

JOLANTA KEPA-MĘTRAK

SAMORZĄDOWCY CZY DZIENNIKARZE?

Komunikowanie w społeczności lokalnej

Wraz z rozwojem struktur samorządowych nastąpił rozkwit komunikacji na poziomie lokalnym. W gminach, potem także powiatach, powstały liczne gazety wydawane bezpośrednio lub pośrednio przez samorządy. Uczestnictwo w kilku konferencjach dotyczących komunikacji na poziomie lokalnym, w tym także sposobów komunikowania się samorządów ze społecznościami, na rzecz których działają, skłoniło autorkę do bliższego przyjrzenia się kanałom przepływu informacji i materialnym środkom przekazu w tych środowiskach. Szczególnie interesujące i najłatwiej dostępne z uwagi na ich trwałą charakter są publikacje drukowane, a wśród nich czasopisma wydawane przez samorządy bądź pod ich auspicjami. Poprzez analizę wybranych przykładów zostanie pokazane funkcjonowanie tych czasopism, ze szczególnym zwróceniem uwagi na specyfikę tej formy komunikacji władzy ze społeczeństwem.

Nie miejsce tu na szczegółowe analizy teoretyczne dotyczące idei samorządności, wypada jednak zwrócić uwagę na znaczenie używanych w artykule terminów. Samorząd, cytując za Andrzejem K. Piaseckim definicję G. Sartoriego, „polega na tym, że rządzący sami sobą”¹. To rządzenie odbywa się oczywiście na różnych poziomach, obejmujących mniejsze bądź większe terytoria i zasiedlające je mniejsze bądź większe społeczności. Poziom najniższy, o najmniejszym zasięgu stanowi gmina, wyżej sytuuje się powiat, nad nim województwo. Teoretycy zwracają jednak uwagę, aby układu tego nie przedstawiać hierarchicznie i w nazewnictwie unikać określenia szczeble samorządu terytorialnego². Wprawdzie z punktu widzenia medjoznawcy może to nie mieć większego znaczenia, jednak podporządkuję się politologom.

Będzie więc mowa o samorządowcach na poziomie województw, powiatów oraz gmin i o prasie określanej mianem samorządowej, tj. bezpośrednio bądź po-

¹ G. Sartori: *Teoria demokracji*, Warszawa 1998, s. 89. Cyt. za: A.K. Piasecki, *Samorząd terytorialny i wspólnoty lokalne*, Warszawa 2009, s. 26.

² Podkreślał to wyraźnie A.K. Piasecki podczas konferencji „Komunikowanie na poziomie samorządu terytorialnego”, Zielona Góra, 22–23.05.2012 r.

średnio związanej z działalnością samorządów. A w myśl przytoczonej definicji – naszej wspólnej.

Terminologia stosowana w typologii prasy³ nie nakłada się na tę odnoszącą się do podziału terytorialnego. Lokalnymi nazywa się gazety i czasopisma obejmujące zasięgiem wydawania i rozpowszechniania jeden lub kilka powiatów. Wydawnictwa o mniejszym zasięgu noszą miano sublokalnych. W tej kategorii powinny się więc znaleźć publikacje samorządów gminnych oraz pisma ukazujące się na mniejszym niż gmina terenie, np. w sołectwie, dzielnicy miasta. Raz jeszcze jednak autorka podporządkuje się politologicznemu punktowi widzenia i na potrzeby niniejszej publikacji przyjmie podział prasy wyłącznie na lokalną, reprezentującą samorządy powiatów i gmin, oraz regionalną, wydawaną przez samorządy wojewódzkie. Ta ostatnia, z oczywistych względów, jest najmniej liczna. Najwięcej natomiast wydawanych jest periodyków gminnych.

Informacja i promocja

Periodyki lokalne mają za zadanie przede wszystkim informować, ale też kształtować lokalne wspólnoty, przyczyniać się do zmian mentalności i zasad funkcjonowania jednostek, grup i organizacji⁴. Mogą odegrać znaczącą rolę w pobudzaniu do działania, w aktywizacji życia publicznego i włączania obywateli w rozwiązywanie ich wspólnych problemów. Ukazują się zwykle z częstotliwością miesięczną lub mniejszą – dwumiesięczną, kwartalną. Rzadko występują dwutygodniki, jeszcze rzadziej tygodniki (popularne wśród lokalnych wydawnictw prywatnych).

Bezdiskusyjne pozostaje twierdzenie, że siła oddziaływania jest wprost proporcjonalna do częstotliwości wydawania pisma: im większa częstotliwość, tym większe możliwości wpływania na odbiorców, kształtowania ich postaw, przekonań. Ale nie jest to jedyne kryterium decydujące o popularności prasy, a pośrednio lokalnej władzy. Ważna jest zawartość periodyków, a ta zależy zwykle od ludzi je tworzących. I tak dochodzimy do zasadniczego wątku: samorządowcy czy dziennikarze? Kto i w jaki sposób decyduje o obliczu lokalnych i regionalnych mediów samorządowych? Kim są ich twórcy?

Podobne pytania autorka stawiała sobie już wielokrotnie, próbując uchwycić fenomen mediów samorządowych. Od lat bowiem wywoływały one wiele dyskusji dotyczących zasadności ich istnienia. I przeważnie zyskiwały tyleż zwolenni-

³ Do typologii zaproponowanej przez S. Dzikiego w pracy *Wstęp do typologii współczesnej prasy polskiej* (Kraków 1989), przyjętej przez Ośrodek Badań Prasoznawczych, odnosili się m.in.: W. Chorążki: *Polskie media lokalne i sublokalne 1989–1999*, *Zeszyty Prasoznawcze* 1999, nr 1–2, s. 59–82; M. Gieruła: *Polska prasa lokalna 1989–2000. Typologia i społeczne funkcjonowanie*, Katowice 2005; S. Michalczyk, *Media lokalne. Terminologia i typologia*, [w:] J. Jarowiecki, A. Paszko, W.M. Kolasa (red.): *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku. Historia – teoria – zjawiska*, Kraków 2007, s. 37–49; R. Kowalczyk, *Media lokalne w Polsce*, t. 1–3, Poznań 2008.

⁴ Por. m.in. R. Kowalczyk: *Wczoraj i dziś prasy lokalnej w Polsce*, Poznań 2002, s. 24–34.

ków, co przeciwników. Nietrudno się domyślać, że w pierwszej grupie znajdowali się zawsze samorządowcy i środowiska z nimi związane, w drugiej głównie lokalni wydawcy niezależni, popierani często przez polityków.

