



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Author: Aleksandra Krawczyk

Citation style: Krawczyk Aleksandra. (2014). Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego. Praca doktorska. Katowice : Uniwersytet Śląski

© Korzystanie z tego materiału jest możliwe zgodnie z właściwymi przepisami o dozwolonym użytku lub o innych wyjątkach przewidzianych w przepisach prawa, a korzystanie w szerszym zakresie wymaga uzyskania zgody uprawnionego.



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

UNIWERSYTET ŚLĄSKI

w Katowicach

Wydział Nauk Społecznych

Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa

mgr Aleksandra Krawczyk

**Internet w komunikowaniu publicznym gmin
województwa śląskiego**

**Praca doktorska napisana pod kierunkiem
prof. dr. hab. Stanisława Michalczyka**

Katowice, kwiecień 2014

SPIS TREŚCI

WSTĘP	6
Rozdział I	
TEORETYCZNE ASPEKTY PROCESU KOMUNIKOWANIA	
SPOŁECZNEGO JEDNOSTEK SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO	
1.1. Komunikacja społeczna – ujęcie teoretyczne	20
1.2. Rola i znaczenie środków masowego przekazu	26
1.2.1. Zmiany w formule działalności mediów komercyjnych wynikające z procesów konwergencji, konkurencji i koncentracji własności	27
1.2.2. Funkcjonowanie mediów samorządowych wobec zjawiska konwergencji	30
1.3. Samorząd – zarys uwarunkowań prawnych i społecznych	33
1.4 Kształtowanie samorządności w Polsce okresu transformacji. Aspekt historyczny	36
1.5 Wypełnianie funkcji mediów przez prasę jednostek samorządu Terytorialnego	39
1.6. Legislacyjne uwarunkowania dostępu do informacji publicznej	43
1.7. Znaczenie kształtowania społecznego wizerunku w działalności samorządów lokalnych	47
1.7.1. Media w działaniach public relations jednostek samorządu terytorialnego	49
1.7.2. Polityczne aspekty realizacji strategii komunikacyjnej samorządów	54
1.7.3 Komunikacja perswazyjna w polityce reklamowej samorządów	56
1.8. Internet w komunikacji zewnętrznej samorządów lokalnych	59
1.8.1. Uwarunkowania komunikacji internetowej. Ujęcie historyczne i kategoryzacja	61
1.8.2. E-oblicze prasy samorządowej	64
1.9. Narzędzia public relations w tworzeniu społecznego wizerunku	

samorządów na terenie województwa śląskiego	66
1.9.1. Telewizja, multimedia i prezentacje internetowe w lokalnym systemie komunikowania	67
1.9.2 Wykorzystanie przez samorząd portali internetowych w realizacji zadań komunikacyjnych	71

Rozdział II

ZAWARTOŚĆ OFICJALNYCH STRON INTERNETOWYCH JEDNOSTEK SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

2.1. Kategoryzacja treści na stronach jednostek samorządu terytorialnego	77
2.1.1. Segmentacja zawartości stron internetowych urzędów miejskich	87
2.1.2. Segmentacja zawartości stron internetowych starostw powiatowych	97
2.2. Zasoby dostępne na stronach internetowych jednostek samorządu terytorialnego	101
2.2.1. Analiza zawartości stron internetowych urzędów miejskich	102
2.2.2. Analiza zawartości stron internetowych starostw powiatowych	108
2.3. Prezentacja użytecznych dla odbiorców zasobów samorządowych stron internetowych na wybranych przykładach	114
2.3.1. Podmioty zewnętrzne rekomendowane na oficjalnych stronach internetowych starostw powiatowych	115
2.3.2. Podmioty zewnętrzne rekomendowane na oficjalnych stronach internetowych urzędów miejskich	123
2.4. Strefy cyberprzestrzeni dla określonych kategorii odbiorców na wybranych przykładach	137
2.5. Wersje obcojęzyczne stron samorządowych jako forma promocji miejscowości	142
2.6. Oznakowanie serwisów internetowych elementami wykorzystywanymi w strategiach promocyjnych	146
2.7. Nadawcy treści public relations na stronach internetowych jednostek samorządu terytorialnego	147

Rozdział III

FUNKCJE OFICJALNYCH STRON INTERNETOWYCH W RELACJACH MIĘDZY WŁADZAMI SAMORZĄDOWYMI A OTOCZENIEM SPOŁECZNYM

3.1. Formuła prezentowania postaci prezydentów miast na stronach internetowych urzędów miejskich	155
3.2. Formuła prezentowania postaci starostów na stronach internetowych starostw powiatowych	164
3.3. Wykorzystanie stron samorządowych dla prowadzenia debaty politycznej	167
3.4. Dostęp do prasy samorządowej, mediów zewnętrznych oraz materiałów multimedialnych za pośrednictwem stron starostw powiatowych	171
3.5. Dostęp do prasy samorządowej, mediów zewnętrznych oraz materiałów multimedialnych za pośrednictwem stron urzędów miejskich	176
3.6. Strony samorządowe jako narzędzie kontaktów z komunikatorami zawodowymi	185

Rozdział IV

STRONY INTERNETOWE SAMORZĄDU JAKO ELEMENT PARTYCYPACJI OBYWATELSKIEJ W SPRAWOWANIU WŁADZY

4.1. Badania opinii publicznej i konsultacje społeczne na stronach starostw powiatowych	188
4.2. Badania opinii publicznej i konsultacje społeczne na stronach urzędów miejskich	193
4.3. Rubryki usprawniające kontakt internauty z administracją publiczną na stronach urzędów miejskich	206
4.4. Rubryki usprawniające kontakt internauty z administracją publiczną na stronach starostw powiatowych	212
4.5. Postrzeganie aktywności komunikacyjnej samorządów przez mieszkańców województwa śląskiego	218

Rozdział V

**INTERNAUTA JAKO INTERESANT W CYBERPRZESTRZENI
ZARZĄDZANEJ PRZEZ ADMINISTRACJĘ PUBLICZNĄ**

5.1. Informatyzacja usług publicznych	
– udostępnienie elektronicznej skrzynki podawczej	233
5.2. Narzędzia elektroniczne obsługi interesantów dostępne na stronach starostw powiatowych	243
5.3. Narzędzia elektroniczne obsługi interesantów dostępne na stronach urzędów miejskich	251
5.4. Zastrzeżenia prawne wynikające z prawa telekomunikacyjnego	260

ZAKOŃCZENIE	263
--------------------	-----

BIBLIOGRAFIA

Monografie	282
Artykuły naukowe	285
Akty prawne	290
Źródła internetowe	292
Artykuły prasowe	295

SPIS TABEL, WYKRESÓW, REPRODUKCJI	295
--	-----

WSTĘP

Tematyka niniejszej rozprawy koncentruje się wokół procesu komunikowania społecznego jednostek samorządu terytorialnego prowadzonego z zastosowaniem możliwości technologicznych i komunikacyjnych cyberprzestrzeni ze szczególnym uwzględnieniem oficjalnych stron internetowych urzędów miejskich i starostw powiatowych z terenu województwa śląskiego. Precyzując perspektywę badawczą warto więc przytoczyć dane z 2013 roku informujące, że znajdujące się w południowej Polsce województwo śląskie „zajmuje 14. miejsce w kraju pod względem obszaru, a 2. pod względem liczby ludności. Na tym stosunkowo niedużym terytorium, wynoszącym 12 331 km kwadratowych (3,9 proc. powierzchni Polski), żyje 4 714 982 mieszkańców. Na terenie województwa można wyróżnić 4 aglomeracje miejskie: górnośląską – o znaczeniu europejskim oraz bielską, częstochowską i rybnicką – o znaczeniu krajowym. Województwo jest podzielone na 36 powiatów: 19 grodzkich i 17 ziemskich. Największą rolę administracyjną, gospodarczą i kulturową odgrywają miasta: Katowice, Sosnowiec, Bytom, Gliwice, Zabrze, Tychy i Chorzów. W nich skupiają się uczelnie, instytucje kultury i większe firmy. Rybnik, Bielsko-Biała i Częstochowa to stolice pozostałych subregionów”¹. W dysertacji analizie podlegały działania komunikacyjne wszystkich powiatów grodzkich oraz ziemskich województwa śląskiego, których spis uwzględniający podział administracyjny powiatów obowiązujący na zakończenie opisywanego okresu (grudzień 2013 roku) zawierają tabele nr 1 i nr 2. Działania te podejmowane były przez samorzady posługujące się łącznie 36 oficjalnymi stronami internetowymi stanowiącymi przedmiot badań opisanych w pracy.

Uzasadniając wybór tematu podkreślić należy, że od czasów transformacji ustrojowej, która przyniosła demokratyzację wyłaniania samorządów oraz zapewniła

¹ Informacje statystyczne na temat województwa śląskiego opublikowane na stronie internetowej Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego w Katowicach pod adresem: <http://www.katowice.uw.gov.pl> [dostęp 10 lutego 2013 roku].

obywatelską kontrolę funkcjonowania tych struktur ogromnego znaczenia nabrał proces komunikowania się władz lokalnych z ich społecznym otoczeniem. Najpierw w sposób jednoznaczny dotyczyło to tylko radnych, którzy ze swego grona wyłaniali zarząd gminy, a następnie także wójta, burmistrza lub prezydenta miasta wybieranych w wyborach powszechnych, równych, bezpośrednich, w głosowaniu tajnym². Jakość procesu komunikacji zaczęła odgrywać bowiem kluczową rolę w uzyskaniu mandatu do zarządzania gminą (a pośrednio również powiatem), sprawowaniu władzy i możliwości doprowadzenia do reelekcji. Skoncentrowanie się w niniejszej pracy na zdecentralizowanej części administracji publicznej jaką są samorządy wynikało z faktu, że we współczesnym państwie, które ma być zarazem liberalne i demokratyczne, administrację publiczną zalicza się do najważniejszych składników systemu organizacji społeczeństwa. System ten można w uproszczeniu przedstawić jako zespół kilku interaktywnych podsystemów (z reguły zresztą określanych jako systemy): politycznego, gospodarki rynkowej, prawa, administracji publicznej – z których każdy występuje w szerszym kontekście społeczeństwa obywatelskiego. Obywatele legitymizują każdy z podsystemów, ale też i dokonują ich oceny, mogą dzięki temu – i dzięki własnej aktywności, także w ramach urządzeń demokratycznych – wpływać na ich kształt i funkcjonowanie³.

W tym ujęciu, jednym z podstawowych celów kreowania odpowiedniego wizerunku podmiotów sceny politycznej stało się skuteczne wywieranie wpływu na wyborców, a następnie właściwe współdziałanie informacyjne z mieszkańcami. Dlatego administracja publiczna musiała zaangażować się w wypełnianie roli nadawcy treści ze sfery public relations skierowanych do środków masowego przekazu rozumianych jako narzędzie służące upowszechnianiu pożądanych, ważnych lub interesujących wiadomości dotyczących różnych aspektów działalności jednostek

² Obowiązującą na zakończenie badanego okresu formułę wyboru organów gminy regulowała: Ustawa o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta z dnia 20 czerwca 2002 roku. Dz. U. z 2010 roku. Nr 176, poz. 1191.

³ Hubert Izdebski, *Od administracji publicznej do public governance*, „Zarządzanie Publiczne” nr 1, Kraków 2007, s. 9.

samorządu terytorialnego. Obecność w mediach przedstawicieli ośrodków gminnego – a po wprowadzeniu trójszczeblowego podziału administracji samorządowej także powiatowego i wojewódzkiego – życia politycznego ułatwiała promocję wizji rozwoju miejscowości i regionu, rozwiązania problemów istotnych dla mieszkańców, realizowania inicjatyw z zakresu polityki, gospodarki, kultury, ochrony zdrowia, edukacji, bezpieczeństwa, pomocy społecznej itd.

Potrzebie prezentacji informacji, opinii i poglądów reprezentantów administracji publicznej sprzyjało rosnące społeczne zainteresowanie problematyką lokalną ze względu na bezpośredni i wyrazisty wpływ decyzji podejmowanych przez władze samorządowe na najbliższe otoczenie obywateli. Warto zaznaczyć, że jawność części działań samorządów w kontekście procesu komunikowania społecznego wymusiła też ustawa o dostępie do informacji publicznej z dnia 6 września 2001 roku⁴.

Działania z zakresu public relations wpisują się w świadomą politykę komunikacyjną jednostek samorządowych. Istnieje wiele sposobów definiowania pojęcia public relations, wśród których pierwsza grupa tworzona jest z marketingowego punktu widzenia. Ich istotą jest pojmowanie PR jako działalności mającej na celu promowanie, lub ochronę wizerunku przedsiębiorstw (firm) lub ich produktów. Szerzej PR pojmują specjaliści problematyki zarządzania, Wskazują oni, że PR jest funkcją zarządzania, która nawiązuje i podtrzymuje wzajemne korzystne stosunki między instytucją a grupami, od których zależy sukces lub klęska tej instytucji⁵. Na gruncie nauki o komunikowaniu PR najogólniej definiować można jako zarządzanie komunikacją w obrębie i na zewnątrz instytucji⁶.

⁴ Ustawa z dnia 6 września 2001 roku o dostępie do informacji publicznej obowiązywała do końca badanego okresu. Dz. U. z 2001 roku. Nr 112, poz. 1198.

⁵ Henryk Przybylski, *Politologia. Zarys problematyki*, Katowice – Warszawa 2004, ss. 249 i 250.

⁶ Więcej na temat definicji public relations, a także roli, celów, strategii i technik z tego zakresu w takich publikacjach jak np. Tomasz Goban-Klas, *Public relations czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania*, Warszawa 1997.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Wyjątkowo istotną sferą w zakresie public relations jest z kolei utrzymywanie relacji ze środkami masowego przekazu, czyli media relations. Należy szczególnie mocno podkreślić, że media masowe są jednym z kluczowych elementów procesów politycznych we wszystkich systemach politycznych współczesnego świata. Ich rola w demokracji jest jednak szczególna. Media mają tam do spełnienia określone zadania, funkcję i misję. Powinny służyć kształtowaniu społeczeństwa obywatelskiego i wzbogacaniu sfery publicznej⁷. Wypracowanie właściwych relacji z mediami to kluczowe zadanie nie tylko dla partii politycznych czy organizacji gospodarczych, lecz także – przynajmniej w wymiarze lokalnym – dla jednostek samorządu terytorialnego.

Polityka informacyjna samorządów oparta o działania medialne praktycznie od pierwszych wolnych wyborów przeprowadzonych w 1990 roku⁸ wymagała m.in. inicjowania kontaktów z dziennikarzami, zapewniania szeroko rozumianej obsługi prasowej czy reagowania na krytykę. Konieczność zarządzania komunikacją zewnętrzną spowodowała tworzenie komórek odpowiedzialnych za utrzymywanie kontaktów ze środkami masowego przekazu. Rzecznicy prasowi, upoważnieni urzędnicy bądź odpowiednie wydziały urzędów miejskich (lub rzadziej - gminnych) i starostw powiatowych, stosując różnego rodzaju kanały dystrybucji, zapewniały mediom dostęp do pożądanых zasobów informacyjnych. Wraz ze stworzeniem prawnych ku temu możliwości władze wielu gmin podjęły ponadto próby równoległego prowadzenia działalności informacyjnej poprzez tworzenie własnych mediów. Powstała więc prasa samorządowa (np. „Wiadomości Gliwickie”, „Wiadomości Rudzkie”, „Gazeta Rybnicka” itd.) czy nawet podległe samorządom rozgłośnie radiowe (np. knurowskie radio „FAN”) lub programy emitowane w telewizji kablowej (np. zabrzańska stacja „GTV”). Przekaz za pośrednictwem mediów

⁷ Bogusława Dobek-Ostrowska, *Miejsce i rola mediów masowych w procesach demokratyzacyjnych*, [w:] *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych. W drodze do wolności słowa i mediów*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2006, s. 34.

⁸ W wyborach z 27 maja 1990 roku wzięło udział 42, 27 proc. ogółu uprawnionych wybierając 2382 rad gmin. Źródło: Obwieszczenie Generalnego Komisarza Wyborczego z dnia 31 maja 1990 r. o zbiorczych wynikach wyborów do rad gmin na obszarze kraju, przeprowadzonych w dniu 27 maja 1990 r. M. P. z 1990 roku. Nr 21, poz. 170.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

samorządowych (bądź przez samorząd kontrolowanych, gdy jako wydawca występował gminny zakład budżetowy, instytucja kultury czy spółka komunalna itp.) mógł być w znacznie większym stopniu nadzorowany przez dysponentów upowszechnianych treści, co przy odpowiednich działaniach komunikacyjnych mogło wpływać na kształtowanie społecznego wizerunku administracji publicznej. W ujęciu medioznawczym warto w tym miejscu określić funkcje, jakie pełni prasa samorządowa w życiu lokalnej społeczności. Wśród nich wyodrębnić należy funkcję informacyjną, która jest najważniejsza dla lokalnej społeczności. Informacja może dotyczyć zarówno wydarzeń, które już miały miejsce, jak i spraw bieżących czy też dopiero mających nastąpić⁹. Pozostałe funkcje to: integracja środowiska lokalnego, kształtowanie opinii, dostarczanie rozrywki. Na pewno media samorządowe popularyzują działania władz lokalnych, lecz raczej nie są w stanie wypełniać wobec nich funkcji kontroli.

Pojawienie się internetu¹⁰, czyli nowego sposobu umożliwiającego przekaz informacji, a szczególnie zwiększenie zakresu dostępu do sieci pod koniec lat dziewięćdziesiątych XX wieku, wygenerowało potrzebę wzmożonej aktywności komunikacyjnej samorządów w tym obszarze. Wobec sieci komputerowej samorząd nie mógł pozostać obojętny. Internet jest bowiem jednym z najnowocześniejszych osiągnięć cywilizacyjnych i kulturowych ostatnich lat oraz najbardziej spektakularnym przejawem budowania społeczeństwa informacyjnego – w obecnej fazie rozwoju nazwanego już społeczeństwem sieciowym – i urzeczywistniania się koncepcji

⁹ Patrycja Szostok, *Prasa samorządowa czy prasa władz samorządowych? Komu służą periodyki finansowane z lokalnych budżetów?*, Katowice 2013, s. 51.

¹⁰ Internet (od ang. inter-network) zgodnie z Encyklopedią PWN to „ogólnoświatowa sieć komputerowa, łącząca lokalne sieci, korzystające z pakietowego protokołu komunikacyjnego TCP/IP, mająca jednolite zasady adresowania i nazywania węzłów (komputerów włączonych do sieci) oraz protokoły udostępniania informacji”. Źródło: <http://encyklopedia.pwn.pl> [dostęp 30 października 2013 roku].

kanadyjskiego filologa, uważanego z guru mediów, Marshalla McLuhana – świata jako globalnej wioski¹¹.

Internet udostępnił, także do dyspozycji samorządów, nieznaną wcześniej możliwość dotarcia do grup celowych z całkowicie moderowanym przekazem. Pozwolił stworzyć platformę informacyjną dającą szansę efektywniejszego zarządzania procesem komunikacji społecznej, ponieważ zapewnia on zarówno pozamedialny kontakt z użytkownikiem (przekaz bezpośredni) jak też stanowi element działalności z zakresu media relations (przekaz za pośrednictwem mas mediów), a z czasem sam stał się środowiskiem medialnym (media społecznościowe). Na początku XXI wieku wykorzystanie dla celów komunikacyjnych prezentacji internetowych przez jednostki samorządowe stało się zjawiskiem powszechnym. Z danych Głównego Urzędu Statystycznego wynikało, że w 2012 roku odsetek osób korzystających z usług e-administracji wzrósł w skali roku o 4,0 pkt proc. do 31,6%. Co czwarta osoba za pomocą Internetu wyszukiwała informacje na stronach administracji publicznej (wzrost o 4,0 pkt proc.). Najczęściej korzystano z usług e-administracji w celu wysyłania wypełnionych formularzy – 10,6% (wzrost o 1,8 pkt proc.)¹².

Formy kontaktu obywatela z urzędem przybierały więc różnorodną formułę zależną od uwarunkowań prawnych i technologicznych, a w szerszym ujęciu też od poziomu zaufania gminnych i powiatowych decydentów wobec skuteczności polityki informacyjnej prowadzonej za pośrednictwem sieci komputerowej, możliwości organizacyjnych czy finansowych samorządów, a z początku przynajmniej również od stopnia dostępu do internetu wśród mieszkańców. Niniejsza praca stanowić ma próbę naukowego określenia zakresu i formuły zastosowania wirtualnych możliwości komunikacyjnych dla bieżącego funkcjonowania, świadczenia usług publicznych (a w tym obsługi interesantów), kształtowania zasad komunikacji przez jednostki

¹¹ Janusz Morbitzer, *Aksjologiczne konteksty internetu*, [w:] *Paradoksy internetu. Konteksty społeczno-kulturowe*, red. M. Szpunar, Toruń 2011, s. 56.

¹² Główny Urząd Statystyczny, Ośrodek Nauki, Techniki, Innowacji i Społeczeństwa Informacyjnego, Raport: „*Społeczeństwo informacyjne w Polsce*”, dział „*E-administracja*”, s. 13, Szczecin 2012.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

administracji samorządowej województwa śląskiego wykorzystujące w tym celu oficjalne serwisy internetowe.

Celem niniejszej pracy jest: (1) analiza stopnia wykorzystania komunikacji internetowej przez jednostki samorządu terytorialnego na terenie województwa śląskiego, (2) ocena efektywności kształtowania społecznego wizerunku administracji publicznej i przedstawicieli jej kierownictwa za pośrednictwem sieci komputerowej, (3) zweryfikowanie dostępności usług publicznych świadczonych przez administrację za pośrednictwem sieci komputerowej, (4) stworzenie typologii portali samorządowych z uwzględnieniem udostępnionej zawartości, a także formy jej kategoryzowania, (5) zbadanie postrzegania witryn jednostek samorządu terytorialnego przez odbiorców, (6) sformułowanie prognozy poszerzenia się zakresu wirtualnej aktywności gmin.

Podjmując temat wykorzystania internetu w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego przyjąłm założenie, że odbiór przez mieszkańców działań podejmowanych przez struktury samorządowe wpływa na poziom aprobaty wobec ich funkcjonowania, a w konsekwencji kształtuje decyzje wyborcze. Stąd społeczny wizerunek administracji publicznej stanowi istotny element w zakresie marketingu politycznego. Intensyfikacji prowadzonych świadomie, a najczęściej również nadzorowanych działań informacyjnych, sprzyjają uwarunkowania legislacyjne zakładające, że część wiadomości i tak ustawowo podlega udostępnieniu w postaci ujednoczonego systemu stron w sieci teleinformatycznej nazwanego „Biuletynem Informacji Publicznej”¹³. Kreowanie opinii o sposobie sprawowania władzy możliwe jest dzięki zastosowaniu różnorodnych form oddziaływania na grupy celowe. Wśród metod zakładających wykorzystanie w tym celu nie tylko mass mediów, lecz także komunikacji bezpośredniej uwagę zwraca potencjał stosunkowo nowego kanału przekazu, jakim jest internet. Szczególnie istotnym, z punktu widzenia

¹³ Zgodnie z art. 8 pkt 1 ustawy o dostępie do informacji publicznej z dnia 6 września 2001 roku „tworzy się urzędowy publikator teleinformatyczny – Biuletyn Informacji Publicznej – w celu powszechnego udostępniania informacji publicznej, w postaci ujednoczonego systemu stron w sieci teleinformatycznej, zwany dalej „Biuletynem Informacji Publicznej”. Dz. U. z 2001 roku. Nr 112, poz. 1198.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

tworzenia i modyfikowania społecznego wizerunku jest fakt, że portale internetowe, serwisy filmowe czy media społecznościowe dają możliwość w pełni moderowanego upowszechniania treści pożądaných przez samorządowe ośrodki życia politycznego.

Zastosowanie sieci komputerowej zdecydowanie ułatwia konsekwentne oraz planowe zarządzanie społecznym wizerunkiem jednostek samorządowych. Dzięki portalom powiatów grodzkich i ziemskich, na których skoncentrowałam niniejszą rozprawę zainteresowani internauci mogą na bieżąco uzyskiwać pożądanę wiadomości nie ponosząc z reguły łatwych do wyodrębnienia kosztów za dotarcie do tych zasobów, jak jest w przypadku zakupu gazety samorządowej. Mogą również pozyskiwać dane w wygodnej dla siebie formule czasowej i lokalizacyjnej bez konieczności dodatkowych oraz ukierunkowanych tylko w tym celu zabiegów, aby otrzymać wiadomości, jak w przypadku bezpłatnych biuletynów samorządowych. Dostają do dyspozycji uporządkowaną i trwałą zawartość informacyjną, której praktyczna eksploatacja jest łatwiejsza niż np. wiadomości zasłyszanych w programie samorządowego radia lub telewizji kablowej. Prezentacje internetowe pozwalają również na utrzymywanie przez nadawców treści public relations mechanizmów komunikacji zwrotnej z adresatami przekazów.

Rozwój możliwości technologicznych zwiększa użyteczność portali i generuje wzrost zainteresowania udostępnianymi tam rozwiązaniami, a wprowadzenie interaktywnych narzędzi spowodowało nie tylko wzmożenie natężenia, ale także wzrost liczby uczestników samego procesu komunikowania publicznego¹⁴. Dzięki temu prezentacje internetowe w pewnym stopniu stają się alternatywnym, wobec niezależnych od gminy środków masowego przekazu, sposobem realizacji strategii informacyjnej bądź uzupełniającym w stosunku do mediów podległych samorządowi albo od niego zależnych. Internet usprawnia ponadto komunikację z odbiorcami o strategicznym znaczeniu dla skuteczności polityki informacyjnej gminy. Należą do nich np. dziennikarze, którzy za pośrednictwem serwisów internetowych mogą czerpać dane niezbędne przy przygotowywaniu materiałów prasowych.

¹⁴ Karolina Burno, *Blog jako nowa forma komunikowania politycznego na przykładzie blogów polityków Platformy Obywatelskiej (2004-2010)*, Toruń 2013, s. 14.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Portale gminne i powiatowe dają zarazem ogromną szansę kreowania wizerunku władzy przyjaznej mieszkańcom wobec osób posiadających prawa wyborcze i... dostęp do sieci. Upowszechnienie tzw. „e-urzędów”, czyli przenoszenie do przestrzeni wirtualnej elementów biura obsługi interesantów ułatwia wszystkim chętnym załatwienie urzędowych formalności stymulując jednocześnie pozytywne nastawienie wobec administracji samorządowej. Rosnącą rolę sieci komputerowej w procesie komunikowania społecznego determinują też uwarunkowania techniczne (rozwój sieci osiedlowych, upowszechnienie sztywnych połączeń oraz technologii bezprzewodowych) wpływające na sukcesywny wzrost liczby aktywnych internautów nie tylko wśród młodych ludzi¹⁵. Komunikacja internetowa stanowi wreszcie optymalny w ujęciu ekonomicznym i logistycznym sposób prezentacji oraz promocji gminy lub powiatu. Dotyczy to potencjalnych inwestorów, turystów, kooperantów czy dostawców współdziałających z miejscowymi firmami itd.

Z uwagi na powszechność posługiwania się komunikacją internetową można więc prognozować poszerzenie się zakresu wirtualnej aktywności władz samorządowych, a także wzrost znaczenia cyberprzestrzeni w procesie kształtowania społecznego wizerunku administracji publicznej. Problem badawczy podjęty w niniejszej rozprawie obejmuje opis prezentacji internetowych jednostek samorządu terytorialnego na terenie województwa śląskiego, analizę zastosowanych rozwiązań formalnych, strukturę komunikowania z wykorzystaniem narzędzi dostępnych w cyberprzestrzeni oraz zaadaptowanie tych działań do określonego strategią komunikacyjną samorządów kształtowania społecznego wizerunku władz lokalnych oraz działań z zakresu marketingu terytorialnego.

¹⁵ Z raportu Centrum Badania Opinii Społecznej pt. „Internauci 2013” wynika, że „w poprzedniej dekadzie internet rozwijał się bardzo dynamicznie. W roku 2002 korzystała z niego niespełna jedna piąta Polaków (17%), a w 2010 – już ponad połowa (51%). W tym roku odnotowujemy dalszy wzrost liczby użytkowników internetu. Obecnie stanowią oni trzy piąte ogółu dorosłych(...). Czynnikiem, który najsilniej determinuje przystępność internetu, jest wiek. Z sieci korzystają niemal powszechnie najmłodszy respondenci (w wieku 18–24 lata), a także zdecydowana większość osób mających od 25 do 45 lat. Liczba użytkowników internetu spada wraz z wiekiem. Spośród osób mających od 55 do 64 lat jedynie dwie piąte bywa online regularnie, a wśród najstarszych badanych – zaledwie co dziesiąty”. Źródło: Raport CEBOS nr BS/75/2013 „Internauci 2013”, Warszawa 2013.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

W rozprawie postawiłam hipotezę, że istotny we wielu sferach aktywności technologiczny rozwój internetu¹⁶, a przede wszystkim wzrost jego znaczenia w procesie komunikowania społecznego sprawia, że przestrzeń wirtualna staje się obszarem coraz ważniejszym dla kształtowania komunikacji podmiotów ze sfery polityki, gospodarki, administracji, kultury, sportu, nauki itd. Komunikacja ta dla osób oraz środowisk zaangażowanych w proces zarządzania na szczeblu lokalnym ma znaczenie strategiczne, gdyż w dużym stopniu warunkuje możliwość zdobycia i sprawowania władzy w systemie demokratycznym zwiększając jednocześnie szansę na reelekcję. Hipoteza badawcza zakłada wzrost znaczenia działań w cyberprzestrzeni dla efektywności procesu komunikacji samorządów z grupami docelowymi. Kolejna hipoteza precyzuje więc, że celowi temu służy nie tylko prawem wymagane udostępnianie informacji publicznej oraz poszerzanie zakresu świadczenia usług publicznych drogą elektroniczną, lecz sięganie również po nowoczesne rozwiązania technologiczne poprawiające skuteczność komunikowania internetowego. Założenie, że samorządy sukcesywnie adaptują narzędzia elektroniczne mające zapewniać przekaz informacji oraz utrzymywanie sprzężenia zwrotnego to kolejna hipoteza badawcza.

Wreszcie postawiłam hipotezę, że portale internetowe gmin oraz powiatów traktowane są jako nośnik umożliwiający dywersyfikację dystrybucji treści upowszechnianych w mediach samorządowych lub mediach pozostających pod jego kontrolą. Samorządy dysponując ograniczonymi zasobami instrumentów efektywnego kreowania indywidualnej polityki medialnej w oparciu o takie środki masowego przekazu jak ogólnopolska telewizja, prasa ukazująca się na terenie całego kraju oraz radia o zasięgu większym niż regionalny - z powodzeniem mogą bowiem wykorzystać możliwości stwarzane przez internet. Ponosząc stosunkowo ograniczone nakłady finansowe oraz organizacyjne uzyskują narzędzie praktycznego realizowania własnych

¹⁶ Z dokumentów planistycznych wynika, że Unia Europejska uznaje za priorytetowe świadczenie przez internet: (1) usług publicznych realizowanych drogą elektroniczną (e-government); (2) usług medycznych świadczonych na odległość (e-health); (3) nauczania na odległość (e-learning), a także (4) handlu elektronicznego (e-commerce, e-business). Źródło: Ministerstwo Nauki i Informatyzacji, *Proponowane kierunki rozwoju nauki i technologii w Polsce do roku 2020*, Warszawa 2003, s. 13.

strategii informacyjnych, promocyjnych (np. z zakresu marketingu terytorialnego i tworzenia marki miejskiej) bądź reklamowych (np. zachęcanie do udziału w imprezach kulturalnych, sportowych, edukacyjnych itd.).

Odpowiednio zarządzając dystrybucją treści, a także wykorzystując efekty zjawiska konwergencji mediów, a w tym np. elementy multimedialne, dodatki podnoszące atrakcyjność prezentacji i ułatwiające mieszkańcom zdalne wykonanie części czynności urzędowych, jednostki samorządowe są w stanie skutecznie kreować swój społeczny wizerunek za pośrednictwem internetu. Postawiłam też hipotezę zakładającą, że działanie takie może pełnić prymarną funkcję wśród pozostałych kanałów przekazu treści public relations, a wraz z upływem czasu także innych form aktywności komunikacyjnej lub czynności urzędowych oraz działań o charakterze politycznym bądź obywatelskim. Spotęgowanie zastosowań sieci komputerowej zapewne przyczyni się bowiem do tworzenia społeczeństwa postindustrialnego zwanego społeczeństwem informacyjnym (ang. information society), które można zdefiniować jako społeczeństwo, w którym jakość życia, jak również perspektywy rozwoju gospodarczego i społecznego zależą w coraz większym stopniu od informacji i jej wykorzystania. W takim społeczeństwie standardy życia, pracy i spędzania wolnego czasu, systemu edukacji i gospodarki są uzależnione od postępów w dziedzinie informacji. Odzwierciedleniem tego jest powiększający się zakres produktów i usług opartych na informacji¹⁷.

Postawione hipotezy zweryfikowałam poprzez przeprowadzenie analizy materiałów dotyczących: (1) zawartości oficjalnych stron internetowych powiatów ziemskich oraz powiatów grodzkich w województwie śląskim, (2) sposobów prezentacji zawartości tych portali, (3) poziomu zastosowania komunikacji zwrotnej, (4) zasad tworzenia usprawnień w zakresie obsługi interesantów w modułach typu „e-Urząd”, (5) stopnia użyteczności zgromadzonych zasobów oraz (6) możliwości rozwoju projektów komunikacyjnych opierających się o wykorzystanie sieci komputerowej.

¹⁷ Jerzy Olędzki, *Komunikowanie w świecie. Narzędzia, teorie, unormowania*, Warszawa 1998, s. 15.

Przedmiotem prowadzonych badań byli reprezentujący jednostki administracji samorządowej województwa śląskiego nadawcy treści upowszechnianych na portalach administrowanych przez wszystkie urzędy miejskie oraz starostwa powiatowe z terenu całego województwa śląskiego. Badania instrumentów polityki komunikacyjnej samorządów przeprowadzone przez Patrycję Szostok i Roberta Rajczyka w skali ogólnopolskiej m.in. wskazują, że częstotliwość aktualizowania treści witryn internetowych jest wprost proporcjonalna do wielkości jednostki samorządu terytorialnego. Warto jednak zaznaczyć, że w przypadku powiatów witryna internetowa ma charakter bardziej promocyjny niż informacyjny¹⁸. Stąd wynikała konieczność przeprowadzenia na potrzeby niniejszej rozprawy analizy zawartości poszczególnych portali oraz ustalenia stanu faktycznego również odnośnie formuły aktualizacji treści czy charakteru prezentacji internetowej administrowanej przez poszczególne urzędy miejskie lub starostwa powiatowe.

Biorąc pod uwagę konieczność zachowania właściwych proporcji – ze względu na potencjał poszczególnych gmin – wprowadziłam dwie kategorie porównawcze odnoszące się do podziału zastosowanego w prawodawstwie regulującym reformę polskiego samorządu, czyli „powiatu” i „miasta na prawach powiatu”. Zgodnie z ustawą o samorządzie powiatowym status „miasta na prawach powiatu” przysługuje m.in. miastom, które „w dniu 31 grudnia 1998 r. liczyły więcej niż 100 000 mieszkańców”, a „ustrój i działanie organów miasta na prawach powiatu, w tym nazwę, skład, liczebność oraz ich powoływanie i odwoływanie, a także zasady sprawowania nadzoru określa ustawa o samorządzie gminnym”¹⁹.

W myśl ustawy o samorządzie powiatowym gminy tworzące powiat powinny natomiast obejmować „terytorium możliwie jednorodne ze względu na układ osadniczy i przestrzenny, uwzględniający więzi społeczne, gospodarcze i kulturowe

¹⁸ Patrycja Szostok, Robert Rajczyk, *Komunikowanie lokalne w Polsce. O instrumentach polityki komunikacyjnej samorządów*, Katowice 2013, s. 150 i 151.

¹⁹ Art. 91 oraz pkt 3 art. 92 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym. Dz. U. z 1998 roku. Nr 91 poz. 578.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

oraz zapewniający zdolność wykonywania zadań publicznych”²⁰. Uszeregowanie badań samorządowych portali internetowych według zastosowanych kategorii wyodrębniających duże gminy będące (1) „miastami na prawach powiatu” oraz zbiory małych gmin tworzących (2) „powiat” wydaje się uzasadnione ze względu na uwarunkowania ekonomiczne, logistyczne i technologiczne różnicujące duże organizmy miejskie i pozostałe miejscowości z terenu województwa śląskiego.

Z kolei pod względem prawnym system komunikowania powiatu oraz miasta na prawach powiatu był ujednolicony, co ułatwiało przeprowadzenie analiz porównawczych. Stosowałam jednocześnie pojęcie „powiat grodzki” w stosunku do miasta na prawach powiatu, gdzie organem uchwałodawczym jest rada miasta, a wykonawczym prezydent miasta. Posługiwałam się zarazem zwrotem „powiat ziemski” określając zbiór gmin tworzących powiat, gdzie organami są: (1) rada powiatu; (2) zarząd powiatu, którego przewodniczącym jest starosta powiatowy²¹. Identyczną frazeologię wykorzystują też jednostki administracji państwowej, chociaż „powiat ziemski”, który wykonuje określone ustawami zadania publiczne o charakterze ponadgminnym formalnie w ustawie o samorządzie powiatowym nazwany jest wyłącznie „powiatem”. Wprowadzone dookreślenia porządkują jednak stosowane zabiegi systematyzujące materiał badawczy. Przykładem jest typologia „powiatów województwa śląskiego” upowszechniona na stronie Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego, gdzie miasta na prawach powiatu nazwano „powiatami grodzkimi”, a powiaty „powiatami ziemskimi”²².

²⁰ Pkt. 3 art. 3 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym.

²¹ Art. 26, pkt. 2 ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym. Dz. U. z 1998 roku. Nr 91, poz. 578.

²² Gminy i powiaty województwa śląskiego sklasyfikowane były na oficjalnej stronie internetowej Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego jako „powiaty grodzkie” i spisy gmin tworzących „powiaty ziemskie”. Źródło: <http://www.katowice.uw.gov.pl> [dostęp 28 grudnia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Okres procesu badawczego obejmuje czas od wyborów samorządowych przeprowadzonych w roku 2010²³ do zakończenia analiz wykonywanych na rzecz niniejszej pracy w grudniu roku 2013.

²³ W wyborach samorządowych przeprowadzonych 21 listopada w 2010 roku (II tura odbyła się 5 grudnia 2010 roku) w województwie śląskim wybrano 96 wójtów, 47 burmistrzów oraz 24 prezydentów miast. Na terenie województwa zamieszkiwało 4 544 618 osób, z czego 3 737 827 było uprawnionych do głosowania. Frekwencja wyborcza wyniosła 42,94 proc. Źródło: oficjalna strona internetowa Państwowej Komisji Wyborczej pod adresem <http://wybory2010.pkw.gov.pl> [dostęp 16 grudnia 2013 roku].

Rozdział I

TEORETYCZNE ASPEKTY PROCESU KOMUNIKOWANIA SPOŁECZNEGO JEDNOSTEK SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

Komunikacja społeczna – ujęcie teoretyczne

Pojęcie „komunikowania się” w rozumieniu nauk społecznych do literatury wprowadził amerykański socjolog Charles Horton Cooley w pracy z 1894 roku pt. „The Theory of Transportation”, a w wydanym piętnaście lat później studium „Social Organization” określił on istotę zjawiska jako mechanizm, dzięki któremu ludzkie stosunki istnieją i rozwijają się, a wytworzone przez umysł ludzki symbole są przekazywane w przestrzeni i zachowywane w czasie²⁴. Modele komunikowania, postrzeganego w kategoriach porozumiewania się posiadają różnorodną strukturę odzwierciedlającą nacisk na akcentowanie roli poszczególnych elementów procesu. Analizie podlegają więc zarówno biorący w nim udział uczestnicy, wykorzystywane środki przekazu, przebieg komunikowania, jak też jego skutki. Stąd komunikowanie w różnych definicjach traktowane jest m.in. jako: (1) transmisja, (2) rozumienie, (3) oddziaływanie, (4) łączenie, tworzenie wspólnoty, (5) interakcja, (6) wymiana, (7) składnik procesu społecznego²⁵. Powoduje to, że różni autorzy – na ogół zgodnie z perspektywą reprezentowanej dyscypliny naukowej – odmiennie charakteryzują cechy komunikowania²⁶.

W omawianym procesie z całą pewnością wyróżnić można takie elementy jak: nadawca, intencja, przekaz, kodowanie, działanie komunikacyjne, kanał, szum,

²⁴ Bogusława Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004, str. 12.

²⁵ Więcej na temat procesu komunikowania społecznego w ujęciu politologicznym w takich publikacjach jak np.: Bogusława Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2006.

²⁶ Tomasz Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 42 i 43.

odbiorca, dekodowanie, interpretacja, efekt bądź sprzężenie zwrotne. Ocena ich wzajemnych relacji w dużej mierze zależy od ukierunkowania zainteresowań badawczych, gdyż na przykład behawioryści i funkcjoniści są zgodni, że proces komunikowania polega na transmisji przekazu od jednego centralnego nadawcy do licznych i oddalonych odbiorców. Jedni i drudzy interesują się relacjami między mediami a społeczeństwem, zakresem i siłą wpływu mediów na zachowania oraz postawy odbiorców. Pomimo to problematyka badań podejmowanych przez obie grupy badaczy jest odmienna²⁷.

W historii badań medioznawczych spójną propozycją systemowego przedstawienia zjawiska z wyznaczeniem przedmiotu badań oraz pól badawczych była m.in. formuła Lasswella. W sposób bardzo praktyczny Harold D. Lasswell w artykule „The structure and function of communication in society” (1948) próbując usystematyzować podejście badawcze do procesu komunikowania masowego, napisał, iż należy badać pięć jego komponentów (pól), po to, aby w rezultacie otrzymać klarowny obraz całości. A zatem trzeba badać komunikatorów (*who says? – communicator*), zawartość mediów (*what? – content*), same media (*in which channel? – medium*), odbiorców (*to whom? – audience*), i efekty oddziaływania (*with what effect? – effect*). Każde z tych pól zawiera w sobie różne aspekty polityczne, ekonomiczne, socjologiczne i psychiczne, wzajemnie się przeplatające, których nie można jednoznacznie rozdzielić²⁸.

Faktem jest zarazem, że wyodrębniony akt komunikowania przedstawiany jest w formie zredukowanej jako oddziaływanie trzech elementów, czyli nadawcy, przekazu i odbiorcy, gdzie nadawcą nazywamy ten podmiot komunikowania, który bezpośrednio lub pośrednio jest odpowiedzialny za treść i formę przekazu. Bywa on też nazywany komunikatorem i źródłem przekazu. Przekaz, czyli treści intelektualne i emocjonalne przenoszone między nadawcą a odbiorcą, bywa nazywany również

²⁷ Bogusława Dobek-Ostrowska, *Nauka o komunikowaniu: paradygmaty, szkoły, teorie*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2001, s. 27.

²⁸ Stanisław Michalczyk, *Spółczesność medialna. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008, s. 87.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

komunikatem lub informacją. Odbiorca tego przekazu, czyli komunikatu lub informacji, to inaczej adresat lub recypient²⁹.

Opisane elementy procesu komunikacji znajdują oczywiście zastosowanie w podlegającym badaniu w niniejszej rozprawie komunikowaniu publicznym samorządów. W modelu uproszczonym bez wprowadzania parametru trójstrzeblowego podziału administracji samorządowej nadawcami (kto mówi?) są wówczas określone ustawą z 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym³⁰ organy gminy działające na rzecz zaspokojenia zbiorowych potrzeb wspólnoty stanowiącej w takim ujęciu jednocześnie grupę odbiorców (do kogo?), a w sytuacji wykorzystania środków masowego przekazu - publiczność medialną. W celu realizacji zadań informacyjnych lub promocyjnych gminy mogą być formułowane przez jednostkę samorządu terytorialnego przekazy (co mówi?) odnoszące się do poszczególnych zagadnień ważnych dla społeczności lokalnej, które następnie dystrybuowane będą za pomocą różnorodnych narzędzi komunikacyjnych (jakim kanałem?), wśród których niebagatelne i rosnące wraz z wielkością danej miejscowości znaczenie mają mass media, a w tym obszarze szczególnie media o zasięgu lokalnym.

Z uwagi na rozwój technologiczny konieczne jest dzisiaj branie pod uwagę internetowego aspektu mediów lokalnych. Innymi słowy, za współczesne media lokalne powinno się uważać: prasę lokalną, radio lokalne, miejską lub miejscową telewizję kablową, różne formy internetowe, pod warunkiem, że przeważająca część ich zawartości wiąże się z określonym miejscem. Najważniejszą kategorią pozwalającą wyróżnić internetowe media lokalne jest ich zawartość, mniej istotny – ważny w przypadku mediów tradycyjnych – zakładany krąg odbiorców lub miejsce wydawania³¹. Odbiorcami aktywności komunikacyjnej gmin są w pierwszym rzędzie mieszkańcy, co powoduje, że działania informacyjne i promocyjne samorządów w

²⁹ Walery Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 20.

³⁰ Ustawa o samorządzie gminnym z 8 marca 1990 roku. Dz. U. z 1990 r. Nr 16, poz. 95.

³¹ Rafał Polak, *Modele samorządowych portali internetowych*, [w:] *Problemy i wyzwania public relations w świetle badań i praktyki*, red. D. Tworzydło i Zb. Chmielewski, Rzeszów 2009, s. 159.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

dużej mierze również w tym aspekcie mogą być postrzegane w kategoriach komunikowania lokalnego, którego celem jest efekt perswazyjny (z jakim skutkiem?) wyrażony np. partycypacją obywatelską. Kolejnymi grupami docelowymi mogą być np. inwestorzy, struktury regionalne i lokalne partii politycznych, organy administracji rządowej, instytucje sprawujące nadzór nad samorządami, podmioty rynku kapitałowego, zakłady przemysłowe czy korporacje mające siedzibę lub oddział na terenie gminy. Adresaci działań komunikacyjnych to również wyszczególnione grupy złożone na przykład z przedsiębiorców, odbiorców oferty kulturalnej, edukacyjnej lub sportowej dostępnej na terenie gminy, młodzieży zamierzającej podjąć studia, turystów, a niekiedy też np. pielgrzymów. Kategoryzacja tych grup zależy od potencjału konkretnej gminy i przyjętej strategii komunikacyjnej, która przewidywać może indywidualne rozłożenie akcentów podczas utrzymywania relacji informacyjnych m.in. z liderami opinii, organizacjami i stowarzyszeniami, partiami politycznymi, przedsiębiorcami i podmiotami gospodarczymi, miastami partnerskimi itp.

Obok komunikacji ukierunkowanej na otoczenie zewnętrzne instytucji ważną rolę odgrywa komunikacja wewnętrzna, gdzie odbiorcami przekazów jednostek samorządu terytorialnego są natomiast pracownicy, ich rodziny oraz emeryci i renciści zatrudnieni niegdyś w administracji publicznej, a także pracownicy gminnych spółek, instytucji kultury, zakładów budżetowych oraz przedsiębiorstw wobec których samorząd sprawuje funkcje nadzoru właścicielskiego. Komunikację wewnętrzną traktować można także jako narzędzie upowszechniania kultury organizacyjnej samorządu kształtującą ideologię, ujednolicającą procedury i stosowany aparat pojęciowy czy precyzującą zasady podległości służbowej. Na marginesie zaznaczyć warto, że w opinii naukowców zajmujących się tym tematem praktyka pokazuje jednak, że nie mamy do czynienia ze świadomym kształtowaniem kultury organizacyjnej administracji samorządowej. Tym samym do wykorzystania pozostaje olbrzymia rezerwa możliwości w podnoszeniu sprawności działania urzędów samorządowych. Aby ją wykorzystać potrzebni są jednak decydenci świadomi znaczenia aspektów kulturowych funkcjonowania organizacji, wyposażeni w

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

umiejętność wykorzystywania narzędzi kształtowania kultury organizacyjnej. A takich osób w urzędach samorządowych niewątpliwie brakuje³², co wskazuje na potrzebę prowadzenia działań edukacyjnych i szkoleniowych w odniesieniu do pracowników samorządowych.

Niniejsza rozprawa koncentruje się na procesie komunikacji społecznej jednostek samorządu terytorialnego. W systemie demokratycznym wpisuje się on w komunikowanie publiczne rozumiane jako komunikowanie formalne zachodzące w określonej przestrzeni komunikacyjnej (informacyjnej) mające na celu przekazywanie i wymianę informacji o publicznym zastosowaniu oraz podtrzymywanie więzi społecznych przez odpowiedzialne za ten proces instytucje³³. W przypadku samorządu część informacji oczekiwanych przez odbiorców może zostać przekazana na poziomie komunikacji wewnątrzgrupowej, która odbywa się z otoczeniem wewnętrznym w relacjach z pracownikami urzędu miejskiego, miejskich instytucji kultury, ośrodków pomocy społecznej i wsparcia rodziny, zakładów ochrony zdrowia, placówek oświatowych, podległych samorządowi spółek gminnych, centrów sportowych i rekreacyjnych itd. Trzeba przy tym pamiętać, że w komunikowaniu się wewnątrzgrupowym dochodzi do wytworzenia się pewnej zażyłości. Wbrew powszechnemu mniemaniu komunikowanie w małej grupie uchodzi za bardziej złożone aniżeli porozumiewanie publiczne. Relacje i ich uwarunkowania są liczniejsze i bardziej skomplikowane. Warto zwrócić uwagę, że członkowie danej grupy zwykle należą nie tylko do niej, a to oznacza mieszanie się cech różnych grup³⁴.

W relacjach z otoczeniem zewnętrznym komunikacja taka na poziomie samorządu odbywać się może podczas spotkań m.in. z radami dzielnic i osiedli,

³² Dominika Bąk-Grabowska, *Kształtowanie kultury organizacyjnej w urzędach administracji samorządowej*, [w:] *Nauki Społeczne 2. Współczesne społeczeństwa - nadzieje i zagrożenia*, red. O. Kowalczyk, Wrocław 2010, s. 271.

³³ Bogusława Dobek-Ostrowska, Robert Wiszniowski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2002, s. 18.

³⁴ Katarzyna Bocheńska-Włostowska, *Akademia umiejętności interpersonalnych. 20 spotkań z komunikacją*, Kraków 2009, s. 194.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

przedstawicielami inwestorów, związków zawodowych, służb i inspekcji państwowych, a także m.in. z organizacjami pozarządowymi i różnego rodzaju stowarzyszeniami (zrzeszającymi np. lokalnych przedsiębiorców, organizacje turystyczne, rodziców, działkowców, rolników, kombatanatów, hobbystów, emerytów i rencistów itd.). Specyfika działalności samorządu, gdzie ogniskują się reprezentacje interesów różnych grup i ośrodków decyzyjnych powoduje, że często dochodzi do płynnego przejścia pomiędzy komunikacją wewnątrzgrupową, a komunikacją międzygrupową. Zaznaczyć też należy specyficzną funkcję pełnioną w tym systemie przez cyberprzestrzeń z intranetem³⁵ czy profilami wewnętrznymi w mediach społecznościowych. Kolejny szczebel procesu komunikacji angażujący znacznie liczniejsze grupy odbiorców, to komunikowanie masowe rozumiane jako jeden z procesów komunikacyjnych na skalę ogólnospołeczną, znajdujący się na szczycie piramidy rozkładu innych procesów komunikacyjnych wyróżnionych na podstawie tego kryterium³⁶.

W kontekście komunikowania publicznego warto przypomnieć pojęcia wynikające z piramidy komunikacyjnej Denisa McQuaila w sposób systemowy porządkujące analizowane wcześniej kwestie. Piramida ta ma podstawę w postaci zachodzącej w umyśle komunikacji intrapersonalnej (np. przetwarzania informacji), następnie komunikowania interpersonalnego (np. między dwiema osobami), które można określić jako bezpośrednie i wzajemne wpływanie na siebie dwóch osób lub grup społecznych³⁷, a potem kolejno: komunikowania wewnątrzgrupowego (np. w miejscu pracy), komunikowania międzygrupowego i instytucjonalnego (np. we wspólnocie lokalnej), aby dojść do skali ogólnospołecznej, czyli właśnie komunikowania masowego.

³⁵ Zgodnie z definicją podawaną przez Słownik Języka Polskiego intranet, to: „wewnętrzna sieć komputerowa przedsiębiorstwa lub organizacji wykorzystująca technologię internetową”. Źródło: <http://sjp.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

³⁶ Denis McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 36.

³⁷ Marcin Gębarowski, *Współczesne targi. Skuteczne narzędzie komunikacji marketingowej*, Gdańsk 2010, s. 46.

Rola i znaczenie środków masowego przekazu

Komunikowanie za pośrednictwem środków masowego przekazu ma charakter szczególny zarówno dla partycypacji obywatelskiej w zarządzaniu publicznym, jak też dla modelowania formuły społecznego postrzegania organów sprawujących władzę w skali państwa, regionu czy powiatu lub gminy. Dlatego właśnie media mają nie tylko decydujący wpływ na to, jakie tematy funkcjonują w opinii publicznej, ale także na podejmowane realne decyzje. A zatem demokracja decyzji zależy od sposobów i zasad selekcji tematów (informacji), nadawania im mniejszej lub większej rangi społecznej. W konsekwencji media wywierają wpływ na legitymizację decyzji i całej władzy. Mimo to, a może właśnie dlatego w ostatnich latach (dziesięcioleciach) została zatracona transparentność procesów demokratycznych, kształtowania woli oraz podejmowania decyzji. Dla obywateli procesy te stają się niezrozumiałe, a co najmniej trudne do zrozumienia. Wynika to m.in. z pogmatwania całej sfery politycznej i publicznej przez inwazyjny public relations. Innymi słowy, aktorzy i organizacje coraz silniej są skazani na mediatyzację, a nie na bezpośrednie związki i relacje z obywatelami³⁸.

W praktyce zazwyczaj mieszkańcy tyle wiedzą o działaniach władz centralnych, wybuchających konfliktach między partiami lub ich frakcjami czy działaniach politycznych podejmowanych przez organy państwa, ile dowiedzą się z prasy, radia, telewizji, a ostatnio - coraz częściej - z przekazów internetowych, w tym z wymykających się nierzadko nadzorowi redakcyjnemu artykułów, komentarzy i felietonów publikowanych w tzw. blogosferze³⁹. Takie wiadomości w

³⁸ Stanisław Michalczyk, *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*, Toruń 2010, s. 55.

³⁹ Blogosfera (ang. blogosphere) to pojęcie określające internetową sieć społeczną stworzoną przez blogi. Z danych zebranych przez Interaktywny Instytut Badań Rynkowych z Warszawy wynika, że „2/3 polskich internautów deklaruje, że zdarza im się czytać blogi, a 30% robi to co najmniej raz w tygodniu (co ciekawe, wśród internautów w wieku 50 lat i więcej, odsetek ten sięga prawie 40%). Aktywność ta jest częściej podejmowana przez kobiety, co nie dziwi, biorąc pod uwagę, że są one w ogóle częściej odbiorcami blogosfery”. Źródło: Blogosfera w oczach internautów - badanie IIBR, informacja prasowa

cyberprzestrzeni rozchodzą się nie tylko poprzez portale ogólnoinformacyjne zapewniające różnego rodzaju formy komunikacji zwrotnej, ale także – a może już przede wszystkim – dzięki mediom społecznościowym. Media te wypełniają coraz istotniejszą rolę jako instrument nie tylko komunikacyjny, lecz także integracyjny w odniesieniu do odbiorców, którzy dzięki nim właśnie stają się aktywnymi fanami i konsumentami, tworzą społeczności sieciowe wokół własnych zainteresowań, żywo dyskutują, organizują sobie przestrzeń wymiany opinii, wiedzy, a także emocji związanych z treściami kultury popularnej, wykorzystując do swych poszukiwań internet⁴⁰. Mimo to, w badanym okresie, eksplozja przekazywanych treści w sieci zwykle miała jednak swoje źródło w przekazach upowszechnianych przez media tradycyjne, a nierzadko też była przez nie inspirowana.

1.2.1. Zmiany w formule działalności mediów komercyjnych wynikające z procesów konwergencji, konkurencji i koncentracji własności

Należy zaznaczyć, że w badanym okresie konsekwencją konkurencji rynkowej była zmiana formuły działalności mediów. Wciąż bowiem nasilała się rywalizacja o przyciągnięcie oraz utrzymanie uwagi odbiorców poprzez demontowanie dotychczasowych form wyrazu i efektowne zastępowanie ich instrumentami zarezerwowanymi dotychczas dla sfery rozrywki czy co najwyżej prasy bulwarowej. Język mediów stał się orężem w walce konkurencyjnej o nabywców⁴¹. Nie tylko komunikatorzy zawodowi, zazwyczaj świadomi znaczenia używanej retoryki, doboru tematów i formy ich prezentacji, wykorzystywali język odzwierciedlający bazującą na

z 10 października 2013 roku, serwis internetowy pod adresem <http://nowymarketing.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

⁴⁰ Anna Sugier-Szerega, *Komunikacja globalna a rozwój „kultury uczestnictwa”*, [w:] *Tożsamość i komunikacja*, red. J. Szulich-Kałuża, L. Dyczewski, Lublin 2011, s. 37.

⁴¹ Dariusz Krawczyk, *Język środków masowego przekazu a prestiż zawodu dziennikarza w kontekście zjawiska konwergencji mediów*, [w:] *W kręgu literatury i języka. Tom III*, red. M. Michalska-Suchanek, Gliwice 2012, s. 263.

emocjach linię programową mediów w zakresie dotarcia do konkretnych grup odbiorców, utrzymania ich uwagi, pobudzania oczekiwań informacyjnych. Tabloidy oczywiście krzyczały do czytelników o tym samym zagadnieniu w odmienny sposób niż relacjonowały go tzw. niezależne media opiniotwórcze lub próbowały objaśniać redakcje zaangażowane politycznie czy religijnie. Poszczególne obszary medialne posługiwały się własną specyfiką wyrazu. Rzadko jednak we wszystkich tych przypadkach wykorzystywany był język wyważony, chłodno oddający sens problemu, bez prób komentowania tematu samą stylistyką wypowiedzi. Na znaczeniu w sposób oczywisty zyskiwały: zwięzłość przekazu, dynamika i ekspresja. Zmiany w sposobie komunikowania szczególnie wyraźnie ujawniły się w przypadku sieci komputerowej. Podejmując w rozprawie temat komunikacji w cyberprzestrzeni należy więc zwrócić uwagę na jeden z jej aspektów jakim jest właśnie język, którym posługują się użytkownicy sieci. Internet posiada także pod tym względem swoją specyfikę wynikającą m.in. z faktu, że jest medium kształtującym się i kształtowanym przez jego użytkowników w opozycji do mediów oficjalnych, zinstytucjonalizowanych. Najwyraźniejszą językową manifestacją tej opozycji jest stosunek internautów do rygorystycznie skodyfikowanej oficjalnej ortografii i wyraźne rozluźnienie normy językowej na wszystkich jej poziomach⁴². Język ten wymusza w sieci komputerowej również nieco inną formę debaty publicznej na temat kwestii dotyczących rozwoju lokalnego.

Z przeprowadzonych badań⁴³, którym poddano w 2006 roku forum internetowe dostępne dla użytkowników portalu gazeta.pl wynika, że poruszana w sposób pragmatyczny i racjonalny problematyka lokalna, a szczególnie kwestie związane z rozwojem regionalnym wyróżniają się na tle nacechowanych ideologicznie i

⁴² Marian Bugajski, *Język w komunikowaniu*, Warszawa 2007, s. 489.

⁴³ Badanie przeprowadzone zostało na materiałach tekstowych pobranych retrospektywnie z należącego do spółki Agora SA portalu Gazeta.pl, w taki sposób, aby próba dotyczyła okresu kampanii wyborczej przed wyborami samorządowymi w 2006 roku. Więcej o badaniu: Michał Bukowski, *Internauci o wyborach - analiza słów sztandarowych na forum Gazeta.pl*, [w:] *Wybory samorządowe w kontekście mediów i polityki*, red. M. Magoska, Kraków 2008.

emocjonalnie debat o sprawach mających zasięg ogólnopolski. W aspekcie lokalnym mniejsze znaczenie niż w ujęciu krajowym odgrywa też rywalizacja między reprezentującymi poszczególne opcje partyjne aktorami sceny politycznej. Na podlegającym badaniu forum udostępnionym użytkownikom przez portal internetowy pod adresem www.gazeta.pl analiza konkretnych wypowiedzi wskazuje również na radykalizację i brutalizację (wulgaryzację formy dyskursu). Mapa dyskursu wskazała także na skupienie symboli bliskich rozwojowym sprawom miasta, pozostających w pewnej odległości od ideologii i wątków personalnych. W skupieniu tym znalazły się sprawy gospodarcze, inwestycyjne, planowania przestrzennego, wsparcia unijnego oraz pracy. Obszar ten może być elementem dyskursu przedwyborczego, skoncentrowanego na tym, co lokalne (a nie centralne), co bardziej materialne i bliskie codzienności (a nie świątopoglądowe i dalekie od spraw codziennych), co dotyczy teraźniejszości i przyszłości (a nie przeszłości)⁴⁴. Perspektywa lokalna wpływa bowiem na zachowanie dystansu od ideologii oraz postrzeganie zjawisk społecznych, politycznych czy gospodarczych w sposób bardziej wyrazisty, a wręcz namacalny. Nieco łatwiejsza staje się też weryfikacja skutków tych zjawisk oraz ocena stopnia wiarygodności, rzetelności i staranności przygotowania upowszechnianych o nich wiadomości. Inaczej – co warto podkreślić – niż w przypadku odbierania informacji mających wymiar ogólnokrajowy lub nawet globalny docierających do widzów, radiosłuchaczy, czytelników bądź internautów za pośrednictwem mass mediów. Jakikolwiek media kształtując społeczne wyobrażenie o danym zjawisku nie są wolne od zagrożenia manipulacją czy wynikającą z linii programowej konkretnych redakcji nieracjonalną formułą przedstawiania rzeczywistości. Wówczas misja dziennikarska wykonywana będzie w oparciu np. o sympatie polityczne, powiązania biznesowe, dążenie do epatowania emocjami i sensacją itd. Zagrożenie to dotyczy również mediów lokalnych, lecz w ich sytuacji ze względu na bliskość terytorialną zajścia i relacji o nim czasami odbiorca sam, we własnym zakresie, może przekonać się jaki przebieg miało dane wydarzenie. W tym celu użyteczne jest niezależne od środków

⁴⁴ Michał Bukowski, *Internauci o wyborach - analiza słów sztandarowych na forum Gazeta.pl*, [w:] *Wybory samorządowe(...)*, dz. cyt., s. 140.

masowego przekazu instrumentarium postrzegania zjawisk (np. film dokumentujący przebieg danego zajścia wykonany telefonem komórkowym, zdjęcie zrobione przez fotoamatora czy przekazana osobiście relacja bezpośredniego świadka), które stanowi też siłę zwiększającą potencjał mediów społecznościowych.

Rosnąca rola mass mediów w życiu politycznym przy koncentracji własności w środkach masowego przekazu oraz stale zachodzących procesów globalizacyjnych postrzegana jest także w kategoriach zagrożenia dla prezentowania różnorodności poglądów i postaw. Dochodzi bowiem do promowania ustalonych przez wydawców wzorców kulturowych, a w pewnych sytuacjach można nawet mówić, że demokracji zagraża też swoisty dyktat globalnych mass mediów, które nie odzwierciedlają głosu społeczeństwa, lecz starają się go urabiać⁴⁵. Niestety misją mediów w obecnej rzeczywistości rynkowej wydaje się raczej generowanie zysków dla podmiotów sprawujących nadzór właścicielski niż zapewnianie dostępu do wiarygodnych informacji przyczyniających się do tworzenia społeczeństwa obywatelskiego.

1.2.2. Funkcjonowanie mediów samorządowych wobec zjawiska konwergencji

Konwergencję najogólniej rozumieć można jako zbieżność i podobieństwo, a także proces ich powstawania, nabierania wspólnych cech czy upodobniania się do siebie⁴⁶. Jak pisze Ignacy S. Fiut, w procesie konwergencji zachodzącym w sferze informacyjno-medialnej można zaobserwować trzy podstawowe jej formy, czyli konwergencję technologiczną polegającą na upowszechnieniu się produktów medialnych o zbliżonych właściwościach użytkowych, które są oparte na nowych generacjach technologii informacyjnych. Dobrym jej przykładem są sukcesywne

⁴⁵ Joanna Dzwonczyk, *Spoleczeństwo obywatelskie a globalizacja*, [w:] *Globalizacja - nieznośne podobieństwo? Świat i jego instytucje w procesie uniformizacji*, red. P. Borowiec, B. Krauz-Mozer, Kraków 2008, s. 339.

⁴⁶ Definicja za Słownikiem Języka Polskiego, wydanie internetowe pod adresem <http://sip.pl> [dostęp 20 maja 2013 roku].

procesy cyfryzacji kolejnych form przekazu medialnego. Druga to konwergencja transmisyjna, która z kolei polega na świadczeniu podobnych usług za pomocą odmiennych środków ich realizacji. Ilustruje to wyraźnie rozwój telefonii komórkowej i związanych z nią usług medialnych. Trzecie natomiast, to konwergencja rynkowa (produktów i usług) wynikająca ze wzajemnego przenikania się i zacierania granic między różnymi sektorami rynku medialnego, np. telewizją kablową i telefonią czy internetem⁴⁷.

Zjawisko konwergencji w mediach dotyka także portali samorządowych, a w tym procesie redagowania i formy upowszechniania materiałów informacyjnych przez administratorów dysponujących wytworami pracy twórczej dziennikarzy (np. zatrudnionych przez jednostkę samorządu terytorialnego, spółkę gminną lub agencję reklamową działającą na rzecz samorządu) lub urzędników próbujących wypełniać obowiązki dziennikarskie. Podobnie jak w mass mediach komunikator zawodowy nie jest już dziś – a w każdym razie w myśl nowych strategii nie powinien być – autorem tekstów prasowych. Jest po prostu autorem. Tekstów, zdjęć, obrazów, dźwięków. Dystrybucją treści, które on wytworzy, zajmuje się sekretariat redakcji, który nie bacząc na pomruki językoznawców – wszyscy już dziś nazywają newsroomem. Być może zresztą zmiana nomenklatury ma coś z symbolu? Oto czas bowiem by pożegnać się z sekretariatem, a polubić newsroom, wpuścić przeciąg do ciasnych redakcyjnych pokoików⁴⁸. Chociaż ta refleksja dotyczy wprost komunikatorów zawodowych, to podobne zmiany zachodzą również w zakresie dystrybucji treści dotyczących samorządów. Warto więc podkreślić, że osoby zajmujące się gromadzeniem, przetwarzaniem i upowszechnianiem informacji – w opinii zarządzających mass mediami⁴⁹ – muszą cechować się predyspozycjami, wiedzą i praktycznymi

⁴⁷ Ignacy S. Fiut, *Konwergencja mediów a komunikowanie*, [w:] „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka, Kraków 2011, s. 15.

⁴⁸ Marek Twaróg, Marcin Nowak, *Przeciąg w sekretariacie redakcji*, [w:] *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki. Tom II*, red. St. Michalczyk, D. Krawczyk, Gliwice-Katowice 2011, s. 48.

⁴⁹ Autorami cytowanego fragmentu o zmianie formuły funkcjonowania redakcji prasowej są osoby pełniące funkcje zarządcze w mediach: Marek Twaróg w badanym okresie był redaktorem naczelnym

umiejętnościami umożliwiającymi wykonywanie obowiązków dziennikarskich poszerzanych przez konsekwencje wspomnianego zjawiska konwergencji mediów. Dziennikarz musi więc nie tylko wykazywać się zdolnością do napisania informacji na podstawie indywidualnie zebranych materiałów, ale też wykonywaniem fotografii czy pozyskiwaniem zawartości i montażem plików multimedialnych. Co więcej w przypadku internetu ważną rolę odgrywa reagowanie na wydarzenia w cyberprzestrzeni, a szczególnie treści – jak wspomniałam – pojawiające się w tzw. blogosferze oraz podejmowanie działań z zakresu komunikacji zwrotnej.

W sferze komunikacji społecznej jednostek samorządu terytorialnego prowadzonej z wykorzystaniem cyberprzestrzeni potwierdzają się też zasady znane z rzeczywistości gospodarczej. Samorządy zamożniejsze, większe, silniejsze poświęcają więcej środków na działania informacyjne i promocyjne. Uzyskują tym samym zazwyczaj znacznie lepszy efekt niż jednostki skoncentrowane jedynie na wypełnieniu wyznaczonych prawem obowiązków w zakresie relacji z otoczeniem społecznym. W procesie komunikacji znajdują zastosowanie podobne uwarunkowania jak w rozwoju regionalnym, gdzie przekazanie większej odpowiedzialności korzystne jest dla jednostek samorządowych o większym potencjale, którym sprzyja korzystna lokalizacja, zasoby wewnętrzne, dobra pozycja wyjściowa⁵⁰. Stąd większe możliwości wdrażania rozbudowanych strategii komunikacyjnych i zastosowania nowoczesnych rozwiązań technologicznych mają duże miasta na prawach powiatu. Wobec ich pozycji wyjściowej w cyberprzestrzeni, a następnie skali ponoszonych nakładów na rozwój prezentacji internetowych potencjał małych gmin wiejskich lub wiejsko-miejskich był dość ograniczony. Powód ten stanowił też zresztą jedną z przesłanek dla przyjęcia w niniejszej rozprawie rozróżnienia serwisów internetowych gmin województwa śląskiego z uwzględnieniem podziału na prezentacje przygotowywane przez urzędy miejskie oraz starostwa powiatowe.

dziennika regionalnego „Polska. Dziennik Zachodni” w Sosnowcu, a Marcin Nowak szefem pionu internetowego w tej redakcji.

⁵⁰ Katarzyna Kopaczewska, *Rola sektora publicznego w przestrzennym rozwoju państwa*, Warszawa 2011, s. 182.

1.3. Samorząd – zarys uwarunkowań prawnych i społecznych

Przemiany demokratyczne w Polsce roku 1989 umożliwiły odrodzenie się samorządnych władz lokalnych. Zgodnie z konstytucją z 1997 roku ustrój terytorialny państwa zapewnia „decentralizację władzy publicznej”⁵¹, a podział terytorialny uwzględnia więzi społeczne, gospodarcze lub kulturowe i zapewnia jednostkom terytorialnym zdolność wykonywania zadań publicznych. W Polsce po zakończeniu reformy samorządowej funkcjonuje podział wyodrębniający gminy, powiaty i województwa samorządowe.

