

MONIKA KORNACKA-GRZONKA

MEDIA LOKALNE ŚLĄSKA CIESZYŃSKIEGO



HISTORIA I WSPÓŁCZESNOŚĆ



WYDAWNICTWO
UNIwersytetu ŚLĄSKIEGO

Media lokalne Śląska Cieszyńskiego

Historia i współczesność

*Pamięci Profesora Mariana Gieruli,
bez którego wsparcia, ciepłego słowa i zachęty
ta monografia by nie powstała.*

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego
w Katowicach
nr 3891

Monika Kornacka-Grzonka

Media lokalne Śląska Cieszyńskiego

Historia i współczesność

Redaktor serii: Publikacje Wydziału Nauk Społecznych w dostępie otwartym
DARIUSZ ROLNIK

Recenzent
RYSZARD KOWALCZYK

Publikacja współfinansowana ze środków Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (PTKS)



Polskie Towarzystwo
Komunikacji Społecznej

Spis treści

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1	
Media lokalne w Polsce w perspektywie teorii i praktyki badawczej.	11
1.1. Media lokalne – rozważania teoretyczne	13
1.2. Typologia mediów lokalnych	20
1.2.1. Pojęcie, rola i kryteria typologii	20
1.2.2. Omówienie wybranych elementów typologii mediów lokalnych .	22
1.3. Rozwój mediów lokalnych po roku 1989	34
1.4. Ograniczenia w funkcjonowaniu mediów lokalnych	45
1.4.1. Koncentracja i konsolidacja własności	46
1.4.2. Rynek reklamowy	48
1.4.3. Spadek czytelnictwa prasy	50
1.4.4. Niezależność mediów lokalnych	52
1.5. Ograniczenia w funkcjonowaniu mediów lokalnych na Śląsku Cieszyńskim	54
1.5.1. Rywalizacja między prasą samorządową a komercyjną	55
1.5.2. Płytki rynek reklamowy	56
1.5.3. Rozwój mediów internetowych i związany z tym spadek czytelnictwa prasy	57
1.5.4. Duopol własności na rynku lokalnej prasy prywatnej	58
ROZDZIAŁ 2	
Społeczność lokalna	61
2.1. Społeczność lokalna – rozważania teoretyczne	63
2.1.1. Pojęcie i cechy społeczności lokalnej	63
2.1.2. Społeczności wirtualne (dopełnienie społeczności istniejących w świecie realnym).	72

2.2. Tożsamość lokalna i regionalna	77
2.2.1. Wymiary tożsamości lokalnej i regionalnej	81
2.3. Społeczność Śląska Cieszyńskiego	85
2.3.1. Terytorium Śląska Cieszyńskiego	85
2.3.2. Realizacja wybranych wymiarów tożsamości lokalnej na Śląsku Cieszyńskim	90
2.3.3. Śląsk Cieszyński współcześnie	107
 ROZDZIAŁ 3	
Krajobraz mediów lokalnych Śląska Cieszyńskiego	119
3.1. Historia polskich mediów lokalnych Śląska Cieszyńskiego do roku 1989	121
3.1.1. Okres zaborów (do roku 1920)	122
3.1.2. Okres międzywojenny (1920–1939)	133
3.1.3. Okres Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (1945–1989)	139
3.2. Prasa lokalna współcześnie	142
3.2.1. Prasa samorządowa	143
3.2.2. Prasa prywatna	148
3.2.3. Prasa kościelna	155
3.2.4. Prasa lokalnych organizacji pozarządowych	158
3.2.5. Prasa oddziałów partii i organizacji politycznych	161
3.2.6. Prasa zakładowa	162
3.2.7. Prasa innych podmiotów	165
3.3. Media elektroniczne	167
3.3.1. Radio lokalne	167
3.3.2. Telewizja lokalna	172
3.3.3. Lokalne portale internetowe	176
3.4. Media lokalne Śląska Cieszyńskiego – zarys przeobrażeń na tle procesów ogólnopolskich	185
 Zakończenie	 189
 Aneksy	 191
 Bibliografia	 229
 Spis grafik, tabel, wykresów i aneksów	 263
 Summary	 265

Wstęp

6 maja 2018 roku upłynęło 170 lat od dnia, w którym ukazał się pierwszy tytuł prasowy wydany na Śląsku Cieszyńskim. Z początku dość skromy „Tygodnik Cieszyński”, przez samych twórców określany mianem „pisma dla ludu wiejskiego”¹, zapoczątkował okres intensyfikacji działalności społeczno-politycznej mieszkańców Śląska Cieszyńskiego, a co za tym idzie – gwałtowny rozwój mediów lokalnych.

Sam Śląsk Cieszyński jest terenem unikalnym zarówno pod względem kulturowym, jak i wyznaniowym czy też jeśli chodzi o kwestie tożsamościowe. Jego mieszkańcy charakteryzują się silnie rozwiniętym poczuciem przynależności do określonej społeczności. Mówiąc *my som stela*², sygnalizują głęboko zakorzeniony podział na „my i oni”, który przejawia się na wielu płaszczyznach, m.in. w ciągle żywej i stosowanej na tych terenach gwarze. Na kształtowanie się i podtrzymywanie lokalnej tożsamości mieszkańców, prócz innych czynników, wpływ mają niewątpliwie długoletnie tradycje czytelnicze i wydawnicze Śląska Cieszyńskiego. W tym miejscu warto przytoczyć słowa Karola Jakubowicza, który podkreślał, że to właśnie mediom lokalnym przypada rola napędzania swoistej „spirali interakcji”, zaangażowania i aktywnego uczestniczenia w życiu społeczności lokalnej, „[...] by istotnie stali się częścią swego środowiska i z niego czerpali swą tożsamość oraz mieli czynny udział w kształtowaniu warunków swojego życia”³. W konsekwencji to „[...] regionalne media odgrywają centralną rolę

¹ „Tygodnik Cieszyński” 1848, nr 1, za: Śląska Biblioteka Cyfrowa, <http://www.sbc.org.pl/dlibra/doccontent?id=16336&from=FBC> [dostęp: 13.11.2012].

² *My som stela* – gwarowe określenie, które jest wpisane w poczucie tożsamości ludności Śląska Cieszyńskiego, oparte na poczuciu „bycia stąd”.

³ K. JAKUBOWICZ: *Decentralizacja: jeden z kierunków ewolucji radia i telewizji w krajach rozwiniętych*. „Aktualności Radiowo-Telewizyjne” 1984, nr 10, s. 15.

w konstruowaniu i cementowaniu tożsamości i kultury społeczności oraz ich (mediów) publiczności”⁴. Na Śląsku Cieszyńskim występowały zaś w powiązaniu ze sobą wszystkie czynniki sprzyjające rozwojowi mediów lokalnych⁵, co dawało optymalne warunki do rozkwitu kultury czytelnictwa prasy, a w późniejszych czasach – odbioru pozostałych mediów lokalnych, jednak nadal z przewagą słowa pisanego.

Istotność mediów lokalnych wydaje się być bezdyskusyjna, jednak w dobie globalizacji zdarza się nam pomniejszać znaczenie tego, co małe, lokalne, bliskie miejscu zamieszkania. Jednak zdaniem wielu badaczy⁶ lokalizm⁷ jest dziś w ofensywie. Proces ten traktuje się bowiem jako antidotum na powszedniejący globalizm, który zwłaszcza w ostatnich latach gwałtownie przybrał na sile. Renesans lokalności ma swój konkretny, praktyczny wymiar wynikający z pewnego kryzysu społeczeństwa globalnego, niemającego zaspokoić niektórych, nawet elementarnych, potrzeb zbiorowości lokalnych. Wobec tego globalizacja jako proces cywilizacyjny, paradoksalnie, sprzyja skupianiu się jednostek na tym, co bliskie i sprawdzalne – lokalne; natomiast w wymiarze komunikacyjnym przyspiesza rozwój lokalnych mediów. Często to właśnie one są zewnętrzną, materialną oznaką odrębności poszczególnych społeczności.

⁴ J. EWART: *Capturing the Heart of the Region – how regional media define a community*. “Transformations 2000” nr 1, http://www.transformationsjournal.org/journal/issue_01/pdf/ewart.pdf [dostęp: 13.02.2013].

⁵ Józef Mądry twierdził, że wśród najistotniejszych czynników sprawczych rozwoju mediów lokalnych są: potencjał oświatowy i intelektualny danego ośrodka lokalnego, który zawsze, od początku po dzień dzisiejszy, rozstrzygał o poziomie i społecznej wartości realizowanego obiektu prasowego; społeczny zasięg zapotrzebowania na druk periodyczny, czyli poziom oświaty i możliwości odbiorcze danej społeczności lokalnej w całej jej stratyfikacji, które w przeważającej mierze rozstrzygały o charakterze i typie wydawanego obiektu prasowego i dość często, ale nie zawsze, także o trwałości przedsięwzięcia; lokalne możliwości techniczno-poligraficzne. Zob. J. MĄDRY: *Przegląd czynników sprawczych rozwoju polskiej prasy lokalnej*. W: *Socjologiczne problemy społeczności lokalnych. Prasa lokalna jako czynnik kształtowania się więzi lokalnych*. Red. J. MIKUŁOWSKI POMORSKI. Rzeszów 1990, s. 21–38; J. MĄDRY: *Teoretyczne i praktyczne implikacje przestrzennego umiejscowienia tygodników lokalnych w ogólnokrajowym systemie prasowym*. W: *Tygodniki lokalne i ogólnopolskie konfrontacje dziennikarzy pism regionalnych*. Red. E. KURZAWA. Kraków–Katowice 1984, s. 35–36.

⁶ Zob. E. CHUDZIŃSKI: *Między regionalizmem a lokalizmem*. W: *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku: historia, teoria i zjawiska*. Red. J. JAROWIECKI, A. PASZKO, W.M. KOLASA. Kraków 2007, s. 106; T. SKOCZEK: *Regionalne i lokalne media elektroniczne. Systemowe możliwości rozwoju*. W: *Polskie media lokalne...*, s. 187; M. RÓŻYCKA: *Globalizacja a lokalizm w perspektywie medialnej*. „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2013, nr 4, s. 6.

⁷ Lokalizm – względna autonomia oraz upodmiotowienie konkretnych społeczności lokalnych w zakresie społecznym, gospodarczym i kulturowym w ramach szerszego układu społeczno-przestrzennego i politycznego. K.Z. SOWA: *Zmierzch i odrodzenie lokalizmu w XX stuleciu*. W: *Społeczności lokalne. Teraźniejszość i przyszłość*. Red. B. JAŁOWIECKI, K.Z. SOWA, P. DUTKIEWICZ. Warszawa 1989, s. 24.

Przede wszystkim zaś, jak już wspomniano, przyczyniają się do kształtowania tożsamości lokalnej⁸.

Współcześnie świadomość własnej lokalnej tożsamości jest trudna do przecenienia, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę implikacje dla konstruowania i umacniania tożsamości w dzisiejszym globalizującym się świecie, gdzie dzięki nowoczesnej technologii jednostka bez problemu może kontaktować się z obywatelami innych krajów, a niejednokrotnie nie zna swojego najbliższego sąsiada. Poczucie przynależności do danej społeczności integruje jej członków, umacnia więzi między nimi, kreuje poczucie solidarności, współpracy, a w konsekwencji ułatwia odnalezienie się w zatowizowanej rzeczywistości. Media lokalne stanowią ważną instytucję społeczną, wyrażającą interesy mieszkańców i ich tożsamość. Mają możliwość zapobiegania procesom nie tyle globalizacji, co uniwersalizacji w sensie rozmywania się lokalnych i regionalnych wartości i norm społecznych w trakcie procesów ogólnocywilizacyjnych i konwergencyjnych współczesnego świata⁹.

Celem niniejszej publikacji jest z jednej strony ukazanie społeczności Śląska Cieszyńskiego¹⁰: tego, co składa się na jej tożsamość, a więc dziedzictwa, tradycji, jak również przemian, jakim podlega, zwłaszcza w zakresie komunikowania masowego. Z drugiej – zaprezentowanie, jak wyglądają i funkcjonują dziś media lokalne tego specyficznego regionu, jakie procesy i zmiany je kształtują oraz – wreszcie – czy wpisują się w ogólne tendencje rozwojowe mediów lokalnych w Polsce.

Wybór zagadnienia wynikał z kilku przesłanek. Autorka dostrzegła, iż pomimo że media lokalne i ich funkcjonowanie są dobrze opracowane na gruncie polskiej nauki, o Śląsku Cieszyńskim w tym kontekście nie ma żadnych naukowych opracowań¹¹. Niniejsza publikacja ma więc w zamierzeniu uzupełnić ową

⁸ M. GIERULA: *Rola prasy lokalnej w integracji małych miast i wsi*. W: *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*. Materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współudziale Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Senatu RP Longina Pastusiaka 21 września 2004. Warszawa 2005, s. 32.

⁹ S. MICHALCZYK: *Obszary badawcze w komunikowaniu lokalnym*. W: *Media lokalne i dziennikarstwo. Aspekty współczesne i historyczne*. Red. K. POKORNA-IGNATOWICZ, S. MICHALCZYK. Kraków 2010, s. 15.

¹⁰ Część Śląska Cieszyńskiego pozostająca w granicach Rzeczypospolitej Polskiej. Terytorium Śląska Cieszyńskiego szerzej zdefiniowano w rozdziale drugim.

¹¹ Brak opracowań zwłaszcza o współczesnym rynku medialnym Śląska Cieszyńskiego. Istnieją jedynie pojedyncze monografie dotyczące konkretnych, historycznych tytułów prasowych (zob. I. HOMOLA: *Tygodnik Cieszyński i Gwiazdka Cieszyńska pod redakcją Pawła Stalmacha*. Katowice–Kraków 1968; J. GLENSK: *Pierwsze procesy „Gwiazdki Cieszyńskiej”*. B.m. 1994), tematycznie szersze dzieła, które tylko we fragmentach dotykają problematyki mediów na Śląsku Cieszyńskim (zob. J. GLENSK: *Czarna księga prasy śląskiej*. T. 1. Opole 2006; IDEM: *Czarna księga prasy śląskiej*. T. 2. Opole 2007; S. ZAHRADNIK: *Czasopiśmiennictwo w języku polskim na terenach Czechosłowackich*. Opole 1989) oraz pojedyncze artykuły (zob. A. STĘPNIAK: *Polska prasa polityczna na Śląsku Cieszyńskim w latach 1848–1920*. „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej” 1988, nr 1.

lukę. Kolejnym powodem, dla którego podjęto temat mediów lokalnych, jest fakt, iż w ostatnich latach zainteresowanie tą tematyką zdaje się słabnąć – wśród publikacji z zakresu komunikowania dominują prace dotyczące funkcjonowania mediów społecznościowych i, szerzej, elektronicznych, dziennikarstwa internetowego, marketingu (w tym politycznego) czy też Public Relations. Dlatego też zdecydowano o podjęciu tego istotnego w dzisiejszym globalizującym się świecie, choć niezbyt popularnego obecnie tematu, jakim są media lokalne. Prócz wymienionych czynników do podjęcia niniejszego zagadnienia skłoniły Autorkę również długoletnie tradycje badań nad prasą lokalną na Śląsku. Były one prowadzone przez pracowników Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego, którego Autorka jest wychowanką. Do dnia dzisiejszego Katowice są jednym z najsilniejszych ośrodków naukowych zajmujących się komunikowaniem lokalnym w Polsce. W intencji Autorki publikacja miała stać się więc kontynuacją bogatego dorobku medioznawców z Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

Praca składa się z trzech rozdziałów, a każdy z nich został dodatkowo podzielony na podrozdziały, stanowiące uszczegółowienie podstawowych zagadnień. Ponieważ media lokalne na Śląsku Cieszyńskim nie funkcjonują w próżni, konieczne stało się zaprezentowanie szerszej wiedzy z zakresu mediów i komunikowania lokalnego, uwzględniające teoretyczne zagadnienia z nimi związane. Kwestie te omówiono w rozdziale pierwszym, który stanowi swoiste wprowadzenie do rozważań szczegółowych. Przedstawiono w nim również krótki rys rozwoju mediów lokalnych po 1989 roku w wymiarze ogólnopolskim, a także potencjalne ograniczenia związane z ich funkcjonowaniem na współczesnym rynku medialnym w Polsce oraz na Śląsku Cieszyńskim. Rozdział drugi poświęcony jest rozważaniom teoretycznym związanym z pojęciem społeczności lokalnej. Omówiono w nim dylematy definicyjne społeczności lokalnej/regionalnej oraz kwestie tożsamości i jej wymiarów (wyznaczników). Zarysowano również kwestię wirtualnych społeczności i ich relacji ze światem realnym. Rozdział kończy się przedstawieniem Śląska Cieszyńskiego jako społeczności lokalnej/regionalnej z silnie rozwiniętym poczuciem tożsamości. W rozdziale trzecim przedstawiono rys historii mediów lokalnych Śląska Cieszyńskiego do roku 1989, a następnie opisano i scharakteryzowano współczesny krajobraz mediów lokalnych analizowanego obszaru.

Redaktor
Anna Piwowarczyk

Projektant okładki
Ewa Paździora-Palus

Redaktor techniczny
Małgorzata Pleśniar

Korektor
Lidia Szumigała

Łamanie
Barbara Wilk

Copyright © 2019 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336
ISBN 978-83-226-3592-6

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawus@us.edu.pl

Ark. druk. 16,75. Ark. wyd. 19,5.

ISSN 0208-6336

ISBN 978-83-226-3592-6



9 788322 635926

Więcej o książce

