

Joanna Mikosz

W czym tkwi sukces „Dziennika Łódzkiego” jako pisma regionalnego

Media, Kultura, Społeczeństwo nr 1, 57-65

2006

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

JOANNA MIKOSZ
Uniwersytet Łódzki
mikoszj@wp.pl

W CZYM TKWI SUKCES „DZIENNIKA ŁÓDZKIEGO” JAKO PISMA REGIONALNEGO

Pierwsze stulecie pisma

„Dziennik Łódzki” jest najstarszym pismem w regionie łódzkim. Jego historia sięga 1883 roku, gdy ukazał się pierwszy numer tej gazety, zatytułowany „Dziennik Łódzki. Pismo przemysłowe, handlowe i literackie”. Dziennik już na samym początku określił swoje założenia, które realizowane są do dzisiaj:

Pismo musi być zgoła odmiennem od celów i zakresu wydawnictw prowincjonalnych. Dziennik ten musi być wyrazem życia i potrzeb miejscowych mieszkańców (DŁP, 1884, nr 1: 1)¹.

Priorytetem gazety stało się więc nawiązywanie kontaktów z czytelnikiem, solidaryzowanie się z jego problemami oraz zachęcanie go do udziału w rozmaitych przedsięwzięciach kulturalnych i charytatywnych.

Już w pierwszych latach swojej działalności redakcja pisma postawiła sobie za cel zmianę wizerunku Łodzi jako miasta głównie robotniczo-fabrycznego, w którym niechętnie osiedlała się polska inteligencja. Łódź, według tej grupy społecznej, była pod względem intelektualnym miejscem mało rozwojowym. Traktowała je jako etap przejściowy w swojej karierze i starała się je jak najszybciej opuścić. Dlatego też dziennikarze „Dziennika Łódzkiego” postanowili odmienić tę sytuację i stworzyć łączność pomiędzy tą warstwą społeczną. Pierwszym krokiem stało się nawiązywanie współpracy z literatami, m.in.: Elizą Orzeszkową, Wilhelma Zyndram-Kościółkowską, Marią Szeligą i Walerią Marrene-Morzkowską, których utwory i felietony publikowa-

¹ W artykule zastosowano następujące skróty: DŁP – „Dziennik Łódzki. Pismo przemysłowe, handlowe i literackie”, DŁ – „Dziennik Łódzki”, NDŁ – „Nowy Dziennik Łódzki”, IDŁ – „Ilustrowany Dziennik Łódzki”, DŁ – WD – „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia”.

ne były na łamach pisma. Dzięki temu gazeta nie ograniczała się tylko do publikowania informacji gospodarczych, ekonomicznych oraz politycznych, ale zawierała również pierwiastek intelektualno-literacki, stając się w ten sposób dziennikiem chętnie czytany przez ludzi wykształconych. Po drugie, redaktorzy pisma przyczynili się do powstania pod koniec lat 90. XIX wieku „Lutni” – pierwszego w Łodzi polskiego towarzystwa śpiewaczego. „Dziennik Łódzki” dążąc do zaktywizowania publiczności czytającej naszego regionu, apelował także o nadsyłanie „głosów z miasta”, które były umieszczane na łamach gazety. Ponadto utworzono rubrykę „Kronika Łódzka”, w której pojawiały się „Skargi i zażalenia”.

Wraz z upływem czasu gazeta zwiększała swoją objętość. Ku zadowoleniu czytelników wzbogaciła główne wydanie o dodatkową stronę, określaną mianem „suplementu”, zawierającą odcinek poczytnej powieści, np. *Germinal* Emila Zoli oraz informacje z kraju i zagranicy, a także rubrykę „Listy z Warszawy”.

„Dziennik Łódzki” stał się więc gazetą silnie związaną z Łodzią. Pojawiały się w niej informacje na temat zatrudnienia, budownictwa i problemów mieszkaniowych. Sporo miejsca poświęcano także rozwojowi urbanizacyjnemu miasta i okolic, jak również oświacie oraz kulturze. Pismo opowiadało się też po stronie łódzkich robotników, zwracało uwagę na konieczność poprawy ich warunków pracy i tworzenia dla nich miejsc kulturalnych rozrywek:

Jakkolwiek tu i owdzie mieliśmy do zaznaczenia piękne czyny zamożniejszych fabrykantów, troszczących się w myśl własnego, dobrze zrozumianego interesu, o robotnika chorego lub do pracy niezdolnego, i z drugiej strony nie wahaliśmy się piętnować właściwą nazwą wyzysku i wszelkich ohydnych niesprawiedliwości, których dopuszczali się względem słabszych czy to mocarze czy średniaki ekonomiczne (DŁ 1887, nr 1: 1).

Gazeta, propagując hasła pozytywistyczne – „pracę u podstaw” i „pracę organiczną” – popierała także emancypację kobiet i opowiadała się za ich równouprawnieniem w społeczeństwie. Zwracano uwagę na ogromne znaczenie wykształcenia, znajomości literatury i języków obcych. Podjęto również kwestię równości płci wobec prawa. Podkreślano, że nie można ograniczać kobiet prawnie i ich ubezwłasnowolniać. Pismo naświetlało zagadnienia pracy kobiet w różnych zawodach, omawiało działalność charytatywną, lansowało modę i nowości kosmetyczne, piętnowało przestępczość oraz prostytucję.

„Dziennik Łódzki” został zamknięty 19 grudnia 1892 r. Powodem było wydrukowanie – wskutek pomyłki telegraficznej – wierszy wykreślonych uprzednio przez cenzurę. Wydawanie pisma wznowiono na początku 1907 r. Miało ono wówczas charakter liberalno-demokratyczny. Jego żywot nie był jednak długi. Gazeta została zawieszona przez władzę, która oskarżała je „o rozbudzanie wśród łódzkich robotników nienawiści klasowej” (Kmieciak 1976: 89). Kolejne wcielenie „Dziennika Łódzkiego” to pismo wydawane pod tym tytułem od 1 lutego do 4 kwietnia 1919 r.

Po kilkuletniej przerwie gazeta zagościła na łódzkim rynku wydawniczym 19 września 1931 r. i ukazywała się do 31 marca 1933 r. Dwukrotnie zmieniała nazwę: od 22 czerwca 1932 r. na „Ilustrowany Dziennik Łódzki”, a od 7 sierpnia 1932 r. na „Nowy Dziennik Łódzki”. Pismo miało charakter informacyjny i było reprezentantem sfer pracowni-
czych:

[Nie traktujemy wydawnictwa jako imprezy dochodowej. Jesteśmy placówką społeczną i sprawie społecznej wagi najlepiej służyć chcemy. Chcemy, by łamy naszego pisma stały się laboratorium, w którym kształtować się i uzgadniać będą poglądy organiczacji czy też działaczy na aktualne dla świata pracy zagadnienia ustrojowe, gospodarcze czy społeczne. [...] Chcemy, aby w piśmie naszym znalazł opiekę i obronę człowiek pracy (NDŁ, 1932, nr 1: 1).

Po 1945 r. „Dziennik Łódzki” przyczynił się także do rozwoju ośrodka prasowego, jaki stanowiła Łódź po II wojnie światowej. W pierwszych kilkunastu miesiącach tego okresu miasto stanowiło bowiem krajowe centrum prasowo-wydawnicze. W tym czasie kształtowało się również nowe oblicze środowiska dziennikarskiego. Łódzcy redaktorzy czynnie wspierali wprowadzane reformy społeczne i gospodarcze. Ponadto łódzki ośrodek dziennikarski spełniał rolę bazy dla przedsięwzięć mających na celu zorganizowanie prasy w innych miastach Polski, m.in. w Bydgoszczy i Gdyni.

W omawianym okresie „Dziennik Łódzki” – co niewątpliwie przyczyniło się do jego sukcesu – współpracował z wieloma wybitnymi, znanymi i cenionymi ludźmi nauki, kultury i sztuki, m.in. z ówczesnymi profesorami Uniwersytetu Łódzkiego: Tadeuszem Kotarbińskim, Józefem Chałasińskim, Stefanią Skwarczyńską oraz pisarzami i poetami: Kazimierzem Brandysiem, Mieczysławem Jastrunem, Seweryną Szmaglewską oraz Jerzym Wyszomirskim.