Charakteryzując samorząd stwierdzić trzeba, że w Polsce pod względem funkcjonalnym wykonuje on zadania publiczne niezastrzeżone przez ustawy dla organów innych władz. Jednostki samorządu terytorialnego mają osobowość prawną. Przysługuje im prawo własności i inne prawa majątkowe. Zadania publiczne służące zaspakajaniu potrzeb wspólnoty samorządowej są wykonywane jako zadania własne. Zgodnie z przepisami samorząd może również wykonywać zadania powierzone. Model trójstopniowego podziału terytorialnego funkcjonuje w Polsce od 1 stycznia 1999 roku. Najstarszą jednostką podziału zasadniczego stanowi gmina, rozumiana jako wspólnota mieszkańców powiązana ze sobą bezpośrednim sąsiedztwem⁵². W wyniku wspomnianej reformy administracyjnej powstało w Polsce 16 samorządów wojewódzkich, 315 tzw. powiatów ziemskich, 65 miast na prawach powiatu, 2489 wspólnot gminnych, a utworzenie tych wspólnot na mocy ustawodawstwa z 1990 roku (samorzady gminne) i 1998 roku (wspólnoty powiatowe i wojewódzkie) jest wyrazem istotnej decentralizacji zadań publicznych⁵³.

⁵¹ Art. 15 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej. Tekst uchwalony w dniu 2 kwietnia 1997 roku przez Zgromadzenie Narodowe. Źródło: <http://www.sejm.gov.pl> [dostęp 30 listopada 2012 roku].

⁵² Henryk Gawroński, *Zarządzanie strategiczne w samorządach lokalnych*, Warszawa 2010, s. 17.

⁵³ Andrzej Borodo, *Samorząd terytorialny. System prawnofinansowy*, Warszawa 2004, s. 40.

W znaczeniu prawnym samorząd rozumiany jako wykonywanie zadań administracji publicznej w sposób zdecentralizowany i na własną odpowiedzialność przez odrębne w stosunku do państwa podmioty, które nie są w zakresie wykonywania swoich zadań poddane żadnej ingerencji państwowej⁵⁴. Mimo to opisując pozycję ustrojową samorządu lokalnego w Polsce warto zaznaczyć, że kompetencje samorządu są pochodne względem uprzednio scentralizowanego państwa. Potwierdza to również zasada powoływania samorządu na danym obszarze w oparciu o ustawę. Słabość pozycji ustrojowej samorządu lokalnego obnaża odgórne ustalanie jego dochodów, które oparte są często na dotacjach i subwencjach z budżetu państwa, a nie dochodach własnych⁵⁵. Podatki i zasady ich dystrybucji ustalają bowiem władze centralne, co ogranicza tzw. władztwo podatkowe. Nadzór nad realizacją przez samorząd zadań własnych i powierzonych także sprawują określone prawem organy administracji rządowej.

Precyzując rolę jednostek samorządu terytorialnego należy wśród funkcji podstawowych wskazać na upodmiotowienie społeczności lokalnej (w gminie, w powiecie) oraz regionalnej (w województwie) przejawiające się w wyodrębnieniu i usamodzielnieniu jako podmiotu władzy i administracji publicznej. Związana z tym procesem partycypacja obywatelska (członków społeczności samorządowej) sprowadza się do stworzenia efektywnego systemu zaspakajania potrzeb społecznych, a także do uzyskania społecznej akceptacji dla działań organów JST i zaufania mieszkańców jako warunków skuteczności ich działań⁵⁶. Jak pisze Bogdan Dolnicki podmiot samorządu tworzy społeczność lokalna zamieszkała na danym terenie, zorganizowana w terytorialny związek samorządowy (gminę). A zatem gmina jest traktowana jako związek mieszkańców danego obszaru – korporację terenową. „Upodmiotowienie” społeczności lokalnej rozumiane jest tu zatem nie socjologicznie

⁵⁴ Bogdan Dolnicki, *Samorząd terytorialny*, Warszawa 2009, s. 17.

⁵⁵ Kamil Zubelewicz, *Pozycja ustrojowa wspólnot lokalnych*, [w:] *Samorząd lokalny – dobro publiczne*, red. Jerzy Kleer, Warszawa 2008, s. 80.

⁵⁶ Maria Jastrzębska, *Finanse jednostek samorządu terytorialnego*, Warszawa 2012, s. 25.

czy politycznie, lecz przede wszystkim prawnie⁵⁷. Podmiot samorządu stanowi więc społeczność lokalna, a jego przedmiotem bezsprzecznie jest wykonywane administracji publicznej.

Podsumowując stwierdzić należy, że w kontekście prac legislacyjnych nad odrodzeniem samorządu w kraju regulacje prawne zawarte w polskiej konstytucji są zasadniczo zgodne z Kartą Samorządu Terytorialnego⁵⁸ z 15 października 1985 roku. Karta została ratyfikowana przez Polskę 26 kwietnia 1993 roku. Przywrócenie trójstopniowego podziału terytorialnego państwa oraz wprowadzenie samorządu województwa wymagało wydania wielu aktów prawnych, które miały obowiązywać od 1 stycznia 1999 roku. W dniu 5 czerwca 1998 roku uchwalono ustawy o samorządzie powiatowym oraz samorządzie województwa. Następnie wydano ordynację wyborczą do rad gmin i powiatów oraz sejmików województw (ustawa z 16 VII 1998). Ustawy te były już kilkakrotnie nowelizowane. Doniosłe znaczenie miała ustawa z 20 czerwca 2002 roku wprowadzająca bezpośrednie wybory wójtów, burmistrzów i prezydentów miast⁵⁹. Ta ostatnia ustawa zmieniła proporcje we wzajemnych relacjach i układzie sił między organami gminy, którymi – jak już pisałam – są: rada gminy (jako organ stanowiący prawo) oraz (jako organ wykonawczy) wójt, burmistrz lub prezydent miasta. W pragmatyce funkcjonowania samorządów szczebla gminnego (warto podkreślić, że przepisy dotyczące gmin odnoszą się również do miast na prawach powiatu) bezpośrednie wybory wójta, burmistrza i prezydenta znacznie wzmocniły pozycję organu wykonawczego względem organu stanowiącego.

⁵⁷ Bogdan Dolnicki, *Samorząd terytorialny*, Warszawa 2012, s. 19.

⁵⁸ Europejska Karta Samorządu Terytorialnego (ang. European Charter of Local Self-government) została przyjęta w Strasburgu przez Stałą Konferencję Gmin i Regionów Europy przy Radzie Europy.

⁵⁹ Marian Kallas, *Historia ustroju Polski*, Warszawa 2005, s. 401.

1.4 Kształtowanie samorządności w Polsce okresu transformacji. Aspekt historyczny

Poddawany analizie w niniejszej rozprawie proces komunikacji społecznej samorządów wyzwoliły przekształcenia ustrojowe, które zaszły w 1989 roku. Przemiany demokratyczne w Polsce poprzedził kryzys systemu totalitarnego w ZSRR, gdzie od 1988 roku Michaił Gorbaczow, sekretarz generalny Komunistycznej Partii Związku Radzieckiego realizował kurs głośności (jawności politycznej) i pieriestrojki (przebudowy gospodarczej i politycznej)⁶⁰. Ogromny wpływ na sytuację społeczną wywierała także postać papieża Jana Pawła II i jego społeczne nauczanie, w którym akcentował znaczenie godności ludzkiej, przestrzegania praw człowieka i potrzebę demokracji, co znajdowało szeroki oddźwięk⁶¹. Symbolem tych przemian stały się w Polsce obrady Okrągłego Stołu w 1989 roku. W nowej rzeczywistości ustrojowej wszystkim obywatelom zapewniono wolność wyrażania poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji. Zakazano cenzury i koncesjonowania prasy⁶².

Transformacja ustrojowa stworzyła warunki pozwalające na trwałe zastąpienie państwa autorytarnego strukturami wynikającymi z wdrożenia elementów modelu liberalnej demokracji, która charakteryzuje się trzema cechami głównymi: jest pośrednią i przedstawicielską formą demokracji – urząd polityczny można objąć dzięki wygranej w regularnie odbywających się wyborach, przeprowadzonych na podstawie formalnej równości politycznej - „jeden człowiek, jeden głos; każdy głos ma taką samą wartość”; opiera się na rywalizacji i wyniku wyborów – warunki ku temu zapewniają pluralizm polityczny, tolerancja wobec wielu konkurujących ze sobą przekonań, pozostających w konflikcie filozofii społecznych, a także rywalizujących ze sobą ruchów i partii politycznych; zakłada wyraźny podział na państwo i społeczeństwo obywatelskie – stan ten jest utrzymywany zarówno przez wewnętrzne,

⁶⁰ Charles Tilly, *Demokracja*, Warszawa 2008, s. 165.

⁶¹ Jakub Tyszkiewicz, Edward Czapiewski, *Historia powszechna. Wiek XX*, Warszawa 2010, s. 951.

⁶² Tomasz Mielczarek, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989 – 2006*, Warszawa 2007, s. 13.

jak i zewnętrzne mechanizmy kontroli władzy rządu, a także istnienie autonomicznych grup i interesów oraz rynkowej lub kapitalistycznej organizacji życia społecznego⁶³.

Rozpoczął się czas demokratyzacji rozumianej jako przejście od autorytaryzmu do demokracji liberalnej. Do najistotniejszych cech tego procesu zaliczają się: przyznanie podstawowych wolności, w szczególności praw politycznych, ustanowienie powszechnych i konkurencyjnych wyborów oraz (zwłaszcza w systemach postkomunistycznych) przeprowadzenie reform rynkowych⁶⁴. Wprowadzenie rozwiązań wynikających z doktryny liberalnej demokracji zrewolucjonizowało autokratyczne dotychczas państwo nie tylko w aspekcie politycznym, lecz także gospodarczym i społecznym. Stało się to w stosunkowo krótkim czasie, kiedy to dokonano radykalnych przekształceń w zakresie obowiązującego prawa. Utrwalone latami stagnacji czasów PRL-u uwarunkowania regulujące różnego rodzaju aspekty życia społecznego w sposób gwałtowny uległy zmianie. Zdaniem historyków rząd Mazowieckiego i tzw. sejm kontraktowy wykonali ogromną pracę legislacyjną, która w dużym stopniu przyczyniła się do przemian gospodarczych w państwie i kontynuacji przemian demokratycznych. W dniu 20 grudnia 1989 roku przyjęto ustawę o powołaniu Krajowej Rady Sądownictwa, strzegącej od tej pory niezawisłości sędziowskiej i niezależności sądów, a 29 grudnia znowelizowano Konstytucję PRL, usuwając artykuły o socjalizmie i gospodarce planowej. Dla państwa, które odzyskało po pół wieku swą suwerenność, wprowadzono tradycyjną nazwę – Rzeczpospolita Polska⁶⁵. Przekształcenia polityczne, prawne i gospodarcze wyznaczać zaczęły nowy i jakościowo zupełnie odmienny okres w polskiej rzeczywistości.

Przemiany zachodzące po „okrągłym stole” i częściowo wolnych wyborach parlamentarnych z 4 czerwca roku 1989 pozwoliły również na rozpoczęcie procesu przywracania samorządności. Co ważne, początek tego procesu stanowiło –

⁶³ Andrew Heywood, *Ideologie polityczne. Wprowadzenie*, Warszawa 2008, s. 56 i 57.

⁶⁴ Andrew Heywood, *Politologia*, Warszawa 2008, s. 100.

⁶⁵ Ryszard Kaczmarek, *Historia Polski 1914-1989*, Warszawa 2010, ss. 842 i 843.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

pionierskie wśród państw postkomunistycznych – wprowadzenie samorządu gminnego na mocy serii ustaw z 1990 roku, w tym ustawy z 8 marca 1990 roku o samorządzie terytorialnym (która od 1999 r. nosi, wobec wprowadzenia samorządu wyższych szczebli, tytuł o samorządzie gminnym). Przywracając samorząd gminny, wyraźnie nawiązywano do tradycji II Rzeczypospolitej – co oznaczało pośrednie nawiązywanie do klasycznego modelu niemieckiego, a zarazem przyjmowanie, w jej umiarkowanej postaci, „państwowej” konstrukcji samorządu; umiarkowanie wynikało z dostrzeżenia, że istniały już europejskie standardy samorządu. Zarazem, co w państwach postkomunistycznych było wówczas wyjątkowe, radykalnie zerwano z instytucjami typu radzieckiego, nie „cywilizując” rad narodowych, lecz znosząc je, by od nowa stworzyć rzeczywisty samorząd⁶⁶. Reforma samorządowa zaowocowała konstytucyjnym zagwarantowaniem samodzielności gmin. Została zwieńczona – jak już pisałam – wprowadzeniem ustawami z 1998 roku trójstopniowego podziału administracji z wyodrębnieniem szczebla gminy, powiatu i województwa samorządowego.

Transformacja ustrojowa obok wymiaru politycznego, społecznego i gospodarczego⁶⁷ znalazła oczywiście odzwierciedlenie w sferze środków masowego przekazu. W ujęciu medioznawczym zmiany polityczne mocno uwidoczniły się szczególnie w sferze komunikowania, gdyż wraz z zagwarantowaniem wolności słowa mass media podlegały przekształceniom ideologicznym, własnościowym, strukturalnym i organizacyjnym. Zapowiedziana przez premiera Mazowieckiego w styczniu 1990 roku likwidacja cenzury została sprawnie przeprowadzona, ponieważ

⁶⁶ Hubert Izdebski, *Samorząd terytorialny. Podstawy ustroju i działalności*, Warszawa 2008, s. 65.

⁶⁷ Pamiętać należy o relacjach ekonomicznych początku okresu transformacji, gdy budżet państwa wykazywał deficyt, gospodarka cechowała się stałymi niedoborami i strukturalnym marnotrawieniem zasobów, rosła stopa inflacji, waluta była niewymienialna, spadał poziom życia przy poszerzającym się ubóstwie, którego skalę oddaje fakt, że „w 1989 roku najniższe dochody mieli emeryci i renciści. 20% wiejskich gospodarstw emeryckich i rencistów uznało, że starcza im tylko na jedzenie ale nie starcza im na ubranie, bądź nie starcza im nawet na najtańsze jedzenie bądź ubranie”. Źródło: Emilia Jakóbczak, *Ubóstwo jako kwestia społeczna w gospodarce transformującej się - przykład Polski*, [w:] *Nauki Społeczne 2. Współczesne społeczeństwa - nadzieje i zagrożenia*, red. O. Kowalczyk, Wrocław 2010, s. 35.

formalnie Urząd został rozwiązany w czerwcu. Koniec monopolistycznej pozycji PZPR skłaniał do zajęcia się jej prasą – w styczniu 1990 roku wyszedł ostatni numer „Trybuny Ludu”, a dwa miesiące później sejm zdecydował o likwidacji koncernu RSW „Prasa-Książka-Ruch”. Przemianie uległo polskie życie polityczne, wraz z nim zmieniły się media, przyjmując nowe powinności i wchodząc w nowe role⁶⁸. Kierunek rozwoju mediów oparty o gospodarkę wolnorynkową przyczynił się do rozkwitu wydawnictw prezentujących pluralistyczną formułę przedstawiania rzeczywistości, a później do wytworzenia się warunków sprzyjających tabloidyacji przekazów. Natomiast biorąc pod uwagę sferę strukturalną kierunek ten doprowadził do koncentracji własności w mediach.

1.5 Wypełnianie funkcji mediów przez prasę jednostek samorządu terytorialnego

W państwie demokratycznym dla skutecznego wyzwania potencjału społecznego niezbędnego do tworzenia społeczeństwa obywatelskiego ważne są działania komunikacyjne. Dotyczy to także aktywności w tym zakresie, którą prowadzić powinien samorząd, ponieważ w pełni wolny dostęp do informacji jest podstawowym wymogiem jaki stawia się administracji w nowoczesnym państwie; ma to szczególne znaczenie dla działań organizacji obywatelskich, stąd też administracja jest zobowiązana nie tylko dostarczyć informację, ale także pozytywnie działać na rzecz jej dostępności, zwłaszcza w świetle rozwoju społeczeństwa informacyjnego⁶⁹.

Trwałym elementem polskiego rynku medialnego stała się prasa samorządowa. Liczbę takich czasopism w 1998 roku szacowano na ok. 700, ale zaledwie 5 proc. to tygodniki w nakładzie powyżej 5 tys. egzemplarzy. Wydawnictwa te mają uprzywilejowaną pozycję na rynku w konkurencji z mediami lokalnymi. Są to

⁶⁸ Rafał Habielski, *Polityczna historia mediów w Polsce w XX wieku*, Warszawa 2009, s. 345.

⁶⁹ Krzysztof Szczerski, *Partnerstwo obywatelskie. Problematyka relacji administracji publicznej z organizacjami obywatelskimi*, [w:] *Administracja publiczna. Wyzwania w dobie integracji europejskiej*, red. J. Czapatowicz, Warszawa 2008, s. 246.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

najczęściej pisma wydziału urzędu, odrębnych zakładów budżetowych, pisma jednostek organizacyjnych (ośrodków kultury), albo wydawane przez prywatne firmy na zlecenie samorządu. W każdej z tych form własności władze samorządowe wywierają mniejszy lub większy wpływ na treść i formę publikacji. Mimo różnych perypetii takich inicjatyw prasowych, samorządowcy często ulegają pokusie zorganizowania własnego środka przekazu lub przynajmniej trwałego uzależnienia lokalnych mediów poprzez wykupienie udziałów, stały sponsoring oraz inne mniej formalne metody. Środowiska wydawców prywatnych postulują ustawowy zakaz tego typu praktyk. Eksperti zaś skłaniają się do utrzymania prawa samorządu do wydawania biuletynu informacyjnego o charakterze urzędowym⁷⁰. Można zgodzić się z założeniem, że prasa samorządowa – w odróżnieniu od mediów komercyjnych – nie powinna być nastawiona na rywalizację o zdobycie i utrzymanie odbiorców poprzez atrakcyjne czytelniczo zabiegi formalne. Język nacechowany agresją, odwoływanie się do emocji czy podejmowanie kontrowersyjnych tematów, to sposoby być może skutecznie pozwalające pozyskać uwagę audytorium, lecz jednak niezbyt odpowiednie dla mediów wydawanych przez administrację publiczną. Specyfika takiego wydawcy jakim jest jednostka samorządu terytorialnego powoduje także, że na znaczeniu rośnie zwiększanie społecznego zasięgu upowszechnianych informacji nawet kosztem troski o ich atrakcyjność czytelniczą służącą zwykle budowaniu prestiżu nadawcy mającego dostęp do interesujących wiadomości, podanych odbiorcom w ciekawej i użytecznej formie zanim podobny materiał dostarczą media konkurencyjne. Dla samorządu korzystnym jest więc fakt, że media dostarczając nam wiedzy o świecie, są jednocześnie dostawcą informacji dla innych mediów i to jest ważny aspekt ich funkcjonowania. W związku z tym, że potrzebują one ogromnej ilości „pożywienia”, aby wypełnić szpalty gazet, czas antenowy telewizji i radia, przestrzeń pism internetowych, są niemal nienasycone. News, który ukazuje się publicznie w jednym medium natychmiast przekazują inne media, każde we własnym stylu, zgodnie ze

⁷⁰ Andrzej Konrad Piasecki, *Samorząd terytorialny i wspólnoty lokalne*, Warszawa 2009, s. 379.

swoją polityką⁷¹. Misją mediów samorządowych wynikającą ze strategii komunikacyjnej gminy powinno być w tym kontekście inspirowanie pozostałych środków masowego przekazu tematyką dotyczącą miejscowości, w której funkcjonują. W praktyce jednak pragmatyka ich działalności lub linia programowa zakładające zwykle upowszechnianie wiadomości pozytywnych dla urzędujących władz nie sprzyja dalszemu przetwarzaniu takich wiadomości przez media zewnętrzne. Co więcej, dominująca w badanym okresie periodyczność prasy samorządowej ukazującej się w formie miesięczników także stanowiła czynnik minimalizujący znaczenie podobnego zaczerpywania informacji, gdyż trudno wydając gazetę ukazującą się raz w miesiącu wpływać na aktualności podawane przez komercyjne dzienniki bądź tygodniki. Ponadto treści upowszechniane w mediach samorządowych zazwyczaj stanowiły uprzednio element polityki informacyjnej władz lokalnych, co oznaczało, że dystrybuowane były wcześniej przez biura prasowe bądź inne komórki organizacyjne magistratów na bieżąco zapewniające dostęp do wiadomości o wydarzeniach istotnych dla samorządu. Z tego też powodu periodyki samorządowe traktowane są czasami jako komórki zajmujące się public relations, a wręcz niekiedy wyłącznie reklamowaniem działań władz miejskich umiejscowione jedynie w innym obszarze struktury organizacyjnej niż wydziały magistratów.

Faktem jest, że prasa samorządowa może skutecznie informować odbiorców o wydarzeniach ważnych dla mieszkańców gminy. Może też rzetelnie i w oparciu o fakty komentować, może aktywizować oraz pobudzać inicjatywy cennie społecznie. Może wreszcie integrować członków wspólnoty lokalnej wokół istotnych wartości lub przedsięwzięć. Z całą pewnością prasa samorządowa nie wypełnia jednak wobec samorządów funkcji kontrolnej, która łączy się ściśle z jej kompetencją do ujawniania, a co za tym idzie przedstawiania społeczeństwu spraw życia publicznego. Zwrócenie uwagi na pewne zjawiska, z perspektywy wspólnego dobra, na ogół niepożądane, ukazanie szerokiemu gronu czytelników faktów, które ktoś zamierzał ukryć, aby nie świadczyły przeciwko niemu, poddaje te kwestie szerokiemu osądowi i jednocześnie

⁷¹ Anna Poznańska, *Komunikacja medialna a sfera publiczna. Szanse i zagrożenia*, Jelenia Góra 2012, s. 271.

zmusza odpowiednie instytucje do podjęcia stosownych działań⁷². Prasa samorządowa nie jest ponadto optymalnym miejscem dla realizacji linii programowej charakterystycznej dla tzw. prasy niezależnej opartej o dziennikarstwo śledcze. Dziennikarstwo takie co prawda cieszy się szczególnym wzięciem wśród potencjalnych adeptów zawodu, a efekty działań żurnalistów uprawiających ten gatunek należą do tekstów szczególnie chętnie czytanych i żywo komentowanych⁷³. Ale jednak dziennikarstwo „węszące” bądź „dociekające” nie stanowi formuły wykonywania zawodu preferowanej przez funkcjonujące na rynku medialnym podmioty podległe jednostkom samorządu terytorialnego. W przypadku samorządów nadzór właścicielski przejawia się nie tylko w ocenie pracy redakcji w wymiarze merytorycznym, organizacyjnym i finansowym. Weryfikacji poddawany jest bowiem poziom realizowania stawianych celów wydawniczych w zakresie zawartości i jakości publikowanych materiałów, efektywności kolportażu czy rozliczania kosztów działalności. Towarzyszy temu jednak monitoring osiągania przez redakcję celów wizerunkowych bądź wręcz politycznych. Pełne podporządkowanie ośrodkowi władzy praktycznie wyklucza więc jakąkolwiek formę kontroli prasy samorządowej nad... samorządem. Podobnie jak trudno oczekiwać pełnienia funkcji kontrolnej przez gazetę komercyjną względem swojego koncernu wydawniczego bądź spółek zależnych lub powiązanych.

Analizując funkcje mediów należy przypomnieć, że w realiach Polski okresu transformacji ustrojowej rozwój prasy lokalnej – tak istotnej dla jakości komunikowania na szczeblu lokalnym i sublokalnym – był jednym z dowodów świadczących o postępach wprowadzania systemu demokratycznego. To właśnie podczas obrad „okrągłego stołu” (6 lutego - 5 kwietnia 1989 roku) powołano podzespół do spraw środków masowego przekazu, który określił podstawowe zadania i rolę mediów w Polsce. W przyjętych ustaleniach wyznaczono środkom

⁷² Ewa Ferenc-Szydełko, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 30 i 31.

⁷³ Jacek Sobczak, *Dziennikarstwo śledcze i prowokacja dziennikarska. Problem odpowiedzialności karnej, cywilnej i politycznej dziennikarza*, [w:] *Media a polityka*, red. M. Szpunar, Rzeszów 2007, s. 56.

komunikowania społecznego, w tym także prasie lokalnej następujące funkcje: [...] pełne informowanie; wyrażanie zróżnicowanej opinii społecznej; kontrolowanie władzy; ujawnianie i łagodzenie konfliktów społecznych; współdziałanie w dziele reform demokratycznych służących nadrzędnym wartościom Polski. Są to jedne z najważniejszych zadań mediów lokalnych⁷⁴, których znaczenie nadal zachowało aktualność, chociaż wola ich realizowania w dużej mierze zdeterminowana jest przez kondycję ekonomiczną wydawców. Mimo upływu czasu, wraz z którym doszło do ogromnego rozwoju mediów w wymiarze postępu technologicznego oraz zachodzących w obszarze środków masowego przekazu procesów konwergencji czy też koncentracji własności nadal z punktu widzenia politologii i nauki o komunikowaniu, pierwszoplanowe znaczenie ma lokalne komunikowanie publiczne dostępne dla wszystkich dzięki swobodnemu obiegowi informacji⁷⁵. Stąd także w kategorii prasy lokalnej tak istotne znaczenie dla partycypacji obywatelskiej ma sytuacja na rynku medialnym gminy czy powiatu.

1.6. Legislacyjne uwarunkowania dostępu do informacji publicznej

Obecność samorządu w obszarze komunikacji wynika z norm prawnych systematyzujących zakres jego zadań i odpowiedzialności. Decyzją ustawodawcy znalazło się w nim m.in. wspieranie i upowszechnianie idei samorządowej, edukacja publiczna czy promocja gminy⁷⁶. Dotyczy to również komunikowania masowego, pozwalającego skutecznie realizować cele wskazane przepisami, wśród których ważną rolę dla partycypacji obywatelskiej odgrywa zasada jawności działania władz

⁷⁴ Ryszard Kowalczyk, *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Poznań 2003, s. 135.

⁷⁵ Stanisław Michalczyk, *Media lokalne w budowaniu tożsamości lokalnej. Aspekty teoretyczne*, [w:] *Prasa Dolnego Śląska: teoria, tradycje, współczesność*, red. J. Jarowiecki, G. Nieć, Wrocław 2007, s. 64.

⁷⁶ Art. 7 pkt 1 poz. 8, 17, 18 ustawy o samorządzie gminnym z 8 marca 1990 roku. Dz. U. z 1990 roku. Nr 16, poz. 95.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

publicznych opierająca się na prawie do uzyskiwania informacji o działalności organów władzy publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne.

W praktyce realizacja zasady jawności opiera się na zapewnieniu prawa do wstępu na posiedzenia kolegialnych organów władzy publicznej pochodzących z powszechnych wyborów z możliwością rejestracji dźwięku i obrazu, gdy posiedzenia takie są jawne. Wyłączenie jawności nie może jednak nastąpić na drodze unormowań statutowych w gminie, lecz wyłącznie wynikać musi z przepisów rangi ustawowej⁷⁷.

Obok zagwarantowania prawa wstępu na posiedzenia, a także uzyskiwania dostępu do dokumentów wynikających z wykonywania zadań publicznych przepisy przewidują, że część wiadomości, których dysponentem jest samorząd obligatoryjnie podlega udostępnieniu za pośrednictwem „ujednoliconego systemu stron w sieci teleinformatycznej” nazwanego „Biuletynem Informacji Publicznej”⁷⁸, co stanowi jeden z trzech trybów dostępu do tych informacji.

Zgodnie z ustawą o dostępie do informacji publicznej organy władzy publicznej udostępniające informacje publiczne w tym biuletynie zobowiązane są do:

- (1) oznaczenia informacji danymi określającymi podmiot udostępniający informację,
- (2) podania w informacji danych określających tożsamość osoby, która wytworzyła informację lub odpowiada za treść informacji,
- (3) dołączenia do informacji danych określających tożsamość osoby, która wprowadziła informację do Biuletynu

⁷⁷ W tym kontekście warto przytoczyć uzasadnienie wyroku Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Opolu z 3 grudnia 2009 roku w sprawie z zakresu dostępu do informacji publicznej i rejestrowania przebiegu obrad, gdzie stwierdzono, że „nagranie posiedzenia sesji rady jest niewątpliwie materiałem odzwierciedlającym przebieg sesji i dokonanych czynności rady, a zatem świadczy o działalności kolegialnego organu. Na zasadzie art. 1 ust. 1 ustawy o dostępie do informacji publicznej należy przyjąć, że materiały i dokumenty tworzone podczas posiedzenia kolegialnego organu władzy publicznej stanowią informację o sprawach publicznych. Nagranie posiedzenia sesji rady, utrwalone za pomocą sprzętu audiowizualnego i zapisane na nośniku w postaci płyty CD bądź DVD, dotyczy sfery faktów, stanowi zatem informację publiczną. Dodać też trzeba, że z redakcji art. 3 ust. 1 pkt 3 ustawy o dostępie do informacji publicznej wynika, iż ustawodawca traktuje dostęp do posiedzeń kolegialnych organów władzy pochodzących z powszechnych wyborów w szczególny sposób, gwarantując w art. 7 ust. 1 pkt 3 tej ustawy bezpośredni dostęp w postaci wstępu na nie”. Źródło: Centralna Baza Orzeczeń Sądów Administracyjnych, II SA/Op 333/09 - Wyrok WSA w Opolu.

⁷⁸ Art. 8 pkt 1 i 6 ustawy o dostępie do informacji publicznej z 6 września 2001. Dz. U. z 2001 roku. Nr 112, poz. 8529.

Informacji Publicznej, (4) oznaczenia czasu wytworzenia informacji i czasu jej udostępnienia, (5) zabezpieczenia możliwości identyfikacji czasu rzeczywistego udostępnienia informacji. Jak mogli przeczytać internauci korzystający ze stron tego systemu: „Biuletyn Informacji Publicznej stanowi krok na drodze do uzyskania przez wszystkich spójnej, pełnej i aktualnej informacji publicznej”⁷⁹. Zgodnie z instrukcją przygotowaną przez administratorów ujednoczona strona główna Biuletynu Informacji Publicznej składa się z następujących podstawowych elementów: (1) Menu górnego – zawierającego odsyłacze do zarządzania założonym na portalu kontem, a także odsyłacz do mapy serwisu, (2) Menu nawigacji – wskazującego użytkownikowi aktualną pozycję na stronie, (3) Menu głównego – zawierającego odsyłacze do najważniejszych części strony, w tym do Spisu Podmiotów, (4) Właściwej treści strony – zamieszczonej w środkowej części dokumentu i zawierającej dane podmiotów, artykuły, formularze rejestracji, logowania itp., (5) Menu prawego – z takimi elementami jak: wyszukiwarka, szybkie logowanie, ankiety, podmioty podległe obecnie wyświetlanemu podmiotowi, lista podmiotów najbliższych aktualnemu miejscu pobytu użytkownika⁸⁰.

Obok wspomnianej ustawy od dostępie do informacji publicznej sferę tę w badanym okresie regulowały rozporządzenia: Rady Ministrów z dnia 11 października 2005 roku w sprawie minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych⁸¹, Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 18 stycznia 2007 roku w sprawie Biuletynu Informacji Publicznej⁸² oraz Rady Ministrów z dnia 12 kwietnia 2012 r. w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla

⁷⁹ Autopromocja systemu ze strony głównej Biuletynu Informacji Publicznej pod adresem <http://www.bip.gov.pl/> [dostęp 14 października 2013 roku].

⁸⁰ Na podstawie pliku „Instrukcja korzystania ze strony głównej BIP” opublikowanego na stronie Biuletynu Informacji Publicznej pod adresem <http://www.bip.gov.pl/> [dostęp 14 października 2013 roku].

⁸¹ Rozporządzenie zostało uchylone ustawą z dnia 12 lutego 2010 roku o zmianie ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne oraz niektórych innych ustaw. Dz. U. z 2010 roku. Nr 40, poz. 230.

⁸² Dz. U. z 2007 roku. Nr 10, poz. 68.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych⁸³. Warto zaznaczyć, że Krajowe Ramy Interoperacyjności w rozumieniu tego ostatniego aktu prawnego określają m.in. „sposoby postępowania podmiotu realizującego zadania publiczne w zakresie doboru środków, metod i standardów wykorzystywanych do ustanowienia, wdrożenia, eksploatacji, monitorowania, przeglądu, utrzymania i udoskonalania systemu teleinformatycznego wykorzystywanego do realizacji zadań tego podmiotu oraz procedur organizacyjnych”⁸⁴.

Zgodzić się należy, że udostępnianie informacji publicznej poprzez publikację w Biuletynie Informacji Publicznej przyczynia się do lepszego stopnia poinformowania społeczeństwa o postępowaniu instytucji publicznych. Można prognozować, że wraz z pełnym upowszechnieniem się internetu Polacy przestaną dzielić się na lepszych i gorszych pod względem możliwości korzystania m.in. z zasobów Biuletynu Informacji Publicznej. Niewątpliwą zaletą BIP jest to, że publikator pozwala na błyskawiczne uzyskiwanie uporządkowanych i stale aktualizowanych wiadomości. Zastosowanie nowoczesnej technologii odciąża urzędników, a także pozwala na zmniejszenie kosztów związanych z procesem udostępniania zasobów informacyjnych⁸⁵. Warto zaznaczyć, że zasady prowadzenia działań komunikacyjnych oraz świadczenia usług publicznych przez urzędy miejskie i starostwa powiatowe wobec mieszkańców wpływają na społeczne postrzeganie administracji samorządowej. Widać to m.in. w wynikach ogólnopolskiego badania poziomu satysfakcji z pracy urzędów z roku 2010, gdzie „większość, bo 58,5% respondentów uważa, że struktura organizacyjna urzędów i obieg informacji ułatwiają poruszanie się po urzędzie. Bardzo wysoko w tym zakresie zostało ocenione

⁸³ Dz. U. z 2012 roku. Nr 0, poz. 526.

⁸⁴ Par. 3, pkt. 1, poz. 1 wspomnianego wcześniej Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 12 kwietnia 2012 roku. w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych.

⁸⁵ Marcin Kowalczyk, *e-urząd w komunikacji z obywatelem*, Warszawa 2009, s. 162.

funkcjonowanie urzędów gmin i dzielnic – aż 67,3% opinii pozytywnych i tylko 18,7% negatywnych”⁸⁶. Biorąc pod uwagę poszerzające się możliwości sieci komputerowej można zakładać zwiększenie liczby spraw urzędowych załatwianych w cyberprzestrzeni, a jakość działań administracji w internecie determinować będzie jej społeczny wizerunek.

1.7. Znaczenie kształtowania społecznego wizerunku w działalności samorządów lokalnych

Polityka informacyjna władz miejskich lub powiatowych opierać się może o założenie, że jednym z głównych zadań samorządu lokalnego powinno być otwarte i szerokie informowanie lokalnej społeczności oraz osób z otoczenia zewnętrznego gminy o działaniach władz oraz walorach gospodarczych, turystycznych i kulturalnych gminy⁸⁷. Tak sformułowane wyzwania mogą być podejmowane dzięki wdrażaniu działań public relations rozumianych najogólniej jako zarządzanie komunikacją zewnętrzną oraz wewnętrzną.

Charakteryzując cele, założenia, przebieg i efekty komunikacji społecznej samorządów warto też zwrócić uwagę na technologiczną stronę tego procesu. Tym bardziej, że nowe technologie komunikacyjne, wraz ze swoim nieograniczonym wręcz interaktywnym potencjałem, mogą stworzyć nowe formy demokratycznego dialogu pomiędzy mieszkańcami, oddalonymi od siebie organizacjami oraz władzą. Otwarty proces komunikacji z powszechną debatą publiczną będzie prowadził do

⁸⁶ W zapisie internetowym „Polacy usatysfakcjonowani pracą urzędów administracji samorządowej” z 11 lutego 2011 roku dotyczącym badania poinformowano, że: „badanie przeprowadziła Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej na zlecenie Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji. Odbędzie się ono pod koniec 2010 roku. Badanie, współfinansowane ze środków Unii Europejskiej, w tym z Europejskiego Funduszu Społecznego, miało na celu ocenę poziomu obsługi i dostępu do informacji publicznej w jednostkach samorządu terytorialnego z perspektywy klientów urzędów, przy czym częstotliwość kontaktów z urzędem nie miała w tym wypadku znaczenia”. Źródło: portal <http://www.samorzad.lex.pl> [dostęp 10 maja 2013 roku].

⁸⁷ Rafał Sikora, *Public relations jako forma komunikowania w gminie*, [w:] *Public relations w teorii i praktyce*, red. B. Ociepka, Wrocław 2003, s. 72.

podejmowania lepszych decyzji⁸⁸. Dla samorządów istotne znaczenia ma prowadzenie dialogu ze społecznością lokalną, który polega, generalnie rzecz biorąc, na informowaniu i wymianie opinii w sprawach ważnych zarówno dla samorządu, jak i dla mieszkańców. Na przykład opracowanie tzw. strategii rozwoju oraz sporządzenie odpowiednich planów zagospodarowania przestrzennego oznacza konieczność uzgodnienia opinii wielu ludzi, organizacji i instytucji. Chodzi jednak nie tylko o osoby zawodowo odpowiedzialne za najważniejsze dziedziny życia gospodarczego i politycznego, lecz także o zwykłych obywateli i grupy społeczne, które mają prawo wyrażać zainteresowanie lokalnymi planami i projektami⁸⁹.

W dalszej części pracy szczegółowo opisuję specjalne narzędzia przygotowane dla realizacji tego celu. Wśród nich na stronach samorządów znalazły się m.in. platformy konsultacji społecznych. Przyznać należy, że spełniały one swoje zadanie z różnym skutkiem. Często odbiorcom, dla których te działania adresowano brakowało informacji o ich prowadzeniu. W ten sposób poprzez zaniechanie działań lub wybór niewłaściwych narzędzi komunikacyjnych marginalizowano znaczenie rozwiązań mogących przyczynić się do poprawy jakości debaty publicznej. Prawdopodobnie w tych przypadkach zawiniły problemy z dotarciem do grup docelowych z wiadomościami o istnieniu specjalnie stworzonych mniej lub bardziej wyrafinowanych narzędzi internetowych. Zasięg społeczny informacji o formach komunikacji zwrotnej przygotowywanych z myślą o mieszkańcach okazał się więc niewystarczający.

⁸⁸ Ilona Biernacka-Ligęza, *E-polityk, e-obywatel, e-demokracja – nowe technologie komunikacyjne a kształtowanie się demokracji w Polsce*, [w:] *Media między przeszłością a teraźniejszością*, red. M. Zdulski, Jelenia Góra 2012, s. 189.

⁸⁹ Elżbieta Olędzka-Koprowska, *Prowadzenie dialogu społecznego na szczeblu lokalnym*, [w:] *Konflikt nieunikniony. Wspólnoty i władze lokalne wobec konfliktów spowodowanych rozwojem*, red. P. Buczkowski, P. Matczak, Poznań 2004, s. 145.

1.7.1. Media w działaniach public relations jednostek samorządu terytorialnego

Narzędziem umożliwiającym efektywne komunikowanie społeczne na poziomie administracji samorządowej są media. Szczególnie media lokalne, które są podstawą funkcjonowania demokracji na szczeblu lokalnym; idea samorządności społeczności lokalnych (gminnych, powiatowych) musi bowiem zasadzać się na drożnych kanałach komunikacyjnych między obywatelami oraz między władzą a obywatelami⁹⁰. Dlatego dla władz miejskich i powiatowych naturalnymi nośnikami działań komunikacyjnych (a w przypadku aktywności media relations także ich adresatami) wydają się być periodyki lokalne. Nakreślona przez strategię polityki informacyjnej gminy lub powiatu forma kontaktu obejmować może działania media relations ukierunkowane na tytuły niezależne, najczęściej chodzi o wydawców ogólnoinformacyjnej prasy komercyjnej, chociaż dotyczy to także gazet parafialnych, branżowych czy np. biuletynów wydawanych przez stowarzyszenia pozarządowe. Obok utrzymywania relacji informacyjnych wspartych strategią promocyjną samorząd może sprawować bezpośredni lub pośredni (np. z wykorzystaniem potencjału finansowego i organizacyjnego spółek gminnych) nadzór właścicielski nad redakcjami gazet samorządowych. Z badań medioznawczych wynika, że gazety samorządowe górują stosunkiem 36 proc. do 26 proc.⁹¹ nad wydawnictwami prywatnymi w strukturze typologicznej segmentu prasowego w Polsce.

Podobne zależności występują w odniesieniu do mediów elektronicznych, gdzie próbom budowania partnerskich relacji informacyjnych z nadawcami publicznymi lub komercyjnymi towarzyszy spory zakres wpływu lub wręcz autonomiczne kształtowanie linii programowej w odniesieniu do telewizyjnych i radiowych stacji samorządowych bądź miejskich. Nie inaczej jest z portalami

⁹⁰ Stanisław Michalczyk, *Media lokalne w komunikacji społecznej. Aktualne potrzeby badawcze*, [w:] *Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym*, red. J. Glensk, M. Kalczyńska, Opole 2004, s. 15.

⁹¹ Marian Gierula, *Monopolizacja lokalno-regionalnej przestrzeni komunikacyjnej w Polsce*, [w:] *Prasa Dolnego Śląska: teoria, tradycja, współczesność*, red. J. Jarowiecki, G. Nieć, Wrocław 2007, s. 50.

internetowymi, chociaż strona urzędu gminy lub starostwa powiatowego często może jednocześnie wypełniać funkcje wirtualnego dziennika lokalnego – z jednej strony konkurencyjnego względem innych serwisów internetowych, a z drugiej zainteresowanego powielaniem przez inne nośniki przedstawianych tematów, gdyż odnoszą się one bezpośrednio lub pośrednio do działań władz samorządowych lub sytuacji w gminie bądź powiecie, a tym samym wpisują się w obszar realizacji strategii komunikacyjnej jednostki samorządu terytorialnego.

Jak widać, wyjątkowo istotnym elementem oddziaływującym na realizację strategii komunikacyjnej gminy są więc środki masowego przekazu. Zarówno wykonanie konkretnego zadania informacyjnego lub reklamowego jak też pojmowana kompleksowo troska o wizerunek jednostki samorządu terytorialnego kształtowany za pomocą mass mediów wymaga podejmowania działań media relations lub wykorzystywania zasobów znajdujących się w obrębie technik marketingu terytorialnego. Działaniom inicjowanym przez samorząd towarzyszą również czynności reaktywne, które są formą odpowiedzi na wcześniejsze doniesienia mediów. W opisywanym modelu prostej dystrybucji wiadomości przez samorząd do wyznaczonych grup docelowych za pomocą dostępnych środków przekazu towarzyszą interakcje z poszczególnymi podmiotami biorącymi udział w tym procesie. Wzajemne oddziaływanie ma charakter nie tylko informacyjny, lecz także integracyjny, mediacyjny, perswazyjny, motywacyjny itd. Zależności te sprawiają, że w sferze tej wzrasta znaczenie zarządzania komunikacją. W ten sposób aktywność informacyjna gminy staje się działalnością z obszaru public relations, który przedstawiciele nauki o komunikowaniu traktują jako subsystem systemu komunikowania publicznego (F. Ronneberger, M. Rühl). W tym kontekście PR jest dyscypliną samorozwijającą się, samoorganizującą się i samokontrolującą się⁹².

Dostęp do informacji dotyczących zagadnień istotnych dla społeczności lokalnych sprzyja aktywizacji mieszkańców, a w konsekwencji ułatwia budowę

⁹² Stanisław Michalczyk, *Demokracja medialna: między wizją a rzeczywistością*, [w:] *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym. Szkice medioznawcze*, red. St. Michalczyk, Sosnowiec 2006, s. 154 i 155.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

społeczeństwa obywatelskiego, które stanowi immanentny element państwa demokratycznego, jest formą organizacji życia publicznego, charakteryzującą się względnie masową aktywnością, świadomością swoich celów oraz wysoką zdolnością do samoorganizowania się dla realizacji ustalonych celów⁹³. Udział członków społeczności połączonej poczuciem wspólnoty wynikającej z bliskości terytorialnej w komunikacji społecznej właśnie na szczeblu lokalnym daje też impuls do rozwoju podmiotów rynku medialnego działających w tym obszarze. Samorząd terytorialny wspierając aktywność obywatelską może proces ten znacznie ułatwić. W tym aspekcie przypomnieć należy, że społeczność lokalna pozbawiona podmiotowości i tożsamości, nie będzie stanowić publiczności dla lokalnych inicjatyw prasowych, nie będzie również źródłem tematów dla dziennikarzy, realizujących swoje zadania zawodowe na poziomie lokalnym czy regionalnym⁹⁴.

W opinii naukowców badających zagadnienie partycypacji obywatelskiej jej stopień w polskich społecznościach lokalnych jest 3-4 razy niższy niż przeciętnie w krajach Unii Europejskiej. Bardzo niski jest też poziom zaufania do instytucji publicznych, spada frekwencja w wyborach oraz liczba osób działających wolontarystycznie. Wysoka aktywność społeczna służy wzmocnieniu demokratycznej kontroli władz, stworzeniu stosunków partnerstwa pomiędzy mieszkańcami i władzami przy wypełnianiu zadań na rzecz rozwoju społeczności i jej środowiska⁹⁵. Proces ten stymulować powinna odpowiednia polityka informacyjna prowadzona przez władze lokalne wsparta konsekwentnymi przedsięwzięciami promocyjnymi, które także wymagają odpowiedniego nagłośnienia w mediach oraz za pośrednictwem takich narzędzi jak podlegające badaniu w tej pracy strony internetowe samorządów.

⁹³ Izabela Mendel, *Organizacje pozarządowe w kształtowaniu kapitału społecznego w regionie. Zarys problematyki*, [w:] „Organizacja i Zarządzanie”. Kwartalnik Naukowy nr 2/2008, Gliwice 2008, s. 100.

⁹⁴ Michał Kaczmarczyk, *Prasa lokalna w Irlandii*, [w:] „Regionalne studia polityczne. Humanitas”, Rok 1/2010, Sosnowiec, s. 41.

⁹⁵ Dariusz Polakowski, *Strategia rozwiązywania problemów społecznych na poziomie lokalnym w oparciu o partycypację społeczną*, [w:] *Partnerstwo lokalne jako strategia rozwiązywania problemów społecznych*, red. A. Frączkiewicz-Wronka, Katowice 2010, s. 144.

Analizowane w niniejszej rozprawie działania public relations podejmowane przez jednostki samorządu terytorialnego nierzadko postrzegane są wyłącznie jako narzędzie promocji. Lokalizowanie ich w obszarze marketingu obniża rangę dystrybucji informacji, która pomimo procesu moderowania lub nadzoru znacznie wykracza poza model komunikacji perswazyjnej. Zależność ta stanowi zresztą element sporu o sklasyfikowanie formuły komunikowania „pozytywnego” uwzględniającego interesy nadawcy lub akcentującego wyznaczone przez niego obszary tematyczne, lecz zarazem opartego o przekazywanie informacji wiarygodnych i rzetelnych w sposób zapewniający aktualność oraz atrakcyjność dla odbiorców. Problem jest szczególnie wyraźny w przypadku mediów samorządowych, które z przyczyn oczywistych – jak już pisałam – nigdy nie będą w stanie wypełniać wszystkich funkcji przypisanych prasie. Precyzyjnie widać to na przykładzie funkcji kontrolnej. Nie sposób wymagać, aby media samorządowe obiektywnie rozliczały efekty działalności władz lokalnych czy weryfikowały, konfrontowały bądź negatywnie komentowały uzyskiwane z tego źródła wiadomości. Wydaje się jednak, że ukazana ułomność nie dyskwalifikuje mediów samorządowych jako nośnika rzeczowych, a nie tylko promocyjnych treści dotyczących wydarzeń istotnych dla społeczności lokalnych. Dzieje się tak z racji samej istoty aktywności informacyjnej w ramach public relations, ponieważ brak pobudzenia sprzedaży w niektórych działaniach PR jest dowodem wskazującym na to, że public relations nie stanowią jednego z elementów promotion mix i nie powinny być postrzegane jako podzbiór promocji, ale dyscyplina do niej równorzędna, dzieląca z promocją jedynie niewielki wspólny obszar wpływu⁹⁶. Stąd celem dla zarządzających dystrybucją informacji w samorządzie może być np. tworzenie społeczeństwa obywatelskiego, a nie tylko np. wzrost natężenia ruchu turystycznego w danej miejscowości.

Właściwe ulokowanie działań public relations w sferze komunikowania społecznego jest kwestią wyjątkowo istotną dla postrzegania i oceny ich efektywności. Wielu naukowców twierdzi, że public relations są oddzielną funkcją zarządzania.

⁹⁶ Barbara Labudda, *Promocja*, [w:] *Leksykon public relations* (red. J. Ołędzki, D. Tworzydło) Rzeszów 2009, s.136 i 137.

Mówi się w tym przypadku o PR jako integralnym elemencie zarządzania, wyodrębnionym nie tylko spośród innych dziedzin, ale również wspierającym i integrującym pozostałe funkcje zarządzania w organizacji. Podobny punkt widzenia przyjmują Scott M. Cutlip, Allen H. Center i Glen M. Broom, według których PR jest funkcją zarządzania, która nawiązuje i podtrzymuje wzajemnie korzystne stosunki między instytucją i grupami publiczności, od których zależy jej sukces lub klęska⁹⁷. W przypadku samorządu terytorialnego rola ta nabiera wyjątkowego charakteru, ponieważ przekazywaniu wiadomości na temat np. gminy, jej atutów oraz potencjału towarzyszy proces kształtowania wizerunku władz nią zarządzających wśród elektoratu, wpływający przecież na decyzje wyborcze. Pośrednio relacja ta znajduje zastosowanie także w przypadku powiatów, chociaż starosta w badanym okresie nie był wybierany w wyborach powszechnych.

Działania public relations samorządu wspomagać mogą proces partycypacji politycznej aktywizując społeczności lokalne do współdecydowania o kierunkach rozwoju gminy. Oczywiście kwestią dyskusyjną jest czy przekazy na temat gminy, a szczególnie te upowszechniane kanałami, na które samorząd posiada realny wpływ, powinny w swym zakresie tematycznym podejmować sprawy związane z funkcjonowaniem administracji publicznej. Czy należy korzystając ze środków publicznych upowszechniać podobizny i wypowiedzi wójtów, burmistrzów, prezydentów lub starostów? Czy oni właśnie muszą być „gwiazdami” mediów samorządowych jako autorzy artykułów wstępnych, mentorzy wygłaszający apele do mieszkańców, felietoniści i komentatorzy, stali goście dziennikarzy prowadzących wywiady bądź wręcz lokalni celebryci mający wiele do powiedzenia na każdy temat?

Niezależnie od aspektów etycznych faktem jest, że wiadomości dotyczące ważnych wydarzeń w danej miejscowości związane przynajmniej w części z aktywnością samorządu terytorialnego zawierają elementy promujące przedstawicieli kierownictwa tego samorządu. Warto więc w tym miejscu przypomnieć, że oddziaływanie przekazu niejednokrotnie powoduje całkiem odmienny, niekiedy nawet

⁹⁷ Dariusz Tworzydło, *Macierz celów wizerunkowych w procesie oceny efektów public relations*, Rzeszów 2008, ss. 15 i 16.

odwrotny od zamierzonego, skutek. Kampania informacyjna może nie tylko nie wzbudzić zainteresowania lub nie zwiększyć stopnia poinformowania odbiorców, lecz może prowadzić do znużenia i zubożenia odbiorców, a przez to zmniejszyć ich zainteresowanie i poinformowanie w danej dziedzinie⁹⁸. Z drugiej strony trudno wymagać, aby informacja o ważnym wydarzeniu dla społeczności gminnej, które zostało przeprowadzone z inicjatywy lub we współpracy z samorządem, pozbawiona była wypowiedzi osoby kierującej bieżącymi sprawami tego samorządu. Co więcej – wójt, burmistrz lub prezydent występują w tej roli jako usankcjonowany przepisami organ gminy. Właśnie dlatego tak istotną rolę w realizacji działań public relations odgrywa właściwie opracowana strategia komunikacyjna łącząca rodzaj i specyfikę podejmowanych przedsięwzięć z wyraźnie określonymi grupami celowymi. Tym bardziej, że lokalne środki masowego przekazu mają nie tylko znaczny wpływ na kształtowanie opinii publicznej w danej miejscowości, lecz tworzą gminny rynek medialny złożony z policzalnej liczby podmiotów o określonej linii programowej. W systemie zakładającym pluralizm medialny, nie wszystkie z nich muszą działać w oparciu o linię programową zakładającą przychyłność wobec samorządu. Mogą więc w pełni urzeczywistniać prawo do krytyki prasowej pozostawiając mediom samorządowym do zagospodarowania obszar pozytywnego informowania o ciekawych lub ważnych wydarzeniach z życia społecznego w danej miejscowości lub przekazywania użytecznych wiadomości z tego zakresu.

1.7.2. Polityczne aspekty realizacji strategii komunikacyjnej samorządów

Istotnym, chociaż niezbyt często jasno formułowanym celem aktywności komunikacyjnej samorządu jest także bezpośrednio sfera polityki. Od decyzji politycznych zależy przecież model rozwoju gminy lub powiatu przekładający się następnie na konkretne formy podejścia do rozwiązywania spraw związanych z zapewnieniem m.in. opieki medycznej, bezpieczeństwa publicznego, pomocy

⁹⁸ Tomasz Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 239.

społecznej, oferty kulturalnej, naukowej i sportowej, dostępu do oświaty itd. Komunikacja w obszarze lokalnym nie tylko może „marketingowo” kształtować decyzje wyborcze mieszkańców, ale pozwala też na zapewnienie im informacji pozwalających podejmować takie decyzje z większą świadomością konsekwencji, które przyniosą one dla przyszłości danej miejscowości. W tym kontekście komunikowanie polityczne zyskuje więc nową jakość, która lepiej służy demokracji, a może jest odpowiedzią na jej kryzys. Kontrargumentem dla tych, którzy taką wizję uważają za wyidealizowaną i nierealną jest fakt podnoszenia kompetencji politycznych wyborców w krajach stabilnej demokracji. Większa wiedza wyborców może stanowić tamę dla tych, którzy korzystając będą jedynie z marketingowych technik wpływu na postawy instrumentalnie – jedynie dla własnych korzyści, bez realizacji koncepcji wymiany na rynku politycznym, która zakłada obopólną korzyść – dla polityków i wyborców⁹⁹.

W obszarze komunikowania politycznego także istnieć muszą formy zarządzania dystrybucją informacji wewnętrznych i zewnętrznych, co stanowi istotę public relations. Stąd też jak podkreślają medioznawcy polityczne PR – w przeciwieństwie do reklamy politycznej, która kładzie nacisk na perswazję – opierają się głównie na przekazywaniu informacji. Informacje te są podstawą powodzenia działań, środkiem politycznej legitymizacji aktorów i instytucji oraz środkiem wpływania na opinię publiczną¹⁰⁰. Stanowi to również ważny aspekt skutecznego zarządzania komunikacją jednostki samorządu terytorialnego w odniesieniu do precyzyjnie określonych grup celowych.

1.7.3 Komunikacja perswazyjna w polityce reklamowej samorządów

⁹⁹ Marek Mazur, *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce*, Warszawa 2007, s. 289.

¹⁰⁰ Stanisław Michalczyk, *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005, s. 249.

Równolegle z wymaganym prawem i dokładnie opisanym przez obowiązujące przepisy pod względem zakresu stosowanych procedur ogłaszaniem informacji publicznych, samorząd terytorialny jest dysponentem licznych treści, których upowszechnianie regulują odrębne przepisy lub znajduje się ono w gestii władz miejskich lub powiatowych jako zadanie, które można realizować w ramach przyjętej strategii komunikacyjnej bądź innych uwarunkowań np. indywidualnej decyzji wójta, burmistrza, prezydenta czy starosty. Dotyczy to m.in. kampanii informacyjnych ale także przedsięwzięć promocyjnych czy akcji reklamowych. Zgodnie z przyjętymi normami działania z zakresu komunikacji perswazyjnej regulować powinny dokumenty planistyczne określające strategię promocyjną gminy lub powiatu będące częścią szerszej strategii rozwoju. Należy przy tym zaznaczyć, że aktywność zmierzająca do osiągnięcia zaplanowanych celów wizerunkowych w zakresie marketingu terytorialnego posiada bogatą tradycję i nadal odgrywa ogromną rolę w krajach rozwiniętych. Także w Polsce promocja walorów regionu staje się coraz częściej powszechnie i świadomie wykorzystywanym przez jednostki samorządowe elementem mieszanego marketingu (ang. mix marketing). Może ona mieć charakter wewnętrzny (skierowana do mieszkańców danej jednostki) lub zewnętrzny (skierowana do osób niebędących mieszkańcami danej jednostki). Ze względu na przedmiot promocji wyróżnia się promocję gospodarczą, społeczną i kulturową¹⁰¹.

Sprawą bardzo istotną jest weryfikacja efektywności takich działań. Reklama stanowić może mądrą inwestycję przyczyniającą się do tworzenia tzw. marki miejskiej, ale może również okazać się działaniem tyle kosztownym, co pochopnym, nieprzemysłanym i niewłaściwie przeprowadzonym. Stąd swoje znaczenie ma praktycznie każdy aspekt prowadzenia takich działań.

W odniesieniu do promocji samorządu warto też zauważyć, że ważnym zagadnieniem jest językowa dostępność komunikatów reklamowych pojawiających się w mediach. Reklama jako wytwór i składnik kultury czerpie inspiracje z typowych dla

¹⁰¹ Ilona Biernacka-Ligeża, *Promowanie wartości regionalnych w ramach współpracy transgranicznej Euroregionu Glacensis*, [w:] *Media w regionach – regiony w mediach*, red. M. Ursel, A. Woźny, Jelenia Góra 2013, ss.201 i 202.

niej źródeł oraz uczestniczy w zmianach kulturowych danego społeczeństwa. Reklama ma również dużą siłę normotwórczą, a powtarzające się w mediach komunikaty reklamowe wpływają na zwyczaje językowe¹⁰². Stąd tak duże znaczenie ma wybór trafnych sloganów podkreślających walory konkretnej miejscowości atrakcyjne dla mieszkańców, turystów czy inwestorów. W badanym okresie dobry przykład stanowiły takie hasła promocyjne jak „Chorzów. Wprawia w ruch”, „Rybnik. Miasto z ikrą” czy „Zabrze. W sercu Śląska” upowszechniane oczywiście również na stronach internetowych samorządów, o czym piszę w dalszej części pracy.

Reklamowanie turystycznych, kulturalnych lub gospodarczych walorów gminy czy powiatu bądź promocja konkretnych wydarzeń za pośrednictwem środków masowego przekazu, a także strony internetowej samorządu wymaga – co oczywiste szczególnie w przypadku administracji publicznej – działania „w sposób ograniczony określonymi normami etycznymi, moralnymi oraz prawnymi”, lecz trudność na tym też polega, że regulacje dotyczące reklamy rozproszone są w różnych aktach prawnych¹⁰³. W badanym okresie odpowiedzialność za treści zawarte w przekazach informacyjnych i reklamowych generalnie regulowały m.in. ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, w której zaznaczono, że przedmiotu prawa autorskiego nie stanowią jednak „(1) akty normatywne lub ich urzędowe projekty; (2) urzędowe dokumenty, materiały, znaki i symbole; (3) opublikowane opisy patentowe lub ochronne; (4) proste informacje prasowe”¹⁰⁴. Do podstawowych regulacji prawnych zaliczyć też należy ustawę z dnia 26 stycznia 1984 roku Prawo prasowe¹⁰⁵, a w zakresie działań reklamowych ustawę z 16 kwietnia 1993

¹⁰² Marcin Stencel, *Rozumienie terminów używanych w sloganach reklamowych*, [w:] *Komunikowanie się we współczesnym świecie*, red. B. Kaczmarek, K. Markiewicz, Lublin 2003, s. 77.

¹⁰³ Agnieszka Grzesiok, *Prawne aspekty nieuczciwej reklamy*, [w:] *Własność intelektualna w przedsiębiorstwie. Wybrane problemy prawne i ekonomiczne*, red. P. Stec, Gliwice 2010, s. 117.

¹⁰⁴ Art. 4 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Dz. U. z 1994 roku. Nr 24, poz. 83.

¹⁰⁵ Dz. U. z 1984 roku. Nr 5, poz. 24.

roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji¹⁰⁶, której jednolity tekst na zakończenie badanego okresu zawierało obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 26 czerwca 2003 roku oraz ustawa z 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym¹⁰⁷.

Oczywiście niezależnie od tego zastosowanie w przypadku działań informacyjnych i promocyjnych znaleźć mogły przepisy prawa odnoszące się do przypadków czynów zabronionych opisanych w kodeksie karnym¹⁰⁸ m.in. jako pomówienie, zniesławienie czy oszczerstwo. Warto podkreślić, że mimo krytycznych głosów wyrażanych w debacie publicznej na temat odpowiedzialności karnej za pomówienie, do końca badanego okresu obowiązywał art. 212 kodeksu karnego¹⁰⁹ przewidujący dla sprawcy pomówienia w formie kwalifikowanej karę pozbawienia wolności. Komentatorzy zwracali uwagę, że w kodeksie karnym z 1997 roku przewidziano za te przestępstwa kary surowsze niż w poprzedzającym go kodeksie z roku 1969¹¹⁰.

¹⁰⁶ Dz. U. z 2003 roku. Nr 153, poz. 1503 z póź. zm.

¹⁰⁷ Dz. U. z 2007 roku. Nr 171, poz. 1206.

¹⁰⁸ Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 roku Kodeks karny. Dz. U. z 1997 roku. Nr 88, poz. 553.

¹⁰⁹ Art. 212 kodeksu karnego w par. 1 stanowił: „Kto pomawia inną osobę, grupę osób, instytucję, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niemającą osobowości prawnej o takie postępowanie lub właściwości, które mogą poniżyć ją w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania potrzebnego dla danego stanowiska, zawodu lub rodzaju działalności, podlega grzywnie albo karze ograniczenia wolności”. Typ kwalifikowany przestępstwa znajdował zastosowanie w przypadku wykorzystania przez sprawcę środków masowego przekazu. Kodeks przewidywał więc surowszą karę ze względu na siłę społecznego oddziaływania mass mediów powodującą zwiększenie grupy do której trafia takie pomówienie, a zarazem pogłębienie negatywnego aspektu perswazyjnego. Dlatego ustawodawca dopuszczał dla sprawcy karę więzienia następująco określając brzmienie par. 2: „Jeżeli sprawca dopuszcza się czynu określonego w § 1 za pomocą środków masowego komunikowania, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do roku”. Zdaniem krytyków rozwiązanie takie pełniło rolę nieformalnej cenzury, a ochronę dóbr pomówionych skutecznie mogłoby zagwarantować postępowanie przed sądem cywilnym.

¹¹⁰ Wojciech Sokolewicz, *Prasa i konstytucja*, Warszawa 2011, s. 227.

1.8. Internet w komunikacji zewnętrznej samorządów lokalnych

Wszechstronne, a zarazem stale zwiększające swój zakres, możliwości komunikacji społecznej zapewniane przez internet były w badanym okresie w zróżnicowanym stopniu wykorzystywane przez administrację publiczną województwa śląskiego. Nowoczesnym prezentacjom internetowym jednostek samorządu terytorialnego zapewniającym intuicyjną nawigację po zgromadzonych zasobach oraz wyposażonych w liczne i użyteczne aplikacje towarzyszyły strony o archaicznej strukturze, nieatrakcyjnych rozwiązaniach graficznych oraz treściach nieadekwatnych względem oczekiwań odbiorców. Mimo coraz powszechniejszego dostępu, a także dynamicznego rozwoju internetu przy jednoczesnym wzroście świadomości znaczenia polityki informacyjnej i działań promocyjnych także wśród samorządowych decydentów wciąż w opisywanym okresie można było stwierdzić, że po przejrzeniu bardzo wielu witryn urzędów widzimy jedną ich cechę wspólną: najczęściej stanowią one elektroniczną wersję tradycyjnej tablicy ogłoszeń urzędu z możliwością zajrzenia do mniej lub lepiej skatalogowanych rodzajów spraw i informacji. Bardzo często brakuje na stronach gradacji informacji i odpowiedniej logiki ich ułożenia. Dla czytelnika takiej witryny jest to zasadnicze utrudnienie w dotarciu do poszukiwanych przez niego treści¹¹¹. W badanym okresie dotyczyło to już jednak prezentacji internetowych małych gmin¹¹².

Dlatego też analizie w niniejszej rozprawie podlegają strony internetowe porównywalnych nadawców, czyli urzędów miejskich i starostw powiatowych. Trzeba jednak przyznać zarazem, że stopniowo nawet w przypadku witryn administrowanych przez urzędy małych gmin wchodzących w skład powiatów sytuacja w tym zakresie ulegała poprawie.

¹¹¹ Grzegorz Bliźniuk, *Wizerunek urzędu w internecie*, „Gmina. Magazyn Samorządowy”, nr 144, styczeń 2013, s. 19.

¹¹² Przykładem może być strona gminy Gierałtówice w powiecie gliwickim, gdzie 10 stycznia 2014 roku wśród 12 wiadomości tworzących dominującą na stronie głównej rubrykę „Aktualności i ogłoszenia” aż 11 było datowanych na rok 2013. Podrubryka „Ostrzeżenia i raporty” zawierała natomiast cztery informacje: jedną z 2013 roku, a trzy z 2012 roku. Źródło: oficjalna strona internetowa Urzędu Gminy Gierałtówice pod adresem <http://www.gieraltowice.pl> [dostęp 10 stycznia 2014 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Na zakończenie 2013 roku wszystkie strony urzędów miejskich oraz starostw powiatowych w województwie śląskim odpowiadały standardom zarówno określonym przepisami jak też ustalonym praktyką komunikacji internetowej. Biorąc jednak pod uwagę stały rozwój możliwości technologicznych dostępnych w cyberprzestrzeni poziom absorpcji nowoczesnych rozwiązań użytkowych i dostępnych aplikacji przez jednostki samorządu terytorialnego nie był ani jednorodny ani imponujący. Sprawił wrażenie podejmowania prób ograniczenia rosnącego błyskawicznie dystansu. Dotyczyło to nie tylko narzędzi przekazu informacji (rozumianych w sensie technicznym), ale także samej ich formuły uwzględniającej konsekwencje zjawiska konwergencji mediów oraz istnienia konkurencji wśród dysponentów informacji. Pluralistyczny charakter gminnego rynku medialnego, a szczególnie powstawanie niezależnych portali lub stron prowadzonych przez tzw. dziennikarzy obywatelskich powodowały, że działania komunikacyjne z zastosowaniem przestarzałych nośników lub zakładające wprowadzanie ukrytych elementów perswazyjnych nie mogły spotkać się z aprobatą odbiorców. Stąd realia wspomnianego rynku medialnego modyfikowały strategię komunikacyjne samorządów.

Do serwisów internetowych jednostek samorządu terytorialnego odnoszą się także zasady stosowane przez nadawców komercyjnych i korporacyjnych, którzy zwracają uwagę, że zarządzanie treścią ze względu na podmiotowość odbiorcy wydaje się być receptą na sukces. Jeśli natomiast stronę internetową traktujemy jako narzędzie propagandy – rzeczywistość zemści się bardzo szybko – strona zawiśnie w próżni, a goście trafiać tam będą jedynie przypadkiem¹¹³. Dlatego strony internetowe jednostek samorządu terytorialnego na zakończenie badanego okresu w większości przypominały już w przypadku powiatów grodzkich ogólnoinformacyjne portale miejskie. Można także było także stwierdzić w odniesieniu do dysponujących zwykle uboższym oprzyrządowaniem programistycznym oraz prostszymi rozwiązaniami w

¹¹³ Roman Brańka, *Przestrzeń wirtualna jako ważny obszar działań public relations na podstawie badań wykorzystania Internetu w zarządzaniu komunikacją Południowego Koncernu Energetycznego S.A. Struktura procesu i próba oceny efektywności przyjętych rozwiązań*, [w:] *Prasa lokalna wydawana na terenie Górnośląskiego Związku Metropolitalnego*, red. St. Michalczyk, D. Krawczyk, Katowice 2008, s. 80.

zakresie aplikacji, nawigacji, elementów multimedialnych i grafiki stron powiatów ziemskich, że serwisy te zwykle interesująco i użytecznie podejmowały sprawy istotne dla społeczności lokalnych.

1.8.1. Uwarunkowania komunikacji internetowej. Ujęcie historyczne i kategoryzacja

Bez wątpienia skutecznym i odgrywającym coraz większą rolę narzędziem realizacji zadań własnych jednostek samorządu terytorialnego jest internet postrzegany obecnie jako potężne narzędzie komunikacyjne, które obok cech „mediów tradycyjnych” ma zdolność kreowania rzeczywistości informacyjnej, rzeczywistości wirtualnej, dynamicznie zmieniające się i dostępne w każdej chwili¹¹⁴. Internet rewolucjonizując komunikowanie sam nadal podlega stałemu rozwojowi technologicznemu i organizacyjnemu. Dzięki temu przyczynia się do tworzenia społeczeństwa informacyjnego.

W aspekcie historycznym internet, to wynalazek z okresu zimnej wojny, którego historia zaczyna się 29 września 1969 roku od zainstalowania pierwszego gniazda sieci w specjalnej Agencji ds. Zaawansowanych Projektów Badawczych (Advanced Research Projects Agency – ARPA) w obrębie Departamentu Obrony USA. Od ARPAnet w 1969 roku do dzisiaj zaszła gigantyczna przemiana, tak techniczna jak mentalna. Internet z tajnego wynalazku wojskowego stał się powszechnym medium i obiektem zainteresowania naukowców z różnych dziedzin¹¹⁵. Niektórzy korzeni internetu poszukują znacznie głębiej, gdyż należy mieć świadomość, że tak jak to bywało ze wszystkimi innymi wynalazkami, tak i tutaj trzeba dostrzegać odległą linię genealogiczną sięgającą filozofii i matematyki Gottfrieda W. Leibniza (1646-1717), teorii prawdopodobieństwa, której początki

¹¹⁴ Robert Szwed, *Opinia publiczna i pseudoopinie w „społeczeństwie z informatyzowanym”*, [w:] *Społeczeństwo wirtualne, społeczeństwo informacyjne*, red. R. Szwed, Lublin 2003, s. 37.

¹¹⁵ Paweł Sołtysik, *Komunikowanie masowe w Internecie jako przestrzeni publicznej. Język w sieci*, [w:] „Problemy komunikacji społecznej” nr 1/2009, Sosnowiec 2009, s. 112.

sformułowali Blaise Pascal i Christiaan Huygens ok. 1660 r. oraz wielu późniejszych odkryć, sugestii naukowych oraz rozwiązań technologicznych¹¹⁶. Przedstawiając zarys zastosowania internetu w ujęciu chronologicznym warto podkreślić, że od lat 90-tych tempo powiększania się liczby użytkowników internetu było ogromne, w ciągu dziesięciu lat wzrosła ona z 5 tysięcy do 100 milionów korzystających osób. Polska do tej rozszerzającej się sieci dołączyła stosunkowo późno i proces upowszechnienia internetu przebiegał znacznie wolniej. Pomimo tego, że pierwsza sieć połączonych komputerów powstała w naszym kraju już w latach 1981-1983 (podobnie jak w przypadku „pierwotnej sieci”, była to sieć między uczelniami: w Gliwicach, Warszawie i Wrocławiu), to pierwsze połączenie Polski ze światowym internetem nastąpiło 17 sierpnia 1991 roku i aż do 1994 roku polski internet był prawie wyłącznie siecią akademicką¹¹⁷. Wspomniane pierwsze połączenie poprzez protokół internetowy TCP/IP odbyło się pomiędzy komputerami Centrum Informatycznego Uniwersytetu Warszawskiego a Uniwersytetem Kopenhaskim.

