

Wstęp

Spotkania na Polach Lednickich, X Zjazd gnieźnieński¹ czy 1050-lecie chrztu Polski stanowią przykłady wydarzeń relacjonowanych zarówno przez media kościelne, jak też świeckie. Można zaryzykować stwierdzenie, że to samo wydarzenie religijne będzie inaczej przekazywane przez media publiczne i media religijne. Jedni będą je transmitować przede wszystkim ze względu na jego spektakularność i rangę, dla drugich priorytetem będą wartości duchowe, chociaż w jednym i w drugim przypadku będzie to realizacja misji danego medium. Czy chodzi zatem o tę samą misję i taką samą misję? Czym innym będzie przecież misja i cel firmy, organizacji, redakcji, a czym innym misja religijna, co więcej, inaczej określa ją różne kościoły i związki wyznaniowe. Media świeckie realizują misję publiczną, sformułowaną w zapisach prawnych, a media katolickie – misję Kościoła katolickiego, czyli głoszenie dobrej nowiny, orędzia zbawczego, prawdy o Chrystusie. Nakaz misyjny zawierają teksty Pisma Świętego w formie zachęty: *Idźcie więc i nauczajcie wszystkie narody* (Mt 28, 19), *Idźcie na cały świat i głoscie Ewangelię* (Mk 16, 15), czy nawet wyrażenia obowiązku: *Biada mi, gdybym nie głosił* (1 Kor 9, 16)². Posłannictwo to wypełniali pierwsi uczniowie, a następnie chrześcijanie wszystkich stuleci. Obecnie nowe możliwości techniczne sprawiają, że ten sam przekaz trafił do odbiorców na całym świecie. Wśród mediów spełniających misję chrześcijańską znajdują się media katolickie. Zagadnienie misyjności komplikuje się zatem w wielu wymiarach, należy więc przyjrzeć mu się szczegółowo, ponieważ *misja* i *misyjność* stanowią pojęcia pojemne, wskutek czego nieostre i niezbyt precyzyjnie przedstawiane w literaturze przedmiotu, a przecież implikujące działania charakterystyczne dla każdej redakcji.

Spośród współczesnych mediów szczególnie interesujące dla badań humanistycznych wydaje się radio, tradycyjnie nazywane medium słowa. Am-

¹ X Zjazd gnieźnieński (11-13 marca 2016) odbył się pod hasłem „Europa nowych początków. Wyzwalająca moc chrześcijaństwa”, por. www.zjazd.org/program-x-zjazdu (dostęp: 11.02.2016).

² Cyt. za: *Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu*, Poznań–Warszawa 1980.

biwalentne w ocenach teoretyków i praktyków, postponowane przez branżę reklamową, zdetronizowane z pozycji lidera przekazu literackiego, odarte zostało z monopolu produkcji słuchowisk i powieści w odcinkach w związku z popularyzacją wydawnictw, audiobooków, przekazów *online*, podcastów czy ofert *on-demand*, na żądanie. Atutem radia pozostaje jednak jego powszechność, towarzyszenie słuchaczowi, odbiór programu za pomocą różnych nośników, a współcześnie umożliwienie dotarcia do odbiorców praktycznie bez ograniczeń, dzięki przekazowi internetowemu bądź satelitarnemu.

Specyfika medium, które zostanie zaprezentowane w monografii, przeznaczonego do działań misyjnych, umożliwia jednocześnie wszelkie formy aktywności edukacyjnej oraz formacyjnej. Radio towarzyszące, informujące, mówiące do słuchacza, staje się mu bliskie. Służy każdemu, kto odpowiednio skorzysta z oferty najstarszego medium elektronicznego, prymarnie medium ambitnego przekazu, słowa i muzyki, koncertów i nabożeństw, wspieranych niezastąpionym, przyjaznym głosem spikera.

Kontekst badań stanowią poznańskie tradycje społecznikowskie XIX wieku, jak też poznańskie tradycje radiowe lat dwudziestych i trzydziestych wieku XX. To połączenie nie jest przypadkowe, powinno bowiem zostać przywołane w odniesieniu do działań misyjnych, charytatywnych, edukacyjnych, realizowanych przez Wielkopolan, dzięki rozwojowi nowych mediów elektronicznych, w tym najstarszego, jakim jest radio.

W tym kontekście odwołać się należy do radiofonii katolickiej, lokalnej – wielkopolskiej, co uzasadnia *genius loci*. Osadzenie w konkretnych realiach umożliwia nawiązanie do tradycji, a zatem do początków państwa i kultury chrześcijańskiej właśnie na tych ziemiach w związku z 1050. rocznicą chrztu Polski (966-2016), do zainicjowania polskiej radiofonii w roku 1924, ale także do misji poznańskiej stacji katolickiej, którą realizuje od 1995 roku³. By zaprezentować współczesną radiofonię, konieczne jest bowiem zarysowanie kontekstu jej rozwoju. W przypadku Radia Emaus, nieodzowne okazało się uwzględnienie inicjatyw społecznych i tradycji lokalnych w rozwoju medium na tle 90 lat doświadczeń radiofonii poznańskiej (1927-2017) oraz na tle 20 lat rozwoju polskiej radiofonii katolickiej.

Początki radiofonii poznańskiej

Radio to najstarsze wśród najnowszych mediów⁴. Powszechnie przyjmuje się, że radiofonia rozwijała się od początków XX wieku, a za pierwszą roz-

³ www.radioemaus.pl/historia [dostęp: 11.08.2017].

⁴ Początki radia wiążą się z wykorzystaniem fal radiowych (James Maxwell, Heinrich Hertz) i zbudowaniem urządzenia (Aleksandr Popow, Guglielmo Marconi, Nikola Tesla). Po 20 latach

głośnię uznaje się amerykańską KDKA, która rozpoczęła działalność w Pittsburgu⁵ w dniu wyborów nowego prezydenta USA i ogłosiła wyniki kilka godzin przed wydaniem prasowymi⁶. Następnie powstały stacje we Francji (1921 i 1922)⁷, w Wielkiej Brytanii (w 1922) i w Niemczech (1923)⁸. Założona w 1920 roku w Stanach Zjednoczonych rozgłośnia była pierwszą na świecie emitującą stały program⁹, a „rok po uruchomieniu regularnej emisji pittsburska KDKA transmitowała w każdą niedzielę mszę św. z miejscowego kościoła”¹⁰. Do 1925 roku istniało już ok. 600 rozgłośni, w tym czasie działały 4 miliony radiodbiorników, a w 1929 roku było ich już 10 milionów¹¹. Fazy rozwoju radiofonii dotyczą sposobu przekazywania dźwięku, a szczególnie muzyki.

W Polsce działania inicjujące powstanie radia wyniknęły – rzecz można – z konieczności historycznej, ponieważ pierwszy sygnał został wyemitowany u początków istnienia nowego państwa. Oficerowie Wojska Polskiego przejęli niemiecką radiostację WAR w warszawskiej cytadeli, a już po kilkunastu godzinach nadany został komunikat o odzyskaniu przez Polskę niepodległo-

eksperymentów naukowych zrodził się pomysł na nowe medium. Pierwszy prywatny przekaz radiowy odbył się w 1895 roku, a pierwszy publiczny w Londynie w roku 1896. W tym czasie nad podobnym doświadczeniem pracował G. Marconi, mający wizję przenoszenia wiadomości na duże odległości dzięki drganiom powietrza, czego dokonał w roku 1899, kiedy sygnał radiowy pokonał kanał La Manche, a już w roku 1901 – Atlantyk. Przyjmuje się jednak, że pierwsza doświadczalna transmisja foniczna miała miejsce w 1911 roku w nowojorskiej Metropolitan Opera. Pierwszą rozgłośnię, emitującą tylko muzykę, uruchomiono w Belgii w 1914 roku, a rok później z Waszyngtonu do Paryża przesłano drogą radiową sygnał głosu ludzkiego; por. W. Markiewicz, *Radio – świat z dźwięków*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 1996, por. J. Miąso, *Pedagogiczno-pastoralny model oddziaływania radia katolickiego w Polsce. Studium z zakresu pedagogiki medialnej*, Rzeszów 2008, s. 90-91; por. B. Birch, *Guglielmo Marconi. Jak radio przybliżyło świat*, tłum. L. Dziadkiewicz, Warszawa 1992, s. 15-28; S. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 1996, s. 59-70.

⁵ S. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, dz. cyt., s. 60.

⁶ J. Mayen, *Radio a literatura*, Warszawa 1965, s. 7. Na urząd prezydenta wybrano Warrena Hardinga.

⁷ Jak wyjaśnia Jean – Jacques Cheval, „Można powiedzieć, że Francja zaczyna swoją przygodę z radiotelegrafią dzięki paryskim doświadczeniom Edouarda Branly’ego w 1890 roku. Stosując wcześniejsze odkrycia Heinricha Hertza, zastanawiał się on, jak nazwać skonstruowany aparat służący do odbierania fal Hertza: *radio-detektor, radio-przekaznik, koherer...* W roku 1904 wojskowa stacja TSF została zainstalowana u stóp wieży Eiffla, służącej jej w charakterze anteny. (...) Pierwszą było radio publiczne, znane pod nazwą Poste de la Tour Eiffel (Stacja Wieży Eiffla), drugą – prywatna Radiola, uruchomiona przez przemysł energetyczny”; zob. J.J. Cheval, *W stronę nowego radia. Między obietnicami a wątpliwościami – kilka pytań o radiofonie*, [w:] *Radio i społeczeństwo*, red. G. Stachyra, E. Pawlak-Hejno, Lublin 2011, s. 64.

⁸ H.J. Kleinsteuber, *Radio w Europie*, [w:] *Radio i społeczeństwo*, red. G. Stachyra, E. Pawlak-Hejno, Lublin 2011, s. 13.

⁹ S. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy...*, dz. cyt., s. 116.

¹⁰ Tamże, s. 117.

¹¹ A. Zwoliński, *Słowo w relacjach społecznych*, Kraków 2003, s. 315-316.

ści¹². Planowane i zamierzone działania sięgają lat dwudziestych XX wieku. Nasze rodzime inicjatywy poprzedzone zostały przez nadawców amerykańskich oraz europejskich. Jak twierdzi Jerzy Plis, „dziewiętnastego października 1924 r. Polskie Towarzystwo Radiotechniczne rozpoczęło próbne nadawanie audycji radiowych (...). Codzienne nadawanie programu zainaugurowano w niedzielę 1 lutego 1925 r. punktualnie o godz. 18.00. (...) Polskie Radio rozpoczęło emisję stałego programu 18 kwietnia 1926 roku”¹³.

Wkrótce powstanie radia zainicjowali Wielkopolanie, integrując działania techniczne i religijne; powołali spółkę, zaplanowali program łączący potencjał artystyczny i duchowy. W latach 1925-1927 rozpoczęły działalność pierwsze polskie rozgłośnie radiowe do powszechnego odbioru w Warszawie, Krakowie i Poznaniu. W roku 1927 otwarta została stacja w Wilnie¹⁴, a od roku 1930 nadawała Lwowska Fala¹⁵.

Zarówno tradycje radiofonii polskiej, poznańskiej, jak też watykańskiej przypominają, że od początku było to medium wyjątkowo predestynowane do działań misyjnych, co potwierdza historia jego rozwoju. U podstaw istnienia i działania radia leży kontaminacja treści społecznych z religijnymi. Zaskakujące może się wydawać, że „w 1926 r. w Warszawie rozpoczęła działalność spółka Polskie Radio (...); komunikat zapowiadający powstanie Polskiego Radia kończył się tradycyjnymi życzeniami *Szczęść Boże*¹⁶ (...). Radio już po roku istnienia emitowało audycje religijne”¹⁷. Nagromadzenie takiej oferty programowej nie było nawet sto lat temu tak oczywiste. Jak przypomina Grzegorz Łęcicki, „W II Rzeczypospolitej Polskie Radio – jako jedyna radiofonia na świecie – rozpoczynało dzień pieśnią poranną skierowaną ku Bogu; najczęściej była to pieśń *Kiedy ranne wstają zorze*”¹⁸, co znów potwierdza oryginalność pomysłów polskich radiowców i stanowi jednocześnie odpowiedź na potrzeby rodzimego odbiorcy. Ponadto, to unikalny przykład umuzycznienia anteny i to za pośrednictwem utworu religijnego. Polskie tradycje muzyczne podejmował i rozwijał również ośrodek poznański dzięki promowaniu rodzimej chóralistyki.

¹² J. Miąso, *Pedagogiczno-pastoralny model oddziaływania radia katolickiego w Polsce. Studium z zakresu pedagogiki medialnej*, Rzeszów 2008, s. 91-92.

¹³ J. Plis, *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film. 1918-1939*, Lublin 2001, s. 147.

¹⁴ Rozgłośnia Polskiego Radia w Wilnie została otwarta 4 grudnia 1927 roku, poświęcono ją 15 stycznia 1928 r.; por. M. Andukowicz-Bieńkowska, *Współpraca Władysława Kalinowskiego z Rozgłośnią Polskiego Radia w Wilnie*, [w:] *Komunikowanie i komunikacja w dwudziestoleciu międzywojennym*, K. Stępnik, M. Rajewski, Lublin 2010, s. 173.

¹⁵ J. Kędziora, *Obraz społeczeństwa polskiego w audycjach Polskiego Radia Lwów*, [w:] *Radio i społeczeństwo*, dz. cyt., s.127.

¹⁶ G. Łęcicki, *Problematyka katolickich mediów audialnych i audiowizualnych we współczesnej Polsce*, [w:] *Media religijne i wyznaniowe w Polsce*, dz. cyt., s. 166.

¹⁷ G. Łęcicki, *Problematyka katolickich mediów...*, dz. cyt., s. 167.

¹⁸ Tamże.

Misyjność realizowano też w inny sposób: „Radio transmitowało nabożeństwa majowe z sanktuariów maryjnych, a więc z Ostrej Bramy, Piekar, Jasnej Góry; rezurekcję z katedry wawelskiej, pasterkę z małych wiejskich kościółków; z Watykanu nadawało orędzia i błogosławieństwa papieskie; niedzielne transmisje mszy św. przyczyniły się do powstania nowego gatunku homiletycznego, a mianowicie kaznodziejstwa radiowego” – wylicza Grzegorz Łęcicki¹⁹. Tematyka religijna na stałe weszła do programu przedwojennego, po szczegółowych ustaleniach, które opisuje Andrzej Zwoliński: „W Polsce międzywojennej katolickie programy pojawiły się w 1933 r. w wyniku umowy między kierownictwem Polskiego Radia i stroną kościelną”²⁰. Transmisje realizowały anteny ogólnopolskie i lokalne. Znaczenie programu radiowego dla słuchacza i niejako uzależnienie od codziennego, długiego odbioru potwierdza artykuł Karola H. Rostworowskiego z 1938 roku, publikowany na łamach *Anteny*, w którym fikcyjny muzyk przyznaje, że słucha radia od rozpoczynającej dzień pieśni *Kiedy ranne wstają zorze* po wieczorne programy lokalne²¹.

Wypada przywołać również kontekst polonistyczny. Aktywność radiową, raczej edukacyjną niż misyjną, a nawet artystyczną, intelektualną czy wychowawczą podejmowali akademicy, jak Witold Doroszewski, wygłaszający pogadanki o języku od 1935 roku²², czy Janusz Korczak, znany w Polskim Radiu od lat trzydziestych z pogadanek *Starego Doktora*, integralnie dźwiękowych, z elipsami i efektami brzmieniowymi włącznie²³.

Poznańska stacja radiowa rozpoczęła działalność 27 kwietnia 1927 r. jako oddolna inicjatywa obywatelska. Powstała jako trzecia, po warszawskiej i krakowskiej, formalnie była spółką akcyjną o nazwie „Polskie Radjo”, jednak centrala przejęła ją dopiero w roku 1933²⁴. Radjo Poznańskie radiowcy uznają za przykład nowoczesności, osiągnięcia na miarę epoki. Bogaty program literacki, artystyczny, muzyczny tworzyli m.in. poznańscy poloniści, dziennikarze, muzycy, kapłani. Miasto z niemieckimi tradycjami muzycznymi, salami koncertowymi o świetnej akustyce, jak aula UAM, kinoteatrami, kawiarniami czy kościołami, jak poznańska katedra, nie mogło

¹⁹ Tamże.

²⁰ A. Zwoliński, *Słowo w relacjach społecznych*, dz. cyt., s. 323. Autor wyjaśnia, że spotkanie bpa S. Adamskiego i dyrektora Polskiego Radia odbyło się 17 VI 1933 r. Ustalono m.in. zasady transmisji kościelnych, np. nabożeństw niedzielnych, świątecznych, kościelno-państwowych, konferencji, wykładów i pogadanek.

²¹ K.H. Rostworowski, *Rozmowa o radiu*, „*Antena*” 1938, nr 8, s. 7-8.

²² B. Kamińska, *Od retoryki do logopedii artystycznej*, [w:] *Logopedia artystyczna*, red. B. Kamińska, S. Milewski, Gdańsk 2016, s. 54.

²³ J. Mayen, *Radio a literatura*, Warszawa 1965, s. 75-80.

²⁴ Por. *Dzieje Poznania w latach 1793-1945: 1918-1945*, t. 2, cz. II, red. J. Topolski, Warszawa-Poznań 1994-1998, s. 872-875, 1259-1261, 1326.

nie przenieść życia na antenę, więc znalazły tam swoje miejsce poznańskie chóry i miejskie kabarety²⁵. Początki radiofonii miały smak nowości, medium literackiego, edukacyjnego, niegoniącego jeszcze za newsem czy nawet sensacją. Pracownicy radia zajmowali się upowszechnianiem kultury muzycznej i teatralnej, chociaż nie uważano ich nawet za dziennikarzy²⁶. Jak twierdzi Adela Kobelska,

Taka specyfika międzywojennego radia sprawiała, że potrzebowało ono wielu twórczych i dobrze wykształconych osób. Program radiowy realizowany był wówczas na żywo i wymagał stałej codziennej współpracy redaktorów, kompozytorów, muzyków, śpiewaków, spikerów, literatów, aktorów, reżyserów, dźwiękowców. Do stałych współpracowników należeli też poznańscy kabareciarze. Siedziba poznańskiego radia przy pl. Wolności była co dzień punktem spotkań poznańskiej elity intelektualnej i kulturalnej²⁷.

Na antenie rozgłośni poznańskiej gościły oczywiście koncerty, ale transmitowano również nabożeństwa, stanowiące pobożnościowy element programu. Od samego początku w działalność broadcastingową wpisały się transmisje mszy świętych z katedry na Ostrowie Tumskim. „Stały się trwałym punktem programu i szybko zagościły na antenie Polskiego Radia”, jak pisze Maciej Szczepaniak w książce *Msza fonogeniczna*²⁸. Autor zwraca uwagę na szerszy kontekst kulturowy: „Transmisje nabożeństw stały się (...) audycją wpływającą na kształtowanie polskiej kultury, (...) były próbą znalezienia charakterystycznego dla Poznania stylu radiowego. Można powiedzieć, że radiofonia publiczna dawała w ten sposób świadectwo obecności Boga w przestrzeni kultury, a nie ponad nią czy w opozycji do niej”²⁹.

²⁵ A. Kobelska, *Miasto. Uniwersytet. Literaturoznawstwo. Poznań lat dwudziestych i trzydziestych XX wieku jako przestrzeń działania Koła Polonistów*, Warszawa 2016.

