por. Tabela 1).

5 M. Castells, *Społeczeństwo sieci*, przeł. Mirosława Marody, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 62. Cyt. za: A. Smalec, *Rola społeczności internetowych w komunikacji marketingowej*, „Ekonomiczne Problemy Usług” 2010, nr 55, s. 582.

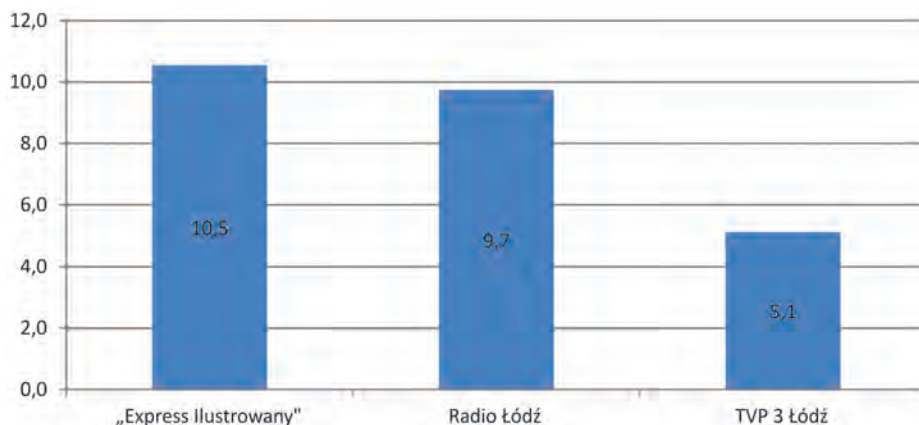
Tabela 1. Charakterystyka ogólna profili TVP Łódź, Radia Łódź i „Expressu Ilustrowanego” w serwisie społecznościowym Facebook

	TVP 3 Łódź	Radio Łódź	„Express Ilustrowany”
Liczba polubień	6 849	15 160	65 488
Liczba obserwujących	6 765	14 736	63 822
Funkcjonalności	Oglądaj nas online!	Instagram, Youtube Radio Łódź	Sklep
Opis	Firma nadająca i produkująca programy telewizyjne w: Łódź	Stacja radiowa w: Łódź	brak

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

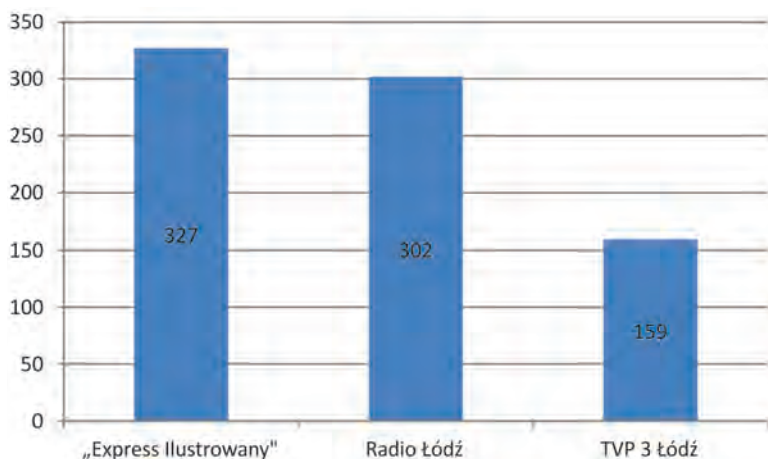
Analiza liczbowa

W poddanej analizie okresie najwięcej postów na profilu społecznościowym w serwisie Facebook opublikowała redakcja „Expressu Ilustrowanego” (327), a następnie Radio Łódź (302). Znacznie mniejszą aktywnością wykazała się redakcja profilu TVP Łódź, która zamieściła 159 postów (zob. Wykres 1). Jak wynika z dalszych analiz, aktywność redakcji na profilu w zakresie publikowanych postów wpływa, choć niedecydująco, na rozmiar budowanej wokół profilu społeczności cyfrowej.

**Wykres 1.** Liczba opublikowanych postów w badanym okresie

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Średnia dzienna aktywność w liczbie publikowanych postów była zbliżona w przypadku redakcji „Expressu Ilustrowanego” (10,5) i Radia Łódź (9,7) – w obu przypadkach oscylowała wokół liczby 10. Połowę mniej postów dziennie (5,1) zamieścili redaktorzy profilu społecznościowego TVP Łódź (Wykres 2).

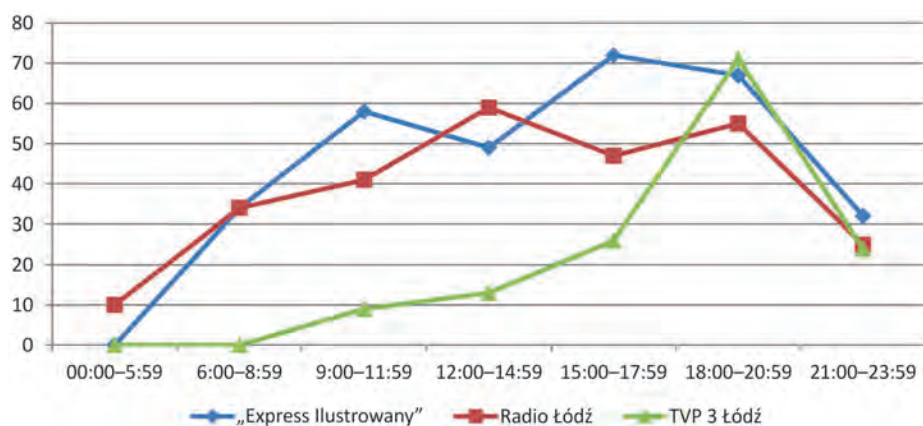


Wykres 2. Średnia dzienna liczba postów

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Największa aktywność w liczbie publikowanych postów przypadła na godziny popołudniowe i wieczorne. Wzmoczoną aktywnością charakteryzowała się w szczególności redakcja „Expressu Ilustrowanego”, publikując najwięcej postów w godzinach 15:00–17:59 oraz 18:00–20:59, jak również w godzinach przedpołudniowych (9:00–11:59). Szczytowy moment aktywności redakcji profilu Radia Łódź przypadł na godziny 12:00–14:59 oraz 18:00–20:59.

Osoby odpowiadające za profil TVP Łódź najczęściej publikowały posty wieczorem; znaczna aktywność przypadła na godziny 18:00–20:59. Mniejszą aktywność w przypadku wszystkich trzech profili wykazano w przypadku godzin porannych (6:00–8:59) i nocnych (21:00–23:59) z zastrzeżeniem, że redakcja TVP Łódź nie publikowała postów w godzinach porannych. Nikt oprócz prowadzących profil Radia Łódź nie zamieszczał w badanym okresie informacji w godzinach 0:00–5:59. Godzin publikacji postów nie udało się ustalić w przypadku 15 postów profilu „Expressu Ilustrowanego”, 31 postów profilu Radia Łódź oraz 16 postów profilu TVP Łódź (por. Wykres 3 i Tabela 2).



Wykres 3. Ilustracja graficzna przedziałów czasowych publikacji postów na profilach Facebook „Expressu Ilustrowanego”, Radia Łódź i TVP 3 Łódź

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Tabela 2. Ilustracja liczbowa przedziałów czasowych publikacji postów na profilach Facebook „Expressu Ilustrowanego”, Radia Łódź i TVP 3 Łódź

Przedział godzinowy	„Express Ilustrowany”	Radio Łódź	TVP 3 Łódź
00:00–5:59	0	10	0
6:00–8:59	34	34	0
9:00–11:59	58	41	9
12:00–14:59	49	59	13
15:00–17:59	72	47	26
18:00–20:59	67	55	71
21:00–23:59	32	25	24
bd.	15	31	16
Suma	327	302	159

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Łącznie w badanym okresie (31 dni) najwięcej reakcji odnotowano na profilu „Expressu Ilustrowanego”. Internauci posty profilu „Express Ilustrowany” polubili 9756 razy, profilu Radia Łódź – 1857 razy, natomiast profilu TVP 3 Łódź – 864 razy. „Express” zwyciężył również w kategorii liczby komentarzy i udostępnień (por. Tabela 3). Na tej podstawie można uznać, że najskuteczniej – spośród wszystkich przebadanych stron – angażuje internautów do reagowania społecznościowego na treści publikowane przez redakcję na profilu.

W zestawieniu najniższe liczby dotyczące polubień, komentarzy i udostępnień osiągnął profil „TVP 3 Łódź”.

Tabela 3. Łączna liczba polubień, komentarzy i udostępnień na profilach „Expressu Ilustrowanego”, Radia Łódź i TVP 3 Łódź w marcu 2018 roku

	„Express Ilustrowany”	Radio Łódź	TVP 3 Łódź
Łączna liczba polubień	9756	1857	864
Łączna liczba komentarzy	4166	491	60
Łączna liczba udostępnień	2928	189	229

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Wobec braku danych dotyczących liczby wyświetleń postów na wszystkich trzech badanych profilach trudno ustosunkować się do publikowanych przez redaktorów profilu TVP3 Łódź informacji na temat liczby wyświetleń materiałów audiowizualnych. Łącznie na 159 postów aż 114 (tj. 72%) zawierało materiał audiowizualny (plik wideo reportażu, fragment *Łódzkich Wiadomości Dnia*, promocja programu). Analiza liczby wyświetleń tychże materiałów unaocznia, że jedynie w przypadku trzech postów zostały one wyświetlone powyżej 10 tys. razy⁶, w przypadku 27 postów zanotowano od 2 tys. do 10 tys. odsłon; 28 filmów wyświetlono od 1 tys. do 2 tys. razy. Tysiąc razy i mniej obejrzano natomiast 56 filmów, tj. blisko połowę (por. Tabela 4).

Tabela 4. Liczba wyświetleń filmów opublikowanych na profilu TVP 3 Łódź

Liczba wyświetleń	Liczba filmów
pow. 10 tys.	3
2 tys.–10 tys.	27
1 tys.–2 tys.	28
1 tys. i mniej	56
Łączna liczba materiałów audiowizualnych	114

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

⁶ Były to materiały audiowizualne do postów z 8, 7 i 12 marca poświęconych: zbiórce pieniędzy dla chorego na nowotwór Kuby Gołębiowskiego, blokadzie drogi przez protestujących rolników, a także o propozycji zakazu sprzedaży alkoholu po godzinie 22 w Piotrkowie Trybunalskim. Ich liczba wyświetleń wyniosła (w kolejności): 62 903, 25 801 i 20 758 (stan na 3.04.2018).

Cennym narzędziem w ocenie popularności treści wyrażanej za pośrednictwem publikowanych na omawianych profilach postów może być analiza kwartyłowa. Z grupy postów zamieszczonych na Facebooku przez redakcję profilu „Expressu Ilustrowanego” 25% otrzymała jedynie do 8 polubień, połowa z nich zebrała 16, a 25% postów otrzymało co najmniej 34 kliknięcia „lubię to” (maksimum 381). W przypadku profilu Radia Łódź mediana liczby polubień wyniosła 3, co oznacza, że połowa postów miała mniej, a połowa – więcej polubień. 25% postów otrzymała 1 polubienie (lub nie otrzymała go wcale) i taka sama liczba – 8 i więcej kliknięć „lubię to” (maksimum 67). Podobne zachowania internautów można zauważyć w przypadku profilu TVP 3 Łódź. Mediana liczby polubień także wyniosła 3, natomiast 25% postów otrzymało 6 i więcej polubień (maksimum 93) (por. Tabela 5).

Tabela 5. Analiza kwartyłowa liczby polubień postów

	„Express Ilustrowany”	Radio Łódź	TVP 3 Łódź
Minimum	0	0	0
1.	8	1	1
2.	16	3	3
3.	34	8	6
Maksimum	381	67	93

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Internauci rzadziej komentowali publikowane treści – najczęściej były one umieszczane na profilu „Expressu”, z tym że połowa postów otrzymała mniej, a połowa więcej niż 6 komentarzy, a jedynie jedna czwarta – 12 i więcej komentarzy (maksimum 299). Na profilu Radia Łódź 25% postów uzupełniono co najmniej jednym komentarzem (maksimum 34). Analiza wykazała, że najrzadziej komentowane posty zamieszczano na profilu TVP 3 Łódź (por. Tabela 6).

Tabela 6. Analiza kwartyłowa liczby komentarzy postów

	„Express Ilustrowany”	Radio Łódź	TVP 3 Łódź
Minimum	0	0	0
1.	2	0	0
2.	6	0	0
3.	12	1	0
Maksimum	299	34	10

Źródło: oprac. własne. Stan na 3.04.2018.

Najczęściej również udostępniano posty „Expressu”, połowa z nich była udostępniana 3 i więcej razy, ale 25% otrzymała 8 i więcej udostępnień (maksimum 143). Jedynie 25% postów Radia Łódź i TVP 3 Łódź zostało udostępnionych co najmniej raz; maksima również były niższe i wyniosły odpowiednio 11 i 91 razy (por. Tabela 7).

Tabela 7. Analiza kwartylowa liczby udostępnień postów

	„Express Ilustrowany”	Radio Łódź	TVP 3 Łódź
Minimum	0	0	0
1.	1	0	0
2.	3	0	0
3.	8	1	1
Maksimum	143	11	91

Źródło: oprac. własne. Stan na 3.04.2018.

Analiza jakościowa

W wyniku analizy treści postów można stwierdzić, że redaktorzy każdego z trzech przebadanych profili społecznościowych publikowali informacje lokalne i regionalne, które dominowały w strukturze tematycznej wszystkich zamieszczanych postów.

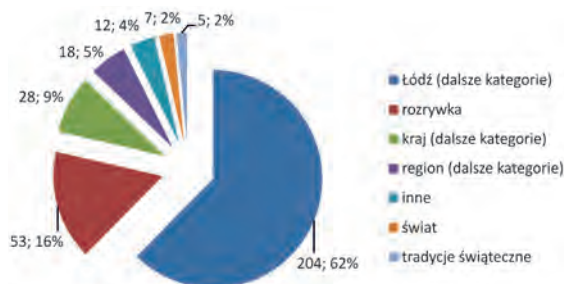
Łącznie proporcjonalnie najwięcej postów o tematyce lokalnej i regionalnej ukazało się na profilu Radia Łódź i było to blisko 95%, następnie na profilu TVP 3 Łódź (71,7%) i w końcu na profilu „Expressu Ilustrowanego” – około 68% (por. Tabela 8).

Tabela 8. Porównanie liczby postów o tematyce lokalnej i regionalnej do liczby wszystkich postów

Liczba postów	„Express Ilustrowany”	Radio Łódź	TVP 3 Łódź
Liczba postów o tematyce lokalnej i regionalnej	222	285	114
Liczba wszystkich postów	327	302	159
Udział procentowy	67,89%	94,37%	71,70%

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

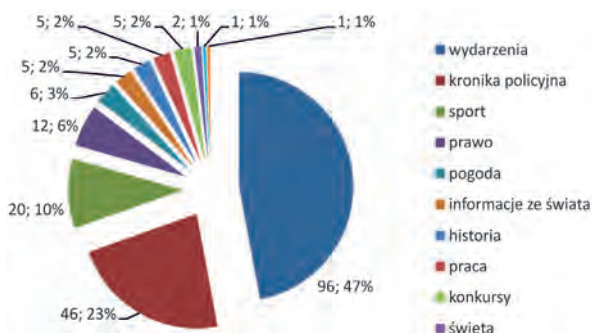
W przypadku postów „Expressu Ilustrowanego” tematyka lokalna dominowała; wiadomości z tego obszaru stanowiły 62% wszystkich postów. Stosunkowo dużo postów przyporządkowano do kategorii „rozrywka”. Co dziesiąta wiadomość poświęcona była tematyce krajowej, a 5% dotyczyło regionu. Niewielki udział w grupie wszystkich postów miały zagadnienia zaklasyfikowane jako „inne”, „świat” i związane z tradycjami świątecznymi (por. Wykres 4).



Wykres 4. Tematyka opublikowanych postów na profilu Facebook „Expressu Ilustrowanego” (liczba; procent)

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

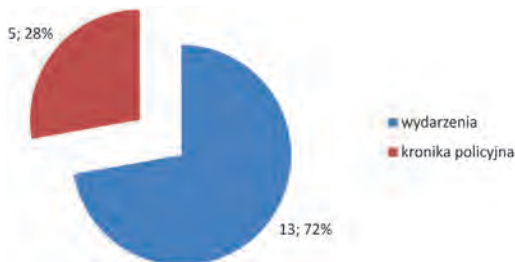
Przyglądając się bliżej postom o tematyce lokalnej, należy zauważyć, że w tej kategorii dominowały posty poświęcone wydarzeniom lokalnym (96 postów, tj. 47% wszystkich postów o tematyce lokalnej). Sporo uwagi przywiązywano do postów tematycznie określonych jako „kronika policyjna” – obejmujących informacje na temat m.in. wypadków i innych zdarzeń losowych. Co dziesiąty post dotyczył wydarzeń sportowych odbywających się lokalnie, a 6% – przepisów prawnych zakazujących handlu w niedzielę. Pozostałe przedstawione na wykresie 5 zagadnienia, określone jako zagadnienia lokalne, pojawiały się na profilu Facebook „Expressu Ilustrowanego” sporadycznie.



Wykres 5. Tematyka lokalna związana z Łodzią na profilu Facebook „Expressu Ilustrowanego” (liczba; procent)

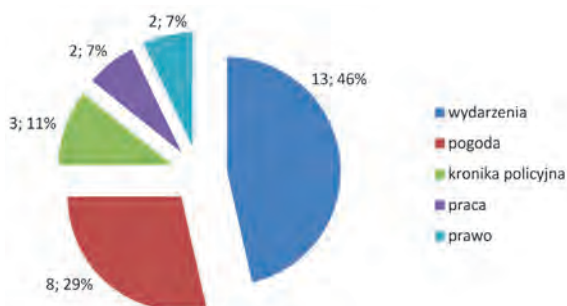
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Tematyka regionalna była reprezentowana w badanych okresie przez 18 postów; dominowały wśród nich wydarzenia (blisko 3 na 4 posty regionalne) i kronika policyjna (por. Wykres 6).



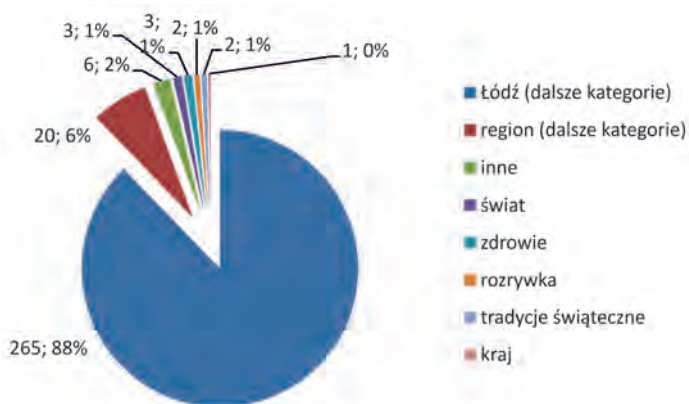
Wykres 6. Tematyka regionalna na profilu Facebook „Expressu Ilustrowanego” (liczba; procent)
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

W 28 przypadkach publikowany na profilu „Expressu Ilustrowanego” post dotyczył tematyki krajowej – najczęściej wydarzeń ogólnopolskich (blisko połowa postów krajowych). W tej kategorii zaklasyfikowano również posty na temat pogody w kraju (29% w kategorii), wydarzeń losowych (11%), pracy (7%) i prawa wprowadzającego zakaz handlu w niedziele (7%) (por. Wykres 7).



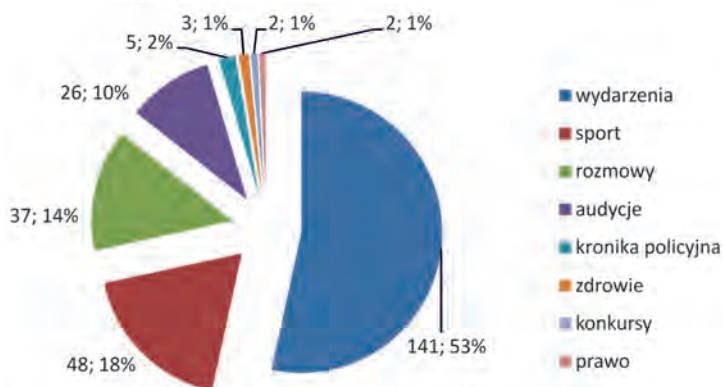
Wykres 7. Tematyka krajowa na profilu Facebook „Expressu Ilustrowanego” (liczba; procent)
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Wśród tematów postów opublikowanych na profilu Facebook Radia Łódź również dominowała tematyka lokalna i regionalna, stanowiąca łącznie 94% wszystkich postów. Mniej uwagi poświęcono tematyce określonej w badaniu kategoriami „zdrowie”, „rozrywka”, „tradycje świąteczne” (związane ze Świątami Wielkanocy), „świat” i „inne” (por. Wykres 8).



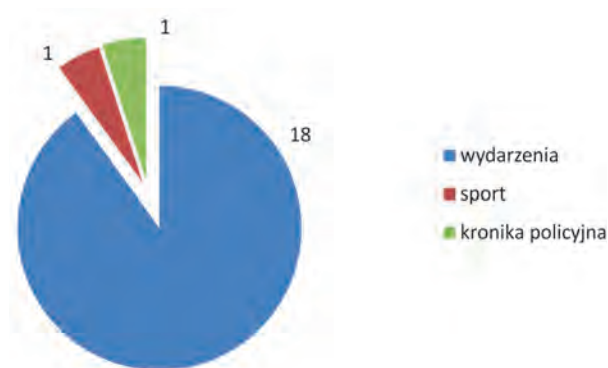
Wykres 8. Tematyka opublikowanych postów na profilu Radia Łódź (liczba; procent)
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Tematyka lokalna, poświęcona miastu, została zdominowana przez informacje o nadchodzących wydarzeniach (53%). Co piąta wiadomość lokalna dotyczyła sportu, mniejszy udział miały wiadomości dotyczące planowanych na antenie radia rozmów (14%) i audycji (10%). Pozostała tematyka lokalna, w tym tematyka prawna związana z wprowadzonym po raz pierwszy w marcu zakazem handlu w wybrane niedziele, zamknęła się w liczbie 5% wszystkich wiadomości lokalnych (por. Wykres 9).



Wykres 9. Tematyka lokalna związana z Łodzią na profilu Facebook Radia Łódź (liczba; procent)
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

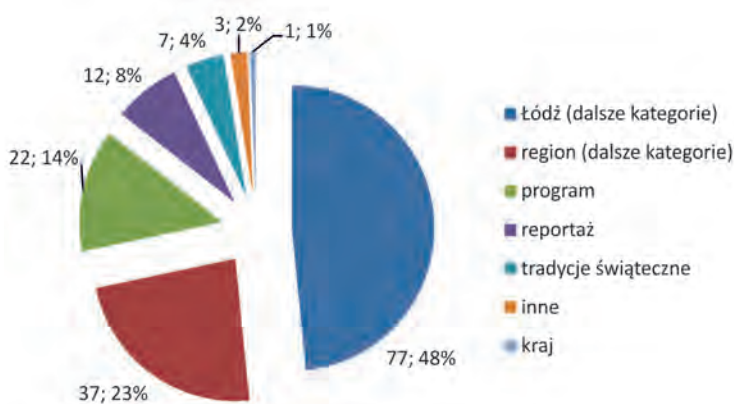
Zagadnieniom regionalnym poświęcono niewiele miejsca; złożyło się na nie 20 postów, z których 18 informowało o wydarzeniach regionalnych, a po 1 – o wydarzeniach sportowych i z kroniki policyjnej (por. Wykres 10).



Wykres 10. Tematyka regionalna na profilu Facebook Radia Łódź (liczba; procent)

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

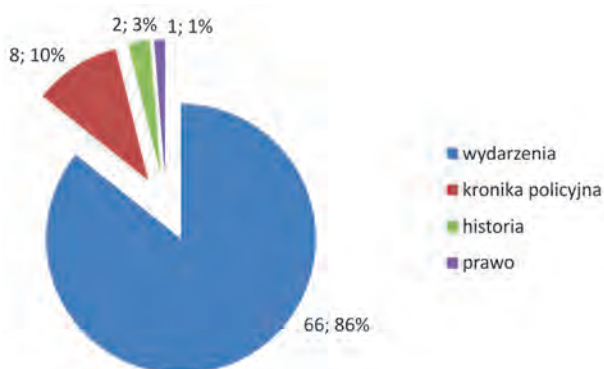
W przypadku profilu TVP 3 Łódź tematyce lokalnej poświęcono blisko połowę zamieszczonych postów, a sprawom z regionu – 23%. Tematy te stanowiły zatem większość zamieszczonych na profilu postów. Profil służył także informowaniu o programach i reportażach TVP 3 Łódź (łącznie 22% postów). Pozostałe zagadnienia stanowiły 7% postów z marcową datą publikacji (por. Wykres 11).



Wykres 11. Tematyka opublikowanych postów na profilu TVP 3 Łódź (liczba; procent)

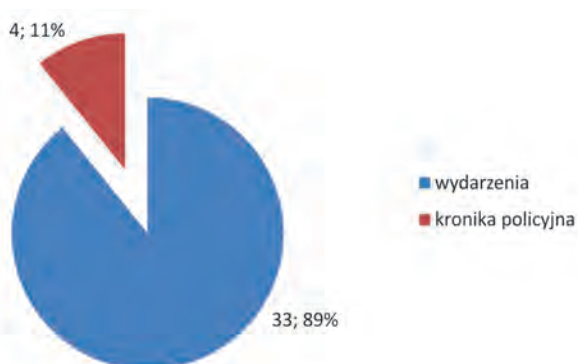
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Zamieszczane na profilu posty o tematyce lokalnej najczęściej dotyczyły nadchodzących wydarzeń (86%), a w przypadku 10% postów – zdarzeń określanych mianem kroniki policyjnej. Innym zagadnieniom poświęcono niewiele miejsca i nie przekroczyły one 4% łącznej liczby postów o tematyce lokalnej (por. Wykres 12).



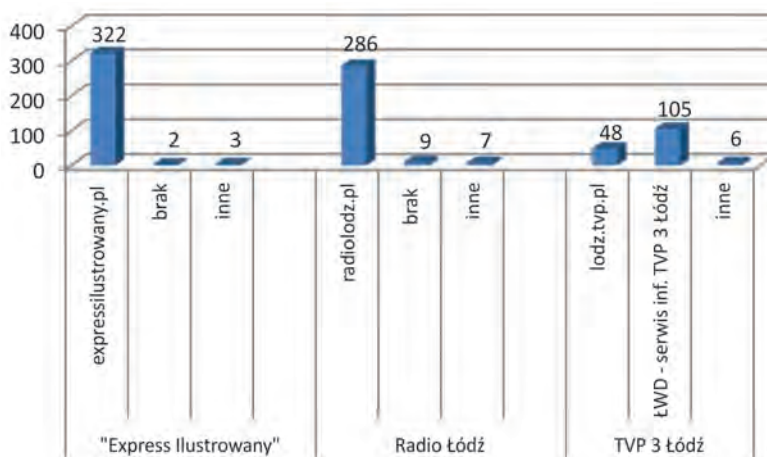
Wykres 12. Tematyka lokalna związana z Łodzią na profilu Facebook TVP 3 Łódź (liczba; procent)
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Na tematykę regionalną w przypadku profilu TVP 3 Łódź złożyły się dwa obszary, z których większościowy dotyczył wydarzeń regionalnych (prawie 90% postów), a mniejszościowy (11%) – zdarzeń z kroniki policyjnej (por. Wykres 13).



Wykres 13. Tematyka regionalna na profilu Facebook TVP 3 Łódź (liczba; procent)
Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Źródłem zdecydowanej większości publikowanych postów były internetowe strony główne poszczególnych mediów. Rzadziej były to posty własne. W przypadku portalu TVP 3 Łódź jego redaktorzy częściej publikowali posty z profilu Łódzkich Wiadomości Dnia – serwis Informacyjny TVP 3 Łódź niż ze strony internetowej www.lodz.tvp.pl. Zebrane dane dowodzą, że profile istotnie promują przede wszystkim media regionalne, rzadko udostępniając własne posty czy też informacje z innych źródeł (por. Wykres 14).



Wykres 14. Źródła informacji dla postów na profilu Facebook „Expressu Ilustrowanego”, Radia Łódź i TVP 3 Łódź

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Spośród wszystkich trzech poddanych analizie profili internauci najczęściej reagowali za pośrednictwem kliknięcia przycisku „lubię to” w przypadku publikowanych wiadomości na temat wydarzeń losowych, sportu i informacji budzących emocje związanych z chorobą lub śmiercią. W zestawieniu umieszczonym w Tabeli 9 szeregującym posty pod względem liczby polubień widać, że w tej kategorii posty „Expressu Ilustrowanego” powodowały największą interakcję; wiadomości zawarte na profilach TVP 3 Łódź i Radia Łódź znalazły się dopiero na 18. i 34. miejscu. Liczba pozostawionych przez użytkowników polubień przy postach unaocznia dużą rozbieżność między skutecznością w dotarciu do odbiorcy.

Tabela 9. Zestawienie wybranych tytułów postów z największą liczbą polubień w badanym okresie

Lp.	Tytuł posta	Nazwa profilu	Data	Godzina	Liczba polubień
1	Śnieżycza w Łodzi	„Express Ilustrowany”	17 marca	08:34	381
2	Zmarł 6-letni Bartek Pawlak...	„Express Ilustrowany”	21 marca	13:55	361
3	Doping na Widzewie	„Express Ilustrowany”	31 marca	22:37	252
18	Historia 19-letniego Kuby...	TVP 3 Łódź	20 marca	19:29	93
34	Adam Kszczot halowym mistrzem świata	Radio Łódź	3 marca	bd.	67

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

W badanym okresie najwięcej komentarzy wywołały ponownie posty na profilu „Expressu Ilustrowanego”, a następnie Radia Łódź i TVP 3 Łódź – również związane z wydarzeniami losowymi, wprowadzoną niedzielą bez handlu, budzącym emocje internautów święceniem koszy wielkanocnych przed pawilonem handlowym czy planowanym zakazem nocnego handlu alkoholem. W zestawieniu trzy najczęściej komentowane posty opublikował „Express”, najczęściej komentowany post Radia Łódź znalazł się na 24., a TVP 3 Łódź – na 109. miejscu. Ponownie daje się zaobserwować znaczne rozbieżności w zakresie liczby opublikowanych przez internautów komentarzy (por. Tabela 10).

Tabela 10. Zestawienie wybranych tytułów postów z największą liczbą komentarzy w badanym okresie

Lp.	Tytuł posta	Nazwa profilu	Data	Godzina	Liczba komentarzy
1	Tak wczoraj wyglądał Auchan w Manufakturze	„Express Ilustrowany”	18 marca	10:25	299
2	Przedszkole na medal	„Express Ilustrowany”	28 marca	10:03	221
3	Dlaczego w Łodzi śmierdzi?	„Express Ilustrowany”	10 marca	21:09	202
24	Święconka przed pawilonem	Radio Łódź	31 marca	14:16	34
109	Piotrków Trybunalski może zostać pierwszym miastem w województwie łódzkim, w którym po godz. 22 nie będzie można kupić alkoholu	TVP 3 Łódź	12 marca	19:27	10

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Najliczniej udostępniane posty znów najczęściej publikowała redakcja profilu „Expressu”. Co jednak interesujące, czwartą pozycję w zestawieniu zajął post TVP 3 Łódź dotyczący choroby mieszkańca Koluszek. Najrzadziej posty, które były następnie udostępniane, publikowała redakcja profilu Radia Łódź (por. Tabela 11).

Tabela 11. Zestawienie wybranych tytułów postów z największą liczbą udostępnień w badanym okresie

Lp.	Tytuł posta	Nazwa profilu	Data	Godzina	Liczba udostępnień
1	Ostrzelali ołowiem szkołę w Łodzi	„Express Ilustrowany”	14 marca	19:10	143
2	Dziecko w brzuchu mamy zostało dłużnikiem ZUS	„Express Ilustrowany”	22 marca	16:39	95
3	Sensacyjne odkrycie	„Express Ilustrowany”	28 marca	17:40	95
4	Historia 19-letniego Kuby...	TVP 3 Łódź	20 marca	19:29	91
70	W Strefie Młodych dziś tłoczno	Radio Łódź	22 marca	18:36	11

Źródło: opracowanie własne. Stan na 3.04.2018.

Wnioski

Wybrane do analizy profile społecznościowe trzech mediów lokalnych i regionalnych: „Expressu Ilustrowanego”, Radia Łódź i TVP 3 Łódź w istotny sposób promują tematykę regionalną, jednak formuła ich działalności różni się, przynosi więc też zróżnicowane efekty. Najlepiej w przestrzeni cyfrowej funkcjonuje profil „Expressu Ilustrowanego”, czego dowodzi liczba kliknięć „lubię to”, komentarzy oraz udostępnień, a najgorzej – TVP 3 Łódź. Mimo że liczba opublikowanych postów „Expressu” i Radia Łódź jest zbliżona (w przypadku TVP 3 Łódź – o połowę mniejsza), jedynie redakcji „Expressu” udało się zbudować największą i najbardziej zaangażowaną społeczność wokół profilu, dzięki czemu publikowane w Internecie posty trafiają do największego kręgu odbiorców.

Przedstawione w treści artykułu dane i wnioski, choć dotyczą stosunkowo krótkiego, bo 31-dniowego okresu badania, mogą znaleźć zastosowanie w planowaniu zawartości adresowanych do społeczności lokalnych, bowiem prowadzą do sformułowania następujących tez:

1. Treści związane z emocjami generują większą liczbę polubień postów przez użytkowników niż inne publikowane treści.
2. Treści związane z wydarzeniami losowymi generują większą liczbę komentarzy użytkowników niż inne publikowane treści.
3. Treści sensacyjne generują większą liczbę udostępnień postów przez użytkowników niż inne publikowane treści.

4. Największe zasięgi publikowanych treści buduje się przez zamieszczanie postów w godzinach popołudniowych i wieczornych (15:00–17:59; 18:00–20:59).
5. Czynnikiem wpływającym na liczbę reakcji użytkowników jest głównie liczba osób, które polubiły stronę; pozyskiwanie odbiorców profilu jest zatem podstawowym czynnikiem warunkującym jego powodzenie.

Obecność i aktywność redakcji na Facebooku świadczy o tym, że portal ten jest widziany przed media regionalne jako płaszczyzna do promowania informacji lokalnych, jednak nie we wszystkich przypadkach był on w badanym okresie wykorzystywany na satysfakcjonującym poziomie.

Bibliografia

- Bogdańska Jolanta, Między prasą a cyberprzestrzenią. Analiza porównawcza gazety i serwisu www na przykładzie „Dziennika Łódzkiego”, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2016, nr 2(32), s. 149–165. <https://doi.org/10.18778/1505-9057.32.12>
- Castells Manuel, Społeczeństwo sieci, przeł. M. Marody, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Kuczamer-Kłopotowska Sylwia, Rola mediów społecznościowych w komunikacji pokolenia Y, „Handel Wewnętrzny” 2016, nr 3(362), s. 216–227.
- Łaskiewicz Anna, Media społecznościowe i ich potencjał w generowaniu wartości dla organizacji, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica” 2013, nr 287, s. 157–168.
- Smalec Agnieszka, Rola społeczności internetowych w komunikacji marketingowej, „Ekonomiczne Problemy Usług” 2010, nr 55, s. 579–588.
- Stopczyńska Kinga, Zarządzanie wizerunkiem firmy przy wykorzystaniu Inbound marketingu na przykładzie fan page, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica” 2013, nr 287, s. 181–191.
- Wejs-Milewska Violetta, Współczesne radio – pytanie o tożsamość, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2017, nr 1(39), s. 23–30. <https://doi.org/10.18778/1505-9057.39.05>

Netografia

- Express Ilustrowany, <https://www.facebook.com/ExpressIlustrowany/> [dostęp: 3.04.2018].
- Radio Łódź, <https://www.facebook.com/RadioLodz/> [dostęp: 3.04.2018].
- TVP 3 Łódź, <https://www.facebook.com/tvplodz/> [dostęp: 3.04.2018].
- Zys Dorota, Inbound marketing – strategia przyszłości, <https://sprawnymarketing.pl/inbound-marketing-strategia-przyszlosci/> [dostęp: 27.04.2018].

Zbigniew Gruszka

Social Networking Sites as a tool to promote regional news: on the example of Facebook pages of ‘TVP Łódź’, ‘Radio Łódź’, and “Express Ilustrowany”

Summary

The author aims at evaluating the activities on the Facebook profiles of three regional media editorials – namely the ‘TVP 3 Łódź’ TV channel, the ‘Radio Łódź’ radio channel, and the *Express Ilustrowany* daily – particularly in terms of including local and regional information in their posts. Another objective was to attempt to quantify and compare these activities. The used research method is the analysis of profile content on Facebook, and the study was conducted within the period of one month (1st March – 31st March, 2018).

Keywords: social media, regional information, promotion, social networking site

Zbigniew Gruszka, dr, adiunkt w Katedrze Informatologii i Bibliologii Uniwersytetu Łódzkiego. Zainteresowania naukowe: zarządzanie biblioteką, strategie biblioteczne, regionalistyka, digital literacy. Najważniejsze publikacje: *Institutional Contexts of LIS Education in Poland*, „Education for Information” 2020, t. 36, nr 4, s. 457–469; *What May Library and Information Science Offer to Personal Information Management?* „Zagadnienia Informatologii Naukowej” 2020, nr 2, s. 40–55; *Deregulation of the librarian profession in Poland: the course and the consequences* (współautor M. Antczak), [w:] *Information and technology transforming lives: connection, interaction, innovation: Proceedings of International Symposium Bobcatss*, Osijek 2019, s. 23–40.