Opisując proces komunikowania zachodzący z wykorzystaniem internetu wprowadza się różnego rodzaju jego kategoryzacje. Sklasyfikować go można uwzględniając podział odwołujący się narzędzi zapewniających odbiorcy niejednorodny stopień aktywności. W ten sposób wyodrębniona zostanie komunikacja jednostronna: strony www, bazy danych, prasa internetowa, pomoce i instrukcje obsługi. Komunikacja interaktywna: (1) Formy asynchroniczne – reakcje odbiorcy są odroczone w czasie, co pozwala na ich przemyślenie i wpływa na sposób porozumiewania się. Do tych form zaliczamy pocztę elektroniczną, listy dyskusyjne, grupy dyskusyjne, blog, fora. (2) Formy synchroniczne – umożliwiają porozumiewanie się stronom, odbywanie standardowej konwersacji lub dyskusji w czasie rzeczywistym. Do tej formy można zaliczyć komunikatory, telefonię

¹¹⁶ Marian Golka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008, s. 83.

¹¹⁷ Monika Gneciak, *Marketing polityczny w internecie. Prezydenci miast województwa śląskiego w interaktywnej sieci*, [w:] *Kampanie wyborcze z perspektywy lokalnej. Szkice z socjologii komunikacji politycznej*, red. K. Wódz, D. Dzienniak-Pulina, Dąbrowa Górnicza 2008, s. 180.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

komórkową, czaty, IRC oraz wideokonferencje¹¹⁸. Wraz z upływem czasu podział ten uzupełnić należało szczególnie o wprowadzenie kategorii reakcji związanych z upowszechnieniem się mediów środowiskowych i dostępnych tam dla użytkowników form asynchronicznych i synchronicznych.

Natomiast w ujęciu technologicznym, a także psychologicznym sieć tworzy wyodrębnioną sferę z własnymi zasadami, normami zachowań i kulturą funkcjonowania. Na określenie odrębności cyberprzestrzeni używane jest pojęcie świata wirtualnego czy rzeczywistości wirtualnej (ang. virtual reality), które to określenie ukuł J. Lanier, artysta cyberpunkowy, a zarazem założyciel i dyrektor przedsiębiorstwa VPL Research Inc., zajmującego się produkcją urządzeń elektronicznych¹¹⁹. Ten wirtualny świat gruntownie zmienił warunki funkcjonowania społeczności w świecie realnym poprzez swój wpływ na sferę komunikacji i technologii praktycznie we wszystkich obszarach gospodarki, ekonomii, polityki, kultury, nauki, edukacji, wojskowości, medycyny itd. Oddziaływanie to zachodzi niezależnie od wiedzy czy woli członków społeczności, chociaż w przypadku części wspomnianych relacji ludzie mają możliwość podejmowania indywidualnych decyzji o ich skali i zasięgu, ponieważ wykorzystują Internet na wiele różnych sposobów. Niektórzy są gorliwymi, a nawet kompulsywnymi konsumentami najnowszych technologii. Mają konta na dziesiątkach serwisów i subskrybują mnóstwo newsletterów. Blogują i tagują, korzystają z komórek i z Twittera. Innym zaś nie zależy tak bardzo na torowaniu nowych dróg, niemniej spędzają dużo czasu online, stukając w klawiaturę komputera osobistego, laptopa albo komórki. Internet stał się im niezbędny w pracy, nauce, w życiu towarzyskim – a często we wszystkich trzech dziedzinach jednocześnie¹²⁰. Sytuację taką wykorzystali profesjonalni dostawcy treści informacyjnych i reklamowych, czyli koncerty medialne. Obojętni wobec rozwoju

¹¹⁸ Dorota Sobczyk, *Sposoby porozumiewania się w Internecie*, [w:] *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń 2008, s. 53.

¹¹⁹ Anna Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006, s. 189.

¹²⁰ Nicolas Carr, *Co Internet robi z naszym mózgiem*, „Nowe Media”, red. E. Mistewicz, nr 3/2013, s. 110.

form komunikacji w cyberprzestrzeni nie mogli pozostać także inni nadawcy, a w tym jednostki samorządu terytorialnego.

Podsumowując stwierdzić można, że polski internet połowy pierwszej dekady XXI wieku jest medium w coraz większym stopniu podlegającym procesowi konwergencji, czyli korzystając z definicji Henry'ego Jenkinsa zjawisku narastania przepływów między różnymi platformami medialnymi oraz powiększania się zakresu współpracy różnych przemysłów medialnych, a także wynikającego z nich wzrostu migracyjnych zachowań odbiorców mediów. Zachodząca w Polsce konwergencja nowych mediów odnosi się głównie do (często zazębiających się) sfer: szeroko pojętej rozrywki i funkcjonowania w Internecie „starszych” mediów (prasy, radia i telewizji)¹²¹. Charakterystyka ta zachowywała swoją aktualność także do zakończenia okresu badanego w niniejszej rozprawie, czyli na koniec roku 2013.

1.8.2. E-oblicze prasy samorządowej

W dalszej części pracy przedstawiłam formy współistnienia w cyberprzestrzeni portali internetowych jednostek samorządu terytorialnego oraz wydawnictw prasowych edytowanych przez samorząd lub od niego zależnych. Urzędy miejskie i starostwa powiatowe praktykują w sieci udostępnianie wydawnictw informacyjnych, kulturalnych, turystycznych, gospodarczych, a także folderów, ulotek i informatorów miejskich, gminnych lub powiatowych. Na zakończenie badanego okresu przeprowadzone analizy pozwoliły stwierdzić, iż internet nie wpłynął na zmianę oblicza prasy samorządowej, ponieważ to co odnajdujemy na stronach internetowych stanowią wierną kopię wersji papierowej zapisaną w postaci plików PDF. Tym samym nie ma konfliktu na gruncie pozyskiwania odbiorców, gdyż e-wydanie można uznać za nowoczesną formę kolportażu, wykorzystywaną przez jednostki samorządowe, celem

¹²¹ Jakub Nowak, *Internet w Polsce*, [w:] *Oblicza polskich mediów po 1989 roku*, red. L. Pokrzycka, B. Romiszewska, Lublin 2008, s. 225.

dotarcia do internautów, która nie generuje kosztów po stronie wydawcy¹²². Część periodyków samorządowych posiada własne portale internetowe (np. „Twoje Piekary”¹²³ – bezpłatny dwutygodnik miasta Piekary Śląskie), gdzie w różnorodny sposób prezentowane są zagadnienia poruszane w wydaniach papierowych. Obok wersji elektronicznej periodyku udostępnia się bowiem poszczególne artykuły jako teksty w rubrykach typu „aktualności”, w oparciu o podejmowaną tematykę publikuje się formy komunikacji zwrotnej (np. ankiety lub sondy), w ramach uzyskiwania efektu synergii polecane są inne miejskie lub powiatowe strony internetowe, na bieżąco uzupełnia się działy z zakresu zapowiedzi np. imprez masowych itd.



Reprodukcja 1. Przykład multimedialnego wydania prasy samorządowej. Tygodnik lokalny przygotowywany przez Urząd Miejski w Gliwicach.

¹²² Katarzyna Brzoza, *E-oblicze lokalnej prasy samorządowej*, [w:] *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki. Tom III*, red. St. Michalczyk, D. Krawczyk, w druku.

¹²³ Portal redakcji pod adresem <http://www.twojepiekary.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

Osobne działy dotyczyły zwykle także wydarzeń sportowych, kulturalnych i rekreacyjnych odbywających się w danej miejscowości. W takich sytuacjach na oficjalnych portalach samorządowych publikowano linki do redakcyjnych prezentacji internetowych. Podobne rozwiązania stosowano w przypadku stacji radiowych (np. „Radio Piekary” w Piekarach Śląskich) czy też samorządowych nadawców telewizyjnych (np. „Telewizja TVZ” w Zabrze).

1.9. Narzędzia public relations w tworzeniu społecznego wizerunku samorządów na terenie województwa śląskiego

Analizując działania komunikacyjne gmin w województwie śląskim należy ustalić charakter i zasięg tego procesu. Z całą pewnością podlegają mu jednostki samorządu terytorialnego nadające przekazy i otrzymujące komunikaty zwrotne za pośrednictwem różnorodnych narzędzi, wśród których wskazać można na środki masowego przekazu w tradycyjnym ujęciu medioznawczym wyróżniającym (1) prasę, (2) radio i (3) telewizję, chociaż ta ostatnia występować może w formie telewizji internetowych lub kablowych o zasięgu lokalnym. W niniejszej pracy podjęłam już próbę scharakteryzowania prasy samorządowej. Podobnym uwarunkowania jakim podlega prasa obowiązują w przypadku pozostałych środków masowego przekazu znajdujących się w gestii administracji lokalnej. Na poddanym badaniu obszarze terytorialnym praktycznie nie występowali jednak samorządowi nadawcy programów radiowych¹²⁴. Powszechnie za to stosowano wobec rozgłośni radiowych działania media relations lub sponsorowano programy stanowiące narzędzie realizacji strategii reklamowej jednostki samorządu terytorialnego. W badanym okresie nastąpił

¹²⁴ Wyjątek wśród tradycyjnych rozgłośni radiowych stanowiła Radio Piekary jako wydawane przez Miejski Dom Kultury w Piekarach Śląskich podległy tamtejszemu samorządowi. Na terenie województwa śląskiego w III kwartale 2013 roku Radio Piekary uzyskało piątą lokatę pod względem społecznego zasięgu z wynikiem 6,6 proc. Źródło: Raport Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji: *Udział w czasie słuchania i wielkość audytorium programów radiowych w podziale na województwa, lipiec – wrzesień 2013*, Warszawa 2013, s. 23.

natomiast bujny rozkwit telewizji internetowych¹²⁵ tworzonych na zlecenie samorządów oraz profili miejskich udostępnianych w serwisach filmowych.

1.9.1. Telewizja, multimedia i prezentacje internetowe w lokalnym systemie komunikowania

W kontekście historycznym warto przypomnieć, że w Polsce prace nad uruchomieniem transmisji telewizyjnych sięgają okresu międzywojennego, kiedy to w 1938 roku kompletną aparaturę zainstalowano w gmachu towarzystwa ubezpieczeń „Prudential” przy Placu Napoleona. Pierwszy program nadano 5 października 1938 roku¹²⁶. Kontynuując aspekt historyczny wspomnieć jeszcze należy, że po zakończeniu II wojny światowej prace badawcze nad telewizją wznowiono w 1947 roku. W okresie PRL telewizja stanowiła narzędzie komunikowania w pełni kontrolowane przez ówczesny aparat państwa. Rozwój możliwości prawnych i technicznych po okresie transformacji ustrojowej zaowocował pojawieniem się telewizji komercyjnych o znacznym społecznym zasięgu, do których w pierwszym rzędzie należały teki stacje jak Telewizja Polsat. Jako pierwsza otrzymała ona koncesję na nadawanie ogólnopolskie rozpoczęte 5 grudnia 1992 roku o godz. 16.30¹²⁷. Drugą z największych stacji jest wchodząca w badany okres w skład grupy ITI Telewizja TVN, która została założona 3 października 1997 roku¹²⁸. Telewizja odegrała ogromną rolę w ukształtowaniu formuły komunikowania

¹²⁵ Przykładem profesjonalnego nadawcy udostępniającego swój program całodobowo za pośrednictwem sieci kablowej i cyfrowej, a podległego jednostce samorządu terytorialnego była Telewizja Zabrze z siedzibą w Domu Muzyki i Tańca w Zabrzu. Źródło: oficjalna strona Telewizji Zabrze pod adresem <http://www.tvzabrze.eu> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

¹²⁶ Danuta Grzelewska, Rafał Habielski, Andrzej Kozieł, Janusz Osica, Lidia Piwońska-Pykało, *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*, Warszawa 2001, s. 264.

¹²⁷ Informacje z oficjalnej strony Telewizji Polsat pod adresem: <http://www.polsat.pl> [dostęp 2 września 2013 roku].

¹²⁸ Informacja zaczerpnięta ze strony internetowej Telewizji TVN pod adresem: <http://www.tvn.pl> [dostęp 2 września 2013 roku].

politycznego, a obecnie – także dzięki zastosowaniu rozwiązań cyfrowych – nadal jest głównym źródłem informacji politycznej dla większości obywateli. Z perspektywy odbiorczej przyczynia się do tego wszechobecność tego medium, dostępność oraz łatwość użytkowania; natomiast nadawcom politycznym telewizja oferuje nieograniczone wręcz możliwości kreowania efektywnych strategii komunikacyjnych, łączących w koherentny sposób merytoryczną stronę komunikowania z właściwą i atrakcyjną formą wizualną (polityczny symbolizm), odpowiednim dawkowaniem emocji, prostotą personalizacji przekazu politycznego (naturalne ukierunkowanie zainteresowania ku osobom polityków, spychające kwestie programowe na dalszy plan) oraz wzrastającą precyzją adresowania komunikatów (fenomen kampanijny telewizji kablowej)¹²⁹. Na marginesie warto zauważyć, że zarówno w rozwiniętych demokracjach zachodnich jak też w realiach amerykańskiej komunikacji politycznej środki masowego przekazu nie tylko uzupełniają, lecz wręcz zastępują bezpośrednią aktywizację i integrację działaczy oraz sympatyków, gdyż daleko ważniejszą od mobilizacji aktywu partyjnego i wolontariuszy staje się bezpośrednia sprzedaż polityka za pomocą mass mediów¹³⁰.

Tworzenie telewizji internetowych lub portali multimedialnych uzależnione jest od modeli biznesowych zapewniających ekonomiczne uzasadnienie wdrażania nowoczesnych rozwiązań technologicznych dla celów komunikacji społecznej lub na rzecz działań łączących przekaz informacji ze (1) sprzedażą reklam, (2) akcjami marketingowymi (np. gromadzenie baz danych o użytkownikach) lub (3) realizacją strategii handlowych. Model taki cechując się podejściem profesjonalnym zawierać powinien „opis prowadzonej działalności, w tym opis oferowanego produktu, usług, przepływów informacji, korzyści dla uczestników transakcji, opis przepływów finansowych i określenie źródeł dochodów”¹³¹.

¹²⁹ Mariusz Kolczyński, *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2008, s. 173.

¹³⁰ Tomasz Żyro, *Wstęp do politologii*, Warszawa 2006, s. 241.

¹³¹ Roman Kmiecik, *Telewizja w e-gospodarce*, [w:] „Zeszyty naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie”. Zeszyt 45/2008, Gliwice 2008, s. 206.

W warunkach panujących w badanym okresie w województwie śląskim prywatne serwisy internetowe poświęcone tematyce lokalnej osiągały spontaniczny rozkwit praktycznie we wszystkich miastach. Dynamicznie powstawały kolejne redakcje internetowe. Dla przykładu: w Gliwicach funkcjonowało na zakończenie badanego okresu co najmniej kilkanaście odpowiednio spozycjonowanych serwisów internetowych o charakterze lokalnym lub sublokalnym. Były to nie tylko portale należące do mediów istniejących w mieście. Jeden z nich informował w formie autopromocji: „portal i telewizja internetowa infogliwice.pl istnieje od 2010 roku. Liczba użytkowników z każdym rokiem dynamicznie rośnie. Blisko 45% naszych Czytelników i Widzów wchodzi do nas codziennie. Publikujemy artykuły dotyczące funkcjonowania miasta, interweniujemy w sprawach mieszkańców, promujemy lokalne inicjatywy. Kilka razy w tygodniu zamieszczamy materiały telewizyjne”¹³². Kolejny lokalny portal internetowy reklamował się jako „dziennik zarejestrowany na podstawie postanowienia Sądu Okręgowego w Gliwicach z dnia 7 lipca 2009. Wpis do rejestru dzienników i czasopism: Pr 345”¹³³. Następny portal prezentował się następująco: „to nie radio, nie telewizja, ani nie gazeta. To portal informacyjny, gdzie zawsze znajdziesz aktualne wiadomości i ciekawe artykuły. Czytając, napisane przez nas informacje możesz brać czynny udział w tworzeniu naszego portalu. Wyrażając swoją opinie w komentarzach kreujesz miasto. Może to właśnie Twój głos stanie się inspiracją do stworzenia nowego, lepszego wizerunku miasta”¹³⁴. Istniały też inne portale miejskie, cechujące się zdecydowanie rzadszą aktualizacją treści, co wskazywało też na mniejsze zainteresowanie internautów¹³⁵. Była też strona internetowa najstarszego w mieście periodyku lokalnego. Wynikało z niej, że „Nowiny Gliwickie ukazują się już od 1956 r. Tygodnik obywatelski, który zasięgiem

¹³² Lokalny portal informacyjny pod adresem infogliwice.pl [dostęp 30 grudnia 2013 roku]

¹³³ Lokalny portal informacyjny pod adresem <http://www.24gliwice.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

¹³⁴ Lokalny portal informacyjny pod adresem <http://mojegliwice.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

¹³⁵ Jedną z takich stron internetowych był np. portal „Gliwickie Metamorfozy” należący do Stowarzyszenia na rzecz dziedzictwa kulturowego Gliwic pod adresem <http://www.gliwiczanie.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

obejmuje Gliwice i powiat gliwicki. Na swoich łamach prezentujemy szeroko pojętą tematykę polityczną, gospodarczą, społeczną, obyczajową, kulturalną, a także sport, ciekawe reportaże i wywiady”¹³⁶.

Portal stanowił informacyjne odwzorowanie zawartości gazety umożliwiając lekturę pierwszej kolumny oraz części tekstów umieszczonych wewnątrz numeru z zastrzeżeniem: „czytaj więcej w papierowym wydaniu Nowin Gliwickich”. Pozwalał także na umieszczanie komentarzy przez czytelników. Biorąc pod uwagę różnorodność nadawców w cyberprzestrzeni generalnie jako przykład stron internetowych przeznaczonych dla mieszkańców Gliwic można podać również prezentacje spółdzielni mieszkaniowych¹³⁷, parafii¹³⁸, stowarzyszeń i organizacji pozarządowych¹³⁹ itd.

Ze względu na znikomą liczbę publikowanych treści promocyjnych można założyć, że serwisy te większości nie znajdowały zainteresowania reklamodawców umożliwiającego stabilny i dalekosiężny rozwój oraz wprowadzenie standardów charakterystycznych dla zespołów dziennikarskich zatrudnianych przez koncerny

¹³⁶ Autopromocja na stronie internetowej „Nowin Gliwickich” pod adresem <http://www.nowiny.gliwice.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

¹³⁷ Osobliwy sposób kształtowania relacji komunikacyjnych ze spółdzielcami dokumentuje pierwsza informacja otwierająca stronę główną spółdzielni mieszkaniowej „Sikornik” w Gliwicach: „Spółdzielnia Mieszkaniowa „SIKORNIK” informuje, że zamieszczony na stronie internetowej Spółdzielni adres e-mail służy przede wszystkim do korespondencji urzędowej Spółdzielni z instytucjami, przedsiębiorstwami. Nadsyłane na w/w adres e-mail przez osoby fizyczne - członków Spółdzielni, informacje i zapytania mogą pozostać bez odpowiedzi i nadania urzędowego biegu”. Źródło: <http://www.sikornik.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

¹³⁸ Na części stron gliwickich kościołów dostępne były także internetowe wydania prasy parafialnej. Przykładem jest dział „Gazetka” umieszczony na witrynie parafii pod wezwaniem Najświętszej Marii Panny Matki Kościoła w Gliwicach, gdzie informowano: „na tej stronie prezentujemy spisy treści archiwalnych numerów gazetki parafialnej „NASZE MAGNIFICAT”. Ukazuje się ona cyklicznie (5 - 6 numerów w roku). Po otwarciu pliku w PDF można prześledzić treść gazetki”. Źródło: <http://www.matkakosciola.gliwice.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

¹³⁹ Niektóre związki i stowarzyszenia podawały informacje o charakterze lokalnym jak np. witryna „Stowarzyszenia GTW”, które „powstało w 2004 roku z inicjatywy harcerzy 19 Gliwickiej Drużyny Harcerskiej oraz Nieformalnej Grupy „Sportiva”. Od samego początku postawiliśmy sobie za cel działalność na rzecz Śląska poprzez sport, kulturę i edukację”. Źródło: <http://www.gtwgliwice.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

wydawnicze. Sytuacja taka powodowała, że wydawców serwisów lokalnych częściej postrzegano w kategoriach tzw. dziennikarzy obywatelskich niż zarządzających profesjonalnymi redakcjami internetowymi. Inaczej było w odniesieniu do stron zawierających elektroniczne wydania niektórych tytułów prasy regionalnej bądź redakcji telewizji internetowych tworzonych wokół regionalnych lub ogólnopolskich wydawnictw prasowych, a także serwisów sieciowych dużych koncernów medialnych pozwalających na stworzenie internaucie indywidualnego profilu tej strony o charakterze lokalnym (np. typu „moje miasto”)¹⁴⁰. Projekty te realizowane były bowiem przez członków zespołów redakcyjnych lub osoby zatrudnione przez redakcje bądź zawodowo działające na rzecz i z upoważnienia tych redakcji.

1.9.2 Wykorzystanie przez samorząd portali internetowych w realizacji zadań komunikacyjnych

Działania komunikacyjne z wykorzystaniem telewizji internetowej lub przynajmniej wiadomości multimedialnych w kanałach miejskich w serwisie filmowym YouTube - w skali całego kraju - podejmowała też administracja samorządowa. Nie inaczej było na Śląsku, chociaż do sytuacji tego regionu także odnoszą się rezultaty uzyskane w badaniu zastosowania internetu w komunikacji społecznej samorządów. W wyniku analizy 166 portali internetowych, której wnioski opublikowano w 2012 roku należy podkreślić, że możliwości internetu jako narzędzia w polityce komunikacyjnej są olbrzymie, jednak w przypadku lokalnych samorządów pozostają one (przynajmniej w przypadku województwa śląskiego) możliwościami jedynie potencjalnymi. Internet wykorzystuje się jedynie jako wsparcie dla polityki informacyjnej, poniekąd dublując albo nawet multiplikując wiadomości podawane innymi kanałami. Zupełnie niewykorzystane pozostają możliwości interaktywnego kontaktu z mieszkańcami, wiele do życzenia pozostawia też wykorzystania

¹⁴⁰ Dotyczyło to w przypadku Gliwic np. serwisu „Naszemiasto.pl” pod adresem <http://gliwice.naszemiasto.pl> lub internetowego wydania lokalnego „Gazety Wyborczej” pod adresem <http://gliwice.gazeta.pl>.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

możliwości promocji. Można stwierdzić, że strony internetowe urzędów są internetową wersją materiałów drukowanych i, póki co, w znikomym stopniu wykorzystują możliwości konwergentnego medium masowego¹⁴¹. Być może urzędniczy charakter pracy osób zajmujących się w starostwach powiatowych i urzędach miejskich stronami samorządowymi determinował ostrożne, a co za tym idzie dość powolne adaptowanie nowych rozwiązań technologicznych dla realizowania strategii informacyjnej. W odróżnieniu od podmiotów komercyjnych poważniejszego problemu nie stwarzała strona finansowa tego przedsięwzięcia. Zarówno w zakresie pozyskiwania oprzyrządowania internetowego (np. możliwość korzystania z darmowego oprogramowania) jak też kosztów pracy. Zadania z zakresu public relations wykonywali bowiem pracownicy zatrudnieni na umowach etatowych, praktykach zawodowych, stażach opłacanych przez powiatowe urzędy pracy itd. Dodatkowo do działań takich angażowano agencje reklamowe działające na zlecenie samorządów. Domniemywać można, że ograniczenie dla rozwoju nowoczesnych technik komunikacyjnych w cyberprzestrzeni stanowiły bariery w pojmowaniu korzyści zapewnianych przez nowinki techniczne oraz problemy z nadzorowaniem komunikacji zwrotnej. Ten drugi aspekt opierał się o dążenie do odnalezienia równowagi między zastosowaniem narzędzi interaktywnych umożliwiających użytkownikom nieskrępowane wyrażanie poglądów, a powagą debaty publicznej.

Warto w tym miejscu podać przykład Starostwa Powiatowego w Częstochowie, które na swojej oficjalnej stronie internetowej uruchomiono forum dyskusyjne. Przewidziano tam możliwość moderowanego komentowania artykułów. Formularz wymagał podania imienia nadawcy. Po wpisaniu komentarza i wysłaniu ukazywała się informacja o treści: „Dziękujemy. Twój komentarz oczekuje na akceptację”. Moderacja nie zawsze wpływała na usuwanie treści mogących budzić kontrowersje wśród użytkowników portalu administrowanego przez administrację publiczną. Przykładem był wpis poświęcony artykułowi dotyczącemu Śląskiego

¹⁴¹ Patrycja Szostok, *Konwergencja mediów na przykładzie funkcjonowania miejskich i gminnych portali internetowych w województwie śląskim*, [w:] *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*. Tom 2, red. M Gierula, P. Szostok, Katowice 2012, s. 170.

Festiwalu Kultury Folklorystycznej w Gostyni podpisany przez autora: „dupa” i zawierający treść: „ty pedalucho osr”¹⁴². Pod wpisami znajdował się licznik podający ilość odsłon danego materiału, ilość dodanych postów oraz informacja o dacie publikacji i określenie autora lub źródła.

Nadmierne nadzorowanie komunikacji zwrotnej ocierało się w cyberprzestrzeni o zarzut stosowania przez administrację publiczną cenzury. Lekceważenie konieczności stałego monitoringu ułatwiało natomiast eksponowanie na nośnikach samorządowych treści nieobyčajnych, wulgarnych lub – co gorsza dla samorządu – niezgodnych z linią programową aktualnych władz. Na marginesie warto wspomnieć, że zapewnienie pełnej moderacji wybranego obszaru w cyberprzestrzeni wymagałoby również zapewnienia sporych – nawet jak na warunki samorządu – nakładów finansowych i logistycznych (np. 24-godzinny system administrowania wpisami lub umieszczanymi czy też komentowanymi przez internautów materiałami multimedialnymi). Co najważniejsze jednak usuwanie treści wprowadzanych przez użytkowników mogłoby generować opinie krytyczne na temat braku w danej miejscowości przyjaznej atmosfery dla pluralistycznej formuły prezentacji poglądów mieszkańców. Stąd zapewne tego typu narzędzia komunikacji zwrotnej stosowano w badanym okresie tylko na paru stronach samorządów w województwie śląskim, chociaż lekceważono tym samym fakt, że doprowadzenie do podobnych dyskusji pozwala poznać opinie ich uczestników i stwarza warunki, aby strona internetowa prowokowała swojego rodzaju konsultacje społeczne. Istnienie forum umożliwia też analizę opinii użytkowników, a odwołując się do przykładu mediów komercyjnych zwiększa wiarygodność portalu, angażuje odbiorców w redagowanie jego zawartości oraz powoduje, że czytelnicy współtworzący serwis są bardziej wymagający wobec redakcji, lecz równocześnie zaczynają czuć się współgospodarzami. Dzięki forum internauci mogą przeczytać przypadki podobne do opisywanych w tekście

¹⁴² Treści upowszechnione na forum dyskusyjnym w oficjalnym serwisie administracji publicznej, jakim był portal „Wrota Powiatu Częstochowskiego” administrowany przez Starostwo Powiatowe w Częstochowie. Wpis z wtorku 13 listopada 2012 roku z godz. 11.07 na stronie pod adresem <http://www.czestochowa.powiat.pl> [dostęp 25 stycznia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

spontanicznie uzupełniać relację o własne przeżycia, a nawet o istotne dla sprawy informacje, do których nie dotarli autorzy publikacji¹⁴³. Samorządy jednak mniej lub bardziej świadomie preferowały bezpieczeństwo komunikacyjne przejawiające się w zapewnieniu sobie pełnej kontroli nad treściami upowszechnianymi na stronie urzędu miejskiego lub starostwa powiatowego niż dopuszczenie do swobodnej wymiany poglądów z zastosowaniem nośnika administrowanego przez jednostkę samorządu terytorialnego.

TABELA1. Powiaty grodzkie województwa śląskiego.

1	Powiat grodzki Bielsko-Biała:	Miasto Bielsko-Biała.
2	Powiat grodzki Bytom:	Miasto Bytom.
3	Powiat grodzki Chorzów:	Miasto Chorzów.
4	Powiat grodzki Częstochowa:	Miasto Częstochowa.
5	Powiat grodzki Dąbrowa Górnicza:	Miasto Dąbrowa Górnicza.
6	Powiat grodzki Gliwice:	Miasto Gliwice.
7	Powiat grodzki Jastrzębie-Zdrój:	Miasto Jastrzębie-Zdrój.
8	Powiat grodzki Jaworzno:	Miasto Jaworzno.
9	Powiat grodzki Katowice:	Miasto Katowice.
10	Powiat grodzki Mysłowice:	Miasto Mysłowice.
11	Powiat grodzki Piekary Śląskie:	Miasto Piekary Śląskie.
12	Powiat grodzki Ruda Śląska:	Miasto Ruda Śląska.
13	Powiat grodzki Rybnik:	Miasto Rybnik.
14	Powiat grodzki Siemianowice Śląskie:	Miasto Siemianowice Śląskie.
15	Powiat grodzki Sosnowiec:	Miasto Sosnowiec.
16	Powiat grodzki Świętochłowice:	Miasto Świętochłowice.

¹⁴³Leszek Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, s. 229.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

17	Powiat grodzki Tychy:	Miasto Tychy.
18	Powiat grodzki Zabrze:	Miasto Zabrze.
19	Powiat grodzki Żory:	Miasto Żory.

Tabela 1. Powiaty grodzkie w województwie śląskim zgodnie z podziałem administracyjnym. Stan na 31 grudnia 2013 roku. Opracowano na podstawie danych Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego w Katowicach.

TABELA 2. Powiaty ziemskie województwa śląskiego.

1	Powiat ziemski Będziński:	Będzin, Bobrowniki, Czeladź, Mierzęcice, Psary, Siewierz, Sławków, Wojkowice.
2	Powiat ziemski Bielski:	Bestwina, Buczkowice, Czechowice-Dziedzice, Jasienica, Jaworze, Kozy, Porąbka, Szczyrk, Wilamowice, Wilkowice.
3	Powiat ziemski Bieruńsko-Lędziński:	Bieruń, Bojszowy, Chełm Śląski, Imielin, Lędziny.
4	Powiat ziemski Cieszyński:	Brenna, Chybie, Cieszyn, Dębowiec, Goleszów, Hażlach, Istebna, Skoczów, Strumień, Ustroń, Wisła, Zebrzydowice.
5	Powiat ziemski Częstochowski:	Blachownia, Dąbrowa, Zielona, Janów, Kamienica Polska, Kłomnice, Koniecpol, Konopiska, Kruszyna, Lelów, Mstów, Mykanów, Olsztyn, Poczesna, Przyrów, Rędziny, Starcza.
6	Powiat ziemski Gliwicki:	Gierałtowice, Knurów, Pilchowice, Pyskowice, Rudziniec, Sośnicowice, Toszek Wielowieś.
7	Powiat ziemski Kłobucki:	Kłobuck, Krzepice, Lipie, Miedźno, Opatów, Panki, Popów, Przystajń, Wręczyca Wielka.
8	Powiat ziemski Lubliniecki:	Boronów, Ciasna, Herby, Kochanowice,

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

		Koszęcin, Lubliniec, Pawonków, Woźniki.
9	Powiat ziemski Mikołowski:	Łaziska Górne, Mikołów, Ornontowice, Orzesze, Wry.
10	Powiat ziemski Myszkowski:	Koziegłowy, Myszków, Niegowa, Poraj, Żarki.
11	Powiat ziemski Pszczyński:	Goczałkowice-Zdrój, Kobiór, Miedźna, Pawłowice, Pszczyna, Suszec.
12	Powiat ziemski Raciborski:	Kornowac, Krzanowice, Krzyżanowice, Kuźnia Raciborska, Nędza, Pietrowice Wielkie, Racibórz, Rudnik.
13	Powiat ziemski Rybnicki:	Czerwionka-Leszczyny, Gaszowice, Jejkowice, Lyski, Świerklany.
14	Powiat ziemski Tarnogórski:	Kalety, Krupski Młyn, Miasteczko Śląskie, Ożarowice, Radzionków, Świerklaniec, Tarnowskie Góry, Tworóg, Zbrostawice.
15	Powiat ziemski Wodzisławski:	Godów, Gorzyce, Lubomia, Markłowice, Mszana, Pszów, Radlin Rydułtowy, Wodzisław Śląski.
16	Powiat ziemski Zawierciański:	Irządze, Kroczyce, Łazy, Ogrodzieniec, Pilica, Poręba, Szczekociny, Włodowice, Zawiercie, Żarnowiec.
17	Powiat ziemski Żywiecki:	Czernichów, Gilowice, Jeleśnia, Koszarawa, Lipowa, Łękawica, Łodygowice, Milówka, Radziechowy-Wieprz, Rajcza, Ślemień, Świnna, Ujszoły, Węgierska Górka, Żywiec.

Tabela 2. Powiaty ziemskie województwa śląskiego zgodnie z podziałem administracyjnym w grudniu 2012 roku. Stan na 31 grudnia 2013 roku. Opracowano na podstawie danych Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego w Katowicach.

Rozdział II.

ZAWARTOŚĆ OFICJALNYCH STRON INTERNETOWYCH JEDNOSTEK SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

2.1. Kategoryzacja treści na stronach jednostek samorządu terytorialnego

Większość oficjalnych prezentacji internetowych urzędów miejskich i starostw powiatowych w województwie śląskim na stronie głównej proponowała czytelny i ułatwiający podział na strefy tematyczne interesujące dla internautów z konkretnej kategorii adresatów przekazu. Incydentalnie użytkownik strony miał do dyspozycji przeładowaną treścią „tablicę ogłoszeniową” pozbawioną elementów usprawniających nawigację oraz umożliwiających szybkie wyszukiwanie pożądanej zawartości. Pod tym względem na zakończenie badanego okresu podlegające analizie strony jednostek samorządu terytorialnego nie odbiegały od światowych standardów obowiązujących administratorów witryn internetowych. Najwięcej zastrzeżeń budził co prawda stosunkowo niski nasycenia wobec stanu na portalach komercyjnych poziom materiałami multimedialnymi, skomunikowania z mediami społecznościowymi oraz udostępnienia internautom możliwości zarejestrowania swoich poglądów w sprawach podlegających debacie publicznej. W przypadku stron samorządowych nie sprawdziły się bowiem mechanizmy zapisu i udostępniania treści na wzór grup dyskusyjnych, a komunikację zwrotną ograniczono praktycznie do formularzy kontaktowych, ankiet i sondaży ignorując istnienie nawet w pełni moderowanych forów lub czatów. Poza tymi ograniczeniami strony samorządowe oferowały użyteczne treści podane w atrakcyjnej graficznie formie. Dokonując podziału stron samorządowych na strony powiatów grodzkich i ziemskich nieco korzystniej w zakresie zawartości i grafiki przedstawiały się witryny powiatów grodzkich zarządzane przez urzędy miejskie. Wśród stron starostw powiatowych po weryfikacji¹⁴⁴ kompozycji graficznych,

¹⁴⁴ Taki stan panował na zakończenie badanego okresu w październiku 2013 roku. Badaniu własnemu autorki podlegały wszystkie oficjalne strony internetowe powiatów ziemskich i grodzkich (bez profili

dostępnych narzędzi internetowych i sposobów nawigacji 76 proc. można było ocenić jako strony stworzone w oparciu o nowoczesne rozwiązania technologiczne. Podobne badanie przeprowadzone na zbiorze witryn administrowanych przez urzędy miejskie, które często aspirują do miana portali miejskich przyniosło wynik na poziomie 83 proc. Lokaty stron powiatów grodzkich obniżały przy tym najczęściej niezbyt atrakcyjne rozwiązania graficzne, a powiatów ziemskich zastosowanie przestarzałych technologii i mała liczba dostępnych użyteczności, co dodatkowo uwidacznia różnicę jakościową pomiędzy oboma kategoriami witryn internetowych.

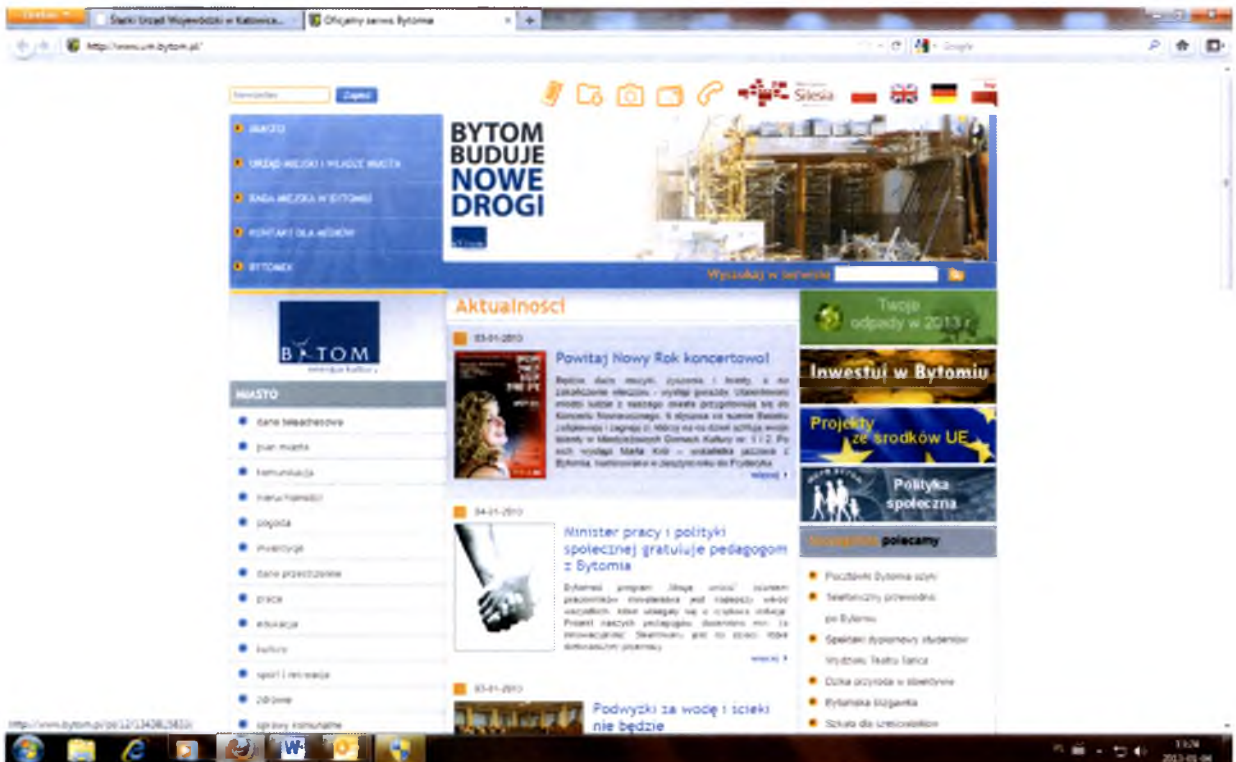
Strony powiatów grodzkich województwa śląskiego. Dostęp 4 stycznia 2013 roku.



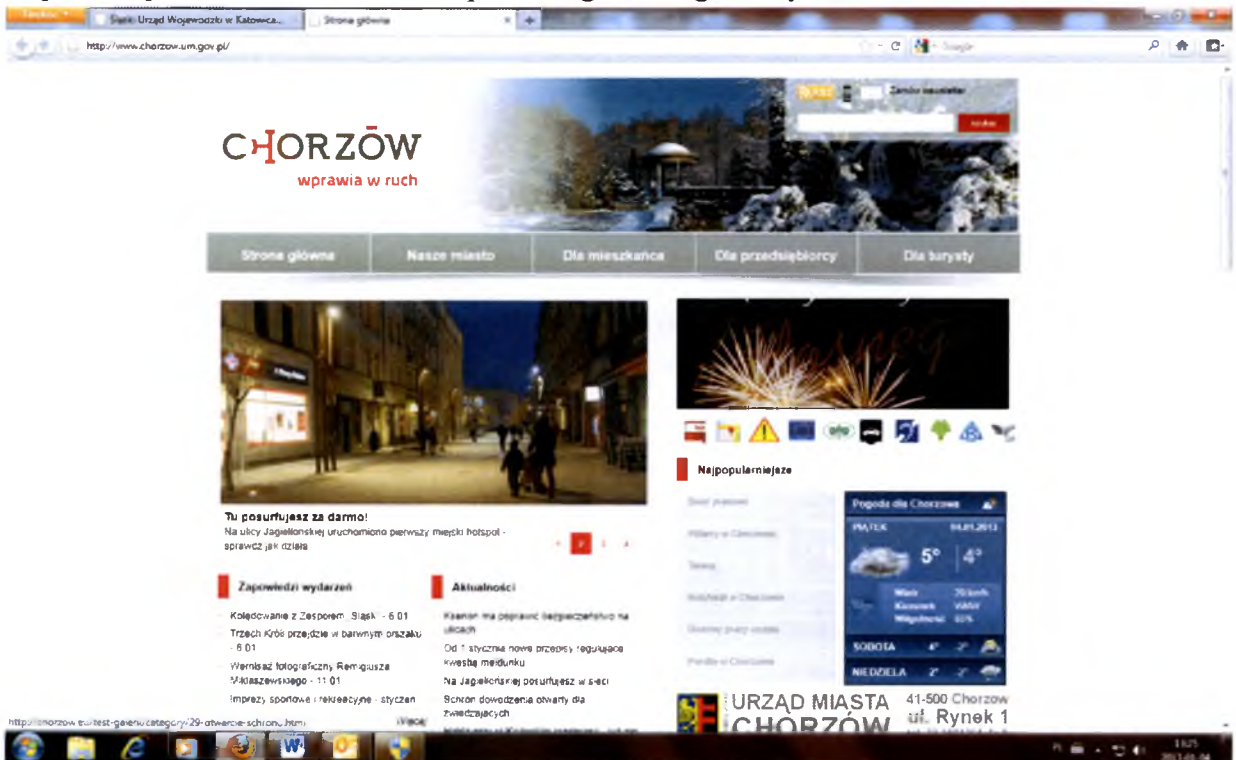
Reprodukcja 2. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Bielsku-Białej.

miejskich w mediach społecznościowych i serwisach filmowych). Analizowano podstawowe możliwości technologiczne poszczególnych witryn, zastosowanie rozwiązań graficznych, systemów nawigacyjnych, dostępność użyteczności i aplikacji upowszechnianych w tym czasie na portalach komercyjnych.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



Reprodukcja 3. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Bytomiu.

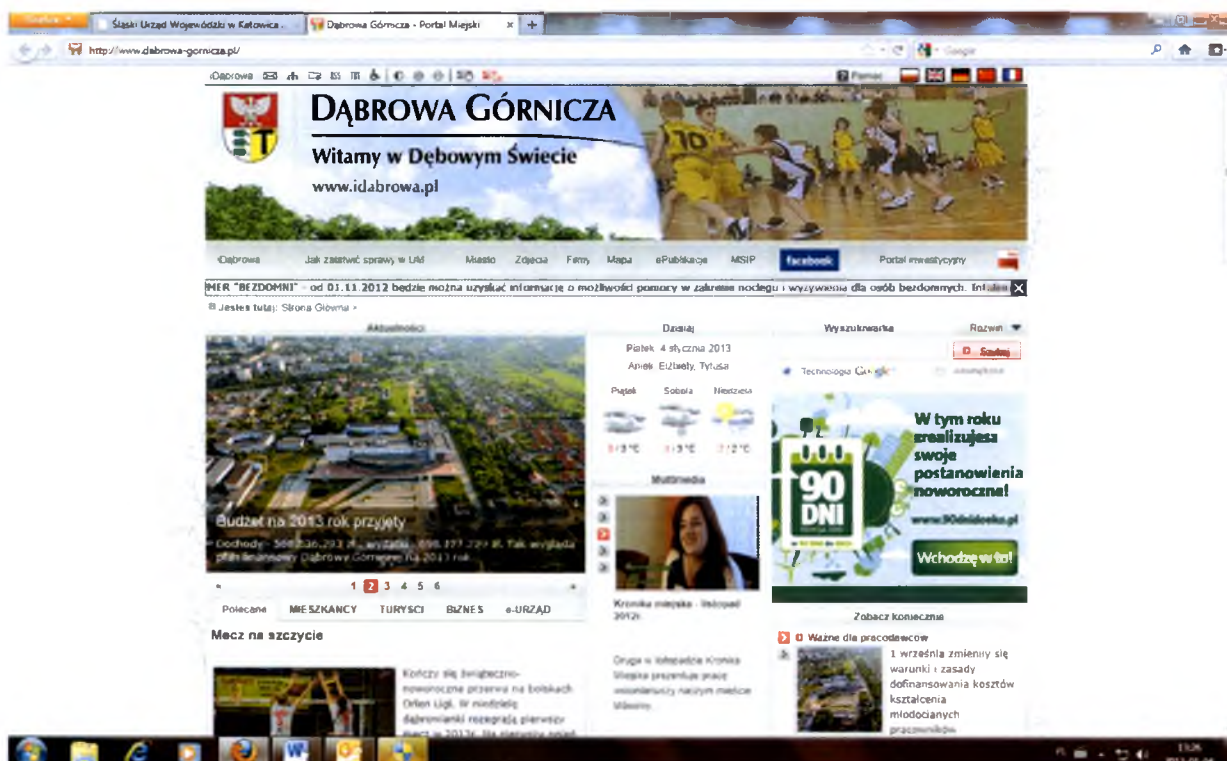


Reprodukcja 4. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Chorzowie.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

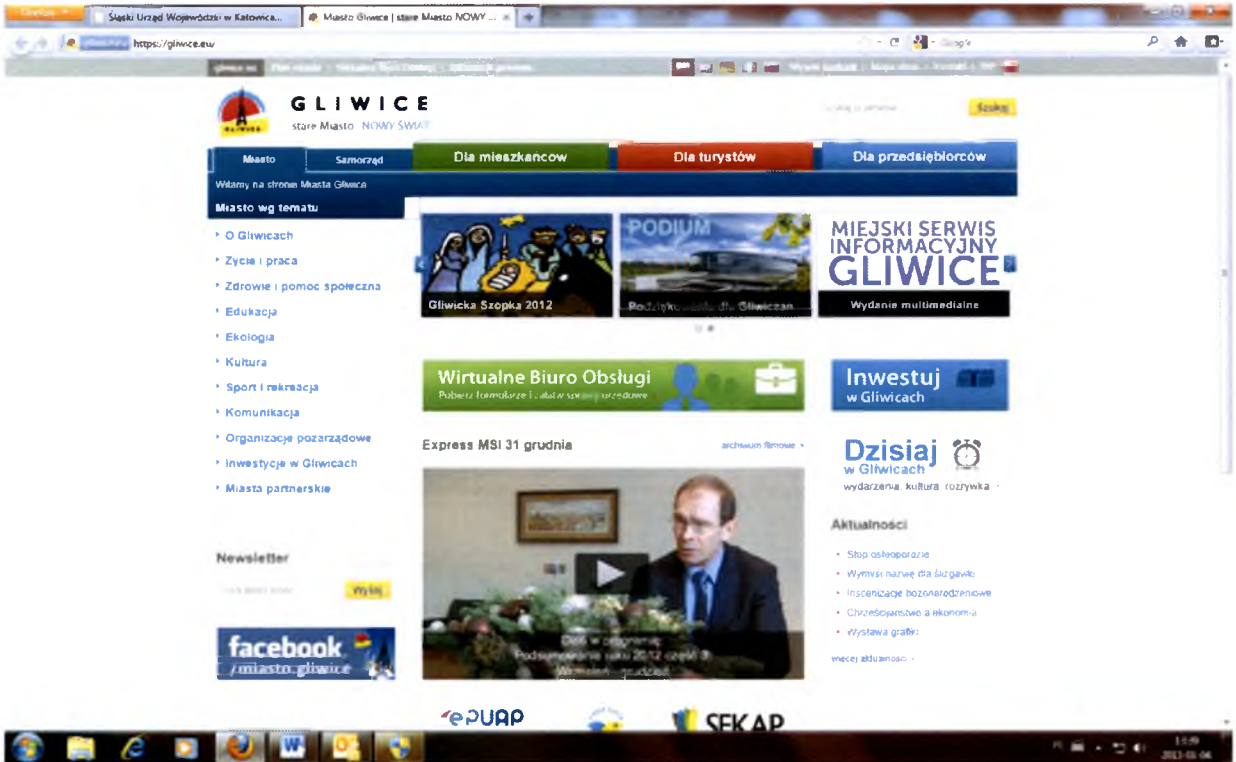


Reprodukcja 5. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Częstochowie.



Reprodukcja 6. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Dąbrowie Górniczej.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

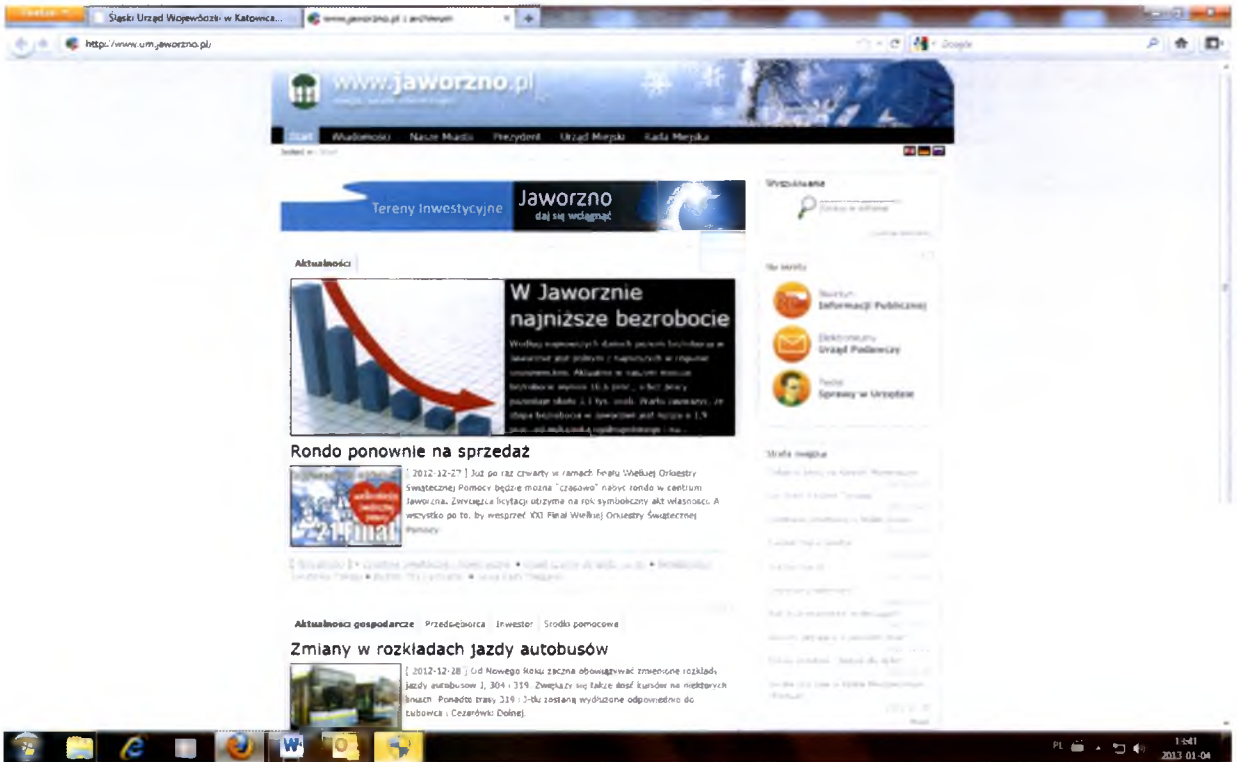


Reprodukcja 7. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Gliwicach.

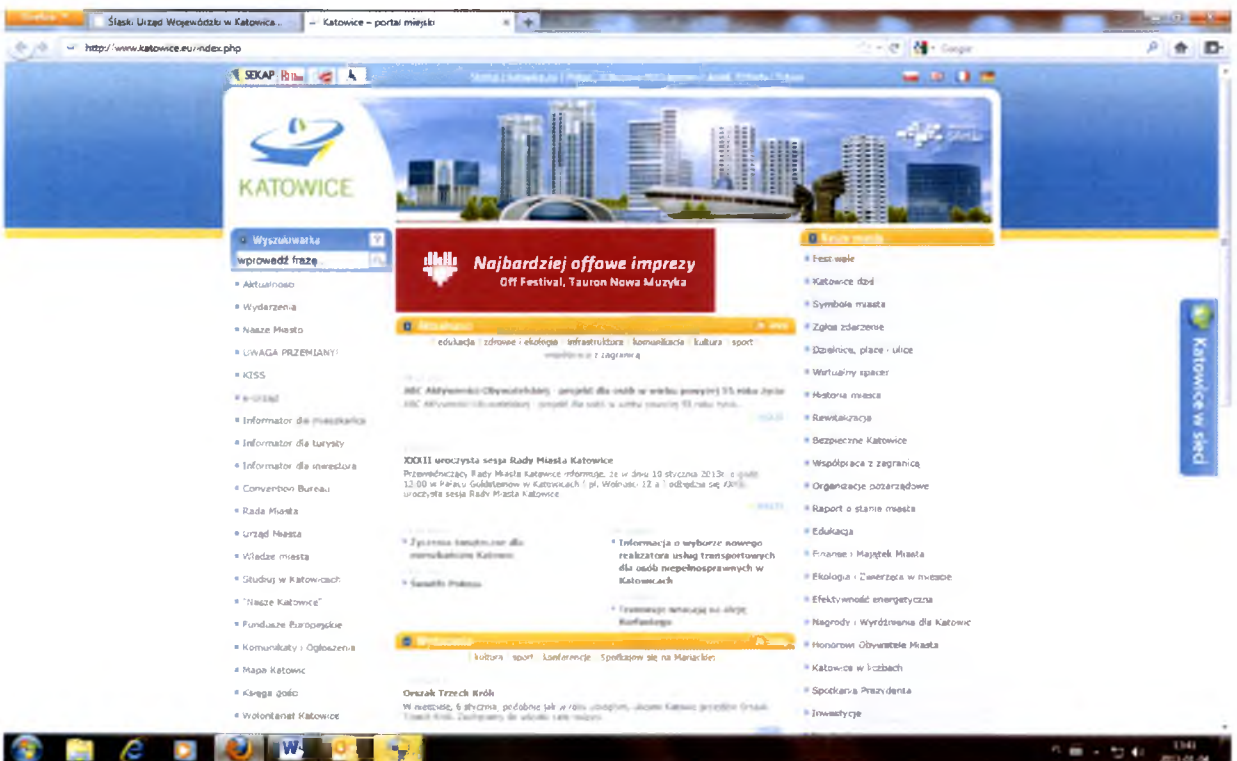


Reprodukcja 8. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Jastrzębiu Zdroju.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



Reprodukcja 9. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Jaworznie.

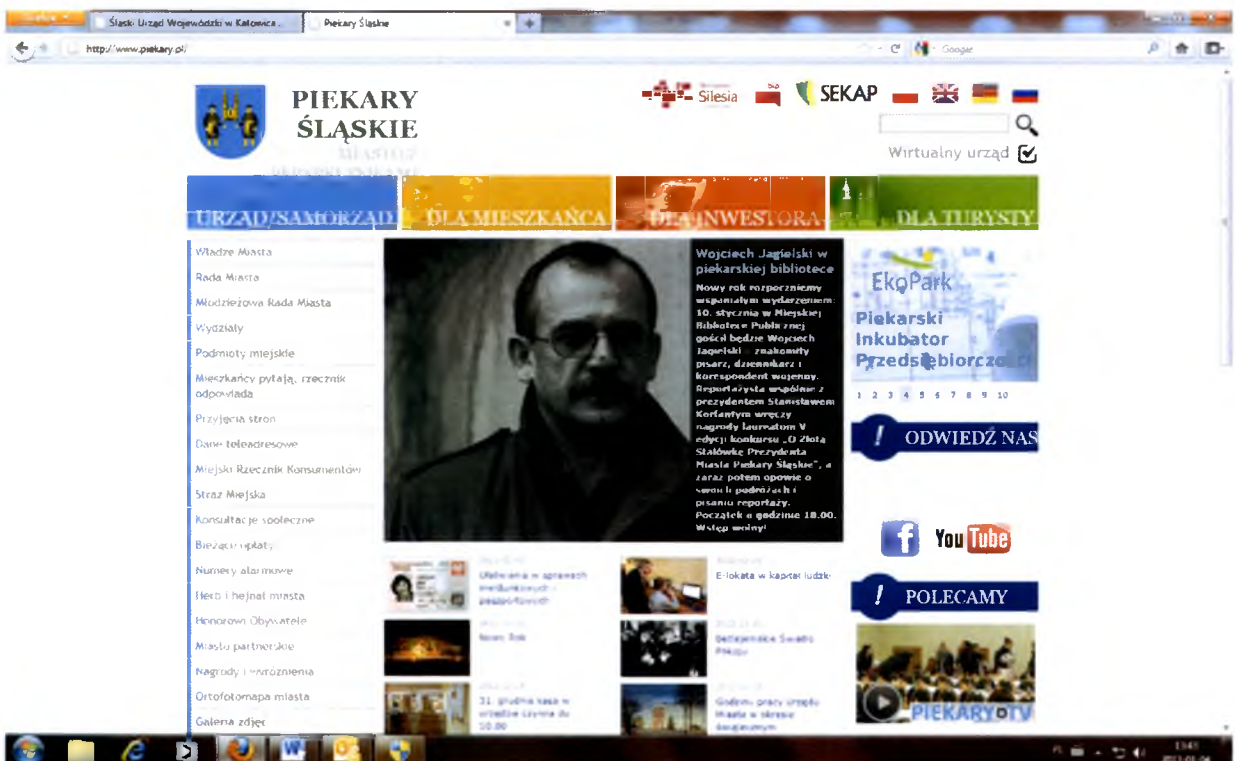


Reprodukcja 10. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Katowicach.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



Reprodukcja 11. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Mysłowicach.

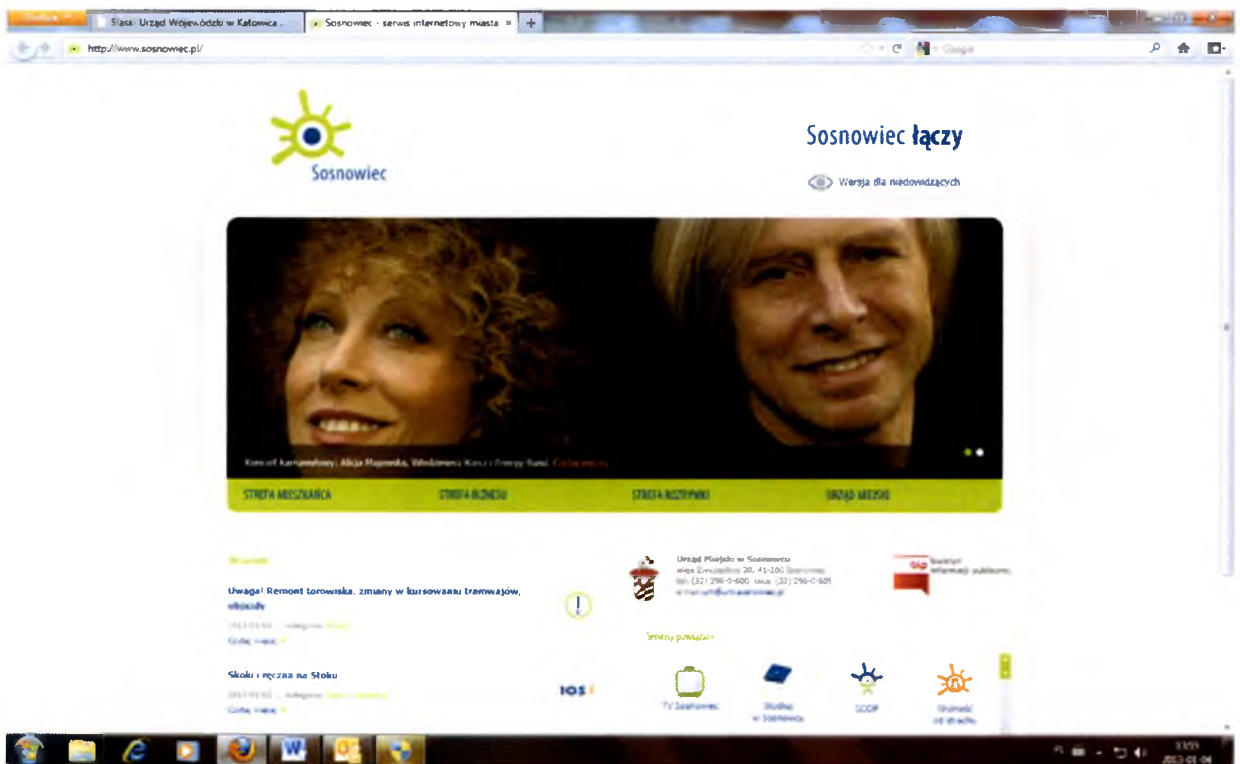


Reprodukcja 12. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Piekarach Śląskich.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



Reprodukcja 13. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Siemianowicach Śląskich.

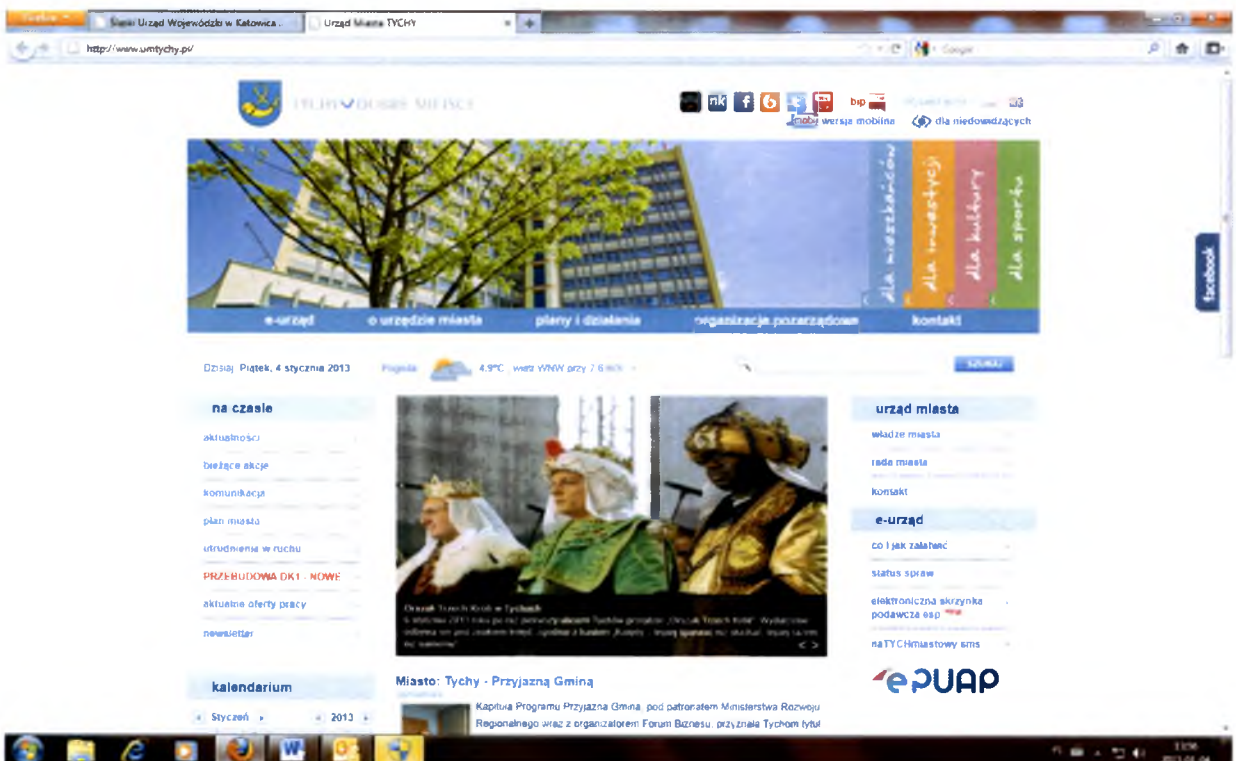


Reprodukcja 14. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Sosnowcu.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



Reprodukcja 15. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Świętochłowicach.



Reprodukcja 16. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Tychach.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



Reprodukcja 17. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Zabrzu.



Reprodukcja 18. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Żorach.

2.1.1. Segmentacja zawartości stron internetowych urzędów miejskich

Zasoby witryn samorządowych administrowanych przez urzędy miejskie zwykle grupowano w intuicyjne zbiory odnoszące się do zakładanego profilu internauty, którym zazwyczaj mógł być mieszkaniec danej gminy. Kategoryzacja treści uwzględniała jednak również inne możliwości w zakresie cech przypisywanych odbiorcy, który mógł być przeszukiwać zasoby strony jako np. turysta, przedstawiciel instytucji partnerskiej czy też inwestor. I tak, żorski Urząd Miejski proponował segmentację zawartości strony internetowej w oparciu o następujące pojęcia: „Miasto”, „Kultura i rozrywka”, „Nieruchomości”, „Akcja Lato”, „Przewodnik adresowy”. Zabrze kategoryzowało treści „dla mieszkańców”, „dla turystów”, „dla biznesu”. Tychy wprowadziły działy „miasto”, „urząd miasta”, „dla mieszkańców”, „dla przedsiębiorców”, „dla turystów”. Świętochłowice proponowały nawigację w oparciu o „Wiadomości”, „Miasto”, „Mieszkaniec”, „Inwestor”, „Urząd Miejski”. Sosnowiec uwzględnił podział na strefy nazwane: „Strefa mieszkańca”, „Strefa Biznesu”, „Strefa Rozrywki” oraz „Urząd Miejski”. Tychy rozbudowały podział do następujących obszarów: „Samorząd”, „Miasto”, „Gospodarka”, „Sport i rekreacja”, „Kultura” i „Zdrowie”. Rybnik usystematyzował zawartość swojej strony poprzez wprowadzenie rubryk: „Samorząd”, „O mieście”, „Gospodarka”, „Informator”, „Multimedia”. Ruda Śląska porządkowała treści wprowadzając system nawigacji uwzględniający następujące działy wyróżnione na stronie głównej: „Ważne informacje”, „Gospodarka”, „Czas wolny”, „Mapa miasta”, „Ruda Śląska”, „Rudzkie NGO”, „Urząd Miasta”, „Mapa akustyczna”. Strona Mysłowic opierała się o następującą kategoryzację treści: „Samorząd”, „Miasto”, „Dla mieszkańców”, „Turystyka”, „Gospodarka”, „Co nowego w serwisie?”. Bogata w treści strona główna Katowic uszeregowana była według schematu: „Aktualności”, „Wydarzenia”, „Nasze miasto”, „Komunikaty i Ogłoszenia”, „Kamera”, „Newsletter”¹⁴⁵, „Co, gdzie, kiedy?”.

¹⁴⁵ Newsletter: zgodnie z nazwą, informuje o nowościach, zazwyczaj za pomocą przesłanego streszczenia lub tytułu, zaś cała informacja znajduje się na stronie internetowej wydawcy. Są to

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

„Galerie zdjęć”, „Multimedia”, „Partnerzy”. Miejski serwis informacyjny Jaworzna przykuwał uwagę internautów podziałem na „Wiadomości”, „Nasze Miasto”, „Prezydent”, „Urząd Miejski”, „Rada Miejska” dając zarazem możliwość skorzystania z działów oznaczonych jako: „Aktualności”, „Aktualności gospodarcze”, „Sport”, „Turystyka i rekreacja”, „Edukacja”, „Bezpieczeństwo” oraz „Strefa miejska”. Jastrzębie Zdrój grupowało treści wyróżniając: „Nasze miasto”, „Informator”, „Dla inwestorów”, „Dla mediów”, „Galeria zdjęć” oraz osobno: „Aktualności”, „Komunikaty”, „Oświata” i „Sport”. Strona Gliwic wyodrębniała takie główne obszary tematyczne jak: „Miasto”, „Samorząd”, „Dla mieszkańców”, „Dla turystów”, „Dla przedsiębiorców”.

Niektóre samorządy preferowały zatomizowaną formę prezentacji wprowadzającej do zasobów swoich portali. Wyjątkowo naszpikowana zawartością strona główna Dąbrowy Górniczej proponowała więc zasadniczy podział treści na: „Polecane”, „Mieszkaniec”, „Turysta”, „Biznes”, e-Urząd”, lecz zapraszała zarazem do takich działów jak: „iDąbrowa”, „Jak załatwić sprawy w UM”, „Miasto”, „Zdjęcia”, „Filmy”, „Mapa”, „ePublikacje”, „MSIP”¹⁴⁶, „Portal dla Inwestora” oferując na stronie głównej katalogi typu: „Najciekawsze w sieci”, „Ogłoszenia”, „Oferty inwestycyjne” itd. Urząd Miasta Częstochowy oferował zasoby swojej strony uszeregowane w zasadniczym podziale na: „Miasto”, „Prezydent”, „Rada Miasta”, „Dla inwestora”, „Dla turysty”, „Jasna Góra”, „Newsletter”. Chorzów natomiast grupował treści według schematu: „Nasze miasto”, „Dla mieszkańca”, „Dla przedsiębiorcy”, „Dla turysty”. Zasadniczą częścią strony Urzędu Miejskiego w Bytomiu były „Aktualności”, a pozostałe zasoby usystematyzowano dobierając w menu głównym pozycje: „Miasto”, „Urząd Miejski i władze miasta”, „Rada Miejska”,

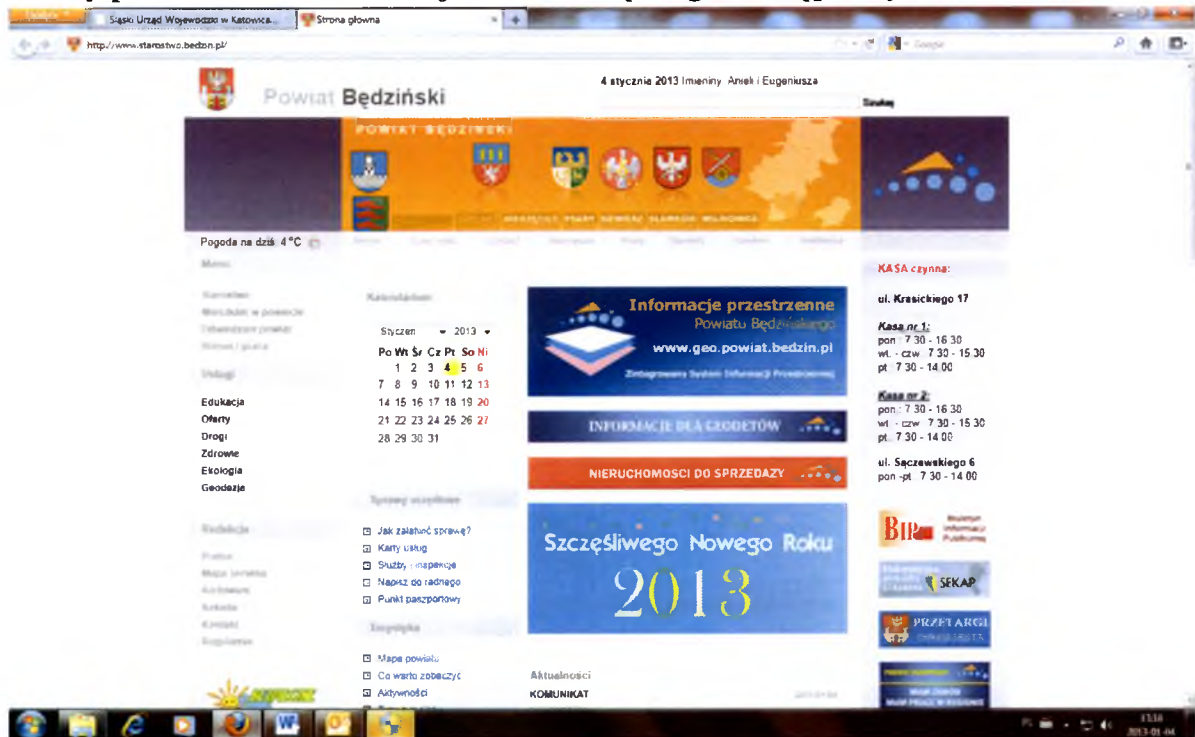
narzędzia wspomagające przekaz informacji od nadawcy (zwykle firmy) do adresata (subskrybenta) drogą e-mailową. Źródło: Grzegorz Szymański, *Innowacje marketingowe w sektorze e-commerce*, Łódź 2013, s. 198.

¹⁴⁶ Zakładka Miejskiego Systemu Informacji Przestrzennej na stronie Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 6 września 2013 roku].

„Kontakt dla mediów” czy „Bytomek”¹⁴⁷. Zasadniczo więc strony administrowane przez samorządy zawierały podział na rubryki dla mieszkańców, biznesmenów (nazywanych zwykle inwestorami lub przedsiębiorcami) oraz turystów. Zwyczajowo publikowano także rubrykę „aktualności”. Upowszechniano tam informacje dotyczące bieżących wydarzeń, które często ilustrowane były fotografiami, niekiedy plikami audio lub materiałami multimedialnymi. Zwykle – zgodnie ze specyfiką komunikacji w cyberprzestrzeni – uwagę internautów przyciągał tytuł lub zdjęcie oraz hasłowo podane zagadnienie, którego opis był dostępny na kolejnych podstronach jako opcja typu „czytaj dalej”.

¹⁴⁷ Pod nazwą „Bytomek” znajdowała się gra polegająca na układaniu przez internautę kolorowych kulek na tle składającym się z fotografii przedstawiających Bytom. Źródło: oficjalna strona bytomskiego magistratu pod adresem <http://www.um.bytom.pl> [dostęp 7 września 2013 roku].

Strony powiatów ziemskich województwa śląskiego. Dostęp 4 stycznia 2013 roku.

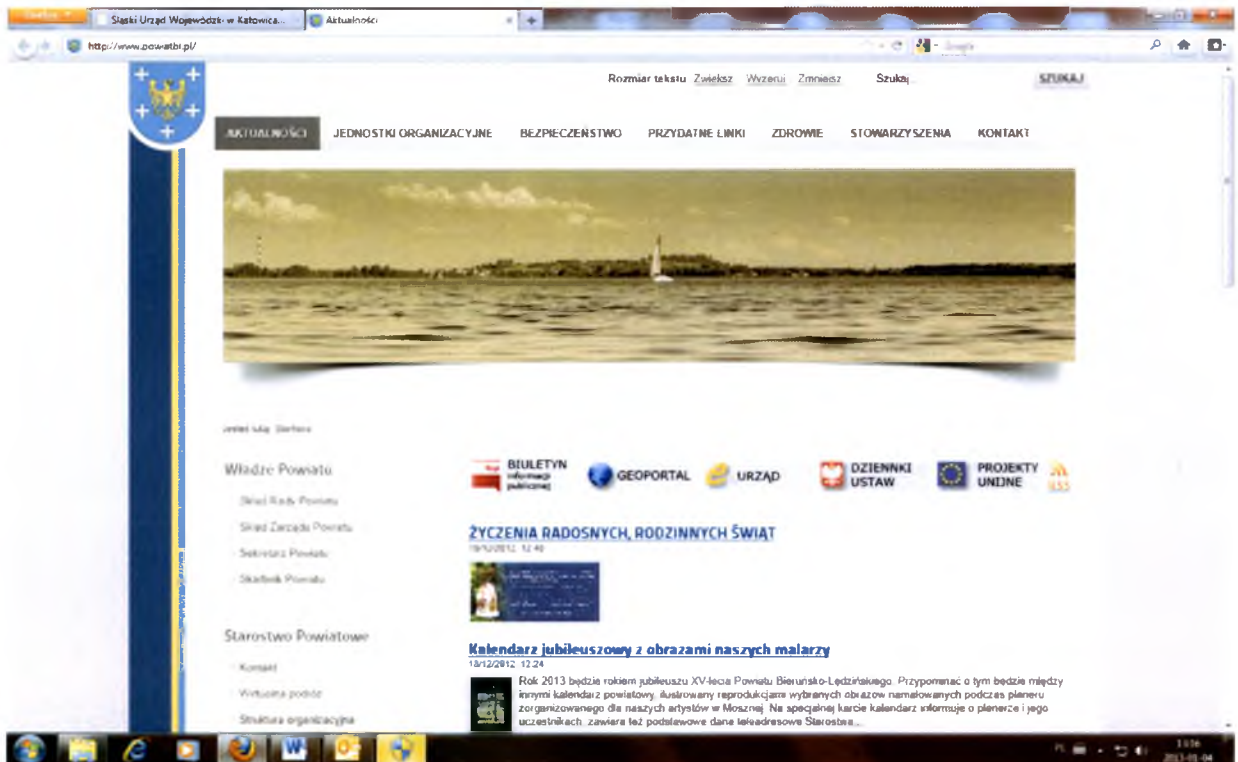


Reprodukcja 19. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Będzinie.

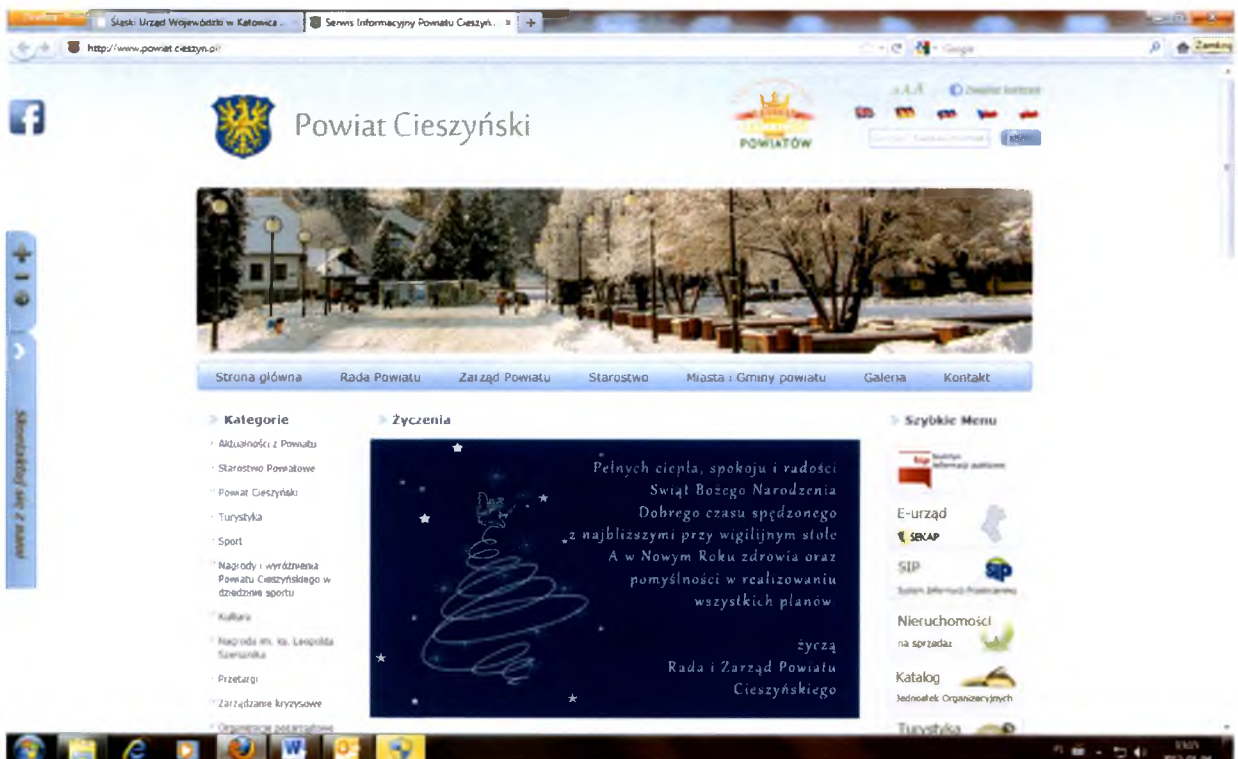


Reprodukcja 20. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Bielsku-Białej.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

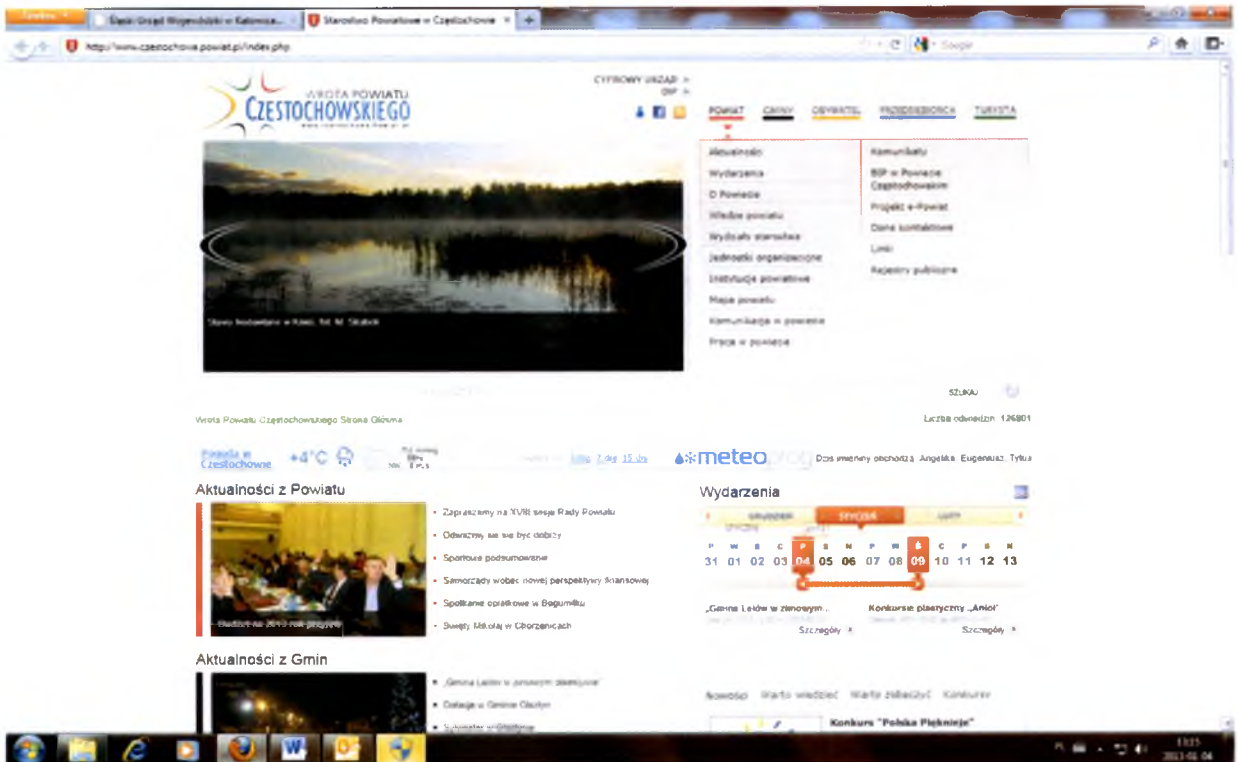


Reprodukcja 21. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Bieruniu.



Reprodukcja 22. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Cieszynie.

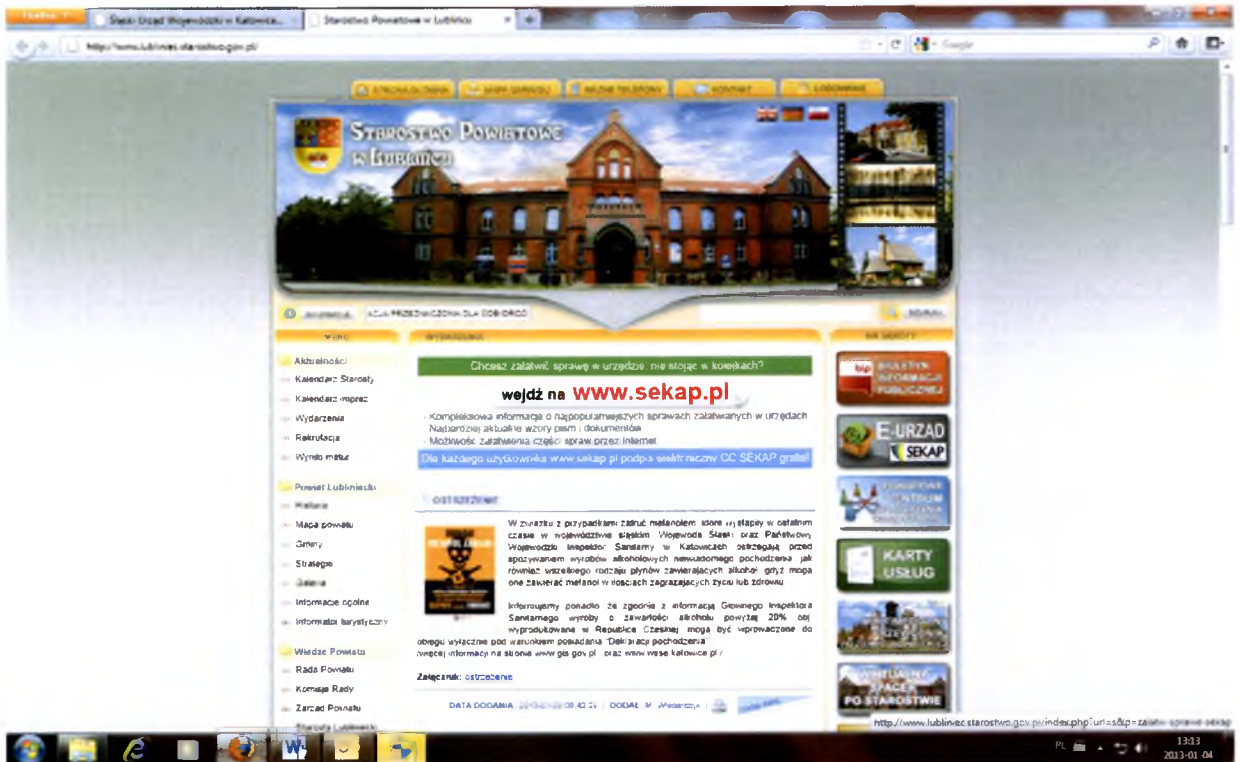
Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



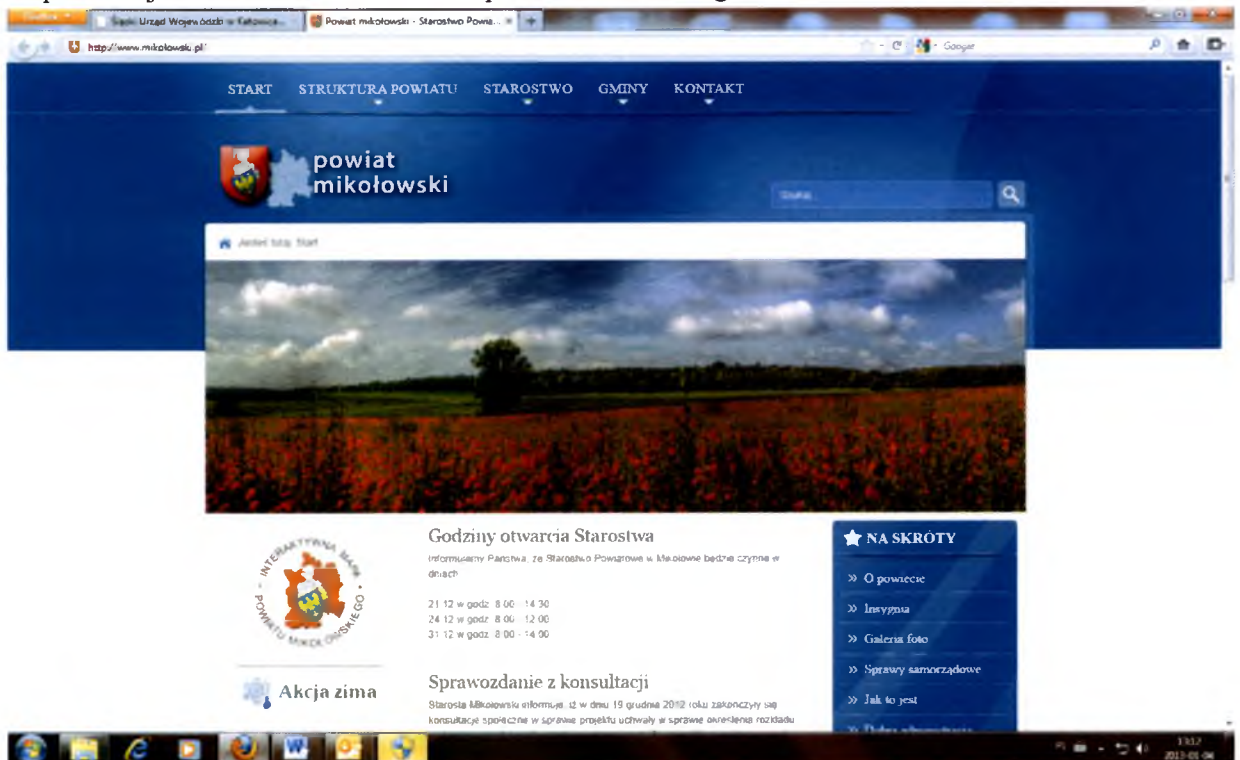
Reprodukcja 23. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Czestochowie.



Reprodukcja 24. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Gliwicach.



Reprodukcja 25. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Lublińcu.

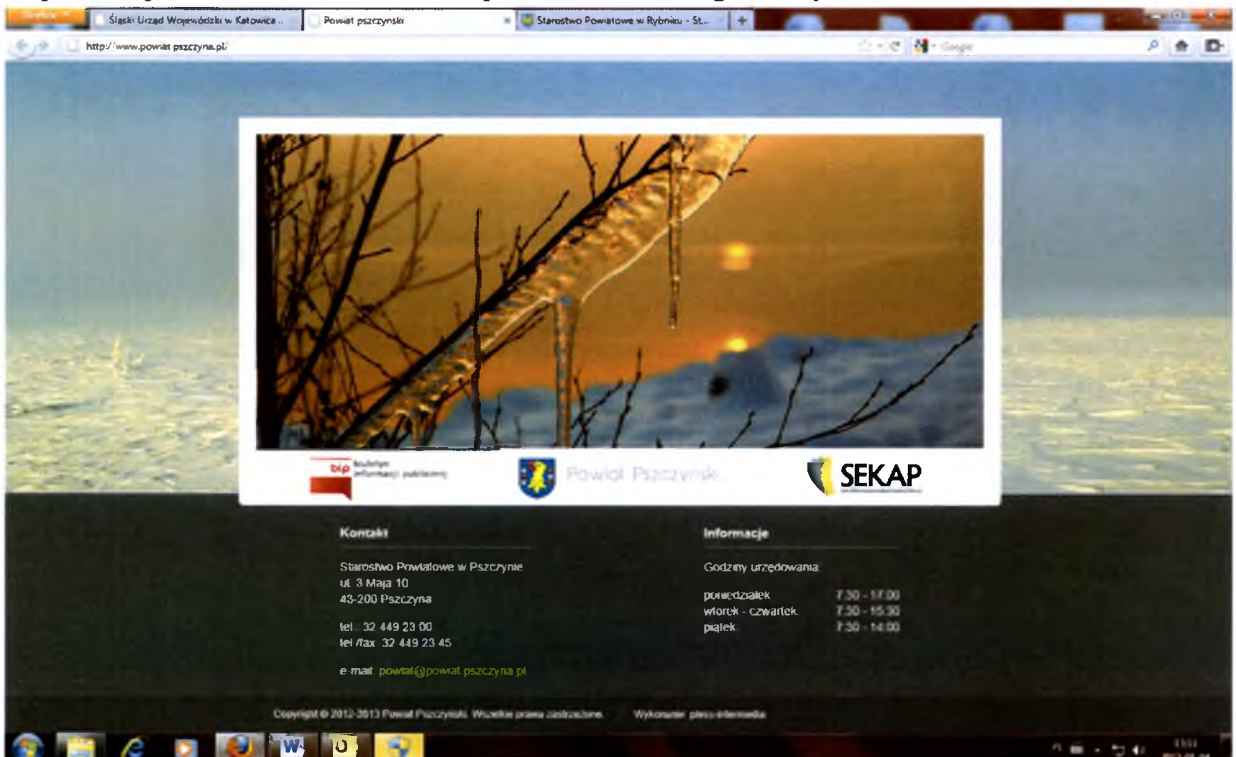


Reprodukcja 26. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Mikołowie.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

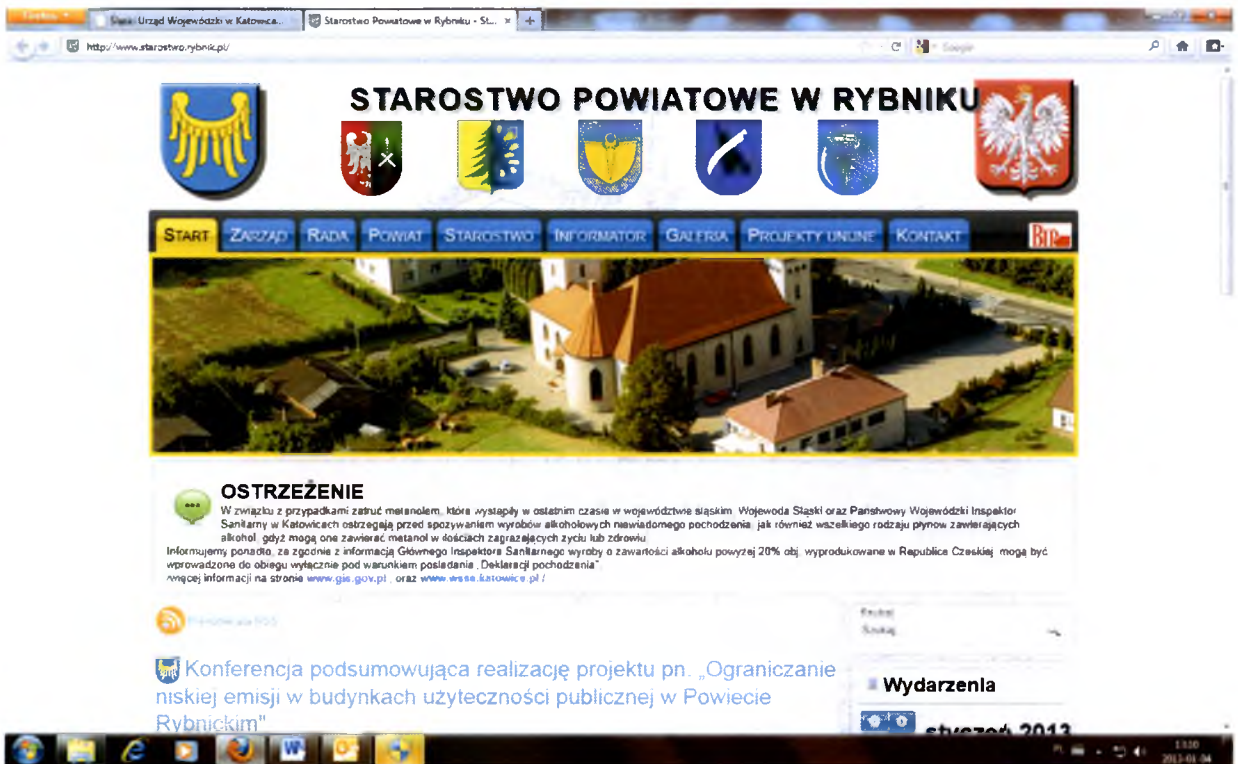


Reprodukcja 27. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Myszkowie.



Reprodukcja 28. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Pszczyźnie.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

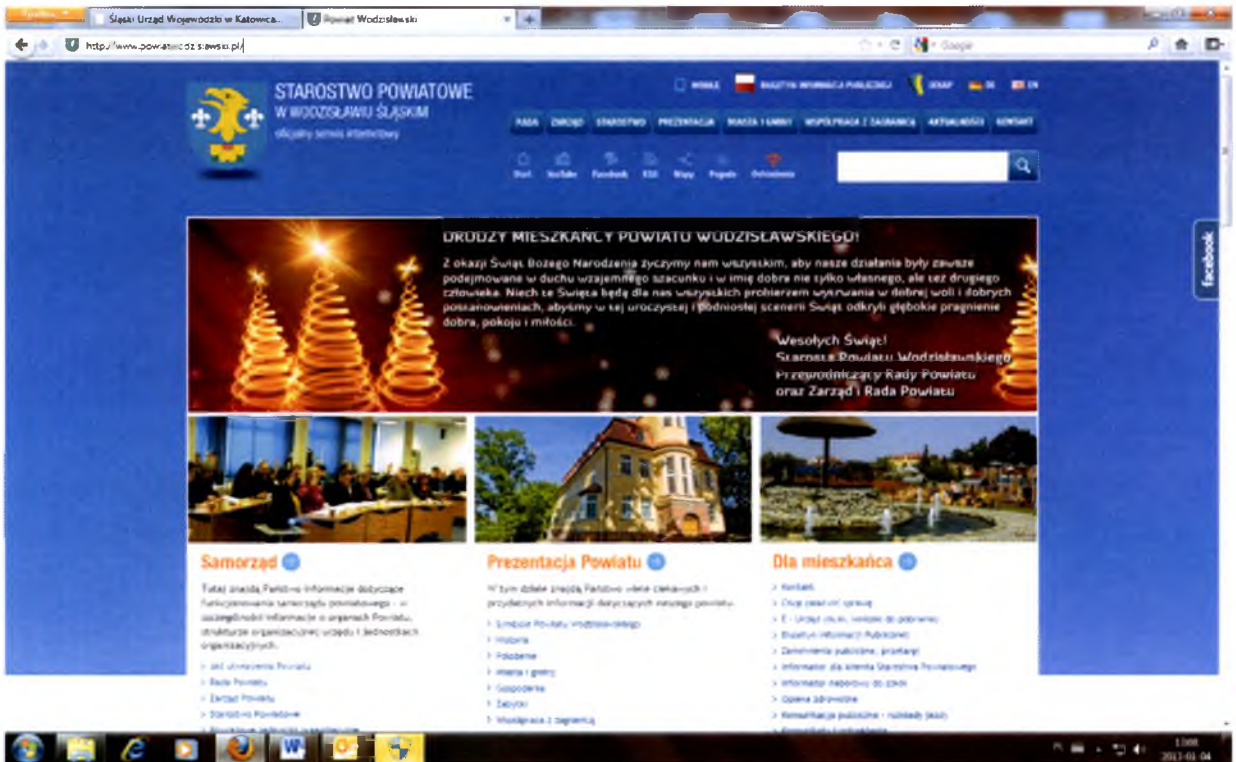


Reprodukcja 29. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Rybniku.



Reprodukcja 30. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Tarnowskich Górach.

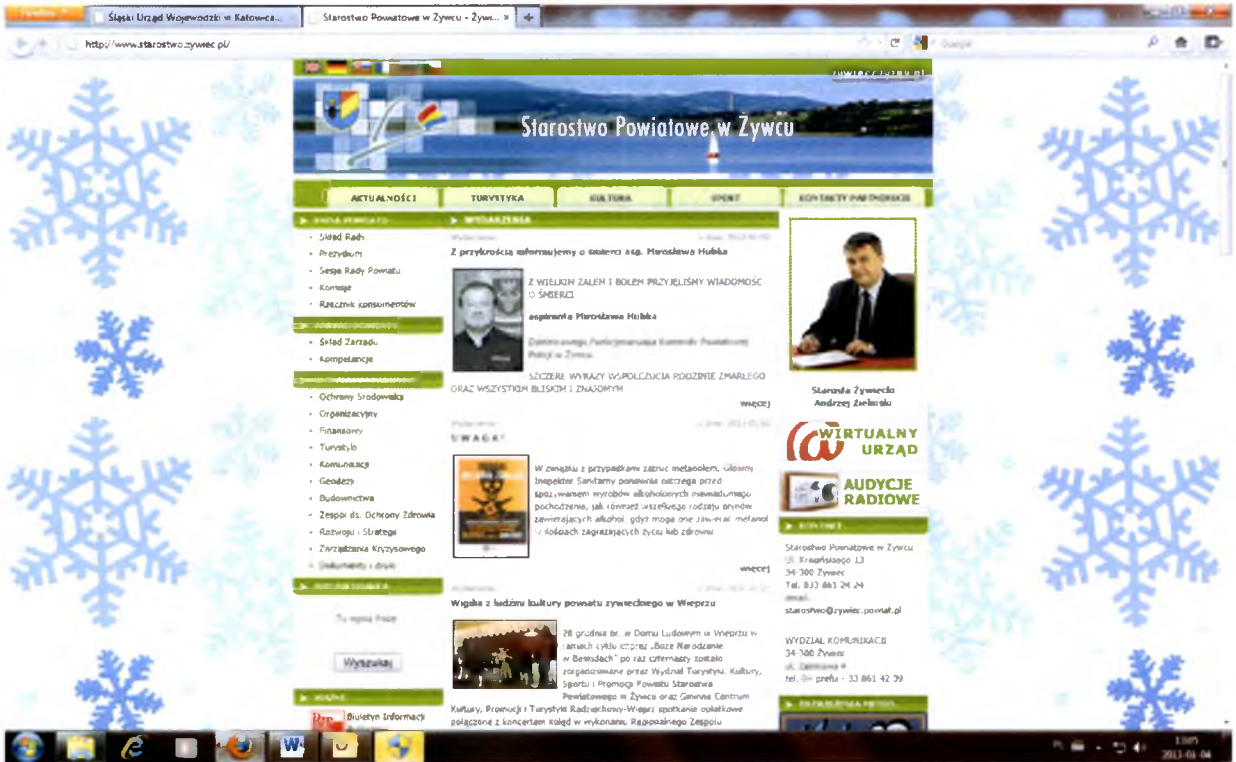
Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego



Reprodukcja 31. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Wodzisławiu Śląskim.



Reprodukcja 32. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Zawierciu.



Reprodukcja 33. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Żywcu.

2.1.2. Segmentacja zawartości stron internetowych starostw powiatowych

W przypadku witryn powiatów ziemskich również zastosowanie znajdował powszechny na stronach internetowych model kategoryzowania treści według systemu indywidualnie tworzonych przez administratorów stref tematycznych ułatwiających internautom nawigację. I tak, dość archaiczna strona Starostwa Powiatowego w Żywcu oferowała użytkownikowi serwis informacyjny pod nazwą „Wydarzenia” oraz działy: „Aktualności” (stanowiące archiwum rubryki „Wydarzenia”), „Turystyka”, „Kultura”, „Sport” i „Kontakty partnerskie”. Starostwo Powiatowe w Zawierciu sugerowało skorzystanie z treści pogrupowanych w cztery podstawowe działy tematyczne: „Aktualności z życia powiatu”, „Galeria zdjęć regionu”, „Ankiety naszego urzędu” oraz urzędowa „Elektroniczna skrzynka podawcza”. W stosunkowo ergonomicznej formule starostwo z Wodzisławia Śląskiego wydzieliło kilkanaście tematów wiodących proponując jednak trzy podstawowe rubryki: „Samorząd”,

„Prezentacja powiatu” oraz „Dla mieszkańca”. Warto dodać, że strona powiatu wodzisławskiego jako jedna z niewielu nie eksponowała serwisu zawierającego informacje dotyczące bieżących wydarzeń w powiecie. Swoistym przeciwieństwem była witryna Starostwa Powiatowego w Rybniku, której strona główna przypominała właśnie rozbudowany dział typu: „Aktualności” z odniesieniami do innych obszarów tematycznych. Z kolei strona główna powiatu tarnogórskiego w większości dedykowana była aktualnościom oraz banerom tematycznym. Nawigację ułatwiać miała rubryka „Informator” złożona z następujących działów: „Ogłoszenia i komunikaty”, „Inwestycje i projekty”, „Sprawy społeczne”, „Sport i turystyka”, „Geodeta Powiatowy”, „Gazeta samorządowa”, „Konsultacje społeczne”, „Zarządzanie kryzysowe”, „Skrzynka podawcza” oraz „Punkt Paszportowy”. Strona Starostwa Powiatowego w Raciborzu akcentując tytuły rubryk „Aktualności”, „Katalog” (powielony następnie w drugiej z opisanych części), „Kalendarz” i „Galeria filmów” umożliwiała zarazem nawigację w oparciu o takie wyróżnione graficznie pozycje jak: „Powiat Raciborski”, „Gminy Powiatu”, „Starostwo Powiatowe”, „Jednostki Organizacyjne”, „Katalog” (będący zasadniczo spisem danych na temat instytucji w powiecie), „Turystyka”, „Edukacja”. Powiat pszczyński w statycznej formule strony głównej pozwalał internaucie na wybór pomiędzy Biuletynem Informacji Publicznej, platformą Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej oraz właściwą stroną powiatu, co nadawało stronie głównej rolę ciekawego graficznie, lecz niezbyt użytecznego elementu katalogującego zgromadzone zasoby.

Strona powiatu myszkowskiego, która różniła się od pozostałych ze względu na przestarzałą grafikę, nieintuicyjną nawigację zawierającą częściowo powtarzalne określenia w systemie kategoryzowania treści w menu górnym oraz w poszczególnych katalogach również akcentowała rubrykę „Aktualności” stanowiącą znaczącą powierzchnię strony głównej. Rubryka – co ciekawe – nie zawierała podstron, czyli całość informacji podanych użytkownikowi wraz z bogatym nierzadko materiałem fotograficznym musiała zmieścić się na stronie głównej. Rozwiązanie takie niestety utrudniało atrakcyjne czytelniczo wyeksponowanie zgromadzonych zasobów.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Starostwo Powiatowe w Mikołowie na stronie głównej obok serwisu informacyjnego kierowało uwagę internauty pomiędzy działą: „Co, gdzie, kiedy?“, „Ważne i praktyczne“, „Projekty UE” oraz rubrykę „Na skróty” podzieloną na podkatalogi: „O powiecie”, „Insignia” (zawierający informacje o herbie i fladze powiatu), „Galeria foto”, „Sprawy samorządowe”, „Jak to jest” (zawierający ciekawostkowe dane statystyczne) i „Dobra administracja”. Nieatrakcyjna graficznie strona Starostwa Powiatowego w Lublińcu zawierała podział na trzy części tematyczne: „Menu” (zawierające spis zawartości strony), „Wydarzenia” (serwis informacyjny) oraz rubrykę „Na skróty” (z banerami odnoszącymi internautę do polecanych zagadnień). Do tego na stronie głównej wyeksponowana była wyszukiwarka.

Strona Starostwa Powiatowego w Kłobucku nazwana „Portalem Powiatu Kłobuckiego” sugerowała użytkownikowi ścieżki nawigacji w oparciu m.in. o „Aktualności z regionu”, „Kalendarium nadchodzących wydarzeń”, „Galerie zdjęć powiatu” oraz rubryki: „Menu”, „O Powiecie Kłobuckim”, „Władze Powiatu”, „Starostwo Powiatowe”, „Gminy”, „Ochrona zdrowia”, „PSZS” (strefa tematyczna dotycząca Powiatowego Szkolnego Związku Sportowego w Kłobucku), „Kontakt”.

Powiat gliwicki koncentrując się na rubryce „Aktualności” wyróżnił też wyszukiwarkę oraz dział „Informacje prasowe” zawierający „Serwis Informacyjny Powiatu Gliwickiego” oraz przeznaczone do pobrania pliki z periodykiem „Wiadomości Powiatu Gliwickiego”. Po obu marginesach strony głównej można było skorzystać z menu tematycznego.

Starostwo Powiatowe w Częstochowie proponowało stronę określającą się jako „Wrota powiatu częstochowskiego” podzieloną na zasadnicze działą „Powiat”, „Gminy”, „Obywatel”, „Przedsiębiorca”, „Turysta”. Strona zawiera szczegółową kategoryzację treści z uwzględnieniem tych obszarów, której odzwierciedleniem jest podział zastosowany w przypadku rubryki „Aktualności”, gdzie wyodrębniono „Aktualności z Powiatu”, „Aktualności z Gmin”, „Aktualności dla Obywatela”, „Aktualności dla Przedsiębiorcy” i „Aktualności dla Turysty”.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Powiat cieszyński wyróżniając „Aktualności”, „Galerie” i rubrykę „Wydarzenia kulturalne/kalendarium”¹⁴⁸ promował szczególnie działy: „Rada Powiatu”, „Zarząd Powiatu”, „Starostwo”, „Miasta i Gminy powiatu”, „Galeria”, „Kontakt”, a zarazem na części strony głównej wprowadził podział na zasoby „Dla mieszkańców”, „Dla turystów”, „Dla inwestorów”.

Powiat bieruńsko-lędziński obok serwisu informacyjnego rekomendował korzystanie z zawartości pogrupowanej w rubrykach: „Aktualności”, „Jednostki Organizacyjne”, „Bezpieczeństwo”, „Przydatne linki”, „Zdrowie”, „Stowarzyszenia”, „Kontakt”. Wprowadzono też segmentację tematyczną w oparciu o bloki: „Kultura i sport”, „Projekty edukacyjne”, „Zdrowie”, „Drogi i komunikacja”.

Starostwo Powiatowe w Bielsku-Białej akcentując znaczenie serwisu informacyjnego w centrum uwagi internauty umieściło także na swojej stronie działy: „Obsługa mieszkańców” i „Organizacje pozarządowe” proponując też treści usystematyzowane w takich kategoriach jak m.in.: „Obwieszczenia”, „Ogłoszenia”, „Ostrzeżenia i komunikaty” i „Skrzynka podawcza”.

Powiat będziński na stronie głównej rubrykę „Aktualności” dzielił na „Serwis informacyjny Zarządu Powiatu Będzińskiego” (zawierający relacje ze spotkań wewnętrznych, posiedzeń, narad, szkoleń itp.) oraz „Wiadomości z Powiatu”. Wśród licznych zapowiedzi zawartości poszczególnych działów graficznie wyróżniono szczególnie następujące rubryki: „Geoportal”, „Nieruchomości”, „Galeria” i „Multimedia”.

Zwykle strony starostw powiatowych redagowano w sposób uwzględniających konieczność uwzględniania atrakcyjności czytelniczej. Stosunkowo rzadko zdarzały się wyjątki od takiej konwencji. Do przykładów ignorowania potrzeby zwięzłego formowania przekazów na potrzeby stron internetowych należały m.in.: tekst opublikowany w rubryce „Aktualności” przez Starostwo Powiatowe w Myszkowie pt. „Konkurs poświęcony Powstaniu Styczniowemu zakończony!”, który na stronie

¹⁴⁸ Rubryka „Wydarzenia kulturalne/kalendarium” na stronie głównej zawierała wyłącznie informację: „Nie znaleziono zawartości”. Źródło: strona Starostwa Powiatowego w Cieszynie pod adresem <http://www.powiat.cieszyn.pl> [dostęp 16 września 2013 roku].

głównej powiatu miał objętość prawie 4 stron znormalizowanego maszynopisu czy tekst o dożynkach powiatowych z 2013 roku o objętości ponad 6 stron znormalizowanego maszynopisu¹⁴⁹. Nader obszerne artykuły charakterystyczne dla publikacji zwartych pozbawione w dodatku hipertekstów, linkowania czy przynajmniej multimedialnych materiałów ilustracyjnych na zakończenie badanego okresu zdarzały się jednak na stronach samorządowych wyłącznie incydentalnie.

2.2. Zasoby dostępne na stronach internetowych jednostek samorządu terytorialnego

Administratorzy oficjalnych stron internetowych samorządów gminnych i powiatowych starali się stale poprawiać użyteczność swoich witryn oraz urozmaicać ich zawartość. Wprowadzano nowoczesne rozwiązania technologiczne (aplikacje, programy, dodatkowe funkcje), a także systematycznie poszerzano zakres informowania, wykraczając poza sferę działalności magistratów i starostw powiatowych. Użytkownicy stron poza konwencjonalnym pakietem treści z obszaru „urzędowego” oraz „wiadomości samorządowych”, które coraz powszechniej zastępowane były zresztą szerszymi pojęciami „wiadomości miejskich” lub „wiadomości powiatowych” mogli liczyć na dostęp do wielu dodatkowych zasobów. Zazwyczaj samorzady reagowały na pojawienie się nowinek technologicznych lub innowacji organizacyjnych w zakresie relacji z internautami. Szybciej lub – co bardziej powszechne – wolniej adaptowały te rozwiązania na swoich portalach. W ten sposób naturalnemu poszerzeniu uległ także obszar tematyczny stron jednostek samorządu terytorialnego. Oczywiście administratorzy w różny sposób radzili sobie z uporządkowaniem i segmentacją tych treści. Można było to zaobserwować już podczas weryfikacji zawartości stron głównych, gdzie zwykle przyjmowano „model

¹⁴⁹ Tekst na temat konkursu plastyczno-literackiego „Pamiętamy o Powstaniu Styczniowym 1863” opublikowany 25 czerwca 2013 roku liczył 6738 znaków, a tekst „Dożynki Powiatowe 2013” aż 11280 znaków. Źródło: strona myszkowskiego Starostwa Powiatowego pod adresem <http://www.powiatmyszkowski.pl> [dostęp 16 września 2013 roku].

minimalistyczny” złożony z kilku ikon pozwalających użytkownikowi na intuicyjną nawigację i odnalezienie poszukiwanych treści. Funkcjonował też „model maksymalistyczny” zakładający przyciągnięcie uwagi przeróżnymi zagadnieniami sortowanymi w sposób akcentujący ich równoważność. Efektem było nagromadzenie banerów, zakładek i przycisków, które z poziomu strony głównej pozwalały na dostęp do zasobów o wysokim poziomie szczegółowości. Istniały także „modele mieszane”, gdzie najczęściej eksponowano rubrykę zawierającą serwis informacji lokalnych oraz kilka odnośników uwzględniających stworzony przez administratorów profil potencjalnych użytkowników, co oznaczało w praktyce dedykowanie konkretnych treści np. dla mieszkańców, inwestorów czy turystów. Na stronach umieszczano też odnośniki do Biuletynu Informacji Publicznej oraz platformy informacyjnej SEKAP¹⁵⁰ oraz ePUAP¹⁵¹.

2.2.1. Analiza zawartości stron internetowych urzędów miejskich

Po przeanalizowaniu systemu kategoryzowania treści na stronach samorządowych warto dokonać porównaniu prezentowanej tam zawartości. Zasadniczo poddane badaniu witryny jednostek samorządu terytorialnego nastawione były na realizację podobnych zadań wynikających ze strategii komunikacyjnej gminy lub powiatu. Dlatego posiadały one zbliżoną zawartość różniącą się nasyceniem materiałami multimedialnymi oraz poziomem wyeksponowania wybranych fragmentów ze struktury danej strony. Elementem różnicującym było także zastosowanie niektórych narzędzi komunikacyjnych oraz rozwiązań graficznych. Zasadniczo jednak strony samorządowe nie odbiegały od szerokiej normy wyznaczającej skalę ujednolicenia. Widoczne to było szczególnie w obszarach

¹⁵⁰ System Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej to platforma teleinformatyczna dostępna w jednostkach administracji publicznej w województwie śląskim powołana do tworzenia warunków organizacyjnych i technicznych dla świadczenia usług publicznych drogą elektroniczną.

¹⁵¹ Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej to ogólnopolska platforma teleinformatyczna służąca do komunikacji obywateli z jednostkami administracji publicznej.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

regulowanych odrębnymi przepisami dotyczącymi m.in. publikacji w Biuletynie Informacji Publicznej czy sfery oprzyrządowania pozwalającego na korzystanie z funkcji „e-urząd”, eksponowania zakładki i odnośników projektów SEKAP bądź ePUAP, a także informowania o realizacji projektów przeprowadzonych z wykorzystaniem funduszy Unii Europejskiej.

Warto jednak zwrócić uwagę na cechy charakterystyczne poszczególnych witryn. Na stronie Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej zainstalowano telefon internetowy. W celu wykonania połączenia użytkownik musiał dysponować mikrofonem i głośnikami oraz systemem Windows lub Linux wraz z zainstalowanym środowiskiem Java co najmniej w wersji 1.5. Polecano wirtualny spacer po mieście, prognozę pogody, a w dziale „Multimedia” proponowano „Serwis Telewizyjny Ratusza”¹⁵². Strona bytomskiego samorządu oferowała m.in. wydania periodyków kulturalnych w wersji elektronicznej, zapoznanie się z „Bytomską Strefą Aktywności Gospodarczej” oraz blok historyczny złożony z takich działów jak: „O dziejach Bytomia słów kilka”, „Bytom sentymentalny”, „Patroni bytomskich ulic” i „Architektura i zabytki”¹⁵³. Urząd Miejski w Chorzowie na stronie głównej wyeksponował banery odnoszące się m.in. do budżetu miasta, gospodarki odpadami, nieruchomości komunalnych przeznaczonych na sprzedaż czy organizacji pożytku publicznego z Chorzowa, którym użytkownicy mogą przekazać wsparcie. Na stronie głównej w zakładce „najpopularniejsze” znajdowały się ponadto takie odnośniki jak np. „Parafie w Chorzowie”¹⁵⁴.

Stosunkowo archaiczna w zakresie kompozycji graficznej strona Urzędu Miejskiego w Częstochowie zapraszała internautów do profilu miejskiego w portalach społecznościowych Facebook oraz NK.pl oraz kanału w serwisie YouTube. Banery

¹⁵² Strona główna Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.um.bielsko.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁵³ Strona główna Urzędu Miejskiego w Bytomiu pod adresem <http://www.um.bytom.pl> [dostęp 16 września 2013 roku].

¹⁵⁴ Strona główna Urzędu Miejskiego w Chorzowie pod adresem <http://www.chorzow.eu> [dostęp 10 września 2013 roku].

odsyłały natomiast do takich informacji jak: „Program Zdrowotny - Leczenie niepłodności metodą zapłodnienia pozaustrojowego dla mieszkańców miasta Częstochowy w latach 2012-2014”, „Ochrona zdrowia psychicznego”, projekt „Miejskiego Systemu Informacji Turystycznej”¹⁵⁵.

Grupująca wiele linków i odnośników strona główna Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej rekomendowała internautom odwiedzenie „Nieoficjalnej strony mieszkańców Antoniowa” zawierającej forum, gdzie na zakończenie badanego okresu znajdowało się 13 postów w większości z zimy i wiosny 2012 roku¹⁵⁶. Zachęcano także do zapoznania się z projektem „Mam zawód - mam pracę w regionie”, czyli bezpłatnym programem wsparcia uczniów zasadniczych szkół zawodowych i techników w województwie śląskim. W dziale „Multimedia” dostępne były materiały o ciekawych wydarzeniach w mieście, o których informowały też elektroniczne wydania „Przeglądu Dąbrowskiego” dostępne również z poziomu strony głównej¹⁵⁷.

Gliwicki magistrat zachęcał do inwestowania w mieście oraz skorzystania z wirtualnego biura obsługi interesantów i zapoznania się z zapowiedziami wydarzeń zgromadzonymi w kalendarium¹⁵⁸. Strona samorządu w Jastrzębiu Zdroju zawierała banery przenoszące do prezentacji internetowych miejscowych klubów sportowych, opis projektu wsparcia rodziny „Rodzina 3+”, a także sferę rozrywki określoną jako „Wirtualny plac zabaw” zawierający puzzle i kolorowanki¹⁵⁹.

¹⁵⁵ Strona główna Urzędu Miejskiego w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁵⁶ Polecana na stronie Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej nieoficjalna strona mieszkańców Antoniowa pod adresem <http://www.antoniov.dbv.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁵⁷ Strona główna Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl/> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁵⁸ Strona główna Urzędu Miejskiego w Gliwicach pod adresem <http://www.gliwice.eu> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁵⁹ Strona główna Urzędu Miejskiego w Jastrzębiu Zdroju pod adresem <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Na stronie głównej magistratu w Jaworznie internauci mogli skorzystać z serwisu przekazywanego wiadomościami tekstowymi (SMS), przeglądać ofertę terenów inwestycyjnych miasta czy uzyskać wgląd do informacji z terenu aglomeracji katowickiej poprzez przejście do strony Gómośląskiego Związku Metropolitalnego¹⁶⁰.

Bogata w różnorodną zawartość strona Urzędu Miejskiego w Katowicach oferowała m.in. wizytę na profilu miejskim w serwisie Facebook, NK.pl. czy Twitterze, subskrypcję newslettera, sprawdzenie kalendarium wydarzeń, obejrzenie widoku z kamer monitoringu, galerii zdjęć oraz materiałów multimedialnych¹⁶¹. Zmodernizowana pod koniec badanego okresu strona magistratu w Mysłowicach polecała użytkownikom prezentacje internetowe takich podmiotów jak: lokalna „Telewizja ITVM.pl”, „Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji”, „Miejska Biblioteka Publiczna”, „Muzeum Miasta Mysłowic”, „Mysłowicki Ośrodek Kultury”, „Internetowa Telewizja Oczko” oraz katowickiego „Wojewódzkiego Ośrodka Ruchu Drogowego”. Banery zapraszały też do zapoznania się z materiałami na temat „Systemu Informacji o Terenie Miasta Mysłowice”, „Mieszkaniowego Banku Zamian”, „Funduszy Europejskich” i „Strategii Rozwoju Miasta”, a także skorzystania z „Wirtualnego Biura Mieszkańca”¹⁶².

Samorząd Piekar Śląskich polecał internautom pliki z nagraniami sesji Rady Miasta, odniesienia do samorządowego Radia Piekary, cykl fotoreportaży, a także m.in. baner zawierający informacje o włączeniu się w program „Polskie miasta wolne od dymu tytoniowego!”¹⁶³. Strona magistratu w Rudzie Śląskiej sugerowała, aby internauta zapoznał się zarówno z budżetem obywatelskim czy strategią rozwoju

¹⁶⁰ Strona główna Urzędu Miejskiego w Jaworznie pod adresem <http://www.jaworzno.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁶¹ Strona główna Urzędu Miejskiego w Katowicach pod adresem <http://www.katowice.eu> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁶² Strona główna Urzędu Miejskiego w Mysłowicach pod adresem <http://www.myslowice.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁶³ Strona główna Urzędu Miejskiego w Piekarach Śląskich pod adresem <http://www.piekary.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

miasta, jak i atrakcjami wypoczynkowymi w mieście, Rudzkim Inkubatorem Przedsiębiorczości oraz licznym zbiorem rekomendowanych stron internetowych zgrupowanych w dziale „Rudzkie witryny”¹⁶⁴.

Urząd Miejski w Rybniku zapewniał internautom możliwość podziwiania widoków z kamer miejskich czy odbycia wirtualnej wycieczki. Znalazły się tam także materiały z Rybnickiego Systemu Informacji Przestrzennej, a w rubryce „Zobacz koniecznie” publikowano: „Informator dla mieszkańców 2013”, „Biuro Rzeczy Znalezionych”, „Bezpośrednie telefony do UM”, „Co robić w przypadku zagrożeń”, „Tłumacz dla osób niesłyszących”, „UM Rybnik SMS (regulamin)”¹⁶⁵. Na stronie Urzędu Miejskiego w Siemianowicach Śląskich¹⁶⁶ polecano w rubryce „Na skróty” następujące działy: „MCZK” (skrót ten oznacza Miejskie Centrum Zarządzania Kryzysowego), „Podatki”, „Finanse i mienie”, „Oferty inwestycyjne”, „Zamówienie publiczne”, „Oferty pracy”, „Obiekty sportowe”, „Obiekty kultury”, „Stowarzyszenia” oraz „Odpady komunalne”. Strona przynosiła też informacje pogrupowane w następujących kategoriach tematycznych: „Z Ratusza”, „Gospodarka”, „Kultura i Sport”, „Historia i Oświata” i „Inne”. Umieszczono także m.in. kalendarium oraz sondę¹⁶⁷ dla użytkowników. Oficjalna strona internetowa Urzędu Miejskiego w Sosnowcu poprzez okazałe banery zapraszała do wzięcia udziału w imprezach sportowych i kulturalnych. Reklamowano także 12 tzw. serwisów powiązanych. Były wśród nich profile w mediach społecznościowych czy banery akcji profilaktycznych

¹⁶⁴ Strona główna Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl/> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁶⁵ Strona główna Urzędu Miejskiego w Rybniku pod adresem <http://www.rybnik.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁶⁶ Strona główna Urzędu Miejskiego w Siemianowicach Śląskich pod adresem <http://www.siemianowice.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁶⁷ Tematyka badań opinii internautów nie odnosiła się wyłącznie do spraw o charakterze lokalnym, ponieważ rubryka „Sonda” z 17 września 2013 roku zawierała pytanie o ogólnopolskie problemy społeczne i pracownicze: „Czy popierasz protesty, które mają obecnie miejsce w Warszawie?”. Jednocześnie udostępniano użytkownikom licznik oddanych głosów. Warto więc zauważyć, że udział w badaniu wzięło 128 internautów. Źródło: <http://www.siemianowice.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

jak np. „Wolność od strachu”, której cel określono jako „poprawa sytuacji rodzin zagrożonych zjawiskiem przemocy w rodzinie poprzez działania zwiększające świadomość i wiedzę mieszkańców, w tym osłabienie stereotypów na temat przemocy, upowszechnienie pozytywnych wzorców rodzicielskich w tym szerzenie postaw antyprzemocowych oraz zwiększenie dostępności do informacji na temat oferty wsparcia na terenie miasta dla osób doświadczających przemocy w rodzinie”¹⁶⁸.

Strona Urzędu Miejskiego w Tychach udostępniała internautom m.in. mobilny przewodnik miejski „treespot Tychy”, rozkład jazdy komunikacji miejskiej czy bank danych o formach spędzania wolnego czasu z podziałem na zainteresowania i preferencje użytkowników. Podawano informacje o utrudnieniach w ruchu drogowym, proponowano skorzystanie z usług e-urzędu oraz zapoznanie się z materiałami multimedialnymi¹⁶⁹. Zabrzeński Urząd Miejski zachęcał do odwiedzenia imponujących obiektów przemysłowych znajdujących się na Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego. Reklamowano program wsparcia rodziny „Rodzina na 5+”, portal dla inwestorów czy realizowane w mieście projekty z zakresu rekultywacji terenów zdegradowanych ekologicznie. Można było też sprawdzić natężenie hałasu w mieście na internetowej „Mapie Akustycznej Miasta Zabrze”¹⁷⁰. Nowocześnie skomponowana strona Urzędu Miejskiego w Żorach wyraźnymi banerami umieszczonymi centralnie zapraszała internautów do udziału w wydarzeniach kulturalnych, muzycznych, gospodarczych i społecznych. Proponowała też m.in. wirtualny spacer oraz materiały na temat wsparcia rodziny czy gospodarki odpadami¹⁷¹.

¹⁶⁸ Strona główna Urzędu Miejskiego w Sosnowcu pod adresem <http://www.sosnowiec.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁶⁹ Strona główna Urzędu Miejskiego w Tychach pod adresem <http://www.umtychy.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁷⁰ Strona główna Urzędu Miejskiego w Zabrzu pod adresem <http://www.um.zabrze.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

¹⁷¹ Strona główna Urzędu Miejskiego w Żorach pod adresem <http://www.zory.pl> [dostęp 17 września 2013 roku].

2.2.2. Analiza zawartości stron internetowych starostw powiatowych

Na stronach internetowych starostw powiatowych województwa śląskiego publikowano stałe dane dotyczące np. władz powiatu, jego historii, specyfiki gmin na zlokalizowanych na terenie powiatu ziemskiego, jednostek organizacyjnych, a także projektów edukacyjnych, unijnych, gospodarczych, zdrowotnych, inwestycyjnych itp. Najczęściej na stronie głównej wyodrębniano też miejsce na publikowanie aktualności.

W badanym okresie wraz z rozwojem technologii pojawiały się coraz lepiej przygotowane i atrakcyjne graficznie bazy danych i użyteczne dla internautów aplikacje. Omówione poniżej elementy stanowią przykłady działań komunikacyjnych, które zazwyczaj powtarzały się na stronach poszczególnych powiatów, gdzie adaptowano rozwiązania sprawdzone w innych prezentacjach. Rzadko więc można było wskazać stronę, która nie zawierała elementów wykorzystanych w zbliżonej lub nieco innej formie przez administratorów witryn internetowych pozostałych powiatów ziemskich.

Na stronie głównej Starostwa Powiatowego w Będzinie umieszczono np. wejście do popularnego także na stronach wielu kolejnych powiatów „geoportalu” oraz baner „multimedia”¹⁷² umożliwiający przejście do tematycznych serwisów audiowizualnych. Krótkie, ponieważ trwające zwykle dwie lub trzy minuty wiadomości filmowe były tam dodawane najczęściej dwa lub trzy razy w miesiącu. W Bielsku-Białej ważną dla internautów rubryką mogły być też np. „dyżury aptek” lub informacje z działu „ostrzeżenia i komunikaty” odnoszące się do zarządzania kryzysowego¹⁷³. Powiat Bieruńsko-Lędziński udostępniał użytkownikom dane

¹⁷² Geoportal pozwalający na korzystanie z danych geodezyjnych dotyczących powiatu oraz serwis „Multimedia” umieszczono na stronie Starostwa Powiatowego w Będzinie pod adresem <http://www.starostwo.bedzin.pl> [dostęp 13 czerwca 2013 roku].

¹⁷³ Zawartość strony Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 12 czerwca 2012 roku].

dotyczące ścieżek rowerowych, linii autobusowych czy utrudnień w ruchu¹⁷⁴. Cieszyn zachęcał informacjami turystycznymi, ostrzeżeniami meteorologicznymi czy wykazem nieruchomości przeznaczonych na sprzedaż¹⁷⁵. Strona nazwana „Wrota powiatu Częstochowskiego” posiadała m.in. rozbudowany jak na portal powiatowy serwis informacyjny podzielony na – jak już podawałam: „aktualności z powiatu”, „aktualności z gmin”, „aktualności dla obywatela”, „aktualności dla przedsiębiorcy” czy „aktualności dla turysty”. Cechująca się w badanym okresie dość tradycyjnym układem kompozycyjnym prezentacja internetowa Starostwa Powiatowego w Gliwicach pozwala na stronie głównej uruchomić przycisk „informacje prasowe”, który prowadzi do podstrony „Serwis Informacyjny Powiatu Gliwickiego”, gdzie publikowane były obszernie informacje tekstowe dotyczące spraw ważnych dla powiatu. Zawartością wyróżniającą stronę powiatu gliwickiego są opublikowane tam materiały multimedialne oznaczone banerem: „Podania i zwyczaje Powiatu”. Na podstronie autorzy zapraszali „do poznania najpiękniejszych legend, podań i wierzeń oraz wybranych, wciąż żywych tradycji, zwyczajów i obrzędów powiatu gliwickiego” zarchiwizowanych m.in. w formie plików mp3¹⁷⁶.

Strona określona jako „Portal Powiatu Kłobuckiego” zawierała z kolei „kalendarium nadchodzących wydarzeń” z sekcją „polecamy”, gdzie zarówno kalendarium wyrażone graficznie w postaci elektronicznego kalendarza jak też dział „polecamy” nie zawierały jakichkolwiek wpisów¹⁷⁷. Brak aktualizacji treści nie tylko na tej witrynie internetowej obniżał atrakcyjność czytelniczą informacji zawartych w prezentacjach powiatów. Potwierdza to strona powiatu lublinieckiego, która w

¹⁷⁴ Zawartość strony powiatu bieruńsko-lędzińskiego pod adresem <http://www.powiatbl.pl> [dostęp 12 czerwca 2012 roku].

¹⁷⁵ Zawartość strony Starostwa Powiatowego w Cieszynie pod adresem <http://www.powiat.cieszyn.pl> [dostęp 12 czerwca 2012 roku].

¹⁷⁶ Zawartość strony Starostwa Powiatowego w Gliwicach pod adresem <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 12 czerwca 2012 roku].

¹⁷⁷ Kalendarium bez wpisów umieszczone było na stronie powiatu kłobuckiego pod adresem <http://www.klobuck.pl> [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

zakładce „materiały promocyjne” w 2013 roku jako trzecią wśród najbardziej aktualnych ofert proponowała internautom „Informator dla gimnazjalistów na rok szkolny 2009/2010”¹⁷⁸. Na stronie tej udostępniono jednak osiem popularnych programów do pobrania: Word Viewer 2007, Adobe Reader, Adobe Flash Player, Excel Viewer 2007, PowerPoint Viewer 2007, Thunderbird, Firefox oraz 7-Zip. Administratorzy zastrzegli zarazem: „W/w programy są przykładem na to, iż można w łatwy i zarazem darmowy sposób przeglądać zasoby naszej strony. Linki prowadzą do oficjalnych stron producenta, a treść opisów została przygotowana na bazie informacji znajdujących się na stronie producenta. Starostwo Powiatowe w Lublińcu nie odpowiada za działanie oraz pomoc techniczną w/w programów (w tym celu należy kontaktować się z producentem danego oprogramowania)”¹⁷⁹.

Strona powiatu mikołowskiego pozwalała zapoznać się z informacjami Biura Rzeczy Znalezionych, skorzystać z „Internetowej rezerwacji kolejki w Wydziale Komunikacji powiatu mikołowskiego” czy subskrypcji powiadamiania o zagrożeniach poprzez wysyłanie wiadomości SMS. Użytkownik systemu mógł otrzymywać powiadomienia o „anomaliach pogodowych (deszcze, śnieżyce, wichury), pożarach, zagrożeniach bezpieczeństwa publicznego i innych, utrudnieniach w ruchu drogowym i awariach np. energetycznych, wodociagowych, gazowych lub innych, konieczności ewakuacji wskutek zaistniałych zdarzeń, innych ważnych wydarzeniach na terenie powiatu”¹⁸⁰. Osoba przeglądająca dość archaiczną w układzie graficznym stronę powiatu myszkowskiego mogła jednak zapoznać się z multimedialną zawartością

¹⁷⁸ Rubryka „materiały promocyjne” na stronie Starostwa Powiatowego w Lublińcu pod adresem <http://www.lubliniec.starostwo.gov.pl> [dostęp 10 czerwca 2013 roku].

¹⁷⁹ Programy przeznaczone do pobrania przez użytkowników ze strony powiatu lublinieckiego pod adresem <http://www.lubliniec.starostwo.gov.pl> [dostęp 10 czerwca 2013 roku].

¹⁸⁰ System powiadamiania o zagrożeniach wiadomościami SMS na stronie Starostwa Powiatowego w Mikołowie pod adresem <http://www.mikolowski.pl> [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

rubryki „Powiat Myszkowski na Youtube”, a także skorzystać z baneru prezentującego projekt unijny „Mam zawód - mam pracę w regionie”¹⁸¹.

Strona powiatu pszczyńskiego pozwalała obserwować widok z kamer umieszczonych w budynku starostwa i skierowanych na pomieszczenie Wydziału Komunikacji i Transportu oraz – jak podano w opisie – „sprawy paszportowe”. Umożliwiała ponadto zapoznanie się z założeniami np. programu profilaktycznego „Pozory mylą” lub treściami sygnowanymi banerem „Kreator”, czyli „Kreatywnie Razem Ekspozujemy Ambitnie Tworzone Oryginalne Rękodzieła”¹⁸².

Strona powiatu raciborskiego obok danych pogodowych czy zachęty do wsparcia Fundacji na rzecz Szpitala Rejonowego w Raciborzu oferowała m.in. „Galerię filmów”, w której zgromadzono 16 materiałów skategoryzowanych w działach: „ziemia raciborska, Referaty i Wydziały Starostwa Powiatowego w Raciborzu, zdrowie oraz edukacja”¹⁸³. Wśród zasobów strony powiatu rybnickiego uwagę zwracał baner „Wypożyczalnia rowerów”, który zawierał informacje na temat wypożyczalni rowerów Starostwa Powiatowego w Rybnik oraz zasad jej funkcjonowania. Umieszczono także w rubryce „załączniki” do pobrania dwa pliki, czyli regulamin i stosowne oświadczenie, które pozwalały na skorzystanie z tej propozycji dla rowerzystów. Znaczną część strony głównej zajmowały ponadto „aktualności” dotyczące życia Subregionu Zachodniego Województwa Śląskiego¹⁸⁴.

¹⁸¹ Dotyczy projektu systemowego realizowanego przez Samorząd Województwa Śląskiego, Śląskiego Kuratora Oświaty oraz 30 powiatów i miast na prawach powiatu z województwa śląskiego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013. Baner znajdował się na stronie Starostwa Powiatowego w Myszkowie pod adresem <http://www.powiatmyszkowski.pl> [dostęp 25 czerwca 2013 roku].

¹⁸² Banery umieszczone na stronie Starostwa Powiatowego w Pszczynie pod adresem <http://www.powiat.pszczyna.pl> [dostęp 25 czerwca 2013 roku].

¹⁸³ Zawartość galerii filmowej ze strony Starostwa Powiatowego w Raciborzu pod adresem <http://www.powiatraciborski.pl> [dostęp 25 czerwca 2013 roku].

¹⁸⁴ W skład Subregionu Zachodniego wchodziły takie jednostki administracyjne jak m.in.: miasta na prawach powiatu (Jastrzębie Zdrój, Rybnik i Żory) oraz powiaty ziemskie (raciborski, rybnicki i wodzisławski). Aktualności dotyczące Subregionu Zachodniego pochodziły z serwisu www.subregion.pl. Źródło: strona Starostwa powiatowego w Rybniku pod adresem <http://www.starostwo.rybnik.pl> [dostęp 26 czerwca 2013 roku].

Strona powiatu tarnogórskiego zawierała odniesienie do „Platformy Stanowienia Prawa”, które umożliwiała użytkownikowi dostęp do rozbudowanej „Platformy Konsultacji Społecznych”, gdzie - jako podano - „możesz zapoznać się z projektami i opisami najważniejszych przedsięwzięć podejmowanych przez samorządowe władze Tarnowskich Gór oraz wypowiedzieć się na ich temat. Tematy poddawane pod dyskusję pojawiają się w postaci moderowanych wątków”¹⁸⁵. Warto podkreślić, że formularz e-konsultacji społecznych podzielony na następujące kategorie: „Aktualności, Regulamin, Konsultacje otwarte, Konsultacje zamknięte, Ankiety, Wnioski do budżetu, Listy poparcia/sprzeciwu, Zapytaj urząd, Pomoc” sprawiał wrażenie całkowicie bezużytecznego. Świadczą o tym np. wpisy w kategorii określonej na stronie internetowej hasłem: „Zapytaj urząd”. Autorzy deklarując dobrą wolę zachęcali „jeżeli masz jakiś problem do rozwiązania związany z administracją, potrzebujesz wyjaśnień lub masz **wątpliwości**, za pośrednictwem tej strony możesz skierować pytanie do urzędu. Odpowiedzi udzieli **najbardziej**”¹⁸⁶ kompetentny pracownik administracji. Mamy nadzieję, że Twoje pytanie i udzielona na nie odpowiedź pomoże innym mieszkańcom naszego miasta w rozwiązaniu ich problemów”¹⁸⁷. Mimo tego w połowie 2013 roku kwestionariusz zawierał tylko jedno testowe pytanie opublikowane przez administratora prawie trzy lata wcześniej¹⁸⁸.

Wśród możliwości zapewnianych internautom przez oficjalną stronę Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu Śląskim uwagę zwracało odniesienie do zasobów strony Zakładu Aktywności Zawodowej prowadzącego Zakład Usług Pralniczych. Jak

¹⁸⁵ Zawartość katalogu dedykowana użytkownikom strony Starostwa Powiatowego w Tarnowskich Górach pod adresem <http://www.platformastanowieniaprawa.tarnogorski.pl> [dostęp 26 czerwca 2013 roku].

¹⁸⁶ Pisownia oryginalna.

¹⁸⁷ Cytat bezpośredni ze strony Starostwa Powiatowego w Tarnowskich Górach zawierający błędy stylistyczne i literowe. Źródło: <http://www.platformastanowieniaprawa.tarnogorski.pl> [dostęp 26 czerwca 2013 roku].

¹⁸⁸ Pytanie „testowe” zadano 13 września 2010 roku o godzinie 12:53. Źródło: rubryka określona jako: „Zapytaj urząd” na stronie e-konsultacji społecznych pod adresem <http://www.platformastanowieniaprawa.tarnogorski.pl> [dostęp 26 czerwca 2013 roku].

informowali autorzy „pralnia została stworzona po to, by zatrudnienie mogły w niej znaleźć właśnie osoby niepełnosprawne. Zakład ten jest miejscem, które pozwala nie tylko na realny zarobek, ale również stanowi miejsce rehabilitacji”¹⁸⁹. Ciekawą propozycję zawierał także baner propagujący ideę prowadzenia rodzin zastępczych bądź informacje o projekcie „Mam zawód - mam pracę w regionie”, czyli „bezpłatnego programu wsparcia uczniów zasadniczych szkół zawodowych i techników w województwie śląskim”¹⁹⁰.

Strona powiatu zawierciańskiego zachęcała do zapoznania się z „Kalendarium wydarzeń”, a także rubryką „Z naszych galerii”, gdzie wyróżniono katalog „Najczęściej oglądane”. Uwagę użytkowników przyciągało także wyróżnienie „Polecamy” zachęcające do skorzystania z kanału „Zawiercie TV” w serwisie YouTube dokumentującego sesję Rady Powiatu¹⁹¹. Na stronie powiatu żywieckiego wyraźnie zaznaczono elementy o charakterze medialnym. Stronę główną otwierał bowiem gotowy do odtworzenia przez użytkownika film z serwisu YouTube zatytułowany „Ten termin uważamy za ostateczny – starosta o szpitalu”, a obok widoczne były dwa banery: „TV. Audycje telewizyjne” oraz „Audycje radiowe”. Pierwszy z nich odsyłał do archiwalnych odcinków programu „Punkt widzenia” dostępnego na stronie głównej, a drugi do dwóch wydań „Magazynu samorządowego powiatu żywieckiego” przygotowanego przez Radio Katowice¹⁹².

¹⁸⁹ Informacja ze strony Zakładu Aktywności Zawodowej w powiecie wodzisławskim opublikowana pod adresem <http://www.zazwodzislaw.pl> [dostęp 4 lipca 2013 roku].

¹⁹⁰ Zasoby ze strony internetowej Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu Śląskim pod adresem <http://www.wodzislaw.upow.gov.pl> [dostęp 4 lipca 2013 roku].

¹⁹¹ Warto zaznaczyć, że film w serwisie YouTube pt. „Sesja Rady Powiatu 29 08 2013 r” trwał 3 godziny i 9 minut. Źródło: oficjalna strona Starostwa Powiatowego w Zawierciu pod adresem <http://www.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 22 września 2013 roku].

¹⁹² Dwie audycje przygotowane zrealizowane przez Radio Katowice datowane były na październik oraz listopad 2011 roku. Źródło: oficjalna strona powiatu żywieckiego pod adresem: <http://www.starostwo.zywiec.pl> [dostęp 23 września 2013 roku].