²⁶ *Dzieje Poznania w latach 1793 – 1945*, cz. II, red. J. Topolski, Warszawa – Poznań 1994 – 1998, s. 1311.

²⁷ A. Kobelska, *Miasto. Uniwersytet. Literaturoznawstwo...*, dz. cyt., s. 133; T. Markowski, *Wzroku i nad „Esplanadą”*, [w:] *Poznańskie wspominki z lat 1918-1938*, red. T. Kraszewski, T. Światała, Poznań 1973, s. 404-406; L. Turkowski, *Księga mego miasta. Poznańskie wspomnienia 1919-1939*, Poznań 1983, s. 179-182.

²⁸ M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna. Pierwsza polska radiowa transmisja mszy świętej i towarzyszące jej okoliczności*, Poznań 2013, s. 261. Autor dokonuje ważnej korekty, zmieniając datę pierwszej polskiej transmisji mszy świętej z 3 maja 1927 roku, jak dotąd sądzono, na 17 kwietnia 1927 roku. Jak podaje dalej autor, transmisja rezurekcji (być może nie całej mszy św.) nastąpiła już 16 kwietnia 1927 r., pierwszą transmisję mszy św. zrealizowano 17 kwietnia, a kolejną 18 kwietnia, por. M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna. Pierwsza polska radiowa transmisja mszy świętej i towarzyszące jej okoliczności*, Poznań 2013, s. 95.

²⁹ M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna...*, dz. cyt., s. 262-263. Transmisję zrealizowało Radio Poznańskie.

Poznańscy radiowcy podejmowali różne wyzwania, zrealizowali transmisję mszy św. z katedry, najprawdopodobniej pierwszą w Europie³⁰, tym samym tworząc wydarzenie medialne o znaczeniu historycznym. Kontekst społeczny owych działań potwierdza przykład inicjatyw religijnych, realizowanych w kreatywny sposób dzięki współpracy wielu środowisk. Poznańskie radio katolickie, powstałe w roku 1995, od 2003 r. istniejące jako Radio Emaus³¹, nie będąc bezpośrednim kontynuatorem ówczesnej rozgłośni poznańskiej³², podejmuje jednak podobnie otwarty sposób działań, sięgający tradycji i początków radiofonii. Zgodnie z opinią Macieja Szczepaniaka:

Historia archidiecezji poznańskiej i historia polskiej radiofonii spotkały się na progu narodzin rozgłośni, którą postrzegano jako dobro dla całego społeczeństwa wielkopolskiego – jej udziałowcami były wyłącznie związki samorządowe, powiaty i miasta. Zbudowane od podstaw za pieniądze społeczne Radio Poznańskie przyjęło na siebie odpowiedzialną funkcję uczestnictwa w życiu Kościoła lokalnego, a prymas Polski i jego współpracownicy dostrzegli potrzebę obecności sprawowanej liturgii i treści ewangelicznych w programie radiowym. Z perspektywy czasu można wysunąć tezę, że była to udana próba przyjaznej współpracy Kościoła ze środkami społecznego przekazu, próba nowatorska i trwała, daleko wykraczająca poza granice jednego kościoła, rozgłośni, miasta i regionu³³.

Przywołany cytat ilustruje charakterystyczny dla Wielkopolski sposób działania, a przede wszystkim otwartość oraz współpracę ówczesnych środowisk, które mogą być inspiracją wielu dzisiejszych działań, podejmowanych w całym kraju.

Radio jako medium religijne

Definiowanie pojęć kluczowych dla niniejszych rozważań nie jest ani oczywiste, ani jednoznaczne. W literaturze przedmiotu pojawiają się różne sposoby ich nazywania, w zależności od przyjętych kryteriów (programowych, własnościowych).

Jeden z proponowanych opisów różnicuje media na wyznaniowe i religijne: „Trwałym i istotnym elementem współczesnych systemów medialnych są media religijne i wyznaniowe”³⁴. Próby charakterystyki podejmują się ba-

³⁰ Tamże, s. 261.

³¹ Więcej na temat historii Radia Emaus w podrozdziale 2.6 części I.

³² Za formalnego kontynuatora uznaje się wielkopolską stację regionalną Polskiego Radia, Radio Merkury, po zmianie nazwy od 27.04.2016 r. działające jako Radio Poznań.

³³ M. Szczepaniak, *Msza fonogeniczna*, dz. cyt., s. 264.

