

Sprawozdanie z międzynarodowej konferencji naukowej ECREA – „Preconference: Dealing with the Local: Media, Proximity and Community, Praga, 8 listopada 2016

Krzysztof Kowalik

W przeddzień szóstej międzynarodowej konferencji naukowej organizowanej w Pradze przez European Research and Education Association (ECREA) odbyła się konferencja tematyczna dotycząca współczesnych problemów mediów lokalnych (Preconference: Dealing with the Local: Media, Proximity and Community). Współorganizatorem tego jednodniowego spotkania badaczy między innymi z Czech, Szwecji, Polski, Włoch, Niemiec, Turcji była Katedra Studiów Medioznawczych i Dziennikarstwa Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Masaryka w Brnie. Obrady odbywały się w praskiej siedzibie Autoklubu Republiki Czeskiej.

Podczas dziesięciu paneli zostały zaprezentowane wyniki badań oraz omówiono zagadnienia dotyczące nie tylko mediów regionalnych, ale również tych powiązanych z niewielkimi społecznościami lokalnymi i samorządowymi.

Pierwszy panel koncentrował się wokół nowych trendów, jakie pojawiają się w mediach lokalnych. David Baines (Uniwersytet w Newcastle, Wlk. Brytania) na przykładzie projektu podjętego z gazetą „Teesdale Mercury” zaprezentował narodziny nowego modelu dziennikarstwa w niewielkiej lokalnej społeczności (w projekt są zaangażowane również takie tytuły, jak „The Guardian” (Wlk. Brytania), „Voice of San Diego” (USA) oraz „The Texas Tribune” (USA)). Tytuł o nakładzie 6 tys. egzemplarzy, wydawany dla społeczności liczącej ok. 25 tys.

osób, funkcjonuje w szczególnych warunkach ekonomicznych – właściciele nie pozwolili na przejęcie gazety przez medialne korporacje. Zdaniem badacza ma to istotne znaczenie dla rozwoju dziennikarstwa lokalnego i nawiązywania interakcji oraz więzi z lokalną społecznością i powrotu do elementarnych zadań, jakie powinni wykonywać dziennikarze lokalnej gazety. Dwuletni projekt obejmuje zbadanie możliwości nawiązania bliższej współpracy dziennikarzy z organizacjami i działaczami społecznymi, czyli szeroko pojętą społecznością lokalną, w celu wypracowania ściślejszego uczestnictwa w sferze komunikacji publicznej. Autor w ramach projektu poznaje i analizuje tematy nurtujące społeczność, które są przekazywane dziennikarzom starającym się rozwijać nowy model dziennikarstwa stawiającego sobie za cel wyraźniejsze zaangażowanie mieszkańców. Wystąpienie wzbudziło zainteresowanie słuchaczy, którzy zwrócili uwagę na aspekt ekonomiczny – tytuł musi przecież utrzymać się na rynku. Badacz zaznaczył, że nowe środowisko, w jakim znaleźli się dziennikarze i odbiorcy, czyli możliwość bycia online oraz offline, rodzi nowy model komunikacji lokalnej. Zrywa proste relacje wiążące medium z pieniądzem – tytuł w nowym środowisku jest elementem lokalnego kapitału społecznego.

Franck Bousquet, Emmanuel Marty i Nikos Smyrniaios (Uniwersytet w Tuluzie oraz Uni-

