

Magdalena Hodak

Czytelnik jako współtwórca lokalnej gazety na przykładzie "Nowego Życia Pabianic"

Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica 17, 40-50

2012

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.

Magdalena Hodak*

Czytelnik jako współtwórca lokalnej gazety na przykładzie „Nowego Życia Pabianic”

Zgodnie z podziałem opartym na modelu komunikacji, dziennikarz to nadawca medialnego przekazu, którego adresatem jest czytelnik. Tytuł niniejszych rozważań przewartościowuje ten układ. Postaram się w nich wykazać, w jaki sposób czytelnik-adresat angażuje się w tworzenie gazety, wchodząc nawet w rolę dziennikarza-nadawcy.

Czytelnika – współtwórcę gazety zaliczyć trzeba do kategorii aktywnych odbiorców mediów. Małgorzata Lisowska-Magdżiarz definiuje go tak:

Ludzie rozmawiają o tym, co wiedzieli, czytali, słyszeli, dzielą się opiniami, zmieniają zdanie, włączają do interpretacji i reinterpretacji przekazów własne teksty odbiorcze, wymyślają własne teksty na podstawie dostarczonego im przez media materiału¹.

Czytelnik-współtwórca, wchodzący w rolę nadawcy, znacznie poszerza zakreszone przez Lisowską-Magdżiarz pole aktywności. Pod pojęciem czytelnika jako adresata rozumiem konkretną osobę, reprezentującą określoną społeczność, a nie adresata w sensie ogólnym jako pewne gremium, zwane także grupą docelową, do której skierowany jest medialny komunikat².

Wybór lokalnego pisma „Nowe Życie Pabianic” jest nieprzypadkowy. Dziennikarze mediów lokalnych mają bezpośredni kontakt z czytelnikami, pomagają im rozwiązywać problemy dnia codziennego, integrują mieszkańców danego miasta czy powiatu.

Redakcja lokalnej gazety jest miejscem szczególnym. Czytelnicy potrafią np. zwrócić do redaktorów po zrobieniu zakupów na rynku, aby opowiedzieć o tym, co kupili, albo poruszyć nawet bardzo osobisty temat. Identyfikują się z redakcją twierdząc: „Dobrze, że mamy swoją gazetę!”³.

* „Nowe Życie Pabianic”, „Mój Łask”.

¹ M. Lisowska-Magdżiarz, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI w.*, Kraków 2008. Autorka omawia ubogi i bogaty model korzystania z mediów.

² Rozróżnienie *per analogiam* do odbiorcy dzieła literackiego. *Słownik terminów literackich*, pod red. J. Sławińskiego (Wrocław 1988, s. 322) definiuje takiego odbiorcę w dwojaki sposób. To konkretny czytelnik, reprezentujący określoną społecznie i historycznie publiczność literacką lub wirtualny adresat.

³ W numerze z 23.09.2011, z okazji 21. urodzin „Nowego Życia Pabianic”, na okładce pisma widnieje sześcioro czytelników. Wszyscy czytają gazetę, a ich twarze wyrażają rozmaite emocje (np. zdziwienie, skupienie, rozbawienie). Materiał zdjęciowy został opatrzony hasłem: „Dobrze że mamy swoją gazetę!”.

Jako redaktor naczelna „Nowego Życia Pabianic”, wcześniej dziennikarz i sekretarz redakcji tego pisma, miałam i mam okazję śledzić na bieżąco mechanizmy warunkujące ewolucję czytelnich zachowań, ich angażowanie się w proces tworzenia gazety.

Owa ewolucja trwa już ponad 21 lat. Pierwszy numer „Nowego Życia Pabianic” ukazał się bowiem 19 września 1990 r. jako nieodosobniona na rynku prasowym reakcja na złamanie monopolu wydawniczego RSW Prasa – Książka – Ruch i zniesienie cenzury po upadku PRL. Gazeta liczyła wówczas 16 stron w formacie 22x31 cm, miała czarno-biały druk, kosztowała 1000 zł.

We wstępniku zatytułowanym *Do Szanownych Czytelników* można przeczytać m.in.:

Oddajemy w Wasze, Drodzy Państwo, ręce pierwszy numer „Nowego Życia Pabianic”. [...] Tygodnik ma informować. Zajmować będziemy własne stanowisko. Już dziś opowiadamy się za demaskowaniem ukrytych spółek nomenklaturowych, pezetpeerowskich. Już dziś opowiadamy się za walką z chamstwem, pijaństwem, złodziejstwem, korupcją i przestępczością. Kapitalizm jest tą formą gospodarki, do której zmierza kraj i Pabianice. Nie może to mieć jednak nic wspólnego z tzw. dzikim kapitalizmem, z cwaniactwem, bezprawiem, działaniem przeciwko człowiekowi⁴.