W pierwszych latach po wojnie, gdy ruchy ludnościowe nie sprzyjały konsolidacji społecznej, wysiłki gazety szły w kierunku budzenia lokalnego patriotyzmu, a także aktywności na rzecz swojego miasta, czego dowodem jest powstanie z inicjatywy „Dziennika Łódzkiego” – Towarzystwa Przyjaciół Łodzi. Z aplauzem społeczeństwa i władz spotkał się pomysł ochrony naturalnego środowiska człowieka, zorganizowanego pod hasłem „Zielone świadectwo urodzenia”. Gazeta podsunęła myśl sadzenia drzew przez rodziców nowo narodzonych obywateli Łodzi. Duże uznanie czytelników zdobyła również zorganizowana kilka lat później przedsięwzięta akcja „Dzieci – dzieciom”, w której redakcja prowadziła zbiórkę darów dla sierot. Ponadto „Dziennik Łódzki”, jako pierwsza gazeta, rozpoczął pod koniec lat 60. przyjmowanie wpłat od swoich czytelników na odbudowę Zamku Królewskiego. Oprócz tego redakcja prowadziła również akcję propagandową, tłumacząc chłopom konieczność wprowadzania edukacji. W tym celu wywieziono okresowo na wieś maszyny drukarskie i drukowano na nich wiejskie gazetki. Pismo organizowało też plebiscyty na najpopularniejszych aktorów, spotkania teatralne, maratony filmowe i wycieczki po Łodzi. Zwracało uwagę na konieczność edukacji młodzieży, szerzyło potrzebę oświaty wśród dorosłych oraz zachęcało ludzi do uzupełniania wiedzy ogólnej.

Założenie o „rzetelnym informowaniu, właściwym naświetlaniu zagadnień polityki krajowej i międzynarodowej” uległo jednak zachwianiu (DŁ, 1953, nr 1: 1). Spowodowane to było utworzeniem w 1973 r. koncernu wydawniczego PZPR „Prasa – Książka – Ruch”, który decydował o wydawaniu poszczególnych tytułów i ich nakładach, w tym oczywiście „Dziennika Łódzkiego”, który w latach 1975–1981 nosił tytuł „Dziennik Popularny”. Wówczas polityczna kontrola nad prasą pozostawała domeną cenzury, posługującej się instrukcjami (tzw. zapisy cenzorskie) zawierającymi spisy tematów z różnych dziedzin, nazwisk, publikacji itp., których eliminacja z druku była motywowana głównie względami politycznymi.

„Dziennik Łódzki” po transformacji ustrojowej w 1989 roku

Zakres zmian, jakim uległa prasa po upadku komunizmu, odpowiadała głębokości przemian politycznych, jaki zaszły w Polsce po 1989 roku. W 1990 r. uchwalono nowe regulacje prawne związane z wydawaniem prasy: zniesiono cenzurę, zlikwidowano Główny Urząd Kontroli Prasy, Publikacji i Widowisk. Dotychczasowy licencyjny system prasowy zamieniono w rejestracyjny. Warunkiem ukazywania się gazety zaczęła być sądowa rejestracja tytułu, co przyspieszyło zakładanie nowych pism. O wydawaniu nowych pism zaczął decydować rynek. Na mocy uchwały sejmowej rozwiązano także koncern partyjno-państwowy RSW „Prasa – Książka – Ruch”, likwidując przy tym monopol państwa w dziedzinie kolportażu, a wydawane przezeń pisma zostały sprzedane spółkom należącym do wydawnictw polskich i zagranicznych.

Za sprawą tych zmian prasa w Polsce, po raz pierwszy od 1945 roku, zyskała możliwość w pełni swobodnego rozwoju i ekspresji. Oficjalnie zaczęły ukazywać się pisma wydawane dotąd w podziemiu, a prawo obecności w kraju zyskały czasopisma publikowane za granicą. Ponadto podjęto starania o przyłączenie do międzynarodowej sieci komputerowej. Na początku powstawały regionalne węzły w Warszawie, Wrocławiu i Krakowie, które z czasem rozszerzyły swój zasięg na niemal cały kraj. Proces komputeryzacji objął także redakcje pism. Stało się to za sprawą wejścia na polski rynek kapitału zagranicznego. Zachodni inwestorzy, wprowadzając nieznaną u nas dotąd techniki redakcyjne, zmodernizowali i unowocześnili sposób wydawania gazet.

