

**Kacper Strojwąg**

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach  
ORCID 0009-0003-1288-304X

**Piotr Okła**

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach  
ORCID 0009-0000-0682-0390

## **Radio eM Kielce – niepubliczna stacja radiowa diecezji kieleckiej**

### **Wprowadzenie**

Współczesne media lokalne odgrywają kluczową rolę w informowaniu mieszkańców o wydarzeniach, które bezpośrednio wpływają na ich życie codzienne. W dobie globalizacji i łatwego dostępu do informacji z całego świata, znaczenie mediów lokalnych wydaje się paradoksalnie rosnać, gdyż to one są najbliższej odbiorców i najlepiej rozumieją specyfikę lokalnej społeczności. W Kielcach, jednym z przykładów medium radiowego jest Radio eM – katolicka rozgłośnia radiowa. Stacja ta, będąca integralną częścią życia mieszkańców województwa świętokrzyskiego i wiernych diecezji kieleckiej, pełni istotną funkcję w krajobrazie medialnym regionu.

Celem artykułu jest ukazanie działalności tej rozgłośni, gdyż dotychczas nikt na ten temat nie pisał. Artykuł ma charakter kompilacyjny. Autorzy na podstawie rozproszonych, w różnych źródłach wzmianek omówili genezę, rozwój i cele Radia eM oraz jego ofertę programową, twórców i pracowników. Do badań wykorzystali metodę analityczno-opisową.

### **Media lokalne w Polsce**

Media lokalne można zdefiniować na wiele różnych sposobów. Zdaniem Ryszarda Kowalczyka, za podstawowe kryteria podziału powinno się uznawać treść

i zasięg ich rozpowszechniania. Lokalny zasięg ogranicza zainteresowania tych mediów oraz ich rozpowszechnianie. Może on jednak być na tyle zróżnicowany, że wymaga podziału na media regionalne, które obejmują obszary historyczno-etnograficzne oraz lokalne i sublokalne, czyli: powiatowe, gminne, miejskie, osiedlowe, dzielnicowe, parafialne<sup>1</sup>.

Z kolei Marian Gierula zwraca uwagę na to, że najważniejszy jest adresat przekazu. Stąd media lokalne definiuje jako sumę: „wszystkich działań dziennikarskich realizowanych z myślą o wszelkiego typu lokalnych społecznościach”<sup>2</sup>.

Segment mediów lokalnych w Polsce przed 1990 rokiem był słabo rozwinięty z powodów ustrojowych, politycznych, formalnoprawnych, organizacyjnych i technologicznych. Charakteryzował się przede wszystkim brakiem prywatnych, komercyjnych stacji radiowych i telewizyjnych oraz prywatnej prasy lokalnej. Istniejące lokalne, mikroregionalne czy wojewódzkie tytuły prasowe były zazwyczaj efektem koncesji udzielanych przez władze centralne lokalnym społecznościom, które mogły wydawać własne pisma – zazwyczaj podporządkowane miejscowym komitetom PZPR i Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch”<sup>3</sup> lub innym organizacjom działającym w podobnym kontekście, takim jak np. Patriotyczny Ruch Odrodzenia Narodowego (PRON)<sup>4</sup>. Czasami ich tworzeniem zajmowały się legalne i często masowe organizacje, ruchy społeczno-polityczne, regionalne bądź lokalne stowarzyszenia o charakterze społeczno-kulturalnym, które, zgodnie z ówczesnymi przepisami, musiały mieć poparcie odpowiednich władz politycznych i administracyjnych oraz podlegały cenzurze<sup>5</sup>.

W ograniczonym zakresie rolę elektronicznych mediów lokalnych pełniły wówczas państwowe regionalne stacje radiowe i telewizyjne, podległe Komitetowi ds. Radia i Telewizji. Przed 1990 rokiem działało 8 regionalnych ośrodków telewizyjnych oraz 17 regionalnych rozgłośni radiowych. Programy zarówno regionalnego radia, jak i telewizji tylko częściowo odpowiadały na potrzeby informacyjno-publicystyczne lokalnych i mikroregionalnych społeczności. Było to głównie zależne od liczby własnych programów, emitowanych przez poszczególne stacje radiowe i ośrodki telewizyjne, a ich liczba różniła się w poszczególnych regionach. Państwo na początku przemian społeczno-ustrojowych w pełni kontrolowało nadawanie programów radiowych i telewizyjnych, również na poziomie regionalnym. Ofertę mediów elektronicznych uzupełniały od 1989/1990

<sup>1</sup> R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce. Podręcznik akademicki*, Poznań 2009, s. 11.

<sup>2</sup> M. Gierula, *Polska prasa lokalna 1989-2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005, s. 179.

<sup>3</sup> Pisze o niej szerzej Katarzyna Pokorna-Ignatowicz w książce *Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa-Książka-Ruch” w polskim systemie medialnym*, Kraków 2016.

<sup>4</sup> O Patriotycznym Ruchu Odrodzenia Narodowego zob. m.in.: R. Kowalczyk, *Lokalne czasopisma Patriotycznego Ruchu Odrodzenia Narodowego w Poznańskim w latach 1983-1989*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne” 2016, nr 4, s. 217-237; A. Orzełek, *Aleksander Bocheński wobec działalności i koncepcji Patriotycznego Ruchu Odrodzenia Narodowego*, „Dzieje Najnowsze” 2018, nr 1, s. 263-279.

<sup>5</sup> R. Kowalczyk, *Współczesne media lokalne jako przedmiot refleksji medioznawczej*, „Przełom Politolologiczny” 2011, nr 1, s. 159.

roku w niewielkim stopniu jedynie pierwsze lokalne stacje radiowe i telewizyjne. Wśród pionierów znajdowały się pirackie stacje radiowe w Zakopanem, Opatowie i Suwałkach oraz legalnie działające rozgłośnie katolickie w Zbroszy Dużej nieopodal Grójca (obecnie województwo mazowieckie) i w Gdańsku. Pionierami niezależnej telewizji były natomiast pirackie stacje w Gdańsku, Lubaniu i Szczecinie, a także Prywatna Telewizja „Echo” we Wrocławiu, która miała tymczasową zgodę na emisję. Od połowy 1991 roku oferta lokalnych mediów elektronicznych stopniowo się rozszerzała, a techniczne możliwości ich odbioru rosły. Zbliżające się uchwalenie ustawy o radiofonii i telewizji mobilizowało potencjalnych prywatnych nadawców, dając im lepsze szanse na rynku. Jesienią 1992 roku działały już 22 radiowe stacje lokalne, mające charakter komercyjny, choć były to głównie stacje pirackie. Swoją działalność prowadziło również 9 stacji kościelnych<sup>6</sup>.

Prawdziwy rozwój lokalnych mediów elektronicznych, szczególnie radia, nastąpił na przełomie lat 1992/1993. Ustawa o radiofonii i telewizji, uchwalona 29 grudnia 1992 roku, ustanowiła ramy prawne dla działalności zarówno programów Polskiego Radia i telewizji publicznej, jak i prywatnych stacji radiowych oraz telewizyjnych. Wysokie wymagania formalne dotyczące uzyskania koncesji miały niewielki wpływ na plany uruchamiania nowych stacji radiowych i telewizyjnych. Wiele stacji nadających „nielegalnie” kontynuowało swoją działalność. Na rozpatrzenie przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji czekało wtedy 400 wniosków: 250 dotyczących radia i 89 dotyczących telewizji lokalnej, a także 28 wniosków radiowych i 26 telewizyjnych na stacje regionalne i ponadregionalne. O koncesję na nadawanie ogólnopolskiego programu telewizyjnego starało się 11 wnioskodawców, a na nadawanie radiowego – 7. W pierwszej połowie 1994 roku zapadła większość decyzji Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji dotyczących przydziału częstotliwości. Dwie rozgłośnie komercyjne, RMF FM i Radio Zet oraz katolickie radio „Maryja” uzyskały koncesje ogólnopolskie. Przyznano także 2 koncesje na sieci ponadregionalne. Łącznie Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wydała 146 koncesji radiowych i telewizyjnych, legalizując działalność m.in. 36 stacji kościelnych. Wśród 132 licencjonowanych stacji lokalnych znalazło się prawie 100 rozgłośni komercyjnych<sup>7</sup>.

Funkcje mediów lokalnych wynikają z ich usytuowania w lokalnym systemie społecznym z jego wartościami i normami, opiniami oraz obowiązującym ładem prawnym. Funkcjonują zatem w określonym „porządku”, który może być stabilizowany bądź naruszany. Jego naruszanie może prowadzić do konfliktów zarówno wewnątrz, jak i na linii: media – społeczność. Poza tym funkcje te wynikają z konieczności działania wewnątrz bardzo zróżnicowanego i skomplikowanego organizmu, jakim jest społeczność i jej „publicystyczna” obsługa. Najogólniej funkcje te dzieli się następująco:

- funkcje narodowo-demokratyczne i społeczne (państwo, społeczeństwo);

<sup>6</sup> M. Gieruła, s. 195-196.

<sup>7</sup> Tamże, s. 196-197.

- funkcje orientujące oraz realizujące potrzeby informacyjne i komunikacyjne (publiczność);
- funkcje makro- i mikroekonomiczne (medium jako przedsiębiorstwo);
- funkcje specyficzno-zawodowe (dziennikarze, komunikatorzy)<sup>8</sup>.

Do podstawowych funkcji i zadań mediów lokalnych według Sylwestra Dziekiego i Włodzimierza Chorążkiego należą:

[...] wszechstronna, bieżąca informacja lokalna; kontrola władz lokalnych; promowanie inicjatyw lokalnych; pełnienie trybuny społeczności lokalnej; integracja środowiska lokalnego; kształtowanie lokalnej opinii społecznej; funkcje opiniotwórcze; wspieranie lokalnej kultury; integracja społeczności w strukturach lokalnych i ponadlokalnych; promocja „małej ojczyzny”, edukacja ekonomiczno-gospodarcza społeczności lokalnej; funkcje reklamowo-ogłoszeniowe; funkcja rozrywkowa<sup>9</sup>.

