

Nr 11-12/2016-2017

ISSN 2451-2737

Media Kultura Społeczeństwo

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

MARCIN JASIAK
Collegium Civitas
m.jasiak@mediateqa.pl

FUNKCJONOWANIE GAZET ZAKŁADOWYCH W PRL. ROLA I FUNKCJE GAZETY W ZAKŁADZIE PRACY

Początek prasy zakładowej

Prasa zakładowa jest pojęciem, które pojawiło się w Polsce po drugiej wojnie światowej¹. Były to pisma wydawane i kolportowane w ramach zakładu pracy. Jak pisała Jolanta Kępa-Mętrak (2012: 51) w „Studiach Medioznawczych”: „Czasopisma zakładowe, bardzo licznie powstające w Polsce od początku lat 50. XX wieku, miały m.in. promować osiągnięcia produkcyjne, pokazywać sukcesy, przekonywać o słuszności podejmowanych działań, zachęcać do zwiększania wydajności pracy. Czyniły to z ogromnym zaangażowaniem i – przypuszczać można – taką samą skutecznością”.

W literaturze znajdziemy wiele określeń na **prasę zakładową**². Oprócz tego pojęcia spotkamy się z **gazetami zakładowymi** (Kępa, 1998: 151), a także **prasą fabryczną**³. W pierwszych latach po 1945 roku nie miały one swojej nazwy gatunkowej i nazywane były wielonakładówkami. Było to dosłowne tłumaczenie z języka rosyjskiego *mnogotriazek* (Koński, 1990: 25). Artykuły pisali i redagowali dziennikarze amatorzy wyłanianiani spośród pracowników. Często przydzielana im była opieka i wsparcie redaktorskie od dziennikarzy dzienników regionalnych i wojewódzkich (Kępa, 1998:

¹ Pierwsza polska gazeta zakładowa ukazała się przed wybuchem drugiej wojny światowej. Było to „Echo Chelmka”, które wydano w 1934 roku (Koński, 1990: 25).

² Definicja sformułowana przez Adama Leszczyńskiego na początku lat 50. XX wieku mówiła, że prasa zakładowa to: „wydawnictwa periodyczne, ukazujące się staraniem kolektywów związanych z placówką pracy [...] z intencją poruszania przede wszystkim problemów aktualnych dla macierzystej placówki lub placówek (Dubiel, 1958: 10).

³ Określenie *prasa fabryczna* pojawia się w artykule M. Rakowskiego, *Prasa fabryczna w Planie sześcioletnim*.

152). Redaktorzy pism zakładowych pochodzili z dwóch grup. Jedna to profesjonalni dziennikarze pracujący w innych mediach, często oddelegowani do pomocy w redagowaniu zakładowego pisma. Druga to pracownicy danego zakładu, w którym pismo się ukazywało. W 1967 roku było około 200 zawodowych redaktorów⁴, którzy mieli za sobą co najmniej sześcioletni staż w prasie zakładowej. Większość pism skupiała się nie tylko na zagadnieniach związanych z zakładem pracy. Poruszały one także tematy dotyczące lokalnej społeczności. Jednym z powodów takiego zakresu tematycznego był brak prasy lokalnej w czasach PRL-u (Chorążki, 1999: 66).

W pierwszych latach po drugiej wojnie światowej (1945–1950) powstały 33 tytuły gazet zakładowych. Ich rozkwit nastąpił po roku 1950. Było to związane z realizacją planu sześcioletniego (powstawanie wielu dużych zakładów pracy). W latach 40. pisano głównie o sprawach wewnętrznych zakładów⁵, sprawach bytowych pracowników. Jednak prasa zakładowa zaczęła odchodzić od tematyki dotyczącej strictly miejsca pracy. Coraz więcej miejsca zajmowała w niej działalność agitacyjna związana z promowaniem wytycznych propagandy. Jak podkreśla Wiesław Koński (1990: 25), odchylenie od spraw zakładowych spotykało się z niezadowolaniem załogi.