Dyskusje obejmowały różne kręgi, w tym m.in. senacką Komisję Kultury i Środków Przekazu oraz Izbę Wydawców Prasy, które we wrześniu 2004 roku zorganizowały pod patronatem Marszałka Senatu RP konferencję pod hasłem „Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego”. Michał Kulesza, w specjalnie na tę okoliczność przygotowanej opinii prawnej, stwierdził, że „polski system prawa publicznego nie zawiera *expressis verbis* zakazu wydawania prasy lokalnej przez jednostki samorządu terytorialnego, choć działalność taką obwarowuje pewnymi wymaganiami wynikającymi z samej istoty i charakteru samorządu terytorialnego”, ograniczając ją przede wszystkim do „wspierania i upowszechniania idei samorządowej” oraz promocji gminy, powiatu, województwa⁵. Wskazując na zapisy w ustawach o samorządzie gminnym z 8 marca 1990 roku oraz o samorządzie powiatowym i wojewódzkim z 5 czerwca 1998 roku, jednoznacznie określił, że „ustawodawca nie stwarza administracyjnych czy też ustrojowych barier dla działalności wydawniczej jednostek samorządu terytorialnego, w tym w szczególności polegającej na wydawaniu tzw. prasy lokalnej, jeżeli cel tej działalności mieści się w ramach ustawowo określonych”⁶.

Ramy te zawierają sporo ograniczeń, wynikających m.in. z ustaw o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz o ochronie konkurencji i konsumentów. Zdaniem Kuleszy, dofinansowanie wydawnictw ze środków samorządowych może naruszać prawa konkurencji „poprzez tzw. krzyżowe finansowanie działalności”, a „transfery pieniężne z innych rodzajów działalności, w celu dofinansowania działalności wydawniczej, w szczególności ze środków publicznych”, są zabronione przez prawo. Bardzo ostrożnie należy też podchodzić do zamieszczania reklam na łamach samorządowych periodyków. Samorząd „powinien raczej wstrzymać się ze sprzedażą powierzchni reklamowych podmiotom, które nie prowadzą działalności gospodarczej zbieżnej z celem wydawania gazety, tj. z promocją gminy czy powiatu, a także turystyką, hotelami, gastronomią, organizacją imprez itp.”⁷. W działalności bezpośredniej samorządu, „w ramach własnego budżetu [...] nie jest możliwe wydawanie czegokolwiek poza biuletynem” nieprzynoszącym żadnego dochodu.

Przy wielu głosach sprzeciwu, regionalna i lokalna prasa samorządowa istnieje i ciągle się rozwija. Znaczący zagadnienia są zgodni, że największy przyrost liczby tytułów nastąpił w pierwszej połowie lat 90.⁸ Ale warto zauważyć, że

⁵ M. Kulesza: *Opinia prawna w przedmiocie niektórych zjawisk konkurencji na rynku prasy lokalnej*, [w:] *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego*, Warszawa 2005, s. 209.

⁶ Tamże, s. 210.

⁷ Tamże, s. 213–215.

⁸ Wynikało to głównie z uwarunkowań społeczno-politycznych, o czym pisał m.in. A.K. Piasecki: *Samorząd terytorialny a media lokalne (1990–2002). Próba syntezy*, *Zeszyty Prasoznawcze* 2003, nr 1–2, s. 141–155. Liczbowy rozwój prasy lokalnej w poszczególnych latach najlepiej obrazuje *Katalog Prasy Polskiej (1991/1992–1994)*, zastąpiony później *Katalogiem Mediów Polskich*

sytuacja powtórzyła się w następnej dekadzie. Po roku 2000 znów zaczęło przybywać lokalnych periodyków.

Tytułów przybywa z każdym rokiem

Najbliższe każdemu są media własnego regionu, one więc jako pierwsze zostaną poddane szczegółowej analizie w celu zobrazowania zasygnalizowanego zjawiska. Świętokrzyskie – jedno z najmniejszych i najuboższych województw, ostatnie dopisane do planu nowego podziału administracyjnego kraju w 1998 roku – wywalczyły wspólnie lokalne społeczności, samorządy i dziennikarze, mówiący wówczas wyjątkowo zgodnym głosem. Ciekawostką jest, że dziś wśród pracowników Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego jest spora grupa byłych dziennikarzy regionalnych mediów: dyrektorem Biura Komunikacji Społecznej był do maja 2012 roku Dariusz Detka⁹, w latach 90. dziennikarz *Echa Dnia*, jednym z jego podwładnych – Robert Siwiec, były dziennikarz i redaktor naczelny Radia TAK, rzecznikiem prasowym Urzędu Marszałkowskiego jest Iwona Sinkiewicz, wcześniej dziennikarka m.in. *Słowa Ludu*. W Urzędzie Marszałkowskim znaleźli zatrudnienie także Krzysztof Falkiewicz, były redaktor naczelny *Słowa Ludu*, oraz Krzysztof Irski, były wiceprezes zarządu, i Marzena Sobala, dyrektor programowy Radia Kielce.

To dygresja. Wróćmy jednak do próby liczbowego określenia stanu lokalnych czasopism. Okazuje się, że liczba tytułów rejestrowanych w sądzie nie jest tożsama z liczbą pism obecnych na rynku. W latach 90. wiele wydawnictw nie zostało wpisanych do rejestrów. Niektóre z nich pojawiły się w sądowych wykazach z opóźnieniem. Dotyczyło to zarówno tzw. prasy niezależnej, jak i samorządowej. W tej ostatniej grupie następowały też zmiany wydawców. Coraz więcej tytułów na zlecenie gmin realizowali tzw. wydawcy kontraktowi¹⁰. Niektóre tytuły były zastępowane nowymi przy zachowaniu ich dotychczasowego charakteru.

Nowe tytuły powstają każdego roku, jedne są efemerydami, inne trwają przez lata. Brakuje o nich wiedzy, ponieważ nikt nie prowadzi pełnego rejestru. W województwie świętokrzyskim próbowała to robić Wojewódzka Biblioteka Publiczna, ale jej dane nie są, niestety, od lat aktualizowane. Wykaz wydawnictw w gminach świętokrzyskich publikuje na swojej stronie Urząd Marszałkowski¹¹. Lecz i tu nie znajdziemy w pełni wiarygodnych informacji. Brakuje nawet daty jego aktuali-

(1995–1999/2000), wydawany pod red. S. Dzikiego, a następnie W. Chorążkiego przez Ośrodek Badań Prasoznawczych w Krakowie.

⁹ W ostatnich dniach maja zastąpił go Marian Kolas, niezwiązany wcześniej z mediami. <http://www.sejmik.kielce.pl/biuro-komunikacji-spolecznej-345.html> (26.05.2012).

¹⁰ Obszernie ten problem został omówiony w artykule autorki, zawartym w publikowanych materiałach z konferencji „Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego”, Senat RP, 21 września 2004. J. Kępa-Mętrak: Relacje pomiędzy lokalną prasą prywatną a samorządową na przykładzie województwa świętokrzyskiego, [w:] Prasa lokalna w budowie..., jw., s. 165–181.

¹¹ <http://pio.wrota-swietokrzyskie.pl/web/guest/565> (29.05.2011).

zacji. Także rejestr sądowy nie pozwoli odpowiedzieć na pytanie o liczbę, a tym bardziej jakość lokalnych periodyków. Ciągłe bowiem nie wszyscy wydawcy we właściwym czasie dopełniają wymaganych prawem formalności rejestracyjnych. I chodzi tu przede wszystkim nie o zgłaszanie nowo powstających tytułów, ale informowanie o zmianach w już istniejących. Pozostają więc żmudne poszukiwania we własnym zakresie, bezpośrednio u źródeł, czyli w wypadku pism samorządowych – przede wszystkim w gminach, powiatach¹².

Do maja 2009 roku w rejestrze dzienników i czasopism, prowadzonym przez Wydział Cywilny Sądu Okręgowego w Kielcach, pojawiły się 982 wpisy. Znaczną ich część stanowią wydawnictwa o charakterze rozrywkowym, edukacyjnym, z prasą niemające nic wspólnego. Czasopism samorządowych odnotowano do tego czasu 57. Największą aktywność samorządy wykazały w roku 2007. Do rejestru zgłoszono wówczas aż 12 tytułów, w tym z gmin: Pierzchnica (*W gminie Pierzchnica*), Nagłowice (*Więści z Gminy Nagłowice*), Nowa Słupia (*Kronika Świętokrzyska*), Słupia Jędrzejowska (*Więści z Gminy Słupia Jędrzejowska*), Stąporków (*Echo Stąporkowa*); miast i gmin: Koprzywnica (*Koprzywnickie Pejzaże*), Skalbmierz (*Skalbmierski Jarmark Wydarzeń*); miasta Pińczów (*Kurier Pińczowski*) oraz gmin Kielce i Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego. Te ostatnie rejestrowały głównie publikacje elektroniczne: Strona internetowa Urzędu Miasta Kielce www.um.kielce.pl i Internetowa Telewizja Kielce www.itv.kielce.eu jako dzienniki oraz www.sejmik.kielce.pl jako miesięcznik. Urząd Marszałkowski zgłosił także drukowany miesięcznik *Nasz Region – Świętokrzyski Informator Samorządowy*.

Prasa nie tylko drukowana

Warto zwrócić uwagę, że publikacje elektroniczne pojawiły się w rejestrze po raz pierwszy właśnie w roku 2007. Oprócz wymienionych odnotowano wówczas m.in. www.swietokrzyska.ohp.pl jako dziennik Wojewódzkiej Komendy OHP, *NSZZ Solidarność Świętokrzyska. Witamy na naszych stronach internetowych* – tygodnik Zarządu Regionu Świętokrzyskiego NSZZ „S” w Kielcach, www.pupkielce.pl – informator Powiatowego Urzędu Pracy w Kielcach, www.spedpartner.pl – planowany dwa razy w miesiącu informator prywatnej firmy z okolic Pińczowa.

Również w kolejnych latach zgłoszenia publikacji elektronicznych uzupełniały tradycyjnie drukowane, stanowiły jednak zdecydowaną mniejszość wszystkich zarejestrowanych tytułów. Spośród sześciu periodyków samorządowych zgłoszonych do rejestru w 2008 roku tylko jeden miał charakter wirtualny – *Portal*

¹² Badania w tym zakresie autorka prowadzi od kilku lat. Ich pokłosiem, poza przywoływanym już artykułem, są m.in. publikacje: J. Kępa-Mętrak: *Prasa samorządowa w lokalnej komunikacji społecznej jako narzędzie kształtowania opinii*, [w:] D. Kuźmina (red.): *Bibliologia polityczna*, Warszawa 2011, s. 406–416; taż: *Prasa samorządowa w procesie komunikowania władzy ze społeczeństwem*, [w:] J. Kowalik, A. Bednarz (red.): *XX lat samorządu terytorialnego w Polsce. Doświadczenia – problemy – perspektywy*, Toruń 2011, s. 295–316.

Wrota Świętokrzyskie – dziennik Urzędu Marszałkowskiego w Kielcach. Także jeden, z deklarowaną częstotliwością 2–3 razy w tygodniu, pod nazwą gminazlota.pl – Portal Chrobrza i Gminy Złota (obecnie: gminazlota.tbu.pl), odnotowano w początkach roku 2009¹³. Natomiast przy żadnym tytule rozpowszechnianym w wersji papierowej nie podano informacji, czy jest dostępny też w Internecie.

Dlaczego rok 2007 był szczególnie pod względem aktywności wydawniczej różnych podmiotów samorządowych? Czy podobna sytuacja miała miejsce w całym kraju, czy była to cecha tylko województwa świętokrzyskiego? Czy można ją wiązać z wyborami z listopada 2006 roku? Pytań jest wiele, nie na wszystkie przy obecnym stanie wiedzy można uzyskać odpowiedź. Być może istnieje zależność między wyborami na poszczególne kadencje samorządowe a działalnością wydawniczą lokalnych urzędów. Rok 2007 to początek nowej kadencji i – przypuszczać można – próba dotrzymania obietnic przedwyborczych. Ale pamiętać należy także o nowych formach komunikacji – trzy z 12 zarejestrowanych w kieleckim sądzie okręgowym wydawnictw stanowiły strony internetowe. Systematycznie udoskonalą się także technika druku, pojawiały się nowe, dość proste w obsłudze programy do składu komputerowego. Może zatem właśnie możliwości technologiczne mobilizowały do korzystania z nich.

Marszałek ma głos

Spróbujmy się przyjrzeć kilku wydawnictwom, zaczynając od „góry”, tj. od samorządu wojewódzkiego. Wspomniano wyżej o silnej dziennikarskiej obsadzie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego. Należałoby się zatem spodziewać wzorcowego modelu komunikowania władzy ze społecznością regionu. Jak on wygląda? Biuro Komunikacji Społecznej jest odpowiedzialne m.in. za wydawanie periodyku pod nazwą *Nasz Region*, z podtytułem *Świętokrzyski Informator Samorządowy*. Ukazuje się on od 2007 roku, zgodnie z datą rejestracji sądowej, jako miesięcznik, na ogół regularnie, w okresie wakacji zwykle z podwójną numeracją. Jest bezpłatny. Początkowo w stopce podana była tylko ogólna informacja – Wydawca: Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego, Redakcja: Biuro Komunikacji Społecznej, później pojawił się pełny skład redakcji: redaktor naczelny Dariusz Detka, zastępca Robert Siwiec, sekretarz Małgorzata Niewczas-Sochacka, redakcja Iwona Sinkiewicz (przez pewien czas także Ewa Turas). Nie podaje się nakładu.

Jednolita szata graficzna, z dominującym na okładce kolorem niebieskim i wyraźnie widoczną winietą tytułową, pozwala łatwo dostrzec pismo wśród innych, nieco trudniej rozróżnić kolejne numery. Format A4, najczęściej występu-

¹³ W rejestrze sądowym adres internetowy podano jako część tytułu. Faktycznie tytuł powinien brzmieć: *Portal Chrobrza i Gminy Złota*. Wydawcą jest Urząd Gminy w Złotej. Pierwsze próby utworzenia lokalnego serwisu internetowego, pod innymi adresami, podjęto już w 2001 roku. Szczegółowe informacje dostępne są na stronie: <http://gminazlota.tbu.pl/info.php?id=2>.

jący w podobnych czasopismach, objętość 20–24 strony, w numerach łączonych (głównie wakacyjnych) – 28 stron. Zarówno układ całości, jak i poszczególnych kolumn jest schematyczny. Pierwsza i ostatnia karta tworzą okładkę, drukowaną w pełnym kolorze, na nieco bardziej błyszczącym i sztywniejszym od pozostałych papierze. Kolorowe są również środkowe karty, stanowiące rodzaj wkładki, z przewagą ilustracji (fotografii) nad tekstem. Na pierwszej stronie, pod winiętą widnieje okolicznościowe zdjęcie, związane z porą roku lub aktualnymi wydarzeniami, zajmujące zawsze dwie trzecie powierzchni. Na ostatniej – początkowo drukowany był „Świętokrzyski Alfabetyczny Przegląd Heraldyczny”, a teraz, po zakończeniu cyklu, prezentowane są zdjęcia z uroczystości, w których brali udział przedstawiciele samorządu województwa. Zdjęć jest dużo w całym okresie, zarówno z różnych spotkań, narad, posiedzeń, obrad sejmiku, jak i z imprez plenerowych. Pojawiają się też pejzaże, różne obiekty użyteczności publicznej. Zajmują jedną, czasem dwie szpalty. Teksty są łamane na ogół dwuszpaltowo.

Zawartość treściowa jest pogrupowana tematycznie. Najobszerniejszy dział, obecny w każdym numerze, tworzą „Aktualności”. Często powtarzają się „Zdrowie Świętokrzyskie”, „Ziemia Świętokrzyska”, „Tradycja”. Wiele działów jest zależnych od tematyki dominującej w danym miesiącu, np. „Inwestycje”, „Nauka w Regionie”, „Kultura”, „Bezpieczne Świętokrzyskie”. „Poczet Radnych Wojewódzkich” po wyczerpaniu informacji zastąpił „Poczet Starostów”, później burmistrzów, wójtów, sołtysów. Pojawiły się także rubryki: „Ludzie Regionu”, „Wywiad Miesiąca”, „Sesja”, „Prawo”¹⁴. Jest miejsce na fotoreportaże, felieton i konkurs.

Czy to pismo może być wzorem dla innych? Na pewno nie można odmówić redakcji profesjonalizmu, popartego wieloletnim doświadczeniem dziennikarskim. Wpadki jednak się zdarzają. Ot, choćby zamieszczenie dwa razy w jednym numerze tego samego zdjęcia, z tym samym podpisem: „Piotr Żołądek, członek Zarządu Województwa”. Raz w kolorze, nieco wykadrowane, przy tekście „Radni obradowali”, drugi raz trzy strony dalej, czarno-białe – jako ilustracja do tekstu „Uczniowie ‘Śniadka’ brali udział w sesji”¹⁵. *Deja vu* pojawia się też przy przeglądaniu wcześniejszego numeru. Nie obrazy, ale słowa tym razem – w nagłówkach – powtarzają się jak mantra: „80 mln zł na świętokrzyską edukację...”, „Świętokrzyski biznes otwarty na Unię...”, „Społecznik spod Świętego Krzyża”, „Świętokrzyskie z budżetem”, „Świętokrzyski Ośrodek Adopcyjny...”, „Podziękowania i gratulacje dla świętokrzyskich mistrzów”, „Dzień innowacji w Ostrowcu Świętokrzyskim”¹⁶. Do tego jeszcze żywa pagina: Ziemia Świętokrzyska, Bezpieczne Świętokrzyskie, Sesja Sejmiku Województwa Świętokrzyskiego. Nawet przy założeniu, że pismo ma promować region, trudno zaakceptować tę „świętokrzyską mnogość”, pojawiającą się także na okładce: w podtytule – *Święto-*

¹⁴ Tytuły działów cytowane są zgodnie z oryginalną pisownią.

¹⁵ *Nasz Region* 2012, nr 2 (61), s. 12, 15.

¹⁶ *Nasz Region* 2012, nr 1 (60).

krzyski Informator Samorządowy – i zapowiedzi jednego z artykułów – „Świętokrzyski biznes otwarty na Unię Europejską”. Ogółem 14 razy na 24 stronach.

Nawet laik musi zauważyć, że redaktorzy tak bardzo zaangażowali się w misję propagowania osiągnięć i popularyzowania regionu, że zapomnieli o podstawowych zasadach sztuki redaktorskiej. Szczególnie trudno to zaakceptować, mając na uwadze ich dziennikarską praktykę. Niestety, raz jeszcze potwierdza się reguła, że punkt widzenia zależy od punktu siedzenia... I jeszcze jeden przykład: ten sam numer, strony 22 i 23, sąsiadujące, a na nich nagłówki: „Plebiscyt dla innowacyjnych gmin”, „Turniej Innowacji i Kreatywności dla gimnazjalistów”, „Dzień Innowacji w Ostrowcu Świętokrzyskim”.

Zgodnie z interesami wydawcy

Wytykanie błędów nie ma na celu zdeprecjonowania periodyku ani, tym bardziej, zarzucania redakcji niekompetencji. Jak wynikało z analizy zasadności istnienia pism samorządowych, dokonanej przez prof. Kuleszę, ich nadrzędnym zadaniem ma być informowanie o poczynaniach regionalnych i lokalnych samorządów oraz promowanie województw, powiatów, gmin. Informacja z założenia powinna być obiektywna. Ale czy taką w ogóle być może? O wszystkim pisać się nie da, trzeba dokonać wyboru. A wybór jednego, to odrzucenie drugiego. Redaktorzy wybierają więc te zagadnienia, które – ich zdaniem – będą najlepsze, najciekawsze i w największym stopniu zgodne z... interesem wydawcy. Byłoby znakomicie, gdyby odpowiadały one oczekiwaniom społecznym. Albo jeszcze lepiej, z punktu widzenia decydentów, gdyby oczekiwania społeczne dało się pogodzić z założeniami wydawcy.

Pewnie większość odbiorców nie analizuje tak szczegółowo, jak zrobiła to autorka wyżej, każdego numeru trafiającego do nich periodyku. Czytanie jest coraz bardziej pobieżne, powierzchowne. Coraz rzadziej towarzyszy mu refleksja. Przyzwyczajani do natłoku szybko dezaktualizujących się informacji, traktujemy je wybiórczo i niewiele z nich zapamiętujemy. Może więc wielokrotne powtarzanie pewnych treści znajduje swoje uzasadnienie?

Żeby zakończyć rozważania nad sposobem komunikowania się samorządu województwa świętokrzyskiego z jego mieszkańcami, warto przypomnieć, że drukowane czasopismo to tylko jeden z dostępnych kanałów. Jest jeszcze radio, telewizja i oczywiście Internet. Urząd Marszałkowski ma w nim swoją oficjalną stronę www.sejmik.kielce.pl oraz nastawiony przede wszystkim na promocję regionu portal www.wrota-swietokrzyskie.pl, z licznym, dziesięcioosobowym zespołem redakcyjnym. Jest jeszcze Portal Informacji Kulturalnej Województwa Świętokrzyskiego – pik.kielce.pl – oraz nagrodzona podczas Targów Intourex 2011 w Sosnowcu strona swietokrzyskie.travel¹⁷ i związany z nią kanał filmowy

¹⁷ Złoty medal w kategorii Najlepsza kampania marketingowa; <http://swietokrzyskie.travel/> (10.05.2012).

– tv.swietokrzyskie.travel/pl. Bezpośrednio ze strony Urzędu Marszałkowskiego dostępna jest Internetowa Telewizja – www.itv.sejmik.kielce.pl – oraz Fajne Radio Internetowe – fri.net.pl.

Czasopismo *Nasz Region* w formie elektronicznej też jest udostępniane, także w wersji do posłuchania. Próżno by jednak szukać numerów aktualnych. Ostatni do poczytania, w formacie PDF, pochodzi z sierpnia 2011 roku. Jeszcze gorzej jest z wersją mówioną, do posłuchania, zapowiadaną już w drugim (drukowanym) numerze pisma, z marca 2007 roku. Są jedynie wybrane artykuły z numerów wydanych od maja 2008 do maja 2009 roku¹⁸.

Wydaje się, że regionalne władze samorządowe wyraźnie stawiają na promocję regionu przez media. Szczególne znaczenie przypisuje się Internetowi. Ten kanał komunikacji zdaje się wykorzystywany najpełniej. Trudno jednakże określić jego skuteczność. Liczniki odwiedzin poszczególnych stron nie są źródłem informacji w pełni miarodajnym. Poza tym nie wszystkie strony zawierają takie dane. Media drukowane, jak wykazała analiza periodyku *Nasz Region*, pozostawiają sporo do życzenia. Nie tylko ze względu na zawartość, ale także ograniczony kolportaż. Do szerszego odbiorcy mają szansę dotrzeć redagowane przez Biuro Prasowe jednokolumnowe „Wiadomości Marszałkowskie”, zamieszczane w każdy pierwszy poniedziałek miesiąca w *Echu Dnia* oraz w każdy trzeci poniedziałek w *Gazecie Wyborczej w Kielcach*.

Z perspektywy powiatu

Dziennikarze trafili też do samorządów niższego szczebla, np. Starostwo Powiatowe w Kielcach reprezentuje rzecznik prasowy Agata Niebudek-Śmiech, wieloletnia dziennikarka m.in. *Echa Dnia*. Jest równocześnie redaktorem naczelnym miesięcznika *Kalejdoskop Powiatu Kieleckiego*, wydawanego od grudnia 2009 roku. Redakcję współtworzy jeszcze jedna osoba – Agata Lisowska. W stopce pojawia się oczywiście informacja o wydawcy – Starostwo Powiatowe w Kielcach – a także o bezpłatnym kolportażu. Objętość – 12–16 stron, w pełnym kolorze, papier kredowy. Wyrazisty *layout* wykorzystuje żywą kolorystykę z dominacją barw żółto-niebieskich, zgodnych z herbem powiatu. Strona tytułowa prezentuje przeważnie najbardziej charakterystyczne dla powiatu budowle, zabytki architektury bądź pomniki przyrody. Niektóre motywy powtarzają się, ale w różnych ujęciach, np. Święty Krzyż: raz wieża telewizyjna, raz widok z niej na zabudowania klasztorne i sanktuarium, w jeszcze innym numerze wnętrze kościoła z charakterystycznym ołtarzem. Powtarzają się ruiny XIV-wiecznego zamku w Chęcinach, skansen w Tokarni. Bywają też pejzaże nawiązujące do pór roku.

Najnowszy numer – 22. według numeracji ciągłej, 4. tegoroczny, z kwietnia – dostępny jest podobnie jak poprzednie (oprócz 21.) w formacie PDF na oficjal-

¹⁸ <http://www.sejmik.kielce.pl/nasz-region---swietokrzyski-informator-samorzadowy-,128.html> (10.05.2012).

nej stronie powiatu¹⁹. Rozpoczyna go tradycyjnie słowo od starosty, a wewnątrz – pełne spektrum zagadnień, m.in. rekrutacja do szkół ponadgimnazjalnych połączona z prezentacją powiatowych placówek oświatowych, tradycje wielkanocne, otwarcie chmielnickiej biblioteki szkolnej w nowym lokum i nadanie jej imienia, informacje o programie aktywizacji zawodowej kobiet, rozmowa z dyrektorką Powiatowego Centrum Pomocy Rodzinie, stałe rubryki „Wieści sołeckie” i „Urzędowe abc”. Rozkładówkę, podobnie jak w poprzednich numerach, zajmują materiały przygotowane przez poszczególne kluby rady powiatu: PiS, PO, PSL i SLD, a ostatnią stroną – fotogaleria. Całość bardzo estetyczna. Tekst łamany trzyszpaltowo; dzięki dużej liczbie fotografii, często wlamywanych w tekst nieszablonowo, i bogatej kolorystyce każdej kolumny, wpływającej na dynamikę przekazu, pismo staje się wizualnie niezwykle atrakcyjne. Troskę o pozytywny efekt komunikacji samorządu powiatowego z lokalną społecznością widać też w poprawności języka przekazów i staranności w doborze tytułów oraz kompozycji materiałów.

Jak wynika z powyższego, zasięg wydawniczy, odzwierciedlający zasięg terytorialny właściwych struktur samorządowych, nie jest wyznacznikiem atrakcyjności pisma. W tym wypadku miesięcznik lokalny przewyższa jego regionalny odpowiednik jakością, dbałością o treść i formę, o poprawność językową, mimo że redagowany jest przez mniejszy zespół. Obydwa tworzą profesjonalistów z wieloletnim stażem, rezultaty ich pracy są jednak różne. A skuteczności oddziaływania pism nie da się porównać, choćby ze względu na innych adresatów. Punktem odniesienia nie może być także prasa prywatna, ponieważ ma zupełnie inny charakter i inne pełni funkcje. To samo dotyczy pozostałych mediów samorządowych, dostępnych w formie elektronicznej – portali internetowych, radia czy telewizji. Tu wprawdzie zbieżne są najważniejsze funkcje, ale ze względu na odmienną kategorię odbiorców, muszą być w inny sposób realizowane.

Pora na gminy

Opuśćmy Kielce. Kolejne przykłady zostaną zaczerpnięte z innych regionów. Nie tylko dla większej różnorodności opisu, ale przede wszystkim większej jego wiarygodności. Tu już nie powinny się pojawić jakiegokolwiek wątpliwości odnośnie do obiektywizmu autorki, choć i w dotychczasowych rozważaniach Czytelnik winien dostrzec wyraźny dystans do omawianych zagadnień, zarówno wobec periodyków i tworzących je zespołów redakcyjnych, jak i całego systemu komunikacji na poziomie samorządów.

Sposoby komunikowania władz gminnych z mieszkańcami zostaną przedstawione na przykładzie *Odgłosów Brzeszcz* – pisma lokalnego gminy Brzeszcze w powiecie oświęcimskim (województwo małopolskie). Skąd ten wybór? Po ubiegłorocznej konferencji pod hasłem „Media regionalne i lokalne – tożsamość,

¹⁹ http://www.powiat.kielce.pl/images/dokumenty/kalejdoskop_3_12.pdf (10.05.2012).

wspólnotowość, podmiotowość”, organizowanej przez Państwową Wyższą Szkołę Zawodową im. Rotmistrza W. Pileckiego w Oświęcimiu, podczas której autorka prezentowała wybrane czasopisma samorządowe z różnych regionów Polski, została poproszona o wyrażenie opinii na temat *Odgłosów Brzeszcz*. Ponieważ pisma samorządowe tego regionu nie były dotąd przedmiotem szczegółowych analiz, wskazane jest podjęcie ich teraz. Przejdźmy zatem do konkretów.

Miesięcznik z 20-letnią historią wydawany jest przez Ośrodek Kultury (podległy Urzędowi Gminy), redagowany przez kilkusobowy zespół. Jest dostępny *online* w formacie PDF od numeru 2. z lutego 2003 roku (nr 134. według numeracji ciągłej) do najnowszych wydań²⁰. Od kwietnia 2009 roku redaktor naczelna jest Małgorzata Wójcik. Wcześniej redaktorzy zmieniali się kilkakrotnie. Wszyscy łączyli tę funkcję ze stanowiskiem dyrektora Ośrodka Kultury. Ciekawostką jest, że dyrektor i redaktor naczelna z lat 2004–2005 – Teresa Jankowska – została wybrana na burmistrza Brzeszcz w wyborach przedterminowych w grudniu 2005 roku. Po wyborach dziękowała mieszkańcom gminy na łamach *Odgłosów Brzeszcz*. W krótkiej formułce nie znalazło się odniesienie do poprzednio zajmowanego stanowiska: *Mieszkańcom Gminy Brzeszcze, którzy wzięli udział w wyborach przedterminowych na burmistrza Brzeszcz, zaufali mojej kompetencji oraz doświadczeniu i oddali na mnie głos, składam serdecznie podziękowanie. Postaram się Państwa nie zawieść, a sprawując urząd burmistrza, będę służyć dobru publicznemu i pomyślności wszystkich Mieszkańców Brzeszcz, Jawiszowic, Przeciszyna, Skidzinia, Wilczkowic i Zasola. Teresa Jankowska*²¹.

W tym samym numerze redakcja, kierowana już przez Jacka Bielenina, zamieściła informację o wyborach, w której wyjaśniono, że: *Terese Jankowską mieszkańcy gminy wybrali na swojego burmistrza. W przedterminowych wyborach na dotychczasową dyrektorkę Ośrodka Kultury głosowało 2441 (56,63 proc.) wyborców. Jej rywal, Stanisław Zajac ze Skidzinia, otrzymał 1869 (43,36 proc.) głosów. [...] Teresa Jankowska będzie burmistrzem do jesieni, kiedy to skończy się czteroletnia kadencja Rady Miejskiej, i wybierzemy nowych radnych oraz burmistrza*²².

Mieszkańcy chyba rzeczywiście zaufali Teresie Jankowskiej, a ona dotrzymała obietnic wyborczych, ponieważ jest burmistrzem Brzeszcz do dziś. Wygrała wybory w 2006 i ostatnie w 2010 roku – na kadencję 2010–2014. Gminny miesięcznik też jest wydawany nieprzerwanie, a jego zawartość treściowa i forma prawie się nie zmieniają. Następcą T. Jankowskiej – Jacek Bielenin – rozstał się z redakcją na początku 2009 roku. W marcowym numerze pisma zamieścił swoje pożegnanie z czytelnikami, będące równocześnie formą manifestu, wyrażającego idee lokalnej gazety samorządowej: *Pięć lat minęło, jak jeden dzień. Nadszedł czas podjąć nowe wyzwania. Pięć lat, setki artykułów, mniej lub bardziej*

²⁰ <http://www.brzeszcze.pl/odglosy-brzeszcz-aktualnosci-i-archiwum-miesiecznika,985;> (14.05.2012).

²¹ *Odgłosy Brzeszcz* 2006, nr 1 (169), s. 2; http://www.brzeszcze.pl/wplici/odglosy-brzeszcz-styczen-2006_990_156.pdf (15.05.2012).

²² JaBi; Burmistrz do jesieni, *Odgłosy Brzeszcz*, jw.

udanych, czasami budzących kontrowersje. Pięć lat przygody pod znakiem próby kreowania lokalnej społeczności obywatelskiej, znającej i rozumiejącej swoją historię, tradycję, skomplikowaną współczesność. Czytelnikom dziękuję za wyrozumiałość oraz zaufanie, wyrażające się w znikającym jak świeże bułeczki nakładzie naszego pisma. Świadczy to o głośnej lokalnej informacji, poszukiwaniu opinii i argumentów. A nieskrępowana wymiana opinii to fundament każdego społeczeństwa obywatelskiego. Mam nadzieję, że kierowany przeze mnie przez ostatnie kilka lat zespół redakcyjny w jakimś stopniu spełnił Państwa oczekiwania. Ameryki nie odkryję – praca w piśmie samorządowym nie jest łatwa. Nowemu zespołowi redakcyjnemu życzę głów pełnych pomysłów, a Wam czytelnikom pisma, po które będziecie sięgać tak powszechnie, jak dotychczas. Jacek Bielenin²³.

Warto zwrócić uwagę na wyraźnie wyartykułowane misyjne pojmowanie pracy redaktora samorządowej prasy. Przypisywane jej funkcje to przede wszystkim budowa lokalnej wspólnoty opartej na tradycji, ale też zaangażowanej w bieżące sprawy, rozumiejącej je i chcącej się angażować, choćby przez wyrażanie opinii na łamach czasopisma, w ich realizację. Forum dyskusyjne to niezwykle istotna cecha lokalnego periodyku. Komunikowanie nabiera wówczas pełnego znaczenia, gdy komunikat docierający do odbiorcy wywołuje zamierzony skutek. Może nim być konkretne działanie, udział w jakiejś akcji inicjowanej bądź propagowanej przez redakcję, wyrażenie swojego zdania, uczestnictwo w dyskusji na ważkie tematy.

Obecnie redakcję tworzą wspomniana już Małgorzata Wójcik oraz Katarzyna Senkowska, Katarzyna Wituś i Ewa Pawlusiak. Trudno stwierdzić, jakie jest społeczne oddziaływanie tworzonego przez nie periodyku. Ale wymiana opinii między nadawcami a odbiorcami odbywa się w bardzo ograniczonym zakresie. Przynajmniej na to wskazuje zawartość poszczególnych numerów. Na pięć przewertowanych numerów, tylko w jednym znalazły się „Głosy czytelników”, z czego jeden, pt. „Nie ma złej młodzieży”, ma charakter raczej felietonu. Drugi jest listem, odnoszącym się do ostatniej sesji Rady Miejskiej, rzeczywiście wyrażającym opinię o aktualnych sprawach²⁴.

Miesięcznik jest zróżnicowany pod względem objętości: od 24 do 36 stron, z kolorową, drukowaną na papierze kredowym pierwszą i ostatnią stroną, tworzącą okładkę, ale wypełnioną tekstem okraszonym tylko kolorowym zdjęciem, oraz z podobnie drukowaną rozkładówką. Wnętrze jest czarno-białe, dość monotonne. Niektóre numery przypominają tradycyjny biuletyn sprawozdawczy. Podobny jest nawet sposób łamania – szeroka kolumna podzielona na trzy szpalty, równo zadrukowana drobną czcionką, z tytułami słabo wybitymi drukowanymi czcionką niewiele większą od tekstu. Taki charakter ma np. nr 4 z kwietnia 2011 roku, który zawiera:

²³ J. Bielenin: Na koniec słów kilka, *Odgłosy Brzeszcz* 2009, nr 3, s. 2; http://www.brzeszcze.pl/wpliki/odglosy-brzeszcz-marzec-2009_2929_624.pdf (29.05.2012).

²⁴ *Odgłosy Brzeszcz* 2010, nr 9 (225), s. 10. W omawianych wyżej periodykach kieleckich forum dyskusyjnego w ogóle nie przewidziano. Tam komunikowanie odbywa się wyłącznie w jednym kierunku.

- na s. 3: „Sprawozdanie z działalności Sołtysa i Rady Sołeckiej sołectwa Jawiszowice”, „Sprawozdanie z działalności Samorządu Osiedlowego nr 5”;
- na s. 4–5: „Sprawozdanie z działalności Sołtysa i Rady Sołeckiej sołectwa Przecieszyn”, „Sprawozdanie Samorządu Osiedlowego nr 3”, „Sprawozdanie z działalności Samorządu Osiedlowego nr 6”, „Zaproszenie”, „Sprawozdanie z działalności Samorządu Osiedlowego nr 1”, „Sprawozdanie z działalności Samorządu Osiedlowego nr 2”, „Sprawozdanie z działalności Sołtysa i Rady Sołeckiej sołectwa Skidziń”;
- na s. 6–7: „Burmistrz informuje”, „Sprawozdanie Kadencja Sołtysa i Rady Sołeckiej 2007–2011 w Zasolu”, „Sprawozdanie Zarządu Samorządu Osiedlowego nr 4”, „Sprawozdanie przewodniczącego SO nr 7”, „Z prac Komisji Rady Miejskiej”.

Ciągły tekst jest rozładowany nieco przez miniaturowe zdjęcie pani burmistrz oraz wypełnioną szarym kolorem ramkę zawierającą informacje o nocnych dyżurach aptek w kwietniu.

Po dwóch kolejnych, nieco bardziej dynamicznych stronach następuje powrót do monotonii: s. 10–11: „Konkurs (Burmistrz Brzeszcz ogłasza konkurs na kandydata...)”, „Konkurs (Burmistrz Brzeszcz ogłasza konkurs na kandydata...)”, „Rok odkrywania talentów”. Paradoksalnie, najciekawsze są te strony, na których zamieszcza się ogłoszenia. A jest ich sporo w każdym numerze. Zajmują całą ostatnią stronę, pojawiają się na rozkładówce, a w omawianym wyżej numerze wypełniają także stronę 29., dominują na 30., pojedyncze występują na kilku innych stronach. Są zróżnicowane, ale wszystkie związane z kręgiem odbiorców pisma, prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą. Poza reklamami modułowymi są ogłoszenia drobne. Każdy numer zawiera też kalendarium imprez kulturalnych, sportowych, repertuar kina itp.

W Internecie dla każdego

Odgłosy Brzeszcz ukazują się w nakładzie 1600 egzemplarzy i – w przeciwieństwie do omawianych miesięczników kieleckich – są płatne. Egzemplarz drukowany kosztuje 3 zł, wersja elektroniczna dostępna jest bezpłatnie, ale z miesięcznym opóźnieniem. Takie praktyki są stosowane w niektórych gminach, choć zdecydowaną większość czasopism samorządowych kolportuje się bezpłatnie. Ich cechą charakterystyczną jest niski nakład, sięgający przeważnie kilkuset egzemplarzy. Brzeszczański periodyk dorównuje nakładem pismom prywatnym, ceną je często przewyższa. Gmina według oficjalnych danych liczy 21,5 tys. mieszkańców²⁵. Zatem co trzynasty mieszkaniec ma szansę kupić swoją gazetę.

²⁵ http://www.wrotamalopolski.pl/NR/rdonlyres/249E2E65-979D-4C5C-823A-1A611330D92F/390944/Strategia2005_20015.pdf (29.05.2012).

Periodyki powiatowe – o wyższych nakładach – adresowane są do znacznie liczniejszej grupy docelowej. Charakteryzowany wyżej *Kalejdoskop Powiatu Kieleckiego* przeznaczony jest dla 194,5 tys. mieszkańców powiatu ziemskiego i prawie 200 tys. mieszkańców powiatu grodzkiego. Zaledwie więc co 130. z nich może liczyć, że otrzyma gazetę. Każdy natomiast może ją na bieżąco przeczytać w Internecie.

Obecność czasopism w Internecie to już standard. Dotyczy to zarówno prasy prywatnej, jak i samorządowej. Są jednakże gminy, w których jedynym nośnikiem informacji jest ciągle papier. Tu znów przykłady najbliższe autorce – świętokrzyskie. W gminie Raków w połowie 2009 roku z inicjatywy wójta i rady gminy powstały *Rakowskie Aktualności Kwartalne*. Pierwszy numer, dwudziestostronicowy, w pełnym kolorze, zapowiadał nastawienie przede wszystkim na funkcje informacyjne. Informował więc o inwestycjach, projektach inwestycyjnych, działalności społeczno-kulturalnej, wykonaniu budżetu gminy itp. Przekazywała te wiadomości osobiście wójt gminy Alina Siwonia. Kilka innych nazwisk pojawiło się przy drobnych tekstach, dotyczących otwarcia młodzieżowego ośrodka wychowawczego, funkcjonowania Centrum Kultury Fizycznej, remontu ośrodka zdrowia, planowanych dożynek. Przez dwa lata ukazały się tylko trzy numery, dostępne wyłącznie w wersji papierowej.

Podobnie jest z *Gazetą Solecką* (kwartalnik Gminy Solec-Zdrój, także w województwie świętokrzyskim). Pierwszy numer nosił datę: marzec 2009, do połowy 2011 roku ukazało się dziewięć numerów. Stopka redakcyjna odsyła do strony WWW urzędu (www.solec-zdroj.pl). Można by się spodziewać, że tam znajdują się informacje o *Gazecie Soleckiej* i kolejnych jej numerach. I tu rozczarowanie. Żadnej wzmianki. Sekretarz gminy Barbara Simon w rozmowie telefonicznej stwierdziła, że nie ma potrzeby zamieszczania periodyku w Internecie, bo wszelkie informacje o gminie można znaleźć na oficjalnej stronie urzędu, a gazeta drukowana ma służyć tym, którzy do Internetu nie mają dostępu.

Próba podsumowania

Działalność wydawnicza lokalnych samorządów ożywia się zwykle w okresie przedwyborczym. Oczywiście jest, że dotychczasowi wójtowie, burmistrzowie, starostowie chcą zaprezentować swoje dokonania, pokazać, że dotrzymują obietnic składanych mieszkańcom. Duża część z nich robi to bardzo skutecznie, o czym świadczą wygrane na kolejne kadencje wybory. W kształtowaniu wizerunku własnego i samorządów, którym przewodzą, pomagają im powoływani na stanowiska rzeczników prasowych dotychczasowi dziennikarze regionalnych bądź lokalnych mediów, pracownicy podległych im instytucji kultury albo urzędu gminy. Wydawać by się mogło, że najpewniejszy sukces zagwarantują profesjonaliści – redaktorzy z wieloletnim stażem. Okazuje się jednak, że taka prosta zależność nie istnieje. Wielu dziennikarzy podejmujących pracę na rzecz samorządów różnego

szczebla wydaje się zapominać o podstawowych zasadach rzetelnego dziennikarstwa, o sztuce tworzenia i redagowania tekstów.

Analiza przekazów wskazuje na wybiórcze informowanie odbiorców o sprawach lokalnych. Przedstawiają one głównie poczynania przedstawicieli władz. Ogólny obraz gminy, powiatu, województwa wyłaniający się z publikowanych materiałów jest zdecydowanie pozytywny. I nie należy się spodziewać innego, skoro pisma te mają w założeniu służyć promocji regionu, miasta, gminy. Nie zawsze jednak treść idzie w parze z formą. I bywa tak niezależnie od tego, czy redakcją kieruje dziennikarz z wieloletnim doświadczeniem, czy powołany na stanowisko redaktora urzędnik.

Key words: journalism, local government, local media

SUMMARY

Jolanta Kępa-Mętrak: LOCAL GOVERNMENT OFFICIALS OR JOURNALISTS? COMMUNICATION IN THE LOCAL COMMUNITY

Communication on the local government level may take place in different ways, using different channels. One of them is the press that is either created by local governments or through their order. The authoress has attempted to show this press from the media perspective. Analysing the selected titles, she has tried to show its content both from the sender's and the recipient's point of view. The linking of the content and the ways of its transmission turned out to be particularly interesting, and so – the possibility of the impact on the recipient, in combination with the editorial teams' characteristics.

The local government press came into being even before the first local elections in 1990. Then it seemed that it would not play a significant role in the entire press system. Over the time, it turned out that it had been developing dynamically, increasing the number of its titles every year. It has existed up till now to the disappointment of many circles.

The publishing activity of local governments usually livens up during the election. It is obvious that the existing borough leaders, mayors, starosts want to present their achievements, to show the residents that they keep their promises. A large proportion of them do it very effectively, as evidenced by the elections won in subsequent terms. In shaping their own image and the image of local governments that they lead, they are helped by the appointed press spokesmen who used to be regional or local media journalists, or the workers subordinated to cultural institutions or local governments. It might seem that most reliable success would be guaranteed by professionals – editors who have many years' work experience. However, it appears that such a simple relationship does not exist.

The analysis of the content of messages indicates the selective information to recipients about local matters, mainly about the activities of the authorities. The overall image of the district, county, province emerging from the published material is definitely positive. One should not expect another vision if the press, in its assumptions, is designed to promote the region, county and province.