Dzięki tym przeobrażeniom powstał rynek prasy zróżnicowanej politycznie i merytorycznie. Zaczęły na nim działać prawa popytu i podaży, co doprowadziło do zjawiska konkurencji. W tej walce o czytelnika udział wzięły również „Dziennik Łódzki”. Odniesienie sukcesu na tym polu okazało się jednak zadaniem niełatwym. Na naszym rynku prasowym pojawiło się wiele nowych tytułów, konkurencyjnych pod względem atrakcyjnej treści i formuły graficznej. Były to np.: lokalny dodatek „Gazety Wyborczej” – „Gazeta Łódzka”, „Kurier Ilustrowany”, czy ciesząca się ogromnym zainteresowaniem – zwłaszcza dzięki organizowaniu rozmaitych konkursów z cennymi nagrodami – gazeta „Wiadomości Dnia”.

„Dziennik Łódzki”, aby utrzymać swoich czytelników nie mógł być zatem tylko i wyłącznie gazetą, która solidaryzowała się z problemami mieszkańców miasta oraz organizatorem rozmaitych akcji. Musiał on szukać nowych dróg, które pozwoliłyby stać się mu na tyle atrakcyjnym pismem, by dotrzeć do różnych warstw społecznych. Publiczność czytająca nie była już bowiem mało krytycznym odbiorcą, ale grupą pragnącą rzetelnej, obiektywnej, wyczerpującej i w ciekawy sposób przedstawionej informacji, jaką proponowała np. „Gazeta Wyborcza”. Jej redakcja podkreślała również swoją suwerenność. Ponadto „cieszyła się dużą autonomią oraz nigdy się nie identyfikowała się z określoną partią polityczną i – co istotne – wyrażała zdecydowane opinie” (Drożdż 1996: 163).

„Dziennik Łódzki” także podkreślał swoją niezależność i chęć bycia wolnym od wszelkich wpływów zewnętrznych. Pierwszym krokiem w tym kierunku był sprzeciw wobec

zamiarów Waldemara Bohdanowicza z ZChN (głównego likwidatora RSW), mających na celu przejęcie „Dziennika Łódzkiego” przez Radę Miejską i utworzenie z niego pisma ŁPO:

Chcemy być gazetą prawdziwie niezależną [...], a jednocześnie otwartą na wszystkie orientacje i nurty demokratyczne. Podporządkowanie jakiegokolwiek sile zewnętrznej – w tym również samorządowi miejskiemu – niezależność tę ograniczy. Nie jesteśmy spółką nomenklaturową. [...]. Nie chcemy redagować gazety według dyrektyw czy zaleceń z góry. Pragniemy być samodzielni w interesie naszych czytelników, *Gra o organ* 1990: 7).

Po przejęciu „Dziennika Łódzkiego” w czerwcu 1991 r. przez kapitał zagraniczny „Polskapresse” (Hersant) z Warszawy nastąpiła modernizacja bazy technicznej i sposobu redagowania gazety (układ graficzny i dobry papier). Zaczęto korzystać z nowoczesnych technik wydawniczych (skład komputerowy i wysokiej klasy druk). Dobra jakość publikowanych zdjęć, których źródłem pozyskiwania była również sieć, sprawiła, że pismo stało się bardziej atrakcyjne wizualnie dla swoich czytelników. Dołożono też wszelkich starań w rozwój systemu informacyjnego i rozbudowę (za pośrednictwem poczty e-mailowej) kontaktów krajowych oraz zagranicznych z redakcjami innych gazet, agencjami i serwisami prasowymi, a także ze specjalistami (teraz także dzięki możliwości wirtualnego uczestniczenia w konferencjach prasowych) z różnych dziedzin wiedzy. Odegrało to niewątpliwie istotną rolę, gdyż umieszczanie na łamach pisma ocen i komentarzy ludzi kompetentnych, dotyczących problemów politycznych, społecznych, gospodarczych oraz kulturalnych regionu łódzkiego dodatkowo wzmocniło wiarygodność i rzetelność gazety. Stwarzano w ten sposób platformę wymiany poglądów dla poszczególnych środowisk oraz impuls do samodzielnego myślenia i integrowania się jednostki z problemami społeczności lokalnej.