Stanisława Kurek-Kokocińska*

 <https://orcid.org/0000-0001-5456-1856>

Media w małej miejscowości na przykładzie biuletynu samorządowego i serwisu parafialnego

Streszczenie

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na wybrane aspekty komunikowania społecznego w obrębie małej miejscowości za pośrednictwem publicznie dostępnych mediów cyfrowych. Badaniem objęto periodyk „Wiadomości Lutomierskie. Informacyjny Biuletyn Samorządowy” (dostępny w serwisie [www Urzędu Gminy Lutomiersk](http://www.UrzęduGminyLutomiersk.poznan.pl), powiat pabianicki, woj. łódzkie: 2017–2020) oraz serwis internetowy rzymskokatolickiej Parafii w Lutomiersku (Dekanat Konstantynowski). Metodą analizy jakościowej ustalono zawartość mediów, wyodrębniono ich cechy, a następnie określono spełniane funkcje. Wykazano, że całokształt treści „Wiadomości Lutomierskich” odzwierciedla funkcjonowanie gminy i jej społeczności. W cyklu dwumiesięcznym mieszkańcy otrzymują pakiet informacji o różnych aspektach życia na tym terenie. Serwis parafialny uwzględnia tematy dotyczące parafian, życia chrześcijańskiego i społeczności Lutomierska. Badane media pełnią rozmaite funkcje, które są uwarunkowane dziedzinami działania ich właścicieli i twórców.¹

* Dr hab., prof. UŁ, Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Informatologii i Bibliologii, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź; e-mail: stanislawa.kokocinska@uni.lodz.pl

Słowa kluczowe: Media cyfrowe, funkcje mediów, „Wiadomości Lutomierskie. Informacyjny Biuletyn Samorządowy”; parafia rzymskokatolicka w Lutomiersku

Jednym z zagadnień komunikowania, które budzi zainteresowanie, są media funkcjonujące w małej miejscowości, należące do władzy samorządowej oraz do kościoła. Autorka próbuje rozpatrzyć tę kwestię na przykładzie istnienia takich mediów w środowisku Lutomierska. Gmina Lutomiersk jest położona w województwie łódzkim w powiecie pabianickim. Na obszarze podzielonym na sołectwa¹ zamieszkuje ponad 8500 mieszkańców². Teren gminy obejmuje kilkadziesiąt miejscowości. W kilku z nich Kościół katolicki prowadzi swoje parafie. Parafia w Lutomiersku należy do Dekanatu Konstantynowskiego³.

W celu przedstawienia tematu niezbędna jest podbudowa teoretyczna. Pierwsza część artykułu zawiera wprowadzenie o charakterze językowym i problemowym oparte na istniejącej literaturze przedmiotu wybranej z bibliografii dziedzinowej. W części drugiej znajduje się opis sporządzony na podstawie dokonanej analizy mediów (źródeł zastanych)⁴, których nadawcą jest Urząd Gminy i urząd parafii katolickiej. Podjęto próbę odpowiedzi na pytanie, jakie są media adresowane do społeczności zamieszkałej w tej samej miejscowości (Lutomiersk) i w pobliskich wioskach. Sformułowano kilka pytań pomocniczych: jakie treści komunikuje mieszkańcom gminy biuletyn samorządowy, jak mieszkańcy są informowani o sprawach publicznych, w jaki sposób biuletyn angażuje mieszkańców w życie społeczności, jakie treści komunikuje serwis parafialny, jak parafianie są informowani o sprawach Kościoła i parafii, w jaki sposób serwis kościoła parafialnego angażuje osoby w życie wspólnoty wiernych, jakie dostrzec można pola wspólne oraz jakie funkcje pełnią analizowane media w służbie społeczności lutomierskiej.

1 Gmina Lutomiersk, <http://www.lutomiersk.info/> [dostęp: 21.11.2020].

2 Gmina Lutomiersk, <http://www.polskawliczbach.pl> [dostęp: 21.11.2020].

3 Do Dekanatu Konstantynowskiego należą również parafie w innych miejscowościach Gminy Lutomiersk, tj. w Kazimierzu oraz w Kwiatkowicach i Mikołajewicach. Zob. *Spis parafii*, <http://archidiecezja.lodz.pl/spis-parafii/> [dostęp: 21.11.2020].

4 Korzystanie z dokumentów zastanych jest uznaną metodą w badaniach społecznych. Metodą badawczą opartą na źródłach wytworzonych przez instytucje jako efekt uboczny ich działania opisują m.in. M. Łuczewski, P. Bednarz-Łuczewska, *Analiza dokumentów zastanych*, [w:] *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*, t. 2, red. D. Jemielniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 163–188.

Media – prasa samorządowa – prasa parafialna (interpretacja rozszerzona)

W myśl znanej definicji media rozumie się m.in. jako nośniki informacji, takie jak gazety, czasopisma, książki, filmy, radio, sieci informatyczne⁵. Oficjalnie „prasa oznacza publikacje periodyczne, które nie tworzą zamkniętej, jednorodnej całości, ukazujące się nie rzadziej niż raz do roku, opatrzone stałym tytułem albo nazwą, numerem bieżącym i datą, a w szczególności: [...] biuletyny [...]”⁶. Według ustaleń prasoznawców prasa, której nadawcą jest samorząd terytorialny to prasa samorządowa⁷. Bycie nadawcą oznacza utrzymywanie takiej prasy ze środków pochodzących z budżetów samorządów terytorialnych⁸. „Media samorządowe należy rozumieć jako media tworzone, wydawane, produkowane przez urzędy gminne oraz podległe im instytucje samorządowe”⁹. Biorąc pod uwagę powyższe, nie ma większych różnic w definiowaniu prasy samorządowej w kręgu znawców tej dziedziny.

Prasa samorządowa rozwija się w Polsce po zmianie systemu politycznego, od pierwszej ustawy o samorządzie terytorialnym, która została uchwalona w marcu 1990 roku i weszła w życie w maju tego samego roku¹⁰. Patrycja Szostok w artykule z 2015 roku podała, że tytuły prasy lokalnej stanowią blisko połowę ogółu wydawanych czasopism, a wydawcą około 1/3 ogółu prasy lokalnej są samorządy terytorialne¹¹. Bogata oferta pod tym względem wyróżnia województwo łódzkie. Z ustaleń Jolanty Kępa-Mętrak wynika, że w 2014 roku istniało w tym województwie 156 tytułów pism samorządowych (wyższe dane dotyczyły jedynie województwa małopolskiego: 245 tytułów oraz śląskiego: 200 tytułów). Według autorki „najwięcej wydawanych było i jest w stolicy województwa, ale dużą aktywność wydawniczą

5 W. Pisarek, *Media* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 117.

6 Obwieszczenie Marszałka Sejmu z dnia 14 września 2018 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy – Prawo prasowe, Dz.U. 2018, poz. 1914, art. 7.1.2.1.

7 J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa jako forma informacji publicznej*, „Rocznik Bibliologiczny-Prasoznawczy” 2018, t. 10/21, s. 139.

8 S. Michalczyk, *Prasa samorządowa. Szkice prasoznawcze*, Solo Press, Katowice, Żory 1996, s. 25; za J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa jako...*

9 K. Kowalik, *Internetowy serwis samorządowy – ewolucja przekazu w okresie „mobilnej zmiany”*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2015, nr 2, s. 12.

10 *Obszerne omówienie* zob. M. Gierula, *Prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005.

11 P. Szostok, *Lokalne media w komunikowaniu jednostek samorządu terytorialnego*, [w:] *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, red. W. Furman, P. Kuca, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015, s. 131.

odnotowano także w Zgierzu, nieco mniejszą w Bełchatowie, Łęczycy, Andrespolu, Konstancynie Łódzkim, Poddębicach i Tomaszowie Mazowieckim¹².

W typologii prasy samorządowej pod względem zasięgu i statusu instytucjonalno-prawnego wyodrębnia się prasę wojewódzką (urzędów marszałkowskich), prasę powiatową (starostw powiatowych i urzędów miast na prawach powiatu) oraz prasę gminną (urzędów gmin)¹³. Pod względem formy: biuletyny i gazety. W terminologii prasowej biuletyn to „nazwa wydawnictw różnych instytucji na ich wewnętrzny użytek”¹⁴. Pod względem formalno-treściowym biuletyn zawiera informacje dotyczące głównie działalności urzędu, zamieszcza sprawozdania, komunikaty i inne materiały o podobnym charakterze formułowane w stylu urzędowym oraz ilustrowane z życia lokalnej społeczności¹⁵.

Punkt widzenia na prasę samorządową wniosły badania nad tym typem prasy w kontekście informacji publicznej. Zgodnie z obowiązującym prawem władze publiczne, w tym osoby prawne samorządu terytorialnego, jednostki organizacyjne samorządu terytorialnego, jednostki organizacyjne, które wykonują zadania publiczne lub dysponują majątkiem publicznym są zobowiązane do udostępniania informacji publicznej. Jak słusznie zauważyła Jolanta Kępa-Mętrak, instytucje czy to państwowe, czy samorządowe „obligatoryjnie muszą je zamieszczać w Biuletynie Informacji Publicznej, ale mogą to robić także innymi sposobami”¹⁶. Wykazała (na przykładzie samorządów wojewódzkich), że władze włączają własne periodyki do form udostępniania informacji publicznej.

Internet stał się medium komunikacyjnym w latach 90. Już pod koniec XX wieku rozpoczęła się sieciowa rewolucja, która niosła ze sobą rozwój infrastruktury technologicznej¹⁷, dostarczyła cyfrowe narzędzia produkcji i sieci dystrybucji informacji celem swobodnego i aktywnego korzystania przez użytkowników z usług elektronicznych¹⁸ oraz usług informacyjnych¹⁹. U podstaw wykorzystania Internetu przez Kościół w jego misji wymienia się Dekret o środkach społecznego przekazywania

12 J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa w polskim systemie medialnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Kieleckie Towarzystwo Naukowe, Kielce 2015, s. 132.

13 J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa jako...*, s. 139–140.

14 S. Dziki, *Biuletyn* [hasło], [w:] *Słownik terminologii...*, s. 18.

15 J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa...*, s. 35–36.

16 J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa jako...*, s. 138.

17 G. Gmiterek, *Biblioteka w środowisku społecznościowego Internetu. Biblioteka 2.0*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2012, s. 35.

18 S. Kurek-Kokocińska, *Usługi informacyjne*, [w:] *Nauka o informacji*. red. W. Babik, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2016, s. 151–181.

19 D. Kaznowski, *Social media – społeczny wymiar Internetu*, [w:] *E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy*, red. J. Królewski, P. Sala, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018, s. 81–103.

myśli *Inter Mirifica* z 1963 roku (jako dokument Soboru Watykańskiego II)²⁰. Środowisko Kościoła ceni bardzo aprobatywne stanowisko papieża Jana Pawła II wyrażone 2002 roku na temat używania Internetu jako forum ewangelizacji²¹.

W Polsce począwszy od lat 90. nastąpił rozkwit prasy katolickiej, w tym gazetek i biuletynów parafialnych²². Prasa parafialna zalicza się do prasy wyznaniowej, która została zdefiniowana (*sensu stricto*) jako „prasa pozostająca w ścisłej gestii Kościoła lub związku religijnego, służąca ich celom ideowym – konfesyjnym, często zajmująca się tematyką świecką, ale w duchu własnych idei”. Autor definicji, odnotowując taką ożywioną działalność wydawniczą urzędów parafialnych współcześnie, zastrzegł, iż „wydawane czasopisma – nie zawsze słusznie zwane gazetami parafialnymi – zawierają zarówno treści konfesyjne, jak i ogólnoinformacyjne, właściwe czasopismom sublokalnemu”²³.

W literaturze przedmiotu stosuje się podział pism parafialnych na kilka następujących typów: gazetka jako pismo urzędowe z ogłoszeniami, gazetka jako pismo księdza proboszcza, gazetka kancelarii parafialnej, gazetka rady parafialnej, gazetka parafialna i gazetka wspólnoty lokalnej²⁴. Zajmujący się prasą parafialną Krzysztof Wasilewski rozszerzył definicję prasy parafialnej także na „pozostałe formy aktywności medialnej parafii, a mianowicie prowadzone przez nie strony internetowe, radio i telewizję online, a także obecność w serwisach społecznościowych”²⁵.

Na podstawie dotychczasowej charakterystyki należy przyjąć, że:

- biuletyn samorządowy należy do mediów jako rodzaj prasy gminnej, ma charakter świecki, udostępnia informację publiczną i jest tworzony oraz wydawany ze środków władzy samorządowej;
- strony internetowe parafii vs. serwis parafialny jako forma aktywności urzędu parafialnego w środowisku cyfrowym zalicza się do mediów wyznaniowych;

20 Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli, <http://portal.tezeusz.pl/2009/01/22/dekret-o-srodkach-spoecznego-przekazywania-mysli-inter-mirifica/> [dostęp: 28.05.2021].

21 Jan Paweł II, *Internet nowym forum dla głoszenia Ewangelii. Orędzie Jana Pawła II na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/przemowienia/internet_aut_12052002.html [dostęp: 28.05.2021].

22 E. Lubojańska, *Strony www parafii jako źródło informacji o katolickiej prasie parafialnej w Archidiecezji Katowickiej. Próba analizy formalno-wydawniczej*, „FIDES. Biuletyn Bibliotek Kościelnych” 2015, R. 21, nr 2(41), s. 81–120.

23 S. Dziki, *Prasa wyznaniowa* [hasło], [w:] *Słownik terminologii...*, s. 156.

24 Z. Hanas, *Vademecum redaktora gazetki parafialnej*, [w:] *Media w duszpasterstwie*, red. M. Przybysz, T. Wielebski, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa 2014, s. 471–472. Za: E. Lubojańska, dz. cyt.

25 K. Wasilewski, *Prasa parafialna w diecezji zielonogórsko-gorzowskiej. Rekonesans badawczy*, „Zielonogórskie Studia Bibliotekoznawcze” 2015, z. 7, s. 141.

- w prezentowanym artykule media oznaczają środki przekazu używane przez władze samorządowe oraz przez proboszcza parafii w komunikacji z mieszkańcami i wiernymi.

Biuletyn samorządowy urzędu gminy

„Wiadomości Lutomierskie. Informacyjny Biuletyn Samorządowy” wydaje Gmina Lutomiersk. Obecny biuletyn ukazywał się także z podtytułem „Miesięcznik Samorządu Lokalnego”²⁶. W zbiorach Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej w Łodzi najwcześniejsze dostępne numery pochodzą z 2001 roku (numer 9)²⁷. Jest dokumentem samoistnym wydawniczo, publikowanym w formie drukowanej. Usługę druku wykonuje firma zewnętrzna. Siedziba i adres redakcji „Wiadomości Lutomierskich” jest zarazem adresem władz gminy. Dane identyfikacyjne (bibliograficzne), w tym nazwisko redaktora naczelnego, umieszczane są w metryczce. Redaktor każdego numeru podaje również termin jego zamknięcia (oddania do druku). Pozostałe dane znajdują się na okładce, tj. tytuł i podtytuł oraz numeracja.

Informacyjny biuletyn samorządowy w postaci papierowej jest rozpowszechniany nieodpłatnie. W kolportowaniu udział biorą m.in. sołtysi, którzy dostarczają poszczególne numery do domów na terenie swojego działania.

Biuletyn aktualnie jest prezentowany również w wersji cyfrowej jako element zawartości serwisu internetowego gminy. Wyodrębnioną grupę treści oznaczono (etykieta tekstowa/zakładka) nazwą *Wiadomości Lutomierskie*. W otwartym trybie (publicznym) dostępne są zarówno numery bieżące, jak i starsze²⁸. Zawartość poszczególnych numerów użytkownik może przeglądać, wyświetlać, powiększać, czytać, pobierać na swoje urządzenie. W czasie badania archiwum tytułu obejmowało 32 numery z lat 2015– 2020) (nr 113–144).

Należy odnotować brak ogólnie dostępnej informacji o wysokości nakładu wersji papierowej pisma. Nie wiadomo też, jak przedstawia się zainteresowanie zawartością biuletynu w odmianie cyfrowej. Nie zaobserwowano, aby mierzony był stopień intensywności otwierania zakładki *Wiadomości Lutomierskie*, plików i korzystania z ich zawartości.

²⁶ Zob. opis bibliograficzny zamieszczony w: J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa...*, s. 249.

²⁷ *Bazy on-line WBP im. Marszałka Józefa Piłsudskiego w Łodzi*, <http://mak.wimbp.lodz.pl/index.php/bazy-katalogowe/czasopisma.html> [dostęp: 21.11.2020].

²⁸ „Wiadomości Lutomierskie. Informacyjny Biuletyn Samorządowy” <http://lutomiersk.info/p,81,wiadomosci-lutomierskie> [dostęp: 28.05.2021].

Serwis parafialny urzędu parafii

Parafia lutomińska występuje pod nazwą Parafia Matki Bożej Szkaplerznej i Świętego Walentego Kapłana, Męczennika. W użyciu jest również nazwa Kościół Matki Bożej Szkaplerznej w Lutomińsku. Parafia prowadzi od kilku lat serwis internetowy²⁹. Publikowaną informację na ten temat znaleźć można w hasle w polskiej Wikipedii pt. *Kościół Matki Bożej Szkaplerznej w Lutomińsku*³⁰. W przypisie bibliograficznym do hasła występuje powołanie na stronę parafii (i Archidiecezji Łódzkiej) z datą 2 maja 2012 roku.

Serwis Parafii Kościoła w Lutomińsku (SPKL) można traktować jako egzemplifikację rozszerzonej definicji prasy parafialnej (zob. s. 4). W odniesieniu do typologii prasy parafialnej, serwis ten może być opisywany jako serwis księdza proboszcza (zob. s. 4). Nie występuje tu funkcja redaktora. Z ustnych informacji proboszcza kościoła parafialnego wiadomo, że czynności redakcyjne do tego czasu wykonywał sam.

Należy zauważyć, że zasługą proboszcza w jego pracy w Lutomińsku (od 2006 roku)³¹ jest uruchomienie strony www parafii i nieprzerwane prowadzenie serwisu. W praktyce ciągłość tytułów prasy parafialnej nie jest taka oczywista. W opinii Elizy Lubojańskiej, analizującej temat na przykładzie Archidiecezji Katowickiej, „niektóre tytuły wygasają, powstają nowe periodyki bądź reaktywuje się wcześniej wychodzące. Księża zmieniają miejsce posługi kapłańskiej, co nie raz utrudnia działalność redakcji gazetki, a w konsekwencji powoduje, że niektóre z nich przestają istnieć”³².

SPKL jest aktualizowany na bieżąco, o czym świadczy m.in. zmieniająca się zawartość zakładki *Aktualności*. Licznik na stronie <http://www.mbszkaplerzna.pl/> podaje łączny stan działań (odnotowanych jako „kliknięcie”) użytkowników. Liczba odsłon artykułów osiągnęła następujące wielkości: w kwietniu 2018 roku przekroczyła 650 tys. (dane z 5.04.2018: 658 370), w listopadzie 2020 roku było to ponad 800 tys. odsłon (dane z 22.11.2020: 804 439), w maju 2021 roku 851 616 (dane z 29.05.2021). Licząc od 2012 roku, można przyjąć, że średnio dziennie wirtualne wizyty mogło składać około 240 użytkowników. Należy dodać, że treści serwisu parafii w dużej części są prezentowane przez proboszcza podczas nabożeństw.

²⁹ Parafia Matki Bożej Szkaplerznej i Świętego Walentego Kapłana, Męczennika, <http://www.mbszkaplerzna.pl/> [dostęp: 21.11.2020].

³⁰ *Kościół Matki Bożej Szkaplerznej w Lutomińsku* [hasło], [w:] https://pl.wikipedia.org/wiki/Ko%C5%9Bci%C3%B3%C5%82_Matki_Bo%C5%BCej_Szkaplerznej_w_Lutomi%C5%84sku [dostęp: 21.11.2020].

³¹ Ks. *Proboszczowie od 1920 r.*, <http://www.mbszkaplerzna.pl/> [dostęp: 29.05.2021].

³² E. Lubojańska, *Strony www parafii...*, s. 82.

Kończąc analizy formalno-wydawnicze, powinno się zauważyć, że „Wiadomości Lutomierskie” i Serwis Parafii Kościoła w Lutomiersku pod pewnymi względami zaliczają się do mediów lokalnych. Istnieje opinia, że media lokalne są traktowane jako miejscowe głównie ze względu na ich wydanie i kolportaż, a przede wszystkim zawartość, którą cechuje wyraźnie określony związek z życiem i funkcjonowaniem społeczności lokalnych³³.

Biuletyn samorządowy: komunikowanie treści

Badaniem jakościowym objęte zostały „Wiadomości Lutomierskie” z lat 2017–2020 (numery dwumiesięczne: 122 z lutego 2017 – 128 z lutego 2018; 141 z grudnia 2019 – 144 z września 2020, o objętości 10–18 stron z okładką). Założono skupienie się na materiale źródłowym z okresu kilku lat pomiędzy wyborami samorządowymi³⁴ celem wyłączenia ewentualnych oddziaływań związanych z tym wydarzeniem.

Całość zagadnień występujących w biuletynie samorządowym można przedstawić w grupach tematycznych. Stałym elementem zawartości była *Relacja z sesji Rady Gminy*. Zwykle dotyczyła ona kilku posiedzeń, które odbywały się częściej niż co dwa miesiące. Krótkie „pakietowe” relacje przybliżyły aktualne w danym czasie tematy i sprawy pozostające w gestii działania gminy (które przybrały formę uchwał, planów pracy). W uzupełnieniu podano, że teksty uchwał zamieszcza Biuletyn Informacji Publicznej Urzędu Gminy; od numeru 138 obecny jest jeszcze komunikat: „Relacje na żywo z sesji Rady Gminy można śledzić pod adresem: <https://rada.lutomiersk.pl/relacja-live>”.

Tematy z zakresu inwestycji i finansów prezentowane były w sposób sprawozdawczy. Informowano o wartości już zrealizowanych inwestycji oraz dokonanych wydatkach majątkowych na realizowane cele. Powiadamiano o środkach zaplanowanych i rozdysponowanych z przeznaczeniem do realizacji na zamierzone działania³⁵. Prócz tego publikowano wiadomości o złożonych przez gminę wnioskach o dofinansowanie z dostępnych programów, funduszy i konkursów³⁶, a także o uzyskanych tą drogą środkach wraz z wysokością pozyskanych kwot.

W treści periodyku uwidoczniony został wkład gminy m.in. w gospodarkę drogową, wodociągową, budowlano-remontową szkół i ośrodka kultury, ich wyposażenie oraz wyposażenie jednostek Ochotniczej Straży Pożarnej czy też urządzenie

³³ J. Kępa-Mętrak, *Prasa samorządowa...*, s. 18.

³⁴ Wybory samorządowe w Polsce odbyły się w październiku 2014 roku, a następnie w listopadzie 2018 roku.

³⁵ *Gospodarka drogową i inwestycje*, „Wiadomości Lutomierskie” (dalej: „WL”), nr 144, s. 3–4; *Inwestycje w gminie*, „WL”, nr 143, s. 2.

³⁶ *Modernizacja GOK*, „WL”, nr 143, s. 2; *Zdalna szkoła*, „WL”, nr 143, s. 6.

placów zabaw w konkretnych miejscowościach. Przyjęty model powiadamiania mieszkańców o sprawach finansowych przypuszczalnie zakładał dobór tematów. Pomijając wymienione, były to również tematy dotyczące świadczeń rządowych dostępnych dla obywateli (z wyjaśnieniem, komu przysługują, w jakim terminie i w jaki sposób należy się ubiegać), podatków (z wyjaśnieniem dotyczącym podatku rolnego i innych podatków, obowiązujących terminów) czy elektronicznych płatności możliwych do realizacji w kasie urzędu. Nie udało się znaleźć informacji na temat kosztów wydawania „Wiadomości Lutomierskich”.

Tematy bieżące związane z funkcjonowaniem społeczności objęły szereg spraw, jak np. używanie wody, wywóz odpadów, uruchomienie gminnego punktu pracy dzielnicowego. Udzielano informacji (terminy, miejsca) także na temat nieodpłatnej pomocy prawnej, pomocy żywieniowej, przeciwdziałania przemocy w rodzinie. Tematy bieżące zaistniały w periodyku w formie komunikatów własnych³⁷.

Komunikując o wydarzeniach posiłkowano się często materiałami organizatora, np. odnośnie do spisu rolnego³⁸ czy zachowania się osób w związku z wirusem grypy ptaków³⁹. Redakcja publikowała odwzorowania (kopie) dokumentów, np. pismo wojewody w związku ze spodziewaną suszą⁴⁰, Prezesa Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego odnośnie do strat z powodu wichrów i nawałnic (w 2017 roku)⁴¹ i inne⁴². Również informacje związane z działalnością miejscowego urzędu, lutomierskich instytucji i placówek były przekazywane w podobny sposób, np. wyrok Sądu Okręgowego w Sieradzu⁴³, komunikat o grantach na oczyszczalnię przydomowe⁴⁴,

37 *Wznowione busy*, „WL”, nr 144, s. 6; *Konsultacje społeczne* [w sprawie projektowanej koncepcji przebiegu linii kolejowej przez Centralny Port Komunikacyjny w gminie – S.K.K.], „WL”, nr 142, s. 3.

38 *Powszechny Spis Rolny*, „WL”, nr 144, s. 1.

39 *Informacja Powiatowego Lekarza Weterynarii w Pabianicach do hodowców drobiu na terenie powiatu pabianickiego*, „WL”, nr 122, s. 9.

40 [„Wojewoda Łódzki”], „WL”, nr 143, s. 6.

41 [Pismo] *Prezesa Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego* [do Rolników], „WL”, nr 125, s. 3.

42 Np. certyfikat beneficjenta Programu Regionalnego Funduszy Europejskich na modernizację szkół lutomierskich. Zob. *Termomodernizacja szkół podstawowych w Lutomiersku i Kazimierzu, gm. Lutomiersk*, „WL”, nr 141, s. 6.

43 [Wyrok w sprawie przeciwko Gminie Lutomiersk o ochronę praw autorskich], „WL”, nr 125, s. 14.

44 *Informacja Wójta Gminy Lutomiersk o naborze wniosków na dofinansowanie budowy przydomowych oczyszczalni ścieków*, „WL”, nr 142, s. 9.

zawiadomienia Banku Żywności⁴⁵ i Poradni LUTMED⁴⁶, komunikaty Biblioteki⁴⁷, Ośrodka Kultury⁴⁸ lub firm zajmujących się odbiorem śmieci⁴⁹.

Stałą pozycją biuletynu jest dział *Z życia szkół*. Czytelnik otrzymywał w nim stosunkowo obszerną informację o pracy poszczególnych szkół, ich działalności edukacyjnej i pozalekcyjnej, o sukcesach dzieci i młodzieży oraz ich nauczycieli. Na tematyczny przekaz złożyło się wiele drobnych komunikatów, sprawozdań i opisów. W tej grupie treściowej wystąpiły materiały podpisane⁵⁰.

Pod ogromną większością tekstów opublikowanych w „Wiadomościach Lutomiernskich” nie podano nazwiska autora, czy to sprawozdań (z posiedzeń i innych zebrań), relacji (z imprez i wydarzeń), czy zestawionych wydatków⁵¹. Poniekąd dano do zrozumienia, że autor opracowania jest zbiorowy, a za jakość treści ręczy redaktor naczelny (zob. s. 5).

Biuletyn Gminy Lutomiersk zawiera ilustracje. Bardzo liczne kolorowe fotografie (nieznanego autorstwa) prezentowano w różnej wielkości. W większości zdjęcia nie zostały opisane, to znaczy nie nazywano przedstawionych na nich miejsc⁵², obiektów ani ludzi.

Model periodyku przewidywał udział autorów „zewnętrznych”, co unaocznia następująca uwaga: „Informujemy wszystkich korespondentów, że materiały przyjmujemy tylko w formie elektronicznej. Redakcja nie zwraca materiałów nie zamówionych i zastrzega sobie prawo do skrótów”. Jak dotąd, niełatwo jest wskazać obecność głosu korespondentów, czy to mieszkańców, czy innych obserwatorów.

W sposobie prowadzenia „Wiadomości Lutomiernskich” należy odnotować występowanie tekstów pochodzących od władzy oraz prezentujących sprawowanie

45 Zawiadomienie, „WL”, nr 143, s. 10.

46 Zapraszamy mieszkańców Gminy Lutomiersk w wieku [...] na szczepienia ochronne przeciwko grypie, „WL”, nr 125, s. 14.

47 [Biblioteka Publiczna wznawia działalność po przerwie spowodowanej pandemią], „WL”, nr 143, s. 3.

48 Gminny Ośrodek Kultury w Lutomiernsku ogłasza nabór na zajęcia w sezonie kulturalnym 2020/2021 [...], „WL”, nr 144, okładka.

49 Harmonogram odbioru odpadów wielkogabarytowych – Wiosna 2020, „WL”, nr 143, okładka; „WL”, nr 142, s. 7.

50 Np. krótkie teksty w części dotyczącej Szkoły Podstawowej im. Orła Białego w Lutomiernsku, „WL”, nr 127, s. 11–12; zob. też np. A. Skalska, *Jasełka*, zdjęcia T. Świrka, „WL”, nr 141, s. 8; E. Świerczyńska, *Kartka dla medyka*, „WL”, nr 143, s. 8; E. Świerczyńska, *#jestnaswieciej – przeciw hejtowi w sieci*, „WL”, nr 143, s. 9; J. Fornalczyk-Kocik, *Nauczanie zdalne*, „WL”, nr 143, s. 9.

51 *Wydatki majątkowe 2017*, „WL”, nr 122, s. 2; *Inwestycje drogowe*, „WL”, nr 141, s. 5–6.

52 Wystąpiły również zdjęcia podpisane, np. w tekście *Podsumowanie inwestycji Gminy Lutomiernsk w 2017 r.*, „WL”, nr 127, s. 7. W niektórych tekstach podawano autora zdjęć lub właściciela, np. *De La Sens*, „WL”, nr 141, s. 9; zob. też *Uroczyste otwarcie drogi Mikołajewice – Magdalenów*, „WL”, nr 141, s. 2.

władzy⁵³. Do pierwszej grupy zaliczają się okolicznościowe teksty/mowy, pod którymi to materiałami podano nazwę funkcji oraz imię i nazwisko osoby sprawującej funkcję⁵⁴.

Liczniej były apele. Z kart biuletynu apelował wójt oraz Rada Gminy. Redaktor w niejednakowy sposób ogłaszał te teksty – jako:

- publikacje wójta, podpisane, rozpoczynające się formułą *Szanowni mieszkańcy*⁵⁵;
- publikacje niepodpisane, poprzedzone formułą *Apel Wójta Gminy Lutomiersk*⁵⁶;
- publikacje niepodpisane, poprzedzone formułą *apel*⁵⁷.

W jeszcze innej odmianie tekstów pochodzących od władzy autor zwrócił się do obywateli uprzejmie (*Szanowni Mieszkańcy Gminy Lutomiersk*), nie wiadomo jednak, kto mówił, gdyż pod obszernym tekstem na temat kompostowania zabrakło podpisu⁵⁸.

Przekaz na łamach „Wiadomości Lutomierskich” przedstawia pracę urzędu gminy przede wszystkim za pośrednictwem działań wykonanych przez wójta/z udziałem wójta⁵⁹. Skrupulatny „kronikarz” sprawowanej władzy odnotował bardzo wiele aktywności. Notował i opisywał inicjatywy⁶⁰ oraz spotkania, m.in.:

- z inwestorami i mieszkańcami (np. w sprawie Kolei Dużych Prędkości)⁶¹;
- z dziećmi w wieku przedszkolnym (wójt m.in. wręczał upominki przedszkolakom)⁶²;
- z uczniami (wójt pasował na uczniów⁶³; uczestniczył w ślubowaniu pierwszoklasistów⁶⁴, fundował nagrody)⁶⁵;

53 Pod tym kątem opis tygodnika „Twoje Tychy”. Zob. G. Piechota, R. Rajczyk, *Media samorządowe jako narzędzie kreacji wizerunku lokalnego lidera i jego otoczenia*, „Athenaeum” 2012, t. 34, s. 42–47.

54 *30 lat samorządu terytorialnego w gminie Lutomiersk*, „WL”, nr 143, s. 4.

55 *Płać podatki tam gdzie mieszkasz*, „WL”, nr 122, s. 1.

56 [Inc.] *„Wójt Gminy Lutomiersk zwraca się z apelem do mieszkańców [...]”*, „WL”, nr 143, s. 5.

57 [Inc.] *„Rada Gminy Lutomiersk wyraża [...]”*, „WL”, nr 142, s. 6.

58 *Kompostowanie odpadów zielonych*, „WL”, nr 144, s. 5.

59 Zob. też: *Informacja Wójta Gminy – kwoty funduszu sołeckiego przydzielone*, „WL”, nr 125, s. 1.

60 *Pomoc żywnościowa 2014–2020*, „WL”, nr 122, s. 4. Z tekstu: *„Z inicjatywy Wójta [...] Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej w Lutomiersku we współpracy z Bankiem Żywności [...] w Łodzi od września 2016 r. realizuje program pomocy żywnościowej [...]”;* *Konsultacje społeczne*, „WL”, nr 142, s. 3. Z tekstu: *„Wójt [...] jest zdecydowanie przeciwny projektowanej koncepcji przebiegu nowych linii kolejowych [...]. Biorąc pod uwagę interes mieszkańców, Wójt [...] zgłasza sprzeciw co do przedłożonej koncepcji przez Centralny Port Komunikacyjny”*.

61 *Spotkanie z przedstawicielami CPK*, „WL”, nr 144, s. 6; *Spotkanie z mieszkańcami – kolej dużych prędkości*, „WL”, nr 142, s. 10.

62 *Pasowanie [na przedszkolaka]*, „WL”, nr 141, s. 9.

63 *Święto nauczycieli i uczniów klasy I*, „WL”, nr 141, s. 10.

64 *Ślubowanie klasy I i D*, „WL”, nr 141, s. 14.

65 *Konkurs fotograficzny*, „WL”, nr 141, s. 7.

- z osobami zasłużonymi, jak chłopiec, który uratował z pożaru mamę i swój dom⁶⁶;
- z małżonkami świętującymi złote gody⁶⁷.

Jeszcze inna grupa komunikatów publikowanych w biuletynie samorządowym to teksty relacyjne⁶⁸. Tak określa się podziękowania składane władzy, ale i przez władze, np.:

- od Rady Rodziców szkoły w Lutomierniku dla wójta⁶⁹;
- od szkoły dla księdza i wójta⁷⁰;
- dla szkoły od organizatora wydarzenia⁷¹;
- od wójta dla „druhów Ochotniczej Straży Pożarnej z Lutomiernika, Bechcic, Kazimierza, Jermonic, Zdziechowic”⁷².

Na zakończenie tej części analizy lutomiernickiego biuletynu samorządowego warto przywołać artykuł pt. *Pomiędzy koniecznością a propagandą*⁷³, w którym opisany został temat eksponowania osób władzy w odniesieniu do prasy samorządowej jako typu publikacji.

Należy jeszcze zauważyć profil towarzyski biuletynu. Okolicznościowe życzenia składali w nim mieszkańcom rządzący oraz kierujący instytucjami. Zwyczajowo były to życzenia z okazji świąt kościelnych (Boże Narodzenie, Wielkanoc) a także innych wyróżnionych dni, jak Dzień Kobiet, Dzień Dziecka, Dzień Seniora, Dzień Św. Floriana. Redakcja „Wiadomości Lutomiernickich” komunikowała również mieszkańcom o niektórych zaistniałych wydarzeniach z udziałem grup osób⁷⁴. Na przykład w tekście pt. *Gdy się Chrystus rodzi... Wigilia Samorządowa* podano do wiadomości m.in. kto był obecny na uroczystości, czyje występy oglądano, co śpiewano. „W ten przedsięwzięty czas przy wspólnej wieczerzy zasiadło ok. 150 osób”⁷⁵.

⁶⁶ *Wielki bohater*, „WL”, nr 142, s. 9.

⁶⁷ *Złote Gody*, „WL”, nr 123, s. 1; „WL”, nr 125, s. 4; „WL”, nr 141, s. 9.

⁶⁸ A. Pokrzywa, M. Prokopuczuk, *E-sąsiedztwo. Media społecznościowe w procesie kształtowania wspólnot lokalnych*, [w:] *Przestrzeń społeczna w badaniach naukowych*, red. H. Kawalec, J. Kinal, Stowarzyszenie Naukowe Przestrzeń Społeczna i Środowisko, Rzeszów 2017, s. 153, https://www.academia.edu/34641599/Przestrze%C5%84_spo%C5%82eczna_w_badaniach_naukowych [dostęp: 16.11.2020].

⁶⁹ *Podziękowanie*, „WL”, nr 122, s. 14 (za zakup nagłośnienia dla szkoły).

⁷⁰ *Podziękowanie*, „WL”, nr 144 (za pomoc finansową na renowację sztandaru szkoły).

⁷¹ *Podziękowanie za udział w projekcie* [Stowarzyszenia Społeczno-Kulturalnego ETHNOS], „WL”, nr 143, s. 8.

⁷² *Podziękowanie*, „WL”, nr 125, s. 14 (za usuwanie skutków nawałnicy 10 sierpnia 2017 r.).

⁷³ J. Kwiatkowski, *Pomiędzy koniecznością a propagandą*, „Forum Dziennikarzy” 2020, nr 2 (136), s. 11–15, https://sdp.pl/wp-content/uploads/2020/04/Forum_Dziennikarzy_136_wersja_online.pdf [dostęp: 16.11.2020].

⁷⁴ *Przeminęło z Foggiem*, „WL”, nr 141, s. 8.

⁷⁵ *Gdy się Chrystus rodzi... Wigilia Samorządowa*, „WL”, nr 142, s. 5.

Serwis parafialny: komunikowanie treści

Zawartość Serwisu Parafii Kościoła w Lutomiernsku została przeanalizowana jako całość w odcinkach czasu. Nie ma tu zasobu archiwalnego na wzór biuletynu samorządowego. Obserwacje gromadzono w kilku etapach: w kwietniu 2018 roku i listopadzie 2020 roku; dodatkowo zweryfikowano spostrzeżenia w maju 2021 roku. Materiał zamieszczony w serwisie w pierwszym podokresie badawczym obecnie nie jest dostępny, podobnie jak niektóre inne treści.

Struktura SPKL organizuje informacje na podstawie tematów. W wydzielonych działach (zakładkach) gromadzona jest zawartość o określonej treści. Autor zastosował rozbudowę liniową wieloelementową. Oznaczenia grup treści (etykiety) informują odbiorcę o tym, jakie informacje może on znaleźć w danej zakładce.

W memu horyzontalnym występują *Aktualności* oraz kilka zakładek, których zawartość sprowadza się do sprawowania posługi duszpasterskiej i obejmuje: porządek mszy i nabożeństw (pod nazwą *Liturgia we wspólnocie*), ogłoszenia parafialne, intencje mszalne, wypominki, sakramenty, informacje na temat katolickiego pogrzebu (pod nazwą *Cmentarz parafialny*) oraz pracy kancelarii.

Aktualności przeznaczone są na teksty homilii i artykuły poświęcone bieżącym uroczystościom roku liturgicznego. Na przykład w kwietniu 2018 roku na uroczystość Świąt Wielkanocnych proboszcz umieścił tekst homilii wygłoszonych podczas Wielkiej Soboty i rezurekcji oraz fotografie z przebiegu uroczystości. Na niedzielę 22 listopada 2020 roku zamieścił tekst objaśniający genezę i rozumienie uroczystości Jezusa Chrystusa Króla Wszechświata oraz przygotowaną tematyczną homilię⁷⁶, na uroczystość Zesłania Ducha Świętego 23 maja 2021 roku homilię i dobrany zakresowo artykuł pt. *Zesłanie Ducha Św.*

Ogłoszenia parafialne to komunikaty przygotowywane na bieżąco przez właściciela serwisu. Na treść *Intencji mszalnych* oraz *Wypominków* ma wpływ wola i pragnienie tych, którzy zwracają się do księdza w danym celu.

Pozostałe wymienione zakładki zawierają zbiór informacji ważnych dla katolika, podobnie jak przydatne mogą być obecne na stronie głównej serwisu czytania na dany dzień, cytaty „myśl dnia” czy odsyłacze (linki) do katechizmu i do innych zasobów sieci o tematyce religijnej lub do wyszukiwarki ofert pracy. Elementem obecnym na stronie głównej SPKL, który nie występował dotąd w pierwszym i drugim cyklu obserwacji, jest informacja (reklama) firmy świadczącej usługi pogrzebowe.

Zakładka pod nazwą *Filmy* mieści nagrania z niektórych uroczystości parafialnych. Na prezentację zdjęć przeznaczona została *Galeria*. Na jej zawartość składa się ponad dwadzieścia „pakietów” fotografii. Dokumentują one nabożeństwa

⁷⁶ Uroczystość Jezusa Chrystusa Króla Wszechświata, [w:] *Święta i wspomnienia*, <http://www.mbszkaplerna.pl> [dostęp: 22.11.2020].

(m.in. Boże Narodzenie, Boże Ciało) i inne uroczystości religijne (m.in. I Komunia, Bierzmowanie). W fotografii utrwalona została również wizytacja parafii (*Sprawozdania Grup Parafialnych; Wizytacja Kanoniczna Ks. Abpa*). Prezentację życia i pracy Kościoła w Lutomiernsku dopełniły fotografie z wypoczynku dzieci (*Wakacje nad morzem, 2019*) oraz zestaw pt. *Imieniny Ks. Proboszcza* (brak daty).

W menu bocznym SPKL zebrane zostały zakładki, które można rozdzielić na dwie grupy: poświęcone treściom historycznym (*Historia kościoła; Fundatorka kościoła; Patroni parafii; Ks. proboszczowie od 1920 r.; Parafialna izba pamięci*) oraz przeznaczone na komunikowanie o ruchach środowisk katolickich w Lutomiernsku (*Wspólnoty parafialne*). Przy parafii zorganizowały się bowiem wspólnoty, m.in. rodzin katolickich, kobiet katolickich, sympatyków Radia Maryja i in. Informacją dla wolontariuszy, a zarazem dla zgłaszających potrzeby, są treści zamieszczone pod nazwą *Caritas*.

Reasumując, z powyższych charakterystyk wynika, że o ile można potwierdzić, iż lokalność jest cechą biuletynu samorządowego, to trudniej zauważyć treści lokalne w Serwisie Parafii Kościoła w Lutomiernsku.

Funkcje mediów w służbie mieszkańcom

W opisie funkcji mediów Urzędu Gminy i urzędu parafii opieram się na ich obserwowaniu i analizie jakościowej.

Charakteryzując funkcje biuletynu Gminy Lutomiernsk, skorzystam z rejestru funkcji prasy nacechowanej terytorialnie sporządzonego przez Jolantę Kępcę-Mętrak. Z natury rzeczy prasa lokalna informuje i kontroluje władze lokalne, komunikuje o działaniach służb i instytucji, które mają za zadanie realizować polityki bezpieczeństwa, społeczną i edukacyjną. „Wiadomości Lutomiernskie” wydawane przez gminę to miejsce komunikowania o sprawowanej władzy. Nie można mówić o funkcji kontrolnej władzy przez periodyk, ponieważ jednokierunkowy przekaz pochodzi właśnie od „przedstawicieli tej władzy wraz z podlegającym im urzędem gminy”⁷⁷. Wobec prezentowania spraw gminy w biuletynie przez rządzących, do mieszkańców należy uważna lektura periodyku, a także jego krytyczna ocena.

Wspieranie kultury oraz kulturotwórcza rola szkoły to kolejne z funkcji łączonych z sensem istnienia prasy o charakterze lokalnym. Informacyjny biuletyn pozostaje w kręgu spraw, którymi gmina zarządza. Zwłaszcza temat „z życia szkół”

⁷⁷ K. Dzwonkowska-Godula, *Polityka informacyjna i komunikacyjna władz samorządowych. Studium przypadku wiejskiej gminy Zgierz*, „Studia Obszarów Wiejskich” 2018, t. 51, s. 27–45, http://repozytorium.uni.lodz.pl/bitstream/handle/11089/31350/WA51_97377_r2018-t51_SOW-Dzwonkowska.pdf?sequence=1&isAllowed=y [dostęp: 16.11.2020].

jest tu stale obecny. Łatwo do tych treści trafić, gdyż są publikowane w dobrze oznaczonym dziale pisma.

Temat kultury przewija się głównie przez pryzmat działań (np. zajęć muzycznych) oraz relacji z wydarzeń, które Gminny Ośrodek Kultury (GOK) organizuje dla mieszkańców. Także imprezy rozrywkowe, jak choćby Dni Lutomiarska czy Sylwester na Rynku, są propozycją do wspólnego spędzania wolnego czasu. Anonowane wydarzenia stwarzają zainteresowanym osobom możliwość zaplanowania ich własnego czasu, tak by mogły przeżywać je wraz ze społecznością.

Kolejna funkcja prasy określona została jako edukowanie (społeczno-polityczne, kulturalno-historyczne i ekonomiczne). Informacyjny biuletyn samorządowy wnosi swój wkład na kilku polach, niezaprzeczenie w zakresie edukacji społecznej (pokazywanie spraw gminy jako wspólnych: drogi, komunikacja publiczna, straż pożarna i inne). Edukowanie kulturalno-historyczne w jakimś stopniu odbywa się przez przekaz płynący z opisu pracy szkoły. Chodzi tu o relacje z udziału uczniów w imprezach (akademie, spotkania rocznicowe i okolicznościowe), w których uczestniczy publiczność spoza środowiska szkolnego, a których program opiera się na pracy z tekstami kultury. Edukowaniu ekonomicznemu służą teksty poświęcone finansom gminy (w znaczeniu: zabiegać i gospodarować), podatkom (wykonywać obowiązek obywatela), płatnościami w dobie cyfrowej (nabywać umiejętności i korzystać z technologii).

Funkcja integrowania lokalnego środowiska obserwowana na podstawie treści zamieszczonych w informacyjnym biuletynie samorządowym wymaga następującego opisu. Nadawca (Urząd Gminy, a w jego imieniu redaktor naczelny) nie udzielił głosu mieszkańcom (np. w postaci publikowanych listów do redakcji), ani też o ich opinii nie zabiegał (np. jako wypowiedzi mieszkańców). Za pośrednictwem „Wiadomości Lutomiarskich” informował, nie prowadził jednak konsultacji spraw dotyczących mieszkańców, pośredniczył w przekazywaniu otrzymanych komunikatów, podziękowań oraz życzeń.

Sprawy dotyczące życia publicznego mniejszych miejscowości redaktor wprowadzał nieczęsto, zwykle w związku z inwestycjami finansowanymi przez gminę (nie licząc informacji o wypadkach losowych). Niewiele tekstów zobrazowało życie takich wspólnot. Tym bardziej należy przytoczyć choć kilka tytułów: *Spotkanie z historią w Dietkarzewie*⁷⁸, *Dzień Sąsiada w Jerwonicach*⁷⁹ czy *Piknik grillowy w Babiczkach*⁸⁰. Przykłady pokazują, że integracja środowiska jest pochodną kontaktów międzyludzkich. Z kart „Wiadomości Lutomiarskich” wydobyć można uzasadnienie dla pewnego podejścia: „[...] warto należeć [...] i podejmować

⁷⁸ *Spotkanie z historią w Dietkarzewie*, „WL”, nr 124, s. 14.

⁷⁹ *Dzień Sąsiada w Jerwonicach*, „WL”, nr 125, s. 9.

⁸⁰ *Piknik grillowy w Babiczkach*, „WL”, nr 125, s. 9.

wspólne inicjatywy”⁸¹. W teorii jest to funkcja opisana jako tworzenie struktur lokalnych i ponadlokalnych.

W rejestrze funkcji i zadań prasy lokalnej mieszczą się jeszcze punkty następujące: kształtowanie opinii społecznej, reklamowanie lokalnych przedsiębiorstw oraz inicjatyw społecznych i kulturalnych, dostarczanie rozrywki. Biuletyn samorządowy stosownie do swojego charakteru nie publikował tekstów dziennikarskich i opiniotwórczych, nie zauważono materiałów reklamowych.

W opisie funkcji Serwisu Parafii Kościoła w Lutomiersku przydatne będą kategorie (funkcje) wydzielone przez Justynę Kubik w zastosowaniu do internetowej strony parafialnej⁸². Informacje adresowe organizujące kontakt z kancelarią, w tym mapa obrazująca położenie kościoła, należą do funkcji kontaktowej i lokalizacyjnej. W serwisie nazwa parafii została wyeksponowana na każdej z jego kolejnych stron, podobnie jak dwa adresy poczty elektronicznej (parafia@mbszkaplerzna.pl, excelsus@o2.pl).

Z funkcją informacyjną łączą się najściślej ogłoszenia parafialne oraz inne informacje dotyczące praktyk religijnych, w tym godzin sprawowania intencji mszalnych, nabożeństw regularnych i okolicznościowych (np. w maju), formalności związanych z przystępowaniem do sakramentów (wymagane dokumenty), przygotowaniem do pogrzebu katolickiego i inne.

Myśli na dany dzień i powołania/odesłania do właściwych tekstów bieżącej liturgii słowa (czytania) służą realizacji funkcji edukacyjno-formacyjnej. Prócz tego z tą funkcją łączyć należy publikowane w serwisie teksty wybranych homilii, treści opisujące istotę sakramentów, a także link do *Kompendium Katechizmu Kościoła Katolickiego*.

O funkcji modlitewnej świadczy obecność tekstów litanii (do Matki Bożej Szkaplerznej) i modlitw (do św. Michała Archanioła, do św. Walentego, modlitwy o pokój).

Faktograficzny w charakterze opis historii kościoła w Lutomiersku, jego fundatorki i patronów oraz spis księży pracujących w parafii spełnia cechy funkcji dokumentacyjnej.

Przez obecność transmisji *online* sprawowanych nabożeństw realizuje się funkcja multimedialna serwisu. Pierwsza transmitowana i utrwalona ceremonia miała miejsce w Wielki Czwartek 2020 roku w sytuacji rozprzestrzeniającej się pandemii. Nagranie to i inne podobne zostały umieszczone w zakładce *Filmy*.

⁸¹ Zob. też *Na szlaku*, „WL”, nr 141, s. 8.

⁸² J. Kubik, *Parafie diecezji opolskiej w cyberprzestrzeni*, [w:] *Kościół w Internecie – Internet w Kościele: społeczeństwo internautów a kultura globalna*, red. K. Glombik, M. Kalczyńska, Redakcja Wydawnictw Wydziału Teologicznego UO, Opole 2015, s. 163–180.

Pakiet fotografii z wyjazdu (wakacje nad morzem) szerzy przekaz o angażowaniu się kościoła w proces wychowawczy młodego pokolenia i opiekę nad dziećmi. W treści fotografii widzieć można świadectwo wiary.

Wybrane przez autora SPKL oraz umieszczone w nim linki do zasobów sieci (w pierwszym okresie obserwacyjnym także do zasobów filmowych) i udostępniony *Dzienniczek Sługi Bożej S.M. Faustyny Kowalskiej* upowszechniają wiedzę o tematyce religijnej i promują życie i kulturę chrześcijańską. Wpisuje się tu jeszcze komunikat o działającej parafialnej izbie pamięci oraz parafialnej czytelnicy. Funkcja posesorska serwisu parafii wyraża się przez zaproszenie do wpłat finansowych wraz z danymi konta parafii.

Spośród funkcji stron parafialnych wymienionych przez Justynę Kubik należy jeszcze przywołać funkcję ludyczną, którą w Serwisie Parafii Kościoła w Lutomiernsku raczej trudno zauważyć. Natomiast można obserwować, że SPKL sugeruje pewne działania integrujące ludzi i zaliczyć tu przekaz o czynnych w Kościele w Lutomiernsku wspólnotach. Autor serwisu podsunął użytkownikom również link do polskiej wersji oficjalnej strony głowy Kościoła Katolickiego p.n. Twitter Jego Świątobliwości Papieża Franciszka⁸³.

W odniesieniu do informacji o pracy Caritas parafialnego można wskazać na funkcję pomocową Serwisu Parafii Kościoła w Lutomiernsku. Tą drogą mają być przekazywane ważne komunikaty. Prócz pomocy materialnej i żywnościowej rola pomocowa serwisu poniekąd objęła też sferę duchową. Jego właściciel zamieścił link kierujący pod sprawdzony adres „Pogotowia duchowego”⁸⁴, które zgłasza się następująco: „Pomoc kapłanów bez względu na dzień i godzinę, zadzwoń”⁸⁵.

Funkcje mediów wyodrębnia się teoretycznie. Na tej podstawie i w świetle dokonanej analizy udało się potwierdzić, że funkcje badanych mediów, tj. „Wiadomości Lutomiernskich” oraz Serwisu Parafii Kościoła w Lutomiernsku, są uwarunkowane odrębnymi dziedzinami działania ich właścicieli i twórców. Jako podstawową w obu realizacjach, samorządowej i parafialnej, trzeba wskazać funkcję informacyjną. Pokrewne wydają się funkcje wspierania kultury oraz upowszechniania kultury i chrześcijańskiego życia.

⁸³ Witamy na oficjalnej stronie Twitter Jego Świątobliwości Papieża Franciszka, https://twitter.com/Pontifex_pl?ref_src=twsrc%5Etfw [dostęp: 28.05.2021]

⁸⁴ Zob. Kraków: kapucyni pełnią dyżury na «pogotowiu duchowym», <https://krakow.onet.pl/krakow-kapucyni-pelnia-dyzury-na-pogotowiu-duchowym/j98mc> [dostęp: 28.05.2021].

⁸⁵ Obszary pogotowia pogrupowano pod kątem specjalistycznym: *Kryzysowy telefon zaufania; Przemoc w rodzinie; Niebieska linia; Dziecięcy telefon zaufania rzecznika praw dziecka; Telefon zaufania dla dzieci i młodzieży; Centrum poszukiwań ludzi zaginionych; Telefon zaufania narkomania; Telefon zaufania uzależnienia; Katolicki ruch antynarkotyczny; Poradnia pomocy palącym; Niepełnosprawni*. Zob. *Pogotowie duchowe*, <http://www.pogotowieduchowe.pl/> [dostęp: 28.05.2021].

Uwagi końcowe

Pozostaje pytanie o pola wspólne informacji przekazywanej za pośrednictwem obu mediów. Opierając się na dokonanej analizie, dostrzec należy temat kultury (szeroko rozumianej), wychowania młodego pokolenia oraz biedy. Z tematem wychowawczym łączą się obecne w mediach opisy i fotografie prezentujące wakacyjny wypoczynek dzieci.

Temat biedy ujawnia się w treści informacji rozsianych na łamach „Wiadomości Lutomiernskich” o realizowanym w ramach podpisanych umów programie pomocy żywnościowej⁸⁶. Strona kościelna przedstawiła pokrótce zakres działania parafialnego Caritas, który wykroczył poza tę parafię. Z opisu działania Parafialnego Zespołu Caritas, w którym aktywni są wolontariusze (a prócz nich sponsorzy), płynie przekaz do innych.

Media należące do Gminy Lutomiernsk i do Parafii Matki Bożej Szkaplerznej w Lutomiernsku wykorzystują Internet jako kanał transmisji treści. Jednocześnie proboszcz parafii zwraca się ustnie ze swoim przekazem do wiernych, a gmina nie rezygnuje z kolportażu formy drukowanej swojego tytułu, gdyż tą drogą przekaz może dotrzeć do mieszkańców, którzy nie korzystają (stale, okresowo) z sieci.

Bibliografia

Źródła

- 30 lat samorządu terytorialnego w gminie Lutomiernsk, „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 143, s. 4.
- [Biblioteka Publiczna wznawia działalność po przerwie spowodowanej pandemią], „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 143, s. 3.
- De La Sens*, „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 141, s. 9.
- Dzień Sasiada w Jerwonicach*, „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 125, s. 9.
- Fornalczuk-Kocik J., *Nauczanie zdalne*, „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 143, s. 9.
- Gdy się Chrystus rodzi... Wigilia Samorządowa*, „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 142, s. 5.
- Gminny Ośrodek Kultury w Lutomiernsku ogłasza nabór na zajęcia w sezonie kulturalnym 2020/2021 [...]*, „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 144, okładka.
- Gospodarka drogowa i inwestycje*, „Wiadomości Lutomiernskie”, nr 144, s. 3–4.

⁸⁶ Program żywnościowy, „WL”, 141, s. 9; Pomoc żywnościowa, „WL”, 142, s. 8; Zawiadomienie dot. pomocy z banku żywności, „WL”, 143, s. 10.

- Harmonogram odbioru odpadów wielkogabarytowych – Wiosna 2020*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 142, s. 7.
- Harmonogram odbioru odpadów wielkogabarytowych – Wiosna 2020*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, okładka.
- Informacja Powiatowego Lekarza Weterynarii w Pabianicach do hodowców drobiu na terenie powiatu pabianickiego*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 122, s. 9.
- Informacja Wójta Gminy – kwoty funduszu sołectkiego przydzielone*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 125, s. 1.
- Informacja Wójta Gminy Lutomiersk o naborze wniosków na dofinansowanie budowy przydomowych oczyszczalni ścieków*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 142, s. 9.
- Inwestycje drogowe*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 5–6.
- Inwestycje w gminie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 2.
- Kompostowanie odpadów zielonych*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 144, s. 5.
- Konkurs fotograficzny*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 7.
- Konsultacje społeczne*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 142, s. 3.
- Ks. Proboszczowie od 1920 r.*, <http://www.mbszkaplerzna.pl/> [dostęp: 29.05.2021].
- Modernizacja GOK*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 2.
- Na szlaku*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 8.
- Pasowanie [na przedszkolaka]*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 9.
- Piechota G., Rajczyk R., Media samorządowe jako narzędzie kreacji wizerunku lokalnego lidera i jego otoczenia*, „Athenaeum” 2012, t. 34, s. 42–47.
- Piknik grillowy w Babiczkach*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 125, s. 9.
- [Pismo] *Prezesa Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 125, s. 3.
- Płać podatki tam gdzie mieszkasz*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 122, s. 1.
- Podsumowanie inwestycji Gminy Lutomiersk w 2017 r.*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 127, s. 7.
- Podziękowanie za udział w projekcie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 8.
- Podziękowanie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 122, s. 14.
- Podziękowanie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 125, s. 14.
- Podziękowanie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 144.
- Pogotowie duchowe*, <http://www.pogotowieduchowe.pl/> [dostęp: 28.05.2021].
- Pomoc żywnościowa 2014–2020*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 122, s. 4.
- Pomoc żywnościowa*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 142, s. 8.
- Powszechny Spis Rolny*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 144, s. 1.
- Program żywieniowy*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 9.
- Przeminęło z Foggiem*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 8.
- [Inc.] *„Rada Gminy Lutomiersk wyraża [...]”*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 142, s. 6.
- Skalska A., Jasełka*, zdjęcia T. Świrka, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 8.
- Spotkanie z historią w Dietkarzewie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 124, s. 14.

- Spotkanie z mieszkańcami – kolej dużych prędkości*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 142, s. 10.
- Spotkanie z przedstawicielami CPK*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 144, s. 6.
- Ślubowanie klasy I i D*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 14.
- Świerczyńska E., *#jestnaswiecej – przeciw hejtowi w sieci*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 9.
- Świerczyńska E., *Kartka dla medyka*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 8.
- Święto nauczycieli i uczniów klasy I*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 10.
- Termomodernizacja szkół podstawowych w Lutomiersku i Kazimierzu, gm. Lutomiersk*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 6.
- Uroczyste otwarcie drogi Mikołajewice – Magdalenów*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 2.
- Uroczystość Jezusa Chrystusa Króla Wszechświata*, [w:] *Święta i wspomnienia*, <http://www.mbszkaplerzna.pl> [dostęp: 22.11.2020].
- Wielki bohater*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 142, s. 9.
- [„Wojewoda Łódzki”], „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 6.
- [Inc.] *„Wójt Gminy Lutomiersk zwraca się z apelem do mieszkańców [...]”*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 5.
- Wydatki majątkowe 2017*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 122, s. 2.
- Wznowione busy*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 144, s. 6.
- Zapraszamy mieszkańców Gminy Lutomiersk w wieku [...] na szczepienia ochronne przeciwko grypie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 125, s. 14.
- Zawiadomienie*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 10.
- Zawiadomienie dot. pomocy z banku żywności*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 10.
- Zdalna szkoła*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 143, s. 6.
- Złote Gody*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 123, s. 1.
- Złote Gody*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 125, s. 4.
- Złote Gody*, „Wiadomości Lutomierskie”, nr 141, s. 9.

Opracowania

- Dziki Sylwester, *Biuletyn* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 18.
- Dziki Sylwester, *Prasa wyznaniowa* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 156.
- Gierula Marian, *Prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005.

- Gmiterek Grzegorz, *Biblioteka w środowisku społecznościowego Internetu. Biblioteka 2.0*, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2012.
- Hanas Zenon, *Vademecum redaktora gazetki parafialnej*, [w:] *Media w duszpasterstwie*, red. M. Przybysz, T. Wielebski, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa 2014, s. 471–472.
- Kaznowski Dominik, *Social media – społeczny wymiar Internetu*, [w:] *E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy*, red. J. Królewski, P. Sala, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018, s. 81–103.
- Kępa-Mętrak Jolanta, *Prasa samorządowa jako forma informacji publicznej*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2018, t. 10/21, s. 137–150.
- Kępa-Mętrak Jolanta, *Prasa samorządowa w polskim systemie medialnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, Kieleckie Towarzystwo Naukowe, Kielce 2015.
- Kowalik Krzysztof, *Internetowy serwis samorządowy – ewolucja przekazu w okresie „mobilnej zmiany”*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2015, nr 2, s. 9–21.
- Kubik Justyna, *Parafie diecezji opolskiej w cyberprzestrzeni*, [w:] *Kościół w Internecie – Internet w Kościele: społeczeństwo internautów a kultura globalna*, red. K. Glombik, M. Kalczyńska, Redakcja Wydawnictw Wydziału Teologicznego UO, Opole 2015, s. 163–180.
- Kurek-Kokocińska Stanisława, *Usługi informacyjne*, [w:] *Nauka o informacji*, red. W. Babik, Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2016, s. 151–181.
- Lubojńska Eliza, *Strony www parafii jako źródło informacji o katolickiej prasie parafialnej w Archidiecezji Katowickiej. Próba analizy formalno-wydawniczej*, „FIDES. Biuletyn Bibliotek Kościelnych” 2015, R. 21, nr 2(41), s. 81–120.
- Łuczewski Michał, Bednarz-Łuczewska Paulina, *Analiza dokumentów zastanych*, [w:] *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*, t. 2, red. D. Jemielniak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 163–188.
- Michalczyk Stanisław, *Prasa samorządowa. Szkice prasoznawcze*, Solo Press, Katowice, Żory 1996.
- Obwieszczenie Marszałka Sejmu z dnia 14 września 2018 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy – Prawo prasowe, Dz.U. 2018, poz. 1914, art. 7.1.2.1.
- Pisarek Walery, *Media* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 117.
- Szostek Patrycja, *Lokalne media w komunikowaniu jednostek samorządu terytorialnego*, [w:] *Przemiany mediów regionalnych i lokalnych*, red. W. Furman, P. Kuca, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2015, s. 130–140.
- Wasilewski Krzysztof, *Prasa parafialna w diecezji zielonogórsko-gorzowskiej. Rekonesans badawczy*, „Zielonogórskie Studia Bibliotekoznawcze” 2015, z. 7, s. 141–151.

Netografia

- „Wiadomości Lutomierskie. Informacyjny Biuletyn Samorządowy” <http://lutomiersk.info/p,81,wiadomosci-lutomierskie> [dostęp: 28.05.2021].
- Bazy on-line WBP im. Marszałka Józefa Piłsudskiego w Łodzi*, <http://mak.wimbp.lodz.pl/index.php/bazy-katalogowe/czasopisma.html> [dostęp: 21.11.2020].
- Dekret o środkach społecznego przekazywania myśli*, <http://portal.tezeusz.pl/2009/01/22/dekret-o-srodkach-spoecznego-przekazywania-mysli-inter-mirifica/> [dostęp: 28.05.2021].
- Dzwonkowska-Godula Krystyna, *Polityka informacyjna i komunikacyjna władz samorządowych. Studium przypadku wiejskiej gminy Zgierz*, „Studia Obszarów Wiejskich 2018, t. 51, s. 27–45, http://repozytorium.uni.lodz.pl/bitstream/handle/11089/31350/WA51_97377_r2018-t51_SOW-Dzwonkowska.pdf?sequence=1&isAllowed=y [dostęp: 16.11.2020].
- Gmina Lutomiersk*, <http://www.lutomiersk.info/> [dostęp: 21.11.2020].
- Gmina Lutomiersk*, <http://www.polskawliczbach.pl> [dostęp: 21.11.2020].
- Jan Paweł II, *Internet nowym forum dla głoszenia Ewangelii. Orędzie Jana Pawła II na XXXVI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/przemowienia/internet_aut_12052002.html [dostęp: 28.05.2021].
- Kościół Matki Bożej Szkaplerznej w Lutomiersku* [hasło], [w:] https://pl.wikipedia.org/wiki/Ko%C5%9Bci%C3%B3%C5%82_Matki_Bo%C5%BCej_Szkaplerznej_w_Lutomiersku [dostęp: 21.11.2020].
- Kraków: kapucyni pełnia dyżury na «pogotowiu duchowym»*, <https://krakow.onet.pl/krakow-kapucyni-pelnia-dyzury-na-pogotowiu-duchowym/j98mc> [dostęp: 28.05.2021].
- Kwiatkowski Jaromir, *Pomiędzy koniecznością a propagandą*, „Forum Dziennikarzy” 2020, nr 2 (136), s. 11–15, https://sdp.pl/wp-content/uploads/2020/04/Forum_Dziennikarzy_136_wersja_online.pdf [dostęp: 16.11.2020].
- Parafia Matki Bożej Szkaplerznej i Świętego Walentego Kapłana, Męczennika, <http://www.mbszkaplerzna.pl/> [dostęp: 21.11.2020].
- Pokrzywa Anna, Prokopuczuk Magda, *E-sąsiedztwo. Media społecznościowe w procesie kształtowania wspólnot lokalnych*, [w:] *Przestrzeń społeczna w badaniach naukowych*, red. H. Kawalec, J. Kinał, Stowarzyszenie Naukowe Przestrzeń Społeczna i Środowisko, Rzeszów 2017, s. 153, https://www.academia.edu/34641599/Przestrze%C5%84_spo%C5%82eczna_w_badaniach_naukowych [dostęp: 16.11.2020].
- Spis parafii*, <http://archidiecezja.lodz.pl/spis-parafii/> [dostęp: 21.11.2020].
- Witamy na oficjalnej stronie Twitter Jego Świątobliwości Papieża Franciszka*, https://twitter.com/Pontifex_pl?ref_src=twsrc%5Etfw [dostęp: 28.05.2021].

Stanisława Kurek-Kokocińska

Media in a small town ased on the example of a local-government newsletter and a parish service

Summary

The aim of the paper is to consider selected aspects of social communication by means of digital media available to the public in a small town. The study includes *The Lutomiersk News: Local Government Information Bulletin* [Pol. “Wiadomości Lutomierskie. Informacyjny Biuletyn Samorządowy”], which is available on the website of the Lutomiersk Administrative District: 2017–2020, as well as the Internet portal of the Roman Catholic parish in Lutomiersk (Deanery of Konstantynów Łódzki). Using the method of qualitative analysis, contents of the media were detrminded as well as their characteristics and functions were investigated. It was shown that the overall contents of *The Lutomiersk News* reflect the functioning of the local government unit and of the people living there. On a bimonthly basis, the residents get a package of information on various aspects of life in the region. The parish-related medium, in turn, contains topics connected with the parishioners’ life, the Christian way of life, and community of Lutomiersk.

Keywords: digital media, functions of the media, *The Lutomiersk News: Local Government Information Bulletin*, the Roman Catholic parish in Lutomiersk

Stanisława Kurek-Kokocińska, dr hab., jest profesorem w Uniwersytecie Łódzkim. Zajmuje się problematyką nauki o informacji, w szczególności działalnością informacyjną w zakresie pośredniczenia w dostępie do wiedzy oraz teoretycznymi podstawami nauki o informacji. Autorka książek (m.in.) *System informacyjny dla dzieci i młodzieży o książkach, filmach i grach. Studium teoretyczne* (1999); *Informacja. Zagadnienia teoretyczne i uwarunkowania prawne działalności informacyjnej* (2004); *Studia bibliotekoznawcze w Polsce – historia i ewolucja w latach 1945–2015* (2016) oraz artykułów (m.in.) *Biblioteki cyfrowe w Łódzkiem jako usługa dostępu do treści w świetle problematyki bibliotekarstwa cyfrowego* (2018); *Podążając za czytelnikiem. Mobilność w udostępnianiu księgozbiorów bibliotek publicznych – analiza wybranych form usług ruchomych* (2019); *Recykling informacji* (2020).

Magdalena Przybysz-Stawska*

 <https://orcid.org/0000-0001-5868-6840>

„Wiadomości – 43 bis” w latach 1989–2014 jako przykład periodyku lokalnego¹

Streszczenie

Prasa lokalna pełni istotne funkcje, nie tylko informując mieszkańców danego miasta o sprawach im bliskich, ale również realizuje idee regionalizmu poprzez promocję „małej ojczyzny”, integruje daną społeczność i stanowi swego rodzaju odzwierciedlenie życia ludzi zamieszkujących określone terytorium. Celem artykułu jest prezentacja jednego z periodyków lokalnych – czasopisma „Wiadomości – 43bis” i próba odpowiedzi na następujące pytania badawcze: jak w latach 1989–2014 zmieniał się analizowany periodyk? Co stanowiło o jego sile, a co świadczyło o słabości? Czy realizował on funkcje przypisywane tego typu prasie, wpisując się w definicję pism lokalnych? Jakie elementy sprawiły, że utrzymał się na wymagającym

* Dr hab., prof. UŁ; Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Informatologii i Bibliologii, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź; e-mail: magdalena.przybysz-stawska@uni.lodz.pl

¹ Nie wchodząc szczegółowo w kwestie terminologiczne, gwoli porządku należy zaznaczyć, że w niniejszej pracy klasyfikując opisywany tytuł jako pismo lokalne, oparto się na definicji Ryszarda Kowalczyka, autora wielu prac z zakresu mediów lokalnych, który prasę lokalną określa jako „wydawaną w dzielnicach dużych miast, parafiach, na osiedlach, w małych miastach i miasteczkach, gminach, w powiatach, mikroregionach itp. [...] do periodyków lokalnych zalicza się tytuły rozpowszechniane na obszarze mniejszym od województwa.”, zob. R. Kowalczyk, *Wczoraj i dziś prasy lokalnej w Polsce*, Agencja „eSeM”, Poznań 2002, s. 15. Także wydawca i redaktor opisywanego czasopisma postrzegał je jako lokalne, co znalazło swój wyraz w podtytule periodyku.

rynku prasowym, w którym reguły zdają się dyktować nie tylko sami odbiorcy, ale i silne, o ugruntowanej pozycji, koncerty medialne, inwestujące również w rynek prasy regionalnej? Praca stanowić może przyczynek do dalszych badań w zakresie prasy regionu łódzkiego.

Słowa kluczowe: prasa, prasa lokalna, „Wiadomości – 43 bis”, Bernard Cichosz, Konstantynów Łódzki

*Prasa, nawet lokalna, to też potęga!*²

Znaczenie prasy lokalnej, jej rola, nie tylko w danej społeczności, ale w całym systemie prasowym czy szerzej: medialnym, nie budzi wątpliwości. Na ten temat powstało wiele prac³, których autorzy wskazywali także na specyficzne funkcje tego medium, wyróżniające je na tle prasy ogólnokrajowej. Także wybrane tytuły pism lokalnych doczekały się szczegółowych opracowań⁴. Niniejszy tekst wpisuje się w ten nurt, bowiem badaniu poddano jeden z periodyków województwa łódzkiego, ukazujący się w Konstantynowie Łódzkim. Cechą charakterystyczną wybranego tytułu jest fakt, iż przez cały okres istnienia stanowił on efekt pracy i zaangażowania w znacznej mierze jednej osoby: redaktora, będącego jednocześnie wydawcą tytułu. Tym czasopismem są „Wiadomości – 43 bis”⁵. Stosując wybrane metody jakościowe, analizie poddano zawartość wszystkich roczników z lat 1989–2014. Dolna granica tak określonej cezury czasowej to nie tylko początek przemian w Polsce, zapoczątkowany upadkiem komunizmu, ale również rok, w którym ukazał się pierwszy numer omawianego periodyku. Natomiast rok 2014

² BC, *Media to potęga*, „Ekspres 43 bis” 2002, nr 25, s. [1].

³ Np. M. Gierula, *Polska prasa lokalna w latach 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005; R. Kowalczyk, *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2002; *Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych*, red. J. Mikułowski-Pomorski, Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Rzeszowie, Rzeszów 1990.

⁴ M.in. Z. Gostkowski, „*Dziennik Łódzki*” w latach 1884–1892: studium nad powstaniem polskiej opinii publicznej w wielonarodowym mieście fabrycznym, Wyższa Szkoła Finansów i Informatyki im. prof. Janusza Chechlińskiego w Łodzi, Łódź 2008; J. Mikosz, „*Dziennik Łódzki*”: tradycja i współczesność, Agencja Wydawnicza „Sztuka i Rynek”, Kalisz 2006; A. Lewaszkiewicz, *Przez trzy epoki. Wspomnienia łódzkiego dziennikarza*, Wydawnictwo Westa-Druk Mirosław Kuliś, Łódź 2014 [„Express Ilustrowany”].

⁵ Analizie poddano wyłącznie zawartość tytułu głównego, jakim są „Wiadomości – 43 bis”, pomijając dodatki, które przez część badanego okresu zszywane były łącznie z kolejnymi numerami pisma. Numeracja stron była ciągła wyłącznie w obrębie tytułu podstawowego (zob. charakterystyka formalna).

zamyka ćwierćwiecze istnienia tytułu. W tym czasie wydano w sumie 611 numerów pisma, które stały się podstawą niniejszego opracowania. Przeprowadzona charakterystyka formalno-treściowa czasopisma może stać się przyczynkiem do dalszych badań, zarówno w zakresie wybranego periodyku, jak i szerzej, w obrębie analizy prasy województwa łódzkiego.

Rzeczywistość lat 90. ubiegłego stulecia⁶ w znaczący sposób odbiegała od tej z pierwszej dekady XXI wieku⁷. Cztery następne lata również rządziły się swoimi prawami. Zasadniczym celem przedstawianego opracowania jest prezentacja wybranego pisma oraz próba odnalezienia odpowiedzi na następujące, szczegółowe pytania badawcze: jak przez owe ćwierć wieku zmieniał się analizowany periodyk? Co stanowiło o jego sile, a co decydowało o słabości? Czy realizował on funkcje przypisywane tego typu prasie, wpisując się w definicję pism lokalnych? Jakie elementy sprawiły, że utrzymał się na wymagającym rynku prasowym, w którym reguły zdają się dyktować nie tylko odbiorcy, ale i silne, o ugruntowanej pozycji koncerny medialne, inwestujące również w rynek prasy regionalnej?



Fot. 1. Herb Konstanczowa Łódzkiego

Źródło: http://konstanczow.pl/asp/pl_start.asp?typ=14&menu=13&strona=1&sub=1 [dostęp: 31.12.2017].

⁶ Konsekwencje transformacji ustrojowej w Polsce nie ominęły również rynku medialnego, w tym sektora związanego z prasą. Pisał o tym m.in. R. Filas, *Periodyzacja rozwoju mediów polskich 1989–1999*, „Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych PAN” 1999, z. 1, s. 72–74; T. Mielczarek, *Monopol pluralizm koncentracja środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

⁷ Zob. np. R. Filas, *Dwadzieścia lat przemian polskich mediów (1989–2009) w ujęciu periodycznym*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2010, nr 3/4, s. 27–54.

Miejsce narodzin „Wiadomości – 43 bis”⁸

Początki miasta, w którym ukazywał się wybrany periodyk⁹, sięgają połowy XIV wieku, a konkretnie 1364 roku. Wtedy po raz pierwszy wspomniano o wsi Żabice Wielkie, na terenie której znajduje się dzisiaj Konstantynów Łódzki. Po niemal pięciuset latach jej kolejny właściciel, Mikołaj Krzywiec-Okołowicz¹⁰, przekształcił osadę, dotychczas rolniczą, na tkacką, zmieniając w 1824 roku jej nazwę na Konstantynów¹¹. Staraniem właściciela już w 1830 roku wsi nadano prawa miejskie. Zostały one jednak miastu odebrane przez cara Aleksandra II Romanowa w 1870 roku. Wtedy osada określana była jako Konstantynów Fabryczny. Ponownie odzyskał on prawa miejskie w 1924 roku Koleję losu (II wojna światowa, czasy PRL, lata transformacji ustrojowej) także i tu odcisnęły swoje piętno. Ale dziś miasto jest prężnie rozwijającym się ośrodkiem, zaś niskie podatki i atrakcyjna lokalizacja powodują, że stało się ono korzystnym miejscem zarówno dla inwestycji w przemysł, jak i kulturę. Od kilku lat Konstantynów Łódzki uhonorowywany jest tytułem gminy Fair Play. Przez przyjezdnych postrzegany jest jako „ładne, czyste, ciche i spokojne miasteczko”¹². W 2017 roku zamieszkiwało je około 18 tys. osób¹³. Są one potencjalnymi odbiorcami prezentowanego czasopisma.

