

Wyposażenie świątyni to późnobarokowy ołtarz główny z grupą Ukrzyżowania w części centralnej i bramkami obejścia z obu stron oraz ołtarze boczne: późnobarokowe przy łuku tęczowym i podobne do nich XIX-wieczne latarnie przy ścianach bocznych, oraz rokokowe konfesjonały i kamienna chrzcielnica z 1864 r., a także organy muzyczne z trakturą mechaniczną z pocz. XX w. We wnętrzu kościoła w przyszłości odtworzona zostanie polichromia projektu Marii Ritter (1966 r.), wykonana przez Tadeusza i Zofię Knausów; na chórze zachowały się ślady polichromii rokokowej z 2 poł. XVIII w.

W sektorze budownictwa łemkowskiego znajduje się przeniesiona ze wsi Czarne cerkiew pw. św. Dymitra, zbudowana w latach 80. XVIII w. Drewniana cerkiew z wieżą wzniesioną ponad babińcem i kruchtą, ma wyraźny trójdzielny układ (najniższe prezbiterium, wyższa nawa i wieża). Po bokach wieży znajdują się oszalowane, niewielkie soboty. Każda z części cerkwi nakryta jest osobnym, gontowym dachem. Polichromię wnętrza wykonał Jan Bogdański w latach 1893–95. Namalowane zostały tutaj sceny z Nowego i Starego Testamentu, iluzjonistyczny ołtarz boczny na ścianie południowej oraz dekoracja kwiatowa i drapowane tkaniny. Wyposażenie cerkwi stanowi barokowo-rokokowy ikonostas z 1801 r., wykonany przez Jakuba Szajcera, a odnawiany przez Jana Bogdańskiego, oraz ołtarze główny i boczny. Kościół i cerkiew zostały przywrócone do kultu w 2004 r.

Justyna Przydzielska

MEDIA LOKALNE W POLSCE – PIĘTNAŚCIE LAT DOŚWIADCZEŃ

24 listopada 2005 r. w Studiu S-5 Radia Kraków Małopolska odbyła się konferencja naukowa „Media lokalne w Polsce – piętnaście lat doświadczeń”. Została zorganizowana z okazji jubileuszu 60-lecia Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej w Krakowie oraz 30-lecia Komisji Prasoznawczej Polskiej Akademii Nauk – Oddział w Krakowie. Jednocześnie była ona częścią XII Ogólnopolskiego Sejmiku Mediów Lokalnych 2005 oraz projektu pt. „Rola mediów lokalnych w tworzeniu społeczeństwa obywatelskiego”. W konferencji udział wzięli naukowcy, przedstawiciele środowisk dziennikarskich prasy, radia i telewizji, wydawcy, bibliotekarze, regionaliści. Głównym celem konferencji, której przewodniczył prof. dr hab. Jerzy Jarowiecki – prezes Komisji Prasoznawczej – było podsumowanie procesu kształtowania się wolnych mediów lokalnych w III Rzeczypospolitej, ich aktualnej kondycji oraz perspektyw rozwoju.

Tematy poruszone na konferencji – jej organizatorzy zapowiadają wydanie referatów w oddzielnej publikacji – nakreśliły w przejrzysty sposób zagadnienie mediów lokalnych, usystematyzowały istniejące pojęcia.

W problematykę konferencji wprowadził uczestników dr hab. Stanisław Michalczyk, wyjaśniając zakres terminologiczny i problemowy określenia *media lokalne*. Według dr hab. Michalczyka, w Polsce nowy podział mediów lokalnych nastąpił wraz z podziałem administracyjnym kraju w 1999 roku. Gdy mówi się o zasięgu mediów lokalnych, myśli się

głównie o dwu zasadniczych jego wymiarach: 1) geograficzno-terytorialnym – jest nim konkretny obszar, jaki obejmuje przekaz mediów; 2) społeczny – jest nim liczba odbiorców oraz ich charakterystyczne cechy społeczno-demograficzne. Czynniki te mają zasadniczy wpływ na przedmiot i sposób doboru oraz przygotowania materiałów, które są następnie kierowane do odbiorców społeczności lokalnej, o charakterystycznych cechach i zamieszkałych na określonym, niewielkim obszarze, o własnej tożsamości oraz specyfice społecznej i przyrodniczej. Istotą społeczności lokalnej jest szczególnego rodzaju więź łącząca ludzi, która buduje się korzystając z tradycji, historii regionu, folkloru, obyczaju i zwyczajów lokalnych oraz relacji ze współczesnych wydarzeń, rozgrywających się w tym środowisku. Te zaś docierają do człowieka w wyniku działania środków komunikowania społecznego. Podstawową rolę w tym procesie odgrywają różnorodne sposoby, formy i środki komunikowania, zarówno w wymiarze interpersonalnym, jak i publicznym. Media lokalne jawią się w tej perspektywie jako istotny czynnik budowania więzi i tożsamości wspólnot lokalnych, gdyż przenoszą do odbiorców opinie, poglądy, uczucia współmieszkańców, wyzwalając w nich większe zainteresowanie otoczeniem społeczno-kulturowym. Sytuacja ta sprzyja lepszemu, a więc również głębszemu zrozumieniu miejscowych wydarzeń, zjawisk i procesów.

Obecnie media lokalne obejmują:

- 1) media regionalne – wydawane na obszarze kilku powiatów lub obejmujące zasięgiem pogranicza powiatów;
- 2) media powiatowe – rozpowszechniane w jednym powiecie lub na jego większej części;
- 3) media sublokalne – wydawane w gminie, mieście, osiedlu, parafii.

Obok promocji *małej ojczyzny* do podstawowych funkcji i zadań mediów lokalnych należą:

- wszechstronna, bieżąca informacja lokalna,
- kontrola władz lokalnych,
- promowanie inicjatyw lokalnych,
- integracja środowiska lokalnego,
- pełnienie *trybuny społeczności lokalnej*,
- funkcja opiniotwórcza,
- wspieranie lokalnej kultury,
- edukacja ekonomiczno-gospodarcza,
- funkcje reklamowo-ogłoszeniowe,
- funkcja rozrywkowa.

Jak zaznaczył Włodzimierz Chorążki, z gazet i czasopism, które istniały w latach 1988–1990 zostało już około 15–20%. Czasopism ubywa, jednak w ich miejsce powstają nowe lub są wznawiane, które były wcześniej zawieszono. W latach 90. ilość czasopism lokalnych i sublokalnych nigdy nie była mniejsza niż 1800, ale też nie przekroczyła liczby 2 300. Ok. 1/3 tytułów to prasa parafialna, która jest bardziej elementem krzewienia wiary, niż prasa spełniająca funkcje prasy świeckiej, jednak uwzględniana jest we wszystkich zestawieniach.

Wśród prasy lokalnej i sublokalnej ukazującej się pod koniec lat 90. 25% stanowią pisma wolnorynkowe wydawane przez wielo- i jednopodmiotowe spółki; ok. 35% to pisma wydawane przez lokalne samorządy (w tym 50% to biuletyny informacyjne); 10% to pisma wydawane i finansowane przez towarzystwa miłośników miast, ziem itp.,

stowarzyszenia i fundacje; ok. 1,5% to pisma lokalnych partii politycznych i organizacji związkowych; 3,5 % to gazety korporacyjne (kiedyś zakładowe), 25% to wspomniane już pisma parafialne.

Dr Edward Chudziński zagłębił się w aspekt historyczny i współczesny prasy regionalistycznej. Wskazał na inicjatywę małopolskich regionalistów w tworzeniu, przy wsparciu środowisk naukowych Krakowa, rocznika „Małopolska”, pisma nawiązującego do XIX-wiecznych idei regionalistycznych, ale jednocześnie nowoczesnego, prezentującego dorobek kulturowy i naukowy lokalnych społeczności Małopolski.

Zagadnieniem, które wzbudziło ożywioną dyskusję, ale jednak nie zostało rozstrzygnięte, było określenie stosunku prasy lokalnej do mutacji regionalnych poszczególnych, dużych dzienników. Zastanawiano się czy są one konkurencją dla tytułów lokalnych wydawanych samodzielnie, w których dominują tematy historyczne, krajoznawcze, wspomnieniowe i folklorystyczne.

Na obecnym etapie kształtowania się rynku mediów lokalnych nie można stwierdzić czy mutacje regionalne wyprą tradycyjną prasę lokalną. Potrzeba jeszcze czasu, aż rynek sam się ureguluje.

Tematem wystąpienia prof. dra Ignacego Fiuta była kwestia prasy bezpłatnej. Do tej pory temat ten nie był szeroko poruszany przez medioznawców. Profesor zwrócił uwagę na fakt, że prasa bezpłatna stała się fenomenem ostatnich lat. Analiza jej rozwoju, wskazuje na znaczącą pozycję na rynku reklamowym.

Zasadniczą przyczyną powodzenia bezpłatnej prasy jest wskaźnik zwany kosztem dotarcia reklamodawcy do odbiorcy. Jest on znacznie niższy niż w przypadku płatnej prasy. Redakcje darmowych gazet nie przypominają klasycznych wnętrz dzienników redagowanych „za pieniądze”. Zwykle „bezcenne” tytuły zatrudniają kilku lub niewiele ponad tuzin dziennikarzy, których głównym zadaniem jest przeredagowywanie i wlewanie na kolumny depesz agencyjnych. Ważne jest jedno: ilość reklam i szybkość ich dotarcia do czytelników.