³⁴ J. Sobczak, J. Skrzypczak, *Wstęp*, [w:] *Media religijne...*, dz. cyt., s. 7; por. J. Kania, *Wpływ systemu medialnego na funkcjonowanie mediów kościelnych*, [w:] *Media religijne i wyznaniowe w polskim systemie medialnym*, red. Z. Kroplewski, Szczecin 2013, s. 25.

dacze różnych dyscyplin i sami praktycy³⁵, dla nich „utożsamienie mediów religijnych z wyznaniowymi jest dość wątpliwe”³⁶, wielu z kolei klasyfikacja nie wydaje się tak oczywista. Jak twierdzą Jacek Sobczak i Jędrzej Skrzypczak:

Pod terminem *media wyznaniowe* wypada bowiem rozumieć te środki przekazu, które pozostając w gestii kościołów i związków wyznaniowych bądź podmiotów ściśle związanych z nimi, prezentują lub starają się zaprezentować stanowiska swoich mocodawców wobec kluczowych kwestii życia społecznego. Nie stronią od problematyki religijnej, lecz niekoniecznie ma ona w treści przekazu charakter dominujący³⁷.

Autorzy porównują rozumienie mediów wyznaniowych z religijnymi:

Oblicze *mediów religijnych* wydaje się być nieco inne, zważywszy, że adresowane są one do nieco innych odbiorców. W mediach religijnych dominuje właśnie problematyka odnosząca się do wiary, w tym zwłaszcza zagadnień teologicznych i światopoglądowych. Są to przekazy bardziej wysublimowane, trudniejsze w percepcji dla przeciętnego odbiorcy³⁸.

Nie do końca trafny, choć wydawałoby się, że spójny, jest też dualny podział na media świeckie i kościelne³⁹, a jednocześnie niefortunny jest brak jednolitego podejścia wśród badaczy różnych dyscyplin⁴⁰. W literaturze przedmiotu najczęściej pojawiają się określenia charakteryzujące media na podstawie danego wyznania. Nie są one dość jednoznaczne, by precyzyjnie określić polski system radiowy. Odróżnić jednak należy media kościelne (jak nazywa się wszystkie inicjatywy od parafialnych po stowarzyszeniowe), od mających prawo używać nazwy *katolickie*, ze względu na akceptację biskupa miejsca oraz szczególny rodzaj zgody formalnej potrzebnej do tego rodzaju działań. Przyjęcie kryterium właścicielskiego umożliwi spójny opis i podział rynku na media katolickie⁴¹, spełniające misję Kościoła katolickiego (ze szczególnym uwzględnieniem mediów diecezjalnych); takie też instrumentarium przyjęto w pracy.

³⁵ M. Preciszewski, *Wiara na łamach*, Press 2000, nr 10, s. 66-71.

³⁶ J. Sobczak, J. Skrzypczak, *Wstęp*, [w:] *Media religijne...*, s. 8.

³⁷ Tamże.

³⁸ Tamże.

³⁹ Zdaniem Zenona Hanasa, wielość podejść badawczych upraszczana jest do podziału na media kościelne i świeckie; zob. Z. Hanas, *Dwa światy: media katolickie a media świeckie*, [w:] *Media w kościele i kościół w mediach*, red. M. Przybysz, J. Kloch, Katowice 2012, s. 99-123.

⁴⁰ Analizując termin „media katolickie” Damian Guzek zwrócił uwagę na wielość ujęć definicyjnych i brak jego ujednoczenia przez badaczy różnych dyscyplin, np. teologicznych czy nauk społecznych, zob. D. Guzek, *Media katolickie w polskim systemie medialnym*, Toruń 2016, s. 21-28.

⁴¹ Pojęcie *media katolickie* budzi wątpliwości badaczy i jest uznawane za mało precyzyjne, por. P. Jeziński, *Media katolickie*, [w:] *Polski system medialny*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2013, s. 263-264.

Konieczne jest jednak wyjaśnienie dotyczące innych, powszechnie używanych terminów, jak *środki społecznego przekazu*, *środki społecznego komunikowania*, *środki masowego komunikowania*⁴². Niektórych z nich broni sama ustawa zasadnicza: „Właściwszym i lepiej osadzonym w warstwie normatywnej byłby termin *środki społecznego przekazu*, który został użyty w treści art. 14 Konstytucji. (...) Pojęcie *środków społecznego przekazu* (...) występuje natomiast w tytule IV (kanon 822-823) Kodeksu prawa kanonicznego⁴³. (...) Posiłkuje się nim także nauka społeczna Kościoła katolickiego”⁴⁴. Zapisy polskich tekstów prawnych nie są jednoznaczne; tekst konstytucji zawiera określenie *środki społecznego przekazu*, natomiast kodeks karny posługuje się innym sformułowaniem, a mianowicie *środki masowego komunikowania*. Tożsame są więc terminy prawne z art. 14 Konstytucji RP i zapis Kodeksu prawa kanonicznego, który zostanie jeszcze przywołany w dalszej części pracy. Problematyczne jest jednak nie tyle definiowanie jako takie, co ich osadzenie w konkretnej ideologii. „Warto jednak zauważyć, że uchwalony w 1997 r., a więc w tym samym roku co Konstytucja, Kodeks karny w art. 212 paragraf 2 i w art. 216 paragraf 2 posługuje się określeniem *środki masowego komunikowania*, wyraźnie składając się ku innej niż Konstytucja – bo liberalnej – koncepcji prasy”⁴⁵. W celu uniknięcia takich asocjacji należy wybrać inne rozwiązanie. Doceniając użyteczność prostoty i jej oczywistą funkcjonalność, pojęciem przywoływanym najczęściej stanie się po prostu forma *singularis medium* oraz forma *pluralis media*. Choć samo pojęcie wydaje się mało precyzyjne i szersze znaczeniowo, wolne jest jednak od jakiegokolwiek nacechowania. Mimo podobnych obiektywności prawnopolitologicznych, nie budzi zastrzeżeń przywoływanych już wcześniej badaczy: „Określenie to, niezbyt ściśle i wątpliwe z jurydycznego punktu widzenia, ale wdarło się już do terminologii i jest w tym obszarze powszechnie używane”⁴⁶. Zasadność prostoty bywa oczywista, skoro termin *media* jest „pojemny i użyteczny w praktyce”⁴⁷, takim też będę się posługiwać w niniejszym opracowaniu.

