

TADEUSZ SKOCZEK

REGIONALIZM I LOKALIZM A MEDIA (przeгляд problematyki)

Wprowadzenie

Problematyka funkcjonowania polskich mediów regionalnych i lokalnych jest obecna w rozważaniach prasoznawczych, w nauce o organizacji i zarządzaniu oraz w teorii kultury. Rozważania dotyczące rozwoju regionalnego mają charakter interdyscyplinarny. Wykorzystuje się analizy i badania socjologiczne, ekonomiczne, politologiczne a nawet wiedzę z zakresu psychologii czy pedagogiki (szczególnie społecznej). Renesans pojęć „regionalizm” i „lokalizm” przyniosły wczesne lata transformacji społecznej, politycznej i kulturowej, jakie przeżywamy po 1989 roku. Już dwadzieścia lat problematyka ta obecna jest w nauce i publicystyce. Wprawdzie ostatnio pojawiły się sądy deprecjonujące ważność i znaczenie umowy podpisanej przy „okrągłym stole”, ale widoczne są wszędzie efekty zmian okresu nazywanego w historiografii najnowszej III Rzeczpospolitą. Choćby w terminologii stosowanej coraz częściej w badaniach społecznych, będącej powrotem do definicji dawno już zapomnianych, bądź na długie lata wypartych z teorii: „regiony”, „regionalizmy”, „społeczności lokalne”, „samorządność lokalna czy regionalna”, „prasa regionalna i lokalna”, oraz – wymieniając bardzo modne ostatnio – „małe ojczyzny”.

W literaturze przedmiotu związanej z funkcjonowaniem środków masowego (społecznego) przekazu często zamiennie podaje się terminy „prasa” i „media”. W związku z tym ilekroć używać będziemy pierwszego terminu, zwłaszcza w cytatach opinii prasoznawców (medioznawców) zajmujących się tym zagadnieniem, znaczenie może być takie samo. Wyraźnie należy stwierdzić, że media elektroniczne to radio i telewizja, ale także Internet z wszystkimi implikacjami przyniesionymi przez nowe i nowoczesne systemy informacyjne. Wielka rola mediów regionalnych, lokalnych w planowaniu zagadnień marketingu terytorialnego staje się tematem odrębnych badań. I choć różnorodność terminologii związanej ze społecznymi uwarunkowaniami rozwoju regionalnego i lokalnego wymaga każdorazowo ustaleń i uściśleń terminologicznych, to najwięcej trudności przysparza problematyka naukowego komunikowania się wokół terminów „lokalny”, „regionalny”, „globalny”. Również wielokierunkowo rozwijają się badania z zakresu marketingu terytorialnego, marketingu w zakresie usług (np. turystycznych, gastronomicznych, kulturalnych – uwzględniających specyfikę regionalną czy nawet lokalną), teorii marki, czy nauki o systemach komunikacji przedsiębiorstw z rynkiem (promocja produktu regionalnego).

Celem artykułu jest zarysowanie podstawowych pojęć stosowanych w różnych dziedzinach wiedzy na oznaczenie definicji „lokalizmu” i „regionalizmu” oraz ustalenie możliwości występowania zjawisk opisywanych tymi definicjami w mediach drukowanych i środkach przekazu elektronicznego.

Powrót lokalizmu

Wobec wielu zjawisk opisywanych terminem „globalizacja” pojawiło się zainteresowanie problemami lokalnymi. Według Edwarda Chudzińskiego to nowe (ponowne) odkrycie lokalizmu było bezpośrednią reakcją na powszechniejący i dominujący wszelkie rozważania globalizm (glocalizm jest reakcją na globalizację)¹. Początkowo określał ten termin zjawiska peryferyjne, mało ważne (lub za mało ważne uważane), konstytuujący sytuacje niewielkich wspólnot terytorialnych:

O renesansie lokalizmu zaczęło się mówić w momencie, kiedy objawiły się wszystkie słabości i niedomogi państwa jako instytucji scentralizowanej, zbiurokratyzowanej, niesterowalnej i tym samym nie mogącej poradzić sobie z problemami, których rozwiązania oczekiwał od niej zwykły obywatel. W praktyce okazało się, że o wiele szybciej i skuteczniej mogą być one załatwione na poziomie lokalnym. I tak narodził się, a właściwie odrodził lokalizm, którego istota sprowadza się do upodmiotowienia społeczności lokalnych, przyznania im względnej autonomii w podejmowaniu decyzji na szczeblu najniższym, dotyczących spraw i problemów miejscowych. Z ideą lokalizmu łączy się nierozzerwalnie idea samorządności i demokracji lokalnej, a to w konsekwencji ma istotny wpływ na kształt ustroju państwa².

Przytoczona wyżej terminologia³ odnosi się do ogólnie sformułowanej kategorii mediów. Media lokalne obecne są w rozważaniach dotyczących prasy, czasem radia⁴, bardzo rzadko opisuje się funkcjonowanie lokalnych telewizji. Problem z powodów technologicznych dotyczy prawie wyłącznie wielkich aglomeracji miejskich. Sposób dotarcia do odbiorców wykorzystuje systemy kablowe lub możliwość zestawiania programów w Internecie. Nie spotykamy w zasadzie elektronicznych mediów lokalnych w powszechnym systemie udostępniania sygnału. Media lokalne – powtórzmy – docierające do mniejszych społeczności. Pojęcia, które więc stosujemy, zakładają sporą dozę umowności. Łatwiej je stosować przy analizowaniu systemu mediów pisanych niż elektronicznych.

¹ A. Dylus, *Integracja – globalizacja – glocalizacja* [w:] R. Budnik, M. Góra (red), *Modernizacja i wiara. Rola Kościoła katolickiego w procesie integracji europejskiej*, Gliwice 2002, s. 67–80.

² E. Chudziński, *Wprowadzenie* [w:] *Regionalizm – lokalizm – media*, Bochnia 2001, s. 5. Zob. też E. Chudziński, *Między regionalizmem a lokalizmem. Uwagi o tożsamości mediów* [w:] *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku*, s. 99–108 oraz E. Chudziński, *Regionalizm. Kultura. Media*, Bochnia–Kraków 2008.

³ Zob. też I. Borkowski, A. Woźny (red), *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, Wrocław 2003; A. Woźny (red), *Translokacja w mediach*, Wrocław 2003; R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce. Podręcznik akademicki*, Poznań 2009.

⁴ R. Kowalczyk, *Radio lokalne w Polsce*, Poznań 2007.

Społecznościami lokalnymi, szczególnie na pograniczach Polski, zajmuje się Andrzej Sadowski (redagujący m.in. periodyk „Pogranicze. Studia społeczne”)⁵. W artykule poświęconym wielokulturowym społeczeństwom lokalnym prognozuje rozwój „przyszłych społeczeństw”⁶ twierdząc, że będą to wielokulturowe społeczeństwa lokalne, zróżnicowane kulturowo i pluralistyczne, kształtujące nowy ład społeczno-terytorialny naszego kraju.

Musimy się nauczyć żyć w warunkach widocznego zróżnicowania kulturowego, ograniczać różne formy wykluczenia, marginalizacji, jakie powstają w warunkach braku „treningu do różnorodności”, nadto radzić sobie z możliwymi konfliktami na tle kulturowym, a w perspektywie efektywnie wykorzystać istniejące zróżnicowanie dla pomyślnego rozwoju miasta, województwa, kraju⁷.

Kolejnym problemem są ściśle ustalenia dotyczące mediów lokalnych. Tu rynek prasowy również jest łatwiejszy do ogarnięcia. Sylwester Dziki i Włodzimierz Chorążki wprowadzili termin „prasy lokalnej” dla określenia gazet ogólnie ujmując – powiatowych oraz termin „prasy sublokalnej” dla wyodrębnienia podmiotów docierających do mniejszego audytorium: gmina, osiedle, dzielnica, parafia.

Media lokalne (bądź media sublokalne) to pewna kategoria formalna, która jest rezultatem podziału mediów [...] ze względu na ich zakres oddziaływania. Są więc one przeciwieństwem mediów ogólnokrajowych. Media lokalne wiążą się ściśle z aktualnym podziałem administracyjnym kraju⁸.

⁵ A. Sadowski (red.), *Pogranicze. Studia Społeczne*, t. 1–13, Białystok 1991–2007; A. Sadowski (red.), *Wschodnie pogranicze w perspektywie socjologicznej*, Białystok 1995; A. Sadowski, *Pogranicze polsko-białoruskie. Tożsamość mieszkańców*, Białystok 1995; A. Sadowski, M. Czerniawska *Tożsamość Polaków na pograniczach*, Białystok 1999; A. Sadowski, K. Krzysztofek (red.), *Pogranicza etniczne w Europie. Harmonia i konflikty*, Białystok 2001; A. Sadowski, *Problemy społeczne miejscowości północno-wschodniej Polski w procesie transformacji*, Białystok 2001; A. Sadowski, T. Skoczek (red), *Mniejszości narodowe i etniczne a media elektroniczne. Białoruś, Estonia, Litwa, Łotwa, Polska, Ukraina*, Białystok 2001; A. Sadowski, T. Skoczek (red), *Mniejszości narodowe i etniczne w mediach elektronicznych. Materiały z seminarium 4 grudnia 2001*, Białystok 2002; A. Sadowski, K. Krzysztofek (red.), *Pogranicze i multikulturalizm w warunkach Unii Europejskiej*, t. 1–2, Białystok 2004; A. Sadowski, *Od Polski lokalnej do regionalnej* [w:] W. Wesołowski, J. Włodarczyk (red), *Kręgi integracji i rodzaje tożsamości. Polska, Europa, Świat*, Warszawa 2005; A. Sadowski, K. Krzysztofek, M. Bieńkowska-Ptasznik (red), *Obywatelstwo i tożsamość w społeczeństwach zróżnicowanych kulturowo i na pograniczach*, t. 1–2, Białystok 2006.

⁶ A. Sadowski, *Wielokulturowe społeczeństwa regionalne (jako pożądaný kierunek przeobrażeń społeczności lokalnych i regionalnych w Polsce)* [w:] B. Jałowicki, W. Łukowski (red), *Społeczności lokalne. Teraźniejszość i przyszłość*, Warszawa 2006, s. 129–144.

⁷ Ibidem, s. 131.

⁸ S. Dziki, W. Chorążki, *Media lokalne i regionalne* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, pod redakcją Z. Bauera i E. Chudzińskiego, Kraków 2000, s. 121. Zob. też W. Chorążki, *Aktualna sytuacja mediów lokalnych w Polsce na podstawie badań ankietowych z przelomu 2001–2002*, „Studia

Media lokalne prościej można zdefiniować biorąc pod uwagę temat. Taka grupa mediów mówić będzie o sprawach interesujących lokalnych odbiorców, emitować lokalne informacje, zamieszczać lokalne ogłoszenia. Warto też pamiętać o innych kryteriach przynależnych temu rodzajowi mediów: obszarze kolportażu (zasięgu) oraz miejscu wydawania, redagowania czy emisji. W końcu dla wielu z nas najważniejsze jest własne terytorium.

Stanisław Michalczyk kwestie te uzasadnił w następujący sposób:

Miejsce (terytorium), w którym jednostka żyje, ma dla niej znaczenie symboliczne. Wszystko, co się w nim znajduje, odróżnia je od innych, obcych miejsc i terytoriów (m.in. takie czynniki jak: architektura, krajobraz, przyroda, miejscowa gwara itd.). To symboliczne pojmowanie miejsca jest pewnym fenomenem psychologiczno-społecznym, który w stosunku człowieka z tym miejscem łączy czynnik emocjonalny. Wszystko to ma znaczenie w określaniu relacji do miejscowych mediów, które są wyznacznikiem identyfikacji jednostki z miejscem⁹.

Przywiązanie do „swoich” dziennikarzy definiować można w kategoriach irracjonalności. Jednak praktyka przekonuje nas, że „obcy” nie ma takiej możliwości przekazu informacji, nie ma takiej siły perswazji i przekonywania jak dziennikarz, prezydent czy komentator związany z miejscem wydawania (redagowania) medium regionalnego czy lokalnego. Kryterium to traci wyrazistość w przypadku mediów centralnych, choć w tym wypadku pojawia się identyfikacja polityczna („swoj” dziennikarz to lojalny politycznie współpracownik, wyzbyty skrupułów, zdolny rzemieślnik potrafiący uzasadnić każdą, nawet nierealną, tezę; „obcy” to jego przeciwieństwo).

Omawiając badania wybranych społeczności, na terenie województwa podlaskiego Andrzej Sadowski stwierdza, że wytworzyły się tam takie reguły współżycia społecznego, że różnice narodowe (mniejszości) i religijne (katolicy, prawosławni, relikty innych religii) nie spowodowały naruszenia „nadrzędnej tkanki życia lokalnego, które wiąże całą społeczność lokalną”¹⁰.

Atrakcyjność regionalizmu

Włodzimierz Chorążki w swym programowym wystąpieniu wygłoszonym podczas seminarium „Regionalizm – lokalizm – media” zorganizowanym w Bochni (8–10 czerwca 2000) podał swoje rozumienie najważniejszych terminów.

- Region to umownie wydzielony, względnie jednorodny obszar odróżniający się od terenów przyległych określonymi cechami naturalnymi lub nabytymi, np.

Kieleckie. Seria Bibliologiczno-Prasoznawcza”, 2003, nr 3; W. Chorążki, *Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1999, nr 1–2; W. Chorążki, *Prasa lokalna i sublokalna w Polsce 1990–1991*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1991, nr 3–4.

⁹ S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania*, Katowice 2000, s. 8.