Prasa bezpłatna ma to do siebie, że nie zagraża czytelnictwu poważnych gazet, ale wchodzi w lokalny rynek reklamowy.

Szczegółowy referat na temat współczesnych małopolskich mediów lokalnych przedstawili dr Władysław Kolasa i dr Artur Paszko. Ich wnikliwe wywody były ilustrowane zestawieniami statystycznymi w rozmaitych przekrojach.

Po sesji plenarnej, w gościnnych salach Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej odbyły się dyskusje panelowe w dwu blokach tematycznych: Media lokalne – pytanie o niezależność (moderator: prof. dr hab. Jerzy Mikułowski – Pomorski) oraz Media lokalne u progu XXI wieku – między misją a komercją (moderator: red. Ryszard Niemiec). Wygłaszane opinie były różnorodne i tematycznie rozstrzelone – stąd nie łatwo je syntetycznie omówić i ocenić. Często powtarzały się osądy, że cała tzw. misyjność i społeczna odpowiedzialność spada na dziennikarza, a nie na wydawcę, który jest zainteresowany jedynie zyskiem.

Red. Janusz Andrzejowski (prezes Zarządu Radia Kraków), przypomniał pół żartem pół serio na początek swojego wystąpienia, słynną maksymę byłego prezesa TVP Roberta Kwiatkowskiego „Tyle misji, ile abonamentu”. Odniósł się tym samym do sprawy, że radiofonia publiczna jest utrzymywana w 80% ze środków abonamentowych. Wprowadził również zwrot, że media lokalne są tak naprawdę „taką trzecią kategorią odśnieżania”,

a wiele stacji typowo lokalnych bezpowrotnie zniknęło z małopolskiego eteru, np. Radio Wanda i Radio Echo. Zwrócił uwagę, że regionalne rozgłośnie Polskiego Radia nie są w stanie w pełni informować o miastach, bowiem Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji nie pozwala mediom publicznym na tzw. rozsycia lokalne. Andrzejewski zdecydowanie skrytykował plany KRRiT dotyczące scentralizowania regionalnych ośrodków Polskiego Radia w spółkę Polskie Radio Regionalne. Na takiej propozycji straci społeczność lokalna i pogłębi się bezrobocie na tzw. rynku dziennikarskim. Zakończył swe wystąpienie inną maksymą „Żeby trwać wiecznie, trzeba się zmieniać”.

Próbując podsumować tę dyskusję dr Edward Chudziński stwierdził m.in., że nie należy się obrażać na komercję. Media publiczne to dobro narodowe i ten, kto spróbuje je zlikwidować będzie miał „grzech śmiertelny”. Zaproponował stworzenie ruchu w obronie mediów publicznych, co jednak wcale nie znaczy, że nie mamy ich prawa reformować i zmieniać. Po prostu trzeba lepiej je tworzyć. Dr Chudziński określił misję po prostu jako „bycie potrzebnym ludziom”.

Główny organizator XII Ogólnopolskiego Sejmiku Mediów Lokalnych Kraków 2005 Stanisław Lis w następujący sposób sprecyzował wnioski wynikające z Sejmiku:

1. Media lokalne są siłą napędową przemian gospodarczych i społecznych w kraju, należy je traktować jako część gospodarki państwa.
2. Można uznać, że media lokalne w dużej mierze przyczyniają się do:
 - budowy tożsamości lokalnej,
 - rozwoju samorządności lokalnej,
 - wyzwalania procesów integracji społecznej wokół ważnych dla społeczności lokalnych problemów.
3. Wydawnictwa lokalne winny dążyć do zwiększania wiarygodności swych informacji i podnoszenia poziomu dziennikarskiego.
4. Wśród negatywnych cech mediów lokalnych można zauważyć: komercjalizację, urzeczowienie informacji, brak obiektywizmu, upolitycznienie, zaściankowość, sensacjonalizm, etykietowanie.
5. Media lokalne winny służyć budowie społeczeństwa informacyjnego, a nie tylko informowanego.

* * *

Uzupełnieniem konferencji, o której tu mowa, była otwarta w Wojewódzkiej Bibliotece Publicznej w Krakowie wystawa „Współczesne małopolskie media lokalne” połączona z promocją *Katalogu małopolskich mediów lokalnych i regionalnych 2005* autorstwa Marka Kolasy i Marioli Michalskiej. Swoje miejsce na wystawie znalazły też wydawnictwa regionalistyczne w tym rocznik „Małopolska” oraz „Regionalista Małopolski”.

Justyna Przydzielska,
Ewa Skrobiszewska