Początek drogi i kolejne inicjatywy

Jak wspomniano wcześniej, pierwszy numer „Wiadomości – 43 bis” ukazał się 13 grudnia 1989 roku. Data nie była wybrana przypadkowo; periodyk, będący wówczas skromnym biuletynem informacyjnym, po raz pierwszy trafił do czytelników w ósmą rocznicę wprowadzenia stanu wojennego w Polsce. Podtytuł „Pismo członków i sympatyków NSZZ «Solidarność»”¹⁴ wskazywał wyraźnie na

⁸ Konstantynów Łódzki – miasto leżące w centralnej Polsce. Należy do województwa łódzkiego, powiatu pabianickiego. Jest siedzibą gminy miejskiej Konstantynów Łódzki.

⁹ Ostatni numer w wersji drukowanej (717/718) wydano w 2019 roku. Kolejny numer ukazał się już tylko w postaci internetowej, zatytułowany „43 bis. Dziennik internetowy”, zob. *Drukowane „43bis” już w Sieci*, <http://www.43bis.media.pl/wiadomosci,15566,1,drukowane-43bis-juz-w-sieci,konstantynow-lodzki,wiadomosci.html> [dostęp: 27.10.2020].

¹⁰ Mikołaj Krzywiec-Okołowicz (1761–1841) – szambelan Stanisława Augusta, poseł na Sejm i sędzia pokoju.

¹¹ Prawdopodobnie nazwa pochodzi od imienia Wielkiego Księcia Konstantego. Możliwe, że M. Krzywiec-Okołowicz liczył, że dzięki takiemu zabiegowi szybciej uzyska prawa miejskie.

¹² E. Workert, *175 lat Konstantynowa Łódzkiego*, „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 387/388, s. 7. We wszystkich cytatach zamieszczonych w pracy zachowano oryginalną pisownię.

¹³ Dane na dzień 31 grudnia 2017 r. Za: http://www.polskawliczbach.pl/Konstantynow_Lodzki [dostęp: 31.12.2017].

¹⁴ Podawany był on do numeru 35 (1991).

sympatie polityczne jego inicjatora i redaktora naczelnego, Bernarda Cichosza¹⁵. Przez cały badany okres pozostawały one niezmiennie, co wyraźnie widać w sposobie, w jaki przedstawiano na łamach periodyku wybrane fakty. Sam redaktor naczelny nie krył się ze swoimi wyborami politycznymi, tłumacząc: „Zostałem wychowany w rodzinie katolickiej w uszanowaniu wartości konserwatywnych i w pełni to zaakceptowałem. [...] Od najmłodszych lat nie do wyobrażenia dla mnie było zaakceptowanie komunizmu, wartości oferowanych przez lewicę. [...] Byłem i jestem w jednej partii politycznej”¹⁶. Na zarzuty, że teksty pomieszczone na łamach pisma są niekiedy stronnicze, odpowiadał: „Tak, jak najbardziej, bo ona [gazeta¹⁷– przyp. M.P.S.] w założeniu ma taka być, ponieważ ja mam poglądy bardzo jednoznacznie określone, więc nie mogę wychwalać tego, co mi się nie podoba”¹⁸.

Jak wspominał Cichosz, przyczyn powstania periodyku było wiele. Przede wszystkim istniało zapotrzebowanie na ten typ prasy, wynikające w dużej mierze z zachodzących wówczas w Polsce zmian politycznych i społecznych, zaś czasopismo miało być „dokumentem, potrzebą chwili, żeby te rzeczy rejestrować i przedstawiać, żeby obywatela zbliżyć do władzy”¹⁹. Jednak „[b]ezpośrednim impulsem do rozpoczęcia wydawania [...] była propozycja Naczelnika Miasta. Konstaktynowów nie miał jeszcze żadnego tytułu”²⁰, ten był zatem pierwszym. Dziś może poszczycić się mianem najstarszego od 1989 roku czasopisma lokalnego w województwie łódzkim. Chęci, wsparcie i plan działania istniały od początku, należało wymyślić tytuł. Powinien on kojarzyć się z miastem, w którym był wydawany, a jak twierdził redaktor: „Nic chyba nie kojarzy się z Konstaktynowem tak bardzo jak tramwaj, który kursuje do Łodzi. Posługiwanie się jednak tylko cyframi byłoby czasem niewygodne. Dodałem wyraz, który najprościej określa charakter pisma”²¹ (Fot. 2).

¹⁵ Bernard Cichosz – ur. w 1950 r. w Działdowie, mieszka od wielu lat w Konstaktynowie Łódzkim.

Z wykształcenia mgr inżynier elektryk, z zamiłowania dziennikarz, wydawca prasy i książek, fotoreporter. Za działalność wydawniczą i dziennikarską otrzymał liczne nagrody i wyróżnienia, m.in. wyróżnienie „Gwiazdka z nieba”, za promowanie i publikację twórczości Konstaktynowskiego Klubu Literackiego Constans. Inicjator wielu przedsięwzięć promujących Konstaktynowów Łódzki.

¹⁶ B. Cichosz, *ABC Cicho...sza*, Wydawnictwo Bernard Cichosz, Konstaktynowów Łódzki 1999, s. 116.

¹⁷ Prawdopodobnie powinien być użyty zaimek „ono” (→ czasopismo), ale mówiąc i pisząc o „Wiadomościach – 43 bis” B. Cichosz określa je mianem „gazety”, choć (m.in. ze względu na częstotliwość periodyku) jest to błąd.

¹⁸ Z wywiadu udzielonego przez B. Cichosza wychowawcy i uczniom Gimnazjum nr 1 w Konstaktynowie Łódzkim, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 327, s. 13.

¹⁹ „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 327, s. 12.

²⁰ B. Cichosz, *ABC...*, s. 113.

²¹ Tamże.



Fot. 2. Tramwaj, którego numer stał się inspiracją dla nadania tytułu „Wiadomości – 43 bis”
 Źródło: <https://www.bing.com/images/search?q=tramwaj%2043%20bis&FORM=BILH1> [dostęp: 31.12.2017].

Od początku czasopismo pomyślane było jako dwutygodnik, ukazujący się 13. i ostatniego dnia miesiąca, jednak w miarę upływu czasu przyczyny natury finansowej zmusiły Cichosza do publikowania (na koniec każdego miesiąca) numerów łączonych. Pierwsze trzy wydania były bardzo skromne, miały postać pojedynczych, czarno-białych kartek A4, odbitych ręcznie, następne liczyły cztery strony. Poniżej zamieszczono zdjęcie, przedstawiające pierwszą stronę pierwszego numeru „Wiadomości – 43 bis” (Fot. 3).

Dziś taka forma periodyku (czarno-biała szata graficzna, niewyraźna czcionka, brak „światła”) wydaje się nieatrakcyjna, przypomina raczej broszurę niż czasopismo, ale wówczas, w realiach początków lat 90. ubiegłego wieku, nie odbiegała od wielu wydawanych przez osoby prywatne (nierzadko amatorów) tytułów. Można powiedzieć, że „Wiadomości – 43 bis” stanowiły swego rodzaju *signum temporis*.

Do czasu, gdy wydawca mógł sobie pozwolić na korzystanie z usług profesjonalnej drukarni²² (czyli do połowy 1991 roku) zawartość każdego numeru przepisywana była na maszynie do pisania, a następnie kopiowana na powielaczu. Początki pisma, podobnie jak wielu innych związanych z NSZZ „Solidarność”, były trudne nie tylko ze względów finansowych. Do 11 kwietnia 1990 roku należało mieć na uwadze cenzurę, która, pomimo że osłabiona, nadal funkcjonowała i zagrażała wydawnictwom związanym z opozycją. Jednak wraz ze zniesieniem cenzury, a także

²² Najpierw w Łodzi w Drukarni „PROXIMA”, a następnie w Zgierzu w firmie „StarCo”.

dzięki innym zmianom, jakie miały miejsce na początku lat 90. (głównie politycznym, ale również ekonomicznym i społecznym) poprawiła się również sytuacja prasy lokalnej, w tym opisywanego periodyku. Od numeru 39 (1991) dzięki składowi komputerowemu możliwe stało się zamieszczanie w kolejnych wydaniach pisma zdjęć i urozmaicanie ich ciekawą grafiką. Nadal jednak, ze względów oszczędnościowych, czasopismo ukazywało się w wersji czarno-białej, a kilka numerów wydano w zmniejszonym formacie. Od numeru 43 (1991) do czytelników zaczęły trafiać 8-stronicowe numery. Zwiększanie objętości następowało sukcesywnie, w ostatnim analizowanym roku (2014) pojedyncze numery obejmowały średnio 14 stron, nie licząc dodatków. W 2000 roku, 30 września, pismo po raz pierwszy ukazało się w pełnokolorowych okładkach; od tej pory charakterystyczny żółty



Fot. 3. Pierwszy numer „Wiadomości – 43 bis”
Źródło: materiały własne.

kolor okładki stał się znakiem rozpoznawczym periodyku. Poza tą zmianą, szata graficzna pisma nieznacznie zmieniała się na przestrzeni lat. Względy finansowe powodowały, że wydawca mógł wprowadzić kolor jedynie na kilku stronach w danym numerze. Jednak Cichosz podkreślał, że

dobra gazeta nie musi być kolorowa. Nie ukrywam, że kolory na każdej stronie by się przydały, ale to kosztuje. Już zrobiłem postęp, bo okładka jest kolorowa, w środku na dwóch stronach na stałe pojawił się kolor czerwony, więc uważam, że idę w pożądanym kierunku. A jeżeli chodzi o szatę graficzną czasopisma „43 bis” to nie planuję wielkiej zmiany – chociaż ciągle rozważam poprawki i udoskonalenia²³.

Z okazji świąt wydania były nieco atrakcyjniejsze. Stopniowo zawartość periodyku drukowana była na coraz lepszej jakości papierze. Poniżej zamieszczono zdjęcia przykładowych okładek omawianego czasopisma (Fot. 4–8).



Fot. 4–8. Wybrane okładki „Wiadomości – 43 bis”
Źródło: Zbiory Biblioteki Uniwersytetu Łódzkiego.

²³ Z wywiadu udzielonego przez B. Cichosza, dz. cyt., s. 12.

Z pewnością wyraźny, słoneczny kolor okładki był zaletą pisma. Jednak w przypadku niektórych wydań natłok informacji podawanych na okładce mógł działać zniechęcająco na odbiorcę, zwłaszcza że przekaz stawał się wówczas mniej czytelny, zaś mała czcionka nie poprawiała tego wrażenia. Z drugiej strony, kolorowe zdjęcia przedstawiające osoby znane lokalnej społeczności stanowiły element przyciągający uwagę i zachęcający do kupna danego numeru.

Nakład pisma wahał się w granicach 1000–1100 egzemplarzy, a w sytuacjach ważnych dla miasta (jak wybory samorządowe) osiągał pułap 5000 egzemplarzy²⁴. Od początku jasno określono cele, które redakcja zamierzała realizować:

„Wiadomości – 43bis” mają być pismem lokalnym, które być może uaktywni mieszkańców Konstantynowa, zwróci uwagę władz miasta na niedostrzegalne dotychczas problemy. Zamierzamy przede wszystkim informować o wydarzeniach lokalnych, o sprawach naszej społeczności. Chcemy sygnalizować dążenia, potrzeby i oczekiwania mieszkańców. Otwieramy swoje łamy także na ogłoszenia i informacje od zainteresowanych instytucji i obywateli. Od czytelników oczekujemy pomocy w postaci własnych inicjatyw oraz reakcji na poruszane zagadnienia²⁵.

Założone dążenia były ambitne i odpowiadały aktywności, która ogarnęła w latach 90. lokalne społeczności²⁶, motywując w ten sposób lokalną społeczność, koncentrując jej uwagę na potrzebach miasta, w którym żyła. Funkcje integracyjna i promocji „małej ojczyzny” przypisywane prasie tego typu były z powodzeniem realizowane przez redaktora naczelnego „Wiadomości – 43 bis”, co zostanie wykazane w dalszej części artykułu.

Realizacja wskazanych celów wymagała dużego zaangażowania od osób tworzących pismo. Od początku zbieraniem materiału i jego opracowywaniem zajmowała się przede wszystkim jedna osoba, wspomniany Bernard Cichosz, który w jednym z wywiadów podkreślił: „Ze względów oszczędnościowych redakcja pisma jest jednoosobowa. A ja lubię to wszystko robić”²⁷. W pierwszych numerach periodyku jako współpracowników wymieniano jednak także Sławoja Kądziele, Grzegorza Lobkę i Grzegorza Sasko. W ciągu analizowanych 25 lat wydawania tytułu na jego łamach zamieszczano sporadycznie teksty i zdjęcia przygotowywane nieodpłatnie m.in. przez Marcina Nowaka, Monikę Pawłowską, Annę Sasko, ks. Jerzego Spychałę i Ewę Wielgościńską. Cichosz nawiązał również współpracę

²⁴ Dane na podstawie analizy periodyku oraz za: [br. aut.], *Dwieście kursów „Wiadomości – 43 bis”*, „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 200, s. 3.

²⁵ „Wiadomości – 43 bis” 1990, nr 1, s. 1.

²⁶ Zob. np. A. Kulawiak, *Historyczne i społeczne czynniki rozwoju małych miast – przykłady Uniejowa i Dąbia*, „Biuletyn Uniejowski” 2016, t. 5, s. [209]–222.

²⁷ B. Cichosz, *ABC...*, s. 112.

z malarzami i grafikami: Arkadiuszem Gacparskim (pomysłodawcą hasła promocyjnego, zamieszczonego na okładce czasopisma: „Bez 43 – bis ani rusz!”), Krystyną Hilczer, Joanną Olejniczak, Henrykiem Płóciennikiem, Jackiem Rupińskim, Heleną Zielińską i Zbigniewem Ziomeckim. Niekiedy relację z wybranych wydań przesyłali do redakcji Henryk Brzyszc (burmistrz miasta w latach 2002–2018), Joanna Czajkowska (poetka) i Ewa Jabłońska (dyrektor Miejskiej Biblioteki Publicznej w Konstancynie Łódzkiej). Jak wielokrotnie podkreślał Cichosz, pomocą przy przygotowaniu numerów do druku służyli mu również córka Kinga i syn Krystian.

Początkowo periodyk dostępny był w siedzibie redakcji (czyli mieszkaniu redaktora naczelnego), w Urzędzie Miejskim w Konstancynie Łódzkiej i w wybranych lokalnych kioskach Ruchu. Z czasem czasopismo można było również nabyć w Miejskiej Bibliotece Publicznej w Konstancynie Łódzkiej, w wybranych sklepach i aptekach. W pierwszych latach istnienia „Wiadomości – 43 bis” były rozprowadzane jako egzemplarze darmowe, jednak od 1993 roku sytuacja się zmieniła. Najpierw pojedynczy numer kosztował 2 zł (przed denominacją było to 2 tys. zł), następnie cena spadła do 50 gr., by ponownie wzrosnąć, tym razem do 1 zł (od chwili wydania pisma po raz pierwszy z kolorową okładką). Po zmianie częstotliwości i wprowadzeniu numerów łączonych cena zwiększyła się do 2 zł. Każdą taką zmianę Cichosz tłumaczył czytelnikom. W 1993 roku pisał:

Dlaczego zdrożeliśmy? Na ostatnim posiedzeniu przed odwołaniem Zarząd Miasta wypowiedział naszej redakcji umowę o współuczestnictwie w kosztach wydawania „Wiadomości – 43 bis”. Zarząd Miasta z tego tytułu miał do swojej dyspozycji 1 stronę naszego pisma. Nam pozwalało to utrzymać cenę na niezmiennym poziomie od 3 lat. Teraz, aby pokryć koszty druku wpływami ze sprzedaży, jesteśmy zmuszeni podnieść cenę pisma [...]. Przepraszamy. Do sprawy postaramy się wrócić²⁸.

Niezależnie jednak od zmiany ceny, była ona stosunkowo niska, co bez wątpienia stanowiło zaletę czasopisma, okupioną jednak znaczną liczbą reklam, zajmujących średnio pięć stron pojedynczego wydania podstawowego, przy średniej objętości 11 stron, stanowiąc tym samym niemal 50% zawartości pisma. Dodatkowo, od 2005 roku dołączane były doń kilkustronicowe wkładki reklamowe lokalnych firm i przedsiębiorstw. Nie był to z pewnością element ułatwiający odbiór treści.

Z czasem czasopismo podstawowe zaczęło uzupełniać dodatkami²⁹. Były one najpierw zszywane z tytułem głównym, nie posiadały jednak wspólnej z nim numeracji; później zarejestrowano je jako autonomiczne tytuły. Pierwszym (wydawany

²⁸ bc, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 85, s. 2.

²⁹ Ze względu na ograniczenia objętościowe tekstu wspomniane dodatki zostały jedynie wymienione, a część z nich tylko krótko opisana.

od 25 grudnia 1993 roku) był „Suplement 43 bis. Nieregularny informator tematyczny”, liczący od 4 do 8 stron formatu A4, na których początkowo zamieszczano teksty poświęcone kulturze, a następnie drukowano informacje okolicznościowe dotyczące Konstantinowa Łódzkiego. Kolejnym był „Biuletyn 43 bis. Dodatek samorządowy do »Wiadomości – 43 bis«”³⁰ (jego pierwszy numer ukazał się 13 sierpnia 1995 roku). Z kolei w styczniu 1996 roku czytelnicy po raz pierwszy otrzymali „Ex libris 43 bis. Konstantinów kulturalny”. Ostatnim chronologicznie był „Ekspres 43 bis. Nieregularny informator miejski”³¹, ukazujący się od 27 marca 1998 roku. Wszystkie wymienione dodatki w badanym okresie były wydawane przez Cichosza i przez niego w znacznej mierze redagowane. Każdy z tytułów, ze względu na oszczędnościowych, trafiał do odbiorcy w skromnej czarno-białej szacie graficznej i niewielkiej objętości, zazwyczaj 2–4, rzadziej 8 stron. Ostatnim dodatkiem był ukazujący się od marca 1996 roku bezpłatny kwartalnik „Biuletyn Informacyjny Samorządu”, jedyny spośród podanych tytułów wydawany przez Zarząd Miasta Konstantinowa Łódzkiego. „Biuletyn” był znacznie obszerniejszy w porównaniu z poprzednimi tytułami (średnio jeden jego numer obejmował 40 stron, przy czym okładka i cztery strony wewnątrz wydania były kolorowe). Jego zawartość składała się przede wszystkim z reklam, ale zawierał także stałe rubryki (np. *Odnutowane na innych łamach*, *Wykaz uchwał Rady Miejskiej*). Od 1 lipca 1998 roku Cichosz zaproponował czytelnikom „43 bis – Dziennik internetowy”, dostępny na stronie <http://www.43bis.media.pl/wiadomosci.html>. Serwis zawierał materiały drukowane zarówno na łamach podstawowego czasopisma, jak i uzupełniających go dodatków. Na stronie znaleźć można było również inne informacje dotyczące Konstantinowa Łódzkiego i wydawnictwa Bernarda Cichosza. Po lewej stronie witryny zamieszczano także reklamy promujące lokalne firmy i przedsiębiorstwa.

Poza dodatkami tematycznymi i serwisem internetowym, redaktor i wydawca „Wiadomości – 43 bis” w omawianym okresie zainicjował liczne akcje i konkursy, którym patronowały wydawane przez niego periodyki³². Na łamach „Wiadomości – 43 bis” można było odnaleźć zapowiedzi kolejnych projektów, a następnie informacje o ich przebiegu i zakończeniu. Jednym z najstarszych pomysłów był „Milion za naukę”. Był to konkurs, w którym redakcja nagradzała absolwenta szkoły średniej za najlepsze świadectwo maturalne. Początkowo nagroda (przed dewaluacją wynosiła ona milion zł) mogła być wręczona osobie mieszkającej w Konstancynie Łódzkim, a uczącej się i egzamin maturalny zdającej poza swoim miastem,

³⁰ W 1999 roku stał się on „Nieregularnym informatorem miejskim”.

³¹ W 1999 roku zmienił się jego podtytuł na „Błyskawiczny informator miejski”; nadal ukazywał się nieregularnie.

³² Ze względu na ograniczenia objętościowe tekstu ograniczono się jedynie do wymienienia i krótkiej charakterystyki najbardziej rozpoznawalnych inicjatyw podejmowanych przez B. Cichosza.

później wyróżnienie (kontynuowane pod nazwą „Pecunia”) przysługiwało za bardzo dobre wyniki w nauce w gimnazjum i kontynuowanie nauki w konstantynowskim LO. Inną charakterystyczną inicjatywą wydawcy „Wiadomości – 43 bis” były „Wielkie bilety”, przyznawane za przedsięwzięcia szczególnie ważne i cenne dla Konstantynowa Łódzkiego. Interesującym pomysłem była także nagroda „Pro bene factis debemus maximas grates memoriamque”³³. Była to

[...] lista (określana skrótowo Pro bene factis), na którą pośmiertnie wpisywane są godne tego osoby, związane swą pracą z Konstantynowem Łódzkim lub jego mieszkańcami. Umieszczenie osoby na liście Pro bene factis jest suwerenną decyzją redaktora naczelnego „Wiadomości – 43 bis”. Redaktor naczelny „Wiadomości – 43 bis” jest zobowiązany do popularyzacji dokonań osób wpisanych na tę listę³⁴.

Pierwszymi, których nazwiska znalazły się na liście, byli Jarosław Daszkiewicz i Grzegorz Palka. Redakcja „Wiadomości – 43 bis” przyznawała również certyfikaty: dla Firm Wielkiego Formatu (były to wyróżnienia za zasługi na rzecz lokalnej komunikacji społecznej), dla Firm z kulturą (za wyróżniającą się działalność na rzecz kultury) oraz dla Firmy z klasą (za zasługi na rzecz oświaty). Warto wspomnieć jeszcze o konkursie literackim „Podróż poetycka”, w którym nagrodą był Wielki Bilet miesięcznika „Ex libris 43 bis”. Poza wymienionymi inicjatywami redaktor naczelny „Wiadomości – 43 bis” był także pomysłodawcą wielu innych przedsięwzięć promujących miasto, o których czytelnik mógł znaleźć informacje na łamach omawianego periodyku. Jednym z takich projektów była darmowa reklama nowych firm powstających w Konstantynowie Łódzkim („Kto pierwszy, ten lepszy”), innymi zaś: „Konstantynów kulturalny” (promowanie osiągnięć twórców konstantynowskich) czy „Konstantynów ludzki” (promocja miasta w Internecie). Jednak najważniejszym i podstawowym pomysłem, od którego „wszystko się zaczęło”, był prezentowany periodyk „Wiadomości – 43 bis”.

Liczą się fakty³⁵

Taki tytuł nosił jeden z działów zamieszczanych w periodyku od 1993 roku. Był jednym z nielicznych drukowanych systematycznie, choć z małą częstotliwością (raz do roku). Innych, specjalnie wyróżnionych, było niewiele; tylko niektóre z nich były

³³ Z jęz. łac.: „Za dobre czyny należą się najwyższe podziękowania i pamięć”.

³⁴ [br. aut.], *Pro bene factis*, „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 373/374, s. 5.

³⁵ Tytuł jednego z działów, zamieszczanych na łamach pisma (np. w 1999 r.), później zmieniony na *Fakty Roku*.

obecne przez dłuższy czas, część zmieniała tytuły. W toku analizy wyodrębniono następujące działy i rubryki ukazujące się systematycznie minimum rok³⁶:

- ???... – *dziękujemy* – w tym miejscu drukowano pytania od czytelników i odpowiedzi redakcji;
- *10 lat wstecz* → *20 lat wstecz* – w obrębie tej rubryki przypominano najważniejsze nagłówki, jakie pojawiły się w czasopiśmie 10 / 20 lat wcześniej;
- *Felieton*;
- *Foto serwis / Fotoreportaże / Fotorelacja* – najczęstszymi tematami były spotkania członków konstantynowskich organizacji, ważne święta państwowe i kościelne, w których udział brali mieszkańcy miasta;
- *Informacje / Informator Ogłoszeniowy / Informator*;
- *Kalendarium prac Samorządu Miejskiego*;
- *Krótko* – zawartość tej rubryki opierała się na zwięzłych notatkach i wzmiankach dotyczących najważniejszych bieżących wydarzeń. Oto wybrane tytuły³⁷: *Agroturystyka w Łódzkiem, Burmistrz u gimnazjalistów, Debatowali o liceum, Dzień Papieża Jana Pawła II, Jubileusz chóru, Konstantynów Łódzki rozkwita, Kryta pływalnia w remoncie, Ks. Franciszek Haber kanonikiem, Linia busowa nr 4, Msza jubileuszowa w Katedrze, Najnowsza laweta w mieście, Ograniczenia ruchu na Łódzkiej, Radio Maryja ma 19 lat, Radny zaprosił mieszkańców, Spis Rolny 2010, Podziękowania od burmistrza, Trzeci numer „Łodziaka”;*
- *Liczą się fakty / Fakty Roku* – była to już wspomniana subiektywna lista dziesięciu najważniejszych wydarzeń i zjawisk (gospodarczych, społecznych, kulturalnych) z ostatnich dwunastu miesięcy, które miały lub będą miały znaczący wpływ (pozytywny lub negatywny) na życie mieszkańców miasta;
- *Na gorącym uczynku* – były to informacje związane ze Strażą Miejską, działającą w Konstantynowie Łódzkim;
- *Napisali za nas* – ten dział zawierał przedruki tekstów z wybranych gazet i czasopism, głównie ogólnopolskich, np. z tygodnika „Niedziela”, miesięcznika „Najwyższy Czas”, dziennika „Rzeczpospolita”;
- *Oko* – różnorodne doniesienia i spostrzeżenia dotyczące miejsc, ludzi, zdarzeń i faktów związanych z Konstantynowem Łódzkim, np.: „Przy niektórych ulicach nie ma tabliczek z nazwami. Tabliczki są też nieczytelne, albo niekompletne. W wysokiej temperaturze odkleiły się literki. Przecież nie wszyscy znają nazwy wszystkich ulic”³⁸, „Takie wspaniałe korty przy Konstantynowskiej

³⁶ Podano je w porządku alfabetycznym.

³⁷ Tytuły wymieniono w porządku alfabetycznym, nie zaś chronologicznym.

³⁸ „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 267, s. 2.

Spółdzielni Mieszkaniowej stoją zaniedbane. Czy nikt nie chce grać w tenisa?³⁹, „Dlaczego LO nie ma swojej strony?”⁴⁰;

- *ONI. Osoby nas interesujące* – w tym miejscu prezentowano wybrane sylwetki ważne w życiu Konstanytowna Łódzkiego;
- *Persona grata* – było to miejsce, w którym przedstawiano sylwetki konstanytownskich samorządowców;
- *Sport*;
- *Szkoła* – na tych stronach zamieszczano artykuły pisane przez uczniów i pedagogów konstanytownskich szkół (np. „Dwójka”. Magazyn SP Nr 2; „Nowinki z Jedyńki”. Magazyn uczniów SP Nr 1; „Piątka”. Gazeta Uczniów Szkoły Podstawowej Nr 5). Ich treść dotyczyła wydarzeń szkolnych: wycieczek, konkursów, spotkań, akademii;
- *Usąsiedów* – w tym miejscu zamieszczano krótkie informacje dotyczące miejscowości należących do powiatu, np. związane z Kazimierzem, Lutomiernikiem;
- *W naszym obiektywie*;
- *Zaprosili nas* – w ramach tej rubryki czytelnik dowiadywał się, gdzie i kiedy zapraszany był redaktor naczelny „Wiadomości – 43 bis”. Była to np. regionalna konferencja dotycząca funkcjonowania mediów lokalnych, ale też wydarzenia lokalne, m.in. studniówka w konstanytownskim LO, zebranie sprawozdawcze OSP w Konstanytownie Łódzkim, konstanytownskie przedszkole.

Najczęściej stosowanymi gatunkami dziennikarskimi na łamach analizowanego periodyku były newsy, wzmianki i notatki, a zatem formy typowo informacyjne, w których autor nastawiony jest na krótki, zwięzły przekaz. Nierzadko na łamach pisma zamieszczano także sprawozdania, niekiedy prezentowano sylwetkę wybranej osoby, np. burmistrza miasta. Gatunki publicystyczne najczęściej reprezentowane były w formie komentarzy do aktualnych wydarzeń (z reguły politycznych). Drukowano także recenzje wybranych książek. Stosunkowo rzadko można było na łamach periodyku napotkać artykuł. Gatunki pograniczne występowały na kartach czasopisma w postaci wywiadu, często przeprowadzanego przez redaktora naczelnego. Można zatem stwierdzić, że wybór form dziennikarskich obecnych na łamach „Wiadomości – 43 bis” odpowiadał charakterowi informacyjnego periodyku lokalnego. Warto jednakże podkreślić, że wiele tekstów nie posiadało tytułów, często również poszczególne publikacje nie były podpisane⁴¹.

³⁹ „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 271, s. 4.

⁴⁰ „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 298/299, s. 4.

⁴¹ Wynikało to zapewne z faktu, że – jak już podkreślano – większość tekstów zamieszczanych na łamach „Wiadomości – 43 bis” pisana była przez jedną osobę; przy tych, które redaktor otrzymywał z zewnątrz, był podany autor. Niekiedy również i redaktor naczelny podpisywał się inicjałami.

Charakter czasopisma powodował, że *gros* informacji dotyczyło Konstancy-nowa Łódzkiego, zaś najmniej odnosiło się do tych o zasięgu ogólnopolskim, co odpowiada definicji prasy lokalnej. Zastanawiać może jednak fakt, że stosunkowo rzadko pisano o Łodzi. Analiza zawartości „Wiadomości – 43 bis” pozwoliła stwierdzić, że niezależnie od tego, czy informacje dotyczyły miejscowości, w której pismo było wydawane, stolicy województwa czy wydarzeń w kraju, materiały można podzielić pod względem poruszanej tematyki na kilka grup, wokół których koncentrowało się zainteresowanie redakcji. Pierwszą, najliczniejszą, stanowiły informacje związane z polityką, gospodarką i biznesem. Niemal równie chętnie podejmowano kwestie dotyczące życia Kościoła katolickiego. Dużo miejsca poświęcano wydarzeniom sportowym, choć w tym przypadku interesowano się przede wszystkim osiągnięciami lokalnych sportowców. Nie pomijano również kultury. Poniżej przedstawiono wybrane, reprezentatywne przykłady dla każdej z wymienionych kategorii, odnosząc je kolejno do: kraju, stolicy województwa i Konstancy-nowa Łódzkiego.

Konstancy-nowanie za UE⁴²

W każdym kraju istnieją kwestie, które jednoczą ludzi w poczuciu wspólnej tożsamości. Mogą być to również sprawy, które nie łączą, a dzielą, jednak dotyczą wszystkich obywateli. Na łamach „Wiadomości – 43 bis”, pisząc o sprawach ogólnopolskich, odnoszono się przede wszystkim do wydarzeń politycznych. Przykład mogą stanowić wybory parlamentarne w Polsce we wrześniu 1997 roku. Przy tej okazji kilkakrotnie przypominano o obowiązku głosowania⁴³, dołączając także wkładki o kandydatach prawicy, którym patronowało pismo. Przed zbliżającymi się wyborami organizowano również spotkania z potencjalnymi posłami, senatorami czy prezydentami miast (np. z Jerzym Kropiwnickim). Prezentowano też programy wybranych partii politycznych, zawsze jednak prawicowych lub (rzadziej) liberalnych. Przedstawiano np. zobowiązania programowe Platformy Obywatelskiej w wyborach parlamentarnych w 2001 roku⁴⁴. Pisano także o tragedii smoleńskiej w 2010 roku, wspominając prezydenta Lecha Kaczyńskiego⁴⁵. Charakterystyczny jest fakt, iż nierzadko, pisząc o sprawach ogólnopolskich, nawiązywano do Konstancy-nowa Łódzkiego. I tak na przykład, w 1993 roku pod znamienym tytułem *Krajobraz przed bitwą* pisano m.in.: „Bitwa o mandaty poselskie i senatorskie już się rozpoczyna. Krajobraz polityczny w naszym mieście (bo i tutaj ta bitwa

⁴² [br. aut.], *Konstancy-nowanie za UE*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 334, s. 3.

⁴³ Zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 196, s. [1].

⁴⁴ Zob. np. „Wiadomości – 43bis” 2001, nr 281, s. 7, 10.

⁴⁵ [br. aut.], *Prezydent Lech Kaczyński nie żyje*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 499/500, s. 3, 5.

też się będzie toczyć) od ostatnich wyborów parlamentarnych chyba się zanadto nie zmienił⁴⁶. Donoszono o wygranej w pierwszej turze głosowania w wyborach prezydenckich, podając także, jak wysoka była frekwencja w Konstancynie Łódzkim⁴⁷. Z kolei, ogłaszając wyniki głosowania do Parlamentu Europejskiego, porównywano je z tymi, jakie osiągnięto w Konstancynie Łódzkim⁴⁸. Podobnie było przy okazji wyborów prezydenckich w 2010 roku, kiedy podano informację o tym, jak konstancynianie głosowali w drugiej turze⁴⁹. Nawiązując do referendum akcesyjnego, w którym Polacy zdecydowali o wejściu Polski do Unii Europejskiej, przekazano informację o tym, jakich wyborów dokonywali mieszkańcy Konstancynowa Łódzkiego⁵⁰.

Jakkolwiek kwestie odnoszące się do życia politycznego były najczęściej omawiane, jeśli chodzi o tematykę ogólnopolską, to niemal równie chętnie donoszono o sprawach związanych z życiem Kościoła katolickiego, co wpisywało się w ideologię prezentowaną przez redaktora naczelnego, jednocześnie wydawcę periodyku. Pisano o urodzinach Jana Pawła II⁵¹, o każdej wizycie papieża w Polsce⁵², a po jego śmierci – o jego kanonizacji⁵³. Wspominano kardynała Stefana Wyszyńskiego w setną rocznicę jego urodzin⁵⁴. Przypominano o corocznych pielgrzymkach na Jasną Górę w Częstochowie⁵⁵, informowano o istotnych z punktu widzenia Kościoła postanowieniach, np. o wprowadzeniu dnia wolnego z okazji Święta Trzech Króli⁵⁶.

Stosunkowo rzadko natomiast wspomniano o wydarzeniach sportowych w skali kraju. W czasach największej popularności skoczek narciarski Adam Małysz nie omieszkał zamieścić krótkiego tekstu o jego szansach na zwycięstwo w jednym z konkursów⁵⁷. Pisano także o sukcesie polskich szczypiornistów⁵⁸, omawiano system rozgrywek żużlowych w Polsce⁵⁹. Były to jednak wyjątkowe przypadki.

46 [br. aut.], *Krajobraz przed bitwą*, „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 92, s. [1], 8.

47 „Wiadomości – 43bis” 2000, nr 270, s. 3.

48 „Wiadomości – 43 bis” 2014, nr 599/600, s. 6.

49 [br. aut.], *Bronisław Komorowski prezydentem RP*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 505/506, s. 60.

50 [br. aut.], *Konstancynianie za UE*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 334, s. 3.

51 [br. aut.], *Ojciec Święty ukończył 80 lat*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 261, s. [1].

52 Zob. np. [br. aut.], *Siódma wizyta Ojca Świętego w Ojczyźnie*, „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 238, s. [1].

53 [br. aut.], *Jan Paweł II i Jan XXIII – świętymi*, „Wiadomości – 43 bis” 2014, nr 597/598, s. 7.

54 S. Czernik, *Śp. Kardynał Stefan Wyszyński w latach okupacji*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 298/299, s. 8.

55 Zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 433/444, s. 3, 5; tamże, 2010, nr 507/508, s. 7.

56 [br. aut.], *Trzech Króli wolne już w 2011 roku*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 509/5010, s. 4.

57 [br. aut.], *Nasz Małysz w Planicy*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 281, s. 1.

58 „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 281, s. 1.

59 „Wiadomości – 43 bis” 2014, nr 597/598, s. 11.

Co słychać w Łodzi?

Jak wspomniano wcześniej, zastanawiać może fakt, iż na łamach „Wiadomości – 43 bis” niezbyt często zamieszczano informacje odnoszące się do wydarzeń odbywających się w stolicy województwa, czyli w Łodzi. Ale i taki materiał można odnaleźć podczas lektury omawianego periodyku. Również w tym przypadku największe zainteresowanie redakcji koncentrowało się wokół kwestii bezpośrednio lub pośrednio związanych z polityką. Z aprobatą pisano o tym, że *Marszałek województwa łódzkiego zabiega o pieniądze dla regionu*⁶⁰. Zamieszczano wywiady z przedstawicielami życia publicznego, reprezentantami ośrodków działających w Łodzi, np. ze Zbigniewem Skowrońskim (dyrektorem Wojewódzkiego Ośrodka Ruchu Drogowego w Łodzi)⁶¹, z Mirosławem Golisem (prezesem Łódzkiej Izby Przemysłowo-Handlowej)⁶². Wywiady te były zazwyczaj jedno- lub dwustronicowe, opatrzone krótką informacją na temat rozmówcy i jego zdjęciem. Pisząc o wydarzeniach w Łodzi, relacjonowano spotkania rocznicowe, przeważnie związane z NSZZ „Solidarność”. Na przykład, z okazji 20-lecia Związku pisano:

Z tej okazji odbyły się już i jeszcze odbywają okolicznościowe imprezy krajowe i w regionach. 26 sierpnia łódzcy związkowcy składali kwiaty pod Tablicą upamiętniającą wydarzenia sierpniowe w MPK w Łodzi oraz uczestniczyli w mszy św. w kościele oo. jezuitów. 27.08. odbył się festyn na Starym Rynku, 3.09. o godz. 15.00. zaplanowano „Spotkanie u Jezuitów” (Łódź, ul. Sienkiewicza 60), a 9.09. „VII Spotkanie po latach”. Do udziału w obchodach zaproszono, jak co roku, wielu konstantynowian⁶³.