¹⁰ A. Sadowski, *Wielokulturowe społeczeństwa regionalne ...*, s. 134–135.

fizyczno-geograficznymi, etnograficznymi, gospodarczymi lub gospodarczo-administracyjnymi.

- Regionalizm to ruch regionalny czyli ruch społeczno-kulturalny opierający się na zainteresowaniu odrębnością kultury poszczególnych regionów kraju, dążący do pogłębienia wiedzy o tej kulturze, do jej rozwoju i prezentacji. Działalność tego rodzaju prowadzą stowarzyszenia regionalne mające charakter bądź stowarzyszeń miłośników regionu, miasta, ziemi, bądź krzewienia kultury lub stowarzyszeń (towarzystw) naukowych.
- Media regionalne to wszystkie czasopisma, stacje radiowe i telewizyjne, których zasięg jest mniejszy niż ogólnokrajowy, a większy lub równy wojewódzkiemu, bez względu na przekazywane treści programowe i tematykę.
- Media regionalistyczne to wszystkie czasopisma, stacje radiowe i telewizyjne, które – bez względu na zasięg – w przeważającej części lub wyłącznie podejmują problematykę (tematykę) regionalną oraz zajmują się działalnością stowarzyszeń regionalistycznych¹¹.

Media regionalne mogą w związku z tym oznaczać radio, telewizję czy Internet docierające do odbiorcy w poszczególnych 16 województwach naszego kraju, choć możliwe jest też ujęcie w tej kategorii nadawców radiowych czy telewizyjnych docierających do większego audytorium (sąsiednie województwa, krainy geograficznie czy etnograficznie jednolite). Internet jako narzędzie globalne wyłącznie z powodu treści jakimi się zajmuje (lub może się zajmować) możemy niekiedy zaliczyć do sfery mediów regionalnych. Inne media przynależą do tej kategorii z powodu i za przyczyną zasięgu oddziaływania, tematyki jaką się zajmują oraz misji (założeń programowych) jakie sobie zakładają.

Regionalizm w ujęciu podmiotowym to – jak pisał Henryk Skorowski¹² – określona forma działalności, posiadająca różnorodny charakter:

- Ruch społeczny pielęgnujący dziedzictwo kulturowe, rozwijający różnorodne zamiłowanie do tradycji regionalnej, często wyrażający sprzeciw (czasami przybierający formę protestu) wobec braku uwzględniania owej odrębności regionalnej.
- Ruch naukowo-kulturowy mający na celu ożywienie regionalnego życia kulturalnego i naukowego poszczególnych dzielnic kraju, zachowujący odrębności i lokalną specyfikę.
- To również świadomość „uczestnictwa we współodpowiedzialności za oblicze własnego regionu”¹³.

¹¹ W. Chorażki, *Prasa regionalistyczna w okresie transformacji* [w:] *Regionalizm – lokalizm – media*, pod redakcją E. Chudzińskiego, Bochnia – Warszawa 2001, s. 121–122; zob. też tego autora: *Media regionalne w Małopolsce*, „Małopolska”. R. I: 1999, s. 37–71.

¹² H. Skorowski, *Regionalizm w ujęciu podmiotowym* [w:] H. Skorowski, *Europa Regionu. Regionalizm jako kategoria aksjologiczna*, Warszawa – Krosno 2006, s. 66–71.

¹³ Ibidem, s. 66.

- To także działalność społeczna miłośników poszczególnych regionów, jego krajobrazu specyficznego i niepowtarzalnego, bogactwa języka (gwary) i kultury, szlachetne działania mające walory marketingu i promocji swojego regionu, jego rozwoju (choćby poprzez turystykę kulturową), „wprowadzanie rodzimej kultury do kultury ogólnopolskiej i ogólnonarodowej”¹⁴.

Tak definiowany regionalizm pozwala stworzyć podstawy teoretyczne pod konstruowanie zadań misyjnych wszystkich mediów regionalnych, w szczególności misji regionalnej publicznych mediów. Zwłaszcza w okresie ponownego zainteresowania regionalizmem świata rządzonego globalnymi prawami ekonomii i rynku. Regionalizm jako zjawisko społeczne miał w Polsce długą i obiecującą historię (nieraz kontrowersyjną, skażoną współpracą z władzami administracyjno-politycznymi) kompleksowo opisaną przez Edwarda Chudzińskiego¹⁵ oraz Henryka Skorowskiego¹⁶. Społeczne definiowanie tego ruchu nie eliminuje rozpatrywania regionalizmu w innych kontekstach: politycznym, ekonomicznym, socjologicznym, filozoficznym, kulturowym.