Redagujący pismo mieli na uwadze nie tylko atrakcyjność gazety, ale również jej względy funkcjonalne. Dlatego też w 2002 roku „Dziennik Łódzki” przeprowadził ankietę dotyczącą odbioru formuły graficznej tego periodyku. Wyniki badań sprawiły, że redakcja – dostosowując się głównie do próśb osób w podeszłym wieku – powiększyła czcionkę i wprowadziła mocniejszą winietę. Zalety tej zmiany dostrzegł – oprócz czytelników – prof. Roman Gos kierujący Kliniką Okulistyczną w Szpitalu Klinicznym w Łodzi:

Redakcja „Dziennika Łódzkiego” wychodzi naprzeciw potrzebom swoich czytelników i przede wszystkim ich oczu (Roman Gos, DŁ – WD 2002, nr 44, 2).

Kolejnym posunięciem przyczyniającym się do podniesienia marki pisma było zmodernizowanie dodatków tematycznych i hobbystycznych. Należały do nich: „Tele Dziennik” (suplement telewizyjny), „Wokół domu” (informacje dotyczące budownictwa i architektury), „Praca w Łodzi” (dodatek ogłoszeniowy), „Bliżej medycyny” (zastąpiony obecnie suplementem „Na zdrowie”), „Mops” (dodatek dla dzieci) i „Urlop z Dziennikiem” (informacje turystyczne). Dodatki tematyczne „Dziennika Łódzkiego” są niewątpliwie bardzo atrakcyjną częścią głównego wydania gazety. Poruszana przez nie problematyka cieszy się dużym zainteresowaniem czytelników. Można znaleźć w nich wiadomości dotyczące zarówno spraw codziennych, podnoszenia kwalifikacji zawodowych, a także wydarzeń kulturalnych i zdrowia. Bywa też tak, że czytelnicy

kupują główne wydanie gazety ze względu na jej suplementy. Potwierdzeniem powyższej tezy są wyniki badań przeprowadzonych przeze mnie w 2004 roku. Dotyczyły one czytelnictwa „Dziennika Łódzkiego”. Poddana ankiecie grupa respondentów liczyła 200 osób. Zaliczali się do niej przedstawiciele różnych grup społecznych – uczniowie szkół średnich, studenci, osoby aktywne zawodowo oraz emeryci.

Analizując wyniki badań dotyczące poczytności dodatków, łatwo jest wysunąć wniosek, że największą popularnością cieszy się suplement „Na zdrowie”. Na taki wybór miał wpływ niewątpliwie fakt, że dodatek ten omawia zagadnienia, które są przedmiotem zainteresowania respondentów. Na ogół suplement ten w pełni zaspokaja potrzeby informacyjne badanych. Wielu ankietowanych podkreślało w swoich odpowiedziach, że: „kupują »Dziennik Łódzki« w soboty przede wszystkim dla tego dodatku” (Mikosz 2004: 72). Drugim powszechnie czytany suplementem jest piątkowy „Bywalec”. Respondenci chętnie korzystają z repertuarów kin, teatrów, a także czerpią informacje na temat wystaw i koncertów. Na trzecim miejscu uplasowała się „Gratka”. Najchętniej kupowana ona jest przez studentów oraz osoby aktywne zawodowo. Jak podkreślają ankietowani: „Zawiera ona wiele ciekawych informacji na temat kupna, sprzedaży rozmaitych produktów” oraz istotne jest to, że: „można zamieścić w niej bezpłatne ogłoszenie (tamże: 73). Na czwartej pozycji znajduje się dodatek „Sport”. Jednak chętniej jest on czytany – z racji zainteresowań – przez mężczyzn niż przez kobiety. Piąte miejsce zajmuje suplement „Wokół domu”. Zdobył on popularność przede wszystkim u osób aktywnych zawodowo, bowiem, jak podkreślają ankietowani: „zawiera on wiele istotnych informacji i porad na temat budownictwa” (tamże: 74). Najmniejszą liczbę głosów otrzymała „Motogratka”, która dostarcza sporo aktualności zmotoryzowanym. Uważam jednak, że na taki wynik ma wpływ zdecydowanie większa liczba kobiet, które wypełniały ankietę (67%). Ponadto wśród respondentów są uczniowie i studenci, którzy na ogół nie mają jeszcze własnych samochodów.

