Wojewódzka Biblioteka Publiczna
Czytelnia
ul. Stare Miasto 33
10-026 Olsztyn, tel. 535-97-31

Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich Oddział w Olsztynie

nr 10 (29) X 2006

bezwierszówki

SDP

RADA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH MIASTA OLSZTYN

Miesięcznik społeczno-kulturalny

ISSN 1732-7327

Dziennikarska proza

Wrześniowe zebranie członków oddziału SDP przebiegało pod znakiem wakacyjnych refleksji oraz dyskusji o kolejnej książce Joanny Wańkowskiej-Sobiesiak „Za mało na Polaka, za mało na Niemca". Odbiła się szerokim echem w województwie. Recenzje o niej zamieściliśmy nie tylko my, w „Bez Wierszówce", ale m.in. miesięcznik „Krajobrazy i Spojrzenia".

Z zadowoleniem przyjęliśmy też wiadomość o konkursie dla prasy lokalnej, jaki wspólnie z naszym oddziałem ogłosił senator Jerzy Szmit. Takich inicjatyw, dopingujących dziennikarzy do rzetelnej pracy, niestety, jest mało. A każda nagroda jest lepsza od innych propozycji o znamionach korupcji, bo wiadomo, że dziennikarstwo lokalne nie jest popłatne. Kto wybiera ten zawód i działa w gminie lub powiecie, musi się liczyć z wyrzeczeniami, często ze zwykłą biedą.

Książka Joasi wzbudziła zainteresowanie kolegów.

Koleżanki i koledzy interesowali się też bardzo przebiegiem projektu FIO „Partnerstwo dla wspólnego dobra" z udziałem organizacji pozarządowych. O tym mogą więc przeczytać na innych stronach naszego miesięcznika. **(JJP)**

Rozpoczęły się warsztaty programu Partnerstwo dla wspólnego dobra

Chwal się z umiarem

Jeśli chcesz, by czytelnik do końca przeczytał twój tekst:

- Nie mądrz się zanadto. Używaj zwykłego języka, a nie języka urzędników i rzeczników prasowych. Pisz „kupić" zamiast „nabyć", „sprzedać" zamias „zbyć", „wieczorem" zamiast „w godzinach wieczornych" itd.
- Unikaj arogancji. Ci, którzy się z tobą nie zgadzają, nie muszą być idiotami lub głupcami.
- Nie chwal się przed czytelnikiem, że trafnie przewidziałeś bieg wydarzeń. Raczej go zdenerwujesz, niż mu zaimponujesz. Unikaj sformułowań „wasz korespondent", „niżej podpisany", co zawsze ma wymowę samogratulacji.
- Unikaj długich zdań i długich akapitów. Akapit jest jednostką myśli. Ale jednozdaniowe akapity powinny być używane tylko w szczególnych przypadkach.
- Staraj się unikać pisania tekstów w pierwszej osobie liczby mnogiej. Forma „my jesteśmy", „byliśmy", „jesteśmy narodem" itd. jest ryzykowna. Nie każdy czytelnik musi się poczuwać do przypisywanych mu masowo cech lub zachowań. Podobnie unikaj pisania w pierwszej osobie liczby pojedynczej.
- Dbaj o czystość polszczyzny. Pisz: „prawie, niemal, około, ponad milion żyraf", nigdy „blisko milion żyraf".
- Odróżniaj, co męskie, co żeńskie. Staraj się unikać rusycyzmów i germanizmów. Pisz „dotychczas", a nie „do tej pory". Nie powinno znaleźć się w gazecie sformułowanie „okres czasu" albo „w okresie jednego miesiąca".Albo okres, albo czas, albo jeden miesiąc.

Więcej porad na stronach 6-9

Jerzy Pantak

FIO
Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

Projekt dofinansowany ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich „PARTNERSTWO DLA WSPÓLNEGO DOBRA" Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich Oddz. w Olsztynie w partnerstwie z Radą Organizacji Pozarządowych Miasta Olsztyn i Rozgłośnią Regionalną „Radio Olsztyn" S.A.

Od redaktora

Dziennikarstwo z definicji jest profesją polityczną, bo odnosi się do stosunków między ludźmi. Zawsze będzie wyrażało czyjeś poglądy i racje, czyli modne dziś „opcje". Tzw. obiektywizm może wynikać jedynie z profesjonalizmu uprawiającego ten zawód. Kto tego nie wie, niech lepiej nie zabiera się za pisanie czy mówienie do mikrofonu.

Nie pomoże udawanie apolityczności, żadna ucieczka w niszowe tematy, czyli drążenie życia mrówek lub opis wyprawy na lodowiec. Ale są pewne zasady, których przekraczać nie wolno.

Kilka dni nie było mnie w kraju i po powrocie poraziła mnie rzeczywistość, którą z perspektywy Brukseli (tam byłem) nikt się nie interesuje, co najwyżej się zdziwi: „Ach, ci Polacy są jednak nieobliczalni".

Głównej szefowej naszego stowarzyszenia też nie było w kraju, a gdy wróciła, zastała listy z protestami i porzucone legitymacje na biurku. Wszystko przez to, że jej zastępca oraz szef Centrum Monitoringu Wolności Prasy po prowokacyjnym programie w TVN przypomnieli kolegom w „Stanowisku ZG SDP i CMWP" o etycznych uwikłaniach naszego politycznego zawodu. Imiennie nie piętnowali nikogo spodobało się to wielu, bo słowa uznania przysłał nawet z Londynu Bernard Margueritte, prezydent „The International Communications Forum", organizacji działającej w 114 krajach i walczącej o wiarygodność mediów. Inni jednak okrzyknęli: „Oto nasza własna organizacja występuje przeciwko dziennikarzom, chce się przypodobać władzy, won z taką organizacją!". Druga organizacja dziennikarska, SDRP, skwapliwie przyłączyła się do tego chóru.

Nagle okazało się, jak mało jesteśmy solidarni, jak mało o sobie wiemy, jak nie chcemy wiedzieć. I co się dziwić, że coraz częściej opinia publiczna mówi o nas „pismaki". I tak też traktuje.

Dlatego potrzebna jest stała debata o granicach niezależności dziennikarstwa, którą zapowiedziała Krystyna Mokrosińska.

COŚ PISZCZY W BRANŻY ❑ COŚ PISZCZY W BRANŻY

Od Tarnowa po Olsztyn

Przez województwo przemknęli 8-13 września uczestnicy XIV Światowego Forum Mediów Polonijnych. Tematem ich peregrynacji była „Gospodarka turystyczna Warmii i Mazur: kontekst regionalny i europejski". Organizator: Małopolskie Forum Współpracy z Polonią w Tarnowie.

Dziennikarze spotkali się z władzami kilku samorządów, zwiedzili Pola Grunwaldu, Muzeum Budownictwa Ludowego w Olsztynku, Ostródę, pochylnię Jelenie na Kanale Ostródzko-Elbląskim, zamek w Olsztynie, Frombork, Bartoszyce, Giżycko, Mikołajki.

Mieszkali w hotelach „Anders" w Starych Jabłonkach, „Zamek" w Rynie, gdzie odbył się V Meeting Proeuropejski: Media – Warmia i Mazury-Europa '2006 i „Robert's Port" w Mikołajkach, gdzie startowali w I Regatach Dziennikarzy Polonijnych – Mikołajki '2006.

Uczestniczyli też w warsztatach dziennikarskich, zorganizowanych przez „Gazetę Olsztyńską", Radio Olsztyn S.A. i TVP 3 Olsztyn.

Portret w Gdańsku

W Gdańsku odbył się 19-20 września festiwal Kultura Polskich Czasopism. Pierwsza z trzech odsłon festiwalu, który odbędzie się na terenie całej Polski.

Ideą imprezy jest zwrócenie uwagi publiczności i mediów na zjawiska pojawiające się w sferze kultury. Organizatorem jest Fundacja Otwarty Kod Kultury. W dyskusji redaktorów czasopism poświęconych kulturze i sztuce uczestniczyli też przedstawiciele Olsztyna, redakcji czasopisma „Portret". Oprócz nich były m.in. redakcje „Lampy", „Pogranicza", „Architektury-Muratora", „Obiegu", „Toposu" i „Literacji".

Trudne lato prasy regionalnej

Z dziesięciu dzienników regionalnych o największej sprzedaży w lipcu tylko kieleckie „Echo Dnia" zanotowało wzrost o 5,91 proc. (sprzedaż 35932 egz.) w porównaniu z tym samym miesiącem roku 2005 – podał Związek Kontroli Dystrybucji Prasy. Wiele tytułów zanotowało nawet kilkunastoprocentowy spadek sprzedaży.

Liderem pozostaje „Dziennik Zachodni" ze średnią sprzedażą ogółem 86308 egz. (spadek w porównaniu z lipcem ubr. o 13,54 proc). Drugie miejsce zajmuje „Gazeta Pomorska" – 84324 egz. (spadek 8,39 proc.), a trzecie „Dziennik Bałtycki" – 50061 egz. (15,26 proc.). Kolejne miejsca zajmują: łódzki „Express Ilustrowany" – 48878 egz. (9,87 proc.), „Gazeta Lubuska" – 47114 egz. (2,12 proc.), „Dziennik Łódzki" – 45349 egz. (6,66 proc.), „Dziennik Polski" – 43540 egz. (spadek o 16,09 proc.), „Gazeta Wrocławska Słowo Polskie" – 35003 egz. (spadek o 13,5 proc.), „Gazeta Olsztyńska /Dziennik Elbląski" – 29936 egz. (spadek o 12,12 proc.).

Dziennikarz radnym?

Leszek Lik, redaktor naczelny „Nowego Życia Olsztyna" startuje na radnego Olsztyna z listy komitetu wyborczego „Po Prostu Olsztyn". Na łamach październikowego miesięcznika ogłosił swoje hasło „Olsztyn to moje miasto".

„Olsztyńska" wabi

W sobotnich wydaniach „Gazety Olsztyńskiej" publikowane są mapy z miejscami, w których możemy być kontrolowani przez policję na Warmii i Mazurach. Akcja zaczęła się we wrześniu, wcześniej „GO" wabiła czytelników książkami kucharskimi.

Wybory na łamach „GW"

Kampania wyborcza sprawiła, ze olsztyński dodatek „Gazety Wyborczej" poświęca jej sporo miejsca, m.in. w swym internetowym wydaniu. Jednym z przykładów jest podchwytliwa sonda dotycząca wyboru prezydenta Olsztyna pt. „Na którego kandydata na pewno nie oddasz głosu". Niechęć czytelników „GW" skupia się oczywiście na głównych konkurentach, dwóch Jurkach: Małkowskim i Szmicie. **(r)**

Bez wierszówki - miesięcznik społeczno-kulturalny Oddziału SDP w Olsztynie, www.sdp.pl, www.wim.ngo.pl
Prezes oddziału: Joanna Wańkowska-Sobiesiak (tel. 089 523-26-11) joanna-wankowska@wp.pl
Redaguje: Jerzy Pantak z zespołem (tel. 089 524-40-45, kom. 501-671-151) pantak@neostrada.pl, bezwierszowki@o2.pl. DTP: Paweł Lik pawel@zycieolsztyna.pl
Druk: Wydawnictwo „Posłaniec Warmiński". Redakcja zastrzega sobie prawo do zmiany tytułów i skracania tekstów. Materiałów nie zamówionych nie publikujemy.
Nakład 500 egz.
Konto oddziału SDP w Olsztynie: Bank Przemysłowo-Handlowy PBK S.A. O/Olsztyn 64 1060 0076 0000 4013 8000 0798
Wydanie współfinansowane przez Rządowy Program Fundusz Inicjatyw Obywatelskich i Urząd Miasta Olsztyn

We wrześniu zmarł **HIERONIM SKURPSKI**, nestor olsztyńskich artystów, organizator Muzeum Warmii i Mazur i Biura Wystaw Artystycznych. Był znakomitym twórcą i społecznikiem.

Hieronim Skurpski (Herman Karol Schmidt) urodził się w 1914 roku we wsi Skurpie pod Działdowem (stąd pseudonim). Skończył Państwową Szkołę Sztuk Zdobniczych i Przemysłu Artystycznego w Krakowie, studiował w Akademii Sztuk Pięknych w Warszawie, ale naukę kończył dopiero po II wojnie. Zgłosił się do pracy w ministerstwie kultury i sztuki i na Warmię i Mazury przyjechał już w marcu 1945 roku. Stworzył własny styl kreski i barwy. Dużo pisał. Swoje prace wystawiał w całej Europie, ale najwierniejszy był regionowi.

Był wieloletnim prezesem Stowarzyszenia Społeczno-Kulturalnego Pojezierze, a także prezesem Związku Polskich Artystów Plastyków.

Pochowano Go w Alei Zasłużonych olsztyńskiego cmentarza. Będzie nam Go brak, ale pozostanie po Nim wspaniały dorobek.

Konkurs

Reportaż o Polakach

Gazeta Krakowska, Telewizja TVN oraz Stowarzyszenie Przyjaciół Maćka Szumowskiego ogłosiło I Konkurs im. Maćka Szumowskiego, na reportaż „Polska zza siódmej miedzy". Tytuł ten zaczerpnięty został z cyklu telewizyjnych reportaży zrealizowanych przez Maćka Szumowskiego.

Obecnie najpoważniejszym problemem dla nas wszystkich jest praca oraz trudności z jej zdobyciem. Czy w związku z tym, by móc zrealizować marzenia i ambicje, trzeba opuszczać małą lub dużą ojczyznę, czyli rodzinną wieś, miasto lub kraj?

Udział w konkursie mogą wziąć wszystkie osoby do 35. roku życia, które w terminie do 31 października 2006 roku prześlą do siedziby „Gazety Krakowskiej" reportaż nieprzekraczający 10 tys. znaków. Wyniki zostaną ogłoszone pod koniec grudnia 2006 roku. Pierwsza nagroda „Gand Prix" wynosi 20 tys. zł. Suma nagród w konkursie to 50 tys. zł.

Gazeta Krakowska

Spada sprzedaż gazet

W sierpniu sprzedaż „GW" spadła poniżej 400 tys. egz. Ostro w dół poszybował „Super Express", „Przegląd Sportowy" i „Gazeta Prawna". Liderem sprzedaży ogółem dzienników ogólnopolskich pozostaje „Fakt", wydawany przez Axel Springer Polska (501057 egz., o ponad 1 proc więcej niż rok temu), poinformował Związek Kontroli Dystrybucji Prasy (ZKDP).

Średnia sprzedaż „Gazety Wyborczej" wyniosła 398049 egz. wobec 414957 egz. rok wcześniej (spadek o 3,5 proc.). Na trzecim uplasował się „Dziennik" (Axel Springer Polska) – 221704 egz. Drugi tabloid, „Super Express", zanotował spadek sprzedaży do 181404 egz. z 207238 przed rokiem. Kolejne miejsce zajęła „Rzeczpospolita" – 162113 egz. wobec 157475 egzemplarzy w sierpniu 2005 roku. Większość pozostałych gazet ogólnopolskich również miała mniejszą sprzedaż.

Dziennikarze w Brukseli

Eurorejs 2006

Na początku października uczestniczyłem w czterodniowym Eurorejsie zorganizowanym przez Klub Dziennikarzy Europejskich SDP przy pomocy Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego i naszego MSZ pod patronatem magazynu „Unia&Polska".

Zaczęło się od seminarium w Warszawie, podczas którego kilkudziesięciu dziennikarzy z prasy regionalnej i lokalnej wysłuchało, co ma do powiedzenia o Europie m.in. b. prezydent Aleksander Kwaśniewski i minister zdrowia Zbigniew Religa oraz Róża Thun z Komisji Europejskiej.

W kilku panelach dyskusyjnych uczestniczyli też przedstawiciele MSZ, Biura Informacji Parlamentu Europejskiego, ministerstwa gospodarki, firmy GlaxoSmithKline. Ale najciekawszy był panel z udziałem ambasadora Rumunii Gabriela Constantina Bartasa i przedstawicielki ambasady Bułgarii Tatiany Petrovej, krajów, które dołączą do Wspólnoty 1 stycznia 2007. Wszyscy mówili, że to nie powinien być koniec rozszerzenia, bo w kolejce jest Chorwacja, Turcja, Ukraina, może Mołdawia: jako dobrzy sąsiedzi powinniśmy ich popierać. Kto za to zapłaci, ostrzegali niektórzy. „Stara Unia" ma już dość nas.

Czy rzeczywiście? O tym rozmawialiśmy w Brukseli z naszymi europarlamentarzystami: oficjalnie, w salach posiedzeń Komisji Europejskiej i mniej oficjalnie podczas lunchów w restauracjach „Leopold" przy rue du Luxembourg i „Crowne Plaza Europa" przy rue de la Loi – rzut beretem od siedziby KE, czyli Berlaymontu. Nie obyło się bez odniesień do kraju: zaapelowaliśmy (na piśmie) do europarlamentarzystów o zajęcie wspólnego stanowiska w sprawie aktualnych wydarzeń politycznych w kraju. Napisaliśmy m.in. „Nie dostrzegamy obecnie w kraju środowisk, zdolnych do dokonania wyrazistej oceny zachodzących w kraju zdarzeń".

Najwięcej czasu spędzili z nami: Danuta Hübner, Grażyna Staniszewska, Bronisław Geremek, Jan Kułakowski, Józef Pionior, Dariusz Rosati, Genowefa Grabowska i Lidia Geringer de Oedenberg oraz liczni (także polscy) pracownicy KE i Parlamentu z uroczym i kompetentnym dyrektorem z Generalnego Sekretariatu KE Hubertem Szlaszewskim na czele.

Spotkanie z europarlamentarzystami w sali posiedzeń Komisji Europejskiej. Od lewej: Jan Kułakowski, Grażyna Staniszewska, Genowefa Grabowska, Bronisław Geremek i Dariusz Rosati.

Traktowano nas po królewsku, przekazując bogatą wiedzę o mechanizmach rządzących KE i PE. Doświadczaliśmy jednak na własnej skórze wielokrotnych kontroli z obawy przed terroryzmem. Osobiście cierpiałem na klaustrofobię w klimatyzowanych, „akwaryjnych" pomieszczeniach i z ulgą wyrywałem się na spacer po niewielkich parkach, w których zaskoczyły mnie dziwne dźwięki: to wrzeszczały dzikie zielone papugi walczące o smakołyki ze srokami.

Tekst i zdjęcia
Jerzy Pantak

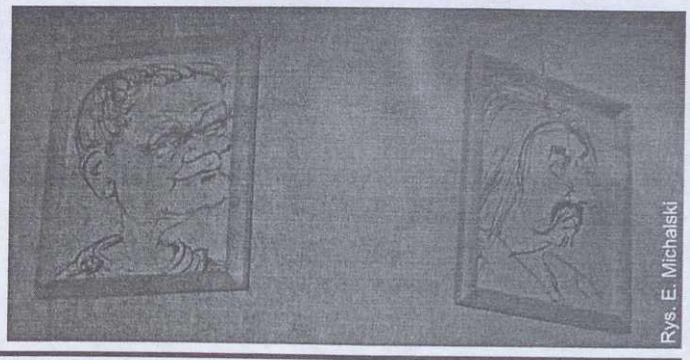
Urodzinowy benefis Edwarda Michalskiego

Edward Michalski, architekt, rysownik i karykaturzysta 12 września skończył 85 lat! Pan Edward jest absolwentem Wydziału Architektury Politechniki Gdańskiej i jako świeżo upieczony absolwent tej uczelni od 1950 roku związał się z Olsztynem.