wersytet w Nicei, Francja) przedstawili badania dotyczące dziennikarskich start-upów w trzech francuskich miastach: Bordeaux, Marsylii i Tuluzie. W związku z dynamicznymi zmianami na rynku medialnym, odchodzeniu czytelników od tradycyjnych tytułów i klasycznego sposobu przekazu, badacze skoncentrowali się na trzech serwisach internetowych zajmujących się lokalnymi wiadomościami. Określili ich jako „słabszych graczy”, czyli mających znacząco gorszą pozycję rynkową w stosunku do wielkich tradycyjnych lokalnych tytułów. Prezentowali ewolucję komunikacyjną na podstawie serwisów Marcactu (Marsylia), Carré d'info oraz Libé Toulouse (Tuluza). Podkreślono wiele odmienności w ich tworzeniu i funkcjonowaniu. Pierwszy z nich powstał dzięki funduszom pochodzącym z kampanii crowdfundingowej, zatrudnia 6 osób i część treści jest zamknięta za paywallem. Dwa kolejne przedsięwzięcia nie są stricte komercyjne i ze skromnymi zespołami: trzema reporterami (w przypadku Carré d'info) lub wręcz jedną aktywną osobą (Libé Toulouse). Badacze obserwowali proces ewolucji, zwłaszcza przyczyn, jakie dokonują się na rynku newsowych mediów lokalnych, aby zdefiniować nowe powiązania publiczności z mediami. Rozmawiali między innymi z dziennikarzami wspomnianych tytułów, sprawdzali możliwości partycypacji czytelników w konstruowaniu przekazu. Próbowali odpowiedzieć na pytanie, czy ci nowi wydawcy oferują wyższy poziom interakcji niż dotychczasowe media lokalne – duzi gracze. Konkludując, wskazali szanse dla nowych graczy, którzy wypełniają przestrzeń zaniechaną przez tradycyjne media. Słuchacze pytali autorów referatu, czy dziennikarskie start-upy mogą być konkurencją dla tych starych mediów? Badacze podkreślali, że nadal ważnym czynnikiem jest podejście do przekazu – media tradycyjne (tytuły papierowe) mogą być bardziej spolegliwe na przykład wobec polityków i władz lokalnych. Media internetowe mają inne grupy docelowe, co nie znaczy, że nie mogą być pośrednikiem w nawiązaniu bliższych relacji między społecznością lokalną a politykami.

W debacie publicznej ważne jest umożliwienie zaprezentowania swojego stanowiska i uczestniczenia w dyskusji o kluczowych problemach kraju również mediom lokalnym. Ten temat podjęły Birgit Røe Mathiesen i Lisbeth Morlandstø (Uniwersytet Nord, Norwegia), koncentrując się na reprezentacji problemów krajowych z perspektywy regionów i społeczności lokalnych. Obydwie zwróciły uwagę na specyfikę mediów norweskich, ale dotkniętych podobnymi kłopotami, co inne media europejskie, których problemem są spadające nakłady i pogarszająca się sytuacja ekonomiczna. Autorki prezentacji podkreśliły, że digitalizacja mediów znacznie ułatwia dotarcie do publiczności krajowej. Wyniki badań pokazały pewną opozycyjność komentarzy mediów lokalnych w podejściu do krajowych problemów, przynosząc alternatywny głos w debacie publicznej. Media ogólnokrajowe miały tendencje do zawężania omawianych kwestii i pomijanie opinii lokalnych. Pojawiły się jednak nowe kanały dotarcia, tj. media społecznościowe, i narzędzia, jakich dostarczyły, na przykład możliwość lajkowania lub szerowania. Znikają bariery tradycyjnej dystrybucji informacji i komentarzy, co w efekcie umożliwia obecność w sferze publicznej opinii, które płyną z mediów regionalnych lub lokalnych.

Badania porównawcze dotyczące jakości przekazu podjęli Klaus Arnold i Anna-Lena Wagner (Uniwersytet w Trewirze, Niemcy). W dużym projekcie finansowanym przez German Research Fund sprawdzono jakość materiałów lokalnych dziennikarzy w wydaniach tradycyjnych (papierowych) oraz w ich internetowych odpowiednikach. Badaczy interesowało między innymi, jakie narzędzia uczestnictwa stosują lokalne media w swoich serwisach webowych. Projekt obejmuje 103 wydawnictwa. Badacze w kolejnych etapach będą również rozmawiać z redaktorami lokalnych mediów oraz analizować treści alternatywnych lokalnych serwisów newsowych.

Kolejny panel dotyczył mediów społecznych i środowiskowych. Badacze omawiali również

perspektywę europejską w funkcjonowaniu tego rodzaju wydawców. Jak doniosłe jest funkcjonowanie mediów w społecznościach lokalnych podkreślali referenci z Argentyny i Włoch – Francesca Belotti, Emilse Siores, Susanna De Guio (Narodowy Uniwersytet Quilmes i Uniwersytet w Buenos Aires w Argentynie oraz Uniwersytet Katolicki Najświętszego Serca w Mediolanie). Prowadząc pogłębione wywiady, wykazali duży wpływ społeczności lokalnej na tworzenie treści oraz agendy tematycznej czterech rozgłośni radiowych – dwóch lokalnych oraz dwóch szkolnych. Rezultaty wskazują również, że definiowanie funkcji mediów społecznych nie powinno być zbieżne z rolą mediów publicznych, co zdarza się w Ameryce Łacińskiej.

Interesujące relacje dotyczące zmian na rynku rozgłośni społecznych przedstawiła Rose Kimani (Uniwersytet w Bayreuth, Niemcy), która prowadziła wywiady i obserwacje etnograficzne w Kenii. Koncentrowała się na sposobach interakcji społeczności lokalnych i rozgłośni radiowych, biorąc pod uwagę tematykę, kanały komunikacji. Zwraçała uwagę na podział pokoleniowy, który ma duży wpływ na media.

Ważnym elementem integracji środowisk jest możliwość sprawnego komunikowania się. Zagadnienie mediów drukowanych w Czechach, wydawanych dla społeczności wietnamskiej, podjął Tae-Sik Kim (Uniwersytet Masaryka, Czechy). Jak sam podkreślał, jest to relatywnie mało znane zagadnienie, więc badanie mediów etnicznych pozwala na poznanie zmian zachodzących w Czechach w tym środowisku.

Szerszą perspektywą badawczą zajął się Jan Hestmann (Uniwersytet Wiedeński, Austria). Opierając się na analizie aktów prawnych i dokumentów regulujących funkcjonowanie mediów społecznych, na przykład Parlamentu Europejskiego, starał się określić, kto ją stanowi i co znaczy publiczność dla mediów społecznych, a także próbował zdefiniować ją pod kątem takich kategorii, jak mniejszość, etniczność, język i płeć.

Jeden z paneli poświęcono mediom hiperlokalnym (*hyperlocal media*) i powiązaniom dziennikarstwa z bardzo małymi społecznościami lokalnymi (przedmieścia, dzielnice, sąsiedztwo itp.), którym zbieranie informacji na forach, blogach, w serwisach społecznościowych oraz dystrybucję treści ułatwia internet, Jonas De Meulenaere (Uniwersytet w Gandawie, Belgia) zbadał 20 grup w serwisie Facebook.com, które mogłoby stanowić rodzaj nieustrukturyzowanych hiperlokalnych mediów zajmujących się zbieraniem i dystrybucją informacji w środowisku miejskim. Analizę tego rodzaju tytułów w Szwecji podjęli Asta Capaite Nilsson, Elisabeth Stúr (Uniwersytety w Lund oraz Uniwersytet Mid Sweden, Szwecja), koncentrując się na tworzonych treściach. Kolejni referenci również dokonali przeglądu hiperlokalnych mediów szwedzkich. Gunnar Nygren, Carina Tenor oraz Sara Leckner (Uniwersytet Södertörn, Uniwersytet w Malmö, Szwecja) postawili ważne pytania dotyczące między innymi okoliczności w jakich powstają tego rodzaju media, relacji z władzami oraz możliwości pełnienia przez nich funkcji kontrolnej (*watchdog*). Tematykę hiperlokalności mediów podjął także Scott Rodgers (Birkbeck, Uniwersytet Londyński), który oparł swoje wnioski na wynikach projektu badającego ten sektor w Wielkiej Brytanii.

W panelu dotyczącym relacji społeczność–media lokalne referenci skoncentrowali się na problemach identyfikacji lokalnej publiczności, a także na ich relacjach z medialnymi aktorami (w tym na analizie historii katalogów wysyłkowych) oraz wartościach związanych z kwestiami ekonomicznymi. Znaczenie historycznej identyfikacji referował Carl Gustav Lindén (Uniwersytet w Helsinkach), który prowadził badania mediów na Wyspach Alandzkich, gdzie dwie społeczności (30 tys. mieszkańców) – szwedzkojęzyczna i fińskojęzyczna – mają do dyspozycji dwie gazety, kilka magazynów, publiczne radio i komercyjną rozgłośnię. Znaczenie wartości „służenia społeczności” w powiązaniu ze strategiami biznesowymi badali

Rachel Matthews i Joaquin Cestino (Uniwersytet w Coventry, Wielka Brytania, Uniwersytet Jonkoping, Szwecja). Ich zdaniem zachowanie w mediach lokalnych odpowiedniej równowagi jest trudne do osiągnięcia.

Studium przypadku dotyczące relacji między lokalnymi mediami a społecznymi aktorami (politycy, biznes, kościół, organizacje społeczne) zaprezentowała Sylwia Męcfal (Uniwersytet Łódzki, Polska), która przeprowadziła badania w czterech miastach województwa łódzkiego w latach 2010–14, tj. w okresie między wyborami do lokalnych władz. Natomiast Charlotte Nilsson (Uniwersytet w Lund, Szwecja) poddała analizie rosnącą popularność katalogów wysyłkowych w Szwecji na początku XX wieku. Jej zdaniem w owym czasie było to nowe medium integrujące lokalną społeczność, które w szwedzkiej rzeczywistości (duże odległości pomiędzy skupiskami ludzi i kłopoty ekonomiczne), mobilizowało do takich działań, jak wspólne katalogowe zakupy.

Problematykę lifestylową oraz poświęconą promowaniu zdrowego trybu życia w bezpłatnych mediach lokalnych podjęli Ebba Sundin, Linus Andersson, Malin Hallén, Martin Danielsson (Uniwersytet Halmstad, Szwecja). Badania dotyczyły miasta Halmstad, jednego z 1400, które brały udział w europejskim projekcie „Zdrowe miasto”.

W panelu dotyczącym zawartości mediów lokalnych prezentowano między innymi wyniki badań gazet ulicznych, czyli wydawnictw przeznaczonych dla ludzi bezdomnych, często zresztą przez nich tworzonych i dystrybuowanych. Gerrit Hummel (Uniwersytet Hohenheim, Niemcy) analizował prawdziwość stwierdzenia, czy rzeczywiście tego rodzaju tytuły są „głosem pozbawionych głosu”. Wnioski częściowo potwierdziły wątpliwości autora. Podobną tematykę w ostatnim panelu konferencji podjęli Bertram Scheufele i Carla Schieb (Uniwersytet Hohenheim oraz Uniwersytet Wilhelma w Münster, Niemcy), którzy badali, jak sprzedawcy gazet ulicznych postrzegają swoje zajęcie, ży-

cie społeczne oraz więź łączącą z wydawcami tego rodzaju tytułów.

Tematyką sportową w szwajcarskich mediach lokalnych zajęli się Daniel Vogel i Lucie Hauser (Uniwersytet w Zurychu, Szwajcaria), którzy zanalizowali zawartość 30 tytułów (8 serwisów webowych i 22 gazet). Wyniki świadczą, że dziennikarze dużo rzadziej zajmowali się sportem lokalnym. Dominowały relacje z dużych imprez o zasięgu globalnym, takich jak olimpiada lub mistrzostwa świata w piłce nożnej.

W zamieszkanym przez chrześcijańską większość australijskim mieście Camden społeczność muzułmańska wywołała liczne kontrowersje, chcąc wybudować szkołę religijną – problemem stosunku miejscowej gazety do konfliktu i sposobów jej relacjonowania zajęła się Caitlin McGregor (Uniwersytet Newcastle, Australia). Równie gorący politycznie i społecznie temat badał Jan-Philipp Wagner (Uniwersytet w Dundee, Wielka Brytania) który zajął się problemem relacjonowania przez szkockie tytuły lokalne przebiegu referendum ogłoszonego w 2014 roku. Szkoci wypowiedzieli się w nim w sprawie swojego przyszłego statusu. Badacz przeanalizował 275 artykułów opublikowanych na łamach dwóch gazet w Dundee. Przeciwników odłączenia się od Zjednoczonego Królestwa była większość, negatywne wypowiedzi przeważały również w kwestii członkostwa Szkocji w Unii Europejskiej oraz wobec jej polityki monetarnej.

Problem reprezentacji płci w dziennikarstwie profesjonalnym omówiła Daniela Vajbarová (Uniwersytet Masaryka, Czechy). We wnioskach autorka podkreśliła, że wyniki nie wskazują, aby płeć miała wpływ na profesjonalizm czeskich lokalnych stacji telewizyjnych. Florian Meissner (Uniwersytet Techniczny w Dortmundzie, Niemcy) analizował podejście mediów lokalnych do katastrofy elektrowni atomowej w Fukushima i jej skutków. Wyniki wskazywały, że były one bardziej krytyczne wobec tego wydarzenia niż tytuły centralne.

Tematem stosunku dziennikarzy czeskich do zachodzących zmian własnościowych na krajowych rynkach lokalnych zajęła się Lenka Waschková Císařová (Uniwersytet Masaryka, Czechy). Porównując wyniki pogłębionych wywiadów z lat 2009, 2015 i 2016, zaznaczyła, że dziennikarze są zmęczeni ciągłym brakiem wizji oraz częstymi zmianami strategii wydawców. Z jej badania wynikało, że winę za tę sytuację ponosi nie właściciel, ale kadra zarządzająca tytułami.

Ilona Biernacka-Ligieza (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska) analizowała rolę wykorzystania narzędzi IT w poprawieniu procedur z zakresu e-government oraz e-partycypacji w społecznościach lokalnych w wybranych regionach Polski. Zbadaniem zbieżności tematów ważnych dla lokalnej opinii publicznej z wiedzą, jaką mieli na ten temat dziennikarze zajęła się Cassandre Burnier (Wolny Uniwersytet Brukselski, Belgia). Analiza wywiadów przeprowadzonych wśród francuskojęzycznych czytelników i dziennikarzy belgijskiej grupy Sudpresse wykazały, że występują tutaj istotne rozbieżności.

O tym, jak trudne jest pogodzenie polityki informacyjnej radia z potrzebami lokalnymi na terenach objętych jeszcze do niedawna wewnętrznymi walkami zbrojnymi o władzę informował Fabien Cante (London School of Economics and Political Science, Wielka Brytania). Badacz analizował sytuację rozgłośni w Abidżanie (Republika Wybrzeża Kości Słoniowej), gdzie wciąż występują konflikty polityczne na tle ekonomicznym, społecznym i etnicznym.

Tematem segmentacji odbiorców mediów lokalnych zajęli się badacze z Niemiec – Olaf Jandura i Raphael Kösters (Heinrich Heine Uniwersytet w Düsseldorfie). Wyniki pozwoliły im na dokonanie autorskiej klasyfikacji odbiorców mediów. Według nich można wyróżnić pięć ich rodzajów reprezentujących różne segmenty lokalnej społeczności.

W dyskusji o mediach lokalnych nie mogło zabraknąć panelu z tematyką związaną z nowy-

mi mediami, zwłaszcza mediami społecznościowymi. Agnes Gulyas i Sara O'Hara (Uniwersytet Canterbury Christ Church, Wielka Brytania) badali komunikację online i konsumpcję mediów w trzech lokalnych społecznościach w południowo-wschodniej Anglii. Analizowali także rolę wymiany informacji przy wykorzystaniu takich platform, jak Facebook. Kwestie roli nowych mediów podjęli również Anders Olof Larsson i Eli Skogerbø (Uniwersytet w Oslo, Norwegia). Badając sposoby komunikacji, zauważyli znaczny wzrost zainteresowania platformami Facebook i Twitter wśród lokalnych polityków. Jednak respondenci wciąż jako ważniejsze uznali tradycyjne kanały komunikacji polityków z wyborcami.

Bryan Pirolli (Uniwersytet w Paryżu, Sorbonne Nouvelle, Francja) poruszył tematykę dziennikarstwa podróżniczego, które zmienia się pod wpływem internetu. Autor podkreślał rolę lokalnych dziennikarzy, blogerów lub innych osób opisujących atrakcje Paryża, bo tego miasta dotyczyły jego badania. Dla odbiorcy takich treści, którzy chcą odwiedzić stolicę Francji, nabiera znaczenia autentyczność przekazu.

Wpływem zdigitalizowanej aktywności komunikacyjnej w małych miastach na ich lokalną tożsamość i rozwój zajęli się Jens Wolling i Anne Schubert (Uniwersytet Techniczny w Ilmenau, Niemcy). Dzisiaj, w dobie migracji grup ludności do dużych ośrodków, odpowiednia komunikacja buduje i wzmacnia poczucie lokalnej tożsamości, i właśnie o tym świadczą wyniki badań przeprowadzonych w małym niemieckim mieście.

Problemem komunikacji władz samorządowych w Polsce zajął się Krzysztof Kowalik (Uniwersytet Warszawski, Polska). Autor przedstawił usytuowanie internetowych mediów samorządowych w polskim systemie mediów lokalnych. Zwrócił uwagę na szczególną rolę mediów samorządowych w kształtowaniu lokalnej społeczności i budowaniu małej ojczyzny. Podkreślał znaczenie treści publikowanych zarówno w mediach tradycyjnych, jak i siecio-

wych. Treści, w których zacierają się granice między informacją, promocją gminy a działaniami PR prowadzonymi przez władze samorządowe.

Sieć internetowa ułatwia obywatelom udział w życiu lokalnej wspólnoty, dlatego Eneko Bidegain, Aitor Zuberogoitia, Txema Egaña, Ainhoa Larrañaga (Uniwersytet Mondragon, Hiszpania) badali baskijskie media lokalne i ich współpracę ze społecznościami. Wnioski nie są pocieszające, ponieważ zaangażowanie mieszkańców maleje, a tytuły mediowe – zwłaszcza te wydawane w Pirenejach – są słabe ekonomicznie. Z kolei zmiany w szwedzkim lokalnym medialnym ekosystemie z perspektywy publiczności przedstawili Sara Lecknar i Gunnar Nygren (Uniwersytet w Malmö, Uniwersytet Södertörn, Szwecja). Badania wykazały, że dla odbiorców lokalne wiadomości są równie interesujące jak krajowe, ale znacznie bardziej atrakcyjne niż zagraniczne. Rezultaty wskazują na wciąż istotną rolę tradycyjnych mediów – gazety bezpłatne, lokalne strony newsowe i Facebook mają wielu użytkowników i jeszcze nie zastąpiły wydawnictw tradycyjnych.

W lokalnych mediach poruszane są również tematy dotyczące środowiska naturalnego i konieczności jego ochrony. W czasach malejących nakładów i spadających przychodów z reklam dyskusja na ten temat zainteresowała badaczkę ze Szwecji. Annika Egan Sjölander (Uniwersytet w Umeå, Szwecja) analizowała dane dotyczące zachowań mediów w dwóch kwestiach: wprowadzania bioetanolu jako paliwa samochodowego oraz składowania odpadów radioaktywnych.

Murat Akser (Uniwersytet w Ulsterze, Wielka Brytania) badał efekty wprowadzenia w Turcji w 2013 roku kontrowersyjnego obowiązku rejestracji online kibiców klubów piłkarskich. System miał na celu identyfikację osób, które na stadionach demonstrowałyby swoje niezadowolone wobec osób sprawujących władzę. Badacz obserwował rodzaj dyskursu, jaki rozwijał się wokół środowiska kibiców i sposoby ich re-

akcji, a nawet anarchizacji, jako odpowiedzi na obowiązek rejestracji.

Ostatni panel dotyczył mediów lokalnych, które znalazły się w szczególnych warunkach działalności. Studium przypadku ze Szkocji przedstawiła Aida Martori Munstant (Uniwersytet Autonomiczny w Barcelonie, Hiszpania). Ponieważ ten kraj buduje własny lokalny system telewizji komercyjnej, autorka skoncentrowała się na przepływie treści między głównymi stacjami i analizą struktury tworzonego modelu. Ponadto analizowała dokumenty i przeprowadzała wywiady z przedstawicielami mediów, regulatora rynku i ekspertami.

Interesującą strategię badawczą zastosował Victor Wiard (Wolny Uniwersytet w Brukseli, Belgia), który analizował przepływ informacji na różnych lokalnych platformach mediowych oraz ich wpływ na publikowane artykuły. Sam był zaangażowany w obserwowaną społeczność miasta Watermael-Boistfort, gdzie gromadził materiał doświadczalny (artykuły, newsy lub e-maile).

Nowe podejście do praktycznego studiowania dziennikarstwa, i zarazem rozwoju mediów obywatelskich, przedstawiła Indira Dupuis (Wolny Uniwersytet Berliński, Niemcy), prezentując doświadczenia z magazynem telewizyjnym Campus TV, którego treści i format są tworzone i rozwijane przez studentów. Wielokrotnie nagradzany magazyn z Nadrenii Północnej-Westfalii stał się podstawą dla analizy znaczenia otwartych kanałów tv w niemieckiej polityce medialnej, zwłaszcza po zmianie przepisów w tym kraju związkowym.

Bogaty zakres tematyczny praskiej konferencji najdobitniej świadczy o tym, jak wiele segmentów mediów lokalnych wymaga badań, zwłaszcza w kontekście zmian technologicznych, ekonomicznych i społecznych. Wiele wystąpień wywoływało ożywione dyskusje, co pozwalało uczestnikom nie tylko wymieniać opinie, ale również doskonalić warsztat badawczy.