27 stycznia 1995 r. ukazał się weekendowy dodatek, zatytułowany pierwotnie „Życie Pabianic na niedzielę”. W styczniu 1997 roku do tytułu dodano określenie „Nowe”, co ujedynoliciło nazewnictwo⁵.

„Nowe Życie Pabianic” ukazuje się w nakładzie 8 tysięcy egzemplarzy; cena jednego egzemplarza – 2,50 zł; liczba stron – 48; format – 23x33 cm. Wydawcą tygodnika jest Przedsiębiorstwo Wydawnicze „PAVOX” Sp. z o.o. (prezes zarządu – Ewa Kaleta).

Konkurencją „Nowego Życia Pabianic” jest „Życie Pabianic” z tzw. biedronką (od biedronki w logo), wydawane od 15 maja 1997 r. przez Agencję Dziennikarzy Sp. z o.o. Najmłodszy tytuł to „Moje Miasto Pabianice” (wydawca: Moje Miasto Sp. z o.o.). Pierwszy numer tygodnika ukazał się 30 września 2008 r.

Listy do redakcji

Najbardziej tradycyjną formą współtworzenia gazety przez czytelników są listy do redakcji. Taka korespondencja jest publikowana niemal we wszystkich periodykach, najczęściej w specjalnych rubrykach. Listy świadczą przede wszystkim o zainteresowaniu problemami miasta i treściami zamieszczonymi w gazecie. Głównym celem pisania listów do redakcji jest chęć wyrażenia poglądów⁶.

⁴ NŻP, 19.09.1990, str. 1.

⁵ Weekendowy dodatek „Nowe Życie Pabianic na niedzielę” ukazywał się do końca 2011 roku, ustępując miejsca nowemu, samodzielnemu już tygodnikowi „Mój Łask”, także wydawanemu przez PWO „PAVOX”. W „Moim Łasku” znalazły się rubryki sprawdzone w „Nowym Życiu Pabianic” i „Nowym Życiu Pabianic na niedzielę”.

⁶ Próbę ustalenia wiodących konwencji gatunkowych listu do redakcji podjęła M. Wojtak w oparciu o analizę poczty redakcyjnej miesięcznika miłośników kolarstwa górskiego. Zob. *Stylistyka listów do redakcji na przykładzie poczty redakcyjnej miesięcznika „bikeBoard”*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, t. 8, pod red. M. Białoskórskiej i L. Mariaka, Szczecin 2002.

Tatiana Szczygłowska analizuje list do redakcji jako formę wypowiedzi epistolarnej. Zauważa jednocześnie, że jest on pogranicznym gatunkiem dziennikarskim:

Z jednej strony można się w nim doszukać cech typowych dla gatunków informacyjnych jak poszerzenie wiedzy o rzeczywistości. Z drugiej strony nie brakuje w nim cech czysto subiektywnej oceny rzeczywistości, która stawia pytania, interpretuje fakty i daje do myślenia⁷.

List do redakcji pt. *Piekarnia!*?⁸ został zamieszczony już w pierwszym numerze „Nowego Życia Pabianic”. Autor listu, Roman Peska, dość przewrotnie prosi, aby nie wyburzać pomnika „Czci i chwały bojownikom wyzwolenia społecznego i narodowego”, jaki pabianiccy komuniści „sprezentowali” mieszkańcom w 1968 r. Czytelnik ironicznie postuluje, żeby znak Polski walczącej mieszał się ze skrótem PPR jako dowód fałszu, obłudy i komunistycznego zakłamania. Proponuje umieszczenie tablicy informacyjnej z korektą komunistycznej prawdy.

Inny charakter ma list, w którym pabianiczanie skarży się na kierowcę autobusu, ponieważ ustawił on pojazd w taki sposób, że dymiąca rura wydechowa autobusu linii „1” skierowana jest w otwarte drzwi autobusu linii „3”:

Aby zdarzenia takie nie miały miejsca, uprzejmie proszę dyrektora MZK o pouczenie swoich kierowców, że autobus to nie komora gazowa, a pasażera za jego pieniądze truć nie wypada⁹.

