

Komunikacja werbalna w przekazie radiowym Radia Maryja

Autor tekstu: **Przemysław Szymkowski**

„Medium, które ma kształtować opinię publiczną, czyli tak zwane opiniotwórcze medium musi się zajmować problematyką polityczną. Musi uprawiać publicystykę najszerszej pojętą”.
- Ks. bp. dr. Adam Lapa o mediach katolickich.

Introdukcja

Wraz z podniesieniem „żelaznej kurtyny” i początkiem kulturowego oddziaływania Zachodu w Polsce rozpoczął się proces transformacji kulturowej. Skutkiem tego stało się odrzucanie uznawanych idei i wzorców, z równoczesnym propagowaniem alternatywnego systemu wartości, eksponowanie tych aspektów natury i działalności człowieka, które pozostały dotychczas w ukryciu, zapomnieniu lub odrzuceniu. Coraz liczniejsze grupy Polaków „uciekają” od kultury dominującej; obowiązujących norm, wartości i wzorów zachowania przekazywanych w toku interakcji społecznych z pokolenia na pokolenie. Dynamiczna pluralizacja religijna spowodowała powstanie nowych ruchów religijnych i quasi-religijnych. Wydaje się, że wraz ze wzrostem zainteresowań alternatywnych następuje silny przyrost tendencji konserwatywnych odrzucających wszelkie nowatorskie zapatrywania na otaczającą nas rzeczywistość.

Wobec tych nagłych i koniecznych zmian w sferze społeczno-politycznej wyłoniła się pewna wizja, która wyznacza nowe cele, inspiracje i nadzieje dla społeczeństwa polskiego. Znaczna grupa ludzi zwraca się w stronę życia społecznego, wartości, norm i modeli zachowania propagowanych przez wizję dyrektora Radia Maryja o. Tadeusza Rydzyka. Ta persona i jej wizja zaabsorbowała mnie, ponieważ prezentuje Polakom nowy konstrukt Polski za pośrednictwem tzw. czwartej władzy, którą są środki masowego przekazu. Ojciec Rydzyk skupia wokół swojej osoby Fundację Nasza Przyszłość, Fundację Lux Veritatis i Wyższą Szkołę Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, a także konglomerat masmediów składający się z Radia Maryja (dalej nazywane RM), telewizji Trwam oraz gazety „Nasz Dziennik”.

Niniejsza praca ma na celu analizę treści i sposobu komunikacji werbalnej stosowanej w rozgłośni RM, stającej się współcześnie jedną z najbardziej interesujących, kontrowersyjnych i wpływowych myśli w społeczeństwie polskim, co spróbuję uzasadnić w niniejszej pracy. Praca ta stanowić będzie rodzaj refleksji teoretycznej, a także próbę systematyzacji zagadnień związanych z RM. Metodą analizy było słuchanie audycji RM oraz eksploracja tekstów i stron WWW zajmujących się przedmiotem.

Praca ta składać się będzie z trzech rozdziałów. W pierwszym rozdziale spróbuję zdefiniować komunikację werbalną i jej zastosowanie w przekazie radiowym. W rozdziale drugim krótko zaprezentuję rozgłośnie RM próbując uniknąć zagłębiania się w obecną kondycję naszej sceny społeczno-politycznej. Następnie w rozdziale trzecim przejdę do prezentacji języka RM. Na końcu zajmę się podsumowaniem przedstawionej tematyki.

Chciałbym, by poniższy tekst był spójny, ścisły i wyraźny, dlatego wyodrębniłem poszczególne zagadnienia, aby uczynić go bardziej przejrzystym. Przedstawione przeze mnie wnioski będą mieć raczej charakter uniwersalny, a praca ta stanowić będzie szkic problemu, który jest elementem naszej rzeczywistości społeczno-politycznej.

Myślę, że dokonam systematyzacji tematyki, która pomimo swojej medialnej popularności rzadko staje się przedmiotem poważnych analiz naukowych. Istnieje wiele książek traktujących o mediach, przekazie radiowym czy komunikacji werbalnej, lecz bardzo mało powstało prac dotyczących konkretnej rozgłośni radiowej czy stacji telewizyjnej, krytykujących jej główne idee i działania z różnych punktów widzenia. W Internecie istnieje wiele stron traktujących nieprzychylnie o rozgłośni i działalności RM. Dlatego trudne jest podejście obiektywne i bezstronne pozbawione entuzjastycznego nacechowania, toteż praca to może miejscami przybierać charakter bardziej opisowy niż teoretyczny. Moim zamiarem jest ogarnięcie i przedstawienie powstałego względnie niedawno zjawiska medialnego, jakim jest Radio Maryja. Kończąc uwagi wstępne chciałbym podkreślić, że wiele z poruszonych problemów i kwestii wymaga oczywiście dalszej pogłębionej analizy i licznych badań, chociażby dlatego, że przekaz werbalny w radio ma coraz większe znaczenie.

I. Komunikacja werbalna a niewerbalna — siła przekazu

W poniższym rozdziale przedstawię przedmiot mojej pracy, jakim jest zastosowanie komunikacji werbalnej. Spróbuję zdefiniować komunikację werbalną, a także zjawiska pozostające w ścisłym z nią związku. W tym obszarze leży komunikacja perswazyjna, manipulacja, propaganda i socjotechnika. Następnie spróbuję opowiedzieć na pytanie: co to jest radio? i dowieść truizmu, że radio stosujące komunikację werbalną może wywierać niezwykle silny wpływ na swoich słuchaczy.

Co to jest komunikacja werbalna?

Człowiek jest istotą społeczną, skazaną na komunikację ze swoim środowiskiem. Aby oddziaływanie międzyludzkie było możliwe, musi istnieć komunikacja, czyli najogólniej rzecz ujmując — porozumiewanie się, przekazywanie myśli, udzielanie informacji. Język jest narzędziem komunikacji między ludźmi. Kontakt człowieka z otoczeniem następuje na drodze komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Komunikacja werbalna jest oparta na słowach, czyli tam gdzie używamy słów, kontaktujemy się werbalnie. Zatem czytając książkę, pisząc list czy słuchając lub mówiąc wyrażamy się za pomocą słowa. Szczególną uwagę należy tu zwrócić na akcent i modulowanie wypowiedzianych kwestii, co często ma większy wpływ na partnera interakcji niż treść wypowiedzi, stopień płynności mowy i zawartość (treść) wypowiedzi. [1] Z kolei komunikacja niewerbalna jest to:

„sposób, w jaki ludzie się komunikują, intencjonalnie lub nieintencjonalnie, bez słów; wskaźniki niewerbalne obejmują mimikę, ton głosu, gesty, pozycję i ruchy ciała, dotyk i spoglądanie”. [2]

W komunikacji interpersonalnej znamienne znaczenie ma komunikacja niewerbalna, która stanowi 55 %, 38% to artykulacja, a 7% słowa, lecz współczesne teorie głoszą, iż nie sposób oddzielić od siebie stronę werbalną od niewerbalnej, przez co traktować je należy jako jednolity konstrukt komunikacyjny. [3]

W związku z powyższym mówiąc o przekazie radiowym będę miał na myśli komunikację werbalną nie izolowaną od niewerbalnej, tylko wzbogaconą czynnikami paralingwistycznymi i niewizualnymi takimi jak ton głosu, tempo mowy, intonacja, przerwy, stan emocji.

Co to jest komunikacja perswazyjna?

Mając zwięźle omówioną komunikację werbalną stosowaną w konwersacji, chciałbym przedstawić siłę przekazu, czyli komunikat przekonujący do zajęcia określonego stanowiska w danej sprawie tzn. komunikację perswazyjną. Komunikacja [perswazyjna](#) jest to:

„szczególny rodzaj wysoko spersonalizowanej pośredniej [komunikacji](#) masowej (za pośrednictwem [masmediów](#)), której zadaniem jest [informacja](#) o określonym aspekcie rzeczywistości w sposób zgodny z intencją nadawcy komunikatu”. [4]

Przykładem komunikacji perswazyjnej, często spotykanej w życiu, mogą być różnego rodzaju manipulacje faktami. Każdy fakt można opisać używając różnych słów, co powoduje, że poszczególne stacje telewizyjne czy radiowe nie zawsze informują w jednakowy sposób o tych samych faktach, a odpowiedni komentarz lub ton głosu potrafi umniejszyć lub rozdmuchać dane zdarzenie. Przykładem mogą być wiadomości przekazywane w RM w porównaniu z serwisami innych komercyjnych radiostacji. [5]

W procesie perswazji kluczowe są trzy aspekty: [6]

1. Źródło komunikatu — nadawcy wiarygodni i atrakcyjni są bardziej skuteczni od mało wiarygodnych i nieatrakcyjnych.
2. Charakter komunikatu — efektywny komunikat nie jest spostrzegany przez odbiorców jako specjalnie przygotowany w celu wywarcia na nich wpływu. Kiedy generalnie odbiorcy popierają stanowisko nadawcy to najlepiej stosować komunikat jednostronny, prezentujący tylko argumenty wspierające. Natomiast gdy audytorium ma odmienny pogląd od nadawcy, wówczas należy przedstawić komunikat dwustronny, by następnie zbić argumenty będące w opozycji do przyjętego stanowiska nadawcy. Jeżeli argumenty dwóch stron mają wystąpić jeden po drugim wtedy należy pamiętać o efekcie pierwszeństwa — większy wpływ ma informacja prezentowana jako pierwsza, natomiast gdy ma wystąpić

przerwa między prezentacjami, wówczas jest duże prawdopodobieństwo, że wystąpi efekt świeżości — łatwiej zapamiętujemy argumenty z drugiego komunikatu.

3. Odbiorca przekazu — audytorium o rozproszonej uwadze jest bardziej podatne na perswazję niż osoby o uwadze skupionej.

Chcąc wywołać u odbiorcy określone stanowisko w danej sprawie, nadawcy komunikatów świadomie stosują metody komunikacji perswazyjnej.

Synonimami powyższej techniki manipulacji jest m.in. agitacja, indoktrynacja, propaganda czy socjotechnika. I tak na przykład, socjotechnika jest:

„nauką praktyczną, która zajmuje się tym, jak formułować reguły działania w oparciu o stwierdzenie zależności między faktami i jak przy uwzględnieniu omawianych ocen realizować zamierzone skutki społeczne. Przedmiotem, na który socjotechnika działa, są masowe wzory postaw i zachowań ludzkich. Te postawy i zachowania można zmieniać za pomocą czterech zasadniczych sposobów: system wychowania, technik masowego oddziaływania, systemu prawnego i sposobu posługiwania się władzą”. [7]

Natomiast propagandą nazywamy:

„wiadomości (lub informacje) przekazywane urzędowo społeczeństwu za pośrednictwem środków masowego przekazu, jakimi są radio, prasa, telewizja itp., przez władze państwowe lub lokalne albo też przez różne instytucje działające w danym systemie społeczno-politycznym, na przykład partie polityczne”. [8]

Widzimy więc, że socjotechnika, propaganda czy komunikacja perswazyjna dokonują świadomych przekształceń społecznych po to, aby osiągnąć zamierzone cele.

Nie będę się już zagłębiał w definiowanie pozostałych bliskoznacznych technik manipulacji. Ogólnie można powiedzieć o manipulacji w psychologii czy w socjologii, że jest to celowo kierowana [interakcja społeczna](#) mająca na celu oszukanie osoby lub grupy ludzi, aby skłonić je do działania sprzecznego z ich dobrem lub zgodnego z intencjami manipulatora. Autor manipulacji dąży zwykle do osiągnięcia osobistych lub politycznych korzyści kosztem poddawanych jej ludzi. Aby osiągnąć zamierzone, cele konieczne jest wcześniejsze oddziaływanie na percepcję odbiorcy celem ukształtowania przekonań i opinii warunkujących przyjęcie właściwej postawy pojawiającej się w oczekiwanym zachowaniu.

Radio a telewizja

W tej części nie będę odpowiadał na pytanie, co to jest radio bądź telewizja, lecz tylko postaram się określić cechy odróżniające radio od telewizji. Radio jest jednym z massmediów komunikującym się z odbiorcą na odległość za pomocą dźwięku. Radio pozbawione jest obrazu, przez co odbiór komunikatu radiowego jest uboższy o komunikację niewerbalną, gdyż nie obserwujemy autora wypowiedzi, jego mimiki, gestów, pozycji, ruchów. Dlatego też komunikat radiowy osiąga lub osiągnął perfekcję w przekazie dźwięku oraz słowa mówionego. Inną według mnie istotną cechą różniącą oba media jest kwestia ich dostępności i możliwość wykonywania innych czynności podczas odbioru. Radio jest mobilne, audycje są dostępne praktycznie wszędzie drogą fal radiowych, natomiast telewizja jest bardziej statyczna i możliwa do percypowania wyłącznie w określonych miejscach. Następnie słuchając radia odbiorca może wykonywać wiele czynności, na przykład pracować, jeździć samochodem, rozmawiać czy nawet czytać, zaś w przypadku telewizji odbiorca jest bardziej zaabsorbowany, gdyż powinien oglądać obraz i słuchać przekazu. Ponieważ słuchacz radiowy może wykonywać liczne czynności podczas odsłuchu narażony jest na rozproszenie uwagi, a dzięki temu — jak już wcześniej wspominałem — jest bardziej podatny na perswazję niż osoba o uwadze skupionej.

Komunikaty radiowe (poradnictwo, przekaz informacji, faktów)

Komunikaty radiowe są tzw. żywym słowem, wypowiedzanym bezpośrednio przez nadawcę. W każdym przekazie radiowym *alias* werbalnym wyróżnić możemy cztery płaszczyzny komunikacji: [9]

1. Płaszczyznę rzeczową (formalną), poprzez którą przekazujemy pewne informacje w sposób oczywisty, formalny.
2. Płaszczyznę autoportretu (autoprezentacji), poprzez którą informujemy, w

- jakim jesteśmy nastroju, gdy wypowiadamy, nadajemy komunikat. Poza stanem psychicznym sfera ta ukazuje także poziom intelektualny, wiedzę, znajomość tego o czym się mówi.
3. Płaszczyznę wzajemnych relacji, która informuje o stosunku do rozmówcy (lub otoczenia), która wpływa na psychikę słuchacza, a szczególnie na jego myślenie i wolę.
 4. Płaszczyznę apelu, w której zawarte jest nasze przesłanie do odbiorcy, ustosunkowujące go do przedmiotów i zjawisk istniejących poza rozmówcami w określony, zgodny z intencją sposób.

Komunikacja werbalna to przekazywanie informacji za pomocą wyrazów. Dużą rolę odgrywają tu takie czynniki, jak **[10]**:

- Akcent, który jest ważniejszy od treści wiadomości.
- Stopień płynności mowy, który świadczy o kompetencji i odpowiedzialności mówcy.
- Treść wypowiedzi, która jest uzależniona od władzy oraz związków międzyludzkich, uzależnionych z kolei od przyjętego systemu kulturowego w tym przypadku zasób leksykalny ma związek z kompetencjami kulturowymi jednostki (na przykład osoby o mniejszych kompetencjach kulturowych rzadziej posługują się językiem literackim, a częściej gwarą środowiskową lub regionalną). Aby zapobiec nieporozumieniom, jakie mogą z tego tytułu wyniknąć, powinniśmy posiadać umiejętność aktywnego słuchania. Możemy to osiągnąć stosując następujące techniki:
 - odzwierciedlenie — informujemy rozmówcę, jak zrozumieliśmy jego odczucia lub intencje,
 - parafrazowanie — ujmujemy w inne słowa zasłyszany komunikat, upewniając się czy dobrze został zrozumiany,
 - klaryfikacja — skłaniamy rozmówcę do skoncentrowania się na głównej idei komunikatu lub prosimy o bardziej precyzyjne wyjaśnienie sprawy,
 - potwierdzenie - dopowiadamy pewne słowa, potwierdzając, że jesteśmy zainteresowani wypowiedzią i słuchamy uważnie.

Powyższe techniki chroniące przed nieporozumieniem są często stosowane przez redaktorów RM, szczególnie gdy słuchacz lub gość audycji telefonuje do redakcji i wyraża opinię w jakiejś przedmiotowej sprawie. **[11]** Uważam, że taki kontakt redaktora z rozmówcą sprzyja weryfikowaniu wypowiedzianych treści.

II. Co to jest Radio Maryja? Jaka jest organizacja radiostacji?

Zajmę się teraz krótkim omówieniem organizacji RM, sposobów jego finansowania, a także przedstawieniem jego audytorium oraz programu. Omówienie tych kwestii pozwoli na lepsze zrozumienie zastosowania komunikacji werbalnej w omawianej radiostacji.

Jaka jest organizacja RM?

8.12.1991 roku po raz pierwszy rozbrzmiało powitanie z toruńskiej rozgłośni „Tu Radio Maryja — katolicki głos w naszych domach”. Założycielem i dyrektorem stacji jest redemptorysta, ojciec Tadeusz Rydzyk, który okazał się niezwykle zdolnym menedżerem w branży medialnej i rozpoczął produkcję audycji radiowych. RM stało się pierwszą interaktywną stacją w Polsce, której programy powstają głównie przy współudziale słuchaczy, spędzających przy odbiorniku sporą część dnia. Niemalże od początku istnienia radiostacji trwa nieustająca publiczna debata. Tej prowadzonej przez Kościół rzymskokatolicki (Zakon Redemptorystów) rozgłośni zarzucano propagowanie nienawiści na tle rasowym, rozpowszechnianie spiskowych teorii na temat różnych dziedzin życia społecznego w Polsce, niedopuszczanie do otwartej dyskusji poprzez filtrowanie uczestników dyskusji i wycinanie głosów nieodpowiadających tezom dyskusji za pomocą kilkusekundowej linii opóźniającej. Słuchacze stoją na stanowisku, iż RM prowadzi ewangelizację oraz nadaje programy o tematyce społecznej, natomiast kontrowersyjne wypowiedzi mają charakter incydentalny i pochodzą głównie od słuchaczy,

gdyż rozmowy z nimi prowadzone są „na żywo”. [12] Program RM składa się z części religijnej (transmisje z mszy świętych, uroczystości religijnych, modlitwy na antenie i katechezy) i publicystycznej (audycje „Aktualności dnia” i „Rozmowy niedokończone”). Jak już wspominałem wcześniej audycje te bazują na telefonicznym kontakcie ze słuchaczem.

Radio funkcjonuje jako kościelna osoba prawna należąca do kościoła rzymskokatolickiego, a posiadaczem koncesji jest zakon o nazwie Zgromadzenie Najświętszego Odkupiciela (redemptoryści), podlegający bezpośrednio Stolicy Apostolskiej. Dyrektorem RM jest ojciec Tadeusz Rydzyk. W dokumentach przedstawionych KRRiTV o. Rydzyk figuruje jako „jednoosobowy organ nadzorczy, jednoosobowy organ zarządzający i jednoosobowy organ kontrolny” [13] RM i ma koncesję ogólnopolską ważną do roku 2008. Koncesja określa program RM jako program o:

„charakterze społeczno-religijnym, przedstawiającym zagadnienia wiary chrześcijańskiej oraz problemy życia społecznego z punktu widzenia wiary i społecznej nauki Kościoła katolickiego”. [14]

RM uzyskało tzw. status nadawcy społecznego — w zamian za rezygnację z emisji reklam, opłata koncesyjna została zredukowana o 80% (dla stacji ogólnokrajowej oscyluje ona w granicach 7 mln 640 tys. złotych rocznie). [15]

Jak finansowane jest RM?

Tematem kontrowersyjnym pojawiającym się często w mediach są podłoża finansowe RM, ponieważ nigdy nie opublikowano danych dotyczących funduszu początkowego radiostacji. W rzeczywistości źródła jego finansowania są niejawne i pozostają niejasne.

W związku z tym, że RM jest nadawcą społecznym, nie może zarobić na przykład na emitowaniu reklam. [16] Głównym źródłem finansowania są dobrowolne składki radiosłuchaczy, do których nawołują i zachęcają kilka razy dziennie redaktorzy. Zarzuca się, że RM utajnia źródła finansowania oraz nie składa sprawozdań finansowych, a także do dnia dzisiejszego nie rozliczyło się z pieniędzy zebranych na ratowanie Stoczni Gdańskiej. Radiostacja organizowała ogólnopolskie zbiórki finansowe na cele, których nie zrealizowała (właśnie jak wykup Stoczni Gdańskiej), lecz oferowała w okresie późniejszym, poprzez komunikaty na swojej antenie, zwrot przelewów oraz innych darowizn osobom, które takich zwrotów mogły się słusznie domagać. Zbiórka na wykup Stoczni Gdańskiej nosiła znamiona wątpliwej legalności, ponieważ nie miała wymaganego zezwolenia. [17] RM jest uważane za technicznie najlepiej wyposażone radio w kraju i jest jedynym radiem odbieranym w całej Europie, Rosji, obu Amerykach oraz na morzach i oceanach. W roku 2003 Fundacja Lux Veritatis, której prezesem jest o. Tadeusz Ryzyk, otworzyła studio telewizyjne Trwam posiadające wyposażenie warte kilka milionów złotych. Brak dokładnych rozliczeń finansowych oraz ostentacyjne faworyzowanie określonych opcji politycznych powodują oskarżanie RM o bycie głośnikiem propagandowym kilku partii politycznych co z kolei budzi podejrzenia, że weryfikacja finansowa uniemożliwiona jest przez chcących pozostać w cieniu członków owych ugrupowań finansujących najprawdopodobniej RM. Uwikłanie polityczne i status „kościelnej osoby prawnej” powoduje nierozwiązywalną sytuację prawną, której nie przewidział ustawodawca nie przypuszczający, iż kościelny podmiot prawny może prowadzić działalność polityczną na taką skalę. [18]

Jacy są słuchacze/grupa docelowa RM?

Słuchacze RM tworzą nieformalny ruch religijny i społeczny o nazwie Rodzina Radia Maryja. W całym kraju przy parafiach za zgodą proboszczów działają Koła Przyjaciół RM zajmujące się organizowaniem spotkań, pielgrzymek i wszelkich akcji ogłaszanych na antenie, kolportażem prasy i książek reklamowanych na antenie rozgłośni, zmawianiem mszy w intencji radia i jego dyrektora, zbieraniem datków na radio oraz pomocą przy organizacji młodzieżowych kół RM i podwórkowych kółek różańcowych dla dzieci.

Rozgłośnia RM zyskała dużą popularność i grono wiernych słuchaczy w Polsce i wśród Polonii. Szacuje się, że ma 2,92% słuchalności (I półrocze 2003 r.), czyli ok. miliona osób, z czego tylko 1% to osoby młode, zaś 70% stanowią osoby powyżej 60 roku życia (dane z 2002 r.).

Toruńska rozgłośnia ma ok. 2,4% udziału w rynku, co daje jej piątą pozycję w kraju, po RMF FM (24,5%), Radio Zet (20,9%), Program I PR (15,9%) i Program III PR (5,4%). [19]

RM udało się dotrzeć do ludzi, którzy czuli się osamotnieni, sfrustrowani, pozostawali wcześniej na marginesie życia społecznego, bali się nowej rzeczywistości, mieli zły kontakt z otoczeniem ponieważ uważano ich nierzadko za dewotów. Dzięki RM ludzie ci „odnaleźli się” jako wspólnota, zyskali świadomość, że ludzi podobnie myślących i żyjących w podobnych warunkach jest więcej. Dowiedzieli się, że to oni mają rację w ocenie rzeczywistości, a tzw. reszta świata pozostaje w błędzie. Przekonano ich, że mają do wykonania pewną misję polegającą na obronie wiary, kościoła i ojczyzny. [20] Słuchacze RM prezentują tradycyjny sposób myślenia, nie odnajdują bliskich sobie wartości w pozostałych mediach, dlatego też stacje teleewangelistów stają się jedynymi „głosami wolności” w zalewie liberalnej propagandy. RM dzieli polskich obywateli na „patriotów wiernych Bogu i ojczyźnie” oraz na zdrajców narodu polskiego — „komunoliberałów”. Rozgłośnia formułuje przekonania, myśli i sposoby na życie, które pomagają „przywrócić Panu Bogu właściwe mu pierwsze miejsce w naszym życiu społecznym, rodzinnym, osobistym”.

Według przeprowadzonych badań typowym słuchaczem RM jest kobieta powyżej 55 roku życia, często owdowiała, słabo wykształcona, o niskim dochodzie i statusie społecznym, raczej mieszkająca na wsi, nieinteresująca się życiem politycznym, publicznym, kulturą, nauką, niebawajęca w teatrze i nieczytająca książek. Zajmuje się sprawami wiary i religii, a poza oglądaniem serialu *"Plebania"* i teleturnieju *"Jaka to melodia"*, czyta tanią prasę kobiecą i tygodniki religijne. W jej życiu wartością podstawową jest rodzina, tradycja i poczucie bezpieczeństwa. [21] Jest to więc pewna swoista społeczność, której radio dostarcza nie tylko modlitwy, co jest jednym z jego podstawowych zadań, ale także informacji i komentarzy. Adresatami treści RM nie są wcale ludzie dociekliwi, lecz biernie przyjmujący wiedzę i nie weryfikujący otrzymywanych informacji.

Jakie są idee programu RM?

Na podstawie Koncesji Nr 003/ P 2001- R z dnia 21.6.2001 r. udzielonej Warszawskiej Prowincji OO. Redemptorystów, określono program RM:

"jako program o charakterze społeczno-religijnym, przedstawiającym zagadnienia wiary chrześcijańskiej oraz problemy życia społecznego z punktu widzenia wiary i społecznej nauki Kościoła katolickiego. Tak określony program ma służyć formowaniu postaw chrześcijańskich. Audycje realizujące społeczno-religijną specjalizację programu to audycje publicystyczne i edukacyjne o tematyce społecznej, realizowane przez różne formy radiowe, w tym edukacja obywatelska, oraz audycje religijne (słowne, słowno — muzyczne, muzyczne), czyli przedstawiające wielostronnie zagadnienia wiary i życia Kościoła; informacja i publicystyka na temat życia i działalności Kościoła Powszechnego i lokalnego, modlitwy, katechezy i homilie, transmisje mszy św., nabożeństw i uroczystości religijnych, edukacja religijna tj. edukacja w zakresie prawd wiary i społecznej nauki Kościoła, lektura *Pisma świętego*, nauczania papieskiego, pism Ojców Kościoła i innych tekstów Kościoła, audycje literackie prezentujące teksty poświęcone wierze (poezja i proza religijna), audycje o tematyce religijnej adresowane do dzieci, muzyka sakralna, pieśni i współczesne piosenki religijne i inne". [22]

Według raportu KRRiTV cechy charakterystyczne audycji publicystycznych RM o tematyce społeczno-politycznej to:

1. "szczególny sposób traktowania, wyróżniający się okazywaną sympatią i zainteresowaniem, chociażby poprzez częstą obecność na antenie środowisk wyrażających swoje niezadowolenie wobec decyzji władz (rolnicy, hutnicy, służba zdrowia, kolejarze), wynikający co prawda ze szczególnego przesłania Kościoła — opiekuna ubogich i krzywdzonych, ale podporządkowany aktualnemu i naczelnemu przesłaniu społeczno-politycznemu stacji, którym jest sprzeciw wobec wejścia Polski do Unii.
2. częsta obecność i prezentacja poglądów i ocen środowisk opozycji parlamentarnej; może to prowadzić do nieobiektywnej, jednostronnej, a nawet fałszywej oceny sytuacji w kraju .
3. stała obecność na antenie polityków Ligi Polskich Rodzin i Ruchu Katolicko-Narodowego związanych z Radiem Maryja; jest ona wynikiem sympatii politycznych ojca Rydzyka, które mają charakter bardziej personalny niż partyjny (A. Macierewicz, B. Pęk, M. Grabowski, U. Krupa, J. Szafraniec, A. Biela)". [23]

Program stacji cechuje się bardzo silnym [konserwatyzmem](#), propaguje ustrój gospodarczy państwa opiekuńczego z naciskiem na narodowy charakter polityki gospodarczej. W kwestii obyczajów nawiązuje do ludowych elementów polskiej religijności. Radiostacja wojowniczo atakuje model liberalnego państwa demokratycznego.

RM uprawia kult Matki pod postacią Maryi, nie rozgraniczając go zbyt dokładnie od kultu katolickiego, to też przyciągnęło tak wielkie grono głównie starszych wiekiem słuchaczek. Radio to, według krytyków, przyciągnęło także środowiska narodowe (endecja) poprzez kult Marii Królowej Polski. Pojawiające się zarzuty, że RM popadało w lefebryzm i idolatrię, a niektórzy uważają, że dokonała się swego rodzaju schizma w Kościele Polskim, formułująca „Kościół toruńskokatolicki”, różniący się od Kościoła rzymskokatolickiego. [24] Ojciec Tadeusz Rydzik jest przez część polskich biskupów oskarżany o „dzielenie Kościoła” (ostatnio zarzut taki sformułował prymas Józef Glemp [25]) i o „szerzenie nienawiści” oraz postaw niezgodnych z nauczaniem Kościoła (co zarzucali mu abp. Józef Życiński czy abp. Tadeusz Gocłowski). [26] RM wzbudza liczne kontrowersje i sprzeciwy środowisk zarzucających mu ksenofobię i antysemityzm oraz czynne pobudzanie do nienawiści na tle narodowościowym przez audycje zawierające treści dyskryminujące ze względu na płeć, orientację seksualną, rasę, narodowość, wyznanie czy poglądy polityczne.

Ponadto RM stało się radiostacją upolitycznioną i mocno zaangażowaną podczas kampanii wyborczej i prezydenckiej w roku 2005. Spowodowało to liczne protesty wobec których ks. prof. Janusz Nagórny ustosunkowuje się na łamach „Naszego Dziennika” w następujący sposób:

„Jest mi smutno, że teraz, kiedy po tylu latach po raz pierwszy mamy szansę powoli (ileż tu trzeba cierpliwości i wytrwałości) zmienić Polskę, dokonuje się bezprzykładny atak na tych wszystkich, którzy proponują realny program tych zmian. Kiedy Radio Maryja opowiedziało się po stronie tego programu moralnego odrodzenia Polski, kiedy chce tylko wesprzeć działania polityczne, a nie w nich wprost uczestniczyć (zmiana prawa, przywrócenie sprawiedliwości, naprawa gospodarki, umocnienie fundamentów niepodległego państwa), przede wszystkim przez dalsze wzmacnianie aktywności obywateli i przez wskazywanie na moralny fundament ładu społecznego, chce się tak osłabić tę inicjatywę, by kolejny raz pogrzebać szansę naprawy Polski” [27].

Nadzieje programowe RM pokłada w Prawie i Sprawiedliwości oraz w Prezydencie Lechu Kaczyńskim, wzbudzając oburzenie niektórych środowisk i falę krytyki w stosunku do radiostacji, która odpiesza ataki argumentami walki politycznej, obroną demokracji i wolności słowa. Takie działania są niezgodne ze stanowiskiem Kościoła [28], który w żaden sposób nie powinien utożsamiać się z partią polityczną, ani łączyć się z żadnym systemem politycznym.

Pomijając liczne i burzliwe dygresje dotyczące działalności i powiązań tego silnego ośrodka ewangelizacyjnego z aktualnym rządem chciałbym przypomnieć, że wedle przekonań panujących wewnątrz samej rozgłośni pojawiające się w jej przesłaniu wątki społeczne czy polityczne (pojmowane jako budowanie wspólnoty i służba dobru wspólnemu) służą wyłącznie kształtowaniu dojrzałości i podmiotowości społeczeństwa, by mogło samodzielnie stanąć przeciw wszelkim zniewoleniom inspirowanym przez aktualną opozycję polityczną.

Według RM jedyne dobro to Kościół skupiony wokół rozgłośni, a wszystko co jest poza tym obszarem, to międzynarodowi przeciwnicy Boga i kościoła, czyli grupa masońsko-żydowska.

III. Egzemplifikacja przekazu Radio Maryja

Część analityczna — deskryptywna

W tym rozdziale podejmę próbę analitycznego opisu komunikatów werbalnych stosowanych w RM. Posłużę się przykładami wypowiedzi, oświadczeń, komunikatów zasłyszanych w omawianej radiostacji. Poniżej, chciałbym podzielić się spostrzeżeniami poczynionymi podczas słuchania audycji RM. Mam nadzieję, że uda mi się uniknąć subiektywnych ocen i ironii, co z pewnością nie jest łatwe przy omawianej tematyce.

W jaki sposób mówi się w RM?

W poprzednim rozdziale zająłem się ogólnym przedstawieniem RM. Chciałbym jednak

przypomnieć, iż radio to podejmuje w audycjach tematykę ewangelizacyjną i polityczno-społeczną, która nadaje charakter tej rozgłośni. Powtórzenie tej wiadomości jest według mnie istotne dla podjęcia rozważań o sposobie komunikacji, ponieważ istotne jest uświadomienie sobie treści wypowiedzi, zanim zaczniesz się mówić o jej formie. Mniemam, że komplementarność treści i formy znajdzie wyraz w przytaczanych przez mnie przykładach.

Zanim jednak przejdę do przykładów, chcę zaznaczyć, że redaktorzy RM opanowali sztukę oddziaływania na opinie i postawy ludzkie. Świadczy o tym dobitnie: [29]

1. znajomość poruszanej problematyki, bowiem słuchacz odczuwa, że nadawca „wie co mówi”, nie zaś „mówi co wie”,
2. znajomość języka i umiejętne posługiwanie się nim celem dobrego zrozumienia przekazu przez słuchacza,
3. wypowiedź słowna wyrażana prosto, dobitnie, sugestywnie i żywo,
4. znajomość odbiorców przekazu, tzn. ich problemów, uczuć, oczekiwań, pragnień oraz poziomu intelektualnego,
5. znajomość poczucia umiaru i taktu przejawiająca się dostosowaniem do powstałych sytuacji.

Powyższe wytyczne przykuły moją uwagę w emitowanym na antenie rozmowach telefonicznych ze słuchaczami. Często bowiem zdarza się, że słuchacz, podczas rozmowy zaczyna na przykład płakać, narzekać, złościć się, krzyczeć, chwalić lub dziękować. Brak dyletantyzmu, opanowanie języka (specyficznego słownika) oraz zrozumienie poruszanej tematyki i dylematów interlokutorów jest według mnie znamienne dla tej rozgłośni.

Przedstawiony poniżej zarys wypowiedzi nie ma na celu przedstawienia tendencyjności i jednolitości poglądów prezentowanych w RM, lecz jedynie ukazanie sposobu prowadzenia audycji lub dialogu.

Uważam, że kondycja fonetyczna redaktorów RM jest właściwa, ponieważ wszystkich cechuje naturalna barwa głosu, odpowiednie akcentowanie i tempo wypowiedzi, poprawna artykulacja przejawiająca się mówieniem oraz odczytywaniem (a tu przekaz to głównie treści odczytywane) trudnych tekstów zważając na samogłoski i spółgłoski. Nie występuje niedomawianie końcówek wyrazów ani zbitki wyrazowe. Unika się naleciałości regionalnych oraz neologizmów, chociażby młodzieżowych. Radiostacja ta posługuje się wyłącznie językiem polskim, bez obcojęzycznych naleciałości, ponieważ audytorium polskie lub polonijne mogłoby mieć problem ze zrozumieniem treści. Ponadto słuchając RM nie odczuwałem presji czasowej przejawiającej się w szybkich lub niedokończonych wypowiedziach. Następnie podczas wypowiedzania wszelkich treści stosuje się przerwy, pauzy, dzięki czemu forma przekazu koresponduje w sposób jednoznaczny z treścią.

Tym jednolitym, czystym głosem jak najmniej gardłowym, który jest spokojny i neutralny dla emocji, mimo wszystko przemycą się emocje za pomocą znaczeń. RM operuje specyficznym językiem spełniającym funkcję informacyjną i silnie emocjonalną. [30] Wszelkie informacje przekazywane na falach rozgłośni posiadają silny ładunek emocjonalny, warunkujący aprobatę lub dezaprobatę danych treści przez odbiorcę.

Jakie jest argumentowanie komunikatów?

RM używa swoistych metod argumentacji charakterystycznych dla propagandy. Różnorodne sposoby prowadzenia wywodów na dany temat występują nie pojedynczo, lecz kompilacyjnie, dlatego warto pamiętać, że podczas audycji korzysta się jednocześnie z wielu metod w celu wzmocnienia wpływu na słuchacza.

Poniżej postaram się przytoczyć niektóre przykłady technik propagandowych RM [31]:

Manipulacja krytyką (na zasadzie ping-pong) — metoda polega na tym, że nadawca komunikatu krytycznego, deprecjonującego adresata, staje się ofiarą spotęgowanej reakcji adresata. Przykładem może być audycja *"Wstańmy, już czas iść w apostoła mediów"* [32] albo oświadczenie o. Tadeusza Rydzyskiego [33], w którym mówi:

„w mediach liberalnych nastąpił kolejny zmasowany atak udających obronę Kościoła i Polski na Radio Maryja. W atakach tych rozpowszechnia się jak zwykle bardzo poważne oszczerstwa — od przestępstw finansowych, przez nieposłuszeństwo Kościołowi, uprawianie polityki, ksenofobię, do antysemityzmu. W tej ostatniej kampanii posłużono się tekstem jednego z felietonistów, by na cały świat rozprowadzić wymienione oszczerstwa, a przy tym zarzucono nam język hitlerowski. Nikt z rzekomych obrońców Kościoła, tolerancji, Polski tym

się nie zainteresował".

Analogię można zauważyć w Komunikacie Zespołu Wspierania Radia Maryja w służbie Bogu, Kościołowi, Ojczyźnie i Narodowi Polskiemu:

„występujące ostatnio nasilenie agresji świadczy wyraźnie o podjętej nowej, zorganizowanej akcji, która w zamyśle uczestniczących w niej ma doprowadzić do zdyskredytowania katolickiej rozgłośni".

Treść oświadczenia o. Rydzyka informuje nas, jakie były powody jego wygłoszenia. Kolejnym krokiem jest uzasadnienie i wytłumaczenie podważonych przez inne wrogie media, jasnych i słusznych intencji RM.

„W Radiu Maryja uczymy wzajemnej miłości, do której wyzwala pełna prawda. W Radiu Maryja jest otwarty mikrofon, by móc jak ludzie wolni prowadzić dialog na tematy dotyczące całej rzeczywistości, w której żyjemy. Wypowiadający się odpowiadają za swoje słowa. Nie możemy wprowadzać zniewolenia cenzurą czy autocenzurą, czego doświadczyliśmy w czasach totalitaryzmu. Jeżeli kogoś dotknęły wypowiedziane u nas słowa jednego ze znanych polskich felietonistów, to jest nam bardzo przykro. Nikt nie miał zamiaru wyrządzić komukolwiek jakiegokolwiek przykrości czy szkody. Szanujemy każdego człowieka, niezależnie od narodowości, stanu, wieku, rasy czy religii".

W komunikacie Komitetu Zespołu Wspierania RM natomiast słyszymy:

„Obrzucanie Radia Maryja na przykład zarzutami o antysemityzm jest nie tylko rozpowszechnianiem kłamstwa i oszczerstwa o tej rozgłośni, ale wręcz odwracaniem uwagi od istotnych spraw i problemów, z którymi Polska musi się borykać. Kolejne ataki na rozgłośnię nastąpiły po wyemitowaniu felietonu red. S. Michalkiewicza; przypisanie temu wystąpieniu cech antysemityzmu jest zwyczajnym oszczerstwem".

Na zakończenie o. Rydzyk stawia pytania na temat zaistniałej sytuacji niczemu nie winnego RM. Pytania te są oceniające:

„Czy jednak nie jest krzywdą stawianie zarzutów antysemityzmu i rzucanie w mediach w Polsce i świecie wielu oszczerstw na Radio Maryja i poszczególnych ludzi w nim posługujących? Czy nie można prowadzić dialogu na siłę argumentów, zamiast używać argumentu terroru medialnego? Jeśli u nas została powiedziana nieprawda, dobrze byłoby to pokazać, a my chętnie to wyjaśnimy. Inaczej jest to robienie wielkiej burzy — po to, by osiągnąć ukryty cel, znany tylko manipulatorom".

Zaś w komunikacie Komitetu Zespołu Wspierania RM mamy:

„Gdzież więc mogą spotkać się w rzeczowej i spokojnej dyskusji przedstawiciele rządu z wyborcami? Gdzież mogą przedstawić swój program, uzasadnić jego realizację? W takich sytuacjach jak opisana wyżej obowiązkiem katolickich środków przekazu jest zapewnienie elementarnego prawa do rzetelnej komunikacji społecznej, do prawdziwej informacji. To prawo należy się nam wszystkim wobec opanowania większości środków przekazu przez tzw. elity finansowe i polityczne".

W przypadku niespodziewanej krytyki lub odmiennych poglądów prezentowanych przez dzwoniącego słuchacza, rozmowa zostaje zakończona, na przykład:

- Słuchacz RM: - „Dlaczego nauczanie Radia Maryja jest sprzeczne z nauczaniem Chrystusa, jest sprzeczne z ewangeliami?".

- o. Rydzyk: — „To nie jest temat do rozmowy". [34]

Manipulacja słowami — polega na używaniu słów zawierających określony ładunek emocjonalny.

- Przykładem jest używanie wyzwisk wobec osób, instytucji czy zjawisk. Nadawca stosujący tą technikę ma nadzieję, że odbiorca odrzuci piętnowaną osobę lub ideę i utożsami ją sobie na podstawie negatywnego symbolu (często służy temu stereotyp), zamiast szukać dostępnych informacji. Wyzwiska mogą być mniej lub bardziej subtelne. Posłużę się przykładem felietonu autorstwa Stanisława Michalkiewicza pt. *Myśląc ojczyzna* [35], generalnie w całości przesiąkniętego negatywnym ładunkiem emocjonalnym:

„od tyłu zachodzą nas Judejczykowie, próbując wymusić na naszym rządzie zapłatę haraczu, zwanego dla niepoznaki rewindykacjami",

lub

„(...) oznacza to, że menadżerowie przedsiębiorstwa holokaust zwyczajnie chcą od państwa polskiego te miliardy dolarów wyłudzić".

- Rozbudzanie emocji wśród słuchaczy jest potrzebne dla osiągnięcia zamierzonych

celów. Czasami konieczne jest ich stonowanie, przejawiające się w używaniu eufemizmów. Są to określenia bardzo ogłędne lub wymijające pozwalające wyrazić radykalne poglądy w sposób łagodny, na przykład:

„Jakże często owe środki przekazu uczestniczą w rozpowszechnianiu nieprawdy, w formułowaniu bezpodstawnych ocen krytycznych, w burzeniu” [36].

- Gładkie ogólniki są to słowa wieloznaczne, które są ważne dla wielu ludzi, ale często znaczą co innego dla różnych osób. Na przykład wypowiedzi [37]:

„Jedyną cywilizacją jest cywilizacja chrześcijańska”, „stoimy wobec konfrontacji kościoła i antykościół, cywilizacji i antycywilizacji”, „kręgi antyewangelizacyjne”.

Uzurpacja — polegająca na zachowaniach uzurpacyjnych. Są to wypowiedzi generalizujące na przykład:

„mówię w imieniu wszystkich Polaków”, „naród przemawia przez RM”, „RM słucha nie kilka milionów, ale kilkanaście”, „to nieprawda, że Polska, że RM jest przeciwko Europie, czy przeciwko Unii Europejskiej” [38], „Jako członkowie Zespołu Wspierania Radia Maryja jesteśmy ostatnio zasypywani pytaniami o to, w jaki sposób wielomilionowa rzesza słuchaczy naszej rozgłośni (nazywana Rodziną Radia Maryja) może wspomóc to radio i jego ewangelizacyjną posługę” [39],

albo

„Nic więc dziwnego, że obserwujemy stałe atakowanie Radia Maryja. Jest ono trwałym elementem walki z Kościołem katolickim [40]”.

Odwoływanie się do „wszystkich” przez mówienie „wszyscy tak myślą, wszyscy tak robią” ma wyrzucić wpływ na przekonanie ludzi poprzez pobudzanie postaw konformistycznych, tj. kierowanie instynktem stadnym. [41] Jest to rodzaj manipulacji w formie presji grupy. To myślenie większościowe urealnia się przy użyciu środków, jakimi są telefony zwykłych ludzi. Oni zdobywają zaufanie społeczne, ponieważ powielają głoszone poglądy i zachowania oraz odcinają się od osób o fałszywej skromności i tajemniczych, zepsutych elit. Obiektywizowanie takich treści z pewnością nie aktywizuje słuchaczy do samodzielnej oceny rzeczywistości.

Strach — ta metoda opiera się na dwóch filarach: wzbudzeniu strachu i zaoferowaniu rozwiązania, które uchroni przed niechybną zgubą. Słuchacze utrzymywani są w permanentnym poczuciu zagrożenia, którego przyczyną jest wróg rzekomo wszechobecny, wymuszający konieczność ciągłej gotowości do walki. Bronić się można przez modlitwę i czynną walkę z tym wszechogarniającym złem - wcieleniem szatana. Myślę, że ta lękotwórcza wizja jest widoczna w przytaczanych powyżej wypowiedziach.

Autorytet — chyba najczęstszą metodą wywierania wpływu w audycjach RM jest odwoływanie się do autorytetów. [42] Egzemplifikacją autorytetu jest oczywiście *Pismo Święte*, jednakże tym personalnym autorytetem ostatecznym, nieomylnym i bliskim sercom większości Polaków — słuchaczy RM — jest niewątpliwie papież Jan Paweł II. Praktycznie każda audycja, felieton czy telefoniczny głos gościa radiostacji odwołuje się do nauk, pism czy wypowiedzi papieża, które przytacza w postaci interpretacji lub cytatów. Zwolennicy Radia Maryja uważają, że papież Jan Paweł II jednoznacznie poparł RM w swoich wypowiedziach, retransmitowanych prawie codziennie na antenie tej stacji. Jednak jak podaje raport KRRiTV

„w dniu 27.2.2003r. stwierdzono wielokrotną obecność w „Wiadomościach” informacji w świadomy sposób sfalszowanej; dotyczyła ona błogosławieństwa dla Radia Maryja i Telewizji Trwam, którego w trakcie audiencji generalnej miał udzielić Jan Paweł II. Informację tę zweryfikowała negatywnie Katolicka Agencja Informacyjna. Zdementował ją także na konferencji prasowej po Konferencji Episkopatu Polski obecny na tejże audiencji ks. bp [Sławoj Leszek Głódź](#), Przewodniczący Rady Episkopatu do spraw Mediów”. [43]

Mimo wszystko przekonanie radiosłuchaczy przypuszczalnie jest inne, ponieważ częstotliwość odwoływania się do tego autorytetu musi budzić przekonanie chociażby o kontynuacji myśli papieża. Przykładem może być audycja *Wstańmy, już czas iść w apostołat mediów* [44], w której ojciec Rydzik mówi o edukacyjnej misji wszelkich mediów o jaką zabiegał Jan Paweł II. Oczywiście tę misję realizuje RM, konfrontując ją z propagandą prowadzoną przez inne media. Oprócz tego wykorzystywany jest status/świadek osób, które mogą mieć zaufanie społeczne lub są popularne, do potwierdzania poglądów prezentowanych w RM. Gośćmi lub autorami felietonów są osoby z wysokimi tytułami naukowymi (doktor, profesor), również pod komunikatami lub apelami głoszonymi w RM podpisują się osoby utytułowane. [45]

Muzyka — RM nadaje wyłącznie muzykę religijną (na przykład: „*Santa Maria*”, „*Niesiemy*

wiarę"), poważną lub pieśni patriotyczne. Ponadto emitowane są *cover*y grane na organach elektrycznych na przykład: "Dirty dancing" czy utwory Carlosa Santany bądź Stinga. Muzyka ta to swoisty sentymentalizm coverowy, ponieważ ma ona pokrzepić duszę i wzruszyć sentymentalnie. Muzyka jest również tłem (głównie muzyka wykonywana na organach lub flecie) do wszelkich audycji i ułatwia stosowanie przerw lub pauz.

Przypuszczam, że celem prowadzących audycję jest manipulowanie zaproszonymi gośćmi i poruszonymi tematykami. Zawoalowane poglądy mają wzmocnić oddziaływanie na słuchaczy.

Zakończenie

Reasumując, muszę stwierdzić, że z pewnością przytaczane wypowiedzi pokazują nie tyle prezentowane poglądy, ile sposób przedstawienia treści i przekonywania do nich. Jak wspomniałem powyżej, przeobrażenia przekonań i opinii warunkują kształtowanie pożądaných postaw celem pojawienia się określonych zachowań. Sądzę, że RM ma również możliwość weryfikowania efektywności swoich audycji na podstawie rozmów telefonicznych ze słuchaczami, lub na organizowanych spotkaniach grup sympatyzującym z RM. Manipulacja, z jaką mamy do czynienia, jest formą zamierzonego wywierania wpływu na grupę w taki sposób, by realizowała działania zaspokajające potrzeby manipulatora. Próbowałem zaprezentować zastosowanie komunikacji werbalnej w przekazie radiowym i myślę, że na przykładzie tej radiostacji można dobitnie ukazać, jak treścią i sposobem przekazywania informacji można kształtować opinię publiczną. RM jest wyjątkowym współczesnym, polskim medium, w którym dominujący format audycji to duża ilość słowa i modlitw. Radio to, emitujące jednostronne, paranoiczne i ksenofobiczne podejście do zastanego świata, ma wierną i bardzo liczną wspólnotę finansujących je słuchaczy, zgromadzonych wokół nieomylnego autorytetu, za jakiego jest uważany ojciec Tadeusz Rydzyk. Aktualnie stacja ta budzi mnóstwo kontrowersji i staje się poważnym problemem dla Kościoła Katolickiego, części polskiego społeczeństwa, sceny politycznej w Polsce, a także dla Unii Europejskiej.

Przedstawiony przeze mnie zarys zastosowania komunikacji werbalnej w przekazie radiowym na przykładzie RM z całą pewnością nie wyczerpuje problematyki. Moim celem było jednak przeanalizowanie pewnego medium, które powstało w rezultacie procesu transformacji kulturowej.

Przypisy:

[1] Por. Komunikacja Interpersonalna.

[2] E. Aronson, T. Wilson, R. Akert *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Poznań 1997, s.173.

[3] Por. J. Stewart *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*, PWN, Warszawa 2005, s. 76.

[4] [Komunikacja perswazyjna](#).

[5] Chcę tu zwrócić uwagę na niestronienie od ironii, zdziwienia, zażenowania itp. w przekazie werbalnym faktów w "Serwisie informacyjnym". Ponadto wiadomości RM cechuje kompletny przekaz wiadomości przez nadawcę. Brak jest montowanych wypowiedzi autora danej treści, lecz treść ową przekazuje nam wraz z "własnym" bagażem emocjonalnym nadawca wiadomości. Inną znaną cechą występującą w "Aktualnościach dnia" jest występowanie gości sympatyzujących z intencją nadawcy.

[6] Patrz E. Aronson, T. Wilson, R. Akert, *op. cit.*, s. 319.

[7] [Od perswazji do manipulacji](#), cyt za. A. Podgórecki, *Zasady socjotechniki*, Warszawa 1966, s.23.

[8] Patrz J. Sztumski, *Propaganda - jej problemy i metody. Skrypt przeznaczony dla studentów nauk politycznych i dziennikarstwa*, Uniwersytet Śląski, Katowice 1990, s. 11-12.

[9] Patrz J. Sztumski, *Propaganda ...*, s. 70.

[10] Komunikacja Interpersonalna.

[11] Audycje RM bazują na telefonicznym kontakcie ze słuchaczem.

[12] Patrz: [Debata o Radiu Maryja](#).

- [13] M. Lizut, [Ojciec dyrektor i tajemnica rodziny](#).
- [14] [Radio Maryja](#).
- [15] Patrz: [Radio Maryja](#).
- [16] Radiostacja mimo zakazu emitowania reklam, emituje reklamy własne pod hasłem "Być apostołem przez media". Reklamowane są książki, filmy z wydawnictwa Fundacji Nasza Przyszłość, gazeta "Nasz dziennik", publikacje *Rodzina Radio Maryja*, *Anioł Stróż*, *Różaniec*, telewizja Trwam i Wyższa Szkoła Kultury Społecznej i Medialnej.
- [17] M. Lizut, *op. cit.*
- [18] Patrz: [Debata o Radiu Maryja](#).
- [19] Patrz: [Radio Maryja](#).
- [20] K. Pokorna-Ignatowicz, *Antyunijne imperium ojca Rydzyka. Od Radia Maryja do Telewizji Trwam*, [w:] *Studia medioznawcze*, 2003 nr 5 (15), s. 195.
- [21] Patrz: [Gazeta.pl](#), cyt. za K. Pokorna-Ignatowicz, *Antyunijne imperium...*, s. 196.
- [22] [Program Radia Maryja](#).
- [23] [Program Radia Maryja](#).
- [24] Patrz: [Debata o Radiu Maryja](#).
- [25] [Radio Rydzyka niszczy jedność Kościoła](#).
- [26] Patrz: [Skąd się wzięła metoda Rydzyka?](#).
- [27] [Smutno, ale nie lękajcie się!](#).
- [28] W tej sprawie zaczęła się wypowiadać Stolica Apostolska Sekretariat Stanu Stolicy Apostolskiej, pismem N.1979/06/RS z dnia 21.3.2006 r., skierowanym do Nuncjatury Apostolskiej w Polsce, zauważa, że "uciażliwą sprawą RM z pełną uwagą i stanowczością powinni się zająć: biskup toruński (gdzie radio ma siedzibę), władze zakonne Zgromadzenia Ojców Redemptorystów oraz Konferencja Episkopatu Polski" patrz: [Watykan interweniuje w sprawie Radia Maryja](#) lub [Treść dokumentów przekazanych przez Nuncjaturę Apostolską w Warszawie](#).
- [29] Patrz J. Sztumski, *Propaganda...*, s. 70-72.
- [30] Interesującą próbę zdefiniowania często używanych pojęć w RM można spotkać na stronie [Czym jest Radio Maryja? Słownik](#).
- [31] Patrz: [Metody propagandowe RM](#) lub J. Sztumski, *Propaganda ...*, s. 53-61.
- [32] [Wstańmy, już czas iść w apostołat mediów](#) [4.5.2006].
- [33] [Oświadczenie o. Tadeusza Rydzyka](#) [12.4.2006].
- [34] [Cytaty](#) lub [Moherowe berety](#).
- [35] [Myśląc ojczyzna](#) [30.3.2006].
- [36] [Komunikat Zespołu Wspierania Radia Maryja w służbie Bogu, Kościołowi, Ojczyźnie i Narodowi Polskiemu](#) [9.4.2006].
- [37] [Wstańmy, już czas iść w apostołat mediów](#) [4.5.2006].
- [38] cyt. za D. Kępa - Figura, *Unia Europejska oczami radia Maryja (analiza językoznawcza)*, [w:] *Studia medioznawcze*, 2003 nr 5 (15), s. 176.
- [39] [Komunikat Zespołu Wspierania Radia Maryja w służbie Bogu, Kościołowi, Ojczyźnie i Narodowi Polskiemu](#) [9.4.2006].
- [40] *Ibidem*.
- [41] Warto tu wskazać społeczny dowód słuszności jako metodę wywierania wpływu, którą zajął się m.in. R. B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańsk 2004, s. 110-150.
- [42] Kwestią autorytetu jako metody wywierania wpływu zajął się szerzej R. B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi...* oraz E. Fromm, *Ucieczka od wolności*, Warszawa 2000.
- [43] [Debata o Radiu Maryja](#).
- [44] [Wstańmy, już czas iść w apostołat mediów](#).
- [45] [Komunikat Zespołu Wspierania Radia Maryja w służbie Bogu, Kościołowi, Ojczyźnie i Narodowi Polskiemu](#) [9.4.2006].

Przemysław Szymkowski

Ukończył pedagogikę, specjalizacja: edukacja filozoficzno-społeczna, oraz studia podyplomowe z psychologii zachowań społecznych na Uniwersytecie Śląskim. W obrębie jego zainteresowań leży filozofia, psychologia, ekologia, estetyka i gastronomia. Uwielbia oglądać filmy i spędzać czas wolny tam, gdzie jest woda i wiatr (m.in. wędkarstwo). Z zawodu jest realizatorem ról społecznych. Obecnie urzędnik. Mieszka w Tychach.

[Pokaż inne teksty autora](#)



(Publikacja: 06-06-2006)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4818) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4818>)

Contents Copyright © 2000-2008 by Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.
Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę podkatalogów, skrypty JavaScript oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl