

T. XXVI (2023) Z. 2 (70)
ISSN 1509-1074
10.24425/rhpp.2023.145588

ROCZNIK
HISTORII PRASY POLSKIEJ

The social role of the local
press: The case
of *Gazeta Lipnicka*

**Społeczna rola prasy
lokalnej na przykładzie
„Gazety Lipnickiej”**

Katedra Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Akademia Techniczno-Humanistyczna
w Bielsku-Białej
ul. Willowa 2
PL 43-309 Bielsko-Biała
e-mail: jjachna@ath.bielsko.pl
<https://orcid.org/0000-0002-5795-0176>

**Joanna
WRÓBLEWSKA-
-JACHNA**

Katedra Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Akademia Techniczno-Humanistyczna
w Bielsku-Białej
ul. Willowa 2
PL 43-309 Bielsko-Biała
e-mail: kpiatek@ath.bielsko.pl
<https://orcid.org/0000-0002-0605-1939>

**Katarzyna
PIĄTEK**

KEY WORDS:

Polish local press, social capital, integration,
media ecosystem

SŁOWA KLUCZOWE:

ekosystem medialny, kapitał społeczny, prasa lokalna,
integracja

ABSTRACT

The purpose of the article is to analyze the impact of local press on social capital. A content analysis of *Gazeta Lipnicka*, a newspaper published between 1997 and 2016 in Bielsko-Biała by the Lipnik Association, is used to examine its communicative and integrative role in the local community.

ABSTRAKT

Celem artykułu jest analiza wpływu prasy lokalnej na kapitał społeczny. Analizie poddano zawartość „Gazety Lipnickiej” wydawanej w latach 1997–2016 w Bielsku-Białej przez Stowarzyszenie Lipnik. Scharakteryzowano rolę, jakie gazeta pełniła w środowisku lokalnym uwzględniając jej funkcje komunikacyjne i integracyjne.

Streszczenie

Celem artykułu jest analiza wpływu prasy lokalnej na kapitał społeczny. Artykuł zawiera przegląd wybranych prac badawczych dotyczących wpływu prasy lokalnej i jej roli w budowaniu kapitału społecznego w Polsce. Empirycznym punktem odniesienia jest „Gazeta Lipnicka” wydawana w latach 1997–2016 w Bielsku-Białej. Stowarzyszenie Lipnik, tworząc własny kanał komunikacji, integrowało mieszkańców wokół zagadnień związanych m.in. z historią, tożsamością miejsca, ale też życiem codziennym mieszkańców. Członkowie redakcji komunikowali się z otoczeniem, wspierając procesy tworzenia społeczeństwa obywatelskiego, budowali również dobry wizerunek i prestiż stowarzyszenia. W artykule wykorzystano wyniki badań własnych przeprowadzonych metodami analizy treści, wywiadu i obserwacji.

Lokalne procesy komunikacyjne tworzą się przez interakcje symboliczne między ludźmi i organizacjami, dzięki czemu następuje „usieciowienie” przestrzeni lokalnej. W jej ramach tworzy się zatem sieć interakcji i powiązań społecznych. Wskutek tego kształtuje się świadomość wzajemnych zależności i przynależności, a następnie lokalnej identyfikacji¹.

Komunikowanie na szczeblu lokalnym można traktować jako układ relacji między jednostkami, grupami i instytucjami w celu zaspokojenia indywidualnych i społecznych potrzeb. Dlatego stanowi ono tak istotny element ogólnospołecznego systemu komunikacyjnego, w którym kluczową rolę odgrywają media, zarówno te tradycyjne, jak i nowe. To one decydują w dużym stopniu o efektywności procesu komunikowania się na poziomie mikro-, mezo- i makrospołecznym. Jednym z mediów obecnych w tej lokalnej sieci komunikacyjnej jest prasa.

Prasa lokalna jako element układów społecznych funkcjonuje w konkretnym kontekście ideologicznym, politycznym i ekonomicznym. System społeczny powstaje i odtwarza się w odniesieniu do procesu komunikacji pomiędzy jednostkami, obywatelami i instytucjami. Społeczności lokalne spajane są poprzez wiele powtarzających się wymian informacji: „Małomiasteczkowe/ prowincjonalne z definicji lokalne dziennikarstwo jest częścią społecznego cementu, który spaja społeczności i jest słusznie postrzegane jako kluczowy element konstrukcyjny lokalnej tożsamości”².

Celem niniejszego artykułu jest charakterystyka prasy lokalnej na przykładzie „Gazety Lipnickiej” wydawanej w Bielsku-Białej, a także wstępna analiza jej wpływu na kapitał społeczny mieszkańców osiedla Lipnik. Gazeta powstała podczas transformacji społeczno-ustrojowej zachodzącej po 1989 roku w Polsce. Przeprowadzone badanie uwzględnia szerszy kontekst funkcjonowania tego typu wydawnictw, będących jednym z elementów ekosystemu medialnego w Polsce w latach 1989–2022. Badania zrealizowano z uwzględnieniem triangulacji metod i technik badaw-

¹ S. Michalczyk, *Obszary badawcze w komunikowaniu lokalnym*, [w:] *Media lokalne i dziennikarstwo. Aspekty współczesne i historyczne*, red. nauk. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Michalczyk, Kraków 2010, s. 22.

² S. Męćfał, *Prasa lokalna w relacjach z kluczowymi aktorami społecznymi. Studia przypadków*, Łódź – Kraków 2019, s. 35.

czych, dokonano analizy zawartości „Gazety Lipnickiej”, przeprowadzono również wywiad ekspercki z redaktorem naczelnym pisma/ prezesem Stowarzyszenia Lipnik oraz obserwację.

Relacje między kapitałem społecznym a ekosystemem medialnym

Prasa lokalna to jedno z narzędzi budowania kapitału społecznego rozumianego jako typ relacji pomiędzy grupami społecznymi tworzącymi wspólnoty lokalne³. Kapitał ten jest zasobem wytwarzanym poprzez kontakty twarzą w twarz, zinstytucjonalizowanym w formach właściwych dla podmiotów sektora non profit oraz samorządów i może przybierać co najmniej dwie formy. Pierwszą tworzą jednostki ulokowane w różnych polach społecznych, budujące związki i relacje społeczne o luźnym charakterze ponad dotychczas istniejącymi więziami grupowymi. Gunnar i Gert Svendsenowie ten typ kapitału nazwali pomostowym (*bridging social capital*), intensyfikuje on kontakty i współpracę między grupami. W literaturze przedmiotu jest również określany mianem kapitału otwartego. Nieco inne właściwości ma drugi typ kapitału, będący wynikiem ścisłych więzi między jednostkami tworzącymi grupy społeczne. Kapitał wytworzony w taki sposób nazywany bywa zamkniętym lub wiążącym, ma właściwości sprzyjające wykluczaniu społecznemu grup postrzeganych jako obce. Jakość i dostępne zasoby kapitału społecznego przekładają się na gęstość oraz zakres sieci społecznych, poziom uogólnionego zaufania wobec grup własnych i obcych, sprzyjają (lub nie) kooperacji, społecznej integracji i rozwojowi ekonomicznemu⁴.