Antropologiczne i kulturowe ujęcie regionalizmu

W ujęciu kulturowym warto przytoczyć definicję Henryka Skorowskiego, bardzo przydatną w badaniu mediów, jako przejawów aktywności społecznej i intelektualnej, mając na uwadze ich wartości aksjologiczne:

Regionalizm jawi się jako swoisty konglomerat kultury specyficznej dla danej społeczności, tradycji, terytorium wraz z krajobrazem i zamieszkującymi go ludźmi”¹⁷.

¹⁴ Ibidem, s. 67.

¹⁵ E. Chudziński, *Regionalizm w międzywojennej refleksji o literaturze (przegląd świadectw krytycznych)*, „Rocznik Komisji Historycznoliterackiej PAN w Krakowie”. R. XXIX–XXX: 1992–1993; E. Chudziński, *Z dziejów regionalizmu w Polsce*, „Rocznik Ludowego Towarzystwa Naukowo-Kulturalnego”. R.2: 1995; E. Chudziński, *Między regionalizmem a lokalizmem, czyli o tożsamości mediów* [w:] J. Jarowiecki, A. Paszko, W.M. Kolasza (red), *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI. Historia – teoria – zjawiska*, Kraków 2007; E. Chudziński, *Ruch regionalistyczny w Polsce. Rys historyczny* [w:] E. Chudziński, *Regionalizm. Kultura. Media. Studia i szkice*, Bochnia – Kraków 2008, s. 19–47; E. Chudziński, *Regionalizm w Polsce. Genealogia – fazy rozwoju – perspektywy*, „Małopolska”. R. X: 2008.

¹⁶ H. Skorowski, *Antropologiczno-etyczne aspekty regionalizmu*, Warszawa 1990; H. Skorowski, *Regionalizm we współczesnej myśli społecznej Kościoła* [w:] A. Omelaniuk (red), *Czym jest regionalizm?*, Wrocław – Ciechanów 1998, s. 88–95; H. Skorowski, *Znaczenie wartości kultury regionalnej w procesie rozwoju i wychowania młodego pokolenia* [w:] S. Bednarek, *Edukacja regionalna. Dziedzictwo kulturowe w zreformowanej szkole*, Wrocław 1999, s. 43–54; H. Skorowski, *Aksjologiczny wymiar narodowego dziedzictwa kulturowego* [w:] S. Kunikowski, *Instytucje kulturalne i stowarzyszenia regionalne w nowych warunkach rozwoju społeczno-gospodarczego Polski*, Włocławek 2000, s. 17–31; H. Skorowski, *Prawa wspólnoty regionalnej, narodu i państwa w strukturach społeczności międzynarodowej* [w:] *Problematyka praw człowieka*, Warszawa 2005, s. 235–258; H. Skorowski, *Etos Kaszubów*, Warszawa 2006; H. Skorowski, *Europa regionu. Regionalizm jako kategoria aksjologiczna*, Warszawa 2006.

¹⁷ H. Skorowski, *Europa regionu...*, s. 42.

Ważne jest też poczucie regionalnej tożsamości uwzględniające wymiar przedmiotowy i podmiotowy definicji.

Regionalizm od strony przedmiotowej to zespół obiektywnych (kultura, wspólnota, terytorium) i subiektywnych (poczucie tożsamości, samoświadomość, identyfikacja) elementów składających się na pojęcie tożsamości regionalnej, tzn. geograficzno-społeczno-kulturowej tożsamości jakiegoś regionu¹⁸.

Współcześnie tradycyjne pojęcie regionów zanika, obecne jest nadal jedynie w odniesieniu do modelu historycznego. Inne znaczenie ma współcześnie Małopolska, Pomorze, Podlasie. Wymuszone ono zostało ostatnią reformą administracji publicznej i samorządowej. Nadal jednak

pojęcie regionalizmu kojarzy się [...] z określonym terytorium rozumianym jako część terytorium narodowego lub państwowego, wyróżniającym się własną odrębnością lub przynajmniej posiadającym w niektórych dziedzinach własne cechy, nazywane po prostu regionem¹⁹.

Obszar i terytorium odrębny od innych pod względem kulturowym, geograficznym, przyrodniczym, czy nawet gospodarczym też będziemy nazywać regionem. Znane są nawet pojęcia interdyscyplinarnie definiowanych regionów, szczególnie w strategii politycznej i społecznej Unii Europejskiej (Euroregiony).

Henryk Skorowski wyodrębnia z ogólnej definicji regiony kulturowe, etnograficzne i etniczne:

- Regiony kulturowe (obszary kulturowe) są wyodrębnionymi strukturami z własną specyfiką kulturową, własnymi nieznanymi w innych regionach zwyczajami, obyczajami, typami zachowań, a często językiem (gwarą). Potwierdza ten fakt etnologia, antropologia kulturowa, antropologia społeczna, dialektologia, językoznawstwo. „Można więc z powodzeniem mówić o regionalnych typach kultury wielorako warunkowanych np. przemianami społeczno-gospodarczymi, uwarunkowaniami historycznymi, podziałami polityczno-administracyjnymi, uwarunkowaniami geograficznymi, itp.”²⁰.
- Regiony etnograficzne to wyodrębnione obszary geograficzne kształtowane przez wspólne cechy zamieszkujących je ludzi. Podstawowym czynnikiem wyróżniającym taki region jest kategoria społeczna nazwana „grupą etnograficzną” tworzona przez „zespół obiektywnych odrębności kulturowych”, samą świadomość odrębności grupowej („samoświadomość własnej odrębności”) lub tworzona przez obie wymienione cechy równocześnie.
- Regiony etniczne wynikające częściowo z definicji regionów etnograficznych, są podobne. Tu kryterium wyodrębniającym przede wszystkim czynniki społeczne, „grupy etniczne”, choć czynniki geograficzne, będąc wprawdzie drugorzędnymi, jednak też są brane pod uwagę.

¹⁸ Ibidem, s. 66.

¹⁹ Ibidem, s. 10.

²⁰ Ibidem, s. 27.

Ustalenia Henryka Skorowskiego są też niezwykle przydatne przy analizowaniu misji mediów publicznych, szczególnie przy badaniu wykonywania „obowiązków ustawowych” mediów publicznych w stosunku do mniejszości narodowych i etnicznych. Autor podaje też antropologiczną definicję regionu, nazywając ją nową definicją, zakładającą heterogeniczność kulturową:

Region w perspektywie socjologicznej obejmuje wytworzony (lub konstruowany) w dłuższym okresie i ułożony w określonej przestrzeni, wyodrębniony układ społeczno-kulturowy oparty na trwałych postawach (najczęściej tradycji kulturowej, ale także administracyjno-politycznych, ekonomicznych), obejmujących w różnym stopniu powiązania wzajemne jednostki i zbiorowości lokalne, ich kulturę (-y) oraz różne formy wspólnych działań społecznych odniesionych do poszczególnych zbiorowości, jak i do ogółu mieszkańców wydzielonego układu, które pozwalają traktować go jako wyodrębnioną całość. Wyodrębniony lub najczęściej kształtujący się układ społeczno-kulturowy jest zróżnicowany społecznie i kulturowo, cechuje się współdziałaniem i rywalizacją, jednocześnie jest w różnym stopniu połączony²¹.

Wielokulturowość jako wyzwanie

Henryk Skorowski twierdzi, że w chwili obecnej nie jesteśmy jeszcze przygotowani do zaakceptowania społeczeństwa pluralistyczno-kulturowego, ale jest to zadanie na najbliższą przyszłość. Tworzenie wielokulturowych społeczności lokalnych i regionalnych nazywa „wielkim eksperymentem społecznym”. W jego rozumieniu „wielokulturowość” to:

- Zinstytucjonalizowane, demokratyczne współzycie w obrębie jednego państwa jednostek, wspólnot i innych form zbiorowości społecznej wyróżnione (wyodrębnione) tożsamością kulturową.
- Trwałe, dobrowolne i wielopłaszczyznowe formy kontaktów międzykulturowych, powodujące wytworzenie się nowej, zróżnicowanej całości, wolnej od kultur dominujących.
- Polityka państwa (a więc i mediów publicznych) regulująca stosunki międzykulturowe, gwarantująca demokratyczną i dobrowolną formę tych regulacji, opartą na zobiektywizowanych regułach. Wielokulturowość w takim rozumieniu oprócz się musi na dwóch najważniejszych podstawach: wolności i równości; tak aby przynależność etniczna, kulturowa, czy regionalna mogła być kwestią wyboru, a nie tylko urodzenia.

Warto dodać, że wielokulturowością, jako perspektywą badawczą nauki o komunikowaniu, zajmuje się Jerzy Mikułowski-Pomorski²². Prowadzi on rozważania w kierunku

²¹ Ibidem, s. 132–133.

²² J. Mikułowski-Pomorski, *Komunikacja międzykulturowa. Wprowadzenie*, Kraków, 2004; J. Mikułowski-Pomorski, *Kultura wobec społecznej transformacji*, Kraków 2005; J. Mikułowski-Pomorski, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*, Kraków 2006; J. Mikułowski-Pomorski, *Zmieniający się świat mediów*, Kraków 2008.

definiowania podstawowych pojęć socjologii i politologii takich jak: naród, państwo, kultura, oraz roli komunikacji międzykulturowej w ogólnym porozumiewaniu się narodów. Twierdzi, że:

- naród z jego kulturą okazał się znacznie bardziej otwartym na światowe partnerstwo, niż państwo z jego suwerennością;
- procesom zmniejszania się roli państwa nie muszą towarzyszyć procesy zanikania narodu;
- dążenia do kulturowego otwarcia nie da się zatrzymać;
- nieuchronne jest zatarcie granic między narodami w ogólnej wspólnotie globalizmu.

Praca *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym* stara się rozważyć, czy takie tezy, taka koncepcja rozwoju społeczeństw, narodów i państw jest kierunkiem nieuniknionym, bowiem:

Granice między narodami istnieją w ludzkich umysłach i są wynikiem przebytej socjalizacji w narodowym otoczeniu. Szeroko przedstawiona tu [w książce – przypis TS] wiedza o komunikacji międzykulturowej (*cross-cultural*) ukazuje te granice, podczas gdy wiedza o komunikacji poprzekulturowej (*inter-cultural*) – możliwości ich przewyciężenia. Komunikacja poprzekulturowa spełnia rolę przypisaną międzynarodowości, rozumianej jako otwarcie, komunikacja międzykulturowa potwierdza różnice, których broni państwo suwerenne²³.

Komunikacja międzykulturowa to według Mikułowskiego-Pomorskiego akt rozumienia innych i bycia przez innych zrozumianym. Badacz traktuje definicje dwojako: jako zjawisko ze sfery porozumiewania się ludzi oraz jako wiedzę o samym zjawisku:

Komunikacja międzykulturowa (czyli porozumiewania się ludzi różnych kultur) jest analizowana pod kątem biorących w niej udział partnerów oraz kontekstu, w jakim ma ona miejsce²⁴.

W rozważaniach na temat wielokulturowości ma swój udział również politologia. Uczestnicy sympozjum „Wzory wielokulturowości w warunkach ponowoczesności” zorganizowanego przez Instytut Studiów Regionalnych Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego (9 grudnia 2005) starali się odpowiedzieć na podstawowe pytania współczesności dotyczące:

- wzorców wielokulturowości współczesnych społeczeństw;
- wielokulturowości przejawiającej się w wielu pluralistycznych strukturach politycznych, ekonomicznych, terytorialnych;
- charakteru współczesnych społeczeństw: wieloetnicznych, wielorasowych, wielowymiarowych politycznie;

²³ Mikułowski-Pomorski, *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*. Kraków 2007, s. 14.

²⁴ J. Mikułowski-Pomorski, *Komunikacja międzykulturowa. Wprowadzenie*, Kraków 2003, s. 11.

- różnic między państwowymi strukturami (federacyjne, monocentryczne, policentryczne, związkowe, republikańskie).

Kontekst badawczy zaprezentowany w książce *Wzory wielokulturowości we współczesnym świecie*²⁵ obejmuje kraje skandynawskie, Europę zachodnią i środkowo-wschodnią, Stany Zjednoczone, Indie. Tadeusz Paleczny konstatuje:

Współczesne społeczeństwa stają się coraz bardziej niejednorodne, złożone i otwarte na zewnętrzne wpływy kulturowe. Kultury małe, lokalne, pronarodowe typu plemiennego wciąż stanowią najbardziej logiczną kategorię względnie odrębnych, jednorodnych całości. Poddawane są one, przynajmniej w ostatnim stuleciu, akulturacyjnemu oddziaływaniu ze strony innych [...] Narody będące największymi realnymi grupami kulturowymi, pozostają największymi podmiotami w globalizującym się świecie. Nie istnieją już jednak niemal wcale homogeniczne, jednorodne w sensie rasowym, religijnym bądź językowo-etnicznym społeczeństwa „kultury narodowej”. Obok kulturowej zasady integracji, wynikającej ze wspólnotowego charakteru grup kulturowych, coraz większą rolę we współczesnym świecie odgrywają heterogeniczne, niejednolite rasowo, etnicznie, językowo i religijnie społeczeństwa obywatelskie, zintegrowane według zasady solidarności państwowej²⁶.

Regionalizm w ekonomii

Na koniec przedstawimy rozważania ekonomistów zajmujących się problematyką regionalną w gospodarce. Irena Pietrzyk²⁷ konstruuje teorię „nowej polityki regionalnej” czy mówi o „nowym paradygmacie rozwoju regionalnego” jaki da się zaobserwować w Europie w ostatnich latach. Polega on na tworzeniu wewnątrz poszczególnych regionów warunków do rozwoju ekonomicznego (gospodarczego), lub przyciąganiu zewnętrznych pomysłów na ów rozwój (innowacje). Podstawowym czynnikiem sprawczym rozwoju opartego na innowacyjnej gospodarce jest człowiek (ekonomiści używają pojęcia „kapitał ludzki”) oraz nowoczesne pomysły i programy upowszechniane przez różnorodne środki komunikacji międzyludzkiej (w tym media elektroniczne).

W nowej polityce regionalnej fundamentalna rola przypisana jest środowisku społeczno-kulturowemu, które określa się jako zasoby instytucjonalne regionu tworzone przez regionalne powiązania ekonomiczne, konwencje dotyczące życia gospodarczego i reguły zachowań wynikające z tradycji zaakceptowane

²⁵ K. Golemo, T. Paleczny, E. Więcek, *Wzory wielokulturowości we współczesnym świecie*, Kraków 2006.

²⁶ Ibidem, s. 7.

²⁷ I. Pietrzyk, *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*, Warszawa 2004.

implicite przez lokalne/regionalne społeczności i stanowiące bardzo ważne zasoby niematerialne rozwoju regionalnego²⁸.

Termin „regionalizm” rozumiany jest przez ekonomistów szerzej niż w omawianych wyżej przykładach regionalizmu społecznego, kulturowego czy politycznego. Lucyna Mączka twierdzi wręcz, że typowym i modelowym przykładem struktury regionalizacji gospodarki jest Unia Europejska z jej integracyjną funkcją jaką założyły kraje Starego Kontynentu w obronie przed interesami globalnych korporacji. W tej perspektywie „regionalizm” sytuowany jest w opozycji do ekonomicznych procesów globalizacyjnych, w opozycji do działań międzynarodowych organizmów gospodarczych i finansowych, jako przeciwwaga dla międzynarodowych korporacji zarządzających światowym handlem, produkcją i finansami.

O ile więc proces globalizacji prowadzi do integracji działalności gospodarczej w skali całego świata (gospodarki globalnej), to postępujący równie szybko proces regionalizacji prowadzi do swoistego podziału gospodarki światowej na wiele różnych „bloków” gospodarczych i politycznych²⁹.

Media nie zawsze chcą i nie zawsze potrafią wytłumaczyć społeczeństwu meandry tak rozumianego regionalizmu gospodarczego (ekonomicznego).

Zakończenie

Zdaniem Tadeusza Kudłacza region

jest to jednostka podziału administracyjnego kraju z władzą samorządową działającą na rzecz i w imieniu danej społeczności terytorialnej, współdziałająca z odpowiednio zorganizowanym w terenie przedstawicielem władzy rządowej³⁰.

Powyższa definicja ekonomisty jest zbliżona do zaprezentowanej na początku teorii prasoznawczych (medioznawczych) czy socjologiczno-kulturowych. Wszystkie zaprezentowane rozważania teoretyczne wykazują, że teorie naukowe z zakresu politologii, socjologii, kulturoznawstwa, antropologii kulturowej (etnologii) i ekonomii mogą – i powinny być – wykorzystywane w interdyscyplinarnych rozważaniach medioznawczych. A wszystko po to by najlepiej wykorzystać istniejący system przekazu informacji i idei w celu obiektywnego przedstawienia procesów kierujących światową gospodarką, polityką i ekonomią.

Obowiązkiem każdej władzy: państwowej, samorządowej, społecznej jest stworzenie najlepszych warunków do rozwoju obywateli. Do tych obowiązków należy też rzetelna i rzeczowa informacja. A ta jest możliwa (w wielu krajach) wyłącznie w mediach zarządzanych przez organa publiczne. Światowy model rozwoju środowisk lokalnych i regionalnych

²⁸ Ibidem, s. 25.

²⁹ L. Mączka, *Gospodarka globalna u progu XXI wieku*, Kraków 2003, s. 15.

³⁰ T. Kudłacz, *Programowanie rozwoju regionalnego*, Warszawa 1999.

zmusza do definiowania i redefiniowania podstawowych pojęć związanych z tym rozwojem aby rozwijać dyskusje, politykę, naukę zgodnie z najnowszymi tendencjami społecznymi i oczekiwaniami obywateli.

Podstawowa literatura

- Chądzyński J., Nowakowska A., Przygodzki Z., *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji*, Warszawa 2007
- Chudziński E., *Regionalizm. Kultura. Media*, Bochnia – Kraków 2008
- Jaska E. (red), *Media w społeczeństwie informacyjnym*, Warszawa 2009
- Kowalczyk R., *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2009
- Klamut M. (red), *Konkurencyjność regionów*, Wrocław 1999
- Pietrzyk I., *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*, Warszawa 2004
- Skorowski H., *Europa regionu. Regionalizm jako kategoria aksjologiczna*, Krosno – Warszawa 2006
- Szromnik A., *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*, Kraków 2008