Mało kto wie, że spod jego ręki wyszło wiele projektów znanych olsztyńskich budowli, na przykład gmach Urzędu Wojewódzkiego, Liceum Ogólnokształcące nr 2, „Polmozbyt" przy ul. Partyzantów czy Wiejskie Delikatesy przy ul. Mickiewicza. Osobną stronę jego działalności stanowi dorobek artystyczny. Talent i pasja rysunkowa Edwarda Michalskiego przyniosły setki wspaniałych widoków Olsztyna, mających już dzisiaj wartość dokumentalną. Wsławił się również swoimi karykaturami olsztyńskiego środowiska artystycznego (w tym dziennikarzy) i osób popularnych w naszym mieście. Mieć karykaturę wykonaną przez Michalskiego było wielką nobilitacją i osoby, które nie zostały uwiecznione ręka mistrza, usilnie o to zabiegały. Prace te były prezentowane w prasie codziennej i czasopismach. Znamy go także jako autora kilku publikacji oraz wielu ilustracji w książkach. Jest jednym z założycieli (w 1958 roku), niestety już nieistniejącego, Domu Środowisk Twórczych, a od 1973 roku wydawał biuletyn architektoniczny „Miastoprojektu". Jest członkiem Stowarzyszenia Architektów Polskich i Stowarzyszenia Polskich Artystów Karykatury.

Pan Edward od wielu lat jest już na emeryturze, ale nie zakończył swojej przygody z rysowaniem i uczestniczy w działaniach olsztyńskiego środowiska twórczego. Życząc Jubilatowi jeszcze długich i owocnych lat życia, czekamy na kolejny wielki dzień, w którym Rada Miasta powinna mu przyznać Tytuł Honorowego Obywatela Olsztyna, jak słusznie wnioskują organizatorzy benefisu.

Andrzej Zb. Brzozowski



Rys. E. Michalski

W kioskach pojawiła się nowa „Trybuna Robotnicza". W czasach PRL gazeta o tym tytule była organem komitetu wojewódzkiego PZPR w Katowicach, teraz ma to być tygodnik opinii w nakładzie 20 tys. egz. Jego wydawcą jest związek zawodowy „Sierpień '80".

Trybuna dla ludzi

Redaktor naczelny gazety, Dariusz Zalega powiedział PAP, że osoby reaktywujące gazetę przejmują po niej tytuł i „przekonanie, że PRL nie był czarną dziurą", odrzucają zaś wyznawanie „jedynie słusznej" ideologii i przywiązanie do władzy. Zalega zastrzegł, że związek zawodowy będzie wydawcą „TR" do czasu powołania stowarzyszenia, które przejmie tę rolę.

Redakcja mieści się w siedzibie „Sierpnia '80". Zespół redakcyjny powstał w oparciu o dziennikarzy miesięcznika „Nowy Robotnik". Sieć reporterów obejmuje 25 współpracowników w całej Polsce, z tygodnikiem współpracują korespondenci zagraniczni, m.in. w Paryżu, Londynie i Brukseli.

„Trybuna Robotnicza" ma 16 stron formatu A3, w tym cztery strony w kolorze. Pod winietą, nawiązującą do starej „TR", jest dopisek: „Inny świat jest możliwy, inna Polska jest konieczna, inna Trybuna już jest!". Gazeta będzie kosztowała 2 zł.

***

Wydawana w latach PRL w Katowicach „Trybuna Robotnicza" była organem KW PZPR. Miała wtedy większy nakład niż centralna „Trybuna Ludu". W 1990 roku gazeta zmieniła nazwę na „Trybuna Śląska". W 2004 roku tytuł połączono z Dziennikiem Zachodnim", wydawanym przez tego samego niemieckiego właściciela.

PAP, wirtualnemedia.pl

Partnerstwo dla wspólnego dobra

Takie szkolenie jest potrzebne

FIO Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

Rozwój organizacji pozarządowych i ich lepszy kontakt z mediami w celu informowania społeczeństwa o rezultatach podejmowanych przez nie działań: tak w skrócie można ująć sens projektu olsztyńskiego oddziału SDP, Radia Olsztyn i Rady Organizacji Pozarządowych Miasta Olsztyn pt. „Partnerstwo dla wspólnego dobra".

Jan Prusik ze Związku Kurpiów na Warmii i Mazurach jest zadowolny ze szkolenia.

Konferencja inaugurująca kilkumiesięczny cykl szkoleń warsztatowych odbyła się 9 września w ratuszu. Monika Falej, przewodnicząca ROPMO powiedziała, że wiele organizacji miało kłopoty z tym, jak kontaktować się z konkretną redakcją i dobrze się zaprezentować, a tym samym dotrzeć do osób potrzebujących.

Prezes oddziału SDP Joanna Wańkowska-Sobiesiak poinformowała, że projekt wpisuje się w szerszą europejską perspektywę rozwoju społeczeństwa obywatelskiego i stwierdziła, że sami dziennikarze odczuwają potrzebę zrozumienia mechanizmów rządzących małymi społecznościami. Ale czasem chcą, a nie mogą.

Potwierdzili to dyskutanci panelu z udziałem Moniki Falej, kierownika projektu Zbigniewa Wytrążka oraz wykładowców: Wojciecha Ogrodzińskiego i Jerzego Pantaka. W konferencji uczestniczył też prezydent Olsztyna Jerzy Małkowski.

Jan Prusik ze Związku Kurpiów na Warmii i Mazurach podkreślił, że jego organizacja z zapałem przystąpi do projektu, Anna Jaworska z ZHP stwierdziła, że także dziennikarze wielu tytułów nie są przygotowani do informowania o organizacjach, bo „mało o nas wiedzą, nie znają struktury". Teresa Antczak z Forum Prorodzinnego mówiła o kłopotach, na jakie napotyka, gdy chce zaprosić dziennikarzy na konkretną imprezę, Adam Andruszkiewicz ze stowarzyszenia „Powrót z U" powiedział, że prasy nie interesuje to, że jego organizacja świadczy darmowe usługi opiekuńcze i utrzymuje np. dwie świetlice.

Grzegorz Radzicki, redaktor naczelny „Gońca Orneckiego" usprawiedliwiał dziennikarzy. Stwierdził, że bacznie obserwuje działalność organizacji pozarządowych, ale jego redakcja jest maleńka, dlatego często nie ma komu obsłużyć ważnych dla OP imprez. Ale zwrócił też uwagę, że organizacje nie potrafią przedstawić informacji o sobie. Potwierdził to Andrzej Dramiński z Olsztyńskiego Telefonu Zaufania, podając jednak przykład działania prowokującego prasę do zainteresowania się problemami OTZ. Decyduje atrakcyjny temat, podkreślił.

Nawiązał do tej wypowiedzi red. Wojciech Ogrodziński, sugerując uczestnikom programu baczniejsze przyglądanie się rynkowi mediów: – Zastanówcie się, w jakich mediach chcecie zaistnieć, krajowych, regionalnych czy lokalnych? Przyjrzyjcie się tematyce ich serwisów informacyjnych, bo dużo zależy od tego jak sami „sprzedacie" informację o sobie.

Red. Jerzy Pantak zauważył, że już nazwy wielu organizacji są „niemedialne", bardzo długie i wieloczłonowe, więc ważne jest to, jaki człon tej nazwy, jako wizerunek organizacji, będzie upowszechniany w świadomości odbiorców. Dodał też anegdotycznie: – Informacje są trojakiego rodzaju: tajne, interesujące wszystkich, o które dziennikarze zabiegają sami; takie, które tworzą sami zainteresowani, ale nie zaciekawiające dziennikarzy, choć mogą interesować opinię publiczną oraz takie, które nie interesują nikogo.

I właśnie warsztaty „Partnerstwo dla wspólnego dobra" mają odpowiedzieć na pytanie, jak sprawić, by zwykłe informacje były atrakcyjne prawie dla wszystkich. Jak samemu napisać informację prasową, jak rozmawiać z dziennikarzami, jak współpracować z różnymi mediami i nie mieć tremy.

(JJP)

Gotowce i konkurencja

W ramach projektu „Miasta działające na rzecz pokoju i demokracji w Europie", realizowanego przez Fundację ALDA za fundusze Brukseli (uczestniczą w nim: Polska, Francja, Grecja i Włochy) odbyło się już kilka konferencji i warsztatów. Razem z przedstawicielami Związku Gmin Warmińsko-Mazurskich brałam udział w dwóch: w Budapeszcie, na temat pokoju w kontekście mniejszości narodowych oraz w Karditsie (Grecja), gdzie mówiono o organizacjach pozarządowych i ich obecności w mediach.

Mniejszości narodowe, tak jak organizacje pozarządowe, odgrywają dużą rolę w budowaniu pokoju oraz demokracji. W ulotce ALDY zapisano: *Demokracja jest delikatną konstrukcją, potrzebującą ciągłego wzmacniania.* I dalej: *Proces budowania Unii Europejskiej oparty jest na wartościach wypracowanych dzięki roli władz lokalnych i społeczności lokalnych.*

Delegacja Związku Gmin Warmińsko-Mazurkich na koferencji w Grecji.

Olsztyńska delegacja na konferencji w budapesztańskim ratuszu.

Doświadczenia innych

Konferencja w Budapeszcie (14-15 września) poświęcona była roli mniejszości narodowych w budowaniu demokracji lokalnej. Dwudniowe spotkanie w Grecji poświęcone było z kolei wypracowaniu metody, która pozwoli organizacjom pozarządowym częściej trafiać na łamy prasy oraz do innych mediów. Na spotkaniu tym przedstawiłam projekt Partnerstwo dla wspólnego dobra opracowany przez nasze stowarzyszenie (SDP), który uruchomiony został cztery dni wcześniej. Ma on dokładnie taki sam cel.

Mówiłam o przyczynach, które skłoniły nas do opracowania tego projektu. Rola tych organizacji w życiu społeczeństwa jest bardzo duża: działają na rzecz ludzi potrzebujących, chorych, dzieci, wspierają rozwój demokracji lokalnej. Ich częstsza obecność w mediach pozwoli im zdobyć nie tylko kolejnych członków, ale też sponsorów, umożliwiając im poszerzanie działalności. Pozwoli też osobom potrzebującym bez trudu trafić do tych organizacji i stowarzyszeń.

