

KAROLINA KRZYKOWSKA  
ORCID: 0009-0009-0754-7969  
DOI: 10.56898/ST.14544

## RADIO KATOLICKIE W POLSCE PO 1989 ROKU - POCZĄTKI I ROZWÓJ. ZARYS PROBLEMATYKI

### Streszczenie

Obecnie działa w Polsce kilkadziesiąt rozgłośni katolickich o zasięgu ogólnopolskim, sieciowym i lokalnym. Ich całkowita słuchalność w skali ogólnopolskiej i lokalnej sytuuje się w granicach 7–10% udziału w czasie słuchalności wszystkich stacji radiowych w Polsce. Najważniejsze zmiany dla radia katolickiego, które wpłynęły na jego obecną postać nastąpiły po 1989 roku. Niniejszy artykuł ma na celu ich przedstawienie wraz z pokazaniem znaczenia dla kształtowania polskiej radiofonii katolickiej. Szczególny nacisk położono także na wyjaśnienie istoty pojęcia radio oraz wagi definicji w dobie konwergencji mediów.

**Słowa-klucze:** *radio, katolickie, radiofonia, rozwój, Polska*

### Wprowadzenie

Media są nieodłącznym elementem życia każdego człowieka. Często, w toku codziennych obowiązków nie zdajemy sobie nawet sprawy z ich obecności. Tak właśnie jest z radiem. Zdarza się, że zapominamy o jego istnieniu. Ono jednak jest, gra gdzieś cichutko, stając się audialnym towarzyszem naszej codzienności. Radio skupia naszą uwagę. Wywołuje emocje. Wpływa na uczucia i kształtuje opinie. Informuje i edukuje. Dostarcza rozrywki. Prowokuje do przemyśleń. Wpływa na wybory. Kształtuje naszą tożsamość. Towarzyszy nam w toku codziennych obowiązków.

Nie ma żadnych wątpliwości, że miejsce i rola katolickich rozgłośni radiowych w powyższych procesach jest niepodważalna. Istnieją one bowiem nie tylko po to, by służyć instytucji Kościoła, ale również, a może przede wszystkim, mają też służyć dobru człowieka. Radiofonia katolicka jest nie tylko ważnym środkiem komunikowania, ale także elementem życia społecznego swoich słuchaczy, przyczyniającym się do budowania jedności i wspólnoty.

Nie da się także w pełni zrozumieć specyfiki radiofonii katolickiej i przedstawić jej charakterystyki bez analizy podstawowego systemu pojęciowego związanego z radiem, oraz historii i genezy całej polskiej radiofonii. Perspektywa czasowa jest tu bowiem kluczem, który pozwala krytycznie spojrzeć na historię budowy tożsamości radia katolickiego w Polsce oraz pokazać jej fenomen.

Media religijne są jednak wciąż mało poznane i opracowane. Nie stanowią także szczególnego przedmiotu zainteresowań badań naukowych<sup>1</sup>. Rozwój radia, zarządzanie radiem czy preferencje słuchaczy nie przyciągają szczególnej uwagi badaczy mediów. Zdecydowanie więcej prac badawczych dotyczy nowych mediów, prasy, telewizji oraz kina. Radio jest marginalizowane. Również grono osób, zarówno w Polsce, jak i na świecie zajmujących się badaniami nad radiem jest niewielkie<sup>2</sup>. Wciąż jest także niewiele aktualnych badań i opracowań naukowych odnoszących się do tej tematyki. Brak dogłębnej wiedzy w zakresie tego medium sprawia, że każda publikacja jest zarówno pożądana, jak i wypełnia luki w powyższym obszarze tematycznym.

Niniejszy artykuł ma zatem na celu przedstawienie syntetycznej, teoretycznej analizy rozwoju radia katolickiego w Polsce po 1989 roku. Stanowi też krótką formę usystematyzowania wiedzy na temat przemian i rozwoju radiofonii katolickiej mających wpływ na jej kształt obecny. Dodatkowo stanowi również punkt wyjścia do dalszych rozważań, w tym szczegółów dotyczących uwarunkowania działalności katolickich rozgłośni radiowych, głównie w zakresie regulacji prawnych, determinantów finansowanych oraz aspektów organizacyjnych, które autorka w sposób wyczerpujący przedstawi w dysertacji.

---

<sup>1</sup> J. Kania, Z. Kropiewski (red.), *Media religijne i wyznaniowe w polskim systemie medialnym*, Szczecin 2013, s. 7-8.

<sup>2</sup> U. Doliwa, *Renesans radia*, w: *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna* 8, 2012, s. 199.

## 1. Radio – audialny towarzysz codzienności

Podstawę klasyfikacji istniejących mediów masowych stanowi typologia wyodrębniająca trzy typy instytucji nadawczych. Ze względu na formę własności oraz sposób i cel jej działania wyróżnia się:

- 1) media komercyjne – instytucje nadawcze będące z reguły prywatnymi przedsiębiorstwami, których celem jest dążenia do zysku, a sposobem jego pomnażania polityka nastawiona na rozrywkę zapewniająca wpływ ze sprzedaży czasu oraz powierzchni reklamodawcom,
- 2) media publiczne- instytucje nadawcze mające najczęściej status korporacji publicznej lub instytucji państwowej, powołanej do pełnienia służby publicznej w dziedzinie informacji, edukacji i kultury,
- 3) media niekomercyjne (non-profit) – tego typu instytucje nadawcze stanowią zazwyczaj integralną część (mając status wyspecjalizowanego organu) szerszych struktur organizacyjnych jak partie polityczne, związki zawodowe, kościoły, stowarzyszenia, organizacje społeczno-kulturalne, fundacje itp.; władzom takich instytucji przysługuje wyłączność lub decydujący głos w zakresie kierunków polityki redakcyjnej, a prawne i ekonomiczne środki kontroli gwarantują nie tylko realizację tejsz polityki, ale również gwarancję przetrwania instytucji<sup>3</sup>.

W świetle powyższego radio możemy określić zatem terminem instytucji nadawczej, czyli w komunikowaniu masowym pewnej zbiorowości będącej nadawcą o zinstytucjonalizowanej formie oraz działającej w sposób zorganizowany.

Radio definiowane jest także jako instytucja medialna (termin instytucji medialnej jest szerszy niż instytucji nadawczej<sup>4</sup>), czyli firma produkująca w społeczeństwie medialne towary. Upraszczając- jako struktura, która organizuje społeczeństwo. W takim rozumieniu radio zależne jest od ekonomicznego klimatu, w jakim przyszło mu działać, co przedkłada się na to, że jego popularność rośni i spada, a stacja nadawcze powstają i przestają istnieć<sup>5</sup>.

Natomiast w oparciu o analizę społecznej definicji mediów, czyli przyjęcia przez użytkowników w różnych krajach oraz epokach historycz-

---

<sup>3</sup> M. Mrozowski, *Media masowe. Władza rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 46-49.

<sup>4</sup> Instytucje medialne poza instytucjami nadawczymi obejmują także instytucje, które tylko produkują przekazy masowe bądź świadczą usługi na rzecz nadawców/wydawców oraz organy powołane do nadzoru nad mediami.

<sup>5</sup> L. Taylor, A. Willis, przekład M. Król, *Medioznastwo*, Kraków 2006, s. 97-112.

nych pewnych sposobów rozumienia ich cech charakterystycznych Denis McQuail zdefiniował poszczególne typy mediów. Wśród wyodrębnionych przez autora, znajduje się definicja radia i telewizji traktowanych łącznie jako instytucje korzystające z wcześniejszych wynalazków, takich jak telegraf, telefon, fotografia i film. Autor jako cechy szczególne, a zarazem elementy definicji pojęcia radia i telewizji wskazuje:

- bardzo duży zasięg, zakres i publiczność,
- przekaz audiowizualny,
- złożoną technikę i organizację produkcji,
- publicznych charakter i społeczną regulację prawną działania,
- narodowy i międzynarodowy charakter przekazów,
- różne rodzaje przekazów<sup>6</sup>.

Jednak mimo podobieństw między radiem a telewizją jako znaczącą różnicę należy wskazać to, że jest to medium audialne. W swoich przekazach nie uwzględnia obrazu ani wizualizacji treści, a jego kody audialne stanowią: mowa, muzyka, dźwięki i cisza. Jest jedynym medium istniejącym w czasie, a nie w przestrzeni. Istnienie radia w czasie jest tożsame z jego rolą medium towarzyszącego, czyli podążającego ze swoim przekazem za odbiorcą i docierającego do niego w trakcie innych zajęć. Właśnie owo określenie radia jako medium towarzyszącego stało się podstawą do zdefiniowania jego pozycji na rynku medialnym<sup>7</sup>. Marshall McLuhan pisał: „Radio działa na większość ludzi w sposób intymny, osobisty, nawiązując nic porozumienia między autorem i lektorem tekstu, a słuchaczem.” Określił je mianem bębna plemiennego. Bęben jest bowiem głośny i rytmiczny, a głośność to operowanie dźwiękiem<sup>8</sup>. Radio tak jak dźwięk bębna plemiennego przedłuża ośrodkowy układ nerwowy u odbiorców, a tym samym powoduje głębokie zaangażowanie. Przemawia do podświadomości, tworzy osobiste, prywatne przeżycia, zmieniając psychikę jednostki i całego społeczeństwa. Obraz słuchowy radia, tak jak echo starożytnego bębna przemawia do wszystkich zmysłów odbiorcy angażując go oraz powodując wzmoczoną emocjonalną intensywność przeżyć. Od słuchacza nie wymaga się prawie żadnego wysiłku, co przedkłada się na poczucie bezpośredniego kontaktu i żywołowości. Owa łatwość i prostota odbioru sprawia, że od-

<sup>6</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2004, s. 21-23.

<sup>7</sup> A. Sulek, *Radio*, w: *Media a wzywania XXI wieku*, pod red. M. Bonikowskiej, Warszawa 2009, s. 47-50.

<sup>8</sup> J. Mikułowski Pomorski, *Audio contra video. Ku czemu dąży radio?*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, materiały konferencji *Kulturotwórcza rola radia*, Kraków 1997, s. 10-11.

biorcy nie muszą wiedzieć o istnieniu fal radiowych czy technologii przekazu, a jego roli, sile i wartości dorównuje tylko autentyczna ludzka mowa<sup>9</sup>.

Radio w sposób oczywisty wydaje się różne od innych mediów. Zgodnie z definicjami i charakterologią opisaną w literaturze przedmiotu odróżnia je od nich całkowity brak czynnika wizualnego, charakter towarzyszący oraz istnienie czasie. Nie da się jednak prowadzić rozważań nad próbą zdefiniowania obecnego radia bez uwzględnia procesów konwergencji mediów. Z uwagi na narastające procesy technologiczne każdą organizację medialną należy analizować w kontekście pozostałych organizacji mediów masowych ze względu na ich obecność w wielu branżach medialnych jednocześnie. Traktowanie organizacji medialnej wyłącznie jako rozgłośni radiowej, stacji telewizyjnej, redakcji staje się obecnie niewystarczające. Ta sama zawartość może być przecież oferowana w wielu różnych formach. Wynika to z nieostrych granic między poszczególnymi rodzajami środków masowego przekazu<sup>10</sup>.

Kościół wypełniając swoją misję religijno-moralną ma prawo używania i posiadania wszelkiego rodzaju technicznych środków przekazu. Zarówno tych tradycyjnych, jak i najnowszych. Rozumieć przez nie należy środki społecznego przekazu, za pomocą których można ze słowem, informacjami lub ideą dotrzeć do szerszego grona ludzi lub całej społeczności. Do najważniejszych z nich natomiast obok telewizji, internetu, wydawnictw i technik audiowizualnych zaliczyć należy przede wszystkim radio<sup>11</sup>.

W orędziach na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu papież Benedykt XVI brał pod uwagę postęp technologiczny mocno zwracając uwagę na najnowsze zdobycze z zakresu technologii komunikowania się. Miało to na celu zwrócenie uwagi na to, aby do mass mediów podejść jak najbardziej całościowo. Media, które wcześniej istniały, działały i się rozwijały - jak radio, wyciągają korzyści z nowych możliwości, które oferuje przekaz cyfrowy. Postęp technologiczny daje natomiast większe możliwości realizacji przykazania miłości Boga i bliźniego, a co za tym idzie budowania wspólnoty<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> M. McLuhan, *Radio bęben plemienny*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 100-108.

<sup>10</sup> J. Beliczyński, *Zarządzanie radiem jako subdyscyplina zarządzania mediami*, *Studia medioznawcze*, numer 1(60) 2015.

<sup>11</sup> J. Wroceński, *Gwarancje dostępu Kościoła katolickiego do środków społecznego przekazu*, w: *Prawo kanoniczne*, 53(2010) nr 3-4, s. 192.

<sup>12</sup> W. Misztal, *Wieczny Bóg i nie tylko nowoczesne mass media*, Kraków 2019, s. 103.

W świetle powyższego przytoczyć należy także definicję oraz typologię katolickich rozgłośni radiowych. Jak pisze Biskup Jan Chrapek „Jeżeli chodzi o formułę radiostacji kościelnych, to można wyróżnić trzy rodzaje „robienia” radia katolickiego. Są one sposobem poszukiwania najwłaściwszej formuły oraz uczeniem się natury i języka tego medium w aspekcie przekazywania treści religijnych. W tym ostatnim względzie jest bowiem bardzo wiele do zrobienia. Nie ma natomiast wypracowanych wzorców”<sup>13</sup>. Zgodnie z czym wyróżnia:

- 1) radio typowo religijne charakteryzujące się dużym udziałem programów modlitewnych i formacyjnych, utrzymywane głównie z ofiar słuchaczy, bez reklam, z programem realizowanym przez wolontariuszy i kładące nacisk na bezpośredni kontakt ze słuchaczami,
- 2) radio w większości nadające program religijny podejmujące obok problematyki społeczno-kulturalnej i lokalnej problematykę religijną (75-80% czasu antenowego), częściowo utrzymywane z reklam, a częściowo przez diecezje, o formule powolnej, refleksyjnej, adresowanej głównie do słuchaczy w średnim wieku,
- 3) radio nadające w niewielkim stopniu program religijny, który stanowi 10-15%, a pozostały program przeznaczony jest na tematykę społeczną, kulturalną i lokalną, radio szybkie z dużą ilością muzyki popularnej, finansowane głównie z reklam, skierowane do osób młodszych.

Początkowo radio miało pełnić funkcję medium powszechnego i masowego bez określonego audytorium. Natomiast programy radiowe miały na celu zaspokojenie potrzeb wielu różnych grup słuchaczy. Składały się one się z różnych audycji tematycznych, które drukowano w dziennikach i czasopismach, aby słuchacz wybrał to, co go interesuje i zaplanował odbiór audycji. Zmiana nastąpiła w latach 70. XX wieku, kiedy model tradycyjny zaczął być zastępowany przez stacje, które swój przekaz adresowały do określonych grup społecznych na podstawie definiowanych zainteresowań muzycznych, wieku, wykształcenia czy pozycji społecznej<sup>14</sup>. Warto zatem przyrzeć się samej genezie i początkom radiofonii, w tym polskiej radiofonii katolickiej, które są kluczem do zrozumienia jej specyfiki i złożoności.

<sup>13</sup> J. Chrapek, *Pięćdziesiąt lat transformacji radia katolickiego w Polsce (1989-1994)*, w: *Transformacja radia w Polsce i na świecie*, materiały konferencyjne, Katowice 1996, s. 198.

<sup>14</sup> P. Drzewiecki, *Formatowania stacji radiowych w kontekście różnych gatunków radiowych*, w: *Media audiowizualne wobec wyzwań współczesnego świata*, red. ks. A. Adamaski, A. Graczyk, K. Kwasik, M. Laskowska, Warszawa 2012, s. 153-154,

## 2. Geneza i początki

W 1873 roku James Clerk Maxwell w swoim dziele „Elektryczność i magnetyzm” wykazał, że energia rozchodzi się w formie fal z prędkością światła. Udowodnił także istnienie fal elektromagnetycznych, różnych od fal świetlnych. Natomiast w 1888 r. niemiecki fizyk potwierdzając teorię Maxwella, udowodnił elektromagnetyczną naturę światła, a następnie zdemontrował działanie radia w praktyce. Odkrycia Maxwella i Hertza przyczyniły się do podejmowania kolejnych prób zastosowania ich w praktyce<sup>15</sup>.

Powstanie radia przypisuje się fizykom – Rosjaninowi Aleksandrowi S. Popowowi oraz Włochowi Guglielmo Marconiemu, który opatentował swój wynalazek<sup>16</sup>. Zarówno Popowi jak i Marconiemu udało się przesłać fale elektromagnetyczne na odległość osiemdziesięciu metrów, ale to Włoch wykorzystał fale do przeniesienia dźwięku. Miał on jeden praktyczny cel – sprawić, aby fale wędrowały dalej, wykorzystać je do wysyłania sygnałów. To właśnie tej jednotorowej wizji zawdzięczamy narodziny praktycznego przesyłania dźwięków- radia<sup>17</sup>. W roku 1895 Marconi przekazał sygnał ze swojej pracowni w Villi Grifone do anteny odbiorczej znajdującej się w odległości dwóch kilometrów. Jego wynalazkiem zainteresowała się marynarka i armia Wielkiej Brytanii<sup>18</sup>.

Pierwsza audycja radiowa nadana została 24 grudnia 1906 roku w wigilię Bożego Narodzenia. Tego dnia kanadyjski profesor – inżynier Reginald Aubrey Fessenden korzystając z masztu radiowego w Brant Rock w stanie Massachusetts nadał krótki program. Składał się on z utworów Gounda i Haendla, fragmentów Ewangelii według świętego Łukasza oraz życzeń świątecznych. Audycja odebrana przez radiostacje znajdujące się na statkach znajdujących się w promieniu dziewięciu kilometrów od nadajnika uznana została za pierwszą transmisję radiową<sup>19</sup>.

Natomiast samo radio jako wynalazek techniczny pojawia się prawie równocześnie z filmem u progu XX wieku i zostaje traktowane jako jeden

---

<sup>15</sup> A. Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, Warszawa 2012, s. 264-265.

<sup>16</sup> St. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego, Kraków 2004, s. 59.

<sup>17</sup> B. Birch, *Guglielmo Marconi. Jak radio przybliżyło świat*, Warszawa 1992, s. 38.

<sup>18</sup> M. Hermanowski, *Radiofonja w Polsce. Zarys dziejów*, Poznań 2018, s. 15-17.

<sup>19</sup> Z. Bajka, *Historia mediów*, Kraków 2008, s. 189.

z kanałów komunikacji masowej oraz jako medium nowej sztuki<sup>20</sup>.

Spółeczny żywot radia datuje się zaś na rok 1920 r., gdy dwie stacje: brytyjska Marconi Company i amerykańska KDKA (w Pittsburghu) rozpoczęły publiczne, w miarę regularne nadawanie audycji. W kolejnych latach uruchomiono rozgłośnie we Francji, Danii, ZSRR, Niemczech, Australii, Belgii, Finlandii itd. Szybkość rozpowszechnia się radia zależała zarówno od ceny, jak i liczby produkowanych radioodbiorników, a seryjna produkcja tańszych urządzeń przyczyniła się do jego masowego charakteru. W 1929 roku liczba radioodbiorników na świecie wynosiła około 50 milionów, a w roku 1934 przekroczyła liczbę 180 milionów<sup>21</sup>.

Warto wspomnieć o tym, że radio wraz ze swoim rozwojem umożliwiło kontakt z wytworami kultury, zindywidualizowało odbiór wartości, stało się przekaznikiem informacji, źródłem rozrywki. Natomiast kolejnymi domenami jego oddziaływania stała się polityka oraz sfera praktyk religijnych. Rok po uruchomieniu regularnej emisji pittsburska KDKA w każdą niedzielę transmitowała mszę świętą z miejscowego kościoła, „przynosząc tym samym religię do domów”<sup>22</sup>.

Jeżeli zaś chodzi o polską radiofonię, to jej powstanie datuje się na rok 1925, kiedy to po raz pierwszy na falach radiowych zabrzmiało polskie słowo, nadane za pośrednictwem doświadczalnej stacji radiofonicznej Polskiego Towarzystwa Radiotechnicznego w Warszawie. W tym samym roku narodziła się również instytucja zwana Polskim Radiem.

Zmiany, które zachodziły w rozwoju radiofonii można podzielić na trzy przełomowe etapy, które miały największy wpływ na jej rozwój. Pierwszym z nich jest przejście radia z poziomu krajowego, na poziom lokalny, które nastąpiło zaraz po II wojnie światowej. Było to także odpowiedzią na powstanie telewizji oraz wiązało się z rozwojem społeczności lokalnych i postęпами w zakresie techniki radiowej. Od połowy lat 60. do końca 70. nastąpił natomiast odwrót od technologii AM w kierunku technologii FM. Nowsza technologia oferowała wyższą jakość, umacniała lokalność oraz sprzyjała różnorodności radia. Trzecim ostatnim, jest rozwój radiowej technologii cyfrowej, która zapewnia bardzo wysoką jakość dźwięku możliwą do uzyskania zarówno przez odbiorniki stacjonarne, jak i te będące w ruchu i wzbogaconą o dodatkowe informacje w formie graficznej i tek-

<sup>20</sup> *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 172-173.

<sup>21</sup> M. Mrozowski, *Media masowe. Władza rozrywka biznes*, Warszawa 2001, s. 91-93.

<sup>22</sup> St. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny – Ewolucja – Perspektywy*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego, Kraków 2004, s. 61.

stowej, dostępne na ekranach odpowiednich odbiorników<sup>23</sup>.

Przed II wojną światową w Polsce wydawanych było 199 katolickich pism o łącznym nakładzie około 9 milionów egzemplarzy (27% rynku prasy) oraz istniała katolicka rozgłośnia radiowa. W okresie PRL transmisje uroczystości religijnych najpierw w radiu, następnie w telewizji były zakazane, a wiele redakcji pism religijnych zostało zlikwidowanych. Te, które przetrwały musiały natomiast liczyć się ze stałą kontrolą oraz naciskami ze strony ówczesnej władzy. Pierwszy przełom nastąpił jednak w 16 października 1978 roku, kiedy Karol Wojtyła został wybrany na papieża. Wydarzenie wzbudziło nie lada problem w jaki sposób połączyć na antenie telewizji polskiej zakaz prezentowania tematyki religijnej z koniecznością informowania o istotnych, bieżących wydarzeniach. Ostatecznie telewizja pokazała jedynie krótkie materiały z wydarzenia, półtorej godziny po tym jak się odbyło. Warty uwagi jest jednak fakt, że te same media, choć co prawda w sposób niepełny (między innymi opóźnienia w emisji, niepokazywanie tłumów) odnotowały pierwszą pielgrzymkę do Polski Jana Pawła II<sup>24</sup>.

Szczególna potrzeba ewangelizacji w środkach społecznego zauważona została jednak podczas Soboru Watykańskiego II. W *Dekrecie o środkach społecznego przekazu myśli Inter Mirifica* zwrócono uwagę na konieczność przepowiadania Ewangelii przez środki społecznego przekazu oraz na to, że Kościół katolicki uważa za swój obowiązek głoszenie słowa Bożego poprzez media. W największej mierze przez radio i telewizję. Transmisje za pośrednictwem tych mediów przyczyniają się bowiem do uczestnictwa słuchaczy i widzów w życiu Kościoła oraz przekazują im prawdy religijne<sup>25</sup>. Według autorów soborowego dekretu media to „najdonioślejsze urządzenia, które z natury swej zdolne są osiągnąć i poruszyć nie tylko jednostki, lecz także całe zbiorowości i całą społeczność ludzką”<sup>26</sup>.

Dokument Papieskiej Rady ds. Środków Społecznego Przekazu – *Communio et progressio*, który ukazał się w 1971 roku zwraca zaś uwagę na trzy powody wpływające na zainteresowanie się katolików środkami społecznego przekazu: pomagają one Kościołowi otworzyć się na współczesny świat,

<sup>23</sup> T. Kowalski, *Radio czy podcasting?*, w: *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, red. T. Kowalski, B. Jung, Warszawa 2006, s. 177-178.

<sup>24</sup> A. Drzał-Sierocka, *Krótką historią dostępu Kościoła katolickiego do mediów w Polsce*, w: *Media audiowizualne*, pod red. W. Godzica, Warszawa 2010, s. 380-383.

<sup>25</sup> M. Pietrzak, *Błogobojni czyli o nowych mediach w Kościele*, Kraków 2017, s. 21

<sup>26</sup> A. Gut, *Edukacja patriotyczna w lokalnych katolickich rozgłoszeniach radiowych w Polsce. Mikrostudium na wybranych przykładach*, w: *Kultura – Media – Teologia*, 2013 nr 15, s. 23.

rozwijają dialog wewnętrzny, włączają Kościół w nurt dzisiejszego życia<sup>27</sup>. W dokumencie media określono jako „Dar Boży”, ponieważ są kierowane w sposób bezpośredni do poszczególnych ludzi - „przekazując równocześnie ogromnej liczbie ludzi wiadomości ze współczesnego świata i informując ich o istniejących opiniach i poglądach”<sup>28</sup>.

We wrześniu 1980 roku na mocy porozumień sierpniowych na antenie Polskiego Radia nadano pierwszą transmisję mszy świętej z warszawskiego kościoła św. Krzyża. Pojawienie się transmisji najpierw na antenie Programu IV, następnie Programu I, wynikało wprost z protokołu porozumienia podpisanego w dniu 31 sierpnia 1980 roku w Stoczni Gdańskiej: „Korzystanie ze środków masowego przekazu przez związki wyznaniowe w zakresie ich działalności religijnej będzie realizowane w drodze uzgodnienia problemów natury merytorycznej i organizacyjnej między organami państwa a zainteresowanymi związkami wyznaniowymi. Rząd zapewni transmisję radiową niedzielnej mszy w ramach szczegółowego uzgodnienia z Episkopatem”<sup>29</sup>. Od tego momentu transmisje mszy świętych na antenie Polskiego radia odbywały się regularnie w każdą niedzielę. Wyjątkiem były jedynie dwa pierwsze tygodnie stanu wojennego.

Podsumowując, ogólne uwarunkowania rozwoju mediów w Polsce, w tym radiofonii, w latach 1982-1990, w zakresie zewnętrznego wpływu na nie, podzielić można na cztery fazy:

- 1) 1982-1983 – okres restrykcji i ograniczeń związanych z wprowadzaniem stanu wojennego,
- 2) 1984 – 1985 – czas stabilizacji życia politycznego i niewielkiego ożywienia życia gospodarczego po zniesieniu stanu wojennego,
- 3) 1986-1988 – liberalizacja struktur politycznych i narastająca frustracja społeczna,
- 4) 1989 – 1990 – polityczny przełom<sup>30</sup>.

Największe zmiany w polskiej radiofonii zaszły po 1990 rok, a najważniejszym punktem zwrotnym w całym procesie przemian były obrady okrągłego stołu. Przemiany, te stworzyły Kościołowi nowe możliwości organizacji duszpasterstwa za pomocą mediów, w tym radia i telewizji.

<sup>27</sup> K. Marcyński, *Komunikacja religijna i media*, Wieliczka 2016, s. 105.

<sup>28</sup> M. Pietrzak, *op. cit.*, s. 22

<sup>29</sup> M. Hermanowski, *Radiofonia w Polsce. Zarys dziejów*, Poznań 2018, s. 235-237.

<sup>30</sup> R. Kowalczyk, *O mediach lokalnych, regionie i regionalizmie*, Poznań 2015, s. 85-86.

### 3. Ogólne uwarunkowania rozwoju radiofonii katolickiej po 1989 r.

Wejście w życie Ustawy z dnia 17 maja 1989 roku o stosunku Państwa do Kościoła katolickiego w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej umożliwiło powstanie pierwszych stacji radiowych innych niż państwowe.

Potwierdzeniem powyższej gwarancji ustawowej jest Konkordat między Stolicą Apostolską i Rzeczpospolitą Polską z dnia 28 lipca 1993 roku, który stanowi, że Kościół katolicki ma prawo do „posiadania i używania własnych środków społecznego przekazu na zasadach określonych w prawie polskim”<sup>31</sup>.

Wybory 4 czerwca 1989 przyniosły dynamiczne zmiany polityczne i społeczne. Konsekwencją ich była zasadnicza przebudowa sektora środków masowego przekazu i stworzenia systemu komunikacji społecznej opartego na zasadach demokracji i wolnego rynku. Już 3 września 1989 roku nadano pierwszą audycję Redakcji Programów Katolickich Polskiego Radia. Powstała ona w wyniku porozumienia Konferencji Episkopatu Polski i Komitetu do spraw Radia i Telewizji. Jeszcze w tym samym miesiącu Redakcja przygotowała krótkie audycje, które składały się z refleksji dotyczących niedzielnych czytań mszalnych i informacji o działalności Kościoła pod nazwą „Z życia wzięte”, a ukazywały się po transmisji mszy świętych<sup>32</sup>.

Obrady Okrągłego Stołu przyczyniły się do budowy nowego ładu informacyjnego, demonopolizacji prasy, radia i telewizji oraz zniesienia cenzury (11 kwietnia 1990 roku podjęto Ustawę o uchyleniu ustawy o kontroli publikacji i widowisk, zniesieniu organów tej kontroli oraz o zmianie ustawy – Prawo prasowe, a 29 grudnia 1992 roku Ustawę o radiofonii i telewizji). Zmiany te przyczyniły się do wszechstronnej reformy mediów, która objęła wszystkie sfery systemu medialnego: polityczną, , gospodarczą, prawną, organizacyjną oraz technologiczną<sup>33</sup>.

Do czasu uchwalenia Ustawy o radiofonii i telewizji w Polsce działało 59 rozgłośni katolickich nadających na 62 częstotliwościach. Były to 24

---

<sup>31</sup> P. Wiśniewski, *Radiofonii i telewizja jako narzędzia służące wykonywaniu zadania nauczycielskiego Kościoła. Gwarancje prawne i ich realizacja w Polsce po roku 1989*, w: *Roczniki Nauk Prawnych*, Tom XX, numer 1 – 2010 s. 114

<sup>32</sup> M. Hermanowski, *Radiofonii w Polsce*, Poznań 2018, s. 254.

<sup>33</sup> M. Kaczmarczyk, *Nowe technologie w „starych” mediach, Kilka uwag o transformacji technologicznej prasy po 1989 roku*, w: *Transformacja polskiego systemu medialnego*, pod. red. M. Sokołowskiego, Adam Marszałek, Toruń 2011, s.193-194.

rozgłoszenie diecezjalne, 3 stacje parafialne, jedno radio fundacji kościelnie i 31 stacji z zezwoleniem Radia Maryja (retransmitowały one programu z Torunia)<sup>34</sup>.

Przemiany, które nastąpiły przyczyniły się do nowych możliwości zagospodarowania przestrzeni mediów publicznych przez Kościół. Z jednej strony miał on ogromne szanse ewangelizacyjne. Z drugiej jednak musiał zmierzyć się z narastającą różnorodnością światopoglądową. W praktyce realizowane było to zarówno poprzez tworzenie własnych mediów, jak również korzystanie z większego niż dotychczas czasu antenowego w ramach istniejących mediów publicznych. Wymagało to nie tylko ogromnego wysiłku organizacyjnego, ale także przygotowania odpowiednich kompetentnych kadr<sup>35</sup>.

Analizując zmiany ustrojowe i konkretne rozwiązania prawne mające największy wpływ na rozwój radiofonii katolickiej nie sposób wspomnieć o Ustawie z dnia 23 listopada 1990 r. o łączności. Przede wszystkim zniósła ona monopol państwa w zakresie funkcjonowania rynku radiowo – telewizyjnego. Kościół katolicki, inne kościoły i związki wyznaniowe uzyskały prawo do emitowania własnych programów oraz do zakładania i używania własnych urządzeń radiokomunikacyjnych przeznaczonych do nadawania programów radiowych i telewizyjnych. Początkowo jednak to minister łączności miał prawo przydzielania zezwoleń na używanie urządzeń i emisję programów tym podmiotom, które złożyły wnioski<sup>36</sup>.

Nie można nie wspomnieć o tym, że pierwsze stacje radiowe działające poza strukturą radia państwowego, które pojawiły się w 1991 roku to właśnie radia katolickie. Były to rozgłoszenie lokalne zakładane przez poszczególne diecezje Kościoła katolickiego, który w ten sposób wykorzystywał przywileje z przywołanej już Ustawy o stosunku Państwa do Kościoła katolickiego (...)<sup>37</sup>.

Uchwalana dnia 29 grudnia 1992 r. Ustawa o radiofonii i telewizji (nazywana także ustawą medialną), mimo kontrowersji politycznych, które budziła, otworzyła przed wspólnotą Kościoła nowe możliwości ewangelizacji w mediach publicznych. Bardzo ważny był także fakt, że umożliwiła

<sup>34</sup> M. Hermanowski, op. cit., s. 258-259.

<sup>35</sup> R. Śpiewak, *Obecność katolickich treści religijnych w mediach publicznych po ustawie medialnej z 1992 roku*, w: *Łódzkie Studia Teologiczne* 27 (2018)1, s. 157.

<sup>36</sup> B. Dobek-Ostrowska, *Przemiany systemu medialnego w Polsce po 1989 roku*, w: *Współczesne systemy komunikowania*, pod red. B. Dobek-Ostrowskiej, Warszawa 1998, s. 84-85.

<sup>37</sup> St. Jędrzejewski, *Radio publiczne w Europie*, Warszawa 2015, s. 133

ona nie tylko obecność treści religijnych w mediach publicznych, ale stwarzała ochronę prawną wierzących<sup>38</sup>.

W 1991 roku powstało należące do zgromadzenia redemptorystów Radio Maryja (od 1994 r. mające koncesję na nadawanie programu ogólnopolskiego), które bez wątpienia stało się najciekawszym zjawiskiem polskiej radiofonii w III RP. Trafiło ono w gusta słuchaczy przekazami religijnymi i patriotycznymi. Jako pierwsze radio interaktywne umożliwiło wykorzystanie swojego czasu antenowego przez społeczność wierzącą. Przyczyniło się to do tego, że rozgłośnia zyskała ogromną popularność oraz poparcie radiosłuchaczy, tworząc ruch społeczny Rodziny Radia Maryja<sup>39</sup>.

Stwierdzić można, że rok 1992 dla polskiej radiofonii przyniósł istotne zmiany. Spontanicznie powstające lokalne rozgłośnie radiowe odbierały słuchaczy Polskiemu Radiu, co w okresie od wiosny 1992 r. do wiosny 1993 r. przyczyniło się do wzrostu liczby odbiorców radiofonii lokalnej z 9% do 26%. Nastąpił także wzrost zainteresowania radiem katolickim, które w połowie 1993 skupiało około 7% słuchaczy. Nadawało wówczas kilkadziesiąt lokalnych stacji katolickich, z czego 38 rozgłośni transmitowało program toruńskiego Radia Maryja, a kilka (między innymi Radio Plus w Gdańsku, As w Szczecinie, Radio Mariackie w Krakowie, Radio Legnica) było podporządkowanych miejscowym kuriom działało w modelu zbliżonym do komercyjnego<sup>40</sup>.

Po wieloletnim monopolu państwa tworzeniem nowego ładu w eterze zajęła się Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji. Jednym z najważniejszych przyjętych przez nią priorytetów było przeprowadzenie procesu koncesyjnego opartego na zasadzie legalizmu z promocją polskiego kapitału, zakładające utworzenie ogólnopolskiej radiofonii prywatnej oraz promowanie inicjatyw lokalnych. Po pierwszym procesie koncesyjnym działało w Polsce 107 stacji kościelnych katolickich: 43 diecezjalne, 2 parafialne, 2 zakonne oraz 60 stacji transmitujących program Radia Maryja. Tak ukształtowany radiowy sektor katolicki przybrał trzy rodzaje formuł programowych: radio modlitewne, radio refleksyjne oraz radio dynamiczne z udziałem popularnej muzyki młodzieżowej. Kolejny proces koncesyjny przeprowadzony w latach 1995 -1997 roku, w przeciwieństwie do pierwszego miał charakter

---

<sup>38</sup> R. Śpiewak, *Obecność katolickich treści religijnych w mediach publicznych po ustawie medialnej z 1992 roku*, w: *Łódzkie Studia Teologiczne* 27 (2018)1, s. 158.

<sup>39</sup> G. Łęcicki, *Media katolickie w III Rzeczypospolitej (1989-2009)*, w: *Kultura – Media – Teologia*, 2(2) 2010, s. 116.

<sup>40</sup> B. Dobek-Ostrowska, *op.cit.*, s. 86-87.

długotrwały. Przyczynił się także do ukształtowania w eterze ładu zgodnego z pierwotnymi założeniami oraz sfinalizował kształtowanie rynku prywatnych nadawców radiowych. Kościół przyjął wówczas strategię pokrywania zasięgiem stacji terenu kolejnych diecezji. W większości stacje kościelne potrafiły jednak sprostać stawianym im oczekiwaniom i w stosunkowo krótkim czasie stworzyć oryginalny, odmienny, zarówno od radiofonii publicznej, jak i komercyjnej model programu o cechach religijno – społecznych. W związku z wygasaniem od maja do grudnia 2001 terminu 94 koncesji, KRRiT podjęła prace zmierzające do przygotowania procesu rekoncesjonowania. W odpowiedzi na ogłoszenia z 6 lutego oraz 6 i 27 marca 2001 udzielono 43 koncesje dotychczasowym nadawcom (nie zostały wydane koncesje dla Diecezji Elckiej i Archidiecezji Warmińskiej z powodu rezygnacji). Wśród nadawców katolickich znalazło się 6 nadawców społecznych bez prawa do emisji reklam w zamian za zwolnienie z opłat koncesyjnych, dwadzieścia cztery stacje diecezjalne i archidiecezjalne z pełnym limitem reklamowym, 6 nadawców zdecydowało się na wykorzystanie 7% reklam z 25% ulgą koncesyjną, pięciu nadawców kościelnych wystąpiło o 2% limit reklam korzystając przy tym z 50% ulgi koncesyjnej, a 2 wystąpiło o program bez reklam, bez uzyskiwania statusu nadawcy społecznego. Kolejny - trzeci proces koncesyjny nie przyniósł na rynku radiowym dużych zmian. Utrwalił jedynie ukształtowany wcześniej rynek radiowy<sup>41</sup>.

Obecnie działa w Polsce kilkadziesiąt rozgłośni katolickich o zasięgu ogólnopolskim, sieciowym i lokalnym. Funkcjonują one w różnych formatach programowych, dostarczając słuchaczom treści: informacyjnych, ewangelizacyjnych, modlitewnych, społeczno-kulturalnych, edukacyjnych, publicystycznych, muzycznych itp. Natomiast ich całkowita słuchalność w skali ogólnopolskiej i lokalnej sytuuje się w granicach 7–10% udziału w czasie słuchalności wszystkich stacji radiowych w Polsce.

Zdaniem Urszuli Doliwy radio przeżywa swojego rodzaju renesans, który możliwy jest między innymi dzięki postępowi technologicznemu<sup>42</sup>. Jednak wśród rekomendacji dla rozgłośni katolickich, które pojawiają się w dobie szybko zmieniającej się rzeczywistości, nowych trendów oraz postępujących zmian za jedną z najważniejszych uznać należy konieczność skupienia się na ewangelizacji z prawidłowym określeniem jej przedmio-

<sup>41</sup> J. Beliczyński, *Rozwój radia w Polsce w latach 1989-2009*, w: *Radio i gazety. Transformacja polskich mediów regionalnych po 1989 roku*, red. B. Mierenberg, Toruń 2009, s. 21-30.

<sup>42</sup> U. Doliwa, *op. cit.*, 2012, s. 199.

tu oraz odróżnieniem od innych typów programów<sup>43</sup>. Cytując bowiem za ks. Michałem Drożdżem „(...) zadaniem mediów jest służyć prawdzie w duchu szacunku dla godności człowieka oraz troski o dobro wspólne. To przesłanie kształtuje i przenika całe dziedzictwo nauczania i praktyki Kościoła w relacji do mediów (...)”<sup>44</sup>.

## Zakończenie

Niniejszy artykuł stanowi teoretyczny zarys omawianej problematyki w zakresie początków i rozwoju polskiej radiofonii katolickiej. Zmiany, które nastąpiły po 1989 roku na polskim rynku medialnym miały charakter organizacyjny, strukturalny oraz związany z zawartością mediów. Przyczyniły się do ewolucji zarówno mediów lokalnych, jak i katolickich rozgłośni radiowych. Przedstawione w artykule rozważania teoretyczne są pewnym ogólnym poglądem pozwalającym z jednej strony spojrzeć na pojęcie radia, z drugiej na definicję radia katolickiego oraz na to jak zarówno oba pojęcia, jak i audialny i awizualny charakter radiofonii zmienia się dobie konwergencji mediów. Przedstawienie najważniejszych zmian ustrojowych i prawnych mających wpływ na kształtowanie radiofonii katolickiej pozwala także pokazać jej miejsce w polskiej komunikacji publicznej zarówno obecnie, jak i w przeszłości.

Powyższe, stanowić może zatem podstawę zarówno do dalszych, zdecydowanie bardziej szczegółowych rozważań na temat fenomenu, roli i miejsca radiofonii katolickiej w rodzimym systemie medialnym, jak i być punktem wyjścia do badań nad katolickimi rozgłościami radiowymi, nie tylko z punktu spełniania przez nie celu społeczno-ewangelizacyjnego ale przede wszystkim ich współtwórczej roli budowania społeczności lokalnej z punktu widzenia słuchaczy. Jest też punktem wyjścia do dalszego dyskursu w zakresie prezentacji uwarunkowań społecznych, ekonomicznych, prawnych oraz organizacyjnych polskiej radiofonii katolickiej.

---

<sup>43</sup> K. Cymanow-Sosin, M. Ciechanowski, *Specyfika dziennikarstwa jakościowego w audycjach wieczornych rozgłośni katolickich – rekomendacje dla twórców programów o tematyce ewangelizacyjnej*, w: *Teologia i Moralność*, Volumen 17 (2022), numer 2 (32), s.418.

<sup>44</sup> M. Drożdż, *Medialne mirifica*, w: *Studia Socialia Cracoviensia*, 5 (2013) nr 2 (9), s. 33.

## Catholic Radio in Poland after 1989 - beginnings and development. Outline of the issues

### Abstract

The article presents the theoretical role of radio, its classification, and specificity, with a focus on Catholic radio. It discusses the evolution of Polish radio broadcasting, including the establishment of Catholic stations after 1989 and the impact of technology on the development of this medium. The concept of radio is defined as a unique medium in its auditory nature—connecting listeners in an intimate relationship with the content. The main goal was to highlight the changes that occurred in Poland, which influenced the landscape of Polish Catholic radio broadcasting.

**Keywords:** *radio, Catholic, broadcasting, development, Poland*

### Bibliografia

Adamski A., *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, Warszawa 2012.

Beliczyński J., *Zarządzanie radiem jako subdyscyplina zarządzania mediami*, w: *Studia medioznawcze*, numer 1(60) 2015.

Beliczyński J., *Rozwój radia w Polsce w latach 1989-2009*, w: *Radio i gazety. Transformacja polskich mediów regionalnych po 1989 roku*, (red.) Mierenberg B., Toruń 2009.

Birch B., *Guglielmo Marconi. Jak radio przybliżyło świat*, Warszawa 1992.

Chrapek J., *Pięciolecie transformacji radia katolickiego w Polsce (1989-1994)*, w: *Transformacja radia w Polsce i na świecie*, materiały konferencyjne, Katowice 1996.

Cymanow-Sosin K., Ciechanowski M., *Specyfika dziennikarstwa jakościowego w audycjach wieczornych rozgłośni katolickich – rekomendacje dla twórców programów o tematyce ewangelizacyjnej*, w: *Teologia i Moralność*, Volumen 17 (2022), numer 2 (32).

Dobek-Ostrowska B., *Przemiany systemu medialnego w Polsce po 1989 roku*, w: *Współczesne systemy komunikowania*, (red.) Dobek-Ostrowska B., Warszawa 1998.

Doliwa U., *Renesans radia*, w: *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna* 8, 2012.

Drożdż M., *Medialne mirifica*, w: *Studia Socialia Cracoviensia*, 5 (2013) nr 2 (9).

Drzewiecki P., *Formatowania stacji radiowych w kontekście różnych gatunków radiowych*, w: *Media audiowizualne wobec wyzwań współczesnego świata*, (red.) ks. Adamski A., Gralczyk A., Kwasik K., Laskowska M., Warszawa 2012.

Drzał-Sierocka A., *Krótką historia dostępu Kościoła katolickiego do mediów w Polsce*, w: *Media audiowizualne*, (red.) Godzic W/, Warszawa 2010.

Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2004.

Gut A., *Edukacja patriotyczna w lokalnych katolickich rozgłośniach radiowych w Polsce. Mikrostudium na wybranych przykładach*, w: *Kultura – Media – Teologia*, 2013 nr 15.

Hermanowski M., *Radiofonia w Polsce. Zarys dziejów*, Poznań 2018.

Jędrzejewski St., *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, (red.) Bauer Z., Chudziński E., Kraków 2004.

Jędrzejewski St., *Radio publiczne w Europie*, Warszawa 2015.

Kaczmarczyk M., *Nowe technologie w „starych” mediach, Kilka uwag o transformacji technologicznej prasy po 1989 roku*, w: *Transformacja polskiego systemu medialnego*, (red.) Sokołowski M., Toruń 2011.

Kania J., Kroplewski Z. (red.), *Media religijne i wyznaniowe w polskim systemie medialnym*, Szczecin 2013.

Kowalski T., *Radio czy podcasting?*, w: *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, (red.) Kowalski T., Jung B., Warszawa 2006.

Łęcicki G., *Media katolickie w III Rzeczypospolitej (1989-2009)*, w: *Kultura – Media – Teologia*, 2(2) 2010.

Marcyński K., *Komunikacja religijna i media*, Wieliczka 2016.

Mikułowski Pomorski J., *Audio contra video. Ku czemu dąży radio?*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, materiały konferencji Kulturotwórcza rola radia, Kraków 1997.

McLuhan M., *Radio bęben plemienny*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku*, (red.) Hopfinger M/, Warszawa 2002.

Misztal W., *Wieczny Bóg i nie tylko nowoczesne mass media*, Kraków 2019.

Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001.

Pietrzak M., *Blogobojni czyli o nowych mediach w Kościele*, Kraków 2017.

Pisarek W. (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków 2006.

Śpiewak R., *Obecność katolickich treści religijnych w mediach publicznych*

*po ustawie medialnej z 1992 roku, w: Łódzkie Studia Teologiczne 27 (2018)1.*

Taylor L., Willis A., przekład Król M., *Medioznastwo*, Kraków 2006.

Wiśniewski P., *Radiofonia i telewizja jako narzędzia służące wykonywaniu zadania nauczycielskiego Kościoła. Gwarancje prawne i ich realizacja w Polsce po roku 1989*, w: *Roczniki Nauk Prawnych*, Tom XX, numer 1 – 2010.

Wroceński J., *Gwarancje dostępu Kościoła katolickiego do środków społecznego przekazu*, w: *Prawo kanoniczne*, 53(2010) nr 3-4.

**Mgr Karolina Krzykowska**

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

ul. Dewajtis 5, 01 – 815 Warszawa

Adres do korespondencji: ul. Grabowa 4, 18-400 Łomża

e-mail: kkrzykowska@o2.pl, tel. 669 050 563