Do redakcji trafiają także listy-stanowiska. Do takiej kategorii należy korespondencja zatytułowana *Jest nam bardzo, bardzo przykro*. Dotyczy ona odczuć lekarzy, zaniepokojonych projektem likwidacji szpitala miejskiego i przekształcenia go w szpital kliniczny¹⁰.

Zdecydowanie najczęściej publikowane są listy interwencyjne. W korespondencji pt. *W masce gazowej po chleb*¹¹ mieszkańcy proszą o interwencję w sprawie ul. Karniszewickiej, która raz zamienia w się w błoto, a przy suchej pogodzie wzbijają się nad nią tumany kurzu. Przy tej okazji zaznaczyć należy, że niejednokrotnie list do redakcji stanowi asumpt do podjęcia interwencji dziennikarskiej, skutkujący redakcyjnym tekstem. *Droga górską w Mongolii? Nie. To dojazdówka pod Dobroniem* stanowi lead tekstu pt. *Przeprawa przez błoto*¹². Czytelnik zrobił zdjęcia i zaprosił w mailu do podjęcia tematu.

Zdarzają się listy humorystyczne. Taka jest korespondencja pt. *„Nocna fala” bez tajemnic*. O niezwyklej, ogromnej fali, powodowanej najprawdopodobniej przez potwora z głębin – pisze wędkarz z Pabianic. Nie sposób odmówić tekstowi walorów literackich:

⁷ T. Szczygłowska, *List do redakcji jako pograniczny gatunek dziennikarski*, [w:] *Media i społeczeństwo*, nr 1/2001, s. 92.

⁸ NŻP, 19.09.1990, s. 6. Piekarnią pabianiczanie nazywają pomnik na Starym Mieście.

⁹ NŻP, 17.01.1995, s. 15.

¹⁰ NŻP, 16.05.1995, s. 3.

¹¹ NŻP na niedzielę, 22.05.1998, s. 14.

¹² NŻP, 22.03.2011, s. 10.

Pora wiosenna. Też wcześniej rano. A wiosną co żyje, kojarzy się w pary. Tak też uczyniły dwie kacuszki krzyżówki, tzn. kaczor pięknie ubarwiony i kaczką. Pływały sobie wesoło, umizgując się do siebie. Było nas nad wodą kilku wędkarzy. Nagle kacuszka głośno i przeraźliwie zaczęła kwakać, więc wszyscy spojrzeliśmy w tę stronę i zobaczyliśmy, gdzie w miejscu, gdzie pływał kaczor, zrobił się wielki wir i koła na wodzie. Kaczka odfrunęła, a kaczor znikł. Biedna – została wdową¹³.

Na łamach „Nowego Życia Pabianic” odnajdujemy także listy przypominające scenki dramatyczne, z partiami dialogowymi. *Trzeźwy kierowca* to miniscenka pokazująca parę z Warszawy, która rano, po wieczornej imprezie, przychodzi na komendę i chce sprawdzić trzeźwość. Oto fragment nietypowego listu:

- Dobry wieczór – mówię do dyżurnego policji, wysokiego faceta z wąsem. – Proszę pana chcielibyśmy zbadać trzeźwość, ponieważ nieoczekiwanie musimy jechać do stolicy, a dzień wcześniej piliśmy wódkę i boimy się wsiąść za kółko. Wolimy mieć pewność, że możemy kierować.
- A dlaczego tu? – odrzekł funkcjonariusz.
- A gdzie? Przecież trzeźwość bada się na policji, a nie w sklepie spożywczym
- odrzekłam grzecznie.
- Nie pamiętamy, trudno powiedzieć, ale nie czujemy się trzeźwi.
- To żeście musieli się nieźle nawalić – odrzekł podniesionym głosem policjant¹⁴.

Od lutego 2011 r. większość listów do redakcji zamieszczanych jest we wtorkowym wydaniu gazety, w nowo utworzonym dziale Forum. Otwiera go apel:

Szanowni Państwo! Wychodzimy naprzeciw Waszym oczekiwaniom. Tę stronę przeznaczamy na Wasze listy. Niejednokrotnie zwracaliście uwagę na to, że w tzw. migawkach ze słuchawki¹⁵ nie da się pomieścić zbyt wiele. Piszcie zatem otwarcie o Waszych problemach. Wypowiadajcie się śmiało o naszych tekstach. Krytykujcie, polemizujcie. Wasza Redakcja NŻP¹⁶.

Listy do redakcji „Nowego Życia Pabianic” nie tylko formę służą wyrażeniu opinii, ale i przedstawianiu zdarzeń. Gdyby odłączyć od nich etykietkę listu, mogłyby być uznane za gatunek dziennikarski czy literaturę¹⁷.

Migawki ze słuchawki

Redakcja od początku postanowiła aktywizować czytelników. W pierwszym numerze znalazł się apel zatytułowany *Redakcja słucham...* Redaktorzy zachęcają:

Od dziś nasz redakcyjny telefon 15-26-64 jest do Państwa dyspozycji codziennie w godz. 9 do 16. Czekamy na sygnały z miasta, na wskazywanie palcem tego, co Państwa denerwuje, dziwi bądź cieszy. Telefonujcie do nas, piszcie do nas lub po prostu odwiedzajcie nas¹⁸.

¹³ NŻP na niedzielę, 14.08.1998, s. 6.

¹⁴ NŻP, 18.09.2009, s. 6.

¹⁵ O tej formie w dalszej części artykułu.

¹⁶ NŻP, 8.02. 2011, s.26.

¹⁷ Zob. przypis 11 i 12.

¹⁸ NŻP, 19.09.1990, s. 2.

Sygnaly spływające od czytelników służyły początkowo jako materiał do tekstów interwencyjnych, ewentualnie redakcja przerabiała ustne wypowiedzi na listy.

Głosy odbiorców jako samodzielny materiał znalazły się w specjalnej rubryce „Migawki ze słuchawki”, która zadebiutowała w kwietniu 1997 roku¹⁹. Migawki szybko znalazły stałe miejsce na trzeciej stronie pisma. Redaktorzy zachowują w nich oryginalną składnię i słownictwo. Pozwala to na zachowanie autentyczności i emocjonalności przekazu.

Początkowo w rubryka składa się z kilku migawek, ale ich liczba szybko wzrosła. Pod koniec 1997 r. migawki zajmowały pół strony, a od maja 1998 roku całą stronę wydania piątkowego, a od października – wtorkowego. Migawki to festiwal różnorodności. Do sięgnięcia za słuchawkę stymuluje wezwanie:

Drodzy Czytelnicy, jeśli Was coś dręczy, denerwuje, dziwi albo śmieszy, podnieście słuchawkę i wykręćcie numer 15-26-64. Chętnie wysłuchamy Waszych opinii²⁰.

Zobaczmy, czym czytelnicy dzielą się z redakcją:

W SP nr 3 nauczycielka przeklina na lekcji, a powinna być wzorem dla młodzieży²¹.

Nowe Życie Pabianic to szmatławiec. Ciągłe bzdury wypisujecie i walicie byki!²².

Riposta pojawiła się w kolejnym numerze:

Tylko oszuści i tchórze uważają NŻP za szmatławca. Gazeta opisuje fakty, jest bardzo potrzebna i nie można jej tak nazywać²³.

Bardzo proszę napisać, że kobiety mają dobre intencje i pomysły, a chłopcy i tak zawsze wszystko skopią. Mówi się takiemu, tłumaczy, a on jakby z dęba spadł – nigdy nie wie, o co chodzi. Mamy dwie półkule mózgowe – jedna jest odpowiedzialna za robotę, druga za myślenie. Naukowcy amerykańscy udowodnili, że u kobiet załączają się one równocześnie, a u mężczyzn tylko jedna. Ja mam na to dowód w swoim domu²⁴.

Intensywny rozwój rubryki wyznacza nie tylko wzrost liczby migawek, ale też pojawienie się zdjęć. Początkowo robią je dziennikarze. Np. wykonują fotograficzną ilustrację do materiału:

Mieszkamy przy ul. Łąkowej 13. Tylko komorne potrafią podwyższać. Remontu tu nie było od 20 lat. Nie odświeżą choćby ścian. Drzwi wejściowe rozlatują się.

¹⁹ Rubryka po raz pierwszy w piątkowym wydaniu pojawia się 11.04.1997, we wtorkowej edycji – 22 kwietnia 1997.

²⁰ Rubryka została zainicjowana w czasach, kiedy obywatele nie mieli jeszcze dostępu do Internetu. Nazwa „Migawki ze słuchawki” okazała się jednak na tyle zapadająca w pamięć, że w czasach ekspansji Internetu ostała się, choć w praktyce redakcja zaczęła zamieszczać także migawki z maili czy komentarzy zamieszczanych na stronie internetowej.

²¹ NŻP, 02.12.1997, s. 3

²² NŻP, 22.04.1997, s.2.

²³ NŻP na niedzielę, 25.04.1997, s. 3.

²⁴ NŻP, 25.04.1997, s. 3.

Wyglądają jak od komórki. Niedługo zapadną się schody, konstrukcja kruszy się, tynki odpadają. Proszę przyjechać i zobaczyć, jak się ludziom każe żyć²⁵.

Wkrótce autorzy migawek zaczęli dostarczać do redakcji także zdjęcia. I tak czytamy np.:

Na jednej z posesji przy ul. Konstancyńskiej stoi stara stolarnia, która częściowo uległa zawaleniu. Mieszkańcy pobliskiej kamienicy martwią się o bezpieczeństwo swoje i swoich dzieci, które bawią się nieopodal gruzowiska²⁶.

Obok redakcja zamieściła zdjęcie czytelnika.

Kolejny wskaźnik ewolucji rubryki to migawka i odpowiedź do niej. Czytelnik wywołuje niejako do tablicy osoby odpowiedzialne np. za porządek w mieście. Zdobycie wypowiedzi konkretnych osób leży już w gestii redakcji.

Na skwerku przy ul. Warszawskiej i Poprzecznej od kilku dni pod drzewem leży duży zdechły pies. Prawdopodobnie został potrącony przez samochód i porzucony. W tej chwili spadek śniegu i padlina nie stanowi żadnego zagrożenia, gorzej jak przyjdą cieplejsze dni i rozpadający się zewłok będzie siedliskiem zarazków...

Odpowiada Robert Wójcik: młodszy aspirant Straży Miejskiej:

- Na pewno sprawdzimy ten teren i jeżeli rzeczywiście zaistniała taka sytuacja, natychmiast powiadomimy odpowiednie służby, które zajmą się uprzątnięciem martwego psa²⁷.

Przytoczone przykłady pozwalają zdefiniować migawkę jako krótką wypowiedź prasową o subiektywnym charakterze i tematyce dotyczącej rozmaitych aspektów codzienności. W formie tej współgrają dwie funkcje: ekspresywna i impresywna, co znajduje odzwierciedlenie np. w charakterystycznej dla mowy potocznej składni (swobodny szyk, powtórzenia), słownictwie (kolorystyka), częstym używaniu trybu rozkazującego. Nadawca przeważnie wyraża swoje emocje w celu spowodowania konkretnych reakcji.

Hyde Park

Ciekawą formą uczestnictwa czytelników w tworzeniu gazety jest *Hyde Park*, który pojawił się na łamach 4 stycznia 2002 r., w weekendowym wydaniu „Nowego Życia Pabianic”²⁸. Obecnie rubryka ukazuje się we wtorkowej gazecie, także zajmując całą stronę.

Nazwa *Hyde Park*, nawiązująca do speakers corner w jednym z brytyjskich parków królewskich, sugeruje, że rubryka jest miejscem, gdzie można bardzo swobodnie wypowiadać swoje opinie. Tymczasem funkcję miejsca będącego

²⁵ NŻP, 10.03.1998, s. 3.

²⁶ NŻP, 25.10.2005, s. 3.

²⁷ NŻP, 29.11.2005.

²⁸ W „Nowym Życiu Pabianic” na niedzielę *Hyde Park* funkcjonował nieprzerwanie do 16 lutego 2009 r. *Hyde Park* został wznowiony we wtorkowym wydaniu gazety 15.02.2011.

trybuną opinii publicznej pełnią *Migawki ze słuchawki*. *Hyde Park* to trybuna miejscowych poetów-amatorów. Pojawiają się na niej: wiersze liryczne, fraszki, aforyzmy, żartobliwe listy, krótkie opowiadania, formy satyryczne: *erodydki*, *ogłoszenia próżne*).

Formy poetyckie mogłyby niekiedy stanowić samodzielny zbiorek wierszy. Zdarza się, że hydeparkowicze takie tomiki wydają²⁹.

Dziennikarstwo obywatelskie

Dziennikarstwo obywatelskie, spopularyzowane ostatnio w Internecie i traktowane jako znak czasów nowoczesnych technologii³⁰, otrzymało zaproszenie na łamy:

Zachęcamy Was do pisania, redagowania oraz brania aktywnego udziału w tworzeniu naszej gazety. Piszcie do nas, przysyłajcie swoje teksty, zdjęcia i filmiki, [...] Nie wahajcie się, zostańcie członkami naszej wspólnej, ODPOWIEDZIALNEJ społeczności³¹.

Teksty obywatelskie ukazują się na stronie internetowej gazety, a najlepsze publikowane są w papierowym wydaniu gazety. Spośród autorów takich tekstów wyłaniany jest Dziennikarz Obywatelski Roku. Laureat otrzymuje dyplom i kamerę ufundowaną przez wydawcę gazety.

W zaproszeniu do zaangażowania się w tworzenie gazety na omawianej zasadzie pobrzmiewa wyraźnie idea budowania społeczeństwa obywatelskiego. Marian Gierula widzi w niej perspektywy rozwojowe prasy lokalnej:

Perspektywy rozwojowe prasy lokalnej w Polsce należy także rozważyć poprzez jej udział w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Kluczowym zagadnieniem staje się w tym wypadku demokratyczna komunikacja, której jednym z podstawowych celów jest umożliwienie wszystkim grupom ludności wnoszenia udziału do pionu informacji, która stanowi podstawę podejmowania decyzji na poziomie lokalnym i regionalnym³².

Karina Stasiuk-Krajewska określa atrybuty dziennikarstwa obywatelskiego – to m.in. amatorskość, oddolna aktywność obywatelska, zatarcie granicy między nadawcą a odbiorcą³³.

Agnieszka Zwiefka-Chwałek upatruje przyczynę rozwoju dziennikarstwa obywatelskiego w rozwoju nowoczesnych technologii:

²⁹ Takim przykładem jest hydeparkowicz Mieczysław Przysiał, który wydał już 3 tomiki wierszy.

³⁰ „Dziennikarstwo obywatelskie jest to rodzaj publicystyki uprawianej przez amatorów w interesie społecznym. Jego rozwój wiąże się z Internetem, który umożliwił każdemu interaktywne współtworzenie treści oraz kolportaż tekstów do szerokiej grupy odbiorców”, www.audience.gemius.pl/pages/display/dziennikarstwo.

³¹ NZP, 12.04.2011, s. 3.

³² M. Gierula, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, pod red. E. Chudzińskiego, Warszawa-Bielsko-Biała 2009, s. 147.

³³ K. Stasiuk-Krajewska, *Dziennikarstwo obywatelskie. O problemach granic dziennikarskiej profesji*. Referat wygłoszony w Olsztynie podczas konferencji *Edukacja medialna – nadzieje i rozczarowania. Próba bilansu dekady*, 22–23 stycznia 2010 r.

Dzięki coraz łatwiejszemu dostępowi do technologii nagrywania (w cyfrowy aparat lub/i kamerę wyposażona jest większość telefonów komórkowych) uczestnicy będąc przypadkowymi świadkami wydarzeń, mogą je rejestrować, a następnie udostępniać redakcjom materiał, którego nie mogliby zrealizować zawodowi dziennikarze przybywający na miejsce zdarzenia najczęściej już po danym wydarzeniu³⁴.

Świadek staje się reporterem. Sztandarowym przykładem jest zarejestrowanie samolotu wbijającego się w wieżę World Trade Center przez przechodnia, który użył aparatu komórkowego.

Obecność na miejscu zdarzenia czytelnika „Nowego Życia Pabianic” widać m.in. na przykładzie newsa zatytułowanego *Cud, że przeżyli*. Świadek dostarczył do redakcji zdjęcie z wypadku³⁵.

Serię zdjęć dzieci bawiących się na ogromnych pryzmach piachu, powstałych przy remoncie sieci ciepłowniczej, nadesłała do redakcji czytelniczka. Jedno z nich trafiło na okładkę. Pozostałe ilustrują temat *Strach i obojętność. Dzieci z placu budowy*³⁶.

Podobnie zdjęcia wykonane przez uczestnika ceremonii pogrzebowej ilustrują tekst pt. *Horror na pogrzebie*. Na fotografii widać, jak podczas uroczystości groby podmywa woda³⁷.

Podsumowanie

Zaangażowanie czytelnika w tworzenie gazety nie jest samoistne. Aktywizowane są nie tylko takie gatunki użytkowe, jak apele o przekazywanie konkretnych form wypowiedzi. Za takim zachowaniem stoi, realizowana w różnoki sposób, strategia budowania więzi z odbiorcami. Składają się na nią konkretne praktyki. Niechaj za przykład posłuży akcja *Idziemy do Was z czajnikiem*:

Drodzy Czytelnicy, chcemy wspólnie z Wami przeżywać Święta Wielkiej Nocy nie tylko za pośrednictwem gazety, podczas zbierania informacji w mieście, ale również przy wielkanocnym stole, w rodzinnej atmosferze.

Wszyscy, którzy chcieliby nas zaprosić do siebie, mogą przynosić do redakcji wypełnione zgłoszenia. Czekamy do 11 kwietnia. W drodze losowania wyłonimy rodzinę, do której wybierzemy się w pierwszy bądź drugi dzień świąt (do ustalenia). Wizyta dwojga dziennikarzy nie będzie trwała dłużej niż godzinę.

Uwaga, przybędziemy w wesołych, wielkanocnych nastrojach, a do tego z cennym podarkiem – czajnikiem z zapalaczem, ufundowanym przez sklep „Oficina” (Zamkowa 24)³⁸.

Pabianiczanie zachęceni są do przekazywania przepisów na dania. Najlepiej takie, które mają wymyśloną przez nich nazwę³⁹.

³⁴ A. Zwiefka-Chwałek, *Dziennikarstwo uczestniczące jako przejaw mediamorfozy*, Wrocław 2009, s. 160.

³⁵ NŻP, 04.10.2011, s. 9.

³⁶ NŻP na niedzielę, 22.07.2011, s. 5.

³⁷ NŻP na niedzielę, 05.08.2011, s. 3.

³⁸ NŻP, 27.03.2001, s. 12.

³⁹ Np. nazwa „galaretki dla bohaterów”, bo czytelniczka mieszka przy ul. Bohaterów. Zob. NŻP na niedzielę, 03.06.2011.

W konkursie fotograficznym *Pochwal się zwierzakiem* chodzi z kolei o najzabawniejszą fotografię domowego zwierzęcia. Rubryka *Okaz na pokaz* przeznaczona jest dla tych, którzy chcą zaprezentować oryginalne owoce czy warzywa⁴⁰.

Budowanie więzi z gazetą poprzez zaznaczanie obecności czytelników na łamach zaczyna się od dzieciństwa. Kontury do malowania dla najmłodszych tworzą same dzieci po to, aby inne je pokolorowały.

Gazeta lokalna jako znajdująca się najbliższej adresatów stanowi medium najskuteczniej wciągające w tworzenie pisma.

Gazety adresowane do mniejszych społeczności mają większą szansę na to, aby aktywizować czytelników⁴¹. Niewątpliwie konsekwencją działalności mediów lokalnych, jako tych, które znajdują się bliżej odbiorcy, jest aktywność przejawiająca się w pisaniu tekstów czy robieniu zdjęć. Taką potrzebę można rozpatrywać w kontekście nadrabiania zaległości, jakie powstały w okresie PRL-u⁴². Jej realizacji dobrze służy rozwój nowoczesnych technologii. Nie bez znaczenia jest fakt, że materiał dotrze błyskawicznie do celu drogą elektroniczną.

Na podstawie analizy „Nowego Życia Pabianic” stwierdzić można, iż na gruncie prasy lokalnej dziennikarstwo obywatelskie ma prawo istnienia nie tylko w Internecie. Pojawia się także w wydaniach papierowych.

Przytoczone sposoby współtworzenia gazety przez czytelnika uwidocznily skłonność do wchodzenia w rolę dziennikarza. Pojęcie czytelnika-współtwórcy gazety oznaczało dotąd źródło informacji, bohatera czy komentatora materiału medialnego⁴³. Te formy aktywności należy poszerzyć o kategorię czytelnika-reportera. Czytelnik-reporter to kolejny sposób uczestnictwa w tworzeniu medialnych treści. Jest to swoiste przebiegunowanie relacji nadawca – odbiorca, gdyż czytelnik-odbiorca staje się nadawcą.

Stanisław Sowa zauważa, że konkurencja ze strony portali internetowych wyznacza zmiany w tradycyjnych mediach i to ona narzuca niejako odbiorcy rolę dziennikarza. Gazety muszą wchodzić w dialog i w interakcje ze swoimi czytelnikami. Teksty i zdjęcia tworzone przez internautów są niewątpliwie szansą dla tradycyjnych mediów:

Zespoły redakcyjne w oparciu o swoją wiedzę i doświadczenie mogą najlepiej wykorzystać te treści nie tylko w swoich witrynach internetowych, ale też w prasie, radiu czy telewizji⁴⁴.

⁴⁰ Np. pięciokilową kapustą pochwaliła się pani Joanna Cypel z Gutowa Dużego. Zob. NŻP, 20.09.2011, s. 11.

⁴¹ O misji mediów polegającej także na rozbudzaniu obywatelskiej aktywności pisze M. Bajer w artykule *Etos i osoba – dziennikarz w mediach lokalnych jako autorytet osobowy*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, pod red. I. Borkowskiego i A. Woźnego, Wrocław 2003, s. 10–11.

⁴² Anatol Jan Omelanek w artykule *Współczesny regionalizm polski*, [w:] *Media a regionalizm*, Olsztyn 2002, s. 22, pisze: „Musimy konsekwentnie dążyć do pobudzenia aktywności lokalnej, do odrodzenia hamowanej w okresie powojennym samoorganizacji społeczeństwa”.

⁴³ Seweryn Chwałek traktuje odbiorcę-widza jako współtwórcę lokalnego serwisu informacyjnego w telewizji, postrzega jego rolę jako źródło informacji, bohatera czy komentatora. Taki sposób widzenia prezentuje w publikacji *Vox populi – widz jako współtwórca lokalnego serwisu informacyjnego w telewizji*, [w:] *W świecie wolności i ograniczeń*, dz. cyt.

⁴⁴ S. Sowa, *Czytelnicy w roli dziennikarzy*, [w:] *Współczesna rola oraz zadanie mediów regionalnych i lokalnych*, pod red. J. B. Hałaj, Rzeszów 2007, s. 69.

Internet wyzwala interakcję, ale nie przeceniałabym jego roli w powołaniu do istnienia nowej kategorii czytelnika-współtwórcy treści.

Podkreślić tu choćby należy, że formą prekursorską wobec Internetu są *Migawki ze słuchawki*. Rubryka powstała jeszcze w czasach preelektronicznych (debiut 1997 r.). Stała za nią potrzeba komentowania rzeczywistości oraz artykułów w gazecie. Można zaryzykować twierdzenie, że migawki stanowią swoisty gatunek prasowy uprawiany przez czytelników. Prowokują do wyodrębnienia nowego podziału na czytelnicze i dziennikarskie gatunki prasowe.

Odbiorca staje się świadomym uczestnikiem życia publicznego, ramię w ramię z dziennikarzem wskazuje mankamenty otaczającej rzeczywistości, ocenia ją czy nawet, co ilustruje przykład migawki z odpowiedzią, wskazuje osoby odpowiedzialne za niedopatrzenia.

Dziennikarz kształtujący opinię publiczną zyskuje partnera-czytelnika, przedstawiciela opinii publicznej. Ten swoisty paradoks staje się kolejnym przejawem demokratyzacji mediów i społeczeństwa, szczególnie widocznym na lokalnym gruncie prasowym.

Streszczenie

Czytelnik jak współtwórca gazety lokalnej na przykładzie „Nowego Życia Pabianic”

Analiza pokazuje sposoby angażowania się w czytelnika tworzenie gazety, polegające na pisaniu tekstów. Owo zaangażowanie najbardziej widoczne jest w czasopismach lokalnych, które znajdują się najbliżej swoich odbiorców. „Nowe Życie Pabianic” ukazuje się od ponad 21 lat, na łamach tej gazety zdążyły więc rozwinąć się rozmaite formy wypowiedzi czytelników.

Do tradycyjnych należą listy do redakcji i amatorskie formy poetyckie czy prozatorskie. Nowe formy to tzw. „migawki ze słuchawki”, czyli głosy opinii publicznej. Kolejny przejaw współuczestniczenia w przekazywaniu treści to tzw. dziennikarstwo obywatelskie.

Nowe formy wypowiedzi, związane także z rozwojem Internetu, uwidoczniają skłonność do wchodzenia czytelnika w rolę dziennikarza. Dziennikarz kształtujący opinię publiczną zyskuje partnera-czytelnika, przedstawiciela opinii publicznej. Ten swoisty paradoks staje się kolejnym przejawem demokratyzacji mediów i społeczeństwa.

Summary

The reader as a co-author of a local newspaper. “Nowe Życie Pabianic” (The New Life of Pabianice) as a case in point

The analysis shows different ways of engaging the reader in the creation of a newspaper. Such engagement is the most pronounced in local press, where the bond between the newspaper and the target reader is naturally much stronger than in national media. The New Life of Pabianice has been in circulation for over 21 years and different forms of readers' expression have been fostered on its pages.

Among the traditional forms of readers' verbalisation, there are: letters to the Editor, amateur poetic forms and pamphlets. As far as the new forms are concerned, the readers' call-in columns are given prominence, together with the so-called *citizen journalism*.

The new forms of readers' expression, connected with the development of the Internet, exemplify the tendency among the readers to take over the role of a journalist. An opinion forming journalist is aided by the reader – a partner in discussion and the voice of the general public. Paradoxical as it may seem, it is indeed yet another symptom of the democratisation of the media and the society.