

Marek Picheta

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach
ORCID 0009-0009-5305-2537

Radio Fraszka – niekomercyjna rozgłośnia akademicka jako studium przypadku funkcjonowania w strukturach Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

Wstęp

„Czy można zakochać się w radiu na tyle, by poświęcać mu czas bez wynagrodzenia, z czystej pasji?” – pytanie to, otwierające monografię *Radio studenckie w Polsce* autorstwa Urszuli Doliwy, trafnie oddaje atmosferę i specyfikę pracy w akademickich radiostacjach¹.

Świat studenckiej radiofonii to przestrzeń, w której nie obowiązują standardowe reguły rynku medialnego. To miejsce, gdzie praktyka spotyka się z ideą, a entuzjazm zderza się z ograniczeniami strukturalnymi i finansowymi.

W niniejszym artykule przybliżono działalność Radia Fraszka, które od 2015 roku działa przy Uniwersytecie Jana Kochanowskiego w Kielcach [dalej: UJK]². Radio to jest prowadzone głównie przez studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, jednak pozostaje otwarte dla wszystkich chętnych z innych kierunków i wydziałów. Przez ponad dekadę działalności Fraszka przechodziła różne etapy rozwoju: od entuzjastycznego startu, przez kryzysy kadrowe i organizacyjne, aż po reaktywację i konsolidację zespołu redakcyjnego. Dziś stanowi ważny punkt na mapie lokalnych inicjatyw medialnych w środowisku akademickim.

Radio Fraszka, jako projekt niefinansowany komercyjnie i nieposiadający koncesji, stanowi interesujący przedmiot badań. Funkcjonuje w przestrzeni zdominowanej przez silne, ogólnopolskie struktury medialne, ale oferuje alter-

¹ U. Doliwa, *Radio studenckie w Polsce*, Olsztyn cop. 2008, s. 1.

² Pomysł powstania radia pojawił się już w 2010 roku.

natywną jakość – lokalność, autentyczność, a przede wszystkim przestrzeń do eksperymentu i praktyki dziennikarskiej. Szczególnie jako jedyne w Kielcach akademickie radio ma ogromny potencjał, aby stać się głosem akademickim całego miasta. Jego rola nie ogranicza się wyłącznie do emisji audycji. To miejsce edukacji, samorozwoju, integracji środowiska studenckiego oraz budowania świadomości medialnej.

Celem artykułu jest analiza działalności Radia Fraszka jako reprezentanta nowoczesnej, niekomercyjnej rozgłośni akademickiej, która działa w formule radiostacji internetowej. Zakres chronologiczny obejmuje lata 2014-2025, czyli cały dotychczasowy okres funkcjonowania radia. Kluczowe pytania badawcze dotyczą dwóch zagadnień: (1) w jakim stopniu Radio Fraszka spełnia kryteria akademickiej rozgłośni medialnej, oraz (2) w jaki sposób realizuje społeczną i edukacyjną misję radia studenckiego. W artykule zastosowano podejście triangulacyjne. Analizie poddano dokumenty redakcyjne i ramówki Radia Fraszka, przeprowadzono wywiady półustrukturyzowane z byłymi i obecnymi członkami zespołu redakcyjnego oraz wykonano badanie sondażowe wśród studentów UJK w Kielcach. Połączenie metod jakościowych i ilościowych umożliwiło wieloaspektową analizę funkcjonowania rozgłośni – zarówno z perspektywy twórców, jak i odbiorców.

Ramę teoretyczną artykułu stanowi literatura medioznawcza i socjologiczna dotycząca radiofonii lokalnej, mediów akademickich oraz społecznych funkcji komunikacji. Kluczowe znaczenie mają prace Urszuli Doliwy – w tym *Radio studenckie w Polsce*, *Radio społeczne – trzeci obok publicznego i komercyjnego sektor radiowy* oraz *Piraci w eterze. Proces powstawania prywatnej radiofonii lokalnej w latach 1989-1995*³. Ważnym kontekstem są także opracowania Tomasza Mielczarka⁴ dotyczące rozwoju radiofonii lokalnej po 1989 roku. Nie pominięto również opracowań poświęconych aspektom technicznemu i organizacyjnym działania rozgłośni lokalnych, w tym analiz dotyczących infrastruktury nadawczej, organizacji ramówki oraz zarządzania zespołem redakcyjnym w mediach lokalnych i akademickich.

Problematyka funkcjonowania rozgłośni studenckich była podejmowana również w nowszych badaniach, zarówno w kontekście polskim, jak i międzynarodowym, obejmujących m.in. kwestie edukacyjnego i rozwojowego znaczenia mediów akademickich oraz ich roli w kształtowaniu tożsamości studentów⁵.

³ U. Doliwa, *Radio studenckie...*; też, *Radio społeczne. Trzeci obok publicznego i komercyjnego sektor radiowy*, Olsztyn 2016; też, *Piraci w eterze. Proces powstawania prywatnej radiofonii lokalnej w latach 1989-1995*, Olsztyn cop. 2023.

⁴ Zob. m.in. T. Mielczarek, *Radiofonia lokalna w Polsce w latach 1989-2005*, „Studia Medioznawcze” 2006, nr 3, s. 73-85.

⁵ Zob. m.in.: U. Doliwa, *The history of student radio in Poland*, „Interactions” 2015, t. 6, z. 1, s. 107-125; T. Laor, *The added value of college radio: student self development, fulfillment, and confidence*, Ariel University 2019; A. Zięty, *Media studenckie w Polsce. Geneza, ewolucja, rzeczywistość*, Gdańsk 2015.

Struktura artykułu odzwierciedla przyjęte podejście badawcze. W części pierwszej omówiono tło historyczne i typologiczne radiostacji akademickich w Polsce. Część druga to szczegółowe studium przypadku Radia Fraszka w ujęciu chronologicznym i funkcjonalnym. Część trzecia prezentuje wyniki badań własnych. W zakończeniu sformułowano najważniejsze wnioski oraz wskazano rekomendacje, które mogą być przydatne nie tylko dla dalszego rozwoju Fraszki, ale także dla innych uczelni planujących stworzenie lub wspieranie podobnych inicjatyw.

Radiostacje studenckie w Polsce – tło teoretyczne i kontekst funkcjonowania Radia Fraszka

Radiostacje akademickie to specyficzny typ mediów, które nie konkurują bezpośrednio z dużymi, komercyjnymi stacjami. Ich głównym celem nie jest zarabianie pieniędzy, lecz służenie społeczności akademickiej. Dzięki temu mogą pełnić wiele ważnych funkcji – od informowania, przez edukowanie, aż po integrowanie i rozwijanie kultury uczelnianej. W praktyce oznacza to, że studenci mogą uczyć się pracy z mikrofonem, montażu dźwięku, prowadzenia audycji czy zarządzania redakcją – i to wszystko w bezpiecznych, uczelnianych warunkach.

Geneza radiostacji studenckich w Polsce sięga lat 50. XX wieku, kiedy to powstawały pierwsze radiowęzły akademickie. Początkowo ich działalność ograniczała się do emitowania komunikatów i muzyki w akademikach. Z czasem jednak zaczęły się przekształcać w bardziej zorganizowane struktury, które realizowały autorskie audycje, relacje z wydarzeń uczelnianych oraz programy tematyczne. Ich rola zaczęła wykraczać poza funkcję informacyjną – stały się przestrzenią twórczości i eksperymentu⁶. Po transformacji ustrojowej w 1989 roku część z tych inicjatyw uzyskała status legalnych nadawców, inne przeszły do internetu, stając się rozgłośniami online – tak jak Radio Fraszka. Cyfryzacja przyczyniła się do znacznego rozszerzenia możliwości emisji i zasięgu, ale jednocześnie postawiła nowe wyzwania w zakresie jakości treści, promocji i utrzymania zainteresowania odbiorców⁷.

Współczesne studenckie rozgłośnie radiowe w Polsce można podzielić na trzy główne typy:

– Koncesjonowane stacje FM (np. Radio Afera w Poznaniu, Radio Kampus w Warszawie), które posiadają formalne pozwolenie na nadawanie i dysponują infrastrukturą zbliżoną do komercyjnych mediów. Charakteryzują się wyższym stopniem profesjonalizacji, stabilnością ramówki i wyraźnie zaznaczoną obecnością w przestrzeni publicznej.

– Rozgłośnie internetowe (np. Radio Sfera, Radio UjotFm, Radio MORS), funkcjonujące najczęściej przy instytutach dziennikarstwa jako przestrzenie edukacyjne. To właśnie w tej kategorii mieści się Radio Fraszka – rozgłośnia łącząca

⁶ U. Doliwa, *Radio studenckie...*, s. 28.

⁷ Tamże.

funkcje dydaktyczne z możliwością samodzielnej realizacji projektów medialnych przez studentów.

– Radiowęzły lokalne i projekty efemeryczne, działające okresowo lub nieformalnie, często bez stałej ramówki czy zaplecza technicznego. Ich działalność opiera się na doraźnych potrzebach, wydarzeniach i często ma charakter akcyjny⁸.