W pierwszej dekadzie PRL wśród pism dominowały tygodniki. Miały one również największe nakłady. Rzadziej występowały miesięczniki lub kwartalniki. Odwrotnie wyglądała sprawa objętości. Im rzadszy cykl wydawniczy, tym większa objętość. Jednak wraz z rozwojem radiowęzłów w zakładach rola pism zmniejszała się (Kępa-Mętrak, 2012: 51). Z danych Wydziału Propagandy i Agitacji KC PZPR wynika, że w 1964 roku w 100 największych zakładach przemysłowych wydawano gazety i prawie w każdym z nich działał także radiowęzeł. Wśród pism zakładowych w tym czasie najwięcej było miesięczników (Kępa-Mętrak, 2012: 51). W latach 70. ukazywało się około 400 tytułów prasy zakładowej. Jednakże ze względu na słaby poziom redakcyjny część z nich szybko przestała istnieć.

⁴ Wszyscy mieli wykształcenie co najmniej średnie, a 41% wyższe. Do PZPR należało 80% z nich.

⁵ Podstawowym celem pism wydawanych w zakładach było promowanie sukcesów produkcyjnych, utwierdzanie załogi w słuszności podejmowanych przez władze i kierownictwo zakładu decyzji, a także promocja rywalizacji w pracy o jak najlepsze wyniki i zwiększanie wydajności pracy (Kępa-Mętrak, 2012: 51).



Rysunek 1. Rubryka „Z Życia PZPR” na pierwszej stronie gazety zakładowej cementowni w Chełmie

O sile prasy zakładowej w czasach PRL świadczą dane z 1980 roku. Ukazywało się wtedy 228 tytułów o łącznym nakładzie jednorazowym ponad 900 tysięcy egzemplarzy (Świda, 1982: 30). W połowie lat 80. zaczęła się upowszechniać idea pisma wielozakładowego (lub inaczej lokalnozakładowego). Liczba zakładów, do których docierała ówczesna prasa zakładowa, wzrosła do 250. Jednak wzrost ilościowy tytułów nie przekładał się na wzrost społecznego zainteresowania i zaufania do nich. Gazety były najczęściej powoływane odgórnie przez dyrekcję lub ich powstanie było wynikiem działalności administracyjnej. Nie powstawały one w wyniku oddolnej inicjatywy społecznej załogi (Świda, 1982: 31).

Działania propagandowe i ich efekty

Prasa zakładowa oprócz funkcji informacyjnej, integracyjnej, kulturotwórczej miała także poprzez działania propagandowe wpływać na robotników ideologicznie (Kępa-Mętrak, 2012: 53). Nie mam na myśli jednak propagandy rozumianej jako jednej z form komunikowania (Dobek-Ostrowska, 1999: 8), ale system propagandowy, na który składają się założenia ideologiczne, organizacje i instytucje przekładające te założenia na zasady i reguły propagandy⁶.

⁶ To system polityczny tworzy ramy dla systemu propagandowego i razem z otoczeniem społeczno-gospodarczym wypełnia go treścią. Propaganda jest nierozzerwalnie połączona z ideologią i to ona decyduje, czy

Pełnienie przez fabryczne gazety funkcji politycznej było ważniejsze od wymienionych wcześniej funkcji informacyjnych i integracyjnych. Władze próbowały poprzez wytyczne i wskazówki normować zasady, według których redagowane były firmowe gazety (Kępa-Mętrak, 2012: 53). Redakcje otrzymywały pomoc od Komitetów Wojewódzkich PZPR. Specjalne narady dla redaktorów prasy zakładowej i autorów audycji dla radiowęzłów organizowane były także przez Komitet Centralny PZPR. Podczas tych narad partia wyznaczała zadania dla zakładowych mediów, omawiano możliwości oddziaływania na robotników, a także prezentowano osiągnięcia wyróżniających się zdaniem partii redakcji (Kępa-Mętrak, 2012: 53).

Pierwszym dokumentem, który miał normować pracę redakcji zakładowych, był Projekt Regulaminu Pracy w Redakcjach przygotowany przez Prezydium Klubu Redaktorów Prasy Zakładowej przy SDP. Zgodnie z regulaminem redakcją pisma zakładowego miało kierować redakcyjne kolegium (przedstawiciele organizacji społecznych, kierownictwo zakładu, korespondenci). Skład tego kolegium był zatwierdzany przez zakładową komórkę PZPR (Kępa-Mętrak, 2012: 53). Zakładowe media podlegały⁷ samorządowi robotniczemu, a sprzęt redakcyjny był własnością przedsiębiorstwa i ono także ponosiło wszelkie koszty związane z funkcjonowaniem zakładowych środków przekazu, w tym wynagrodzenia dla etatowych dziennikarzy.

Część gazet była dystrybuowana odpłatnie. Jednak przychód z ich sprzedaży pokrywał tylko bieżące wydatki redakcji. Nie były to więc wydawnictwa, które przynosiły zyski. Część gazet rozpowszechniano bezpłatnie i wtedy całość kosztów pokrywało przedsiębiorstwo. Działalność redakcyjna była jednak uwikłana w szereg zależności. Formalny nadzór związków zawodowych nad gazetami sprowadzał się do obsadzania (w ustaleniu z dyrekcją) funkcji redaktora naczelnego. O linii redakcyjnej gazety decydowała także rada redakcyjna (związki zawodowe, organizacje partyjne, dyrekcja, organizacje młodzieżowe). Jednak w większości przypadków wpływ rady na działalność redakcji był niewielki. To dyrekcja zakładu, która finansowała gazetę, miała wpływ na jej działalność i obsadę stanowisk redakcyjnych (Świda, 1982: 27). Skomplikowany system zależności powodował wielostopniowy system cenzury, presje na określoną tezę w tekstach wywierane przez różne organizacje. Wynik tych działań był taki, że treści, które ukazywały się w gazetach zakładowych, coraz mniej zależały od samorządu robotniczego. Jak pisał Adam Świda: „Gazety zakładowe systematycznie zmierzały do zaprzeczenia hasła widniejącemu w większości winiet tytułowych – «pismo załogi»”⁸.

możemy mówić o propagandzie w tym znaczeniu. System propagandowy działa za pomocą wchodzących w jego skład instytucji, które inicjują działalność propagandową (Dobek-Ostrowska, 1999: 46).

⁷ Na prawne i funkcjonalne działania zakładowej prasy miała wpływ także uchwała o zasadach organizacji i działalności gazet oraz radiowęzłów zakładowych przyjęta przez Prezydium Centralnej Rady Związków Zawodowych (Świda, 1982: 27).

⁸ „Krytyka gazet zakładowych wynikała nie tylko z obiektywnych warunków ich działania, tj. systemu zależności, lecz również – i przede wszystkim – z funkcji, jaką pisma te pełniły w strukturze komunikowania się w przedsiębiorstwie przemysłowym. Trudno nawet w tym przypadku mówić o konkretnej (a więc godnej krytyki lub obrony) koncepcji funkcjonowania gazety, lecz raczej o systemie ogólnikowych dyrektyw, traktujących pismo zakładowe jako przekaz skierowany do zamkniętego grona odbiorców,

W medialnym systemie, jaki wytwarzał się w zakładzie, nie poddawano sprawdzeniu efektów, jakie osiągało pismo zakładowe. Wynikało to z przekonania, iż powszechny odbiór gazet zakładowych przez załogę łączy się ze skutecznością przyswajania i oddziaływania treści przez nie przekazywanych (Świda, 1982: 30). Jednak mimo braku chęci do badania efektywności i roli gazet w zakładach przez dyrekcję czy też redakcję zaczęli zajmować się tym naukowcy. W latach 70. pojawiły się pierwsze opracowania prasoznawcze i socjologiczne. Jednym z badanych aspektów były źródła informacji pracowników. W przeprowadzonych w 1971 roku badaniach⁹, opublikowanych w 1974 roku w „Zeszytach Prasoznawczych”, Ewa Masłyk sprawdziła właśnie tę kwestię. Najwięcej wskazań zdobyła prasa krajowa, na drugim miejscu były narady produkcyjne, a dopiero na trzecim prasa zakładowa. Jak zauważyła, interesujące było częstsze wybieranie prasy zakładowej niż zebrań organizacji partyjnej.

Zdaniem badaczki wynikało to z faktu, iż „prasa zakładowa nie zamieszcza «czystych» informacji krajowych, lecz robi to, zbliżając tę problematykę do wydarzeń w przedsiębiorstwie. Ten «zakładowy» punkt widzenia ogólnych zagadnień powoduje popularność i wysoką ocenę prasy zakładowej jako źródła informacji” (Masłyk, 1974: 38). Jednak, jak zauważyła autorka, wyprzedzenie gazet zakładowych przez prasę krajową było zjawiskiem niepokojącym. „Wskazuje to bowiem, że nie zaspokaja ona zainteresowań tych czytelników oraz, jak wynika z badania, jest często opóźniana, a zawarte w niej informacje są nieaktualne. W obiegu informacji zalewającej obecnie każdego człowieka liczy się (dla jej skuteczności) przede wszystkim dokładność i szybkość przekazu. Te warunki nie były jednak w badanym okresie przez prasę zakładową spełniane” – stwierdziła w podsumowaniu swojego badania Masłyk (1974: 43).

Postrzeganie roli prasy zakładowej w tym wypadku przez same zakładowe redakcje badał także Ośrodek Badań Prasoznawczych w Krakowie. W opublikowanym w 1977 roku raporcie wymieniono najważniejsze zadania prasy zakładowej wskazane przez ich redakcje. Głównym zadaniem było informowanie o zakładzie (58% wskazań), działalność wychowawcza (55% wskazań) oraz mobilizowanie do wykonywania zadań produkcyjnych (51% wskazań). Na dalszych miejscach znalazły się takie funkcje, jak: integrowanie załogi (34% wskazań) i działalność krytyczno-interwencyjna (33% wskazań) (*Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej*, 1977: 8).

Z tego badania warto przywołać jeszcze jedną tezę, pokazującą zdaniem jego autorów, jaka więź była między czytelnikami a redakcjami gazet zakładowych. Sprawdzone liczbę otrzymywanych przez redakcje listów – była ona znikoma. Blisko 46% gazet

pełniący rolę informacyjną, propagandową (lub raczej opiniotwórczą) i wychowawczą w stosunku do robotników (a nie załogi). Dyrektywa taka zakładała z reguły, że przekazywane treści dotyczą wyłącznie lub prawie wyłącznie problemów konkretnego zakładu. Schemat ten w praktyce okazywał się zbyt sztywny, nie uwzględniał bowiem ani indywidualnej pozycji gazety, ani też charakteru regionów, w których były one wydawane. Wydaje się, że, propagując taką ideę, przeceniano fachowość, umiejętności dziennikarskie i obciążenie pracowników redakcji oraz wiedzę czytelnika o tym, co się dzieje w jego miejscu zamieszkania” (Świda, 1982: 27).

⁹ Badanie przeprowadzono wśród pracowników Huty Warszawa za pomocą kwestionariusza oceniającego. Jednocześnie badaczka wykorzystwała także obserwacje (pracowała w charakterze redaktora prasy zakładowej).

otrzymywało listy rzadziej niż raz w tygodniu (*Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej*, 1977: 9). Stałe czytelnictwo deklarowało 70% czytelników¹⁰. Jednak autorzy opracowania uznali 30-procentowy wskaźnik czytelników dorywczych za wysoki i wymagający poprawy. Spośród czytelników 40% otrzymuje gazetę w pracy i taka sama liczba deklaruje nabywanie jej w kiosku. Wśród innych form zdobywania fabrycznych gazet były wymieniane: prenumerata, pożyczanie, inne przypadkowe sposoby uzyskiwania. Ankietowani deklarowali także, iż jeden egzemplarz gazety zakładowej czytany jest przez 2–3 osoby. Jednak autorzy badania te deklaracje uznali za przesadzone (*Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej*, 1977: 3).

Typowy czytelnik prasy zakładowej w drugiej połowie lat 70., jak wynika z badań, był mężczyzną, mieszkał w średniej wielkości mieście i miał od 30 do 49 lat (*Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej*, 1977: 5). Przeważnie był on pracownikiem umysłowym, ale nie na kierowniczym stanowisku (z zastrzeżeniem, że kierowników wśród czytelników prasy zakładowej jest znacznie więcej, niż wynika to ze struktury przebadanych). Gazetę zakładową czyta regularnie, a jego aktywność w zakresie czytelnictwa prasy jest wyższa od przeciętnej (*Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej*, 1977: 5). Jest jednak krytycznie nastawiony do prasy zakładowej i nie uważa, by możliwości interwencyjne gazet były duże. Ceni natomiast funkcję opiniotwórczą (*Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej*, 1977: 6).