Analizując zagadnienia dotyczące mediów, nie można pominąć podstaw ich funkcjonowania. Dla mediów lokalnych tą podstawą są różnorodne aspekty lokalizmu, lokalności oraz lokalnych społeczności, czyli zjawiska i terminy ściśle związane z ich działalnością. Wspomniana lokalność jest obecna w wielu dziedzinach życia ludzkiego, m.in. specjalnie widoczna jest we wszelkich działaniach politycznych, chociażby w trakcie wyborów samorządowych<sup>10</sup>. Można ten termin zdefiniować jako: „względną autonomię oraz upodmiotowienie konkretnych społeczności lokalnych w zakresie gospodarczym, społecznym, kulturalnym w ramach szerszego układu społeczno-przestrzennego i politycznego [...], który jest jak gdyby wytwarzany przez te społeczności, a zatem wobec nich wtórny”<sup>11</sup>.

## Radiofonia lokalna – kluczowe aspekty

W odróżnieniu od radia publicznego, gdzie istnieją poszczególne audycje i bloki programowe, w radiu prywatnym występują wielogodzinne pasma programowe, nadawane „na żywo” i zróżnicowane ze względu na typ i porę dnia. Prywatne stacje radiowe charakteryzują się odmienną dynamiką niż stacje publiczne, różnym poziomem przygotowania fachowego zespołu, a tym samym poziomem intelektualnym programu. W radiofonii prywatnej jest także inny zakres i struktura informacji, które nierozzerwalnie wiążą się z kondycją ekonomiczną stacji<sup>12</sup>.

<sup>8</sup> S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*, Katowice 2000, s. 89.

<sup>9</sup> Cyt. za: A. Szynol, *Funkcje mediów lokalnych w teorii i praktyce*, „Dziennikarstwo i Media” 2012, nr 3, s. 112.

<sup>10</sup> T. Gałka, *Między prasą ogólnopolską a lokalną. Dzienniki regionalne w polskim systemie medialnym*, Kraków 2008, s. 6-8, [maszynopis pracy dyplomowej], <https://repozytorium.ka.edu.pl/server/api/core/bitstreams/265ea5e9-534f-4a3a-8ee2-437d0fd01132/content>, [dostęp: 10 lipca 2024].

<sup>11</sup> S. Michalczyk, s. 18.

<sup>12</sup> M. Gierula, s. 203.

Na podstawie analizy danych technicznych (moce nadajników), danych o liczbie ludności objętej zasięgiem i danych o promieniu zasięgu przestrzennego, można wydzielić trzy typy lokalności stacji:

- stacje sublokalne o zasięgu słyszalności do 25 km;
- stacje lokalne o zasięgu słyszalności do 50 km;
- stacje lokalno-regionalne o zasięgu słyszalności do 100 km.

Biorąc pod uwagę maksymalny zasięg, do grupy lokalno-regionalnych można zaliczyć stacje diecezjalne, które najczęściej mieszczą się w tym przedziale lub nieznacznie go przekraczają, tym bardziej jeśli weźmiemy pod uwagę zasięg efektywny (dobrą słyszalność), a nie deklarowany zasięg techniczny, wynikający ze stanu i mocy urządzeń nadawczych. Sami twórcy tego radia również nazywają stacje diecezjalne „lokalnymi”, mając na uwadze nie tylko zasięg, ale także przekazywane treści. Można mówić o trzech sektorach radiofonii lokalnej: o sektorze prywatnego radia komercyjnego; o sektorze planowo tworzonej radiofonii katolickiej (istnieją także stacje lokalne kościołów nierzymskokatolickich), której sieć jest budowana głównie w diecezjach oraz o sektorze radiofonii samorządowej. Każdy z wyżej wymienionych sektorów cechują specyficzne problemy rozwojowe, ale istnieją także cechy wspólne, wynikające z funkcjonowania na tym samym lub podobnym obszarze społeczno-geograficznym<sup>13</sup>.

Cechą charakterystyczną rozwoju prywatnej radiofonii lokalnej jest także formatowanie stacji. Ogólnie, nadawcy coraz bardziej dążą do określania konkretnych formatów w miarę wzrostu liczby stacji na rynku. Jest to spowodowane przekonaniem, że niemożliwe jest zaspokojenie wszystkich grup odbiorców jednocześnie. Dlatego dostosowuje się muzykę do upodobań młodszych słuchaczy, starszych lub bardziej „wyrobionych” (np. muzykę poważną). Proces formatowania zazwyczaj poprzedzają badania jakościowe, które mają na celu zrozumienie preferencji odbiorców. W Polsce, podobnie jak w innych krajach, gdzie rozwój prywatnej radiofonii nastąpił wcześniej, procesy formatowania odzwierciedlają podobne tendencje. Formatowanie, głównie muzyczne, musi jednak uwzględniać specyfikę poszczególnych krajów, różne oczekiwania i gusta. Ponadto, formatowanie oznacza wyodrębnienie określonych grup docelowych z potencjalnej publiczności, najczęściej na podstawie wieku (np. 25-30 lat lub 25-40 lat). Do tego dostosowuje się także sposób przekazywania informacji, a godziny nadawania są zazwyczaj dostosowane do trybu życia danej grupy i związanych z nią nawyków słuchania radia<sup>14</sup>.

W Polsce można wyróżnić trzy typy radia katolickiego. Są to:

- Typ religijny – programy tych stacji mają charakter modlitewny i formacyjny, nie nadają reklam, a ich działalność utrzymywana jest z datków słuchaczy i wolontariatu. Ważny jest kontakt bezpośredni z odbiorcami, a treści mają charakter uniwersalny.

<sup>13</sup> S. Michalczyk, s. 213-214.

<sup>14</sup> Tamże, s. 220.

– Typ społeczno-kulturalny – audycje tych stacji są refleksyjne i powolne, skupiają się na problematyce społeczno-kulturalnej i lokalnej (ok. 75-80% czasu antenowego). Mają niewielką liczbę reklam, a finansowanie pochodzi głównie od diecezji. Programy są skierowane zwłaszcza do średniego pokolenia oraz młodzieży, z naciskiem na integrację społeczną i działania lokalne.

– Typ półkomercyjny – stacje te emitują głośną i szybką muzykę popularną, skierowaną głównie do młodzieży. Zajmują 10-15% czasu antenowego na audycje religijne. Utrzymują się z reklam i ogłoszeń, co pozwala na finansowanie działań społeczno-kulturalnych i inspirowanie słuchaczy do udziału w lokalnych akcjach<sup>15</sup>.

## Radio eM Kielce

Początki katolickiej rozgłośni w Kielcach datuje się na 15 sierpnia 1992 roku. Wtedy to Katolickie Radio „Jedność” rozpoczęło oficjalne nadawanie. Emisję próbną rozpoczęto trzy miesiące wcześniej. W czasie jej trwania nadawano jedynie muzykę, dzięki temu sprawdzono na terenie Kielc i w okolicach tego miasta jakość i siłę emitowanego sygnału. Oficjalnie do istnienia rozgłośnię powołał ówczesny biskup ordynariusz ks. Stanisław Szymecki dekretem z 4 grudnia 1992 roku. Katolickie Radio „Jedność” było własnością diecezji kieleckiej. Funkcję pierwszego dyrektora Radia (i równocześnie wydawnictwa „Jedność”) pełnił ks. Henryk Witczyk. Wicedyrektorem odpowiadającym za treści religijne był natomiast ks. Tomasz Tobolski. W pierwszym składzie znalazło się 10 pracowników etatowych oraz niewielkie grono współpracowników. Były to osoby młode, pełne zapału do pracy i dobrych pomysłów. Na początku emitowano muzykę poważną, religijną oraz rozrywkową. Reemitowano również msze święte lub wykłady na tematy biblijne<sup>16</sup>.

Pierwsza ramówka Katolickiego Radia „Jedność”:

- 8.00-11.00 Blok muzyczno-informacyjny Zbigniewa Łuczyńskiego;
- 11.00-12.00 Płyta dnia ENYA „Watermark”;
- 12.00-12.10 *Anioł Pański*;
- 12.10-15.15 *Gdzie słyszysz śpiew, tam wejdź* – audycja muzyczna;
- 15.15-16.00 Trzy kwadranse z muzyką poważną – J.S. Bach *Koncerty skrzypcowe*;
- 16.00-19.00 Popołudniowy blok muzyczno-informacyjny w opracowaniu K. Kwiatka;
- 19.00-21.00 Spotkania wieczorne – audycja ks. Tomasza Tobolskiego;
- 21.00 – Zakończenie programu<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> M. Gierula, s. 206.

<sup>16</sup> D.G., „Jedność” w eterze, „Słowo Ludu” 1992, nr 191, s. 1; K. Sagan, *Tropem Jedności. 22 lata radia diecezji kieleckiej*, <https://radiopolska.pl/radiowe-adresy/27-kielce-jana-pawla-ii-4>, [dostęp: 10 lipca 2024].

<sup>17</sup> *Program Radia Jedność*, „Słowo Ludu” 1992, nr 191, s. 14.

Dnia 6 marca 1998 roku – Radio otrzymało zgodę na przeniesienie z 98,0 MHz na 107,9 MHz i ponowne zwiększenie mocy. 1 września tego samego roku Katolickie Radio „Jedność” przekształciło się w Radio „Jedność Plus”. W ciągu kilku miesięcy nazwa rozgłośni została zmieniona na Radio „Plus” Kielce<sup>18</sup>.

Ewolucja stacji katolickich jest określana przez dołączanie do sieci „Plus”, co sprawia, że rozwój radiofonii katolickiej przypomina rozwój komercyjnych stacji radiowych. Radio „Plus” Spółka Produkcyjna z o.o. to umowa programowa i reklamowa katolickich stacji diecezjalnych, mająca na celu wzmocnienie ich pozycji rynkowej oraz poprawę jakości nadawanych programów. Sieć ta oferuje aktualne i interesujące wiadomości lokalne oraz materiały publicystyczne na temat krajowych i międzynarodowych wydarzeń, a także informacje z życia Kościoła. Pojedyncze stacje diecezjalne miałyby trudności z efektywnym tworzeniem newsroomów i utrzymywaniem zespołów reporterów<sup>19</sup>.

Radio „Plus” powstało jako stacja diecezji gdańskiej w 1992 roku. Właściwa sieć stacji rozwinęła się sześć lat później. W momencie rozwoju powiększyła zasięg nadawania o inne regiony kraju, gdzie podstawą były miasta wojewódzkie (Łódź, Szczecin, Poznań) oraz większe miasta powiatowe (Elbląg, Koszalin). Oddział Radia „Plus” w Kielcach powstał w 1999 roku zmieniając format ze stacji refleksyjnej (jaką była „Jedność”) na tzw. stację żywą<sup>20</sup>.

Jednym z elementów zmian było zredukowanie liczby programów o charakterze religijnym i modlitewnym. Zaprzestano nadawania modlitwy różańcowej i modlitwy *Anioł Pański*. Z anteny zniknęły także programy, takie jak: *W starych Kielcach* autorstwa Zbigniewa Chodaka i Andrzeja Jankowskiego, *Bajki babci Apolonii* oraz audycje ornitologiczne Janusza Wróblewskiego. W codziennym programie, oprócz ogólnopolskich i lokalnych serwisów informacyjnych oraz krótkich audycji religijnych, pojawiły się również informacje kulturalne i konkursy. Publicystyka była ograniczona do codziennych porannych rozmów oraz środowiskowej audycji *Życ nie umierać* poruszającej tematy polityczne, społeczne, kulturalne, a czasami także religijne. Obie te audycje *Życ nie umierać* oraz *Bajki babci Apolonii* były przygotowywane przez warszawską redakcję, składającą się głównie z dziennikarzy związanych wcześniej z Radiem św. Józef, „Życiem” i Katolicką Agencją Informacyjną<sup>21</sup>. Stację w okresie pierwszej dekady XXI wieku określano jako:

[...] najstarsza w Kielcach komercyjna stacja radiowa. Powstała w 1992 roku. Należy do ogólnopolskiej sieci stacji radiowych „Plus”. Produkuje program o charakterze informacyjno-rozrywkowo-publicystycznym. Od roku 2003 to jedyna stacja w Kielcach, która gra muzykę w formacie Soft AC. Nasze hasło to „Radio Plus – łagodne przeboje”. Co tydzień Radio Plus gromadzi przy odbiornikach ponad 350.000 słuchaczy! Radio Plus jako pierwsza i jedyna kielecka

<sup>18</sup> *Radio eM Kielce – 31 lat historii*, <https://emkielce.pl/radio>, [dostęp: 19 czerwca 2024].

<sup>19</sup> S. Michalczyk, s. 222.

<sup>20</sup> J. Kępa-Mętrak, *Radio PLUS*, w: *Radio regionalne w Polsce. Stan na koniec grudnia 2014 roku*, red. nauk. P. Kuca, W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński, Rzeszów 2016, s. 270-271.

<sup>21</sup> Tamże, s. 273.

rozgłośnia gra teraz tylko łagodne przeboje. Są to najpiękniejsze piosenki polskich i zagranicznych artystów takich jak: Celine Dion, Phill Collins, Roxette, Krzysztof Krawczyk, Elton John, Garou<sup>22</sup>.

Dnia 1 maja 2014 roku nastąpiła kolejna zmiana nazwy rozgłośni z Radia „Plus” Kielce na Radio eM Kielce. O zmianie nazwy wypowiedział się ks. Leszek Skorupa<sup>23</sup> w rozmowie z Katolicką Agencją Informacyjną:

Radio Plus stawało się coraz bardziej komercyjne, stacja traciła swój lokalny wymiar. Nowa stacja jest związana z Radiem eM, które swoją główną siedzibę ma w Katowicach. Grupa medialna stojąca za tą siecią odpowiada za wydawanie największego w Polsce katolickiego tygodnika – „Gościa Niedzielnego”<sup>24</sup>.

Radio eM Kielce nadaje program w formacie muzycznym „oldies”. Jak powiedział Piotr Michalec, zastępca redaktora naczelnego rozgłośni: „W większości będą to piosenki lat 70. i 80., ale naszym wyróżnikiem będzie też duża liczba polskich przebojów oraz niezamykanie się na ciekawe nowości. Nazwałbym ten format muzyczny radosnym «oldies» z domieszką przebojów ostatnich lat”<sup>25</sup>. Radio posługuje się hasłem „Tradycyjnie przebojowe”: „Każdego, kto włączy nasze Radio, bez trudu przekonamy, że naszą tradycją stanie się granie największych przebojów”<sup>26</sup> – powiedział z kolei Mateusz Sośnicki, szef muzyczny rozgłośni. Obie wypowiedzi pochodzą z 24 kwietnia 2014 roku, a więc na tydzień przed oficjalną zmianą nazwy na Radio eM Kielce. Stacja skierowana jest głównie do dojrzałego słuchacza interesującego się sprawami Kielc oraz regionu świętokrzyskiego. W ramówce pojawiają się programy informacyjne, społeczne, edukacyjne i religijne podejmujące istotne tematy dla lokalnej społeczności<sup>27</sup>.

Radio eM można odbierać na częstotliwości 107,9 MHz na terenie Kielc, Nowej Słupi, Morawicy, Chęcina, Piekoszowa i Daleszyc oraz na 91,8 MHz w okolicach Buska-Zdroju, a także na 91,3 MHz wokół Radiowo-Telewizyjnego Centrum Nadawczego na Świętym Krzyżu i na 94,4 MHz w Dobromierzu, znajdującym się niedaleko Włoszczowy. Od 15 stycznia 2016 roku Radio eM Kielce dostępne jest w cyfrowym multiplexie DAB+ na kanale 10B, prowadzonym przez Radio RDN Małopolska<sup>28</sup>. Siedziba rozgłośni znajduje się w Kielcach przy ulicy Sienkiewicza 2.

<sup>22</sup> K. Bernat, *Regionalne radio publiczne i stacje komercyjne oraz ich funkcjonowanie na rynku medialnym na przykładzie Kielc*, w: *Radio i gazety transformacja polskich mediów regionalnych po 1989 roku*, pod red. B. Nierenberg, Toruń 2009, s. 47.

<sup>23</sup> Książd Leszek Skorupa był w latach 2014-2023 dyrektorem Radia eM Kielce. Zob. *Leszek Skorupa (duchowny)*, w: *Wikipedia*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Leszek\\_Skorupa\\_\(duchowny\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Leszek_Skorupa_(duchowny)), [dostęp: 10 lipca 2024].

<sup>24</sup> *Nowa katolicka rozgłośnia już nadaje*, <https://www.ekai.pl/nowa-katolicka-rozglosnia-juz-nadaje/>, [dostęp: 19 czerwca 2024].

<sup>25</sup> P. Michalec, *Nowe radio w Kielcach!*, <https://emkielce.pl/index.php/miasto/nowe-radio-w-kielcach>, [dostęp: 19 czerwca 2024].

<sup>26</sup> Tamże.

<sup>27</sup> Tamże.

<sup>28</sup> *Radio eM Kielce*, w: *Wikipedia*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Radio\\_eM\\_Kielce](https://pl.wikipedia.org/wiki/Radio_eM_Kielce), [dostęp: 19 czerwca 2024].



Na co dzień, tym co pojawia się w radiowym eterze, zajmuje się grupa kilkunastu osób. Obecnie funkcję dyrektora sprawuje ks. Karol Rasała, który kieruje rozgłośnią w imieniu biskupa kieleckiego ks. Jana Piotrowskiego. Ksiądz Rasała był redaktorem naczelnym seminaryjnego czasopisma „Obecni”. Obejmując funkcję dyrektora powiedział: „Jest to dla mnie wielkie wyzwanie. [...] Poznałem już trochę zespół i mam nadzieję, że z tymi wspaniałymi ludźmi będziemy w stanie rozwijać Radio oraz służyć lokalnej społeczności i wiernym diecezji kieleckiej”<sup>29</sup>.

Zastępcą redaktora naczelnego jest wspomniany Piotr Michalec. Dyrektorką ds. informacji i publicystyki jest Katarzyna Bernat. Kierowniczką do spraw rozwoju mediów jest Aleksandra Niemczyk, łącząca to z pracą prezenterki. Za warstwę muzyczną Radia eM odpowiada szef muzyczny Michał Sierlecki, który ponadto jest kierownikiem prezenterów. Szefem technicznym jest Krzysztof Kubalski, który również łączy to z pracą prezentera. Prezenterami i realizatorami są jeszcze: Małgorzata Cioroch, Ewa Lubacz, Mateusz Żelazny, Piotr Zawadzki oraz Karol Kaleta. W gronie dziennikarzy są m.in.: Aleksandra Rękas, Weronika Karyś, Iwona Gajewska-Wrona, Michał Łosiak i Łukasz Czerwiak<sup>30</sup>.

W okresie sierpień 2023 – styczeń 2024 Radio eM Kielce zajęło 10 miejsce w rankingu badań przeprowadzonych przez Radio „Track”, biorąc pod uwagę jedynie wyniki słuchalności w Kielcach. Udział w czasie słuchania respondentów w wieku 15-75 lat w przypadku Radia eM wynosił 3,9%. Dla porównania w okresie sierpień 2022 – styczeń 2023 ten wynik wyniósł zaledwie 0,2%. Stacja zanotowała również wzrost względem poprzednich pomiarów z miesiąca luty 2023 – lipiec 2023 (1,2%). Natomiast według najnowszych danych za okres listopad 2023 – kwiecień 2024, Radio eM Kielce zaliczyło spory spadek wyników słuchalności. Wskaźnik wyniósł za ten okres jedynie 1,1%, spadając na 16 miejsce w Kielcach<sup>31</sup>.

## **„Tygodnik eM” – biuletyn Radia eM Kielce**

Dnia 31 sierpnia 2008 roku wydano pierwszy numer tygodnika. W tym czasie określał się w materiałach promocyjnych jako nowa, największa miejska gazeta o charakterze informacyjno-publicystycznym. Nakład wynosi 20 000 egzemplarzy, co pozwala docierać tygodniowo do około 60 000 czytelników. Pismo jest kolportowane przede wszystkim poprzez kieleckie i podkieleckie parafie, co jest przedsięwzięciem nowatorskim i umożliwiającym dotarcie do nowej grupy odbiorców. Periodyk dystrybuowany jest przede wszystkim w niedzielę, co zdecydowanie odróżnia go od innych i jest bezpłatny. W przeszłości

<sup>29</sup> jk, *Radio eM Kielce z nowym dyrektorem. Odchodzi ks. Leszek Skorupa*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/radio-em-kielce-dyrektor-karol-rasala-odwolanie-leszek-skorupa>, [dostęp: 10 lipca 2024].

<sup>30</sup> *Kontakt z redakcją*, <https://emkielce.pl/kontakt>, [dostęp: 19 czerwca 2024].

<sup>31</sup> *KBR Kielce*, <https://badaniaradiowe.pl/wyniki-sluchalnosci/kielce/>, [dostęp: 19 czerwca 2024].

w czasopiśmie publikowano też dodatki, m.in. o tematyce historycznej, np. seria pt. „Historia miasta Kielce”, „Dodatek IPN”, dodatki wyborcze, czy też o tematyce ekologicznej, zdrowotnej i inne<sup>32</sup>. Od 2023 roku czasopismo zmieniło częstotliwość na dwutygodnik. Archiwalne numery periodyku dostępne są od rocznika 2020, aż po bieżące numery w formacie PDF.

Na strukturę czasopisma składają się: temat numeru; kilka stron tekstów o objętości do 1500 znaków; aktualności; przypomnienie wydarzeń historycznych lub wspomnienie szczególnych osób; rubryka *Nasze sprawy*; rubryka *Zdrowie*; materiał partnera/reklama oraz całostronicowe reklamy. Autorami artykułów są: Katarzyna Bernat, Aleksandra Rękas, Maria Karyś, Michał Łosiak, Michał Gajos, Michał Kita, Łukasz Czerwiak oraz Maciej Piętka, którzy obecnie wchodzi w skład redakcji. Z kolei gatunkami dziennikarskimi wykorzystywanymi w periodyku są: reportaż, informacja, publicystyka i wywiad<sup>33</sup>.

## Podsumowanie

Radio eM Kielce jest rzetelnym i wiarygodnym medium, które skupia się na przedstawianiu wydarzeń lokalnych w sposób przystępny dla jak największego grona odbiorców. Poprzez formę przekazywania treści (stacja radiowa, biuletyn Radia eM, portal internetowy) nie wyklucza żadnej grupy potencjalnych odbiorców. Rozgłośnia porusza tematy, które dotyczą mieszkańców Kielc, województwa świętokrzyskiego i wiernych diecezji kieleckiej, czym jeszcze bardziej umacnia swoją pozycję na lokalnym rynku medialnym. Unikalny na kieleckim rynku medialnym format muzyczny „oldies” (muzyka z lat 70. i 80.), który wybrało Radio eM Kielce, zapewnia mu wierne grono słuchaczy. Rozgłośnia spełnia także najważniejszą funkcję, a mianowicie odpowiada za promocję lokalnej kultury, edukacji i rozrywki.

W obliczu dynamicznie zmieniającego się świata mediów, Radio eM Kielce nieustannie się rozwija, pozostając jednocześnie wiernym swoim wartościom i tradycjom. Dzięki temu może służyć jako wzór lokalnego medium, które skutecznie łączy nowoczesność z szacunkiem dla regionalnej tożsamości i historii. Wszystkie podane powyżej czynniki sprawiają, że rozgłośnia zapoczątkowana i prowadzona przez diecezję kielecką jest źródłem informacji dla dużego audytorium, będąc przy tym nieodłącznym elementem medialnego krajobrazu regionu świętokrzyskiego.

## Bibliografia:

Bernat Katarzyna, *Regionalne radio publiczne i stacje komercyjne oraz ich funkcjonowanie na rynku medialnym na przykładzie Kielc*, w: *Radio i gazety transformacja*

<sup>32</sup> M. Łosiak, *Mamy już 15 lat*, „Tygodnik eM Kielce” 2023, nr 24, s. 8; *Prezentacja tygodnik eM*, <https://emkielce.pl/images/oferta/Prezentacja%20Tygodnika%20eM.pdf>, [dostęp: 10 lipca 2024].

<sup>33</sup> *Rocznik 2024*, <https://emkielce.pl/tygodnik-m>, [dostęp: 19 czerwca 2024].

- polskich mediów regionalnych po 1989 roku*, red. Bogusław Nierenberg, Toruń 2009, s. 44-52.
- D.G., „*Jedność*” w *eterze*, „*Słowo Ludu*” 1992, nr 191, s. 1.
- Gąłka Tadeusz, *Między prasą ogólnopolską a lokalną. Dzienniki regionalne w polskim systemie medialnym*, Kraków 2008, [maszynopis pracy dyplomowej], <https://repozytorium.ka.edu.pl/server/api/core/bitstreams/265ea5e9-534f-4a3a-8ee2-437d0fd01132/content>.
- Gierula Marian, *Polska prasa lokalna 1989-2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005.
- jk, *Radio eM Kielce z nowym dyrektorem. Odchodzi ks. Leszek Skorupa*, <https://www.wirtualnemedialna.pl/artukul/radio-em-kielce-dyrektor-karol-rasal-odwolanie-leszek-skorupa>.
- KBR Kielce, <https://badaniaradiowe.pl/wyniki-sluchalnosci/kielce/>.
- Kępa-Mętrak Jolanta, *Radio PLUS*, w: *Radio regionalne w Polsce. Stan na koniec grudnia 2014 roku*, red. nauk. Paweł Kuca, Wojciech Furman, Kazimierz Wolny-Zmorzynski, Rzeszów 2016, s. 270-282.
- Kontakt z redakcją*, <https://emkielce.pl/kontakt>.
- Kowalczyk Ryszard, *Lokalne czasopisma Patriotycznego Ruchu Odrodzenia Narodowego w Poznańskim w latach 1983-1989*, „*Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*” 2016, nr 4, s. 217-237.
- Kowalczyk Ryszard, *Media lokalne w Polsce. Podręcznik akademicki*, Poznań 2009.
- Kowalczyk Ryszard, *Współczesne media lokalne jako przedmiot refleksji medioznawczej*, „*Przegląd Politologiczny*” 2011, nr 1, s. 159-178.
- Leszek Skorupa (duchowny)*, w: *Wikipedia*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Leszek\\_Skorupa\\_\(duchowny\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Leszek_Skorupa_(duchowny)).
- Łosiak Michał, *Mamy już 15 lat*, „*Tygodnik eM Kielce*” 2023, nr 24, s. 8.
- Michalczyk Stanisław, *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*, Katowice 2000.
- Michalec Piotr, *Nowe radio w Kielcach!*, <https://emkielce.pl/index.php/miasto/nowe-radio-w-kielcach>.
- Nowa katolicka rozgłosnia już nadaje*, <https://www.ekai.pl/nowa-katolicka-rozglosnia-juz-nadaje/>.
- Orzełek Ariel, *Aleksander Bocheński wobec działalności i koncepcji Patriotycznego Ruchu Odrodzenia Narodowego*, „*Dzieje Najnowsze*” 2018, nr 1, s. 263-279.
- Pokorna-Ignatowicz Katarzyna, *Robotnicza Spółdzielnia Wydawnicza „Prasa-Książka-Ruch” w polskim systemie medialnym*, Kraków 2016.
- Prezentacja tygodnik eM*, <https://emkielce.pl/images/oferta/Prezentacja%20Tygodnika%20eM.pdf>.
- Program Radia Jedność*, „*Słowo Ludu*” 1992, nr 191, s. 14.
- Radio eM Kielce*, w: *Wikipedia*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Radio\\_eM\\_Kielce](https://pl.wikipedia.org/wiki/Radio_eM_Kielce).
- Radio eM Kielce – 31 lat historii*, <https://emkielce.pl/radio>.
- Rocznik 2024*, <https://emkielce.pl/tygodnik-m>.
- Sagan Krzysztof, *Tropem Jedności. 22 lata radia diecezji kieleckiej*, <https://radiopolska.pl/radiowe-adresy/27-kielce-jana-pawla-ii-4>.
- Szynol Adam, *Funkcje mediów lokalnych w teorii i praktyce*, „*Dziennikarstwo i Media*” 2012, nr 3, s. 105-120.

## **Kacper Strojwąg, Piotr Okła**

### **Radio eM Kielce – niepubliczna stacja radiowa diecezji kieleckiej**

Stan działalności mediów lokalnych w Polsce jest jednym z przedmiotów badań, którym zajmują się współcześni medioznawcy. Czy intensyfikacja rozwoju internetowych portali informacyjnych oraz jednoczesny spadek zainteresowania mediami tradycyjnymi ma swoje odzwierciedlenie na rynku lokalnym? Autorzy odpowiadają na postawione pytania odnosząc się do przykładu jednej z niepublicznych stacji radiowych w Kielcach – Radia eM. Opisują również, w jaki sposób ta lokalna rozgłośnia stara się dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców, zwłaszcza w czasach ciągle zmieniającego się sposobu konsumpcji mediów.

**Słowa kluczowe:** media lokalne, radio lokalne, radio niepubliczne, katolickie stacje radiowe, Radio eM Kielce

### **Radio eM Kielce – non-public radio station of the diocese of Kielce**

The state of local media in Poland is one of the subjects studied by modern media scholars. Does the intensification of the development of online news portals and the simultaneous decline in interest in traditional media, have reflection in the local market? The authors answer these questions by referring to one of the non-public radio stations in Kielce, Radio eM. They also describe how this local station is trying to reach the widest possible audience, especially in times of constant changes in the consumption of media.

**Key words:** local media, local radio, non-public radio, Catholic radio stations, Radio eM Kielce

Data zgłoszenia tekstu: 17.07.2024

Data akceptacji tekstu: 06.11.2024