

Anna Musialik-Chmiel

ORCID: 0000-0003-0532-0989
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Misja w misji – jezuici w publicznej radiofonii i telewizji

Mission in Mission – Jesuits in Public Broadcasting

Abstrakt

Media publiczne odpowiedzialne za ochronę interesu publicznego są depozytariuszem wspólnego dobra. W radiofonii europejskiej to przekonanie ma swoje historyczne korzenie, co wyrażają słowa określające misyjne powinności mediów – „informować, uczyć, bawić”. Towarzyszyły one nie tylko twórcom BBC, znajdziemy je także w pierwszej dekadzie istnienia radia w odrodzonej Polsce. Jednak II wojna światowa i kilkadziesiąt lat komunizmu skutecznie zatrzymały proces tworzenia w naszym kraju sfery mediów publicznych, który w Europie rozpoczął się w pierwszych dekadach ubiegłego stulecia. Dopiero w okresie transformacji ustrojowej, na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, kształtuje się dualny podział mediów w Polsce (publiczne i prywatne) oraz powraca zagadnienie ich misji. Artykuł podejmuje kwestie realizacji misji publicznego nadawcy w perspektywie religijnych programów w publicznej radiofonii i telewizji. Były one realizowane pod kierunkiem księży jezuitów, którzy tworzyli redakcje katolickie od 1989 roku i stali na ich czele. Ojciec Andrzej Koprowski SJ pełnił obowiązki kierownika nowo powstałej redakcji programów katolickich Telewizji Polskiej w latach 1989–1997. Pierwszym szefem radiowej Redakcji Programów Katolickich

był o. Krzysztof Ołdakowski SJ. Programy religijne w mediach publicznych są elementem realizacji demokratycznych standardów, a więc także misji nadawców publicznych. Mają one między innymi ukazywać życie wspólnot wyznaniowych, odzwierciedlając tym samym panoramę religijną danego kraju, w Polsce jest to głównie obraz Kościoła powszechnego w jego codzienności i świętowaniu. Autorzy programów konfesyjnych uczestniczą w realizacji szczególnych powinności misyjnych, o których mówi ustawa o radiofonii i telewizji w artykule 21.

Słowa kluczowe: misja, powołanie, media publiczne, programy religijne, jezuiti

Abstract

Public service media responsible for protecting the public interest are the custodian of the common good. In European radio broadcasting, this belief has its historical roots, which is expressed in the words describing the mission of the media – „to inform, teach, entertain”. They inspired not only the creators of the BBC, but were also present in the first decade of the existence of public radio in the reborn Poland. However, the Second World War and several decades of communism effectively impeded the growth of public media in our country, which in Europe began in the first decades of the last century. Only during the period of political transformation, at the turn of the 1980s, the partitioning of media in Poland (public and private) is taking shape and the issue of their mission is reintroduced. This article discusses the implementation of the mission of the public broadcaster in the aspect of religious programs in public broadcasting. They were led primarily by Jesuit priests, who started catholic programming, both radio and television in 1989. Father Andrzej Koprowski SJ was the head of the newly established Catholic section in Polish Television (1989–1997). The first head of the Catholic radio section was Krzysztof Ołdakowski SJ. Religious programming in public broadcasting are an implementation of democratic standards, thus the mission of public broadcasters. Their aim is to present the life of religious groups, reflecting the religious beliefs of the country, in Poland it is predominantly the Catholic Church, with its festivals and daily operations. Authors of confessional programs participate in the implementation of special missionary duties, which are referred to in the Broadcasting Act in Article 21.

Keywords: mission, vocation, public media, religious programs, Jesuits

Wprowadzenie

Definicje tytułowego pojęcia *misja* w obszarze nauk o zarządzaniu i jakości wskazują przede wszystkim na to, że stanowi ono krótki i zarazem precyzyjny manifest najważniejszych celów przedsiębiorstwa czy organizacji. To swoiste credo, deklaracja filozofii funkcjonowania, krótko ujmując – powód istnienia. Można także powiedzieć, że misja jest pewnego rodzaju wizytówką opisującą firmę, organizację w kontekście jej roli czy też społecznej funkcji, co można szerzej rozumieć jako pracę określonej zbiorowości na rzecz otoczenia. Dzięki niej możliwe jest eksponowanie walorów odróżniających opisywany podmiot od konkurentów. Warto także wspomnieć na wstępie o sekwencjach działań, które mają swoje metodologiczne korzenie w przedsięwzięciach rynkowych (biznesowych) jako koncepcja „łańcucha wartości”¹. Wyznacza ona kierownictwu i pracownikom kierunek wzrostu, dążeń czy aspiracji – motywuje, stanowi wartość. Tak rozumiana może być również misja mediów, wszak niezależnie od tego czy komercyjne, czy publiczne pozostają instytucjami, przedsiębiorstwami, korporacyjnymi organizacjami, w których nadal realizowane są słowa „informować, uczyć, bawić”². W ustawie o radiofonii i telewizji już na wstępie, w artykule 1, określone zostały zadania nadawców (dostarczanie informacji, udostępnianie dóbr kultury i sztuki, ułatwianie korzystania z oświaty, sportu i dorobku nauki, upowszechnianie edukacji obywatelskiej, dostarczanie rozrywki, popieranie krajowej twórczości audiowizualnej), można by powiedzieć, że to szczegóły, które – rozbudowane i skonkretyzowane, tworzą strategię działań medialnych przedsiębiorstw w Polsce. Jednak do publicznej radiofonii i telewizji odnosi się przede wszystkim artykuł 21, którego treść, po kolejnych nowelizacjach ustawy, obejmuje obecnie sześć stron tego dokumentu (na początku zaledwie jedną), co także wydaje się warte podkreślenia. Wszak *misja* precyzyjnie sformułowana określa pole działania, tożsamość i wizerunek organizacji, wzorce zachowania, potrzeby klientów i obietnice ich zaspokojenia jako podstawowego obowiązku oraz

-
- 1 Aleksander Chrostowski et al., *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, red. Andrzej Koźmiński, Włodzimierz Piotrowski, (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001), 157.
 - 2 Idea służby publicznej i poczucie moralnej odpowiedzialności to jedne z najważniejszych filarów BBC, utworzonych przez jej pierwszego dyrektora generalnego. W dziejach radiofonii ten unikatowy zbiór wartości został stworzony w oparciu o wspomniane już słowa „informować, uczyć, bawić”, których znaczenie, jak się wydaje, doskonale rozumieli i precyzyjnie zastosowali ojcowie radiofonii John Reith w Wielkiej Brytanii i inż. David Sarnoff w Stanach Zjednoczonych.

wyznaczają reguły logistyczne³. To wydaje się uzasadniać wypracowywane w kolejnych nowelizacjach konkretyzacje tego pojęcia. De facto nie występuje ono w oryginalnym tekście prawa mediów elektronicznych w Polsce. Artykuł 21, w którym mowa o szczególnych powinnościach, nazywany był jednak potocznie *katalogiem zadań misyjnych*, zobowiązywał publicznych nadawców do ich wypełniania, zaś samo słowo *misja* pojawia się dopiero w nowelizacji ustawy w 2004 roku⁴ – określając między innymi zawartość radiowej bądź telewizyjnej ramówki („różnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu”), co potwierdza uniwersalność znanej frazy „informować, uczyć, bawić”. Jednak w odniesieniu do audycji religijnych istotne w ustawie wskazówki znajdują się tam, gdzie mowa o wartościach chrześcijańskich – media publiczne powinny „respektować chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki” (art. 21, pkt. 2. ust. 6)⁵.

Oznacza to, zwłaszcza dla ludzi mediów, a przede wszystkim autorów – dziennikarzy, że misja to zadanie szczególne, wyjątkowe. Misyjne zobowiązania firmy czy przedsiębiorstwa są postrzegane jako posłannictwo – misja deklaruje niejako wrażliwość organizacji na określone potrzeby klientów, czyli jej moralną odpowiedzialność za treść i skutki swego działania. Przybiera postać oficjalnych deklaracji, a także formalnego dokumentu, który odzwierciedla system wartości w sposób nadający organizacji wyrazistość – z punktu widzenia osobistych marzeń, aspiracji i priorytetów⁶. Przyjmując, że ten sposób definiowania można odnieść do publicznych nadawców, należy podkreślić, iż problemem zasadniczym nie jest pytanie o konieczność utrzymania misji w mediach publicznych (taka kwestia pojawia się nie tylko w publicystycznych wypowiedziach),

3 Krzysztof Oblój, *Strategia organizacji* (Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998), 233.

4 Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 19 listopada 2004 roku w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o radiofonii i telewizji (Dz.U. 2004 Nr 253, poz. 2531): „Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, różnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu”. <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20042532531> (dostęp: 1.08.2021).

5 Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. 1993 Nr 7, poz. 34). <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu19930070034> (dostęp: 7.08.2021).

6 Piotr Dwojacksi, „Misja”, *Przegląd Organizacji* 10 (1995): 13, <https://przegladorganizacji.pl> (dostęp: 10.08.2021).

bo jest nieodzowna zwłaszcza w odniesieniu do prawdy jako głównego imperatywu dziennikarskich działań. Istotna będzie odpowiedź: czym jest ów depozyt wspólnego dobra powierzony publicznym mediom? Jaką rolę pełnią dziennikarze? Nie bez znaczenia jest także pytanie o jakość misyjnych programów zależną jednak w dużej mierze od warunków finansowych i zarządzania.

Polskie media publiczne, na co również należy zwrócić uwagę, nie posiadają wieloletniej, ugruntowanej praktyki realizacji misyjnych zobowiązań. To zaledwie trzy dekady, niewiele w porównaniu do historii innych europejskich radiofonii, na przykład brytyjskiej. Można zaryzykować twierdzenie, że nadal uczą się one misji, a dziennikarstwo, jako zawód zaufania publicznego, jest fundamentem moralnej odpowiedzialności medialnej instytucji za treści i skutki jej działań. Nie bez znaczenia jest zatem fakt, że w gronie pracowników redakcji telewizyjnych czy radiowych są również osoby duchowne, które mogą służyć pomocą i doświadczeniem w codziennym wykonywaniu misyjnych zobowiązań.

Dla uproszczenia wyводу, w dalszej części niniejszego artykułu, przedmiotem refleksji będzie realizacja misji mediów publicznych w Polsce, w której znaczącą rolę pełnią księża jezuici. Trudno przecenić ich obecność w mediach, bowiem posiadając dar przepowiadania, jako ludzie Kościoła posłani na medialne pole walki o prawdę, konsekwentnie świadczą o niej.