Warto dodać, że przywiązanie czytelników do suplementów pisma trwa do dziś. Potwierdza to ankieta przeprowadzona przez „Dziennik Łódzki” w styczniu tego roku, której tytuł brzmiał: „Jak oceniasz dodatek *Na zdrowie*?” (dodatek *Na zdrowie*, DL 28.01.2006: 3). Wśród odpowiedzi znalazły się np.:

Bardzo podoba mi się jego formuła. Zawsze znajduję w nim ciekawe informacje dotyczące zdrowia i urody. Mimo iż czasopism o takiej tematyce jest na rynku wiele, wy często potraficie mnie zaskoczyć. Za to was cenię

lub

Czytam wasz dodatek dzięki żonie, to ona mnie nim zainteresowała. Teraz jest problem, kiedy się ukazuje – wrywamy sobie go z rąk (tamże).

„Dziennik Łódzki” po okresie przemian ustrojowych i własnościowych pozostał gazetą silnie związaną z Łodzią i jej okolicami. Pojawiały się w nim istotne informacje dotyczące życia miasta, a także wydarzeń w kraju i za granicą. Dużo miejsca poświęcał również sprawom oświaty, kultury i nauki. Publikował wywiady z ciekawymi ludźmi, interesujące recenzje filmowe i sztuk teatralnych. Ponadto dziennikarze pisma organizowali w okresie przedświątecznym zbiórki pieniędzy na rzecz biednych

dzieci oraz dla najbardziej potrzebujących, dowodząc tym samym, że nie są obojętni na ich losy i problemy. Pełnili też tzw. dyżury interwencyjne w redakcji, podczas których mieszkańcy mogli zgłaszać się ze swoimi wątpliwościami.

Pismo po 2000 roku

Rok 2000 był istotną datą w historii „Dziennika Łódzkiego”. Wówczas połączono tę gazetę z pismem codziennym „Wiadomości Dnia”, pod wspólnym tytułem „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia”:

Z przyjemnością komunikujemy Państwu o wielkiej Fuzji „Dziennika Łódzkiego” z „Wiadomościami Dnia” [...]. W poniedziałek 25 września otrzymacie Państwo „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” – największą, najciekawszą i zapewniamy najsympatyczniejszą gazetę Środkowej Polski. Będzie to gazeta, na którą czekają Państwo od dawna (DŁ – WD 2000, nr 20 : 1).

Redakcja „nowej” gazety, w której pracowali dziennikarze obu pism, dbając o utrzymanie poczytności, wielokrotnie przeprowadzała rozmaite sondy. Dotyczyły one pisma i jego dodatków. Na łamach DŁ – WD zadawano rozmaite pytania, np. „Czy »Tele-Magazyn« powinien się zmienić?” (DŁ – WD 2000, nr 44: 2), „Czy »Bywalec« jest wystarczająco kolorowy?” (DŁ – WD 2000, nr 35: 2). Na ich prośbę zmniejszono format „Tele-Magazynu”, rozbudowano informacje na temat filmów i wzbogacono suplement o wywiady z gwiazdami.

Pismo, jako gazeta silnie związana z Łodzią i jej mieszkańcami – po zespoleniu z „Wiadomościami Dnia” – nadal nie pozostawała obojętna na problemy miasta. Dziennikarze, organizując różnego rodzaju sondaże zachęcali, aby czytelnicy mogli na łamach gazety ustosunkować się do wielu istotnych spraw. Pytano: czy powinno budować się w Łodzi więcej marketów (DŁ – WD 2000, nr 37: 2) lub czy w Łodzi czują się Państwo bezpieczni? („Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia”, nr 39, 2000: 2).