Reklama zamiast informacji

Przyczyną braku obecności NGO w mediach jest ograniczony rynek medialny naszego regionu, gdzie większość gazet nie wytrzymała reguł wolnego rynku i wycięta została z rynku reklam przez najsilniejszą z gazet, wykupioną przez niemieckich wydawców. Ponadto organizacje te przestały być nowym zjawiskiem interesującym dla mediów, tak jak były w chwili ich powstawania po przemianach ustrojowych w Polsce. Media skomercjalizowały się i miejsce dawnych informacji zajmuje reklama.

Dziennikarz też człowiek

Co zrobić, żeby tak napisać informację, czy też udzielić takiej wypowiedzi, aby przykuć uwagę sekretarza redakcji i czytelników, czy też słuchaczy? Pisać i mówić krotko i zwięźle, a zarazem treściwie. I jeszcze jedno: należy pamiętać, że dziennikarz to też tylko człowiek, często zmęczony, niekiedy leniwy i warto podsunąć mu gotową informację. Wtedy jest większa gwarancja, że zostanie wykorzystana przez media. Do takich wniosków doszli uczestnicy konferencji w trakcie warsztatów prowadzonych z udziałem zagranicznych dziennikarzy i przedstawicieli organizacji pozarządowych. Warto dodać, że konferencję w Karditsie (miasto wielkości Ełku) zrelacjonowało aż siedem tytułów prasowych, opatrując swe teksty wieloma ilustracjami. Oczywiście, Grekom również znana jest zasada, że najlepiej dziennikarzom wręczyć „gotowca".

Doświadczenie się opłaca

Olsztyński oddział Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich miał już wcześniejsze doświadczenia, w ramach innego projektu (Funkcjonowanie organizacji pozarządowych. Kontakty z mediami) – w 2005 roku uczył członków Olsztyńskiego Stowarzyszenia Mniejszości Niemieckiej, jak konstruować informację prasową. Celem projektu była edukacja obywatelska przedstawicieli mniejszości niemieckiej, jako podstawa budowania społeczeństwa obywatelskiego. Najlepszą rekomendacją zrealizowanego w 2005 roku projektu było stwierdzenie kilku uczestników kursu, którzy przyznali, że to, co pisali wcześniej, zupełnie nie przystawało do zasad pisania dobrej, zwięzłej informacji prasowej.

A tak na marginesie – w redakcji najprężniejszej z gazet Karditsy większość zatrudnionych dziennikarzy to starsi panowie. „Mnie nie stać na zatrudnianie młodych i niedoświadczonych" – powiedział właściciel gazety. „Przepadłbym przy takiej konkurencji" – dodał.

I to jest jeszcze jeden wniosek, który nasuwa się po tej konferencji: konkurencja jest dobra na wszystko. Nawet na zwiększenie obecności organizacji pozarządowych w mediach. Przy skromnym rynku medialnym naszego województwa trudno mówić o konkurencji.

Joanna Wańkowska-Sobiesiak

FIO
Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

Projekt dofinansowany ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich „PARTNERSTWO DLA WSPÓLNEGO DOBRA"
Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich Oddz. w Olsztynie w partnerstwie z Radą Organizacji Pozarządowych Miasta Olsztyn i Rozgłośnią Regionalną „Radio Olsztyn" S.A.

Przewodnik po mediach

FIO Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

Zgodnie z obietnicą, w kolejnych wydaniach „Bez Wierszówki" zamieszczamy praktyczne rady dotyczące kontaktów z mediami, przygotowane przez prowadzących zajęcia w ramach projektu „Partnerstwo dla wspólnego dobra". Liczymy, że skorzystają z nich nie tylko uczestnicy warsztatów. Dla osób biorących udział w cotygodniowych spotkaniach będą one przypomnieniem, skondensowaną ściągawką pozwalającą na lepsze przyswojenie sobie podstawowych zasad, którymi należy się kierować występując przed kamerą, zabierając głos w studiu radiowym czy rozmawiając z przedstawicielami prasy. Aby informacja o stowarzyszeniu, które reprezentujecie zainteresowała odbiorcę i spowodowała, że krąg osób zainteresowanych Waszą działalnością i chcących ją wspomagać, stale będzie się powiększał..

Mamy nadzieję, że podręczny przewodnik po mediach trafi również do pozostałych organizacji pozarządowych Olsztyna, a wskazówki w nim zawarte, będą pomocne w przełamywaniu barier i ułatwią kontakty z mediami. Publikujemy też pierwsze teksty uczestników projektu.

Zbigniew Wytrążek – koordynator projektu

Nie występuj bez przygotowania

Motto tak brzmiące przyświecało naszej wspólnej pracy z udziałem osób z organizacji pozarządowych zainteresowanych mediami – treningami przygotowującymi je do występowania przed kamerami telewizyjnymi.

Słowo **przygotowanie** oznacza tu szerokie spektrum znajomości zasad funkcjonowania i oddziaływania na widza telewizji. Najczęściej pojawiającymi się pytaniami, jakie stawiają sobie osoby zaproszone do wypowiedzi przed kamerą, są: jak wypadnę, dlaczego w ogóle ja i co powiedzą o mnie widzowie? A przecież najważniejsze jest – co mam do powiedzenia. Jak twierdzi Włodzimierz Grzelak z Instytutu Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, trzeba myśleć o skoku, a nie o miejscu na podium.

Niewątpliwym ułatwieniem swobodniejszego korzystania z telewizji jest znajomość podstaw języka filmowego w niej stosowanego. Świadomość realiów tego medium pozwoli na pełniejszą koncentrację i skupieniu się na tym, **co mam do powiedzenia.**

Zacznijmy od podstawowej jednostki obrazu, czyli **klatki** w przypadku taśmy filmowej czy **ramki** na taśmie magnetycznej w TV. Z klatek i ramek składa się **ujęcie, obraz rzeczywistości zarejestrowany na taśmie filmowej lub magnetycznej pomiędzy momentem uruchomienia i wyłączenia kamery,** trwające kilka sekund bądź kilka minut. Ujęcia tworzą **sekwencje**, te zaś **sceny.** Wycinki rzeczywistości ograniczone ramą obrazu nazywamy **planami.** Najbogatsza lista obejmuje ich osiem:

Przed kamerą najważniejsza jest pewność siebie, mówi Bogumił Osiński.

Pierwsza grupa zaczęła od warsztatów telewizyjnych.

Plan ogólny – przedstawia obraz miejsca, pejzaż lub wnętrze, a w nim postać ludzką.

Plan pełny – przedstawia stojącą postać ludzką wypełniającą kadr, a w tle fragment pejzażu lub wnętrza.

Plan amerykański – przedstawia postać ludzką mniej więcej od kolan w górę. Jest planem pośrednim, w którym ważny staje się człowiek, ale w którym widoczne jest jeszcze miejsce akcji. Dlatego najczęściej w tym planie realizowane są stand-uppery.

Plan średni – przedstawia człowieka widzianego mniej więcej od pasa w górę. Służy do ukazania reakcji człowieka m.in. poprzez pokazanie jego mimiki i gestykulacji.

Półzbliżenie – przedstawia popiersie człowieka, czyli głowę i ramiona.

Zbliżenie – przedstawia fragment twarzy bez części.

Duże zbliżenie – przedstawia fragment twarzy bez części czoła i podbródka.

Detal – przedstawia fragment twarzy, oczy, ucho, usta czy fragment nosa. Plany te ukazują stany psychiczne człowieka, są próbą wniknięcia w wyrażające się na twarzy życie wewnętrzne.

Wśród tych ośmiu planów wyróżniamy dwie grupy. Do pierwszej należą **plany sytuacyjne**: ogólny i pełny. Druga obejmuje wszystkie pozostałe plany, które tworzą grupę **planów psychologicznych.** Elementem dominującym w nich nie jest już miejsce, lecz człowiek. Im plan jest bliższy, tym bardziej obiektem zainteresowania staje się człowiek, a temperatura przekazu rośnie. Im zaś plan jest ogólniejszy, tym bardziej człowiek wtapia się w otoczenie, a temperatura przekazu jest niższa.

Zarówno film jak i telewizja to przede wszystkim **ruch.** Istnieją dwa rodzaje ruchu. Pierwszy wykonywany przez kamerę, drugi – przez postaci oraz przedmioty znajdujące się przed kamerą. Ten pierwszy może przybrać formę **panoramy, najazdu** lub **odjazdu.** Drugi, nazywa się **ruchem wewnątrz kadrowym.**

Znajomość zaprezentowanych podstaw języka filmowego pozwoli Państwu nie tylko na większą pewność siebie przed kamerą, ale również ułatwi kontakt z osobami stojącymi po drugiej jej stronie. Stajemy się wówczas partnerami w tym wspólnym przedsięwzięciu. A to rzecz niezwykle cenna. I jaka satysfakcja!

Bogumił Osiński

FIO
Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

Oswajanie kamery

O tym, że organizacje pozarządowe muszą współpracować z lokalnymi mediami, nie trzeba nikogo przekonywać. Ale jak zrobić, aby współpraca była pasmem sukcesów, a nie porażek, to już cięższa sprawa. Dlatego reprezentanci olsztyńskich organizacji pozarządowych spotkali się 16 września w Radiu Olsztyn, aby nauczyć się technik dobrego „sprzedawania się" w mediach. Na pierwszy ogień – w tym również i ja – zmierzyli się z największym kalibrem, jeżeli chodzi o mass media, czyli z telewizją.

Ależ ta kamera przytłacza!

Zaczęło się niewinnie. Kilka ciepłych słów od Zbigniewa Wytrążka z SDP, koordynatora projektu „Partnerstwo dla wspólnego dobra" upewniły nas, że znaleźliśmy się we właściwym miejscu. Stwierdził on m.in. – Jeżeli chcemy zaistnieć z naszą organizacją w mieście, musimy w siebie zainwestować. Poznać kilka niezbędnych technik współpracy z mediami.

Następnie pałeczkę przejął red. Bogumił Osiński z TV3, który pomagał nam w „przebijaniu się" do mediów. W pierwszej części warsztatów poznawaliśmy teoretyczne aspekty pracy w telewizji. Uczyliśmy się także prostych ćwiczeń fizycznych i relaksacyjnych pozwalających opanować tremę przed telewizyjnym występem i chyba skutecznie rozładowywaliśmy zgromadzone w nas napięcie.

Ale tylko trening czyni mistrza, więc do dzieła. Przyszedł czas na to, czego każdy z uczestników obawiał się najbardziej – występ przed kamerą. Specjalnie przygotowane do ćwiczeń ministudio na tarasie Radia Olsztyn było miejscem, gdzie wielu z nas po raz pierwszy stanęło przed kamerą. Musieliśmy przygotować krótką autoprezentację i wygłosić ją pod czujnym okiem kamery.

Im bliżej prezentacji, tym wśród oczekujących rosło napięcie związane z debiutem. Przyznam, że przed kamerą czułam się lekko onieśmielona i zdenerwowana jej obecnością, świecącym prosto w oczy reflektorem oraz bacznie mnie obserwującymi osobami stojącymi na tarasie – co gorsza, oceniającymi mój występ.

Zanim kamera ruszyła, starałam się przypomnieć tekst prezentacji. Bezskutecznie. Trema wygrała ze zdrowym rozsądkiem. I jak tu zacząć wypowiedź, kiedy nogi są miękkie, a w gardle sucho? Ale raz kozie śmierć. Zaczynamy... Przywitanie, kilka słów o sobie, a potem... jakieś zakończenie. Startuję i ... zaczęłam improwizować. Wyuczone kwestie nie wchodzą w grę. Przed kamerą jest inny świat. Czasami ciężko jest zebrać myśli, czasami wręcz przeciwnie, trudno je wyrazić. Uff! Wreszcie koniec. Nie było aż tak źle. Nastało miłe uczucie ulgi w chwili, gdy operator wyłączał kamerę i zgasło onieśmielające i oślepiające światło wymierzone prosto w oczy.

Zdenerwowanie, ale i uczucie satysfakcji. Jestem przekonana, że to nie ostatni mój kontakt z kamerą. Bogatsza w nowe doświadczenia i doznania, czekam z niecierpliwością na kolejne warsztaty – tym razem prasowe i radiowe.

Iwona Rybak

Rowerem po zdrowie

Stowarzyszenie Centrum Turystyki Aktywnej KOŁODROM skupia miłośników i sympatyków turystyki, w szczególności rowerowej. – Popularyzujemy aktywne formy wypoczynku oraz propagujemy zdrowy styl życia wśród mieszkańców Olsztyna. Podejmujemy działania na rzecz ochrony środowiska. Pomagamy też w kształtowaniu pozytywnych wzorców osobowych i postaw społecznych wśród rodziców, dzieci i młodzieży – mówi Darek, jeden z zapalonych członków stowarzyszenia.

Od 2000 roku „Kołodrom" zorganizował 70 ratuszowych rajdów rowerowych, których trasy wiodą przez najciekawsze miejsca Olsztyna oraz pozwalają poznać historię i tradycję regionu. Rajdy są bezpłatne oraz dostępne dla wszystkich chętnych. – W trakcie rajdu zapoznajemy uczestników z zasadami bezpiecznego poruszania się po drogach. Na zakończenie pieczemy kiełbaski na ognisku i organizujemy zabawy i konkursy z nagrodami. Ratuszowe rajdy rowerowe na stałe wpisały się w kalendarz turystycznych imprez naszego miasta i są popularne wśród mieszkańców – dodaje koleżanka Darka.

– Współpracujemy również przy zakładaniu szkolnych klubów rowerowych. Służymy doświadczeniem i pomocą przewodników w organizowaniu szkolnych wycieczek rowerowych. Systematycznie uczestniczymy w paradach rowerowych – zaznacza Darek.

Wspólnie z wydziałem promocji, kultury i turystyki Urzędu Miasta Olsztyn „Kołodrom" organizuje konkursy „Koła, kółka i kółeczka" na opracowanie i prezentację trasy rowerowej. Konkurs pozwala zapoznać się z dotychczas mało znanymi miejscami, ciekawymi pod względem przyrodniczym, historycznym i kulturalnym. Natomiast wspólnie z Miejskim Zespołem Profilaktyki i Terapii Uzależnień stowarzyszenie organizuje kampanię „Jadę nie tankuję", adresowaną do mieszkańców Olsztyna, w szczególności do młodzieży szkół podstawowych i gimnazjów.

Wycieczka rowerowa przed bramą arboretum w Kudypach.

Rowerzyści, którzy potrzebują przewodnika oraz fachowego wsparcia podczas szkolnych rajdów i wycieczek promujących turystykę rowerową w naszym regionie, zawsze mogą liczyć na pomoc „Kołodromu".

Dariusz Stecki
(II grupa warsztatowa)

Rada Organizacji Pozarządowych Miasta Olsztyn po raz kolejny organizuje konkurs na najlepszą inicjatywę organizacji pozarządowych Olsztyna po patronatem prezydenta miasta, który ufundował nagrodę w wysokości 5 tys. zł. Konkursem objęte są wszelkie zrealizowane inicjatywy (projekty) organizacji pozarządowych miasta Olsztyn, skierowane na rzecz pożytku publicznego.

KONKURS na inicjatywę

Do konkursu mogą być zgłaszane inicjatywy biorące udział w poprzednich edycjach, lecz nie były nagrodzone lub wyróżnione. Zgłoszenia inicjatyw (projektów) mogą dokonywać organizacje oraz osoby fizyczne, osoby prawne, organy administracji publicznej oraz kościoły i związki wyznaniowe. Zgłoszenie może dotyczyć również własnej inicjatywy.

Wypełniony formularz należy złożyć w biurze pełnomocnika ds. współpracy z organizacjami pozarządowymi (w ratuszu) w terminie do 10 listopada 2006 roku (II edycja).

W ramach konkursu mogą być przyznane nagrody finansowe i honorowe (wyróżnienia). Ocena inicjatyw (projektów) organizacji przeprowadzana będzie w oparciu o następujące kryteria:

a. społeczne znaczenie;
b. wpływ na rozwój i konkurencyjność m. Olsztyn;
c. umiejętność pozyskiwania środków finansowych i pozafinansowych przez organizację z różnych źródeł oraz efektywność i przejrzystość ich wykorzystywania;
d. umiejętność zaangażowania wolontariuszy do realizacji projektu;
e. innowacyjność;
f. stabilność;
g. stosowanie przez organizację sposobów działania nie budzących wątpliwości etycznych;
h. umiejętność podejmowania przez organizację współpracy z organizacjami pozarządowymi i partnerami społecznymi regionu.

Członkami Kapituły Konkursu są przedstawiciele Rady OPMO. Z pracy Kapituły wyłączone zostają osoby bezpośrednio związane ze zgłoszonymi inicjatywami. Ogłoszenie wyników nastąpi na dorocznym Forum OPMO.

Angielsko brzmiące sformułowanie public relations, w skrócie PR (pi-ar) nie ma dobrego polskiego zamiennika. Najprościej – są to nieustanne działania, które służą pokazywaniu pozytywnego wizerunku swojej firmy, czy organizacji oraz budowanie więzi z otoczeniem.

Kształtowanie wizerunku, czyli PR

Istotą działań PR jest komunikowanie się z otoczeniem (zarówno zewnętrznym, jak i wewnątrz organizacji) oraz informowanie o firmie, organizacji i jej produktach przy pomocy rzetelnego przekazu dostosowanego do właściwej grupy odbiorców.

Przykłady komunikacji zewnętrznej:

- konferencje prasowe,
- foldery, broszury i inne materiały drukowane,
- seminaria tematyczne,
- organizacja imprez firmowych i obchodów jubileuszowych,
- organizacja „drzwi otwartych",
- upowszechnianie numeru telefonu i adres www,
- organizacja wizyt i zasady przyjmowania ważnych gości,
- udział w targach.

W większości działań PR niezbędny jest kontakt z mediami. Do najważniejszych form należą:

- kontakt bezpośredni,
- kontakt telefoniczny,
- komunikaty i informacje prasowe,
- konferencje prasowe,
- różne spotkania (z okazji i bez),
- wyjazdy studyjne,
- seminaria i konferencje,
- wydarzenia specjalne.

Podstawowym narzędziem w kontaktach z mediami jest umiejętność pisania komunikatów prasowych. Aby dobrze napisać komunikat prasowy należy pamiętać o kilku zasadach:

Określamy typ informacji: oświadczenie, komunikat, informacja prasowa. Tytuł: maksimum 3-4 słowa. Podajemy pełną nazwę firmy na początku. Kluczowa wiadomość tekstu (tzw. główka) powinna zawierać kilka wierszy, odpowiadając na pytania: Kto? Co? Gdzie? Kiedy?

Następnie rozwinięcie informacji: Dlaczego? W jaki sposób? Z kim? Po co? Co z tego wynika?

I wreszcie dodatkowe informacje: tło, wypowiedzi ekspertów, uczestników wydarzenia A na koniec kontakt do nas: imię, nazwisko, adres, telefon, faks, e-mail osoby posiadającej dodatkowe informacje. **(jjp)**

Źródła i technika zbierania informacji

Skąd zaczerpnąć informację? Najprościej jest zajrzeć do internetu lub pójść do jakiejkolwiek biblioteki, ale warto gromadzić własny księgozbiór i dobrze go skatalogować (fiszki). Osobno gromadzimy bank informacji podstawowych: telefony, adresy, strony www, wizytówki, zaproszenia na imprezy, katalogi i informatory, książki telefoniczne, mapy i foldery. Czytajmy gazety i czasopisma! Zwłaszcza te nielubiane.

O umiejętności korzystania z telefonu komórkowego, magnetofonu, aparatu fotograficznego, telefaksu oraz komputera nie muszę wspominać, ale... zawsze warto pamiętać, że wysiądzie bateria, zaplącze się taśma lub wyłączą prąd.

Internet to powszechnie dostępne źródło informacji, szczególnie dla młodszego pokolenia reporterów. Ale wygoda sprawia, że tacy dziennikarze zapominają, iż każdy może sobie tanim kosztem założyć „stronę" i załadować w nią dowolne informacje. *Cztery piąte zawartości internetu to informacyjne śmiecie, faktoidy,* których wiarygodności sprawdzić nie sposób. Ponadto, jeśli zbyt często będziemy korzystać z internetu, to upodobnimy się do masowych gazet i stracimy czytelnika, który sam sobie znajdzie w internecie to samo, oszczędzając czas i pieniądze na kupno gazet.

Rasowy reporter ma przynajmniej dwa długopisy i jeden zwykły ołówek, gdy braknie tuszu w długopisie. Podstawą jest dobry (nieprzemakalny) notes. Nigdy mnie nie zawiódł, w przeciwieństwie do elektroniki.

Gdy będziemy w zupełnie obcym otoczeniu i warunki na to pozwalają, korzystajmy z nasłuchu radiowego i telewizyjnego. Ale bierzmy poprawkę na to, kto i w jakim celu nadaje. Stwórzmy przyjazne nam grono informatorów. Dlatego jak najwięcej rozmawiajmy z ludźmi i miejmy oczy szeroko otwarte, a uszy wymyte.

Żadna technika nie zastąpi osobistego kontaktu z ludźmi ani naszych własnych obserwacji. Bywajmy zatem na różnych imprezach i zebraniach, czyli tam, gdzie można spotkać przyszłych czytelników lub słuchaczy.

Jerzy Pantak

FIO Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

Projekt dofinansowany ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich „PARTNERSTWO DLA WSPÓLNEGO DOBRA" Stowarzyszenie Dziennikarzy Polskich Oddz. w Olsztynie w partnerstwie z Radą Organizacji Pozarządowych Miasta Olsztyn i Rozgłośnią Regionalną „Radio Olsztyn" S.A.

Czym skorupka za młodu nasiąknie

Partnerstwo zobowiązuje

W dokumencie „Porozumienie na rzecz rozwoju województwa warmińsko-mazurskiego" zapisano, aby samorządy w codziennej współpracy z organizacjami pozarządowymi traktowały je jako równoprawnych partnerów przy rozwiązywaniu problemów społecznych.

Po trzech latach funkcjonowania ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie oraz dwóch, jakie minęły od podpisanego porozumienia, widać, że przed organizacjami pozarządowymi jeszcze długa droga przez mękę, by o współpracy z samorządami w regionie można powiedzieć, że układa się na zasadach pomocniczości, suwerenności, partnerstwa, efektywności i jawności. Czyli tak, jak to się dzieje w innych krajach Unii Europejskiej. U nas też tak powinno być, pod jednym wszakże warunkiem, że w lokalnych samorządach znajdą się ludzie, dla których idea budowania społeczeństwa obywatelskiego nie będzie tylko frazesem, a program współpracy z organizacjami dokumentem, który można upchnąć w najciemniejszym kącie urzędniczej szuflady.

Efekty są, ale ...

Efekty współpracy są, chociażby w Olsztynie czy Ełku, ale to zdecydowanie za mało, by mówić, że żyjemy w dostatnim, bezpiecznym i sprawnie zarządzanym regionie, a „Porozumienie" dobrze służy budowaniu współpracy partnerów społecznych i zapobieganiu konfliktom oraz nieporozumieniom. W Olsztynie budowaniu platformy wzajemnej współpracy miały służyć tzw. komisje tematyczne, gremia przedstawicieli organizacji pozarządowych i urzędników ratusza, które miały zajmować się wypracowaniem kierunków działań na rok następny. Miały, ale okazało się, że wspólne spotkania nie cieszą się zbytnim zainteresowaniem przedstawicieli ratuszowych wydziałów. Podejrzewam, że powodem niechęci urzędników jest przekonanie o lepszej znajomości potrzeb środowiska, a zmuszanie, by o tak oczywistych prawdach jeszcze dyskutować, uwzględniać postulaty i wnosić poprawki do własnych dokumentów – jest chyba ponad ich siły. Dlatego dyrektorzy wydziałów bronią się, jak mogą, przed takim zamieszaniem.

Jednak można

Od blisko dwóch lat mam możliwość z bliska przyglądać się urzędniczej machinie. Na spotkania miejskiej komisji zajmującej się kulturą fizyczną przedstawiciele „trzeciego sektora" również niechętnie przychodzili. Doświadczyli wielokrotnie, że ich głos tonął w morzu urzędniczej argumentacji. Najczęściej przeciwnej wszelkim zmianom.

W tym roku wreszcie coś drgnęło. Przede wszystkim podczas posiedzeń komisji (urzędnicy, radni, pozarządowcy) opiniujących projekty, w których stowarzyszenia kultury fizycznej zabiegają o finansowe wsparcie na szkolenie bądź organizację imprez. Dotychczas zainteresowaniem wydziału cieszyły się imprezy promujące miasto oraz działania upowszechniające i sprzyjające podnoszeniu poziomu kultury fizycznej dzieci i młodzieży – niezależnie od rangi imprezy czy doświadczeń klubów starających się o dotację. W moim przekonaniu był to błąd, bo wiele propozycji promowania miasta dotyczyło projektów, które tak naprawdę niewiele z nią miały wspólnego (imprezy szkolne, rekreacyjne). Przy dotychczasowych zasadach rozpatrywania projektów upowszechniających szkolenie dzieci i młodzieży (jeden worek) najczęściej traciły uczniowskie kluby sportowe. Przegrywały one w wyścigu o ratuszowe pieniądze z klubami o wieloletniej renomie, a najbardziej te, których statutowym celem nie był wyczyn, a nauka nawyków aktywnego spędzania wolnego czasu – zabawy w sport.

Przyszłoroczne propozycje – co jest niewątpliwym dowodem na to, że jeśli się chce, to można – uwzględniają postulaty środowiska pozarządowego. Co więcej, a co wielokrotnie postulowały stowarzyszenia kf – mają również umożliwić realizację zadań sportowego wypoczynku dzieci i młodzieży w okresie ferii zimowych. UKS-y nie będą wrzucone do jednego worka, a przy projektach dotyczących promocji Olsztyna, będzie się mówić o dwóch: lokalnej i ponadregionalnej. Po to, by podnieść rangę działań promujących miasto w kraju i za granicą.

Zamiast komentarza

Pieniądze, które miasto przeznacza na wsparcie działalności stowarzyszeń kultury fizycznej, powinny być jak najlepiej wykorzystane. To one, w mniejszym lub większym stopniu, decydują o przyszłości naszej młodzieży, jej zdrowiu i fizycznej kondycji. Sukcesem prezydenta jest poprawa kondycji finansowej miasta. Czy kondycji młodego pokolenia, także? Nie jestem tego pewny, bo dyrektorzy olsztyńskich szkół alarmują, że oferta pozalekcyjnych zajęć sportowych jest niewystarczająca, bo brakuje na nią miejsca i pieniędzy. Smutne to, ale prawdziwe. Rośnie za to liczba młodzieży z wadami postawy, płaskostopiem czy otyłością. Ze statystyk wynika, że co szóste dziecko w wieku szkolnym ma nadwagę, a blisko 18 proc. dzieci do osiemnastego roku życia waży zbyt dużo.

Dlaczego? Odpowiedź jest banalna i znana wszystkim. Mimo tegorocznych inicjatyw, nadal brakuje boisk osiedlowych, centrum sportowo-rekreacyjnego, stadionu z prawdziwego zdarzenia, ścieżek rowerowych, którymi można by przejechać całe miasto. Czyli tego, co potrzebne jest każdemu mieszkańcowi, zaś młodemu pokoleniu w szczególności.

Nie chciałbym, by w moim mieście – tak, jak się stało w Rybniku – osiedlowe uliczki zostały opanowane przez młodociane gangi. Tam była to ich jedyna rozrywka. Nie mieli nic w zamian, ponieważ dorośli zapomnieli o infrastrukturze sportowej czy ofertach aktywnego wypoczynku. Wierzę, że w Olsztynie do takich skrajności nie dojdzie. Potrzebna jest tylko dobra wola. Urzędniczego areopagu w szczególności.

Zbigniew Wytrążek

Wolontariat staje się popularny wśród młodzieży, bo młodzi ludzie coraz chętniej chcą pomagać innym. W środowisku wolontariuszy nie ma podziału na studentów czy licealistów. Zgłasza się każdy, kto chce w jakiś sposób być przydatnym. Jedni nazywają to praktykami, inni zdobywaniem życiowego doświadczenia, ale wszystkich łączy jedno, chcą pracować dla dobra innych.

Wystarczy dziękuję

Jedno jest pewne, młodzi ludzie angażując się w bezinteresowną pomoc nie chcą za nią żadnych pieniędzy. Wystarczy jedynie słowo „dziękuję". W ten właśnie sposób wielu młodych wolontariuszy oswaja się z prawdziwym obliczem – najczęściej pierwszej – pracy. Uczą się odpowiedzialności, sumienności i zaangażowania w to, co robią.

Moja historia z wolontariatem rozpoczęła się przed rokiem. Jak wielu rówieśników, szukałam sposobu na aktywne spędzenie wakacji. Ale nie wiedziałam, jak to zrobić. Zależało mi, aby zdobyć doświadczenie związane z kierunkiem moich studiów, gdyż jestem studentką politologii i dziennikarstwa.

Nie mogłam trafić lepiej. Swoją przygodę z wolontariatem zaczęłam w Radzie Organizacji Pozarządowych Miasta Olsztyn. Tam, dzięki życzliwości i otwartości Moniki Falej, zajmowałam się tym, na czym mi najbardziej zależało i co wiązało się z moimi zainteresowaniami. Pamiętam moją pierwszą akcję. Brałam wtedy udział w organizowanym na początku czerwca 2005 roku Forum Organizacji Pozarządowych. Co prawda, nie wyznaczono mi jakiegoś wielkiego zadania: miałam jedynie stać przy stoliku z folderami i odpowiadać na ewentualne pytania zainteresowanych. Może to nic takiego, ale dla osoby, która dopiero zaczynała swoją przygodę z wolontariatem, to i tak wielkie przeżycie.

Później były kolejne akcje – od pracy z mediami, po zwykłą robotę papierkową w biurze i odbieranie telefonów. Teraz pomagam w realizacji projektu „Partnerstwo dla wspólnego dobra". Opiekuję się grupą uczestniczącą w warsztatach medialnych oraz pomagam w sprawach organizacyjnych związanych z tymi szkoleniami.

Nie ukrywam, że praca wolontariuszki wiele mnie nauczyła. I nie myślę tylko o zdobytej wiedzy na temat działania organizacji pozarządowych. Przede wszystkim odpowiedzialności za to, co robię i tego, że nie należy się bać zaangażowania i pomagania innym. To, co teraz robię, w przyszłości pozwoli mi stać się lepszym, bardziej otwartym na drugiego człowieka.

Iwona Rybak

Filmy o regionie

Na zlecenie samorządu województwa powstają filmy sławiące różnorodne atrakcje regionu, w tym cykl programów telewizyjnych o zamkach gotyckich, przygotowany przez Agencję Produkcji Telewizyjnych S2 wspólnie z TVP Olsztyn.

Pierwszy z 10 minutowych odcinków zobaczymy na antenie TVP Olsztyn prawdopodobnie pod koniec października. Wiosną obejrzą go wszyscy widzowie TVP.

Firma Telewizyjna Agencja Reklamowo-Producencka FFA Studio z Olsztyna realizuje dziesięcioodcinkowy program „Palce lizać – gotowanie na Warmii i Mazurach". Na program złożą się prezentacje kulinarne przygotowane przez kucharzy z różnych placówek gastronomicznych Warmii, Mazur i Powiśla. Ośrodek TVP w Olsztynie deklaruje emisję tego cyklu. Zarząd województwa przyznał na obie produkcje 32 tysięcy złotych brutto.

Warto przypomnieć, że spot i film, promujące uroki Warmii, Mazur i Powiśla znalazły się wśród laureatów I Międzynarodowego Festiwalu Filmów Turystycznych w Płocku, który zorganizowała we wrześniu Europejska Federacja Prasy Turystycznej.

Spot jest zapowiedzią dłuższego, ośmiominutowego filmu pt. „Warmia i Mazury – od wschodu do zachodu słońca". Film zdobył nagrodę prezydenta miasta Płocka, a spot I nagrodę w kategorii krajowej. Produkcja spotu i filmu kosztowała 24,4 tys. zł. Wyprodukowano 500 sztuk VCD i 100 sztuk DVD po polsku i angielsku. Można je kupić w departamencie turystyki i promocji urzędu marszałkowskiego. **(r-j)**

Limeryki dziennikarskie

Punkt widzenia

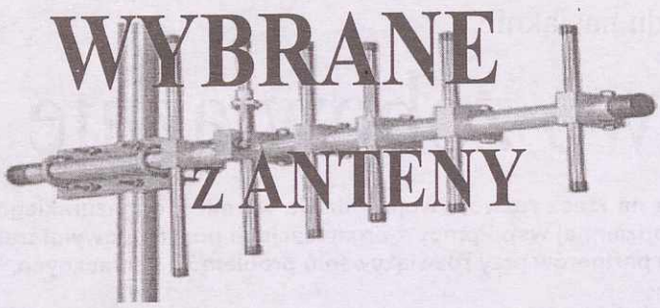
Łatwo włożyć kij w mrowisko
Żeby skłócić środowisko
Przykład dać argumentacji
Że to koszty demokracji
Demokracja – to nie wszystko.

Jak by, co?

Każdy mieć powinien w domu
Swój wykrywacz mikrofonu,
Gdy chce być na wizji szczery
Też wykrywacz do kamery,
Oczywiście po kryjomu.

Andrzej Zb. Brzozowski

WYBRANE Z ANTENY



Sierpień stał pod znakiem lidzbarskich biesiad humoru i satyry. Na antenie Radia Olsztyn, co skrzętnie wychwyciliśmy, poświęcono temu sporo miejsca. A w czasie lidzbarskich wieczorów antena RO była wprost opanowana przez kabareciarzy. I dobrze, bo w trakcie wakacyjnego wypoczynku nic tak nie wpływa na poprawienie nastroju, jak dobra rozrywka. Szczególnie z radiowej anteny.

Biesiady Humoru i Satyry (19.08)

Nie wymieniam autorów relacji, bo ich nie zdążyłem zanotować. W rozmowach z kabareciarzami też ich nie było słychać. Pierwsze skrzypce grali członkowie kabaretów biorących udział w 27 Biesiadach Humoru i Satyry. Nie były to relacje z ich występów – chociaż wstawki też się też zdarzały – lecz przede wszystkim luźne wrażenia (ale z humorem) podane z przymrużeniem oka i z kabaretową okrasą. W popołudniowej relacji o swoich wrażeniach opowiadał fotografik, który swoim aparatem rejestrował wszystko, co działo się na scenie i na widowni. Żałował jedynie, że reakcja na dowcipne teksty występujących nie była tak żywiołowa, jak się spodziewał. Kładł to na karb upałów i spóźnionej reakcji.

Autorzy relacji wymagają pochwały. Relacje były przednie, dobrze przygotowane, co przez cały dzień trzymało mnie na uwięzi, z uchem przy odbiorniku.

Echosonda (20.08)

Magdalena Szydłowska, autorka audycji, która powstaje we współpracy z Uniwersytetem WM, podjęła się bardzo trudnego zadania. Znalezienia odpowiedzi na pytanie, dlaczego młodzi wyjeżdżają za granicę i czy uczelnia coś robi, aby temu przeciwdziałać. Temat bardzo na czasie, ale nie sądzę, by wypowiedzi przedstawicieli uczelni mogły satysfakcjonować. Z rozmowy z Mirosławem Marszelewskim dowiedziałem się, że największe kłopoty w znalezieniu pracy mają humanici. W ogóle dobrze by było, gdyby wyjeżdżający liczyli na szybki zarobek, a robienie kariery odłożyli do powrotu do kraju – będzie im wtedy łatwiej. Okazuje się, że gdy trzeba żyć za granicą, wyjeżdżający muszą się liczyć z poważnymi wydatkami: na naukę języka, na dom i wychowanie dzieci. W audycji była również mowa o sukcesie Julii Górniewicz i Jacka Barcikowskiego podczas światowego konkursu Imagine Cup, organizowanym przez Microsoft, w którym przedstawiciele Olsztyna zdobyli II miejsce w kategorii „Krótki film". Ze znalezieniem zajęcia, najlepiej stałego i do tego w Polsce, nie powinni mieć specjalnych trudności. Z profesorskiego słownika, stałej pozycji audycji, dowiedziałem się, że prolaktyna to hormon, który ma wielki wpływ na rozród świń, bo jego brak może powodować zanik mleka u karmiących macior.

Audycja ciekawa, nawet dla szerszego kręgu słuchaczy niespecjalnie zainteresowanych doniesieniami z kortowskiej uczelni.

Moda na Warmię i Mazury (25.08)

Krystyna Prońko, znana piosenkarka i gość programu Ewy Domaradzkiej-Ziarek, wspominała o swoich związkach z regionem. Przyznała, że rzadko u nas bywała, ale z dzieciństwa i wspólnych podróży z rodzicami zapamiętała wąskie drogi wijące się między jeziorami i rosnące wzdłuż nich drzewa – prawdziwe aleje. Podziwia, już jako dorosła, piękno Olsztyna. W dalszej części audycji mówiono o formule 1 na Krzywym, regatach bardzo szybkich żaglówek i otwarciu nowego stadionu w Lubawie, pierwszego obiektu rekreacyjno-sportowego na miarę 21 wieku. Ma tam jeszcze powstać kompleks basenów krytych, chwalił się burmistrz miasta. Końcówkę programu zdominowała muzyka retro i chęć przywrócenia mody na potańcówki w olsztyńskim Parku Jakubowym. Mówili o tym muzycy, którzy temu miejscu chcą przywrócić jego dawny czar.

Temat dnia (26.8)

W reportażu Jacka Karaczuna, co zapowiedziała autorka porannego bloku, miała być mowa o regionalnych frykasach. W Różyńsku, niewielkiej miejscowości pod Ełkiem, zorganizowano festiwal jadła mazurskiego. O jego specyfice, o regionalności potraw rozmawiali goście programu, Maciej Kuroń i Monika Kaplińska, która rzecz całą przygotowała. Oboje byli zgodni, że o kuchni mazurskiej, jej specyficznym smaku, decydują nasze jeziora i lasy, bo w menu najwięcej jest potraw rybnych i tego, co można zebrać czy upolować w lesie. A więc ryby, owoce runa leśnego i dziczyzna. Tak było od wieków. Zdaniem rozmówców, ta wielobiegunowość przydaje swoistego ducha naszemu jadłu. A gdy do tego dodamy wygląd, smak i oryginalność przygotowywanych potraw, mamy w kuchni mazurskiej aromat przestrzeni i smak wolności, przekazywany nam z pokolenia na pokolenie. Okazuje się, że nie tylko w Olsztynie mamy zdolnych dziennikarzy. Dowiodła tego relacja korespondenta z Ełku.

Kronika sportowa (28.8)

Kronikę rozpoczęła relacja z konferencji prasowej Czesława Langa, dyrektora Tour de Pologne. Sławny przed laty kolarz zawitał do nas, by zobaczyć jak przebiegają przygotowania do powitania kolarzy w Olsztynie (4 września). Był zadowolony, podobnie jak prezydent miasta, który tę największą imprezę kolarską w Polsce zalicza do najlepszych promocji grodu nad Łyną. Słusznie. W komentarzu red. Marek Dabkus mówił o sparingu piłkarzy ręcznych Travelandu, a z rozmowy z prezesem IV-ligowego Płomienia Ełk dowiedzieliśmy się o słabej postawie zespołu i dymisji trenera Andrzeja Mierzejewskiego, przed laty czołowego piłkarza Stomilu Olsztyn. W obszernym serwisie piłkarskim mówiono o sytuacji w polskiej piłce, zaś na zakończenie programu Andrzej Kamiński, trener kajakarzy OKS Olsztyn opowiadał o starcie młodzików w MP.

Po bogatym w treści niedzielnym „Magazynie sportowym" nie sądziłem, że jeszcze tyle ciekawego działo się w sporcie i to z udziałem reprezentantów naszego regionu. Brawa dla dziennikarzy sportowych, którzy potrafią to wszystko zebrać do kupy, profesjonalnie oprawić i podać słuchaczom.

Podsłuchiwał
Zbigniew Wytrążek
SDP Oddział w Olsztynie

Gazeta Wyborcza zwiększyła w sierpniu cennikowe wpływy netto z reklam do 53,2 mln zł, czyli o ponad 4 mln zł wobec analogicznego okresu 2005 – wynika z monitoringu gazet codziennych firmy Expert Monitor. Na ten wzrost wpłynęło dziesięć dodatkowych wydań lokalnych „GW". Na drugim miejscu znalazł się „Fakt", który zanotował przychody reklamowe ok. 12 mln zł (3 mln zł więcej niż rok wcześniej). Trzecie miejsce przypadło „Rzeczpospolitej" – 6,3 mln zł (spadek o prawie 4 mln zł). „Dziennik", który zaczął się ukazywać od 18 kwietnia br., zanotował wpływ 3, 6 mln zł.

Wśród gazet regionalnych najwięcej wpływów z reklam miał „Dziennik Bałtycki" – spadek z 5,31 mln rok temu do 5,30 mln zł obecnie.

Warszawski Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oddalił odwołanie TVN24 od decyzji Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) z kwietnia 2005 r. w sprawie nadużywania przez TVN24 pozycji dominującej na rynku płatnych programów telewizyjnych. W decyzji z kwietnia ub. roku prezes UOKIK uznał narzucanie przez TVN24 uciążliwych warunków umowy licencyjnej spółce „Automatic-Servis" Sp. z o.o. w Brodnicy za ograniczenie konkurencji na krajowym rynku płatnych programów informacyjno-publicystycznych i pogodowych, nadawanych w języku polskim.

Zdaniem UOKIK, narzucone warunki umowy licencyjnej przynosiły TVN24 nieuzasadnione korzyści.

We wrześniu ukazał się kolejny magazyn typu Customer Publishing, przygotowany dla sieci sklepów SMYK pod nazwą „Cały dla małych". Magazyn będzie wydawany w cyklu dwumiesięcznym. „Cały dla małych" tematycznie jest skierowany do rodziców i dzieci w wieku 0-14 lat. Nakład wynosi 50 tys egz., magazyn ma objętość 44 stron, wydawany jest na papierze kredowym. Dystrybucja odbywa się w 34 sklepach sieci SMYK. Cena magazynu to 2,90 zł, a klienci, którzy dokonają zakupów za minimum 50 zł otrzymują go bezpłatnie.

Customer Publishing w wolnym tłumaczeniu oznacza wszelkiego rodzaju publikacje przygotowywane dla potrzeb konkretnych klientów, którzy sami decydują o wyglądzie, zawartości i sposobie dystrybucji tworzonych projektów.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji oświadczyła, że nie będzie tolerować przypadków naruszania przez nadawców przepisów chroniących dzieci i młodzież.

Podstawą oceny jest monitoring 4 programów telewizyjnych: dwóch nadawców publicznych (TVP 1 i TVP 2) oraz dwóch nadawców koncesjonowanych (POLSAT i TVN). W wielu przypadkach stwierdzono stosowanie praktyki zaniżania kategorii wiekowych, pozwalające przesuwać na godziny wcześniejsze emisje audycji, które prawidłowo zakwalifikowane powinny być nadawane, bądź to po godzinie 20 (z kwalifikacją „od lat 16"), bądź to po godz. 23 (z kwalifikacją „od lat 18").

„Zaniepokojenie KRRiT budzi zwłaszcza błędne i zagrażające dzieciom kwalifikowanie przez nadawców do kategorii +od lat 12+ wielu audycji - w tym rozmaitych sensacyjnych paradokumentów – zawierających jednostronny obraz świata pełnego kłamstw, przemocy, występków i zbrodni, których odbiór wymaga większej dojrzałości psychicznej i intelektualnej, niż dysponują przeciętnie dzieci w tym wieku, i które poprzez to stanowią istotne zagrożenie dla zdrowia psychicznego i moralnego małoletnich widzów" – podkreśla raport.

Protestacyjny list otwarty przeciwko nowym władzom rozgłośni wysłali dziennikarze poznańskiego Radia Merkury S.A. (podpisało się 70 na 100 pracowników) do sejmowej i senackiej komisji środków przekazu i KRRiT, a także do rady nadzorczej swojego radia, w której parytet jest podobny do rozgłośni publicznych w całym kraju: trzech ludzi z PiS i po jednym z Samoobrony oraz LPR.

Poznańska rozgłośnia Radio Merkury ma w zarządzie byłego pracownika magazynu słodyczy i sympatyka LPR. Poparcie do radia dał mu inny zwolennik LPR zasiadający w radzie nadzorczej stacji – na co dzień dyrektor... stajni. W kolejce do zarządu czekał miejski urzędnik z nadania PiS.

Krystyna Mokrosińska, szefowa Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich dla „GW": - Dziwię się, że tak późno dziennikarze radiowi wyszli z protestem. Skandalem było już przecież wrzucenie do radia kieleckiego człowieka z Samoobrony, który miał sklep z materiałami budowlanymi.

Zdaniem Mokrosińskiej za radiowcami z Poznania powinny pójść następne stacje: – Bo to jest jeden wielki skandal! Należy z tym skończyć. PiS deklarował, że będzie dbał o niezależność, ale to były tylko słowa. Teraz ze słowami protestu powinni wyjść dziennikarze.

Spółki Ruch i Eurocash podpisały porozumienie dotyczące dostawy prasy do największej w Polsce sieci sklepów detalicznych – abc (ponad 2300 placówek), których Eurocash jest franczyzodawcą.

Każdy sklep abc ma prawo podpisać z Ruch umowę zgodnie z wynegocjowanymi przez Eurocash (jako franczyzodawcą sieci abc) warunkami handlowymi.

Jestem przekonany, że proponowana sklepom abc oferta jest atrakcyjna i pozyskamy w ramach tej największej sieci w Polsce, wielu nowych klientów. To dla nas możliwość dalszego rozwoju i umocnienia pozycji lidera na rynku dystrybucji prasy – mówi Adam Pawłowicz, prezes zarządu Ruch S.A.

(Za PAP, wirtualnemedia.pl, gazeta.pl, expert-monitor.pl.)

Według statystyk Światowego Stowarzyszenia Prasy (WAN) do końca września br. zginęło już 75 dziennikarzy i ich współpracowników. To rekordowy rok pod tym względem.

Mordują dziennikarzy

Najgorszym rokiem był 2004 – wówczas życie straciły 72 osoby. W tym roku najwięcej – 26 osób – zginęło dotąd w Iraku. Ponadto WAN wymienia 19 krajów: Filipiny (osiem osób), Gujana (sześć), Sri Lanka (pięć), Kolumbia (cztery), Pakistan (trzy), Angola, Chiny, Ekwador, Indie, Liban i Wenezuela (po dwie), Afganistan, Bangladesz, Brazylia, Gwatemala, Indonezja, Kongo, Meksyk, Rosja, Somalia, Sudan i Turkmenistan (po jednej).

W ostatnich dniach zginęło kilkoro następnych. Zastrzelono m.in. Annę Politkowską, wybitną rosyjską dziennikarkę, piszącą książki o współczesnej Rosji, w tym o wojnie w Czeczenii i autorytarnej polityce prezydenta Władimira Putina. Jej zwłoki znaleziono w windzie domu, w którym mieszkała, w samym centrum Moskwy, nieopodal Dworca Białoruskiego. Natomiast w Sudanie zamordowano redaktora naczelnego gazety „El Wifaq". Sprawcy obcięli mu głowę. A w Afganistanie zastrzelono dwóch niemieckich dziennikarzy.

W ciągu 15 lat na całym świecie zginęło aż 580 dziennikarzy podał w najnowszym raporcie nowojorski Komitet Obrony Dziennikarzy (ang. CPJ), który gromadzi tego rodzaju dane od 1992 roku. Najbardziej niebezpiecznym krajem dla reporterów był Irak, a następnie Algieria, Rosja, Kolumbia i Filipiny.

Aż 71 procent ofiar zostało zamordowanych w odwecie za próby ujawniania faktów kłopotliwych dla rządów, innych sił politycznych lub prywatnych organizacji. Jak szacuje CPJ, 27 procent tych zabójstw popełniono na zlecenie rządów i ich agend, w tym wojskowych, zaś dalsze 8 procent można przypisać paramilitarnym bojówkom związanym z państwowymi służbami bezpieczeństwa.

W 24 procentach sprawcami były ugrupowania opozycyjne wobec rządów, co szczególnie dotyczy Iraku, gdzie z rąk rozmaitych grup rebelianckich śmierć poniosło już ponad 50 dziennikarzy.

Na frontach wojen zginęło 18 procent, a 10 procent – relacjonując zamieszki i rozruchy wewnętrzne. Sprawcy zabójstw dziennikarzy najczęściej pozostają bezkarni. 85 procent morderców w ostatnich 15 latach nie było ściganych przez miejscowy wymiar sprawiedliwości.

(PAP, wirtualnemedia.pl)

POLSKIE RADIO
OLSZTYN
RADIO OLSZTYN
znamy się
ze słyszenia
Giżycko 99,6 Mhz Olsztyn 103,2 Mhz Elbląg 103,4 Mhz
www.ro.com.pl

www.ro.com.pl
POLSKIE RADIO
OLSZTYN
RADIO OLSZTYN
znamy się
ze słyszenia
Giżycko 99,6 Mhz Olsztyn 103,2 Mhz Elbląg 103,4 Mhz