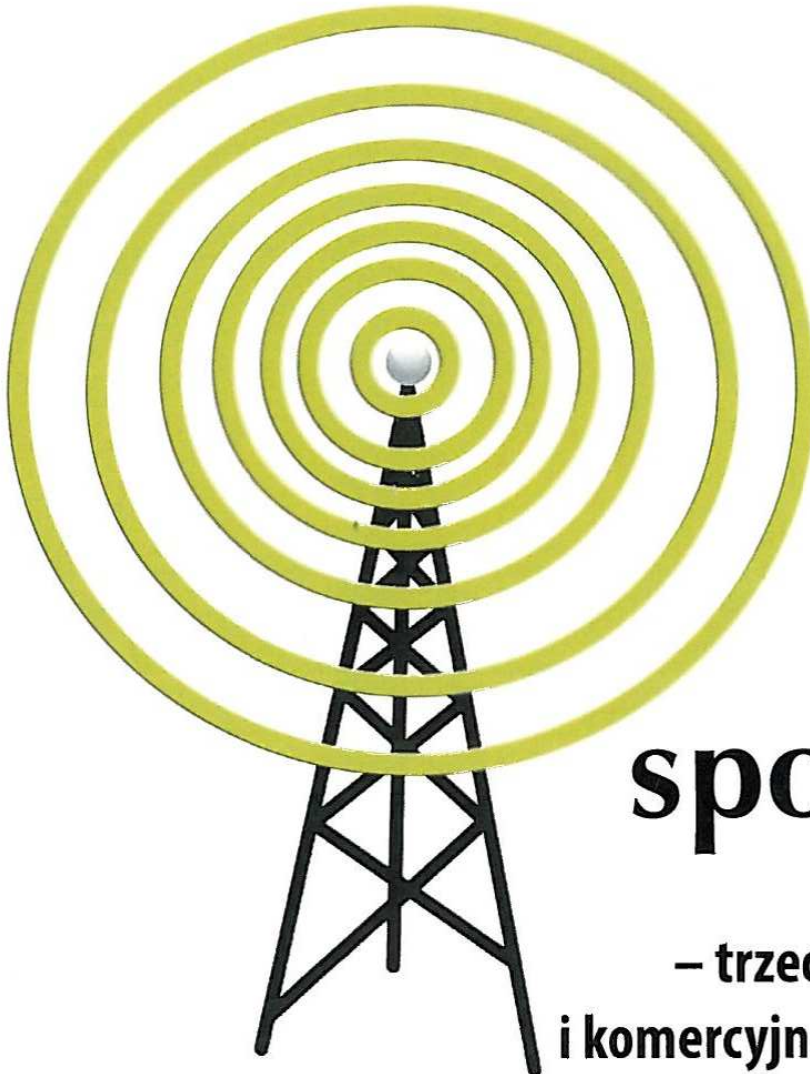
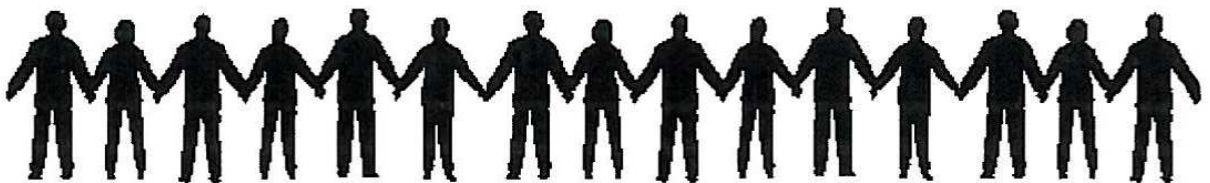


Urszula Doliwa



Radio społeczne

– trzeci obok publicznego
i komercyjnego sektor radiowy



Wydawnictwo
Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego
w Olsztynie



Urszula Doliwa – adiunkt w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Humanistycznym Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego. Ukończyła magisterskie studia dziennikarskie oraz specjalizację public relations i marketing medialny na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego w 2002 roku. Stopień doktora nauk humanistycznych w zakresie nauk o polityce uzyskała w 2007 roku na tym samym wydziale. Autorka książki *Radio studenckie w Polsce* (2008) oraz kilkudziesięciu artykułów naukowych i rozdziałów w monografiach o zasięgu krajowym i międzynarodowym poświęconych przede wszystkim radiu. Redaktorka publikacji zbiorowej *Radio w dobie nowych mediów* (2014). W 2012 roku wybrana do Rady Ekspertów Community Media Forum Europe (CMFE), od 2014 roku jest sekretarzem tej organizacji i członkiem jej ścisłego zarządu. Należy do sekcji radiowej

Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (PTKS) oraz European Communication Research and Education Association (ECREA). Od 2011 roku jest też redaktorką czasopisma „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”. W 2013 roku została recenzentką *Strategii regulacyjnej na lata 2014-2016* opracowanej przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Współpracowała z Radiem Piotrków, Polskim Radiem BIS, Polskim Radiem Olsztyn. Obecnie w Radiu UWM FM współtworzy wraz z dr Martą Więckiewicz-Archacką audycję *Mediofon* poświęconą mediom.

„Monografia Urszuli Doliwy, napisana językiem specjalistycznym, ale równocześnie żywym i zrozumiałym, wydaje mi się niezwykle potrzebna na naszym rynku wydawniczym. Jest znaczącym wkładem w rozwój badań nad radiem i mediami III sektora. Jestem przekonany, że dla wielu badaczy radia i mediów będzie rodzajem *reference book*”.

dr hab. Stanisław Jędrzejewski, prof. Akademii Leona Koźmińskiego

„Monografia jest nowatorska w sensie doboru tematu i jego wszechstronnej eksplikacji, udokumentowania – tak w sensie prawnym, jak i faktycznym, ukazuje konkretne przykłady działania takiego radia, mimo niedoskonałości (a może nawet nieżyczliwości) ciał regulacyjnych [...]. Polecam przeto tę publikację, przekonany o jej poznawczej, teoretycznej, ale i praktycznej wartości, jakkolwiek droga do tworzenia radia społecznego jako przestrzeni publicznej nie będzie ani krótka, ani łatwa w aktualnym stanie prawnym i politycznym”.

prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas, Uniwersytet Jagielloński

**Wydawnictwo Uniwersytetu
Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie**
ul. Heweliusza 14, 10-718 Olsztyn
tel. 89 523 36 61, fax 89 523 34 38
www.uwm.edu.pl/wydawnictwo/
e-mail: wydawca@uwm.edu.pl

ISBN 978-83-8100-011-6

Urszula Doliwa

Radio społeczne

**– trzeci obok publicznego
i komercyjnego sektor radiowy**



Spis treści

Od autora	7
Wprowadzenie	11
Rozdział I. Radio społeczne i jego kontekst społeczny	23
Definicja radia społecznego	23
Miejsce radia społecznego w systemie medialnym	37
Radio społeczne i jego wpływ na demokrację	40
Radio społeczne jako alternatywa dla innych sektorów medialnych i podmiot przyczyniający się do zwiększenia pluralizmu w eterze	53
Radio społeczne a idea partycypacji społecznej	57
Radio społeczne i jego siła emancypacyjna oraz społeczna inkluzja poprzez radio	65
Radio społeczne a rozwój społeczności, której służy	70
Rozdział II. Radio społeczne i jego kontekst historyczno-organizacyjny	79
Krótką historia radia społecznego na świecie	79
Dokumenty dotyczące mediów społecznych	82
Regulacje dotyczące mediów społecznych	84
Organizacje wspierające działalność mediów społecznych	87
Źródła finansowania	90
Radio społeczne w obliczu nowych technologii	93
Radio społeczne w Europie	96
Rozdział III. Radio społeczne w Polsce	125
Kontekst historyczno-społeczny	125
Warunki do rozwoju radia społecznego po 1989 roku	128
Rozdział IV. Radio religijne	151
Miejsce radia religijnego w sektorze rozgłośni społecznych	151
Charakterystyka ogólna radiofonii religijnej w Polsce	153
Charakterystyka badanych ośrodków	158
Radio religijne w Polsce jako alternatywa dla mediów głównego nurtu	165
Realizacja przez rozgłoszenie religijne idei partycypacji społecznej	169
Upodmiotowienie odbiorców oraz społeczna inkluzja poprzez radio religijne	176
Rozwój i integracja społeczności, do której adresowany jest program radia religijnego	177
Analiza programu Radia Niepokalanów w kontekście wybranych aspektów działalności rozgłośni społecznych	178
Rozgłoszenie religijne w Polsce a model radia społecznego – podobieństwa i różnice	191

Rozdział V. Radio studenckie	195
Miejsce radia studenckiego w sektorze rozgłośni społecznych	195
Charakterystyka radia studenckiego w Polsce	196
Charakterystyka badanych ośrodków	202
Radio studenckie w Polsce jako alternatywa dla mediów głównego nurtu	205
Realizacja przez rozgłoszenie studenckie idei partycypacji społecznej	213
Upodmiotowienie odbiorców oraz społeczna inkluzja poprzez radio studenckie	215
Rozwój i integracja społeczności, do której adresowany jest program radia studenckiego	215
Analiza programu Radia Żak w kontekście wybranych aspektów działalności rozgłośni społecznych	217
Radio studenckie a model radia społecznego – podobieństwa i różnice	231
Rozdział VI. Rozgłoszenie prowadzone przez organizacje pozarządowe	235
Miejsce rozgłośni prowadzonych przez organizacje pozarządowe w sektorze rozgłośni społecznych	235
Charakterystyka rozgłośni prowadzonych przez organizacje pozarządowe w Polsce	236
Charakterystyka badanych ośrodków	238
Radio organizacji pozarządowych w Polsce jako alternatywa dla mediów głównego nurtu	244
Realizacja przez rozgłoszenie organizacji pozarządowych idei partycypacji społecznej	251
Upodmiotowienie odbiorców oraz społeczna inkluzja poprzez radio organizacji pozarządowych	253
Rozwój i integracja społeczności, do której adresowany jest program rozgłośni organizacji pozarządowych	254
Analiza programu Radia 7 w kontekście wybranych aspektów działalności rozgłośni społecznych	255
Rozgłoszenie prowadzone przez fundacje i stowarzyszenia w Polsce a model radia społecznego – podobieństwa i różnice	262
Rozdział VII. Zmiany potrzebne w zakresie trzeciego sektora radiowego w opinii nadawców	265
Wiedza na temat trzeciego sektora radiowego	265
Największe problemy stacji	266
Propozycje zmian ułatwiających niepublicznym stacjom stawiającym sobie społecznie istotne cele dostęp do eteru	269
Formy dofinansowania, którymi byliby zainteresowani przedstawiciele badanych stacji	271
Zakończenie	273
Bibliografia	287
Spis tabel, wykresów, rysunków	307
Indeks osobowy	309
Indeks rzeczowy	313

Od autora

Z tematem radia społecznego po raz pierwszy zetknęłam się w latach 2002–2007 podczas przygotowywania rozprawy doktorskiej poświęconej radiu studenckiemu w Polsce, w której znalazły się odniesienia do sytuacji radiofonii studenckiej w innych krajach, w których pewne formy trzeciego sektora mediów elektronicznych już wtedy istniały. Ważnym impulsem do podjęcia badań była też Międzynarodowa Konferencja Naukowa „The medium with promising future. Radio in Central and Eastern European countries”, którą na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim zorganizował w 2006 roku prof. Stanisław Jędrzejewski. Przyjechało na nią wielu znanych badaczy i aktywnych działaczy mediów społecznych, między innymi pionier europejskich badań w tym zakresie i zaangażowany promotor tego sektora – Peter Lewis, jeden z założycieli Community Media Forum Europe (CMFE) i aktywny działacz radia społecznego w Niemczech, nieżyjący już Thomas Kupfer, autorka dwóch znakomitych książek z zakresu radia społecznego Rosemary Day z Mary Immaculate College University of Limerick oraz Jean Jacques Cheval, znany badacz radia społecznego we Francji, gdzie ten sektor jest bardzo rozpowszechniony. Miałam wtedy okazję przekonać się, że tzw. *community radio* – w Polsce zjawisko niemal całkowicie nieznanne – z powodzeniem funkcjonuje w systemach medialnych wielu krajów i jest przedmiotem refleksji naukowej medioznawców. W zrozumieniu samej idei pomogło mi także uczestnictwo w konferencjach i spotkaniach CMFE – organizacji stworzonej, by promować rozwój trzeciego sektora medialnego w Europie. Pierwsze spotkanie, w jakim brałam udział, pt. „Community media and European policy” zostało zorganizowane w Halle (Niemcy) w 2009 roku. Od tego czasu jestem aktywnym członkiem tej organizacji. W 2012 roku zostałam zaproszona do Rady Ekspertów, która działa przy CMFE, a w 2013 roku wybrana do jej zarządu jako przedstawiciel z Polski i jeden z trzech przedstawicieli z Europy Środkowo-Wschodniej (w zarządzie organizacji jest jeszcze dwóch przedstawicieli Węgier). Od 2014 roku pełnię funkcję sekretarza CMFE.

Do zainteresowania się sytuacją radia społecznego w Europie Środkowo-Wschodniej skłoniła mnie też konferencja zorganizowana przez World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC) i Central European University w Budapeszcie w 2012 roku „Public policies and media plura-

lism. The future of community radio in Central and Eastern Europe”. Była to wyjątkowa szansa, by spotkać się z przedstawicielami radia społecznego z tego regionu. Nie bez znaczenia okazał się również fakt realizacji w 2012 roku przez CMFE *Community Media Mapping and Rating Project*, w którym zebrane zostały podstawowe dane liczbowe na temat sytuacji tego sektora mediów w Europie. Członkostwo w CMFE umożliwiło mi nawiązanie kontaktu z niektórymi respondentami tego badania i pozyskanie dodatkowych informacji, zwłaszcza w przypadku krajów, w których sytuacja niekomercyjnych stacji działających w eterze nie była do tej pory znana szerszemu gronu odbiorców z uwagi na brak publikacji w języku angielskim na ten temat.

Równocześnie zaangażowałam się w promowanie rozwoju trzeciego sektora radiowego w Polsce. Od 2009 roku brałam udział w konsultacjach przy okazji powstawania kolejnych projektów zmiany *Ustawy o radiofonii i telewizji*, jak również byłam jednym z recenzentów *Strategii regulacyjnej KRRiT na lata 2014–2016*. Przyznam, że towarzyszyły temu pewne dylematy: czy badacz powinien się angażować w aktywne promowanie pewnych rozwiązań systemowych?, czy jego zadaniem nie jest jedynie diagnozowanie obecnego stanu rzeczy, ustalanie faktów i ich publikowanie? Jednakże gdy przeanalizowałam życiorysy najbardziej znanych badaczy trzeciego sektora mediów, takich jak Peter Lewis, Steve Buckley, Caroline Mitchell, Kate Coyer, doszłam do wniosku, że oni także angażowali się w konsultowanie i promocję pewnych rozwiązań systemowych zarówno na poziomie krajowym, jak i światowym. Co więcej, brali oni często udział w tworzeniu stacji społecznych. Gdyby nie te działania, sytuacja tego sektora mediów mogłaby być znacznie trudniejsza. To mnie przekonało, że można te sfery ze sobą pogodzić, a radość z prowadzonych badań jest większa, gdy ich wyniki mogą zostać wykorzystane do projektowania nowych rozwiązań prawnych, promowania wiedzy na temat tego sektora mediów czy wreszcie przez samych radiowców w ich codziennej pracy. Radio społeczne jest tak fascynującym zjawiskiem, że trudno mieć do niego całkowicie zdystansowane podejście. Pisząc tę książkę, starałam się jednak przytaczać nie tylko pozytywne zjawiska i przykłady, z którymi istnienie tego sektora jest związane, ale również te negatywne.

Jak podkreśla Nicholas Jankowski, znajomość szerokiego kontekstu, w jakim działają media społeczne, jest bardzo ważna w zrozumieniu jego istoty¹. Stąd moje uczestnictwo w konferencjach naukowych poświęconych tematowi, jak również tych organizowanych przez CMFE i AMARC, na których teoretycy tego zagadnienia mieli okazję spotkać się z praktykami. Niezwykle pomocne w śledzeniu debaty na temat mediów społecznych okazało

¹ N. Jankowski, *Epilogue*, [w:] *Community Media in the Information Age*, Jankowski N. (red.), New Jersey 2002, s. 368–369.

się subskrybowanie list mailingowych dotyczących mediów społecznych, a w szczególności organizacji takich jak AMARC, CMFE czy też, choć w mniejszym stopniu, European Communication Research and Education Association (ECREA). Cenny okazał się również staż badawczy, który odbyłam w Centre for Research in Media and Cultural Studies, University of Sunderland w charakterze *visiting scholar* w dniach 3–15 września 2012 roku, podczas którego miałam okazję skonsultować własne przemyślenia dotyczące mediów ze znaną badaczką radia społecznego Caroline Mitchell, a także znakomitymi radioznawcami: Guyem Starkeyem i Andrew Crissellem. Była to także okazja do skorzystania ze znakomicie zaopatrzonej biblioteki University of Sunderland, jak również odwiedzenia stacji społecznej działającej przy tej uczelni. Dziękuję szczególnie Guyowi Starkeyowi za opiekę podczas tego pobytu.

Starałam się również w praktyce przekonać, na ile dostęp do fal radiowych jest możliwy dla osób, które chciałyby prowadzić swój program na antenie radiowej w ramach istniejących w Polsce rozgłośni starających się realizować niekomercyjne cele. Od 2014 roku prowadzę wraz z Martą Więckiewicz-Archacką na antenie UWM FM – radia studenckiego Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego – audycję „Mediofon” poświęconą mediom.

Praca nad książką trwała kilka lat, podczas których starałam się pogłębiać swoją wiedzę na temat radia społecznego nie tylko poprzez lekturę i prowadzone badania, ale także poprzez spotkania z przedstawicielami stacji społecznych z całej Europy, nieformalne rozmowy przy kawie. Jak ważne są takie spotkania i rozmowy, zwraca uwagę prekursor takich badań w Europie Peter Lewis w książce *From the Margins to the Cutting Edge*². Gdy tylko pojawiała się możliwość, starałam się również odwiedzać różne stacje społeczne działające w Europie: Radio C z Budapesztu (26 czerwca 2008), Radiofabrik z Salzburga (5 grudnia 2008), Radio 209 z Cambridge (18 czerwca 2009), Radio Spark z Sunderlandu (3–13 września 2012), Open Radio ze Stambułu (26 października 2012), Tilos Radio z Budapesztu (14 listopada 2012). Wszystkie rozmowy i spotkania pozwoliły mi poczuć ducha radia społecznego i lepiej zrozumieć istotę jego działania. Dlatego jestem wdzięczna wszystkim przedstawicielom stacji społecznych za poświęcony mi czas i zaangażowanie. Są to osoby, które na co dzień swoją postawą udowadniają, że idea otwartości i współpracy to nie tylko hasła wpisane w statuty rozgłośni. Dziękuję też wszystkim reprezentantom polskich stacji radiowych, które starają się realizować społecznie istotne cele, za to, że wzięli udział w badaniu. Ich pełną listę można znaleźć na końcu tej książki.

² P. Lewis, *Monitoring and Evaluation*, [w:] *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006, s. 103–222.

Szczególne słowa podziękowania kieruję do recenzentów prof. Stanisława Jędrzejewskiego i prof. Tomasza Gobana-Klasa – ich cenne uwagi miały istotny wpływ na ostateczny kształt książki. Niektóre rozdziały konsultowałam również z Krzysztofem Saganem, którego wskazówki okazały się niezwykle przydatne. Dziękuję także Grażynie, Halinie, Adamowi, Joannie i Janowi za okazaną życzliwość i wsparcie.

Wprowadzenie

*Ludzie na całym świecie budzą się z radiem,
idą do szkoły czy pracy z radiem, rozmawiają z radiem,
uprawiają jogging z radiem, są na bieżąco z radiem,
pracują z radiem i prowadzą samochód z radiem.
Przechodząc przez Synaj, Beduini słuchają radia na wielbłądach¹.*

Rosnąca popularność Internetu wywołuje dyskusje na temat potrzeby dostosowania się do nowej rzeczywistości, poszukiwania nowych gatunków i form dotarcia do odbiorców, a jednak istnienie radia jako medium wydaje się być niezagrożone². Jak wskazują medioznawcy, prognozy wieszczące jego koniec okazały się przesadzone³. W 2009 roku aż 81% Polaków w wieku od 15 do 75 lat deklarowało słuchanie radia każdego dnia⁴. Z danych Radio Track, przygotowywanych przez Millward Brown na zlecenie Komitetu Badań Radiowych, wynika, że w 2013 roku statystyczny Polak słuchał radia 270 minut dziennie – a więc cztery i pół godziny⁵. Radio pozostaje zatem bardzo popularnym medium, a Polacy znajdują się w gronie jego największych zwolenników – słuchają go dłużej niż Europejczycy w innych krajach⁶.

Obecnie najszybciej rozwijającym się i interesującym sektorem radiowym nie jest jednak sektor publiczny czy komercyjny, ale tak zwany trzeci sektor radiowy, nazywany też radiem społecznym. To z nim wiąże się nadzieje na przeciwdziałanie zjawisku globalizacji i komercjalizacji w eterze⁷. We-

¹ M. Matelski, *Resilient Radio*, [w:] *Radio: The Forgotten Medium*. Transaction Publishers, Pease E., Dennis E. (red.), New Brunswick 1995, s. 5.

² E. Pleszkun-Olejniczakowa, M. Baran, *O przeszłości i przyszłości radia słów kilka*, [w:] *Radio w dobie nowych mediów*, Doliwa U. (red.), Olsztyn 2015, s. 11–18; G. Stachyra, *Współczesne gatunki radiowe. Konglomeraty i kolekcje*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, Godzic W., Bauer Z. (red.), Warszawa 2015, s. 25–50.

³ M. Matelski, op. cit., s. 5; A. Crisell, *General Introduction*, [w:] *More Than a Music Box: Radio Cultures and Communities in a Multimedia World*, Crisell A. (red.), Oxford – New York 2006, s. VII–XIV.

⁴ *81 procent Polaków słucha codziennie radia*, [online] <www.wirtualnemedi.pl/artykul/81-proc-polakow-sluca-codziennie-radia> (dostęp: 29.03.2010).

⁵ Ł. Szewczyk, *Polacy coraz dłużej słuchają radia*, [online] <<http://media2.pl/media/104753-Polacy-coraz-dluzej-slucaja-radia.html>> (dostęp: 1.08.2013).

⁶ M. Nieć, *Komunikowanie społeczne i media: Perspektywa politologiczna*, Warszawa 2010, s. 167.

⁷ E. Herman, R. McChesney, *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*, London 1997, s. 200.

dług danych Community Media Forum Europe (CMFE), organizacji, której celem jest zwiększenie znaczenia tego sektora w debacie europejskiej i podejmowaniu decyzji, szacowana liczba tego typu podmiotów w Europie w 2012 roku wynosiła 2500 i wciąż rośnie. Trójczłonowy system mediów elektronicznych, składający się z trzech filarów: publicznego, komercyjnego i społecznego, istnieje już w ponad stu krajach⁸. Wszystko to sprawia, że radio społeczne przestało być zjawiskiem niszowym i mało znaczącym, choć wciąż jest stosunkowo nowe i dla wielu nieznane. Lawrie Hallett zauważa, że zarówno europejscy politycy, jak i przedstawiciele regulatorów działających na rynku radiowo-telewizyjnym często nie znają zasad jego działania⁹. To, co zdarza się w krajach Europy Zachodniej, w krajach Europy Środkowo-Wschodniej jest niemal normą, zwłaszcza tam, gdzie sektor ten nie został prawnie wyodrębniony. Czym jest trzeci sektor radiowy z reguły nie wiedzą nie tylko politycy, przedstawiciele instytucji regulujących działalność radiową, ale bardzo często także przedstawiciele organizacji pozarządowych czy – jak pokazały przeprowadzone w Polsce badania – sami radiowcy, którzy starają się działać na podobnych do radia społecznego zasadach. Stąd przybliżanie reguł rządzących tym sektorem wydaje się być szczególnie istotne. O ile bowiem jest on stosunkowo dobrze rozwinięty w Europie Zachodniej, o tyle w wielu krajach Europy Środkowo-Wschodniej radio społeczne wciąż pozostaje zjawiskiem bliżej nieznanym. Już samo zdefiniowanie terminu nasstręcza wielu kłopotów – dlatego zdecydowano się na omówienie tego problemu w osobnym podrozdziale.

Radia lokalne, które powstawały w Polsce masowo na początku lat 90., były początkowo w swoim modelu działania bardzo podobne do innych europejskich stacji typu społecznego. Skupiały wokół siebie aktywnych przedstawicieli lokalnych społeczności: artystów, nauczycieli, młodzież, a ich twórcami byli często entuzjaści tego medium i społecznicy. Stacje te były dla nich czymś więcej niż miejscem pracy. Stały się również przestrzenią samorealizacji, gdzie eksperymenty antenowe były nie tylko dozwolone, ale nawet pożądane. Stosunkowo dobra koniunktura gospodarcza w tym okresie pozwoliła na rozkwit radia lokalnego w tej właśnie formule. Jednak pod koniec XX wieku, pod wpływem kryzysu ekonomicznego i pewnych tendencji światowych, zaczęło ono ulegać coraz większej komercjalizacji i procesom globalizacyjnym, oddalając się od lokalnych społeczności, którym miało służyć.

W Polsce sytuację prawną trzeciego sektora mediów można określić jako nie w pełni uregulowaną. Dopiero w 2001 roku do ustawy wprowadzono

⁸ U. Doliwa, *Elektroniczne media społeczne. Stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Studia Medioznawcze” 2010, 4, s. 65–78.

⁹ L. Hallett, *Community Radio in Transition: The Challenge to Digital Migration*, [w:] *Digital Radio in Europe. Technologies, Industries and Cultures*, O’Neill B., Ala-Fossi M., Jauert P., Lax S., Nyre L., Shaw H. (red.), Bristol – Chicago 2010, s. 176.

kategorię „nadawca społeczny”. Posłowie uznali, że o taki status mogą się starać: kościelna lub wyznaniowa osoba prawna kościoła lub związku wyznaniowego, fundacja lub stowarzyszenie. Wpływ tego zapisu na kształt oferty radiowej w Polsce jest niewielki – na jego mocy działa obecnie tylko kilka stacji radiowych i są to jedynie podmioty religijne. Stało się tak prawdopodobnie dlatego, że ustawodawca uniemożliwił takim nadawcom zarabianie na rynku reklamowym, jednocześnie nie wskazując, z jakich źródeł takie rozgłoszenie mogłyby się utrzymywać. W połączeniu z brakiem choćby częściowego wsparcia ich działalności środkami publicznymi (poza zwolnieniem z opłaty za koncesję), taki status okazał się być atrakcyjny jedynie dla stacji religijnych, a i to tylko niektórych. Radiowe inicjatywy stawiające sobie społecznie istotne cele, takie jak rozgłoszenie studenckie, stacje prowadzone przez fundacje i stowarzyszenia czy pozostałe niez sieciowane stacje religijne, starają się jednak działać w ramach sektora komercyjnego.

W Europie zainteresowanie badaczy radiem społecznym zaczęło być zauważalne w latach 70. ubiegłego wieku. Pod egidą Rady Europy przygotowano kilka raportów na temat lokalnych inicjatyw medialnych w eterze, które zaowocowały publikacją Paula Beauda *Community Media*?¹⁰. Za pionierską pracę z zakresu trzeciego sektora mediów elektronicznych w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie, z pewnymi refleksjami na temat radia w Europie, należy też uznać książkę pod redakcją Frances Berrigan *Access: Some Western Models of Community Media*, opublikowaną przez UNESCO w 1977 roku w Paryżu¹¹. O radiu społecznym zaczął też wtedy pisać jeden z najbardziej uznanych badaczy tego medium – Peter Lewis¹². Badania dotyczące mediów społecznych zyskały nowy wymiar dzięki nawiązaniu współpracy między badaczami tego zagadnienia w ramach Local Radio and Television Group, związanej w 1982 roku na konferencji International Association of Media and Communication Research (IAMCR) w Paryżu. W latach 80. zainteresowanie mediami społecznymi stało się bardziej widoczne dzięki publikacjom poświęconym teorii mediów. W 1987 roku ukazała się kolejna edycja

¹⁰ P. Lewis, *Community Media: Giving a Voice to the Voiceless*, [w:] *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006, s. 21.

¹¹ F. J. Berrigan, *Access: Some Western Models of Community Media*, Paris 1977.

¹² Peter Lewis jest jednym z założycieli (1977) Community Communications Group (COMCOM) i magazynu poświęconego mediom społecznym „Relay”, jak również autorem wielu znanych publikacji dotyczących mediów społecznym i pionierem w zakresie badań nad tym sektorem mediów. Do najważniejszych należy zaliczyć: P. Lewis, J. Booth, *The Invisible Medium: Public, Commercial and Community Radio*, London 1989; *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006; P. Lewis, *Promoting Social Cohesion: the role of community media*, 2008, [online] <[www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf\(2008\)013_en.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Doc/H-Inf(2008)013_en.pdf)> (dostęp: 10.12.2014).

głośnej książki Denisa McQuaila *Mass Communication Theory*, w której scharakteryzował on *democratic participant media* jako „niewielkie inicjatywy podejmowane przez grupy, organizacje i lokalne społeczności interaktywne i oferujące możliwość uczestnictwa w odróżnieniu od dużych, jednokierunkowych i profesjonalizowanych mediów”¹³. W środowisku polskich teoretyków mediów temat ten podjął Tomasz Goban-Klas¹⁴. Ważnym krokiem naprzód, jeżeli chodzi o badania nad radiem społecznym, okazała się również książka *The People’s Voice. Local Radio and Television in Europe*¹⁵.

O ile temat mediów społecznych bywa poruszany w Polsce bardzo rzadko, o tyle jest przedmiotem ożywionego zainteresowania medioznawców za granicą. Jednym z pionierów badań nad elektronicznymi mediami społecznymi w Europie jest, jak już wspomniano, Peter Lewis¹⁶. Obecnie fenomenem tego rodzaju mediów zajmuje się wielu badaczy. Do ważniejszych publikacji poświęconych temu tematowi należy zaliczyć: *Community Media. A Global Introduction*¹⁷, *Understanding Community Media*¹⁸, *Community Media. People, Places, and Communication Technologies*¹⁹, *Community Media in the Information Age*²⁰ oraz *The Alternative Media Handbook*²¹. Ponadto mediów społecznych dotyczą liczne projekty, między innymi badania prowadzone pod kierownictwem Petera Lewisa na zlecenie Rady Europy *Promoting a Social Cohesion – The Role of Community Media*²² czy te zlecone przez organizację zrzeszającą nadawców społecznych w Wielkiej Brytanii – Community Media Association – *The Arts and Community Radio*²³. Inspirujący okazał się też projekt badawczy dotyczący mediów społecznych w Szkocji opracowany przez znanego badacza mediów alternatywnych w Wielkiej Brytanii Chrisa Attona²⁴, a także badania nad radiem

¹³ Tłumaczenie własne za P. Lewis, *Community Media: Giving a Voice...*, s. 28.

¹⁴ T. Goban-Klas, *Prasa lokalna i środowiskowa w Stanach Zjednoczonych w cieniu gigantów*, Kraków 1989.

¹⁵ *The People’s Voice: Local Radio and Television in Europe*, Jankowski N., Prehn O., Stappers J. (red.), London 1992.

¹⁶ P. Lewis, J. Booth, op. cit.

¹⁷ E. Rennie, *Community Media. A Global Introduction*, Lanham, Boulder, New York – Toronto – Oxford 2006.

¹⁸ *Understanding Community Media*, Howley K. (red.), Los Angeles – London – New Delhi – Singapore – Washington 2010.

¹⁹ K. Howley, *Community Media. People, Places, and Communication Technologies*, Cambridge 2005.

²⁰ *Community Media in the Information Age*, Jankowski N. (red.), New Jersey 2002.

²¹ *The alternative media handbook*, Coyer K., Dowmunt T., Fountain A. (red.), London – New York 2007.

²² P. Lewis, *Promoting Social Cohesion...*

²³ *The Arts and Community Radio*, [online] <www.capeuk.org/news/the-arts-and-community-radio1.html> (dostęp 12.12.2013).

²⁴ Ch. Atton, *Researching Community Media in Scotland*, Arches Press, Edinburgh 2007.

społecznym w Irlandii przeprowadzone przez Rosemary Day²⁵ oraz te zrealizowane pod kierunkiem Helmuta Peissla i omówione w książce *Nichtkommersieller Rundfunk in Österreich und Europa*²⁶. Warto też wspomnieć o publikacji Susan Forde *Challenging the News: The Journalism of Alternative and Community Media* oraz *Community Media: A Good Practice Handbook* pod redakcją Steve'a Buckleya²⁷. Ważnym przyczynkiem do dyskusji na temat partycypacyjnej natury tych mediów jest z kolei książka Nico Carpentiera *Media and Participation: A Site of Ideological-Democratic Struggle*²⁸. Duża liczba publikacji na ten temat sprawia, że nie sposób wymienić ich wszystkich.

W Polsce badania na temat mediów społecznych jako odrębnego sektora mediów nie były do tej pory prowadzone. Najobszerniejszą bodaj publikacją na ten temat jest numer 14 z 2008 roku czasopisma „Trzeci Sektor”, w którym opisano kilka medialnych inicjatyw organizacji pozarządowych²⁹. Sytuację mediów trzeciego sektora w Europie przybliżył ponadto polskim czytelnikom Paweł Stęпка w artykule *Rozwój mediów trzeciego sektora w Europie*³⁰. Poza tym temat elektronicznych mediów trzeciego sektora pojawia się w publikacjach poświęconych mediom jako wątek poboczny (*Media lokalne w Polsce*³¹, *Radio w komunikacji społecznej*³², *A Polyvalent Media Policy in the Enlarged European Union*³³ czy *Radio studenckie w Polsce*³⁴). Warto też zwrócić uwagę na tłumaczenia książek anglojęzycznych, które ukazały się na polskim rynku wydawniczym w ostatnim czasie – *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*³⁵ czy *Media alternatywne*³⁶. Wciąż jednak brakuje publikacji na temat fenomenu zjawiska, jakim jest radio społeczne. Jednym z celów niniejszej książki jest zatem wypełnienie tej luki.

Temat mediów społecznych bywa omawiany w różnych kontekstach. Jednym z najbardziej naturalnych, a zarazem pojemnych jest rola takich mediów w systemie demokratycznym. Istnieje jednak wiele innych kontek-

²⁵ R. Day, *Community Radio in Ireland. Participation and Multiflows*, Cresskill 2008.

²⁶ J. Purkarthofer, P. Pfisterer, B. Busch, H. Peissl, O. Tremetzberger, *Nichtkommersieller Rundfunk in Österreich und Europa*, [b.m.w.] 2008.

²⁷ *Community Media: A Good Practice Handbook*, Buckley S. (red.), Paris 2011.

²⁸ N. Carpentier, *Media and Participation: A Site of Ideological-Democratic Struggle*, Bristol 2011.

²⁹ „Trzeci Sektor: Media obywatelskie a organizacje pozarządowe” 2008, 14.

³⁰ P. Stęпка, *Rozwój mediów trzeciego sektora w Europie*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2007, 1–2, s. 69–81.

³¹ R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2008.

³² S. Jędrzejewski, *Radio w komunikacji społecznej*, Warszawa 2003.

³³ B. Klimkiewicz, *A Polyvalent Media Policy in the Enlarged European Union*, Kraków 2014, s. 40.

³⁴ U. Doliwa, *Radio studenckie w Polsce*, Olsztyn 2008.

³⁵ L. Lievrouw, *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*, Warszawa 2012, s. 14.

³⁶ O. Bailey, B. Cammaerts, N. Carpentier, *Media alternatywne*, Kraków 2012.

stów szeroko dyskutowanych w literaturze, takich jak alternatywny charakter tych mediów w stosunku do mediów głównego nurtu i wiodącego w danym społeczeństwie dyskursu³⁷, relacja między mediami społecznymi a sferą publiczną i publicznym dyskursem³⁸, społeczna zmiana, spójność społeczna i upodmiotowienie jednostek³⁹, partycypacja społeczna⁴⁰, media społeczne jako narzędzie edukacyjne⁴¹, forma dywersyfikacji przekazu medialnego i przywrócenia lokalnych treści i produkcji w eterze⁴² czy radykalny charakter tych mediów⁴³.

Nie sposób w jednej publikacji odnieść się do wszystkich tych kontekstów. Dlatego zdecydowano się na wyodrębnienie kluczowych obszarów, które zasługują na szczególną uwagę. Są to: rola radia społecznego w demokracji, partycypacja społeczna, umożliwianie dostępu do mediów, rola radia społecznego w budowaniu wspólnoty, emancypacyjny potencjał radia i społeczna inkluzja różnych grup, w tym tych marginalizowanych w innych mediach oraz urozmaicenie oferty medialnej. Wyznaczenie jasnych granic pomiędzy poszczególnymi zagadnieniami jest bardzo trudne, ponieważ jedne wynikają z drugich, zachodzą na siebie i się zazębiają. Warto podkreślić, że rolę radia społecznego w społeczeństwie demokratycznym potraktowano jako zagadnienie nadrzędne. Wynika to z przekonania, że media społeczne są zwłaszcza takim krajom jak nasz – wciąż na demokratycznym dorobku – bardzo potrzebne i mogą odegrać pozytywną rolę w rozwoju nie tylko bardziej demokratycznego, ale także przyjaznego jednostkom środowiska, w którym ludziom będzie żyło się lepiej. A stanie się to między innymi dzięki ułatwionemu dostępowi do środków przekazu, poszerzonej przestrzeni do dyskusji i możliwości podejmowania najlepszych społecznie rozwiązań poprzez włączanie w ten dialog osób dotychczas społecznie marginalizowanych, zwiększanie poczucia wspólnoty i przynależności, które należą do podstawowych potrzeb każdego człowieka. Oczywiście, w pewnym zakresie tego ro-

³⁷ Ch. Atton, J. Hamilton, *Alternative Journalism*, London 2008; Ch. Atton, *Alternative Media*, London 2002; S. Forde, *Challenging the News: The Journalism of Alternative and Independent Media*, London 2011; *The Alternative Media...*; *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, Couldry N., Curran J. (red.), Lanham 2003.

³⁸ T. Goban-Klas, op. cit.; K. Howley, *Community Media...*

³⁹ P. Lewis, *Promoting Social Cohesion...*; S. Saeed, *Negotiating Power: Community Media, Democracy, and the Public Sphere*, „Development in Practice” 2009, 4–5 (19), s. 466–478.

⁴⁰ N. Carpenter, *Media and Participation...*

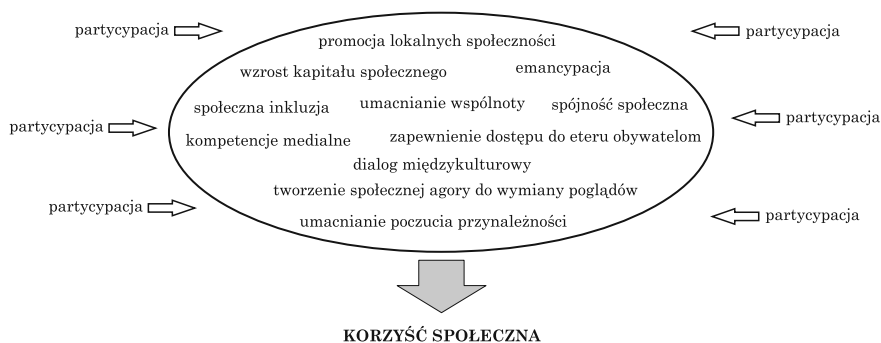
⁴¹ *Learning with Community Media: Stories from the Commonwealth and Latin America*, Pringle I., Mittal E., Valde M. (red.), 2012, [online] <www.col.org/resources/publications/Pages/detail.aspx?PID=413> (dostęp: 20.07.2012).

⁴² G. Starkey, *Local Radio Going Global*, Basingstoke, Hampshire – New York 2011.

⁴³ John Downing definiuje *radical media* jako niewielkie media występujące w różnych postaciach, które mają alternatywną wizję polityki, priorytetów i perspektyw. J. Downing, *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, Thousand Oaks 2001, s. V.

dzaju cechy i funkcje można przypisać wszystkim mediom – przede wszystkim tym publicznym, ale również i komercyjnym. Z reguły nie są to jednak cechy i funkcje dystynktywne, które wyróżniają te media na tle innych i nie wchodzi one zazwyczaj w skład definicji tych mediów. Realizacja tego rodzaju zadań jest też z reguły znacznie bardziej utrudniona w ramach dwóch wymienionych sektorów. Trzeci sektor radiowy nie rozwiąże z pewnością wszystkich problemów społecznych ani nie będzie w pełni skutecznym antidotum na pewne ogólne trendy związane z rozwojem cywilizacyjnym, takie jak indywidualizacja czy brak społecznego zaufania. Gdyby jednak pewne korzystne zmiany społeczne udało się zrealizować choć w bardzo niewielkim zakresie, to przecież warto wspierać rozwój tego sektora radiowego.

Jako katalizator tych pozytywnych zmian potraktowana została partycypacja – to dzięki niej zmiany społeczne są możliwe. Bez dużego zaangażowania społeczności, do której adresowany jest program radia społecznego, stacje te stają się zaś tworem pseudospołecznym.



Rysunek 1. Rola partycypacji w działalności mediów społecznych

Źródło: opracowanie własne

Korzyść społeczna to pojęcie, które często pojawia się w kontekście mediów społecznych i obejmuje takie zjawiska, jak wzrost poziomu spójności społecznej, umocnienie poczucia tożsamości danej społeczności, wymianę między członkami wspólnoty, zwiększenie pluralizmu medialnego i kompetencji medialnych, zwiększenie dostępu do istotnych informacji, promocję lokalnych społeczności i kultur, dialog międzykulturowy. Media społeczne są ponadto platformą, dzięki której rośnie zaangażowanie obywateli włączających się w życie społeczne, ponieważ skupiają wokół siebie i stają się katalizatorem działań aktywistów, artystów i organizacji pozarządowych⁴⁴. Wszystkie te pozytywne zjawiska nie mogą jednak wystąpić,

⁴⁴ K. Coyer, A. Hintz, *Developing the Third Sector: Community Media Policies in Europe*, [w:] *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*, Klimkiewicz B. (red.), Budapest 2010, s. 275–298.

jeśli partycypacja społecznego otoczenia w działalności stacji jest mała lub w ogóle jej nie ma.

Drugim istotnym celem, który towarzyszył pisaniu tej książki, było zbadanie, na jakim etapie rozwoju znajduje się radio społeczne w Polsce. Dlatego też analizie poddano zarówno kontekst historyczno-społeczny, stan prawny, jak i pewne ruchy na rzecz rozwoju radia społecznego. Następnie przeanalizowano, na ile istniejące w polskim eterze inicjatywy, które starają się realizować pewne niekomercyjne cele, wykazują podobieństwa w stosunku do modelu stacji społecznej. Wśród zastosowanych metod badawczych znalazły się nie w pełni ustrukturyzowane wywiady pogłębione, studium przypadku, analiza zawartości, obserwacja uczestnicząca, uzupełnione o nieformalne rozmowy z przedstawicielami niepublicznych, niekomercyjnych rozgłośni radiowych. Wykorzystano również metodę instytucjonalno-prawną (analiza wpływu aktów prawnych i instytucji na sytuację radia społecznego w Polsce i na świecie), metodę czynnikową (analiza determinant międzynarodowych i wewnętrznych, które mogą mieć wpływ na kształt społecznego sektora radiowego w Polsce), metodę komparatystyczną (porównanie zjawisk i procesów zachodzących w Polsce z tymi w innych krajach Europy także z tymi z Europy Środkowo-Wschodniej, co pozwoliło na lepsze zrozumienie sytuacji trzeciego sektora radiowego w Polsce).

Bardzo ważną częścią badań były wywiady z przedstawicielami stacji, które choć w większości nie mają statusu nadawcy społecznego, to starają się realizować pewne niekomercyjne cele i działają w sposób podobny do stacji społecznych w innych częściach Europy. Istnienie takich podmiotów zauważa w swoim sprawozdaniu z 2011 roku Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji: „Oprócz nadawców komercyjnych działały rozgłoszenie, których funkcjonowanie gwarantują podmioty zajmujące się działaniem w sferze publicznej, nienastawione na zysk, np. instytucje kościelne, fundacje i stowarzyszenia, samorządy lokalne, szkoły wyższe i związki wyznaniowe. Celem ich działania jest przede wszystkim realizacja zadań innych niż komercyjne”⁴⁵. Stacje te, choć w większości nie posiadają statusu nadawcy społecznego, mogą być traktowane jako załączek mediów społecznych w Polsce. Wyodrębnienie trzeciego sektora radiowego w innych krajach często było bowiem poprzedzone istnieniem paraspolecznych form radiowych. Na przykład w Wielkiej Brytanii uregulowania prawne umożliwiające ubieganie się o koncesję na nadawanie społeczne wprowadzono dopiero w 2004 roku. Jednakże wcześniej podmioty zorientowane na cele niekomercyjne przez wiele lat korzy-

⁴⁵ KRRiT, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności w 2010 roku*, [online] <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2011/sprawozdanie_2011_2.pdf> (dostęp: 10.10.2014).

stały z koncesji czasowych i na nadawanie małej mocy, zwłaszcza w postaci radia szpitalnego i studenckiego. To te rozgłosnie przede wszystkim wystąpiły o specjalną koncesję na nadawanie społeczne, gdy pojawiła się taka możliwość⁴⁶. Można więc przypuszczać, że po wprowadzeniu zapisów prawnych wspierających rozwój radiofonii społecznej stacje działające obecnie w ramach sektora komercyjnego, a stawiające sobie niekomercyjne cele, mogą w pierwszej kolejności stać się ich beneficjentami. Nadają one program na podstawie komercyjnych koncesji często bardziej z konieczności niż z wyboru.

Zdecydowano się opisać trzy grupy takich niepublicznych nadawców: rozgłosnie religijne, studenckie i te tworzone przez organizacje pozarządowe. Punktem wyjścia do wskazania podobieństw i różnic między tymi stacjami a modelem radia społecznego była definicja mediów społecznych zawarta w *Declaration of the Committee of Ministers on the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue* (Deklaracja Rady Europy na temat roli mediów społecznych w promowaniu spójności społecznej i dialogu międzykulturowego) przyjętej przez Radę Europy⁴⁷. Z pewnością jednak zgodnie z takim modelem – do pewnego stopnia – działają także rozgłosnie samorządowe, choć z uwagi na sposób finansowania i zbyt bliskie relacje z lokalną władzą trudno je uznać za w pełni niezależne i należące do społeczności, której mają służyć. Pewne niekomercyjne inicjatywy radiowe można również odnaleźć na falach średnich w polskim eterze. Niektórzy spośród obywatelskich radiowców nie czekają na specjalne uregulowania prawne i zakładają też tzw. stacje pirackie. Na uwagę zasługują również bardzo ważne w tym kontekście stacje działające na podstawie krótkookresowych zezwoleń⁴⁸. Pierwotnie zamierzano uwzględnić w książce inicjatywy internetowe, jednakże temat ten okazał się zbyt obszerny: wstępne badania tego sektora i rozmowy przeprowadzone z przedstawicielami takich stacji pozwoliły stwierdzić, że bogactwo form i typów radiofonii internetowej w Polsce wymaga osobnego i głębszego przestudiowania⁴⁹. Z pewnością jednak ci, dla których uzyskanie koncesji na nadawanie w eterze jest zbyt trudne, starają się reali-

⁴⁶ L. Hallett, D. Wilson, *Community Radio: Collaboration and Regulation*, [online] <www.lse.ac.uk/media@lse/events/MeCCSA/pdf/papers/Hallett_Wilson_FINAL.pdf> (dostęp: 15.10.2015).

⁴⁷ Rada Europy, *Declaration of the Committee of Ministers on the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue*, [online] <www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/news/CMDec_Community_media_110209_en.asp> (dostęp: 19.20.2014).

⁴⁸ Taką zgodę w 2016 roku otrzymało na przykład Radio Studenckie Egida, co roku takie zezwolenie jest też wydawane RewalStacji – radiu stworzonemu przez uczestników młodzieżowego obozu dziennikarskiego „Potęga Prasy”.

⁴⁹ Temat ten był podejmowany w publikacjach U. Doliwy: *Elektroniczne media społeczne w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Studia Medioznawcze” 2010, 4, s. 65–78; *Radio internetowe – realna alternatywa dla rozgłosni koncesjonowanych?*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2010, 6, s. 112–122.

zować swoje pomysły na radio głównie w Internecie. Pewną przeszkodą w rozwoju tej formy radiowej jest jednak fakt, że wciąż większość odbiorców preferuje tradycyjne odbiorniki radiowe, a w Internecie też zazwyczaj korzysta z oferty stacji dostępnych w eterze. Przedstawionego zbioru inicjatyw opisanych w drugiej części książki nie należy więc traktować jako zamkniętego – to jedynie przykłady, w jaki sposób pewne idee, które niesie z sobą ruch radia społecznego, mogą się ujawnić w kraju, gdzie jego działanie nie jest jeszcze odpowiednio prawnie usankcjonowane.

Stacje do badania zostały wyselekcjonowane w sposób losowy (po kilka z każdej z wybranych grup). Najliczniej reprezentowane były rozgłośnie religijne z uwagi na fakt, że jest to grupa wyjątkowo duża, licząca kilkadziesiąt koncesji. Badaniem objęto sześć stacji o profilu religijnym, z czego cztery miały status nadawcy społecznego, cztery stacje studenckie oraz cztery prowadzone przez organizacje pozarządowe. Wywiadów udzielili redaktorzy naczelni badanych rozgłośni lub osoby przez nich wskazane (pełna lista w bibliografii). Badania trwały od września 2010 do grudnia 2014 roku. Rozmowy miały charakter wywiadu wstępnie ustrukturyzowanego – wszystkim przedstawicielom zadano te same pytania, choć sposób ich zadawania niekiedy nieznacznie się różnił⁵⁰.

Wizyta w niektórych stacjach zaowocowała zebraniem materiałów dodatkowych (sprawozdań i regulaminów). Była też okazją do przyjrzenia się codziennej pracy redakcji i porozmawiania z jej pracownikami. Pozyskano także do analizy tygodniowe próbki programu. Do tego badania zostały wybrane stacje, które na podstawie wstępnej oceny wyróżniają się w zakresie realizacji niekomercyjnych celów w swojej grupie (dobór celowy)⁵¹. Analizie poddano tygodniowy program trzech stacji radiowych: Radia Niepokalanów (jako przedstawiciela sektora religijnego), Radia Żak (jako przedstawiciela sektora studenckiego) oraz Radia 7 (jako przedstawiciela stacji prowadzonych przez organizacje pozarządowe). Badania zawartości programu, poza badaniem serwisów informacyjnych, miały charakter jakościowy, a nie ilościowy, chodziło bowiem o pokazanie, w jaki sposób realizowane są cele i zadania istotne dla trzeciego sektora radiowego. Zwracano uwagę, które ele-

⁵⁰ Jedna rozmowa z reguły trwała około 45 minut. Kwestionariusz zawierał pytania ogólne dotyczące stacji, uwzględniające jej historię oraz podstawowe dane techniczne i organizacyjne, pytania nt. programu, głównych celów działania stacji, a także finansowania stacji oraz pracowników, współpracowników i wolontariuszy zaangażowanych w tworzenie danego projektu radiowego. Osobny, rozbudowany dział stanowiły pytania dotyczące z jednej strony oceny (na podstawie konkretnych parametrów), na ile dana rozgłośnia mieści się w formule stacji typu społecznego, a z drugiej – propozycji zmian w systemie medialnym.

⁵¹ Chodziło o pokazanie pewnych pozytywnych przykładów niekomercyjnej działalności radiowej. Nie zawsze jednak realizacja tego planu okazywała się możliwa, niektóre stacje, jak na przykład Radio Kaszëbë, odmówiły bowiem udziału w badaniu.

menty programu i w jakim zakresie wpisują się w zestaw cech i elementów uznawanych za wyjątkowo ważne w przypadku radia społecznego, tzn. przyczyniają się do urozmaicenia oferty medialnej w eterze, zapewniają możliwość uczestnictwa, realizują inkluzywny model programowy oraz wpływają na rozwój społeczności, do której adresowany jest program. Zasadniczo skupiono się na warstwie słownej audycji, ponieważ jednak w przypadku radia ogromną rolę odgrywa również warstwa dźwiękowa, rozszerzono tę analizę o elementy swoistej dźwiękowej gramatyki radiowej⁵². Pewną alternatywą w stosunku do wyżej wymienionych propozycji jest podejście fenomenologiczne, czyli analizowanie przekazu radiowego takim, jakim on jest, bez przyjmowania jakichś konkretnych założeń czy perspektyw, które ukierunkowałyby takie badanie. Zwolennikiem ww. podejścia do badań radiowych jest znany historyk mediów Paddy Scannell, który stara się analizować codzienny przekaz jako całość, a nie pojedyncze gatunki czy pozycje programowe⁵³. Gernot Böhme wprowadził natomiast do badań nad przekazem radiowym pojęcie atmosfery jako kluczowego czynnika, który powinien być brany pod uwagę przy okazji opisu i oceny rzeczy i zjawisk⁵⁴. Słowo „atmosfera” – jak tłumaczy Böhme – wskazuje na coś nieokreślonego, trudnego do wyrażenia, co wymyka się racjonalnemu wytłumaczeniu. Atmosfery nie da się jednoznacznie zdefiniować, można ją tylko określić w odniesieniu do codziennego doświadczenia. W niniejszej pracy postarano się zatem scharakteryzować atmosferę przekazu także na podstawie nieskrępowanego konkretnymi parametrami oceny nasłuchu. Dzięki temu udało się przynajmniej w kilku słowach opisać to, co wymyka się systematycznej analizie.

Przystępując do badań, sformułowano pięć hipotez, których prawdziwość starano się zweryfikować:

1. Przyjęty w polskim prawodawstwie model nadawania społecznego nie jest efektywny – nie umożliwi rozwoju tego sektora na skalę i w formule podobnej do tej spotykanej w innych krajach europejskich.

⁵² Podczas analizy zawartości programu poszukiwano odpowiedzi na następujące pytania: W jakim stopniu analizowany program wpisuje się w pewne cechy charakterystyczne radia społecznego, które uznano za kluczowe dla tego sektora mediów? Czy i w jaki sposób charakter programu jest podkreślany przez pewne elementy dźwiękowe i słowne? Jaki jest dominujący styl prezentacji na antenie, czy jest dostosowany do grupy docelowej i służy realizacji celów typowych dla rozgłośni społecznych? Jaki jest poziom komercjalizacji programu radiowego? (rozumiany w tym przypadku jako bardziej dynamiczny montaż i sposób prezentacji na antenie, krótsze wejścia słowne, przewaga muzyki nad słowem, trzymanie się tzw. zegara ramówkowego – pór emisji określonych pozycji programowych, wejścia antenowe w trakcie utworu muzycznego, rozrywkowy charakter programu).

⁵³ P. Scannell, *Radio, Television and Modern Life: A Phenomenological Approach*, Oxford 1996.

⁵⁴ G. Böhme, *Atmosphere as the Fundamental Concept of a New Aesthetics*, „Thesis Eleven” 1993, 36(113), s. 113–126.

2. Potencjał do rozwoju trzeciego sektora mediów można dostrzec, analizując działalność podmiotów stawiających sobie niekomercyjne cele w polskim eterze, lecz z powodu braku odpowiednich rozwiązań prawnych działających w ramach sektora komercyjnego.

3. Wprowadzenie korzystnych rozwiązań prawnych i organizacyjnych może przyczynić się do wykrystalizowania się niekomercyjnego i prospołecznego charakteru działania takich stacji, podobnego do określonego w definicjach zawartych w dokumentach europejskich.

4. To partycypacja społeczna warunkuje zaistnienie pozytywnych zjawisk społecznych związanych z funkcjonowaniem radia społecznego.

5. Niewielki stopień partycypacji społecznej znacząco utrudnia rozwój trzeciego sektora mediów w Polsce.

Radio społeczne starano się opisać przede wszystkim z perspektywy medioznawczej i politologicznej, choć nie mniej ważna okazała się perspektywa społeczna. W działalności trzeciego sektora mediów dużo ważniejszy bowiem okazuje się człowiek i jego rozwój niż przekaz przez niego tworzony. Paradoksalnie, nie tak ważny jest produkt finalny, jak sam proces jego tworzenia. Tym samym media społeczne dobrze wpisują się w wyodrębniony i scharakteryzowany przez Leah Lievrouw model „granicy”, w którym media uznaje się za miejsca współuczestnictwa, komunikacji, interakcji i kreatywności⁵⁵. Radio społeczne może być więc postrzegane jako kreator pewnej przestrzeni, w której komunikacja w danej społeczności jest możliwa i staje się bardziej efektywna. Z drugiej jednak strony – jak podkreśla Linda Fuller – to rodzaj lustra, w którym odbija się społeczeństwo. Rolę, formę działania oraz znaczenie radia społecznego można potraktować jako przejaw tego, jaką wizję demokracji ma dane społeczeństwo⁵⁶.

W książce skupiono się na inicjatywach radiowych, ponieważ to radio stanowi trzon koncesjonowanych mediów społecznych na świecie. Projekty telewizyjne ze względu na wysokie koszty działalności są znacznie mniej popularne. Warto też podkreślić, że wzięto tu pod uwagę głównie europejskie doświadczenia, a do przykładów związanych z istnieniem radia społecznego w pozaeuropejskich krajach sięgano jedynie okazjonalnie w celu lepszego zrozumienia sytuacji na Starym Kontynencie.

Książka ta jest wynikiem przemyśleń i wniosków z prowadzonych od wielu lat badań, dlatego też pojawia się w niej kilka tematów i wątków podejmowanych już we wcześniejszych publikacjach autorki. Zostały one jednak uporządkowane i znacząco poszerzone, na nowo przepracowane. W tekście zaznaczono jednak, gdzie po raz pierwszy omawiany temat był już poruszany.

⁵⁵ L. Lievrouw, *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*, Warszawa 2012, s. 11.

⁵⁶ *Community Media: International Perspectives*, Fuller L. (red.), New York 2007, s. 3.

Zakończenie

Prawo do swobody wypowiedzi, także za pośrednictwem mediów, można potraktować jako jedno z podstawowych praw człowieka w ustroju demokratycznym. Przeciętny obywatel Rzeczypospolitej Polskiej ma jednak niewielkie szanse wypowiedzenia swojego opinii na antenie radiowej i ograniczony wpływ na zawartość programową stacji, której jest słuchaczem. Spektrum radiowe zostało bowiem zdominowane przez duże sieci medialne, których głównym celem działania jest generowanie zysku. To zjawisko, z którym musi się borykać nie tylko nasz kraj, ale także inne państwa na świecie.

Poddanie się całkowicie prawom rynku w zakresie przydziału częstotliwości w eterze stanowi poważne zagrożenie dla pluralizmu mediów. Pewną formą przeciwdziałania temu zjawisku jest rozwój trzeciego sektora mediów. W Polsce sektor ten, występujący pod nazwą nadawcy społecznego, jest niewielki, a jego formuła niespotykana nigdzie indziej – w jego ramach działają niemal wyłącznie podmioty religijne. Porównanie sytuacji w Polsce nie tylko z tą panującą w większości krajów Europy Zachodniej, ale również w niektórych państwach Europy Środkowo-Wschodniej, pozwala stwierdzić, że przyjęty w polskim prawodawstwie model nadawania społecznego nie jest efektywny, gdyż nie umożliwia rozwoju tego sektora na skalę i w formule podobnej do tej obowiązującej w innym krajach. Istnieją jednak stacje, które starają się realizować pewne niekomercyjne cele, choć często nie mają przyznanego statusu nadawcy społecznego. Fakt, że nie są one jednoznacznie przypisane do trzeciego sektora mediów, utrudnia jednak w większości przypadków jasne i jednoznaczne określenie priorytetów działalności takich stacji jako społecznych. Większość z nich balansuje więc zarówno jeżeli chodzi o sposób organizacji, sposób finansowania, jak i nadawany program między modelem komercyjnym a społecznym. Jak starano się wykazać w tej książce, rośnie jednak świadomość potrzeby zmian w zakresie regulacji dotyczących trzeciego sektora mediów w Polsce. Jak zauważa Maria Borkowska z Departamentu Strategii Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, autorka raportu *Pluralizm kulturowy w polskich mediach elektronicznych*: „pluralizm kulturowy w polskich mediach, rozpatrywany w aspekcie istnienia mediów trzeciego

sektora, wymaga zdecydowanych działań przede wszystkim ze strony ustawodawcy”¹.

Na wyniki przeprowadzonych badań warto spojrzeć właśnie w kontekście możliwości zmiany sytuacji trzeciego sektora radiowego w Polsce. I tak, stacje religijne, studenckie i prowadzone przez organizacje pozarządowe wykazały pewne podobieństwo do modelu rozgłośni społecznych znanych w Europie jako *community radio*, a zatem można je potraktować jako załączek tego sektora w Polsce. Stopień tego podobieństwa znacząco się jednak różnił w poszczególnych stacjach. W przypadku niektórych, na przykład Radia Żak, stwierdzono niemal całkowitą zgodność z modelem stacji społecznej, w przypadku innych, jak Radio Bajka, tych punktów stycznych było niewiele.

Pewnym problemem w popularyzacji społecznego modelu radiowego może być fakt, że osoby kierujące stacjami, które starały się realizować społecznie istotne cele, co również wykazały badania, nie znały zbyt dobrze idei radia społecznego i nie stowarzyszały się w organizacjach reprezentujących interesy stacji niekomercyjnych na arenie światowej czy europejskiej. Nie brały też zazwyczaj udziału w konsultacjach dotyczących projektowania zmian przepisów w zakresie trzeciego sektora medialnego. Zdaniem Rosemary Day, rolą takich osób jest zaś edukowanie wszystkich pracowników, współpracowników i wolontariuszy w zakresie swoistej „filozofii” mediów społecznych. To dzięki takiej postawie społeczność ma szansę odpowiedzieć na swoje potrzeby. Tam, gdzie nie ma pełnego zrozumienia dla koncepcji radia społecznego, polityka stacji zmierza raczej do dostarczania informacji i innych usług danej społeczności, a także jednokierunkowej komunikacji².

W trakcie badań zaobserwowano, iż niski poziom partycypacji społecznego otoczenia w działalności analizowanych stacji stanowi istotny mankament – czynnik, który w sposób znaczący oddala je od modelu funkcjonowania mediów społecznych. Warto podkreślić, że Rosemary Day, która na podstawie analizy zasad działania stacji społecznych w Irlandii starała się stworzyć pewne ramy teoretyczne dla zjawiska, jakim jest radio społeczne, stwierdziła, iż ułatwianie społeczności uczestnictwa w społecznym projekcie medialnym należy uznać za podstawową cechę charakterystyczną mediów społecznych i to właśnie partycypacja społeczna w funkcjonowaniu danej rozgłośni umożliwia osiągnięcie wyznaczanych trzeciemu sektorowi mediów celów³. Pogląd ten współbrzmi z definicją radiofonii społecznej zaproponowaną przez AMARC, która to organizacja uważa, że jedną z jej cech jest

¹ M. Borkowska, [online] <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/pluralizm_-kulturowy_012013.pdf> (dostęp: 1.05.2015), s. 21.

² R. Day, *Community Radio in Ireland. Participation and Multiflows*, Cresskill 2008, s. 182; tłumaczenie własne.

³ Ibidem, s. 181.

zachęcanie do aktywnego uczestnictwa społeczności, której dana stacja ma służyć⁴. Partycypacja jako ważny element pojawia się też we wszystkich innych definicjach mediów społecznych, które szerzej zostały omówione w rozdziale pierwszym. Tymczasem znaczna część przedstawicieli badanych stacji w Polsce traktowała ową partycypację jako element dodatkowy – dobrze jeżeli występuje, ale jeśli członkowie społeczności, do której dana stacja jest adresowana, nie angażują się w jej działanie, to też nic złego się nie dzieje. Dotyczyło to głównie stacji prowadzonych przez fundacje i stowarzyszenia, które wokół siebie gromadzą bardzo niewielu wolontariuszy i poza udziałem w prowadzeniu programu nie mają im zbyt wiele do zaproponowania.

Odwołując się do poziomów partycypacji w mediach nakreślonych przez Rosemary Day i zaprezentowanych w tabeli 5, trudno oprzeć się wrażeniu, że w mediach poddanych badaniu owa partycypacja dociera co najwyżej na poziom czwarty tego zestawienia, który – przypomnijmy – jest związany z produkowaniem i prezentowaniem programów, choć i na to nie można było liczyć w niektórych monitorowanych stacjach. W większości przypadków nie było bowiem mowy o „możliwości konstruowania ramowego programu” czy „możliwości zarządzania i podejmowania decyzji przez społeczność niezapośredniczoną przez grupy zewnętrzne”, a przecież dopiero te poziomy uczestnictwa są unikatowe dla mediów społecznych, jako że nie występują w tych komercyjnych czy publicznych. Pozytywnie na tym tle wyróżniały się niektóre stacje studenckie, zwłaszcza Radio Żak Politechniki Łódzkiej, które umożliwiało partycypację na niemal wszystkich wymienionych przez Rosemary Day poziomach. Do „pełnego i aktywnego uczestnictwa”, znajdującego się na poziomie siódmym zestawienia, brakowało w przypadku tej rozgłośni „własności społecznej”, który to brak był uwarunkowany jej modelem organizacyjno-prawnym (właścicielem koncesji był Rektor Politechniki Łódzkiej) i finansowym (stacja utrzymywała się z dotacji Politechniki Łódzkiej). Jeżeli uznamy za właściwy model zaproponowany we wstępie do tej książki, w którym właśnie partycypacja jest podstawowym paliwem umożliwiającym zaistnienie korzystnych zjawisk społecznych związanych z radiem społecznym, takich jak: rozwój kapitału społecznego, upodmiotowienie jednostek i ich społeczna inkluzja, umacnianie wspólnoty i poczucia przynależności, zapewnianie dostępu do mediów obywatelom, tworzenie społecznej agory do wymiany poglądów itp., to niewielki stopień tej partycypacji można uznać za istotny problem.

Projektując nowy ład medialny w zakresie trzeciego sektora mediów, warto wziąć pod uwagę fakt, że owa partycypacja w działalność stacji radio-

⁴ AMARC, *The Community Radio Charter for Europe*, 1994, [online] <www.amarc.org/index.php?p=Community_Radio_Charter_for_Europe> (dostęp: 14.09.2011).

wych w Polsce nie jest czymś oczywistym i naturalnym ani dla społeczności, w otoczeniu których takie stacje istnieją, ani dla samych ich twórców. Należy zatem promować partycypacyjny charakter działania, bo to on w dużej mierze warunkuje ich prawdziwie społeczny wymiar. Brak powszechnej świadomości znaczenia partycypacji w działalności mediów wśród osób prowadzących rozgłośnie, które starają się realizować pewne niekomercyjne cele, ograniczona aktywność w kierunku popularyzacji kultury uczestnictwa, niedostateczny rozwój społeczny mogą być poważną przeszkodą w tworzeniu prawdziwie społecznego modelu radiofonii.

Jak podkreślają Kate Coyer i Arne Hintz, pewnych problemów związanych z rozwojem stacji społecznych nie można rozpatrywać jedynie w aspekcie technologicznym związanym z przydziałem częstotliwości lub środków finansowych. Z pewnym sceptycyzmem do możliwości promowania rozwoju trzeciego sektora mediów należy również podejść w kontekście problemów z decentralizacją krajowych systemów medialnych, konieczności zakwestionowania wyższości rynkowego modelu rozwoju mediów, utrudnionej budowy w pełni niezależnych i dobrej jakości mediów publicznych. Niektórzy podnoszą argumenty, że wskazywane przez nadawców społecznych potrzeby mogą być realizowane w oparciu o istniejące media prywatne, że audytoria małych stacji społecznych są z reguły niewielkie i często ulegają presji ze strony organizacji społecznych i potencjalnych sponsorów. Jak słusznie zauważają Arne Hintz i Kate Coyer, tego typu argumenty mogą mieć szczególne znaczenie, gdy tradycje wolontariackie w danym kraju są wyjątkowo słabe⁵. Do takich krajów należy Polska. Doświadczenia innych państw pokazują, że rozwój mediów społecznych był najskuteczniejszy tam, gdzie najsilniejsza była oddolna presja społeczna ze strony aktywistów, wsparta często silnym głosem nielegalnych nadawców⁶. W Polsce ta presja jest wciąż słaba, co może znacząco utrudnić rozwój tego sektora.

Jak pokazały badania, istnieje jednak pewien społeczny potencjał w zakresie niekomercyjnego nadawania. Świadczą o tym chociażby dokonania twórców rozgłośni religijnych, studenckich czy organizacji pozarządowych omówione w tej książce. Jest więc pewien fundament, na którym można budować nowy, oparty na trzech filarach system nadawczy. Polacy udowadniają też, że nieobca jest im idea radia czy telewizji niekomercyjnej, przede wszystkim w Internecie. Liczba rozgłośni internetowych przekroczyła już dawno liczbę stacji koncesjonowanych i choć są to głównie stacje muzyczne, to nie brakuje i takich, które adresują swój program do określonych środo-

⁵ K. Coyer, A. Hintz, *Developing the Third Sector: Community Media Policies in Europe*, [w:] *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*, Klimkiewicz B. (red.), Budapest 2010, s. 275–298.

⁶ Ibidem.

wisk lokalnych lub kulturowych. Z przeprowadzonych w 2008 roku badań wynikało, że w sieci nietrudno znaleźć stacje o profilu kulturalnym (Radio ART i Radio bez Kitu), religijnym (Radio Katolik, Radio Chrześcijanin, Ggwo.pl, Nadzieja.pl, Rodzimowiercze Radio Internetowe Wid), dla studentów (Akademickie Radio Sygnały, Radio Aktywne, Radio Egida, Studencka Agencja Radiowa, Studenckie Radio Frycz, Radio Uniwersytet, Radio 17) i dla dzieci (BabyRadio.pl). Część stacji w badanym okresie starała się także pełnić funkcje rozgłośni lokalnych (Enerstacja z Nowej Rudy, Radio Fabryka z Tczewa, Radio Śrem, Radio Vis z Żywca). W Internecie nie brakowało też radiowych propozycji dla osób o odmiennej orientacji seksualnej (Radio Heaven)⁷.

Po 2008 roku pojawiły się inne ciekawe społeczne internetowe inicjatywy radiowe. Można do nich zaliczyć chociażby Radio Wnet założone przez Krzysztofa Skowrońskiego po zwolnieniu go ze stanowiska dyrektora Trójki w 2009 roku. Na stronie tego radia można było przeczytać:

Radio Wnet powstało, by zwiększyć zakres wolności w polskich mediach. Wokół Redakcji Wnet chcemy stworzyć Społeczność, by wraz z nią opowiadać o tym, o czym nie mówi się w mediach konwencjonalnych.

Rozgłośnia była otwarta na produkcje sympatyków i chętnie umieszczała je na swoim portalu. Stacja zyskała już, w pewnym zakresie, dostęp do eteru – jej programy retransmitowały niektóre stacje katolickie.

Przykładem internetowej rozgłośni lokalnej może być też Pro Radio założone w Dobrej w gminie Stryków⁸. Działalność stacji internetowych dowodzi, jak bardzo możliwość wypowiedzenia się właśnie za pośrednictwem radia jest obywatelom potrzebna.

Rozwój radia społecznego wydaje się być w Polsce bardzo potrzebny także z innych powodów. Warto zwrócić uwagę na fakt, że tempo rozwoju kapitału społecznego nie dorównuje dynamice rozwoju ekonomicznego Polski. Jak słusznie zauważa profesor Janusz Czapiński, właśnie ten niski poziom kapitału społecznego może się okazać istotną barierą w dalszym rozwoju naszego kraju⁹. Radio społeczne, jak starano się wykazać w tej książce, może stać się skutecznym inkubatorem tego kapitału. Aktywizacja obywateli, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu, integrowanie społeczności lokalnych,

⁷ Na podstawie analizy katalogu stacji istniejących tylko w Internecie umieszczonego na stronie Nadaje.com. Analizę prowadzono w dniach 14–20 maja 2008 roku – zob. U. Doliwa, *Radio internetowe – realna alternatywa dla rozgłośni koncesjonowanych*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2010, 6, s. 112–122.

⁸ L. Józwiak-Staszewska, *Radio z Dobrej musi być dobre*, [online] <www.gazetylokalne.pl/index.php?p=news&area=1&newsid=607> (dostęp 20.04.2010).

⁹ J. Żakowski, *Polska smutna*, „Polityka” 2009, 16, s. 18.

edukacja to tylko niektóre obszary, na których radio społeczne może skutecznie działać. Podczas gdy na karb rozwoju nowych technologii medialnych kładzie się problemy związane z atomizacją członków społeczeństwa, radio społeczne może być miejscem, które łączy. Choć skala oddziaływania niewielkich inicjatyw, jakimi z reguły są rozgłośnie społeczne, nie jest zbyt duża, to przecież na pozytywną zmianę społeczną składa się zazwyczaj wiele małych przedsięwzięć.

Warto zainwestować w rozwój mediów społecznych także i z tego powodu, że polski rynek radiowo-telewizyjny jest dość ubogi. Dominują ujednolicone formaty, w których nie ma miejsca na swobodę twórczą. Nie spełniły się nadzieje pokładane chociażby w radiofonii lokalnej. Niezależne rozgłośnie lokalne zaczęły w Polsce zanikać. Jak wynika z danych KRRiT, w 2008 roku działały tylko 43 takie stacje, podczas gdy w 2001 było ich jeszcze 91. Rozgłośnie należące do dużych sieci radiowych swój lokalny charakter zachowują zaś jedynie w ograniczonym stopniu¹⁰. Symptomatyczny jest też upadek większości stacji prowadzonych przez organizacje pozarządowe, w tym tych będących przedmiotem badań w tej książce (Radio Mazury, Radio Bajka).

Rozwojowi trzeciego sektora mediów w Polsce sprzyja rosnące zainteresowanie wprowadzaniem tego komponentu do systemu medialnego w wielu krajach, także tych z Europy Środkowo-Wschodniej. Nasilające się procesy globalizacyjne doprowadziły do powstania zjawiska glokalizacji, w które również radio społeczne wpisuje się wyjątkowo dobrze. Jak wyjaśnia Zygmunt Bauman „istnieje chęć społeczności lokalnych unikania pośredników, a więc tendencja do separacji, do oddzielenia się i wytworzenia coraz to mniejszych organizmów”¹¹. Zjawisko to w sposób istotny oddziałuje na mediasferę w postaci rosnącej popularności oddolnych mediów społecznych – tworzonych i zarządzanych przez społeczności lokalne i sublokalne, które Dan Gillmor scharakteryzował jako media tworzone „przez ludzi dla ludzi”¹².

Zdaniem eksperta w dziedzinie mediów społecznych, Nico Carpentiera, który był zaangażowany w doradztwo w zakresie utworzenia trzeciego sektora medialnego w Czechach, dużym błędem, którego należy unikać przy tworzeniu organizacji mediów społecznych czy ram prawnych umożliwiających powstanie takiego sektora, byłoby jednak szybkie działanie, narzucone

¹⁰ Więcej na ten temat S. Jędrzejewski, U. Doliwa, *Local Radio – An Endangered Species? The Polish Case*, „Media Transformations” 2013, 10, s. 74–99.

¹¹ Z. Dolecki, *Globalizacja – proces nieodwracalny. Rozmowa z profesorem Zygmuntem Baumanem z Leeds University*, [online] <www.pan-ol.lublin.pl/biul_6/art_610.htm> (dostęp: 10.01.2016).

¹² D. Gillmor, *We the Media. Grassroots Journalism. By the People, for the People*, Cambridge – Farnham – Köln – Sebastopol – Taipei – Tokyo 2006.

z góry, przy braku wsparcia i psychologicznego odczucia przynależności społeczności, która miałyby być beneficjentem takich zapisów¹³.

Dlatego tak ważna jest praca u podstaw, tzn. upowszechnianie wiedzy na temat tego, jakie korzyści społeczności krajów, w których ten sektor jest rozwinięty, czerpią z jego posiadania, jak ważny jest pluralizm w mediach. Trzeba zwracać uwagę na zagrożenia wynikające nie tylko ze zbyt dużego wpływu państwa na media, ale również te ze strony komercyjnych podmiotów monopolizujących i unifikujących przekaz medialny. Rozwój mediów społecznych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, jak sugeruje Nico Carpentier, wymaga pracy co najmniej w dwóch kierunkach: stworzenia ram prawnych umożliwiających ich działanie oraz aktywizacji społeczeństwa, bez którego powstanie takich mediów jest niemożliwe. Niezwykle istotne wydaje się zapoznanie społeczeństwa z zasadami działania mediów społecznych i kształcenie w zakresie przenoszenia zasad działania demokracji do sfery mediów społecznych¹⁴. Potrzebne są też szeroko zakrojone konsultacje w zakresie kształtowania trzeciego sektora medialnego z już istniejącymi podmiotami medialnymi, które choć formalnie nie przynależą do tego sektora, to starają się realizować pewne cele, które zazwyczaj przypisywane są mediom społecznym¹⁵.

Z przeprowadzonych badań wynika, że przedstawiciele stacji religijnych, studenckich, a także tych prowadzonych przez organizacje pozarządowe byliby zainteresowani zmianami w zakresie rozwiązań prawnych dotyczących sytuacji trzeciego sektora radiowego w Polsce. Do największych problemów takich stacji należy zaliczyć te natury finansowej. Powszechnie kwestionowana jest wysokość opłat za korzystanie z praw autorskich. Przedstawiciele badanych stacji pozytywnie odnieśli się niemal do każdej propozycji zmian, które mogłyby ułatwić dostęp i obecność w eterze podmiotów stawiających

¹³ N. Carpentier, *Why Community Media in the Czech Republic*, [w:] *Media, Power and Empowerment*, Pavlickova T., Reifova I. (red.), Newcastle upon Tyne 2014, s. 288–291.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ Mogą to być na przykład poddane analizie inicjatywy w eterze. Przeprowadzone badania objęły jedynie wycinek zjawiska, jakim jest realizacja niekomercyjnych celów w wydaniu radiowym poza sektorem publicznym. Nieobecne w tej książce są radiowe projekty internetowe, które z pewnością zasługują na uwagę. Warto byłoby podjąć też badania nad sektorem stacji samorządowych, które – choć trudno nazwać inicjatywami „niezależnymi od rządowych instytucji” – w jakimś zakresie są miejscem, wokół którego kumuluje się lokalny kapitał społeczny. Niekomercyjnych działań w interesie społecznym można też poszukiwać we wciąż pojawiających się w Polsce inicjatywach pirackich, stacjach nadających na falach średnich, a także radiowęzłach działających chociażby w szkołach czy więzieniach. Szerzej na temat społecznego wymiaru radiowęzłów więziennych w: U. Doliwa, *Radio behind the Bars. The Polish Case*, „The Radio Journal” 2013, 2 (11), s. 119-136; U. Doliwa, *Radio inne niż wszystkie. Oferta programowa radiowęzłów więziennych w Polsce*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2011, 7, s. 74–88.

sobie niekomercyjne cele. Za najbardziej naturalny sposób dofinansowywania większość z nich uznała przeznaczenie na ten cel niewielkiej części abonamentu radiowo-telewizyjnego.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że wszyscy przedstawiciele stacji realizujących pewne niekomercyjne cele deklarowali chęć zaangażowania w projektowanie nowego ładu medialnego w tym zakresie. Faktem jednak jest, że między deklaracjami a rzeczywistymi działaniami istnieje często duży rozdzźwięk. Mimo iż przedstawiciele tych rozgłośni twierdzą, że chętnie braliby udział w pracach nad zmianą *Ustawy o radiofonii i telewizji*, to w praktyce bardzo rzadko korzystają z takiej możliwości, gdy ona się pojawi – na przykład przy okazji konsultacji ogłaszanych przez KRRiT czy Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Brak społecznej oddolnej presji w kierunku wprowadzenia korzystnych dla takich nadawców rozwiązań prawnych należy uznać za jeden z powodów długiego funkcjonowania statusu nadawcy społecznego w tak nietypowej i niespotykanej w innych krajach formule, której jedynym beneficjentem okazały się rozgłośnie religijne. Nie można więc ustawać w wysiłkach i próbach angażowania społeczeństwa, a także dotychczasowych nadawców starających się realizować społecznie istotne cele, którzy mogą skorzystać na wprowadzanych zmianach. Być może samo opublikowanie komunikatu o konsultacjach na stronach KRRiT czy Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego to zbyt mało, by skutecznie poinformować potencjalnie zainteresowane podmioty o takiej możliwości.

Nico Carpentier, zaproszony do współpracy jako ekspert w zakresie mediów społecznych przez rząd czeski zainteresowany rozwojem tego sektora, opracował pewne wskazówki dotyczące tego na co warto zwrócić uwagę projektując nowy ład medialny obejmujący istnienie trzeciego sektora. Uwagi te mają charakter w znacznej mierze uniwersalny dla całego regionu i warto je rozważyć, planując pewne zmiany w nadawaniu społecznym także w Polsce.

Tabela 27

**Podsumowanie najważniejszych problemów
związanych z tworzeniem ram prawnych dla mediów społecznych**

<p>Perspektywa partycypacyjna, demokratyczna zamiast perspektywy biurokratyczno-administracyjnej</p>	<p>Mimo dążenia większości europejskich organizacji mediów społecznych do formalnoprawnego uznania tego sektora, istnieją istotne różnice strukturalne pomiędzy mediami społecznymi a państwem. Każda regulacja prawna w tym zakresie będzie powodowała pewną kolizję między dwoma odrębnymi światami. Logikę partycypacyjno-demokratyczną z jej odrębnym tempem i priorytetami trudno zharmonizować z logiką administracyjno-biurokratyczną.</p>
--	---

Biurokracja	Legislacja często niesie ze sobą wymagania skierowane do dużych organizacji medialnych, które dysponują strukturalnymi możliwościami, by im sprostać. W przypadku mediów społecznych, które niemal zawsze są organizacjami społeczeństwa obywatelskiego działającymi na niewielką skalę, tych możliwości zazwyczaj brakuje. Na przykład zarządzanie projektami często wiąże się ze składaniem raportów do różnych organizacji, co działa na niekorzyść stacji społecznych i wymusza alokowanie cennych zasobów na taką działalność.
Definicja mediów społecznych	Najważniejszym komponentem każdej regulacji prawnej dotyczącej mediów społecznych jest sformułowanie definicji takich mediów tak, by oddawała złożoność i różnorodność tego zjawiska. Liczba cech wymienianych w takich definicjach jest z reguły ograniczona. Do często używanych należy zaliczyć: służeńie społeczności/społecznościom, działanie nie dla zysku, niezależność, ułatwianie partycypacji społeczności/społecznościom, którym dana stacja ma służyć.
Ochrona społeczeństwa obywatelskiego	Przyjmując uregulowania prawne, należy wziąć pod uwagę ryzyko przejścia mediów społecznych przez rynek i siły rządowe. Często media społeczne są chronione przed przejściem przez rynek poprzez zobowiązanie do pozostania organizacjami działającymi nie dla zysku. Również groźba przejścia przez rząd czy partie polityczne spowodowała pewne wysiłki legislacyjne. Przykładem takich działań jest unikanie zbyt głębokich (np. finansowych) powiązań z określonymi partiami politycznymi lub zakaz łączenia funkcji członka zarządu mediów społecznych z pełnieniem kluczowych funkcji w rządzie czy partii politycznej. Powinno się także unikać dominacji jednego typu przedstawicielstwa społeczeństwa obywatelskiego.
Trwałość i finansowanie	Jako że media społeczne często znajdują się poza logiką rynkową (i państwową), ich środki finansowe są ograniczone, stąd trwałość tego typu inicjatyw jest często zagrożona. Zasadniczo media społeczne wykorzystują model finansowania oparty na trzech filarach: wsparciu społecznym, rządowym i pozarządowym, niekiedy uzupełnianym środkami pochodzącymi z reklam. W zakresie finansowania zostały wykształcone różne modele.
Trening i koordynacja	Często dyskusje na temat uregulowań prawnych są ograniczane do regulacji organizacji mediów społecznych i ignorują specyficzne potrzeby mediów społecznych dotyczące szkoleń. Mimo że media te mogą same w tym zakresie zapewnić wsparcie i pewne szkolenia na poziomie własnej organizacji, osobne organizacje, które zapewniają ten rodzaj wsparcia na poziomie ogólnokrajowym i korzystają z rządowego wsparcia, również istnieją.
Ograniczenie do lokalności	Jednym z głównych ograniczeń, z jakim muszą się zmierzyć media społeczne, jest ograniczenie ich działalności do poziomu lokalnego, zatrzymujące je po jednej stronie alternatywy lokalny-globalny. Z tego powodu rozróżnienie między mediami lokalnymi a społecznymi staje się problemem.

Źródło: N. Carpentier, *Why Community Media in the Czech Republic*, [w:] *Media, Power and Empowerment*, Pavlickova T., Reifova I. (red.), Newcastle upon Tyne 2014; tłumaczenie własne.

Jak słusznie zauważa Nico Carpentier, wprowadzając regulacje prawne dotyczące trzeciego sektora mediów, należy za każdym razem wziąć pod uwagę lokalną specyfikę. Wcześniejsze doświadczenia związane z istnieniem rozgłośni działających na podstawie *Restricted Service Licence* w Wielkiej Brytanii spopularyzowały na przykład niekomercyjne nadawanie w tym kraju i sprawiły, że także lokalne komercyjne rozgłosnie były pod pewnymi warunkami gotowe zaakceptować stworzenie odrębnego komponentu w systemie medialnym zwanego *community radio*. Czy podobną rolę w polskich warunkach spełniło wprowadzenie do systemu medialnego nadawców społecznych? Wydaje się, że nie do końca. 15 lat funkcjonowania nadawców społecznych w formule religijnej doprowadziło do tego, że Polakom nadawanie społeczne kojarzy się po prostu z nadawaniem religijnym. Zmiana wizerunku tego komponentu medialnego może okazać się bardzo trudna. Zbyt długo bowiem zwlekano z reakcją na dominację w tym sektorze jednego typu nadawcy.

Wbrew pozorom, w krajach, w których nie istnieje jeszcze ten sektor choćby w najskromniejszej postaci, jego wprowadzenie i rozwój mogą okazać się łatwiejsze niż w krajach, gdzie jakiś załączek takiego systemu istnieje. Polska nie jest pod tym względem w tak komfortowej sytuacji. Fakt, że kilku nadawców posiada status nadawcy społecznego, sprawia, że wszelkie zmiany w tym zakresie będą wymagały odpowiedzi na pytanie, jak one wpłyną na obecnie korzystające z tego statusu podmioty. Próba dopasowania istniejącej w prawie definicji nadawcy społecznego do tej rekomendowanej w deklaracji Rady Europy *On the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue* jako podmiotów „niezależnych od rządowych, komercyjnych czy religijnych instytucji” spowodowałaby na przykład automatyczne wykluczenie wszystkich istniejących radiowych nadawców społecznych w Polsce z tego grona z uwagi na ich religijny charakter. Przyjęcie zasady, która jest jedną z cech szczególnych tego typu działalności, że stacje społeczne to niewielkie stacje środowiskowe, których zasięg działania jest ograniczony, wiązałyby się zaś z pozbawieniem tego statusu Radia Maryja, co mogłoby nie spotkać się ze zrozumieniem społecznym. Alternatywą dla takiego rozwiązania jest więc wprowadzenie do polskiego prawodawstwa nowej kategorii nadawcy. Uzupełnienie dotychczas istniejących rozwiązań prawnych o dodatkowe komponenty systemu medialnego bardzo zaciemniłoby jednak jego przejrzystość, a co za tym idzie – funkcjonalność. Można więc zaryzykować stwierdzenie, że Czesi, którzy przymierzają się do wprowadzenia społecznego komponentu medialnego, są paradoksalnie w lepszej sytuacji niż Polacy, którzy chcąc rozwijać trzeci – obok publicznego i komercyjnego – filar nadawania, będą musieli zmierzyć się z wyzwaniem, jakim jest uwzględnienie skutków wprowadzanych zmian dla obecnie działających nadawców społecznych.

Warto jednak podkreślić, że Polska jest krajem, który po wprowadzeniu odpowiednich zmian w systemie medialnym mógłby stać się prekursorem i promotorem zmian w całym regionie. W pewnym sensie można nawet uznać, że Polska jest niejako powołana do tego, by taką rolę odgrywać. Przede wszystkim jest krajem dużym, położonym w centralnej części Europy, który liczy się na arenie międzynarodowej. Ma też bogatą historię, w której oddolne, niezależne inicjatywy medialne odegrały istotną rolę. W okresie komunizmu to Polska była przecież liderem w tworzeniu mediów alternatywnych¹⁶. Wydaje się też, że mimo różnych raportów donoszących o niskim poziomie kapitału społecznego w Polsce, przywiązanie do możliwości swobody wypowiedzi i dostępu do informacji jest wśród Polaków wciąż duże. Świadczyć mogą o tym chociażby protesty przeciwko porozumieniu ACTA. To Polacy w styczniu 2012 roku jako pierwsi w Europie wyszli na ulice, by zaprotestować przeciwko ratyfikowaniu tego dokumentu. Warto w każdym razie wziąć pod uwagę, że to, co w kwestii trzeciego sektora nadawania zdecyduje Polska, będzie z dużym prawdopodobieństwem oddziaływać na rozwój mediów społecznych w całym regionie.

W dobie mediów cyfrowych ktoś może zadać pytanie, czy warto promować rozwój analogowych stacji społecznych w eterze. Przecież każdy bez większych problemów może założyć własne radio w Internecie, a to tradycyjne powoli wkracza w erę naziemnego nadawania cyfrowego. Trudno jednak – co podkreślają eksperci – wyobrazić sobie przyszłość cyfrową mediów społecznych bez wcześniejszego uzyskania właściwego miejsca takich projektów w przestrzeni analogowej. Jak wskazują doświadczenia amerykańskie, rozwój radia cyfrowego nie spowodował wcale zwiększenia liczby podmiotów obecnych na rynku radiowym¹⁷. Bez silnej pozycji tego sektora radiowego na częstotliwościach FM nie ma co liczyć na satysfakcjonującą jego obecność w świecie cyfrowym. Tym bardziej że obecnie wykorzystywane systemy nadawania cyfrowego nie są wcale przyjazne małym stacjom lokalnym i sublokalnym. Na koszty związane z przejściem od nadawania analogowego do cyfrowego narzekają nawet duzi komercyjni nadawcy, co stawia możliwości wkroczenia stacji społecznych w świat cyfrowy pod jeszcze większym znakiem zapytania. Co więcej, przełączenie nadawania analogowego na cyfrowe jest cały czas pieśnią przyszłości. Kraje, które jeszcze kilka lat temu chętnie deklarowały daty wyłączenia nadawania analogowego, dziś równie chętnie

¹⁶ J. Downing, *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, Thousand Oaks 2001, s. 358.

¹⁷ P. Tridish, K. Coyer, *A Radio Station in Your Hands is Worth 500 Channels of Mush! The Role of Community Radio in the Struggle against Corporate Domination of Media*, [w:] *News Incorporated: Corporate Media Ownership and Its Threat to Democracy*, Cohen E. (red.), New York 2005, s. 287–314.

się z tych deklaracji wycofują. Wygląda na to, że przed nami długie lata co najwyżej współistnienia nadawania analogowego i cyfrowego, z których to cyfrowe w wielu krajach nie będzie miało statusu dominującego.

W Polsce dotychczasowe próby lepszego ustawowego uregulowania sytuacji trzeciego sektora mediów, szerzej opisane w rozdziale III, kończyły się niepowodzeniem. Nie należy się jednak tym zniechęcać. Droga wiodąca do stworzenia trzeciego sektora mediów społecznych zwykle bywa długa i wyboista. Rozpatrując problem rozwoju projektów społecznych w eterze w naszym kraju, warto spojrzeć na ścieżkę, jaką przeszły państwa, w których sektor ten udało się wprowadzić do systemu medialnego i z powodzeniem działa on już od wielu lat. Za przykład może posłużyć Wielka Brytania, gdzie kampania na rzecz stworzenia odrębnego sektora nadawczego trwała ponad 20 lat. Peter Lewis, który jest nie tylko znanym badaczem tematu radia społecznego na świecie, ale również był aktywnym uczestnikiem tej kampanii, zwraca uwagę, że kluczowe znaczenie miała w tym procesie oddolna presja społeczna ze strony *Community Media Association*, która z czasem zaczęła spotykać się ze zrozumieniem niektórych urzędników i regulatora rynku.

Wydaje się, że obecnie polscy nadawcy niekomercyjni i orędownicy rozwoju trzeciego sektora medialnego mogą liczyć na zrozumienie regulatora rynku audiowizualnego, jakim jest KRRiT. Jednak wciąż nie istnieje aktywnie działająca organizacja skupiająca takich nadawców i reprezentująca ich interesy. Tymczasem dla polityków, którzy zajmują się stanowieniem prawa w tym zakresie, kluczowe znaczenie ma często pozytywna opinia społeczeństwa na temat działalności takich podmiotów¹⁸. James Curran przekonuje jednak, że prawdziwie demokratyczny system medialny powinien umożliwiać obywatelom odkrywanie, gdzie leżą ich interesy, a także wspierać te słabe i niepoparte zorganizowanymi działaniami cele społeczne¹⁹.

Prowadzenie stacji społecznych nie jest zadaniem prostym. Niemal wszędzie, gdzie występują, muszą zmagać się z problemami organizacyjnymi i finansowymi. Jeżeli trudności jest zbyt wiele, nawet najbardziej aktywni i społecznie zaangażowani przedstawiciele społeczeństwa obywatelskiego rezygnują z prowadzenia takich rozgłośni. Jak zauważa Karol Jakubowicz: „Przyszłość mediów obywatelskich zależy w dużej mierze od polityki publicznej, to jest od tego, czy stworzone zostaną korzystne warunki prawne oraz systemy wsparcia, które pozwolą amatorskim i niekomercyjnym mediom uzyskać pewniejszą podstawę do działania w skali pozwalającej dotrzeć do

¹⁸ P. Lewis, *Community Media Policy*, [w:] *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*, Atton Ch. (red.), London 2015, s. 179-188.

¹⁹ J. Curran, *Mediations of Democracy*, [w:] *Mass Media and Society*, Curran J., Gurevitch M. (red.), London 2005.

większej liczby odbiorców”²⁰. Wagę odpowiedniego systemu medialnego, który zapewnia wolność mediów i ich różnorodność, tudzież umożliwia dostęp do niego różnych grup społecznych, podkreśla również Beata Klimkiewicz²¹. Istnienie takich korzystnych warunków i systemu choćby niewielkiego wsparcia dla takich podmiotów, jak pokazuje chociażby przykład Wielkiej Brytanii, gdzie tylko w ciągu czterech lat działania *Community Radio Order* powstało ponad 130 licencjonowanych stacji typu *community*²², z pewnością sprzyja rozwojowi tego sektora. Jakość tego sektora i korzyści płynące z jego posiadania dla społeczeństwa zależą jednak od wielu dodatkowych czynników omówionych w tej książce, z których stopień społecznej partycypacji w jego funkcjonowaniu należy uznać za najważniejszy.

²⁰ K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów*, Warszawa 2011, s. 167.

²¹ B. Klimkiewicz, *A Polyvalent Media Policy in the Enlarged European Union*, Kraków 2014, s. 40.

²² U. Doliwa, *Elektroniczne media społeczne w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Studia Medioznawcze” 2010, 4, s. 65–78.

Bibliografia

- 40 lat minęło, „Gazeta Łódzka” 1999, 114, s. 6.
- 81 procent Polaków słucha codziennie radia, <www.wirtualnemedial.pl/artykul/81-proc-polakow-sluca-codziennie-radia>.
- ACK, *Zmiany w Radiu Centrum*, <<http://centrum.fm/zmiany-w-radiu-centrum/>>.
- Act I of 1996 on Radio and Television Broadcasting, <www.minelres.lv/NationalLegislation/Hungary/Hungary_TVRadio_excerpts_English.htm>.
- Adamowski J., *Czwarty stan. Media masowe w pejzażu społecznym Wielkiej Brytanii*, Warszawa 2006.
- Admin, *Katolickie Radio Rodzina Rozgłosnia Archidiecezji Wrocławskiej*, <www.isidorus.net/show/kim,1,Katolickie_Radio_Rodzina_Rozglosnia_Archidiecezji_Wroclawskiej&jezyk=PL>.
- Alas A., *Artur Talvik käivitas lõpuks õhinapõhise kogukonnaraadio. Eesti Ekspress*, <www.ekspress.ee/news/areen/uudised/artur-talvik-kaivitas-lopuks-ohinapohise-kogukonnaraadio.d?id=64546048>.
- AMARC, AMARC, <www.amarc.org>.
- AMARC, *State Funding 2,35 Million Euro for Danish Community Radio*, <www.amarceurope.eu/state-funding-235-million-euro-for-danish-community-radio/>.
- AMARC, *The Community Radio Charter for Europe*, 1994, <www.amarc.org/index.php?p=Community_Radio_Charter_for_Europe>.
- AMARC, *Women Rights and Good Governance through Community Radios. Documents for an Action Research Seminar*, <http://amarcwiki.amarc.org/upload/documents/Women_good_gov_and_CR_Dec_9_2007.pdf>.
- AMARC, *The Future of Community Radio in Central and East Europe*, <<http://www2.amarc.org/?q=node/940>>.
- AMARC, *The Milan Declaration on Communication and Human Rights*, <www.freestone.com/kpfa/milandeclaration.html>.
- Anderson B., *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London 2006.
- Anioł Beskidów, *O nas*, <www.aniolbeskidow.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=120&Itemid=239>.
- AP, *Nowe radio w Olsztynie*, „Gazeta Wyborcza Olsztyn” 2001, 143, s. 2.
- Atton Ch., *Alternative Media*, London 2002.
- Atton Ch., Hamilton J., *Alternative Journalism*, London 2008.
- Atton Ch., *Researching Community Media in Scotland*, Arches Press, Edinburgh 2007.
- Audycja *Etniczne klimaty*, odcinek zatytułowany Radio Kaszëbë z 7 grudnia 2009, wyprodukowana przez TVP Kraków, <w2.tvp.pl/7478,20091207947200.strona>.
- Australian McNair Ingenuity, *McNair Ingenuity Research 2010/2011*, <<http://www.4peoplemedia.com.au/communit-radio-stats>>.

- Bailey O., Cammaerts B., Carpentier N., *Media alternatywne*, Kraków 2012.
- Bajomi-Lázár P., *Press Freedom in Hungary 1998–2001*, [w:] *Reinventing Media: Media Policy Reform in East-Central Europe*, Sükösd M., Bajomi-Lázár P. (red.), Budapest 2003, s. 85–114.
- Barber B., *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*, Berkeley 2003.
- Barber B., *The Ambiguous Effects of Digital Technology on Democracy in a Globalizing World*, [w:] *Innovations for an E-Society: Challenges for Technology Assessment*, Banse G., Grunwald A., Rader M. (red.), Berlin 2002, s. 43–56.
- Bendyk E., *Nie tacy maniacy*, „Polityka” 2010, 31, s. 76–77.
- Bernhard M., *Civil Society after the First Transition: Dilemmas of Post-Communist Democratization in Poland and Beyond*, „Communist and Post-Communist Studies” 1996, 3(29), s. 309–330.
- Berrigan F., *Access: Some Western Models of Community Media*, Paris 1977.
- Berrigan F., *Community Communications: The Role of Community Media in Development*, Paris 1979.
- Biały W., *RWE w kotchoźniku*, „Gazeta w Lublinie” 2003, 58, s. 5.
- Biernacka-Ligieża I., *What Will Be the Future for Local Broadcasting in Norway*, „Central European Journal of Communication” 2010, 1, s. 147–166.
- Blagojevic S., *#solelunatu14 Sonja Blagojević – Kosma*, <www.youtube.com/watch?v=cnFivvyAaPU>.
- Blethen F., *Frank Blethen’s Testimony. Reclaiming America’s Independent Press*, <www.seattletimes.com/opinion/frank-blethens-testimony-reclaiming-americas-independent-press>.
- Böhme G., *Atmosphere as the Fundamental Concept of a New Aesthetics*, „Thesis Eleven” 1993, 36, s. 113–126.
- Bottryk M., *Dziesięć lat w eterze*, <www.przegladprawoslawny.pl/articles.php?id_n=2736&id=8>.
- Borkowska M., *Pluralizm kulturowy w polskich mediach elektronicznych*, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/publikacje/analizy/pluralizm_-kulturowy_012013.pdf>.
- Bosch T., *Radio, Community and Identity in South Africa: A Rhizomatic Study of Bush Radio in Cape Town*, Ohio Univesrsity 2003.
- Broadcasting Act of the Republic of Serbia (with Amandments)*, <<http://minoritycentre.org/sh/node/1067>>.
- Browne D., *What Is “Community” in Community Radio? A Consideration of the Meaning, Nature and Importance of a Concept*, [w:] *Community Radio in the Twenty First Century*, Gordon J. (red.), Bern 2012, s. 153–173.
- Brzezicki Ł., [online] *Radio Bajka nie nadaje przez problemy techniczne i chce zmienić koncesję*, <<http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/radio-bajka-nie-nadaje-przez-problemy-techniczne-i-chce-zmienic-koncesje>>.
- Buckley S., *Third Pillar of Media Pluralism. Community Broadcasting in the UK and Europe*, 2009, <www.lse.ac.uk/media@lse/events/MeCCSA/pdf/papers/SteveBuckley.pdf>.
- Buckley S., *Introduction*, [w:] *Community Media: A Good Practice Handbook*, Buckley S. (red.), Paris 2011, s. 7–8.
- Buckley S., Mendel T., Raboy M., Duer K., Price M., O’Siochrú S., *Broadcasting, Voice, and Accountability: A Public Interest Approach to Policy, Law, and Regulation*, Washington 2008.

- Burmistrz miasta Żnin, *Zaświadczenie o dokonaniu zmiany wpisu do ewidencji działalności gospodarczej*, <<https://m.facebook.com/MemosOfRZ/photos/a.418110344901378.89902.417996178246128/500589146653497/?type=1&source=46>>.
- Butsch R., *Introduction: How Are Media Public Spheres*, [w:] *Media and Public Spheres*, Butsch R. (red.), [b.m.w.] 2007, s. 1–14.
- Caroll L., *Women Make up Only 20% of Solo Radio Broadcasters, Research Reveals*, <www.guardian.co.uk/media/2013/jul/12/women-solo-radio-broadcasters-20-percent?CMP=tw_t_gu>.
- Carpentier N., *Media and Participation: A Site of Ideological-Democratic Struggle*, Bristol 2011.
- Carpentier N., *Proč komunitní média v České republice? Podrobný návod na rozvoj českých komunitních médií*, <www.rtv.cz/files/pracovni-skupiny/komunitni_media.pdf>.
- Carpentier N., *Why Community Media in the Czech Republic*, [w:] *Media, Power and Empowerment: Central and Eastern European Communication and Media Conference Ceecom Prague 2012*, Pavlickova T., Reifova I. (red.), Newcastle upon Tyne 2014, s. 288–291.
- Centre for Media Pluralism and Media Freedom, *Media Pluralism Monitor 2014*, <<http://monitor.cmpf.eu/results-2014>>.
- Cześkowska P., *Radio Kaszëbë zmieniło mentalność Kaszubów*, <<http://radiokaszebe.pl/dzialacze-kaszubscy-sa-dumni-z-radia-kaszebe/>>.
- Chignell H., *Key Concepts in Radio Studies*, London 2009.
- Christian Media Australia, *History*, <http://christianmedia.org.au/index.php?option=com_content&task=view&id=31&Itemid=60>.
- CMFE, *Comment of the CMFE on the Draft ECC Report 141 on Future Possibilities for the Digitalisation of Band II*, <www.cmfe.eu/docs/2009_December_29_response_ECC_Consultation_digitalisation_BandII.pdf>.
- CMFE, *Community Media Mapping and Rating Project*, 2012, <<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1hzhZ6Fs0qO1mOCPF5Ef5ftWkM9zkW3ENvFV2sjdkZDw/pub?single=true&gid=0&output=html>>.
- CMFE, *Contribution from the CMFE to the Public Consultation Transforming the Digital Dividend Opportunity into Social Benefits and Economic Growth in Europe 10 July 2009*, <www.cmfe.eu/docs/2009_4_%20September_EC_Digital_Dividend_Consultation.pdf>.
- CMFE, *Deklaracja Community Media Forum Europe (CMFE) w sprawie poparcia rozwoju mediów społecznych w Polsce*, <http://cmfe.eu/docs/_Poland_Komisja%20Kulturalny.pdf>.
- CMFE, *Digitalization of Community Radio in Europe*. Statement to the Conference Espectro, Sociedade e Comunicação 2, Rio de Janeiro, 26–28 listopada 2013.
- CNRA, *Présentation*, <www.cnra.fr/-Presentation->.
- Coll S., *Internet na dobre i na złe*, „Rzeczpospolita”, dod. „Plus Minus” 2011, 40, s. 2–3.
- COMAPP, *Community Media Applications & Participation*, <www.gender.uni.lodz.pl/eng/files/project%20COMAPP.pdf>.
- Community Media Association, *About Us*, <www.commedia.org.uk/about>.
- Community Media Database, <<http://communitymediadatabase.org/node/27>>.
- Community Media in the Information Age, Jankowski N. (red.), New Jersey 2002.
- Community Media: A Good Practice Handbook, Buckley S. (red.), Paris 2011.
- Community Media: International Perspectives, Fuller L. (red.), New York 2007.

- Community Radio and Television Join Forces in Sweden*, <<http://digitalradioinsider.blogspot.com/2015/04/community-radio-and-television-join.html>>.
- Community Radio in the Twenty First Century*, Gordon J. (red.), Bern 2012.
- Community Radio Order 2004*, <www.legislation.gov.uk/uksi/2004/1944/contents/made>.
- Community Radio: Its Impact and Challenges to its Development. Working Group Report*, Sullivan M. (red.), Washington 2007.
- Connectus Consulting Ink., *International Approaches to Funding Community and Campus Radio*, Canada 2009.
- Connolly-Ahern C., Schejter A., Obar J., *The Poor Man's Lamb Revisited? Assessing the State of LPFM at its 10th Anniversary*, „The Communication Review” 2012, 1(15), s. 21–44.
- Consiliul Național al Audiovizualului, *The Audiovisual Law. Law no. 504*, <www.cna.ro/The-Audio-visual-Law,1655.html>.
- Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*, Couldry N., Curran J. (red.), New York 2003.
- Coyer K., Beek J., *Community Radio in Bosnia and Herzegovina: Opportunities and Challenges*, [w:] *Communication an Community. Citizens, Media and Local Governance in Bosnia and Hercegowina*, Jusic T. (red.), Sarajevo 2010, s. 131–185.
- Coyer K., Hintz A., *Developing the Third Sector: Community Media Policies in Europe*, [w:] *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*, Klimkiewicz B. (red.), Budapest 2010, s. 275–298.
- CRAOL, *Home*, <www.craol.ie/1/0/home.html>.
- Crisell A., *General Introduction*, [w:] *More than a Music Box: Radio Cultures and Communities in a Multimedia World*, Crisell A. (red.), Oxford – New York 2006.
- CSA, *Les chiffres clés de l'audiovisuel Francis*, <<file:///C:/Users/user/Downloads/Chiffres%20cl%C3%A9s%20de%20l'audiovisuel%20S2%202014.pdf>>.
- Culture.si, *Radio Student*, <[www.culture.si/en/Radio_%C5%A0tudent_\(R%C5%A0\)#External_links](http://www.culture.si/en/Radio_%C5%A0tudent_(R%C5%A0)#External_links)>.
- Curran J., *Mediations of Democracy*, [w:] *Mass Media and Society*, Curran J., Gurevitch M. (red.), 4th ed., London 2005.
- Czego nas uczy Radio Maryja. Socjologia treści i recepcji rozgłośni*, Krzeźmiński I. (red.), Warszawa 2009.
- Dahlgren P., *Reconfiguring Civic Culture in the New Media Milieu*, [w:] *Media and the Restyling of Politics*, Corner J., Pels D. (red.), London 2003, s. 151–170.
- Dahrendorf R., *Zagrożone społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Europa i społeczeństwo obywatelskie. Rozmowy z Castel Gandolfo*, Michalski K. (red.), Kraków 1994, s. 222–236.
- Day R., *Community Radio in Ireland. Participation and Multi-Flows of Communication*, Cresskill 2008.
- DemocracyNOW!, *About*, <www.democracynow.org>.
- Digital Radio FM Europe*, <<http://digitalradioinsider.blogspot.com/2015/04/community-radio-and-television-join.html>>.
- Dobek-Ostrowska B., *Italianization (or Mediterraneanization) of the Polish Media System?*, [w:] *Comparing Media Systems Beyond the Western World*, Hallin D., Mancini P. (red.), Cambridge 2011, s. 26–50.
- Dobek-Ostrowska B., *Media Landscapes in Transition: Focus on Central and Eastern Europe*, [w:] *MediaAct. Final Research Report 2013*, <www.mediaact.eu/news.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=60&cHash=d583f3b0aafa3d568b2087cdf5d63848>.
- Dobek-Ostrowska B., *Przejście do demokracji a transformacja systemów medialnych w Europie Środkowo-Wschodniej po upadku komunizmu*, [w:] *Transformacja sys-*

- temów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, Dobek-Ostrowska B. (red.), Wrocław 2002, s. 13–33.
- Dolecki Z., *Globalizacja – proces nieodwracalny. Rozmowa z profesorem Zygmuntem Baumanem z Leeds University*, <www.pan-ol.lublin.pl/biul_6/art_610.htm>.
- Doliwa U., *Cyfryzacja przekazu radiowego – szansa czy zagrożenie dla stacji lokalnych i społecznych* [w druku].
- Doliwa U., *Dziennikarstwo obywatelskie, czyli jakie?*, „Nowe Media” 2012, 3, s. 81–99.
- Doliwa U., *Elektroniczne media społeczne w Polsce. Stan obecny i perspektywy rozwoju*, „Studia Medioznawcze” 2010, 4, s. 65–78.
- Doliwa U., *Koncepcja radia społecznego*, [w:] *Radio a społeczeństwo*, Stachyra G., Pawlak-Hejno E. (red.), Lublin 2011, s. 83–93.
- Doliwa U., *Od duetu do tercetu. O rozwoju trzeciego sektora radiowego w Europie*, [w:] *Systemy medialne w XXI wieku*, Jaskiernia A., Adamowski J. (red.), Warszawa 2012, s. 307–322.
- Doliwa U., *Polish Radio Stations Run by NGOs – Idea, Organization, Programme*, [w:] *Radio a społeczeństwo*, Stachyra G. (red.), Lublin 2013, s. 63–78.
- Doliwa U., *Polskojęzyczne audycje radiowe za granicą – próba charakterystyki*, [w:] *Polskość z daleka i z bliska. Publikacja jubileuszowa z okazji pięciolecia działalności Centrum Kultury i Języka Polskiego dla Cudzoziemców Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie*, Ndiaye I., Rólkowska M. (red.), Olsztyn 2010, s. 107–124.
- Doliwa U., *Radio behind the Bars. The Polish Case*, „The Radio Journal” 2013, 2(11), s. 119–136.
- Doliwa U., *Radio inne niż wszystkie. Oferta programowa radiowęzłów więziennych w Polsce*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2011, 7, s. 74–88.
- Doliwa U., *Radio internetowe – realna alternatywa dla rozgłośni koncesjonowanych?*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2010, 6, s. 112–122.
- Doliwa U., *Radio społeczne a idea partycypacji społecznej na przykładzie Radia Spark FM*, „Studia Medioznawcze” 2013, 3, s. 101–116.
- Doliwa U., *Radio studenckie w Polsce*, Olsztyn 2008.
- Doliwa U., *Religious Radio Stations in Poland: A Community-Oriented Catholic Ghetto? A Case Study of Radio Niepokalanów*, [w:] *Radio: the Resilient Medium*, Oliveira M., Stachyra G., Starkey G. (red.), Sunderland 2014, s. 205–217.
- Doliwa U., Rankovic L., *Time for Community Media in Central and Eastern Europe*, „Central European Journal of Communication” 2014, 1 (12), s. 18–33.
- Doliwa U., *The History of Student Radio in Poland*, „Interactions: Studies in Communication and Culture” 2015, 6, s. 107–125.
- Doliwa U., *The Presence and the Future of Community Radio in Poland*, [w:] *Radio Evolution*, Oliveira M., Portela P. (red.), Braga 2012, s. 533–543.
- Dorer J., *Another Communication is Possible. Triales Rundfunksystem und die Geschichte der Freien Radios in Österreich*, „Medien & Zeit” 2004, 3, s. 4–5.
- Douglas S., *Listening in. Radio and the American Imagination*, New York 1999.
- Downing J., *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*, Thousand Oaks 2001.
- Drożdż M., *Fenomen radiofonii katolickiej w przestrzeni wolności*, [w:] *Radio i gazety*, Wolny-Zmorzyński K., Furman W., Nierenberg B., Marszałek-Kawa J. (red.), s. 34–43.
- Dudkowski Ł., *Akademickie Radio Centrum kończy 15 lat*, <www.mmlublin.pl/18525/2010/10/22/akademickie-radio-centrum-konczy-lat>.

- Dziadak K., *Katolickie Radio Płock*, [w:] *Mazowieckie media lokalne i regionalne*, Koński W. (red.), Płock 2005, s. 203–209.
- eKai.pl, *Katolickie Stowarzyszenie Filmowe im. św. Maksymiliana Marii Kolbego*, <<http://ekai.pl/wspolnoty/katolickie-stowarzyszenie-filmowe-im-sw-maksymiliana-marii-kolbego/>>.
- Elbląg24, *Radio EL chyli się ku upadkowi*, <www.elblag24.pl/artykuly/radio-el-chyli-sie-ku-upadkowi>.
- Engelman R., *Public Radio and Television in America*, Thousand Oaks 1996.
- Enzensberger M., *Contingents of a Theory of the Media*, [w:] *Hans Magnus Enzensberger. The Consciousness Industry, on Literature, Politics and the Media*, Roloff M. (red.), New York 1970, s. 95–128.
- EPRA, *36th EPRA Meeting in Jerusalem. List of Participants (DRAFT, November 16)*, <<http://epra3-production.s3.amazonaws.com/attachments/files/2051/original/provisional%20participation%20list%20for%20the%20website.pdf>>.
- EPRA, *EPRA Annual Work Programme for 2013*, <http://epra3-production.s3.amazonaws.com/attachments/files/2080/original/ANNUAL_WORK_%20PROGRAMME_2013_EN.pdf>.
- Evens T., Paulussen S., *Local Radio in Europe: Policy Options for a Sustainable Sector*, „Media, Culture & Society” 2012, 34, s. 112–121.
- Fan FM, *Historia Blue FM*, <<http://fanfm.strefa.pl/a/?a=17,1>>.
- Fogg A., Korbel P., Brooks C., *Community Radio Toolkit*, Manchester 2005.
- Forde F., *Challenging the News: The Journalism of Alternative and Independent Media*, London 2011.
- Forde S., Meadows M., *Facilitating Public Conversations: The Role of the “Citizen” in Community Radio and Alternative Journalism*, [w:] *Community Radio in the Twenty First Century*, Gordon J. (red.), Bern 2012, s. 175–197.
- Forum poświęcone Radiu Żnin na stronie „Tygodnika Pałuki”, <<http://znin.tygodnik.pl/viewtopic.php?f=11&t=1355&sid=47b339cf16aacd301c213d17441e5eb6&start=240>>.
- Forum poświęcone Radiu Żnin na stronie RadioPolska, <<http://forum.radiopolska.pl/index.php?s=f36e22c9bbb007c92c910a1379cbba19&showtopic=13938&st=160&p=263591&#entry263591>>.
- Fröhlich J., Däschle D., Geerts A., Jannusch S., *Community Participation at Local and Community Radio Stations. An Explorative Study in Africa, Asia, Latin America and the Pacific*, Aachen 2012.
- From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006.
- Fundacja Ananke, *About*, <www.facebook.com/pages/Fundacja-Ananke/210550565650247?sk=info>.
- Gaynor N., O'Brien A., *Drivers of Change?: Community Radio in Ireland*, [b.m.w.] 2010.
- Genca M., *Akademickie Radio Centrum 98.2 FM w Lublinie (próba monografii)*, nieopublikowana praca magisterska, Uniwersytet Warszawski 2001.
- Gesamte Rechtsvorschrift für KommAustria-Gesetz*, wersja z dnia 29.05.2015, <www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001213>.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość, „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Warszawa 2001.
- Giddens A., *Socjologia*, Warszawa 2004.
- Gillmor D., *We the Media. Grassroots Journalism. By the People, for the People*, Cambridge – Farnham – Köln – Sebastopol – Taipei – Tokyo 2006.

- Głowacki M., *Interview with Dr. Karol Jakubowicz on New Notions of Media, Changing Users Behavior and Impact of New Technologies*, „Central European Journal of Communication” 2012, 1(8), s. 139–145.
- Gmerek-Rajchel M., *Formatowanie radia lokalnego*, Toruń 2005.
- Goban-Klas T., *Prasa lokalna i środowiskowa w Stanach Zjednoczonych: w cieniu gigantów*, Kraków 1989.
- Gordon J., *A Comparison of a Sample of New British Community Radio Stations with a Paralel Sample of Established Australian Community Radio Stations*, „Journal of Community, Citizen’s and Third Sector Media and Communication” 2006, 2, s. 15–29.
- Gordon J., *Notions of Community. A Collection of Community Media Debates and Dilemmas*, Oxford – New York 2009.
- Gordon J., *The Role of University Radio in the Development of Community Radio Stations: A History*, [w:] *Community Radio in the Twenty First Century*, Gordon J. (red.), Bern 2012, 365–384.
- Gosztyni G., *A közösségi médiaszolgáltatók a hatályos magyar jogi szabályozásban*, „Médiakutató” 2011, 4, s. 37–48.
- Gosztyni G., *Alternative Media in the European Media Regulation*, „Annales, Universitatis Scientiarum Budapestinensis de Rolando Eotvos Nominatae” 2015, 54, s. 191–222
- Gosztyni G., *Past, Present, and Future of the Hungarian Community Movement*, [w:] *Understanding Community Media*, Howley K. (red.), Los Angeles – London – New Delhi – Singapore – Washington 2010, s. 297–308.
- Gosztyni G., *Towards a European Legislation*, wystąpienie na konferencji „Media Diversity for Democracy”, Masarykova Univerzita, Czechy, Brno, 3–6 października 2013.
- Günnel T., *Action-Oriented Media Pedagogy*, [w:] *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006, s. 41–65.
- Guziński A., *Początek*, [w:] *Studencka Agencja Radiowa*, Serafin M., Andruszkiewicz W., Maśnicki B., Nowicka M. (red.), Gdańsk 2002, s. 36–38.
- Habermas J., *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Borgeois Society*, Cambridge 1989.
- Hallett L., *Community Radio in Transition: The Challenge to Digital Migration*, [w:] *Digital Radio in Europe. Technologies, Industries and Cultures*, O’Neill B., Ala-Fossi M., Jauert P., Lax S., Nyre L., Shaw H. (red.), Bristol – Chicago 2010, s. 175–191.
- Hallett L., Wilson D., *Community Radio: Collaboration and Regulation*, <www.lse.ac.uk/media@lse/events/MeCCSA/pdf/papers/Hallett_Wilson_FINAL.pdf>.
- Hamelink C., *The Politics of World Communication*, Thousand Oaks 1994.
- Hendy D., *Radio in the Global Age*, Cambridge – Malden 2000.
- Herman E., McChesney R., *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism*, London 1997.
- Hilmes M., *Radio and the Imagined Community*, [w:] *The Sound Studies Reader*, Sterne J. (red.), New York 2012, s. 351–363.
- Himanen P., *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*, New York 2001.
- Hipfl B., Hug T., *Introduction: Current Discourses and Conceptual Analysis*, [w:] *Media Communities*, Hipfl B., Hug T. (red.), Munster 2006, s. 9–32.
- Hochheimer J., *Komu służy radio środowiskowe w Stanach Zjednoczonych*, „Przekazy i Opinie” 1990, 3–4, s. 146–168.

- Hołodowski M., Dąbrowski J., *Komu koncesję, komu?*, „Gazeta w Białymstoku” 1994, 37, s. 1–2.
- Howley K., *Community Media. People, Places, and Communication Technologies*, Cambridge 2005.
- Hryniewicz A., *Zarys historii Radia Akadera w latach 1964–2011*, nieopublikowana praca licencjacka, Uniwersytet Gdański 2013.
- IBA, *The Independent Broadcasting Authority Act in South Africa*, <www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=218750>.
- Iosifidis P., *Reinventing Public Service Communication*, Basingstoke 2011.
- Jabłoński W., *Powstanie, rozwój i upadek Radia Plus*, [online] <<http://www.ostatniaszuflada.pl/warto/puls.doc>>.
- Jakubowicz K., *Democracy at 20? Many (un)happy returns*, [w:] *Making Democracy in Twenty Years. Media and Politics in Central Europe*, Dobek-Ostrowska B., Głowacki M. (red.), Wrocław 2011, s. 15–41.
- Jakubowicz K., *Media a demokracja w XXI wieku. Poszukiwanie nowych modeli*, Warszawa 2013.
- Jakubowicz K., *Media publiczne. Początek końca czy nowy początek*, Warszawa 2007.
- Jakubowicz K., *Nowa ekologia mediów*, Warszawa 2011.
- Jakubowicz K., *Tworzenie nowego systemu radia i telewizji w Polsce. Elementy nowej ustawy o radiofonii i telewizji*, [w:] *Opinie na temat modelu funkcjonowania radiofonii i telewizji*, Biuro Studiów i Analiz Senatu 1992, 31, s. 7–8.
- Jakubowicz K., *Zabawa w krzesła? Trzy sfery publiczne w Polsce*, [w:] *Komunikowanie i obywatelskość*, Dahlgren P., Sparks C. (red.), Wrocław 2007, s. 161–180.
- Jankowski N., *Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations*, <www.uk.sagepub.com/mcquail6/PDF/034_ch02.pdf>.
- Jankowski N., *Epilogue*, [w:] *Community Media in the Information Age*, Jankowski N. (red.), New Jersey 2002, s. 368–369.
- Jaskiernia A., *Publiczne media elektroniczne w Europie*, Warszawa 2006, s. 32–33.
- Jauert P., Prehn O., *The Danish Subsidy Scheme for Non-Commercial Local Stations*, „Javnost” 2003, 1(10), <www.javnostthepublic.org/article/2003/1/5>.
- Jędrzejewski S., Doliwa U., *Local Radio – an Endangered Species? The Polish Case*, „Media Transformations” 2013, 10, s. 74–99.
- Jędrzejewski S., *Radio w komunikacji społecznej*, Warszawa 2003.
- Jędrzejewski S., *Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej*, Kraków 2010.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji*, Warszawa 2006.
- Jest porozumienie. Vox FM znowu w Radiu Plus*, <http://wyborcza.biz/biznes/1,101562,8050685,Jest_porozumienie_Vox_FM_znowu_w_Radiu_Plus.html>.
- Johánek F., *Roma Youth Radio. Project for Applied Ethnomusicology*, <<http://prezi.com/ldqvtgqicpmo/roma-youth-radio>>.
- Józwiak-Staszewska L., *Radio z Dobrej musi być dobre*, <www.gazetylokalne.pl/index.php?p=news&area=1&newsid=607>.
- Julita Grzywa *nową naczelną Radia Akadera*, <www.poranny.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20081229/BIALYSTOK/513638246>.
- Juza M., Pręgowski M., *Poczucie misji, pasja i zabawa jako motywacje twórczości amatorskiej w Internecie*, „Studia Medioznawcze” 2010, 4, s. 145–155.
- kap/bsz, *Rozgłoszenie uczelni państwowych chcą finansowania z abonamentu RTV*, <www.naukawpolsce.pap.pl/aktualnosc/news,67976,rozglosnie-uczelni-panstwowych-chca-finansowania-z-abonamentu-rtv.html>.

- Kaszewski K., *Język dyskusji radiowej. Analiza wypowiedzi słuchaczy w Programie III Polskiego Radia*, Warszawa 2006.
- Katolickie Radio Płock, *O nas*, <www.krpradio.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=57>.
- Katolickie Radio Rodzina, *O radiu*, <www.radiorodzina.pl/oradiu/>.
- Kember S., Zylinska J., *Life after New Media: Mediation as a Vital Process*, Massachusetts 2012.
- Kidd D., *The Global Movement to Transform Communications*, [w:] *The Alternative Media Handbook*, Coyer K., Dowmunt T., Fountain A. (red.), London – New York 2007, s. 239–246.
- Kipling R., *We and They. Debits and Credits*, London 1926.
- Klimkiewicz B., *A Polyvalent Media Policy in the Enlarged European Union*, Kraków 2014.
- Knysz, *Nadawca społeczny znacznie mniej płaci*, <<http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,33181,2568536.html>>.
- Komisja Wspólnot Europejskich, *Europejskie podejście do umiejętności korzystania z mediów w środowisku cyfrowym*, Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów, 2008, [online] <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52007DC0833>> (dostęp: 10.09.2015).
- Komitet Badań Radiowych, *Co drugi student jest wierny swojej stacji radiowej*, <www.badaniaradiowe.pl/aktualnosci/20120301.htm>.
- Kosiec T., *Radiowęzyty studenckie w Polsce – działalność i perspektywy rozwoju*, niepublikowana praca magisterska, Uniwersytet Warszawski 1984.
- Kowalczyk R., *Media lokalne w Polsce*, Poznań 2008.
- Kozielski M., *Radio Mazury chce dołączyć do sieci Zet Gold*, <www.press.pl/newsy/radio/pokaz/46462,Radio-Mazury-chce-dolaczyc-do-sieci-Zet-Gold>.
- Kozielski M., *Sąd uchylił decyzję KRRiT i Radiofonia może zmienić nazwę na RMF City*, <www.press.pl/newsy/radio/pokaz/50820,Sad-uchylil-decyzje-KRRiT-i-Radiofonia-moze-zmienic-nazwe-na-RMF-City>.
- KRRiT, *Decyzja Nr DR-122/2012-1/117/K w sprawie zmiany koncesji Nr 117/K/2011-R z dnia 23 sierpnia 2011 roku z 6 czerwca 2012 roku*.
- KRRiT, *Decyzja Przewodniczącego Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji Nr DK 031/98 – 2/48 z dnia 2 marca 1998 roku w sprawie zmiany Koncesji Nr 0/48/94-R z dnia 25 maja 1994 roku*.
- KRRiT, *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji za 2011 rok*, 2012, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2012/informacja_krrit_03_2012.pdf>.
- KRRiT, *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji za 2012 rok*, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2013/informacja_krrit_2013.pdf>.
- KRRiT, *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji za 1996 rok*, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr1997/inf1997.pdf>.
- KRRiT, *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji za 1997 rok*, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr1998/inf1998.pdf>.
- KRRiT, *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji za 2010 roku*, 2011, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2011/informacja_2011_2.pdf>.

- KRRiT, *Informacja o podstawowych problemach radiofonii i telewizji za 2009 rok*, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2010/informacja_krrit_za_2009r_2.pdf>.
- KRRiT, *Koncesja nr 048/94-R*.
- KRRiT, *Koncesja nr 055/94-R*.
- KRRiT, *Koncesja nr 145/95-R*.
- KRRiT, *Koncesja nr 258/2000-R*.
- KRRiT, *Koncesja nr 451/2010-R*.
- KRRiT, *Konsultacja społeczna w sprawie zmian w ustawie o radiofonii i telewizji dotyczących nadawcy społecznego*, 2012, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konsultacje/2012/0805/nadawca_spoleczny_konsultacja_18.04.pdf>.
- KRRiT, *Konsultacje ws. wybranych kierunków zmian prawa medialnego*, 2012, <www.krrit.gov.pl/krrit/konsultacje-krrit/news,650,zakonczone-konsultacje-ws-wybranych-kierunkow-zmian-prawa-medialnego-przedluzony-termin.html>.
- KRRiT, *Podsumowanie konsultacji w sprawie modernizacji prawa medialnego*, <www.krrit.gov.pl/krrit/konsultacje-krrit/wyniki-konsultacji/news,746,podsumowanie-konsultacji-publicznych-w-sprawie-modernizacji-prawa-medialnego.html>.
- KRRiT, *Postanowienie nr Dr - 088/2012*, <www.krrit.gov.pl/Koncesje/k166K_2.doc>.
- KRRiT, *Projekt Strategii regulacyjnej na lata 2014-16*, 2014, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/konsultacje/strategia-regulacyjna-krajowej-rady-radiofonii-i-telewizji-na-lata-2014-2016.pdf>.
- KRRiT, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności*, 2010, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2011/sprawozdanie_2011_2.pdf>.
- KRRiT, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności wraz z informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, 1995, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr1995/spr1995.pdf>.
- KRRiT, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności wraz z informacją o podstawowych problemach radiofonii i telewizji*, 1996, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr1996/spr1996.pdf>.
- KRRiT, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności*, 1997, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr1997/spr1997.pdf>.
- KRRiT, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności*, 1998, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr1998/spr1998.pdf>.
- KRRiT, *Sprawozdanie Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z rocznego okresu działalności*, 2002, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/spr2002/spr2002.pdf>.
- KRRiT, *Strategia regulacyjna na lata 2011-13*, 2011, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/strategie/strategia_110420.pdf>.
- KRRiT, *Strategia regulacyjna na lata 2014-16*, 2014, <www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/sprawozdania/strategia_final.pdf>.
- KRRiT, *Wykaz nadawców społecznych (stan na 31 grudnia 2014)*, <www.krrit.gov.pl/dla-nadawcow-i-operatorow/koncesje/wykaz-nadawcow-spoecznych/>.
- Lafrance J., Simon J., *France: Broadcasting in Turmoil*, [w:] *The People's Voice: Local Radio and Television in Europe*, Jankowski N., Prehn O., Stappers J. (red.), London 1992, s. 170–185.

- Lakomy M., *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*, Kraków 2013.
- Law on Broadcasting Activity, <www.itu.int/ITU-D/tech/OLD_TND_WEBSITE/digital-broadcasting_OLD/Bulgaria_Assistance_Transition/Macedonia/08.12.2005-EN-FINAL-Law%20on%20Broadcasting%20Activity.pdf>.
- Łb, Iwona Kostka-Kwiatkowska przewodniczącą Polskich Rozgłośni Akademickich, <www.wirtualnemedi.pl/artikul/iwona-kostka-kwiatkowska-przewodniczaca-polskich-rozglosni-akademickich>.
- Learning with Community Media: Stories from the Commonwealth and Latin America*, Pringle I., Mittal E., Valde M. (red.), 2012, <www.col.org/resources/publications/Pages/detail.aspx?PID=413>.
- Leksykon politologii*, Antoszewski A., Herbut R. (red.), Wrocław 1997.
- Lewis P., Booth J., *The Invisible Medium: Public, Commercial and Community Radio*, London 1989.
- Lewis P., *Community Media: Giving a Voice to the Voiceless*, [w:] *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006, s. 13-40.
- Lewis P., *Community Media Policy*, [w:] *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*, Atton Ch. (red.), London 2015, s. 179–188.
- Lewis P., *Community Radio. Employment Trends and Training Needs*, Sheffield 1994.
- Lewis P., *Community Radio: The Montreal Conference and After*, „Media, Culture, & Society” 1984, 6, s. 137–150.
- Lewis P., *Finding and Funding Voices: The London Experience*, „Information, Society & Justice” 2008, 1(2), s. 5–20.
- Lewis P., *How to Target Audiences*, RNE/EBU Rencontre Global Impact of Public Radio, Palma de Mallorca, 12–13 maja 2005.
- Lewis P., *“It’s Only Community Radio”: The British Campaign for Community Radio*, [w:] *Community Radio in the Twenty First Century*, Gordon J. (red.), Bern 2012, s. 8–32.
- Lewis P., *Local and Global Participation*, [w:] *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006.
- Lewis P., *Monitoring and Evaluation*, [w:] *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006.
- Lewis P., *Promoting Social Cohesion – the Role of Community Media*, 2008, <www.amarc.org/conference-europe/document/Promoting_Social_Cohesion_The_Role_of_Communit_Media.pdf>.
- Lievrouw L., *Media alternatywne i zaangażowanie społeczne*, Warszawa 2012.
- Livingstone S., *What is Media Literacy?*, „Intermedia” 2004, 3 (32), s. 18–20.
- Loeser H., *Community Radio for the Czech Republic – Who Cares?*, [w:] *Radio in Small Nations*, Hand R., Traynor M. (red.), Chicago 2013, s. 126–140.
- Loeser H., *Roma Youth Radio. Business Plan*, <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:1Zdau4Ea_6YJ:www.sozialmarie.org/projekte/roma_youth_radio.2925.html%3FdownloadType2925%3Dpdf_en%26downloadFile2925%3D2813+&hl=pl&gl=pl&pid=bl&srcid=ADGEEsJwGjpxotmmlpTMMk-Hwbmz82SMJBwNVR13nj1Xgr1RLZs1A9mbCXdcI9LxU9yMDe3bDWFmER2_EnfFgK7Xvd4A0RKNiNA-AWTRxaZ2vW7zz2muGkAsG7YLaMvv514olPkfEVnu&sig=AHIEtbSUQHh8u5-HgZK7T0EvnAg7-8hw-w>.
- Lunt P., Livingstone S., *Media Regulation: Governance and the Interests of Citizens and Consumers*, London 2011.

- Majchrzak G., *Niezależna działalność radiowa pod szyldem „Solidarność” 1980–1989*, Dodatek Historyczny IPN „Naszego Dziennika” 2010, 200(8), s. 4.
- Mancini P., Hallin D., *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge 2004.
- Mancini P., Hallin D., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007.
- Masz, *Co dalej z Radiem Plus?*, <www.wirtualnemedialna.pl/artykul/co-dalej-z-radiem-plus-3>.
- Matelski M., *Minorities in the Mainstream: Preserving Roma Cultural Identity*, „The International Journal of Diversity in Organizations, Communities & Nations” 2007, 5(7), s. 197–204.
- Matelski M., *Resilient Radio*, [w:] *Radio: The Forgotten Medium. Transaction. Publishers*, Pease E., Dennis E. (red.), New Brunswick 1995, s. 5–14.
- McChesney R., *Corporate Media and the Threat to Democracy*, New York 1997.
- Meg, *Ile Polacy dają na tacę? Cała prawda o polskim katolicyzmie*, <<http://wiadomosci.wp.pl/title,Ile-Polacy-daja-na-tace-Cala-prawda-o-polskim-katolicyzmie,wid,13973249,wiadomosc.html?ticaid=1dd07#czytajdalej>>.
- Mendel T., *Tuning into Development: International Comparative Survey of Community Broadcasting Regulation*, Paris 2013.
- Michalczyk S., *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*, Toruń 2010.
- Mikułowski-Pomorski J., *Prawo do komunikowania się: czy dawne dylematy są jeszcze aktualne?*, <[http://janek.uek.krakow.pl/~limes/files/el1\(2\)2003/jmp_limes1\(2\).pdf](http://janek.uek.krakow.pl/~limes/files/el1(2)2003/jmp_limes1(2).pdf)>.
- Mill J. S., *O wolności*, Warszawa 1959.
- Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, *Projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji*, <http://bip.mkidn.gov.pl/media/docs/konsultacje_pub/2015/201502094_02_15_projekt_ustawy.pdf>.
- Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, *Strategia rozwoju kapitału społecznego 2020*, 2013, <http://ks.mkidn.gov.pl/media/download_gallery/20130520SRKS_na_stronie_Internetowej.pdf>.
- Mirecka-Pawłowska A., *Akademicki duch w eterze*, „Forum Akademickie” 1995, 8, s. 16–17.
- Mitchell C., Baxter A., *Organic Radio: The Role of Social Partnership in Creating Community Voices*, [w:] *From the Margins to the Cutting Edge: Community Media and Empowerment*, Lewis P., Jones S. (red.), Cresskill, New York 2006, s. 69–100.
- Mitchell C., *On Air – off Air. Defining Women’s Radio Space in European Women’s community Radio*, [w:] *Women and Radio: Airing Differences*, Mitchell C. (red.), London – New York 2000, s. 189–201.
- Mitchell C., *Praxis and Participation in Community Radio Training in Europe*, [w:] *Community Radio in the Twenty First Century*, Gordon J. (red.), Bern 2012, s. 311–346.
- Mohoric R., *Presentation on Radio Student*, wystąpienie na konferencji Public Policies and Media Pluralism. The Future of Community Radio in Central and Eastern Europe, Budapest – 13–14 listopada 2012.
- Monteiro R., *Non Commercial / Community Broadcasting in Denmark, a Case of Study*, <www.personal.ceu.hu/staff/Erich_Schwarz/Monteiro_Abstract.doc>.
- Moskalewicz M., *Przestrzenie pojawiania się. Miejsce lokalności w myśli Hannah Arendt* [w:] *O miejskiej sferze publicznej. Obywatelskość i konflikty o przestrzeń*, Nowak M., Pluciński P. (red.), Kraków 2011, s. 55–68.

- Mrozowski M., *Teoria komunikacji społecznej*, <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:oEa_VKmVmTYJ:www.id.uw.edu.pl/~mrozowski/WOK-2008.ppt+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl>.
- NDiaye B., *Radio a nowe media w Afryce Zachodniej (na przykładzie Senegalu)*, [w:] *Radio w dobie nowych mediów*, Doliwa U. (red.), Olsztyn 2015, s. 133–150.
- Napoli P., Aslama M., *Communications Research in Action*, New York 2011.
- Närradions Riksorganisation, *Community Media Sweden*, <www.communitymedia.se/>.
- Nieć M., *Komunikowanie społeczne i media: Perspektywa politologiczna*, Warszawa 2010.
- Nofm, *About Us*, <<http://nofm.rs/o-nama-about-us/>>.
- Nowak E., Riedel R., *Radiomaryjna subkultura polityczna – media katolickie jako podmiot systemu politycznego w Polsce*, „Studia Medioznawcze” 2009, 2, s. 12–30.
- Nowak J., *Aktywność obywateli online. Teorie a praktyka*, Lublin 2011.
- Nowak J., *Poland's Resilient Underground Press*, „Washington Journalism Review” 1983, 58, s. 18–20.
- Odziemkowska H., *Niekomercyjne radio lokalne w Europie Zachodniej*, „Aktualności Radiowo-Telewizyjne” 1990, 2, s. 26–34.
- Ofcom, *Annual Report on the Sector 2010 / 2011*, <<http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/radio/community/annual-reports/10-11/>>.
- Oliveira M., *Sounds and Identity: The Role of Radio in Community Building*, [w:] *Radio. Community. Challenges, Aesthetics*, Stachyra G. (red.), Lublin 2013, s. 177–188.
- OLON, *Over OLON*, <www.olon.nl/pagina/1231818141>.
- Onyx J., Bullen P., *Measuring Social Capital in Five Communities*, „The Journal of Applied Behavioral Science” 2000, 1(36), s. 23–42.
- Open Letter to the Prime Minister*, <www.sheffieldlive.org/lettertogordonbrown>.
- Order S., *Community Radio in Western Australia: Notions of Value*, rozprawa doktorska, Murdoch University 2013, <<http://researchrepository.murdoch.edu.au/17050/2/02Whole.pdf>>.
- Osiem stacji w jednym mieście*, „Press” 1997, 9, s. 48.
- Parlament Europejski, *Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 25 września 2008 roku w sprawie mediów społecznych w Europie 2008 / 2011(INI)*, <[www.europarl.europa.eu/RegData/seance/pleniere/textes_adoptes/provisoire/2008/09-25/P6_TA-PROV\(2008\)09-25_PL.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/seance/pleniere/textes_adoptes/provisoire/2008/09-25/P6_TA-PROV(2008)09-25_PL.pdf)>.
- Parlament Rzeczypospolitej Polskiej, *Ustawa z dnia 24 czerwca 2009 roku o zadaniach publicznych w dziedzinie usług medialnych*, <http://orka.sejm.gov.pl/proc6.nsf/ustawy/1847_u.htm>.
- Perusko Z., *Assessment of Media Development in Croatia: Based on UNESCO's Media Development Indicators*, Paris 2011.
- Peter T., *Spacery z Radiem Mazury po Ostródzie i okolicach*, Ostróda 2012.
- Pietrasik Z., *Tu radio Akademik*, „ItD” 1973, 3, s. 8–9.
- Pink D., *Drive: The Surprising Truth about What Motivates Us*, New York 2011.
- Plansak M., *Slovenia and the Origins of Its Community Radio*, [w:] *Radio Content in the Digital Age: The Evolution of a Sound Medium*, Gazi A., Jędrzejewski S., Stakey G. (red.), Bristol 2011, s. 223–232.
- Plansak M., *Social Movement Media Macedonia*, [w:] *Encyclopedia of Social Movement Media*, Downing J. (red.), Thousand Oaks 2010, s. 463–464.
- Plansak M., Volcic Z., *Reimagining National Belonging with Community Radio*, [w:] *Understanding Community Media*, Howley K. (red.), Los Angeles – London – New Delhi – Singapore – Washington 2010, s. 78–86.

- Pleszkun-Olejniczakowa E., Baran M., *O przeszłości i przyszłości radia słów kilka*, [w:] *Radio w dobie nowych mediów*, Doliwa U. (red.), Olsztyn 2015, s. 11–18.
- Plunkett J., *Ed Vaizey "Won't Be Pushed" into Digital Radio Switchover Date*, <www.theguardian.com/media/2013/nov/29/ed-vaizey-delays-digital-radio-switchover-date>.
- Plunkett J., *Hasty Switch from Analogue to Digital Radio Could Hit Poor, Warns MP*, <www.theguardian.com/media/2013/nov/28/analogue-digital-radio-switch-hit-poor>.
- Pokorna-Ignatowicz K., *Radio i telewizja katolicka w Polsce*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, Borkowski I., Woźny A. (red.), Wrocław 2003, s. 187–212.
- Politechnika Białostocka, *Informator*, Biuro Programów Międzynarodowych, Białystok 2004.
- Politechnika Łódzka, *Radio Żak nagrodzone w plebiscycie Punkt dla Łodzi*, <www.p.lodz.pl/main,item14345,Radio_ZAK_nagrodzone_w_plebiscycie_Punkt_dla_Lodzi_wydarzenia_specjalne_index.htm>.
- Pp., „Tygodnik Powszechny” o 29 proc. do góry, „GN” liderem, <www.wirtualnemedial.pl/arttykul/tygodnik-powszechny-o-29-proc-do-gory-gn-liderem>.
- Prometheus Radio Project, *Our history*, <www.prometheusradio.org/our_history>.
- Purkarthofer J., Pfisterer P., Busch B., *10 Years of Community Radio in Austria. An Explorative Study of Open Access, Pluralism and Social Cohesion*, <www.amarc.org/documents/articles/Austria_10_years_CR.pdf>.
- Purkarthofer J., Pfisterer P., Busch B., *Free Radio (Austria)*, [w:] *Encyclopedia of Social Movement Media*, Downing J. (red.), Thousand Oaks 2010.
- Purkarthofer J., Pfisterer P., Busch B., Peissl H., Tremetzberger O., *Nichtkommerzieller Rundfunk in Österreich und Europa*, [b.m.w.] 2008.
- Putnam R., *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*, „Journal of Democracy” 1995, 6(1), s. 65–78.
- Putnam R., *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York 2000.
- Putnam R., Leonardi R., Nanetti R., *Demokracja w działaniu: tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Kraków 1995.
- Raboy M., *Media and Democratization in the Information Society*, [w:] *Communicating in the Information Society*, O'Siochru S., Girard B. (red.), Geneva 2003, s. 101–119.
- Rada Europy, *Declaration of the Committee of Ministers on the Role of Community Media in Promoting Social Cohesion and Intercultural Dialogue*, <www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/news/CMDec_Community_media_110209_en.asp>.
- Radio 7, *Radio 7 w regionie numer 1*, <www.radio7.pl/article.php?id=3207>.
- Radio Adelaide, *About Us*, <<http://radio.adelaide.edu.au/aboutus/>>.
- Radio Bajka, *Misja*, <www.facebook.com/RadioBajka/info?tab=page_info>.
- Radio Fara, *O nas*, <www.radiofara.pl/?page_id=7>.
- Radio Fara, *Program*, <www.radiofara.pl/?page_id=2>.
- Radio Kampus, *Świeży towar*, <http://radiokampus.waw.pl/ramowka/programy/muzyka/swiezy_towar>.
- Radio Niepokalanów, *Zasięg*, <www.radioniepokalanow.pl/o-nas/zasieg.html>.
- Radio Organizacji Pozarządowych*, <http://www.tata-szczecin.cba.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=95:informacja-o-uruchomieniu-naszego-radia-internetowego&catid=47:mywmediach&Itemid=40>.
- Radio Orthodoxia, *Strona główna*, <www.orthodoxia.pl/>.
- Radio Solidarność – podziemne rozgłośnie oraz audycje radiowe i telewizyjne w Polsce 1982–2990*, Bakula B. (red.), Poznań 2008.

- Radio Student, *The Activity Report of Zavod Radio Student for Period 2010-2011*, archiwum stacji.
- Radio Teesdale, *About Radio Teesdale. It's Yours*, <www.radioteesdale.co.uk/about.html>.
- Radio Żak, <www.facebook.com/studentradiozak/info?tab=page_info>.
- Radio Żak, *O nas*, <www.zak.lodz.pl/strona/o_nas/>.
- Radio Żak, *Podział obowiązków członków kolegium redakcyjnego S.R. „Żak”*, archiwum Studenckiego Radia Żak.
- Radio Żak, *Regulamin wewnętrzny Studenckiego Radia Żak Politechniki Łódzkiej*, archiwum Studenckiego Radia Żak.
- Radio Żak, *Sprawozdanie z zebrania redakcji muzycznej Radia Żak z dnia 05.03.2014 roku*, archiwum Studenckiego Radia Żak.
- Radio Żnin, Wspomnieniowy fanpage, <www.facebook.com/MemosOfRZ/photos/a.418110344901378.89902.417996178246128/496250837087328/>.
- Radio Żnin, *Stowarzyszenie Radio Żnin*, <<http://radioznin.fm/radio/stowarzyszenie.html>>.
- Raport o stanie komunikacji społecznej w Polsce: sierpień 1980 – 13 grudnia 1981*, Pisarek W. (red.), Kraków 2007.
- Reguero Jiménez N., Navarro J., *Community Media in EU Communication Policies (2004–2008)*, „Observatorio Journal” 2009, 9, s. 186–199.
- Religa Ł., *Działacz PO założył radio, które utrzymują mieszkańcy Żnina*, <www.portal-kujawski.pl/index.php/region/item/2114-dzialacz-po-zalozyl-radio-ktore-utrzymujamieszkanicy-znina#sthash.cfMMR1e8.dpuf>.
- Rennie E., *Community Media. A Global Introduction*, Lanham, Boulder, New York – Toronto – Oxford 2006.
- Reporteurs Without Borders, *World Press Freedom Index 2014*, <http://rsf.org/index2014/data/index2014_en.pdf>.
- Richardson J., *Beyond the Spectrum: Net.Radio in Eastern Europe*, <http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors3/richardsonext2.html>.
- Rooste J., *Uue Maailma Raadio – teistest täiesti erinev*, <www.maaleht.ee/news/uudised/kultuur/uue-maailma-raadio-teistest-taiesti-erinev.d?id=65847094>.
- Rózdzyński J., *Studencki ruch dziennikarski*, [w:] *Czasopisma studenckie w Polsce*, Waśkiewicz A. (red.), Warszawa 1977, s. 189–198.
- RRTV, *Materiály k veřejné diskusi*, <www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/materialy-k-verejne-diskusi/index.htm>.
- Ruch w regionach*, „Press” 2004, 1, s. 75.
- Rudzki M., *Motywacje studentów podejmujących współpracę z radiem studenckim*, nieopublikowana praca licencjacka, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski 2015.
- Rule 58/2011 on Provision of Radio Media Services*, <www.rak.ba/eng/index.php?uid=1328108149>.
- Ruzikowski J., *Kultura niezależna*, „Dodatek Historyczny IPN” do „Naszego Dziennika” 2010, 200(8), s. 2.
- Saeed S., *Negotiating Power: Community Media, Democracy, and the Public Sphere*, „Development in Practice” 2009, 4–5(19), s. 466–478.
- Sagan K., *Historia radiofonii w Polsce: Prawie wolny rynek (1989–1994)*, [online] <<http://radiopolska.pl/historia/polska-radiofonia/prawie-wolny-rynek-1989-1994>>.
- Sagan K., *Historia radiofonii w Polsce: Zmiany programowe i druga siatka UKF (1974-1989)*, [online], <<http://radiopolska.pl/historia/polska-radiofonia/zmiany-programowe-i-druga-siatka-ukf-1974-1989>>.

- Sagan K., *Ostróda: Radio Mazury przeszło do historii*, <www.radiopolska.pl/blog/2015/02/ostroda-radio-mazury-przeszlo-do-historii>.
- Sangild T., *Radio Signature Analysis – Radiolab*, [w:] *Radiolab – Three Different Approaches*, „Sound Effects. An Interdisciplinary Journal of Sound and Sound Experience” 2012, 1(2).
- Sauls S., *The Culture of American College Radio*, Ames 2000.
- Scannell P., *Radio, Television and Modern Life: A Phenomenological Approach*, Oxford 1996.
- Scarone A., Sánchez G., *Legislation on Community Radio Broadcasting: Comparative Study of the Legislation of 13 Countries*, <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001309/130970e.pdf>>.
- Scifo S., *A Big Step Forward for Community Media in Austria*, <www.cmfe.eu/index.php?/a-big-step-forward-for-community-media-in-austria.html>.
- Scifo S., *Technology, Empowerment and Community Radio*, „Revista Mídia e Cotidiano” 2015, 7, s. 84–111.
- Scifo S., *The Origins and Development of Community Radio in Britain under New Labour (1997–2007)*, praca doktorska, University of Westminster 2011.
- Seneviratne K., *Giving a Voice to the Voiceless. Community Radio in Australia*, „Media Asia” 1993, 1(20), s. 66–74.
- Sienkiewicz M., *Rada Europy opublikowała Deklarację Komitetu Ministrów o roli mediów społecznościowych*, <mediafm.net/tygodnik/438>.
- Slater D., Tacchi J., *Research on ICT Innovations for Poverty Reduction*, Delhi 2004.
- Sotowski P., *Historia*, <www.radioniepokalanow.pl/o-nas/historia.html>.
- Sowa S., Juranek R., Hanich A., *Radio Diecezji Opolskiej „Góra Św. Anny”*, Opole 1998.
- Stachyra G., *Radio Wnet: From Mainstream to Grassroots. A Case Study of Productive Listeners*, [w:] *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*, Bonini T., Monclús B. (red.), London – New York 2015, s. 231–251.
- Stachyra G., *Współczesne gatunki radiowe. Konglomeraty i kolekcje*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, Godzic W., Bauer Z. (red.), Warszawa 2015, s. 25–50.
- Stamm K., *Newspaper Use and Community Ties: Toward a Dynamic Theory*, Norwood, New York 1985.
- Starkey G., *Local Radio Going Global*, Basingstoke, Hampshire – New York 2011.
- Statut Fundacji „Fundacja Edukacji Medialnej”*, archiwum Radia Mazury.
- Statut Studenckiego Radia ŻAK Politechniki Łódzkiej*, archiwum Radia Żak.
- Stępka P., *Media trzeciego sektora w państwach europejskich*, <www.krrit.gov.pl/bip/Portals/0/publikacje/analizy/Analiza2006_06.pdf>.
- Stępka P., *Rozwój mediów trzeciego sektora w Europie*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2007, 1–2, s. 69–81.
- Sterling Ch., Keith M., *Encyclopedia of Radio*, New York 2004.
- Stout D., *Media and Religion: Foundations of an Emerging Field*, New York 2011.
- Stowarzyszenie Nadawców Społecznych, *Postulaty Stowarzyszenia Nadawców Społecznych do nowej ustawy medialnej*, archiwum Stowarzyszenia.
- Stowarzyszenie Nadawców Społecznych, *Statut Stowarzyszenia Nadawców Społecznych*, archiwum Stowarzyszenia.
- Stowarzyszenie Radiofonii, *Oświadczenie w sprawie przejścia dawnej częstotliwości radiofonii*, <<http://radiofonii.net/>>.

- Strika E., *Community Media in Croatia*, prezentacja na konferencji „Public Policies and Media Pluralism. The Future of Community Radio in Central and East Europe”, Budapest 13–14 listopada 2012.
- Studencka Agencja Radiowa*, Serafin M., Andruszkiewicz W., Maśnicki B., Nowicka M. (red.), Gdańsk 2002.
- Studenckie Radio Żak Politechniki Łódzkiej. 50 lat minęło*, Andrzejczak M., Sottysiak A. (red.), Łódź 2009.
- Sunderland Lecturer Honoured for Her Part in Broadcasting History*, <www.sunderland.decho.com/news/education/sunderland-lecturer-honoured-for-her-part-in-broadcasting-history-1-6483906>.
- Sygut T., *Modlitwa na falach*, <www.przegląd-tygodnik.pl/pl/artykul/modlitwa-na-falach>.
- Szarzyński P., *Oficyna bez adresu*, „Polityka” 1989, 9.
- Szewczyk Ł., *Polacy coraz dłużej słuchają radia*, <<http://media2.pl/media/104753-Polacy-coraz-dluzej-sluchaja-radia.html>>.
- Tamm Ü., *Raadio Juminda Poolsaar 89.2 alustas 14. juunil*, <www.sonumitooja.ee/index.php?option=com_content&view=article&id=5465:raadio-juminda-poolsaar-892-alustas-14-juunil-tegevust&catid=2:artikkel&Itemid=5>.
- Teer-Tomaselli R., *Community Radio's Impact on Community Building: Case Studies from KwaZulu-Natal, South Africa*, [w:] *Media Communities*, Hipfl B., Hug T. (red.), Munster 2006, s. 189–201.
- Temat tygodnia: Naciski Czarzastego*, „Media News” (tygodnik „Media Magazynu”) 2002, 31(48), <http://archiwum_mm.w.interia.pl/030802.htm>.
- The Alternative Media Handbook*, Coyer K., Dowmunt T., Fountain A. (red.), London – New York 2007.
- The Arts and Community Radio*, <www.capeuk.org/news/the-arts-and-community-radio1.html>.
- The Electronic Mass Media Law*, <www.vvc.gov.lv/export/sites/default/docs/LRTA/Likumi/Electronic_Mass_Media_Law.doc>.
- The Community Radio (Amendment) Order 2015*, <www.legislation.gov.uk/uksi/2015/1000/contents/made>.
- The Concise Encyclopedia of American Radio*, Sterling Ch., O'Dell C. (red.), London – New York 2009.
- The People's Voice: Local Radio and Television in Europe*, Jankowski N., Prehn O., Stappers J. (red.), London 1992.
- Tocqueville A., *O demokracji w Ameryce*, Warszawa 1976.
- Toeplitz K.T., *Dokąd prowadzi nas media*, Warszawa 2006.
- Tridish P., Coyer K., *A Radio Station in Your Hands is Worth 500 Channels of Mush! The Role of Community Radio in the Struggle against Corporate Domination of Media*, [w:] *News Incorporated: Corporate Media Ownership and its Threat to Democracy*, Cohen E. (red.), Amherst, New York 2005, s. 287–314.
- „Trzeci Sektor” 2008, 14.
- Turnau S., *Pięć lat bibuły*, „Tygodnik Solidarność” 1989, 13, s. 13.
- Uganda Media Women's Association, *History*, <<http://umwa.wordpress.com/who-we-are/history/>>.
- Understanding community media*, Howley K. (red.), Los Angeles – London – New Delhi – Singapore – Washington 2010.
- UNESCO, *Alternative Media: Linking Global and Local*, <<http://unesdoc.unesco.org/images/0009/000951/095174eo.pdf>>.

- UNESCO, *Communication and Information*, <www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/community-media/>.
- Ustawa z 17 maja 1989 roku o stosunku państwa do Kościoła katolickiego w Rzeczypospolitej Polskiej (Dz.U. nr 29, poz. 154).
- Ustawa z dnia 2 kwietnia 2004 o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji (Dz.U. nr 91, poz. 874).
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji z późniejszymi zmianami, <<file:///C:/Users/user/Downloads/D19930034Lj.pdf>>.
- Uwolnić eter, <www.wirtualnemedi.pl/arttykul/uwolnic-eter>.
- Valcke P., *Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States. Towards a Risk-Based Approach*, <http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf>.
- Velics G., Doliwa U., *Voice of the Church: A Debate about Religious Radio Stations as Community Broadcasters*, „Media and Communication” 2015, 4, s. 76–90.
- Velics G., *The Changing Situation of Hungarian Community Radio*, [w:] *Community radio in the twenty first century*, Gordon J. (red.), Bern 2012, s. 265–281.
- Verband Freier Radios Österreich, *Charta der Freien Radios Österreich*, <http://www.freie-radios.at/article.php?id=194>.
- Verband Freier Radios Österreich, *Über uns*, <www.freie-radios.at/ueber-uns.html>.
- Verband Freier Radios Österreich, *Unsere Mitglieder*, <www.freie-radios.at/unsere-mitglieder.html>.
- Vittet P., Crookes P., *Local Radio and Regional Development in Europe*, Manchester 1986.
- Voices and Vision, *Community Broadcasting in Australia*, [online] <www.cbaa.org.au/sites/default/files/Voices%20%26%20Vision%20%20All%20About%20Community%20Broadcasting.pdf> (dostęp: 14.04.2016).
- Voicu B., Voicu M., *Volunteers and volunteering in Central and Eastern Europe*, „Sociologia” 2009, 6(41), s. 539–563.
- Waits J., *Does „Indie” Mean Independence? Freedom and Restraint in a Late 1990s US College Radio Community*, „The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media” 2007, 2–3(5), s. 83–96.
- Wajdzik K., *Piotr Ploch: Realizuję swoje marzenie*, <<http://portalmedialny.pl/art/38360/piotr-ploch-realizuje-swoje-marzenie.html>>.
- Wall T., *Finding an Alternative: Music Programming in US College Radio*, „The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media” 2007, 1(5), s. 35–54.
- Waśkiewicz A., *Wstęp*, [w:] *Czasopisma studenckie w Polsce*, Waśkiewicz A. (red.), Warszawa 1977, s. 5–15.
- Wilusz S., *Radość z radia*, „ItD” 1963, 42, s. 7.
- World Giving Index*, <www.cafonline.org/pdf/CAF_WGI2014_Report_1555AWEbFi-nal.pdf>.
- Z kart historii Radia Akadery*, <<http://akadery.blogspot.com/>>.
- Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, *Raport Polska 2030*, <www.mir.gov.pl/aktualnosci/ministerstwo/Documents/polska_2030_raport_0609.pdf>.
- Zgromadzenie Ogólne ONZ, *Powszechna deklaracja praw człowieka*, <www.unesco.pl/fileadmin/user_upload/pdf/Powszechna_Deklaracja_Praw_Czlowieka.pdf>.
- Żakowski J., *Polska smutna*, „Polityka” 2009, 16, s. 18.
- Żurawski J., *Polskie Radio i prasa konspiracyjna w Wilnie w latach okupacji 1939–1943*, [w:] *Polskie radio na Kresach Wschodnich II Rzeczypospolitej*, Budzyński A., Jasiewicz K. (red.), Warszawa 2015, s. 193–212.

Przeprowadzone wywiady

Rozgłośnie religijne

Katolickie Radio Płock – dyrektor ks. prałat Kazimierz Dziadak (14 lutego 2012).

Radio Anioł Beskidów – redaktor naczelny ks. Jacek Pędziwiatr (15 lutego 2012).

Radio Fara – dyrektor ks. Krzysztof Rzepka (15 lutego 2012).

Radio Niepokalanów – dyrektor programowy Agnieszka Goleniak (24 lutego 2012)
i wolontariusz ks. Andrzej Partyka – kapelan w hospicjum dla dzieci w Łodzi
(27 lutego 2012).

Radio Orthodoxia – dyrektor o. Jan Kojło – (16 lutego 2012).

Radio Rodzina Wrocław – dyrektor ks. Cezary Chwilczyński (13 lutego 2012).

Radio studenckie

Radio Akadera – redaktor naczelna Julita Grzywa (30 kwietnia 2014).

Radio Centrum Lublin – redaktor naczelna Małgorzata Piasecka (29 kwietnia 2014).

Radio UWM FM – redaktor naczelna Karolina Lewandowska (30 czerwca 2014).

Radio Żak – zastępca redaktora naczelnego ds. promocji i reklamy Andżelika Szczepa-
nik (5 marca 2014).

Rozgłośnie prowadzone przez organizacje pozarządowe i stowarzyszenia

Radio 7 – prezes rozgłośni Piotr Ploch i szefowa działu promocji i reklamy Barbara
Małecka (9 października 2014).

Radio Bajka – szef działu marketingu Maja Makowska (7 listopada 2011).

Radio Mazury – dyrektor programowy rozgłośni Jarosław Bryćko (24 września 2010).

Radio Żnin – redaktor naczelna rozgłośni Barbara Małecka (2 listopada 2011).