Zgodnie z tradycją, dziennikarze pełnili dyżury telefoniczne, podczas których czytelnicy mogli podzielić się swoimi troskami i wątpliwościami. Wiele z przedstawionych spraw omawiano później w „Dzienniku Łódzkim”, dając tym samym odczuć czytelnikom, że redakcja jest dla nich instytucją, do której mogą się zwracać ze swoimi problemami. Ponadto gazeta, aby pomóc poszukującym pracy, umożliwiała zamieszczanie darmowych ogłoszeń na swoich łamach. Oprócz tego redakcja organizowała rozmaite konkursy i plebiscyty, np. na „Łodzianina Stulecia” lub „Wnętrze Roku”. Dodatkowo do jej sukcesu przyczyniło się umożliwienie jej czytelnikom kontaktu ze specjalistami z różnych dziedzin. Przykładem mogą być cykliczne dyżury w redakcji łódzkiego adwokata, który bezpłatnie udzielał informacji z zakresu prawa cywilnego, pracy, rodzinnego, karnego, administracyjnego i ubezpieczeń.

Ciekawym przedsięwzięciem, które dodatkowo umocniło związek gazety z czytelnikiem było utworzenie w siedzibie „Dziennika Łódzkiego” – Galerii „Bywalca”. Jej powstanie umożliwiło młodym artystom zaprezentowanie swoich prac. Ponadto wystawy swoich dzieł mieli tu także znani i cenieni artyści: Hanna Bakuła, malarz Edward Dwurnik czy portrecistka Katarzyna Lengren. „Dziennik Łódzki” sprawował również patronat medialny nad wieloma ciekawymi uroczystościami, np. Festiwałem Nauki i Sztuki

Łódź 2001, Międzynarodowym Festiwałem „Media Travel” lub koncertem włoskiego tenora Salvadora Fischelliego w Teatrze Wielkim.

Wszystkie te działania spowodowały, że „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” stał się najbardziej poczytną gazetą w regionie łódzkim. Potwierdzeniem powyższej tezy są wyniki badań opublikowane przez SMG/KRC Poland Media, które odnosiły się do okresu od maja do października 2001 roku. Według nich „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” miał w tym okresie 30,35% czytelników, „Express Ilustrowany” – 29,33%, „Gazeta Wyborcza” – 16,36%, „Super Express” – 13,24%, a „Rzeczpospolita” – 4,27% (Mikosz 2004: 39).

Chlubną inicjatywą gazety było uczczenie rocznicy ataku terrorystycznego na World Trade Center. 11 września 2002 roku – dokładnie rok po tym wydarzeniu – dziennikarze zaproponowali mieszkańcom miasta, aby przyszli o godz. 20.00 pod pomnik Tadeusza Kościuszki (Plac Wolności) i zapalili świece. Pomysł ten spotkał się z dużym aplauzem łodzian:

Znakomity jest pomysł „Dziennika” na uczczenie rocznicy 11 września. Myślę, że powinniśmy wszyscy tego dnia okazać solidarność zarówno z ludźmi, którzy przeżyli ten koszmar i z rodzinami ofiar ataku na World Trade Center (DŁ – WD 2002, nr 211: 2).

Dalsze rezultaty badań SMG/KRC Poland Media wskazują na rosnące zainteresowanie „Dziennikiem Łódzkim – Wiadomościami Dnia”. Poparciem tej hipotezy są wyniki ankiety przeprowadzonej w drugim kwartale 2002 roku. Według nich DŁ – WD miał 40,12% poparcia, „Express Ilustrowany” – 32,67%, „Gazeta Wyborcza” – 22,37% i „Super Express” – 15,79% (Mikosz 2004: 42). W trzecim kwartale roku gazeta nadal utrzymywała pozycję lidera na łódzkim rynku prasowym. Dowodem tego są poniższe wyniki badań SMG/KRC Poland Media: „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” miał 44,18% poparcia, „Express Ilustrowany” – 34,49%, „Gazeta Wyborcza” – 18,93% i „Super Express” – 15,93% (tamże: 42).

Zacieśnianiu kontaktów między czytelnikami a redakcją sprzyjało także przeprowadzone przez dziennikarzy „Dziennika Łódzkiego – Wiadomości Dnia” referendum unijne. Celem redakcji – oprócz udzielania porad i umożliwienia kontaktu ze specjalistami – stało się zachęcanie mieszkańców województwa do udziału w wyborach do Parlamentu Europejskiego. Ponadto informowano o pozytywnych konsekwencjach, jakie niesie ze sobą ten fakt.

Przeprowadzona w 2003 roku przez SMG/KRC Poland Media ankieta po raz kolejny udowodniła, że „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” był najczęściej kupowanym pismem w regionie łódzkim. W tym okresie nastąpił też wzrost zainteresowania „Rzeczpospolitą” o 1,1%. Zmalał natomiast popyt na „Gazetę Wyborczą” o 5,8% (tamże: 45). Kolejne badania przeprowadzone w kwietniu w 2004 roku potwierdziły przodującą pozycję „Dziennika Łódzkiego – Wiadomości Dnia” w rankingu pism Łodzi: „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” miał 31,12% poparcia, „Express Ilustrowany” – 28,43%, „Gazeta Wyborcza” – 16%, „Fakt” – 15,39% i „Super Express” – 12,83% (tamże: 46).

Powyższe wyniki badań stanowią cenne źródło informacji. Są dowodem na to, że „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia” ma od lat wiernych miłośników i w tym z pewnością tkwi sukces gazety. Pismo od samego początku swojego istnienia zachowuje

bowiem ten sam tytuł. Tradycja czytania dziennika ma charakter rodzinny i jest przekazywana z pokolenia na pokolenie. Potwierdzeniem tej tezy jest fakt, że na wybory kupujących prasę codzienną nie miało dużego wpływu pojawienie się dziennika „Fakt” lub ostatnio wydawanego bez powodzenia „Nowego Dnia”. Wyniki sondy świadczą, że Łodzianie nadal chętnie czytają rzetelną, dobrze zredagowaną informację. Warto jest jednak podkreślić, że nie są to jednak – w przeciwieństwie do „Gazety Wyborczej” lub „Rzeczpospolitej” – artykuły o pogłębionej analizie i zmuszające do refleksji. „Dziennik Łódzki” publikuje bowiem (oprócz wydań weekendowych) głównie krótkie, napisane w przystępny sposób artykuły. Taki styl pisania odpowiada dużej grupie czytelników, zwłaszcza starszemu pokoleniu i osobom o średnim wykształceniu (Mikosz 2004: 52), ale nie wszystkim. Głosy sprzeciwu pojawiają się np. w kręgach studenckich i osób z wyższym wykształceniem. Potwierdzeniem tej tezy są wyniki przeprowadzonej przeze mnie ankiety w 2004 roku. Wśród wypowiedzi respondentów znalazły się m.in.:

Pismo jest powierzchowne. Ukazuje się tu niewielka liczba recenzji książek i wywiadów z twórcami kultury (tamże: 66)

lub

W „Dzienniku Łódzkim” za mało miejsca poświęca się wydarzeniom politycznym, ekonomicznym, gospodarczym i prawu (tamże: 66).

Należy także podkreślić, że sukces czytelniczy nie tylko dotyczy „Dziennika Łódzkiego” jako gazety regionalnej. W innych miastach gazety lokalne także cieszą się większym zainteresowaniem niż prasa ogólnopolska zaopatrzona we wkładki regionalne, np. dodatek łódzki „Gazety Wyborczej”. Na wybrzeżu największą poczytnością cieszy się bowiem „Dziennik Bałtycki” i „Gazeta Pomorska” (tamże: 39). Teza ta została oparta o badania przeprowadzone metodą ankietową na próbie liczącej 18233 osób przez AMG/KRC Poland w 2001 roku i opublikowane przez miesięcznik „Press” (tamże: 38).

Bibliografia

- Drożdż A. (1996), *Nowa prasa łódzka (1989–1994)*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2, s. 161–177.
- Kmieciak Z. (1976), *Prasa polska w Królestwie Polskim i Imperium Rosyjskim w latach 1865–1904*, [w:] Łojek J. (red.), *Prasa polska w latach 1864–1918*, PWN, Warszawa, s. 14–90.
- Mikosz J. (2004), *Dziennik Łódzki – tradycja i współczesność* (niepublikowana praca magisterska).
- Gra o organ* (1990), „Przegląd Tygodniowy”, nr 29, s. 7.
- Walicki J. (1999), *Dziennik Łódzki – nasze 115-lecie*, Prasa Łódzka, Łódź.