W Polsce utrzymuje się niski kapitał społeczny zarówno typu pomostowego, jak i wiążącego. Poziom uogólnionego zaufania jest najniższy w małych miasteczkach (do 20 tys. mieszkańców) oraz na wsiach, co może być wyrazem specyfiki małych miejscowości, gdzie nie ufa się w ogóle ludziom obcym, za to obserwuje się wysoki poziom zaufania do swoich. Pandemia Covid-19 pogłębiła ten stan, wpłynęła też na wzrost nieufności wobec wielu instytucji⁵.

Sylwia Męcfał, realizując badania na temat relacji prasy lokalnej w Polsce, zastosowała model analizy uwzględniającej hierarchię wpływów aktorów społecznych i indywidualnych na media. W obszernym opracowaniu zilustrowała sposób kształ-

³ E. Wnuk-Lipiński, *Socjologia życia publicznego*, Warszawa 2005, s. 138–139.

⁴ E. Jurczyńska-McCluskey, J. Wróblewska-Jachna, *Sieci instytucjonalne jako kapitał społeczny w zarządzaniu rozwojem regionalnym*, [w:] *Kapitały ludzkie i społeczne a konkurencyjność regionów*, red. M.S. Szczepański, K. Bierwiazczonek, T. Nawrocki, Katowice 2008, s. 361–379.

⁵ Zob. P. Sztompka, *Zaufanie i ryzyko w czasach zarazy*, „Nauka” 2021, nr 4 <https://doi.org/10.24425/nauka.2021.137640> [dostęp: 12.11.2022].

towania zawartości mediów, a także ich wpływ na rodzaj oraz jakość kapitału społecznego wspólnot lokalnych.

Na model hierarchii wpływów składa się pięć poziomów analizy:

- 1) poziom indywidualny (*individual level*); uwzględnia cechy demograficzne dziennikarzy czy redaktorów, ich pochodzenie i doświadczenia (np. płeć, pochodzenie etniczne, doświadczenia edukacyjne, wyznanie, orientację seksualną); ich postawy, wartości i przekonania; doświadczenia zawodowe i znaczenie jednostki w danej organizacji, a zatem jej „władzę”;
- 2) poziom rutyn (sposobów pracy, *routines level*); praktyki redakcyjne — są to „praktyczne rozwiązania potrzeb organizacji medialnej i jej pracowników”. Na tym poziomie zwraca się uwagę zarówno na reguły współpracy w zespole (zasady związane ze zbieraniem i sprawdzaniem materiału, decydowaniem, co jest ważne, wstrzymywaniem pewnych tematów), jak i na zasady kontaktów pomiędzy redakcją a środowiskiem (społecznością jako odbiorcami informacji, ale też jako potencjalnymi „źródłami” informacji),
- 3) poziom organizacji (*media organizations level*, organizacje medialne) ten poziom analizy, tak jak i poprzedni, zwracają szczególną uwagę na fakt, że zawartość mediów jest tworzona w pewnym otoczeniu organizacyjnym, dlatego podlega uregulowaniom biurokratycznym, ma konkretną strukturę i hierarchię organizacyjną, politykę redakcyjną i autonomię dziennikarzy,
- 4) poziom zewnętrznych instytucji społecznych (*social institutions*); są to relacje z różnorodnymi podmiotami, mogą to być relacje ze „źródłami”, władzą, grupami interesów, reklamodawcami, publicznością czy konkurencją, poziom instytucji społecznych i ich kontaktów (formalnych i nieformalnych) z instytucją medialną,
- 5) poziom systemów społecznych (*social systems level*), szeroki (makro) kontekst funkcjonowania mediów: ideologiczny, polityczny, ekonomiczny czy też kulturowy⁶.

Model zastosowany przez Sylwię Męćfal identyfikuje różne elementy ekosystemu medialnego, ilustruje także stopień jego złożoności. Ekosystem ten rozwija się w zakresie kanałów dostępu, różnicowania treści i form przekazu. Zmieniają się też role odbiorców postrzeganych w kategoriach potencjalnych wyborców, których można formować poprzez odpowiednio przygotowywane i adresowane treści⁷. Zarówno pole gospodarcze, jak i polityczne korzysta z możliwości modelowania zachowań obywateli. Przestrzeń komunikacji publicznej podlega więc wielu grom interesów służących do wzrostu ekonomicznego lub logice utrzymania lub zdobycia władzy⁸.

⁶ S. Męćfal, *Prasa lokalna w relacjach...*, s. 48–51.

⁷ J. Wróblewska-Jachna, *Pandemia i infodemia. Refleksje nad jakością ekosystemu medialnego podczas pandemii COVID-19*, „Media i Społeczeństwo” 2022, nr 16, s. 36–51.

⁸ Por. S. Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, tłum. A. Unterschuetz, Poznań 2020; S. Męćfal, *Prasa lokalna w relacjach...*

Ekosystem medialny jest niezwykle złożony z uwagi na:

– strukturę właścicielską, na rynku działają więc:

1. nadawcy publiczni (media publiczne nadzorowane przez partie polityczne);
2. nadawcy prywatni (media prywatne podlegające grze rynkowej, nadzorowane z poziomu globalnych, krajowych czy też lokalnych właścicieli), media społecznościowe (kontrolowane przez właścicieli platform, administratorów);
3. odbiorcy: użytkownicy korzystający z mediów, będący jednocześnie twórcami różnorodnych treści;

– posiadaną przez podmioty infrastrukturę techniczną:

1. materialną (redakcje, system dystrybucji, ruchomości i nieruchomości);
2. niematerialną (np. oprogramowanie w postaci algorytmów, komunikatorów, chatbotów);

– wpływ na jakość i rodzaj wytwarzanego kapitału społecznego, a więc funkcję pełnioną w społeczności lokalnej:

1. integracyjną;
2. dezintegracyjną.

Warto się skupić na trzecim z wymienionych aspektów ekosystemu medialnego — zwłaszcza w kontekście roli integracyjnej i dezintegracyjnej mediów w społeczności lokalnej.

W ujęciu socjologicznym integracja oznacza „procesy jednoczenia elementów i części składowych w jedną całość”⁹. Werner S. Landecker wskazuje na cztery typy integracji. Pierwszy, kulturalny, odnosi się do stanu zgodności pomiędzy wzorami kulturowymi uznanymi w danym społeczeństwie a wzorami alternatywnymi. Przejawem dezintegracji w tym zakresie będzie rozbieżność w dziedzinie wzorów kulturowych i trudność z ich pogodzeniem. Drugi, normatywny, oznacza stopień zgodności wartości i norm, którymi kierują się poszczególni członkowie grupy, z wartościami i normami akceptowanymi w danym społeczeństwie. Dezintegracja objawiać się będzie w tym wypadku brakiem zgodności uznawanych wartości i norm. Następnym typem integracji, funkcjonalny, odnosi się do wymiany świadczeń i usług, kooperacji i współpracy. Przejawem dezintegracji pozostaje blokowanie możliwości wymiany, monopolizacja oraz zawłaszczenie przestrzeni wymiany (w tym wymiany informacji) przez grupę uprzywilejowaną. Wreszcie czwarty typ integracji, komunikacyjny, oznacza rodzaj i stopień natężenia stosunków i kontaktów społecznych między członkami danej społeczności. Przejawem dezintegracji stają się w tym wypadku izolacja społeczna, brak komunikacji i łączności lub dezinformacja¹⁰.

⁹ J. Turowski, *Socjologia. Male struktury społeczne*, Lublin 2001, s. 130–131, za: W.S. Landecker, *Types of Integration and Their Measurement*, „American Journal of Sociology”, vol. 56 (1950–1951), nr 4, s. 129.

¹⁰ Tamże, s. 332–340.

W procesie integrowania społeczności istotną rolę odgrywają media, dając wgląd w warunki życia innych oraz empatyzowania z nimi, zaspokajając potrzeby afiliacyjne i identyfikacyjne, tworząc podstawy do konwersacji i nawiązania interakcji społecznych, budując poczucie wspólnoty, wspierając realizację ról społecznych i interakcje z innymi¹¹. Jak zauważa Anna Kozłowska, wyróżniona przez D. McQuaila typologia funkcji mediów pokazuje, w jak dużym stopniu media uczestniczą w procesie budowania osobowej i społecznej tożsamości jednostek, czyniąc odbiorców nie tyle pasywnymi obiektami oddziaływań mediów, ile świadomymi, aktywnymi użytkownikami, którzy traktują je jako narzędzie do zaspokajania zarówno indywidualnych, jak i społecznych potrzeb¹².

Rola mediów w społeczności lokalnej

W klasycznym ujęciu Harolda Lasswella wyróżnione zostały trzy kluczowe cele, jakim służą media¹³. Jest to obserwowanie otoczenia, informowanie o ważnych dla społeczeństwa wydarzeniach, podtrzymywanie relacji pomiędzy grupami społecznymi oraz wreszcie transmisja dziedzictwa społecznego i kulturowego kolejnym pokoleniom.

Typologia ta została zmodyfikowana przez kolejnych badaczy, dzięki czemu powstała, jak zauważa Grzegorz Ptaszek, uniwersalna taksonomia funkcji mediów, wyróżniająca:

- funkcję informacyjną — przekazywanie informacji o ważnych dla jednostek i społeczności wydarzeniach, identyfikacja stosunków zależności, wspomaganie innowacji i adaptacji;
- funkcję integrującą — wyjaśnianie i interpretowanie wydarzeń istotnych społecznie, udzielanie wsparcia uznanym autorytetom, normom wzmacniającym porządek społeczny, koncyliacja i budowanie konsensusu społecznego;
- funkcję ciągłości — przekazywanie elementów dziedzictwa kształtujących poczucie tożsamości społecznej, odrębności kulturowych oraz wzorców zyskujących znaczenie dla większej zbiorowości;
- funkcję mobilizacyjną — związaną z działaniami na rzecz realizacji celów społecznych;
- funkcję rozrywkową — związaną z potrzebą relaksu, odpoczynku, zabawy¹⁴.

¹¹ M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991, s. 245; A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, s. 59.

¹² A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów...*, s. 59–60.

¹³ Por. I. Michałak, *Funkcjonalizm amerykański w nauce o komunikowaniu*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. M. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2001.

¹⁴ G. Ptaszek, *Funkcje mediów*, Kraków 2010; <https://pre-epodreczniki.open.agh.edu.pl/openagh-download.php?name=Funkcje+medi%C3%B3w&type=pdf> [dostęp: 25.11.2022].

Przechodząc na poziom mediów lokalnych, Stanisław Michalczyk wskazuje co najmniej na trzy przyczyny ich istotności. Pierwsza odnosi się do idei samorządności, która musi się opierać na efektywnych kanałach komunikacyjnych pomiędzy obywatelami oraz obywatelami i władzą lokalną. Dzięki realizowaniu funkcji kontrolno-lustracyjnej media stają się podstawą funkcjonowania demokracji na szczeblu lokalnym. Drugą istotną funkcją jest zapobieganie osłabieniu znaczenia lokalnych wartości i norm społecznych na skutek ogólnocywilizacyjnych i konwergencyjnych procesów uniwersalizujących wartości i normy. I wreszcie trzecia funkcja odnosi się do kapitału społecznego. Media lokalne stanowią zasób materialny społeczności, skupiając wokół siebie zasoby intelektualne stanowiące motor napędowy rozwoju i czynnik zmian społecznych¹⁵. W kontekście postępującej globalizacji media lokalne odgrywają kluczowe dla małych społeczności role.

Badania ekosystemu medialnego w Polsce (w tym prasy lokalnej) realizowane od lat 90. wskazują na ich postępującą polityzację, czyli instrumentalne zawłaszczanie przez elity władzy. Praktyki takie uniemożliwiają kontrolę władzy przez dziennikarzy, co prowadzi do deprecjacji zawodu dziennikarza. Logika komunikowania politycznego wymusza polaryzowanie postaw, prowadząc do radykalizowania się grup społecznych. Wzbudzanie paniki moralnej¹⁶, wykluczanie oponentów politycznych, stosowanie mowy nienawiści dezintegrują społeczności poddawane takim oddziaływaniom mediów. Założenia ekonomiczne przewidujące ciągły wzrost zysków prowadzą do komercjalizacji i tabloidyzacji prasy. Opinia publiczna ma coraz trudniejszy dostęp do rzetelnej informacji, a upolitycznione media nie realizują misji informacyjnej, edukacyjnej czy też kulturotwórczej.

Podsumowując tę część rozważań, warto zauważyć, że proces cyfryzacji w ostatnich latach przyspiesza przekształcenia ekosystemu medialnego, zmienia się nie tylko forma publikowanych treści, ale i rola mediów w społecznościach lokalnych. Tradycyjne media były nakierowane na informację, realizowały także misję społeczną polegającą na integracji wspólnot lokalnych i regionalnych. Wykorzystywano propagandę i różne formy marketingu, prawda była wartością prymarną, co wynikało z chęci budowania ładu aksjonormatywnego. Media cyfrowe działające zgodnie z logiką sieci modelują zachowania, miarą ich oceny są wyniki ekonomiczne oraz poparcie polityczne, zdolność do uruchamiania resentymentów i efektywne zarządzanie emocjami¹⁷.

¹⁵ S. Michalczyk, *Obszary badawcze w komunikowaniu lokalnym...*, s. 15.

¹⁶ I. Zielińska, *Media, interes i panika moralna. Nowa kategoria socjologiczna i jej implikacje*, „Kultura i Społeczeństwo” 2004, nr 4, s. 161–177.

¹⁷ S. Zuboff, *Wiek kapitalizmu inwigilacji...*

Prasa lokalna — jej znaczenie i funkcje

Prasa lokalna ma specyficzne zadania do wykonania. Jej główne cele sprowadzają się do:

przekazywania informacji, kontroli władz lokalnych, promowania inicjatyw lokalnych, pełnienia roli „trybuny społeczności lokalnej”, integracji środowiska lokalnego, kształtowania opinii społecznej, integracji społeczności lokalnej w strukturach ponadlokalnych i ogólnonarodowych, wspierania lokalnej kultury, promowania inicjatyw oświatowych i samokształceniowych, promocji i edukacji ekonomiczno-gospodarczej i rozrywki¹⁸.

Pierwszym etapem rozwoju prasy lokalnej w Polsce po 1989 roku była działalność komitetów obywatelskich „Solidarności”, a także powstawanie różnych pism kulturalnych¹⁹. W latach następnych wraz z rozwojem i instytucjonalizacją społeczeństwa obywatelskiego ekosystem komunikacji publicznej zaczął się bardzo mocno rozwijać, przełamano monopol telewizji publicznej oraz prasy wydawanej pod nadzorem partii rządzącej. W latach 1989–2022 daje się wyróżnić kilka znaczących etapów scharakteryzowanych w tabeli 1.

Tabela 1

Etapy rozwoju prasy lokalnej po 1989 roku

Lata	Etapy rozwoju prasy lokalnej po 1989 roku
1989–1992	dynamiczny wzrost liczby lokalnych tytułów prasowych; pod koniec 1991 r. istniało już prawie 1500 lokalnych tytułów prasowych, podczas gdy w 1989 r. funkcjonowało około 370–390
1993–1996	dalszy wzrost liczby periodyków; pojawia się prasa samorządowa oraz konkurencja ze strony wkraczających na polski rynek zagranicznych koncernów medialnych
1997–2000	reformacja administracyjna z 1997 r. istotnie wpływa na rynek prasy lokalnej; pod koniec 1999 r. na rynku funkcjonuje około 2500 tytułów; na ich wzrost ma wpływ trwający proces decentralizacji i rozwój samorządu lokalnego; zmienia się też struktura rynku lokalnego: tylko około 10–15% pism funkcjonujących w latach 1989–1990 przetrwało zmiany systemowe; znacznie zmniejszyła się liczba lokalnych pism partyjnych oraz zakładowych, wzrósł zaś udział prasy parafialnej, samorządowej i prywatnej — pod koniec lat 90. ta ostatnia stanowi 25% wszystkich tytułów lokalnych, 35% to gazety samorządowe, 25% to prasa parafialna, 10% gazet wydawanych jest przez tzw. trzeci sektor, zaledwie 1,5% stanowią pisma związane z partiami politycznymi, a 3,5% to gazety zakładowe

¹⁸ K. Dojwa, *Pomiędzy „misją” a „rynkiem”. Próba analizy znaczenia prasy lokalnej dla społeczności lokalnej*, [w:] *Media lokalne i dziennikarstwo...*, s. 39, za: W. Chorążki, *Obraz niezależności prasy lokalnej w Polsce w I połowie 1994 roku*, Kraków 1994.

¹⁹ R. Kowalczyk, *Prasa lokalna w systemie komunikowania publicznego*, Poznań 2003.

Tabela 1 cd.

Lata	Etapy rozwoju prasy lokalnej po 1989 roku
2001–2007	dalszy wzrost liczby pism; szacowana liczba tytułów to około 3500 w 2005 r., koniec lat 90. i początek nowego wieku to także moment, kiedy na rynku lokalnym pojawia się konkurencja elektroniczna w postaci nowych mediów cyfrowych
2008–2009	zauważa się spadek czytelnictwa; istotnym czynnikiem wpływającym na rynek jest globalny kryzys ekonomiczny
2010–2014	w 2010 r. został odnotowany wzrost czytelnictwa prasy (o 50%), zwiększony w 2011 r. o 3%, następnie odnotowano ponowny spadek (o 7%) w 2014 r. w porównaniu z 2011 r.; od 2011 r. zauważalny stał się wzrost zainteresowania wydawców mediami społecznościowymi; pojawiały się pierwsze próby stworzenia profili magazynów na Facebooku, inwestycje w e-wydania, serwisy tematyczne, np. kobiece, parentingowe, modowe, plotkarskie, które zrzeszają kilka czasopism należących do tego samego wydawcy ¹⁸
2015–2019	jak wskazuje Związek Kontroli Dystrybucji Prasy, pomiędzy rokiem 2014 a 2019 nastąpił znaczny spadek nakładów prasy; w roku 2019 osiągał on jedynie 3/5 stanu sprzed sześciu lat, proces ten objął także sprzedaż egzemplarzową wszystkich tytułów kontrolowanych przez tę instytucję (a więc gazet i czasopism łącznie); globalna sprzedaż prasy spadła w bardzo podobnym stopniu co nakłady (do 63% stanu z 2014 r.)
2020–2022	zauważalna jest postępująca wielokanałowość; wydawcy przygotowują wersje drukowane i cyfrowe, mają własne portale lub korzystają z mediów społecznościowych; podczas pandemii wzrosła liczba subskrypcji prasowych; jak wynika z badań PBC, lokalna prasa w wersji papierowej wciąż ma liczne grono odbiorców, jest dystrybuowana w różnych środowiskach o wysokim stopniu zaangażowania; czytelnicy wracają do niej co najmniej 2 razy, czytając co najmniej 58% zawartości ¹⁹ ; w 2021 państwowa spółka Grupa Orlen przejmując sieć tygodników lokalnych prowadzonych dotąd przez Polska Press, tworząc jedyną w Polsce ogólnopolską sieć prasy lokalnej wydawanej i zarządzanej przez Polska Prasa Grupa; Grupa Orlen jest jednocześnie wydawcą i jednym z największych dystrybutorów prasy w Polsce (600 serwisów internetowych, 54 tytuły prasowe ²⁰)

Źródło: opracowanie własne na podstawie: S. Męcfał, *Prasa lokalna w relacjach z kluczowymi aktorami społecznymi. Studia przypadków*, Łódź – Kraków 2019; R. Filas, *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010–2019)*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2020, nr 4; R. Filas, *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce*. pdf (naukowy-przeglad-dziennikarski.org); O. Dąbrowska-Cendrowska, *Prasa kobieca na polskim rynku medialnym w latach 1989–2019. Próba podsumowań*, [w:] *Od modernizacji do mediosfery. Meandry transformacji w komunikowaniu. Prace ofiarowane dr. hab. Ryszardowi Filasowi*, pod red. A. Cieślukowej i P. Płanety, Kraków 2020; *Raport Polskie Badania Czytelnictwa*, <https://www.pbc.pl/aktualnosci/raporty/>.

²⁰ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Prasa kobieca na polskim rynku medialnym w latach 1989–2019. Próba podsumowań*, [w:] *Od modernizacji do mediosfery. Meandry transformacji w komunikowaniu. Prace ofiarowane dr. hab. Ryszardowi Filasowi*, pod red. A. Cieślukowej i P. Płanety, Kraków 2020, s. 187–202.

²¹ R. Filas, *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010–2019)*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2020, nr 4; R. Filas, *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? pdf* (naukowy-przeglad-dziennikarski.org).

²² Dane podawane przez Polska Press Group *Skuteczna reklama w internecie | media PPG* [dostęp: 20.11.2022].

Jak wynika z zaprezentowanej w tabeli 1. analizy, pozycja prasy lokalnej zmieniła się w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat. Jednym z podmiotów zajmujących się badaniem rynku prasy lokalnej jest istniejące od 1998 roku Stowarzyszenie Gazet Lokalnych zrzeszające 48 wydawców, 70 polskich, niezależnych gazet lokalnych i 67 witryn internetowych. Piętnaście tytułów należących do Stowarzyszenia członków jest obecnych na rynku prasowym od ponad 25 lat. Badanie Biura Reklamy Gazet Lokalnych w Polsce zlecone przez Stowarzyszenie wykazało, że w 2014–2015 roku tygodniki lokalne trafiały do 27,8% całej populacji (8,4 miliona czytelników)²³.

Różnicowanie się i wzrost prasy będącej ważnym elementem ekosystemu medialnego trwało intensywnie do 2008 roku. Ryszard Filas zauważa, że w latach 2010–2019 we wszystkich segmentach nastąpiło kurczenie się rynku prasy, szczególnie prasy bezpłatnej o zasięgu lokalnym. Najmniej traciła prasa o zasięgu ogólnopolskim, tabloidy, wyspecjalizowana prasa ekonomiczna, a także dzienniki. Tygodniki lokalne u progu drugiej dekady XXI wieku dość gremialnie zapisywały się do Związku Kontroli Dystrybucji Prasy, licząc na zyski (przy zabiegach Stowarzyszenia Gazet Lokalnych) z poddania się kontroli nakładów i specjalnie organizowanych badań czytelnictwa (co okazało się technicznie dość trudne ze względu na specyfikę dystrybucji w małych społecznościach lokalnych). Po kilku latach nastąpił proces odwrotny — wycofywania się spod kontroli, w roku 2010 weryfikowano wyniki sprzedaży 36 tytułów tego typu, a pięć lat później było ich 25, w kolejnych latach ich liczba zmniejszyła się do ośmiu w 2018 i 3 w 2019 roku. Czytelnicy prasy lokalnej chętniej zaczęli korzystać z lokalnych portali informacyjnych oraz telewizji internetowej, w małych wydawnictwach na szczeblu lokalnym redukowano redakcje, płace, objętość lub zawieszano sam tytuł²⁴. Podobna sytuacja miała miejsce w analizie w artykule „Gazecie Lipnickiej”.

„Gazeta Lipnicka” na tle przemian prasy lokalnej w Polsce (analiza przypadku)

„Gazeta Lipnicka” omawiana w tej części artykułu stanowi interesujący przykład znaczenia prasy lokalnej dla małych społeczności. Podstawą metodologiczną rozważań będzie analiza zawartości Archiwum Gazety Lipnickiej (<https://lipnik.org/gazeta-lipnicka/>), wywiad przeprowadzony ze współtwórcą pisma i jego redaktorem naczelnym Pawłem Pajorem oraz obserwacja dokonujących się w procesie wydawniczym zmian.

²³ <http://gazetylokalne.pl/> [dostęp: 20.11.2022].

²⁴ R. Filas, *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce...*, s. 55.

„Gazeta Lipnicka” to bezpłatne pismo społeczno-informacyjne osiedla²⁵ Lipnik w Bielsku-Białej²⁶ wydawane pomiędzy 1997 a 2016 rokiem przez Stowarzyszenie LIPNIK. W latach 1997–1999 pismo wydawane było pod tytułem „Lipnik. Gazeta lokalna”, a od 2000 jako „Gazeta Lipnicka”. Inicjatorami zmiany nazwy byli sami mieszkańcy, którzy w rozmowach z redakcją używali tego określenia. „Gdy pytano nas, kiedy będzie gazeta lipnicka, dało nam to do myślenia, że wypadaloby zmienić tytuł, bo przyjęło się trochę inaczej” (wywiad z redaktorem naczelnym „Gazety Lipnickiej” Pawłem Pajorem).

Wydawca gazety Stowarzyszenie LIPNIK²⁷ jest organizacją non profit powstałą i działającą od 1997 roku w Bielsku-Białej. To jedna z pierwszych organizacji pozarządowych działających w mieście po zmianie ustrojowej w roku 1989. Obszarem działań statutowych stowarzyszenia jest rozwój lokalny, realizowany przez innowacyjne projekty społeczne, mające wpływ na budowę integracji, więzi, tożsamości oraz świadomości kulturowo-środowiskowej społeczności lokalnej. Celem statutowym Stowarzyszenia LIPNIK jest prowadzenie działalności w zakresie szeroko rozumianego rozwoju lokalnego²⁸.

W zespole redakcyjnym widnieją następujące osoby: Joanna Adamek, Irena Kowaliczek, Roman Kubica, Aleksandra Nęga, Paweł Pajor (Redaktor Naczelny), Jerzy Polak. Zespół redakcyjny zmieniał się w zależności od tematyki poruszanej w gazecie. Pismo redagowano społecznie. Częstotliwość ukazywania się uzależniona była od środków finansowych, od 2016 roku w związku z trudnościami finansowymi oraz ograniczonymi zasobami ludzkimi pismo zawiesiło publikacje, podejmowane są starania, aby w 2023 roku wznowić jego wydawanie.

Od kwietnia 1997 roku do października 2016 roku ukazało się 38 numerów „Gazety Lipnickiej” (nakład ok. 2500–4000 egzemplarzy). Dystrybucja dokonywana była przez Poczta Polską SA (jako druk bezadresowy, listonosze wrzucali pismo do skrzynek mieszkańców, dzięki czemu trafiało ono do niemal 90% adresatów), poza tym gazeta była dostępna w siedzibie Stowarzyszenia Lipnik, szkole i okolicznych sklepach.

²⁵ Zgodnie z podziałem administracyjnym miasta Bielsko-Biała wyodrębniono 30 osiedli będących jednostkami pomocniczymi gminy. Zwyczajowo mieszkańcy stosują zamiennie określenia osiedle/dzielnica, co jest wskaźnikiem poczucia odrębności i różnic historycznych. Lipnik jest przykładem wsi założonej w XIII wieku, a obecnie znajdującej się w granicach administracyjnych Bielska-Białej.

²⁶ Lipnik — osiedle w Bielsku-Białej, położone we wschodniej jego części. Zamieszkanе przez ponad 6000 mieszkańców.

²⁷ Zarząd Stowarzyszenia LIPNIK: Paweł Pajor — Prezes Zarządu, Jerzy Polak — Wiceprezes Zarządu, Stanisław Gruszczyński — Wiceprezes Zarządu, Sebastian Hopp — Skarbnik, Maciej Zuber — Sekretarz, Bogdan Selwiet — Członek Zarządu, Zbigniew Papla — Członek Zarządu. Adres Stowarzyszenia i dane: ul. Lipnicka 133, 43-300 Bielsko-Biała, lipnik@lipnik.org (KRS: 0000073395, NIP: 937-21-63-312).

²⁸ <https://lipnik.org/o-stowarzyszeniu/> [dostęp: 25.11.2022].

Paweł Pajor mówi o kilku powodach, dla których ważne było powstanie tego lokalnego pisma:

Oprócz konieczności posiadania własnego kanału komunikacji chodziło o możliwość budowania dzięki niemu wizerunku organizacji w środowisku lokalnym. Było to niezbędne dla działalności, ponieważ właściwy wizerunek to dla organizacji pozarządowej podstawowa wartość niezbędna w działalności społecznej. Właściwy wizerunek organizacji to kapitał, który buduje się bardzo długo, a gazeta pozwalała na uruchomienie tego procesu. Gazeta dawała wolność komunikacji. Pozwalała informować interesariuszy o planowanych i realizowanych projektach oraz dawała gwarancję, że mieszkańcy dzielnicy dowiedzą się, kto był ich autorem, i kto je zrealizował. Taka informacja budowała prestiż organizacji i zaufanie do niej. Dzięki temu narzędziu zyskano całkowitą niezależność od mediów komercyjnych. Można było pisać to, co okazywało się konieczne, a wiarygodność informacji mogła być bardzo szybko weryfikowana przez mieszkańców, ponieważ lokalnie nie ma miejsca na fake newsy²⁹.



Ryc. 1. „Whitby Gazette” 1995, numer 18
 Źródło: Zdjęcie z archiwum Stowarzyszenia Lipnik

Twórcy pisma wzorowali się na gazecie lokalnej „Whitby Gazette” wydawanej od 1854 roku w Whitby, North Yorkshire w Wielkiej Brytanii, poruszającej istotne dla liczącej niemal 2000 osób społeczności tematy. Jak relacjonuje Paweł Pajor: „członek rodziny jednego z redaktorów pisma miał w tej miejscowości rodzinę. W trakcie rozmów pojawił się temat wydawanego tam tygodnika. Pomyśleliśmy, że też moglibyśmy stworzyć coś takiego, może nie 34-stronicowe pismo, ale na początku chociaż broszurę” [wywiad — Paweł Pajor].

Problematyka poruszana w „Gazecie Lipnickiej” zgodna jest z grupami tematycznymi prezentowanymi w mediach lokalnych zgodnie z typologią Stanisława Michalczyka. Podzielił on je na siedem kategorii: lokalna problematyka polityczna, organizacje i stowarzyszenia społeczne, gospodarka i usługi materialne, lokalne usługi niematerialne,

²⁹ P. Pajor, *Modele i narzędzia komunikacji społeczności lokalnych w procesie zmian. Rola środków przekazu w organizacjach pozarządowych*, „Media i Społeczeństwo” 2022, nr 16, s. 272.

problematyka socjalna, lokalne życie religijne i sport³⁰. Analizując zawartość poszczególnych numerów gazety, łatwo także wyodrębnić powyższe obszary tematyczne, co zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2

Przykładowe tematy poruszane w „Gazecie Lipnickiej”

Grupa tematyczna	Tematy/ zagadnienia poruszane w „Gazecie Lipnickiej” (do 1999 roku „Lipnik. Gazeta lokalna”)	Numer
lokalna problematyka polityczna	Jak głosowaliśmy w Lipniku? Wybory do Sejmu i Senatu Referendum konstytucyjne Nowa Obwodowa Komisja Wyborcza	6/97 3/97 0/97
organizacje i stowarzyszenia społeczne	Wspólnie odbudujemy Leśniczówkę Rozmowa z Januszem Zarębskim, prezesem Stowarzyszenia Lipnik Beskidzkie Towarzystwo Sportowe Lipnik Informacje o Stowarzyszeniu Lipnik i utworzeniu pisma „Lipnik. Gazeta lokalna”	29/2006 3/1997 2/1997 1/1997
gospodarka i usługi materialne	VETO Lipnika w sprawie strefy przemysłowej Rozmowa z Piotrem Dudkiem, prezesem AQUA Miejska komunikacja bliżej Lipnika Rozmowa z Andrzejem Zontkiem, właścicielem wytwórni urządzeń chłodniczych „AZON”	37/2016 28/2005 25/2002 14–15/98
lokalne usługi niematerialne/ tematyka historyczna/ kulturalna	Amfiteatr. Po prostu zrobmy to (informacje o historii amfiteatru i planach odbudowy). Dom Polski, piąty rok powrotu do tradycji Zbyszek Wodecki w Lipniku Lipnicki Ośrodek Kultury Akademicka Orkiestra Dęta z Danii odwiedziła Lipnik Byli z nami kiedyś Żydzi. 700 lat Lipnika O herbie dawnego Lipnika	34/2016 28/2005 24/2002 23/2001 21–22/ 2000 14–15/98 2/97 0/97
problematyka socjalna	Życie w smrodzie wysypiska Bankomat w Lipniku Pierwszy chodnik przy ul. Polnej Restrukturyzacja przychodni Podniebna wschodnia Obwodnica wschodnia Wywiad z Marią Marcinów, kierownikiem Przychodni Rejonowej Park dla Lipnika	35/2014 35/2014 28/2005 20/1999 16–17/1998 11/1998 7/1997 2/1997

³⁰ S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*, Katowice 2000, s. 125–126.

Tabela 2 cd.

Grupa tematyczna	Tematy/ zagadnienia poruszane w „Gazecie Lipnickiej” (do 1999 roku „Lipnik. Gazeta lokalna”)	Numer
lokalne życie religijne i sport	Boisko aktywnych (artykuł poświęcony otwarciu nowoczesnego boiska w Lipniku).	34/2016
	Rozmowa z ks. Jerzym Wojciechowskim, proboszczem parafii Przedsiębiorca z Lipnika	33/2012
	Powstał zespół boisk przy lipnickich szkołach	24/2002
	Rozmowa z ks. Marianem Michalikiem, proboszczem parafii w Lipniku	8/1997
	Rekord mistrzem Lipnika	3/1997
	Beskidzkie Towarzystwo Sportowe Lipnik	1/1997

Źródło: opracowanie własne na podstawie S. Michalczyk, *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*, Katowice 2000, s. 125–126, analizy Archiwum „Gazety Lipnickiej”, <https://lipnik.org/gazeta-lipnicka/> [dostęp: 25.11.2022].

W ciągu lat szata graficzna pisma zmieniała się na bardziej nowoczesną. Polepszyła się jakość druku, kolejne numery zaczęły być wydawane w kolorze. Pojawiły się kody QR. Utworzona też została zakładka na stronie internetowej Stowarzyszenia LIPNIK, z archiwalnymi i bieżącymi numerami.



Ryc. 2–4. Strony tytułowe „Gazety Lipnickiej” (nr 0/97; nr 21–22/2000; nr 38/2016)

Źródło: <https://lipnik.org/gazeta-lipnicka/>

Zamieszczane w piśmie artykuły także ewoluowały pod względem standardów dziennikarstwa, gdyż jak zaznaczył w wywiadzie redaktor naczelny „Gazety Lipnickiej”, twórcy pisma wraz z jego rozwojem nabywali coraz większego doświadczenia i wiedzy w zakresie sztuki dziennikarskiej, redakcji i składu, przekształcając się w pełni profesjonalny zespół redakcyjny. Pojawiły się również możliwości techniczne, które przyspieszyły i ułatwiły proces wydawniczy.

Analizując tematy poruszane w piśmie, jego odbiór w społeczności lokalnej Lipnika oraz znaczenie w tym środowisku, można zauważyć, że „Gazeta Lipnicka” realizowała większość funkcji, jakie przypisuje się prasie lokalnej³¹, tj. informowała o najważniejszych wydarzeniach lokalnych, była narzędziem kontroli działań władz samorządowych, promowała inicjatywy społeczne, kulturalne i ekonomiczne podejmowane w okolicy, tworzyła platformę do wymiany informacji i dyskusji, integrowała środowisko lokalne wokół spraw istotnych dla społeczności, była narzędziem kształtowania opinii społecznej, promocji inicjatyw oświatowych i sportowych. Budowała też otwarty kapitał społeczny i stanowiła jeden z istotnych czynników zmian społecznych.

Zdaniem Pawła Pajora problematyka poruszana w piśmie w zdecydowanej większości scalała mieszkańców wokół kluczowych dla dzielnicy spraw. „Większość tematów integrowało lokalną społeczność — Dom Kultury, Leśniczówka, infrastruktura to były tematy, które ludzie chcieli, aby poruszyć i pozytywnie załatwić” [wywiad — P.P.].

Jedynym tematem, który podzielił czytelników, była kwestia budowy Obwodnicy Wschodniej (na bazie dyskusji mieszkańców powstał artykuł pt. „*Podniebna*” *wschodnia* opublikowany w numerze 7–8/ lipiec–sierpień 1998). Mieszkańcy obawiali się rozbicia dzielnicy na dwie części „Większość mieszkańców nie chciała, aby dzielnica³² była przecięta trochę na pół obwodnicą. Ale po tylu latach mieszkańcy już się przyzwyczaili do tego rozwiązania. W końcu Lipnik to nie jest wieś królewska czy dzielnica peryferyjna Bielska, tylko tak naprawdę jedna z lepiej zlokalizowanych dzielnic w mieście” [wywiad — P.P.].

W 2023 roku prawdopodobnie nastąpi wznowienie wydawania „Gazety Lipnickiej”, co jest zdaniem redaktora naczelnego potrzebą społeczną. Po reaktywacji pisma tematem, który z pewnością będzie najbardziej istotny i ważki dla mieszkańców — jak zauważa Paweł Pajor — będzie temat spalarni w Bielsku-Białej.

W odpowiedzi na pytanie, czy planowana jest zmiana formuły pisma z papierowej na cyfrową, respondent zaznaczył, że wersji cyfrowej wciąż by towarzyszyła wersja tradycyjna papierowa. Prasa tego typu według Pawła Pajora ma jedną przewagę nad Internetem. W czasie rozpowszechniania się fake newsów fakt, że autorzy tekstów nie są anonimowi, nie mogą oni pozwolić sobie na kłamstwo czy manipulację dlatego, że ludzie spotykają ich w sklepie, na ulicy i konfrontują ich z treściami zamieszczanymi w gazecie, w Internecie często jest się anonimowym. Ponadto do egzemplarza papierowego można wielokrotnie sięgnąć, wracając do interesujących czytelnika tematów, a z zawartymi w nim treściami mogą zapoznać się wszyscy domownicy, co może posłużyć jako przyczynek do dyskusji o poruszanych w nim problemach. Wydania cyfrowe są w tym względzie bardziej efemeryczne.

³¹ Por. K. Dojwa, *Pomiędzy „misją” a „rynkiem”...*, s. 39, za: W. Chorążki, *Obraz niezależności prasy lokalnej...*

³² Respondent stosuje zwyczajową nazwę dzielnicy podkreślając specyfikę afiliacji tożsamościowych mieszkańców Lipnika.

Zakończenie

Przeprowadzone analizy pokazują ewolucję prasy lokalnej na tle ekosystemu medialnego w Polsce. „Gazeta Lipnicka” jest jednym z przykładów potwierdzających istotność prasy lokalnej w kreowaniu otwartego kapitału społecznego we wspólnotach lokalnych. W komunikacji na poziomie lokalnym

ważność mediów i dziennikarstwa lokalnego wynika z faktu, że każdy obywatel żyje na co dzień w tzw. małej ojczyźnie, tutaj zaspokaja większość potrzeb i dokonuje się jego socjalizacja społeczna i polityczna. We wspólnocie lokalnej też zawiązują się więzi społeczne i realizuje się komunikacja, w której uczestniczą media, chociaż najistotniejsze znaczenie ma dla ludzi komunikacja bezpośrednia³³.

Obecnie wydawcy prasy lokalnej zmagają się z różnymi trudnościami natury ekonomicznej, a także politycznej. W świetle badań Związku Kontroli Dystrybucji Prasy pomiędzy rokiem 2014 a 2019 nastąpił znaczny spadek nakładów prasy; w roku 2019 osiągał on jedynie 3/5 stanu sprzed sześciu lat, proces ten obejmuje także sprzedaż egzemplarzową wszystkich (bez rozbicia na gazety i czasopisma) tytułów kontrolowanych przez tę instytucję (a więc gazet i czasopism łącznie), globalna sprzedaż prasy spadła w bardzo podobnym stopniu co nakłady (do 63% stanu z 2014 r.)³⁴.

W świetle przeprowadzonej analizy, warto się głębiej zastanowić nad czynnikami determinującymi spadek nakładów prasy lokalnej w Polsce, szczególnie w latach 2014–2019. W jakim stopniu przyczyniła się do tego cyfryzacja i rozwój nowoczesnych technologii komunikacyjnych? Czy zmiana elit rządzących ograniczyła możliwości finansowania przedsięwzięć wydawniczych w społecznościach lokalnych? Jakie jest zapotrzebowanie ze strony społeczności lokalnych na tego typu formy przekazu?

Bibliografia

Opracowania

Chorążki W., *Obraz niezależności prasy lokalnej w Polsce w I połowie 1994 roku*, Kraków 1994.

Dąbrowska-Cendrowska O., *Prasa kobieca na polskim rynku medialnym w latach 1989–2019. Próba podsumowań*, [w:] *Od modernizacji do mediosfery. Meandry transformacji*

³³ K. Pokorna-Ignatowicz, S. Michalczyk, *Wstęp*, [w:] *Media lokalne i dziennikarstwo...*, s. 7.

³⁴ *Badanie_czytelnictwa_2014_2015.pdf* (gazetylokalne.pl) [dostęp: 1.12.2022].

- w komunikowaniu. *Prace ofiarowane dr. hab. Ryszardowi Filasowi*, pod red. A. Cieślakowej i P. Płanety, Kraków 2020.
- Dojwa K., *Pomiędzy „misją” a „rynkiem”. Próba analizy znaczenia prasy lokalnej dla społeczności lokalnej*, [w:] *Media lokalne i dziennikarstwo. Aspekty współczesne i historyczne*, red. nauk. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Michalczyk, Kraków 2010.
- Filas R., *Co się stało z prasą drukowaną w Polsce? Bilans ostatniej dekady (2010–2019)*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski” 2020, nr 4 (naukowy-przeglad-dziennikarski.org).
- Jurczyńska-McCluskey E., Wróblewska-Jachna J., *Steci instytucjonalne jako kapitał społeczny w zarządzaniu rozwojem regionalnym*, [w:] *Kapitały ludzkie i społeczne a konkurencyjność regionów*, red. M.S. Szczepański, K. Bierwiazzonek, T. Nawrocki, Katowice 2008.
- Kowalczyk R., *Prasa lokalna w systemie komunikowania publicznego*, Poznań 2003.
- Kozłowska A., *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006.
- Landecker W.S., *Types of Integration and Their Measurement*, „American Journal of Sociology” vol. 56 (1950–1951), nr 4.
- Męćfal S., *Prasa lokalna w relacjach z kluczowymi aktorami społecznymi. Studia przypadków*, Łódź – Kraków 2019.
- Michalak I., *Funkcjonalizm amerykański w nauce o komunikowaniu*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. M. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2001.
- Michalczyk S., *Obszary badawcze w komunikowaniu lokalnym*, [w:] *Media lokalne i dziennikarstwo. Aspekty współczesne i historyczne*, red. nauk. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Michalczyk, Kraków 2010.
- Michalczyk S., *Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe*, Katowice 2000.
- Mrozowski M., *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów*, Warszawa 1991.
- Pajor P., *Modele i narzędzia komunikacji społeczności lokalnych w procesie zmian. Rola środków przekazu w organizacjach pozarządowych*, „Media i Społeczeństwo” 2022, nr 16.
- Pokorna-Ignatowicz K., Michalczyk S., *Wstęp*, [w:] *Media lokalne i dziennikarstwo. Aspekty współczesne i historyczne*, red. nauk. K. Pokorna-Ignatowicz, S. Michalczyk, Kraków 2010.
- Sztompka P., *Zaufanie i ryzyko w czasach zarazy*, „Nauka” 2021, nr 4, *Zaufanie i ryzyko w czasach zarazy* (pan.pl) [dostęp 12.11.2022].
- Turowski J., *Socjologia. Małe struktury społeczne*, Lublin 2001.
- Wnuk-Lipiński E., *Socjologia życia publicznego*, Warszawa 2005.
- Wróblewska-Jachna J., *Pandemia i infodemia. Refleksje nad jakością ekosystemu medialnego podczas pandemii COVID-19*, „Media i Społeczeństwo” 2022, nr 16, s. 36–51.
- Zielińska I., *Media, interes i panika moralna. Nowa kategoria socjologiczna i jej implikacje*, „Kultura i Społeczeństwo” 2004, nr 4, s. 161–177.
- Zuboff S., *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*, tłum. A. Unterschuetz, Poznań 2020.

Netografia

Badanie_czytelnictwa_2014_2015.pdf (gazetylokalne.pl) [dostęp: 1.12.2022].

Dane podawane przez Polska Press Group *Skuteczna reklama w internecie media PPG* [dostęp: 20.11.2022].

Ptaszek G., *Funkcje mediów*, Kraków 2010 (<https://pre-epodreczniki.open.agh.edu.pl/openagh-download.php?name=Funkcje+medi%C3%B3w&type=pdf>)

<http://gazetylokalne.pl/> [dostęp: 20.11.2022]

<https://lipnik.org/o-stowarzyszeniu/> [dostęp: 25.11.2022]

<https://lipnik.org/gazeta-lipnicka/> [dostęp: 25.11.2022]