Radio Fraszka wpisuje się w drugą z tych kategorii – jest rozgłośnią internetową o profilu edukacyjnym, funkcjonującą w ramach UJK w Kielcach. Choć nie posiada koncesji, wykorzystuje infrastrukturę uczelni i pełni funkcję dydaktyczną oraz społeczną. Jako medium środowiskowe, Fraszka nie jest nastawiona na zysk ani masową słuchalność. Jej celem jest tworzenie treści, które odpowiadają na potrzeby wspólnoty akademickiej, dają studentom możliwość zdobywania doświadczenia i sprzyjają integracji wewnątrzuczelnianej⁹. Jej działalność stanowi również istotne pole do obserwacji zmian zachodzących w modelach edukacji medialnej i uczestnictwa obywatelskiego w środowisku młodych dorosłych.

To, co wyróżnia Fraszkę, to nie tylko forma nadawania, ale i atmosfera. Tu naprawdę można się zaangażować, tworzyć coś od podstaw, eksperymentować. To nie jest tylko praktyka, to wspólnota ludzi, których łączy pasja do mediów. Fraszka pokazuje, że zaangażowanie w radio studenckie może wykraczać poza wymiar czysto dydaktyczny i stać się trwałym elementem tożsamości akademickiej oraz medialnej młodych twórców.

Praca w radiu studenckim to nie tylko nauka techniki czy zdobywanie doświadczenia zawodowego. To też budowanie pewnej tożsamości – zarówno osobistej, jak i akademickiej. Radio Fraszka przez lata tworzyło swoją własną kulturę, swoje rytuały i tradycje. Zmieniali się ludzie, ale duch działania – entuzjazm i potrzeba mówienia własnym głosem – pozostały. Dla niektórych studentów Fraszka stała się nawet początkiem kariery w mediach¹⁰.

Radiostacje akademickie, takie jak Radio Fraszka, pełnią też ważną rolę w lokalnym systemie medialnym. Stanowią alternatywę dla skomercjalizowanej przestrzeni informacyjnej. Dzięki bliskości słuchacza i elastyczności formy, mogą szybciej reagować na potrzeby odbiorców, a ich treści często mają bardziej osobisty i bezpośredni charakter. To także przestrzeń eksperymentu – zarówno formalnego, jak i tematycznego. Studenci mają szansę testować różne formaty audycji, rozwijać autorskie projekty i poznawać procesy związane z realizacją dźwięku, produkcją, montażem czy autopromocją.

Warto również zauważyć, że działalność rozgłośni akademickich ma silny wymiar kulturotwórczy. Tworzą one przestrzeń dla inicjatyw oddolnych, niszowych gatunków muzycznych, debaty akademickiej oraz promocji wydarzeń kul-

⁸ Tamże, s. 46.

⁹ *O Nas*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/o-nas-2024/>, [dostęp: 21 lipca 2025].

¹⁰ *10 lat Radia Fraszka – jak to się zaczęło? Wywiad z redakcją od 2015 do 2025 roku*, https://www.mixcloud.com/Radio_Fraszka/10-lat-radia-fraszka-jak-to-si%C4%99-zacz%C4%99%C5%82o-wywiad-z-redakcj%C4%85-od-2015-do-2025-roku/, [dostęp: 21 lipca 2025].

turalnych. W przypadku Radia Fraszka obserwujemy to w praktyce – redakcja prowadziła audycje literackie, publicystyczne, muzyczne¹¹, a także relacjonowała wydarzenia naukowe i studenckie na UJK.

Działalność radia akademickiego osadzona jest również w szerszym kontekście przemian technologicznych. Przejście do internetu oznacza zwiększenie dostępności, ale też wymusza rywalizację o uwagę odbiorcy w przestrzeni nasyconej treściami. Radio Fraszka, podobnie jak inne rozgłoszenie internetowe, musi nieustannie balansować między zachowaniem tożsamości akademickiej a dostosowywaniem się do wymogów współczesnych formatów medialnych (np. podcastów, mediów społecznościowych, transmisji wideo).

Tym, co odróżnia Radio Fraszka od wielu innych inicjatyw, jest ciągłość działania oraz stopniowa profesjonalizacja przy zachowaniu ducha wolontariackiego. Choć boryka się z problemami typowymi dla studenckich projektów – jak wysoka rotacja zespołu, ograniczony budżet, czy brak stałego miejsca emisji¹² – udaje mu się utrzymać obecność w strukturze uczelni i systematycznie rozwijać ofertę programową. W tym kontekście Fraszka może być uznana za przykład udanej, choć niszowej, praktyki medialnej opartej na zaangażowaniu, misji i lokalnej tożsamości.

Warto także podkreślić, że rozgłoszenie takie jak Fraszka wspierają rozwój kompetencji miękkich i cyfrowych studentów, co ma coraz większe znaczenie na współczesnym rynku pracy. Udział w aktywnościach redakcji radiowej uczy pracy zespołowej, odpowiedzialności za projekt, zarządzania czasem i prowadzenia komunikacji interpersonalnej – są to umiejętności, które studenci później wykorzystują w różnych sektorach zawodowych, nie tylko w mediach. Co więcej, radiostacje uczelniane dzięki swojej elastyczności mogą działać jako laboratoria innowacji edukacyjnych, łącząc funkcje dydaktyczne z badawczymi oraz promocyjnymi uczelni.

Na koniec warto odnieść się do roli, jaką tego typu inicjatywy pełnią w budowaniu tożsamości instytucjonalnej uczelni. Radio Fraszka – mimo ograniczeń – przyczynia się do budowania wizerunku UJK jako instytucji aktywnie współpracującej ze środowiskiem studenckim i lokalnym. Regularna obecność w sieci, współpraca z organizacjami studenckimi, relacjonowanie wydarzeń naukowych i kulturalnych – wszystko to sprawia, że radio akademickie staje się częścią medialnego ekosystemu uczelni, a jednocześnie forum dla aktywności społecznej i obywatelskiej studentów¹³.

Tło teoretyczne i kontekst funkcjonowania rozgłosni akademickich w Polsce pokazują, że Radio Fraszka – choć niewielkie i lokalne – wpisuje się w założenia nowoczesnych mediów studenckich¹⁴. To przykład medium, które mimo ograniczonych zasobów realizuje kluczowe funkcje społeczne, edukacyjne i kulturowe.

¹¹ *Podcasty Radia Fraszka*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/podcasty-2024/>, [dostęp: 21 lipca 2025].

¹² *10 lat Radia Fraszka...*

¹³ *O Nas...*

¹⁴ U. Doliwa, *Radio studenckie...*, s. 62.

Kolejne części artykułu skoncentrują się na szczegółowej analizie jego struktury, ewolucji i roli w środowisku akademickim Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Radio Fraszka – historia, struktura i funkcjonowanie

Media studenckie odgrywają istotną rolę w życiu akademickim. Stanowią przestrzeń, w której młodzi ludzie uczą się tworzyć treści medialne, prowadzić dialog społeczny i uczestniczyć w życiu publicznym. Jednym z przykładów takiej działalności w Polsce jest Studencka Rozgłównia Radio Fraszka, działająca przy UJK w Kielcach. Choć funkcjonuje jako medium internetowe, jej wpływ sięga znacznie dalej niż granice kampusu – integruje środowisko akademickie miasta i promuje młode talenty dziennikarskie. Ze względu na przyjęte cele badań przybliżono historię powstania, rozwój oraz znaczenie Radia Fraszka jako ważnego elementu kultury medialnej w regionie świętokrzyskim.

Pomysł stworzenia uczelnianego radia narodził się w 2010 roku z inicjatywy Jolanty Kępy-Mętrak, wykładowczynie UJK. Choć projekt nie wystartował od razu, to prace koncepcyjne i organizacyjne trwały przez kilka kolejnych lat. Kluczowym momentem było rozpoczęcie działalności Studenckiego Internetowego Radia Fraszka, które zainaugurowało nadawanie 5 października 2015 roku. Od tego dnia rozgłównia stała się pierwszym i jedynym akademickim radiem internetowym w Kielcach. Warto zaznaczyć, że od początku działała ona w strukturach Instytutu Dziennikarstwa i Informacji¹⁵ Wydziału Humanistycznego UJK.

Radio Fraszka od początku swojej działalności realizuje więcej niż tylko funkcję dydaktyczną. Jako rozgłównia akademicka ma również za zadanie integrować środowisko studenckie – nie tylko wewnątrz uczelni, lecz także w szerszym kontekście miejskim. Redakcję tworzą studenci różnych kierunków: od dziennikarstwa i komunikacji społecznej, przez filologię i historię, po bezpieczeństwo narodowe. Ta różnorodność przekłada się na zróżnicowaną tematykę audycji i wieloaspektowe podejście do spraw istotnych dla młodych ludzi¹⁶.

Jednym z głównych celów Fraszki jest przygotowanie studentów do pracy w branży medialnej. Działalność w rozgłówni pozwala im rozwijać kompetencje dziennikarskie, pracować nad emisją głosu, montażem dźwięku oraz obsługą sprzętu studyjnego. Praktyczne doświadczenie zdobywane podczas realizacji audycji uczy odpowiedzialności za treść i formę przekazu – umiejętności te okazują się niezwykle przydatne po zakończeniu edukacji.

Od początku istnienia rozgłówni główną siłą napędową byli studenci. To oni inicjowali tematy, tworzyli programy i rozwijali ramówkę. Choć wśród redakcji przeważali studenci, okazjonalnie do projektów włączali się również wykładowcy. Zespół redakcyjny funkcjonował jako społeczność – zróżnicowana, ale skupiona wokół wspólnej pasji do mediów.

¹⁵ Obecnie Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej.

¹⁶ *Radio Fraszka*, <https://imdikis.ujk.edu.pl/radio-fraszka>, [dostęp: 21 lipca 2025].

W audycji jubileuszowej *10 lat Radia Fraszka – jak to się zaczęło? Wywiad z redakcją od 2015 do 2025 roku*, wyemitowanej w 2025 roku, Tomasz Chrząstek – obecnie Dyrektor Centrum Mediów i Promocji UJK – wspominał początki swojego zaangażowania w projekt: „Dołączyłem do radia krótko po emisji audycji *Profesura* w 2015 roku. Wtedy poza krótkim wprowadzeniem w program emisyjny oraz konsolę nadawczą, członkowie radia nie odbywali żadnych szkoleń – wszystkiego uczyliśmy się metodą prób i błędów”¹⁷.

To doświadczenie, choć wymagające, zbudowało silny fundament pod dalszy rozwój. Fraszka powstawała bez profesjonalnego zaplecza technicznego, ale dzięki zaangażowaniu studentów szybko zaczęła tworzyć własne formaty, zdobywać słuchaczy i kształtować swoją tożsamość jako rozgłośnia niezależna, lecz osadzona w realiach akademickich. Od początku swojego istnienia Radio Fraszka miało być czymś więcej niż tylko narzędziem dydaktycznym. Inicjatorzy projektu chcieli stworzyć przestrzeń medialną, która pozwoli studentom nie tylko rozwijać warsztat dziennikarski, ale także aktywnie uczestniczyć w życiu uczelni, prezentować własne pasje i poglądy, a przy tym integrować różne środowiska akademickie – zarówno wewnątrz uniwersytetu, jak i poza jego murami.

Głównym celem rozgłośni jest wzmacnianie tożsamości akademickiej poprzez wspieranie zaangażowania społecznego i kulturowego studentów. Fraszka oddaje głos młodym ludziom, którzy chcą poruszać ważne dla siebie tematy – zarówno te dotyczące spraw uczelni, jak i zagadnienia szersze: społeczne, światopoglądowe, artystyczne. Radio nie narzuca konkretnych form czy poglądów – stawia na swobodę wyrazu, różnorodność tematów i szczerłość przekazu¹⁸.

Rozgłośnia pełni przede wszystkim funkcję praktyczną – stanowi formę żywego warsztatu dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Uczestnicy uczą się tam planowania treści, budowania narracji, obsługi sprzętu studyjnego, emisji audycji na żywo oraz montażu dźwięku. Praca w radiu to także nauka organizacji produkcji, działania w zespole i zarządzania ramówką. Wszystkie te umiejętności zdobywane są w warunkach przypominających realne środowisko pracy w mediach, co staje się ogromnym atutem na etapie wejścia na rynek zawodowy.

Fraszka pełni także funkcję twórczą i integracyjną. To przestrzeń, w której studenci różnych kierunków mogą współpracować, wymieniać doświadczenia, rozwijać swoje zainteresowania i budować relacje. Redakcja gromadzi osoby o odmiennych poglądach, pasjach i temperamencie, ale złączone wspólnym celem tworzenia wartościowego przekazu. Radio staje się w ten sposób platformą wspólnoty – zarówno intelektualnej, jak i towarzyskiej.

Trzecią, równie ważną funkcją rozgłośni jest jej oddziaływanie społeczne. Fraszka aktywnie promuje wydarzenia i inicjatywy studenckie, wspiera lokalne projekty i angażuje się w działalność uniwersytecką. Co istotne, daje przestrzeń osobom i tematom, które często nie są obecne w głównym nurcie debaty. Dzięki

¹⁷ *10 lat Radia Fraszka...*

¹⁸ *O Nas...*

temu staje się narzędziem włączania, otwierania dyskusji i wzmacniania głosu młodego pokolenia.

Właśnie dzięki pełnionym funkcjom – edukacyjnej, wspólnotowej i społecznej – Radio Fraszka zajmuje dziś ważne miejsce w strukturze akademickiego życia UJK.

Lata 2015-2017 były dla Radia Fraszka okresem szczególnie intensywnego rozwoju. Rozgłośnia – jako pierwsze tego typu medium studenckie w Kielcach – szybko zaczęła zyskiwać rozpoznawalność zarówno w środowisku uniwersyteckim, jak i wśród lokalnych słuchaczy. Dzięki entuzjazmowi i kreatywności studentów powstawały nowe audycje, materiały promocyjne oraz relacje z wydarzeń uczelnianych i miejskich. W tym czasie Fraszka stała się przestrzenią swobodnej ekspresji i eksperymentowania z formą, a otwartość redakcji na różnorodne pomysły przyciągała coraz więcej zaangażowanych twórców.

Hasło „Najlepsze na lipę” – będące jednocześnie grą słowną nawiązującą do fraszki Jana Kochanowskiego oraz do młodzieżowego określenia „lipa” – miało ironicznie podkreślać lekki, rozrywkowy charakter rozgłośni. Symboliczne było też pierwsze studio, mieszczące się w sali nr 6 Centrum Języków Obcych, w którym wydzielono przestrzeń na reżyserkę i studio nadawcze. Choć warunki były skromne, a sprzęt ograniczony, zespół radia działał z ogromnym zaangażowaniem. Audycje przygotowywano techniką „voicetrackingu”¹⁹ – nagrywano je wcześniej, a następnie emitowano o określonych porach przez system nadawczy Airtime Pro.

Z tamtego okresu pochodzi wiele wspomnień członków redakcji, m.in. Tomasz Chrzastka, który w jubileuszowej audycji wspominał, że wszystko odbywało się metodą prób i błędów – brakowało szkoleń, ale inspiracją były komercyjne rozgłoszenie i współpraca w zespole.

Ramówka Fraszki z lat 2015-2017 była zróżnicowana i starannie rozplanowana. Codziennie o stałych godzinach (10.00, 14.00, 19.00, 21.00) nadawano audycje o różnej tematyce: od muzyki, przez kulturę i sport, po programy publicystyczne i akademickie. *Rozmowa Tygodnia*, *Przeglądarka* czy *Z Własnego Podwórka* komentowały bieżące wydarzenia i życie uczelni, natomiast formaty takie jak *Muzyczne Konfrontacje*, *Godzina z Artystą* czy *Literatka* dawały twórcom swobodę wyrazu i pozwalały budować autorski styl. Audycje tematyczne – jak *Profesura*²⁰ z udziałem wykładowców – budowały most między studentami a kadrą akademicką, przyczyniając się do integracji środowiska uczelnianego.

Ważnym elementem była też muzyka, stanowiąca trzon programowy stacji. Pasma takie jak *100% Rock*, *100% Pop*, *100% Reggae*, a także programy bardziej niszowe, jak *Rap Gra* czy *Muzyczne Podróże*, tworzyły rozpoznawalny rytm ra-

¹⁹ Voicetracking – inaczej nagrywanie własnego głosu do systemu emisyjnego. Zob. M. Coleman, *Playback: From the Victrola to MP3, 100 Years of Music, Machines, and Money*, New York 2004.

²⁰ Profil Facebook Radia Fraszka, <https://www.facebook.com/radiofraszka/>, [dostęp: 21 lipca 2025].

mówki. Dzięki audycjom takim jak *Garażówka* promowano lokalnych artystów i zespoły, co umacniało pozycję Fraszki jako kanału wspierającego młodą kulturę regionalną.

Rozkład ramówki wskazywał na próbę świadomego planowania – poniedziałki miały charakter informacyjny i publicystyczny, wtorki i środy koncentrowały się na rozrywce i kulturze, czwartki na muzyce alternatywnej i lokalnej, a piątki przygotowywały słuchaczy na weekend – często poprzez audycje klubowe i lżejsze treści. Trudno jednak jednoznacznie stwierdzić, czy ten układ był wynikiem przemyślanej strategii, czy raczej – jak przyznał we wspomnieniach Tomasz Chrząstek – efektem eksperymentowania i dopasowywania się do możliwości redakcji.

Poza funkcją informacyjną i kulturalną, Fraszka odgrywała istotną rolę w kształceniu studentów. Redaktorzy rozwijali zarówno umiejętności techniczne (obsługa sprzętu, montaż, emisja), jak i kompetencje miękkie, takie jak autoprezentacja, praca zespołowa czy organizacja produkcji. Dzięki temu radio pełniło funkcję praktycznego laboratorium medialnego, wspierając edukację i rozwój zawodowy młodych twórców.

W latach 2017-2019 Radio Fraszka wkroczyło w kolejny etap rozwoju – bardziej uporządkowany i profesjonalny. Po pionierskich, eksperymentalnych latach działalności nastąpiła zmiana pokoleniowa: pierwsi twórcy zakończyli studia, a ich miejsce zajęła nowa grupa studentów, która nadała redakcji świeżą energię i strukturę. Jednym z najważniejszych posunięć było wprowadzenie funkcji redaktora naczelnego – osoby odpowiedzialnej za spójność programową, koordynację prac zespołu i rozwój strategii antenowej. To właśnie w tym czasie rozpoczęto regularne nadawanie audycji na żywo, co znacząco podniosło atrakcyjność radia i uwiarygodniło je w oczach słuchaczy. Powstał stabilny harmonogram emisji, a redakcja zaczęła korzystać z profesjonalnych narzędzi do zarządzania treścią radiową. Radio Fraszka zacieśniło także współpracę z instytucjami kultury w Kielcach, stając się coraz bardziej obecne w lokalnym pejzażu medialnym.

W 2017 roku, kiedy wcześniejszy zespół redakcyjny zakończył działalność, pojawił się kryzys: spadła aktywność w mediach społecznościowych, a liczba nowych członków malała. Sytuację odmieniło zaangażowanie nowego lidera – studenta dziennikarstwa z doświadczeniem w prowadzeniu internetowego radia. Jako redaktor naczelny Marek Picheta rozpoczął reorganizację Fraszki: wprowadzono nowe audycje, odbudowano ramówkę i przywrócono regularność emisji. Radio zyskało muzyczny profil – alternatywny, rockowy – i zaczęło budować rozpoznawalną tożsamość antenową²¹.

Dzięki nowemu oprogramowaniu nadawczemu, takiemu jak RadioDJ, redakcja mogła precyzyjnie planować emisję i zarządzać treścią. Wewnętrzna struktura uległa profesjonalizacji: powstały sekcje tematyczne (newsroom, redakcja muzyczna, sportowa), a nowa strona internetowa radia zaczęła pełnić rolę nie tylko promocyjną, ale i informacyjną. Zwiększono obecność medialną i zbudowano

²¹ 10 lat Radia Fraszka...

lojalną społeczność słuchaczy. W rezultacie Fraszka stała się ważnym elementem komunikacyjnym UJK²².

Kluczowym osiągnięciem tego okresu było rozpoczęcie emisji na żywo, co zbliżyło Fraszkę do standardów profesjonalnych niekoncesjonowanych rozgłośni. Studenci rozwijali praktyczne umiejętności w realnym środowisku radiowym, ucząc się emisji, planowania audycji, reagowania na wydarzenia i pracy zespołowej. Do redakcji należało około 25 osób, z których wielu prowadziło autorskie audycje.

Ramówka z lat 2017-2019 odzwierciedlała dynamiczne zmiany i różnorodność programową. Codziennie o 8.00 nadawano *Siema Kielce* – poranną audycję informacyjno-rozrywkową z serwisami informacyjnymi. Inne programy, jak *Magazyn Studencki* czy *Rozmowa Tygodnia*, koncentrowały się na życiu uczelni i lokalnych tematach. Wprowadzono też formaty muzyczne: *Top Tłenty* – studencką listę przebojów z głosowaniem, *Undergrunge* – audycję grunge’ową z komentarzem kulturowym, *Markowa Muzyka* – przegląd osobistych wyborów muzycznych, oraz *Nocny Marek* – wieczorne pasmo o refleksyjnym charakterze²³.

Do najważniejszych prowadzących należeli m.in. Marek Picheta (wieloletni redaktor naczelny), Anna Picheta z audycjami *Deja Vu* i *Kobiece Popołudnie*, Tomasz Chrzęstek (*Oldschool*, *Radiolog*), Tomasz Biskupski (*Motyw Przewodni*) czy Karol „Pako” Pakosz (*Rap Gra*)²⁴. W ramówce pojawiły się też autorskie formaty Damiana Ołowni (*Muzyczne Archiwum*, *Śmieszna Audycja*) oraz wyjątkowy program *Zagajnik Lipowy*, prowadzony przez niewidomą studentkę Karolinę Malicką, poświęcony opowieściom o ptakach. Szczególnym wydarzeniem dla całej społeczności akademickiej było wmurowanie kamienia węgielnego pod budowę Centrum Komunikacji Medialnej, w którym swoje miejsce znalazło nowe studio Radia Fraszka. Podczas ceremonii symboliczny udział wzięli także przedstawiciele rozgłośni – w tym redaktor naczelny Marek Picheta²⁵.

Rok 2019 przyniósł kolejny przełom: zmiana na stanowisku redaktora naczelnego, którą poprzedził wewnętrzny kryzys. Marek Picheta zrezygnował z funkcji, przekazując ją Patrykowi Wójcikowi, co zapewniło ciągłość działania. Dzięki temu radio uniknęło destabilizacji i mogło kontynuować emisję bez konieczności odbudowy od podstaw. Ten moment uznaje się za potwierdzenie dojrzałości organizacyjnej Radia Fraszka – zdolności do samodzielnego przetrwania zmian personalnych i adaptacji do nowych warunków bez utraty tożsamości ani jakości działania.

²² Tamże.

²³ *Rozmowa Tygodnia z Tomaszem Biskupskim*, <https://www.mixcloud.com/radiofraszka/070618-rozmowa-tygodnia-z-lekkoatlet%C4%85-azs-ujk-kielce-tomaszem-biskupskim/>, [dostęp: 21 lipca 2025].

²⁴ *Deja Vu na antenie Radia Fraszka*, <https://www.facebook.com/radiofraszka/photos/pb.100063778323703.-2207520000/1987363261321189/?type=3>, [dostęp: 21 lipca 2025].

²⁵ *Budowa Centrum Medialnego UJK*, <https://www.ujk.edu.pl/webujk/galitem.php?eid=1119>, [dostęp: 21 lipca 2025].

Na początku 2020 roku Radio Fraszka miało wejść w nowy etap. Dzięki wsparciu UJK i powstaniu Uniwersyteckiego Centrum Mediów, redakcja zyskała nowoczesne studio w sali 466 nowego budynku. Warunki pracy uległy znacznej poprawie – pojawił się profesjonalny sprzęt, komfortowa przestrzeń i perspektywa dalszego rozwoju. Plany przerwała pandemia COVID-19. W marcu emisja audycji na żywo została mocno ograniczona, a redakcja, z obawy przed zagrożeniem, ograniczyła dostęp do studia i kontakt, przez co nie była w stanie funkcjonować w dotychczasowej formie. To pierwszy raz, gdy radio praktycznie całkowicie zawiesiło działalność z przyczyn niezależnych. Mimo kryzysu, powstanie Centrum Mediów stworzyło fundament, który w przyszłości ułatwił powrót do działania²⁶.

Po lockdownie rozpoczął się powolny proces odbudowy. Fraszka przeniosła się do nowej siedziby, w której funkcjonowały trzy przestrzenie: otwarte studio nagraniowe (open space), drugie studio do nagrań równoległych oraz newsroom z komputerami i miejscem pracy koncepcyjnej. Takie zaplecze umożliwiło prowadzenie audycji na żywo, nagrywanie podcastów i realizację zajęć dydaktycznych. Lata 2022-2024 przyniosły jednak znaczące osłabienie aktywności. Brak regularnych wpisów, audycji i widoczności w sieci sugerował zawieszenie działalności redakcyjnej. Strona radia i media społecznościowe były praktycznie nieaktywne, nie informowano o składzie redakcji, ramówce czy projektach. Prawdopodobnie radio funkcjonowało jedynie symbolicznie – jako narzędzie edukacyjne lub forma praktyk studenckich. W tym czasie funkcję redaktora naczelnego obejmował Jakub Konieczkowicz, który podjął wyzwanie odbudowy struktury radia.

We wrześniu 2024 roku sytuacja uległa zmianie. Funkcję opiekuna redakcji objął Marek Picheta – były redaktor naczelny i pracownik Centrum Mediów. Zastąpił dotychczasowego opiekuna Stanisława Blinstruba. Picheta natychmiast przystąpił do działania: wznowił aktywność w social mediach, zapowiedział przebudowę strony internetowej, zmodernizował system emisyjny i zorganizował kolegium redakcyjne dla nowych studentów. Nowa redakcja została oficjalnie powołana: redaktorem naczelnym został Igor Piwnik, szefem anteny Krystian Jurasik, newsroomem pokierowała Kinga Głąb, a realizacją techniczną – Amelia Stępień.

W ramówce z 2024 roku pojawiły się audycje informacyjne, muzyczne, kulturalne i społeczne. Wśród nich były m.in. *Rozmowa Tygodnia*, *Magazyn Informacyjny*, *Top 20*²⁷, *Alternator*, *Mole Kochanowskiego* czy *Nocny Marek*. Obecnie audycje realizowane są zarówno na żywo, jak i w formie podcastów. Studenci odpowiadają za każdy etap produkcji – od pomysłu po emisję.

²⁶ 10 lat Radia Fraszka...

²⁷ *Top 20*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/shows/top-20/>, [dostęp: 21 lipca 2025].

Metodologia badań własnych

Celem przeprowadzonych badań było uchwycenie specyfiki funkcjonowania studenckiej rozgłośni internetowej Radio Fraszka, działającej przy UJK w Kielcach. Zbadano strukturę ramówki oraz typologię treści nadawanych na przestrzeni ostatnich lat. Zastosowano podejście triangulacyjne, obejmujące trzy uzupełniające się metody: wywiady półstrukturyzowane z członkami redakcji, ankietę internetową wśród studentów UJK oraz analizę treści wybranych audycji radiowych. Taki dobór narzędzi badawczych pozwolił połączyć wnioski jakościowe z ilościowymi oraz zestawzić perspektywę twórców programu z perspektywą jego odbiorców.

W ramach badań jakościowych przeprowadzono dziewięć wywiadów z osobami aktywnie uczestniczącymi w działalności Radia Fraszka. Byli to zarówno byli, jak i obecni członkowie redakcji – dziennikarze, realizatorzy, redaktorzy naczelni. Wywiady realizowano w formule półstrukturyzowanej, z wykorzystaniem autorskiego scenariusza badawczego. Rozmowy odbyły się zarówno w studiu radiowym, jak i online. Badania ilościowe objęły ankietę internetową skierowaną do studentów UJK. W badaniu wzięło udział 146 respondentów z różnych kierunków studiów – głównie dziennych i humanistyczno-społecznych. Ankieta zawierała 11 pytań, dotyczących rozpoznawalności Radia Fraszka, częstotliwości słuchania, preferowanych treści oraz oczekiwań wobec rozgłośni. Kwestionariusz został opracowany i rozpowszechniony online, a dane zebrano w formie anonimowej.

Uzupełnieniem badań była analiza treści wybranych audycji z ramówki Radia Fraszka oraz materiałów publikowanych w serwisie Mixcloud²⁸. Przeanalizowano zarówno audycje informacyjne i muzyczne, jak i formaty autorskie, dostępne w archiwum stacji. Oceniano m.in. częstotliwość emisji, tematykę, strukturę programu, styl prowadzenia oraz obecność elementów autopromocyjnych. Pozwoliło to zidentyfikować kluczowe cechy programowe rozgłośni i ocenić, w jakim stopniu realizuje ona funkcje przypisane akademickim mediom studenckim. Zróżnicowanie zastosowanych metod umożliwiło kompleksowe spojrzenie na działalność Radia Fraszka. Z jednej strony pozwoliło na rekonstrukcję praktyk redakcyjnych i organizacyjnych, z drugiej – na poznanie opinii studentów jako grupy docelowej medium.

Wyniki badań

Jednym z kluczowych wątków poruszanych przez rozmówców była rola lidera w funkcjonowaniu redakcji. Zarówno Patryk Wójcik (redaktor naczelny w latach 2019-2021), jak i Kinga Głąb (kierująca radiem w 2024 roku), podkreślali, że stabilność działania Fraszki zależała przede wszystkim od zaangażowania konkretnej osoby. W momentach, gdy brakowało wyraźnego przywództwa,

²⁸ Mixcloud – platforma internetowa pozwalająca podcastować materiały dłuższe niż 15 min. Zob. <https://www.mixcloud.com/about/>, [dostęp: 15 lipca 2025].

redakcja łatwo się rozpadała; gdy pojawiał się silny lider, radio zyskiwało strukturę, ramówkę i nowych członków.

Kolejnym tematem były osobiste doświadczenia związane z działalnością w radiu. Anna Picheta, Amelia Stępień i Igor Piwnik zwracali uwagę, że Fraszka była dla nich pierwszym miejscem, w którym mogli rozwijać kompetencje medialne i zdobyć praktykę dziennikarską. Radio postrzegano jako przestrzeń twórczą i integrującą – alternatywę wobec czysto teoretycznych zajęć akademickich. Respondenci nie unikali też krytycznych uwag. Wspominano o trudnościach w utrzymaniu ciągłości emisji, braku procedur, a także o niskiej rozpoznawalności radia na uczelni. Damian Ołownia określił okres pandemiczny jako „rozproszony i nieformalny”, podkreślając oddolny charakter działań i brak organizacyjnego wsparcia. Wypowiedzi Tomasza Chrzęstka zwracały uwagę na aspekt dydaktyczny działalności Fraszki. Radio – jego zdaniem – pozwalało studentom nie tylko opanować technikę pracy w mediach, ale też uczyć się odpowiedzialności, planowania i działania pod presją czasu.

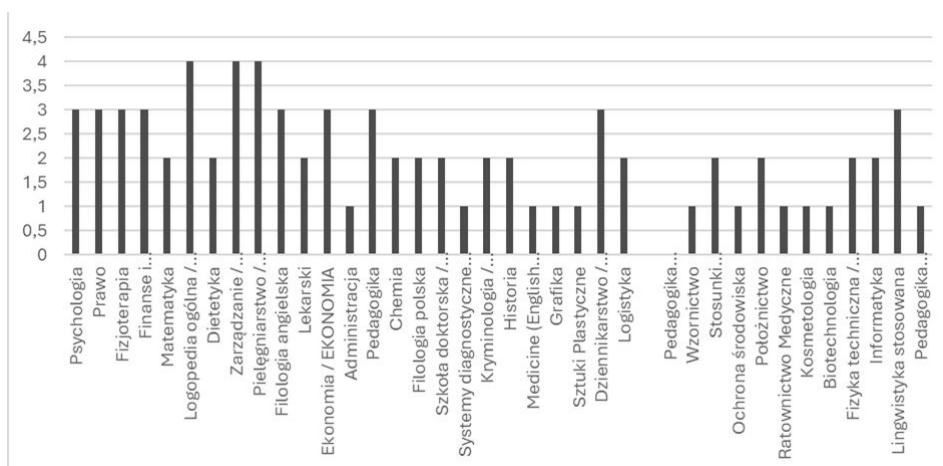
Członkowie obecnej redakcji koncentrowali się na przyszłości rozgłośni. Amelia Stępień i Wiktoria Śmigiełska wspominały o odbudowie struktury, wzmocnieniu współpracy i potrzebie regularnej emisji. Krystian Jurasik widział potencjał w rozwijaniu treści sportowych i lokalnych. Pomimo trudnych momentów, rozmowy wskazują, że Fraszka nadal ma szansę pełnić ważną rolę na medialnej mapie uczelni.

Drugim etapem było zbadanie rozpoznawalności Radia Fraszka wśród studentów UJK w Kielcach oraz identyfikacja preferowanych form treści i kanałów odbioru. Badanie miało charakter eksploracyjny i zostało przeprowadzone w formie anonimowej ankiety online w dniach 26 maja – 5 czerwca 2025 roku. Kwestionariusz zawierał 11 pytań zamkniętych i półotwartych (jedno- i wielokrotnego wyboru).

W badaniu wzięło udział 146 studentów studiów licencjackich, magisterskich oraz doktoranckich, reprezentujących różne kierunki i roczniki. Najliczniejszą grupę stanowili studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej (35 osób), logopedii (10), psychologii (9), pielęgniarstwa (7), prawa (6), zarządzania (6), kosmetologii (6), bezpieczeństwa narodowego (5) oraz finansów i rachunkowości (5). Mniejszą reprezentację miały kierunki humanistyczne, ścisłe, artystyczne i przyrodnicze. Studenci I roku stanowili największą grupę (48 osób), a kolejne licznie reprezentowane roczniki to III (32 osoby) i V (17 osób).

Ankieta została rozpowszechniona przez media społecznościowe, uczelniane grupy dyskusyjne oraz wiadomości bezpośrednie. Jej celem było zebranie opinii na temat obecności rozgłośni w świadomości studentów oraz preferencji dotyczących konsumpcji treści medialnych. Szczegółowe wyniki przedstawiają dołączone wykresy.

Wykres 1. Liczba respondentów według kierunku studiów



Źródło: Badania własne.

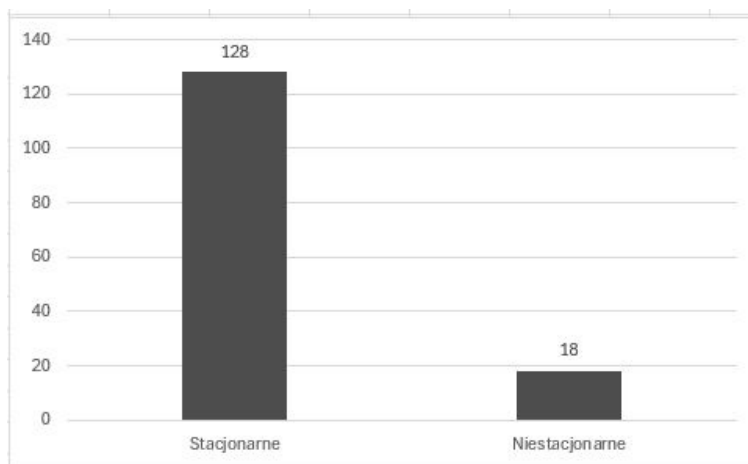
Wyraźną obecność w próbie stanowili studenci kierunków pedagogicznych oraz dziennikarstwa i komunikacji społecznej, co może świadczyć o ich większym zainteresowaniu tematyką medialną. Podwójne wystąpienie kierunku pedagogika na wykresie wynika z rozróżnienia pomiędzy odrębnymi programami studiów funkcjonującymi w strukturze UJK. Dodatkowym czynnikiem mogła być audycja *sKOŁOwani*²⁹, emitowana od 2024 roku i promująca działalność kół naukowych na UJK. Z kolei kierunki przyrodnicze, techniczne i artystyczne, takie jak chemia, informatyka, matematyka, grafika czy biotechnologia, były reprezentowane słabiej – zazwyczaj przez pojedyncze osoby (zob. wykr. 1).

Choć rozkład odpowiedzi nie był równomierny, próba objęła przedstawicieli większości wydziałów uczelni, co pozwala na wyciągnięcie ogólnych wniosków dotyczących świadomości i odbioru radia studenckiego w środowisku akademickim UJK.

Analiza danych wskazuje, że zdecydowaną większość respondentów stanowili studenci studiów stacjonarnych, podczas gdy udział studentów niestacjonarnych był wyraźnie mniejszy (zob. wykr. 2). Taki rozkład próby może wynikać z większej obecności studentów studiów stacjonarnych w przestrzeni uczelnianej oraz ich częstszego udziału w inicjatywach akademickich.

²⁹ *sKOŁOwani*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/shows/skolowani/>, [dostęp: 21 lipca 2025].

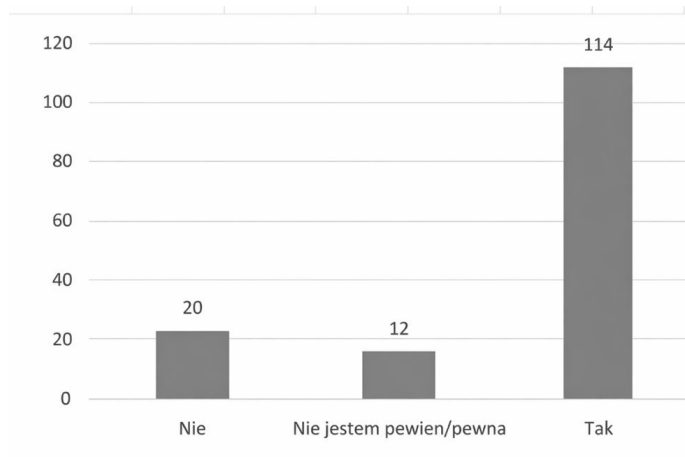
Wykres 2. Rozkład respondentów według trybu studiów (n = 146)



Źródło: Badania własne.

Dane z wykresu nr 3 wskazują, że świadomość istnienia studenckiego radia na UJK w Kielcach jest stosunkowo wysoka. Zdecydowana większość respondentów zadeklarowała, że wie o jego funkcjonowaniu. Jednocześnie 13,7% badanych wskazało odpowiedź „nie”, a 7,5% zaznaczyło opcję „nie jestem pewien/pewna”, co może świadczyć o ograniczonym zasięgu informacji o rozgłośni w części środowiska akademickiego. Analiza obejmuje łącznie 146 respondentów, co jest zgodne z danymi przedstawionymi na wykresie.

Wykres 3. Świadomość istnienia studenckich rozgłośni radiowych wśród studentów UJK (n = 146)

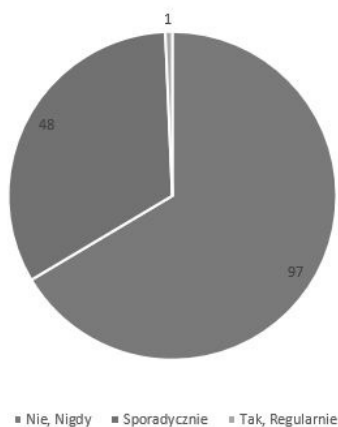


Źródło: Badania własne.

Wyniki te potwierdzają, że radio studenckie pozostaje rozpoznawalnym formatem medialnym, głęboko zakorzenionym w kulturze uczelni. Dla Fraszki to ważny punkt wyjścia – istnieje potencjalna grupa odbiorców, która kojarzy tego typu działalność i może być otwarta na lokalną wersję takiej inicjatywy. Kluczowe jest zatem, by redakcja wyraźnie komunikowała swoją rolę jako medium informacyjnego, edukacyjnego i integrującego, niezależnie od formy prawnej czy skali działania.

Choć świadomość istnienia radia studenckiego jest wysoka (zob. wykr. 3), dane z wykresu 4 pokazują, że doświadczenie słuchania radia studenckiego wśród studentów UJK jest ograniczone. Najliczniejszą grupę stanowili respondenci, którzy deklarowali, że nigdy nie słuchali tego typu stacji (66,4%). Sporadyczny kontakt z radiem studenckim zadeklarowało 32,9% badanych, natomiast regularne słuchanie wskazało jedynie 0,7% respondentów. Wyniki te potwierdzają, że choć świadomość istnienia radia studenckiego jest stosunkowo wysoka, nie przekłada się ona na regularne korzystanie z jego oferty wśród studentów UJK (n = 146).

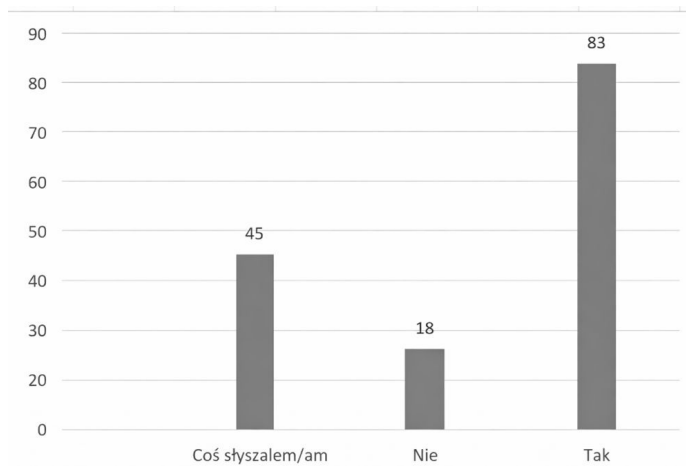
Wykres 4. Doświadczenie słuchania radia studenckiego wśród studentów UJK (n = 146)



Źródło: Badania własne.

Dane z wykresu 5 wskazują, że większość respondentów, rekrutujących się spośród studentów UJK w Kielcach, posiada świadomość istnienia Radia Fraszka. Odpowiedź „tak” wskazało 56,8% badanych, natomiast 30,8% zadeklarowało, że słyszało o rozgłośni jedynie pobieżnie. Brak świadomości istnienia Radia Fraszka zadeklarowało 12,3% respondentów. Wyniki te potwierdzają, że rozgłoszenia funkcjonuje w świadomości większości studentów UJK, choć poziom tej świadomości nie zawsze przekłada się na regularny kontakt z jej ofertą (n = 146).

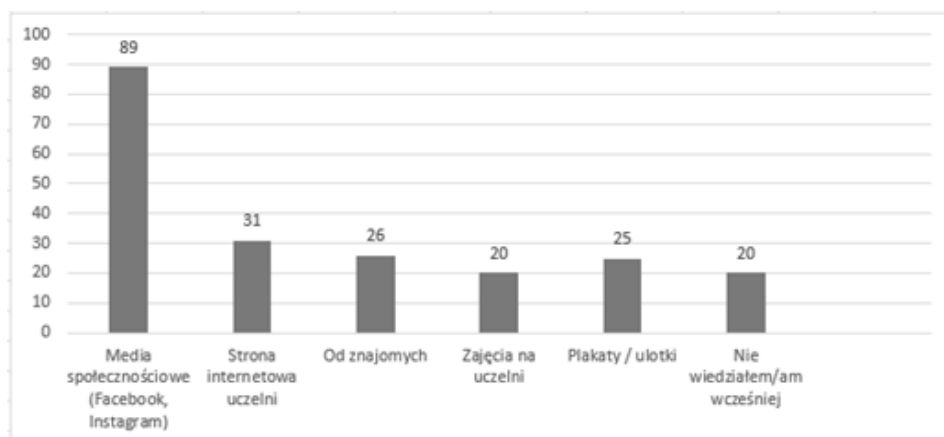
Wykres 5. Świadomość istnienia Radia Fraszka wśród studentów UJK (n = 146)



Źródło: Badania własne.

Najczęściej wskazywanym źródłem informacji o Radiu Fraszka były media społecznościowe – przede wszystkim Facebook i Instagram. Pokazuje to, że kanały cyfrowe odgrywają kluczową rolę w komunikacji ze studentami. Drugą kategorią były źródła bezpośrednie, takie jak znajomi, zajęcia, strona uczelni czy materiały drukowane (plakaty, ulotki), co potwierdza wielokanałowy charakter promocji. Jednocześnie 14% respondentów przyznało, że nie słyszało wcześniej o radiu, co wskazuje na potrzebę dalszego poszerzania zasięgu – zwłaszcza wśród nowych studentów i mniej aktywnych uczestników życia akademickiego (zob. wyk. 6).

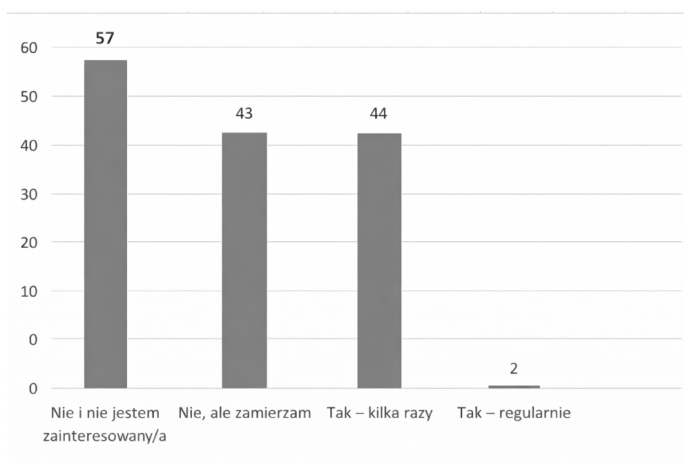
Wykres 6. Źródła informacji o Radiu Fraszka (n = 146)



Źródło: Badania własne.

Choć 31,5% ankietowanych miało już kontakt z Radiem Fraszka, większość respondentów nigdy nie słuchała jego audycji. Co trzeci badany (29,5%) wyraził chęć zapoznania się z ofertą w przyszłości, co sugeruje potencjał na pozyskanie nowych odbiorców. Jednocześnie aż 38,4% studentów nie słuchało Fraszki i nie planuje tego robić, co może wynikać z niedopasowania formy, treści lub kanałów dystrybucji do ich preferencji (zob. wyk. 7).

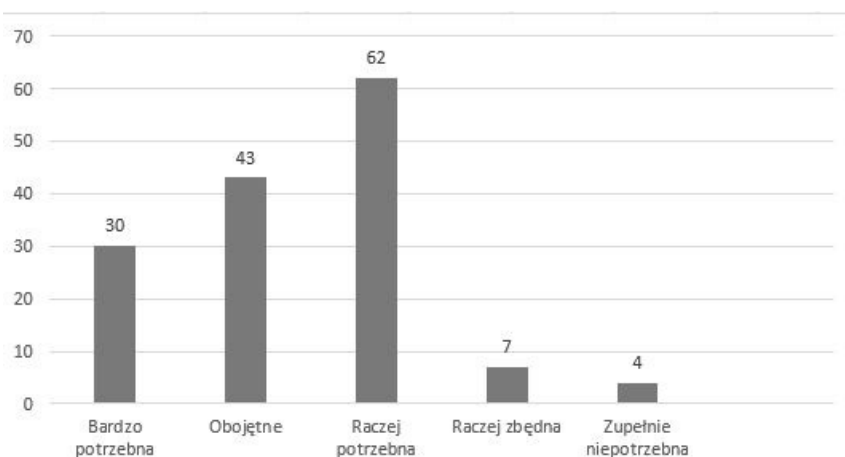
Wykres 7. Doświadczenie słuchania Radia Fraszka wśród studentów UJK (n = 146)



Źródło: Badania własne.

Wyniki pokazują, że znajomość marki nie zawsze przekłada się na zaangażowanie słuchaczy. Dla redakcji to sygnał, że promocja musi iść w parze z pracą nad atrakcyjnością i dostępnością tworzonych materiałów.

Wykres 8. Ocena pomysłu istnienia studenckiej rozgłośni radiowej na uczelni (n = 146)



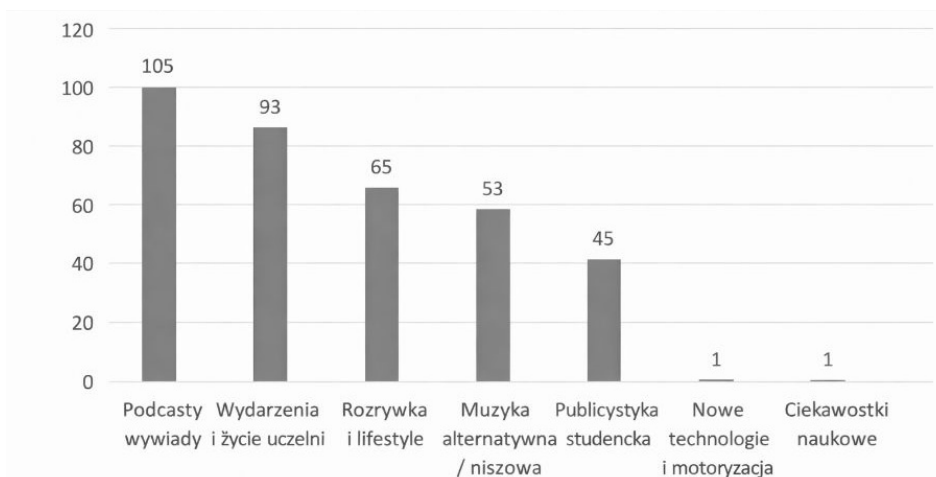
Źródło: Badania własne.

Dane z wykresu 8 wskazują, że zdecydowana większość respondentów pozytywnie ocenia pomysł istnienia studenckiej rozgłośni radiowej na uczelni. Odpowiedź „raczej potrzebna” wskazało 42,5% badanych, natomiast „bardzo potrzebna” – 20,5%. Postawę neutralną („obojętne”) zadeklarowało 29,5% respondentów. Negatywna ocena pomysłu była marginalna – 4,8% badanych uznało radio za „raczej zbędne”, a 2,7% za „zupełnie niepotrzebne” (n = 146).

Z badania wynika, że największym zainteresowaniem studentów cieszą się treści związane z życiem uczelni i środowiskiem akademickim. Najwięcej wskazań uzyskały kategorie „podcasty i wywiady” (105 wskazań) oraz „wydarzenia i życie uczelni” (93 wskazania). To potwierdza silne zapotrzebowanie na treści informacyjne i integrujące społeczność, co wpisuje się w profil audycji takich jak *Rozmowa Tygodnia* czy *sKOŁOwani*. Wysoko ocenione zostały również „rozrywka i lifestyle” (65 wskazań), „muzyka alternatywna/niszowa” (53 wskazania) oraz „publicystyka studencka” (45 wskazań). Niewielkim zainteresowaniem cieszyły się natomiast treści specjalistyczne, takie jak „nowe technologie i motoryzacja”, „felieton” oraz „ciekawostki naukowe” (po 1 wskazaniu), co sugeruje, że oczekiwania odbiorców koncentrują się wokół treści bezpośrednio związanych z życiem akademickim (n = 146) (zob. wyk. 9).

Pokazuje to, że ramówka Fraszki w wielu punktach odpowiada oczekiwaniom odbiorców – m.in. przez audycje takie jak *Alternator* czy *Nocny Marek*. Tematy specjalistyczne, jak „nowe technologie” czy „motoryzacja”, cieszyły się znikomym zainteresowaniem, co sugeruje, że Fraszka powinna nadal stawiać na autentyczność, bliskość tematyczną i treści osadzone w życiu uczelni.

Wykres 9. Preferowane treści w radiu studenckim według studentów UJK (n = 146)



Źródło: Badania własne.

Przeprowadzone badanie wśród studentów UJK w Kielcach pozwala sformułować kilka kluczowych wniosków dotyczących rozpoznawalności, odbioru i oczekiwań wobec Radia Fraszka jako uczelnianego medium studenckiego.

Po pierwsze, świadomość istnienia radia studenckiego jako zjawiska jest stosunkowo wysoka – 56,8% badanych zadeklarowało, że zna Radio Fraszka, natomiast 30,8% wskazało, że słyszało o nim jedynie pobieżnie. Łącznie oznacza to, że zdecydowana większość respondentów miała kontakt z informacją o istnieniu rozgłośni. Jest to pozytywny sygnał dla redakcji, wskazujący, że marka radia funkcjonuje w przestrzeni uczelni i posiada określony kapitał rozpoznawalności. Z drugiej strony, faktyczny zasięg słuchalności Radia Fraszka pozostaje ograniczony. Tylko niewielki odsetek respondentów słucha radia regularnie, a większość albo nigdy nie miała z nim kontaktu, albo zna je jedynie z nazwy. Co istotne, około jedna trzecia studentów wyraziła chęć zapoznania się z ofertą programową w przyszłości, co wskazuje na istnienie potencjalnej grupy odbiorców, do której można dotrzeć przy odpowiednio zaplanowanej strategii promocyjnej i programowej.

W zakresie preferencji treści, badani najczęściej wskazywali zainteresowanie tematyką związaną z życiem uczelni, aktualnościami, podcastami i treściami o charakterze towarzyskim oraz lifestyle'owym. Wysoką popularność zdobyły również audycje muzyczne i wywiady, co pokrywa się z dotychczasowym profilem programowym stacji. Wyraźnie mniejsze zainteresowanie dotyczyło treści technicznych i specjalistycznych, co potwierdza, że studenci preferują formuły luźniejsze, osadzone w codziennym doświadczeniu akademickim.

Najskuteczniejszym kanałem informacyjnym o działalności Radia Fraszka okazały się media społecznościowe, przede wszystkim Facebook i Instagram. To właśnie za ich pośrednictwem większość studentów dowiedziała się o istnieniu radia. Znaczenie miały także bezpośrednie formy kontaktu – zajęcia akademickie, polecenia znajomych, plakaty czy wydarzenia uczelniane – co podkreśla rolę obecności fizycznej radia w życiu kampusu.

Warto zaznaczyć, że największą aktywność w badaniu wykazali studenci młodszych roczników i trybu stacjonarnego, co może wynikać zarówno z ich większej aktywności w mediach społecznościowych, jak i większej podatności na nowe inicjatywy akademickie. Jednocześnie wskazuje to na konieczność docierania z przekazem do starszych roczników oraz studentów niestacjonarnych – grup często mniej obecnych w działaniach promocyjnych uczelni.

Podsumowując, wyniki badań pokazują, że Radio Fraszka posiada realny potencjał rozwoju, szczególnie jako medium tożsamościowe i integrujące środowisko studenckie. Warunkiem jego dalszego funkcjonowania jest jednak zwiększenie atrakcyjności treści, wzmocnienie komunikacji oraz systematyczne budowanie relacji z odbiorcami. Badanie dostarcza konkretnych wskazówek, które mogą stanowić podstawę do opracowania długofalowej strategii redakcyjnej i promocyjnej, dostosowanej do rzeczywistych potrzeb i oczekiwań studentów UJK.

Analiza ramówki Radia Fraszka w 2024 roku potwierdza, że stacja pełni funkcję aktywnego medium akademickiego – dostosowanego do rytmu życia studentów, reagującego na ich potrzeby i otwartego na różnorodność form. Programy obejmują treści informacyjne, edukacyjne, kulturalne i rozrywkowe, co pozwala na realizację misji integracyjnej i komunikacyjnej uczelnianej rozgłośni.

Ramówka została zorganizowana w sposób przejrzysty, z podziałem na dni tygodnia i pasma tematyczne. Znajdziemy w niej zarówno audycje poranne (np. *Radio Alarm* czy *Gra Wstępna*), jak i wieczorne programy o bardziej refleksyjnym charakterze (np. *Nocny Marek*). Stałe elementy, takie jak *Rozmowa Tygodnia* czy *Magazyn Sportowy*, tworzą kręgosłup redakcyjny, a sezonowe i eksperymentalne audycje pozwalają debiutującym redaktorom na rozwój.

Szczególne znaczenie mają audycje o ugruntowanej pozycji, takie jak *Rozmowa Tygodnia* (emisje od 2017 roku), interaktywna *Top 20* czy osobisty *Nocny Marek*. Ich obecność pokazuje, że mimo rotacji kadrowej możliwe jest utrzymanie ciągłości i jakości programowej. Jednocześnie nowe formaty, jak *sKOŁOwa-ni* czy *Gra Dźwięków*, odpowiadają na zmieniające się zainteresowania studentów i wzbogacają profil anteny.

Zróżnicowanie stylów – od klasycznych wywiadów po swobodne rozmowy i podcastowe formy – sprawia, że oferta programowa ma szansę trafić do różnych grup odbiorców. Co ważne, preferencje ankietowanych (np. wysoka wartość przypisywana treściom uczelnianym, rozmowom, podcastom) pokrywają się z zawartością ramówki, co świadczy o trafnym dopasowaniu treści do potrzeb społeczności akademickiej.

Mimo pozytywnego obrazu warto zaznaczyć, że jakość i regularność emisji bywają nierówne – co jest typowe dla rozgłośni studenckiej. Kluczowe dla dalszego rozwoju radia będzie więc utrzymanie spójności programowej, wspieranie młodych twórców oraz konsekwentna archiwizacja treści, co pozwoli lepiej dokumentować działalność Fraszki.

Podsumowanie

Radio Fraszka, jako studencka rozgłośnia UJK w Kielcach, stanowi istotny przykład medium akademickiego, które łączy funkcje edukacyjne, integracyjne i kulturotwórcze. Analiza działalności stacji – zarówno jej historii, struktury, jak i współczesnej ramówki – ukazuje dynamiczny rozwój i adaptację do zmieniających się realiów społeczności studenckiej.

Fraszka jest rozpoznawalna, jednak wciąż nie w pełni wykorzystywana jako kanał codziennego odbioru. Jej potencjał widoczny jest w różnorodności audycji, otwartości na inicjatywy oddolne i zaangażowaniu studentów w tworzenie treści. Radio pełni funkcję laboratorium medialnego, w którym młodzi ludzie zdobywają kompetencje praktyczne, uczą się współpracy i testują różne formy wyrazu. Jednocześnie wyniki badań pokazują potrzebę zwiększenia widoczności stacji,

lepszej promocji oraz dostosowania treści do zwyczajów konsumpcji mediów wśród studentów.

Fraszka jako projekt nie tylko edukacyjny, ale i społeczny, zasługuje na dalsze wsparcie ze strony uczelni – zarówno organizacyjne, jak i promocyjne – ponieważ realnie wpisuje się w misję uniwersytetu jako instytucji wspierającej rozwój kompetencji obywatelskich i medialnych swoich studentów.

Bibliografia:

- Budowa Centrum Medialnego UJK*, <https://www.ujk.edu.pl/webujk/galitem.php?eid=1119>.
- Coleman Mark, *Playback: From the Victrola to MP3, 100 Years of Music, Machines, and Money*, New York 2004.
- Deja Vu na antenie Radia Fraszka, <https://www.facebook.com/radiofraszka/photos/pb.100063778323703.-2207520000/1987363261321189/?type=3>.
- Doliwa Urszula, *The history of student radio in Poland*, „Interactions” 2015, t. 6, z. 1, s. 107-125.
- Doliwa Urszula, *Piraci w eterze. Proces powstawania prywatnej radiofonii lokalnej w latach 1989-1995*, Olsztyn cop. 2023.
- Doliwa Urszula, *Radio społeczne. Trzeci obok publicznego i komercyjnego sektor radiowy*, Olsztyn 2016.
- Doliwa Urszula, *Radio studenckie w Polsce*, Olsztyn cop. 2008.
- 10 lat Radia Fraszka – jak to się zaczęło? Wywiad z redakcją od 2015 do 2025 roku*, https://www.mixcloud.com/Radio_Fraszka/10-lat-radia-fraszka-jak-to-si%C4%99-zacz%C4%99%C5%82o-wywiad-z-redakcj%C4%85-od-2015-do-2025-roku/.
- Laor Tal, *The added value of college radio: student self development, fulfillment, and confidence*, Ariel Univeristy 2019.
- Mielczarek Tomasz, *Radiofonia lokalna w Polsce w latach 1989-2005*, „Studia Medioznawcze” 2006, nr 3, s. 73-85.
- O Nas*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/o-nas-2024/>.
- Podcasty Radia Fraszka*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/podcasty-2024/>.
- Profil Facebook Radia Fraszka, <https://www.facebook.com/radiofraszka/>.
- Radio Fraszka*, <https://imdiks.ujk.edu.pl/radio-fraszka>.
- Rozmowa Tygodnia z Tomaszem Biskupskim*, <https://www.mixcloud.com/radiofraszka/070618-rozmowa-tygodnia-z-lekkoatlet%C4%85-azs-ujk-kielce-tomaszem-biskupskim/>.
- skOŁOwani*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/shows/skolowani/>.
- Top 20*, <https://fraszka.ujk.edu.pl/shows/top-20/>.
- Zięty Anna, *Media studenckie w Polsce. Geneza, ewolucja, rzeczywistość*, Gdańsk 2015.

Marek Picheta

Radio Fraszka – niekomercyjna rozgłośnia akademicka jako studium przypadku funkcjonowania w strukturach Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach

Artykuł przedstawia Radio Fraszka jako przykład studenckiej inicjatywy medialnej, która łączy funkcje edukacyjne, społeczne i kulturotwórcze. Na podstawie analizy ra-

mówki, wywiadów z członkami redakcji oraz badań ankietowych wśród studentów Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, omówiono strukturę, cele i odbiór rozgłośni. Wyniki pokazują, że mimo ograniczonego zasięgu realnego słuchania, Radio Fraszka budzi pozytywne skojarzenia, ma silną rozpoznawalność i potencjał do dalszego rozwoju. Artykuł wskazuje na znaczenie radia akademickiego jako narzędzia edukacji medialnej i aktywizacji środowiska akademickiego.

Słowa kluczowe: radio studenckie, Radio Fraszka, media akademickie, edukacja medialna, aktywność studencka, radio internetowe, społeczność akademicka, Uniwersytet Jana Kochanowskiego

Radio Fraszka: A Case Study of a Non-commercial Academic Radio Station Operating within the Structure of Jan Kochanowski University in Kielce

The article presents Radio Fraszka as an example of a student-run media initiative that fulfills educational, social, and cultural functions. Based on an analysis of its programming schedule, interviews with editorial staff, and a survey conducted among students of the Jan Kochanowski University in Kielce, the paper explores the station's structure, goals, and audience perception. The findings show that although actual listenership remains limited, Radio Fraszka enjoys strong brand recognition and evokes positive associations, suggesting significant development potential. The article highlights the role of student radio as a tool for media education and academic community engagement.

Key words: student radio, Radio Fraszka, academic media, media education, student engagement, internet radio, university community, Jan Kochanowski University

Data zgłoszenia tekstu: 15.10.2025

Data akceptacji tekstu: 01.12.2025