Prasa zakładowa w czasie politycznych przemian

Rozwój prasy zakładowej w latach 70., a także zwiększone zainteresowanie, jakie ten rodzaj wydawnictw wzbudzał, został zahamowany w latach 80. Wpływ na to miały czynniki polityczne, a także pojawienie się jawnej lub niejawnej konkurencji dla zakładowych gazet. Strajki, do jakich doszło latem 1980 roku, a także wysuwane przez załogi postulaty, wśród których oprócz postulatów ekonomicznych, były te dotyczące wolności słowa, znalazły swoje odbicie w sytuacji prasy zakładowej. Żądania załóg dotyczące zmian w prasie zakładowej nie były jednak stałym postulatem załóg firmowych. „W nielicznych przypadkach strajkujący robotnicy wysuwali postulaty zlikwidowania lub przekształcenia prasy zakładowej” (Świda, 1983: 21). Najczęściej „[...] postulaty załóg odnosiły się raczej do zmiany formuły wydawniczej pisma i sposobów jego redagowania, niż zmierzały do jego likwidacji. Wiele redakcji nie potrafiło jednak dostatecznie sprawnie zareagować na zmiany sytuacji społecznej” (Świda, 1983: 22).

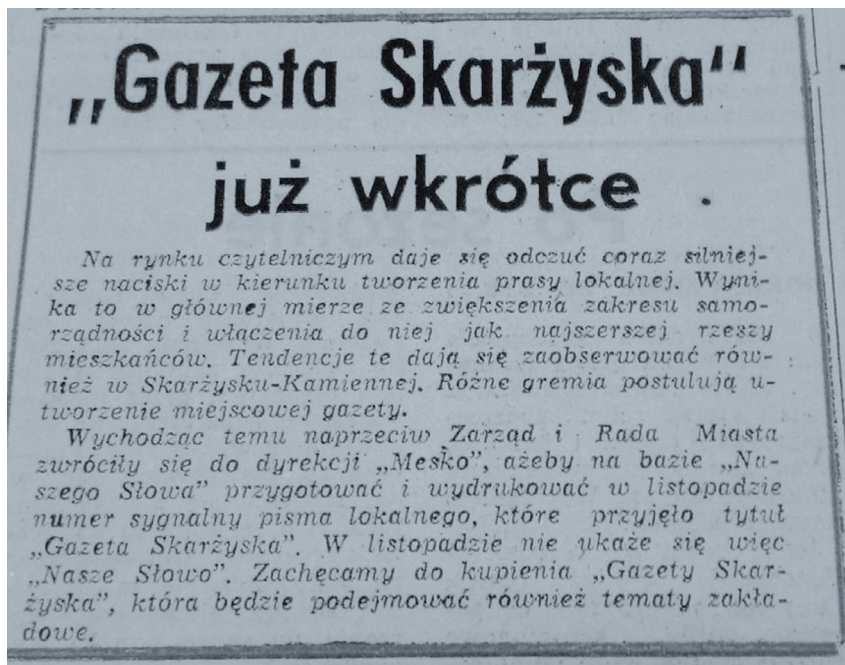
¹⁰ Wszystkie dane empiryczne pochodzą z raportu *Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej*, 1977, zostały zrealizowane w badaniach w 1977 roku, badania przeprowadzili: mgr Andrzej Rusinek, mgr Andrzej Skowroński, mgr Marian Nowy i mgr Henryk Siwek, dr Zbigniew Bajka.

sie zakładowej, podobnie jak w innych rodzajach mediów, była prowadzona weryfikacja. W jej wyniku zlikwidowano 77 (na 221 ukazujących się przed wprowadzeniem stanu wojennego) tytułów, a 50 dziennikarzom nie pozwolono wrócić do pracy redakcyjnej (Banaszek, 1993: 66). Pisma przeszły także zmiany jakościowe. Część z nich zmieniła tytuł, a także profil. Ze względu na silne działania cenzury gazety zakładowe przestały drukować publicystykę. W ramach ograniczenia kosztów łączono tytuły i w ten sposób powstawały pisma wielozakładowe.

Pomimo zdelegalizowania NSZZ „Solidarność”, a także zwalczania przez władzę „nielegalnych” wydawnictw w czasie stanu wojennego ukazywały się także biuletyny wydawane przez tajne komisje zakładowe i międzyzakładowe Solidarności. Ukazywało się 30 biuletynów i 25 pism międzyzakładowych w „drugim obiegu” (Banaszek, 1993: 66).

Gdy zniesiono stan wojenny, podjęta została próba odbudowania poziomu i prestiżu prasy zakładowej. W ramach Stowarzyszenia Dziennikarzy PRL reaktywowany został Klub Dziennikarzy Zakładowych¹². W ramach odbudowującego się ruchu związkowego (oficjalnego, kontrolowanego przez państwo) próbowano wrócić do dawnej struktury. Jednak związki zawodowe w ramach konfederacji OPZZ nie podjęły roli, jaką pełniło wcześniej CRZZ, a więc mecenasa i sponsora prasy zakładowej (Banaszek, 1993: 66). Lepsze zaopatrzenie w papier spowodowało w latach 1985–1987 powstanie 30 nowych tytułów. W 1989 roku, czyli tuż przed transformacją ustrojową, ukazywało się w Polsce 150 gazet zakładowych i 60 zakładowych biuletynów. Zmiany polityczne i gospodarcze, które dokonały się w wyniku obrad Okrągłego Stołu miały duży wpływ na losy prasy zakładowej. Część redakcji bardzo szybko udostępniła swoje łamy działaczom Solidarności. Jak pisał Marian Banaszek: „Większość redakcji gazet zakładowych tym razem potrafiła dostosować się do nowej sytuacji [politycznej – przyp. M.J.]”. Wejście na łamy dotychczasowych oficjalnych zakładówek działaczy Solidarności nie doprowadziło do zaprzestania wydawania własnych gazet przez Związek. Już legalnie wydawał on tytuły prasy zakładowej i wielozakładowej. Koniec działalności politycznej PZPR, a także likwidacja RSW Prasa Książka „Ruch” (był on wydawcą wielu pism) spowodowały duże zmiany na rynku prasowym.

¹² Wraz z upadkiem PRL rozwiązane zostały organizacje, które zrzeszały zakładowych dziennikarzy – Klub Dziennikarzy i Redaktorów Prasy Zakładowej.



Rysunek 3. Informacja redakcyjna o przekształceniu gazety zakładowej zakładów Mesko w Skarżysku Kamiennej w lokalne pismo

Zacznęły powstawać nowe tytuły (zarówno lokalne, jak i regionalne), które podejmowały walkę o zainteresowanie czytelnika. Prasa zakładowa nie mogła podjąć tej walki z powodów ekonomicznych. W wyniku zmian gospodarczych przedsiębiorstwa zaczęły działać w oparciu o rachunek ekonomiczny i zasady gospodarki rynkowej. W wielu wprowadzono programy oszczędnościowe, rozpoczęły się procesy restrukturyzacyjne, co prowadziło do zaprzestania wydawania gazet zakładowych. Część redakcji, by przetrwać, poszerzyło swoją tematykę, ale i zasięg. Pisma te stały się podstawą, na której budowano lokalną prasę. Jak już wspominałem na początku artykułu, w wielu przypadkach prasa zakładowa jeszcze w czasach PRL pełniła w pewnej części rolę bardzo słabo rozwiniętej prasy lokalnej. W ośrodkach, które nie miały lokalnych periodyków, możliwość tego typu transformacji była jedyną szansą na przetrwanie wielu redakcji. W związku ze zmianą oraz poszerzeniem tematyki, a także podmiotu wydającego pismo, następowała także zmiana nazwy (Banaszek, 1993: 67). Przykładem jest przekształcenie pisma zakładowego wydawanego w Hucie Ostrowiec „Walczymy o stal” w „Gazetę Ostrowiecką” (Kępa-Mętrak, 2012: 64). Do takich zmian¹³ doszło w wielu regionach Polski¹⁴. W części zakładów, szczególnie tych

¹³ Inne przemiany gazet zakładowych w pisma lokalne: „Gazeta Mielecka” (poprzednio „Głos Załogi”), „Włocławski Tydzień” („Alchemik”), „Tygodnik Prudnicki” („Głos Włókniarza”), „Gazeta Kętrzyńska” („Agrokompleks”), „Ilustrowany Tygodnik Puławski” („Nasze Sprawy”), „Aktualności Starachowickie” („Budujemy Samochody”).

¹⁴ Marian Banaszek pisał w 1993 roku, iż szansą dla przetrwania „czasopiśmiennictwa typu zakładowego jest jego powiązanie ze środowiskiem lokalnym i regionalnym”.

dużych związanych z branżami, takimi jak energetyka czy górnictwo, gazety zakładowe przetrwały i ulegały zmianom. Jednak ponad połowa z nich¹⁵ nie znalazła dla siebie miejsca na nowym rynku prasowym, poza zakładem, w którym się ukazywała.

Przemiany, jakie zaszły w wydawnictwach dla pracowników po 1989 roku opisane są w drugiej części tekstu pt. *Firmowe gazety w Polsce. Powstanie oraz rola pism firmowych w korporacyjnym świecie*.

Bibliografia

- Banaszek M. (1993), *Rola i funkcja prasy zakładowej w Polsce*, „Kwartalnik Historii Prasy Polskiej”, nr 32/2.
- Chorążki W. (1999), *Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2(157–158).
- Dobek-Ostrowska B. (1999), *Teoria i praktyka propagandy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Dubiel P. (1958), *Gazeta zakładowa: po co i jaka?*, „Prasa Współczesna i Dawna”, nr 4.
- Karp H. (2014), *Dziennikarz w systemie mediów totalitarnych Polski Ludowej*, „Media – Kultura – Społeczeństwo”, nr 9/10.
- Kępa J. (1998), *Twórcy prasy zakładowej Kielecczyny 1945–1989*, „Kieleckie Studia Bibliologiczne”, t. 4.
- Kępa-Mętrak J. (2012), *Gazeta zakładowa – narodziny, rozwój... i co dalej? Studium przypadku*, „Studia Medioznawcze”, nr 4.
- Koński W. (1990), „*Petro-Echo*” – pismo załogi akombinatu i mieszkańców miasta w latach 1963–1972, „Notatki Płockie”, nr 35/1–2.
- Masłyk E. (1974), *Rola prasy zakładowej w zaspokajaniu potrzeb informacyjnych*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3.
- Miszczyński R., Tarnopolski A. (2005), *Filozofia a mass media*, „Diamtros”, nr 4.
- Prasa zakładowa w świetle opinii redakcyjnej* (1977), Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków.
- Rakowski M. (1950), *Prasa fabryczna w planie sześcioletnim*, „Prasa Polska”, nr 8/9.
- Świda A. (1982), *Prasa zakładowa w okresie przemian*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1–2(91–92).
- Świda A. (1983), *Raport o prasie zakładowej II*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 2(96).

¹⁵ Podawane są różne dane. O połowie gazet, która przestała istnieć, pisze Marian Banaszek. Zdaniem Ryszarda Kowalczyka jako gazety zakładowe przetrwało po 1989 roku tylko 50 tytułów z 200 ukazujących się wówczas.

Murawko-Wiśniewska K., *Strach ma wielkie oczy, kły i pazury*, <http://www.esensja.pl/ksiazka/recenzje/tekst.html?id=2582>, dostęp: 23.09.2005.

„Tu Polskie Radio...”. *Wydarzenia z lat 1924–2004 w materiałach, relacjach i komunikatach radiowych* (2005), Polskie Radio SA [CD-ROM].

Media – Kultura – Społeczeństwo nr 11–12

Jerzy Jastrzębski Region jako miejsce rzeczywiste i wyobrażone

Jarosław Eichstaedt Dyskurs regionalny w muzeach

Katarzyna Najmrocka Wszystkie drogi prowadzą do Marrakeszu. Zapiski antropologiczne

Małgorzata Czapiga Co u was słychać? O regionalnych audiosferach

Martyna Szustorowska Wstęp do historii dziennikarstwa obywatelskiego z uwzględnieniem amerykańskich i polskich doświadczeń. Próba definicji

Magdalena Gajek Specyfika dziennikarstwa sportowego. Porównanie strukturalne sprawozdań prasowych i internetowych

Marcin Jasiak Funkcjonowanie gazet zakładowych w PRL. Rola i funkcje gazety w zakładzie pracy

Marcin Jasiak Firmowe gazety w Polsce. Powstanie oraz rola pism firmowych w korporacyjnym świecie

Marek Palczewski Rama negatywizmu w tabloidowych newsach i jej forma językowa

Dorota Gonigroszek Ruch antyszczepionkowy w Polsce – medialna wojna na słowa

Paulina Grenda Wpływ oglądania telenoweli na reakcje studentów

Barbara Cyrek Za kulisami mitu wolności. Jan Kreft, *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015



Wydawnictwo Akademii
Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi