

Rozwój radiofonii w metropolii nowojorskiej

BARBARA LEJA

Streszczenie

Pierwszą licencję na transmisję programów radiowych otrzymała w 1921 roku spółka Westinghouse Electric and Manufacturing – właściciel stacji KDKA w Pittsburghu oraz WBZ w Springfield w stanie Massachusetts. Rozwój radia następował bardzo szybko. Pod koniec lat 20. XX wieku zmieniało się ono w codziennego towarzysza, jeden z niezbędnych elementów życia. Okres wielkiego kryzysu w Stanach Zjednoczonych znalazł swoje odbicie również w programach radiowych. Przed mikrofonami radiowymi pojawili się pierwsi komentatorzy polityczni oraz dziennikarze. W 1934 r. Kongres Stanów Zjednoczonych uchwalił ustawę o środkach łączności (ang. Communications Akt). Na jej mocy powołano Federalną Komisję Komunikacji (FCC) której głównym zadaniem uczyniono śledzenie nowych form zastosowania radia, ze szczególnym zwracaniem uwagi na cele eksperymentalne oraz sprzyjanie użyciu radia w interesie społecznym. Wraz z końcem wojny rozpoczęto nadawanie programów FM (ang. Frequency Modulation) na falach ultrakrótkich. Tempo, z jakim radio zyskiwało nowych odbiorców, szczególnie w początkowym okresie istnienia, można określić jako niezwykle. Nie była to ewolucja, lecz prawdziwa eksplozja popularności. Powstawały nie tylko nowe rozgłośnie, lawinowo rosła też sprzedaż odbiorników.

Słowa-klucze: radio, dziennikarstwo, audycja radiowa, historia, XX wiek, Nowy Jork, Stany Zjednoczone

Abstract

Radio broadcasts in the New York Metropolis.

The first license to broadcast radio programs was received by Westinghouse Electric and Manufacturing co-partnership in 1921, the owner of KDKA station in Pittsburgh and WBZ in Springfield in the state of Massachusetts. The development of the radio was very fast. At the end of the twenties in the XX century, it was changing into an everyday companion, one of the essential elements of life. The period of the Great Depression in the United States found its reflection also in radio programs. The first political commentators and journalists found their place in front of radio microphones. In 1934, the United States Congress passed the Communication Act. By virtue of it, Federal Communications Commission (FCC) was called to life, whose main job was to track new forms of radio application, paying special attention to experimental targets and furthering the use of radio in welfare. Together with the end of war, Frequency Modulation programs began to broadcast, using VHF waves.

The pace with which radio was gaining new listeners, especially in the beginning period of existence, can be described as remarkable. It wasn't an evolution, but a real explosion of popularity. Not only new broadcast stations started, the sale of radio receivers was also rapid.

Keywords: radio, journalist, broadcast, history, XX century, New York, United States

Pierwszą licencję wydaną przez Departament Handlu na transmisję, na terenie Nowego Jorku otrzymała spółka Westinghouse Electric and Manufacturing – właściciel stacji KDKA w Pittsburghu oraz WBZ w Springfield w stanie Massachusetts. Takie pozwolenie dla stacji WJZ z Newark przyznano 1 czerwca 1921 r. Faktycznie jednak rozgłównia rozpoczęła nadawanie dopiero w październiku. Do tego czasu na rynek radiowy wszedł jeszcze jeden znaczący gracz, który ze swoją ofertą trafił do tysięcy nowych słuchaczy – firma Radio Corporation of America (RCA)¹.

Pierwszym ważnym wydarzeniem, które transmitowano z Nowego Jorku, była walka bokserska zawodników wagi ciężkiej: Amerykanina Jacka Dempseya i Francuza Georges'a Carpentiera. Pojedynek odbył się 2 lipca 1921 r. na arenie Boyle's Thirty Acres w Jersey City na otwartym powietrzu. Na miejscu, na potrzeby tej transmisji, RCA zbudowała całą stację nadawczą oraz wykorzystała pobliskie wieże radiowe. Instalacja otrzymała tymczasową licencję oraz nazwę WJY. Amatorskim operatorom radiowym umożliwiono rozstawienie odbiorników w teatrach i salach konferencyjnych pod szyldem zbiórki charytatywnej. Sygnał WJY można było odebrać w promieniu 320 kilometrów. Zorganizowane grupy słuchaczy zgromadziły się w blisko 30 miejscach, a pojedyncze osoby słuchały radioodbiorników domowej roboty. Eksperyment okazał się umiarkowanym sukcesem. W momencie, gdy w czwartej rundzie Dempsey znokautował Carpentiera, przeciążył się wypożyczony od US Navy nadajnik, i ta historyczna nowojorska transmisja została zakończona. Szacuje się, że to wydarzenie śledziło przy radioodbiornikach około 30 000 ludzi, a więc mniej niż zgromadziło się na arenie Boyle's Thirty Acres. Znaczenie radia dość szybko docenili również politycy. Tak stało się choćby w trakcie wyborów burmistrza Nowego Jorku w 1921 r. Główni kandydaci w przeddzień elekcji wygłosili swoje przemówienia właśnie za pośrednictwem tego medium. Ten trend nie dziwi, szczególnie w kontekście lawinowo rosnącej liczby słuchaczy. Potwierdzają to choćby dane zawarte w jednym z artykułów sylwestrowego wydania „New York Times'a” z 1922 r., w którym informowano, że w Nowym Jorku i okolicach każdego dnia około 100 000 odbiorców słucha koncertów za pośrednictwem, jak to określono, bezprzewodowej elektryczności. Co więcej, na rozwój radia nie wpływały w tym czasie nawet kryzysy ekonomiczne².

Do połowy lat 20. XX wieku radioodbiorniki były składane dowolnie z pojedynczych części. Słuchacze musieli delikatnie, krok po kroku ustawiać poszczególne elementy swoich odbiorników, aby dostroić się do odpowiedniej długości fal, a w bardziej zaawansowanych urządzeniach także, aby wzmocnić sygnał dochodzący do słuchawek lub głośników. Istotnym ułatwieniem były dzienniki radiowe, w których notowano konkretne ustawienia, co pomagało dostroić odbiornik przy kolejnym jego użyciu. Słuchacz musiał jednak znać godziny nadawania stacji. Kolejne wynalazki, jak choćby pokrętło autorstwa Johna V.L. Hofana, zmieniły wszystko, a ustawienie radioodbiornika stało się bardzo proste³.

¹ B. Jaker, F. Sulek, P. Kanze, *The Airwaves of New York. Illustrated Histories of 156 AM Stations in the Metropolitan Area, 1921-1996*, Jefferson 1998, s. 3.

² *Ibidem*.

³ *Ibidem*, s. 5.

Na początku wszystkie transmisje były ograniczone do jednej długości fali – 360 metrów (ok. 830 kHz na dzisiejszej skali AM). W grudniu 1921 r. Biuro Żegluga Departamentu Handlu oddało drugą długość fali – 485 metrów. Na wiosnę 1922 r. dziesięć rozgłośni działających na terenie miasta: WJZ, WOR, WBS, WHN, WRW, WWZ, WAAM, WAAT, WBAN oraz WBAY zgodziło się na harmonogram, zgodnie z którym podzieliły czas antenowy pomiędzy siebie. Umowa ta nie przetrwała jednak długo. Przełom nastąpił w marcu 1923 r. Departament Handlu, zamiast przydzielić kilka częstotliwości, stworzył pasmo transmisyjne o zakresie od 550 do 1350 kHz, które wkrótce rozszerzono do 1500 kHz. W tym okresie na obszarze Nowego Jorku regularnie nadawało już 12 rozgłośni. Liczba ta podwoiła się w ciągu następnych dwóch lat, by w 1927 r. zwiększyć się do około 50⁴.

Od początku kilka nowojorskich stacji miało wyraźnie uprzywilejowaną pozycję zarówno pod względem technicznym, jak i ekonomicznym, podczas gdy pozostałe walczyły o to, aby być słyszalne. Często rywalizowały ze sobą stacje, które musiały się dzielić czasem na jednej częstotliwości. Ten stan miał również i dobre strony. Utrzymanie sprzętu nadawczego w pełnej sprawności było wyzwaniem i wymagało regularnych przerw w transmisji, sprawiało nawet, że inżynierowie z konkurencyjnych rozgłośni zgodnie ze sobą współpracowali. Co więcej, nadawanie w przydzielonych blokach czasowych było tańsze niż utrzymanie programu przez cały dzień⁵.

Do 1925 r. Departament Handlu uznał, że wszystkie pasma częstotliwości są już zajęte. W konsekwencji sekretarz Herbert Hoover ogłosił, że wydawanie kolejnych licencji zostaje wstrzymane. Każdy, kto chciałby rozpocząć działalność radiową, musiał odtąd albo wykupić istniejącą rozgłośnię, albo czas antenowy u jednego z tak zwanych nadawców na sprzedaż⁶.

W 1926 r. sytuacja znacznie się skomplikowała. W kwietniu sąd federalny zdecydował, że Departament Handlu nie ma prawa zmieniać przydziałów, cofać licencji, a nawet odmawiać obywatelowi wydania licencji na nadawanie. Decyzja ta sprawiła, iż pasmo transmisyjne stało się łądem bezprawia. Aby opanować powstały chaos, Krajowe Stowarzyszenie Nadawców zwróciło się do swoich członków o dobrowolną powściągliwość i próbę utrzymania istniejących przydziałów mocy i częstotliwości. Apel ten pozostał jednak bez echa. Pomiędzy lipcem 1926 a końcem stycznia 1927 kolejne licencje przyznano blisko dwudziestu nowym stacjom⁷. Rozwiązaniem stała się nowa ustawa o radiofonii, którą prezydent Calvin Coolidge⁸ podpisał 23 lutego 1927 r.

Powołana na jej mocy Federalna Komisja ds. Radia (FRC)⁹ każdej stacji w kraju wydała tymczasową licencję ważną przez trzydzieści lub sześćdziesiąt dni.

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Ibidem*, s. 7.

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*.

⁸ **Calvin Coolidge** – 30. prezydent Stanów Zjednoczonych, urzędował w latach 1923–1929.

⁹ S. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Universitas, Kraków 2008, s. 32.

Komisja wykorzystała ten czas na stworzenie trwałych rozwiązań. Z jednej strony skupiono się na określeniu takich wymagań technicznych dla stacji radiowych, jakie odpowiadałyby rzeczywistym potrzebom, z drugiej zaś podjęto działania, które pozwoliłyby zachować tak wiele licencjonowanych rozgłośni, jak to tylko możliwe. Zdawano sobie jednak sprawę z tego, że ich liczba jest zbyt duża¹⁰.

Na początku 1927 r. w rejonie Nowego Jorku funkcjonowało 57 rozgłośni. Dziewięć z nich nie wystąpiło ponownie o licencję, jak wymagała tego ustawa o radiofonii. Natomiast dwa nadajniki przeniesiono. Z pozostałych 46 osiemnastu nadano częstotliwość na wyłączność. Komisja zachowała pewną ostrożność, utrzymując wyraźny podział między stacjami, co więcej, nie przyznawała praw do nadawania tym, które zakłócały częstotliwość zarezerwowaną dla Kanady. Nie zapobiegło to jednak dalszym sporom pomiędzy nadawcami. Kolejną próbę uregulowania tej sytuacji podjęto 15 czerwca 1927 r. Wówczas to ustalono, że jedynie cztery rozgłoszenia będą miały wyłączne i pełnowymiarowe przydziały częstotliwości. Były to więc stacje: WNYC (560 kHz), WAAF (610 kHz), WJZ (660 kHz) oraz WOR (710 kHz). Pozostałe miały się dzielić czasem antenowym, co więcej, licencje, które otrzymały, były ważne jedynie przez sześćdziesiąt dni¹¹.

Spór o czas i miejsce w eterze został ostatecznie rozwiązany 11 listopada 1928 r. Uznano wówczas, że stacje radiowe w całych Stanach Zjednoczonych pozostaną na stałe na przypisanej im wcześniej częstotliwości. Aby ograniczyć zjawisko nakładania się fal, wielu rozgłoszonom nakazano zmniejszenie mocy nadawania. Ten krok przyniósł pozytywne rezultaty, czego dowodem były sygnały od słuchaczy, którzy informowali o poprawie jakości odbioru¹².

Pod koniec lat 20. XX wieku radio zmieniało się w codziennego towarzysza, jeden z niezbędnych elementów życia. Wiele wczesnych przeszkód technicznych udało się przezwyciężyć, często przez wymianę prostych odbiorników na nowocześniejsze zestawy. Sieci NBC Red oraz CBS rozpoczęły nadawanie na skalę krajową. Programy wypełniały soprany, barytony, jazz, muzyka poważna. Sfera wiadomości była nadal słabo rozwinięta, ale siła radia widoczna była podczas transmisji rozgrywek sportowych i innych ważnych wydarzeń. Wielkie sieci i większe niezależne stacje dostarczały wodewile, opery i spektakle wprost pod strzechy¹³. Pojawiły się programy dydaktyczne dla dzieci, poetyckie, rozrywkowe (choćby horoskopy), a w 1929 r. pierwszy serial pt. „Amos and Audy”¹³.

W 1931 r. radio przeżywało swój pierwszy kryzys. Przejawem tego był spadek liczby słuchaczy, a co za tym idzie, problemy finansowe. W tej sytuacji coraz większe znaczenie w codziennym programie zaczęły odgrywać reklamy. Według Migąły jakość programu przestała mieć znaczenie, a zaczęła się liczyć jego skuteczność reklamowa.

¹⁰ B. Jaker, F. Sulek, P. Kanze, *op. cit.*, s. 8.

¹¹ *Ibidem*, s. 9.

¹² *Ibidem*.

¹³ J. Migąła, *Polskie programy radiowe w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwo Radia i Telewizji, Warszawa 1984, s. 11.

W wielu przypadkach aż 90% czasu programu zajmowały ogłoszenia handlowe, a tylko 10% inne audycje¹⁴.

Okres wielkiego kryzysu¹⁵ znalazł swoje odbicie również w programach radiowych. W tym czasie dominowały w nich dyskusje, w których brali udział eksperci. Nie brakowało jednak też audycji o charakterze rozrywkowym, na przykład quizów nierzadko z bardzo wysokimi nagrodami. Z czasem poziom audycji znacząco się poprawił; emitowano muzykę, dyskusje, programy detektywistyczne, westerny, seriale, melodramaty, komedie, opery, a także poważne sztuki teatralne. Przed mikrofonami radiowymi pojawili się pierwsi komentatorzy polityczni oraz dziennikarze¹⁶.

W 1934 r. Kongres Stanów Zjednoczonych uchwalił ustawę o środkach łączności (ang. *Communications Akt*). Na jej mocy powołano Federalną Komisję Komunikacji (FCC)¹⁷, której głównym zadaniem uczyniono śledzenie nowych form zastosowania radia, ze szczególnym zwracaniem uwagi na cele eksperymentalne oraz sprzyjanie użyciu radia w interesie społecznym. Do kompetencji tego organu należało również przyznawanie licencji na nadawanie audycji radiowych¹⁸. Kongres wielokrotnie nowelizował tę ustawę. Mimo to zarówno ona, jak i FCC nadal stanowią fundament porządku prawnego oraz polityki medialnej USA w sferze komunikacji elektronicznej¹⁹.

W początkowej fazie drugiej wojny światowej amerykańskie stacje radiowe transmitowały przemówienia króla Jerzego VI, brytyjskiego premiera Neville'a Chamberlaina czy prezydenta USA Franklina D. Roosevelta. Informowano o sukcesach i porażkach. Mimo że radio amerykańskie starało się zachować pozycję neutralną, sympatie prowadzących były po stronie aliantów – Anglików i Francuzów. Jedynie nieliczne, lokalne stacje prezentowały profaszystowską propagandę²⁰.

Przystąpienie Stanów Zjednoczonych do drugiej wojny światowej, będące skutkiem ataku wojsk Cesarstwa Japonii na amerykańskie bazy na Hawajach, w tym na Pearl Harbor 7 grudnia 1941 r., zmieniło sytuację nadawców radiowych; swoją działalność rozpoczęła cenzura federalna. W 1942 r. Office of Censorship ustaliło listy zabronionych audycji. W tym czasie nadawano programy obojętne politycznie, w których wiadomości były ściśle cenzurowane.

¹⁴ *Ibidem*, s. 12.

¹⁵ **Wielki kryzys** – okres zapaści gospodarczej przypadający na lata 1929–1933. Za jego początek tradycyjnie przyjmuje się tzw. czarny czwartek 24 października 1929 r., kiedy to na nowojorskiej giełdzie na Wall Street doszło do gwałtownych spadków cen akcji notowanych tam firm. Por. J. Tyszkiewicz, E. Czapiewski, *Historia powszechna: wiek XX*, PWN, Warszawa 2011.

¹⁶ J. Mięka, *op. cit.*, s. 11.

¹⁷ B. Golka, *System medialny Stanów Zjednoczonych*, WSiP, Warszawa 2004, s. 54.

¹⁸ S. Jędrzejewski, *op. cit.*, s. 32.

¹⁹ A. Jaskiernia, *Kwestia różnorodności mediów w polityce Federalnej Komisji Komunikacji w USA*, [w:] J.W. Adamowski, A. Jaskiernia (red.), *Komunikowanie masowe i polityka medialna w epoce globalizacji i cyfryzacji – aspekty międzynarodowe*, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2003, s. 36.

²⁰ J. Mięka, *op. cit.*, s. 11.

Wiele radiostacji przerwało swą działalność, a znajdujący się w nich sprzęt przekazano instytucjom wojskowym²¹. W tym czasie zarysowały się również dwie zasadnicze formy radia: komercyjna i edukacyjna. Dyskutowano przy tym nad ich misjami społecznymi²².

Wraz z końcem wojny odnotowano ponowny wzrost liczby rozgłośni, co więcej, rozpoczęto nadawanie programów FM (ang. *Frequency Modulation*) na falach ultrakrótkich. Podstawowym zadaniem, jakie w tym okresie stało przed radiem, było odzyskanie dawnej pozycji, przede wszystkim przez poprawę poziomu programów. Ponownie rozpoczęła się walka między konkurencyjnymi spółkami. Poszczególne stacje otwarcie walczyły o słuchaczy, a także o środki, z których mogłyby finansować swoją działalność²³. W tym czasie radio nie było już budzącym zachwyty gadżetem, swego rodzaju zabawką, stało się podstawowym środkiem masowego przekazu, a jednocześnie potężnym narzędziem w rękach biznesu. Z czasem sytuacja radia w USA skomplikowała się, co miało związek z szybkim rozwojem telewizji. Skutkiem tego był znaczny odpływ środków finansowych do nowego medium²⁴.

Tempo, z jakim radio zyskiwało nowych odbiorców, szczególnie w początkowym okresie istnienia, można określić jako niezwykle. Nie była to ewolucja, lecz prawdziwa eksplozja popularności. Powstawały nie tylko nowe rozgłoszenia, lawinowo rosła też sprzedaż odbiorników. Sukces w Stanach Zjednoczonych, również komercyjny, przekonał do tego medium inne państwa. W tym gronie była też Polska, której radiofonia rozpoczęła nadawanie regularnego programu 18 kwietnia 1926 r.²⁵

Warto jednak zastanowić się nad przyczynami, które sprawiły, że ten gigantyczny rozwój był w ogóle możliwy. Jak można przypuszczać, złożyło się na to wiele elementów nie tylko o charakterze technicznym, ale i ekonomicznym.

Radio jest w gruncie rzeczy prostym urządzeniem. Kolejne usprawnienia spowodowały, że odbiór sygnału nie wymagał od słuchaczy żadnej specjalnej wiedzy. Zresztą samo zbieranie informacji, tworzenie programów nie angażowało dużej grupy ludzi ani sprzętu, tak jak w przypadku prasy. Postęp techniczny (m.in. wprowadzenie przenośnych urządzeń nagrywających) dodatkowo ułatwił ten proces.

Prostota radia miała jeszcze jeden wymiar: informacje płynące tą drogą można było łatwiej zrozumieć, przyswoić sobie w przeciwieństwie do przekazywanych za pośrednictwem obrazów czy pisma. Już chociażby z tego powodu, a także wobec stosunkowo niskich kosztów funkcjonowania radia i korzystania z odbiorników to medium mogło być atrakcyjne również dla osób, które nie miały gruntownego wykształcenia czy też były gorzej sytuowane. Zwracało na to uwagę między innymi brytyjskie Ministerstwo Rozwoju Międzynarodowego (ang. *Department of International Development*).

²¹ *Ibidem*, s. 14.

²² B. Golka, *op. cit.*, s. 105.

²³ J. Migąła, *op. cit.*, s. 15.

²⁴ B. Golka, *op. cit.*

²⁵ Z. Chomicz, *75 lat Polskiego Radia: kalendarium 1925-2000*, Wydawnictwo Polskiego Radia i Telewizji, Warszawa 2000, s. 12.

W jednej ze swoich publikacji wskazało, że media informacyjne mogą posłużyć do pokazania biedniejszym warstwom społeczeństwa korzyści z posiadania i urzeczywistniania swoich praw – i mogą pomóc w ich egzekwowaniu w praktyce²⁶. Co więcej, radio nie wymagało od słuchacza tak silnego zaangażowania jak prasa. Dzięki temu audycja radiowa często bywała swoistym akompaniamentem, przy którym słuchacz wykonywał inne czynności: czytał, spożywał posiłek czy sprzątał²⁷.

Radio stało się także niezwykle ważne dla innych grup – ludzi niepełnosprawnych, obłożnie chorych, niewidzących bądź niedowidzących. Są oni praktycznie skazani na radio. Wśród nich najczęściej spotyka się tak zwanych gorliwych słuchaczy²⁸.

Istotny wpływ na sukces tego medium miał zasięg, ograniczony jedynie przez moc nadajników. Nie były dla niego przeszkodą ani ukształtowanie terenu, ani podziały terytorialne. Radio ze swoją ofertą mogło dotrzeć do każdego domu, wsi, miasteczka, metropolii czy kraju. Co więcej, pomagało we wzajemnym zbliżeniu społecznościom, które do tej pory dzieliły warunki geograficzne lub narodowość, a także względy kulturowe, wykształcenie czy status społeczny²⁹. Znaczącą cechą radia była również jego szybkość. Jako medium mało skomplikowane technicznie charakteryzowało się niezwykłą elastycznością, przez to często sprawdzało się w sytuacjach niespodziewanych. Za jego pośrednictwem możliwe było przekazywanie na bieżąco najświeższych informacji³⁰.

Oprócz wspomnianych elementów dużym atutem radia, w porównaniu z drukiem, był dźwięk ludzkiego głosu. Poprzez modulację i akcent, wahanie i pauzę, różny rodzaj emfazy i prędkość głosu można było wyrazić znacznie więcej niż tylko słowa. Dzięki temu radio miało potencjał większej wrażliwości i budowania prawdziwego zaufania³¹. O jego wyjątkowej popularności zadecydowała również oferta programowa adresowana do jak najszerszego kręgu odbiorców. Składały się na nią: informacje, wywiady, reportaże, transmisje wydarzeń sportowych, uroczystości państwowych i kościelnych, audycje poradnikowe, edukacyjne i rozrywkowe, reklamy i spajająca wszystko muzyka.

Zapewne w równym stopniu istotną rolę dla oceny tego medium odgrywały także cechy charakteru i zdolności twórców programów oraz osób występujących przed mikrofonem.

Także dzisiaj, w dobie telewizji i internetu, opisane czynności w dalszym ciągu pozostają aktualne, decydując o silnej pozycji radia na rynku mediów.

²⁶ R. McLeish, *Produkcja radiowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007, s. 10.

²⁷ *Ibidem*, s. 5.

²⁸ S. Jędrzejewski, *op. cit.*, s. 52.

²⁹ R. McLeish, *op. cit.*, s. 4.

³⁰ *Ibidem*, s. 3.

³¹ *Ibidem*, s. 7.

Literatura

1. Chomicz Z., *75 lat Polskiego Radia: kalendarium 1925-2000*, Polskie Radio S.A., Biuro Promocji, Warszawa 2000.
2. Golka B., *System medialny Stanów Zjednoczonych*, WSiP, Warszawa 2004.
3. Jaker B., Sulek F., Kanze P., *The Airwaves of New York. Illustrated Histories of 156 AM Stations in the Metropolitan Area, 1921-1996*, Jefferson 1998.
4. Jaskiernia A., *Kwestia różnorodności mediów w polityce Federalnej Komisji Komunikacji w USA*, [w:] Adamowski J.W., Jaskiernia A. (red.), *Komunikowanie masowe i polityka medialna w epoce globalizacji i cyfryzacji – aspekty międzynarodowe*, Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2003.
5. Jędrzejewski S., *Radio. Narodziny – ewolucja – perspektywy*, [w:] Bauer Z., Chudziński E. (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Universitas, Kraków 2008.
6. McLeish R., *Produkcja radiowa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
7. Mięgała J., *Polskie programy radiowe w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwo Radia i Telewizji, Warszawa 1984.