

Anna Bieganowska-Skóra

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

FUNKCJE MEDIÓW LOKALNYCH NA PRZYKŁADZIE OGÓLNOPOLSKIEJ AKCJI CHARYTATYWNEJ „POMÓŻ DZIECIOM PRZETRWAĆ ZIMĘ”

Abstract

FUNCTIONS OF LOCAL MEDIA ON THE EXAMPLE OF THE NATIONAL CHARITY ACTION “HELP CHILDREN SURVIVE WINTER”

In the modern world mass media stimulate and create social reality. It is with their significant participation that the socialization of the young generation takes place. As the researchers point out, they often teach better than school and interact more effectively than traditional educational environments. A lot of subject literature is devoted to the analysis of the impact of mass media, mostly negative, on the recipients. This text will present the implementation of media functions on the example of the All-Poland Charity Action “Help the Children Survive Winter”. It is an initiative that, thanks to the strength and power of mass media, has evolved over the course of 25 years from local ad hoc collection of gifts into a nationwide program to help the youngest in need.

Key words: mass media, local media, media education, media influence

Wstęp

Czy możliwe jest, aby w dzisiejszym świecie w krótkim czasie zmobilizować do wspólnego działania: 189 przedszkoli, 463 szkoły różnych szczebli, 37 szkół policealnych, 26 szkół wyższych, 57 domów kultury i ośrodków sportowo-rekreacyjnych, 321 bibliotek, 289 parafii, 49 jednostek Ochotniczej Straży Pożarnej, 49 Ośrodków Pomocy Społecznej, 16 Domów Pomocy Społecznej, 7 oddziałów Towarzystwa Przyjaciół Dzieci, 48 fundacji i stowarzyszeń oraz 259 podmiotów funkcjonujących w środowiskach lokalnych, z racji swej różnorodności na potrzeby statystyki

określonych jako „inne”¹ Czy możliwe jest, aby tych wymienionych 1810 podmiotów w ciągu miesiąca zebrało 186,5 tony darów rzeczowych, z których następnie skorzystało ponad 11 tysięcy rodzin? Niezbite dowody i prawie ćwierćwieczne doświadczenie mówią, że tak i nie potrzeba do tego czarodziejskiej różdżki, a wystarczają lokalne media.

W niniejszym artykule analizie jakościowej zostanie poddana realizacja przez Polskie Radio Lublin SA poszczególnych funkcji mediów w toku organizacji Ogólnopolskiej Akcji Charytatywnej „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę”. Tekst stanowi studium przypadku przeprowadzone na podstawie analizy dokumentacji akcji PDPZ, wywiadu z jej inicjatorką i pomysłodawczynią – redaktor Ewą Dados oraz własnych obserwacji autorki – wolontariuszki akcji PDPZ.

W pracy scharakteryzowano także rolę mediów lokalnych w kontekście edukacji. Inspiracją i punktem odniesienia dla moich rozważań były refleksje Agnieszki Roguskiej dotyczące specyfiki funkcjonowania mediów lokalnych².

Media lokalne w kontekście edukacji, procesu modyfikowania postaw odbiorców

Współczesny człowiek żyje w przestrzeni spolaryzowanej. Uczestniczy zarówno w procesach globalnych, jak i lokalnych³. Ta prawidłowość dotyczy również korzystania z mediów. Za sprawą środków masowego przekazu „dokonuje się tak wielkie przeobrażenie w zakresie i zasięgu ludzkiego komunikowania, iż powszechnie nastąpiło przejście od lokalnej izolacji społecznej, w której większość ludzi stykała się jedynie z problemami swego najbliższego otoczenia, do stanu »światowej wioski«, w której ludzie mogą przeżywać »telewidowiska« na skalę planetarną”⁴. Media regionalne, lokalne, środowiskowe (czyli te o małym zasięgu oddziaływania) sprawiają natomiast, że człowiek, obcując z przekazem medialnym, staje się w jeszcze większym stopniu członkiem swojej małej ojczyzny, częścią świata lokalnego – „jest to specyficzny rodzaj zbiorowego uczestnictwa na różnych płaszczyznach życia człowieka”⁵.

Bez względu na to, o jakich mediach się mówi, niezwykle istotna i często poruszana w literaturze przedmiotu jest kwestia oddziaływania środków masowego

¹ Wszystkie cytowane dane dotyczą rezultatów XXV Ogólnopolskiej Akcji Charytatywnej „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę” 2017. Szczegółowe dane dostępne są na stronie: www.pdpz.pl.

² A. Roguska, *Media globalne – media lokalne. Zagadnienia z obszaru pedagogiki medialnej i edukacji regionalnej*, Impuls, Kraków 2012.

³ Por. J. Nikitorowicz, *Dziecko w przestrzeni wielości pograniczy i ustawicznej konieczności wyborów*, [w:] J. Izdebska, J. Szymanowska (red.), *Wielowymiarowość przestrzeni życia współczesnego dziecka*, Trans Humana, Białystok 2009, s. 15.

⁴ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków 1999, s. 10.

⁵ A. Roguska, *Media globalne...*, dz. cyt., s. 128.

przekazu na odbiorców. We współczesnych czasach obserwuje się stopniowe umniejszanie roli edukacji formalnej na korzyść rozprzestrzeniających się technologii informacyjnych. Coraz większą rolę odgrywa kontakt pośredni, wypierając bezpośrednie obcowanie wzajemne⁶. Jedną z przestrzeni – coraz potężniejszą – uczenia się jest kultura popularna⁷. Media we współczesnym świecie kształtują człowiekowi sferę edukacji równoległej, w której odbywa się transfer wiedzy „nieskolonizowanej” przez szkołę⁸. Za ich pośrednictwem przekazywane są cechy, opinie, przekonania. Media dostarczają schematów, standardów oceniania otaczającej rzeczywistości. Oddziaływanie środków masowego przekazu ocenia się jako dużo bardziej efektywne od innych instytucji wychowawczych, w tym przede wszystkim rodziny⁹. Nieustanny rozwój mediów traktuje się jako istotny czynnik kształtujący współczesny krajobraz kulturowy i rzeczywistość społeczno-polityczną¹⁰. Jak dowodzą badacze, istnieje związek między tematami poruszonymi w mediach a tym, co widzowie uznają za najważniejsze wydarzenie dnia: gdy odbiorcy eksponuje się wielokrotnie konkretny rodzaj wiadomości, nabiera on przekonania, że temat ten jest ważniejszy niż przed oglądaniem go w telewizji¹¹. I wreszcie: zdaniem Zbyszko Melosika żyjemy w czasach, w których coraz częściej to, co realne dla dzisiejszego człowieka, nie jest wynikiem bezpośrednich interakcji na linii człowiek–rzeczywistość, lecz relacji: człowiek–media¹². Jak pisze Tomasz Goban-Klas, techniki informacyjne zmieniają nie tylko kształt życia społecznego, ale częściowo również umysł człowieka. Szczególny udział mass mediów w tym procesie polega na tym, że „tworzą niezbędną podstawę do formowania się więzi społecznych”¹³.

Media uczestniczą też w procesie modyfikowania postaw odbiorców. Szczególnie istotne z punktu widzenia niniejszych rozważań są dwie grupy postaw wyróżnionych przez Adama Lepę: charakteryzujące dobrego dziennikarza pozytywne

⁶ Por. L. Strumska-Cylwik, *Doświadczenia komunikacyjne a poczucie bezpieczeństwa w kontekście wybranych aspektów komunikowania wzajemnego*, [w:] J. Podgórecki, A. Dąbrowska, K. Czerwiński (red.), *Bezpieczeństwo w perspektywie komunikowania społecznego i jego edukacyjne uwarunkowania*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011, s. 41.

⁷ Por. W. Jakubowski, *Edukacja i kultura popularna*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2001.

⁸ A. Ogonowska, *Media i przemoc. Wybrane strategie profilaktyki edukacyjnej dotyczącej przeciwdziałaniu (skutkom prezentacji) przemocy w mediach*, „Kwartalnik Pedagogiczny” 2008, nr 2 (208), s. 67–86.

⁹ K. Łuszczek, *Pedagogiczne aspekty odbioru telewizji na tle doświadczeń europejsko-amerykańskich*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2005, s. 70; por. M. Kowalski, M. Drożdż, *Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2008, s. 15.

¹⁰ A. Ogonowska, *Problematyka edukacji medialnej w kontekście wybranych zagadnień pedagogiki krytycznej*, „Kwartalnik Pedagogiczny” 2005, nr 1 (195), s. 79–94; por. M. Sokołowski, *Media wobec kulturowych przemian współczesności*, Oficyna Wydawnicza Kastalia, Olsztyn 2003; S. Juszczak, *Cele i zadania technologii informacyjnej i edukacji medialnej*, [w:] B. Siemieniecki (red.), *Pedagogika medialna. Podręcznik akademicki*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 27–29.

¹¹ E.M. Rogers, J.W. Dearing, za: M. Kowalski, M. Drożdż, *Przemoc i zdrowie...*, dz. cyt., s. 28–29.

¹² Z. Melosik, *Mass media i amerykańizacja*, „Edukacja Medialna” 1996, nr 2, s. 16.

¹³ Por. T. Goban-Klas, *Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł naskalnych do multimediów*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2001, s. 106.

postawy nadawców (odpowiedzialności, służby prawdzie i nauczyciela) oraz pozytywne postawy kształtowane przez media (dialogu, szerokich horyzontów oraz tolerancji)¹⁴. Dobry dziennikarz powinien być odpowiedzialny za przekazywane treści, świadomy potencjalnych następstw ich przekazywania – tego, że nie tylko przekazuje informacje, ale także kształtuje opinie i zainteresowania odbiorcy, skupia jego uwagę na określonych kwestiach.

Mass media prowadzą ze swoimi odbiorcami dialog, aby wykształcić w nich określone przekonania oraz poczucie wspólnoty. Postawę szerokich horyzontów charakteryzuje to, że jednostka stale i aktywnie poznaje otaczającą ją rzeczywistość, jest dociekliwa, jej opinie pozbawione są stronniczości, wybiórczości i powierzchowności. Dzięki temu odbiorca orientuje się w problemach świata, buduje właściwą hierarchię wartości. Dzięki postawie tolerancji w człowieku rodzi się szacunek i akceptacja dla drugiej osoby, niezależnie od tego, jaka ta osoba jest, jakie wyznaje poglądy, jak żyje. Człowiek tolerancyjny każdą inność przyjmuje jako element różnorodności i składnik tożsamości, jako zjawisko oczywiste i normalne – ma to szczególne znaczenie ze względu na przedmiot prowadzonych tu rozważań.

Wszystko to sprawia, że media we współczesnym świecie nie są już traktowane jako tylko urządzenia służące temu, by „(...) przedmiot z miejsca A był widziany na którymkolwiek innym miejscu B”¹⁵, lecz aby „stały się dominującym źródłem obrazów i definicji rzeczywistości społecznej; to one tworzą, gromadzą i publicznie przedstawiają wartości kulturowe i społeczne”¹⁶. Społeczeństwo jest coraz bardziej świadome roli środków masowego przekazu oraz wielu doniosłych funkcji, które media pełnią w ich życiu.

Mimo że informacje o działaniach w konkretnym środowisku rozpowszechniane są przez wiele lokalnych mediów (prasę, radio, telewizję, Internet), najważniejszym z punktu widzenia tego tekstu środkiem masowego przekazu jest radio – to na antenie Polskiego Radia Lublin SA w 1993 roku narodziła się akcja „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę” i przez kolejne ćwierć wieku radio to było jednym z jej głównych organizatorów. Dlatego też temu środkowi masowego przekazu poświęcono niniejsze opracowanie. W tym czasie, jak pisze Józef Bednarek¹⁷, radio było medium szczególnym: pierwszym, z którym człowiek stykał się w ciągu dnia, osobistym i unikalnym – towarzyszyło odbiorcy przez cały dzień, błyskawicznie dostarczało słuchaczom wielu bieżących informacji, docierało do najdalszych zakątków regionu. Najważniejszym walorem radia była jego dostępność oraz fakt, iż stanowiło główne źródło dostarczania informacji społeczno-politycznych¹⁸. Radio lokalne miało wysoką selektywność demograficzną i geograficzną – większą słuchalność

¹⁴ Por. A. Lepa, *Media a postawy*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2001.

¹⁵ V. Feldstein, za: K. Łuszczek, *Pedagogiczne aspekty...*, dz. cyt., s. 8.

¹⁶ T. Goban-Klas, *Zarys historii...*, dz. cyt., s. 14.

¹⁷ J. Bednarek, *Społeczeństwo informacyjne i media w opinii osób niepełnosprawnych*, Wydawnictwo APS, Warszawa 2005, s. 154.

¹⁸ J. Gajda, *Media w edukacji*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2003, s. 97.

niż stacje ogólnokrajowe; było w stanie zbudować wysoką częstotliwość kontaktów w stosunkowo krótkim czasie oraz wywołać u słuchacza potrzebę natychmiastowego działania. Nie bez przesady można stwierdzić, że kształtowało opinię publiczną, szerzyło oświatę szkolną i pozaszkolną, było – jak to określił Marshall McLuhan – „nieśmiałym olbrzymem”, pozostającym w cieniu młodszej siostry telewizji, ale równie potężnym, biorąc pod uwagę możliwość docierania do masowego odbiorcy¹⁹.

Ogólnopolska Akcja Charytatywna „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę” w kontekście realizowania różnorodnych funkcji mediów

Środki masowego przekazu powinny, najogólniej rzecz ujmując, służyć dobru odbiorcy. Jak pisze A. Roguska²⁰, media pełnią wiele funkcji. Ich rozkład oraz intensywność zależne są od rodzaju medium, specyfiki jego funkcjonowania oraz terenu działania. Podstawową funkcją mass mediów była funkcja informacyjna. Obecnie straciła swoją pozycję dominującą na rzecz między innymi funkcji rozrywkowej, propagandowej, identyfikacyjnej, estetycznej, wychowawczej czy funkcji kontroli społecznej²¹. Można je podzielić na funkcje: zakładane, postulowane oraz realizowane. W dalszej części tekstu zostaną scharakteryzowane przejawy realizacji ostatnich z wymienionych grup funkcji mediów na przykładzie działań związanych z organizacją i przebiegiem Ogólnopolskiej Akcji Charytatywnej „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę”. Rozważania oparte zostaną na klasyfikacji Janusza Gajdy, uzupełnionej o inne funkcje wskazywane przez Roguską²².

Funkcja interwencyjna. Zadaniem mediów regionalnych jest baczna obserwacja otaczającego środowiska. Zdarzają się sytuacje, w których środki masowego przekazu stają się swoistym pogotowiem interwencyjnym. W sposób obiektywny i neutralny dziennikarze domagają się respektowania praw obywateli, pomagają im rozwiązywać różne problemy, koordynują akcje pomocy, przeprowadzają interwencje, czasem pełnią funkcję mediatorów.

W jednym z odcinków radiowej dobranocki *Jasiek*, emitowanej jesienią 1993 roku, w roli gościa programu wystąpił dziesięcioletni wówczas Przemek. Po audycji poprosił prowadzącą, redaktor Ewę Dados, o chwilę rozmowy. W jej trakcie okazało się, że chłopak potrzebuje pomocy – chce pomóc swoim rodzicom w utrzymaniu wielodzietnej rodziny. Odmówił przyjęcia drobnej kwoty pieniędzy, podkreślając, że potrzebuje prawdziwej pomocy, to znaczy w znalezieniu dla siebie płatnego zajęcia. Ta nietypowa prośba młodego słuchacza nie pozostała bez reakcji

¹⁹ J. Bednarek, *Spoleczeństwo informacyjne...*, dz. cyt., s. 154.

²⁰ A. Roguska, *Media globalne...*, dz. cyt., s. 125.

²¹ Za: tamże, s. 126.

²² Tamże, s. 128–142.

– poszukiwanie pracy przez dziesięciolatka nie jest raczej typową okolicznością. Dziennikarze przygotowali paczkę z darami rzeczowymi i złożyli wizytę rodzinie Przemka. Okazało się, że takich rodzin jest znacznie więcej. Pojawiła się potrzeba działania na szerszą skalę. Ówczesny prezes zarządu Polskiego Radia Lublin, redaktor Janusz Winiarski, poruszony historią i świadomy roli, jaką odgrywała lokalna stacja radiowa w środowisku, oddał antenę radiową tej ważnej sprawie. Jak wspomina inicjator i pomysłodawczyni akcji Ewa Dados, w czasie jednej z rozmów, poświęconej próbom ustalenie planu działania w tej nieoczekiwanej sytuacji, Janusz Winiarski powiedział: „Masz przecież mikrofon! Oddaję ci antenę i możesz zaczynać od dobranocki *Jasiek*”²³. Decyzja ta była z pewnością przejawem dobrogo serca prezesa, ale należy rozpatrywać ją również w szerszym kontekście – jako przykład realizacji misji Polskiego Radia jako nadawcy publicznego. Media, reprezentując interes społeczny i publiczny, dostarczają odbiorcom nie tylko informacji, wiedzy, wartości oraz rozrywki²⁴, ale też zobowiązane są do respektowania postanowień Ustawy o radiofonii i telewizji. W punkcie 2 artykułu 21 dokumentu można przeczytać, że „programy i inne usługi jednostek publicznej radiofonii i telewizji w ramach jej misji publicznej powinny (...) sprzyjać integracji społecznej, w tym przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu”²⁵, co jednoznacznie legitymowało Polskie Radio Lublin do włączenia się w przedmiotowe działanie. Rezultatem indywidualnej prośby dziecka oraz siły oddziaływania tego środka masowego przekazu była nie tylko spontaniczna, lokalna zbiórka darów rzeczowych. Na przestrzeni lat przeobraziła się ona bowiem w ogólnopolski program pomocy najmłodszym w potrzebie. Obecnie omawiana funkcja w kontekście PDPZ ma jeszcze jeden wymiar. Często zimowe spotkanie, podczas którego człowiek odbiera przygotowaną dla niego paczkę, jest pierwszym z wielu. Nierzadko okoliczności te ośmielają ludzi do opowiedzenia swoich historii, szukania pomocy czy nawet zmiany własnego życia.

Funkcja integrowania środowiska lokalnego. Media lokalne są źródłem różnorodnych informacji na temat tego, co dzieje się w najbliższym otoczeniu odbiorców przekazu. Poruszane przez nie kwestie, dzięki temu, że dotyczą sporej liczby osób, łączą środowiska, przybliżają region, solidaryzują ludzi, tworzą lokalną wspólnotę doświadczeń. Nierzadko media same animują życie okolicznych mieszkańców, biorąc udział w wielu wydarzeniach lub organizując je. Sprawując patronaty medialne nad ważnymi dla środowiska imprezami, zobowiązują się do ich nagłaśniania, a tym samym ukazują wagę poruszanych, istotnych społecznie kwestii.

²³ I. Wlazłowska, *Podziel się tym, co masz*, Polskie Radio Lublin, Lublin 2013, s. 18.

²⁴ K. Gieroło-Klimaszewska, *Przyszła rola radia publicznego w kontekście tworzenia systemu medialnego*, [w:] B. Nierenberg, J. Kania, J. Kreft (red.), *Przyszłość dziennikarstwa radiowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016, s. 54.

²⁵ Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. 2019.0.361, www.lexlege.pl/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji/art-21/.

„Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę” nie jest ani stowarzyszeniem, ani fundacją; za jej organizację i zgodnie z regulaminem przeprowadzenie odpowiada Główny Społeczny Komitet Organizacyjny powołany przy Polskim Radiu Lublin SA. W skład GSKO wchodzi zaproszeni przez Ewę Dadas przedstawiciele różnych instytucji udzielających pomocy potrzebującym, lokalnych władz, służb, wieloletni wolontariusze akcji; osoby, które od lat swoimi siłami i autorytetem wspierają PDPZ. Do współorganizowania akcji rokrocznie zapraszane są instytucje i organizacje pomocowe. W 2017 roku do tego grona zostali zaproszeni: Towarzystwo Przyjaciół Dzieci – Lubelski Oddział Regionalny, Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Lublinie, Caritas Archidiecezji Lubelskiej, Polski Czerwony Krzyż – Lubelski Oddział Okręgowy, Centrum Duszpasterstwa Młodzieży Archidiecezji Lubelskiej, Katolickie Stowarzyszenie Młodzieży Archidiecezji Lubelskiej oraz – po raz pierwszy – Bractwo Miłosierdzia im. św. Brata Alberta. Swoje wsparcie zadeklarowali również: Lubelski Urząd Wojewódzki, Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego, Urząd Miasta Lublin, Kuratorium Oświaty w Lublinie, Komenda Wojewódzka Policji w Lublinie, Komenda Wojewódzka Państwowej Straży Pożarnej w Lublinie oraz Wojewódzki Sztab Ratownictwa w Lublinie.

Należy podkreślić, że koszty związane z organizacją Biura Organizacyjnego Akcji (obsługa sekretariatu, materiały papiernicze i inne, zaplecze, pomieszczenie sztabowe, komputery, telefony, infolinia), czas antenowy, wysyłka paczek, magazyny, transport, plakaty, sale koncertowe itp. stanowią dar ofiarodawców i Radia Lublin SA, które jest właścicielem praw do akcji.

W Ogólnopolskiej Akcji Charytatywnej „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę” biorą udział przedstawiciele wielu środowisk. Bez względu na to, kim są, z jakiej grupy społecznej się wywodzą, mogą na równych prawach działać na rzecz wspólnego dobra. Człowiek dzięki takiemu uczestnictwu ma poczucie wpływu na to, co się dzieje w jego otoczeniu, bierze odpowiedzialność za swoje środowisko. Niektórzy z wolontariuszy zaznaczają, że do akcji trafili przez przypadek – często zdają się, że takie przypadkowe spotkania, jak stwierdził A. Bandura, ukierunkowują ludzką egzystencję²⁶.

Na przestrzeni lat PDPZ wypracowało swoisty system organizacyjny, w obrębie którego ponad podziałami współpracują przedstawiciele różnych grup politycznych, wyznaniowych (akcja jest apolityczna i ekumeniczna) czy instytucji, w innych okolicznościach nierzadko ze sobą konkurujących. Istotny jest również fakt, że nie ma wyraźnego podziału na pomagających i potrzebujących. Bardzo często osoby, które chcą skorzystać z pomocy w ramach akcji PDPZ, oferują swój czas, pracując w głównym magazynie akcji, stając się tym samym wolontariuszami. Jak sami podkreślają, zapewnia to poczucie godności, sprawia, że czują się inicjatorami jakiegoś dobra. Tym, co charakteryzuje PDPZ, jest także wielość i różnorodność

²⁶ E. Sarzyńska, *Przypadkowe zdarzenia i ich znaczenie dla ludzkiej egzystencji. Kategorie przypadku jako atrakcyjny obszar komunikacyjny*, [w:] J. Podgórecki, A. Dąbrowska, K. Czerwiński (red.), *Bezpieczeństwo w perspektywie...*, dz. cyt., s. 202.

zadań dla poszczególnych wolontariuszy. Każdy może wykonywać prace dostosowane do swoich możliwości, co jest skuteczną płaszczyzną integracyjną. Ważne jest też podkreślanie komplementarności potrzeb i sposobów ich zaspokajania (w mieście przeważają dary rzeczowe lub żywność długoterminowa, na wsiach z kolei gros darów stanowią ziemniaki, które trafiają do miejskich stołówek).

Funkcja socjalizująca. Realizując tę funkcję, media lokalne mają zachęcać ludzi do podjęcia odpowiedzialności za środowisko lokalne przez grupową aktywność i działalność na jego rzecz. Jak pisze A. Roguska, „funkcja ta polega na kształtowaniu form kulturalnego współżycia zbiorowego przez podkreślanie w programach konieczności solidaryzowania się w sprawach dotyczących: współodpowiedzialności za dobro ogółu, poszanowania mienia społecznego, nawoływania do podejmowania wspólnych form projektów”²⁷. Zaznacza się, że dzięki takim działaniom media pomagają dostrzec i zdefiniować problemy środowiska oraz skłonić ludzi do podjęcia skutecznych działań pomocowych i wspierających. Jednocześnie realizowana jest funkcja interpersonalnej mediów, której istotą jest uświadomienie człowiekowi, że stanowi część lokalnej społeczności, na rzecz której może działać lub której wsparcia może w razie potrzeby oczekiwać.

Zbiórka publiczna w ramach akcji „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę” przeprowadzana jest przy zachowaniu wymogów Ustawy z dnia 9 czerwca 2017 r. o zasadach prowadzenia zbiorów publicznych (Dz.U. 2017 r., poz. 1223) oraz na podstawie niezmiennego od 25 lat regulaminu. Na potrzeby niniejszego tekstu przytoczone zostaną jedynie te punkty regulaminu, które mówią o istocie akcji:

1. Akcja prowadzona jest przed świętami Bożego Narodzenia z myślą o dzieciach z rodzin wielodzietnych, niepełnych, rozbitych, będących w trudnej sytuacji materialnej oraz podopiecznych domów dziecka i ośrodków szkolno-wychowawczych.
2. W dobrowolnej zbiórce odzieży, obuwia, zabawek, książek, artykułów szkolnych i papierniczych, środków czystości i higieny osobistej, słodyczy, żywności długoterminowej, ziemniaków, przedmiotów gospodarstwa domowego mogą wziąć udział zarówno osoby prywatne, jak i firmy oraz organizacje społeczne.
3. W ramach akcji nie ma możliwości zbierania jakichkolwiek środków finansowych.
4. Zbiórka może odbywać się jedynie w miejscach publicznych, oznakowanych symbolami akcji.
5. Dary mogą zbierać jedynie pełnoletni wolontariusze posiadający aktualny, imienny, umieszczony w widocznym miejscu identyfikator akcji.
6. Organizatorzy nie zajmują się magazynowaniem, rozdziałem i wydawaniem zebranych darów.

²⁷ A. Roguska, *Media globalne...*, dz. cyt., s. 129.

7. Zebrane dary kierowane są do współorganizatorów akcji, posiadających stosowne uprawnienia i rozeznanie społeczne, niezbędne do właściwego rozdziału i wydawania darów rzeczowych.
8. Organizatorzy akcji mają wgląd we wszystkie czynności współorganizatorów związane z rozdziałem zebranych darów.
9. Ważną rolę w akcji odgrywają media (prasa, radio, telewizja, Internet) wspierające ideę akcji, informując społeczeństwo o zasadach, organizacji i przebiegu zbiórek.
10. Pieczę nad całością przebiegu akcji sprawuje pomysłodawca i pełnomocnik akcji – red. Ewa Dados, Kawaler Orderu Uśmiechu.
11. Główny Społeczny Komitet Organizacyjny Akcji publikuje co roku aneks do niniejszego regulaminu oraz wskazówki dla osób uczestniczących w akcji.

Zgodnie z założeniami akcji aby zbierać dary, należy założyć sztab – najmniejszą akcyjną jednostkę organizacyjną. Sztaby powstają w redakcjach, domach kultury, parafiach, uczelniach i szkołach wszystkich szczebli, bibliotekach, klubach, kołach, siedzibach instytucji pomocowych, zakładach pracy, słowem: wszędzie tam, gdzie znajdują się ludzie, którzy są przekonani, że – jak w akcyjnej piosence – „nawet odrobinę też podzielić można”. W 2017 roku na terenie całego kraju, w 13 województwach zarejestrowano 497 sztabów. Przeprowadzane zbiórki darów przybierają różne formy. Największym przedsięwzięciem, otwierającym sezon zbiórek, jest Wielka Uliczna Zbiórka Darów. Tego dnia, zwykle jest to pierwsza niedziela adwentu, na ulice polskich miast, ale tylko tam, gdzie zarejestrowano sztaby akcji, wyruszają oklejone żółtym słoneczkiem samochody, mobilne punkty zbiórek, przy których na darczyńców czekają dorośli wolontariusze (każdy ma opieczetowany, imienny identyfikator ze zdjęciem) wspierani przez niepełnoletnich przyjaciół akcji. Forma ta spotyka się ze społeczną aprobatą, o czym mogą świadczyć plony zbiórek. W samym tylko Lublinie podczas WUZD 2017 zebrano 32 tony darów. Inną formą są zbiórki przeprowadzane przez poszczególne sztaby. Ich przebieg zależy od pomysłowości organizatorów. Najpopularniejsze jest wystawienie oznakowanych logo akcji pudełek, do których wszyscy chętni mogą składać dary. Organizowane są koncerty, przedstawienia, spotkania autorskie, mecze, widowiska, festyny, na które biletem wstępu jest dar rzeczowy na rzecz akcji PDPZ. Przygotowywane są aukcje, podczas których można zakupić za dary rzeczowe (np. za wycycytowaną liczbę kilogramów ryżu czy tabliczek czekolady) różne przedmioty – dzieła sztuki, książki podarowane przez autorów, różnego rodzaju pamiątkowe gadżety. Ciekawy sposób zbierania darów wymyślili mieszkańcy mniejszych miejscowości – konkretnego dnia wystawiają oni przed domy worki, skrzynki pełne ziemiopłodów, a wysłany w teren akcyjny samochód zbiera je i dostarcza do magazynu akcji lub bezpośrednio do obdarowanych. Samochodów używają lubelskie firmy transportowe i przedsiębiorcy. Studenci medycyny i przychodnie organizują „białe niedziele”, służby mundurowe – pokazują sprzętu bojowego; słowem – każdy dzieli się swoimi zasobami.

Opisane powyżej działania są dowodem na to, że w ramach PDPZ są realizowane łącznie i naprzemiennie następujące funkcje mediów:

Funkcja uniformizacyjna: promując pozytywne wzory, postawy i zachowania, środki masowego przekazu mogą sprawić, że staną się one ważne dla danej społeczności odbiorców. Może nie od razu zaczną w niej obowiązywać, ale przekaz medialny ma moc skłaniania ludzi do refleksji i przemyśleń, ukierunkowywania działań, sugerowania określonego sposobu myślenia, a także do identyfikowania się z osobami czy grupami osób wyznającymi pewne określone zasady lub poglądy – za pośrednictwem mediów realizują się mechanizmy i efekty percepcyjne: rosną identyfikacja i empatia, skłonność do refleksji, maleje egocentryzm oraz skłonność do stereotypizacji²⁸.

Funkcja indywidualizująca: mimo iż, jak wspomniano w poprzednim punkcie, media lokalne uniformizują pewne wzory zachowań, pokazując ludziom to, co społecznie słuszne i godne naśladowania, to jednocześnie pomagają dostrzeżać odrębność, oryginalność i specyficzność w wielu aspektach. Jak pisze A. Roguska, media, podkreślając to, co mało znane ogółowi, charakterystyczne i typowe dla społeczności lokalnej, „pośredniczą w animowaniu swoich odbiorców do działań jednostkowo i społecznie pożądanym”²⁹.

Funkcja aktywizująca: media lokalne mogą aktywizować społeczność do podejmowania wielu różnorodnych działań, pobudzać i zachęcać do debaty społecznej. Upowszechniają dobre praktyki, wpływają na bieg wydarzeń, stymulują ludzi do podjęcia aktywności i zaangażowania.

Funkcja inspirująca: treści upowszechniane przez media mogą stać się inspiracją, stanowić asumpt do działań podejmowanych na rzecz środowiska lokalnego, do twórczego, innowacyjnego spojrzenia na różne kwestie.

Funkcja upowszechniania różnorodnych treści: za sprawą mediów lokalnych widz, słuchacz czy czytelnik zdobywają wiedzę na temat tego, co – kolo-kwialnie rzecz ujmując – w lokalnej trawie piszczy. Dowiadują się o różnych decyzjach, które dotyczą ich bezpośrednio; o przedsięwzięciach, inicjatywach podejmowanych w ich najbliższej okolicy. Media pomagają im także spojrzeć całościowo na okolicę, zrozumieć potrzeby regionu oraz zachodzące w nim przeobrażenia.

Funkcja ludyczna: media lokalne zachęcają do uczestnictwa w rozrywce, stanowią dla przeciętnego odbiorcy przewodnik po świecie kultury, promują określony sposób spędzania wolnego czasu. Warto zaznaczyć, że ich przekaz jest ważny również dla artystów, utwierdzają się oni bowiem w przekonaniu, że ich działalność jest nie tylko przyjemna, ale też potrzebna i pożyteczna.

W skutecznym działaniu pomagają poparcie, jakie okazują akcji władarze miast i województw, uznane autorytety, hierarchowie kościołni, ludzie świata kultury

²⁸ A. Dąbrowska, J. Podgórecki, *The Perception and Understanding in Process of Interpersonal Communication*, [w:] J. Podgórecki, A. Dąbrowska, K. Czerwiński (red.), *Bezpieczeństwo w perspektywie...*, dz. cyt., s. 29.

²⁹ A. Roguska, *Media globalne...*, dz. cyt., s. 131.

i nauki, przyjmując zaproszenie do komitetu honorowego. Zgodnie z wieloletnią już tradycją działania akcji popierają małżonki prezydentów RP. W 2017 roku PDPZ, jej pomysłodawczyni oraz wszystkim wolontariuszom specjalnego apostołskiego błogosławieństwa udzielił Ojciec Święty, papież Franciszek.

Działania Ewy Dadas zostały wielokrotnie uhonorowane licznymi nagrodami za działalność społeczną i charytatywną – od Orderu Uśmiechu po Europejską Nagrodę Obywatelską przyznaną przez Parlament Europejski. Wolontariusze akcji otrzymali natomiast z okazji 25., jubileuszowej akcji Medal 700-lecia Lublina „za budowanie miasta solidarnego”, a także zostali wyróżnieni Medalem Pamiątkowym Województwa Lubelskiego. Mamy tu do czynienia z kolejnymi funkcjami: wzorotwórczą oraz stymulującą.

„Upowszechnienie treści wychowawczych, przedstawianie sylwetek ludzi godnych szacunku i uznania to priorytetowe zadania mediów środowiskowych wskazujących drogi postępowania młodym ludziom”³⁰. Media lokalne promują określone postawy i wzory zachowań, dając ludziom nadzieję oraz konkretny przykład do naśladowania. Przejawem realizacji tej funkcji w praktyce może być fakt rosnącej z roku na rok liczby wolontariuszy – w 2017 roku wydano 6402 identyfikatory pełnoletnim wolontariuszom w całej Polsce. Patronując wydarzeniom i promując określone wartości, media opowiadają się po ich stronie.

Istotne jest również to, że akcja PDPZ przyczynia się do zmiany postrzegania biedy, która funkcjonuje w społeczeństwie jako temat nie lubiany i niemedialny. Klientów pomocy społecznej postrzega się głównie z perspektywy ciężaru dla społeczeństwa. Jak zaznacza Michał Szyszka³¹, poza programami interwencyjnymi, doraźnymi akcjami pomocowymi czy właśnie przedsięwzięciami zbiórkami darów media najczęściej także traktują zagadnienie jako leżące na marginesie swoich zainteresowań, rzadko prezentując nacechowane pozytywnie materiały dotyczące ubóstwa, bezdomności i bezrobocia. Akcja PDPZ znana jest już w środowisku z tego, że szeregi jej wolontariuszy zasilają osoby z doświadczeniem bezdomności czy potencjalni beneficjenci i odbiorcy pomocy. Pomagają w segregowaniu darów, przygotowywaniu paczek, pełnią dyżury w punktach wydawania darów. Jak sami podkreślają, bardzo ważne jest dla nich, że są nie tylko osobami potrzebującymi, ale mogą też wspomóc to „pospolite ruszenie gorących serc”, jak nazywa się akcję, swoim wolnym czasem, pracą i zaangażowaniem, co bez wątpienia wpływa na ich poczucie godności osobistej³².

Kolejnym zadaniem mediów jest, jak pisze A. Roguska, pobudzanie odbiorców „do ciągłej aktywności, przejawiającej się w różnorodnych formach aktywności

³⁰ Tamże, s. 137.

³¹ M. Szyszka, *Kształtowanie wizerunku instytucji pomocy społecznej w mediach*, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa 2013, s. 11–12.

³² A.M. de Tchorzewski, *Metafizyka i doświadczenie godności*, [w:] I. Jazukiewicz, A.M. de Tchorzewski (red.), *Godność jako wartość i problem edukacyjny*, Uniwersytet Szczeciński – Rozprawy i Studia, t. 920, Szczecin 2016, s. 21.

umysłowej i fizycznej³³. Ponadto publiczność powinna zostać poinformowana o planowanych wydarzeniach w okolicy, żeby móc zaplanować sobie czas na uczestnictwo w kulturze.

Nie byłoby to wszystko możliwe, gdyby nie media lokalne. Odgrywają one w akcji ogromną rolę od samego jej początku. Co roku kilkudziesięciu przedstawicieli mediów z całej Polski odpowiada na płynący z lubelskiego eteru apel zawierający się w myśli przewodniej PDPZ: „podziel się tym, co masz”. W 2017 roku zorganizować akcję pomagali przedstawiciele 43 różnych mediów – redakcji, stacji telewizyjnych i radiowych, obejmując akcję patronatami medialnymi, publikując akcyjne aktualności czy też organizując zbiórki. Dzięki zaangażowaniu dziennikarzy informacje o akcji docierają do najdalszych krańców Polski, a nawet przekraczają granice naszego kraju. Każdego roku na przełomie jesieni i zimy łamy prasowe, anteny radiowe i telewizyjne oraz przestrzenie wirtualne wypełniają się informacjami o wielu inicjatywach podejmowanych w ramach PDPZ. Redakcje publikują również podziękowania dla darczyńców. W ten sposób realizuje się ostatnia z wymienionych funkcji – dokumentacyjna. Lokalne środki masowego przekazu dokumentują życie społeczności i ważne dla niej momenty. Utrwalone i zarchiwizowane rezultaty tej dokumentacji stają się „skarbnicą wiedzy na temat funkcjonowania danych mediów lokalnych i ukazują bogactwo funkcjonowania społeczności swoich użytkowników na przestrzeni wielu lat³⁴.”

W 2017 roku w ramach akcji PDPZ zebrano i rozdysponowano łącznie ponad 186 ton darów. Szczegółowe dane przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1. Dary zebrane w ramach XXV Ogólnopolskiej Akcji Charytatywnej „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimą” 2017

Dary	Zebrano	Rozdysponowano
Odzież	44 514,32 kg	44 514,32 kg
Obuwie	3198,54 kg	3198,54 kg
Zabawki	10 444,54 kg	10 444,54 kg
Książki	3622,46 kg	3622,46 kg
Artykuły szkolne i papiernicze	1526,21 kg	1526,21 kg
Środki czystości i higieny	5256,70 kg	5256,70 kg
Słodycze	12 404,14 kg	12 404,14 kg
Żywność długoterminowa	77 259,09 kg	77 259,09 kg
Ziemiopłody	26 963,05 kg	26 963,05 kg
Inne	1375,44 kg	1375,44 kg

³³ A. Roguska, *Media globalne...*, dz. cyt., s. 137.

³⁴ Tamże, s. 140.

Razem	186 564,49 kg	186 564,49 kg
-------	---------------	---------------

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.pdpz.pl.

Zebrane dary zostały przekazane 11 158 rodzinom oraz 16 148 dzieciom, osobom samotnym i seniorom, w tym podopiecznym 117 placówek szkolno-wychowawczych: domów dziecka, ośrodków szkolno-wychowawczych, świetlic środowiskowych, świetlic socjoterapeutycznych, świetlic szkolnych, schronisk opiekuńczych, domów pomocy społecznej. W ramach akcji PDPZ zaopatrzone zostały również 53 stołówki w 21 393 kg ziemiopłodów i 10 211,42 kg żywności długoterminowej. Dary zostały rozdysponowane za pośrednictwem współorganizatorów: ośrodków pomocy społecznej, ośrodków pomocy rodzinie, Towarzystwa Przyjaciół Dzieci, Caritas, PCK, PKPS oraz innych organizacji pozarządowych.

Współczesne społeczeństwo jest świadkiem poważnych zmian w strukturze społecznej, kulturze, systemie wartości i norm. Zmiany te docierają do przeciętnego człowieka za pomocą środków masowego przekazu, które informują, ale też stają się częścią ludzkiego doświadczenia³⁵. Media powinny pomagać odbiorcy percypować pozamedialną rzeczywistość, budować wspólny z odbiorcami świat – co jest szczególnie ważne w przypadku radia, medium interpersonalnego, zakładającego swoistą bliskość między nadawcą a słuchaczem³⁶. Jest to możliwe, gdy odbiorcy mediów będą grupą obywatelską, aktywnymi uczestnikami życia społecznego, co zostaje zgodne z koncepcją publiczności jako aktora społecznego³⁷.

„Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę” to ogromny mechanizm, który działa dzięki zaangażowaniu tysięcy trybików, w sposób kreatywny eksplorując i wykorzystując rzeczywistość medialną. Przyczynia się tym samym nie tylko do poprawy jakości życia osób, które bezpośrednio korzystają z pomocy, ale także kształtuje poglądy, modyfikuje postawy, poszerza kompetencje życiowe wszystkich osób zaangażowanych w akcję. W niniejszym tekście ukazano na przykładzie PDPZ, jak media lokalne, angażując się w konkretne działanie, realizują nadane im funkcje, a tym samym wywiązują się ze swojej misji oraz działania na rzecz dobra społeczności, w której istnieją. Wyeksponowano znaczenie oraz specyfikę funkcjonowania mediów w skali mikro. Zwrócono uwagę na wachlarz oddziaływań mediów lokalnych na szeroko rozumiane otoczenie. Media środowiskowe, choć lokalne, to o dużym zasięgu oddziaływania, promując i organizując przedsięwzięcia *pro bono*, nie tylko w namacalny sposób wpływają na sytuację życiową swoich odbiorców, ale

³⁵ R.A. Podgórski, *Homo sociologicus w strukturze wartości*, Wydawnictwo Oświatowe FOSZE, Rzeszów 2008, s. 17.

³⁶ K. Olejnik, „*To dla Ciebie gra Twoje radio*” – nadawca i odbiorca stacji radiowej we wspólnej przestrzeni komunikacyjnej, [w:] R. Dybalska, D. Kępa-Figura, P. Nowak (red.), *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 205.

³⁷ S. Michalczuk, *Publiczność medialna i jej współczesne wymiary*, [w:] I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media. Wolne media?*, t. 2: *Oddziaływanie mediów*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010, s. 77.

też pobudzają siły ludzkie, przyciągają społeczników, animatorów, ludzi w twórczy sposób przetwarzających i eksplorujących rzeczywistość. Powyższa analiza jest wyinkowa i fragmentaryczna, ma też charakter przyczynkarski, gdyż stanowi wstęp do szerszej dyskusji na temat roli lokalnych mediów i akcji „Pomóż Dzieciom Przetrwać Zimę”, która mimo 25-letniej historii nie została dotychczas merytorycznie i całościowo zdokumentowana (jej historia została jedynie opisana w 2013 roku w książce Izabelli Wlazłowskiej *Podziel się tym, co masz*³⁸). Wyniki dalszych badań oraz naukowych refleksji w przyszłości przybiorą kształt monografii akcji PDPZ.

Bibliografia

- Bednarek J., *Spółczesność informacyjna i media w opinii osób niepełnosprawnych*, Wydawnictwo APS, Warszawa 2005.
- Dąbrowska A., Podgórecki J., *The Perception and Understanding in Process of Interpersonal Communication*, [w:] J. Pogórecki, A. Dąbrowska, K. Czerwiński (red.), *Bezpieczeństwo w perspektywie komunikowania społecznego i jego edukacyjne uwarunkowania*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011.
- Gajda J., *Media w edukacji*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2003.
- Giereło-Klimaszewska K., *Przyszła rola radia publicznego w kontekście tworzenia systemu medialnego*, [w:] B. Nierenberg, J. Kania, J. Kreft (red.), *Przyszłość dziennikarstwa radiowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Kraków 1999.
- Goban-Klas T., *Zarys historii i rozwoju mediów. Od malowideł naskalnych do multimediów*, Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, Kraków 2001.
- Jakubowski W., *Edukacja i kultura popularna*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2001.
- Juszczak S., *Cele i zadania technologii informacyjnej i edukacji medialnej*, [w:] B. Siemieniecki (red.), *Pedagogika medialna. Podręcznik akademicki*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Kowalski M., Drożdż M., *Przemoc i zdrowie w obrazach telewizyjnych*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2008.
- Lepa A., *Media a postawy*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 2001.
- Łuszczek K., *Pedagogiczne aspekty odbioru telewizji na tle doświadczeń europejsko-amerykańskich*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2005.
- Melosik Z., *Mass media i amerykańizacja*, „Edukacja Medialna” 1996, nr 2, s. 10–16.
- Michalczyk S., *Publiczność medialna i jej współczesne wymiary*, [w:] I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.), *Współczesne media. Wolne media?*, t. 2: *Oddziaływanie mediów*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010.
- Nikitorowicz J., *Dziecko w przestrzeni wielości pograniczy i ustawicznej konieczności wyborów*, [w:] J. Izdebska, J. Szymanowska (red.), *Wielowymiarowość przestrzeni życia współczesnego dziecka*, Trans Humana, Białystok 2009.

³⁸ I. Wlazłowska, *Podziel się tym...*, dz. cyt.

- Ogonowska A., *Media i przemoc. Wybrane strategie profilaktyki edukacyjnej dotyczącej przeciwdziałaniu (skutkom prezentacji) przemocy w mediach*, „Kwartalnik Pedagogiczny” 2008, nr 2 (208), s. 67–86.
- Ogonowska A., *Problematyka edukacji medialnej w kontekście wybranych zagadnień pedagogiki krytycznej*, „Kwartalnik Pedagogiczny” 2005, nr 1 (195), s. 79–94.
- Olejnik K., *„To dla Ciebie gra Twoje radio” – nadawca i odbiorca stacji radiowej we wspólnej przestrzeni komunikacyjnej*, [w:] R. Dybalska, D. Kępa-Figura, P. Nowak (red.), *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.
- Podgórski R.A., *Homo sociologicus w strukturze wartości*, Wydawnictwo Oświatowe FOSZE, Rzeszów 2008.
- Roguska A., *Media globalne – media lokalne. Zagadnienia z obszaru pedagogiki medialnej i edukacji regionalnej*, Impuls, Kraków 2012.
- Sarzyńska E., *Przypadkowe zdarzenia i ich znaczenie dla ludzkiej egzystencji. Kategoria przypadku jako atrakcyjny obszar komunikacyjny*, [w:] J. Pogórecki, A. Dąbrowska, K. Czerwiński (red.), *Bezpieczeństwo w perspektywie komunikowania społecznego i jego edukacyjne uwarunkowania*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011.
- Siemieniecki B. (red.), *Pedagogika medialna. Podręcznik akademicki*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Sokołowski M., *Media wobec kulturowych przemian współczesności*, Oficyna Wydawnicza Kastalia, Olsztyn 2003.
- Strumska-Cylwik L., *Doświadczenia komunikacyjne a poczucie bezpieczeństwa w kontekście wybranych aspektów komunikowania wzajemnego*, [w:] J. Pogórecki, A. Dąbrowska, K. Czerwiński (red.), *Bezpieczeństwo w perspektywie komunikowania społecznego i jego edukacyjne uwarunkowania*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011.
- Szyszka M., *Kształtowanie wizerunku instytucji pomocy społecznej w mediach*, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa 2013.
- Tchorzewski A.M. de (2016), *Metafizyka i doświadczanie godności*, [w:] I. Jazukiewicz, A.M. de Tchorzewski (red.), *Godność jako wartość i problem edukacyjny*, Uniwersytet Szczeciński – Rozprawy i Studia, t. 920, Szczecin 2016.
- Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. 2019.0.361, www.lexlege.pl/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji/art-21/.
- Włazłowska I., *Podziel się tym, co masz*, Polskie Radio Lublin, Lublin 2013.
- www.pdpz.pl