Wspominano o uroczystościach związanych z odsłonięciem tablicy upamiętniającej siedzibę „Solidarności” w roku 1981 w Łodzi, mieszczącą się w budynku przy ulicy Piotrkowskiej 258/260⁶⁴, o 28. rocznicy wprowadzenia stanu wojennego w Polsce i odsłonięciu z tej okazji Pomnika Ofiar Komunizmu w Łodzi⁶⁵.

Dużą grupę informacji stanowiły także doniesienia z życia Archidiecezji Łódzkiej. Informowano np.:

W dniach 2–4 czerwca w Łodzi odbędą się ogólnopolskie obchody Roku Jubileuszowego pod hasłem „mass media i ewangelizacja”. Wszystkie spotkania będą miały również charakter Jubileuszu osób pracujących w mediach. Udział w obchodach

⁶⁰ „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 517/518, s. 5.

⁶¹ B. Cichosz, *Nowoczesny ośrodek doskonalenia jazdy*, „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 429/430, s.14.

⁶² B. Cichosz, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 469/470, s. 6–7.

⁶³ [br. aut.], *„Solidarność” ma już 20 lat*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 267, s. [1].

⁶⁴ „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 389/390, s. 7.

⁶⁵ „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 491/492, s. 3.

zapowiedzieli: Ksiądz kardynał Józef Glemp, Prymas Polski oraz liczni członkowie Episkopatu. Z satysfakcją informujemy naszych czytelników, że redakcja „Wiadomości – 43 bis” otrzymała zaproszenie do udziału w uroczystościach⁶⁶.

Pisano również o jubileuszach, np. o 80-leciu Diecezji Łódzkiej⁶⁷, relacjonowano przebieg uroczystości zorganizowanych w Archikatedrze Łódzkiej, związanych z obchodami Dnia Polskiego Państwa Podziemnego⁶⁸. Przeprowadzano wywiady z przedstawicielami Kościoła, np. z Dyrektorem Domu Salezjanów w Lutomierniku, ks. Zbigniewem Malinowskim i kierownikiem ośrodka Don Bosco, ks. Piotrem Głoskowskim⁶⁹. Informowano czytelników „Wiadomości – 43 bis” o spotkaniu z ks. Janem Twardowskim w Teatrze Pinokio w Łodzi⁷⁰. Jakkolwiek informacji na temat wydarzeń kulturalnych, odbywających się w innych miastach, na przykład w Warszawie, nie podawano w periodyku, to pisano o tego typu przedsięwzięciach organizowanych w Łodzi. Ogłaszano np.:

26 maja w Łodzi przy ulicy Piotrkowskiej w pasażu Schillera odbędzie się pod patronatem Prezydenta Łodzi I Festiwal Orkiestr Dętych. Organizatorem imprezy jest Związek Gmin Regionu Łódzkiego oraz: Miejski Ośrodek Kultury w Konstantynowie Łódzkim, Łódzki Oddział Polskiego Związku Chórów i Orkiestr, instytucje patronujące działalności orkiestr dętych z miejscowości, z których te orkiestry pochodzą. Patronat medialny: Radio Łódź⁷¹.

Kilkukrotnie prezentowano repertuar Teatru Wielkiego w Łodzi⁷², zapraszano także na wybrane premiery:

W dniu 21 stycznia 1995 roku Teatr Wielki w Łodzi zaprezentuje swoją nową premierę „Don Pasquale” G. Donizettiego. Jest to opera komiczna w trzech aktach wystawiona w oryginalnej wersji językowej. Dyrekcja teatru powierzyła realizację tego przedsięwzięcia wspaniałym twórcom [...] »Don Pasquale« uważany jest za najwybitniejsze osiągnięcie włoskiej opery komicznej. Ukazuje dramat człowieka, który odkrywa uroki życia kiedy jest już za późno na to, by ich zakosztować. Ciągłe przeplatanie się powagi i komizmu osiąga tutaj taką równowagę, że słuchacz nie zdaje sobie sprawy ze zmian nastroju. Również najkomiczniejsze fragmenty zrealizowane

⁶⁶ [br. aut.], *Mass media i ewangelizacja*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 261, s. [1].

⁶⁷ js, *80-lecie Diecezji Łódzkiej*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 275, s. 3.

⁶⁸ BC, *Upominajmy się o żołnierzy wyklętych*, „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 533/534, s. 3.

⁶⁹ G. Sasko, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 196, s. 3.

⁷⁰ „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 278, s. 3.

⁷¹ [br. aut.], *I Festiwal Orkiestr Dętych*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 259, s. [1].

⁷² Zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 136, s. 6.

są bardzo finezyjnymi środkami, tak że trudno nie podziwiać niezwyklej fantazji twórczej i dramatycznej kompozytora⁷³.

Informowano również czytelników „Wiadomości – 43 bis” o corocznych Jarmarkach Wojewódzkich odbywających się w Łodzi, nie zapominając o udziale w tej imprezie przedstawicieli Konstantynowa Łódzkiego:

[...] Nasze stoisko będzie usytuowane w bardzo atrakcyjnym miejscu – w Pasażu Schillera. Tam nasze zespoły będą się prezentować w sobotę i niedzielę w godz. 12 do 17. Ponadto konstantynowskie zespoły wystąpią w sobotę (o godz. 13.05. Konstantynowiaci i 13.40. Niesięcin) na małej scenie w ul. Rubinsteina⁷⁴.

Bardzo rzadko pisano o łódzkim sporcie, a jeśli zdarzały się takie informacje, przeważnie prezentowane były one w kontekście rozgrywek z drużyną z Konstantynowa Łódzkiego⁷⁵. Były to zazwyczaj krótkie notki, jak np.:

7 listopada podczas VII Światowego Dnia Biegania zostało podsumowane VI Grand Prix Łodzi. W Arturówku nagrodzeni zostali zawodnicy, którzy zebrali najwięcej punktów w 6 biegach rozegranych w województwie łódzkim w całym sezonie 2010 r. Na podium stanęły dwie amatorki biegania z Konstantynowa Łódzkiego⁷⁶.

Tylko niekiedy czytelnik mógł odnaleźć na łamach omawianego periodyku dłuższe informacje zajmujące niemal kolumnę tekstu; tak było w przypadku mających odbyć się w Łodzi Zimowych Mistrzostw Województwa Łódzkiego w Pływaniu⁷⁷. Informacja z komentarzem redakcyjnym opatrzona została dodatkowo zdjęciem dwóch pływaczek z Konstantynowa Łódzkiego.

⁷³ E. Wielgosińska, *Znów premiera*, „Wiadomości – 43 bis” 1995, nr 132, s. 3.

⁷⁴ [br. aut.], *Konstantynów na Jarmarku Wojewódzkim*, „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 387/388, s. 4. Podobna informacja o Jarmarku, tym razem IV Wojewódzkim, wraz programem znalazła się na łamach „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 435/436, s. 8. Zob. też „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 483/484, s. 4.

⁷⁵ [br. aut.], *Idziemy na żużel*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 284, s. 3.

⁷⁶ [br. aut.], *Podsumowanie VI Grand Prix w Łodzi*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 513/514, s. 10.

⁷⁷ [br. aut.], *Grad medali*, „Wiadomości – 43 bis” 2010/2011, nr 515/516, s. 13.

Łączy nas Konstanyńów⁷⁸

Czesław Miłosz pisał:

Zakorzenie jest zapewne stałą potrzebą natury ludzkiej. Może łączy się to z prawami ludzkiego organizmu, a ściślej z prawami rytmu. To, co znane i swojskie, pozwala utrzymać ten sam rytm wewnętrzny, o którym mało wiemy, co nie znaczy, że nie istnieje⁷⁹.

Te słowa zdają się doskonale przystawać do podstawowej zasady przyświecającej redaktorowi naczelnemu „Wiadomości – 43 bis”. Na łamach tego czasopisma odnajdujemy niezwykle bogaty i zróżnicowany materiał dotyczący wszystkiego, „co znane i swojskie” dla mieszkańców Konstanyńowa Łódzkiego. Funkcje: informacyjna, integracyjna i patriotyczna w odniesieniu do „małej ojczyzny” stanowią najważniejszą misję, realizowaną przez Bernarda Cichosza na łamach prezentowanego periodyku, zgodnie z przyjętym przez redaktora i wydawcę światopoglądem.

Wielokrotnie podkreślano wartość Konstanyńowa Łódzkiego, pisząc z dumą o kolejnych wyróżnieniach dla miasta i gminy: *Konstanyńów jest gminą fair play!*⁸⁰, *Nagroda główna dla Konstanyńowa Łódzkiego*⁸¹, *Konstanyńów najszybciej rozwijającą się gminą miejską w Łódzkiem*⁸², *Konstanyńów Łódzki liderem województwa!*⁸³ i wreszcie – *Konstanyńów Łódzki wśród najlepszych w Polsce!* W ostatnim wspomnianym tekście pisano:

»Dziennik Gazeta Prawna« już po raz czwarty klasyfikuje samorządy w Polsce. Kolejność dokumentuje największe osiągnięcia gmin w pozyskiwaniu środków unijnych. Brane są pod uwagę wszystkie programy pomocowe, których beneficjentami są zarówno władze samorządowe, jak i przedsiębiorstwa, rolnicy, organizacje społeczne. Konstanyńów Łódzki znalazł się w czołówce krajowej. Wśród 177 gmin województwa łódzkiego nasze miasto jest na 4pozycji, ale Konstanyńów Łódzki jest liderem rankingu gmin miejskich województwa łódzkiego!⁸⁴

⁷⁸ Tytuł jednej z informacji zamieszczonej na łamach omawianego periodyku, odnoszącej się do Konstanyńowskiego Porozumienia Samorządowego, zob. [br. aut.], *Łączy ich Konstanyńów*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 511/512, s. [1].

⁷⁹ Cz. Miłosz, *Miejsca utracone*, [w:] tenże, *Szukanie ojczyzny*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1992, s. 189.

⁸⁰ „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 439/440, s. 3.

⁸¹ „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 491/492, s. 3, 5.

⁸² „Wiadomości – 43 bis” 2014, nr 603/604, s. 6.

⁸³ Dane na podst. *Rankingu samorządów, zamieszczonego na łamach „Rzeczpospolitej”*, zob. „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 505/506, s. 5.

⁸⁴ B.C., [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 511/512, s. 4.

Sukcesy te w znacznej mierze były efektem pracy władz miasta. Stąd najobszerniejszą grupę informacji na łamach „Wiadomości – 43 bis” stanowiły wiadomości związane z lokalną polityką. Już w 1993 roku z dumą donoszono: „Wydarzeniem w naszym mieście jest niewątpliwie powstanie Klubu Prawicy Konstantynowskiej...”⁸⁵. Systematycznie zamieszczano sprawozdania z posiedzeń Zarządu Miasta⁸⁶, a gdy w 1993 roku został on odwołany, pisano zarówno o tym fakcie, jak i o przedłużających się problemach z powołaniem nowych władz⁸⁷. Prezentowano *Plony z dwóch lat*, czyli efekty prac Rady Miejskiej⁸⁸. Przedrukowywano przemówienia burmistrza miasta, wygłaszane przezeń przy okazji rozmaitych uroczystości, np. rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości⁸⁹. Informowano czytelników o spotkaniach organizowanych przez redakcję pisma z wybranymi politykami⁹⁰, prezentowano konstantynowskich radnych⁹¹, przypomniano o wyborach, np. uzupełniających do Rady Miejskiej w Konstantynowie Łódzkim⁹². Skrupulatnie odnotowywano wyniki wyborów zarówno samorządowych⁹³, jak i do parlamentu⁹⁴. Przedstawiano stanowisko władz miasta wobec rozmaitych, kontrowersyjnych kwestii, np.:

Nie chcemy Polski powiatowej. Takie jest stanowisko Rady Miejskiej w Konstantynowie wyrażone podczas ostatniej sesji, która odbyła się 28 lutego br. Rada upoważniła delegata na sejmik wojewódzki Grzegorza Lobkę do przekazania opinii o niecelowości wprowadzania podziału Polski na powiaty. W głosowaniu tylko 3 osoby nie poparły tego stanowiska⁹⁵.

Odnutowywano sukcesy klubów i kół działających w Konstantynowie Łódzkim, np.:

Sukces konstantynowskiego koła ZChN. 8 kwietnia odbyło się Zebranie Sprawozdawczo-Wyborcze Regionu Łódzkiego Zjednoczenia Chrześcijańsko-Narodowego. Połączyły się dotychczasowe regiony: łódzki i piotrkowski. Przewodniczącym zarzą-

85 [br. aut.], *Prawica w Konstantynowie*, „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 66, s. [1], 2, 4.

86 W ramach cyklicznej rubryki *Z posiedzeń Zarządu miasta*.

87 [br. aut.], *My albo nikt*, „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 85, s. [1], 2.

88 Zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 271, s. 5.

89 Zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 297, s. 3, 5.

90 [br. aut.], „*Wiadomości – 43 bis*” zapraszają, „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 193/194, s. [1]; „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 433/444, s. 14.

91 [br. aut.], *Konstantynowskie postacie Samorządu*, zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 23, s. 3.

92 [br. aut.], *4 czerwca wybory radnego*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 258, s. [1].

93 [br. aut.], *Wyniki wyborów samorządowych w 2010 r.*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 513/514, okładka, s. 5.

94 [br. aut.], *Konstantynów. Wyniki głosowania*, zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 101, s. 4, 5; „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 439/440, s. [1].

95 [br. aut.], *Nie chcemy Polski powiatowej*, „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 59, s. [1], 3.

du nowego dużego regionu wybrano Jerzego Kropiwnickiego. W skład 14-osobowego zarządu regionu wszedł, już po raz czwarty, Bernard Cichosz, przewodniczący konstantynowskiego koła⁹⁶.

Na łamach pisma wielokrotnie drukowano również wywiady z kolejnymi burmistrzami miasta⁹⁷. Władze miasta wspierały lokalny biznes i miejscowych przedsiębiorców. Podobne działania w zakresie własnych możliwości, wykorzystując do tego łamy wydawanego przez siebie pisma, podejmował Bernard Cichosz. Poza wspomnianym wcześniej projektem „Kto pierwszy, ten lepszy”, redaktor naczelny niejednokrotnie podnosił tematy istotne z punktu widzenia właścicieli małych i średnich lokalnych przedsiębiorstw. Mogli się oni np. dowiedzieć, co zyskają, a co mogą stracić w chwili, gdy Polska wstąpi do Unii Europejskiej:

23 maja burmistrz Henryk Brzyszczy zaprosił konstantynowskich przedsiębiorców na spotkanie z ekspertami Instytutu Europejskiego w Łodzi oraz Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego. „Małe i średnie przedsiębiorstwa w Unii Europejskiej – szanse i zagrożenia” to temat zaprezentowanych prelekcji. Burmistrz podkreślił, że troską samorządu Konstantynowa jest właściwe przygotowanie środowiska przedsiębiorców do ewentualnego przystąpienia do Unii Europejskiej. Waldemar Przyrowski, przewodniczący Stowarzyszenia Prywatnych Przedsiębiorców, zauważył, że Konstantynów to gmina przyjazna przedsiębiorczości, ale w innych miastach w urzędach napotyka się na trudności w załatwianiu najzwyczajszych spraw. Było to już kolejne spotkanie tego środowiska poświęcone UE⁹⁸.

Podkreślano, że „Przedsiębiorczość potrzebna jest wszędzie”⁹⁹, a Konstantynów jest jej szczególnie przyjazny, ze względu na fakt, iż, jak pisano, „[n]asza gmina pozostanie rajem podatkowym”¹⁰⁰, jak również dlatego, że systematycznie wprowadzane są w życie kolejne etapy modernizacji terenów przemysłowych¹⁰¹. Lokalny biznes promowany był również w wielu wywiadach przeprowadzanych przez Cichosza z przedstawicielami właścicieli firm i przedsiębiorstw, np. z prezesem Stowarzyszenia Prywatnych Przedsiębiorców w Konstantynowie Łódzkim

⁹⁶ „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 258, s. 2.

⁹⁷ Zob. np. rozm. B. Cichosz, *Znów w czołówce samorządów w kraju*, „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 529/530, s. 5.

⁹⁸ [br. aut.], *Szanse i zagrożenia przedsiębiorstw w UE*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 333, s. 3.

⁹⁹ Rozm. B. Cichosz, *Przedsiębiorczość potrzebna jest wszędzie*, „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 583/584, s. 5.

¹⁰⁰ B.C., *Nasza gmina pozostanie rajem podatkowym*, „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 583/584, s. 3.

¹⁰¹ „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 585/586, s. 4.

Waldemarem Przyrowskim¹⁰². Dzięki tym działaniom Konstantinów Łódzki wielokrotnie był nagradzany (np. tytułem Samorząd Przyjazny Biznesowi 2013¹⁰³), podobnie jak przedsiębiorcy działający na jego terenie¹⁰⁴. Pisano:

Konstantinów Łódzki kojarzy się z najniższymi w województwie podatkami i stabilną władzą samorządową. Nastąpił tu szybki rozwój, bo podatnik nie płaci za dużo. [...] Samorząd terytorialny stwarzając korzystne warunki do rozwoju przedsiębiorczości przyciąga kapitał. Powstają nowe placówki handlowe i lokują się nowe instytucje. Tu jest stabilizacja polityczna. [...] nastąpił rozwój inwestycyjny miasta¹⁰⁵.

Jak już wcześniej podkreślano, istotną grupę informacji lokalnych prezentowanych na łamach periodyku, stanowiły wiadomości z życia Kościoła katolickiego w Konstantinowie Łódzkim. Systematycznie pisano o kolejnych edycjach Biegu Wdzięczności za Pontyfikat Ojca Świętego Jana Pawła II¹⁰⁶, o Spotkaniu Młodych organizowanym przez Wspólnotę brata Rogera z Taizé, podkreślając, że w uczestniczyło w nim wielu konstantinowian¹⁰⁷. Kilkakrotnie wspomniano ks. Stanisława Czernika, który przez około trzydzieści lat był proboszczem konstantinowskiej Parafii Narodzenia NNMP¹⁰⁸, pisano o nowej parafii w Konstantinowie Łódzkim¹⁰⁹, przypominano również czytelnikom o nakazanych dniach świątecznych¹¹⁰.

Niebagatelne miejsce na łamach periodyku zajmowały także informacje kulturalne, pomimo że poświęcony był im oddzielny dodatek tematyczny (wspomniany wyżej „Ex libris 43 bis”). Wielokrotnie pisano o wydarzeniach kulturalnych organizowanych w mieście, np. o balu charytatywnym, w trakcie którego miały być zbierane fundusze na budowę Centrum Kultury w Konstantinowie Łódzkim¹¹¹. Tak relacjonowano spotkanie z Krystyną Jandą w Miejskim Ośrodku Kultury:

22 stycznia w Miejski Ośrodku Kultury gościła Krystyna Janda. Tego dnia uczestniczyła ona w Łodzi w IX Ogólnopolskim Festiwalu Sztuk Przyjemnych i Nieprzy-

¹⁰² Rozm. B. Cichosz, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 236, s. [1].

¹⁰³ B.C., [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 587/588, s. 3.

¹⁰⁴ [br. aut.], *Wyróżnienie dla konstantinowskiego przedsiębiorcy*, „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 437/474, s. 3, więcej: *Waldemar Bibliński profesjonalnym menedżerem* [woj. łódzkiego – przyp. M.P.S.], tamże, s. 5.

¹⁰⁵ [br. aut.], *Konstantinów Łódzki z tytułem Samorząd Przyjazny biznesowi 2013*, „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 587/588, okładka.

¹⁰⁶ Zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 521/522, s. 3.

¹⁰⁷ „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 324, s. 3.

¹⁰⁸ „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 393/394, s. 3.

¹⁰⁹ „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 70, s. [1].

¹¹⁰ „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 324, s. 9.

¹¹¹ „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 230, s. [1].

jemnych. W Konstancynie nie zapomniano o jubileuszu 25-lecia pracy scenicznej artystki i pod koniec spotkania z widzami na estradzie pojawił się wspaniały tort. Swoją porcję aktorka skonsumowała już w samochodzie w drodze na kolejny spektakl, a reszta słodkości została dla widzów¹¹².

Pisano o spotkaniu z Adamem Hanuszkiewiczem w Miejskim Ośrodku Kultury w Konstancynie Łódzkiej¹¹³. Na łamach pisma często zamieszczano zaproszenia na wydarzenia kulturalne, m.in. na wieczór poetycki z Moniką Pawłowską (na którym miał być zaprezentowany jej debiutancki tomik poetycki „Alter ego”¹¹⁴), na promocję książki *Mity i obrazy* autorstwa biskupa Adama Lepy¹¹⁵, na Konstancynskie spotkanie z poezją¹¹⁶, na spotkanie z Wojciechem Cejrowskim¹¹⁷. Promując czytelnictwo, pisano o akcji bookcrossing¹¹⁸, wspólnym czytaniu z najmłodszymi zorganizowanym w Miejskiej Bibliotece Publicznej w Konstancynie Łódzkiej, podkreślając w tym przypadku, że „[w]spólne, głośne czytanie tworzy magiczną więź między młodymi odbiorcami”¹¹⁹. Relacjonowano akcję zorganizowaną wspólnie z biblioteką z okazji obchodów X Ogólnopolskiego Tygodnia Czytania Dzieciom: „[...] dzieci wraz z rodzicami mogły posłuchać głośno czytanych znanych wierszy i bajek”¹²⁰. Niekiedy drukowano recenzje wybranych książek, np. Rafała Leszczyńskiego biografię ks. płk. Stanisława Czernika¹²¹, tomik wierszy *A duch wieje, kędy chce...*¹²² czy wspomniano o nagrodzie Złoty Ekslibris dla popularnonaukowej publikacji *Konstancynów Łódzki. Dzieje miasta*¹²³. Drukowano poezję, promując twórczość lokalnych poetów Joanny Czajkowskiej i Jarosława Gagasa. Pisano o konkursach organizowanych zarówno przez instytucje współpracujące z redakcją „Wiadomości – 43 bis”, np. Miejską bibliotekę (Konkurs literacko-plastyczny dla dzieci: „Moja wyobraźnia nie zna granic...”. Tematem konkursu jest hasło „Wylądowałam na nieznanym planecie i... co się tam wydarzyło?”)¹²⁴ czy przez samą redakcję periodyku: „Redakcja »Wiadomości – 43 bis« ogłasza konkurs literacki na wiersz o jesieni.

112 [br. aut.], *Jubileuszowy tort dla Krystyny Jandy*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 325, s. 3.

113 „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 187, s. 4–5.

114 „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 328, s. 14.

115 „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 234, s. [1], 4.

116 „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 298/299, s. 3.

117 [br. aut.], *Cejrowski przyjeżdża!*, „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 187, s. [1].

118 emm, *Gubimy książki w Konstancynie*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 345/346, s. 14.

119 J. Michalska, *Wspólne czytanie*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 330, s. 7.

120 J. Michalska, *Bawiliśmy się z biblioteką*, „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 531/532, s. 7.

121 „Wiadomości – 43 bis” 2014, nr 601/602, s. 5.

122 „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 62, s. 6.

123 „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 429/430, s. 3.

124 „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 186, s. 3.

Utwory w 2 egzemplarzach maszynopisu lub czytelnego rękopisu. Dla zwycięzców i wyróżnionych – nagrody książkowe¹²⁵.

Istotną rolę odgrywały także lokalne informacje sportowe drukowane w drugiej części periodyku, zazwyczaj na jego ostatnich stronach. Pisano np. o pierwszych sukcesach konstantynowskiej pływaczki Żakliny Lewandowskiej, a następnie, po kilku latach, przeprowadzono z nią wywiad¹²⁶. Donoszono m.in. o wygranych meczach koszykarek ze Szkoły Podstawowej nr 2 w Konstantynowie Łódzkim, które zajęły II miejsce w Świątecznym Turnieju Mini Koszykówki Dziewcząt o Puchar Prezesa Polskiego Związku Koszykówki i Prezesa Miejskiego Szkolnego Związku Sportowego w Łodzi¹²⁷. Informowano o „dobrych wynikach młodych szczypiornistów”, czyli piłkarzy ręcznych Włókniarza Konstantynów¹²⁸. Drukowano wywiady z przedstawicielami lokalnych organizacji sportowych, m.in. z prezesem klubu piłkarskiego KKS „Włóknierz” Konstantynów Bogdanem Michalakiem, trenerem piłkarzy KKS Włóknierz Konstantynów Łódzki¹²⁹. Dłuższe teksty, które stosunkowo często można odnaleźć w ramach działu poświęconego wydarzeniom sportowym, opatrywane były nierzadko zdjęciami sportowców.

Jak wskazują powyższe przykłady, z konieczności jedynie wybrane z bogatego materiału, jaki zebrano na potrzeby niniejszego opracowania, na łamach „Wiadomości – 43 bis” promowano „małą ojczyznę” w rozmaity sposób, nie pomijając żadnej liczącej się dziedziny życia. Warto wspomnieć, że jednym z najlepszych sposobów na reklamę Konstantynowa Łódzkiego i integrację jego mieszkańców było coroczne święto „Dni Konstantynowa Łódzkiego”. Systematycznie na łamach prezentowanego periodyku opisywano to wydarzenie, najpierw je anonując, drukując m.in. terminarz imprez towarzyszących temu wydarzeniu¹³⁰, a następnie relacjonując ich przebieg.

Obszerny materiał źródłowy o mieście opiera się również na niezwykle różnorodnych informacjach dotyczących rozmaitych, często codziennych spraw mieszkańców. Dla przykładu podano tytuły wybranych informacji¹³¹: *Będzie notariusz w Konstantynowie Łódzkim, Centrum miasta coraz atrakcyjniejsze, Czysnze, ciepło,*

125 „Wiadomości – 43 bis” 1995, nr 148, s. 6.

126 Rozm. M. Michałkiewicz, *Najlepszy motyl. Pierwsza konstantynowska mistrzyni Polski w pływaniu*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 297, s. 9.

127 „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 327, s. 7.

128 „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 389/340, s. 9.

129 Rozm. J. Świątłowski, *Liczyłem na dobry start*, „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 581/582, s. 9.

130 Zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 69, s. 3; „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 92, s. 4; „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 334, s. 3; „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 383/384, s. 7.

131 Tytuły podano w porządku alfabetycznym. Kolejno zob. „Wiadomości – 43 bis”: 2007, nr 479/480, s. 6; 2013, nr 581/582, s. 3; 1995, nr 134, s. [1], 3; 1993, nr 106, s. [6]; 2003, nr 325, s. 13; 2000, nr 257, s. 3; 2001, nr 286, s. 3; 2011, nr 537/538, s. 3.

śmieci... , Ile płacimy za wodę i ścieki?, Konstanyńska policja najlepsza w powiecie, Konstanyńów ma trzy banki, Mamy Internet w każdej konstanyńskiej szkole, Nowe stawki podatków lokalnych.

Pisano również o nowych nazwach ulic w mieście¹³², o rozkładach jazdy tramwaju 43 i 43 bis¹³³, o zamierzonym otwarciu galerii handlowej w centrum¹³⁴, o okresowej zmianie godzin pracy Urzędu Miejskiego w Konstanyńowie Łódzkim¹³⁵, o zmianie na stanowisku skarbnika miasta¹³⁶, o Dniach Seniora organizowanych dla starszych mieszkańców Konstanyńowa Łódzkiego i okolic, o kryteriach przyznawania dodatków mieszkaniowych¹³⁷.

Ciekawym pomysłem było zamieszczenie (dwukrotnie) listy nazwisk dzielnicowych, wraz z ich zdjęciami i nazwami ulic, które obejmowały ich rewiry, aby „[...] pomóc naszym Czytelnikom w sytuacjach, kiedy potrzebna jest pomoc lub interwencja dzielnicowego”¹³⁸.

Pismo starsze od wolnej Polski¹³⁹

„Wiadomości – 43 bis” ukazywały się w wersji drukowanej nieprzerwanie przez trzydzieści lat, do 2019 roku. Co sprawiło, że przetrwały trudne lata 90. ubiegłego wieku, kiedy wiele pism lokalnych okazywało się efemerydami? Co przyczyniło się do stabilnej pozycji tytułu na rynku prasy w Konstanyńowie Łódzkim w pierwszej dekadzie XXI wieku i później? Bez wątpienia była to zasługa pomysłodawcy, redaktora naczelnego, głównego autora tekstów i wydawcy w jednej osobie, Bernarda Cichosza, który stwierdził, że kluczem do sukcesu była w tym przypadku wytrwałość¹⁴⁰. Niewątpliwie kolejnym powodem była także zawartość periodyku oraz akcje i konkursy inicjowane przez redaktora naczelnego, które nie tylko integrowały lokalną społeczność, ale i promowały miasto oraz jego mieszkańców. Nie bez znaczenia były również inicjatywy wspierające lokalny biznes i przedsiębiorczość. Analiza roczników pisma z lat 1989–2014 pozwoliła zebrać niezwykle ciekawy materiał. Podane powyżej przykłady świadczą o tym, że „Wiadomości – 43 bis”

132 „Wiadomości – 43 bis” 1995, nr 154, s. [1].

133 „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 435/436, s. 12; „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 479/480, s. 3; „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 503/504, s. 3; „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 507/508, s. 3.

134 „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 469/470, s. 3, 5.

135 „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 505/506, s. 6.

136 „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 533/534, s. 12.

137 „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 331, s. 13.

138 „Wiadomości – 43 bis” 1995, nr 143, s. 3; „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 435/436, s. 13.

139 Tytuł relacji z uroczystego ogłoszenia nazwisk laureatów Wielkiego Biletu w 2007 r., „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 497/498, s. 5.

140 B. Cichosz, ABC Cicho..., s. 16.

stanowią wyjątkowo cenne źródło informacji przede wszystkim o Konstantynowie Łódzkim, są odbiciem trzydziestu lat z historii najnowszej tego miasta. Tematyka podejmowana na łamach omawianego pisma poświęcona była głównie życiu lokalnej społeczności i przeznaczona właśnie dla niej. *Współuczestniczymy w życiu miasta*¹⁴¹, *Troszczymy się o naszą wspólnotę*¹⁴² – to tytuły, które można uznać za hasła przewodnie, przyświecające tekstom drukowanym w periodyku. Spełnia on z pewnością funkcje przypisywane tego typu prasie: przede wszystkim informacyjną, skierowaną ku sprawom lokalnym, także funkcję integracyjną w odniesieniu do społeczności lokalnej i wreszcie funkcję promocyjną w stosunku do miasta, ale też, jak wspomniała w jednym z wywiadów Joanna Czajkowska, funkcję kreatywną¹⁴³ poprzez wcielanie w życie przez redaktora naczelnego wielorakich inicjatyw, opisanych powyżej. W ten sposób „Wiadomości – 43 bis” wpisują się w definicję prasy lokalnej¹⁴⁴.

Język tekstów zamieszczanych na łamach periodyku jest prosty, stosowany jest też w tym przypadku specyficzny model uprawiania dziennikarstwa, charakteryzujący się m.in. bliskim kontaktem z opisywaną społecznością czy wykorzystaniem przede wszystkim informacyjnych gatunków dziennikarskich.

Tytuł, dostosowując się do nowej rzeczywistości, zmieniał się przez dwadzieścia pięć lat przede wszystkim od strony formalnej: stawał się bardziej nowoczesny, papier, na którym drukowano kolejne numery, był w miarę upływu czasu coraz lepszej jakości, podobnie zdjęcia publikowane na łamach „Wiadomości – 43 bis”. Zawartość pisma niezmiennie jednak odpowiadała celom postawionym przez Cichosza: periodyk pozostawał pismem lokalnym, aktywizującym mieszkańców Konstantynowa, informującym o wydarzeniach lokalnych, sprawach, które dotyczyły i interesowały mieszkańców. Pisano o ich oczekiwaniach i potrzebach, sygnalizowano dążenia, uczestnicząc w życiu miasta i promując je również poza nim.

Owa stałość, podobnie jak pozostałe wymienione czynniki stanowiły z pewnością o sile omawianego pisma, chociaż nie brakowało mu również wad.

Mankamentem „Wiadomości – 43 bis” jest wspomniana wcześniej stronniczość przekazu, a także kreowanie niemal bezkrytycznego wizerunku miasta. Jakkolwiek obydwie kwestie zostały wytłumaczone przez Cichosza, a jego argumenty przytoczone w niniejszym tekście, to jednak trudno oprzeć się wrażeniu, że obiektywizm, którego brak w omawianym piśmie, powinien towarzyszyć pracy każdego

141 Tytuł wywiadu z Prezesem Stowarzyszenia Prywatnych Przedsiębiorców, Waldemarem Przyrowskim.

142 Tytuł przemówienia wygłoszonego przez burmistrza Henryka Brzyszcza z okazji uroczystości związanych z rocznicą odzyskania przez Polskę niepodległości.

143 „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 200, s. 3.

144 Zob. *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1976, s. 174.

dziennikarza, także dziennikarza-amatora. Z pewnością jednak materiał zamieszczony na łamach „Wiadomości – 43 bis” może stanowić istotne źródło wiedzy o życiu Konstąntynowa Łódzkiego od 1989 roku, a mieszkańcom nie przeszkadza zapewne fakt, że ich miasto jawi się na łamach periodyku nie tylko jako „podatkowy” raj. Jest przecież dla nich tym, „co znane i swojskie” i co „pozwala utrzymać ten sam rytm wewnętrzny”.

Bibliografia

Źródła

- [br. aut.], *I Festiwal Orkiestr Dętych*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 259, s. [1].
- [br. aut.], *4 czerwca wybory radnego*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 258, s. [1].
- [br. aut.], *Jubileuszowy tort dla Krystyny Jandy*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 325, s. 3.
- [br. aut.], *„Solidarność” ma już 20 lat*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 267, s. [1].
- [br. aut.], *„Wiadomości – 43 bis” zapraszają*, „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 193/194, s. [1].
- [br. aut.], *Bronisław Komorowski prezydentem RP*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 505/506, s. 60.
- [br. aut.], *Cejrowski przyjeżdża!*, „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 187, s. [1].
- [br. aut.], *Dwieście kursów „Wiadomości – 43 bis”*, „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 200, s. 3.
- [br. aut.], *Grad medali*, „Wiadomości – 43 bis” 2010/2011, nr 515/516, s. 13. https://doi.org/10.1162/LEON_r_00066
- [br. aut.], *Idziemy na żużel*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 284, s. 3.
- [br. aut.], *Jan Paweł II i Jan XXIII – świętymi*, „Wiadomości – 43 bis” 2014, nr 597/598, s. 7.
- [br. aut.], *Konstąntynowanie za UE*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 334, s. 3.
- [br. aut.], *Konstąntynowskie postacie Samorządu*, zob. np. „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 23, s. 3.
- [br. aut.], *Konstąntynów Łódzki z tytułem Samorząd Przyjazny biznesowi 2013*, „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 587/588, [okładka].
- [br. aut.], *Konstąntynów na Jarmarku Wojewódzkim*, „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 387/388, s. 4.
- [br. aut.], *Konstąntynów. Wyniki głosowania*, „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 101, s. 4, 5.
- [br. aut.], *Konstąntynów. Wyniki głosowania*, „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 439/440, s. [1].

- [br. aut.], *Krajobraz przed bitwą*, „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 92, s. [1], 8.
- [br. aut.], *Łączy ich Konstancyń*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 511/512, s. [1].
- [br. aut.], *Mass media i ewangelizacja*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 261, s. [1].
- [br. aut.], *My albo nikt*, „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 85, s. [1], 2.
- [br. aut.], *Nasz Małyś w Planicy*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 281, s. 1.
- [br. aut.], *Nie chcemy Polski powiatowej*, „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 59, s. [1], 3.
- [br. aut.], *Ojciec Święty ukończył 80 lat*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 261, s. [1].
- [br. aut.], *Podsumowanie VI Grand Prix w Łodzi*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 513/514, s. 10.
- [br. aut.], *Prawica w Konstancyń*, „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 66, s. [1], 2, 4.
- [br. aut.], *Prezydent Lech Kaczyński nie żyje*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 499/500, s. 3, 5.
- [br. aut.], *Pro bene factis*, „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 373/374, s. 5.
- [br. aut.], *Siódma wizyta Ojca Świętego w Ojczyźnie*, „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 238, s. [1].
- [br. aut.], *Szanse i zagrożenia przedsiębiorstw w UE*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 333, s. 3.
- [br. aut.], *Trzech Króli wolne już w 2011 roku*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 509/5010, s. 4.
- [br. aut.], *Wyniki wyborów samorządowych w 2010 r.*, „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 513/514, okładka, s. 5.
- [br. aut.], *Wyróżnienie dla konstancyńskiego przedsiębiorcy*, „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 437/474, s. 3.
- „Wiadomości – 43 bis” 1990, nr 1, s. 1.
- „Wiadomości – 43 bis” 1992, nr 62, s. 6; nr 69, s. 3; nr 70, s. [1].
- „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 92, s. 4; nr 106, s. [6]; nr 136, s. 6.
- „Wiadomości – 43 bis” 1995, nr 134, s. [1], 3; nr 143, s. 3; nr 148, s. 6; nr 154, s. [1].
- „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 186, s. 3; nr 187, s. 4–5; nr 196, s. [1]; nr 200, s. 3.
- „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 230, s. [1]; nr 234, s. [1], 4.
- „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 257, s. 3; nr 258, s. 2; nr 267, s. 2; nr 270, s. 3; nr 271, s. 4, 5.
- „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 278, s. 3; nr 281, s. 1, 7, 10; nr 286, s. 3; nr 297, s. 3, 5; nr 298/299, s. 3; nr 298/299, s. 4.
- „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 324, s. 3, 9; nr 325, s. 13; nr 327, s. 7, 12, 13; nr 328, s. 14; nr 331, s. 13; nr 334, s. 3.
- „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 383/384, s. 7; nr 389/390, s. 7, 9; nr 393/394, s. 3.
- „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 435/436, s. 13; nr 429/430, s. 3; nr 433/444, s. 3, 5; nr 435/436, s. 8, 12; nr 439/440, s. 3; nr 469/470, s. 3, 5; nr 479/480, s. 3, 6; nr 483/484, s. 4; nr 491/492, s. 3, 5; nr 491/492, s. 3; nr 497/498, s. 5.
- „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 503/504, s. 3; nr 505/506, s. 5; nr 505/506, s. 6; nr 507/508, s. 3, 7.