⁴² Podczas II soboru watykańskiego zapadła decyzja o nazywaniu wszystkich nowoczesnych środków przekazujących treści „społecznymi”, by uniknąć określenia „masowy”, wyrażający służebny stosunek mediów względem odbiorcy. W praktyce duszpasterskiej używa się wyłącznie terminu *środki społecznego przekazu*; por. P. Wiśniewski, *Radiofonia i telewizja, narzędzia służące realizacji misji Kościoła. Prawo i praktyka w Polsce 1989-2008*, Lublin 2010, s. 18-19.

⁴³ zob. *Codex Iursi Canonici, auctoritate Joannie Pauli PP.II promulgatus. Kodeks prawa kanonicznego*, Poznań, 1984, s. 351. Zachowano wariantywność oryginalnych zapisów nazwy kodeksu, różnych w przywołanym cytacie i tytule.

⁴⁴ J. Sobczak, J. Skrzypczak, *Wstęp*, [w:] *Media religijne...*, s. 8-9.

⁴⁵ J. Sobczak, J. Skrzypczak, *Wstęp*, [w:] *Media religijne...*, s. 9. I dalej: „Natomiast w przepisach prawa prasowego ustawodawca posiłkuje się określeniem *środki masowego przekazu*, a więc terminem o wyraźnej proveniencji marksistowskiej”.

⁴⁶ J. Sobczak, J. Skrzypczak, *Wstęp...*, dz. cyt., s. 9.

⁴⁷ Tamże, s. 9.

Wśród klasyfikacji uwzględniających różne kryteria, takie jak programowe czy właścicielskie, znajduje się kilka precyzyjnie charakteryzujących polski rynek mediów elektronicznych, sprofilowanych religijnie⁴⁸. Od lat dziewięćdziesiątych XX w. pojawiały się próby opisu polskiej radiofonii katolickiej, uwzględniające model swoistej triady, porządkujący rodzaje stacji na trzy typy, zasadniczo podobne, I: Radio Maryja, II: sieć Plusa, III: radiofonie lokalne o charakterze diecezjalnym (W. Sonczyk)⁴⁹ oraz adekwatnie charakteryzujący je program konfesyjny, ewangelizacyjny i preewangelizacyjny. Podział na trzy typy radiofonii proponują też Stanisław Jędrzejewski, Damian Guzek i Katarzyna Pokorna-Ignatowicz. Podobny opis, z małymi modyfikacjami, przedstawia Grażyna Stachyra⁵⁰ oraz Urszula Doliwa, charakteryzująca radio społeczne jako trzeci sektor radiowy, obok publicznego i komercyjnego⁵¹. Przywołany opis nie tylko ilustruje rzeczywistość medialną, ale wskazuje możliwości konstruowania programu misyjnego, zawierającego wymienione elementy w harmonijnej proporcji.

Misyjność zależy nie tylko od zaangażowania nadawcy, ale także odbiorcy. Wsparciem powinno być odpowiednie przygotowanie merytoryczne do odbioru przekazu i formacja, potrzebna do zrozumienia działania mediów w ogóle, szczególnie radiofonii oraz jej religijnej specyfiki. Edukacja medialna (rozumiana szeroko, jako pewien rodzaj kultury słuchania i kompetencji percepcyjnych) stanowi konstytutywną część rozumienia i realizacji misyjności na poziomie działań programowych, jak też pozaprogramowych, w różnych formach zaangażowania przez nadawców oraz odbiorców. Wynikająca ze społecznego nauczania Kościoła, przypominana przez papieży, promowana przez włoski episkopat⁵², obecna w polskiej literaturze przedmiotu⁵³, edukacja medialna nadal nie jest wystarczająco intensywnie wdrażana w Polsce ani na poziomie edukacji szkolnej, ani społecznej. Ważny

⁴⁸ Niniejsza książka stanowi efekt kilkuletnich badań i zainteresowań naukowych. Pewne przyjęte typologie, koncepcje czy sposoby opisu systemu mediów katolickich nawiązują do literatury przedmiotu i zostały przywołane we wcześniejszych publikacjach autorki.

⁴⁹ Por. W. Sonczyk, *Media w Polsce*, Warszawa 1999. Grażyna Stachyra dzieli polski rynek na nadawców społecznych i publicznych, zob. G. Stachyra, *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*. Lublin 2008 s. 41-43. We wcześniejszych publikacjach autorki niniejszej monografii przedstawione zostały sposoby opisu radiofonii katolickiej w Polsce, np. K. Zagórska, *Tradycja i współczesność radiofonii katolickiej na przykładzie Radia Emaus*, [w:] *Media religijne...*, dz. cyt. s. 180-181.

⁵⁰ Szczegółową charakterystykę polskiego rynku radiofonii religijnej przedstawiono w rozdz. 2.

⁵¹ U. Doliwa, *Radio społeczne – trzeci obok publicznego i komercyjnego sektor radiowy*, Olsztyn 2016.

⁵² F.J. Eilers, *Comunicare nella Comunita. Introduzione alla comunicazione sociale*, Torino 1997; F.J. Eilers, R. Giannatelli, *Chiesa e comunicazione sociale. I documenti fondamentali*, Torino 1996.

⁵³ *Media a edukacja*, red. W. Strykowski, t. 2, Poznań 1998; *Media a edukacja*, red. W. Strykowski, t. 3, Poznań 2000.

przykład stanowią więc warsztaty prowadzone od lat dla różnych środowisk i różnych grup wiekowych przez zespół Radia Emaus, wypełniający tym samym misję rozgłośni.

Specyfika takich działań wyróżnia ją spośród innych stacji katolickich, potwierdzając równocześnie koherentność propagowanych treści i zaangażowania, a zatem przemyślaną i spójną koncepcję działań misyjnych. Radio Emaus jako stacja diecezjalna o zasięgu regionalnym (Wielkopolska), co jednocześnie odpowiada obszarowi archidiecezji poznańskiej, sytuje się w III typie przedstawionego podziału stacji katolickich w Polsce, zgodnie z koncesją i późniejszymi jej zmianami jako nadawca społeczno-religijny z programem niekomercyjnym. Świadczy o tym zmiana koncesji z 2003 roku⁵⁴; wniosek uzasadniono niekomercyjnym charakterem rozgłośni, co potwierdziła koncesja przyznana na lata 2011-2021, której udzielenie na kolejny okres nastąpiło po wygaśnięciu poprzedniej – koncesji Nr 069/P/2001-R na rozpowszechnianie programu radiowego o charakterze społeczno-religijnym pod nazwą EMAUS – Katolickie Radio Poznań⁵⁵. Zapisy dotyczące realizacji misji zawierał punkt 2:

Koncesjonariusz realizuje program o charakterze społeczno-religijnym, którego głównym celem jest wspieranie lokalnego Kościoła w jego misji ewangelizacyjnej. To założenie Koncesjonariusz spełnia przedstawiając odbiorcom ofertę programową, która ma pomagać w integralnym rozwoju człowieka pojmowanego jako istota religijna żyjąca w wolnym i demokratycznym społeczeństwie.

Zapis koncesji głosi, że „zgodnie z konstytucyjną zasadą autonomii państwa i Kościoła odpowiedzialność za ostateczny kształt programu społeczno-religijnego spoczywa na Biskupie Diecezjalnym”⁵⁶, co potwierdza istnienie stacji katolickiej jako instytucji archidiecezji w każdym wymiarze, zarówno właścicielskim, jak również programowym.

⁵⁴ Decyzja Nr DK – 098/2003 – 2/069/P z dnia 11 czerwca 2003 roku w sprawie zmiany Koncesji Nr 069/P/2001-R z dnia 14 listopada 2001 roku, zob. <http://www.krrit.gov.pl/dla-nadawcow-i-operatorow/koncesje/wykaz-koncesji-i-decyzji/details,069--P--2001-R.html> [dostęp: 10.03.2018]. W związku z prośbą koncesjonariusza nastąpiło zmniejszenie czasu emisji reklam z 15% do 2% dziennego czasu nadawania programu, co wynikało z zapisu koncesyjnego”; por. zapis Koncesji Nr 069/P/2001-R, punkt VI: „Reklamy nie mogą zajmować więcej niż 2 % dziennego czasu nadawania programu i więcej niż 3 minuty w ciągu godziny”. Więcej w rozdz. 2.

⁵⁵ <http://www.krrit.gov.pl/dla-nadawcow-i-operatorow/koncesje/wykaz-koncesji-i-decyzji/details,129--K--2011-R.html> [dostęp: 20.03.2018]. Koncesja obowiązuje od dnia 12 grudnia 2011 r. i wygasa z dniem 11 grudnia 2021 r.

⁵⁶ <http://www.krrit.gov.pl/dla-nadawcow-i-operatorow/koncesje/wykaz-koncesji-i-decyzji/details,129--K--2011-R.html> [dostęp: 20.03.2018]; w cytacie zachowano oryginalny zapis wielkimi literami.