

## **Budowa i funkcjonowanie radia finansowanego przez słuchaczy. Analiza społeczności odbiorców Radia 357**

Celem rozprawy jest wyjaśnienie fenomenu powstania i rozwoju Radia 357 – internetowej rozgłośni utrzymywanej dzięki dobrowolnym wpłatom słuchaczy w modelu patronatu cyfrowego. Stacja narodziła się w kontekście kryzysu Programu Trzeciego Polskiego Radia (PR3) w latach 2015–2020, w okresie dynamicznych przemian w przestrzeni mediów oraz wzrostu zainteresowania alternatywnymi formami ich finansowania. W celu realizacji tego zamierzenia w pracy postawiono trzy pytania badawcze: (1) jak przebiegają procesy budowy i zarządzania rozgłośnią finansowaną przez patronów oraz czym różni się logika jej działania od nadawców publicznych i komercyjnych; (2) w jaki sposób powstała i funkcjonuje społeczność patronów Radia 357, w tym jaka jest rola rytuałów słuchania, biografii radiowych i praktyk wspólnototwórczych; (3) jak kształtują się relacje i stosunki władzy między patronami a założycielami i redakcją stacji w modelu finansowania opartym na darowiznach.

W **części metodologicznej** (rozdz. 1) przedstawiono problematykę, cele i pytania badawcze, a następnie uzasadniono wybór jakościowego, eksploracyjnego podejścia badawczego. Zastosowano komplementarne techniki: analizę treści, netnografię forów internetowych, pogłębione wywiady z kluczowymi interesariuszami oraz obserwację. Zgromadzony materiał empiryczny został poddany systematycznemu kodowaniu z użyciem oprogramowania Atlas.ti.

**Część teoretyczna** (rozdz. 2–5) omawia kluczowe zagadnienia i konteksty związane z problematyką badania. W rozdz. 2 zaprezentowano socjologiczne ujęcia społeczności, w tym przemiany form stowarzyszeniowości oraz dyskusję różnic pomiędzy wspólnotami tradycyjnymi a internetowymi. Rozdz. 3 charakteryzuje radio jako medium technologicznie stosunkowo mało skomplikowane, ale głęboko zakorzenione społecznie i kulturowo. Omówiono ekosystem radiowy, perspektywę historyczną (ze szczególnym uwzględnieniem konwergencji i formatowania) oraz specyfikę radia internetowego. Rozdz. 4 ukazuje ewolucję praktyk słuchania i szersze zmiany w sposobach korzystania z mediów. Rozdz. 5 poświęcono finansowaniu społecznościowemu: genezie idei, jej zastosowaniom w kulturze, mediach i dziennikarstwie oraz modelowi patronatu cyfrowego, stanowiącemu podstawę działania Radia 357.

**Część empiryczna** (rozdz. 6–11) rozpoczyna się od rekonstrukcji okoliczności kryzysu wokół PR3 i powstania oddolnych inicjatyw finansowanych społecznością – Radia Nowy Świat i Radia 357. Rozdz. 7 przedstawia proces kształtowania się społeczności Radia 357 w pierwszej fazie projektu. Szczególną uwagę poświęcono znaczeniu biografii radiowych patronów, różnicom między dwiema stacjami wywodzącymi się z PR3 oraz motywacjom wyboru Radia 357 jako głównego przedmiotu wsparcia i identyfikacji emocjonalnej. Rozdz. 8 omawia codzienne funkcjonowanie stacji, model komunikacji z patronami, rolę forów internetowych oraz adaptację słuchaczy do formuły nadawania internetowego. Rozdz. 9 pogłębia charakterystykę społeczności, proponując typologię patronów obejmującą trzy zasadnicze typy: darczyńców ograniczających się przede wszystkim do finansowego wspierania radia („milcząca większość”), silnie zaangażowanych i lojalnych fanów („najwierniejsi fani”) oraz grupę wymagających krytyków, charakteryzujących się wysokimi oczekiwaniami i stanowczym artykułowaniem opinii, których doświadczenia z Radiem 357 często kończyły się poczuciem rozczarowania. Rozdz. 10 podkreśla znaczenie rytuałów słuchania i praktyk wspólnotowych w budowaniu poczucia przynależności. Rozdz. 11 analizuje relacje władzy w projekcie: realny zakres wpływu patronów, mechanizmy współdecydowania oraz istniejącą asymetrię kompetencji między społecznością a zespołem redakcyjnym i zarządem.

Przeprowadzone badanie potwierdziło, że model patronatu cyfrowego – oparty na dobrowolnych, regularnych wpłatach – okazał się skuteczną metodą zapewniającą stabilne finansowanie i utrzymanie profesjonalnej rozgłośni radiowej. Nie było to oczywiste przed startem projektu. Skala przedsięwzięcia (ok. 50 tys. patronów udzielających regularnego wsparcia) i tempo rozwoju Radia 357 czynią go zjawiskiem wyjątkowym – poza cieszącym się nieco mniejszym wsparciem Radiem Nowy Świat trudno wskazać inne media działające w tym modelu i osiągające podobne sukcesy. Powodzenie projektu wyrasta z dawnej wspólnoty słuchaczy Trójki – jej praktyk, tradycji i rytuałów przeniesionych do nowej rozgłośni. Zapowiadane początkowo „współdecydowanie” patronów w praktyce miało charakter konsultacyjny, natomiast formalna kontrola i odpowiedzialność należą do założycieli i redakcji. Zbiorowa presja społeczności bywa skuteczna w sytuacjach kryzysowych, lecz nie znosi istniejącej asymetrii władzy. Trwałość projektu zależy od stałej „pracy relacyjnej”: budowania więzi, przejrzystości i regularnej komunikacji z patronami. Radio 357 dotarło do bariery szybkiego wzrostu liczby patronów, dlatego – przy zachowaniu kluczowych zasad, takich jak brak tradycyjnych bloków reklamowych – korzysta także z selektywnej współpracy z partnerami biznesowymi i poszerza ofertę programową, by wyjść poza dawne audytorium PR3.

Konkurencja ze strony „odradzającej się” po 2023 roku Trójki nie zagroziła jednak wspólnocie Radia 357 ani stabilności finansowej projektu.

Rozprawa poszerza wiedzę o współczesnych formach wspólnotowości w warunkach mediów cyfrowych i interaktywnych. Pokazuje, że społeczności *online* mogą spełniać kryteria „rzeczywistych” wspólnot, zwłaszcza gdy ich praktyki przenikają także do życia *offline*. Dokumentuje przenoszenie rytuałów słuchania pomiędzy rozgłośniami oraz znaczenie praktyk radiowych w budowaniu wspólnot wyobrażonych, jednoczących się wokół konkretnej stacji. W wymiarze praktycznym wyniki badań dostarczają wskazówek dla organizatorów projektów finansowanych społecznościowo. Podkreślają wagę długotrwałej pracy relacyjnej i przejrzystej komunikacji, konieczność zarządzania oczekiwaniami oraz jasnego określania zakresu partycypacji społeczności. Wskazują także na potrzebę rozważnego łączenia finansowania społecznościowego z uzupełniającymi partnerstwami komercyjnymi. Jednocześnie jednostkowość analizowanego przypadku i specyfika polskiego kontekstu wskazują na potrzebę dalszych badań porównawczych – zarówno przypadków krajowych, jak i zagranicznych – a także analiz długofalowych dotyczących dalszego funkcjonowania społeczności Radia 357 oraz włączenia do obserwacji odbiorców spoza grona patronów.

Słowa kluczowe: odbiorcy radia, radio internetowe, patronat cyfrowy, Radio 357, praktyki wspólnotowe, społeczności internetowe, socjologia mediów.