- „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 517/518, s. 5; nr 521/522, s. 3; nr 533/534, s. 12; nr 537/538, s. 3.
- „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 581/582, s. 3; nr 583/584, s. 5; nr 585/586, s. 4.
- „Wiadomości – 43 bis” 2014, nr 597/598, s. 11; nr 599/600, s. 6; nr 601/602, s. 5; 2014, nr 603/604, s. 6.
- B.C., [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 587/588, s. 3.
- B.C., [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 2010, nr 511/512, s. 4.
- bc, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 1993, nr 85, s. 2.
- B.C., *Nasza gmina pozostanie rajem podatkowym*, „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 583/584, s. 3.
- BC, *Media to potęga*, „Ekspres 43 bis” 2002, nr 25, s. [1]. <https://doi.org/10.1080/01405110220118446>
- BC, *Upominajmy się o żołnierzy wyklętych*, „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 533/534, s. 3.
- Cichosz Bernard, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 1999, nr 236, s. [1].
- Cichosz Bernard, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 469/470, s. 6–7.
- Cichosz Bernard, *Nowoczesny ośrodek doskonalenia jazdy*, „Wiadomości – 43 bis” 2007, nr 429/430, s. 14.
- Cichosz Bernard, *Znów w czołówce samorządów w kraju*, „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 529/530, s. 5.
- Czernik S., *Śp. Kardynał Stefan Wyszyński w latach okupacji*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 298/299, s. 8.
- emm, *Gubimy książki w Konstancynie*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 345/346, s. 14.
- js, *80-lecie Diecezji Łódzkiej*, „Wiadomości – 43 bis” 2000, nr 275, s. 3.
- Michalska [Joanna], *Bawiliśmy się z biblioteką*, „Wiadomości – 43 bis” 2011, nr 531/532, s. 7.
- Michalska [Joanna], *Wspólne czytanie*, „Wiadomości – 43 bis” 2003, nr 330, s. 7.
- Michałkiewicz [Marcin], *Najlepszy motyl. Pierwsza konstancynowska mistrzyni Polski w pływaniu*, „Wiadomości – 43 bis” 2001, nr 297, s. 9.
- Sasko Grzegorz, [br. tyt.], „Wiadomości – 43 bis” 1997, nr 196, s. 3.
- Świątłowski [Jerzy], *Liczyłem na dobry start*, „Wiadomości – 43 bis” 2013, nr 581/582, s. 9.
- Wielgościńska Ewa, *Znów premiera*, „Wiadomości – 43 bis” 1995, nr 132, s. 3.
- Workert [Ewa], *175 lat Konstancyna Łódzkiego*, „Wiadomości – 43 bis” 2005, nr 387/388, s. 7.

Opracowania

- Adamowicz Piotr, „*Wiadomości – 43 bis*” – *wczoraj i dziś*, Katedra Bibliotekoznawstwa i Informatyki Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2013 [praca licencyjna, niepublikowana, analizowane roczniki: 1989, 1990, 1993, 1996, 1999, 2000, 2005, 2008, 2011].
- Cichosz Bernard, *ABC Cicho...sza*, Wydawnictwo Bernard Cichosz, Konstantynów Łódzki 1999.
- Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1976.
- Filas Ryszard, *Dwadzieścia lat przemian polskich mediów (1989–2009) w ujęciu periodycznym*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2010, nr 3 /4, s. 27–54.
- Filas Ryszard, *Periodyzacja rozwoju mediów polskich 1989–1999*, „Sprawozdania z Posiedzeń Komisji Naukowych PAN” 1999, z. 1, s. 72–74.
- Gierula Marian, *Polska prasa lokalna w latach 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005.
- Kowalczyk Ryszard, *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2002.
- Kowalczyk Ryszard, *Wczoraj i dziś prasy lokalnej w Polsce*, Agencja „eSeM”, Poznań 2002.
- Kulawiak Anita, *Historyczne i społeczne czynniki rozwoju małych miast – przykłady Uniejowa i Dąbia*, „Biuletyn Uniejowski” 2016, t. 5, s. [209]–222. <https://doi.org/10.18778/2299-8403.05.14>
- Lewaszkiewicz Adam, *Przez trzy epoki. Wspomnienia łódzkiego dziennikarza*, Wydawnictwo Westa-Druk Mirosław Kuliś, Łódź 2014.
- Mielczarek Tomasz, *Monopol pluralizm koncentracja środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–2006*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Mikosz Joanna, „*Dziennik Łódzki*”: *tradycja i współczesność*, Agencja Wydawnicza „Sztuka i Rynek”, Kalisz 2006.
- Miłosz Czesław, *Miejsca utracone*, [w:] Czesław Miłosz, *Szukanie ojczyzny*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1992.
- Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych*, red. Jerzy Mikułowski-Pomorski, Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Rzeszowie, Rzeszów 1990.

Netografia

Drukowane „43bis” już w Sieci, <http://www.43bis.media.pl/wiadomosci,15566,1,drukowane-43bis-juz-w-sieci,konstantynow-lodzki,wiadomosci.html> [dostęp: 27.10.2020].

Gostkowski Zygmunt, *„Dziennik Łódzki” w latach 1884–1892: studium nad powstaniem polskiej opinii publicznej w wielonarodowym mieście fabrycznym*, Wyższa Szkoła Finansów i Informatyki im. prof. Janusza Chechlińskiego w Łodzi, Łódź 2008.

<http://www.43bis.media.pl> [dostęp: 31.12.2018].

http://www.konstantynow.pl/asp/pl_start.asp?typ=14&menu=13&strona=1&sub=1 [dostęp: 18.10.2019].

http://www.polskawliczbach.pl/Konstantynow_Lodzki [dostęp: 31.12.2018].

<https://www.bing.com/images/search?q=tramwaj%2043%20bis&FORM=BILH1> [dostęp: 31.12.2018].

Magdalena Przybysz-Stawska

“Wiadomości – 43 bis” in 1989–2014 as an example of a local periodical


Summary

The local press performs significant functions, not only informing the inhabitants of a given city about matters close to them, but also implementing the ideas of regionalism by promoting a “small homeland”, integrating a given community, and reflecting the life of people living in a specific territory. The aim of the article is to present one of the local periodicals – namely *Wiadomości – 43 bis* – and to attempt to answer the following research questions: how did the analysed periodical change in 1989–2014? What was its strength and what was its weakness? Did it fulfill the functions assigned to this type of press, matching the definition of local magazines? What elements made it remain in the demanding press market, in which the rules seem to be dictated not only by the recipients themselves, but also by strong and well-established media concerns, which also invest in the regional press market? The paper can potentially contribute to further research on the press in the Łódź region.

Keywords: press, local press, “Wiadomości – 43 bis”, Bernard Cichosz, Konstantynów Łódzki

Magdalena Przybysz-Stawska, dr hab.; bibliolog, medioznawca, od 2001 roku pracuje w Katedrze Informatologii i Bibliologii Uniwersytetu Łódzkiego, od 2015 roku redaktor naczelna „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Librorum”. Należy m.in. do Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, Łódzkiego Towarzystwa Naukowego. Zainteresowania naukowe autorki koncentrują się wokół problematyki związanej z medioznawstwem, polską prasą współczesną i dawną, szczególnie w kontekście związków prasy z szeroko rozumianą kulturą, a także dotyczą zagadnień zarządzania informacją w mediach. Wybrane publikacje: „*To się czyta*”. *Promocja książki w dodatkach do wybranych polskich gazet codziennych w latach dziewięćdziesiątych XX wieku* (Kurowice 2006); *Książka na łamach polskich czasopism współczesnych u progu XXI wieku* (Łódź 2013); *O książce w prasie polskiej. Diachronia i synchronia pola badawczego*, „Folia Bibliologica” 2017, t. 59; *Słownik członków ŁTN 2010–2015*, red. M. Antczak, przy współpr. M. Przybysz-Stawskiej (Łódź 2018); *Wie können die akademischen Leistungen von Hochschulpersonal in Europa bewertet werden? Ein Diskussionsbeitrag und Vorschläge zur Etablierung eines vergleichbaren Modells* (współautor D. Stawski), „Zeitschrift für Evaluation” 2019, nr 2; „*Charaktery*” i książki w latach 2016–2017, [w:] *Interdyscyplinarium nauk o mediach i kulturze*, red. M. Antczak, Z. Gruszka (Łódź 2020).

Agnieszka Szurek*

 <https://orcid.org/0000-0002-4616-8293>

Saga założycielska „Bogorii” – gazety samorządowej z Grodziska Mazowieckiego

Streszczenie

Pojęcia sagi i retorycznej wizji są elementem metody krytyki retorycznej „motywu fantazjowania” przedstawionej przez Ernesta Bormanna. Saga jest nieustannie rozwijaną opowieścią o dokonaniach jednostki, grupy lub instytucji, wyjaśniającą jej miejsce w świecie, cel istnienia i sposób działania.

Artykuł jest próbą przedstawienia sagi budowanej wokół gazety „Bogoria”, ukazującej się w Grodzisku Mazowieckim od 1992 roku. „Bogoria” jest bezpłatnym miesięcznikiem wydawanym przez lokalne Centrum Kultury. Analizowany materiał pochodzi z wydań jubileuszowych – setnego i dwusetnego numeru, z numerów z okazji dziesięciolecia, dwudziestolecia i dwudziestopięciolecia czasopisma. Są to przede wszystkim artykuły i manifesty, w których redaktorzy starają się określić, czym ich zdaniem powinna być lokalna gazeta i jakie funkcje powinna pełnić w społeczności. Artykuł omawia przemianę sagi „Bogorii” od modelu społeczno-moralnego do społecznego.

Słowa kluczowe: krytyka retoryczna, motyw fantazjowania, saga, retoryczna wizja, Grodzisk Mazowiecki, Bogoria, prasa lokalna, prasa samorządowa

* Dr, Uniwersytet Warszawski, Instytut Polonistyki Stosowanej, Pracownia Retoryki Stosowanej, ul. Krakowskie Przedmieście 26/28, 00-927 Warszawa; e-mail: agnieszka.szurek@uw.edu.pl

Temat prasy samorządowej budzi wiele kontrowersji dotyczących kwestii prawnych, ekonomicznych, społecznych, ustrojowych i etycznych. Dyskusję nad tymi zagadnieniami wywołała przede wszystkim inicjatywa Rzecznika Praw Obywatelskich, który w roku 2016 wystąpił z postulatem wprowadzenia zakazu finansowania przez jednostki samorządu terytorialnego, w sposób pośredni lub bezpośredni, wydawnictw o charakterze prasowym¹. Debatę wywołaną przez to wystąpienie omawiają na przykład Dariusz Krawczyk² i Marta Milewska³. Wątpliwości dotyczące prasy samorządowej były podnoszone jednak i wcześniej. Badacze nie są zgodni nawet co do samej jej definicji. Większość z nich za „prasę samorządową” uznaje publikacje finansowane w różny sposób przez jednostki samorządów lokalnych, wyrażano jednak wątpliwości, czy określenie to jest właściwe: prasa samorządowa powinna być niezależna pod względem finansowym i organizacyjnym od władz, a wydawnictwa finansowane przez samorząd należałoby raczej nazywać „prasą władzy samorządowej”. Kwestie związane z różnym rozumieniem terminu „prasa samorządowa” omawia w swojej książce Patrycja Szostok⁴.

Te wątpliwości i kontrowersje wyznaczyły w dużym stopniu kierunek badań prasy samorządowej. Badaczy interesuje, w jakim stopniu prasa samorządowa jest poddana wpływowi politycznym⁵, w jaki sposób jest uwikłana w lokalne układy finansowe i personalne⁶, jak stara się kształtować lokalną tożsamość i jaki jest jej odbiór w lokalnej społeczności⁷. Duża część badań ma za zadanie inwentaryzację prasy samorządowej, jej klasyfikację, przedstawienie jej cech, chronologii i rozwoju. Ten pobieżny przegląd nie wyczerpuje zresztą wszystkich wątków badawczych: prasa samorządowa różnych regionów doczekała się bardzo licznych omówień i opracowań.

Niniejszy artykuł jest propozycją spojrzenia na prasę samorządową z perspektywy krytyki retorycznej. Na przykładzie gazety z Grodziska Mazowieckiego chcę przedstawić, jak jest budowana „saga” prasy samorządowej; w jaki sposób sama

1 Wystąpienie Rzecznika Praw Obywatelskich Adama Bodnara do Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji Mariusza Błaszczaka z 9 maja 2016 roku nr VII.564.8.2015.

2 D. Krawczyk, *Analiza debaty publicznej o dopuszczalności wydawania prasy samorządowej*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej” 2017, z. 100, s. 225–241.

3 M. Milewska, *Prasa samorządowa – potrzebna? A jeśli tak, to komu?*, „Rocznik Bibliologiczny-Prasoznawczy” 2017, t. 9(20), s. 101–114.

4 P. Szostok, *Prasa samorządowa czy prasa władz samorządowych? Komu służą periodyki finansowane z lokalnych budżetów?*, Gnome, Katowice 2013, s. 47.

5 Por. np. J. Kępa-Mętrak, *Kto finansuje, ten dyktuje... Prasa samorządowa w lokalnej komunikacji społecznej*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2012, nr 4, s. 45–62; P. Szostok, dz. cyt.

6 S. Męćfal, *Prasa lokalna w relacjach z kluczowymi aktorami społecznymi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego – Universitas, Łódź–Kraków 2019.

7 Por. np. J. Nikołąjew, M. Urbas, *Prasa samorządowa w województwie zachodniopomorskim – wybrane aspekty socjokulturowe*, „Rocznik Prasoznawczy” 2016, R. 10, s. 67–79.

gazeta tworzy swój wizerunek. Jak redaktorzy i dziennikarze widzą rolę gazety, jakie składają deklaracje co do wartości, którymi się kierują?

Dziennikarzy i redaktorów prasy lokalnej, w tym samorządowej, opisywano w badaniach pod kątem ich wykształcenia i kompetencji, formy zatrudnienia⁸, ich relacji z władzą i innymi aktorami społecznymi oraz zaufania, jakie budzą w lokalnej społeczności⁹. Marta Milewska przeprowadziła wśród dziennikarzy prasy samorządowej na Mazowszu ankietę badającą, w jaki sposób oni sami postrzegają swoją rolę i funkcję prasy samorządowej¹⁰. Niniejszy artykuł chce jednak skoncentrować się nie na kwestiach socjologicznych, kulturowych czy ekonomicznych, ale na obrazie gazety budowanym przez nią samą w autotematycznych komentarzach.

Wymienieni powyżej badacze słusznie zwracali uwagę na polityczne, społeczne, kulturowe i ekonomiczne uwikłanie prasy samorządowej. Lenka Waschková Císařová wskazuje również na skomplikowane emocje, jakie budzi prasa lokalna¹¹. Lokalność jest *a priori* wartościowana pozytywnie, przeciwstawiana globalizacji i homogenizacji społeczeństwa, budzi skojarzenia ze światem bliskim, sielskim, idyllicznym¹². Chociaż nie przekłada się to automatycznie na tak samo pozytywne wartościowanie pojęcia samorządności, media samorządowe chcą tutaj korzystać z efektu aureoli i przedstawiać się jako głos „małej ojczyzny”. Relacja między gazetą lokalną, a zwłaszcza sublokalną czy mikrolokalną, a jej czytelnikami również kształtuje się inaczej niż w przypadku tytułów ogólnopolskich czy nawet regionalnych. Pewne światło rzucają na ten problem badania prowadzone przez Paulę M. Poindexter, Dona Heidera i Maxwella McCombsa¹³. Chociaż ich spostrzeżenia dotyczą kontekstu amerykańskiego, są zaskakująco zbliżone z tym, co autorka niniejszego artykułu usłyszała na spotkaniu z redaktorami lokalnych gazet w Grodzisku Mazowieckim. Od lokalnych mediów odbiorcy oczekują nie krytycyzmu i profesjonalizmu, nie dostarczania sensacyjnych czy ekscytujących wiadomości, ale bycia „dobrym sąsiadem”, ciepłym, empatycznym, zainteresowanym sprawami, takimi jak lokalne szkoły, drużyny sportowe, lokalne życie kulturalne i religijne. Potwierdzają to również badania Szostok¹⁴ oraz wynik ankiety przeprowadzonej w roku 1998 przez badaną gazetę samorządową z Grodziska Mazowieckiego¹⁵. Waschková Císařová wskazuje, że w układ emocjonalnych relacji wokół prasy

8 P. Szostok, dz. cyt., s. 52–53.

9 S. Męćfal, dz. cyt.

10 M. Milewska, dz. cyt., s. 108.

11 L. Waschková Císařová, *The Voice of the Locality*, [w:] *The Voice of the Locality, Local Media and Local Audience*, red. L. Waschková Císařová, Masaryk University, Brno 2017, s. 19–20.

12 Tamże.

13 P.M. Poindexter, D. Heider, M. McCombs, *Watchdog or Good Neighbor? The Public's Expectations of Local News*, „Harvard International Journal of Press/Politics” 2006, nr 1(11), s. 77–88.

14 P. Szostok, dz. cyt., s. 102–106.

15 [s.a.], *Ankieta*, „Bogoria” 1998, nr 77, s. 15.

lokalnej włączeni są również jej badacze: badacz niemal zawsze zajmuje się prasą lokalną tego miejsca, z którym sam jest uczuciowo i fizycznie związany¹⁶. Niniejszy artykuł nie jest wyjątkiem od tej reguły.

Saga i metoda motywu fantazjowania

Saga – według metody krytyki retorycznej zaproponowanej przez Ernesta Bormanna – jest opowieścią przedstawiającą działania i osiągnięcia grupy lub społeczności – na przykład przedsiębiorstwa, organizacji, instytucji, narodu¹⁷. Opowiada zazwyczaj o jej początkach i/lub założycielu, przedstawia kodeks wartości i misję¹⁸. Kreuje bohaterów dla danej społeczności i tworzy w niej symboliczne więzy, które są podtrzymywane dzięki zwyczajom, rytuałom i celebracjom¹⁹.

Metodę motywu fantazjowania (*fantasy-theme*; fantazja-motyw) Bormann przedstawił w 1972 roku²⁰, rozwijał ją zaś wraz z gronem innych badaczy w kolejnych publikacjach, zwłaszcza w praktycznych studiach przypadków²¹. Saga jest terminem, który został wprowadzony do proponowanych procedur badawczych dosyć późno, w dziesięć lat po artykule przedstawiającym ich pierwsze założenia²².

16 P.M. Poindexter, D. Heider, M. McCombs, dz. cyt., s. 20.

17 E.G. Bormann, *The symbolic convergence theory of communication: Applications and implications for teachers and consultants*, „Journal of Applied Communication Research” 1982, nr 10, s. 53.

18 Tenże, *Symbolic convergence: Organizational communication and culture*, [w:] *Communication and organizations: An interpretive approach*, red. L.L. Putnam, M.E. Pacanowsky, Sage, Beverly Hills 1983, s. 99–122.

19 A.R. Dickerson, *Fantasy Theme Analysis*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, red. L.L. Kaid, Ch. Holtz-Bacha, Sage, Thousand Oaks 2008, s. 230, <https://doi.org/10.4135/9781412953993.n197>.

20 E.G. Bormann, *Fantasy and rhetorical vision: The rhetorical criticism of social reality*, „Quarterly Journal of Speech” 1972, nr 58, s. 396–407.

21 E.G. Bormann, *Fantasy and Rhetorical Vision: Ten Years Later*, „Quarterly Journal of Speech” 1982, nr 68, s. 288–305; E.G. Bormann, B. Swanson Kroll, K. Watters, D. Mcfarland, *Rhetorical visions of committed voters: Fantasy theme analysis of a large sample survey* „Critical Studies in Mass Communication” 1984, nr 1(3), s. 287–310, <https://doi.org/10.1080/15295038409360038>; E.G. Bormann, *A Fantasy Theme Analysis of the Television Coverage of the Hostage Release and the Reagan Inaugural*, „Quarterly Journal of Speech” 1982, nr 68, s. 133–145; E.G. Bormann, R.L. Knutson, K. Musolf, *Why do people share fantasies? An empirical investigation of a basic tenet of the symbolic convergence communication theory*, „Communication Studies” 1997, nr 3(48), s. 254–276, <https://doi.org/10.1080/10510979709368504>.

22 Por. R.M. Csapó-Sweet, D.C. Shields, *Explicating the saga component of symbolic convergence theory: The case of Serbia's radio B92 in cyberspace*, „Critical Studies in Media Communication” 2000, t. 17, nr 3, s. 317.

Metoda motywu fantazjowania w swoim pierwszym ujęciu została zaprojektowana, aby opisać specyficznego rodzaju opowieści – narracje tworzone przez członków grupy w procesie wspólnego „dramatyzowania” faktów. „Dramatyzowanie” może obejmować takie praktyki, jak tworzenie żartów, kalamburów, anegdot, analogii, przypowieści, legend²³. Punktem wyjścia jest zdarzenie, osoba lub sytuacja z przeszłości, które dla danej grupy w jej tu-i-teraz nabierają specjalnego znaczenia i budzą żywy oddźwięk emocjonalny. Fakt z przeszłości zaczyna obrastać opowieściami, jest powtarzany i przetwarzany, aż w końcu zacierą się jego pierwotne źródło. Opowieść jednak funkcjonuje dalej, nabiera dla grupy specjalnego znaczenia, buduje jej świadomość, określa tożsamość, pozwala tworzyć wizje na przyszłość – czyli przechodzi proces symbolicznej konwergencji. Powstała w wyniku wspólnego dramatyzowania narracja, chociaż dotyczy „kiedyś”, odzwierciedla „tu-i-teraz” grupy i zaczyna wyrażać jej bieżące problemy²⁴.

Motyw fantazjowania funkcjonuje w obrębie danej grupy – retorycznej wspólnoty. Aby wywołać opowieść w pamięci członków grupy, nie trzeba powtarzać jej w całości. Wystarczy podanie symbolu-sygnału (*symbolic cue*) – gestu, słowa czy zdania, które dla członków wspólnoty od razu przywołują całą narrację. Motywy fantazjowania składają się na retoryczne wizje (*rhetorical visions*) – rozbudowane narracje funkcjonujące w obrębie retorycznej wspólnoty²⁵. Saga jest specyficznym typem retorycznej wizji – opowieścią wytwarzaną przez i dla członków organizacji, instytucji czy korporacji. Ponieważ saga łączy wiele motywów fantazjowania we wspólną wizję, jej wypracowanie przyczynia się do niwelowania konfliktów wewnątrz organizacji, stworzenia więzi między jej członkami, wypracowania kultury działania. Sagi mogą ewoluować: niektóre tracą na ważności i przestają pełnić swoje funkcje, inne mogą zmieniać się i przystosowywać do nowych okoliczności²⁶.

Pojęcie sagi do analizy lokalnych mediów wykorzystali Rita M. Csapó-Sweet i Daniel C. Shields, opisując przemiany internetowego serbskiego radia B92. Materiał do analizy stanowiły dla nich przede wszystkim autotematyczne wypowiedzi twórców radia, również te zamieszczane na jego stronie internetowej, a także transkrypcje audycji, fotografie, wypowiedzi dziennikarzy i krytyków. Tę samą metodę zastosowano w niniejszym studium: podstawowym materiałem są autotematyczne (przede wszystkim wspomnieniowe) artykuły zamieszczane w „Bogorii”, a także materiały ze strony pisma na Facebooku.

²³ E.G. Bormann, R.L. Knutson, K. Musolf, dz. cyt., s. 255.

²⁴ E.G. Bormann, *Fantasy and rhetorical vision...*, s. 397.

²⁵ E.G. Bormann, R.L. Knutson, K. Musolf, dz. cyt., s. 398–400.

²⁶ R.M. Csapó-Sweet, D.C. Shields, dz. cyt., s. 319–320.

„Bogoria” – krótka historia i charakterystyka

Pierwszy numer „Bogorii” ukazał się w kwietniu 1992 roku. Wydawcą był Ośrodek Kultury (obecnie: Centrum Kultury), pismo podlega więc, chociaż nie bezpośrednio, Urzędowi Miejskiemu w Grodzisku Mazowieckim. W pierwszym numerze gazeta określała się jako „pismo mieszkańców Grodziska Mazowieckiego i okolic”, obecnie podtytuł brzmi „Grodziskie Pismo Społeczno-Kulturalne”. Początkowo pismo było sprzedawane w lokalnych kioskach (pierwszy numer kosztował 3 tys. zł), od 2007 roku jest bezpłatne. „Bogoria” jest miesięcznikiem wydawanym w formacie A4 (do 2007 roku B4). Wszystkie strony (od 2007 roku) są w pełnym kolorze. Nakład wynosi 8000 egzemplarzy.

W pierwszych numerach dużą część zawartości (zwykle 3–4 strony) stanowiły wiadomości lokalne, przede wszystkim sygnalizujące różne problemy (na przykład artykuły z pierwszego numeru dotyczyły bezrobocia w mieście, problemów z oświetleniem ulic, zamknięcia biblioteki). Gazeta drukowała informacje o uchwałach rady miejskiej oraz wypowiedzi przedstawicieli władz miasta (zwykle 1–2 strony). Od ½ do 1 strony zajmował lokalny informator: rozkład jazdy pociągów, przydatne telefony i adresy. Około dwóch stron zajmowały wiadomości sportowe. Ostatnia strona była poświęcona na płatne ogłoszenia i reklamy oraz część rozrywkową: krzyżówkę. Z czasem pojawiły się inne działy: felietony, kronika policyjna; dział rozrywkowy wzbogacił się o kącik brydżowy. Często ukazywały się artykuły poświęcone historii miasta: budynkom, ludziom, wydarzeniom, a także wspomnienia starszych mieszkańców. Drukowano listy od czytelników wraz z odpowiedziami redakcji.

Obecnie w „Bogorii” ukazują się głównie relacje z wydarzeń organizowanych przez różne miejskie instytucje – szkoły, stowarzyszenia, fundacje i kluby sportowe – oraz informacje dotyczące działań władz miasta, zwłaszcza planowanych lub prowadzonych inwestycji. Stałymi częściami są „Wstępniak od burmistrza” oraz „Wieści z ratusza”, czyli sprawozdania z sesji Rady Miejskiej. Pojawiają się artykuły wspomnieniowe i dotyczące historii miasta. Kronika sportowa niewiele zmieniła się od początków pisma, jest nadal prowadzona przez tę samą osobę. Stałą częścią gazety jest krzyżówka. Listy od czytelników są zamieszczane sporadycznie. Zrezygnowano z kroniki policyjnej, rzadziej zamieszczane są felietony. Reklamy zajmują dużą – chociaż różną w zależności od numeru – część pisma. Na ogłoszenia drobne przeznaczona jest ¼ strony. Zamieszczane są także nekrologi i podziękowania.

Powyższa, bardzo pobieżna charakterystyka nie jest wyczerpującym opisem ani zawartości pisma, ani jego historii i przemian, jakim podlegało, może dać jednak ogólne wyobrażenia o jego charakterze.

„Bogorię” redaguje niewielki zespół (strona internetowa wymienia dwie osoby w zespole redakcyjnym i kilkoro współpracowników). „Bogoria” ma swoją

podstronę na portalu grodziskiego Centrum Kultury. Zamieszczana są tam podstawowe informacje, aktualności oraz archiwum numerów (od 2016 roku) w formacie pdf, nie ma jednak możliwości komentowania wpisów²⁷. Od 2016 „Bogoria” ma również stronę na Facebooku, z liczbą lubiących i obserwujących około 1300 osób²⁸. Posty na Facebooku są zamieszczane zazwyczaj co 2–3 dni i są to zwykle zdjęcia lub grafiki, rzadziej filmy, z krótkim podpisem. Nie występują takie formaty, jak relacje na żywo, czaty, podcasty. Nie są zamieszczane dłuższe teksty (artykuły, komentarze). Gazeta nie ma konta w innych portalach społecznościowych (Twitter, Instagram).

Saga „Bogorii” i jej ewolucja

Tekst prezentujący misję i wizję czasopisma, zamieszczony w pierwszym numerze „Bogorii”, pod pewnymi względami był dość nietypowy. Jego tytuł – *Parę słów wyjaśnienia* – nie sugeruje, że mamy do czynienia z manifestem programowym²⁹. Nie został wyeksponowany – główne miejsce na pierwszej stronie zajmuje artykuł *Jak burmistrz zarobił 2,7 mld złotych*, zaś „manifest” uzyskuje rangę porównywalną z bieżącymi wiadomościami, na przykład z apelem o przywrócenie istnienia biblioteki pedagogicznej. Tekst jest stosunkowo krótki (około 400 słów), nie został też wskazany jego autor, chociaż pozostałe artykuły w numerze są sygnowane inicjałami autorów.

Na retoryczną wizję składają się cztery podstawowe elementy: bohaterowie, fabuła, scena i czynnik sankcjonujący³⁰. „Manifest programowy” w pierwszym numerze „Bogorii” zawiera je wszystkie, przy czym interesująca jest kolejność, w jakiej pojawiają się one w tekście.

W pierwszym zdaniu „manifestu” została przywołana jednodniówka „Przyjaciel Grodziska” z 1929 roku i zamieszczony w niej tekst programowy, mówiący o potrzebie powołania pisma zajmującego się sprawami życia społecznego, samorządowego, gospodarczego i kulturalnego. Powołanie się na tradycje lokalnej prasy pełni rolę czynnika sankcjonującego. Podtrzymuje to akapit wyjaśniający wybór tytułu gazety: „Bogoria to herb. [...] Herb rodu Mokronoskich i miasta Grodzisk Mazowiecki. Nazwa związana z miastem i bardzo mocno osadzona w tradycji”³¹. Drugi czynnik sankcjonujący pojawia się w zakończeniu tekstu: przywołany

²⁷ <http://www.centrumkultury.eu/gazeta-bogoria> [dostęp 5.05.2021].

²⁸ <https://www.facebook.com/grodziskiepismospolecznokulturalnebogoria/> [dostęp 5.05.2021].

²⁹ [b.a.], *Parę słów wyjaśnienia*, „Bogoria” 1992, nr 1, s. 1–2.

³⁰ D. Shields, C. Thomas Preston, *Fantasy Theme Analysis in Competitive Rhetorical Criticism*, „The National Forensic Journal” 1985, nr 3, s. 106.

³¹ *Parę słów wyjaśnienia*, s. 2.

zostaje Tadeusz Borowski i jego powiedzenie, że „demokracji trzeba patrzeć na ręce”. Nowo powstałe pismo ma zatem pełnić funkcję kontrolną; wartościami sankcjonującymi jego istnienie są lokalna tradycja i demokracja.

Trzeci akapit „manifestu” jest poświęcony scenie: Grodzisk z roku 1929 jest zestawiony z tym z roku 1992. Pokazany jest postęp i rozwój miasta. Jednodniówka z 1929 roku donosiła o postawieniu czteropiętrowego „drapacza nieba”, obecnie w Grodzisku stoją dziesięciopiętrowe bloki. Pojawia się żart zrozumiały tylko dla lokalnej społeczności: „Grodzisk dorobił się nawet [...] własnego Manhattanu”³² (Manhattanem są nazywane bloki zbudowane w latach 70. XX wieku w pobliżu centrum miasta). Obecność takich żartów jest jedną z cech charakterystycznych wykształcania się retorycznej wizji. „Manifest” wylicza dalej, że w roku 1992 nie są już problemem cuchnące rynsztoki – aczkolwiek skanalizowanie miasta nadal pozostawia wiele do życzenia. W Grodzisku nadal jest wiele niedociągnięć i misją gazety jest interweniowanie w takich przypadkach. Uzależnienie organizacyjne i finansowe pisma od władz miasta nie będzie mieć wpływu, jak zapewnia autor manifestu, na patrzenie tejże władzy na ręce. Pojawiają się tu zatem kolejne elementy wizji retorycznej: bohaterowie i fabuła. Dziennikarze lokalnej gazety mają być głosem mieszkańców wobec władz: nagłaśniać problemy, podejmować interwencje, piętnować nadużycia. Ostatni akapit jest zaproszeniem czytelników do współpracy: kierowana jest do nich prośba o nadsyłanie pomysłów i artykułów, listów i informacji.

Retorycznych wizji może być nieskończenie wiele, tak samo jak retorycznych wspólnot. Każda wizja skupia się jednak wokół pewnego wzorca (*master analogue*). Bormann wyróżnił trzy takie wzorce: moralny, pragmatyczny i społeczny³³. Wizja przedstawiona w *Paru słowach wyjaśnienia* wykorzystuje wzorzec społeczny. Uczestnicy charakteryzują siebie jako zgodnie współpracujących dla osiągnięcia wspólnego dobra. Wartością jest dla nich budowanie relacji, współdziałanie, osiągnięcie porozumienia, wspólne rozwiązywanie problemów. W „manifestie” widać także elementy wzorca moralnego, w którym świat jest przedstawiany jako arena walki ze złem, a bohaterowie jako walczący z „siłami ciemności”. Tą „ciemnością” jest w „manifestie” brak demokracji, ograniczanie wolności, które może prowadzić nawet – tak jak Tadeusza Borowskiego – do samobójstwa. Charakterystyczną cechą „manifestu” jest jednak ironiczny dystans – nawet wzmianka o tragicznym losie Borowskiego zostaje złagodzona w kolejnym zdaniu: mimo niedociągnięć demokracji „samobójstwa nikt tutaj nie ma zamiaru popełniać”³⁴. Ironia jest bardzo charakterystyczną cechą pierwszego numeru, a także – chociaż w mniejszym stopniu – numerów kolejnych. Tytuł artykułu wyeksponowanego na pierwszej stronie pierwszego

32 Tamże.

33 E.G. Bormann, R.L. Knutson, K. Musolf, dz. cyt., s. 257.

34 *Parę słów wyjaśnienia*, s. 2.

numeru, *Jak burmistrz zarobił 2,7 mld złotych*, również jest żartem: chodzi bowiem o kontrakt podpisany przez Urząd Miasta z firmą Procter & Gamble.

Dla retorycznej wizji, która staje się sagą, charakterystyczne jest rozwijanie opowieści o „ojcach założycielach” – fundatorach organizacji, instytucji czy przedsięwzięcia. Taka opowieść jest powielana przy okazji regularnie odbywających się celebracji (na przykład obchodów rocznic); powinna być też przyjmowana i rozwijana przez nowych członków³⁵.

Okazją do takich celebracji stają się okrągłe rocznice powstania pisma oraz wydania „okrągłych” numerów, zwłaszcza numeru setnego.

Setny numer „Bogorii” ukazał się w 2000 roku i był w dużej części poświęcony uczczeniu „udanej transformacji” miasta. Artykuł na pierwszej stronie opisuje Grodzisk, „który dawniej zapyziały, [...] z szarym, nie wiadomo dokąd zmierzającym życiem, przeobraził się w miejsce, na myśl o którym niektórzy dostają dreszczy zazdrości”³⁶. W kolumnie obok znajduje się tekst poświęcony jubileuszowi pisma³⁷, obszerniejszy artykuł na ten temat zamieszczono wewnątrz numeru³⁸. Artykuły te w dużym stopniu podtrzymują i rozwijają wizję z pierwszego numeru. Charakterystyczne jest to, że jako „matka” „Bogorii” zostaje wymieniona już nie jednodniówka z 1929 roku, ale „Gazeta Grodziska” – pismo ukazujące się w latach 1990–2006, mające korzenie w pismach drugiego obiegu. Zostaje przedstawiony poczet ojców i matek założycieli, w tym pierwszego redaktora, Krystyna Foka, który w tej roli będzie występować również w kolejnych jubileuszowych wydaniach. Bardzo szczególną cechą tekstu z numeru setnego jest ironiczny, wręcz kpiarski ton. Tytuł artykułu brzmi *Jak to z Bogorią było, czyli litania do Matki Boskiej Bogoryjskiej Pocieszenia* – koncept opiera się tu na nawiązaniu do figury Marki Boskiej Bogoryjskiej, znajdującej się w miejscowości Bogoria w okolicach Sandomierza. Podtytuły jubileuszowego artykułu to m.in. „Wypominki”, „Apel”, „Zmówmy litanie”, „Dziękczynienia”. Drugi koncept, wykorzystywany w pierwszej części artykułu, to nawiązania do porodu: „[...] był kwiecień 1992 roku, kiedy po długich i ciężkich cierpieniach urodziliśmy pierwsze dziecko. Zająć w ciążę pomagał Krystynowi i niżej nie podpisanemu Michałowi Śliwiński”³⁹. Tak jak „manifest” z roku 1992, artykuł ten nie jest podpisany – tym razem autorzy jednak kokietują czytelników: określają się jako „niżej nie podpisany” i „pararedaktorzy”. W artykule nie podejmuje się tematu misji pisma, lecz wątek relacji z lokalnymi władzami. Fragment ten jest gorzki, niemal sarkastyczny:

35 *Rhetorical vision* [hasło], [w:] *Encyclopedia of Rhetoric*, t. 1, ed. T.O. Sloane, Oxford University Press, Nowy Jork 2001, s. 700.

36 [b.a.], *To Grodzisk*, „Bogoria” 2000, nr 100, s. 1.

37 [b.a.], *Do stu razy sztuka*, „Bogoria” 2000, nr 100, s. 1.

38 [Pararedaktorzy], *Jak to z Bogorią było, czyli litania do Matki Boskiej Bogoryjskiej Pocieszenia*, „Bogoria” 2000, nr 100, s. 8–9.

39 Tamże, s. 8.

„Przez te osiem lat wiele osób spogląda na nas z politowaniem, by nie powiedzieć ze wstrętem. Bo jesteśmy pismem «reżimowym». Czy się to komuś podoba, czy nie, co cesarskie musimy oddawać cesarzowi. Stąd często na naszych łamach pojawia się cesarz i jego dwór”⁴⁰. „Istnienie prasy niezależnej to mit” – piszą dalej „pararedakto-ry”. „Wszystko zawsze zależy, jak nie od pana, to od wójta, to znów od plebana. Tak dzieje się ze wszystkimi gazetami”⁴¹.

W wydanym dwa lata później jubileuszowym numerze z okazji dziesięciolecia „Bogorii” nie ma już gorzko-prześmiewczego tonu, zmienia się również nastawienie do dawnej podziemnej prasy opozycyjnej. „Gazeta Grodziska” zostaje przywołana jako źródło inspiracji, ale raczej negatywnej. Wspominając początki „Bogorii”, jej pierwszy redaktor zaznacza, że miała ona odróżniać się od gazet drugoobiegowych, być lepsza pod względem technicznym i podejmować inną tematykę⁴². Co interesujące, narracja zaczyna tutaj rozwijać, według klasyfikacji Bormanna, model pragmatyczny, który jednak ostatecznie nie stał się elementem sagi. Według autora, tworząc pismo, młody zespół zastanawiał się, co będzie opłacalne („Wydawało nam się, że bardzo sprytnie wymyśliliśmy «podczepienie się» pod Ośrodek Kultury [...]”⁴³) i skuteczne. Pierwszy redaktor „Bogorii” ironicznie komentuje także swoją rolę ojca założyciela (tytuł artykułu brzmi *Jak zostałem dinozaurem, czyli rzecz o zakładaniu gazety*). Zostaje rozbudowana fabuła o amatorskich początkach, improwizacji i zaangażowaniu, które legły u podstaw gazety. Pierwszy redaktor wspomina, że na prowadzeniu czasopisma znał się wtedy „tyle co kura na pieprzu”, a cała redakcja „mieściła się w torbie”⁴⁴. W tym samym jubileuszowym numerze zamieszczono również wspomnienia stałych współpracowników gazety. Jeden z nich krytykuje „Bogorię”: jego zdaniem lokalni dziennikarze malują zbyt wyidealizowany obraz społeczności i ulegają miejscowym władzom⁴⁵ – tekst ten zbudowany jest wyraźnie według wzorca moralnego. Przeciwstawia dobre praktyki dziennikarskie złym i nieprofesjonalnym, jest napisany wyraźnie z intencją walki o poprawę tego, co autor ocenia jako naganne. Kolejny artykuł z jubileuszowego numeru zawiera krótką anegdotę z pierwszych lat istnienia pisma: lokalnego dziennikarza omyłkowo wzięto za przedstawiciela ogólnopolskiego dziennika i dzięki temu wpuszczono go na mecz⁴⁶. Anegdota ta podtrzymuje narrację o traktowaniu pracy w samorządowej gazecie jako dobrej zabawy, a także

40 Tamże, s. 9.

41 Tamże.

42 K. Fok, *Jak zostałem dinozaurem, czyli rzecz o zakładaniu gazety*, „Bogoria” 2002, nr 118, s. 8.

43 Tamże.

44 Tamże.

45 B. Kakietek, *Moje dziesięciolecie z Bogorią*, „Bogoria” 2002, nr 118, s. 9.

46 M. Śliwiński, *Z drogi, idzie dziennikarz!*, „Bogoria” 2002, nr 118, s. 9.

o amatorach niespodziewanie wyniesionych do roli „poważnych dziennikarzy” – budowany jest tu zatem społeczny wzorzec retorycznej wizji.

W piętnastolecie swojego istnienia „Bogoria” zmieniła szatę graficzną, stała się również gazetą bezpłatną. O zmianach tych pisze redaktor naczelna na drugiej stronie gazety – pierwszą zajmuje informacja o zakupie przez gminę nowych autobusów. Zmiany są przedstawione jako odpowiedź na życzenia czytelników⁴⁷. Warto odnotować, że w ankiecie z roku 1998 zadano czytelnikom pytanie, czy cena gazety jest odpowiednia („Bogoria” kosztowała wtedy 1,50 zł). Dwie trzecie uznało, że cena jest odpowiednia, a jedna piąta odpowiedziała, że gazeta kosztuje za mało; tylko jedna osoba stwierdziła wtedy, że gazeta kosztuje za dużo⁴⁸. Redaktor naczelna przedstawia także skrótowy „manifest” nowej „Bogorii”:

Pozostajemy pismem społeczno-kulturalnym. Będziemy nadal pisać o sprawach miasta i gminy, aktualnych wydarzeniach, kulturze, edukacji, sporcie, nie pominiemy także dziedziny gospodarki i będziemy częściej niż dotąd prezentować na łamach pisma prezentować przedsiębiorstwa z terenu naszej gminy, przyglądając się nie tylko temu, jak sobie radzą na rynku, ale także temu, w jaki sposób oddziałują na lokalną społeczność⁴⁹.

Brak więc tutaj deklaracji o „patrzeniu władzy na ręce” – gazeta chce pełnić przede wszystkim funkcję kroniki wydarzeń. Brak także zaproszenia do zabierania głosu przez czytelników. Pada deklaracja, że „najważniejsi są ludzie” i dlatego w numerze zamieszczono liczne wywiady – są to jednak niemal wyłącznie rozmowy z przedstawicielami władz lub prowadzonych przez nie instytucji: z sekretarzem gminy, radną, pełnomocnikiem burmistrza, założycielem chóru i dyrektorkami szkół. Jedynym rozmówcą niezwiązanym z lokalnymi władzami jest Cezary Pazura⁵⁰. Tekst „manifestu” jest podpisany imieniem i nazwiskiem i nie jest utrzymany w żartobliwym czy ironicznym tonie.

Ukazanie się dwusetnego numeru zostało przyćmione przez katastrofę smoleńską, zbiegło się również ze zmianami w redakcji. Jubileuszowe artykuły są bardziej stonowane, nie ma w nich kpiny i ironii, które towarzyszyły setnemu numerowi. Zostaje w nich przywołana jednodniówka z 1929 roku jako czynnik sankcjonujący, standardowy zestaw ojców-założycieli oraz historie dotyczące początków pisma, zwłaszcza sporów o nazwę⁵¹. Nowością jest rozbudowanie narracji o techniczne detale rozwoju pisma: wprowadzanie koloru, zmiany formatu, współpracę

47 A. Papińska, *Drodzy Czytelnicy*, „Bogoria” 2007, nr 166, s. 2.

48 [b.a.], *Ankieta*, „Bogoria” 1998, nr 77, s. 15.

49 A. Papińska, dz. cyt., s. 2.

50 Tamże.

51 K. Bońkowski, *Dwieście odśłon Bogorii*, „Bogoria” 2010, nr 200, s. 1.

z drukarniami. Nowy redaktor „Bogorii” zamieścił także fragment, który można uznać za deklarację programową:

Tym, co być może było przez te wszystkie 200 numerów najważniejsze, jest ciągła obecność w życiu miasta, notowanie z kronikarską skrupulatnością przemian, wydarzeń, nowych zjawisk, nazwisk ludzi. Ta rola „Bogorii” jest na co dzień trochę niedoceniana, ktoś może być zawiedzony, że zamiast przeczytać o jakimś mniej lub bardziej rzeczywistym skandalu, dowie się z łamów, co nowego zbudowano, jak wygląda święto szkoły, czy też kto wygrał zawody sportowe dla młodzieży. To rzeczy może z pozoru błahe, ale nam zawsze wydawały się godne utrwalenia, zdecydowanie bardziej niż plotki, podejrzenia czy afery, których żywot zazwyczaj jest krótszy niż czas do wydania kolejnej „Bogorii”⁵².

Mimo odwołania do deklaracji z pierwszego numeru, widać tu zatem przedefiniowanie roli pisma. Jego zadaniem nie jest już „patrzenie demokracji na ręce”, a „ciągła obecność” i „kronikarska skrupulatność”.

W 2012 roku dwudziestą rocznicę powstania „Bogorii” również uczcił okolicznościowy artykuł. Przywołano w nim „manifest” z pierwszego numeru, a także jednodniówkę z 1929 roku. Zapewniono, że ta sama tematyka znajduje się w centrum zainteresowania „Bogorii” także i teraz⁵³. W zakończeniu znajduje się zaproszenie do nadsyłania przez czytelników wspomnień i anegdot związanych z pismem. Tekst jest wyeksponowany na pierwszej stronie, podpisany imieniem i nazwiskiem autora i napisany językiem dość formalnym, bardzo odbiegającym stylem od jubileuszowych tekstów sprzed dziesięciu lat.

Temat ćwierćwiecza „Bogorii” zaistniał w trzech numerach czasopisma. W numerze z marca 2017 roku zamieszczono krótkie sprawozdanie ze spotkania poświęconego historii prasy w Grodzisku zorganizowanego w ramach lokalnego festiwalu kultury. Spotkanie zostało przedstawione jako „inaugurujące obchody 25-lecia «Bogorii»”⁵⁴. Zgodnie z założeniami Bormanna i kontynuatorów jego myśli, rozwój sagi wiąże się z rozbudowywaniem celebrowania rocznic – jest to widoczne także w przypadku „Bogorii”.

Właściwej celebracji jubileuszu jest poświęcony numer kwietniowy – rocznicowy artykuł zajmuje pierwszą stronę, zaś we wnętrzu numeru zamieszczono całostronicowy wywiad z pierwszym redaktorem. Artykuły te prezentują już w pełni rozwiniętą sagę: zostaje przywołany czynnik sankcjonujący – jednodniówka z 1929 roku i jednocześnie pierwszy numer „Bogorii”. Przedstawieni są ojcowie założyciele oraz nostalgiczne wspomnienie „romantycznych, czarno-białych początków”⁵⁵. Pojawia się rów-

⁵² Tamże, s. 13.

⁵³ Tenże, *Porcelanowa rocznica*, „Bogoria” 2012, nr 217, s. 1.

⁵⁴ Tenże, *Papierowy Grodzisk*, „Bogoria” 2012, nr 217, s. 19.

⁵⁵ Tenże, *W waszych rękach od 25 lat*, „Bogoria” 2017, nr 267, s. 1.

niez refleksja na temat zmian, jakie nastąpiły w misji pisma. „Być może mniej u nas siania twórczego fermentu, a więcej kronikarskiej sumienności, jednak dzięki temu «Bogoria» stała się przez te lata potężnym archiwum, w którym odnotowane są najważniejsze dla współczesnej historii miasta wydarzenia”⁵⁶. „Kronika”, „archiwum” i „skarbnica” to powracające metafory opisujące rolę „Bogorii” – są więc one bardzo różne od deklarowanej w pierwszym numerze roli strażniczki demokracji.

W numerze majowym zamieszczono kolejny artykuł celebrujący ćwierćwiecze pisma, będący niemal modelowym przykładem rozwiniętej sagi⁵⁷. Opowieść o barwnych początkach i działalności pełnych zapału amatorów zostaje wzbogacona o nowe anegdoty i żarty: „To były piękne czasy. Pamiętam rozwozenie gazety, które kończyło się wspólnym posiłkiem w barze przy stacji. Nigdy nie zapomnę, jak kole-dzy z redakcji przyjechali pod mój blok o północy. Myślałem, że chcą mnie zabrać na jakąś imprezę, ale nie. Okazało się, że gazeta przyjechała z drukarni i trzeba ją falcować”⁵⁸. Przedstawiony zostaje rozbudowany poczet „ludzi Bogorii” oraz określona misja gazety: „Bogoria” ma „być obecna” w życiu miasta, łagodzić konflikty (np. między klientem a panią z pralni o zaginiony guzik⁵⁹), być miejscem dyskusji, a także edukować i informować mieszkańców. Informowanie jednak jest pojmowane tak, że trudno oddzielić je od propagandy: „Moim zdaniem warto im [mieszkańcom] dawać informację, że to jest fajne miasto, w którym dużo się dzieje”⁶⁰. Przedstawione są także zasady wykształconej kultury organizacyjnej: w „Bogorii” młodzi, początkujący dziennikarze mogą zdobywać szlify w zawodzie pod okiem bardziej doświadczonych kolegów i koleżanek. Częścią zespołu zostaje się dzięki nieformalnym układowi rodzinnym i towarzyskim („Trafiłam do «Bogorii» przez moją tatę [...]”⁶¹; inni współpracownicy mówią o kontaktach przez kolegów, znajomych, nauczycieli ze szkoły). Zespół „Bogorii” jest scharakteryzowany jako ludzie „sympatyczni, pomocni, życzliwi”⁶². Podstawą budowania etosu jest zatem *eunoia* bardziej niż *areté* czy *phronesis*: dobra wola i życzliwość są wymieniane jako najważniejsze cechy lokalnych dziennikarzy, bardziej niż na przykład profesjonalizm, bezkompromisowość, zaangażowanie w działalność na rzecz słusznych spraw. Saga realizuje model społeczny: jej uczestnicy widzą świat jako rodzinę, w której różni członkowie powinni umieć się ze sobą porozumieć i współpracować, a najważniejszym celem jest nawiązanie i podtrzymywanie relacji braterstwa⁶³.

56 Tamże.

57 I. Mądrzycka, *Cegietka do historii*, „Bogoria” 2017, nr 268, s. 18–19.

58 Tamże, wypowiedź M. Śliwińskiego.

59 Tamże, wypowiedź Ł. Nowackiego.

60 Tamże, wypowiedź S. Sadowskiego.

61 Tamże, wypowiedź N. Kawałko-Dzikowskiej.

62 Tamże.

63 E.G. Bormann, R.L. Knutson, K. Musolf, dz. cyt., s. 257.

Podsumowanie

Przez ponad ćwierć wieku saga „Bogorii” przeszła ewolucję od wizji łączącej wzorzec moralny ze społecznym do modelu całkowicie społecznego. Jest on jednak rozumiany nie jako budowanie porozumienia, szukanie wspólnej drogi, ale jako towarzyszenie, stała obecność, kronikarska sumienność, skierowana głównie na działania władz i instytucji. Jako miesięcznik „Bogoria” nie ma zresztą warunków, aby być platformą ożywionej dyskusji. Nie wykorzystuje również w tym celu swojej strony na Facebooku – nie zamieszcza tam postów prowokujących do wymiany zdań, nie konsultuje projektów władz, ale publikuje głównie relacje z wydarzeń, życzenia i wpisy poświęcone ważnym rocznicom, lokalnym i narodowym.

Csapó-Sweet i Shields wskazywali, że wydarzenia zewnętrzne – zwłaszcza takie jak kryzys, nagła zmiana – mogą być bodźcem dla organizacji do stworzenia nowej sagi⁶⁴. Taki proces nie zaszedł w przypadku „Bogorii” i pandemii koronawirusa – pismo pozostało przy swoim wizerunku „dobrego sąsiada”, nie próbując na przykład wejść w narrację heroiczną albo krytyczną wobec władz, lokalnych lub państwowych. Badacze zauważyli również, że w obrębie organizacji mogą istnieć dwie lub więcej rywalizujące sagi, z których ostatecznie jedna bierze górę⁶⁵. W „Bogorii” saga zbudowana według wzorca moralnego (patrzemy władzy na ręce, interweniuujemy, kiedy widzimy nieprawidłowości) przez pewien czas współistniała z wzorcem społecznym, który ostatecznie okazał się dominujący.

Bibliografia

- [b.a.], *Ankieta*, „Bogoria” 1998, nr 77, s. 15.
 [b.a.], *Do stu razy sztuka*, „Bogoria” 2000, nr 100, s. 1.
 [b.a.], *Parę słów wyjaśnienia*, „Bogoria” 1992, nr 1, s. 1–2.
 [b.a.], *To Grodzisk*, „Bogoria” 2000, nr 100, s. 1.
 Bońkowski Krzysztof, *Dwieście odłon Bogorii*, „Bogoria” 2010, nr 200, s. 1.
 Bońkowski Krzysztof, *Papierowy Grodzisk*, „Bogoria” 2012, nr 217, s. 19.
 Bońkowski Krzysztof, *Porcelanowa rocznica*, „Bogoria” 2012, nr 217, s. 1.
 Bońkowski Krzysztof, *W waszych rękach od 25 lat*, „Bogoria” 2017, nr 267, s. 1.
 Bormann Ernest G., *A Fantasy Theme Analysis of the Television Coverage of the Hostage Release and the Reagan Inaugural*, „Quarterly Journal of Speech” 1982, nr 68, s. 133–145. <https://doi.org/10.1080/00335638209383599>

⁶⁴ R.M. Csapó-Sweet, D.C. Shields, dz. cyt., s. 329–330.

⁶⁵ Tamże, s. 330.

- Bormann Ernest G., *Fantasy and Rhetorical Vision: Ten Years Later*, „Quarterly Journal of Speech” 1982, nr 68, s. 288–305. <https://doi.org/10.1080/00335638209383614>
- Bormann Ernest G., *Fantasy and rhetorical vision: The rhetorical criticism of social reality*, „Quarterly Journal of Speech” 1972, nr 58, s. 396–407. <https://doi.org/10.1080/00335637209383138>
- Bormann Ernest G., Knutson Roxanne L., Musolf Karen, *Why do people share fantasies? An empirical investigation of a basic tenet of the symbolic convergence communication theory*, „Communication Studies” 1997, nr 3(48), s. 254–276, <https://doi.org/10.1080/10510979709368504>
- Bormann Ernest G., Kroll Becky S., Watters Kathleen, Mcfarland Douglas, *Rhetorical visions of committed voters: Fantasy theme analysis of a large sample survey*, „Critical Studies in Mass Communication” 1984, nr 1(3), s. 287–310, <https://doi.org/10.1080/15295038409360038>
- Bormann Ernest G., *Symbolic convergence: Organizational communication and culture*, [w:] *Communication and organizations: An interpretive approach*, red. L.L. Putnam, M.E. Pacanowsky, Sage, Beverly Hills 1983, s. 99–122.
- Bormann Ernest G., *The symbolic convergence theory of communication: Applications and implications for teachers and consultants*, „Journal of Applied Communication Research” 1982, nr 10, s. 53. <https://doi.org/10.1080/00909888209365212>
- Csapó-Sweet Rita M., Shields Daniel C., *Explicating the saga component of symbolic convergence theory: The case of Serbia’s radio B92 in cyberspace*, „Critical Studies in Media Communication” 2000, t. 17, nr 3, s. 316–333. <https://doi.org/10.1080/15295030009388398>
- Dickerson Arin R., *Fantasy Theme Analysis*, [w:] *Encyclopedia of Political Communication*, red. L.L. Kaid, Ch. Holtz-Bacha, Sage, Thousand Oaks 2008, s. 768–769, <https://doi.org/10.4135/9781412953993.n197>
- Fok Krystyn, *Jak zostałem dinozaurem, czyli rzecz o zakładaniu gazety*, „Bogoria” 2002, nr 118, s. 8.
<http://www.centrumkultury.eu/gazeta-bogoria> [dostęp 5.05.2021].
<https://www.facebook.com/grodziskiepismpospolecznokulturalnebogoria/> [dostęp 5.05.2021].
- Kakietek Bogdan, *Moje dziesięciolecie z Bogorią*, „Bogoria” 2002, nr 118, s. 9. <https://doi.org/10.1093/isle/9.2.219>
- Kępa-Mętrak Jolanta, *Kto finansuje, ten dyktuje... Prasa samorządowa w lokalnej komunikacji społecznej*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2012, nr 4, s. 45–62.
- Krawczyk Dariusz, *Analiza debaty publicznej o dopuszczalności wydawania prasy samorządowej*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej” 2017, z. 100, s. 225–241. <https://doi.org/10.29119/1641-3466.2017.100.17>
- Mądrzycka Izabela, *Cegiełka do historii*, „Bogoria” 2017, nr 268, s. 18–19.
- Męćfal Sylwia, *Prasa lokalna w relacjach z kluczowymi aktorami społecznymi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego – Universitas, Łódź–Kraków 2019. <https://doi.org/10.18778/8088-995-8>

- Milewska Marta, *Prasa samorządowa – potrzebna? A jeśli tak, to komu?*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” 2017, t. 9(20), s. 101–114.
- Nikołajew Jan Urbas Michał *Prasa samorządowa w województwie zachodniopomorskim – wybrane aspekty socjokulturowe*, „Rocznik Prasoznawczy” 2016, R. 10, s. 67–79.
- Papieska Agnieszka, *Drodzy Czytelnicy*, „Bogoria” 2007, nr 166, s. 2.
- [Parareaktorzy], *Jak to z Bogorią było, czyli litania do Matki Boskiej Bogoryjskiej Pocienia*, „Bogoria” 2000, nr 100, s. 8–9.
- Poindexter Paula M., Heider Don, McCombs Maxwell, *Watchdog or Good Neighbor? The Public’s Expectations of Local News*, „Harvard International Journal of Press/Politics” 2006, nr 1(11), s. 77–88. <https://doi.org/10.1177/1081180X05283795>
- Rhetorical vision* [hasło], [w:] *Encyclopedia of Rhetoric*, t. 1, ed. T.O. Sloane, Oxford University Press, Nowy Jork 2001, s. 700.
- Shields Daniel, Preston Thomas C., *Fantasy Theme Analysis in Competitive Rhetorical Criticism*, „The National Forensic Journal” 1985, nr 3, s. 102–115.
- Szostok Patrycja, *Prasa samorządowa czy prasa władz samorządowych? Komu służą periodyki finansowane z lokalnych budżetów?*, Gnome, Katowice 2013.
- Śliwiński Michał, *Z drogi, idzie dziennikarz!*, „Bogoria” 2002, nr 118, s. 9.
- Waschková Císařová Lenka, *The Voice of the Locality*, [w:] *The Voice of the Locality, Local Media and Local Audience*, red. L. Waschková Císařová, Masaryk University, Brno 2017, s. 19–38.
- Wystąpienie Rzecznika Praw Obywatelskich Adama Bodnara do Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji Mariusza Błaszczaka z 9 maja 2016 roku nr VII.564.8.2015.

Agnieszka Szurek

The founding saga of “Bogoria”, a local newspaper from Grodzisk Mazowiecki, Poland

Summary

The concepts of saga and rhetorical vision constitute an element of the method of rhetorical criticism of fantasy theme analysis, introduced by Ernest Bormann. A saga is a continuously told and re-told story of the accomplishments of an individual, a group, or an institution, explaining its place in the world, the purpose of its existence, and its *modus operandi*. The paper is an attempt at presenting the saga built around *Bogoria*, i.e. the local free monthly from Grodzisk Mazowiecki,

Poland, which has been published since 1992 by the local Cultural Centre. The material for analysis comes from various jubilee and anniversary editions, which contain mainly articles and manifestos where the editors try to explain their perception of what a local newspaper should be and what role it should play in a local community. The paper discusses the transformation of the *Bogoria*'s saga from the righteous-social model to the social one.

Keywords: rhetorical criticism, fantasy theme analysis, saga, rhetorical vision, Grodzisk Mazowiecki, “Bogoria”, local press, local government press

Agnieszka Szurek, adiunkt w Zakładzie Retoryki i Mediów w Instytucie Polonistyki Stosowanej (Uniwersytet Warszawski). Jej zainteresowania naukowe dotyczą krytyki retorycznej, mediów lokalnych oraz literatury „oddolnej” (publikacje wydawane amatorsko, przez lokalne instytucje, niewchodzące do obiegu komercyjnego). Jest autorką artykułów poświęconych m.in. lokalnym grupom dyskusyjnym w mediach społecznościowych (*Odra w Pruszkowie i w fantazjach użytkowników lokalnych grup w mediach społecznościowych. Analiza metodą motywu fantazjowania*, „Res Rhetorica” 2019, t. 6, nr 3), historii lokalności (*Obraz podwarszawskich letnisk w prasie dwudziestolecia międzywojennego*, „Kultura Popularna” 2016, t. 1, nr 47) i historii rodzinnej (*Americans’ in Pruszków and in Grodzisk, Poland. The ethos of returned migrants in local and family memory*, „Memoriamedia Review” 2021, nr 6).

Edyta Żyrek-Horodyska*

 <https://orcid.org/0000-0002-7276-1736>

Idea slow travel a rozwój reportażu podróżniczego. O intermedialnym projekcie *Out of Eden Walk* Paula Salopka

Streszczenie

Niniejszy artykuł poświęcony jest omówieniu intermedialnego projektu dziennikarskiego pn. *Out of Eden Walk* autorstwa amerykańskiego reportera Paula Salopka. Projekt ten, którego fundamentem jest dziennikarska rzetelność i pogłębiony ogląd rzeczywistości, wpisuje się w ramy popularnych w ostatnich latach nurtów, takich jak *slow journalism* oraz *slow travel*. W zamierzeniu Salopka *Out of Eden Walk* stanowi alternatywę dla opierających się na szybkości przekazu mediów masowych oraz dla coraz bardziej umasowionego podróżopisarstwa. Celem szkicu jest pokazanie, w jaki sposób Salopek wykorzystuje mechanizmy konwergencji mediów do stworzenia intermedialnego przekazu dziennikarskiego, dystrybuowanego przy pomocy zróżnicowanych platform komunikacyjnych uwzględniających potencjał zarówno nowych, jak i tradycyjnych mediów.

* Dr, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, ul. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków; e-mail: edyta.zyrek@uj.edu.pl

Słowa kluczowe: Paul Salopek, Out of Eden Walk, wolne dziennikarstwo, reportaże, konwergencja mediów

*Our period is given over to the demon of speed,
and that is the reason why it so easily forgets its own self¹*

Milan Kundera, *Slowness*

„Chcemy przeżyć coś wyjątkowego, udać się w podróż, która jest jedyna w swoim rodzaju, szukamy wrażeń, które różnią się od domowej codzienności, migawek kodaka, które możemy obejrzeć z innymi po powrocie do domu. Najlepiej, jeśli towarzyszą nam ludzie podobni do nas, szyldy i menu są w naszym języku, jedzenie jest rozpoznawalne, a przewodnicy rozumieją nasze potrzeby”² – taki obraz ponowoczesnego podróżnika wyłania się z książki reportażowej szwedzkiej dziennikarki Jennie Dielemans pt. *Witajcie w raju. Reportaże o przemyśle turystycznym*. Opisana w niej idea *fast travellingu*, której filarami jest dążność do zobaczenia jak największej liczby miejsc, szybkość przemieszczania się i konsumowania wrażeń, znajduje swoje wyraźne odzwierciedlenie we współczesnym reportażu podróżniczym, eksponującym egzotyczną stronę rzeczywistości, często percypowanej oczyma reportera-travelebryty. Choć – wydawać by się mogło – rewolucja cyfrowa, idea WEB 2.0 i związana z nią kategoria cyfrowego narcyzmu dodatkowo sprzyjać będą promowaniu i ewolucji tego modelu, wykształciły one i upowszechniły – co ciekawe – także model do travelebryckiego antagonistyczny, ukształtowany w duchu zyskującej w ostatnich latach coraz większą popularność idei *slow life*.

Złożoność ruchu *slow* trafnie uchwycił Carl Honoré w swej publikacji pt. *Pochwała powolności*³, w której tytułową kategorię rozważał w odniesieniu do piękna, jedzenia, miast, technik kształtowania ciała i umysłu, medycyny, seksu, pracy, wypoczynku oraz wychowania dzieci. Wydaje się, że zaproponowany przez publicystę katalog warto rozszerzyć dodatkowo o komponent dziennikarstwa, które obecnie stara się odwrócić dominującą w mediach koniunkturę zogniskowaną wokół szybkości, wydajności i efektywności, proponując w zamian nowe paradygmaty komunikacyjne opierające się na jakościowych publikacjach przygotowywanych bez presji czasu.

Idea *slow travellingu* jawi się obecnie nie tylko jako atrakcyjna alternatywa dla masowej turystyki, lecz także jako *sui generis* strategia coraz częściej wybierana

¹ M. Kundera, *Slowness*, Harpercollins, New York 1996, s. 115.

² J. Dielemans, *Witajcie w raju. Reportaże o przemyśle turystycznym*, przeł. D. Górecka, Czarne, Wołowiec 2011, s. 36.

³ Por. C. Honoré, *Pochwała powolności. Jak zwolnić tempo i cieszyć się życiem*, przeł. K. Umiński, Drzewo Babel, Warszawa 2011.

przez dziennikarzy, przygotowujących swe reportaże podróżnicze zgodnie z wytycznymi tzw. *slow journalism*. Jednym z przedstawicieli tego nurtu jest amerykański dziennikarz Paul Salopek, który w rozpisany na niemal dekadę dziennikarskim projekcie pn. *Out of Eden Walk* (pol. *Wyjście z Raju*) przemierza Ziemię śladami ewolucji człowieka. Projekt ten – realizowany w duchu *slow journalism* – prezentowany jest przy użyciu nie tylko mediów tradycyjnych (drukowana wersja magazynu „National Geographic”), ale także cyfrowych (Twitter, Instagram, Facebook, strona internetowa „National Geographic”), gwarantujących *slow travellerowi* natychmiastowość rozpowszechniania komunikatu, zaś odbiorcy jego przekazu umożliwiającym śledzenie na żywo pokonywanej przez reportera trasy i wchodzenie z nim w rozmaite interakcje.

Wychodząc od analizy eksperymentalnej formy dziennikarskiej, za jaką niewątpliwie należy *Out of Eden Walk*, w niniejszym szkicu chciałabym skupić się na zaprezentowaniu głównych założeń koncepcji reporterskiego *slow travellingu*, który w dobie medialnej konwergencji⁴ przekształca tradycyjny reportaż podróżniczy w złożony, intermedialny projekt. Istotne wydaje się zwłaszcza zbadanie, w jaki sposób rekonfiguracja technologiczna, której w dobie zwrotu audiowizualnego podlega przekaz medialny, traktowana może być jako narzędzie popularyzowania jakościowego dziennikarstwa.

Fast i slow: dziennikarstwo dwóch prędkości?

Rywalizacja poszczególnych redakcji o pierwszeństwo przekazania informacji nabrała szczególnego rozpędu właśnie w epoce mediów cyfrowych. Obecnie skala ich oddziaływania ulega stałemu potęgowaniu, gdyż dysponują one wieloma narzędziami umożliwiającymi natychmiastowe powiadomianie odbiorców o określonym zdarzeniu, upowszechniają przygotowywane na żywo relacje w miejsce spisanych już *post factum* sprawozdań, dowartościowują kontekst wizualny, a nawet angażują odbiorcę w proces współtworzenia komunikatów. Media padają także ofiarą ponowoczesnego kultu szybkości, o czym pisał Bruce Sterling, tworząc katalog tzw. *dead media* ('martwe media') – przestarzałych, nienadających się za przemianami współczesnego świata narzędzi komunikowania⁵.

Dziennikarka Teresa Torańska tak charakteryzowała stan, w jakim w wieku XXI znalazła się mediasfera: „Teraz pisze się lakonicznie. Szybciej zmierzamy do sedna,

4 Por. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

5 Szerzej na temat projektu pisze Magdalena Szpunar; por. M. Szpunar, *Nowe – stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012, s. 20.

przez flesze, sygnały, że jesteśmy – tu i tu. Robimy akcję, a nie opisujemy. Życie przyspieszyło. Nastąpiła cywilizacja szybkiej informacji i problemów”⁶. W podobnym, wysoce krytycznym tonie, wypowiadał się na temat szybkości współczesnych mediów Ryszard Kapuściński, notując na kartach *Lapidarium I* następujące spostrzeżenie: „Wiadomość w gazecie elektronicznej, która błyskawicznie przeniesie informację do każdego domu. Tak, ale problem polega na tym, że procesowi przyspieszenia informacji towarzyszy zjawisko jej splotenia. Coraz więcej informacji, ale coraz płytszych”⁷. Kapuściński, który zmarł w 2007 roku, nie mógł jeszcze – co oczywiste – dostrzec i zdiagnozować wszystkich wyzwań i problemów, jakie powstały w efekcie tak zawrotnego przyspieszenia mediów w epoce cyfrowej. Koncepcja *fast news*, której niejako „produktem ubocznym” stają się dziś *fake newsy*, *clickbaity*, przekazy niezwyryfikowane, powierzchowne i skonstruowane na wzór wysoce sensacyjnego wzorca, funkcjonuje obecnie jako element szerszego modelu, określanego przez Zbyszko Melosika mianem „kultury instant”. Cechuje ją – powiada badacz – „natychmiastowość komunikacji”. Przywołana reguła rządzi zarówno funkcjonowaniem telefonu komórkowego, jak i nadającej 24 godziny na dobę stacji informacyjnej CNN⁸.

Koncepcja *slow journalism*, funkcjonująca jako alternatywa dla gloryfikujących szybkość przekazów medialnych, stanowi swoisty powrót do dziennikarstwa nieobarczonego presją czasu, nastawionego na jakościowe komunikaty przygotowane z poszanowaniem etyki dziennikarskiej⁹. Jak zauważają Bob Franklin i Lily Canter, *slow journalism* nie odrzuca WEB 2.0, lecz chętnie korzysta z potencjału mediów cyfrowych, dowartościowując – co istotne – upowszechnianą przez nie nową estetykę komunikowania, opartego jednocześnie na słowie, dźwięku i obrazie¹⁰. Epitet *slow* charakteryzować ma nie tylko sposób gromadzenia, przetwarzania i prezentowania treści przez dziennikarza, ale także funkcjonowanie odbiorcy, który percypując tego typu przekazy, winien zarzucić perspektywę „konsumenta” medialnych treści, zastępując ją lekturą dogłębną, krytyczną, uważną, a więc wpisującą się w model opatrzony przez Nową Krytykę etykietą *close reading*.

Gloryfikacja *fast newsów* i coraz większe zainteresowanie, jakim cieszy się *slow journalism*, sprawiają, iż uprawnione wydaje się dziś mówienie – parafrazując może na wyrost dyskurs publicystyczny – o dziennikarstwie „dwóch prędkości”. Oba te modele – zarówno ten przygotowywany pospiesznie, newsowy, opierający swą

⁶ T. Torańska, M. Purzyńska, *Ja. My. Oni*, Agora, Warszawa 2013, s. 101.

⁷ R. Kapuściński, *Lapidaria I-III*, Agora, Warszawa 2008, s. 17.

⁸ Por. Z. Melosik, *Kultura instant – paradoksy pop-tożsamości*, [w:] *Edukacja. Społeczne konstruowanie idei i rzeczywistości*, red. M. Cylkowska-Nowak, Wolumin, Poznań 2004, s. 372-385.

⁹ Por. E. Żyrek-Horodyska, *Slow journalism, czyli reporterska szkoła uważności*, „Społeczeństwo i Polityka” 2019, nr 4, s. 25-41.

¹⁰ Por. B. Franklin, L. Canter, *Digital Journalism Studies. The Key Concepts*, Routledge, London, New York 2019, s. 227.

skuteczność na szybkości komunikowania, jak i ten pogłębiony, kładący nacisk na rzetelność i wnikliwą, wymagającą czasu analizę – stanowią obecnie komplementarną całość i funkcjonują jako swoisty dwugłos współtworzący aktualną narrację o świecie.

Reportaż podróżniczy w wersji *slow*

Podstawowymi komponentami omawianego w niniejszym szkicu gatunku są podróż oraz starający się ją udokumentować autor dziennikarskiej narracji, zasadniczo dostosowanej do specyfiki i ograniczeń medium, przy pomocy którego jest ona dystrybuowana. Reportaż podróżniczy (także w wersji cyfrowej, realizowanej za pomocą blogów czy vlogów) jest obecnie gatunkiem niezwykle popularnym, co wynika między innymi z szerokiego zainteresowania światem i będącej odpowiedzią na tę potrzebę masowej turystyki. Jako forma wyjątkowo podatna na rozmaite technologiczne modyfikacje, podlega procesom konwergencji i zyskuje wymiar interaktywny. Zdaniem Katarzyny Frukacz,

Złożoność zjawisk łączonych z konwergencją można rozpatrywać w aspekcie „zewnątrznym”, zachodzącym na poziomie infrastruktury i kultury medialnej, oraz „wewnętrznym”, odnoszącym się do zawartości przekazów obecnych w mediasferze. Reportaż – jako gatunek literacko-dziennikarski funkcjonujący w środowisku mediów masowych – ewoluuje za sprawą obu wymienionych płaszczyzn¹¹.

Również (a może przede wszystkim) w swym wariancie podróżniczym reportaż ulega obecnie bardzo silnym wpływom digitalizacji wiążącej się ze znaczącym skróceniem czasu potrzebnego na percepcję tekstu. Jako taki gatunek pozostaje ponadto pod wpływem procesów wzmożonej komercjalizacji, czego świadectwem są reportaże książki podróżnicze autorstwa celebrytów i popularnych osobowości telewizyjnych, takich jak Jarosław Kret, Robert Makłowicz czy Piotr Kraśko.

Ponowoczesny turysta – konstatuje Zygmunt Bauman – „[...] opuszcza dom w poszukiwaniu wrażeń. Wrażenia, i opowieści o wrażeniach – oto jedyny łup, z jakim wraca, i jedyny, na jakim mu zależy”¹². Odpowiedzią na ten swoisty głód emocji, niezwykłości i egzotyki stał się między innymi współczesny reportaż podróżniczy, który epatuje niecodziennymi obrazami, szokuje i w sposób szczególny uprzywilejowuje osobę barwnego, a nierzadko kontrowersyjnego reportera-podróżnika. Doskonałym przykładem travelebryckiej odmiany gatunku są liczne

¹¹ K. Frukacz, *Polski reportaż książkowy. Przemiany i adaptacje*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2019, s. 146–147.

¹² Z. Bauman, *Ponowoczesne wzory osobowe*, „Studia Socjologiczne” 2011, nr 1, s. 452.

dziennikarskie projekty transmedialne, w których opowieść o świecie dystrybuowana jest jednocześnie przy pomocy reportażu książkowego, telewizyjnego, fotoreportażu, a także rozmaitych form nowomediálních (np. blogów czy kont na portalach społecznościowych). Tego rodzaju narracje podróżnicze w zasadniczy sposób uprzywilejowują obraz, nierzadko redukując złożoną narrację o świecie do serii atrakcyjnych, barwnych anegdot i ciekawostek¹³.

Obok turystyki w wersji *all inclusive* – jak pokazuje Marta Sukiennik – współcześnie coraz większym zainteresowaniem cieszy się ruch *slow travel*, w którego tematycznym profilu ujawniają się takie komponenty, jak postawa antykonsumpcjonistyczna, pragnienie przeżycia autentycznych doznań i praktykowanie uważności:

Slow Tourism jest przeciwieństwem nastawionej na luksus wygody, charakteryzującej się szybkim tempem zwiedzania, hedonistycznym i egoistycznym nastawieniem w stosunku do odwiedzanych miejsc „turystyki twardej”. „Powolni” turyści nie ulegają presji „zaliczania” typowych atrakcji turystycznych i pogoni za wykreowanymi przez turystyczny przemysł doznaniem. Zdecydowanie chętniej zatrzymują się na dłużej w jednym miejscu [...]. Gotują na bazie lokalnych produktów, wybierają się na piesze i rowerowe wycieczki, eksplorują miejscowość, poznają lokalną społeczność, a nawet włączają się w jej działalność [...]¹⁴.

Odrzucając standardowe oferty biur podróży i poszukując autentycznych (a nie hotelowych, wyreżyserowanych i zunifikowanych) wrażeń, podróżnicy jako wartość traktują powolną kontemplację przestrzeni, spotkania z rdzennymi mieszkańcami i możliwość chwilowego współuczestniczenia w ich codzienności. Chodzi o poznawanie kultury Innego bez nadmiernej egzaltacji, swobodne i niepodlegające presji czasu delektowanie się lokalnym życiem. Nie bez znaczenia w popularyzowaniu tego modelu pozostają – jak twierdzą Janet Dickinson i Les Lumsdon – względy ekologiczne, wymuszające zmianę w sposobach przemieszczania się¹⁵. Taki sposób podróżowania po świecie, opierający się na spokojnym, często niezaplanowanym i zależnym od pewnej przypadkowości, eksplorowaniu przestrzeni, przeniknął także na grunt podróżopisarstwa i znalazł swoje odzwierciedlenie we współczesnym reportażu podróżniczym.

Ruch *slow travel* odrzuca sposób podróżowania oparty na wykreowanym przez globalny przemysł turystyczny wzorcu „konsumenta” kolejnych atrakcji turystycznych¹⁶.

¹³ Por. E. Żyrek-Horodyska, *Nowodziennikarskie eksperymenty z formą reportażu podróżniczego. Kazus „Białej gorączki” Jacka Hugo-Badera*, „Studia Humanistyczne AGH” 2019, nr 2, s. 96.

¹⁴ M. Sukiennik, *Turystyka w czasach przesyty. Slow Travel jako alternatywa*, „Turystyka Kulturowa” 2014, nr 3, s. 26.

¹⁵ Por. J. Dickinson, L. Lumsdon, *Slow Travel and Tourism*, Earthscan, London, Washington DC 2010.

¹⁶ M. Sukiennik, dz. cyt., s. 31.

Takie poznawanie świata wymaga nowego sposobu jego opisu, stąd dziennikarska podróż przygotowana zgodnie z wytycznymi *slow journalism* jawi się niewątpliwie jako najbardziej adekwatna forma dokumentowania rzeczywistości, domagająca się wypracowania nowej strategii komunikacyjnej. Filarami tak konstruowanego reportażu podróżniczego stają się: wyjątkowa dbałość o estetykę przekazu, szeroka synteza zjawisk, intermedialność (połączenie komunikatów tekstowych, fotografii i *video*), obszerność i wielowątkowość dokumentarnej narracji, powrót do edukacyjnej funkcji mediów, naoczność, prymat opisywanej rzeczywistości zewnętrznej nad dokumentowaniem wrażeń oraz doświadczeń samego autora.

Reportaż podróżniczy w wersji *slow* w dużej mierze koresponduje z założeniami, na jakich opiera się *slow tourism*. Komponenty takie jak wnikliwy, pogłębiony ogląd rzeczywistości, podróżowanie poza utartym szlakiem, otwartość na sprawy dnia codziennego, zastąpienie opozycji „ja – Inny” wspólnotową kategorią „my”, zarzucenie etnocentrycznego spojrzenia czy unikanie egzotyzacji opowieści to elementy łączące figurę *slow* podróżnika ze *slow* reporterem. Dla jednego i drugiego zdecydowanie istotniejsza wydaje się droga do celu aniżeli jego osiągnięcie; kluczowy staje się także sposób jej pokonania. Powolni turyści i reporterzy zamiast samochodu wybierają najczęściej pieszą wędrówkę bądź środki transportu umożliwiające kontakt ze społecznością lokalną. Od kurortów i metropolii preferują *cittaslow* – małe miejscowości usytuowane z dala od głównych szlaków, kultywujące lokalne rzemiosło i opierające się unifikacyjnym pokusom globalizacji¹⁷.

Slow journalism w ujęciu Paula Salopka

Amerykański reporter Paul Salopek urodził się w 1962 roku w Kalifornii. Dwukrotnie (w roku 1998 oraz 2001) został uhonorowany nagrodą Pulitzera (pierwszą nagrodę otrzymał za artykuły objaśniające różnorodność ludzkiego genomu, drugą natomiast za reportaż poświęcony sytuacji w Afryce). Jako absolwent studiów biologicznych początkowo nie wiązał swojej kariery z mediami¹⁸. Zanim skończył 30 lat, był zatrudniony jako rybak i pracownik fizyczny. Z dziennikarstwem związał się od roku 1984, pracując początkowo przez kilka miesięcy jako freelancer, a następnie pisząc dla takich periodyków jak „Chicago Tribune”¹⁹ czy „National Geographic”. Jako reporter od początku starał się znaleźć nową perspektywę dla relacjonowania

¹⁷ Por. A. Gruszecka-Tieśluk, *Sieć Cittaslow – strategią rozwoju małych miast w Polsce?*, „Studia Ekonomiczne” 2013, nr 2, s. 383–393.

¹⁸ <http://www.bbc.com/travel/bspoke/story/20150326-travel-pioneers/paul-salopek/index.html> [dostęp: 21.01.2020].

¹⁹ Por. H.-D. Fischer, *Foreign Correspondents Report from Africa. Pulitzer Prize Winning Articles and Pictures*, LIT Verlag, Zurich 2014, s. 141–142.

wydarzeń. Nim wyruszył w swą kilkuletnią podróż po świecie, dał się poznać jako uzdolniony reporter zajmujący się tematyką społeczną i wojenną:

Moje podejście zawsze opierało się na zagłębianiu się w temat. Nie próbuję konkurować z ważnymi redakcjami, takimi jak „New York Times”, które wchodzą w temat, bardzo dokładnie opowiadają historię, a potem wychodzą. Ja zostaję. Poszukuję spokojnych miejsc na świecie, o których nie ma informacji. Zwykle oznacza to, że coś się tam dzieje, ale nikt jeszcze nie jest tym zainteresowany. Spędziłem dekadę w Afryce. Opowiedziałem o Ameryce Łacińskiej, Azji Środkowej, wojnach na Bałkanach i o Bliskim Wschodzie²⁰.

W styczniu 2013 roku Salopek zainicjował swój bodaj najgłośniejszy projekt dziennikarski, rozpisany początkowo na siedem lat. Pieszą wyprawę przez kontynenty dziennikarz rozpoczął od uznawanej za kolebkę ludzkości Etiopii, kolejno na trasie swej podróży umieszczając takie miejsca, jak Iran, Indie, Chiny, Rosja, Alaska, Kanada, USA, Meksyk, Ameryka Środkowa i Południowa oraz – finalnie – Chile. Przebieg liczącej 34 tys. kilometrów podróży nie jest przypadkowy, ma bowiem odtworzyć trasę migracji człowieka prehistorycznego z Afryki na inne obszary globu. Jest przede wszystkim szansą na rzeczywiste spotkanie z ludźmi i przestrzenią, w której żyją.

Wydaje się, iż projekt, którego zakończenie przewidywano początkowo na rok 2020, znacząco się wydłuży. W styczniu 2020 roku reporter ciągle znajdował się bowiem na terytorium Indii, planując swą dalszą wyprawę do Birmy, Laosu i Tajlandii. W zamieszczonym 15 listopada 2019 roku wpisie na Facebooku przywołana została sugestywna wypowiedź Salopka, który następującymi słowami odniósł się do faktu, iż *Out of Eden Walk* nie zamknie się w nakreślonych początkowo ramach czasowych: „Nie jestem spóźniony. [...] Jestem dokładnie na czas”²¹. Sformułowanie to dobitnie pokazuje, iż założenia reportera wpisują się w paradygmat gatunku określonego swego czasu przez Zbigniewa Bauera mianem „reportażu antymedialnego”²², w którym dziennikarz sytuuje się blisko poszczególnych bohaterów, wykazuje się wrażliwością i uważnością na ich los oraz nie podporządkowuje

20 “My approach has always been immersive. I don’t try to compete with big guys like The New York Times who go in, cover stories very thoroughly and then leave. I stay. I seek out quiet points of the world where there is no news. Usually, that means something is happening there but no one is interested yet. I spent a decade in Africa. I’ve covered Latin America, Central Asia, the Balkan Wars and the Middle East” [tłum. E.Ż.H.]; <http://www.bbc.com/travel/spotlight/story/20150326-travel-pioneers/paul-salopek/> [dostęp: 21.01.2020].

21 „I am not delayed. [...] I am just on time” [tłum. E.Ż.H.]. Informacja ta pojawiła się na profilu *Out of Eden Walk* zamieszczonym na Facebooku (wpis z 15.11.2019); <https://www.facebook.com/OutOfEdenWalk/posts/2969097923117781> [dostęp: 21.01.2020].

22 Por. Z. Bauer, *Antymedialny reportaż Ryszarda Kapuścińskiego*, PAP, Warszawa 2001.

tworzonej narracji uprzywilejowanemu przez media powierzchownemu, infotainmentowemu czy popkulturowemu dyskursowi.

Już od momentu zainicjowania projektu Salopek bardzo wyraźnie włączył go w obszar *slow journalism*, wielokrotnie w udzielanych wywiadach odwołując się do tej koncepcji właśnie w kontekście refleksji nad ewolucją reportażu podróżniczego. Podkreślał, że jego intencją staje się scalenie poszczególnych faktów w panoramiczny obraz rzeczywistości: „*Slow journalism* pozwala mi tworzyć ukryte powiązania, których brakuje, gdy podróżujemy zbyt szybko”; „Świat jest złożony, więc potrzebujemy czegoś więcej niż tylko krótkich informacji”²³. Przymiotnik *slow* definiuje reporter w dwojaki sposób. Zwraca mianowicie uwagę na tempo podróży, jak również na formę dokumentowania jej w mediach:

Ten projekt został pomyślany jako sposób na obalenie konwencji typowej dla branży mediów cyfrowych. Iść całkowicie w przeciwnym kierunku niż ten, do którego wszyscy zmierzamy: szybko i powierzchownie. Wierzę, że w naszym życiu jest miejsce na dłuższe, bardziej przemyślane sposoby opowiadania historii, a podróż pozwala to osiągnąć. Poruszając się z prędkością 5 km na godzinę przez główne opowieści naszych czasów, uważam, że mogę osiągnąć lepsze ich zrozumienie [...]”²⁴.

Tak postrzegany reportaż podróżniczy ma być odpowiedzią na te dziennikarskie relacje z podróży, które redukują obraz kultur i przestrzeni do szokujących anegdot i pozbawionych kontekstu ciekawostek. Znamienne, iż reporter – wedle własnych deklaracji – postrzega swoją działalność jako aktywność subwersywną: wykorzystuje cyfrowe media, zdyskredytowane w jego oczach za popularyzowanie tzw. *clickbaitów* i materiałów dziennikarskich składających się z samych wyliczeń (*listicle*), by pokazać ich niebanalny potencjał w budowaniu obszernych, kontekstowych, intermedialnych narracji dziennikarskich, mogących dotrzeć do szerokiego grona mieszkańców w globalnej wiosce.

23 „Slow journalism allows me to make hidden connections that you miss when you travel too fast”; „The world is complicated, and we require more than just short bits of information” [tłum. E.Ż.H.]. B. Clark Howard, *Seven-Year Walk Highlights Power of „Slow Journalism”*, <https://www.nationalgeographic.com/news/2015/1/150114-slow-journalism-paul-salopek-eden-walk/> [dostęp: 24.01.2020].

24 „This project was devised as a way to subvert the conventions of the digital media industry. To go diametrically in the opposite direction that we’re all headed: faster and shallower. I believe there’s a space for longer, hopefully more thoughtful storytelling in our lives, and walking accomplishes this. By moving at 5 km an hour through the mains stories of our time, I think I gather a better understanding [...]” [tłum. E.Ż.H.]; M. Muzaffar, *Slow Journalist Paul Salopek is in India on his Epic 10-Year Walk Across Continents*, https://www.vice.com/en_in/article/pavbj9/slow-journalist-paul-salopek-is-in-india-on-his-epic-10-year-walk-across-continents [dostęp: 20.02.2020].

Out of Eden Walk

Projekt reportażowy *Out of Eden Walk*, redagowany pierwotnie w języku angielskim, czytelnicy mogą na bieżąco śledzić na stronie internetowej czasopisma „National Geographic”. W swym kształcie przypomina on zapiski dziennika z podróży, w którym z różną częstotliwością (zazwyczaj co kilka – kilkanaście dni) pojawia się nowy wpis, uzupełniany najczęściej licznymi fotografiami, krótkimi materiałami *video* oraz interaktywnymi mapami. W takim ujęciu projekt zyskuje wymiar multimedialny, oferując odbiorcy złożony obraz rzeczywistości dokumentowanej za pomocą elementów ikonograficznych, tekstu i dźwięku. Warto przy tym podkreślić, iż narzędzia komunikowania, jakimi dysponuje reporter, są bardzo oszczędne. Wśród nich znalazły się laptop, kieszonkowy aparat oraz telefon²⁵. Salopek zazwyczaj nie podróżuje sam, licząc na wsparcie lokalnych przewodników, którzy pełnią w projekcie fundamentalną rolę tłumaczy kultur:

Przez większość czasu podróżowałem z przewodnikami, ale to może się zmienić. Potrzebuję przewodników i tłumaczy w miejscach, gdzie nie znam języka. Mówię płynnie po hiszpańsku, więc w Ameryce Łacińskiej będę mógł całkowicie zrezygnować z tłumaczy. Ale prawdopodobnie nadal będę podróżował z ludźmi, ponieważ stają się oni kimś więcej niż tylko tłumaczami. Są interpretatorami krajobrazu i kultury – i są dobrymi towarzyszami wyprawy²⁶.

Uwagę zwraca intermedialny charakter całego projektu, wykorzystującego zróżnicowane mechanizmy konwergencyjne. Jego rdzeniem pozostaje strona internetowa, informująca czytelnika, iż – analogicznie jak tradycyjny reportaż książkowy – „ta opowieść jest podzielona na rozdziały”²⁷. Interesująco adaptuje ona także gatunkowy wzorzec diariusza. W ramach każdej z części publikowane są teksty przypominające w swej strukturze artykuł internetowy. Obok daty opublikowania wpisu, nazwiska autora (jest nim zazwyczaj Salopek, sporadycznie któryś z towarzyszących mu lokalnych przewodników) oraz umieszczonego pod reportażem pola komentarzy, tekst wzbogacony jest o tytuł i materiały ilustracyjne

25 Por. *Paul Salopek: the Slowest Journalist Alive?*, <https://www.slow-journalism.com/slow-journalism/paul-salopek-the-slowest-journalist-alive> [dostęp: 22.01.2020].

26 „Most of the time I've walked with guides, but that might change. I need guides and interpreters in places where I don't speak the language. I speak fluent Spanish so in Latin America I'll be able to dispense with interpreters completely. But I'll still probably walk with people because they become more than just the interpreters of language. They're interpreters of landscape, of culture – and they're good company”; <http://www.bbc.com/travel/bespoke/story/20150326-travel-pioneers/paul-salopek/index.html> [dostęp: 21.01.2020].

27 „This story is told in chapters” [tłum. E.Ż.H.]; *About the Out of Eden Walk*, <https://www.nationalgeographic.org/projects/out-of-eden-walk/about> [dostęp: 16.01.2020].

(np. fotografie, mapy, filmy). Dziennikarz proponuje odbiorcy lekturę angażującą i zrywającą z linearyzmem. Stąd chętnie korzysta z potencjału hipertekstu, podlinkowując wybrane zdania czy leksemy odsyłające czytelnika do dodatkowych informacji.

Dotychczas (do stycznia 2020 roku, gdy zgodnie z pierwotnymi założeniami projekt winien być finalizowany) w wirtualnej przestrzeni pojawiły się następujące rozdziały: 1. *Out of Africa* (Etiopia, Dżibuti, Morze Czerwone; styczeń 2013 – maj 2013); 2. *Holy Lands* (Arabia Saudyjska, Jordania, Zachodni Brzeg, Izrael; maj 2013 – czerwiec 2014); 3. *Autumn Wars* (Cypr, Turcja, Gruzja, Azerbejdżan; lipiec 2014 – marzec 2016); 4. *Silk Road* (Morze Kaspijskie, Kazachstan, Uzbekistan, Kirgistan, Tadżykistan, Afganistan, Pakistan; kwiecień 2016 – luty 2018); 5. *Riverlands* (Pakistan, Indie; luty 2018 do dziś²⁸). *Out of Eden Walk* angażuje także uwagę użytkowników mediów społecznościowych. Projekt posiada swój aktualizowany na bieżąco fanpage na Facebooku (obserwowany przez ponad 21 tys. użytkowników²⁹), obecny jest na Twitterze (konto outofedenwalk śledzi prawie 25 tys. internautów³⁰) oraz na Instagramie (ponad 80 tys. obserwujących³¹).

Adaptowanie przekazu do cyfrowych standardów opiera się na założeniu o komplementarności poszczególnych płaszczyzn komunikowania. Kluczową rolę w projekcie należy przypisać geolokalizacji oraz licznym tematycznym mapom, pozwalającym na bieżąco śledzić przebieg podróży dziennikarza i ukierunkowanym *par excellence* na potęgowanie wrażenia immersji. Ich sukcesywnym i rozłożonym w czasie opracowywaniem zajmuje się Harvard University Center for Geographic Analysis (CGA), wykorzystując w tym celu platformę ArcGIS. Klikając w znak geolokalizacji oznaczony komentarzem „Where’s Paul now”, odbiorca może ustalić dokładne położenie reportera, jak również śledzić przebieg wcześniejszych etapów jego podróży. Wielokrotnie wplecionym w tekst fotografiom towarzyszą z kolei mapy, pokazujące, w którym miejscu zrobione zostało określone zdjęcie. Projekt ma charakter interaktywny i jako taki zakłada symultaniczne korzystanie przez odbiorcę z kilku kanałów dystrybuowania informacji. Dopuszcza lekturę niesekwencyjną: w miarę przeglądania poszczególnych zdjęć na mapę nanoszone są kolejne punkty pozwalające zlokalizować oglądaną właśnie przestrzeń. Istotne znaczenie ma także mapa, na której oznaczane są miejsca zatrzymania Salopka przez policję (z podziałem na: *friendly stop*, *investigative stop* oraz *detained*). Reporter w następujący sposób uzasadnia konieczność prowadzenia tego rodzaju dokumentacji:

28 Tj. do 21.01.2020.

29 Dane na dzień: 27.01.2020.

30 <https://www.instagram.com/outofedenwalk/?hl=pl> [dostęp: 27.01.2020]; dane na dzień: 27.01.2020.

31 <https://twitter.com/outofedenwalk> [dostęp: 27.01.2020]; dane na dzień: 27.01.2020.

Powód: Oznaczanie zatrzymań przez policję na trasie globalnej wędrówki może pomóc wyjaśnić, nawet anegdotycznie, złożone znaczenie inności w naszych czasach – złoty wiek migracji, kiedy więcej osób niż kiedykolwiek wcześniej jest w ruchu, dobrowolnie lub pod przymusem. Oczywiście, że ważne jest to, dokąd podróżujemy. Ale to, gdzie i z jakiego powodu zostajemy zatrzymani, jest kluczowym elementem ludzkiej podróży³².

Dla autora projektu fundamentalne znaczenie ma pojęcie granicy, którą jako reporter, ale również osoba niezwykle ciekawa świata, Salopek przekraczał w swym życiu wiele razy. Warto podkreślić, że *Out of Eden Walk* jest próbą przekroczenia (a nawet unieważnienia) kolejnej, sytuującej się pomiędzy życiem prywatnym a zawodowym reportera. Salopek prezentuje raczej postawę dziennikarza w pełni zaangażowanego i – co istotne – łączącego wszechstronne kompetencje. Zapytany o obawy dotyczące powrotu do codziennego życia po siedmiu latach ciągłego angażowania się w zawodowy projekt odpowiedział:

Nie stanowi to dla mnie problemu, bo czymże jest zwykłe życie? Robiłem to odkąd skończyłem sześć lat. Pierwszą granicę przekroczyłem jako sześciolatek. I dorastałem w wiosce usytuowanej w środkowym Meksyku, w zupełnie odmiennej kulturze. Nie jest to dla mnie problemem, ponieważ nie mam domu. Nie mam normalnego życia, do którego miałbym wrócić. To jest właśnie moje normalne życie i będę się tym zajmował do końca życia³³.

Choć w swych reportażach dziennikarz podejmuje bardzo szerokie spektrum tematyczne, w sposób szczególny uprzywilejowuje kilka kwestii. Porusza mianowicie tematy takie jak migracja, ekologia, nierówny rozwój ekonomiczny, życie koczowników, rolników, mieszkańców wsi (a zatem społeczności możliwie zamkniętych, rzadko pojawiających się w mediach głównego nurtu). Mimo że Salopek nie

³² „The reason: Mapping police stops on a global trek might help illuminate, even anecdotally, the complex meanings of otherness in our times – a golden age of migration, when more people than ever before are on the move, either voluntarily or by force. Where we travel, of course, is important. But where we are stopped, and why, are key elements of the human journey” [tłum. E.Ż.H.]; P. Salopek, *Nat Geo's World Walker Maps Every Time Police Stop Him*, <https://www.nationalgeographic.co.uk/adventure/2019/10/nat-geos-world-walker-maps-every-time-police-stop-him> [dostęp: 21.01.2020].

³³ „It's not a concern for me, because what is normal life? I've been doing this since I was six years old. I crossed my first border at six and I was raised in a village in central Mexico in a dramatically different culture. I don't have those concerns because I don't have a home. I don't have a normal life to go back to. This is my normal life and I'll be doing it until I draw my last breath” [tłum. E.Ż.H.]; <http://www.bbc.com/travel/bespoke/story/20150326-travel-pioneers/paul-salopek/index.html> [dostęp: 21.01.2020].

pomija ważnych tematów politycznych, wiele uwagi poświęca też kontemplowaniu miejsc, obyczajów i krajobrazów, traktując je jako równoprawnych bohaterów swej reporterskiej narracji. Zaznacza przy tym, że jego celem nie jest poszukiwanie Innego i dokumentowanie egzotyki. Pisze bowiem o „nas” – uniwersalnej kategorii, mieszczącej ludzi bez względu na miejsce ich zamieszkania czy pochodzenie: „tak naprawdę nie uważam się za turystę, podróżnika ani podróżopisarza – powiada Salopek. Nie dostrzegam już egzotyki w stosunku do ludzi, czy to z Wall Street, czy z Lasu Równikowego Ituri. Piszę o tym, co bliskie: o nas”³⁴.

Out of Eden walk z założenia zasada się na programowaniu interakcji. Kluczowym elementem projektu jest zaangażowanie odbiorców, którzy – po pierwsze – mają możliwość komentowania poszczególnych wpisów reportera; po drugie – faktycznego zaangażowania się w ich upowszechnianie poprzez przekład wpisów na języki obce. Biorąc pod uwagę pierwszą ze wskazanych tu kwestii, zwrócić należy uwagę na interakcje pomiędzy dziennikarzem a czytelnikami jego reportażu, wpisujące się w ramy opisanej przez Waltera J. Onga wtórnej oralności³⁵, potęgującej zaangażowanie i uwypuklającej emocjonalny charakter komunikatów. Autor tworzy przekaz ukierunkowany na podtrzymanie dialogu z czytelnikiem. Wielokrotnie odpowiada na pojawiające się pod tekstami zapytania (określone na stronie jako *Share Your Thoughts With Paul*), doprecyzowuje i rozwija poszczególne wątki, opowiada o przyczynach zainicjowania projektu i dziękuje za otrzymywane od czytelników wsparcie. Wracając z kolei do kwestii drugiej, podkreślić należy, iż wpisy Salopka doczekały się już tłumaczenia na ponad dwadzieścia języków. Fakt ten przyczynił się niewątpliwie do ekspansji całego projektu i dostosowania go do standardów globalnego komunikowania. Czytelnik, wchodząc na stronę *Out of Eden Walk*, zachęcany jest do tego, by dołączyć do grona osób zajmujących się przekładaniem tekstów dziennikarza na języki obce. Fotografie tłumaczy-wolontariuszy wraz z ich imionami, krótkim biogramem oraz informacją o kraju pochodzenia umieszczone są na stronie projektu i stanowią rodzaj podziękowania za zaangażowanie internautów w rozpropagowanie informacji na temat poszczególnych etapów wyprawy Amerykanina.

Zastosowana w *Out of Eden Walk* interaktywność jest – jak można zauważyć – formą swoistej nobilitacji odbiorców, którzy nie tylko otrzymują szansę skomentowania wypowiedzi reportera, ale również mogą liczyć na odpowiedź z jego strony. Budowanie dialogu i oddolna aktywizacja publiczności wpisują się w paradygmat kultury uczestnictwa, sprzyjając jednocześnie kreowaniu medialnego wizerunku

³⁴ P. Salopek, *Reinkarnacja najświętszego miasta w Indiach*, tłum. Z. Sulikowski, <https://www.nationalgeographic.org/projects/out-of-eden-walk/articles/2019-03-indias-holiest-city-reincarnates-itself/?language=pl> [dostęp: 21.01.2020].

³⁵ Por. W.J. Ong, *Oralność i piśmiennosc. Słowo poddane technologii*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011, s. 42.

reportera. Projekt Salopka jest bowiem przekazem wykazującym wzmożone tendencje intymistyczne: osobistym, upodmiotowionym, zasadzającym się na silnym eksponowaniu postaci autora. Jest zapisem jego indywidualnych doświadczeń, wyborów i przeżyć, udokumentowanych za pośrednictwem eksponujących reporterskie „ja” tekstów i fotografii. Jako taki doskonale wpisuje się zatem w schemat opisanej przez Michała Drożdża spersonalizowanej komunikacji cyfrowej, której konstytutywnymi elementami są „otwarty dialog, poczucie więzi, współzależności”³⁶.

Wspomnieć warto ponadto, iż tak szeroko zakrojony projekt reportażowy – ma – prócz funkcji informacyjnej – pełnić także funkcję edukacyjną. Salopkowi udaje się sprawnie połączyć realizowanie ambitnej dziennikarskiej misji z pragnieniem dotarcia do możliwie szerokiej grupy odbiorców. Na stronie internetowej *Out of Eden Walk* czytelnik znaleźć może zakładkę *In the Classroom*, w której znajdują się materiały edukacyjne, rekomendowane do wykorzystania na szkolnych zajęciach. Fakt użycia reportażu w charakterze materiału dydaktycznego Salopek ocenił w następujący sposób:

Są na świecie tysiące dzieci w wieku szkolnym, które śledzą ten projekt [...]. To także dla mnie ważna miara sukcesu. Podróż ma na celu przypomnienie młodym ludziom, że świat nie jest niebezpiecznym miejscem. Poszukiwacze mocnych wrażeń, którzy w telewizji robią ekstremalne rzeczy, [...] sugerują, że świat jest niebezpiecznym miejscem. Moja filozofia różni się od tej o 180 stopni. Świat jest Twój. Niezależnie od tego, czy zdajesz sobie z tego sprawę, czy nie, jesteś jego właścicielem. Możesz przejść przezeń tak, jakbyś był jego właścicielem lub możesz się go bać [...]. Możemy przypomnieć ludziom, że rzeczywiście, istnieją wojny, głód, choroby, takie jak Ebola, ale równie dobrze można zostać zabitym, pozostając w domu³⁷.

Wśród dostępnych materiałów znajdują się krótkie filmy edukacyjne z wypowiedziami reportera, wybrane teksty, które mogą stanowić materiał do analizy dla uczniów i studentów, mapy i tabele z danymi. Pojawiają się także niezwykle użyteczne dla nauczycieli pomoce dydaktyczne z przygotowanymi już poleceniami dla

³⁶ M. Drożdż, *Konwergencja mediów – tendencje, modele i konsekwencje*, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 3, s. 97.

³⁷ „We have thousands of school kids around the world following this project [...]. That’s also an important measure of success to me. The walk is also about reminding young people that the world is not a dangerous place. Thrill seekers who go on TV to do extreme things, [...] they’re implying that the world is a dangerous place. My philosophy is 180 degrees the opposite. The world is yours. Whether you realise it or not, you own it. You can walk through it as if you own it or you can fear it [...]. If we can remind people that, yes, there are wars, there are famines, there are diseases like Ebola, but you can also get killed just staying at home” [tłum. E.Ż.H.]; <http://www.bbc.com/travel/ bespoke/story/20150326-travel-pioneers/paul-salopek/index.html> [dostęp: 21.01.2020].

uczniów. Są to przykładowo zadania dotyczące analizy mapy migracji ludności czy przygotowania menu na ceremonię religijną, które byłyby zgodne z obowiązującymi w danej kulturze wytycznymi³⁸.

Podsumowanie

Dokonany w niniejszym szkicu przegląd stosowanych przez Salopka mechanizmów konwergowania medialnych platform i treści pozwala sformułować wniosek, iż tworzony zgodnie z wytycznymi *slow journalism* projekt *Out of Eden Walk* jest potwierdzeniem tezy o nieustającym znaczeniu obszernych, publicystycznych gatunków dziennikarskich oraz o możliwości zaadoptowania ich do wymogów stale ewoluujących narzędzi komunikowania. Projekt Salopka dowodzi, iż takie gatunki, jak wielowątkowy reportaż czy szczegółowy raport, z powodzeniem funkcjonują także w środowisku mediów cyfrowych. Dystrybuowany przy pomocy różnorodnych platform reporterski przekaz zakłada możliwie szerokie oddziaływanie na czytelnika, będącego odbiorcą mediów tradycyjnych, jak też nowych mediów. Skonstruowanie reportażu w formie rozłożonego w czasie projektu pozwoliło autorowi wykroczyć poza narzucane zazwyczaj przez środki masowego przekazu ograniczenia, wynikające chociażby ze ściśle wytyczonego miejsca na szpaltach prasy drukowanej i limitowanego kształtem ramówki programu radiowego czy telewizyjnego. Dzięki efektowi wielomedialnej synergii w przedstawieniu podróży autor zyskał możliwość dogłębnego ukazania miejsc i bohaterów, jak również natychmiastowego wręcz podania pod ocenę odbiorców udostępnianych treści.

Slow journalist – czyli w tłumaczeniu na język polski uważny, wrażliwy dziennikarz – wykracza poza instytucjonalne ograniczenia współczesnych mediów i przypomina, że ich celem winno być przede wszystkim precyzyjne, rzetelne i pogłębione informowanie o złożonych problemach współczesnego świata. Jednocześnie w jego projekcie dostrzegalny jest nacisk na atrakcyjność opowieści i formalny eksperymentalizm. Dziennikarska wyprawa po śladach człowieka, wychodzącego z Afryki i podporządkowującego sobie kolejne obszary globu, ma wymiar nie tylko praktyczny, ale i metaforyczny. Podróż staje się bowiem także swoistym powrotem do korzeni; narzędziem mającym sprowokować dyskusje nad relacją człowieka i przyrody, a także – co wydaje się szczególnie istotne z punktu widzenia współczesności – sposobem zwrócenia uwagi na problemy ekologiczne i migracyjne, z jakimi borykają się mieszkańcy wielu obszarów globu.

Publikowany po przełomie cyfrowym, w epoce konwergencji i w kulturze presumpcji, reportaż podróżniczy Salopka opowiada odbiorcy o globalnych

³⁸ Por. *Out of Eden Walk in the Classroom*, <https://www.nationalgeographic.org/education/out-of-eden-classroom/#pulitzer> [dostęp: 22.01.2020].

problemach, rewidując przy tym dotychczasowy sposób myślenia o internetowym podróżopisarstwie. W dobie silnej ekspansji audiowizualnych form komunikowania oraz niepokojącej celebrytyzacji przekazów medialnych wyraźnie – co znamienne – odchodzi od travelebryckiego modelu, wprowadzając w miejsce kategorii Innego czy Obcego zdecydowanie bardziej adekwatną dla globalnej przestrzeni cyfrowej kategorię „my”. Dominująca w wielu tekstach reportażowych funkcja rozrywkowa zastępowana jest bądź uzupełniana traktowaną przez lata jako nieco archaiczna funkcją edukacyjną. Poszukując na gruncie web 2.0 takich środków wyrazu, które pozwoliłyby w sposób wielokanałowy, obszerny, ale i atrakcyjny opowiedzieć o najważniejszych wyzwaniach współczesnego świata, Salopek trafnie pokazuje, że w modelu *slow journalism* media cyfrowe mogą stać się dla jakościowego dziennikarstwa nie tylko zagrożeniem, ale i szansą. Właściwie wykorzystane, służą bowiem popularyzowaniu ambitnych projektów reporterskich.

Bibliografia

- Bauer Zbigniew, *Antymedialny reportaż Ryszarda Kapuścińskiego*, PAP, Warszawa 2001.
- Bauman Zygmunt, *Ponowoczesne wzory osobowe*, „Studia Socjologiczne” 2011, nr 1, s. 435–458.
- Dickinson Janet, Lumsdon Les, *Slow Travel and Tourism*, Earthscan, London, Washington DC 2010. <https://doi.org/10.4324/9781849776493>
- Dielemans Jennie, *Witajcie w raj. Reportaże o przemyśle turystycznym*, przeł. Dominika Górecka, Czarne, Wołowiec 2011.
- Drożdż Michał, *Konwergencja mediów – tendencje, modele i konsekwencje*, „Studia Medioznawcze” 2008, nr 3, s. 84–103.
- Fischer Heinz-Dietrich, *Foreign Correspondents Report from Africa. Pulitzer Prize Winning Articles and Pictures*, LIT Verlag, Zurich 2014.
- Franklin Bob, Canter Lily, *Digital Journalism Studies. The Key Concepts*, Routledge, London, New York 2019. <https://doi.org/10.4324/9781315406107>
- Frukacz Katarzyna, *Polski reportaż książkowy. Przemiany i adaptacje*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2019.
- Gruszecka-Tieśluk Agnieszka, *Sieć Cittaslow – strategią rozwoju małych miast w Polsce?*, „Studia Ekonomiczne” 2013, nr 2, s. 383–393.
- Honoré Carl, *Pochwała powolności. Jak zwolnić tempo i cieszyć się życiem*, przeł. Krzysztof Umiński, Drzewo Babel, Warszawa 2011.
- Jenkins Henry, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. Małgorzata Bernatowicz, Mirosław Filiciak, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Kapuściński Ryszard, *Lapidaria I–III*, Agora, Warszawa 2008.

- Kundera Milan, *Slowness*, Harpercollins, New York 1996.
- Melosik Zbyszko, *Kultura instant – paradoksy pop-tożsamości*, [w:] *Edukacja. Społeczne konstruowanie idei i rzeczywistości*, red. Mirosława Cyłkowska-Nowak, Wolu-min, Poznań 2004, s. 372–385.
- Ong Walter Jackson, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2011.
- Sukiennik Marta, *Turystyka w czasach przesytu. Slow Travel jako alternatywa*, „Turystyka Kulturowa” 2014, nr 3, s. 21–38.
- Szpunar Magdalena, *Nowe – stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012.
- Torańska Teresa, Purzyńska Małgorzata, *Ja. My. Oni*, Agora, Warszawa 2013.
- Żyrek-Horodyska Edyta, *Nowodziennikarskie eksperymenty z formą reportażu podróżniczego. Kазus „Białej gorączki” Jacka Hugo-Badera*, „Studia Humanistyczne AGH” 2019, nr 2, s. 93–110. <https://doi.org/10.7494/human.2019.18.2.93>
- Żyrek-Horodyska Edyta, *Slow journalism, czyli reporterska szkoła uważności*, „Społeczeństwo i Polityka” 2019, nr 4, s. 25–41.

Netografia

- About the Out of Eden Walk*, <https://www.nationalgeographic.org/projects/out-of-eden-walk/about> [dostęp: 16.01.2020].
- Howard Brian Clark, *Seven-Year Walk Highlights Power of „Slow Journalism”*, <https://www.nationalgeographic.com/news/2015/1/150114-slow-journalism-paul-salopek-eden-walk/> [dostęp: 24.01.2020].
- <http://www.bbc.com/travel/bspoke/story/20150326-travel-pioneers/paul-salopek/index.html> [dostęp: 21.01.2020].
- <https://twitter.com/outofedenwalk> [dostęp: 27.01.2020].
- <https://www.facebook.com/OutOfEdenWalk/posts/2969097923117781> [dostęp: 21.01.2020].
- <https://www.instagram.com/outofedenwalk/?hl=pl> [dostęp: 27.01.2020].
- Muzaffar Maroosha, *Slow Jorunalist Paul Salopek is in India on his Epic 10-Year Walk Across Continents*, https://www.vice.com/en_in/article/pavbj9/slow-journalist-paul-salopek-is-in-india-on-his-epic-10-year-walk-across-continents [dostęp: 20.02.2020].
- Out of Eden Walk in the Classroom*, <https://www.nationalgeographic.org/education/out-of-eden-classroom/#pulitzer> [dostęp: 22.01.2020].
- Paul Salopek: the Slowest Journalist Alive?*, <https://www.slow-journalism.com/slow-journalism/paul-salopek-the-slowest-journalist-alive> [dostęp: 22.01.2020].

Salopek Paul, *Nat Geo's World Walker Maps Every Time Police Stop Him*, <https://www.nationalgeographic.co.uk/adventure/2019/10/nat-geos-world-walker-maps-every-time-police-stop-him> [dostęp: 21.01.2020].

Salopek Paul, *Reinkarnacja najświętszego miasta w Indiach*, tłum. Ziemowit Sulikowski, <https://www.nationalgeographic.org/projects/out-of-eden-walk/articles/2019-03-indias-holiest-city-reincarnates-itself/?language=pl> [dostęp: 21.01.2020].

Edyta Żyrek-Horodyska

The idea of slow travel and the development of travel reportage: On *Out of Eden Walk*, the intermedia project by Paul Salopek

Summary

This article is devoted to presenting the intermedia journalistic project called *Out of Eden Walk* and launched by American reporter Paul Salopek. Based on values such as journalistic reliability and the in-depth view of the reality, the project can be situated within the framework of the popular strands of slow journalism and slow travel. Salopek's intention was to present *Out of Eden Walk* as an alternative to the rapidity of mass media communication and popular travel writing. The purpose of this paper is to demonstrate the way in which Salopek uses media convergence mechanisms for creating an intermediary journalistic message, which is then distributed via various communication platforms based on both new media and traditional media.

Keywords: Paul Salopek, *Out of Eden Walk*, slow journalism, reportage, media convergence

Edyta Żyrek-Horodyska, doktor nauk humanistycznych. Komparatystka, literaturoznawca i medioznawca. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się głównie wokół teorii współczesnego reportażu, historii mediów oraz związków literatury i dziennikarstwa. Autorka książek *Wieszczowie i gazeciarze. Europejska publicystyka epoki romantyzmu* (2016) i *Kartografowie codzienności. O przestrzeni (w) reportażu* (2019). Współautorka tomów (wraz z A. Kaliszewskim): *Fakty i artefakty. Formy paraartystyczne w mediach* (2018) oraz *Kasandry i Amazonki. W kręgu kobiecego reportażu wojennego* (2019).