Obecność jezuitów w publicznym radiu i telewizji zasługuje na uwagę badaczy mediów. Na pewno warto spojrzeć na ich działalność w tym obszarze w historycznym kontekście ich misji, w której media – na początku książka, teatr, ambona, później zaś prasa, wreszcie radio, telewizja, a teraz internet – odgrywały i odgrywają kluczową rolę. Można by powiedzieć, że to posłannictwo jest również misją w misji polskich publicznych mediów, rozpoczętej niewiele ponad trzydzieści lat temu. Bowiem po 1989 roku w kraju tworzy się nowy ład informacyjny – system medialny oparty na wolności słowa i pluralizmie. Rodziła się wówczas także potrzeba przywrócenia mediom ich właściwego znaczenia i roli – jako depozytariuszy wspólnego dobra w demokratycznym państwie.

Misja w misji

W historii Polskiego Radia⁷, instytucji powołanej do życia w roku 1925, nie brak okoliczności sprzyjających pełnieniu misji publicznej. Już w pierwszej dekadzie jej działania (1925–1935) znajdują się przesłanki dowodzące misyjności celów powołanego do istnienia pierwszego w Polsce nadawcy radiowego. Znajdują się one między innymi w założeniach Głównej Rady Programowej Radia, o czym świadczą słowa – „z łatwej i niefrasobliwej rozrywki przekształciło się polskie Radio w organ uświadomienia narodowego”⁸. Dzieje radiofonii można widzieć także jako ilustrację wypełniania misji, czyli posłannictwa, biorąc pod uwagę etymologiczne źródła tego pojęcia. *Missio* (*missionis*) w języku łacińskim, to – *posłanie, posyłanie*. Słowo, obecne już w tekstach starożytnych autorów, oznacza powierzenie komuś wybranemu lub wybranym osobom specjalnego zdania (zadań), nałożenie odpowiedzialności za wypełnienie przyjętego obowiązku czy zobowiązania. W takim znaczeniu istnieje od wieków, choć leksem *misja* jest także określeniem miejsca, charakteru lub efektu posłania⁹. Odnosząc to do historii radia, warto podkreślić obecność ludzi, byli wśród nich również księża, którzy już wtedy dostrzegali w tym medium masowej komunikacji niezwyklej potencjał, niespotykaną wcześniej szansę komunikowania na wielką skalę misyjnych treści. Transmisje uroczystości religijnych, przede wszystkim mszy świętych, stały się istotnym elementem tej komunikacji¹⁰. Wymownym przykładem jest z pewnością radiowa działalność ks. Michała Rękasa, sekretarza Apostolstwa Chorych w Polsce, który od 1930 roku w stacji nadawczej Polskiego Radia we Lwowie redagował audycje dla chorych. Chyba nie przypuszczał wtedy z jak wielkim entuzjazmem będą one przyjmowane,

7 Do 1940 roku Polskie Radio obejmowało zasięgiem cały kraj jako jeden ogólnopolski nadawca, mający do dyspozycji stacje nadawcze w 17 polskich miastach (w tym Wilno i Lwów). 29 grudnia 1992 roku Sejm uchwalił ustawę o radiofonii i telewizji i zdecydowano o podziale Państwowej Jednostki Organizacyjnej „Polskie Radio i Telewizja” na dziewiętnaście niezależnych spółek.

8 *X lat Polskiego Radja. Album 10-lecia Polskiego Radja opracowało Biuro Prasy i Propagandy Polskiego Radja pod naczelną redakcją D-ra Władysława Kłyszewskiego* (Warszawa, 1935), 15.

9 *Vide*: <https://sjp.pwn.pl/slowniki/misja.html> (dostęp: 26.07.2021).

10 Pogrzeb Marszałka Józefa Piłsudskiego był transmitowany przez radio; zarówno uroczystości w Warszawie, jak i Krakowie. Sposób przeprowadzenia transmisji przez Polskie Radio budził podziw i międzynarodowe uznanie – kilkanaście godzin relacji „na żywo”, dziesiątki mikrofonów, kilometry kabli – „wszystko grożące w każdej chwili katastrofą, było operacją bez precedensu w ówczesnych radiofoniach świata”, Maciej Józef Kwiatkowski, „Ojciec Polskiego Radia”, cz. 2, *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej* 26/2 (1987): 99–120.

choć jego wypowiedzi dotyczące nowego medium masowej komunikacji świadczą o tym, że widział w nim ogromne możliwości – „radio to taki naprawdę katolicki wszechświatowy wynalazek, który zasługuje na to, aby zajęli się nim bliżej duchowni i świeccy”¹¹. Programy te emitowano na ogólnopolskiej antenie do 1939 roku, natomiast po wojnie ich autor kontynuował swoją działalność w katowickiej rozgłośni – do 1949 roku, kiedy ówczesne władze radia ostatecznie jej zabroniły. Po latach, w okresie transformacji, wrócono do tego pomysłu w Radiu Katowice w audycjach redaktor Agaty Wojterzanki *Gdzie miłość wzajemna*, adresowanych przede wszystkim do ludzi chorych¹².

