

EDWARD CHUDZIŃSKI

MISJA REGIONALNA RADIA PUBLICZNEGO

Za podstawowy wyróżnik, niejako znak rozpoznawczy mediów publicznych, uważa się dzisiaj powszechnie ich misyjność. Znalazło to odzwierciedlenie w znowelizowanej ustawie o radiofonii i telewizji:

Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością i integralnością przekazu.

Z realizacji tak zdefiniowanej misji wynikają dla nadawców publicznych ściśle określone zadania, m.in.

[...] tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, programów regionalnych [...] oraz innych programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych.¹

Problem misji mediów publicznych jest dostrzegany także za granicą. Brytyjski regulator rynku mediów elektronicznych OFCOM przez misję rozumie realizację takich celów, jak dostarczanie informacji, podnoszenie wiedzy, pobudzanie i rozwijanie znajomości różnych dziedzin kultury, sztuki, nauki, wzmacnianie tożsamości kulturalnej, przybliżanie różnych kultur i prezentację odmiennych punktów widzenia. Programy misyjne cechować winna wysoka jakość, oryginalność, innowacyjność, powszechna dostępność oraz zmuszanie odbiorców do myślenia².

Jak widzimy, zarówno w Polsce, jak i na świecie cechy programów misyjnych postrzegane są podobnie. Różnice, niekiedy głębokie, ujawniają się w sposobach podejścia do mediów publicznych – ich usytuowania w przestrzeni medialnej, statusu prawnego, finansowania, roli społecznej itp.

Wydaje się, że prace nad tzw. europejską nowelizacją ustawy o radiofonii i telewizji, w której znalazły się zapisy rozszerzające powinności nadawców publicznych wobec społeczności regionalnych i lokalnych, skłoniły Krajową Radę Radiofonii i Telewizji do

¹ Ustawa z dnia 2 kwietnia 2004 r. o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji, „Dziennik Ustaw”, 2004, nr 91, poz. 874, s. 6021.

² Zob. K. J a k u b o w i c z, *Jaka przyszłość mediów publicznych?*, „Biuletyn Informacyjny Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji”, 2004, nr 7, 8, 9.

sprecyzowania zadań regionalnej radiofonii publicznej. W załączniku do *Uchwały z 3 lutego 2004 roku* czytamy:

Zadaniem regionalnego radia publicznego jest realizacja tzw. misji regionalnej, rozumianej jako zaspokajanie potrzeb mieszkańców regionu, dla którego nadawany jest program, w dziedzinie informacji, objaśniania, poradnictwa oraz wymiany poglądów i opinii na tematy dotyczące życia danego regionu – społecznego, gospodarczego, politycznego, szeroko pojętej kultury, nauki, sportu i rekreacji, a także informowanie o wydarzeniach i sprawach ogólnokrajowych i zagranicznych oraz dyskusowanie o nich i wyrażanie opinii – zwłaszcza w aspekcie ich znaczenia dla regionu.³

Wprowadzając pojęcie misji regionalnej kierowano się założeniem, że – jak zaznaczono – wszystkie lub niemal wszystkie zapisane w ustawie zadania radiofonii publicznej w przypadku rozgłośni regionalnych należy rozpatrywać w aspekcie regionalnym. W rezultacie powstał rejestr zadań szczegółowych, będących bądź to powtórzeniem dosłownym sformułowań zawartych w ustawie, zwłaszcza tych o charakterze uniwersalnym, bądź podkreślających ów aspekt regionalny, jak na przykład:

- tworzyć wiarygodną, szybką i jak najpełniejszą informację typu dziennikarskiego i specjalistycznego;
- prowadzić działalność transmisyjną i relacyjną, gwarantującą aktualną informację o najważniejszych wydarzeniach w regionie;
- poszerzać wiedzę o regionie;
- tworzyć forum wymiany myśli różnorodnych środowisk i ludzi zamieszkujących region;
- promować oryginalną, rodzimą działalność kulturotwórczą.

W ramach misji regionalnej znalazły się także zadania szczegółowe:

- udział słowa w programie – nie mniej niż 33% tygodniowego czasu nadawania w godz. 5⁰⁰–1⁰⁰;
- udział problematyki regionalnej w programie – nie mniej niż 28 godz. w tygodniu. Za obligatoryjne formy programu uznano:
 - reportaże, jako „klasyczną i szczególnie cenną formę sztuki radiowej”;
 - audycje adresowane do mniejszości narodowych i etnicznych (w regionach przez nich zamieszkiwanych);
 - audycje przedstawiające:
 - wydarzenia, zjawiska oraz problemy dotyczące regionu;
 - historię, tradycję kulturową oraz współczesną kulturę i sztukę regionu;
 - tradycje i współczesny dorobek naukowy regionu;
 - przebieg, zasady i konsekwencje regionalnych procesów integracji z Unią Europejską.

Z wymienionych zadań, składających się na realizację misji regionalnej, rozgłoszenie będą rozliczane w formie składania sprawozdań oraz monitoringu programów. Tak więc wypełnianie misji przez media publiczne w przypadku rozgłośni regionalnych Polskiego

³ Załącznik nr 1 do *Uchwały KRRiT nr 44/2004 z 3 lutego 2004 r.*

Radia zostało rozpisane na „szczególne” i „szczegółowe” zadania, które jednakże – jak sądzimy – nie wyczerpują ani wszystkich powinności tychże mediów wobec społeczności pozostających w zasięgu ich oddziaływania, ani możliwości tkwiących w zespołach dziennikarskich, kadrze kierowniczej oraz w wyposażeniu materialnym (baza lokalowa) i infrastrukturze technicznej.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji zdecydowała się dookreślić misję regionalnej radiofonii publicznej, by w ten sposób zobligować rozgłośnie regionalne, korzystające – jako jednoosobowe spółki skarbu państwa – z daleko posuniętej autonomii, do pełniejszego włączenia się w życie regionów i poszerzenia oferty programowej pod kątem ich oczekiwań i potrzeb. Wydaje się jednak, że sporządzony w tym celu rejestr zadań szczegółowych, mających ukierunkować i przybliżyć zakres usług medialnych, świadczonych przez rozgłośnie regionalne Polskiego Radia na rzecz regionów, jest efektem myślenia nakazowo-rozdzielczego, a nie głębokiego rozpoznania sytuacji, w jakiej się te rozgłośnie znalazły. W późniejszym dokumencie, zawierającym strategię państwa w dziedzinie radiofonii elektronicznych, wzięto to pod uwagę, przedstawiając wariantowo przyszłość radiofonii regionalnej, ale uwzględniono głównie uwarunkowania ekonomiczne, technologiczne i organizacyjno-logistyczne.

Tymczasem misja regionalna radiofonii publicznej wymaga usytuowania w znacznie szerszym kontekście: społecznym, kulturalnym, a także ideowym. Kluczowe pojęcia, bez których nie da się omawiać tej kwestii w sposób pogłębiony i uwzględniający aspekty historyczno-polityczne, cywilizacyjne oraz różnego rodzaju motywacje (psychospołeczne, genealogiczne, ideologiczne) to region i regionalizm. O regionie mówi się przy okazji definiowania misji regionalnej często, ale na ogół w znaczeniu obiegowym. Sytuację bowiem mamy taką, że wszystkie spółki regionalne radia publicznego, z wyjątkiem Radia Koszalin, swoim zasięgiem obejmują województwa powstałe w wyniku reformy administracyjnej w 1999 roku, choć nierzadko moc ich nadajników umożliwia słyszalność w województwach ościennych. Zatem organizacja przestrzenna regionalnej radiofonii publicznej w Polsce pokrywa się z aktualną mapą administracyjną województw (z jednym, wskazanym wyjątkiem) i w tym kształcie przetrwała już lat kilkadziesiąt, mimo że po II wojnie światowej granice i liczba województw zmieniała się kilkakrotnie. To w jakimś stopniu usprawiedliwia pragmatyczne podejście Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji do misji regionalnej, której istotę sprowadza się do świadczenia usług z zakresu informacji, promocji, edukacji oraz prezentacji regionu wyodrębnionego w oparciu o kryterium administracyjne. Natomiast dla rozgłośni regionalnych radia publicznego, które w regionach są silnie zakorzenione, niekiedy od lat międzywojennych, o wiele ważniejsze od administracyjnych są kryteria historyczne, kulturowe i etniczne, gdyż one dopiero pozwalają w pełni utożsamić się z regionem i jego mieszkańcami.

Radu, które ten rodzaj więzi z regionem prezentuje na antenie, przedstawiając w atrakcyjnych formach dziennikarskich jego historię, tradycje, dorobek oraz zasłużonych dla danej ziemi ludzi nie zagraża kryzys tożsamości, nawet jeśli za jeden z jego symptomów uznać spadek słuchalności. Wydaje się, że o wiele istotniejszą przyczyną kryzysu radiofonii regionalnej jest właśnie utrata więzi z regionem, swoista rywalizacja z radiem centralnym, powielanie jego formuły, co niekiedy zamienia się w jego niezamierzoną karykaturę. Nieprzypadkowo objawy kryzysu, mierzone głównie utratą słuchaczy, silniej dały o sobie znać w rozgłosniach regionalnych o uznanej renomie, działających w dużych ośrodkach

kulturalno-naukowych i nastawionych na rywalizację i autopromocję w skali ogólnopolskiej niż tam, gdzie ambicje i aspiracje miały wymiar regionalny, a w regionach o silnym poczuciu odrębności ich podłożem mógł być regionalizm.

W języku polityki, sztuki i mediów termin ten jest dzisiaj rzadko w Polsce używany, choć zadomowił się u nas już w latach 20. dwudziestego wieku, a we Francji, która jest jego ojczyzną, wszedł do obiegu pod koniec wieku XIX. W ujęciu encyklopedycznym regionalizm to idea, bądź w bardziej rozwiniętej postaci ideologia, wyrażająca emancypacyjne dążenia i aspiracje regionów (ziem) o historycznie ukształtowanych odrębnościach etniczno-kulturowych. Ideologia regionalistyczna może być zacznym ruchów społecznych, które wcielają w życie zawarte w niej wizje, projekty i wartości lub przeciwnie – jest pochodną takich ruchów, produktem ich istnienia i aktywności. Zatem każdy ruch społeczny, dążący do zachowania odrębności danego terytorium oraz uzyskania najlepszych warunków dla jego rozwoju, mieści się w takiej definicji regionalizmu. Regionaliści pod każdą szerokością geograficzną domagają się decentralizacji państwa, wzmocnienia samorządu terytorialnego oraz upodmiotowienia społeczności regionalnych i lokalnych⁴.

W Polsce ta idea kiełkowała już w okresie zaborów, by znaleźć pełne rozwinięcie w II Rzeczypospolitej, kiedy to uzyskała rangę ideologii państwowej. Po wojnie w scentralizowanym, autorytarnym państwie nie było sprzyjających warunków, by regionalizm mógł się rozwijać. Jednak po 1956 roku regionalne towarzystwa kultury, których liczba systematycznie rosła (pod koniec PRL-u było ich ponad tysiąc), bez zbytniego rozgłosu i nie używając do lat 80. nazwy regionalizm, kontynuowały – nierzadko z powodzeniem – tradycje polskiego ruchu regionalistycznego.

Po 1989 roku wydawało się, że ruch ten wszedł w nową fazę rozwoju, czego zapowiedzią była m.in. *Karta Regionalizmu Polskiego* uchwalona w 1994 roku. Niestety, w ostatnich latach ów impet, z różnych zresztą powodów, wyraźnie osłabł. Jednak wejście Polski do Unii Europejskiej może przynieść nowe, ożywcze impulsy. W zjednoczonej Europie bowiem regiony mają silną pozycję, efektywnie ze sobą współpracują oraz otrzymują pokaźne środki na rozwój w ramach unijnej polityki regionalnej. Wyrazem emancypacyjnych dążeń i aspiracji regionów w Unii Europejskiej jest *Europejska Karta Samorządu Regionalnego*, przyjęta na Kongresie Władz Lokalnych i Regionalnych w Strasburgu w 1997 roku. Czytamy w niej:

[...] region, jako zasadniczy element państwa, świadczy o zróżnicowaniu Europy i przyczynia się do wzbogacenia jej kultury, w nawiązaniu do miejscowych tradycji i zakorzenienia w historii oraz sprzyja ekonomicznej pomyślności z uwzględnieniem ekorozwoju.⁵

Nasza integracja z Unią Europejską na poziomie regionalnym zapisana została jako zadanie szczegółowe mediów publicznych w ramach realizacji misji regionalnej. W tym zakresie radiofonia regionalna ma jeszcze wiele do zrobienia. W wielkiej akcji

⁴ Zob. hasło *Regionalizm*, opr. E. Chudziński [w:] *Popularna encyklopedia powszechna*, t. 19, Wydawnictwo Pinnex, Kraków 1999.

⁵ *Europejska Karta Samorządu Regionalnego*, „Małopolska”, 2004, t. VI, s. 191.

informacyjno-propagandowej przed referendum akcesyjnym owa problematyka była bowiem rzadko podejmowana, a do rangi zasadniczego sporu politycznego urosła ponad miarę rozdetą wizja Europy regionów przeciwstawiona Europie ojczyzn. Tymczasem w Unii Europejskiej zwycięża raczej koncepcja Europy z regionami, za którą opowiadają się regiony peryferyjne: górskie, nadmorskie, transgraniczne (euroregiony), które łączą się na zasadzie specyfiki i wspólnoty interesów. W strukturach Unii Europejskiej regiony mają swoją reprezentację w postaci Komitetu Regionów jako organu doradczego Komisji Europejskiej umocowanego traktatowo. Przy Radzie Europy działa – jako jej organ doradczy – Kongres Władz Lokalnych i Regionalnych. Spośród instytucji pozatraktatowych przede wszystkim wymienić należy Zrzeszenie Regionów Europy, którego Komitet D, zajmujący się m.in. mediami, obradował w 2004 roku w Krakowie, a przedmiotem jego zainteresowania była polityka medialna w aspekcie regionalnym⁶.

Wejście Polski do Unii Europejskiej spowodowało, że powstał nowy układ odniesienia dla regionów, wzbogacony o kontekst europejski. Tego kontekstu nie mogą tracić z pola widzenia zwłaszcza media. Wszystkie podstawowe funkcje, jakie pełnić powinno radio publiczne w regionie, uległy rozszerzeniu. W zakresie informacji i publicystyki oznacza to stałą obecność problematyki unijnej, zwłaszcza w aspekcie regionalnym. Edukacyjna ofensywa mediów jest potrzebna, by Polacy lepiej poznali struktury i instytucje Unii Europejskiej oraz regiony, z którymi już nawiązano, bądź planuje się nawiązać współpracę. Media regionalne i lokalne pełnią ważną rolę integracyjną. Do tej pory była ona skierowana do wewnątrz, scalała społeczność lokalną bądź mieszkańców regionu. Teraz służyć powinna także poszerzeniu wspólnoty niejako na odległość (związki partnerskie, miasta bliźniacze itp.) Media mogą też mobilizować społeczność lokalną i regionalną, stymulować zdrową konkurencję regionów i rozwój lokalny, inicjować działania wyzwalające zasoby endogeniczne. Są wreszcie narzędziem artykulacji dążeń i aspiracji regionów, niekiedy zmierzających w stronę separatyzmu, autonomii, a nawet secesji. Wtedy jednak regionalizm ujawnia swoje polityczne, a nawet nacjonalistyczne oblicze i w mediach publicznych nie może liczyć na wsparcie. Nie należy również zapominać, że media lokalne i regionalne, w tym radio publiczne, stanowią ważny środek komunikacji interspołecznej (w obrębie wspólnoty), terytorialnej (aspekt przestrzenny) i kulturowej (dialog kultur).

Media w ogóle, a media publiczne w szczególności, czekają nowe wyzwania, będące konsekwencją procesów rozwojowych współczesnego świata. W ich wyniku, jak powiada prof. B. Jałowiecki, gospodarka się globalizuje, zaś sfera społeczna – lokalizuje. Wyraźnie dający się zaobserwować renesans regionalizmu i lokalizmu jest reakcją na globalizm. Powrót do korzeni, nostalgia za małą ojczyzną jest formą swoistej psychoterapii. Szukanie miejsca „oswojonego”, pragnienie zakotwiczenia w tradycji to odpowiedź na ponowoczesny chaos kulturowy i relatywizm. Kultury regionalne stanowią alternatywę dla zunifikowanych, zestandaryzowanych wytworów kultury masowej. Dlatego człowiek współczesny zadaje sobie coraz częściej pytanie: Skąd jestem?, a nie tylko: Kim jestem?

⁶ Zob. *Sprawozdanie z posiedzenia Komitetu D Zrzeszenia Regionów Europy. Polityka medialna w aspekcie regionalnym*, (E. Ch.), „Małopolska”, 2005, t. VII, s. 331–333.

Zakorzenie w kulturze regionalnej ułatwia przyswajanie wartości uniwersalnych oraz koegzystencję z innymi kulturami (regionalnymi, narodowymi) i ich akceptację.

Rosnąca rola elektronicznych środków przekazu oraz nowych technologii w komunikowaniu sprzyja wykorzenianiu się społeczności lokalnych z tradycji opartej na bezpośrednich formach przekazu kulturowego. Z drugiej jednak strony właśnie media publiczne, realizując misję regionalną, mogą tym procesom przeciwdziałać. Rzecz w tym, aby tej misji nie zawężyć do zbiurokratyzowanych dyrektyw, których wykonanie można ująć w liczbach i procentach.

Kiedy mowa jest o misji mediów publicznych, zapomina się często, że to słowo w języku polskim ma kilka znaczeń, jednakże w pierwszej kolejności, zgodnie z łacińskim źródłosłowem, oznacza posłannictwo. Warto to znaczenie przypomnieć w chwili, kiedy poważnie rozważa się, m.in. w oficjalnych materiałach Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, głębokie zmiany w strukturze i organizacji mediów publicznych, a zwłaszcza w radiofonii regionalnej. Brane są pod uwagę trzy warianty przekształceń: utrzymanie stanu dotychczasowego (status quo: radio centralne plus 17 spółek regionalnych), powołanie nowej struktury pod nazwą Polskie Radio Regionalne (por. TVP 3) i wreszcie ponowne scalenie radia, czyli powrót do modelu znanego z PRL-u. Pojawiają się też inne pomysły, jak powołanie 4–5 spółek makroregionalnych lub – jak w projekcie Platformy Obywatelskiej – całkowita likwidacja mediów publicznych. Prawdę powiedziawszy, licencje programowe i kontrakty służby publicznej, które mają służyć realizacji misji, zostaną na pewno wykorzystane jako argument przez zwolenników koncepcji likwidatorskich. W ich bowiem mniemaniu nic nie stoi na przeszkodzie, aby o owe licencje i kontrakty ubiegały się wszystkie podmioty działające na rynku mediów. Rodzi się jednak pytanie zasadnicze: czy posłannictwo można wystawić na przetarg?

Wśród wielu proponowanych rozwiązań, mających poprawić kondycję mediów publicznych, w szczególności zaś radiofonii regionalnej, na uwagę zasługuje projekt nadania im statusu instytucji pożytku publicznego. Jeśli przekształcenia radia regionalnego poszłyby w tym kierunku, to mogłyby one pozyskać nowe źródła finansowania bez większego ryzyka utraty autonomii i niezależności. W każdym razie w proces transformacji radiofonii regionalnej powinny włączyć się – możliwie jak najszybciej – samorządy różnego szczebla oraz organizacje i stowarzyszenia działające na rzecz regionów, jak dotąd bowiem nie były one w tej sprawie konsultowane. W ich żywotnym interesie jest, aby nie dopuścić do wyprowadzenia radia publicznego z regionów, gdyż większość proponowanych rozwiązań, niezależnie od kamuflującej nazwy, a nawet przekonujących argumentów natury ekonomicznej i organizacyjnej, uczyni z tegoż radia, szczytającego się piękną i długoletnią tradycją – atrapę.

Misja regionalna radia publicznego usytuowanego w Polsce wojewódzkiej jest jego podstawową racją bytu. Rozluźnienie więzi z regionem, sytuowanie się na zewnątrz jego problemów, ograniczenie się do roli medialnego usługodawcy doprowadzi prędzej czy później do marginalizacji takiego medium i w konsekwencji sprawi, że nie będzie ono komukolwiek potrzebne.

Misja regionalna powinna stanowić jądro strategii programowej publicznej radiofonii regionalnej, ale każda stacja musi ją realizować w sposób jej tylko właściwy, uwzględniający to, co region indywidualizuje, różni od innych. Unifikacja i uniformizacja, nawet jeśli podyktowana byłaby względami ekonomicznymi – a one przecież legły

u podstaw dotychczas zgłoszonych projektów przekształceń radiofonii regionalnej – jest głęboko sprzeczna z misją regionalną radia publicznego. Jeśli zatem ma ono dalej istnieć, rozwijając się i pełnić przypisane mu funkcje, musi nie tylko dostosować swoją ofertę programową do potrzeb i oczekiwań mieszkańców regionu, lecz także wyzwalać w nich nowe aspiracje, pozwalające przezwyciężyć kompleks prowincji. Źródłem inspiracji w tym względzie może być regionalizm, zarówno jako idea, jak i ruch społeczny, mający na ziemiach polskich bogate tradycje i dorobek.

Regionalizm w Polsce łączy się ściśle z rozwojem prasy. W XIX wieku prasa prowincjonalna przygotowała grunt pod idee, które najpełniejszy wyraz znalazły w *Programie regionalizmu polskiego* z 1926 roku. W dwudziestoleciu międzywojennym mamy już do czynienia z prasą typu regionalistycznego, której zadaniem było „odzwierciedlać wszechstronnie życie własnego środowiska, budzić przywiązanie i zainteresowanie do wszystkiego, co się w najbliższym otoczeniu dzieje, niecić energię i inicjatywę”, a także propagować regionalizm tak, „aby w tej ideologii mieniło się piękno”.⁷ W tym czasie narodził się też modelowy projekt czasopisma regionalnego, które zdaniem Franciszka Bujaka

[...] powinno być nie tylko wyrazem swoistych właściwości i istotnych wartości regionu, ale mieć na celu podniesienie poziomu jego życia kulturalnego, społecznego i gospodarczego na tle jego właściwości przyrodzonych i etnicznych. W tym celu musi ono budzić i popierać wszelkie dążenia do poznania i rozumienia istotnych cech regionu. [...] Aby to badanie i poznanie było integralne i spełniało swoje zadanie, nie może się ono ograniczać do stosunków dzisiejszych, ale musi się rozciągać na całą przeszłość od prehistorii począwszy. [...]

Z natury rzeczy w czasopiśmie regionalnym twórczość artystyczno-literacka, związana w jakikolwiek sposób z regionem, wysuwa się na przednie miejsce jako wyraz jego życia i jego indywidualności. Wchodzą tu w grę wszystkie dziedziny i rodzaje tej twórczości bez względu na formę, a więc sztuka ludowa i cechowa, sztuka stosowana (przemysł artystyczny) i sztuka w ścisłym tego słowa znaczeniu. [...]

Pismo powinno się starać związać ze sobą wszystkich ludzi aktywnych i twórczych, dawać im sposobność wypowiedzania się, pokazania swego dorobku naukowego i literackiego [...] Dążąc do poziomu jak najpoważniejszego nie może ono gardzić współpracą początkujących [...] Pismo nie powinno opierać swej wartości na współpracy z zewnątrz choćby piór najwybitniejszych, może jednak i powinno korzystać z tej współpracy z zewnątrz w sposób umiarkowany i umiejętny [...]; ważne to będzie dla otwierania dostępu nowych idei i prądów do regionu i podnoszenia jego kultury.

Czasopismo powinno czerpać z regionu swoje soki życiowe, tak duchowe jak i materialne, bo wtedy dopiero założyciele i kierownicy jego będą mieli przekonanie, że stworzyli je nie dla siebie, nie dla zaspokojenia swoich ambicji, ale że odpowiada ono

⁷ E. Chudziński, *Prasa regionalistyczna w II Rzeczypospolitej* [w:] *Regionalizm, lokalizm, media. Materiały z konferencji...*, pod red. E. Chudzińskiego, Warszawa–Bochnia 2001.

naprawę potrzebom regionu [...] Miarą żywotności pisma jest walka jego o zdobycie czytelników i prenumeratorów, miarą jego żywotności jest jego zdolność nawiązywania z nimi duchowych związków i oddziaływanie na nich.⁸

Wydaje się, że również dzisiaj wiele postulatów autora, adresowanych do wydawców ówczesnej prasy, mogłoby wzbogacić i ożywić dyskusję na temat misji regionalnej elektronicznych mediów publicznych. Dyskusja wokół przyszłości rozgłośni regionalnych Polskiego Radia skupia się bowiem na kwestiach organizacyjnych, prawnych, finansowych i kadrowych, natomiast program w aspekcie regionalnym sprowadzony został do „szczególnych” i „szczegółowych” zadań, sformułowanych przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, mających zarazem charakter obligatoryjny. Tymczasem owe relacje i proporcje powinny ulec odwróceniu. Najpierw trzeba jednoznacznie określić, jakie funkcje powinno pełnić radio publiczne w regionie, jak ma się wyrażać jego regionalna tożsamość i przydatność, a dopiero po wypracowaniu profilu i charakteru stacji, skonstruowaniu programu w sensie modelowym i realizacyjnym dostosować do niego strukturę organizacyjną, podstawy finansowania, formy zarządzania itp.

Radio publiczne jest potrzebne polskim regionom, zwłaszcza dzisiaj, kiedy w ramach Unii Europejskiej zyskiwać będą one na znaczeniu. Ten fakt muszą przyjąć do wiadomości reformatorzy radiofonii publicznej, natomiast reprezentanci i gospodarze regionów powinni wyciągnąć z niego odpowiednie wnioski, tzn. udzielić wsparcia rozgłośniom regionalnym w takim stopniu, na jaki one swoim programem i zaangażowaniem w sprawy regionu zasłużą.

⁸ F. B u j a k, *Czym winny się stać „Gronie”?*, „Małopolska”, 2003, t. V, s. 226–228.