Obecność w mediach publicznych osób duchownych, którzy kierują redakcją lub koordynują prace osób świeckich tworzących programy konfesyjne, można określić jako szczególne zadanie – *misję w misji*. Zarówno audycje radiowe, jak i telewizyjne odgrywają w tym dziele rolę znaczącą, przede wszystkim z uwagi na żywe słowo, jako podstawowy składnik medialnego przekazu. Poddawane technologii nabiera ono szczególnej mocy, dobrze to ilustruje słuchowisko czy reportaż radiowy, zwłaszcza artystyczny (*feature*). W tych gatunkach wyraźnie manifestuje się rola radia, które jako publiczny nadawca, wyznacza standardy nie tylko w dziedzinie etyki czy zawodu dziennikarskiego, ale także artystyczne i technologiczne. Badania nad przestrzenią dźwiękową, o czym zaświadcza antropologia dźwięku, potwierdzają konieczność rewizji powszechnego przekonania o hegemonii wizualności w kulturze współczesnej. Dźwięki nie tylko są wszechobecne, ale również tworzą przestrzeń, w której jednostki i wspólnoty organizują się i w jakiś sposób wyrażają. Może to być przyczynkiem do nowej interpretacji misji radia publicznego, wszak w przekazie radiowym od początku materializowało się ludzkie pragnienie unieważnienia przestrzeni i czasu dzielących jednostkę od świata – „Niekiedy celowo zagłuszany, a niekiedy witany jako życiodajna prawda przekaz radiowy cechuje niezwykła wolność i niezależność od linii kreślonych na mapach”¹³. Fonosfera codzienności niezmiennie pozostaje zdominowana przez doznania wzrokowe, co ujawnia brak równowagi w relacjach człowieka ze środowiskiem akustycznym.

11 Michał Rękas, *Radio w Polsce*, „Gazeta Kościelna” R.33: 1926 nr 18, s.206. Cyt. za J. Pils, *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film 1918–1939* (Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2001), 159.

12 *Vide*: Anna Musialik-Chmiel, *Radiowe audycje preferowane jako element realizacji misji mediów publicznych w latach 2007–2017* (Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 2020), 172.

13 Robert McLeish, *Produkcja radiowa*, tłum. i przeł. Agata Sadza (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2007), 4.

Można by powiedzieć, że ta nierównowaga dotyczy nie tyle porządku instytucjonalnego, ile ontologicznego.

Żywe słowo przekształcane za pomocą środków technologicznych, od pisma poczynając, poprzez druk aż do elektroniki i cyfrowej konwersji – było jedną z najważniejszych inspiracji badawczych Waltera Jacksona Onga SJ, amerykańskiego jezuity, uczonego i filozofa. Oralności i piśmienności poświęcił jedną ze swoich najważniejszych prac, w której utożsamia słowo z dźwiękiem, co w aspekcie radiowym ma niebagatelne znaczenie. Walter Jackson Ong stwierdza: „Słowa są dźwiękami. Można je przywołać – »przypomnieć« [*recall*]. Nie można ich jednak nigdzie »szukać«. Nie mają ani siedliska [*focus*], ani śladu (ta wizualna metafora wskazuje na uzależnienie od pisma), ani nawet trajektorii. Są zdarzeniami”¹⁴.

Recepcja prac Onga w Polsce ma już swoją wieloletnią tradycję, której początków można szukać w środowisku naukowym Uniwersytetu Śląskiego, wśród badaczy literatury i kulturoznawców skupionych wokół Anny Opackiej i Ewy Kosowskiej. To istotna informacja, ponieważ podjęta w artykule refleksja nad słowem *misja* prowadzi między innymi do Polskiego Radia Katowice, stacji, w której swoje miejsce odnajdują absolwenci Wydziału Filologicznego tej uczelni, również ci nieliczni, którym praktyczne doświadczenie warsztatu radiowego pozwoliło rozpocząć indywidualną przygodę z „onglish” – jak słuchacze mieli podobno nazywać fascynujące swoją oryginalnością wykłady profesora Onga o języku angielskim.

Pracując jako dziennikarka radiowa¹⁵, mogłam wielokrotnie przekonać się o tym, jak inspirująca jest refleksja tego autora, wyrażona między innymi w przekonaniu o funkcji słowa, które w radiu jest przede wszystkim dźwiękiem – choć podcasting zmienia sposób słuchania audycji radiowych, nie jest to już tylko czas rzeczywisty – słowo w radiu nadal pozostaje ulotne.

14 Walter Jackson Ong, *Oralność i piśmienność: słowo poddane technologii*, tłum. i oprac. Józef Japola, (Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2011), 69.

15 Autorka pracowała w latach 1987–2017 w rozgłośni Polskiego Radia w Katowicach. W jej radiowym dorobku znajdują się reportaże, programy autorskie, audycje kulturalne, edukacyjne i religijne.

„Bądź iskrą, która zapali świat” – misja jezuitów w mediach

Autorzy pierwszej gry planszowej firmowanej przez jezuitów w roku 450-lecia sprowadzenia Towarzystwa Jezusowego do Polski, pytają: „Pomysłowość, heroizm, przywództwo i miłość – oto cechy, które musi mieć każdy, kto wyruszy na MISJĘ. Odważysz się zbudować swoje dziedzictwo?”¹⁶. Zarówno gra, jak i film czy książka to zaledwie elementy, by nie powiedzieć okruchy, wyimki bogatego zbioru, który nazywa się – media. W tekście reklamującym grę zwrócono uwagę na cechę bardzo istotną w działalności jezuitów – zdolność łączenia cnót duchowych z odwagą, wyrażoną w dewizie „gotowi na wszystko”. Potencjalni użytkownicy mogą przeczytać:

Wcielając się w postać papieża Franciszka, Ignacego Loyoli, Franciszka Ksawerego czy Stanisława Kostki, będziecie mogli poznać nie tylko burzliwą i intrygującą historię zakonu jezuitów, ale przede wszystkim sprawdzić swoje zdolności planowania i strategii. [...] „Bądź iskrą, która zapali świat” mówił założyciel jezuitów do swoich przyjaciół, których wysyłał na misję¹⁷.

Myśląc o jezuitach jako misjonarzach, trudno też nie pamiętać o kostiumowym filmie Rolanda Joffé *Misja*, który miał swoją światową premierę w 1986 roku. Wyróżnione najważniejszymi filmowymi nagrodami, Oscarem i Złotą Palmą, arcydzieło sztuki filmowej, ze znakomitymi kreacjami Roberta De Niro i Jeremiego Ironsa oraz piękną muzyką Ennio Morriconego, urzeka kolejne pokolenia widzów. Natomiast książka, która współczesnemu czytelnikowi przybliżyła postać św. Ignacego Loyoli, uznana za jedną z najbardziej wartościowych biografii to powieść *Ignacy Loyola. Sam i na piechotę*¹⁸. Wydana przez wydawnictwo WAM ukazała się w tym samym 2014 roku, w którym obchodzono sprowadzenie zakonu do Polski.

W mediach masowej komunikacji, a więc przede wszystkim w radiu – pierwszym elektronicznym, uniwersalnym przekaźniku informacji na cały świat – „w ułamku sekundy”¹⁹ pojawiają się treści religijne. „Z pomocą Boga, który tak wiele tajemniczych sił natury oddaje do naszej

16 Vide: <https://gramisja.pl/> (dostęp: 15.08.2021).

17 *Ibidem*.

18 Vide: José Ignacio Tellechea Idígoras, *Ignacy Loyola. Sam i na piechotę*, tłum. i oprac. Katarzyna Jachimska-Małkiewicz, (Kraków: Wydawnictwo WAM, 2014).

19 McLeish, *Produkcja radiowa*, XIV.

dyspozycji, przygotowałem to narzędzie, aby wierni na całym świecie czerpali pokrzepienie, słuchając głosu Ojca Świętego” – mówił Guglielmo Marconi, jeden z wynalazców radia, podczas inauguracji w Watykanie papieskiej rozgłośni, którą technicznie przygotował²⁰. Radio Vaticana (RV) obchodzi w 2021 roku jubileusz 90-lecia istnienia²¹ – 12 lutego 1931 roku papież Pius XI wygłosił przed radiowym mikrofonem historyczne przesłanie. Natomiast Sekcja Polska Radia Watykańskiego (SPRV) rozpoczęła działalność 24 listopada 1938 roku. Jej kierownikiem został ks. Feliks Lasoń SJ, z którym od 1943 roku współpracował ks. Ludwik Semkowski SJ. Początkowo, audycje w języku polskim nadawano jeden lub dwa razy w tygodniu. Dominowały w nich informacje dotyczące głównie działalności papieskiej oraz tematyka hagiograficzna. Przez prawie pół wieku istnienia w Polsce mediów państwowych, nazywanych publikatorami, kiedy słuchanie Radia Wolna Europa, Radia Luxemburg czy Głosu Ameryki było nielegalne, trudno mówić o legalnej obecności Radia Vaticana, choć i stamtąd płynęły słowa otuchy i nadziei. Stało się to możliwe dopiero w latach 80. XX wieku. Najpierw, za sprawą kościelnej Fundacji Przyjaciół Radia Watykańskiego (FPRV), która była warszawskim biurem korespondenta RV, a jednocześnie instytucją pośredniczącą w kontakcie ze słuchaczami, a później retransmisji popołudniowego wydania dziennika RV w Programie Pierwszym Polskiego Radia, co było postrzegane jako wydarzenie prestiżowe i zarazem poważne wyzwanie programowo-techniczne. W 1991 roku szefem sekcji polskiej RV został o. Eugeniusz Senko SJ, który, tworząc międzynarodową sieć korespondentów i korzystając ze źródeł agencji informacyjnych, starał się o unowocześnienie serwisu. Nie bez znaczenia dla tworzenia międzynarodowych kontaktów były wówczas liczne papieskie podróże. Zarówno audycje, jak i dzienniki RV retransmitowały także nowo powstające lokalne rozgłoszenia katolickie i ogólnopolskie Radio Maryja. Od 1989 roku w Polskim Radiu i TVP istniały już redakcje katolickie. Zanim jednak pojawiły się one w eterze, najpierw była

20 Guglielmo Marconi był jednym z założycieli British Broadcasting Company, która powstała 18 października 1922 roku jako spółka producentów radiodbiorników. Natomiast cytowane w tekście słowa zostały przytoczone na portalu informacyjnym Stolicy Apostolskiej, który ukazuje się także w polskiej wersji językowej. *Vide:* <https://www.vaticannews.va/pl/watykan/news/2018-11/watykan-radio-jubileusz-80-lat-sekcja-polska.html> (dostęp: 1.08.2021).

21 Niewiele ponad miesiąc po inauguracji działalności Radia Watykańskiego nadano pierwszy komunikat po polsku. Było to orędzie Piusa XI z okazji 40-lecia encykliki *Rerum novarum*. 20 marca 1931 roku odczytał je ks. Tadeusz Zakrzewski, rektor Papieskiego Instytutu Polskiego w Rzymie. Kilka lat później rozpoczyna się emisja cyklicznych programów. *Vide:* <https://www.katolicki.net/index.php/z-zycia-kosciola/z-zycia-kosciola-radio-watykanskie.html> (dostęp: 1.08.2021).

radiowa Msza święta, którą w 1980 roku wywalczyli strajkujący stoczniovcy. Dziewięć lat później w polskich mediach pojawiło się więcej treści religijnych, przede wszystkim dzięki pracy zespołów redakcyjnych, które od początku prowadzili jezuita. W uzupełnieniu należy dodać, że poza sferą publicznych mediów pojawiają się także media konfesyjne, kościelne, wśród których zdecydowanie wybrzmiewa, od 8 grudnia 1991 roku, katolicki głos Radia Maryja. Formalno-prawny początek tej nowej sytuacji stwarzała ustawa o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego z 17 maja 1989 roku²². Pod koniec czerwca tego roku podpisano porozumienie między działającym jeszcze wtedy Komitetem ds. Radia i Telewizji²³ a Sekretariatem Episkopatu Polski. Prymas kardynał Stefan Wyszyński pytany komu ewentualnie powierzyć tworzenie redakcji katolickich w publicznych mediach miał podobno odpowiedzieć: „Powierzcie to jezuitom”²⁴. Wszak to właśnie przedstawiciele Towarzystwa Jezusowego pojawili się w mediach elektronicznych i, jak uczy historia radiofonii, w tej rewolucyjnej dla komunikacji społecznej sytuacji odnaleźli możliwość ewangelizacji.

Redakcję telewizyjną w TVP tworzył i kierował nią w latach 1989–1997 ks. Andrzej Koprowski SJ²⁵ (w latach 2004–2015 dyrektor programowy Radia Watykańskiego), a redakcję radiową prowadził ks. Krzysztof Ołdakowski SJ. Początkowo istniały one poza strukturami Radiokomitetu, ich pracownicy byli zatrudnieni przez Episkopat. Ojciec Andrzej Koprowski na jednym z sympozjów wspominał, że byli traktowani przez niektórych jako „wtyczki nowego Komitetu Centralnego, którym lepiej nie wchodzić w drogę, bo można dostać potem kłopotliwy telefon i stracić posadę”²⁶. Redakcja otrzymała wtedy 60 minut czasu antenowego z sugestią, aby przeznaczyć je na transmisję niedzielnej Mszy świętej. Jednak zdecydowano tę godzinę rozbić na trzy 20-minutowe odcinki w tygodniu. Redaktor naczelny Katolickiej Agencji Informacyjnej, Marcin Przeworski, wspominając zmarłego w czasie pandemii o. Koprowskiego, podkreślał jego zasługi w okresie historycznego przełomu, kiedy duchowny „natychmiast zabrał się do tworzenia pierwszych redakcji katolickich w Polskim

22 Ustawa z dnia 17 maja 1989 roku o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (Dz.U. 1989 Nr 29, poz. 154).

23 Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji została powołana w 1994 roku.

24 Piotr Chmieliński, „Ołdakowski przemówił ludzkim głosem”, *Niedziela Ogólnopolska* 40 (2009), <https://opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZS/niedziela200940-redkat.html> (dostęp: 10.08.2021).

25 Ojciec Andrzej Koprowski zmarł 29 stycznia 2021 roku.

26 Chmieliński, „Ołdakowski przemówił ludzkim głosem”.

Radio i Telewizji, które jeszcze wówczas były jednym organizmem²⁷. W wypowiedziach twórcy redakcji katolickich zwraca uwagę determinacja, z jaką starano się prezentować w programach punkt widzenia Kościoła powszechnego, przedstawiając konkretne środowiska i ich stanowiska, sytuując je w perspektywie całego Kościoła. Budziło to wiele napięć, zwłaszcza wśród katolików zaangażowanych w życie polityczne. Jak podaje Chmieliński: „Czasem chodziło o bardzo partykularne interesy. Naszym obowiązkiem było chronienie stanowiska Kościoła, niezależnie od postawy jednego środowiska czy nawet jednej osoby²⁸. Ta postawa zjednywała księdzu Koprowskiemu sympatię mediów, także tych krytycznych wobec Kościoła, co z kolei owocowało wzrostem publicznego zaufania i traktowania go jako instytucji niezbędnej dla zachowania ładu aksjologicznego w życiu społecznym.

Po ponad trzydziestu latach redakcja audycji katolickich w TVP odpowiada obecnie za nadawanie transmisji i programów religijnych w siedmiu ogólnokrajowych stacjach TVP, kanałach TVP3 oraz serwisie internetowym²⁹. Obecność osób duchownych w gronie autorów w radiu czy telewizji ks. Krzysztof Ołdakowski określa jako formę pierwszego, nierzadko jedyne go punktu, w którym ludzie spotykają się z Kościołem. Chmieliński mówił w jednym z wywiadów:

Wielokrotnie byłem proszony o rozmowę, spowiedź. Czasami ktoś poprosił, żeby mu ochrzcić dziecko albo pochować kogoś bliskiego. To właśnie pracując w mediach, nauczyłem się, że najważniejsze w misji Kościoła w świecie są wartości podstawowe, normalność, życzliwość, zainteresowanie sprawami drugiego człowieka³⁰.

Pracując w rozgłośni regionalnej, gdzie na początku 1990 roku rozpoczęto taką współpracę, zapraszając do tworzenia cyklicznych audycji księży, mogę potwierdzić, że przekazywanie treści religijnych w medium publicznym, które jest kierowane do różnych odbiorców, nie jest łatwe³¹. Niewątpliwie osobom duchownym pomaga przekonanie o powołaniu do

27 *Ibidem*.

28 *Ibidem*.

29 Podstawą jest umowa zawarta w 2020 roku z Episkopatem Polski przez publicznego nadawcę Telewizję Polską S.A.

30 Chmieliński, „Ołdakowski przemówił ludzkim głosem”.

31 W Radiu Katowice w 1992 roku rozpoczęto emisję codziennych felietonów w porannych programach. Ich autorami są księża z katowickiej archidiecezji oraz diecezji: bielsko-żywieckiej, sosnowieckiej i gliwickiej. Do 2016 roku redagowano także magazyn chrześcijański „Droga”. Obecnie emitowany jest katolicki program *Ślady* przygotowywany także przez księży we współpracy z dziennikarzami.

głoszenia Słowa i fakt, że misyjność jest wpisana od początku w działalność Kościoła powszechnego. Niektórzy uznają za genezę apostołskiego posłania (*apostellein, mittere*) słowa Chrystusa: „Jak mnie posłał Ojciec, tak i ja was posyłam” (J 20,21)³². Biblijni autorzy określając to specjalne zadanie, używali takich fraz jak: „głoszenie Chrystusa” (Dz 19,20); „głoszenie Ewangelii” (1 Tes 2,2) albo „trudzenie się dla Ewangelii” (Flp 4,3). Ta ostatnia fraza wydaje się najlepiej oddawać sens misyjnej pracy osób duchownych w mediach.

Dziennikarze redagujący programy w katolickiej redakcji w Polskim Radiu zwracają uwagę na sposób mówienia o sprawach duchowych w mediach publicznych, o Bogu i Kościele. Ich programy (audycje, felietony, rozmowy, informacje) adresowane są do rozmaitych grup odbiorców: do wierzących, poszukujących, niepewnych swojej wiary, także do dzieci i młodzieży („Chcemy łączyć ludzi ze sobą i inspirować do budowania lepszego świata”³³). Trudno jednak nie uwzględnić kontekstu, w którym to się dzieje. Postęp technologiczny od początku istnienia mediów elektronicznych (radia i telewizji) był podstawowym czynnikiem ich rozwoju, zaś w ostatnich dekadach ogromną rolę odgrywa w tym procesie cyfryzacja, powodując także istotne zmiany w funkcjonowaniu współczesnych mediów. Stacje telewizyjne i radiowe udostępniają swoje przekazy online, a każda gazeta posiada elektroniczną wersję (pojęcie konwergencji medialnej używane przez badaczy mediów dobrze określa to zjawisko). Jednak konwergencja nie oznacza tylko łączenia różnych środków przekazu i ich wzajemnego wpływu, opisuje także procesy zachodzące w umysłach ludzi. Współczesny odbiorca tworzy połączenia pomiędzy informacjami rozproszonymi w różnych źródłach i przekazywanymi w bardzo zróżnicowanych formach. Czytelnik, widz, słuchacz mając dostęp do wielu źródeł informacji, może dostosowywać treści do swoich zainteresowań. To wymaga od podmiotów medialnych reagowania na potrzeby odbiorców, zwiększenia częstotliwości przepływu przekazów i opanowania możliwie jak największej przestrzeni medialnej. Popularność zdobywają tak zwane produkcje trans- i cross-medialne,

32 Ksiądz Franciszek Jabłoński pisze na ten temat, przypominając między innymi „wielką dyskusję” dotyczącą celu misji toczoną przez dwa ważne akademickie ośrodki myśli teologicznej: szkoły Münster i Louvain. Rozpoczęto ją w pierwszej połowie XX wieku. Celem misji jest „przepowiadanie i nawrócenie” (szkoła Münster), natomiast w Louvain akcentowano przede wszystkim „zakładanie Kościoła”. *Vide*: Franciszek Jabłoński, *Recepcja idei misyjnej w Polsce po Soborze Watykańskim II* (Kraków: Dom Wydawniczy Rafael, 2003), 22. Ta dwoistość znalazła swoje zakończenie podczas Soboru Watykańskiego II w definicji, która łączy te dwa stanowiska i określa tym samym cel misji, co zostało wyrażone w Dekrecie misyjnym *Ad gentes*.

33 *Vide*: <https://www.polskieradio.pl/37/900> (dostęp: 15.08.21).

które opierają się na założeniu, że historię należy opowiadać nielinearnie, wykorzystując różne narzędzia i przekonując użytkownika, aby za nią podązał. Powiązane ze sobą treści przedstawiane w różnych formach i środkach przekazu pozostają jednocześnie w jednym medialnym konglomeracie. Głębokim przemianom ulega także warsztat dziennikarza, zwłaszcza w obszarze stosowania rodzajów i gatunków. W genologii dziennikarskiej już dawno pojawiły się internetowe gatunki, a reportaż interaktywny, którego fundamentem jest multimedialność, cieszy się dużym uznaniem. Zróżnicowane formy opowiadanej historii zdumiewają bogactwem i pomysłowością; filmy, zdjęcia, grafiki, mapy, teksty pisane i dźwięki są wykorzystywane do tworzenia ciekawych i zarazem łatwiejszych w odbiorze treści. Reportaż multimedialny daje autorowi niemal nieograniczone możliwości emocjonalnego wpływu na odbiorcę, ten jednak (nazywany też użytkownikiem, konsumentem) musi posiadać kompetencje odbiorcze, aby móc skorzystać z możliwości takiego produktu, np. „sterowania” reportażem. To zaledwie szkic dynamicznie zmieniającego się medialnego kontekstu misji mediów publicznych, w tym radia i telewizji w Polsce. Charakterystyka owego tła wydaje się nieodzowna, aby podkreślić okoliczności, w których są realizowane szczególne powinności, a media publiczne odpowiedzialne za ochronę interesu publicznego niezmiennie pozostają depozytariuszem wspólnego dobra. Audycje konfesyjne stanowią jego niewielką część, jednak wiarygodność, a więc i autentyczność przekazu, są wyzwaniem, którym nie każdy potrafi sprostać.

Podsumowanie

W orędziu papieża Franciszka na 51. Światowy Dzień Środków Przekazu znajdują się słowa, które są obrazem sytuacji, z jaką mierzą się zarówno ludzie mediów, dziennikarze, jak i użytkownicy czy odbiorcy. Sądzę, że odnoszą się one także do autorów katolickich przekazów w mediach. Papież mówi o rzeczywistości, w której każdy posiada dostęp do środków społecznego przekazu i możliwość natychmiastowego dzielenia się informacjami dobrymi czy złymi, prawdziwymi lub fałszywymi, oraz błyskawicznego ich rozpowszechniania w mediach społecznościowych. Zachęca do poszukiwania otwartego i twórczego stylu komunikacji, naznaczonego logiką „dobrej nowiny”, do starań, aby ukazywać możliwe rozwiązania, inspirując w ludziach, którym przekazywane są wiadomości, podejście konstruktywne i odpowiedzialne.

„Już nasi starożytni ojcowie w wierze mówili o ludzkim umyśle jako o kamieniu młyńskim, który jest poruszany przez wodę i nie można go zatrzymać. Jednak ten, kto odpowiada za młyn, może zdecydować czy mleć w nim pszenicę czy kąkol. Umysł człowieka jest wciąż w ruchu i nie może zaprzestać „mielenia” tego, co otrzymuje, ale to od nas zależy decyzja, jaki materiał mu dostarczamy. Chciałbym, aby do tych wszystkich, którzy czy to na płaszczyźnie zawodowej, czy też w relacjach osobistych codziennie mieli wiele informacji, by dostarczyć pachnący chleb posilającym się owocami ich przekazu, to orędzie mogło dotrzeć i być dla nich zachętą. Chciałbym zachęcić wszystkich do komunikacji konstruktywnej, która odrzucając uprzedzenia wobec innych, sprzyjałaby kulturze spotkania, dzięki której możemy się nauczyć postrzegania rzeczywistości ze świadomą ufnością”³⁴.

Bibliografia

- Chrostowski Aleksander et al., *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, red. Andrzej Koźmiński, Włodzimierz Piotrowski, (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001).
- Jabłoński Franciszek, *Recepcja idei misyjnej w Polsce po Soborze Watykańskim II* (Kraków: Dom Wydawniczy Rafael, 2003).
- Kwiatkowski Maciej Józef, „Ojciec Polskiego Radia”, cz. 2, *Kwartalnik Historii Prasy Polskiej* 26/2 (1987): 99–120.
- McLeish Robert, *Produkcja radiowa*, tłum. i oprac. Agata Sadza (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2007).
- Musialik-Chmiel Anna, *Radiowe audycje preferowane jako element realizacji misji mediów publicznych w latach 2007–2017* (Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, 2020).
- Obłój Krzysztof, *Strategia organizacji* (Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998).
- Ong Walter Jackson, *Oralność i piśmienność: słowo poddane technologii*, tłum. i oprac. Józef Japola, (Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2011).
- Plis Jerzy, *Kościół katolicki w Polsce a prasa, radio i film 1919–1939* (Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2001).
- Rękas Michał, *Radio w Polsce*, „Gazeta Kościelna” R.33:1926 nr 18.
- Sobiecki Grzegorz, „Koncepcja zarządzania przez wartości”, *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów* 145 (2015): 9–32.

34 Orędzie na 51 Dzień Środków Społecznego Przekazu, <https://www.paulus.org.pl/216,51-swiatowy-dzien-srodkow-spolecznego-przekazu-franciszek-2017> (dostęp: 26.07.2021).

Tellechea Idígoras José Ignacio, *Ignacy Loyola. Sam i na piechotę*, tłum. i oprac. Katarzyna Jachimska-Małkiewicz, (Kraków: Wydawnictwo WAM, 2014).
Polskie Radio – Warszawa 1935. Album 10-lecia Polskiego Radja opracowało Biuro Prasy i Propagandy Polskiego Radja pod naczelną redakcją D-ra Władysława Kłyszewskiego (Warszawa, 1935).

Źródła internetowe

- Chmieliński Piotr, „Ołdakowski przemówił ludzkim głosem”, *Niedziela Ogólnopolska* 40 (2009), <https://opoka.org.pl/biblioteka/Z/ZS/niedziela200940-redkat.html> (dostęp: 10.08.2021).
- Dwojacki Piotr, „Misja”, *Przegląd Organizacji* 10 (1995): 13, <https://przegladorganizacji.pl> (dostęp: 10.08.2021).
- <https://gramisja.pl/> (dostęp: 15.08.21).
- <https://sjp.pwn.pl/slowniki/misja.html> (dostęp: 26.07.2021).
- Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 19 listopada 2004 roku w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy o radiofonii i telewizji (Dz.U. 2004 Nr 253, poz. 2531), <http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20042532531> (dostęp: 1.08.2021).
- Orędzie na 51 Dzień Środków Społecznego Przekazu*, <https://www.paulus.org.pl/216,51-swiatowy-dzien-srodkow-spolecznego-przekazu-franciszek-2017> (dostęp: 26.07.2021).
- Radio Watykańskie*, <https://www.katolicki.net/index.php/z-zycia-kosciola/z-zycia-kosciola-radio-watykanskie.html> (data dostępu: 1.08.2021).
- Ustawa z dnia 17 maja 1989 r. o stosunku Państwa do Kościoła Katolickiego w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej (Dz.U. 1989 Nr 29, poz. 154), <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19890290154> (dostęp: 7.08.2021).
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. 1993 Nr 7, poz. 34), <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu19930070034> (dostęp: 7.08.2021).