2.3. Prezentacja użytecznych dla odbiorców zasobów samorządowych stron internetowych na wybranych przykładach

Strony samorządowe udostępniały użytkownikom odsyłacze od różnorodnych obszarów cyberprzestrzeni. Wprowadzając zarys ich kategoryzacji warto wyróżnić strefy rekomendowane odbiorcom ze względu na: użyteczność zgromadzonych tam treści, ich atrakcyjność lub aspekt społeczny, gospodarczy, charytatywny itd. Polecano więc strony m.in. związków międzygminnych, organizacji pozarządowych, organizatorów transportu publicznego, ale także struktur wojskowych czy podmiotów aktywizujących osoby bezrobotne. Upowszechniano też portale powiatowych urzędów pracy.



Reprodukcja 34. Przykład zasobów rekomendowanych przez administratorów stron samorządowych: prezentacja Stowarzyszenia Aktywnych Przedsiębiorców Śląskich polecana internautom na portalu Katowic.

Ciekawym tego przykładem dla poszukujących zatrudnienia mieszkańców powiatu myszkowskiego był odsyłacz na stronie starostwa powiatowego, gdzie rubryka „Oferty pracy z PUP w Myszkowie” zawierała propozycje pracy na umowę

bądź etat¹⁹³. W grupie polecanych przez samorząd sfer cyberprzestrzeni znajdowały się także prezentacje internetowe jednostek administracji rządowej, samorządowej (np. strony administrowane przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego), placówek medycznych, oświatowych, turystycznych, pomocowych, kulturalnych, sportowych itd.

2.3.1. Podmioty zewnętrzne rekomendowane na oficjalnych stronach internetowych starostw powiatowych

Na stronie Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej umieszczono informację teleadresową na temat „Nocnej wyjazdowej pomocy medycznej” z ośrodkami zdrowia funkcjonującymi w ramach nocnej pomocy na terenie powiatu oraz zakładkę „Popularne na stronie” zawierającą najchętniej odwiedzane przez internautów obszary tematyczne do których należały m.in.: podstrony Wydziału Komunikacji i Transportu, Wydziału Zagospodarowania Przestrzennego, Ochrony Środowiska, Rolnictwa i Leśnictwa czy spis gmin powiatu bielskiego bądź wykazy publicznych i niepublicznych zakładów opieki zdrowotnej na terenie Bielska-Białej¹⁹⁴. Użytkownik mógł również za pośrednictwem witryny starostwa uzyskać dostęp m.in. do strony „Książnicy Beskidzkiej w Bielsku-Białej” będącej „miejską biblioteką samorządową, która pełni również funkcję biblioteki powiatowej. Jest największą biblioteką publiczną w południowej części województwa śląskiego. Prowadzi działalność biblioteczną, kulturalno-edukacyjną, transgraniczną, informacyjną, a także stanowi centrum wiedzy o regionie”¹⁹⁵. Wśród innych ciekawych lub użytecznych odnośników

¹⁹³ Rubryka „Oferty pracy z PUP w Myszkowie” na stronie powiatu pod adresem <http://www.powiatmyszkowski.pl> zawierała 19 ogłoszeń o poszukiwaniu m.in. pielęgniarki, monter, mechanika, dostawcy, roznosiela ulotek, kierowcy i dziennikarza. Stan na 9 października 2013 roku.

¹⁹⁴ Zakładka „Popularne na stronie” w serwisie Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

¹⁹⁵ Autopromocja „Książnicy Beskidzkiej w Bielsku-Białej” do której strony internetowej pod adresem <http://www.ksiaznica.bielsko.pl> przekierowuje witryna starostwa powiatowego. [Dostęp 14 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

internauta znajdował też na stronie powiatu bielskiego odnośnik do strony PKS Bielsko-Biała, czyli spółki zajmującej się świadczeniem usług z zakresu komunikacji autobusowej, Centralnego Ośrodka Sportu i Ośrodka Przygotowań Olimpijskich w Szczyrku, Wojskowej Komendy Uzupełnień w Bielsku-Białej. Umieszczono też odwołania do witryn organizacji pozarządowych jak stowarzyszenie „Bielskie Centrum Przedsiębiorczości”¹⁹⁶ bądź stowarzyszenie „Euroregion Beskidy”¹⁹⁷. Na stronie głównej umieszczono też baner Związku Powiatów Polskich¹⁹⁸. Na tej samej stronie dostępna była zakładka „Ostrzeżenia. Komunikaty. Zarządzanie kryzysowe” ze ścieżką dostępu określoną następująco: „Strona główna/Powiat/Organizacje Pozarządowe”, a złożona z trzech linków przenoszących do „Ostrzeżeń pogodowych”, „Komunikatów” oraz „Ostrzeżeń i Raportów Centrum Zarządzania Kryzysowego Wojewody Śląskiego”. O ile ostatni z tych linków przenosił użytkownika do stale uzupełnianych danych dostępnych na stronie Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego w Katowicach, to pozostałe dwa zawierały zdezaktualizowane informacje dotyczące zagrożeń sprzed kilku miesięcy¹⁹⁹. Dla porównania w serwisie Starostwa

¹⁹⁶ Stowarzyszenie „Bielskie Centrum Przedsiębiorczości” to organizacja pozarządowa typu „non-profit” działająca od kwietnia 1994 roku, której deklarowany cel stanowiło m.in.: „wspieranie rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości oraz aktywne zwalczanie bezrobocia poprzez udzielanie pomocy osobom bezrobotnym”. Źródło: strona stowarzyszenia pod adresem <http://www.bcp.org.pl> [dostęp 16 października 2013 roku].

¹⁹⁷ Stowarzyszenie „Region Beskidy” powołane zostało 20 lipca 1999 roku. W badanym okresie miało siedzibę w Bielsku-Białej. Jak podaje biuro stowarzyszenia „wraz ze swoimi odpowiednikami z Czech i Słowacji powstało w celu koordynowania działań w ramach Euroregionu Beskidy”. Źródło: <http://www.euroregion-beskidy.pl> [dostęp 16 października 2013 roku].

¹⁹⁸ Związek Powiatów Polskich to stowarzyszenie „powiatów broniącym ich wspólnych interesów, poprzez m.in. reprezentowanie powiatów na forum ogólnopolskim i międzynarodowym, inicjowanie i opiniowanie projektów aktów prawnych, dotyczących samorządów terytorialnych, propagowanie wymiany doświadczeń w zakresie wykonywanych zadań własnych i zadań z zakresu administracji rządowej”. Źródło: informacja na temat działalności Związku Powiatów Polskich ze strony pod adresem <http://www.zpp.pl> [dostęp 16 października 2013 roku].

¹⁹⁹ W lutym 2013 roku rubrykę „Ostrzeżenia pogodowe” kończyło „Ostrzeżenie meteorologiczne nr 76: Silne burze z gradem” z 6 sierpnia 2012 roku, a rubryka „Komunikaty” urywała się na „Informacji o niebezpiecznym zjawisku nr 70: gwałtowne wzrosty stanów wód” również z 6 sierpnia 2012 roku. Jednocześnie na stronie głównej alarmowano: „Obfite opady śniegu spowodowały, że na drogach naszego miasta i powiatu bielskiego panują trudne warunki. Apelujemy o zachowanie szczególnej

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Powiatowego w Będzinie²⁰⁰ podobna zakładka „Ostrzeżenia. Komunikaty Meteorologiczne” przenosiła internautę pod adres strony Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego²⁰¹, gdzie możliwy był dostęp do aktualnych informacji. Strona powiatu będzińskiego stosując wyeksponowane banery odsyłała internautów do zasobów Dziennika Urzędowego Rzeczypospolitej Polskiej „Monitor Polski”²⁰² oraz Ministerstwa Edukacji Narodowej²⁰³. Na stronie głównej polecano też w wyraźnie oznakowanej formie graficznej prezentacje Związku Powiatów Polskich oraz realizowany w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego projekt „Mam zawód - mam pracę w regionie”. Była też prognoza pogody dla Będzina. Powiat bieruńsko-łędzki zrezygnował z banerów podmiotów zewnętrznych umieszczanych na stronie głównej swojej prezentacji internetowej zastępując je rozbudowanym menu bocznym, gdzie występowały takie pozycje jak np.: „Linie autobusowe w powiecie” oraz menu górnym z zakładką „Przydatne linki” zawierającą odnośniki do takich podmiotów jak: PKS Oświęcim, Miejski Zarząd Komunikacji w Tychach czy Wojskowej Komendy Uzuppełnień w Tychach. W zakładce „Zdrowie” umieszczono m.in. wykaz aptek ogólnodostępnych z terenu powiatu, a w dziale „Organizacje” udostępniono wyszukiwarkę organizacji pozarządowych pozwalającą uzyskać dostęp do takich danych jak nazwa podmiotu, adres, telefon, adres poczty elektronicznej i strony

ostrożności na drogach”. Źródło: serwis Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

²⁰⁰ Zakładka „Ostrzeżenia. Komunikaty Meteorologiczne” na stronie Starostwa Powiatowego w Będzinie pod adresem <http://www.starostwo.bedzin.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

²⁰¹ Strona Centrum Zarządzania Kryzysowego Wojewody Śląskiego dostępna była pod adresem <http://www.katowice.uw.gov.pl/wdzbizk/raporty.html> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

²⁰² Dziennik Urzędowy Rzeczypospolitej Polskiej „Monitor Polski” wydaje Prezes Rady Ministrów przy pomocy Rządowego Centrum Legislacji. Tryb ten jest zgodny z ustawą z dnia 20 lipca 2000 r. o ogłaszaniu aktów normatywnych i niektórych innych aktów prawnych. Dz. U. z 2011 roku. Nr 197, poz. 1172, z późn. zm. Warto dodać, że „od 1 stycznia 2012 r. Monitor Polski wydawany jest w formie elektronicznej, z zachowaniem kolejności pozycji w danym roku kalendarzowym”. Źródło: <http://monitorpolski.gov.pl> [dostęp 18 października 2013 roku].

²⁰³ Starostwo powiatowe w Będzinie proponowało na stronie głównej odsyłać do strony Ministerstwa Edukacji Narodowej pod adresem <http://www.men.gov.pl> [dostęp 16 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

internetowej²⁰⁴. Jednym z nielicznych wyjątków od zasady niestosowania banerów był odsyłacz „Dzienniki ustaw” przenoszący do strony zawierającej „Dzienniki urzędowe dostępne w wersji elektronicznej”²⁰⁵ czy baner „Projekty unijne” zawierający opis programów wykonanych przy wykorzystaniu funduszy Unii Europejskiej²⁰⁶.

Strona powiatu cieszyńskiego wśród przydatnych linków udostępnia kontakt z takimi prezentacjami internetowymi jak witryny: Śląskiego Centrum Społeczeństwa Informacyjnego, Związku Powiatów Polskich, Fundacji Zdrowia Śląska Cieszyńskiego, Euroregionu Śląsk Cieszyński, Śląskiej Organizacji Turystycznej, Powiatowego Urzędu Pracy w Cieszynie, Muzeum Śląska Cieszyńskiego, Wojskową Komisją Uzupelnień w Bielsku-Białej. Umieszczono tam także wyszukiwarke połączeń kolejowych oraz autobusowych. Część z tych pozycji znalazła się w bocznym spisie oznaczonym jako „Szybkie menu”. Internauta mógł również uzyskać dostęp do danych o świadczeniu nocnej i świątecznej opieki medycznej w powiecie cieszyńskim oraz dyżurów aptek²⁰⁷. Wśród podmiotów zewnętrznych rekomendowanych użytkownikom stron powiatów ziemskich województwa śląskiego uwagę zwracała „Jurajska baza turystyczna” umieszczona na stronie Starostwa Powiatowego w Częstochowie. Zawierała ona informacje użyteczne dla turysty w postaci bazy danych o pensjonatach, kempingach, agroturystyce, hotelach i schroniskach młodzieżowych, apartamentach, gastronomii oraz formach aktywnego wypoczynku w regionie. Jak zapewniali administratorzy strony: „szukanie noclegu odbywa się według dowolnej kategorii tj. miasta, rodzaju świadczonych na miejscu usług (jak wypożyczanie sprzętu, domowe posiłki itp.) czy ceny pobytu. Wszystkie

²⁰⁴ Sposób prezentacji podmiotów zewnętrznych na stronie powiatu bieruńsko-łędzińskiego pod adresem <http://www.powiatbl.pl> [dostęp 17 października 2013 roku].

²⁰⁵ Strona Rządowego Centrum Legislacji pod adresem <http://www.dziennikiurzedowe.gov.pl> [dostęp 17 października 2013 roku].

²⁰⁶ Banery umieszczone na stronie powiatu bieruńsko-łędzińskiego pod adresem <http://www.powiatbl.pl> [dostęp 17 października 2013 roku].

²⁰⁷ Formuła udostępniania danych o podmiotach zewnętrznych zastosowana na stronie powiatu cieszyńskiego pod adresem <http://www.powiat.cieszyn.pl> [dostęp 18 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

oferty(...) zawierają m.in. opis obiektu ze zdjęciami, możliwy kontakt adresowy i telefoniczny, cennik oraz opisy(...) dodatkowych atrakcji czy zabytków”²⁰⁸. Podobną ofertę dedykował internautom projekt „Miejski System Informacji Turystycznej”²⁰⁹ realizowany przez Wydział Kultury, Promocji i Sportu Urzędu Miejskiego w Częstochowie, a reklamowany na stronie częstochowskiego Starostwa Powiatowego, co stanowiło zresztą bardzo rzadki przypadek współpracy informacyjnej między powiatami ziemskimi i grodzkimi z wykorzystaniem ich oficjalnych stron internetowych. Strona główna powiatu częstochowskiego udostępniała także baner prezentujący zasoby komercyjnej witryny zawierającej tzw. branżowy wykaz firm²¹⁰.

Witryna powiatu gliwickiego upowszechniała odnośniki do takich zasobów cyberprzestrzeni jak strony Kasy Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego, Powiatowego Inspektoratu Nadzoru Budowlanego, Śląskiego Związku Gmin i Powiatów, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego czy Powiatowego Urzędu Pracy. Strona nazwana „Portalem Powiatu Kłobuckiego” oferowała użytkownikom możliwość sprawdzenia rozkładów jazdy autobusów na portalu

²⁰⁸ Autopromocja „Jurajskiej bazy turystycznej” reklamowanej na stronie powiatu częstochowskiego. Portal był administrowany przez firmę, która „dla celów promocji Jury utworzyła odrębny dział zajmujący się tworzeniem turystycznego portalu informacyjnego z bazą noclegową o Jurze krakowsko-częstochowskiej”. Wpis ze strony głównej portalu pod adresem jurainfo.pl [dostęp 20 października 2013 roku].

²⁰⁹ Jak podawali administratorzy „Miejskiego Systemu Informacji Turystycznej” reprezentujący częstochowski Urząd Miejski: portal umożliwić miał internautom „wygodny dostęp do wszelkich informacji o Częstochowie, zwłaszcza tych dotyczących atrakcji turystycznych, zabytków, muzeów, instytucji kultury, obiektów sportowych, obiektów użyteczności publicznej oraz wielu dostępnych usług na terenie Częstochowy”. Dostępna była także mobilna wersja systemu przeznaczona na telefony komórkowe użytkowników. Dane ze strony MSIT pod adresem <http://www.info.czystochowa.pl> [dostęp 20 października 2013 roku].

²¹⁰ Jak twierdzili administratorzy portalu reprezentujący spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z Warszawy, firma ta „jest pomysłodawcą oraz inicjatorem ogólnopolskiego systemu regionalnej aktywności gospodarczej i społecznej. System umożliwi przedsiębiorcom promowanie usług i wytwarzanych produktów. Aktywnie wspiera przedsiębiorców w utrzymywaniu prestiżowej pozycji na rynku regionalnym i ogólnopolskim. System działa w oparciu o wymianę informacji pomiędzy władzami samorządowymi, a społecznością miasta i regionu”. Baza danych o przedsiębiorcach reklamowana na stronie powiatu częstochowskiego dostępna była pod adresem <http://www.indexfirm.pl> [dostęp 20 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Polskiej Izby Gospodarczej Transportu Samochodowego i Spedycji²¹¹. Pomyślano także o wyszukiwarce propozycji spędzania wolnego czasu dostępnej na „Platformie e-usług kulturalnych”²¹² czy też stronie Powiatowego Szkolnego Związku Sportowego w Kłobucku. Powiat myszkowski wśród czterech banerów wyeksponowanych na stronie głównej w dziale nazwanym „Banery” proponował internautom m.in. zapoznanie się z prezentacją internetową Klubu Osiedlowego PTTK „M-2” dotyczącą głównie turystyki rowerowej w dość familiarnym ujęciu²¹³ oraz serwis meteorologiczny. Powiat pszczyński upowszechniał na swojej stronie głównej baner do witryny miejscowej Poradni Psychologiczno-Pedagogicznej”, Powiatowego Ośrodka Sportu i Rekreacji, Powiatowego Centrum Wsparcia Dziecka i Rodziny bądź Powiatowego Ogniska Pracy Pozaszkolnej. Oficjalny serwis internetowy powiatu raciborskiego zapraszał użytkowników do strony Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości²¹⁴, Ośrodka Informacji Dla Osób Niepełnosprawnych czy też

²¹¹ Bezpłatna informacja internetowa w postaci wyszukiwarki połączeń oraz danych przewoźnika dostępna była pod adresem <http://www.autobusowyrozkladjazdy.pl> [dostęp 21 października 2013 roku].

²¹² Portal Fundacji Informatyki i Zarządzania z Łodzi współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013. Zasoby „Platformy e-usług kulturalnych” znajdowały się pod adresem <http://www.peuk.fiiz.pl> [dostęp 21 października 2013 roku].

²¹³ Przykładowa anegdota publikowana na stronie klubu osiedlowego rekomendowanej przez Starostwo Powiatowe w Myszkowie: „8 czerwca 2007 r. gdy wracałem ze zlotu przodownickiego w Siedlcach w Grójcu się pogubiłem. Nie mogąc trafić na właściwą drogę zatrzymałem się na parkingu przed Zakładem Energetycznym i stojącego przy samochodzie młodzieńca zapytałem o drogę na Rawę Mazowiecką. - O kurde, o kurde! - wybąkał indagowany drapiąc się po głowie. - Co o kurde!? zapytałem. O kurde - wiem, czy o kurde - nie wiem? - Panie, ja nie tutejszy; nie wiem – oznajmił (...).” Strona klubu osiedlowego pod adresem <http://www.m2.myszkow.pttk.pl> [dostęp 21 października 2013 roku].

²¹⁴ Śląskie Centrum Przedsiębiorczości jest wojewódzką samorządową jednostką organizacyjną działającą w formie jednostki budżetowej powołaną uchwałą Sejmiku Śląskiego nr III/13/4/2007 z dnia 19 września 2007 roku jako instytucja pośrednicząca w realizacji projektów unijnych, której działanie skierowane jest przede wszystkim dla przedsiębiorstw określanych jako „mikro, małe i średnie”. Źródło: strona Śląskie Centrum Przedsiębiorczości pod adresem <http://www.scp-slask.pl> [dostęp 21 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Ośrodka Wsparcia dla Kobiet²¹⁵. Niezbyt wiele podmiotów zewnętrznych rekomendowanych było na stronie Starostwa Powiatowego w Rybniku. Znalazły się tam odniesienia do Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości, Europejskiego Funduszu Społecznego²¹⁶, Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego²¹⁷. Na stronie głównej znajdował się dział „Reklamy”, lecz nie umieszczono w nim jakiegokolwiek zawartości²¹⁸. Zupełnie inaczej przedstawiała się pod tym względem strona powiatu tarnogórskiego, gdzie reklamowano m.in. prezentacje internetowe „Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego”²¹⁹, „Szlaku Architektury Drewnianej”²²⁰, „Muzeum Chleba” w Radzionkowie²²¹, Zabytkowej Kopalni Srebra, Centrum Kultury Śląskiej - Pałac w Nakle Śląskim, Fundacji Kompleks Zamkowy Tarnowice Stare czy też Parku Wodnego w Tarnowskich Górach. Na stronie powiatu

²¹⁵ Stowarzyszenie Przyjaciół Człowieka „Tęcza” w Raciborzu na zlecenie Powiatu Raciborskiego „prowadzi dom dla matek z małoletnimi dziećmi i kobiet w ciąży oraz kobiet będących ofiarami przemocy w rodzinie, z terenu powiatu raciborskiego”. Informacja z banneru Ośrodka Wsparcia dla Kobiet umieszczonego na stronie powiatu raciborskiego pod adresem <http://www.powiatraciborski.pl> [dostęp 22 października 2013 roku].

²¹⁶ Strona programu „Kapitał Ludzki” Departamentu Zarządzania Europejskim Funduszem Społeczny Ministerstwa Rozwoju Regionalnego pod adresem <http://www.efs.gov.pl> [dostęp 23 października 2013 roku].

²¹⁷ Strona Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego pod adresem <http://www.zporr.gov.pl> [dostęp 23 października 2013 roku].

²¹⁸ Stan na 23 października 2013 roku.

²¹⁹ Portal Referatu Promocji Dziedzictwa Industrialnego Wydziału Kultury Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego oraz Śląskiej Organizacji Turystycznej pod adresem <http://www.zabytkitechniki.pl> [dostęp 23 października 2013 roku].

²²⁰ „Szlak Architektury Drewnianej Województwa Śląskiego” na stronie pod adresem <http://www.slaskie.pl> [dostęp 23 października 2013 roku].

²²¹ Na stronie „Muzeum Chleba” można przeczytać, że „założeniem twórcy Muzeum było udostępnienie piekarzom i cukiernikom miejsca na gromadzenie starych, zabytkowych narzędzi pracy. Stało się jednak inaczej. „Muzeum Chleba” gromadzące kolekcjonerskie zbiory Piotra Mankiewicza stało się placówką oświatową ogólnie dostępną, a przede wszystkim dla dzieci i młodzieży”. Źródło: Strona „Muzeum Chleba” w Radzionkowie pod adresem <http://www.muzeum-chleba.pl> [dostęp 23 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

tarnogórskiego znalazły się też banery stron dwóch powiatów partnerskich: Landratsamt Erlangen-Höchstadt²²² oraz powiatu tucholskiego²²³.

Starostwo Powiatowe w Wodzisławiu Śląskim uporządkowało zamieszczane na stronie banery w konkretnych działach. Podmioty zewnętrzne znalazły się w rubryce „Warto odwiedzić”, gdzie publikowano odnośniki do stron m.in.: Radia 90²²⁴, rybnickiej Telewizji TVT, Cechu Rzemieślników i Innych Przedsiębiorców z Wodzisławia Śląskiego, Izby Gospodarczej w Wodzisławiu Śląskim czy Forum Firm Miasta Radlin²²⁵. Rubryka „Współpraca z zagranicą” zawierała z kolei trzy banery odsyłające użytkowników do stron: powiatu Recklinghausen²²⁶, powiatu Sörmland²²⁷ oraz miasta Ostrawa²²⁸. W dziale „Dla turysty” znajdowały się natomiast zbiory informacji o podmiotach świadczących usługi gastronomiczne oraz hotelowe na terenie powiatu wodzisławskiego.

Starostwo Powiatowe w Zawierciu zapraszało internautów odwiedzających oficjalny serwis internetowy powiatu do zapoznania się również z takimi stronami jak prezentacja Związku Ochotniczych Straży Pożarnych Rzeczypospolitej Polskiej²²⁹,

²²² Strona pod adresem <http://www.erlangen-hoechstadt.de> [dostęp 23 października 2013 roku].

²²³ Strona pod adresem <http://www.tucholski.pl> [dostęp 23 października 2013 roku].

²²⁴ Strona rybnickiej rozgłośni Radia 90 pod adresem <http://www.radio90.pl> [dostęp 24 października 2013 roku]. Warto zaznaczyć, że spółka będąca właścicielem radia od listopada 2010 roku jest nadawcą oddzielnego programu w Częstochowie pod nazwie Radio Jura.

²²⁵ Jak podawali autorzy strony reklamowanej na witrynie powiatu wodzisławskiego: „Forum jest dobrowolnym stowarzyszeniem przedsiębiorców Radlińskich i Subregionu Zachodniego. Istnieje od 1998 roku, jest organizacją typu non-profit, niezależną od władz publicznych i apolityczną, zrzeszającą na zasadzie dobrowolności podmioty gospodarcze”. Źródło: <http://forumradlin.pl> [dostęp 25 października 2013 roku].

²²⁶ Strona pod adresem <http://www.kreis-re.de> [dostęp 25 października 2013 roku].

²²⁷ Strona pod adresem <http://landstingetsormland.se> [dostęp 25 października 2013 roku].

²²⁸ Strona pod adresem <http://www.ostrava.cz> [dostęp 25 października 2013 roku].

²²⁹ Strona ta była administrowana przez zawierciański Zarząd Oddziału Powiatowego Związku Ochotniczych Straży Pożarnych Rzeczypospolitej Polskiej. Źródło: strona pod adresem <http://zosp.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 2 listopada 2013 roku].

Regionalnego Centrum Kształcenia Ustawicznego w Sosnowcu²³⁰, Wojskowej Komendy Uzuppełnień w Będzinie, Związków Powiatów Polskich czy Ośrodka Szkoleniowo-Wypoczynkowego w Jeziorowicach²³¹. Strona powiatu ziemskiego w Żywcu umożliwiała skorzystania z wyszukiwarki połączeń autobusowych Polskiej Izby Gospodarczej Transportu Samochodowego i Spedycji, zapoznanie się z zasobami strony Komendy Powiatowej Policji w Żywcu²³², a także bazą danych o miejscach noclegowych opublikowaną co prawda w formacie PDF, ale za to w pięciu wersjach językowych.

2.3.2. Podmioty zewnętrzne rekomendowane na oficjalnych stronach internetowych urzędów miejskich

Witryna powiatu grodzkiego w Bielsku Białej posiadała rubrykę „Polecane strony”, gdzie umieszczono 28 rekomendowanych prezentacji internetowych. Wśród nich znalazły się m.in.: strona Biura Zarządzania Energią²³³, strona projektu

²³⁰ Jak podawano na stronie internetowej szkoły, która posiadała swoje obiekty w Sosnowcu i Zawierciu: „jesteśmy nastawieni na kształtowanie umiejętności praktycznych ważnych dla wykonywanego zawodu. Zapewniamy zajęcia praktyczne i praktyki zawodowe w wyspecjalizowanych placówkach służby zdrowia, opieki społecznej oraz instytucjach usługowych. Uzyskując tytuł zawodowy po naszej szkole na pewno znajdziesz pracę”. Strona pod adresem <http://www.rcku.nazwa.pl> [dostęp 2 listopada 2013 roku].

²³¹ Firma prowadząca działalność gospodarczą w ośrodku reklamowała swoją placówkę jako optymalne miejsce dla turystów, którzy m.in.: „mogą bez opuszczania obiektu zażywać ruchu w nowoczesnej siłowni lub wdychać krystaliczne powietrze na ławeczkach przed budynkiem. Już dla samego powietrza warto tu zajrzeć, nie mówiąc o niepowtarzalnym krajobrazie”. Strona ośrodka szkoleniowo-wypoczynkowego pod adresem <http://www.jeziorowice.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 3 listopada 2013 roku].

²³² Strona Komendy Powiatowej Policji w Żywcu pod adresem <http://www.zywiec.slaska.policja.gov.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²³³ Zadaniem Biura Zarządzania Energią w Bielsku-Białej jest m.in. nadzór nad realizacją polityki energetycznej na obszarze gminy, a także wdrażanie „zarządzania energią do praktyki działań Urzędu Miejskiego oraz popularyzacja (tej) problematyki(...) wśród innych odbiorców, jednostek gospodarczych, instytucji, oraz mieszkańców miasta”. Źródło: strona pod adresem <http://energia.um.bielsko.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

„Partnerstwo Marki Śląskie”²³⁴, Komendy Miejskiej Policji w Bielsku-Białej, Bielsko-Bialskiego Ośrodka Rekreacyjno-Narciarskiego „Dębowiec”²³⁵. Umieszczono tam także bazę danych organizacji pozarządowych w Bielsku-Białej²³⁶, galerii Bielskiej BWA²³⁷, Teatru Lalek „Banialuka”²³⁸, czy też Bielsko-Bialskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji²³⁹.

Formuła rekomendowania użytkownikom zawartości pozaurzędowej zastosowana w Bytomiu zakładała poruszanie się internauty w większości w obrębie zasobów zgromadzonych lub przetworzonych w ramach domeny magistratu. Do nielicznych wyjątków należały banery odsyłające do takich projektów jak „System Informacji Kulturalnej Bytomia”²⁴⁰. Strona Chorzowa zachęcała do zapoznania się z

²³⁴ Jak podają autorzy strony celem projektu jest „synergia działań marketingowych, wiedzy, kompetencji i środków samorządów, przedsiębiorstw, organizacji pozarządowych, instytucji kultury dla stworzenia silnej marki regionu”. Źródło: dział dotyczący strategii marketingowych strony Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego pod adresem <http://www.slaskie.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²³⁵ Bielsko-Bialski Ośrodek Rekreacyjno-Narciarski „Dębowiec”, który rozpoczął działalność 18 stycznia 2013 roku to „całoroczna inwestycja gminy Bielsko-Biała w większości sfinansowana ze środków unijnych”. Źródło: strona pod adresem <http://www.debowiec.beskidy.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²³⁶ Strona administrowana przez Fundację „Dobry Dom” będąca portalem „organizacji pozarządowych z Bielska-Białej prowadzonym w ramach projektu: Dobrze poinformowany obywatel, widoczna organizacja”. Źródło: strona pod adresem <http://www.slaskiengo.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²³⁷ Galeria „Bielska BWA jest miejską galerią promującą najciekawsze zjawiska sztuki współczesnej - od malarstwa, po fotografię, performance, instalację i sztukę nowych mediów”. Źródło: strona galerii pod adresem <http://www.galeriabielska.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²³⁸ Teatr Lalek Banialuka im. Jerzego Zitzmana „jest jednym z najstarszych teatrów lalek w Polsce i jednym z najbardziej znanych w kraju i na świecie. Założyli go w 1947 roku artyści plastycy Jerzy Zitzman i Zenobiusz Zwolski. Plastyczny rodowód teatru na wiele dziesięcioleci zdecydował o artystycznym obliczu Banialuki. Ze swoimi przedstawieniami Banialuka odwiedziła kilkadziesiąt krajów świata”. Źródło: strona teatru pod adresem <http://www.banialuka.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²³⁹ Bielsko-Bialski Ośrodek Sportu i Rekreacji „funkcjonuje jako jednostka budżetowa Miasta Bielska-Białej z główną siedzibą przy ul. M. Konopnickiej”. Źródło: strona ośrodka pod adresem <http://www.bbosir.bielsko.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²⁴⁰ Zgodnie z informacją zamieszczoną na stronie dedykowanej „Systemowi Informacji Kulturalnej Bytomia – Miasta Energii Kultury” projekt ten „współfinansowany przez Unię Europejską z

zawartością witryn internetowych zgromadzonych w dziale „Polecamy”. Były wśród nich prezentacje zrealizowane na zlecenie Urzędu Miejskiego w Chorzowie jak np. „Mapa Akustyczna miasta Chorzowa”, a także portale podmiotów zewnętrznych jak np. Wojewódzkiego Ośrodka Kultury i Sportu „Stadion Śląski” w Chorzowie²⁴¹, Schroniska dla Bezdomnych Zwierząt w Chorzowie²⁴² czy Wojskowej Komendy Uzupełnień w Chorzowie. Z kolei w rubryce „Warto zajrzeć” rekomendowano m.in. skorzystanie z portalu projektu edukacyjnego „Latarnicy.pl”²⁴³, strony internetowej Śląskiej Karty Usług Publicznych²⁴⁴ czy spis Chorzowskich Organizacji Pożytku Publicznego. Z kolei w dziale „Na skróty” udostępniano odsyłacze np. do zasobów stron Miejskiej Galerii Sztuki „MM”²⁴⁵ czy chorzowskiego Teatru Rozrywki.

Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013, którego głównym celem jest upowszechnienie mieszkańcom Bytomia i wszystkim zainteresowanym mieszkańcom Aglomeracji Śląskiej oraz turystom informacji dotyczących wydarzeń kulturalnych organizowanych w Bytomiu poprzez portal internetowy, 15 infokiosków oraz 6 ekranów LED’owych, które zostały zainstalowane w ważnych punktach miasta”. Źródło: strona projektu pod adresem <http://kulturalnybytom.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²⁴¹ Strona pod adresem <http://www.stadionslaski.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²⁴² Strona pod adresem <http://www.chorzow.schronisko.com> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²⁴³ Portal Latarnicy.pl to element kampanii promującej „upowszechnianie kompetencji cyfrowych wśród dorosłych Polek i Polaków pod nazwą Polska Cyfrowa Równych Szans, którą „Stowarzyszenie Miasta w Internecie prowadzi już od czerwca 2010 r., kiedy to podczas 14 Konferencji Miasta w Internecie w Zakopanem powstał Memoriał Polska Cyfrowa Równych Szans”. Źródło: strona projektu od adresem <https://latarnicy.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²⁴⁴ Strona administrowana przez Komunikacyjny Związek Komunalny Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego znajdująca się pod adresem <http://www.kartaskup.pl> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

²⁴⁵ Autorzy strony podają, że Miejska Galeria Sztuki „MM” w Chorzowie „powstała z inicjatywy Stowarzyszenia Chorzowskich Artystów Plastyków oraz samorządu i władz miasta Chorzowa. Swoją siedzibę znalazła w gmachu dawnego Teatru Miejskiego przy ul. Sienkiewicza 3”. Źródło: strona galerii pod adresem <http://www.galeriamm.eu> [dostęp 4 listopada 2013 roku].

Natomiast w rubryce „Komunikaty” umieszczono baner, który nazwano: „Ostrzeżenia Wojewódzkiego Centrum Zarządzania Kryzysowego”²⁴⁶.

Na stronie głównej częstochowskiego magistratu nad banerami rekomendującymi strony innych podmiotów znalazło się zastrzeżenie o treści: „Urząd Miasta Częstochowy nie odpowiada za zawartość stron, do których odnośniki pojawiają się w portalu www.czestochowa.pl”²⁴⁸. Wśród tych odnośników znalazły się przekierowania do takich stron jak m.in. portal „e-punkt”²⁴⁹, strona projektu rozbudowy linii tramwajowej²⁵⁰ oraz akcji protestacyjnej „Petycja do Ministerstwa”²⁵¹

²⁴⁶ Zakładka z ostrzeżeniami Wojewódzkiego Centrum Zarządzania Kryzysowego umieszczona na stronie Urzędu Miejskiego w Chorzowie pod adresem <http://www.chorzow.um.gov.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

²⁴⁷ Zastrzeżenie z oficjalnego serwisu internetowego Urzędu Miasta w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

²⁴⁸ Zastrzeżenie z oficjalnego serwisu internetowego Urzędu Miasta w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

²⁴⁹ Portal Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości pod nazwą „Punkt kontaktowy dla Usługodawców i Usługobiorców e-PUNKT” został utworzony „na podstawie dyrektywy 2000/31/WE o handlu elektronicznym w celu świadczenia pomocy informacyjnej usługodawcom i usługobiorcom w zakresie praw i obowiązków umownych, jak również na temat procedur reklamacyjnych oraz naprawiania szkody w przypadku sporów, łącznie z informacjami na temat praktycznych aspektów związanych z wykorzystaniem tych procedur”. Źródło: <https://www.web.gov.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

²⁵⁰ Strona projektu pod nazwą „Budowa nowoczesnego systemu transportu zbiorowego w Częstochowie - rozbudowa infrastruktury tramwajowej, drogowej i pasażerskiej dla obsługi osiedli: Wrzosowiak, Raków i Błesno”, którego inwestorem było Miasto Częstochowa. Źródło: strona projektu pod adresem <http://www.tramwaje.cze.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

²⁵¹ Strona akcji protestacyjnej dotyczącej pobierania opłat za przejazd autostradą obwodnicą miasta. Akcję organizowało Stowarzyszenie Częstochowa 2020. Witryna zawierała petycję „Mieszkańców Miasta Częstochowy oraz Regionu Częstochowskiego w sprawie pobierania opłat za przejazd autostrady A1 na odcinku pomiędzy węzłami Kościelec, Rząsawa, Lgota, Gnaszyn, Zawodzie” adresowaną do Cezarego Grabarczyka, ministra Infrastruktury z adnotacją: „uwaga - mimo zmiany Ministra nasza akcja trwa nadal. W tej chwili czekamy na odpowiedź Ministra Transportu, Budownictwa i Gospodarki Wodnej Ministra Sławomira Nowaka”. Źródło: strona akcji protestacyjnej pod adresem <http://www.sos.czest.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

i Punktu Konsultacyjnego Krajowego Systemu Usług²⁵². Udostępniano też strony wyszukiwarki firm należącej do Polskich Książek Telefonicznych Sp. z o.o., Centrum Informacyjno-Konsultacyjnego Służb Zatrudnienia nadzorowanego przez Komendę Główną Ochotniczych Hufców Pracy czy Krajowego Stowarzyszenia Ochrony Informacji Niejawnych.

Ewenementem w zbiorze oficjalnych stron internetowych powiatów grodzkich województwa śląskiego była witryna magistratu w Dąbrowie Górniczej zawierająca sferę nazwaną „społecznościową częścią serwisu”. Zgodnie z regulaminem „poprzez moduły społecznościowe” portal umożliwiał użytkownikom bezpłatne zamieszczanie ogłoszeń, dodawanie imprez w kalendarzu wydarzeń oraz obiektów (w tym także firm) w „katalogu obiektów i na mapie”. Nadzorowane przez moderatorów wpisy użytkowników umieszczano m.in. w dziale „Ogłoszenia”. Zainteresowani upowszechnieniem swoich reklam dowiadywali się z regulaminu, że „zabrania się umieszczania jakichkolwiek treści obscenicznych i nieodpowiednich oraz materiałów niezgodnych z polskim prawem, dobrymi obyczajami, wywołujących oburzenie, nawołujących do łamania prawa, przemocy itp.”²⁵³. Pod względem organizacyjnym publikowano tam wpisy w kategoriach charakterystycznych dla prasowych ogłoszeń drobnych. Przewidziano więc następujące działy: „Samochody”, „Nieruchomości”, „Oddam za darmo”, „Nauka/korepetycje/porady”, „Dziecko”, „Praca/wolontariat”, „Sprzedam”, „Kupię”, „Wymienię”, „Zwierzaki”, „Firmy/usługi”. W badanym okresie umieszczono tam dziewięć ogłoszeń wśród których były takie jak: „KUPIĘ zadłużoną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością lub spółkę akcyjną. Notarialne odkupienie

²⁵² Funkcjonujący w Agencji Rozwoju Regionalnego w Częstochowie S.A Punkt Konsultacyjny Krajowego Systemu Usług „zaprasza przedsiębiorców, chcących rozwinąć firmę, jak również osoby planujące założenie własnej działalności gospodarczej, do korzystania z usług informacyjnych i doradczych”. Źródło: strona pod adresem <http://pk.czestochowa.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

²⁵³ Pkt 3. Regulaminu portalu miejskiego www.idabrowa.pl. Regulamin przewidywał jednocześnie, że ogłoszenia „nie spełniające wymogów pkt. 3. będą usuwane lub nie będą publikowane, bez powiadamiania autora ogłoszenia”. Wyraźnie zaznaczano ponadto: „serwis nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności za materiały, treści i wiarygodność danych osobowych zamieszczonych przez użytkowników”. Źródło: Regulamin portalu miejskiego pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

udziałów lub akcji. Zmiana Zarządu. Możliwość zmiany nazwy i siedziby. Zgłoszenie zmian do KRS” czy też „Zostań konsultantką/tem Mariza! Serdecznie zapraszam do swojej grupy wszystkie osoby chcące rozpocząć swoją przygodę z Marizą - polską firmą kosmetyczną oferującą kosmetyki na bazie naturalnych składników!(...) możliwość rezygnacji ze współpracy w każdej chwili bez podawania przyczyny(...) Kupując kosmetyki taniej dla siebie, sprzedając je innym lub zapraszając do współpracy kolejne osoby. Forma współpracy zależy od Ciebie”.

Internauta na stronie Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej mógł też przeczytać ogłoszenie o treści: „Wyjazdy po auta, samochody Niemcy, Holandia, Giełda. Zapraszam na co tygodniowe wyjazdy po samochody osobowe, dostawcze, ciężarowe. wiele interesujących aut w bogatych wersjach wyposażenia, rewelacyjnych cenach, z silnikami diesla jak i benzynowymi. Są to pojazdy bezwypadkowe lub lekko uszkodzone dzięki czemu są jeszcze tańsze. Jeżdżę do Niemiec, Holandii (...)”²⁵⁴. Witryna zawierała też linki do stron internetowych polecane użytkownikom. Znalazły się wśród nich m.in. odsyłacze do prezentacji Hufca ZHP w Dąbrowie Górniczej, MKS Dąbrowa Górnicza, Pałacu Kultury Zagłębia, Straży Miejskiej w Dąbrowie Górniczej itp.²⁵⁵ Niektóre strony internetowe przyniosły praktyczne informacje dotyczące usług finansowych, bazy gastronomicznej, hotelowej oraz atrakcji turystycznych. Urząd Miejski w Gliwicach publikował spis pod hasłem „Gastronomia i hotele”²⁵⁶ zawierający następujące kategorie: (1) Hotele, (2) Restauracje, (3) Kawiarnie, (4) Cukiernie, (5) Pizzerie, (6) Bary, (7) Kluby muzyczne, (8) Puby. Spis ten mógł zawierać dane adresowe i numery telefoniczne, fotografię, godziny funkcjonowania, a także adresy poczty elektronicznej i stron internetowych reklamowanych podmiotów.

²⁵⁴ Cytowane ogłoszenia opublikowano w tzw. module społecznościowym oficjalnej strony internetowej Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

²⁵⁵ Łącznie internautom polecano 19 linków. Stan na 6 listopada 2013 roku.

²⁵⁶ Zawartość dedykowana turystom na stronie Urzędu Miejskiego w Gliwicach pod adresem <https://gliwice.eu> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Również Strona Urzędu Miejskiego w Żorach zawierała rubrykę „Gastronomia” podzieloną na działy zawierające dane teleadresowe takich podmiotów jak (1) „Restauracje i pizzerie”²⁵⁷, (2) „Kluby i puby” oraz (3) „Kawiarnie, herbaciarnie, cukiernie”. Dział „banki, kantory” podzielony był na podkatalogi z danymi banków oraz z informacjami o lokalizacji bankomatów i kantorów. Strona Urzędu Miejskiego w Tychach posiadała dział „Hotele, pokoje hotelowe” wraz z minimalną ceną, którą uregulować ma jedna osoba za noc z podziałem na trzy kategorie stawek: „do 150 zł”, „od 150 do 200 zł” oraz „od 300 zł”.

Zgodnie z zapisami w dziale „zastrzeżenia prawne” Urząd Miasta Jastrzębie-Zdrój nie ponosił odpowiedzialności za treści zamieszczone w serwisach i na stronach internetowych, do których „odesłania znajdują się w niniejszym serwisie i które nie zostały przygotowane przez Urząd Miasta Jastrzębie-Zdrój”²⁵⁸. Wśród rekomendowanych banerami podmiotów w tym serwisie znalazły się strony m.in.: „Funduszu Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o.”²⁵⁹ w Jastrzębiu Zdroju, rozkładów jazdy poszczególnych przewoźników autobusowych czy klubów sportowych: Jastrzębskiego Klubu Hokejowego GKS Jastrzębie, Klubu Sportowego Jastrzębski Węgiel S.A. oraz Klubu Sportowego GKS 1962 Jastrzębie S.A. Magistrat Jaworzna publikował na swojej oficjalnej stronie dane zgrupowane w rubryce „Informator Miejski”. Zgromadzono tam namiary i wskazania lokalizacyjne na mapie Jaworzna m.in. hoteli, restauracji, kawiarni, cukierni, aptek, ośrodków zdrowia, obiektów sportowych, szkół,

²⁵⁷ Przy jednym z podmiotów zawartych na liście obok danych teleadresowych umieszczono także link do strony internetowej. Był to Bar Mleczny „Krówka” prowadzony przez Zakład Aktywizacji Zawodowej „Wspólna Pasja” w Żorach. Źródło: oficjalna strona internetowa Urzędu Miejskiego w Żorach pod adresem <http://www.zory.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

²⁵⁸ Pozycja „Odpowiedzialność” w dziale „Zastrzeżenia prawne” na stronie Urzędu Miasta Jastrzębie Zdrój pod adresem <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

²⁵⁹ Miasto w badanym okresie było jednym z udziałowców Funduszu Poręczeń Kredytowych, który „powstał w grudniu 2003 roku. Jest instytucją, która udziela poręczeń kredytów i pożyczek zaciąganych przez przedsiębiorców w bankach oraz funduszach pożyczkowych”. Źródło: strona internetowa Funduszu pod adresem <http://www.fpkj.pl> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

urzędów pocztowych, parków, kościołów, redakcji mediów lokalnych itp.²⁶⁰. Publikowano także spis jaworznickich organizacji pożytku publicznego, którym użytkownicy mogli przekazywać 1 proc. podatku. Na zakończenie listy umieszczono zdanie: „warto pamiętać, że wsparcie można przekazać także potrzebującym osobom prywatnym”.

Portal internetowy stolicy województwa zawierał rubrykę „Partnerzy”. Zgrupowano tam banery do stron podmiotów rekomendowanych przez katowicki magistrat. Internautom udostępniano linki do witryn określonych jako m.in.: „Stowarzyszenie Chińskich Sztuk Walki YMAA Katowice”, „Camerata Silesia - Zespół Śpiewaków Miasta Katowice”, „Zaplanuj wizytę w Katowicach i czytaj recenzje hoteli w Katowicach na TripAdvisor”, „Galeria Sztuki Współczesnej BWA”, „HC GKS Katowice”, „Centrum Kultury Katowice”, „Stowarzyszenie Travois”²⁶¹, „Sokół AZS AWF”, „GKS Katowice”, „Stowarzyszenie Aktywnych Przedsiębiorców Śląskich”²⁶², „Śląski Klub Karate Goliat”, „ZHP Hufiec Katowice”, „Gieksiarze.pl”, „Katowice Airport - Międzynarodowy Port Lotniczy Katowice”, „Oficjalna strona dzielnicy Murcki”, „FC Nova Katowice”, „Straż Miejska w Katowicach”, „Komenda Miejska Policji w Katowicach”, „Związek Powiatów Polskich”, „Śląski Związek Gmin i Powiatów”, „Unia Metropolii Polskich”, „Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego”, „Teatr Korez”, „Rondo Sztuki”, „Akuna Naprzód Janów”, „Katowicka Liga Piłkarska”, „Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia”,

²⁶⁰ Dział „Informator Miejski” na stronie jaworznickiego samorządu pod adresem <http://www.jaworzno.pl> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

²⁶¹ Strona administrowana przez Stowarzyszenie Miłośników Psów Zaprzęgowych Travois z Katowic pod adresem <http://www.travois.eu> [dostęp 6 listopada 2013 roku]

²⁶² Jak informowano na stronie rekomendowanej przez witrynę samorządu Katowic: „grupa znajomych przedsiębiorców z różnych branż na kolejnych spotkaniach roboczych ustaliła cele stowarzyszenia, sposoby ich realizacji oraz statut(...) Zebranie założycielskie stowarzyszenia odbyło się 3 lutego 2010 w Katowicach. Cele naszego stowarzyszenia to: stworzenie wartościowej grupy zrzeszającej aktywnych przedsiębiorców, którzy odnieśli sukcesy w swoich branżach, udzielanie sobie wzajemnie rekomendacji biznesowych – „otwieranie drzwi”, polecenia członków do swoich kontrahentów(...)”. Źródło strona internetowa Stowarzyszenia Aktywnych Przedsiębiorców Śląskich pod adresem <http://www.saps.org.pl> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

„Filharmonia Śląska” czy „Internetowa baza osób pochowanych na katowickich cmentarzach”. Niezależnie od rubryki „Partnerzy” na stronie katowickiego magistratu umieszczono dział „Przydatne linki”.

Opublikowano w nim odsyłacze m.in. do Komisji Europejskiej, Portalu Unii Europejskiej, Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego, Górnośląskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach. Portal Mysłowic zawierał szeroko rozbudowany dział przeznaczony dla osób niepełnosprawnych, gdzie umieszczono również podkatalog „strony internetowe” zawierający linki do urzędów, instytucji i stowarzyszeń zajmujących się udzielaniem wsparcia. Przykładowo w dziale dotyczącym „pracy dla niepełnosprawnego” umieszczono odnośniki do takich podmiotów jak m.in.: „POPON - Polska Organizacja Pracodawców Osób Niepełnosprawnych”, „Ogólnopolska Baza Zakładów Pracy Chronionej”, „KIG-R - Krajowa Izba Gospodarczo-Rehabilitacyjna”, „Portal bezbarrier.pl - internetowy portal pracy dla osób niepełnosprawnych” czy „Europejskiego internetowego serwisu kariery – jobpilot”²⁶³. W dziale „Miasto” oraz w dziale „Turystyka” dostępny był katalog pod nazwą „Baza instytucji i firm”, gdzie zgrupowano je korzystając z następującego klucza kategoryzacyjnego: „Apteki”, „Banki”, „Bankomaty”, „Bezpieczeństwo”, „Kościoły, parafie”, „Noclegi”, „Organizacje pozarządowe”, „Oświata”, „Puby”, „Restauracje”, „Służba zdrowia”, „Urzędy Administracji Publicznej”, „Taxi”, „Urzędy pocztowe” i „Usługi”²⁶⁴. Wpis zawierał nazwę podmiotu, adres oraz opcjonalnie numer telefonu.

W prezentacji internetowej Piekar Śląskich umieszczono rubrykę „Otoczenie biznesowe” zawierającą dane opisowe na temat lotniska w Pyrzowicach „Katowice Airport” oraz „Autostrady A1”, a także podstronę „Raport o rynku pracy”, gdzie

²⁶³ Linki zgrupowane w podkatalogu „strony internetowe” działu „Niepełnosprawni” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Mysłowicach pod adresem <http://www.myslowice.pl> [dostęp 19 grudnia 2013 roku].

²⁶⁴ Podział bazy danych zastosowany na stronie mysłowickiego powiatu grodzkiego pod adresem <http://www.myslowice.pl> [dostęp 19 grudnia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

znalazła się informacja „w celu zaznajomienia się z raportem o rynku pracy w Piekarach Śląskich zapraszany do kontaktu z Powiatowym Urzędem Pracy w Piekarach Śląskich”²⁶⁵. Poniżej umieszczono dane kontaktowe do piekarskiego PUP. Podobny dział „Otoczenie biznesowe” stworzono również na stronie Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej, lecz zawierał on znacznie więcej informacji dotyczących takich instytucji jak: „Rudzka Agencja Rozwoju”, „Rudzki Inkubator Przedsiębiorczości Sp. z o.o.”, „Śląski Park Przemysłowo - Technologiczny Sp. z o.o.”, „Inkubator Innowacji Technologicznych i Usługowych - Architektura i Budownictwo”, „Biuro Obsługi Inwestora”²⁶⁶. Na stronie rudzkiego magistratu można było także znaleźć odnośniki do kompleksu rekreacyjnego „Aquadrom Ruda Śląska” Metropolii Silesia czy Śląskiej Karty Usług Publicznych. Internauci mogli jednak przede wszystkim skorzystać z rozbudowanej zakładki „Katalog firm” w katalogu „Gospodarka”, gdzie możliwe było zapoznanie się z funkcjonowaniem podmiotów komercyjnych precyzyjnie skategoryzowanych branżowo i obszernie opisanych w serwisie. Standardowy wpis zawierał nazwę, adres, namiary telefoniczne, adresy poczty internetowej, witryny w sieci i profile w mediach społecznościowych, godziny otwarcia oraz grafikę i opis firmy typu: „atrakcje czekają. Polecamy wieczory z karaoke, wieczory taneczne, spotkania z przyjaciółmi przy zimnym piwku. Wieczór możesz sobie umilić grą w darta, karty, kości, warcaby, piwne kalambury”²⁶⁷. Użytkownik posługując się udostępnionym na stronie narzędziem komunikacyjnym mógł wysłać do danej firmy zapytanie, przeczytać wiadomości na jej temat czy sprawdzić profil aukcji w serwisie Allegro. Internauta mógł także ocenić firmę w dziale „Polecenia” stanowiącym ukierunkowane tematycznie forum internetowe. Stąd

²⁶⁵ Zawartość działu przeznaczony dla przedsiębiorców na stronie Urzędu Miejskiego w Piekarach Śląskich pod adresem <http://www.gospodarka.piekary.pl> [dostęp 19 grudnia 2013 roku].

²⁶⁶ Dział „Otoczenie biznesu” na stronie Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl> [dostęp 19 grudnia 2013 roku].

²⁶⁷ Opis zamieszczony w dziale „puby i kluby nocne” katalogu firm dostępnego z poziomu strony Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://rudaslaska.com.pl> [dostęp 19 grudnia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

ze strony rudzkiego magistratu internauta mógł zostać przekierowany do katalogu firm, gdzie znajdował się takie wpisy jak np.: „zajebista pizza i tania jak na tyle składników bez oszukaństwa(...)”²⁶⁸.

Internauci korzystający z prezentacji internetowej Urzędu Miejskiego w Rybniku zapraszani byli banerami na stronie głównej do odwiedzenia portalu „Rybnik1.pl”. Na portalu tym publikowano wiadomości z życia miasta, a także udostępniano bazę danych na temat firm i instytucji. Formuła portalu społecznościowego zakładała istnienie narzędzi służących komunikacji zwrotnej. Stąd redakcja umożliwiła użytkownikom dodawanie komentarzy. W badanym okresie poziom ich moderowania nie zapewniał jednak eliminacji wypowiedzi sformułowanych z użyciem słów wulgarnych lub zwrotów obraźliwych²⁶⁹. Tak więc podobne treści dostępne były z poziomu strony głównej rybnickiego magistratu. Kolejnym polecanym przez Urząd Miejski w Rybniku portalem był serwis dostępny pod adresem www.rybnik.com.pl, który cechował się zbliżonym profilem informacyjnym. Urzędnicy siemianowickiego magistratu zastosowali zbliżoną formułę rekomendowania wybranych prezentacji za pomocą banerów umieszczonych na stronie głównej, lecz polecali wyłącznie serwisy niekomercyjne jak np. Siemianowickie Centrum Kultury, Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej, Schronisko dla zwierząt czy Siemianowicki Uniwersytet Najmłodszych²⁷⁰.

Strona Urzędu Miejskiego w Siemianowicach Śląskich zawierała natomiast bazę danych wybranych ośrodków ochrony zdrowia. Dział ten podzielono na specjalności medyczne z podaniem liczby propagowanych na stronie samorządu

²⁶⁸ Wpis autorstwa „Reni” dodany 12 listopada 2012 roku w katalogu firm pod adresem <http://rudaslaska.com.pl> [dostęp 19 grudnia 2013 roku].

²⁶⁹ Przykładem braku właściwego moderowania wypowiedzi są wpisy typu: „Gdyby jeszcze ci ludzie chcieli czegokolwiek dla społeczeństwa. Ryje do koryta ciągną (...) szczególnie Pan Polok, który już w liceum wyżej srał niż dupę miał i uważał się za lepszego”. Komentarz dodany do tekstu „Burza po decyzji sądu. Ślązacy to nie naród?” z 12 grudnia 2013 roku. Źródło: portal <http://rybnik1.pl> [dostęp 24 grudnia 2013 roku].

²⁷⁰ Rekomendacje zawarte na stronie Urzędu Miejskiego w Siemianowicach Śląskich pod adresem <http://www.siemianowice.pl> [dostęp 24 grudnia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

placówek. Przy rubryce „Katalog firm i instytucji” zamieszczono jednocześnie narzędzie elektroniczne pozwalające na dodawanie danych. Dlatego liczby te świadczą o popularności informowania o świadczonych usługach medycznych za pośrednictwem strony internetowej magistratu: Dermatolog (2), Ginekolog (3), Hospicja (1), Laboratorium (2), Laryngolog (2), Medycyna pracy (1), Medycyna szkolna (1), Neurolog (1), Okulista (1), Opieka społeczna (5), Podstawowa opieka zdrowotna (9), Psychiatra (1), Publiczne Zakłady Opieki Zdrowotnej (6), Pulmonolog (1), Rehabilitacja ruchowa (1), Reumatolog (1), Specjalistyczna opieka medyczna (17), Stomatolog (1)²⁷¹. W dziale „gospodarka” tego magistratu umieszczono także „Wyszukiwarę firm z Ewidencji Działalności Gospodarczej w Siemianowicach Śląskich”, która przeniosła do komunikatu: „Wszelkie informacje na temat podmiotów gospodarczych są dostępne w Centralnej Ewidencji Działalności Gospodarczej, pod adresem: ceidg.gov.pl”²⁷². Z kolei Urząd Miejski w Sosnowcu proponował na swojej stronie internetowej dział „Miasto po godzinach”, gdzie zgrupowano dane dotyczące hoteli, restauracji, pubów, klubów muzycznych, korporacji taksówkowych itd. Forma anonsu zakładała podanie nazwy, adresu, namiarów telefonicznych i mailowych oraz podanie adresu strony internetowej lub profilu w mediach społecznościowych. Magistrat w Sosnowcu upubliczniał zarazem zawartość katalogu „Ciekawe linki”, na którą składały się odniesienia zarówno do stron stowarzyszeń i organizacji (typu: Śląski Związek Gmin i Powiatów, Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego czy Centrum Edukacji i Wychowania Młodzieży „Kana”), jak też prowadzących działalność gospodarczą (typu: Centrum Filmowe „Helios” lub portal casamundo.pl)²⁷³). Urząd Miejski w Świętochłowicach ograniczył się do

²⁷¹ Zawartość ośrodków medycznych zgrupowanych w rubryce „Katalog firm i instytucji” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Siemianowicach Śląskich pod adresem <http://www.siemianowice.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

²⁷² Stan na dzień 2 października 2013 roku.

²⁷³ Rekomendowany przez Urząd Miejski w Sosnowcu portal reklamuje się, że „pośredniczy w wynajmie wspaniałych apartamentów i domków letniskowych w całej Europie. (...) został powołany do życia w 2003 roku w Hamburgu, natomiast w roku 2009 działalność została rozszerzona także na rynek polski. Na www.casamundo.pl klienci mogą znaleźć swój wymarzony obiekt spośród licznych ofert

rekomendowania internautom stron instytucji publicznych jak Biuro Bezpieczeństwa Narodowego bądź Metropolii Silesia.

Podobną strategię przyjął zabrzański magistrat zapraszający internautów na takie strony internetowe jak np. prezentacja Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego czy też Śląskiego Związku Gmin i Powiatów. Urząd Miejski w Tychach udostępnił swój serwis internetowy dla realizacji programu „oferta na czas wolny”, który był miejskim projektem skierowanym „do firm i instytucji, oferujących usługi sportowo-rekreacyjne oraz do tyszan, którzy chcą aktywnie zorganizować swój wypoczynek”²⁷⁴. Pozwalał on z poziomu użytkownika nie tylko na dostęp do bazy danych o organizowanych w mieście imprezach, lecz także na dodawanie ofert zgodnie z przygotowaną przez urzędników kategoryzacją imprez z zastrzeżeniem, że „informacje o ofercie mogą być wprowadzane wyłącznie przez właścicieli firm, oferentów lub osoby upoważnione do ich reprezentowania”²⁷⁵.

Strona tyskiego magistratu zawierała ponadto odniesienie pozwalające skorzystać z tzw. przejazdów umawianych określanymi jako „Carpooling”. Usługa ta definiowana była na stronie urzędu jako „przejazdy okazyjne, czyli oferowanie i korzystanie z wolnych miejsc w samochodach. Kierowcy i pasażerowie umawiający się na carpooling dzielą się kosztami przejazdu, na które składają się przede wszystkim koszty paliwa, ale także np. opłaty za parking, przejazd autostradą czy

renomowanych organizatorów podróży i wybranych osób prywatnych”. Źródło: portal pod adresem www.casamundo.pl [dostęp 26 grudnia 2013 roku].

²⁷⁴ Program był bezpłatnym narzędziem umożliwiającym zarządzanie bazą danych na temat wydarzeń w mieście. Jak podawali administratorzy w bazie tej „opartej na wyszukiwarce jest miejsce dla lokalnych firm i osób, organizujących zajęcia i spotkania w szeroko rozumianej sferze sportu i rekreacji. Oferta może dotyczyć zarówno zajęć jak i udostępnianych hal, sal sportowych, siłowni i innych obiektów o podobnym przeznaczeniu”. Źródło: oficjalna strona Urzędu Miejskiego w Tychach pod adresem <http://www.umtychy.pl> [dostęp 26 grudnia 2013 roku].

²⁷⁵ Art. 5. regulaminu Katalogu Ofert „Czas Wolny” administrowanego przez Urząd Miasta Tychy.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

wypożyczenie samochodu”²⁷⁶. Strona tyskiego samorządu zawierała też bazę danych dotyczącą ośrodków medycznych z podziałem na „szpitale i przychodnie” oraz „apteki”. Spis placówek oświatowych obok szkół dla których gmina była organem prowadzącym zawierał także informację o m.in. szkołach: „wyższych”, „artystycznych”, „językowych” czy „nauki jazdy”, a także „uniwersytetach dziecięcych” i „uniwersytetach trzeciego wieku”. Tyska strona udostępniała również bazę danych o hotelach i pokojach do wynajęcia w mieście przygotowaną według wzoru zakładającego podanie nazwy i kategorii cenowej obiektu²⁷⁷, adresu, namiarów telefonicznych oraz strony internetowej.

Na stronie internetowej Urzędu Miasta w Żorach ciekawym katalogiem był „Serwis żorskich nieruchomości”. Obok przystępnie sformułowanych porad dotyczących procedur związanych z nabywaniem działek budowlanych²⁷⁸ umieszczono tam podzielony na kategorie: (1) „Budowa”, (2) „Remonty i wykończenia”, (3) „Instalacje i naprawy”, (4) „Obsługa”, (5) „Wyposażenie wnętrz” spis firm, których udostępnienie danych miało zdaniem urzędników „ułatwić Państwu zamieszkanie w Żorach”. Aby ułatwić nawigację stworzono liczne podkategorie uszeregowane alfabetycznie typu: „Akwaria, Architektura wnętrz, Dywany i wykładziny, Inteligentny dom, Lustra, Meble – montaż, Meble na wymiar, Rośliny domowe, Sauny i łaźnie, Schody i balustrady, Sejfy, kasy pancerne, Zasłony, firany,

²⁷⁶ Informacja wprowadzająca do „Giełdy przejazdów: carpooling.pl”, gdzie na stronie tyskiego Urzędu Miasta podano oferty przejazdów z Tychów. Źródło: <http://www.umtychy.pl> [dostęp 26 grudnia 2013 roku].

²⁷⁷ Autorzy spisu „hotelu i pokoi hotelowych” umieszczonego na stronie tyskiego magistratu wprowadzili trzy kategorie: „do 150 zł”, „od 150 zł do 200 zł” oraz „od 300 zł”.

²⁷⁸ Przykładem czytelnej stylistyki zastosowanej w urzędowym poradniku służy fragment dotyczący lokalizacji i wymiarów działki budowlanej, gdzie autorzy tłumaczyli, że „dla domu jednorodzinnego wystarczy parcela o powierzchni ok. 700 m² i 16 m szerokości. Działka może być też mniejsza, ważne żeby była ustawna, zbliżona kształtem do kwadratu. Pod stumetrowy dom wystarczy działka 400-500 m², jeżeli jednak zależy nam na prywatności i własnym ogródku, dom o powierzchni 200-250 m² powinien stać na działce większej - ok. 1000 m²”. Źródło: zasoby „Serwisu żorskich nieruchomości” pod adresem <http://www.nieruchomosci.zory.pl> [dostęp 30 grudnia 2013 roku].

karnisze”²⁷⁹. Na zakończenie badanego okresu w całym „Katalogu firm” znajdowało się jednak wyłącznie pięć agencji pośrednictwa przy sprzedaży nieruchomości. Istotą serwisu była jednak giełda ofert sprzedaży, wynajmu lub zamiany nieruchomości zawierająca podstawowe informacje o oferowanej nieruchomości i jej lokalizacji, a także geodezyjne materiały fotograficzne. Przygotowano też możliwość przesłania pytań sprzedającemu. W bazie danych swoje ogłoszenia dotyczące mieszkań, działek, domów lub garaży mogły zamieszczać nie tylko jednostki samorządowe, lecz także podmioty komercyjne i osoby prywatne.

2.4. Strefy cyberprzestrzeni dla określonych kategorii odbiorców na wybranych przykładach

W przypadku komercyjnych portali ogólnoinformacyjnych kategoria wiadomości/ciekawostki jest kategorią szeroką, niesprofilowaną pod kątem konkretnego odbiorcy, jego płci, wieku czy wykształcenia²⁸⁰. Podobnie jest na portalach samorządowych, gdzie funkcję taką pełniły zakładki typu: „aktualności”. Natomiast część treści umieszczana w serwisach internetowych samorządów adresowana była dla konkretnie skategoryzowanej grupy odbiorców. Oczywiście materiały te dostępne były dla ogółu użytkowników, lecz administrujący stronami jednostek samorządu terytorialnego dedykowali je wyszczególnionym internautom do których obok mieszkańców należeć mogli np. turyści, inwestorzy czy studenci. Przykładem danych adresowanych do studentów była zawartość działu „Studiuj w Sosnowcu” zawierająca dane o ofercie miasta w zakresie edukacji wyższej. W katalogu umieszczono więc informacje o takich uczelniach lub ich wydziałach jak: „Uniwersytet Śląski - Wydział Filologiczny”, „Uniwersytet Śląski - Wydział Informatyki i Nauki o Materiałach”, Uniwersytet Śląski - Wydział Nauk o Ziemi”,

²⁷⁹ Spis podkategorii w sekcji „Wyposażenie wnętrz” działu „Katalog firm” podstrony „Serwis żorskich nieruchomości” na stronie żorskiego Urzędu Miejskiego.

²⁸⁰ Kinga Kowalewska, *Analiza obszarów semantycznych w nagłówkach wiadomości w portalu internetowym*, [w:] *Nowe media, Nowe interpretacje*, red. M. Sokołowski, Warszawa 2010, s. 90.

„Śląski Uniwersytet Medyczny - Wydział Farmaceutyczny”, „Zespół Nauczycielskich Kolegiów Języków Obcych”, „Wyższa Szkoła Humanitas”, „Wyższa Szkoła Medyczna”, „Wyższa Szkoła Inżynierii Bezpieczeństwa i Ekologii”, a także ważnych dla społeczności akademickiej sferach tematycznych jak: „Akademiki” i „Kluby studenckie”²⁸¹.

Dla przedsiębiorców ciekawą propozycję stanowiły usystematyzowane zakładki poświęcone terenom inwestycyjnym, nowościom w ofercie z zakresu obrotu nieruchomościami czy promocjom dla inwestorów. Przykładem służyła rubryka „Oferty inwestycyjne” na stronie świętochłowickiego magistratu wyróżniona sloganem reklamowym „Świętochłowice. Bliżej niż myślisz”, gdzie obok konkretnych danych starano się także podać kompendium wiedzy o mieście informacjami typu: „w samym centrum Śląska, regionu o największej atrakcyjności inwestycyjnej i najniższym poziomie ryzyka inwestowania w Polsce, położone są Świętochłowice, oddalone zaledwie 7 km od stolicy województwa – Katowic. Przecinająca miasto Drogowa Trasa Średnicowa, bliskość Międzynarodowego Portu Lotniczego „Katowice” w Pyrzowicach oraz sąsiedztwo autostrad A1 i A4 czynią ze Świętochłowic atrakcyjne miejsce inwestycji (...)”²⁸². Osoby ze środowiska biznesowego mogły zainteresować dane dotyczące związków i organizacji branżowych skupiających przedsiębiorców publikowane na samorządowej stronie internetowej jak np. w dziale „Organizacje gospodarcze” sosnowieckiego magistratu, który zawierał dane teleadresowe wraz z osobami do kontaktu reprezentującymi: „Cech Rzemiosł Różnych”, „Fundację na Rzecz Wspierania Przedsiębiorczości i Promocji Zawodowej Osób Poszukujących Pracy”, „Sosnowiecką Radę Samorządu Gospodarczego”, „Stowarzyszenie Kupców Polskich”²⁸³.

²⁸¹ Rubryka „Studiuj w Sosnowcu” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Sosnowcu pod adresem <http://www.sosnowiec.pl> [dostęp 3 października 2013 roku].

²⁸² Dział „Oferty inwestycyjne” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Świętochłowicach pod adresem <http://www.swietochlowice.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

²⁸³ Zawartość działu „Organizacje gospodarcze” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Sosnowcu pod adresem <http://www.sosnowiec.pl> [dostęp 3 października 2013 roku].

Organizatorzy targów i konferencji oraz potencjalni uczestnicy tych wydarzeń mogli skorzystać z dedykowanej im sfery na stronie internetowej katowickiego magistrat określonej jako „Convention Bureau Katowice”. Jak wyjaśniali urzędnicy zadaniem tej komórki stworzonej w strukturze Wydziału Promocji Urzędu Miasta Katowice jest „promocja turystyki biznesowej na obszarze Katowic i regionu. Convention Bureau stale współpracuje z organizatorami kongresów, konferencji, targów oraz spotkań i wizyt biznesowych pozyskując nowe wydarzenia kongresowo-konferencyjne”, a podstawowy cel działalności to „pierwszy kontakt dla wszystkich zainteresowanych organizacją tego typu imprez w mieście i regionie” oraz „fachowe wsparcie zarówno w zakresie informacji, jak i wstępnego planowania kongresu, konferencji czy eventu”²⁸⁴. Ciekawostką jest wyszukiwarka usług dostępnych w Katowicach zamieszczona na stronie „Convention Bureau”, ponieważ umożliwiając użytkownikowi odnalezienie firm do współpracy proponowała w zakresie usług public relations jedynie... dwie spółki. Podobnie jak w przypadku udostępniania danych o podmiotach zajmujących się tłumaczeniami symultanicznymi, gdzie wyszukiwarka również ograniczała się do dwóch wyników, a organizacją konferencji w całym Katowicach zająć się mogły wyłącznie trzy firmy, których dane w tej kategorii podawała wyszukiwarka projektu „Convention Bureau”²⁸⁵.

Ciekawą dla zmotoryzowanych internautów informacją była treść banneru „Zgłoś prawidłowo szkodę” umieszczonego na stronie internetowej Jastrzębia Zdroju. Aktorzy wpisu informowali, że „osoby, których samochody zostały uszkodzone w wyniku złego stanu nawierzchni dróg należących do miasta, co zostało potwierdzone przez policję bądź strażników miejskich, mogą zgłosić taką szkodę w Urzędzie

²⁸⁴ Informacja ze strony projektu „Convention Bureau Katowice” pod adresem <http://www.convention.katowice.eu>. Odsyłacz do tej witryny znajdował się w menu strony głównej Urzędu Miejskiego w Katowicach pod adresem <http://www.katowice.eu> [dostęp 11 października 2013 roku].

²⁸⁵ Wyniki korzystania z wyszukiwarki projektu „Convention Bureau”. Stan na 11 października 2013 roku.

Miasta”²⁸⁶. Na stronie umieszczono także w formie pliku do pobrania wzór zgłoszenia szkody oraz wskazówki dotyczące miejsca składania wypełnionego formularza.

InterRisk S.A. Vienna Insurance Group
Oddział Katowice
 40-008 Katowice, ul. Warszawska 58
 tel. (0-32) 350-89-10
 fax (0-32) 350-89-10 wew.40

**ZGŁOSZENIE SZKODY Z UBEZPIECZENIA
 ODPOWIEDZIALNOŚCI CYWILNEJ ZARZĄDCY DROGI**

Nr szkody:.....

1. INFORMACJE OGÓLNE:

Data zdarzenia	Godzina	Miejsce (ulica, nr drogi, trasa przejazdu)
POSZKODOWANY / WŁAŚCICIEL POJAZDU: PESEL.....		

Reprodukcja 35. Przykład materiału przeznaczony dla zmotoryzowanych internautów dostępnego na stronie internetowej Jastrzębia Zdroju: „zgłoszenie szkody z ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej właściciela drogi”.

Na stronie Urzędu Miasta w Dąbrowie Górniczej reklamowano numer Miejskiego Telefonu Zaufania. Inicjatywa ta – jak pisano w dziale „aktualności – przeznaczona jest dla wszystkich osób „zagubionych, odrzuconych, nieszczęśliwych, nie radzących sobie z problemami życia codziennego. Pracownicy MOPS zapewniają, że dzwoniący mogą liczyć na pełną dyskrecję i anonimowość, a także co

²⁸⁶ Wpis z 20 marca 2012 roku „Zgłoś prawidłowo szkodę” wraz z wzorem zgłoszenia szkody na stronie internetowej samorządu w Jastrzębiu Zdroju pod adresem <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

najważniejsze na szacunek i zrozumienie ich problemów. Pracownicy Telefonu Zaufania przeszli specjalistyczne szkolenie i otrzymali certyfikaty Polskiego Towarzystwa Pomocy Telefonicznej. Posiadają odpowiednią wiedzę, doświadczenie zawodowe i życiowe, cechuje ich umiejętność słuchania, otwartość, życzliwość, szacunek i wyrozumiałość²⁸⁷. Witryna magistratu w Rudzie Śląskiej na stronie głównej posiadała zakładkę „Śląsko godka”, gdzie publikowano słownik gwary śląskiej. Wśród nich znalazły się takie słowa o różnym poziomie trudności i popularności jak np.: „alkon – alkoholik”, „uniyskorzić (się) - spóźnić (się)”, „ciupać – rąbać”, „patyntregel – bagażnik”, „ślyndzuchy – łyżwy” czy „moplik – motorower”²⁸⁸.

Do stosunkowo rzadkich w skali województwa rubryk na strona internetowych samorządów zaliczyć można dział „Ludzie Rybnika” zawierający prezentacje ważnych dla społeczności lokalnej postaci uszeregowanych według klucza kategoryzacyjnego uwzględniającego „Honorowych obywateli miasta Rybnika”, „Prezydentów, burmistrzów”, „Działacze, zasłużeń”, „Muzycy, artyści”, „Sportowcy”²⁸⁹. Podobny charakter miały podkatalogi na stronie magistratu w Rudzie Śląskiej: „Zasłużony dla miasta Rudy Śląskiej”²⁹⁰, „Honorowi obywatele Rudy Śląskiej” oraz „Odznaka Kamrat rudzki”²⁹¹, chociaż pod względem kompozycji

²⁸⁷ Fragment tekstu „Masz problem? Zadzwoń!” z 15 czerwca 2013 roku na temat działalności Miejskiego Telefonu Zaufania. Następnie do tekstu z działu „aktualności” przenosił baner umiejscowiony w innych częściach strony magistratu w Dąbrowie Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

²⁸⁸ Zakładka ze słownikiem gwary śląskiej na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl> [dostęp 30 września 2013 roku].

²⁸⁹ Niektóre biogramy w rubryce „Ludzie Rybnika” ilustrowane były zdjęciami portretowymi. Większość jednak miała formę krótkiej notki pozbawionej fotografii lub materiałów multimedialnych. Źródło: strona internetowa Urzędu Miejskiego w Rybniku pod adresem <http://www.rybnik.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

²⁹⁰ Tytuł „Zasłużony dla miasta Ruda Śląska” został ustanowiony przez Radę Miejską Rudy Śląskiej uchwałą nr 281/XXI/2000 podjętą 27 marca 2000 roku.

²⁹¹ Prezydent Rudy Śląskiej ustanowił odznaczenie „Kamrat Rudzki” z okazji rocznicy powstania miasta zarządzeniem z 27 kwietnia 2009 roku dla tych, którzy przyczynili się do „promocji, rozwoju gospodarczego, kulturalnego i naukowego Miasta Ruda Śląska. Odznaka może być również nadana w uznaniu za działania i inicjatywy podejmowane na rzecz mieszkańców miasta”. Źródło: podkatalog

graficznej były przygotowane w sposób znacznie atrakcyjniejszy niż prezentacja Sosnowca. Natomiast w Jaworznie ograniczono się do umieszczenia informacji o fakcie, że dla „uhonorowania osób, które wniosły szczególny wkład pracy na rzecz Jaworzna, Rada Miejska ustanowiła dyplom honorowy i odznakę: Za zasługi dla miasta Jaworzna”²⁹². Poniżej w formacie PDF opublikowano jedynie uchwały Rady Miejskiej w sprawie ich przyznania 21 osobom.

2.5. Wersje obcojęzyczne stron samorządowych jako forma promocji miejscowości

Wymogi marketingu terytorialnego sprawiają, że internetowa prezentacja miasta lub powiatu powinna być użyteczna także dla tych internautów, których strategia komunikacyjna jednostki samorządu terytorialnego lokuje w grupie adresatów działań public relations, choć nie władają oni językiem polskim. W obrębie tej zbiorowości mogą znajdować się np. potencjalni inwestorzy, osoby zainteresowane przyjazdem do danej gminy w celach turystycznych, medycznych (jako pacjenci klinik, poradni, szpitali) lub edukacyjnych (jako studenci lub wykładowcy wyższych uczelni) bądź zamieszkujący za granicą członkowie rodzin dawnych mieszkańców konkretnej miejscowości. Potrzebę komunikacji z zagranicznymi internautami dostrzegały znacznie częściej starostwa powiatowe niż urzędy miejskie. Tłumaczenie na obce języki zastosowało bowiem aż 71 proc. samorządów administrujących stronami powiatów ziemskich oraz jedynie 47 proc. administrujących stronami powiatów grodzkich. Najczęściej spotykanymi językami obcymi były język angielski

„Odznaka Kamrat rudzki” w katalogu „Miasto i ludzie” w dziale „Ruda Śląska” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

²⁹² Dział „Zasłużeni dla Miasta Jaworzna” na stronie jaworznickiego magistratu pod adresem <http://www.jaworzno.pl> [dostęp 6 listopada 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

oraz język niemiecki. Badanie stanu faktycznego²⁹³ w tym zakresie pozwoliło na dokonanie następującej analizy:

Starostwo Powiatowe w Żywcu - 6 obcojęzycznych wersji językowych.

Starostwo Powiatowe w Zawierciu - 2 obcojęzyczne wersje językowe.

Starostwo Powiatowe w Wodzisławiu Śląskim - 2 obcojęzyczne wersje językowe.

Starostwo Powiatowe w Tarnowskich Górach - tylko polska wersja językowa.

Starostwo Powiatowe w Raciborzu - 2 obcojęzyczne wersje językowe.

Starostwo Powiatowe w Pszczynie - 4 obcojęzyczne wersje językowe.

Starostwo Powiatowe w Mikołowie - tylko polska wersja językowa.

Starostwo Powiatowe w Lublińcu - 2 obcojęzyczne wersje językowe.

Starostwo Powiatowe w Kłobucku: tylko polska wersja językowa.

Starostwo Powiatowe w Gliwicach - 2 obcojęzyczne wersje językowe.

Starostwo Powiatowe w Częstochowie - tylko polska wersja językowa.

Starostwo Powiatowe w Cieszynie - 4 obcojęzyczne wersje językowe.

Starostwo Powiatowe w Bielsku-Białej - 5 obcojęzycznych wersji językowych.

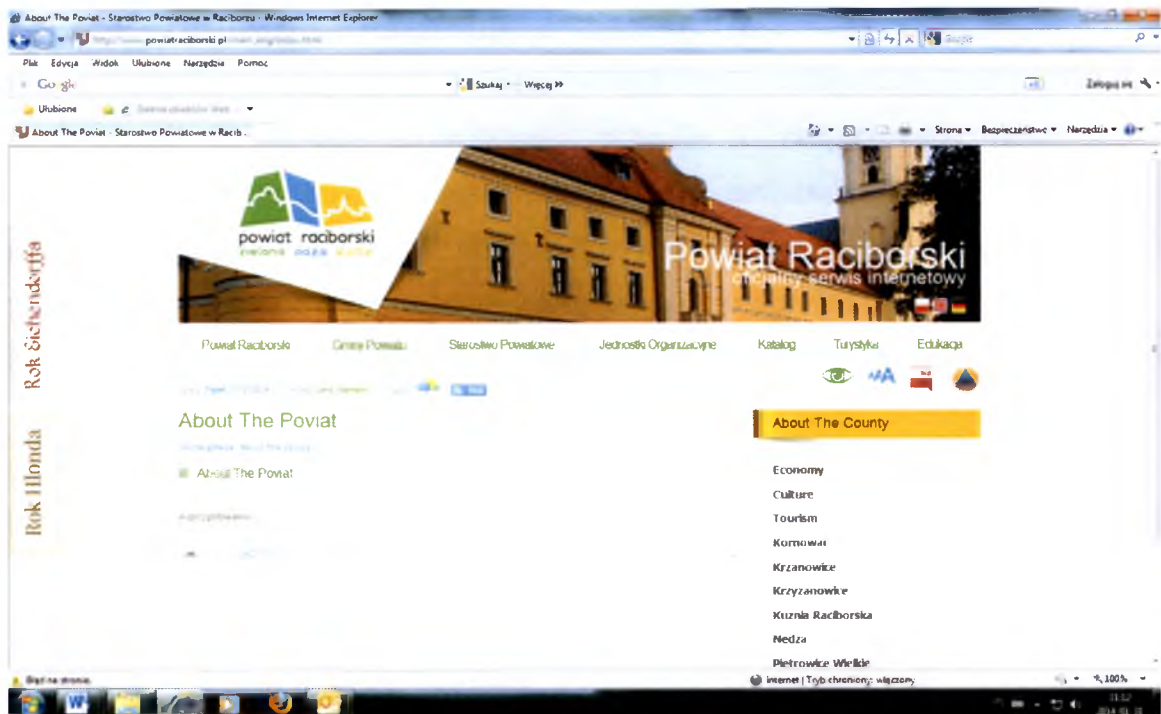
Starostwo Powiatowe w Będzinie - tylko polska wersja językowa.

Jak widać wśród powiatów ziemskich rekordzistą w liczbie obcojęzycznych wersji swojej strony internetowej były starostwa w Żywcu oraz w Bielsku-Białej. Warto jednak zaznaczyć, że sformułowanie wersja obcojęzyczna oznaczało zazwyczaj wizytówkę pozbawioną aktualizacji oraz stosunkowo krótką, bo – w przypadku powiatu żywieckiego – oscylującą wokół poziomu od 1900 do 2500 znaków przetłumaczoną na język czeski, słowacki, angielski, niemiecki, francuski i rosyjski. Na stronie bielskiego powiatu ziemskiego była to wizytówka: angielska, francuska,

²⁹³ Analiza została przeprowadzona 24 września 2013 roku na wszystkich stronach powiatów ziemskich województwa śląskiego.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

niemiecka, rosyjska, czeska, a ich objętość również nie przekraczała ok. 3 tys. znaków.



Reprodukcja 36. Przykład wersji wizytówki anglojęzycznej na stronie powiatu raciborskiego.

Na marginesie badania narzędzi komunikacyjnych wykorzystywanych przez samorządy do kontaktu z obcokrajowcami udało się ujawnić kwestię z zakresu bezpieczeństwa relacji w cyberprzestrzeni, a konkretnie możliwości podbierania oprogramowania z pominięciem procedury wyrażenia akceptacji użytkowników. Uruchomienie 24 września 2013 roku wersji anglojęzycznej wizytówki strony internetowej Starostwa Powiatowego w Żywcu za pośrednictwem wyszukiwarki google spowodowało bowiem wyświetlenie następującej informacji z systemu wyszukiwarki: „Strona zgłoszona jako dokonująca ataków! Strona www.starostwo.zywiec.pl została zgłoszona jako strona stanowiąca zagrożenie i została zablokowana zgodnie z ustawieniami bezpieczeństwa. Tego rodzaju strony

mogą próbować instalować oprogramowanie wykradające poufne dane, używające komputera do pośredniczenia w atakach lub uszkadzające system. Niektóre szkodliwe strony celowo rozpowszechniają niebezpieczne oprogramowanie, ale większość z nich działa na serwerach, na które nastąpiło włamanie”. Strona diagnostyczna witryny zywiec.pl/en pozwoliła na uzyskanie następujących informacji dodatkowych: „W ciągu ostatnich 90 dni przetestowaliśmy w tej witrynie następującą liczbę stron: 3. Wyświetlanie 3 z nich spowodowało pobranie i zainstalowanie złośliwego oprogramowania bez zgody użytkownika (...) po raz ostatni znaleziono w niej podejrzane treści 2013-07-18”²⁹⁴. Oznacza to, że stosunkowo rzadko wykorzystywana podstrona mogła służyć do instalacji różnego rodzaju oprogramowania bez wiedzy internautów.

W przypadku powiatów grodzkich analiza przystosowania oficjalnych stron internetowych śląskich magistratów dla potrzeb obcojęzycznych internautów przyniosła następujące rezultaty²⁹⁵:

Urząd Miasta w Żorach - 1 wersja obcojęzyczna.

Urząd Miejski w Zabrze - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miasta w Tychach - 1 wersja obcojęzyczna.

Urząd Miejski w Świętochłowicach - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miejski w Sosnowcu - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miasta w Siemianowicach Śląskich - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miasta w Rybniku - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miasta w Rudzie Śląskiej - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miasta w Piekarach Śląskich - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miasta w Mysłowicach - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miasta w Katowicach - 3 wersje obcojęzyczne.

²⁹⁴ Strona diagnostyczna witryny dostępna pod adresem <http://safebrowsing.clients.google.com> [dostęp 24 września 2013 roku].

²⁹⁵ Analiza została przeprowadzona 8 października 2013 roku na wszystkich stronach powiatów grodzkich województwa śląskiego.

Urząd Miejski w Jaworznie - 2 wersje obcojęzyczne.

Urząd Miasta w Jastrzębiu Zdroju - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miejski w Gliwicach - 4 wersje obcojęzyczne.

Urząd Miejski w Dąbrowie Górniczej - 4 wersje obcojęzyczne.

Urząd Miasta w Częstochowie – 12 wersji obcojęzycznych.

Urząd Miasta w Chorzowie - tylko polska wersja językowa.

Urząd Miejski w Bytomiu - 2 wersje obcojęzyczne.

Urząd Miasta w Bielsku-Białej – 7 wersji obcojęzycznych.

Najliczniejszy zbiór stron przygotowanych w językach obcych upubliczniał na swojej witrynie Urząd Miejski w Częstochowie. Potrzeba upowszechniania zawartości w 12 językach obcych wynikała zapewne ze znacznego natężenia ruchu pielgrzymów odwiedzających tamtejsze sanktuarium. Na stronach innych magistratów dominowały wersje dla cudzoziemców w języku angielskim. Zdarzały się także tłumaczenia na język niemiecki i francuski. Jedną z wersji obcojęzycznych strony Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej opublikowano po chińsku. Popularną formą było umieszczanie liczących od 500 do 3 tys. znaków krótkich prezentacji, chociaż np. w Częstochowie było to kilkanaście rozbudowanych artykułów, porad turystycznych, map czy odnośników do stron obcojęzycznych.

2.6. Oznakowanie serwisów internetowych elementami wykorzystywanymi w strategiach promocyjnych

W części stron samorządowych wprowadzono elementy systemu tożsamości wizualnej miast ze sloganami reklamowymi lub akcesoriami promocyjnymi ze sfery marketingu terytorialnego. Urząd Miejski w Bytomiu promował hasło „Bytom. Energia kultury”. Na stronie Dąbrowy Górniczej można było przeczytać: „Witamy w Dębowym świecie”, a Piekary Śląskie: „Piekary Śląskie. Miasto z perspektywami”. Ruda Śląska w cyberprzestrzeni przedstawiała się jako: „Miasto otwartych możliwości”, a Siemianowice Śląskie: „Siemianowice. Dobrze bo śląskie”. Samorząd chorzowski upowszechniał slogan: „Chorzów. Wprawia w ruch”, częstochowski:

„jasne, że Częstochowa”, gliwicki: „stare miasto, Nowy Świat”, jaworznicki: „Jaworzno. Daj się wciągnąć”, a następnie „Jaworzno. Źródło energii”, katowicki: „Katowice. Dla odmiany”, rybnicki: „Rybnik. Miasto z ikrą”, sosnowiecki: „Sosnowiec łączy”, tyski: „Tychy. Dobre miejsce” i „Tychy.pl bo warto wiedzieć więcej”, zabrzański: „Zabrze. W sercu Śląska”. Znacznie mniejsze znaczenie do tego typu działań przywiązywali administratorzy serwisów internetowych powiatów ziemskich. Powiązanie symboliki stosowanej zwykle w strategiach promocyjnych z witrynami internetowymi ujawniono na zakończenie badanego okresu jedynie na dwóch witrynach. Powiat raciborski określał się jako „Zielona oaza kultur”, a powiat kłobucki używał hasła „Rozwój w zgodzie z naturą”.



Reprodukcja 37. Oznakowanie promocyjne stosowane na samorządowych stronach internetowych. Przykład Jaworzna i Tych.

2.7. Nadawcy treści public relations na stronach internetowych jednostek samorządu terytorialnego

Formalnie nadawcą przekazów upowszechnianych na stronach internetowych samorządów są gminy bądź powiaty. Pod względem funkcjonalnym w administracji terenowej służyły lokalnej organizacji pozyskiwania, przetwarzania i dystrybucji

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

poprawność danych i zatwierdza wniosek, lub odrzuca podając przyczyny odrzucenia”²⁹⁷. Powinni oni przy umieszczaniu danych w BIP podawać dane personalne, swój status oraz datę stworzenia lub modyfikacji przekazu. Aktywność redaktora dokumentuj następnie dostępny dla każdego internauty tzw. dziennik zmian.

Urzednicy odpowiedzialni za prowadzenie Biuletynu Informacji Publicznej dokonują zmian w sieci teletechnicznej upowszechniając tam wszelkiego rodzaju treści, które zgodnie z wymogami prawa muszą być ujawnione. Osoby te wykonują jednak działania ściśle techniczne. Inaczej jest w przypadku osób odpowiedzialnych za zawartość upublicznianą przez jednostki samorządu terytorialnego w ramach działań public relations lub marketingu terytorialnego. W ich kontekście bardzo często można używać analogii do funkcjonowania podmiotu medialnego, który jednak nastawiony jest na realizację strategii komunikacyjnej poprzez dobór optymalnych narzędzi dla uzyskania obranego celu i utrzymania zaplanowanych rezultatów.

Dodać należy, że ze względu na oczekiwaną trwałość efektów komunikowania wyróżnić można strategie: informacyjne, aktywizujące, przekonujące, budujące lojalność, tworzące wizerunek²⁹⁸. Strategia przyjęta przez urząd miejski lub starostwo powiatowe odpowiadać więc ma założeniom kluczowym określonym w polityce informacyjnej bądź promocyjnej. Opisując organizację pracy tego typu „podmiotu medialnego” nie sposób jednak - poza funkcją „redaktora naczelnego” - sklasyfikować poszczególnych ról charakterystycznych dla redakcji, czyli „dziennikarza” oraz „redaktora”²⁹⁹. W modelu nadawcy treści samorządowych umieszczanych na portalach

²⁹⁷ *Podręcznik redaktora strony podmiotowej BIP*. Wersja 2.0 z dnia 15.02.2013 roku, s. 16. Oficjalna strona BIP pod adresem www.bip.gov.pl [dostęp 25 grudnia 2013 roku].

²⁹⁸ Michał Jaśniok, *Strategie marketingowe na rynku politycznym*, Kraków 2007, s. 120.

²⁹⁹ W myśl obowiązujących przepisów dziennikarzem jest osoba „zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”. Natomiast redaktor to „dziennikarz decydujący lub współdecydujący o publikacji materiałów prasowych”. Redaktorem naczelnym jest z kolei osoba „posiadająca uprawnienia do decydowania o całokształcie działalności redakcji”. Źródło: art. 7, ust. 2, poz. 5, 6 i 7 ustawy prawo prasowe z dnia 26 stycznia 1984 roku. Dz. U. z 1984 roku. Nr 5, poz. 24.

internetowych wzorowanym na klasycznej redakcji wspomnianym reaktorem naczelnym będzie bowiem prezydent miasta, starosta powiatowy bądź urzędnik posiadających formalnej kompetencje do decydowania o całokształcie polityki komunikacyjnej. W zależności od specyfiki struktury organizacyjnej urzędów miejskich i starostw powiatowych pracownikiem takim może być osoba pełniącą funkcję rzecznika prasowego albo naczelnika wydziału odpowiedzialnego za zarządzanie komunikacją.

Kwestia podejmowania decyzji „redakcyjnych” zależy w praktyce od uwarunkowań panujących w danej jednostce samorządu terytorialnego. W sferze Biuletynu Informacji Publicznej nazwisko pracownika widniejące w obowiązkowo publikowanej rubryce personalnej nie oznacza osoby, która wykonała obowiązki „dziennikarza” zbierającego i przetwarzającego dane, lecz jedynie edytora umieszczającego otrzymany materiał na stronie. Podobnie jest w omawianym obszarze informacyjno-promocyjnym, gdzie także trudno jednoznacznie stwierdzić który z pracowników urzędu wykonał pracę typową dla „dziennikarza”, a który dla „redaktora”. Od procedur wewnętrznych zależy też czy byli to urzędnicy z biura prasowego lub podobnego wydziału czy też pracownicy tzw. wydziałów merytorycznych (np. wydziału kultury w odniesieniu do organizacji koncertów, wspaniał czy festiwali, wydziału strategii w sprawach związanych z realizacją planów rozwoju miasta lub powiatu, wydziału zdrowia w zakresie zapewnienie dostępu do świadczeń medycznych itd.), którzy mogli przygotowywać całość materiałów informacyjnych. W takim wypadku pracownicy służb prasowych pełnili podobną rolę jak tzw. redaktorzy strony BIP.

Generalnie nadawców przekazów jednostek samorządu terytorialnego porównać można do samorządowych „agencji prasowych”, które są źródłem informacji i wiedzy o wydarzeniach, dostawcą produktów (np. zdjęcia filmowe lub fotografie), które przetworzone przez media masowe, trafiają do odbiorców. W przypadku mediów elektronicznych otrzymywane na bieżąco serwisy informacyjne

pozwalają im na produkcję własnych programów informacyjnych i publicystycznych³⁰⁰.

³⁰⁰ Bogusława Dobek-Ostrowska, *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wrocław 2004, s.103.

Rozdział III**FUNKCJE OFICJALNYCH STRON INTERNETOWYCH
W RELACJACH MIĘDZY WŁADZAMI SAMORZĄDOWYMI
A OTOCZENIEM SPOŁECZNYM**

W badanym okresie strony internetowe samorządu obok usprawniania obsługi interesantów (platformy informacyjne e-urzędów) i upowszechniania prawem wymaganych treści (system Biuletynu Informacji Publicznej) służyły również jako narzędzie nawiązywania i podtrzymywania relacji między władzą a społecznością lokalną. Od jakości tych relacji w dużym stopniu zależała formuła kształtowania społecznego wizerunku samorządu, co z kolei przekładało się na decyzje wyborcze mieszkańców. Dlatego wraz z upowszechnieniem się internetu radykalnie wzrosło znaczenie przedsięwzięć komunikacyjnych realizowanych w cyberprzestrzeni przez jednostki samorządu terytorialnego.

Po wprowadzeniu nowych zasad obejmowania funkcji w samorządach ustawą z dnia 20 czerwca 2002 roku o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta³⁰¹ możliwość sprawowania władzy w znacznej mierze zależała od wizerunku kandydata. Nieco inaczej było w sytuacji starostw powiatowych, gdzie z powodu wybierania starosty przez radnych większe znaczenie miało społeczne postrzeganie partii politycznych bądź innych podmiotów tworzących komitety wyborcze. W każdym z tych przypadków samorządowa strona internetowa umożliwiała jednak efektywne prowadzenie działań komunikacyjnych. Dlatego poniżej przeanalizowałam zawartość rubryk prezentujących prezydentów miast na prawach powiatu oraz członków zarządu starostw powiatowych.

³⁰¹ Dz. U. z 2002 roku, Nr 113, poz. 984.

TABELA 3. Dane na temat miast na prawach powiatu w województwie śląskim.

Lp	Miasto	Prezydent	Komitet Wyborczy	Powierzchnia w km kw.	Ludność
1	Bielsko-Biała	Jacek Krywult	własny	125	174 370
2	Bytom	Damian Bartyla	własny	69	174 724
3	Chorzów	Andrzej Kotala	PO	33	111 168
4	Częstochowa	Krzysztof Matyjaszczyk	SLD	160	234 472
5	Dąbrowa Górnicza	Zbigniew Podraza	SLD	189	124 701
6	Gliwice	Zygmunt Frankiewicz	własny	134	186 210
7	Jastrzębie Zdrój	Marian Janecki	Wspólnota Samorządowa Jastrzębia Zdroju	85	91 723
8	Jaworzno	Paweł Silbert	Jaworzno Moje Miasto	153	94 305
9	Katowice	Piotr Uszok	Forum Samorządowe i Piotr Uszok	165	307 233
10	Mysłowice	Edward Lasok	Mysłowickie Porozumienie Samorządowe	66	75 305
11	Piekary Śląskie	Stanisław Korfanty	własny	40	57 502
12	Ruda Śląska	Grażyna Dziedzic	Porozumienie dla Rudy Śląskiej	78	142 346
13	Rybnik	Adam Fudali	Adam Fudali Blok Samorządowy Rybnik	148	140 789
14	Siemianowice Śląskie	Jacek Guzy	Jacek Guzy i Forum Samorządowe	25	69 539
15	Sosnowiec	Kazimierz Górski	SLD	91	213 513
16	Świętochłowice	Dawid Kostempski	PO	13	52 372
17	Tychy	Andrzej Dziuba	własny	82	129 112
18	Zabrze	Małgorzata Mańka-Szulik	własny	80	179 452
19	Żory	Waldemar Socha	Żorskie	65	62 052

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

			Porozumienie i Waldemar Socha		
--	--	--	-------------------------------------	--	--

Tabela 3. Dane na temat prezydentów miast, komitetów wyborczych, powierzchni oraz zaludnienia miast na prawach powiatu. Stan na 31 grudnia 2012 roku. Opracowanie na podstawie: ROCZNIK DEMOGRAFICZNY 2013. DEMOGRAPHIC YEARBOOK OF POLAND 2013, Warszawa 2013, s. 53 i 54.

TABELA 4. Dane na temat starostw powiatowych w województwie śląskim.

Lp	Powiat	Starosta	Ludność	Powierzchnia w km kw.
1	będziński	Krzysztof Malczewski	151 650	364
2	bielski	Andrzej Płonka	159 241	459
3	bieruńsko- lędziński	Bernard Bednorz	58 204	158
4	cieszyński	Jerzy Nogowczyk	177 124	730
5	częstochowski	Andrzej Kwapisz	135 404	1521
6	gliwicki	Michał Nieszporek	115 299	664
7	kłobucki	Roman Minkina	85 735	889
8	lubliniecki	Joachim Smyła	77 347	822
9	mikołowski	Henryk Jaroszek	95 217	233
10	myszkowski	Wojciech Picheta	71 964	479
11	pszczyński	Paweł Sadza	108 657	471
12	raciborski	Adam Hajduk	109 929	544
13	rybnicki	Damian Mrowiec	76 597	224
14	tarnogórski	Lucyna Ekkert	138 770	644
15	wodzisławski	Tadeusz Skatuła	158 400	287
16	zawierciański	Rafał Krupa	122 325	1003

17	żywiecki	Andrzej Zieliński	153 119	1040
----	----------	-------------------	---------	------

Tabela 4. Dane na temat starostów, powierzchni oraz zaludnienia powiatów w województwie śląskim. Stan na 1 stycznia 2013 roku. Opracowanie na podstawie: Główny Urząd Statystyczny. Powierzchnia i ludność w przekroju terytorialnym w 2013 roku, Warszawa 2013, s. 24 i 25.

3.1. Formuła prezentowania postaci prezydentów miast na stronach internetowych urzędów miejskich

Wyeksponowanym obszarem cyberprzestrzeni na portalach administrowanych przez samorządy były prezentacje prezydenta, będącego w myśl przepisów o samorządzie terytorialnym organem gminy, a także osób wchodzących w skład kierownictwa władz lokalnych danego miasta. Zwykle przedstawiano więc prezydenta, wiceprezydentów, sekretarza miasta i skarbnika gminy. Niekiedy również pełnomocników oraz doradców prezydenta. Prezentacje zawierały m.in. informacje o nadzorowanych wydziałach i jednostkach³⁰², godziny urzędowania oraz przyjmowania

³⁰² Przykładem wyczerpującej, a zarazem ściśle merytorycznej informacji o kompetencjach prezydenta oraz zakresach jego odpowiedzialności jest prezentacja „Prezydent mgr inż. Andrzej Kotala” ze strony Urzędu Miasta w Chorzowie: „Kompetencje Prezydenta Miasta określa ustawa o samorządzie gminnym, samorządzie powiatowym i inne właściwe przepisy ustawowe, a także statut miasta Chorzów. W szczególności Prezydent Miasta reprezentuje Miasto na zewnątrz, działa jako organ wykonawczy Miasta, w tym m.in. zarządza gospodarką miejską, działa jako organ administracji publicznej oraz kieruje bieżącą pracą Urzędu Miasta Chorzów. W celu wykonania swoich zadań Prezydent Miasta wydaje decyzje w sprawach indywidualnych oraz zarządzenia jako akty prawne powszechnie obowiązujące na terenie Miasta. Jako organ wykonawczy: a) podejmuje decyzje o przygotowaniu projektu uchwały Rady Miasta oraz o przyjęciu projektu i skierowaniu go do Rady, b) podejmuje decyzje i wydaje zarządzenia w sprawie wykonania uchwał Rady Miasta, c) podejmuje decyzje i wydaje zarządzenia w zakresie gospodarowania mieniem komunalnym, d) podejmuje decyzje i wydaje zarządzenia w zakresie wykonywania budżetu. Jako organ samorządowej administracji publicznej Prezydent wydaje decyzje w indywidualnych sprawach z zakresu administracji publicznej. Jako pracodawca i kierownik Urzędu Miasta Prezydent: a) podejmuje decyzje w indywidualnych sprawach pracowników Urzędu, b) wydaje zarządzenia w sprawach z zakresu prawa pracy dotyczących pracowników Urzędu, c) wydaje zarządzenia w sprawach organizacji Urzędu Miasta, d) powołuje zespoły robocze w celu opracowania oraz komisje w celu zaopiniowania określonej sprawy, e) wydaje inne akty związane z działalnością Urzędu. Prezydent Miasta kieruje Urzędem przy pomocy branżowych Zastępców Prezydenta: a) Zastępcy ds. Technicznych, b) Zastępcy ds. Gospodarczych, c)

skarg i wniosków mieszkańców, a także mniej lub bardziej skondensowane dane personalne uzupełnione fotografią.

Zakres zadań prezydentów bywał też dostępny w formie odnośników typu: „Więcej o kompetencjach Prezydenta Miasta w: Statucie Miasta Gliwice i Regulaminie Organizacyjnym Urzędu Miejskiego”³⁰³. Natomiast godziny urzędowania³⁰⁴ podawano niekiedy z podziałem na kategorie odwiedzających, czego przykładem jest podział na „Przyjęcia mieszkańców w każdy czwartek w godz. 15.00-17.00 oraz Przyjęcia przedsiębiorców w każdy piątek w godz. 11.30-13.00”³⁰⁵ na stronie jaworznickiego magistratu. W przypadku umawiania spotkań o charakterze interwencyjnym podawano też obowiązujące w magistracie procedury typu: „interwencja u prezydenta możliwa jest po uprzednim spotkaniu z naczelnikiem wydziału, którego sprawa dotyczy oraz zastępcą prezydenta, któremu ten wydział podlega”³⁰⁶.

Niekiedy jak np. na stronie internetowej rybnickiego magistratu prezentacja postaci prezydenta była wieloetapowa, gdy pierwszemu skrótowemu opisowi opatrzonemu formularzem kontaktowym towarzyszył odnośnik typu: „więcej informacji o prezydencie”, gdzie można było znaleźć przekrojowe teksty podejmujące różnorodne sfery aktywności prezydenta³⁰⁷. Zazwyczaj podawano także numery

Zastępcy ds. Społecznych oraz Sekretarza Miasta”. Źródło: <http://www.chorzow.um.gov.pl> [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

³⁰³ Prezentacja: „Prezydent Miasta Gliwice – Zygmunt Frankiewicz”. Źródło: <https://gliwice.eu> [dostęp: 17 grudnia 2012 roku].

³⁰⁴ Na stronie internetowej Urzędu Miasta Siemianowice Śląskie godziny urzędowania i procedura doprowadzenia do wizyty u prezydenta były jedynymi obok danych teleadresowych i zdjęcia informacjami w rubryce poświęconej urzędującemu prezydentowi. Prezentacja: „Prezydent Miasta - mgr Jacek Guzy”. Źródło: <http://www.um.siemianowice.pl> [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

³⁰⁵ Prezentacja: „Prezydent Paweł Silbert”. Źródło: <http://www.um.jaworzno.pl> [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

³⁰⁶ Prezentacja: „Prezydent Miasta”. Źródło: <http://www.um.zabrze.pl> [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

³⁰⁷ Taką formę prezentacji zastosowano m.in. na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Rybniku. Źródło: <http://www.rybnik.pl> [dostęp 12 grudnia 2012 roku].

telefonów stacjonarnych do sekretariatu prezydenta, adres jego poczty elektronicznej oraz numer pokoju, w którym urzęduje. Obok precyzyjnie opracowanych opisów wykształcenia i doświadczenia zawodowego można było tam znaleźć doniesienia szczegółowo charakteryzujące konkretną osobę, a nawet jej zamiłowania czy pozazawodowe pasje typu: „od dzieciństwa związany ze sportem i bytomską Polonią, w której przeszedł wszystkie szczeble zawodniczej kariery od trampkarza do występów w drużynie seniorów na zapleczu ekstraklasy”³⁰⁸ jak w Bytomiu bądź podobnie jak w przypadku magistratu w Bielsku-Białej: „pod jego rządami "Apena" stała się jednym z najprężniej działających zakładów przemysłowych w Bielsku-Białej i jednym z przodujących przedsiębiorstw przemysłu elektromaszynowego w Polsce”³⁰⁹.

O sukcesach poprzedzających rozpoczęcie pracy samorządowej obrazowo donosili autorzy licznych prezentacji postaci prezydentów śląskich miast. Nie inaczej było w przypadku wirtualnej charakterystyki przedstawiającej prezydenta Sosnowca: „w 1994 roku wygrał konkurs na stanowisko Prezesa Spółdzielni Mieszkaniowej "Śródula", znajdującej się wówczas na skraju upadłości. Gdy po czterech latach opuszczał stanowisko prezesa, Spółdzielnia, mająca ok. 3 tys. mieszkań, nie tylko nie miała długów, ale posiadała znaczne lokaty w bankach. Przed podjęciem studiów był aktywnym działaczem Związku Harcerstwa Polskiego. Siedmiokrotnie brał udział w Akcji "Bieszczady", uzyskując tytuł "Zasłużony Bieszczadom". Karierę w ZHP zakończył w stopniu podharcemistrza”³¹⁰.

W rubrykach personalnych prezentujących kierownictwo krótko przedstawiano też deklarowaną linię polityczną urzędującego prezydenta oraz wyzwania, które zamierza podjąć, co dokumentuje przykład ze Świętochłowic: „jako prezydent stawia

³⁰⁸ Prezentacja: „Prezydent Bytomia - Damian Bartyła”. Źródło: <http://www.bytom.pl> [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

³⁰⁹ Prezentacja: „Jacek Krywult Prezydent Miasta Bielska-Białej”. Źródło: <http://www.um.bielsko.pl> [dostęp 14 grudnia 2012 roku].

³¹⁰ Prezentacja: „Kazimierz Górski. Prezydent Miasta Sosnowca”. Źródło: <http://www.sosnowiec.pl> [dostęp 15 grudnia 2012 roku].

na współpracę ponad podziałami. Wśród priorytetów obecnej kadencji wymienia m.in. poprawę infrastruktury kulturalnej i sportowej, pozyskiwanie środków zewnętrznych służących rozwojowi miasta, promocję terenów inwestycyjnych, rozwinięcie współpracy miasta z policją w celu poprawy bezpieczeństwa mieszkańców”³¹¹. Przynależność polityczna prezydenta akcentowana bywała również poprzez takie notki biograficzne jak na stronie magistratu w Częstochowie: „polityka jest obecna w jego życiu od wielu lat. Był przewodniczącym Rady Miejskiej Federacji Młodych Socjaldemokratów w Częstochowie, dziś sprawuje funkcje przewodniczącego Rady Miejskiej SLD w Częstochowie i wiceprzewodniczącego Rady Wojewódzkiej SLD w Katowicach”³¹².

Zdarzały się szczegółowe opisy dokonań urzędującego prezydenta w trakcie wcześniejszych kadencji oraz plany przewidziane do zrealizowania po zwycięstwie w wyborach samorządowych. Przykładem służyła strona Urzędu Miejskiego w Jastrzębiu Zdroju, gdzie o prezydencie miasta napisano m.in.: „Podczas drugiej kadencji kontynuował modernizację i rozbudowę sieci dróg publicznych, w tym doprowadził do rozpoczęcia budowy obwodnicy miasta - Drogi Głównej Południowej. Modernizował bazę sportową, przyczynił się do powstania galerii handlowych. W tej kadencji zakończył się także projekt "Gospodarka ściekowa na terenie gmin Jastrzębie-Zdrój, Mszana i Godów". W rozpoczynającej się kadencji 2010-2014 priorytetami będą: kontynuacja budowy Drogi Głównej Południowej, powstanie szerokopasmowego dostępu do Internetu i elektronicznego obiegu dokumentów między instytucjami miejskimi, dokończenie rewitalizacji Parku Zdrojowego wraz z adaptacją budynku "Łazienki III" na potrzeby Urzędu Stanu Cywilnego, modernizacja Ośrodka Wypoczynku Niedzielnego oraz obiektów szkolnych i bazy sportowej”³¹³.

³¹¹ Prezentacja: „Prezydent Miasta Dawid Kostempski”. Źródło: <http://www.swietochlowice.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³¹² Prezentacja: „Krzysztof Matyjaszyk”. Źródło: <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

³¹³ Prezentacja: „Prezydent Miasta. Marian Janecki”. Źródło: <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp: 12 grudnia 2012 roku].

Prezentacje odnosiły się ponadto do poziomu społecznego poparcia prezydenta uzyskanego w wyborach samorządowych: „w wyborach prezydenckich 5 grudnia 2010 roku Prezydentem Dąbrowy Górniczej został Zbigniew Podraza. Wybrany na drugą kadencję uzyskał 19 489 głosów, tj. 63,60 proc.”³¹⁴. Upowszechniano informacje o uzyskanych przez prezydenta tytułach czy uprawnieniach jak np. w serwisie internetowym magistratu w Piekarach Śląskich: „posiada państwowe licencje: zarządcy nieruchomości i członka rad nadzorczych spółek Skarbu Państwa”³¹⁵. Akcentowano oczywiście silny związek prezydenta z konkretnym miastem, nawet jeśli nie było ono miejscem jego urodzenia, co przedstawia rozwiązanie z Jaworzna: „dzieciństwo i wczesną młodość spędził na Dolnym Śląsku, ale u progu dorosłości podjął świadomą decyzję o tym, by wraz z małżonką rozpocząć wspólne życie w Jaworznie”³¹⁶. Zwracano nierzadko uwagę na działalność prezydenta wykraczającą poza ramy samorządu miejskiego i mającą znaczenie regionalne lub ogólnokrajowe jak np. w serwisie Urzędu Miejskiego w Katowicach: „w latach 1999 - 2006, oprócz funkcji Prezydenta Miasta Katowice był kolejno prezesem Związku Miast Polskich oraz prezesem zarządu Unii Metropolii Polskich, a do kwietnia 2011 r. współprzewodniczył Komisji Wspólnej Rządu i Samorządu Terytorialnego. Do roku 2011 Piotr Uszok był Przewodniczącym Zarządu Górnośląskiego Związku Metropolitalnego”³¹⁷. W podobnym tonie jak informacja na stronie samorządowej dotycząca prezydenta Katowic utrzymana jest prezentacja prezydenta Rybnika: „jego skuteczne działania nie kończą się jednak na sprawach samego Rybnika. Jest twórcą

³¹⁴ Prezentacja: „Prezydent miasta”. Źródło: <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 13 grudnia 2012 roku]. Autorzy wpisu dotyczącego wyniku wyborczego Zbigniewa Podrazy, prezydenta Dąbrowy Górniczej nie sprecyzowali jednak, że tak wysokie poparcie społeczne uzyskał on w drugiej turze wyborów.

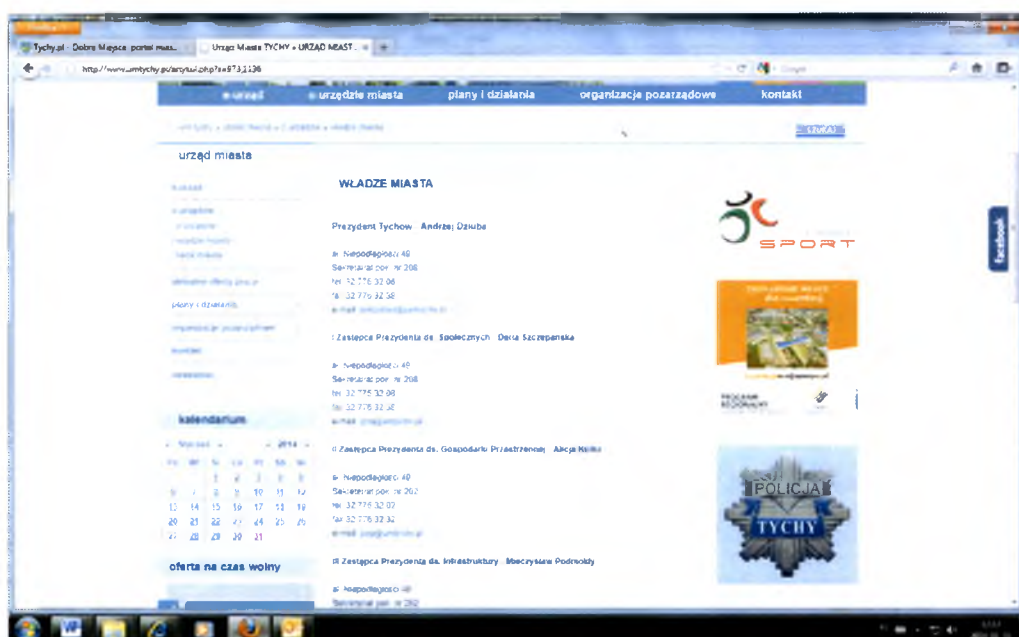
³¹⁵ Prezentacja: „Prezydent Miasta Piekary Śląskie. Stanisław Korfanty”. Źródło: <http://piekary.pl> [dostęp 15 grudnia 2012 roku].

³¹⁶ Prezentacja: „Prezydent Paweł Silbert”. Źródło: <http://www.um.jaworzno.pl> [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

³¹⁷ Prezentacja: „Prezydent Miasta Katowice. Piotr Uszok”. Źródło: <http://bip.um.katowice.pl> [dostęp: 14 grudnia 2012 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Związku Gmin i Powiatów Subregionu Zachodniego Województwa Śląskiego z siedzibą w Rybniku i był pierwszym jego przewodniczącym. Jako wiceprzewodniczący Zarządu Śląskiego Związku Gmin i Powiatów oraz stały członek Komitetów Sterujących powołanych przez Marszałka Województwa Śląskiego aktywnie działa na rzecz rozwoju regionu. Jest również współtwórcą „Strategii Zintegrowanego Rozwoju Miasta Rybnika” oraz „Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego na lata 2000-2015” oraz tworzonej obecnie. Współuczestniczył ponadto w tworzeniu Izby Przemysłowo-Handlowej Rybnickiego Okręgu Przemysłowego”³¹⁸.



Reprodukcja 39. Przykład prezentacji postaci prezydenta Tych.

Uzupełnieniem prezentacji prezydentów śląskich miast bywały też wątki tematyczne o charakterze hobbystycznym typu: „wolny czas stara się spędzać aktywnie. Lubi wycieczki rowerowe i piesze, wypadki na narty, tenis stołowy i pływanie. Przyjemność sprawia mu również fotografowanie przyrody oraz gra na

³¹⁸ Prezentacja: „Adam Fudali - Prezydent Miasta”. Źródło: <http://www.rybnik.pl> [dostęp 12 grudnia 2012 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

gitarze”³¹⁹. Pod względem obszerności wpisów niekiedy autorzy ignorowali specyfikę internetu, gdzie komunikaty informacyjne zwykle powinna jednak cechować zwięzłość ułatwiająca internautom percepcję publikowanych treści.

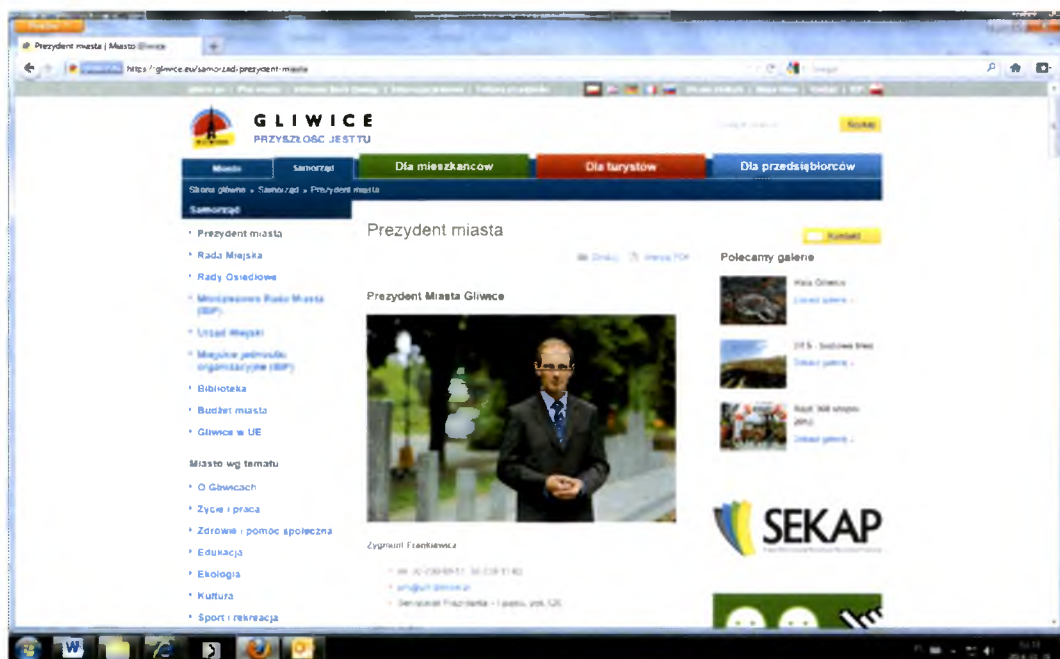
Swoistą rekordzistką w długości treści zamieszczonych w rubryce „prezydent miasta” była autoprezentacja prezydent Rudy Śląskiej licząca ponad 8300 znaków, gdzie godzinom przyjęć interesantów, kompetencjom i zasadom sprawowania nadzoru towarzyszyło sprawozdanie z wykonanych zadań i osiągniętych sukcesów³²⁰. Obszerna autoprezentacja obejmowała też odczucia pani prezydent dotyczące różnych aspektów funkcjonowania samorządu: „pierwszy rok mojej pracy jako prezydenta miasta upłynął pod znakiem starań o poprawę sytuacji finansowej Rudy Śląskiej. Miasto zastałam nie tylko z dużym zadłużeniem, ale również z niezapłaconymi w terminie fakturami”. W dalszej części wywodów pani prezydent internauci mogli przeczytać, że „okazało się również, że w budżecie nie ma pieniędzy na wypłaty dla nauczycieli oraz pracowników innych miejskich instytucji. Dlatego rok rozpoczęliśmy od radykalnych oszczędności i szukania dodatkowych przychodów. Wprowadziliśmy radykalne cięcia w Urzędzie Miasta, kontrolę zarządczą, zmieniliśmy regulamin organizacyjny. Z urzędu odeszło ponad 150 osób”. Osoby, które korzystały ze strony internetowej magistratu w Rudzie Śląskiej w następnych fragmentach prezentacji prezydent miasta dowiadywały się o wielu innych działaniach racjonalizujących koszty. I tak „wydatki miasta w pierwszym półroczu były niższe aż o 30 mln zł w

³¹⁹ Prezentacja: „Prezydent Miasta Katowice. Piotr Uszok”. Źródło: <http://bip.um.katowice.pl> [dostęp: 14 grudnia 2012 roku].

³²⁰ Prezentacja prezydent Rudy Śląskiej zawierała ponadto odniesienia m.in. do aktywności proinwestycyjnej oraz dyscypliny budżetowej: „żeby inwestorów zainteresować naszym miastem musimy zrealizować w mieście wiele inwestycji, zwłaszcza drogowych. W budżecie miasta na 2012 rok zarezerwowaliśmy na ten cel ponad 67 mln złotych. Te inwestycje poprawią jakość życia. Będziemy prowadzić termomodernizację miejskich placówek, zmniejszając w ten sposób koszty ich utrzymania. Konsolidujemy zamówienia energii, by lepiej wykorzystać zapisane w budżecie pieniądze, pieniądze wszystkich mieszkańców. Stąd szczególna staranność przy planowaniu wydatków i otwarcie na nowe technologie i nowe inwestycje. Realizujemy trudny, choć stabilny budżet. Mam nadzieję, że 2012 rok będzie okazją do podzielenia się nowymi sukcesami Rudy Śląskiej i jej mieszkańców”. Prezentacja: „Prezydent Miasta Ruda Śląska Grażyna Dziedzic”. Źródło: <http://www.rudaslaska.bip.info.pl> [dostęp: 18 grudnia 2012 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

porównaniu z tym samym okresem 2010 roku. To dodało nam sił w pokonywaniu trudności”. Kolejnym elementem autoprezentacji było wymienienie rezultatów osiągniętych dzięki tym wszystkim działaniom. Internauta uzyskiwał wiedzę, że „efekty programu oszczędnościowego widoczne były już po pierwszym kwartale 2011 roku. Udało się nam obniżyć kwotę niezapłaconych faktur za usługi i dostawy materiałów z 56 do 35 mln złotych. Zapewniliśmy pieniądze dla nauczycieli. Ale to nie wszystko. Po raz pierwszy od wielu lat powstrzymaliśmy wzrost zadłużenia miasta. To jest sukces nas wszystkich. Dziś naszym śladem idą inni. Ten sukces był możliwy m.in. dzięki większym niż planowaliśmy dochodom. Pierwsze półrocze zamknęliśmy wynikiem lepszym o 26 mln zł niż w roku 2010”.



Reprodukcja 40. Przykład prezentacji postaci prezydenta Gliwic.

Działalność na rzecz osiągnięcia stabilizacji w zakresie sfery ekonomii nie wyczerpywała zawartości prezentacji prezydent miasta. Kolejne zdania przyniosły informacje, że „oprócz ratowania finansów miasta udało się nam zapewnić dostawy ciepła dla największej dzielnicy miasta - Halemby. Z sukcesem zakończyliśmy również „bój” o Szpital Miejski. Groziło mu ogłoszenie upadłości, co praktycznie

więzałoby się z zamknięciem jedyne go szpitala w mieście. Ratunkiem było dokapitalizowanie spółki. Dziś placówka ta, m.in. dzięki wdrożonemu przez nowy zarząd, programowi naprawczemu, ma stabilną sytuację. Pomimo widocznych pierwszych efektów cały czas szukamy kolejnych rozwiązań, które pozwolą nam zarówno wywiązać się z zaciągniętych zobowiązań, jak i efektywnie realizować zadania publiczne”. W opisowej formule prezentacji personalnej nie mogło chyba zabraknąć wymienienia celów, które pani prezydent zamierza osiągnąć.

Użytkownik strony magistratu w Rudzie Śląskiej mógł więc przeczytać: „chcemy kontynuować zrównoważony rozwój miasta w dalszym horyzoncie czasowym, dlatego np. wracamy do „Strategii wewnętrznego i zintegrowanego rozwoju miasta Ruda Śląska do 2015 roku”. Strategia ta przyjęta w 1997 roku była aktualizowana tylko do roku 2002. Prowadzimy rozmowy z inwestorami. Chcemy stworzyć w Rudzie Śląskiej wiele nowych miejsc pracy. Być może już wkrótce będę mogła dobre informacje przekazać mieszkańcom”. Opisany przykład ze względu na obszerność i szczegółowe ujęcie poruszonych zagadnień stanowił wyjątek w grupie analizowanych prezentacji.

Na drugim biegunie znalazła się zwięzła, ponieważ licząca zaledwie 139 znaków prezentacja prezydenta Tychów, której pozbawiona zdjęć zawartość w całości przedstawiała się następująco: „Prezydent Tychów - Andrzej Dziuba, al. Niepodległości 49. Sekretariat pok. nr 208, tel. 32 776 32 08, fax 32 776 32 38, e-mail: prezydent@umtychy.pl”³²¹.

Ciekawym, choć trudnym do zrozumienia w czasie nasilenia procesu konwergencji jest fakt, że do końca 2012 roku żadna z prezentacji prezydenta miasta w województwie śląskim na oficjalnej stronie magistratu nie była zobrazowana materiałem multimedialnym.

³²¹ Prezentacja: „Prezydent Tychów - Andrzej Dziuba”. Źródło: <http://www.umtychy.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

3.2. Formuła prezentowania postaci starostów na stronach internetowych starostw powiatowych

Autorzy stron internetowych powiatów ziemskich województwa śląskiego generalnie zastosowali wyjątkowo oszczędną formę przedstawienia osób kierujących starostwem. Informacje te można określić wręcz jako ubogie w porównaniu do serwisów internetowych powiatów grodzkich, gdzie prezydenci najczęściej byli zaprezentowani dość szczegółowo, a czasami w sposób nadmiernie rozbudowany, biorąc pod uwagę informacje przekazywane w cyberprzestrzeni, które cechują się zwykle kondensacją treści. Szczupłość upowszechnianych wiadomości o starostach oddają takie rubryki personalne jak m.in. na stronie powiatu myszkowskiego, gdzie prezentacja starosty ograniczyła się do opublikowania następujących danych: „Picheta Wojciech Starosta Myszkowski - Przewodniczący Zarządu” i to bez jakiegokolwiek ilustracji fotograficznej³²² czy też na stronie powiatu żywieckiego: „Andrzej Zieliński. Starosta”³²³. Zbliżone rozwiązanie zastosowano na stronie powiatu kłobuckiego, gdzie jedyną informacją o staroście w zakładce „Zarząd Powiatu” były pozbawione fotografii portretowej dane: „Roman Minkina – Starosta” wraz z dniem kiedy przyjmuje skargi i wnioski mieszkańców³²⁴ lub na stronie powiatu zawierciańskiego, gdzie nazwisko starosty figurowało jedynie w składzie zarządu³²⁵.

Podobną formę miało przedstawienie internautom postaci starosty na stronie powiatu bielskiego, gdzie prezentacja ograniczyła się do zdjęcia z podpisem: „Andrzej Płonka, nr pokoju: 124”³²⁶, a także na stronie powiatu częstochowskiego: „Andrzej

³²² Prezentacja: „Zarząd Powiatu”. Źródło: <http://www.powiatmyszkowski.bip.net.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³²³ Prezentacja „Skład Zarządu Powiatu”. Źródło: <http://www.starostwo.zywiec.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³²⁴ Prezentacja: „Zarząd Powiatu”. Źródło: <http://www.klobuck.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³²⁵ Prezentacja: „Zarząd Powiatu kadencja nr IV (2010 - 2014)”. Źródło: <http://www.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³²⁶ Prezentacja: „Starosta bielski”. Źródło: <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 19 grudnia 2012 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Kwapisz, pokój 117, tel. 34 32 29 101, e-mail starosta@czestochowa.powiat.pl³²⁷ lub na stronie powiatu pszczyńskiego: „Sadza Paweł - Starosta, Przewodniczący Zarządu Powiatu”³²⁸. Zwięzłość ograniczoną do podania imienia i nazwiska, numeru telefonu oraz adresu poczty elektronicznej cechowa też przedstawienie starosty w powiecie raciborskim³²⁹. Prezentacja powiatu będzińskiego była nieco dłuższa, ponieważ umieszczono tam następujący formularz: „Imię i nazwisko: Krzysztof Malczewski. Stopień/tytuł naukowy: magister. Wykształcenie: wyższe - Uniwersytet Śląski w Katowicach Wydział Prawa i Administracji. Rok urodzenia: 1957 r. Miejsce zamieszkania: Czeladź”³³⁰. Z kolei w powiecie bieruńsko-lędzińskim oraz cieszyńskim prezentację starosty uzupełniono o dane teleadresowe i termin przyjmowania interesantów. W powiecie mikołowskim zbliżoną zawartość wzbogacono o opis procedury systematycznego kontaktu starosty z mieszkańcami: „przyjmowanie stron w pierwsze poniedziałki miesiąca po wcześniejszym telefonicznym uzgodnieniu terminu z Sekretariatem Starosty”³³¹.

Starostwo lublinieckie umożliwiała internautom - poza udostępnieniem zwięzłego spisu danych personalnych i teleadresowych - zapoznanie się ze zdjęciem, które uruchomiło się jako osobny odnośnik przedstawiający powiększoną fotografię z podpisem: „Smyła Joachim (Przewodniczący Zarządu Powiatu)”³³². Grupowe zdjęcie osób tworzących zarząd powiatu ilustrowało natomiast podstronę zawierającą dane

³²⁷ Prezentacja „Starosta częstochowski”. Źródło: <http://www.czystochowa.powiat.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³²⁸ Prezentacja: „Zarząd Powiatu”. Źródło: <http://www.powiat.pszczyna.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³²⁹ Prezentacja: Starosta Raciborski”. Źródło: <http://www.powiatraciborski.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³³⁰ Prezentacja: „Starosta Będziński”. Źródło: <http://www.starostwo.bedzin.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³³¹ Prezentacja: „Henryk Jaroszek - Starosta Mikołowski”. Źródło: <http://www.bip.mikolowski.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³³² Prezentacja: „Zarząd Powiatu”. Źródło: <http://www.lubliniec.starostwo.gov.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

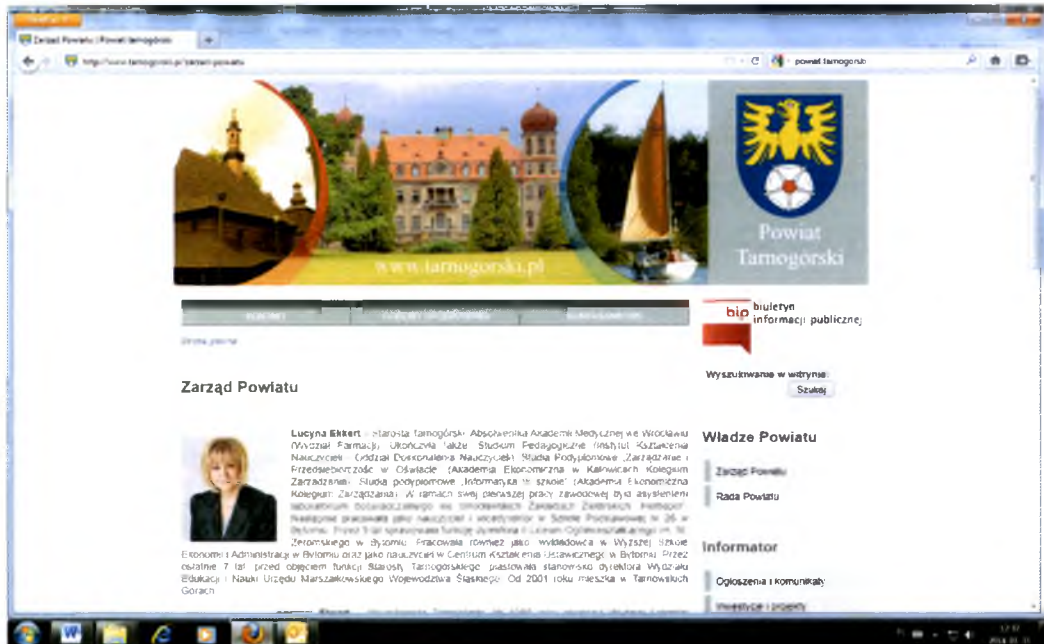
teleadresowe w powiecie wodzisławskim³³³. Dane starosty nie zostały wyeksponowane w formie jednoznacznego odnośnika na stronie powiatu gliwickiego. Tam bowiem skrótove informacje: „Starosta Michał Nieszporek. tel. 32 332 66 99. sekretariat@starostwo.gliwice.pl” dostępne były dopiero po skorzystaniu z zakładki „Starostwo Powiatowe”, a następnie wejściu na podstronę „Dane teleadresowe”³³⁴. Dwoma wyjątkami od powszechnej na stronach internetowych powiatów ziemskich w województwie śląskim praktyki skromnego informowania o starostach były serwisy informacyjne powiatów rybnickiego i tarnogórskiego. W tym ostatnim przypadku w rubryce „Władze Powiatu” można było przeczytać liczącą ponad 1100 znaków notkę biograficzną Lucyny Ekkert zawierającą dane o wykształceniu kierunkowym oraz kursach podnoszących poziom kwalifikacji i specjalistycznej wiedzy, szczegółowym przebiegu kariery zawodowej, a także takie wiadomości jak np., że „przez ostatnie 7 lat, przed objęciem funkcji Starosty Tarnogórskiego, piastowała stanowisko dyrektora Wydziału Edukacji i Nauki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. Od 2001 roku mieszka w Tarnowskich Górach”³³⁵. Najobszerniejszą prezentację starosty liczącą przeszło 2500 znaków, ilustrowaną dziewięcioma fotografiami i zawierającą dane kontaktowe, opublikowano na stronie administrowanej przez Starostwo Powiatowe w Rybniku. Obok wiadomości na temat wykształcenia starosty, stanu cywilnego, miejsca zamieszkania oraz aktywności samorządowej scharakteryzowano tam jego przynależność partyjną oraz zainteresowania prywatne: „Starostą Powiatu Rybnickiego jest od 1998 roku. W Platformie Obywatelskiej, której jest członkiem, pełni funkcję wiceprzewodniczącego partii na Śląsku. Jest także członkiem Zarządu Związku Subregionu Zachodniego w Rybniku. W wolnych chwilach spaceruje,

³³³ Prezentacja: „Zarząd Powiatu”. Źródło: <http://www.powiatwodzislawski.pl/> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³³⁴ Prezentacja: „Dane Teleadresowe Powiat Gliwicki”. Źródło: <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 18 grudnia 2012 roku].

³³⁵ Prezentacja: „Zarząd Powiatu”. Źródło: <http://www.powiat.tarnogorski.pl> [dostęp 20 grudnia 2012 roku].

fotografuje przyrodę, czyta książki oraz słucha muzyki – głównie rockowej i metalowej ale także operowej”³³⁶.



Reprodukcja 41. Przykład przedstawienia pani starosty w Tarnowskich Górach.

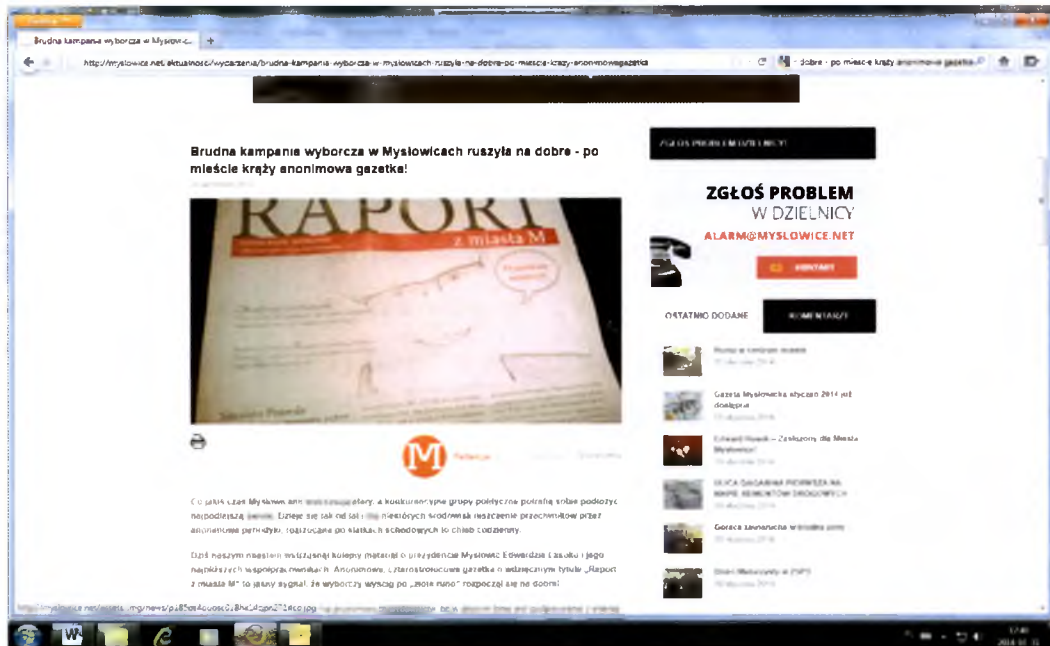
3.3. Wykorzystanie stron samorządowych dla prowadzenia debaty politycznej

Strony samorządowe stosunkowo rzadko były wykorzystywane jako bezpośrednie forum debaty politycznej. Działo się tak z przyczyn oczywistych, ponieważ wynikających z faktu, że dysponentem witryny były aktualnie urzędujące władze. Dlatego na oficjalnych stronach internetowych samorządów w praktyce możliwa była wyłącznie prezentacja opinii jednej ze stron takiej debaty. Wówczas w formie mniej lub bardziej stylizowanej na informacje podawane przez media kierujące się zasadami obiektywizmu, prowadzono działania z zakresu komunikacji perswazyjnej mające promować wizerunek urzędujących władz. Trudno zresztą

³³⁶ Prezentacja „Damian Mrowiec – Starosta”. Źródło: <http://www.starostwo.rybnik.pl> [dostęp 20 grudnia 2012 roku].

wyobrazić sobie, aby witryny internetowe jednostek samorządu terytorialnego realizowały linię programową sprzeczną z oficjalną polityką informacyjną władz lokalnych. Przykładem wspomnianych działań komunikacyjnych jest tekst opublikowany na stronie Urzędu Miejskiego w Mysłowicach w rubryce „Aktualności” zatytułowany „Oświadczenie Prezydenta Miasta”.

Internauta mógł w nim przeczytać, że „przyszło nam ponownie cofnąć się do czasów, kiedy to w Mysłowicach najważniejszą formą komunikacji były anonimowe broszury „informacyjne” pomawiające co rusz nowe twarze o kolejne, wyciągnięte z rękawa przestępstwa i zaniechania. To wówczas, tuż po objęciu przeze mnie urzędu prezydenta, każdy z opozycyjnych polityków z pełną pogardą wypowiadał się na temat tego rodzaju działań i zapewniał mnie, że podczas mojej prezydentury takie praktyki nie będą stosowane. Muszę przyznać, że dałem wiarę tym deklaracjom wierząc, że nieczysta i bardzo krzywdząca gra nie powinna towarzyszyć nikomu, a także pracownikom samorządowym. Nie minęły jeszcze trzy lata mojej prezydentury, by nawet Ci przedstawiciele naszego społeczeństwa kreujący się na najbardziej prawych, zmienili zdanie na ten temat. Za pomocą niniejszego oświadczenia chciałbym przede wszystkim przekazać, że autor wątpliwej publikacji jest mi znany, jednak nie pokuszę się o szczegółową jego charakterystykę, gdyż gardzę taką formą komunikacji”. Oświadczenie nie precyzowało jakich konkretnie opozycyjnych polityków prezydent miał na myśli, ani – co może wydawać się pragmatycznym posunięciem z punktu widzenia nadawcy tego komunikatu – nie ujawniające o jako broszury informacyjne chodzi w oświadczeniu prezydenta. Oczywiście przemilczanie takich danych w dobie powszechnego dostępu do serwisów zawierających wiadomości przygotowane przez redakcje lub tzw. dziennikarzy obywatelskich działających w oparciu o zasady pluralizmu informacyjnego nie mogło być na dłuższą metę skuteczne.



Reprodukcja 42. Wydawnictwo krytykowane przez prezydenta Mysłowic dostępne na stronie www.myslowice.net.

Okazało się, że ostra reakcja prezydenta miasta z wykorzystaniem strony internetowej samorządu Mysłowic dotyczyła czterokolumnowego druku ulotnego kolportowanego w mieście. Nosił on tytuł „Raport z miasta M. Obiektywna ocena stanu miasta” i sygnowany był określeniem: „Wspólnota Mysłowic”. Jak informowały lokalne portale internetowe (np. w tekście „Brudna kampania wyborcza w Mysłowicach ruszyła na dobre - po mieście krąży anonimowa gazetka!”³³⁷) sprawa miała charakter działań z zakresu tzw. czarnego public relations mającego na celu pogorszenie wizerunku urzędującego prezydenta miasta oraz jego najbliższych współpracowników.

³³⁷ Tekst z 26 września 2013 roku na portalu współpracującym z lokalną gazetą „Co tydzień” informował, że „co jakiś czas Mysłowicami wstrząsają afery, a konkurencyjne grupy polityczne potrafią sobie podłożyć najpodlejszą świnię. Dzieje się tak od lat i dla niektórych środowisk niszczenie przeciwników przez anonimowe periodyki, rozrzucone po klatkach schodowych to chleb codzienny. Dziś naszym miastem wstrząsnął kolejny materiał o prezydencie Mysłowic Edwardzie Lasoku i jego najbliższych współpracownikach. Źródło: Przyjazny Portal Mieszkańców Mysłowic pod adresem <http://myslowice.net> [dostęp 30 września 2013 roku].

Ciekawym przykładem dość jednostronnej „debaty publicznej” prowadzonej przez władze Jaworzna była rubryka „Sprostowania i wyjaśnienia”, gdzie w formie reaktywnej publikowano materiały polemiczne względem wiadomości podawanych przez media komercyjne. Obok prostowania informacji – zdaniem magistrackich decydentów – nieściślych lub nieprawdziwych udzielano tam napomnień typu: „W nawiązaniu do materiału prasowego pt. „Wyborcza trampolina”, który ukazał się w ostatnim numerze „Co Tydzień” z przykrością stwierdzam, że po raz kolejny używa Pan w swoich artykułach nieprawdziwych i niesprawdzonych informacji. Niestety zapomniał Pan, że rolą redaktora naczelnego jest zadbanie o rzetelne ukazanie faktów i ponownie publikuje Pan wprowadzające w błąd stwierdzenia”³³⁸ czy też pouczeń w rodzaju: „gdyby przed publikacją ww. materiału dochował Pan podstawowych zasad pracy dziennikarza i postarał się o wyjaśnienia ze strony miasta, wiedziałby Pan, że informacja jest nieaktualna i nie mająca pokrycia w faktach. Być może zamiast szukania przyczynku do złośliwych komentarzy warto następnym razem poprosić o wyjaśnienia przedstawicieli Urzędu Miejskiego”³³⁹.

Podobny charakter miała rubryka „Sprostowania i odpowiedzi prasie” na stronie magistratu w Częstochowie. Autorzy zapewniali co prawda, że doceniają „rolę mediów w informowaniu o działaniach i decyzjach władz samorządowych oraz pracy Urzędu Miasta Częstochowy”, ale jak to ujęli: „w trosce o to, aby - zwłaszcza w kwestiach problematycznych - opinia publiczna mogła otrzymać pełną informację w sprawie będącej przedmiotem medialnego opisu, relacji lub komentarza - w niniejszym dziale pojawiać się będą - w przypadkach wymagających reakcji - sprostowania i odpowiedzi dotyczące tekstów i materiałów medialnych”³⁴⁰. W dziale

³³⁸ Sprostowanie do tekstu „Wyborcza trampolina” z 8 maja 2013 roku. Źródło: serwis internetowy magistratu w Jaworznie pod adresem <http://www.jaworzno.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³³⁹ Sprostowanie do tekstu „Potrzeba alternatywna gmina” z 20 sierpnia 2013 roku. Źródło: serwis internetowy magistratu w Jaworznie pod adresem <http://www.jaworzno.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁴⁰ Informacja wprowadzająca do działu „Sprostowania i odpowiedzi prasie” umieszczonego na stronie głównej oficjalnego serwisu internetowego Urzędu Miasta w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

publikowano zeskanowane materiały prasowe z odnoszącymi się do nich tekstami rzecznika prasowego. Służby public relations upubliczniały swoje sprostowania i polemiki wysyłane do redaktorów naczelnych. Wśród kilkunastu odpowiedzi znalazł się m.in. głos ad vocem skierowany do redaktora naczelnego gazety „Polska. Dziennik Zachodni” w reakcji na tytuł artykułu prasowego („To jakieś fatum. Inwestorzy po kolei uciekają z Częstochowy”), w którym rzecznik prasowy szczegółowo wyjaśnia dlaczego „nie jest prawdą, co sugeruje tytułu tekstu z Dziennika Zachodniego, jakoby inwestorzy po kolei uciekali z Częstochowy, a nad miastem zawisło jakieś fatum”³⁴¹.

3.4. Dostęp do prasy samorządowej, mediów zewnętrznych oraz materiałów multimedialnych za pośrednictwem stron starostw powiatowych

Witryny internetowe powiatów stanowiły naturalną sferę do prezentowania elektronicznych wydań periodyków samorządowych edytowanych przez starostwa i kolportowanych na terenie gmin wchodzących w skład powiatu jako grzbiet główny lub dodatek do tytułów prasy komercyjnej. Z przeprowadzonej na potrzeby niniejszej rozprawy analizy wynika, że w dość umiarkowanym nasileniu – w porównaniu do portali powiatów grodzkich – upowszechniano także materiały filmowe oraz multimedialne odnoszące się do spraw lokalnych, a skierowane generalnie do internautów będących mieszkańcami, turystami lub inwestorami. Niekiedy na stronach powiatów ziemskich znajdowały się także odsyłacze do mediów komercyjnych lub portali umożliwiających bezpośredni dostęp do takich zasobów.

³⁴¹ Pismo o objętości ponad 2400 znaków odnosi się do tytułu tekstu opublikowanego 7 sierpnia 2012 roku na łamach „Polska. Dziennik Zachodni”. Rzecznik prasowy na zakończenie wyraża wiarę, że gazecie „zależy na budowaniu sprzyjającego klimatu gospodarczego i powodzeniu samorządów w staraniach o zewnętrznych inwestorów. Dlatego niezrozumiałe jest dla nas formułowanie redaktorskich tez o ucieczce inwestorów, które – po pierwsze – mijają się z prawdą, a po drugie - tym celom, a tym samym interesom lokalnej społeczności - nie służą”. Źródło: pismo do redakcji z 8 sierpnia 2012 roku opublikowane w dziale „Sprostowania i odpowiedzi prasie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 5 listopada 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Na stronie Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej³⁴² umieszczono odniesienie do Portalu Jednostek Samorządu Terytorialnego prowadzonego przez Związek Powiatów Polskich, skąd internauta mógł skorzystać z zasobów warszawskiego „Magazynu Gospodarczego Fakty” mającego charakter periodyku reklamowego³⁴³ czy internetowego wydania „Dziennika Gazeta Prawna”³⁴⁴. Internauci odwiedzający stronę powiatu będzińskiego mogli zapoznać się z serwisem multimedialnym telewizji nazwanej „Kanał 99”, która zapewniała odbiorców, że „specjalnie dla Was przygotowujemy materiały filmowe dotyczące naszego regionu. Dzięki podzieleniu tematów na dziedziny dajemy możliwość śledzenia najciekawszych informacji, wydarzeń kulturalnych oraz sportowych”³⁴⁵. Strona powiatu wodzisławskiego zawierała natomiast w dziale „Warto odwiedzić” odsyłacze do Radia 90 z Rybnika reklamującego się jako radio, które „wspiera lokalne wydarzenia kulturalne i sportowe. Zapraszamy Was, byście bawili się z nami na koncertach, festynach, przedstawieniach, przeglądach, festiwalach, konkursach, zawodach, turniejach”³⁴⁶. Za pośrednictwem serwisu internetowego starostwa internauci mogli też dotrzeć na stronę telewizji TVT. Redakcja pisała o sobie m.in.: „jesteśmy pierwszą w historii okręgu rybnickiego koncesjonowaną Telewizją nadającą swój program w formie rozsiewczej. Nasz program odbierają telewidzowie posiadający zwykłe domowe anteny, anteny zbiorcze (tzw. Azart). Dostępni jesteśmy

³⁴² Baner taki umieszczono na stronie Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 13 czerwca 2012 roku].

³⁴³ Internetowe wydanie „Magazynu Gospodarczego Fakty” umieszczone jest pod adresem <http://www.magazynfakty.pl> [dostęp 12 czerwca 2013].

³⁴⁴ Serwis internetowy „Dziennika Gazeta Prawna” pod adresem <http://www.gazetaprawna.pl> [dostęp 13 czerwca 2013 roku].

³⁴⁵ Autopromocja stacji „Kanał 99”, czyli lokalnej telewizji która nadaje od 1 kwietnia 2011 roku. Program stacji dostępny w internecie oraz na platformie telewizji kablowej NGTV adresowany jest do mieszkańców Będzina, Sosnowca, Dąbrowy Górniczej, Czeladzi, Wojkowic. Źródło: informacje ze strony „kanał 99” pod adresem www.kanal99.pl [dostęp 14 października 2013 roku].

³⁴⁶ Przykład autopromocji Radia 90 ze strony pod adresem <http://www.radio90.pl>, na który przekierowuje w dziale „Warto odwiedzić” oficjalna strona Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu Śląskim pod adresem <http://www.wodzislaw.upow.gov.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

również w sieciach kablowych (...). Program Telewizji TVT poświęcony jest wyłącznie tematyce regionalnej. Interesuje nas wszystko co dotyczy mieszkańców okręgu rybnickiego”³⁴⁷. Strona powiatu bieruńsko-lędzińskiego zapewniała dostęp do kanału w serwisie „YouTube” zawierającego multimedialne „materiały zrealizowane przez członków Klubu Filmowców www.kf.bierun.pl głównie na terenie Powiatu Bieruńsko-Lędzińskiego”³⁴⁸. Ze strony „Wrota powiatu częstochowskiego” możliwe było pobieranie bezpłatnego biuletynu informacyjnego Starostwa Powiatowego. Internautom wyjaśniano, że „w zakładce „pliki do ściągnięcia” znajdują się numery „Częstochowskich Wieści Powiatowych” w formacie PDF. Zapraszamy do pobierania”³⁴⁹. Internauci wykorzystujący umieszczony na stronie formularz „skomentuj artykuł” mogli natomiast publikować tam swoje komentarze. Znajdowały się tam wpisy typu: „Mogę łaskawie prosić o wstawienie wydania nr 53 w formie elektronicznej ponieważ nie zostało dostarczone to wydanie gazety w ogóle do mojej miejscowości!!!”³⁵⁰.

Starostwo Powiatu Gliwickiego udostępniało miesięcznik samorządowy „Wiadomości Powiatu Gliwickiego” w formie plików PDF do pobrania w dziale „Informacje prasowe” na stronie powiatu³⁵¹. Nad działem „aktualności” w centrum strony internetowej powiatu kłobuckiego dostępny był do lektury lub pobrania bezpłatny biuletyn informacyjny „Wieści Powiatu Kłobuckiego” ukazujący się jako

³⁴⁷ Przykład autopromocji telewizji TVT ze strony pod adresem <http://www.telewizjatvt.pl> na który przekierowuje w dziale „Warto odwiedzić” oficjalna strona Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu Śląskim pod adresem <http://www.wodzislaw.upow.gov.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁴⁸ Kanał w serwisie „YouTube” administrowany przez Klub Filmowców etvl [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

³⁴⁹ Zasoby strony Starostwa Powiatowego w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.powiat.pl> [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

³⁵⁰ Wiadomość autorstwa „anonim” umieszczona pod plikami do pobrania „Częstochowskich Wieści Powiatowych” 17 kwietnia 2013 roku o godz. 15:43. Źródło: <http://www.czestochowa.powiat.pl> [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

³⁵¹ Sposób udostępniania elektronicznej wersji miesięcznika „Wiadomości Powiatu Gliwickiego” na stronie starostwa pod adresem <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

kwartalnik³⁵². Użytkownicy strony powiatu lublinieckiego mogli pobrać elektroniczną wersję ośmiostronicowej gazety powiatowej „Ziemia Lubliniecka” lub liczącego 24 strony magazynu społeczno-kulturalnego pod tym samym tytułem³⁵³. Zainteresowani wydarzeniami w powiecie tarnogórskim mogli skorzystać (czytając bezpośrednio na stronie powiatu lub pobierając w wersji PDF) z zarchiwizowanych wydań gazety samorządowej „Z życia powiatu” w formie wydania internetowego lub z działu „Dodatek do Gwarka” zredagowanego zgodnie z wymogami tygodnika komercyjnego wraz z którym kolportowane jest papierowe wydanie gazety samorządowej³⁵⁴. Uwagę użytkowników odwiedzających stronę powiatu pszczyńskiego przyciągał umieszczony w prawym górnym rogu materiał multimedialny zatytułowany: „Klip o powiecie pszczyńskim. To są marzenia to są plany”.

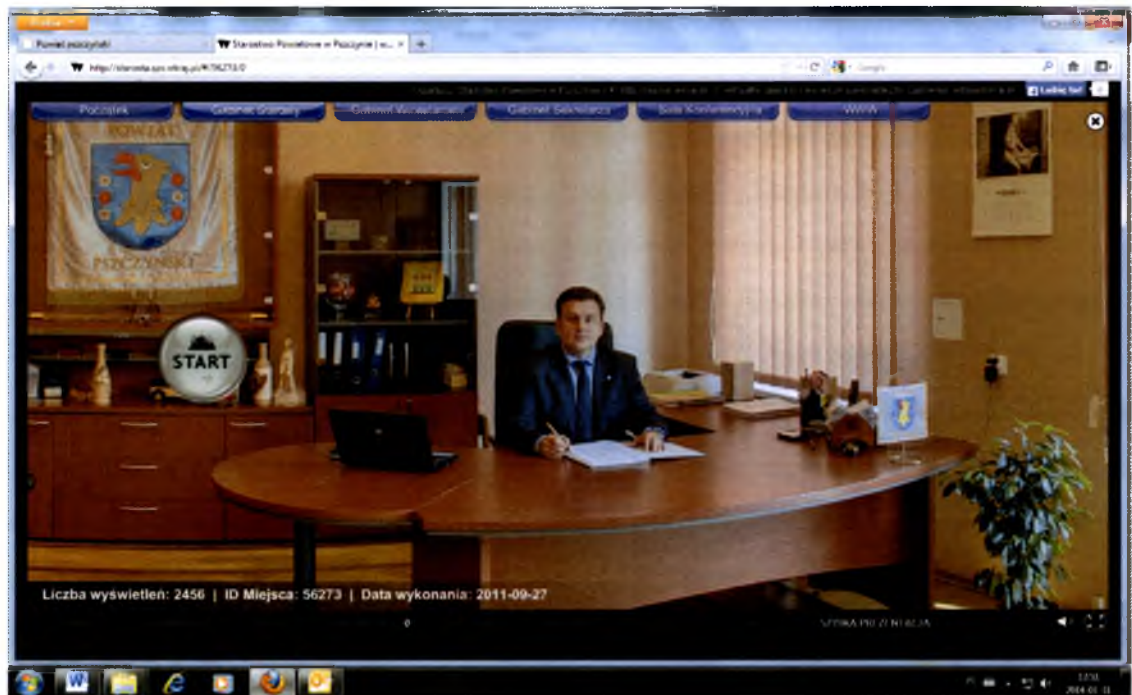
Multimedialny charakter miał też odsyłacz „Wirtualne zwiedzanie Starostwa” umożliwiający internaucie odwiedzenie następujących pomieszczeń: „Gabinet starosty” (z fotografią starosty siedzącego przy biurku i trzymającego w dłoni długopis), „Gabinet wicestarosty” (z fotografią wicestarosty siedzącego przy biurku i trzymającego w dłoni długopis), „Gabinet sekretarza” (z fotografią sekretarza siedzącego przy biurku i trzymającego w dłoni długopis) oraz „Sala konferencyjna” (z fotografią przedstawiającą salę z krzesłami)³⁵⁵.

³⁵² Gazetę umieszczono w zakładce „Czasopismo Wieści Powiatu Kłobuckiego” na stronie powiatu pod adresem <http://www.powiatklobucki.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁵³ Wydawcą periodyków o deklarowanym nakładzie 10 tys. egzemplarzy był powiat lubliniecki. Redakcja znajdowała się w Starostwie Powiatowym w Lublińcu, gdzie również przyjmowane były „materiały do gazety i ogłoszenia reklamowe”. Periodyki udostępnione były na stronie Starostwa Powiatowego w Lublińcu pod adresem <http://www.lubliniec.starostwo.gov.pl> [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

³⁵⁴ Zawartość działu „Gazeta samorządowa” na stronie powiatu tarnogórskiego pod adresem <http://www.powiat.tarnogorski.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁵⁵ Przebieg „wirtualnego spaceru” po Starostwie Powiatowym w Pszczynie pod adresem <http://www.powiat.pszczyna.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].



Reprodukcja 43. Wirtualny spacer po Starostwie Powiatowym w Pszczynie.

Wirtualny spacer w nieco uboższej wersji zawierała też m.in. strona powiatu zawierciańskiego, gdzie zaprezentowano „Gabinet starosty” (podobnie jak w przypadku powiatu pszczyńskiego z fotografią starosty siedzącego przy biurku i trzymającego w dłoni długopis) oraz „Salę narad” (ze zbliżoną jak w powiecie pszczyńskim aranżacją przedstawiającą salę z krzesłami)³⁵⁶. Wirtualny spacer po gabinecie starosty, sali sesyjnej i sali zarządu umożliwiano też m.in. internautom odwiedzającym stronę powiatu gliwickiego³⁵⁷. Prezentacja powiatu raciborskiego zawierała liczne materiały reklamowe i promocyjne dostępne do ściągnięcia i wydruku w formie plików PDF. Wśród nich warto wymienić takie foldery jak: „Powiat Raciborski - Informator gospodarczy”, „Powiat Raciborski - Informator turysty”, „Pieszko i rowerem - po ziemi raciborskiej i opawskiej”, „Ścieżki rowerowe powiatu

³⁵⁶ Wirtualny spacer na stronie powiatu zawierciańskiego pod adresem <http://www.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁵⁷ Wirtualny spacer na stronie powiatu gliwickiego pod adresem <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

raciborskiego”, „Wizytówka turystyczna”, „Zabytki powiatu raciborskiego”, „Nasza Odra”, „Smaki ziemi raciborskiej” czy „The Best of Powiat Raciborski”. Na stronie głównej znajdowała się także galeria filmów³⁵⁸. Witryna powiatu tarnogórskiego zawierała galerię filmów zgrupowaną pod hasłem „Kopalnia Kultury Starostwo Powiatowe w Tarnowskich Górach” jako kanał w serwisie YouTube uruchomiony 28 września 2010 roku. Licznik odwiedzin przy każdym z filmów wskazywał, że niektóre wyświetlane były kilkadziesiąt razy. Najpopularniejsze jednak zanotowały kilkaset lub nawet ponad tysiąc wyświetleń³⁵⁹.

Na stronie Starostwa Powiatowego w Żywcu obok wspomnianych już w tej rozprawie dwunastu zazwyczaj kilkunastominutowych audycji telewizyjnych pt. „Punkt widzenia” prezentujących opinie władz powiatu oraz zarchiwizowanych dwóch audycji „Radia Katowice” znalazły się również takie materiały multimedialne jak np. film o powieści zrealizowany w wersji anglojęzycznej, niemieckojęzycznej, francuskojęzycznej i rosyjskojęzycznej³⁶⁰.

3.5. Dostęp do prasy samorządowej, mediów zewnętrznych oraz materiałów multimedialnych za pośrednictwem stron urzędów miejskich

Miasta na prawach powiatu znacznie pełniej wykorzystywały możliwości stwarzane przez cyberprzestrzeń w zakresie komunikacji z internautami. Do rzadkości nie należało tworzenie serwisów filmowych z wykorzystaniem kanału miejskiego na YouTube czy wręcz miejskich telewizji internetowych. Magistraty zazwyczaj pełniły też funkcję wydawcy mediów (jak np. w Gliwicach, gdzie edytowano „Miejski Serwis

³⁵⁸ Na stronie powiatu raciborskiego 10 października 2013 roku informowano, że „w naszym serwisie aktualnie znajduje się 16 filmów”. Źródło: <http://www.powiatraciborski.pl>.

³⁵⁹ Przykładem jest film „Wernisaż fotografia Jindřich Štreit - Pałac w Rybnej 01.12.2011 cz. 2” oglądany 89 razy. Natomiast rekordową liczbę wejść odnotowano w przypadku filmu „Szymon Bryzek - Piosenki rosyjskie” - 1 850 wyświetleń. Źródło: kanał „Kopalnia Kultury” w serwisie filmowym pod adresem <http://www.youtube.com> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁶⁰ Multimedia upowszechniane na stronie powiatu żywieckiego pod adresem <http://www.starostwo.zywiec.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

Informacyjny Gliwice”), wypełniały rolę nadzoru właścicielskiego nad wydawcą (jak np. w Zabrzu, gdzie edytowano „Nasze Zabrze Samorządowe” wydawane przez miejską instytucję kultury jaką był Dom Muzyki i Tańca w Zabrzu) lub przygotowywały dodatki samorządowe kolportowane wraz z prasą komercyjną (jak np. w Chorzowie, gdzie edytowano „Wiadomości samorządowe” wraz z grzbietem głównym gazety lokalnej „Chorzowianin.pl”). Periodyki przygotowywane przez urzędy miejskie lub działające na ich zlecenie agencje reklamowe upowszechniane były następnie w wersjach umożliwiających lekturę lub pobranie na samorządowych stronach internetowych.

Niekiedy gazetom samorządowym o charakterze ogólnoinformacyjnym towarzyszyła prasa ukierunkowana tematycznie, czyli np. magazyny kulturalne lub dotyczące spraw edukacyjnych. Wówczas również ich wersje elektroniczne upowszechniano na stronach samorządów powiatów grodzkich. Uzupełnieniem oferty informacyjnej były różnego rodzaju materiały multimedialne, dźwiękowe lub fotograficzne zapowiadające lub relacjonujące wydarzenia albo stanowiące odrębną informację przeznaczoną np. dla interesantów urzędu, przedsiębiorców zainteresowanych działalnością inwestycyjną, turystów, studentów czy osób pasjonujących się historią. Wśród materiałów multimedialnych na stronach samorządów upowszechniano odsyłacze do wybranych mediów lokalnych i regionalnych, w których mogły znajdować się materiały prasowe dotyczące konkretnych miast i spraw istotnych dla ich mieszkańców. Kontrowersje mógł budzić w tym przypadku jedynie sposób doboru mediów komercyjnych prezentowanych na stronach samorządowych, a szczególnie pomijanie części redakcji. Zagrożenie wizerunkowe dla urzędu rodziła natomiast zawartość portali informacyjnych polecanych gazet, stacji radiowych lub telewizyjnych. Teoretycznie bowiem internauta za pośrednictwem stron internetowej jednostki samorządu terytorialnego mógł uzyskać dostęp do treści komercyjnych o zawartości mogącej kolidować z powagą urzędu administracji publicznej, który poprzez umieszczenie odsyłacza sam ją użytkownikowi zarekomendował.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Na stronie magistratu w Bielsku-Białej w dziale „Multimedia” upowszechniano „Serwis Telewizyjny Ratusza”. Użytkownicy mieli także możliwość zapoznania się z wersją PDF dwutygodnika „Magazyn Samorządowy w Bielsku-Białej”³⁶¹. Strona magistratu w Bytomiu zawierała zarchiwizowane od 2004 roku do 2013 roku wydania samorządowego periodyku kulturalnego „Rynek 7”. Dzięki temu magazynowi czytelnicy mieli dowiedzieć się „co aktualnie dzieje się w naszym mieście, na co warto zwrócić uwagę, dokąd pojechać na rowerze i gdzie smacznie spędzić wieczór. Znajdziesz opisy wydarzeń, które miały miejsce, miejsc, w których niejedno się działo, a także zapowiedzi imprez, na których po prostu trzeba być. Historia Bytomia, działania samorządu, wyjątkowe miejsca i wyjątkowi ludzie”³⁶². Na stronie tej umieszczono także dział „Materiały filmowe” zawierające multimedia odnoszące się do wydarzeń w mieście i prezentujące stanowisko władz³⁶³. Na stronie magistratu w Chorzowie umieszczono rubrykę „Multimedia” podzieloną na części zawierające m.in. „Spot o Chorzowie”, wirtualny spacer po mieście, galerię zdjęć. Zarchiwizowano także kolejne wydania komercyjnego periodyku „Chorzowianin.pl” reklamowanego jako „bezpłatne pismo mieszkańców miasta”, w którym część stron poświęcono na tzw. „Wiadomości samorządowe”. Zastosowanie takiej formuły umożliwiło za pośrednictwem oficjalnej strony internetowej urzędu administracji publicznej upowszechnianie takich tekstów jak np. „Letnie przysmaki w restauracjach McDonald’s!”, „Dannone – dobry jogurt z dobrego mleka” czy reklamy tzw. „pożyczek chwilówek”³⁶⁴.

³⁶¹ Media samorządowe upowszechniane na stronie magistratu pod adresem <http://www.um.bielsko.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁶² Autopromocja samorządowego miesięcznika „Rynek 7” na stronie magistratu w Bytomiu pod adresem <http://www.bytom.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁶³ Przykłady tematów kolejnych wydań serwisów multimedialnych w rubryce „Materiały filmowe”: „Seminarium Gospodarcze”, „Pożegnanie olimpijczyków”, „Bytomska Noc Świętojańska”, „Bytom zmienia oblicze”, „Wywiad z Prezydentem”, „Raport o stanie Miasta”. Stan na 9 października 2013 roku.

³⁶⁴ Tekst promocyjny „Letnie przysmaki w restauracjach McDonald’s!” opublikowano na str. 15 miesięcznika „Chorzowianin.pl” z sierpnia 2011 roku. Natomiast tekst „Dannone – dobry jogurt z dobrego mleka” upowszechniono na str. 10 miesięcznika z września 2012 roku. Elektroniczne wydanie

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Redagujący stronę internetową magistratu w Częstochowie zaprezentowali internautom efekt własnego wyboru dokonanego wśród komercyjnych środków masowego przekazu, które umieścili w rubryce „media”. Przyjęto kategoryzację medioznawczą opierającą się o wydzielenie „dzienników”, „tygodników”, „innych czasopism”, „stacji radiowych” oraz „telewizji”. Dziennikami rekomendowanymi użytkownikom przez urzędników okazały się: „Polska. Dziennik Zachodni”, „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita” i „Życie Częstochowy i Powiatu”. Polecanymi tygodnikami były: „7 dni”, „Gazeta Częstochowska” i tygodnik katolicki „Niedziela”. Katalog „inne czasopisma” wypełniały dwumiesięcznik Sanktuarium Matki Boskiej Jasnogórskiej „Jasna Góra” oraz bezpłatny miesięcznik Częstochowskiego Stowarzyszenia Region „Puls Regionu”. Zalecane przez magistrat radiostacje to: „Katolickie Radio FIAT”, „Radio Jasna Góra”, „Radio Katowice”, „Radio Złote Przeboje”, „Radio RMF Maxx” i „Radio Jura”. Wreszcie w gronie stacji telewizyjnych znalazły się: „TVP Katowice”, „Telewizja Orion”, „Telewizja sześciu powiatów NTL” i katowicka telewizja TVS określona jako „Telewizja Silesia”. Internauci mogli na oficjalnej stronie Częstochowy korzystać z odsyłaczy do prezentacji internetowych wymienionych podmiotów rynku medialnego³⁶⁵. Na stronie głównej magistratu w Dąbrowie Górniczej znajdował się dział „e-publicacje. Przegląd Dąbrowski”, gdzie zarchiwizowano kolejne wydania gazety samorządowej informując użytkowników, że „ukazał się najnowszy numer Przeglądu Dąbrowskiego. Papierowe wydanie trafia już do skrzynek pocztowych, egzemplarze tradycyjne dostępne są także w stałych punktach na terenie całego miasta (m.in. biblioteka, urząd miejski, PKZ czy też w pobliskim sklepie). Wszystkich, którzy chcieliby zapoznać się z najnowszym Przeglądem zapraszamy do lektury elektronicznego wydania”³⁶⁶.

gazety znajdowało się na stronie Urzędu Miejskiego w Chorzowie pod adresem <http://www.chorzow.um.gov.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁶⁵ Na strony wybranych mediów komercyjnych odsyłał oficjalny serwis magistratu w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁶⁶ Komunikat ze strony Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej informujący o kazaniu się kolejnego wydania miesięcznika „Przegląd Dąbrowski”. Źródło: serwis pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

W serwisie internetowym gliwickiego magistratu upowszechniano m.in. elektroniczne wydanie bezpłatnego tygodnika samorządowego „Miejski Serwis Informacyjny Gliwice” oraz bezpłatny miesięcznik dla dzieci „Oświatowy Miejski Serwis Informacyjny Gliwice”. Udostępniano także pliki multimedialne „Miejski serwis informacyjny - Express” dotyczący ważnych lub ciekawych wydarzeń w mieście³⁶⁷. Strona magistratu w Jaworznie zawierała zarchiwizowane wydania „Gazety Przystankowej” edytowanej od listopada 2012 roku. W wersji papierowej gazeta ta umieszczana była w Jaworznie „na 50 przystankach autobusowych - wszystkich wyposażonych w wielkoformatowe przeszklone gabloty. Nowe medium umożliwi oczekującym na autobus zapoznanie się z miejskimi newsami, a miłośnikom nowoczesnej technologii na obejrzenie dodatkowych treści. Gazeta Przystankowa ma niespotykany na rynku prasowym format - wysokość 180 cm, a szerokość 120 cm. Aby zobaczyć dodatkowe informacje „zakodowane” w gazecie, wystarczy na swoim smartfonie lub tablecie zainstalować bezpłatną aplikację „Layar”. Po zeskanowaniu specjalnie oznaczonego miejsca w gazecie można obejrzeć jej multimedialną część”³⁶⁸. Na stronie internetowej Jaworzna od stycznia 2013 roku można było przeczytać lub z witryny tej pobrać „Miejski Informator Kulturalny”. Jak podano w serwisie jaworznickiego magistratu broszura zapowiada „najciekawsze wydarzenia, organizowane przez miejskie jednostki działające w obrębie kultury i rozrywki, z których może skorzystać każdy mieszkaniec miasta. Będą to np. koncerty, spotkania z pisarzami, wernisaże i imprezy w klubach dzielnicowych”. Serwis internetowy Jaworzna pozwalał też na przeglądanie archiwum filmowego o wybranych wydarzeniach w mieście. Strona internetowa stolicy województwa pozwalała użytkownikom na kontakt z bezpłatnym informatorem miejskim „Nasze

³⁶⁷ Zawartość serwisu informacyjnego magistratu w Gliwicach pod adresem <https://gliwice.eu> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁶⁸ Autoprezentacja możliwości i dystrybucji samorządowej „Gazety Przystankowej” opublikowana w serwisie internetowym Jaworzna pod adresem <http://www.jaworzno.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Katowice”. Jak informowała redakcja gazety po prawie pięciu latach³⁶⁹ ukazywania się na rynku wydawniczym „począwszy od tegorocznego marcowego wydania „Nasze Katowice” ukazują się w nowej szacie graficznej. To odświeżenie było konieczne ze względu na wytyczne, które niesie z sobą przyjęty w styczniu przez Radę Miasta ważny dla Katowic dokument – Strategia Promocji Miasta. Zapewniamy, że pomimo zmiany wizerunkowej tytułu, intencje zespołu redaktorskiego pozostają te same – w informatorze nadal będziecie Państwo mogli przeczytać o najważniejszych dla Was, dla miasta wydarzeniach³⁷⁰. Internauci mogli też zobaczyć zawartość profili miejskich w mediach społecznościowych, odbyć wirtualny spacer po Katowicach, skorzystać z zawartości rubryki „Galerie zdjęć i multimedia” czy też samemu wykonać zdjęcie i wziąć udział w jednej z edycji konkursu fotograficznego³⁷¹.

Na witrynie samorządu Mysłowic w rubryce „Polecane strony” znajdowały się odsyłacze do dziecięcego portalu „Internetowa Telewizja Oczko”³⁷² oraz na portal informacyjny „Telewizji Mysłowice”³⁷³. Samorząd Piekary Śląskich na swojej stronie internetowej upowszechniał banery zawierające odsyłacze do Radio Piekary, którego wydawcą był Miejski Dom Kultury, kanału „Piekary Śląskie” w serwisie YouTube oraz wersji on-line bezpłatnego dwutygodnika miasta Piekary Śląskie pt. „Twoje

³⁶⁹ Pierwszy numer miesięcznika „Nasze Katowice” ukazał się w listopadzie 2008 roku jako złożony z 16 stron „bezpłatny informator miejski”.

³⁷⁰ Informacja o korelacji aktywności wydawniczej samorządu Katowic ze „Strategią Promocji Miasta” opublikowana na stronie magistratu pod adresem <http://www.katowice.eu> [dostęp 9 października 2013 roku].

³⁷¹ Konkurs fotograficzny pod nazwą „Katowice w obiektywie 2013” zorganizowany był przez Wydział Promocji Urzędu Miasta Katowice we współpracy ze Śląskim Okręgiem Związku Polskich Artystów Fotografików w Katowicach.

³⁷² Jak informują autorzy strony: „Dziecięca Telewizja Internetowa TV Oczko powstała we wrześniu 2009 roku. Założeniem projektu było stworzenie dzieciom możliwości realizacji swoich marzeń poprzez najnowsze środki wyrazu tj. telewizję, film, animację oraz fotografię artystyczną”. Informacja z portalu pod adresem <http://www.tvoczko.pl> [dostęp 11 października 2013 roku].

³⁷³ Jak podaje redakcja „Telewizji Mysłowice” dzięki temu nośnikowi: „można uzyskać informacje o najważniejszych wydarzeniach miejskich, poczynaniach władz miasta, imprezach kulturalnych, sportowych”. Źródło portal informacyjny „Telewizji Mysłowice” pod adresem <http://www.itvm.pl> [dostęp 11 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Piekary”, którego wydawcą było Miejskie Centrum Informacji i Turystyki w Piekarach Śląskich. Internauci mogli też skorzystać z archiwum nagrań kolejnych sesji Rady Miasta³⁷⁴.

Użytkownikom strony magistratu w Rudzie Śląskiej zapewniano dostęp do internetowego wydania gazety „Wiadomości Rudzkie” edytowanej przez spółkę Śląskie Media³⁷⁵. Sporą część strony głównej witryny rudzkiego samorządu zajmowała zawartość rubryki „Znajdź nas na Facebooku” stanowiącej wtyczkę udostępniającą najnowsze wpisy na miejskim profilu społecznościowym³⁷⁶. Rybnicki Urząd Miejski w rubryce „Multimedia” zagwarantował dostęp do „Gazety Rybnickiej” będącej bezpłatnym miesięcznikiem społeczno-kulturalnym wydawanym przez Rybnickie Centrum Kultury. Według urzędników dzięki lekturze tego periodyku „dowiesz się nad czym pracuje i jakie decyzje podejmuje Rada Miasta i Prezydent Miasta; poznasz wszystkie problemy Rybnika - od komunikacji poprzez opiekę zdrowotną, ekologię, drogi, gospodarkę komunalną i mieszkaniową, edukację, aż do imprez kulturalnych, turystycznych i sportowych”³⁷⁷. Magistrat na swojej stronie przygotował ponadto nie tylko podglądy z kamer zainstalowanych na różnych obiektach w Rybniku (m.in. rynek i dach teatru), wirtualny spacer, ale także multimedialną bajkę dla najmłodszych pt. „Rybek z Rybnika”. Osoby korzystające ze strony Urzędu Miasta w Siemianowicach Śląskich miały możliwość obejrzenia programów „Miejskiej Telewizji Internetowej” przygotowywanych na zlecenie magistratu. W rubryce „Multimedia” obok odsyłacza do portalu telewizji znajdowało

³⁷⁴ Zawartość multimedialna strony samorządu Piekar Śląskich pod adresem <http://www.piekary.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁷⁵ Wersja papierowa tygodnika miejskiego „Wiadomości Rudzkie” ukazywała się w sieciach kolportażu płatnego w deklarowanym nakładzie 20 tys. egzemplarzy. Do wydania on-line periodyku przekierowywała strona Urzędu Miasta w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁷⁶ Jak podawano na oficjalnej stronie internetowej powiatu grodzkiego - miejski profil Rudy Śląskiej na Facebooku „lubiło” 2.337 osób. Stan na 11 października 2013 roku.

³⁷⁷ Tekst popularyzujący miesięcznik „Gazeta Rybnicka” umieszczony na stroni internetowej rybnickiego magistratu pod adresem <http://www.rybnik.eu> [dostęp 11 października 2013 roku].

się ponadto liczące kilkanaście zdjęć zgrupowanych w dwóch katalogach archiwum fotografii oraz zbiór sześciu materiałów filmowych określonych jako „Wideo”³⁷⁸.

Na stronie głównej Urzędu Miejskiego w Sosnowcu proponowano dostęp do profili miejskich w mediach społecznościowych oraz do miejskiego kanału w serwisie filmowym YouTube „Sosnowiec TV”, gdzie umieszczono także materiały dokumentujące przebieg sesji Rady Miejskiej. W osobnym dziale „Galerie” ulokowano bogate zbiory fotograficzne z ważnych dla redagujących stronę wydarzeń w Sosnowcu³⁷⁹. Natomiast na stronie głównej magistratu w Świętochłowicach umieszczono katalog „Multimedia” złożony z dwóch podkatalogów: „Fotogalerie” oraz „Posłuchaj”. W pierwszym publikowano materiały fotograficzne z datą, liczbą zdjęć i krótkim opisem lub przynajmniej tytułem wydarzenia typu: „I Dożynki Miejskie”, „Remont Muzeum pełną parą”, „Święto Miasta 2013 dzień 3”, „Święto Miasta 2013 dzień 2”, „Święto Miasta 2013 dzień 1”, „Muzeum Powstań Śląskich – wizualizacja”, „Uroczysta sesja Rady Miejskiej”, „Sesja Rady Miejskiej z okazji 700 lat Świętochłowic” czy „Okno życia”. Podkatalog „Posłuchaj” złożony był z plików audio lub plików audio ilustrowanych fotografią i krótką relacją tekstową³⁸⁰. Tyscy urzędnicy na stronie internetowej magistratu umieścili elektroniczne wersje kolejnych wydań periodyku „Twoje Miasto” określonego jako „Tyski Informator Samorządowy”. Rubrykę „Multimedia” podzielono na podkatalogi „wirtualne wycieczki”, „Tychy w obiektywie”, „folder promocyjny” (w formacie PDF) oraz

³⁷⁸ Zawartość rubryki „multimedia” na stronie Urzędu Miasta w Siemianowicach Śląskich pod adresem <http://www.siemianowice.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁷⁹ Multimedia i materiały fotograficzne prezentowane internautom odwiedzającym stronę Urzędu Miejskiego w Sosnowcu pod adresem <http://www.sosnowiec.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁸⁰ Pliki audio oraz galerie zdjęć z rubryki „Multimedia” strony internetowej magistratu w Świętochłowicach pod adresem <http://www.swietochlowice.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

„mówiąca przeglądarka internetowa”³⁸¹. Na stronie Urzędu Miejskiego w Zabrzu udostępniono internautom miesięcznik miejski „Nasze Zabrze Samorządowe”, w dziale „Zabrze w obiektywie” publikowano różnorodne materiały fotograficzne, a pliki multimedialne stanowiły zazwyczaj uzupełnienie lub główny składnik serwisu informacyjnego „Aktualności”³⁸².

Wydawca „Kuriera Żorskiego”, którym był Urząd Miejski w Żorach na swojej stronie internetowej udostępnił internautom bieżące i archiwalne wydania tego miesięcznika samorządowego. W katalogu „Miasto” dostępne było narzędzie zapewniające wirtualny spacer po mieście oraz spot promocyjny pt. „Żory – Żywioł zmian”. Podkatalog „Multimedia” wypełniało kilka produkcji filmowych typu: „Twinpigs w telewizyjnym Słowniku polsko-europejskim”, „Święto Ogniowe - 300 lat tradycji”, „Żory kochają jazz” czy „Żorska kronika filmowa 1990-2010”. Umieszczony poniżej podkatalog „Galeria” obok zdjęć lotniczych i historycznych zawierał także plany lekcji z emblematami miasta oraz kolorowanki reklamowane sformułowaniem: „na długie, zimowe wieczory polecamy odrobinę rozrywki dla dzieci. Kolorowanki opracowane zostały z myślą o przyjemnej, rodzinnej rozrywce. Do pobrania i wydrukowania w domu”³⁸³.

Niekiedy ignorowano jednak całkowicie możliwości stwarzane przez multimedialne formy przekazu informacji dla użytkowników witryn internetowych powiatów grodzkich. Przykładowo autorzy strony magistratu w Jastrzębiu Zdroju ograniczyli się do umieszczenia w rubryce „Publikacje miasta” albumów,

³⁸¹ Jak podano na stronie tyskiego magistratu: „mówiąca przeglądarka Intelligent Web Reader odczytuje strony internetowe poprzez wbudowany syntetyczny głos(...). Posiada także możliwość powiększania czcionki zamieszczonego tekstu, dzięki czemu jest odpowiednim narzędziem dla osób starszych i słabowidzących”. Źródło: tyska strona samorządowa pod adresem <http://www.umtychy.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁸² Formuła prezentacji materiałów informacyjnych na stronie Urzędu Miejskiego w Zabrzu pod adresem <http://www.um.zabrze.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

³⁸³ Zawartość podkatalogu „Galeria” w dziale „Miasto” na stronie magistratu w Żorach pod adresem: <http://www.zory.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

informatorów i poradników (w formacie PDF) wydawanych przez Urząd Miasta w Jastrzębiu Zdroju³⁸⁴.



Reprodukcja 44. Prezentacja dwutygodnika samorządowego dostępna z poziomu strony głównej samorządu w Piekarach Śląskich.

3.6. Strony samorządowej jako narzędzie kontaktów z komunikatorami zawodowymi

Zwykle strategie komunikacyjne zakładają, że wśród odbiorców prezentacji dostępnych w cyberprzestrzeni mogą znaleźć się pracownicy mass mediów. Dlatego zarządzający stronami internetowymi jednostek samorządu terytorialnego także brali pod uwagę taką ewentualność. Poza adresowanymi również dla dziennikarzy serwisami informacyjnymi w formule „aktualności”, zapowiedziami wydarzeń, a także relacjami im poświęconymi, zazwyczaj na witrynach samorządów można było

³⁸⁴ Materiały ze strony Urzędu Miasta w Jastrzębiu Zdroju pod adresem <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp 10 października 2013 roku].

odnaleźć dane personalne oraz teleadresowe do osoby odpowiedzialnej za udzielanie informacji pracownikom mass mediów. W ten sposób dzięki stronie internetowej możliwe było zainicjowanie osobistego kontaktu. Część samorządów gminnych i powiatowych utrzymywała nawet osobne rubryki dedykowane środkom masowego przekazu. Zdecydowanie częściej były to jednak lakoniczne informacje o biurze prasowym lub dane rzecznika prasowego, ale czasem podawano wiadomości nieco bardziej rozbudowane. Namiar na rzecznika prasowego lub służby prasowe umieszczono np. na stronie Bytomia³⁸⁵, Chorzowa czy Jaworzna, gdzie dodatkowo znalazło się odniesienie do zakresu czynności służb public relations: „Referat Informacji i Komunikacji Społecznej. Informuje, wyjaśnia, tłumaczy, odpowiada na pytania dziennikarzy. Jesteśmy wszędzie tam, gdzie dzieją się rzeczy ważne, ciekawe, istotne dla naszego Miasta”³⁸⁶.

Zdarzały się również gotowe informacje dedykowane przedstawicielom środków masowego przekazu. Na stronie magistratu w Jastrzębiu Zdroju znajdował się krótki, ponieważ liczący niespełna 1700 znaków opis specyfiki miasta zatytułowany: „Jastrzębie-Zdrój - tu historia spotyka się z nowoczesnością”. Warto jednak przytoczyć umieszczone pod nim zastrzeżenie prawne dla dziennikarzy o objętości nieco przekraczającej 500 znaków: „Informacja podlega ponownemu wykorzystywaniu zgodnie z przepisami ustawy o dostępie do informacji publicznej (Dz.U. 2001.112.1198³⁸⁷ z późn. zm.). Warunki ponownego wykorzystywania informacji: Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna jest zobowiązana do poinformowania o źródle informacji, poprzez zamieszczenie informacji poniższej treści w sposób czytelny, niebudzący wątpliwości i umożliwiający każdorazową

³⁸⁵ Na stronie bytomskiego magistratu doprecyzowano, że „za kontakty z mediami odpowiada Wydział Promocji i Kontaktów z Mediami Urzędu Miejskiego w Bytom”. Źródło: zakładka „Kontakt dla mediów” na stronie www.bytom.pl [dostęp 7 września 2013 roku].

³⁸⁶ Informacja z zakładki „Biuro Prasowe” na stronie jaworznickiego Urzędu Miejskiego pod adresem www.um.jaworzno.pl [dostęp 5 września 2013 roku].

³⁸⁷ Autorzy wpisu powoływali się na ustawę z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej. Dz.U. z 2001 roku, nr 112, poz. 1198.

identyfikację źródła informacji ponownie wykorzystywanej. Więcej informacji udziela rzecznik prasowy³⁸⁸. Rygorom tym podlegały również udostępnione w rubryce „dla mediów” notki biograficzne oraz fotografie prezydenta miasta, zastępcy prezydenta miasta i doradcy prezydenta miasta.

Strona powiatu gliwickiego w górnym menu obok wyszukiwarki miała tylko trzy odnośniki, a wśród nich: „informacje prasowe”. Informacje prasowe podzielone były na elektroniczne wersje bezpłatnego miesięcznika „Wiadomości Powiatu Gliwickiego” do pobrania w formie plików PDF oraz „Serwis Informacyjny Powiatu Gliwickiego” zawierający wiadomości tekstowe uszeregowane rocznikami od roku 2006 do roku 2013³⁸⁹.

³⁸⁸ Zastrzeżenie prawne dla mediów umieszczone na stronie Urzędu Miejskiego w Jastrzębiu Zdroju pod adresem <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp 24 stycznia 2013 roku].

³⁸⁹ Zawartość rubryki „Informacje Prasowe” na stronie Starostwa Powiatowego w Gliwicach pod adresem <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

Rozdział IV

STRONY INTERNETOWE SAMORZĄDU JAKO ELEMENT PARTYCYPACJI OBYWATELSKIEJ W SPRAWOWANIU WŁADZY

Strony internetowe samorządów posiadały potencjał umożliwiający wykorzystanie ich w procesie tworzenia społeczeństwa obywatelskiego. W badanym okresie służyły jako narzędzie ułatwiające kontakt użytkowników z urzędami miejskimi i starostwami powiatowymi. Udostępniano w nich różnego rodzaju dane dotyczące ich lokalizacji, godzin urzędowania, sposobów załatwiania spraw itd. Umożliwiano także zastosowanie internautom użyteczności ze sfery usług elektronicznej administracji publicznej. W mniejszym lub większym zakresie stosowano ponadto elementy komunikacji zwrotnej pozwalającej mieszkańcom na prezentację opinii, a niekiedy również na współuczestnictwo w podejmowaniu decyzji dotyczących kwestii istotnych dla lokalnych społeczności. Witryny jednostek samorządowych wykorzystywano wówczas do programów konsultacyjnych oraz projektów aktywizujących mieszkańców jak np. tworzenie budżetów obywatelskich.

Dla badania opinii internatów w okresie analizowanym w niniejszej rozprawie używano wypełnianych i wysyłanych przez samych zainteresowanych formularzy ankietowych. Zdarzały się także takie narzędzia jako fora internetowe oraz posiadające odwzorowanie infograficzne zestawy pytań (tzw. sondy). Najbardziej rozpowszechnioną formą utrzymywania dedykowanego kontaktu z użytkownikami były „ankiety elektroniczne” służące do badania poziomu aprobaty z funkcjonowania urzędów miejskich i starostw powiatowych.

4.1. Badania opinii publicznej i konsultacje społeczne na stronach starostw powiatowych

Ważny aspekt dla administratorów stron jednostek samorządu terytorialnego stanowić powinna komunikacja zwrotna. Klasycznym jej przykładem były ankiety służące do utrzymania relacji z użytkownikami. O formie takich działań świadczy formularz umieszczony w rubryce „Konsultacje społeczne” na stronie głównej

starostwa w Żywcu. Autorzy prosząc o podanie daty i rodzaju sprawy załatwianej przez interesanta w konkretnej komórce organizacyjnej zaznaczyli: „w związku z dążeniem Starostwa Powiatowego w Żywcu do doskonalenia świadczonych usług prosimy o anonimowe udzielenie informacji na temat stopnia zadowolenia Pani/Pana ze sposobu obsługi oraz spełnienia Pani/Pana wymagań i oczekiwań przez pracowników Starostwa”³⁹⁰. Pytania dotyczyły poziomu zadowolenia po kontakcie z pracownikiem obsługującym petenta, udzielenia mu wyczerpujących informacji, terminowości załatwienia sprawy, satysfakcji z pobytu w starostwie oraz jakości danych umieszczanych w Biuletynie Informacji Publicznej. Na koniec zwracano się do użytkownika o wskazanie propozycji sposobu dalszego doskonalenia świadczonych usług.

Z kolei ankieta „Ocena Urzędu”³⁹¹, do której przenosił baner umieszczony na stronie głównej Starostwa Powiatowego w Zawierciu przeznaczona była do badania aż 21 parametrów wpływających na poziom aprobaty wobec funkcjonowania administracji publicznej. Autorzy chcieli wiedzieć m.in. ile razy w ciągu ostatnich 6 miesięcy interesanci załatwiali sprawy w starostwie, jakie to były sprawy, która komórka organizacyjna je prowadziła, czy sprawy te zostały załatwione w terminie i trybie określonym przepisami prawa i czy satysfakcjonowały interesanta. W dalszej kolejności internauta mógł także ocenić uprzejmość i życzliwość, sprawność, kompetencje i fachowość, a także podzielić się trudnościami napotkanymi podczas kontaktu ze starostwem. Kilka następnych pytań odnosiło się do jakości polityki informacyjnej, weryfikacji użyteczności strony internetowej oraz wniosków na temat zakresu ewentualnych udoskonaleń w obsłudze klienta. Podobna ankieta, której rolą była „ocena zadowolenia klientów oraz mieszkańców powiatu z działalności i pracy

³⁹⁰ Ankieta oceny satysfakcji klienta z usług Starostwa Powiatowego w Żywcu. Źródło: <http://starostwo.zywiec.pl> [dostęp 20 grudnia 2012 roku].

³⁹¹ Ankieta oznaczona banerem „Ankiety naszego urzędu” na stronie głównej witryny Starostwa Powiatowego w Zawierciu pod adresem <http://www.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 22 września 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Starostwa Powiatowego”³⁹² dostępna była na stronie głównej w serwisie internetowym Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej. Poziom rzetelności, wiedzy i uprzejmości urzędników, satysfakcji klientów z załatwiania sprawy w starostwie, przydatność materiałów publikowanych w Biuletynie Informacji Publicznej oraz strony internetowej czy dostępność druków i formularzy stanowiły przedmiot badania opinii prowadzonego również przez Starostwo Powiatowe w Gliwicach³⁹³.

Na wspomnianej stronie Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej wiosną 2013 roku umieszczono natomiast ankietę „branżową”, która badała poziom aprobaty wobec spółek podległych władzom samorządowym. Była ona przeznaczona dla pacjentów placówek służby zdrowia nadzorowanych przez powiat bielski. Celem badania było dążenie do tego, aby „poznać Państwa zdanie na temat jakości usług medycznych świadczonych w placówkach służby zdrowia, które są nadzorowane przez Powiat Bielski. Niniejsza ankieta jest anonimowa, a uwagi Państwa będą cennymi wskazówkami, które zostaną uwzględnione przy wprowadzaniu zmian mających poprawić jakość usług medycznych, prosimy o wypełnienie poniższego kwestionariusza oraz zakreślenie odpowiedzi zgodnej z Państwa odczuciami”³⁹⁴.

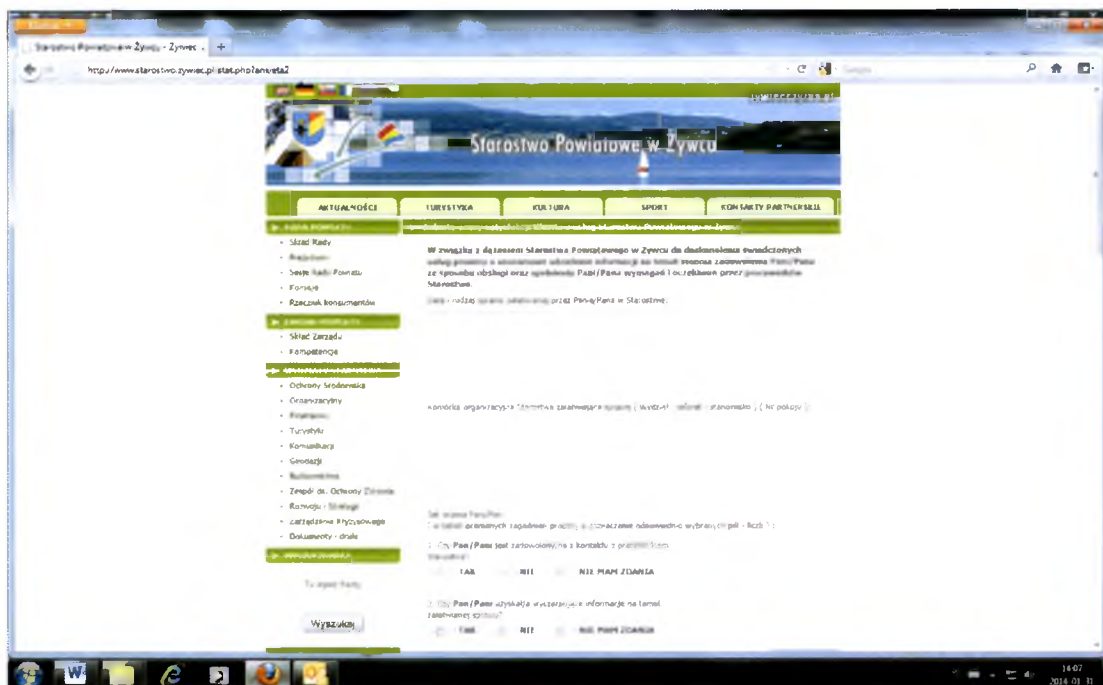
Zdarzały się także projekty badawcze posiadające jedynie znaczenie dokumentacyjne lub archiwalne. W zasobach strony powiatu tarnogórskiego można było odnaleźć dział „ankieta”, który dedykowano celom poznawczym dla: „dokonania oceny funkcjonowania katalogu usług świadczonych przez Starostwo Powiatowe w Tarnowskich Górach oraz w nawiązaniu do akcji społecznej „Przejrzysta Polska” przeprowadzamy badanie, które adresowane jest w szczególności do mieszkańców Powiatu Tarnogórskiego”. Prawdopodobnie w momencie przeprowadzania analizy

³⁹² Rubryka: „Ocena działalności i pracy Starostwa” w serwisie Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

³⁹³ Pytania zawarte w kwestionariuszu opublikowanym w rubryce „Badanie Satysfakcji Klienta” umieszczonej na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w Gliwicach pod adresem <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 20 września 2013 roku].

³⁹⁴ Ankieta dla pacjentów opublikowana była na stronie głównej serwisu Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

badanie zostało już zakończone, ponieważ mimo rozbudowanej preambuły link „wypełnij ankietę” pozostawał nieaktywny³⁹⁵.



Reprodukcja 45. Ankieta elektroniczna służąca ocenie jakości obsługi interesantów przez Starostwo Powiatowe w Żywcu.

Poza kwestionariuszami służącymi wyrażaniu opinii przez użytkowników na stronach internetowych umieszczano również wyniki przeprowadzonych już badań opinii mieszkańców. Najczęściej dotyczyły one właśnie postrzegania administracji samorządowej. Tak było np. w przypadku strony internetowej powiatu wodzisławskiego, gdzie opublikowano „Analizę badania satysfakcji klienta z poziomu usług świadczonych w Starostwie Powiatowym w Wodzisławiu Śląskim”³⁹⁶. Wyjaśniono, że podstawowym celem badania było określenie jakości obsługi

³⁹⁵ Informacja o badaniu opinii mieszkańców z 3 października 2012 roku umieszczona na stronie powiatu tarnogórskiego pod adresem <http://www.powiat.tarnogorski.pl> [dostęp 25 września 2013 roku].

³⁹⁶ Informacja z opracowania „Analiza badania satysfakcji klienta z poziomu usług świadczonych w Starostwie Powiatowym w Wodzisławiu Śląskim” dostępnego na stronie powiatu wodzisławskiego pod adresem <http://www.powiatwodzislawski.pl> [dostęp 23 września 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

klientów, a szczególnie m.in. oceny pracowników pod względem: kompetencji, jakości i precyzji udzielanych informacji, kultury osobistej i komunikatywności. Uczestnicy mogli się ponadto wypowiedzieć o usługach świadczonych przez starostwo, pod kątem ich terminowości, sprawności czy nawet dostępności druków. Określając metodę i próbę badawczą napisano: „dane były zbierane za pomocą ankiety (...) skierowanej do klienta w okresie od 20 lutego 2013r. do 20 maja 2013r. Pobrać ją można było w formie papierowej w siedzibie Starostwa, jak również na stronie internetowej www.powiatwodzislawski.pl. Przygotowanych zostało 17 urn, do których klient mógł wrzucać ankiety lub odesłać on-line. Łącznie zebrano 362 ankiety”. Na tej podstawie we wspomnianym opracowaniu ustalono m.in., że 87,3 proc. respondentów wyrażało bardzo dobrą opinię o fachowości urzędników, 81,1 proc. akcentowało, że jakość i precyzja udzielonych informacji była bardzo dobra, 90,9 proc. bardzo dobrze oceniało kulturę osobistą urzędników, a 87,3 proc. ocenę bardzo dobrą wystawiło komunikatywności urzędników. Aż 82,6 proc. uczestników badania bardzo dobrze weryfikowało terminowość załatwianych spraw, 85,9 proc. sprawność obsługi klienta, a 85,6 proc. dostępność formularzy.

Wyniki takie świadczyć powinny, że badany urząd osiągnął wyjątkowo wysoki poziom profesjonalizmu, który jest w dodatku odpowiednio identyfikowany przez przytłaczającą większość interesantów wyrażających pełną aprobatę wobec podlegających weryfikacji aspektów jego funkcjonowania. Warto na marginesie zacytować fragment cechujący się skłonnością do pozytywnego interpretowania rzeczywistości opublikowany we wspomnianej analizie, a jednoznacznie oddający metodologię badania czasu oczekiwania przez klientów na obsługę: „zostałam/em obsłużona/ny w wyznaczonym terminie” lub „czekałam/em tylko chwilę” albo „czekałam/em długo ze względu na dużą ilość klientów”.

Niekiedy ankietę należało traktować raczej w kategoriach materiału mającego pełnić rolę „sondy” dla rozrywki internautów, a nie w celu realizacji projektów badawczych. Na stronie głównej Starostwa Powiatowego w Częstochowie

umieszczono ankietę pt. „Z czym kojarzy Ci się Częstochowa?”³⁹⁷, gdzie możliwych było pięć odpowiedzi: (1) z Jasną Górą, (2) ze Śląskiem, (3) z festiwalami, (4) z najlepszą powiatową stroną WWW, (5) z niczym mi się nie kojarzy. Możliwość wyboru określona w odpowiedzi na czwarte pytanie świadczyć może o wysokim poziomie aprobaty urzędników wobec strony internetowej, którą administrują. Po udzieleniu odpowiedzi okazało się jednak, że ponad 70 proc. internautów kojarzy Częstochowę z Jasną Górą³⁹⁸.

4.2. Badania opinii publicznej i konsultacje społeczne na stronach urzędów miejskich

Na stronach internetowych powiatów grodzkich badania opinii internautów odnosiły się do znacznie bardziej zróżnicowanych obszarów tematycznych niż w przypadku powiatów ziemskich. Było tak zapewne ze względu na specyfikę większych miejscowości, gdzie skuteczność komunikacji determinuje wykorzystywanie środków masowego przekazu. Dlatego badania opinii publicznej bardzo często były traktowane znacznie szerzej niż tylko jako forma uzyskania danych na temat postrzegania magistratów. Stanowiły bowiem narzędzie komunikacji zwrotnej w szeroko rozumianych konsultacjach społecznych. W założeniu były też elementem ułatwiającym partycypację obywatelską w sprawowaniu władzy w sferze lokalnej poprzez umożliwienie włączania się mieszkańców w tworzenie tzw. budżetów obywatelskich zakładających realizację części zadań inwestycyjnych poprzedzoną konsultacjami społecznymi.

W przypadku witryny Chorzowa prezydent miasta w przeznaczonym do wydrukowania przez użytkownika pliku swoistej karty do głosowania informował „bardzo dziękuję za tak liczne włączenie się w realizację pierwszego w naszym

³⁹⁷ Formularz ankiety elektronicznej umieszczony na stronie Starostwa Powiatowego w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.powiat.pl> [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

³⁹⁸ Stan na 25 września 2013 roku po przeanalizowaniu odpowiedzi udzielonych przez 725 internautów.

mieście Budżetu Obywatelskiego Chorzowa. Zebraliśmy ponad 1200 propozycji mieszkańców, co w pierwszej kolejności powinno być zrobione w poszczególnych dzielnicach. Z dużą uwagą czytaliśmy każdy Wniosek. Teraz przyszedł czas na głosowanie już na konkretne projekty. W Ankiecie zebraliśmy propozycje, które padały najczęściej a które są możliwe do realizacji czyli dotyczą terenu, którego właścicielem jest miasto i mieszczą się w kwocie 400 tys. złotych”³⁹⁹.

Badania ankietowe wykonywane za pośrednictwem stron internetowych urzędów miejskich miały również przynosić informacje o opiniach mieszkańców dotyczących rozdysponowywania środków pochodzących z funduszy Unii Europejskiej. Jak podano na stronie magistratu w Zabrzu „mając na uwadze szansę zachowania i zabezpieczenia dla przyszłych pokoleń elementów dziedzictwa kulturowego miasta i województwa stanowiących żywe świadectwo bogatej historii śląskiego górnictwa zapraszamy do wypełnienia ankiety, która pomoże nam zrealizować projekt zgodnie z oczekiwaniami mieszkańcami miasta”⁴⁰⁰. Ankieta przygotowana w ramach konsultacji społecznych odnosiła się do listy projektów kluczowych inwestycji turystycznych w ramach Programu Operacyjnego „Innowacyjna Gospodarka”. Strona Urzędu Miejskiego w Częstochowie posiadała wyspecjalizowany dział „konsultacje społeczne” podzielony na rubryki: „aktualne konsultacje”, „zakończone konsultacje” oraz „planowane konsultacje”. Zainteresowani internauci mogli tam wyrażać swoje poglądy na sprawy o charakterze komunalnym poprzez m.in. wypełnianie ankiet oraz umieszczanie wpisów na forum dla uczestników konsultacji. Przykładem takiego projektu badawczego był sondaż pt. „III Aleja – co dalej? Wypełnij ankietę!”. Autorzy tłumaczyli: „III Aleja NMP powinna zostać udostępniona dla ruchu kołowego czy jesteś za jego ograniczeniem w tym

³⁹⁹ Ankieta dotycząca sformułowania obywatelskiego budżetu w Chorzowie umieszczona na stronie internetowej chorzowskiego magistratu pod adresem <http://www.chorzow.um.gov.pl> [dostęp 20 września 2013 roku].

⁴⁰⁰ Konsultacje społeczne Europejskiego Ośrodka Kultury Technicznej i Turystyki Przemysłowej z 16 grudnia 2008 roku. Źródło: strona internetowa Urzędu Miejskiego w Zabrzu pod adresem <http://www.um.zabrze.pl> [dostęp 1 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

miejscu? Weź udział w konsultacjach społecznych! Wypełnij ankietę! Wyraź swoją opinię!”⁴⁰¹ informując o możliwości wypełnienia kwestionariusza elektronicznego lub jego wersji papierowej dostępnej w konkretnych punktach miasta. Internauci mogli także umieszczać wpisy na temat badanej propozycji, czego przykładem są następujące posty zwolenników ograniczenia ruchu: „Powinno się zamknąć III Aleję dla samochodowych wygodnisiów, a wpuścić komunikację miejską. Kto raz był na zachodzie Europy to potwierdzi ten fakt (...)”, „Uważam że powinno się zrobić tak: W III Alei (a najlepiej we wszystkich) powinien obowiązywać zakaz jazdy samochodów za wyjątkiem: rowerów, skuterów i motocykli, samochodów elektrycznych, taksówek, autobusów najlepiej tylko ekologicznych-niehałaśliwych (...)” czy też przeciwników ingerowania w ruch pojazdów na tej ulicy jak np.: „Jako mieszkanka Częstochowy, uważam że III aleja powinna być jak najbardziej aleją otwartą, tak jak w tym momencie. Jak wiadomo w III alei znajduje się masa kawiarenek, restauracji, zamknięcie jej mogło by oznaczać dość spore utrudnienia (...)”. Co ciekawe, administratorom udało się uzyskać wrażenie swobody wymiany poglądów na badany temat przy jednoczesnym zapewnieniu kultury językowej prowadzonej debaty, co być może uzyskano dzięki starannemu moderowaniu wpisów. Było to widoczne przy innych konsultowanych zagadnieniach, jak np. o wprowadzeniu nowych zasad gospodarki odpadami, gdzie mimo dużej liczby komentarzy⁴⁰² i różnorodnych poglądów prezentowanych podczas dyskusji nie odnotowano zarejestrowanych na stronie internetowej wulgaryzmów lub prób naruszania dóbr osobistych.

⁴⁰¹ Przykład prowadzenia konsultacji społecznych z wykorzystaniem strony internetowej Urzędu Miejskiego w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 26 września 2013 roku].

⁴⁰² Tekst z 2 listopada 2012 roku w zakładce „Konsultacje społeczne” zatytułowany: „Rewolucja śmieciowa!” informował, że „rozpoczęły się konsultacje społeczne, których celem jest poznanie opinii mieszkańców miasta Częstochowy na temat sposobu naliczania opłat za wywóz i gospodarkę odpadami oraz wybór najkorzystniejszego wskaźnika na podstawie którego zostanie ustalona stawka opłaty”. Po miesiącu przy materiale widoczne były 23 komentarze. Mimo emocjonalnej formy dyskusji przejawiającej się m.in. takimi wpisami jak: „Czy chcemy powrotu komunizmu w śmieciach? W jakich chorych głowach to się zrodziło. A może ustawodawcy nie o to chodziło aby urzędnik wybierał nam usługodawcę do wywozu śmieci” nie zanotowano poważniejszych naruszeń kultury debaty publicznej. Źródło: <http://konsultacje.czestochowa.pl> [dostęp 29 września 2013 roku].

W rozbudowanej formule dostępny był dział komunikacji zwrotnej określony jako „Platforma Komunikacji Społecznej” umieszczony w witrynie Urzędu Miejskiego w Katowicach. Rubryka zapowiadana odnośnikiem na stronie głównej podzielona była na zakładki tematyczne poświęcone np. inwestycjom, promocji miasta, infrastrukturze, polityce społecznej czy turystyce rowerowej. Sposób komunikacji wykorzystywał zasadę forum dyskusyjnego. Zastosowane w Katowicach rozwiązanie miało „na celu ułatwienie dialogu z mieszkańcami na temat projektów i przedsięwzięć realizowanych przez Miasto Katowice. W tym miejscu możesz zapoznać się z projektami i opisami najważniejszych przedsięwzięć podejmowanych przez Urząd Miasta Katowice oraz wypowiedzieć się na ich temat. Tematy poddawane pod dyskusję pojawiają się w postaci moderowanych wątków. Platforma jest administrowana przez pracowników Urzędu Miasta Katowice”. Jak widać jasno i wyraźnie zaznaczano, że forum dyskusyjne jest nadzorowane przez urzędników. Tłumacząc jego funkcjonowanie informowano ponadto, że „posty są dodawane po zaakceptowaniu przez moderatora danego wątku. Należy przy tym pamiętać, iż Platforma Konsultacji Społecznych nie służy do składania skarg i wniosków. Jest to forum wymiany opinii, mające ułatwiać urzędnikom podejmowanie decyzji w zgodzie z potrzebami społecznymi. Zanim wyślesz swoją wiadomość przeczytaj ją dokładnie i sprawdź czy wnosi coś do dyskusji oraz czy jest na temat”⁴⁰³.

Regulamin korzystania z forum Platformy Konsultacji Społecznych Urzędu Miasta Katowice jednoznacznie piętnował postępowanie niezgodne z netykieta precyzując jedenaście kategorii zachowań szczególnie uciążliwych. Administratorzy wskazali więc, że zabrania się (1) zamieszczania treści sprzecznych z prawem, uznanych powszechnie za naganne moralnie, społecznie niewłaściwe, (2) obrażania uczestników forum, (3) używania wyrazów uznawanych powszechnie za wulgarne, (4)

⁴⁰³ Zgodnie z regulaminem katowicka Platforma „umożliwia użytkownikom bezpłatne uczestnictwo w forum dyskusyjnym celu wymiany informacji, zamieszczania komentarzy i opinii na różne tematy. W celu pełnego uczestnictwa, umożliwiającego czynny udział w dyskusjach należy założyć własne konto użytkownika korzystając z mechanizmów udostępnianych przez Platformę”. Źródło: pkt 1 Regulaminu Platformy Konsultacji Społecznych Urzędu Miasta Katowice dostępny na stronie internetowej katowickiego magistratu pod adresem <https://www.katowice.eu> [dostęp 28 września 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

nawoływania do wszelkiej nienawiści (m. in. rasowej, wyznaniowej, etnicznej), propagowania przemocy, (5) rejestracji i funkcjonowania na forum pod więcej niż jednym pseudonimem, (6) umieszczania przez uczestników na łamach Platformy Konsultacji Społecznych wszelkich informacji reklamowych, (7) umieszczania wiadomości niezgodnych z tematyką wątku, (8) umieszczania tej samej informacji wielokrotnie, (9) cytowania innych fragmentów wypowiedzi niż te, do których się nawiązuje, (10) umieszczania przesadnie długich podpisów, (11) używania środków, mechanizmów lub programów przy połączeniu się ze stronami internetowymi Platformy Konsultacji Społecznych, które mogą powodować problemy i zakłócenia w funkcjonowaniu stron, używania narzędzi, których efektem pracy byłoby nadmierne obciążenie zdolności technicznych serwera. Katowicka Platforma Komunikacji Społecznej w porównaniu do narzędzi komunikacji zwrotnej oferowanych przez inne śląskie magistraty była wyjątkowo rozbudowana i uczęszczana przez użytkowników. Już strona tytułowa forum pozwalała stwierdzić, że znajdują się tam dziesiątki tematów, do których dopisano setki odpowiedzi, czytane przez internautów w tysiącach odsłon.

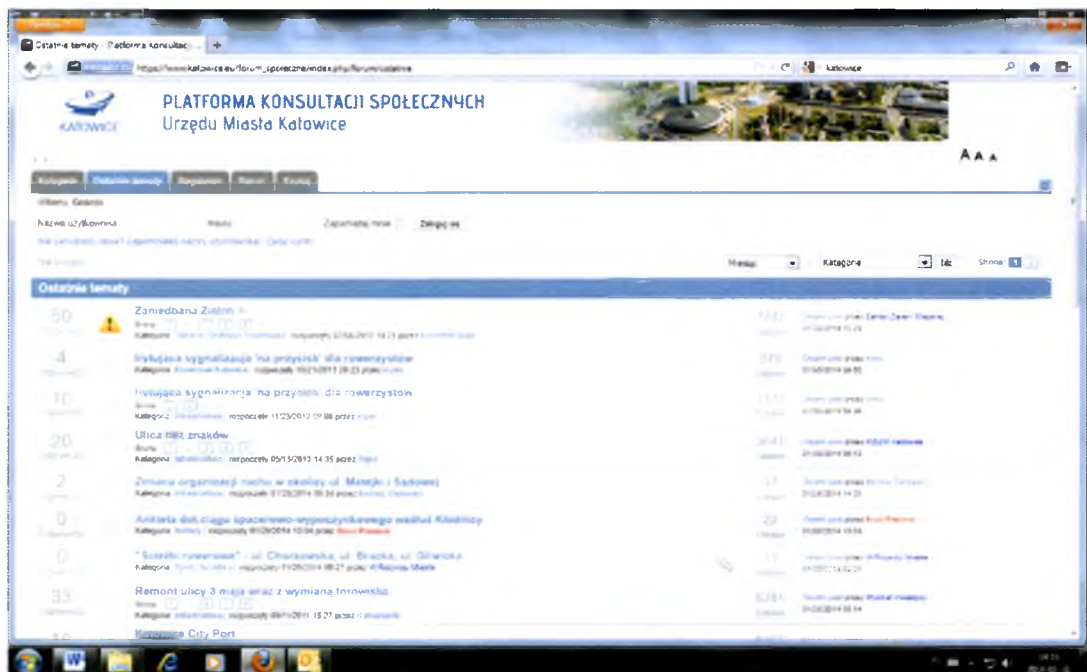
O społecznym zainteresowaniu projektem świadczy fakt, że zagadnienia z zakresu „Infrastruktury” podzielone zostały na 79 tematów zawierających 583 odpowiedzi, gdzie np. wątek „Przebudowa ulicy Ks. Piotra Skargi” wyświetlany był 5618 razy, „Wyburzanie budynków ul. Korfantego” obejrzano 2638 razy, a wątek „Wygląd i stan techniczny ulic” miał 3705 odsłon. Łącznie ze statystyk administratora wynikało, że na Platformie Komunikacji Społecznej umieszczono 2817 wiadomości na 464 tematy⁴⁰⁴. Platformę wykorzystywano również w celu formalnych konsultacji społecznych z organizacjami pozarządowymi⁴⁰⁵. W dziale „e-Urząd” na stronie

⁴⁰⁴ Liczba odsłon i odpowiedzi na Platformie Komunikacji Społecznej zgodna ze stanem na 30 września 2013 roku.

⁴⁰⁵ Jak poinformowano na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Katowicach sposób prowadzenia konsultacji „określa Uchwała nr XX/447/12 Rady Miasta Katowice z dnia 28 marca 2012 r. w sprawie szczegółowego sposobu konsultowania z Powiatową Radą Działalności Pożytku Publicznego w Katowicach lub organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami prowadzącymi działalność

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

internetowej Urzędu Miejskiego w Tychach opublikowano elektroniczny kwestionariusz ankietowy przeznaczony do badania poziomu aprobaty interesantów nie tylko wobec pracowników magistratu, lecz także form załatwiania spraw urzędowych za pośrednictwem narzędzi internetowych. Do badania włączono korespondencję wysyłaną pod adres poczty elektronicznej urzędników oraz składaną za pośrednictwem elektronicznej skrzynki podawczej. Ankietowani mogli ocenić czas oczekiwania na załatwienie sprawy, wypowiedzieć się o informacjach udzielonych przez pracownika oraz podać swoje zdanie o jakości usługi wyświadczonej przez poszczególne wydziały urzędu⁴⁰⁶.



Reprodukcja 46. Platforma Konsultacji Społecznych na stronie katowickiego magistratu.

pożytku publicznego projektów aktów prawa miejscowego”. Źródło: <https://www.katowice.eu> [dostęp 28 września 2013 roku].

⁴⁰⁶ Zakres badania realizowanego w projekcie pozyskania informacji o poziomie zadowolenia interesantów Urzędu Miejskiego w Tychach. Kwestionariusz ankietowy opublikowany był na stronie tyskiego magistratu pod adresem <http://www.umtychy.pl> [dostęp 1 października 2013 roku].

Nie na stronie głównej serwisu, lecz w rubryce „Urząd Miejski” umieszczono ankietę badającą poziom aprobaty wobec magistratu w Bielsku-Białej. Badanie uzasadniono następująco: „w trosce o podnoszenie jakości świadczonych usług oraz w celu jak najlepszego zaspokojenia potrzeb i oczekiwań mieszkańców chcielibyśmy poznać Państwa opinię na temat funkcjonowania Urzędu Miejskiego”⁴⁰⁷. Obok stałych formularzy mających służyć gromadzeniu i analizowaniu opinii interesantów, na samorządowych witrynach internetowych dostępne były kwestionariusze ankiet dotyczące jednorazowych projektów badawczych. Na stronie bytomskiego magistratu umieszczono np. także kwestionariusze „branżowe” adresowane do wyodrębnionych kategorii odbiorców jak np. „Ankieta dla właścicieli nieruchomości wielorodzinnej zamieszkałej przez więcej niż 30 mieszkańców” mająca zastosowanie do sondażu wykonywanego przed wejściem w życie ustawy z dnia 1 lipca 2011 roku o zmianie ustawy o utrzymaniu czystości i porządku w gminach oraz niektórych innych ustaw⁴⁰⁸. Jak podawali autorzy „Ankieta pozwoli ustalić jak najbardziej korzystny dla mieszkańców system odbierania odpadów komunalnych, a informacje w niej zawarte będą przydane do realizacji przez Gminę przetargu na odbieranie oraz zagospodarowanie odpadów komunalnych”⁴⁰⁹. Przykładem dedykowanych formularzy są również ankiety: „dla zarządców ogródków działkowych”, „dla zarządców cmentarzy” bądź „dla wspólnot mieszkaniowych i zarządców pojedynczych budynków” ze strony internetowej Urzędu Miejskiego w Bytomiu⁴¹⁰.

⁴⁰⁷ Ankieta „badania zadowolenia klientów” dostępna na stronie Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.um.bielsko.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

⁴⁰⁸ Nowelizacja ustawy o utrzymaniu czystości i porządku w gminach, która radykalnie zmieniła system gospodarki odpadami została opublikowana w Dz. U. z 2011 roku. Nr 152, poz. 897.

⁴⁰⁹ Ankieta przeznaczona „dla właścicieli nieruchomości wielorodzinnej zamieszkałej przez więcej niż 30 mieszkańców” opublikowana była na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Bytomiu pod adresem <http://www.bytom.pl> [dostęp 20 września 2013 roku].

⁴¹⁰ Wymienione kwestionariusze ankietowe opublikowano 21 września 2012 roku w serwisie internetowym Urzędu Miejskiego w Bytomiu pod adresem <http://www.bytom.pl> [dostęp 14 lutego 2013 roku].

Na stronach internetowych umieszczano też inne ankiety skierowane do konkretnych grup adresatów, jak np. w Dąbrowie Górniczej, gdzie informowano: „w związku z podjęciem przez Prezydenta Miasta Dąbrowy Górniczej działań zmierzających do utworzenia w gminie Dąbrowa Górnicza Domu Pomocy Społecznej dla Osób Niepełnosprawnych Intelktualnie przedkładamy Państwu niniejsza ankietę (...)”. Ankieta dedykowana opiekunom osób niepełnosprawnych przygotowana była „w celu zdiagnozowania potrzeby niepełnosprawnych mieszkańców Dąbrowy Górniczej w zakresie utworzenia na terenie miasta Domu Pomocy Społecznej dla Osób Niepełnosprawnych”, a po jej wypełnieniu uczestnik badania miał ją dostarczyć pod adres Miejskiego Ośrodka Pomocy Społecznej w Dąbrowie Górniczej.

Badania opinii publicznej włączano w proces komunikowania projektów mogących budzić kontrowersje wśród społeczności lokalnej jak np. realizacja prac ziemnych powodujących utrudnienia w ruchu.. Stosowano w tym celu również prezentacje internetowe samorządów, gdzie zamieszczano stosowne kwestionariusze ankietowe jak np. w Dąbrowie Górniczej. Tam użytkownicy oficjalnej strony Urzędu Miejskiego mogli przeczytać: „zapraszamy Państwa do wypełnienia ankiety dotyczącej Projektu pn. „Uporządkowanie gospodarki wodno-ściekowej w gminie Dąbrowa Górnicza. Czekamy na Państwa uwagi, opinie i oceny. Pomoże nam to usprawnić naszą pracę. Mamy nadzieję, że wyniki ankiety pokażą nam, jakie są Państwa oczekiwania, co do prowadzonych prac przez Jednostkę Realizującą Projekt (JRP)”⁴¹¹. Autorzy zaznaczali, że „ankieta pozwoli nam poprawić i wyeliminować ewentualne błędy”. Na stronach internetowych magistratów publikowano także kwestionariusze ankietowe do badań wykonywanych przez redakcje tytułów prasy samorządowej. Przykład takiego działania ze strony Urzędu Miejskiego w Gliwicach: „Redakcja „Małego Misia” czyli Oświatowego Miejskiego Serwisu Informacyjnego zachęca dzieci z klas I – III do wzięcia udziału w badaniu dotyczącym świadomości i zachowań konsumenckich”. Po pobraniu formularza „ankietę dostępną na stronie

⁴¹¹ Ankieta dotycząca projektu pod nazwą „Uporządkowanie gospodarki wodno - ściekowej w gminie Dąbrowa Górnicza”. Plik umieszczony 6 sierpnia 2009 roku na stronie internetowej Dąbrowy Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 29 września 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

www.gliwice.eu w dziale „Aktualności” (pod informacją „Ankieta Oświatowego MSI”) należy wydrukować, wypełnić i złożyć w zaklejonej kopercie w sekretariacie Wydziału Kultury i Promocji Miasta Urzędu Miejskiego w Gliwicach⁴¹².

W województwie śląskim na stronach samorządowych miast na prawach powiatu umieszczane były również projekty badawcze o zasięgu ponadregionalnym. Przykładem jest inicjatywa Stowarzyszenia „Pracownia Obywatelska” pod nazwą „Nowe technologie dla organizacji obywatelskich”, która finansowana jest „ze środków Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej w ramach Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. Partnerem publicznym projektu jest Gmina Miejska Kraków reprezentowana przez Wydział Spraw Społecznych Urzędu Miasta Krakowa – Referat Miejskiego Ośrodka Wspierania Inicjatyw Społecznych”. Do udziału w tym projekcie zachęcano użytkowników strony Urzędu Miejskiego w Jastrzębiu Zdroju tekstem pt. „Badanie ankietowe - Wykorzystywanie nowych technologii przez polskie organizacje pozarządowe” opublikowanym wraz z elektroniczną wersją kwestionariusza ankietowego⁴¹³.

Strony internetowe śląskich magistratów udostępniane były ponadto instytucjom prowadzącym własne badania opinii społecznej z zakresu swej działalności. Dotyczy to m.in. policji zaangażowanej w realizację programów poprawy bezpieczeństwa. Stąd na witrynie jaworznickiego Urzędu Miejskiego można było przeczytać: „Komenda Miejska Policji w Jaworznie rozpoczęła kolportaż ankiet dotyczących pracy dzielnicowych. Badanie pozwoli mieszkańcom miasta na swobodną i anonimową wypowiedź na temat pracy policjantów pierwszego kontaktu. Zebrane w ten sposób opinie pomogą w lepszej organizacji pracy funkcjonariuszy oraz na wprowadzenie ewentualnych zmian i usprawnienie działań formacji

⁴¹² Informacja dotycząca badania wykonywanego przez redakcję periodyku samorządowego „Oświatowy Miejski Serwis Informacyjny” opublikowana 17 listopada 2011 roku na oficjalnej stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Gliwicach pod adresem <https://gliwice.eu> [dostęp 30 września 2013 roku].

⁴¹³ Materiał z 11 września 2013 roku dotyczący badania kierowanego do organizacji pozarządowych z całej Polski opublikowany na stronie Urzędu Miejskiego w Jastrzębiu Zdroju pod adresem <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp 29 września 2013 roku].

odpowiedzialnych za ład publiczny (...). Internauta miał możliwość wydrukowania formularza ankiety, którą należało następnie dostarczyć do urny umiejscowionej w Urzędzie Miejskim w Jaworznie⁴¹⁴. W Rybniku strona samorządowa pozwalała uczestniczyć np. w projekcie prowadzonym pod patronatem prezydenta miasta przez członków Koła Inicjatyw Studenckich działającego przy Rybnickim Ośrodku Naukowo-Dydaktycznym Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach przy współpracy Studenckiego Koła Naukowego Linuksa i Wolnego Oprogramowania działającego przy Politechnice Śląskiej. Badanie to poświęcone było postrzeganiu miasta przez mieszkańców. Jak podano w komunikacie umieszczonym na oficjalnej stronie internetowej Rybnika: „w specjalnie przygotowanej ankiecie studenci zbadają opinię społeczeństwa na temat miasta Rybnika. Respondenci będą mogli wyrazić swoje zdanie m.in. na temat bezpieczeństwa w Rybniku, działania instytucji administracji publicznej, bazy oświatowej, działania komunikacji miejskiej, organizowanych imprez kulturalnych, a także wyrazić swoje oczekiwania co do obiektów użyteczności publicznej, które ich zdaniem mogłyby powstać na terenie miasta (...).”⁴¹⁵.

Witryna rybnickiego samorządu stanowiła również przykład informowania mieszkańców o badaniach opinii publicznej, które przygotowywane były do realizacji na terenie miasta przez zewnętrzne podmioty badawcze do których należał Urząd Statystyczny w Katowicach. Na stronie samorządu przekazano wiadomość, że „od 1 czerwca do 8 lipca br. na terenie całego kraju zostanie przeprowadzone badanie struktury gospodarstw rolnych na formularzu R-SGR. Badanie będzie realizowane metodą reprezentacyjną, co oznacza, że spośród wszystkich gospodarstw w

⁴¹⁴ Aktorzy kwestionariusza ankietowego zwracali się do mieszkańców „z uprzejmą prośbą o ustosunkowanie się do pytań poniższej anonimowej ankiety, której podstawowym celem jest możliwość wypowiedzenia się na temat swoich dzielnicowych. Wypowiedź ta będzie stanowić materiał do ich oceny, dlatego też prosimy o udzielenie dziesięciu szczerych odpowiedzi”. Akcja „Oceń swojego dzielnicowego” prowadzona od 10 września 2009 roku na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Jaworznie pod adresem <http://www.um.jaworzno.pl> [dostęp 19 września 2013 roku].

⁴¹⁵ Fragment tekstu „A Ty, co myślisz o Rybniku?” zachęcającego do udziału w badaniu opinii publicznej na temat poziomu aprobaty wobec życia w mieście z 21 marca 2012 roku na stronie internetowej Rybnika pod adresem <http://www.rybnik.pl> [dostęp 1 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

województwie śląskim została wylosowana próba 12% wynosząca ok. 11 tys. gospodarstw (...)⁴¹⁶. Jako załącznik wiadomości umieszczono ulotkę informacyjną oraz przekierowanie do szerszych danych na temat badania dostępnych na stronie Urzędu Statystycznego w Katowicach.

Celem umieszczania formularzy ankiet było nie tylko zdobycie danych dotyczących opinii respondentów na temat podlegającego badaniu zagadnienia, ale także pozyskanie informacji dotyczących samych ankietowanych. Tak było np. w przypadku bazy danych organizacji pozarządowych tworzonej i aktualizowanej przez magistrat w Świętochłowicach. Zbiór ten powstał „na podstawie ankiet dobrowolnie wypełnionych przez organizacje działające na terenie Świętochłowic. Dzięki ankiecie Wydział Kultury, Sportu i Spraw Społecznych będzie miał możliwość bezpośredniego skontaktowania się z organizacjami w istotnych dla nich sprawach”⁴¹⁷. Przedstawiciele organizacji i stowarzyszeń działających w mieście mogli więc w ten sposób współtworzyć urzędową bazę danych.

Stosunkowo rzadko organizatorzy projektów z zakresu badań socjologicznych dysponując stroną internetową urzędu miejskiego w praktyce ignorowali możliwości komunikacji zwrotnej zapewniane przez cyberprzestrzeń. Ograniczali się wówczas do suchego przekazywania informacji o prowadzonych badaniach bez udostępniania ankiety chociażby w formie pliku do pogrania. Tak było np. w przypadku weryfikacji jakości obsługi interesantów przez pracowników Urzędu Miejskiego w Piekarach Śląskich. Zainteresowani mogli przeczytać o tym badaniu w tekście pt. „Ankieta oceny działalności UM” opublikowanym na stronie samorządu Piekar Śląskich, gdzie znajdowała się następująca instrukcja: „ankieta ma charakter anonimowy i jest sformułowana w ośmiu pytaniach zamkniętych (należy wybrać jedną z odpowiedzi).

⁴¹⁶ Informacja z tekstu „Badanie gospodarstw rolnych” opublikowanego 27 maja 2013 roku na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Rybniku pod adresem <http://www.rybnik.pl> [dostęp 1 października 2013 roku].

⁴¹⁷ Fragment wstępu otwierającego dział z kwestionariuszem ankietowym przeznaczonym dla organizacji pozarządowych. Materiał opublikowano na oficjalnej stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Świętochłowicach pod adresem <http://www.swietochlowice.pl> [dostęp 1 października 2013 roku].

Ankiety można pobrać i wypełnić w Punktach Informacji i Obsługi Mieszkańców w budynkach Urzędu Miasta przy ulicy Bytomskiej 84 i 92⁴¹⁸. Samorządowe prezentacje w internecie pozwalały także na upowszechnianie wiadomości o planowanych konsultacjach społecznych bez jednoczesnego udostępniania narzędzi badawczych. Przykładem jest wiadomość na stronie Urzędu Miejskiego w Siemianowicach Śląskich, gdzie podano, że „w przyszłym roku czeka nas mała rewolucja w budżecie miasta. Chodzi dokładnie o jedną pozycję, dotyczącą inwestycji, którą wybiorą sami mieszkańcy. Kilku słów wyjaśnień udzielił Prezydent Miasta Jacek Guzy. – Z jednej strony budżet miasta zaczął być konstruowany, z drugiej cały czas z moimi zastępcami zastanawiamy się nad większym zaangażowaniem mieszkańców w życie miasta. W końcu wiele mówi się o budowie społeczeństwa obywatelskiego, również Siemianowice Śląskie wkomponowują się w ten trend (...)”. Zapowiedź prowadzenia konsultacji nad budżetem obywatelskich umieszczona w dziale „aktualności” stanowiła w procesie komunikowania element powiadamiający osoby zainteresowane, lecz nie była fragmentem samych procedur badawczych.

Zdarzały się rubryki dedykowane konsultacjom społecznym, które zapewne nie były stworzone dla potrzeb projektów badawczych, ponieważ nie zostały wyposażone w specjalistyczne narzędzia w postaci np. elektronicznych wersji formularzy ankietowych. Tak było m.in. w Rudzie Śląskiej, gdzie rubryka „Dialog z mieszkańcami” umieszczona była w zakładce „Urząd Miejski” i zawierała następujące działy: „Zadaj pytanie”, „Spotkania z mieszkańcami” oraz „Konsultowanie projektów aktów prawa miejscowego”. Pierwszy dział zawierał wybrane adresy poczty elektronicznej (prezydenta miasta, kancelarii Rady Miasta oraz Wydziału Komunikacji Społecznej i Promocji Miasta), pod które, jak poinformowano użytkowników: „można zgłaszać także uwagi dotyczące funkcjonowania niniejszego serwisu internetowego”.

⁴¹⁸ W tekście informowano, że „decyzją Prezydenta Miasta Stanisława Korfanteo wprowadzona została w urzędzie ankieta oceny działalności Urzędu Miasta Piekary Śląskie. Celem wprowadzenia ankiety jest zapewnienie sprawnej i profesjonalnej obsługi mieszkańców i starannego wykonywania zadań publicznych przez Urząd Miasta Piekary Śląskie oraz tworzenie warunków stałego rozwoju”. Źródło: „Ankieta oceny działalności UM” pod adresem <http://piekary.pl> [dostęp 30 września 2013 roku].

Dział poświęcony spotkaniom z mieszkańcami zawierał obszerne, bo liczące ok. 5 tys. znaków relacje typu: „chodniki, drogi i parkingi zdominowały dzisiejsze spotkanie prezydent miasta z mieszkańcami Halemby. Nie obyło się również bez pytań o rondo, którego uchwalona niedawno przez radnych nazwa wzbudza wiele kontrowersji wśród mieszkańców. - Czy sprawa nazwy ronda przy ul. 1 Maja i Halembskiej jest już przesądzona? – pytał jeden z mieszkańców (...)”⁴¹⁹. Natomiast dział poświęcony konsultowaniu projektów aktów prawa miejscowego zawierał informację: „Strona o podanym adresie nie istnieje”⁴²⁰.

Opisując formy komunikacji zwrotnej warto wskazać na stronę katowickiego magistratu, gdzie funkcjonowało forum oznaczone określeniem „Księga gości”. Umieszczono tam ponad 100 wpisów datowanych od 2 stycznia 2010 roku do 31 maja 2011 roku, kiedy to nagle nastąpiła przerwa w publikacji opinii internautów. Taki stan panował do zakończenia badanego okresu w roku 2013. Wśród zarchiwizowanych wpisów znalazły się także niezbyt wygodne dla magistratu opinie użytkowników typu: „Rzeczywiście miasto jest brudne nawet niedaleko Urzędu Miejskiego. Nie wiem czy to nie przeszkadza Prezydentowi Uszokowi ? Proszę choć raz sprawdzić ile brudu jest na ul.3 Maja np. w niedzielę rano ! Wstyd !!”⁴²¹, „Chciałabym wiedzieć, kto jest odpowiedzialny za porządek na „Rondzie Mikołowskim” (Chyba nazywa się Gen. Maczka). Codziennie chodzą tam ludzie do pracy a tam mnóstwo szkła, butelek, papierów. Poza tym nikt tego nie odśnieża(...)”⁴²² bądź „Chciałabym sprawdzić

⁴¹⁹ Fragment tekstu pt. „Dziś Halemba, jutro Bielszowice” z 15 kwietnia 2013 roku opublikowanego w rubryce „Dialog z mieszkańcami” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl> [dostęp 30 września 2013 roku].

⁴²⁰ Stan na 2 października 2013 roku.

⁴²¹ Wpis w „Księdze gości” na stronie katowickiego magistratu pod adresem <http://www.katowice.eu> datowany na 1 kwietnia 2011 roku, godz. 23:02.

⁴²² Wpis w „Księdze gości” na stronie katowickiego magistratu pod adresem <http://www.katowice.eu> datowany na 19 stycznia 2011 roku, godz. 8:48.

oświadczenie majątkowe p. prezydenta, ale jakimś cudem ktoś zapomniał umieścić tak drobnej sprawy na stronie bipu... może tak specjalnie na czas wyborów???"⁴²³.

4.3. Rubryki usprawniające kontakt internauty z administracją publiczną na stronach urzędów miejskich

Zazwyczaj rubryki umożliwiające nawiązanie relacji zwrotnej oznaczone jako „kontakt” zawierały formularz elektroniczny zawierający miejsce na wpisanie imienia i nazwiska interesanta, jego adresu poczty internetowej oraz treści pytania. Niekiedy użytkownicy przed wysłaniem formularza spotykali się także z prośbami o wykonanie dodatkowych czynności typu: „w celu utrudnienia rozsyłania spamu przez automaty, proszę rozwiązać proste zadanie matematyczne. Dla przykładu: 2+1 daje 3. Zadanie matematyczne: 7+7+5 daje:”⁴²⁴. Rubryki kontaktowe zawierały także elektroniczną wersję spisu telefonów do pracowników urzędu, a także adres i numery telefonów do centrali magistratu. Zdarzały się także cyfrowe spisy wydziałów zawierające ich symbole, miejsca i godziny urzędowania, dane teled adresowe, a nawet fotokody⁴²⁵, umiejscowienie na mapie i współrzędne geograficzne.

Na stronach samorządów w rubryce kontakt upowszechniono ponadto numery kont bankowych wraz z elektroniczną skrzynką podawczą, a także dane teled adresowe kierownictwa urzędu⁴²⁶. Zdjęciom budynków magistrackich towarzyszyły także takie

⁴²³ Wpis w „Księdze gości” na stronie katowickiego magistratu pod adresem <http://www.katowice.eu> datowany na 1 grudnia 2010 roku, godz. 11:34.

⁴²⁴ Opis do formularza kontaktowego umieszczonego na stronie Urzędu Miejskiego w Żorach pod adresem <http://www.zory.pl> [dostęp 3 stycznia 2013 roku].

⁴²⁵ Fotokody stanowią element usługi polegającej „na prostym i szybkim dostępie do treści multimedialnych przez telefon komórkowy. Fotokod jest małym czarno-białym obrazkiem w kratkę. W obrazku tym zakodowane są informacje, np. link internetowy. Dzięki temu po jego odczytaniu za pomocą aplikacji w telefonie komórkowym (z aparatem fotograficznym) zostajemy skierowani na ten link i możemy się zapoznać z interesującą nas treścią. Najczęstszymi typami są kody QR i DataMatrix”. Źródło: <http://kody-qr.eu> [dostęp 3 stycznia 2013 roku].

⁴²⁶ Dane takie figurują np. na stronie Urzędu Miejskiego w Zabrzu pod adresem <http://www.um.zabrze.pl> [dostęp 3 stycznia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

dane jak spisy wydziałów mieszczących się w tych pomieszczeniach oraz wydziałów zamiejscowych, wyszukiwarki pracowników, przewodniki po instytucjach miejskich⁴²⁷ czy instytucjach funkcjonujących w mieście⁴²⁸. Zagadnieniu utrzymywania relacji z interesantami poświęcone były także informacje dotyczące możliwości kontaktu z kierownictwem magistratu jak np. precyzyjnie sformułowana informacja na stronie Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej: „w każdy drugi wtorek miesiąca, wyznaczony zastępca Prezydenta Miasta, przyjmuje mieszkańców w ramach skarg i wniosków w godzinach od 16:00 do 17:00. Osoby, które chcą się spotkać osobiście z Prezydentem Miasta lub jego Zastępcami proszone są o uzgodnienie terminu telefonicznie lub osobiście. Sekretarz Miasta, Skarbnik Miasta oraz kierownicy poszczególnych komórek organizacyjnych przyjmują strony codziennie w godzinach pracy”⁴²⁹.

W obszarze dedykowanym kontaktowi z internautami umieszczano także dane dotyczące np. funkcjonowania centrum zarządzania kryzysowego. Zwyczajowo jednak informacje kontaktowe obejmowały adres magistratu, numer NIP czy Regon, godziny pracy, spis kont bankowych, dane dotyczące numerów telefonów i adresów poczty elektronicznej pracowników oraz informacje o strukturze organizacyjnej urzędu. Zwracano przy tym uwagę na użyteczność konkretnych informacji, czyli jeśli np. podawano czas pracy urzędników, to z podziałem na konkretne dni oraz z

⁴²⁷ Przykład stanowi strona Urzędu Miejskiego w Tychach, gdzie były to: Dzienny Dom Pomocy Społecznej "Wrzos", Miejska Biblioteka Publiczna, Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej, Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji, Miejski Zarząd Budynków Mieszkalnych, Miejski Zarząd Komunikacji, Miejski Zarząd Oświaty, Miejski Zarząd Ulic i Mostów, Miejskie Centrum Kultury, Teatr Mały, Muzeum Miejskie w Tychach, Ośrodek Usług Opiekuńczo-Wychowawczych, Pracownia Planowania Przestrzennego i Architektury, SP ZOZ Żłobek Miejski, Tyski Zakład Usług Komunalnych. Źródło: <http://www.umtychy.pl> [dostęp 3 stycznia 2013 roku].

⁴²⁸ Ponownie analizując stronę Urzędu Miejskiego w Tychach należy wskazać na: Powiatowy Inspektorat Nadzoru Budowlanego, Powiatowy Urząd Pracy, Powiatowy Zespół do Spraw Orzekania o Niepełnosprawności, Powiatowa Stacja Sanitarno-Epidemiologiczna, Urząd Skarbowy w Tychach, Komenda Miejska Policji w Tychach, Komenda Miejska Straży Pożarnej w Tychach, Zakład Ubezpieczeń Społecznych, Narodowy Fundusz Zdrowia. [dostęp 3 stycznia 2013 roku].

⁴²⁹ Informacja z rubryki „kontakt” na stronie Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl> [dostęp 21 stycznia 2013 roku].

uwzględnieniem struktury organizacyjnej jak na stronie Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej: „urzednicy pracują do 15.30, a w poniedziałki i czwartki pełnią dyżury do 17.00. Płatności możemy regulować w kasie od 7.30 do 15.00, a w poniedziałki i czwartki do 16.30”⁴³⁰. W części urzędów rubryka „kontakt” nie figurowała na stronie głównej, lecz dostępna była w konkretnych zakładkach i zapewniała dostęp do urzędników istotnych z punktu widzenia internautów korzystających z tych obszarów cyberprzestrzeni. I tak np. w Świętochłowicach w zakładce „inwestor” umieszczono dane teleadresowe do p.o. Naczelnika Wydziału Gospodarki Nieruchomościami, ale już w rubryce „urząd miejski” można było znaleźć jedynie „kontakt dla mediów” zawierający numery telefonów stacjonarnych oraz adresy poczty elektronicznej do rzecznika prasowego oraz pracownika biura prasowego⁴³¹. Podobna sytuacja występowała w przypadku serwisu Urzędu Miejskiego w Jaworznie, gdzie rubryka „kontakt” przenosiła do m.in. Referatu Polityki Gospodarczej i Obsługi Inwestorów Wydziału Rozwoju i Polityki Gospodarczej, który udostępniając dokument do pobrania, wydrukowania, wypełnienia i wysłania pocztą tradycyjną zachęcał: „Planujesz inwestycję na terenie miasta i szukasz dogodnej lokalizacji? Wypełnij załączony FORMULARZ i prześlij na adres: Urząd Miejski w Jaworznie”⁴³².

Niekiedy rubryka zawierająca dane do informacji użyteczne w celu nawiązania kontaktu umieszczana była nie pod prostą nazwą „kontakt”, lecz np.: „Struktura organizacyjna Urzędu Miasta”⁴³³. W Mysłowicach internautom także nie udawało się znaleźć rubryki „kontakt”, ale dane zwyczajowo publikowane w takich miejscach

⁴³⁰ Opis sposobu załatwiania spraw urzędowych na stronie Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 16 grudnia 2012 roku].

⁴³¹ Rubryka „kontakt” na stronie Urzędu Miejskiego w Świętochłowicach pod adresem <http://www.swietochlowice.pl> [dostęp 4 stycznia 2013 roku].

⁴³² Informacje dostępne na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Jaworznie pod adresem <http://www.um.jaworzno.pl> [dostęp 21 stycznia 2013 roku].

⁴³³ Zgromadzone zasoby teleadresowe opublikowane były w ten sposób na stronie Urzędu Miejskiego w Siemianowicach Śląskich pod adresem <http://www.um.siemianowice.pl> [dostęp 4 stycznia 2013 roku].

dostępne były po kliknięciu na zakładkę „Urząd Miasta”, a następnie wybraniu rubryki np. „Informacje Ogólne”⁴³⁴. Mieszkańcy Chorzowa chcąc uzyskać dane upowszechniane w rubryce „kontakt” odwiedzić musieli zakładkę „Dla mieszkańca”, a następnie „Urząd Miasta”, aby później otworzyć katalog pt. „Dane teleadresowe UM”⁴³⁵. Użytkownicy strony internetowej gliwickiego magistratu po wprowadzeniu hasła „kontakt” w wewnętrzną wyszukiwarkę umieszczoną na stronie uzyskiwali m.in. namiary teleadresowe rzecznika prasowego, dane Referatu Prasowego Urzędu Miejskiego w Gliwicach oraz „kontakt do wydziałów Sądu Rejonowego w Gliwicach”⁴³⁶. Natomiast podobne wyszukiwanie na stronie magistratu w Częstochowie przynosiło dane teleadresowe do Częstochowskiej Organizacji Turystycznej, Rad Dzielnic, Biura Organizacyjnego I Światowego Kongresu Częstochowian, a także redakcji portalu współprowadzonego przez: Wydział Kultury, Promocji i Sportu Urzędu Miasta Częstochowy (koordynacja redakcyjna portalu), Biuro Prasowe Urzędu Miasta Częstochowy (redakcja działu „aktualności”, kontakt z mediami), Miejskie Centrum Informacji Turystycznej Wydziału Kultury, Promocji i Sportu Urzędu Miasta Częstochowy (kalendarz wydarzeń, informacja turystyczna, miejska, samorządowa) oraz redakcji technicznej sprawowanej przez Biuro Informatyki Wydziału Nadzoru i Administracji⁴³⁷.

Na uwagę zasługuje zawartość rubryki kontaktowej na stronie Urzędu Miejskiego w Rybniku, gdzie udostępniono możliwość pobrania logotypów serwisu miejskiego „Rybnik.eu” w różnych formatach wraz z księgą tożsamości zawierającą budowę, symbolikę i przekaz znaku „Rybnik. Miasto z ikrą”. Obok danych

⁴³⁴ Opisany system nawigacji zastosowano na stronie Urzędu Miasta w Mysłowicach pod adresem <http://www.myslowice.pl> [dostęp 21 stycznia 2013 roku].

⁴³⁵ Zasoby teleadresowe publikowane na stronie Urzędu Miejskiego w Chorzowie pod adresem <http://www.chorzow.um.gov.pl> [dostęp 23 stycznia 2013 roku].

⁴³⁶ Wyniki uzyskane w wewnętrznej wyszukiwarce na stronie Urzędu Miejskiego w Gliwicach pod adresem www.gliwice.eu [dostęp 24 stycznia 2013 roku].

⁴³⁷ Wyniki wyszukiwania na stronie internetowej Urzędu Miasta w Częstochowie pod adresem <http://www.czestochowa.pl> [dostęp 24 stycznia 2013 roku].

kontaktowych, numerów kont bankowych i fotografii magistratu udostępniono tam również dane do redakcji serwisu internetowego Rybnika wraz z formularzem kontaktowym, z którego korzystanie promowano następująco: „zapraszamy do dzielenia się z nami opiniami czy problemami związanymi z naszym serwisem. Które działy należałoby rozszerzyć? Jakie nowe dodać? A może usunąć któreś z istniejących?”⁴³⁸. Interesującym rozwiązaniem uzupełniającym sferę dedykowaną kontaktowi z użytkownikami stron internetowych była rubryka „Mieszkańcy pytają, rzecznik odpowiada” umieszczona w serwisie Urzędu Miejskiego w Piekarach Śląskich, gdzie rzecznik prasowy proponował: „Szanowni Czytelnicy, Drodzy mieszkańcy, różnymi drogami docierają do mnie Wasze pytania - ciągle otrzymuję maile i odbieram telefony, z prośbami, by wyjaśnić nurtujące Was kwestie. "Dlaczego jest tak, a nie inaczej", "Czy to prawda, że ...", "Czy to prawda, co przeczytaliśmy w dzisiejszej gazecie ..." - tak zaczynają się najczęściej Wasze listy do mnie. Dlatego postanowiłem znaleźć miejsce, w którym mógłbym odpowiadać na Wasze pytania i wyjaśnić wszystkie kwestie, o które pytacie. Zachęcam gorąco, by pisać do mnie listy - zarówno pocztą tradycyjną, jak i internetową - i pytać o wszystkie sprawy, związane z działalnością Urzędu Miasta. Mam nadzieję, że uda mi się wyjaśnić wszystkie wątpliwości. Czekam na Wasze listy. Artur Madaliński. Rzecznik Prasowy Urzędu Miasta Piekary Śląskie”⁴³⁹.

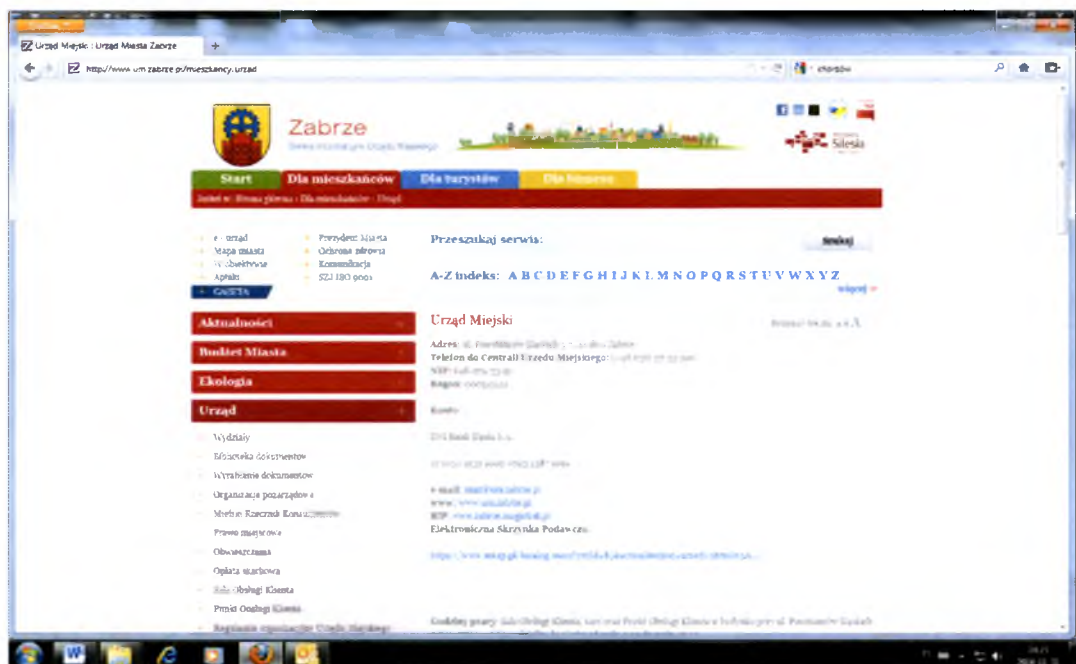
Przykład typowego narzędzia komunikacyjnego podanego jednak w nieco niechlujnej formie językowej to formularz kontaktowy, który znajdował się na stronie Urzędu Miejskiego w Katowicach. Informowano tam internautów: „Jesteśmy zainteresowani Twoją opinią. Jeżeli **jeseś zainteresowyn** otrzymaniem odpowiedzi na wysłaną wiadomość prosimy o podanie **poprewnych** danych kontaktowych (m.in.

⁴³⁸ Rubryka zawierająca dane kontaktowe Urzędu Miejskiego w Rybniku umieszczona pod adresem <http://www.rybnik.pl> [dostęp 4 stycznia 2013 roku].

⁴³⁹ Apel rzecznika prasowego umieszczono w serwisie Urzędu Miejskiego w Piekarach Śląskich pod adresem <http://piekary.pl> [dostęp 21 stycznia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

adres poczty elektronicznej)⁴⁴⁰. Podobnych błędów uniknęły osoby redagujące serwis np. Urzędu Miejskiego w Gliwicach, gdzie umieszczono formularz kontaktowy zawierający cztery wymagane pola, czyli imię i nazwisko nadawcy, jego adres poczty elektronicznej, wiadomość dla urzędników oraz zabezpieczenie antyspamowe w postaci kodu widniejącego na obrazku⁴⁴¹.



Reprodukcja 47. Rubryka kontaktowa zabrzańskiego magistratu.

Możliwość przesłania wraz z formularzem kontaktowym dodatkowych załączników przewidziano m.in. w Urzędzie Miejskim w Dąbrowie Górniczej. Tam również zastosowano model zaznaczenia opcji kontaktu zwrotnego z nadawcą⁴⁴². W

⁴⁴⁰ Zachowano pisownię oryginalną w wersji upowszechnionej na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Katowicach pod adresem <http://www.katowice.eu/pl/urząd-miasta/napisz-do-nas.htm> [dostęp 21 stycznia 2013 roku].

⁴⁴¹ Formularz kontaktowy pt. „Zadaj pytanie” dostępny na stronie Urzędu Miejskiego w Gliwicach pod adresem www.gliwice.eu [dostęp 24 stycznia 2013 roku].

⁴⁴² Użyteczności formularza kontaktowego umieszczonego na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl/kontakt.html> [dostęp 24 stycznia 2013 roku].

serwisie bytomskiego magistratu formularz kontaktowy umieszczono na stronie głównej pod ikoną przedstawiającą słuchawkę telefonu, chociaż nie był to oczywiście ani telefon internetowy ani komunikator⁴⁴³. Niekiedy obok chęci poznania opinii użytkowników lub spraw zgłaszanych przez interesantów deklarowany cel umieszczenia formularzy kontaktowych precyzowano jako np. „zgłoś błąd” na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej.

4.4. Rubryki usprawniające kontakt internauty z administracją publiczną na stronach starostw powiatowych

Rubryka kontaktowa na stronach internetowych powiatów ziemskich nie odbiegała zbyt od zawartości podobnych katalogów publikowanych na stronach powiatów grodzkich. Można więc było tam znaleźć dane teleadresowe konkretnego starostwa powiatowego, godziny urzędowania, numery NIP czy Regon, numery kont bankowych⁴⁴⁴, a także adresy poczty elektronicznej urzędników odpowiedzialnych za merytoryczną oraz techniczną sferę funkcjonowania serwisów internetowych. Podział taki zastosowano m.in. na stronie powiatu będzińskiego, gdzie rozróznilo „kontakt w sprawach merytorycznych odnośnie [www: rzecznik@powiat.bedzin.pl](mailto:rzecznik@powiat.bedzin.pl)” oraz „kontakt w sprawach technicznych odnośnie [www: webmaster@powiat.bedzin.pl](mailto:webmaster@powiat.bedzin.pl)”⁴⁴⁵. Zakładka kontaktowa stanowiła niekiedy miejsce ekspozycji wszystkich danych teleadresowych zawierających imiona i nazwiska pracowników, ich numery telefonów, adresy poczty

⁴⁴³ Formularz kontaktowy na stronie Urzędu Miejskiego w Bytomiu pod adresem <http://www.bytom.pl> [dostęp 24 stycznia 2013 roku].

⁴⁴⁴ Spis kont bankowych w użytecznej dla internautów formule uwzględniającej podział na opłaty komunikacyjne, karty parkingowe, opłaty za wieczyste użytkowanie gruntu czy opłaty geodezyjne opublikowano w rubryce „kontakt” na stronie Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 25 stycznia 2013 roku]. Związała formułę z podziałem na rachunek bieżący budżetu, rachunek depozytowy i rachunek dochodów Skarbu Państwa zastosowano na stronie Starostwa Powiatowego w Gliwicach pod adresem <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 10 maja 2013 roku].

⁴⁴⁵ Informacja z rubryki „kontakt” na stronie Starostwa Powiatowego w Będzinie pod adresem <http://www.starostwo.bedzin.pl> [dostęp 25 stycznia 2013 roku].

elektronicznej czy numery pokojów. W przypadku strony internetowej Starostwa Powiatowego w Lublińcu całość takich danych uzupełniała, pełniąc wyłącznie funkcję ilustracyjną, fotografia urzędniczek z sali przyjęć interesantów⁴⁴⁶.

W części powiatów ziemskich rubryka złożona była z kolejnych podstron. Tak było np. w serwisie mikołowskiego Starostwa Powiatowego, gdzie po użyciu banneru „kontakt” możliwe było wybranie opcji „mapa dojazdu” oraz „dane teleadresowe”, które następnie obok prezentacji adresów i godzin urzędowania zawierały kolejną podstronę „książka telefoniczna Starostwa”⁴⁴⁷. Rubryka „kontakt” była też miejscem lokalizacji linków elektronicznej skrzynki podawczej starostwa czy Biuletynu Informacji Publicznej jak m.in. na witrynie administrowanej przez Starostwo Powiatowe w Kłobucku⁴⁴⁸. Nietypowe rozwiązanie zastosowano w prezentacji internetowej Starostwa Powiatowego w Pszczynie, gdzie strona główna była zarazem typową rubryką „kontakt” zawierającą adres, godziny urzędowania, numery telefonów i dane dla nadawców korespondencji elektronicznej⁴⁴⁹.

Z tego poziomu możliwy był wybór zawartości skatalogowanej jako platforma SEKAP (System Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej), Biuletyn Informacji Publicznej oraz treści tworzących stronę powiatu pszczyńskiego. W strefach tych zresztą powielano rubrykę „kontakt” rozszerzając jednak znacznie jej zasoby. I tak w części będącej stroną internetową powiatu internauci mogli zapoznać się m.in. ze spisem telefonicznych numerów wewnętrznych, godzinami urzędowania przyporządkowanymi poszczególnym komórkom wydzielonym w strukturze organizacyjnej (np. godziny urzędowania kasy starostwa powiatowego), danymi

⁴⁴⁶ Materiał ze strony internetowej Starostwa Powiatowego w Lublińcu dostępnej pod adresem <http://www.lubliniec.starostwo.gov.pl> [dostęp 12 maja 2013 roku].

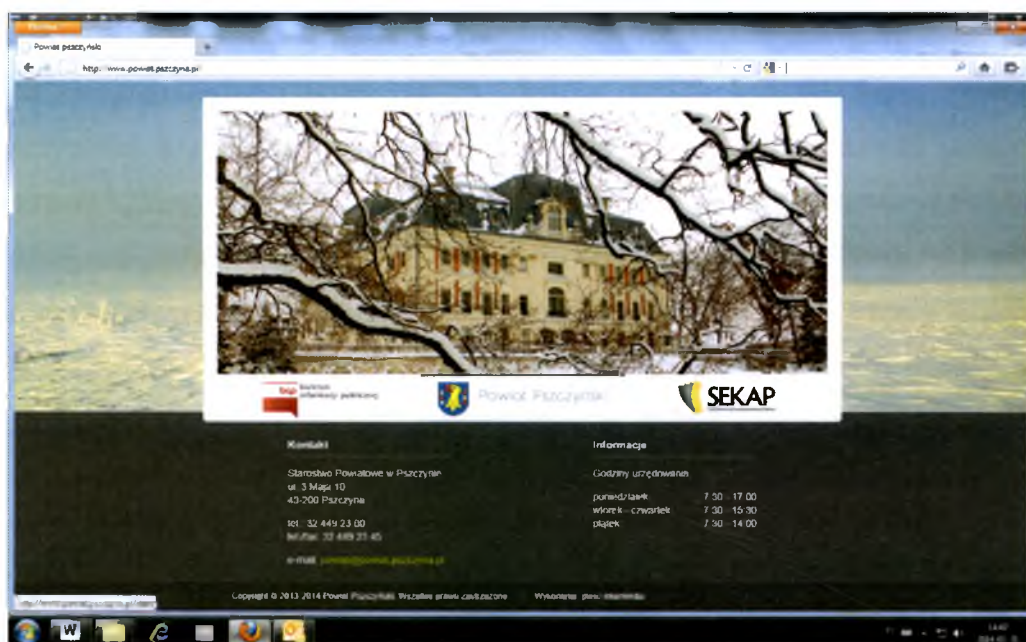
⁴⁴⁷ Zawartość rubryki „kontakt” ze strony Starostwa Powiatowego w Mikołowie pod adresem <http://www.mikolowski.pl> [dostęp 14 maja 2013 roku].

⁴⁴⁸ Linki dostępne po otwarciu zakładki „kontakt” na stronie Starostwa Powiatowego w Kłobucku pod adresem <http://www.klobuck.pl> [dostęp 12 maj 2013 roku].

⁴⁴⁹ Zawartość strony głównej serwisu Starostwa Powiatowego w Pszczynie odzwierciedla dane publikowane zazwyczaj w rubryce „kontakt”: <http://www.powiat.pszczyna.pl> [dostęp 22 maja 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

personalnymi członków kierownictwa, ich fotografiami, zamiarami telefonicznymi, danymi poczty elektronicznej czy numerami pokoiów, gdzie urzędują, a także np. terminami przyjęć interesantów. W tym ostatnim przypadku przy zdjęciu starosty pszczyńskiego umieszczono dodatkową, użyteczną dla mieszkańców informację: „Starosta Pszczyński przyjmuje strony w każdy poniedziałek w godzinach od 14.00 do 16.00. Proszę o wcześniejsze ustalenie terminu spotkania osobiście lub telefonicznie (I piętro, pokój nr 35, tel. 32 449 23 00)”. Natomiast w centralnym miejscu Biuletynu Informacji Publicznej, stanowiącym kolejny „kamień milowy” systemu nawigacyjnego strony głównej Starostwa Powiatowego w Pszczynie, ponownie zdublowano dane kontaktowe. Powtórzono je raz jeszcze w rozbudowanej formule w podrubryce „Kontakt, godziny urzędowania” strony BIP.



Reprodukcja 48. Umieszczenie rubryki „kontakt” na stronie głównej Starostwa Powiatowego w Pszczynie.

Z kolei na stronie platformy SEKAP, czyli trzecim „kamieniu milowym” w centralnym miejscu również dostępne były dane kontaktowe Starostwa Powiatowego

w Pszczynie uzupełnione o takie dane jak np. współrzędne geograficzne czy fotokody⁴⁵⁰.

Podobny stan faktyczny występował na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w Tarnowskich Górach. Podstawowe menu strony głównej składało się bowiem z trzech współgrających ze sobą zakładek: „Kontakt”, „Godziny Urzędowania” oraz „Konta Bankowe”⁴⁵¹. Tak więc zazwyczaj sformułowanie „kontakt” było odpowiednio wyeksponowane i znajdowało się w miejscu ułatwiającym internautom intuicyjną nawigację. Zdarzały się oczywiście wyjątki od ogólnie przyjętych zasad, które zostały ujawnione w wyniku przeprowadzonego badania. Do nich należą m.in. zasoby zgromadzone pod hasłem „kontakt i lokalizacja” na stronie internetowej powiatu myszkowskiego umiejscowione jako podrubryka działu „starostwo powiatowe”⁴⁵².

Zbliżony rodzaj rzadko występujących rozwiązań nawigacyjnych, polegający na swojego rodzaju przemyślnym ukryciu danych kontaktowych, występował w przypadku Starostwa Powiatowego w Raciborzu, gdzie internauta na stronie głównej musiał kliknąć w jeden z siedmiu banerów określony jako „Starostwo Powiatowe”, a następnie podrubrykę „Kontakt – Dojazd”, aby uzyskać dostęp do danych adresowych oraz kolejnych podkatalogów „Książka teledresowa” i „Godziny urzędowania”. Wprawniejsi użytkownicy mogli wykorzystać ścieżkę skróconą w postaci kliknięcia na napis „Kontakt i dojazd” umieszczony w dolnej części strony obok zastrzeżeń prawnych⁴⁵³.

⁴⁵⁰ Dane dotyczące kontaktu ze strony powiatu pszczyńskiego pod adresem <http://www.powiat.pszczyna.pl> [dostęp 22 maja 2013 roku].

⁴⁵¹ Strona główna prezentacji internetowej Starostwa Powiatowego w Tarnowskich Górach pod adresem <http://www.powiat.tarnogorski.pl> [dostęp 22 maja 2013 roku].

⁴⁵² Umieszczenie rubryki „kontakt i lokalizacja” na stronie Starostwa Powiatowego w Myszkowie pod adresem <http://www.powiatmyszkowski.pl> [dostęp 14 maja 2013 roku].

⁴⁵³ Opisana ścieżka dostępu do danych kontaktowych ze strony Starostwa Powiatowego w Raciborzu pod adresem <http://www.powiatraciborski.pl> [dostęp 22 maja 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

W oficjalnym serwisie internetowym Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu Śląskim rubryka „kontakt” zawierała nie tylko dane teleadresowe, ale również narzędzia komunikacji zwrotnej. Zawarto tam bowiem elektroniczny formularz badania poziomu aprobaty wobec jakości obsługi interesantów zatytułowany: „Badanie satysfakcji klienta z poziomu usług świadczonych w Starostwie Powiatowym w Wodzisławiu Śląskim”⁴⁵⁴. W bogatej w zasoby rubryce „kontakt” starostwa wodzisławskiego można było złożyć skargę, propozycję, sugestię lub wniosek, obejrzeć mapę interaktywną, poznać numery kont bankowych oraz zamówić newsletter informujący w tym przypadku o: „najnowszych informacjach dotyczących życia powiatu i jego mieszkańców, aktualnych wydarzeniach kulturalnych i sportowych, najważniejszych inwestycjach w powiecie, remontach i przebudowach, ogłoszeniach, konkursach, ofertach, komunikatach dotyczących pracy Starostwa”⁴⁵⁵.

Niektóre redakcje serwisów internetowych powiatów ziemskich udostępniały też formularze kontaktowe jak np. w powiecie bieruńsko-lędzińskim, gdzie zresztą rubryka „kontakt” rozbudowana była nie tylko o dane dotyczące lokalizacji geograficznej starostwa, lecz również m.in. skład władz powiatu, misję i strukturę organizacyjną starostwa, a także informacje o historii powiatu, jego insygniach, honorowych obywatelach, ścieżkach rowerowych, projektach edukacyjnych, potencjale gospodarczym, drogach powiatowych, gminach wchodzących w skład

⁴⁵⁴ Dla osób pragnących wypełnić ankietę przygotowano instrukcje i objaśnienia autorstwa „Starosty Powiatu Wodzisławskiego: Wypełnione ankiety proszę składać do skrzynek specjalnie oznaczonych napisem „ANKIETY” znajdujących się w poszczególnych Wydziałach w Starostwie Powiatowym w Wodzisławiu Śl. przy ul. Bogumińskiej 2, ul. Pszowskiej 92 a oraz przy ul. Mendego 3, drogą elektroniczną na adres ankieta.szj@powiatwodzislawski.pl lub przesyłać pocztą. O podjętych działaniach korygująco – zapobiegawczych, wynikających z Państwa uwag i spostrzeżeń, będziemy okresowo informować na tablicy ogłoszeń Starostwa i na stronie internetowej”. Opis z podkatalogu rubryki „kontakt” na stronie Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu Śląskim pod adresem <http://www.powiatwodzislawski.pl> [dostęp 19 maja 2013 roku].

⁴⁵⁵ Opis zawartości rubryki „kontakt” wodzisławskiego Starostwa Powiatowego pod adresem <http://www.powiatwodzislawski.pl> [dostęp 19 maja 2013 roku].

powiatu, liniach autobusowych, inwestycjach drogowych i kubaturowych czy wreszcie przeglądzie orkiestr dętych⁴⁵⁶.

Użyteczną informację dla osób niepełnosprawnych zawierała natomiast rubryka „kontakt” na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w Cieszynie: „osoby niemówiące i niesłyszące mogą bezpłatnie skorzystać z usług tłumacza języka migowego w godzinach od 7.30 do 15.30. Stanowisko tłumacza znajduje się w siedzibie Starostwa przy ul. Szerokiej 13 w pok. nr 412”⁴⁵⁷. Warto dodać, że standardowym elementem formularza były zabezpieczenia antyspamowe jak np. w rubryce „kontakt” na stronie Starostwa Powiatowego w Rybniku⁴⁵⁸. Na nowocześnie przygotowanej stronie głównej Starostwa Powiatowego w Częstochowie można była znaleźć podstawowe dane teleadresowe i lokalizacyjne, a zarazem odnośnik „kontakt” przenosił do zakładki zawierającej więcej podobnych informacji. Natomiast na witrynie Starostwa Powiatowego w Zawierciu charakteryzująca się stosunkowo prostą konstrukcją rubryka „kontakt” na stronie głównej podzielona była na dwa podkatalogi: „Starostwo” oraz „Jednostki Organizacyjne”. Można tam było znaleźć m.in. współrzędne geograficzne⁴⁵⁹. Na cechującej się archaicznym układem kompozycyjnym prezentacji internetowej Starostwa Powiatowego w Żywcu podstawowe dane teleadresowe umieszczono w ramce u dołu strony, zaś w głównej części menu umieszczono baner... „kontakty partnerskie”. Skorzystanie z tego przycisku umożliwiała przegląd stosunków z miastami partnerskimi. Liczbę zawartych tam informacji najlepiej obrazuje aktualizowanie zawartości zakładki, gdzie

⁴⁵⁶ Dane z rubryki „kontakt” na stronie Starostwa Powiatowego w Bieruniu pod adresem <http://www.powiatbl.pl> [dostęp 25 stycznia 2013 roku].

⁴⁵⁷ Strona Starostwa Powiatowego w Cieszynie pod adresem <http://www.powiat.cieszyn.pl> [dostęp 25 stycznia 2013 roku].

⁴⁵⁸ Przykład zabezpieczeń antyspamowych znajdował się przy formularzu elektronicznym na stronie Starostwa Powiatowego w Rybniku pod adresem <http://www.starostwo.rybnik.pl> [dostęp 20 maja 2013 roku].

⁴⁵⁹ Podział zawartości w rubryce „kontakt” na stronie Starostwa Powiatowego w Zawierciu pod adresem <http://www.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 20 maja 2013 roku].

pięć kolejnych wpisów z działu „aktualności” wprowadzono przez pięć kolejnych lat⁴⁶⁰.

4.5. Postrzeganie aktywności komunikacyjnej samorządów przez mieszkańców województwa śląskiego

Dla poszerzenia refleksji nad postrzeganiem formuły komunikacji społecznej samorządów zostały na potrzeby niniejszej rozprawy przeprowadzone badania publiczności medialnej województwa śląskiego. Badanie zostało wykonane przez autorkę metodą wywiadów ankieterskich na ulicy lub w domu respondenta na próbie kwotowo-losowej 600 osób deklarujących zamieszkiwanie na terenie województwa śląskiego, z klasycznym założeniem wykorzystania ustrukturyzowanego kwestionariusza, który zostaje zastosowany do wszystkich członków danej próby⁴⁶¹. Sondaż prowadzono od 1 września do 30 października 2013 roku w trzech etapach uwzględniających podział na gminy o zaludnieniu⁴⁶²: (1) do 50 tys. mieszkańców, (2) od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców oraz (3) miasta na prawach powiatu o zaludnieniu powyżej 100 tys. mieszkańców⁴⁶³.

⁴⁶⁰ Rubryka „kontakty partnerskie” ze strony głównej Starostwa Powiatowego w Żywcu zawiera ok. 30 „aktualności” datowanych od 22 września 2003 roku do 5 czerwca 2012 roku. Adres prezentacji internetowej: <http://www.starostwo.zywiec.pl> [dostęp 22 maja 2013 roku].

⁴⁶¹ Janet Buttolph Johnson, Henry T. Reynolds, Jason D. Mycoff, *Metody badawcze w naukach politycznych*, Warszawa 2010, s. 323.

⁴⁶² Dane dotyczące zaludnienia na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego. Stan na 1 stycznia 2013 roku.

⁴⁶³ Badanie przeprowadzono w trzech turach obejmujących: (1) gminy poniżej 50 tys. mieszkańców: Czeladź (powiat będziński) – 33345 mieszkańców, Szczyrk (powiat bielski) – 5760 mieszkańców, Bieruń (powiat bieruńsko-lędziński) – 19681 mieszkańców, Cieszyn (powiat cieszyński) – 36119 mieszkańców, Blachownię (powiat częstochowski) – 13233 mieszkańców, Knurów (powiat gliwicki) – 39320 mieszkańców, Wręczycę Wielką (powiat kłobucki) – 17627 mieszkańców, Lubliniec (powiat lubliniecki) – 24394 mieszkańców, Łaziska Górne (powiat mikołowski) – 22467 mieszkańców, Poraj (powiat myszkowski) – 10892 mieszkańców, Miedźna (powiat pszczyński) 16102 mieszkańców, Kuźnia Raciborska (powiat raciborski) – 12029 mieszkańców, Świerklany (powiat rybnicki) – 11916 mieszkańców, Radzionków (powiat tarnogórski) – 17141 mieszkańców, Rydułtowy (powiat wodzisławski) – 21928 mieszkańców, Łazy (powiat zawierciański) – 16120 mieszkańców, Węgierska

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Przedmiot badania stanowiła ocena stosowanych narzędzi dystrybucji treści o charakterze informacyjnym. Zadaniem sondażu było też ujawnienie oczekiwań w tym zakresie. Respondenci mieli więc przede wszystkim okazję do wyrażenia opinii na temat zasadności utrzymywania przez administrację terytorialną tzw. mediów samorządowych, co stanowi oś sporu teoretyków badających sferę komunikowania społecznego jednostek samorządu terytorialnego. W tej statutowej kwestii zdecydowana większość respondentów, ponieważ aż 59 proc. uczestniczących w badaniu mieszkańców województwa śląskiego, opowiedziało się za celowością funkcjonowania takich mediów. Dezaprobatę wobec ich istnienia wyraziło jedynie 13 proc. ankietowanych. Pozostali nie mieli wyrobionego poglądu na ten temat, co przedstawia wykres nr 1. Natomiast analiza komparatywna poziomu aprobaty z uwzględnieniem wielkości gminy pozwoliła ustalić, że najwięcej opinii pozytywnych wyrażali mieszkańcy gmin o zaludnieniu do 50 tys. osób (67 proc.), w dalszej kolejności byli to mieszkańcy gmin o zaludnieniu od 50 tys. do 100 tys. osób (60 proc.), a na trzecim miejscu znaleźli się ankietowani z gmin o zaludnieniu powyżej 100 tys. osób (49 proc.), co obrazuje wykres nr 2. Oznacza to, że wraz ze zmniejszaniem się liczby mieszkańców w gminie rośnie tam społeczne przyzwolenie na wypełnianie przez samorząd roli podmiotu rynku medialnego.

Podczas sondażu badaniu podlegało również zainteresowanie bezpłatnym dostępem ankietowanych do zasobów (treści) udostępnianych przez media samorządowe. Chęć otrzymywania serwisu zawierającego wiadomości sporządzone przez jednostki samorządu terytorialnego zadeklarowało aż 82 proc. respondentów. Świadczyć to może o wysokim poziomie oczekiwań wobec polityki informacyjnej gmin i powiatów. Brak zainteresowania dostępem do mediów samorządowych zgłosiło 10 proc. uczestników badania, a pozostali nie mieli wyrobionego poglądu na

Górka (powiat żywiecki) – 15123 mieszkańców, (2) gminy od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców: Pszczyna – 51271 mieszkańców, Racibórz – 56084 mieszkańców, Tarnowskie Góry – 61002 mieszkańców, Zawiercie – 51688, Mysłowice – 75305 mieszkańców, Piekary Śląskie – 57502 mieszkańców, Świętochłowice – 52372, Żory – 62052 mieszkańców, (3) gmin powyżej 100 tys. mieszkańców: Bielsko-Biała – 174370 mieszkańców, Dąbrowa Górnicza – 234472 mieszkańców, Katowice – 307233 mieszkańców, Rybnik – 140789 mieszkańców, Zabrze – 179452 mieszkańców.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

ten temat. Ukazuje to wykres nr 3. Na wykresie nr 4 znalazło się zestawienie deklaracji woli otrzymania dostępu do zasobów informacyjnych samorządu z uwzględnieniem zaludnienia poszczególnych gmin. Najwięcej odpowiedzi twierdzących odnotowano w gminach poniżej 50 tys. mieszkańców (86 proc.), a najmniej w miastach na prawach powiatu (79 proc.), gdzie również znalazła się największa grupa osób wyrażających niechęć wobec takiej możliwości (14 proc.). Wśród niezdecydowanych dominowali mieszkańcy gmin od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców (7 proc.).

W dalszej części badania uczestniczyły osoby, które deklarowały przynajmniej incydentalne lub stałe korzystanie z internetu⁴⁶⁴. Respondenci zostali wówczas poproszeni o zweryfikowanie jakości i użyteczności strony internetowej właściwego ze względu na ich miejsce zamieszkania urzędu miejskiego lub starostwa powiatowego. Okazało się, że blisko połowa badanych użytkowników sieci komputerowej⁴⁶⁵ pozytywnie ocenia serwisy internetowe samorządów, co przedstawia wykres nr 5 (gdzie suma odpowiedzi „dobrze” i „bardzo dobrze” daje 49 proc. wskazań). Drugą pod względem liczebności kategorią internautów są osoby, które przeciętnie oceniają efekty aktywności urzędów miejskich lub starostw powiatowych w cyberprzestrzeni (41 proc.). Najmniej liczną kategorią są respondenci jednoznacznie niezadowoleni z działań samorządów w tym zakresie (suma odpowiedzi „źle” i „bardzo źle” na poziomie 9 proc.). Analiza uzyskanych wyników z uwzględnieniem wielkości gminy pozwoliła ustalić, że najczęściej osób zadowolonych z samorządowych serwisów internetowych mieszkało w miastach na prawach powiatu (suma odpowiedzi „dobrze” i „bardzo dobrze” na poziomie 58 proc.), co uwidacznia wykres nr 6. Najwięcej ankietowanych przeciętnie oceniających jakość i użyteczność stron internetowych magistratów czy starostw znajdowało się wśród osób zamieszkujących gminy o liczebności od 50 tys. do 100 tys. osób (48 proc. odpowiedzi „przeciętnie”

⁴⁶⁴ Wśród respondentów 27 proc. określiło się jako osoby, które nie posługują się internetem.

⁴⁶⁵ W grupie badanych deklarujących korzystanie z internetu 23 proc. stwierdziło, że nie kojarzy zasobów konkretnych stron internetowych jednostek samorządu terytorialnego, ponieważ ich nie odwiedza.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

wobec poziomu 36 proc. takich odpowiedzi w grupie respondentów z gmin poniżej 50 tys. mieszkańców oraz 39 proc. w miastach na prawach powiatu). W gronie uczestników badania z najmniejszych gmin dominowali respondenci krytycznie weryfikujący prezentacje internetowe samorządów (suma odpowiedzi „źle” i „bardzo źle” na poziomie 15 proc. wobec 10 proc. takich odpowiedzi w grupie ankietowanych z gmin liczących od 50 tys. do 1000 tys. mieszkańców oraz 3 proc. w miastach na prawach powiatu). Szczegółowo dane te dokumentują wykresy nr 7, 8 i 9.

Respondenci przedstawili ponadto powody, dla których skorzystali z zasobów internetowych samorządu. Przeważająca część badanych (64 proc.) deklarujących świadomy kontakt z serwisem internetowym urzędu miejskiego lub starostwa powiatowego poszukiwała tam różnorodnych informacji o charakterze lokalnym. Zdecydowanie mniejsza liczba internautów odwiedzała stronę w celu szeroko rozumianego załatwiania spraw urzędowych (8 proc.), co przedstawia wykres nr 10. Warto zwrócić uwagę, że mieszkańcy dużych gmin najczęściej traktowali stronę samorządu jako wszechstronny serwis wiadomości o mieście (74 proc.). Świadczyć to może o wypełnianiu przez portale samorządowe funkcji mediów lokalnych nie tylko w części dotyczącej informowania internautów o aktualnych wydarzeniach, udostępniania baz danych, rozpowszechniania wiadomości z zakresu działania jednostek nadzorowanych przez gminę (np. oświata, pomoc społeczna, ekologia) lub z gminą współpracujących (np. policja, straż pożarna, organizacje pozarządowe), lecz także integrowania społeczności lokalnej, organizowania życia społecznego oraz kształtowania opinii. Coraz częściej portale samorządowe poprzez zastosowanie technologii multimedialnych i powiązanie z mediami społecznościowymi czy serwisami filmowymi wypełniają również funkcję dystrybutora treści rozrywkowych. Takie postrzeganie portali samorządowych dokumentuje wykres nr 11, gdzie wyraźnie ujawniono dysproporcję pomiędzy wskazaniem na ściśle urzędowy charakter kontaktu ze stroną samorządu (od 5 proc. w gminach poniżej 50 tys. mieszkańców do 11 proc. w gminach od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców), a chęcią pozyskania przez użytkowników szerszych informacji o swojej miejscowości (od 59 proc. w gminach poniżej 50 tys. mieszkańców do 74 proc. w miastach na prawach powiatu).

Ujawniony stan faktyczny potwierdzają deklaracje respondentów zapytanych o preferowany charakter serwisu internetowego samorządu. Przeważająca większość (wykres nr 12) opowiadała się bowiem za zastosowaniem formuły portalu ogólnoinformacyjnego dotyczącego wydarzeń w gminie (83 proc.), co w praktyce przyjmuje postać strony internetowej z wydzieloną częścią poświęconą samorządowi, gdzie także umieszczany jest zwykle rozbudowany moduł e-urzędu. Największe uznanie idea samorządowego portalu miejskiego zdobyła wśród ankietowanych z gmin powyżej 100 tys. mieszkańców (87 proc.), natomiast najmniej wskazań wyrażających aprobatę wobec wyłącznie urzędowego charakteru strony internetowej samorządu odnotowano w gminach poniżej 50 tys. mieszkańców (6 proc.), co przedstawia wykres nr 13. Kierunek rozwoju stron internetowych ujawniony w wyniku analiz zawartości przeprowadzonych w rozdziałach II i III niniejszej dysertacji odpowiada więc oczekiwaniom uczestniczących w badaniu mieszkańców województwa śląskiego.

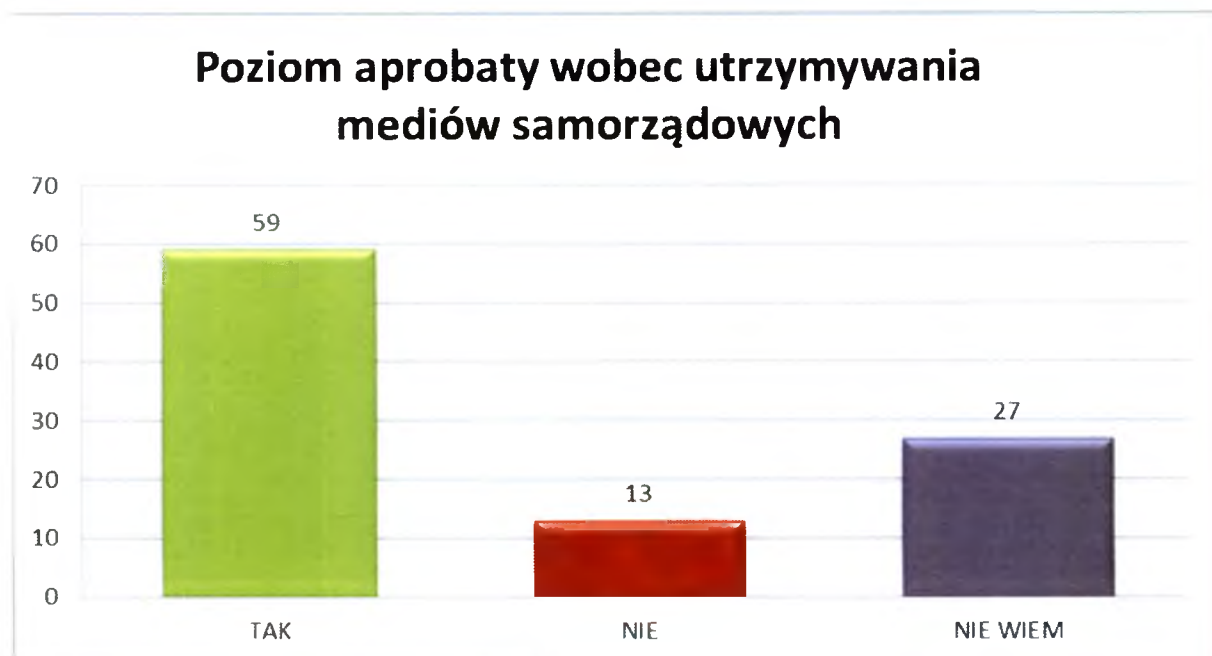
Respondenci mieli możliwość wypowiedzenia opinii na temat zasadności umieszczania na stronach urzędów miejskich i starostw powiatowych elektronicznych wersji prasy samorządowej. Sprawa może budzić kontrowersje, ponieważ stworzone za środki publiczne narzędzia internetowe wykorzystywane są do promocji gazety samorządowej, co stawia taki tytuł w uprzywilejowanej pozycji wobec prasy komercyjnej, która funkcjonowanie prezentacji internetowych finansuje we własnym zakresie. Respondenci w zdecydowanej większości opowiedzieli się jednak za umieszczaniem na portalach samorządowych elektronicznych wydań prasy przygotowywanej na zlecenie lub bezpośrednio przez ten samorząd (88 proc.), co ilustruje wykres nr 14. Zwolennicy dostępu do prasy samorządowej umieszczanej na urzędowych stronach internetowych dominowali wśród ankietowanych z gmin poniżej 50 tys. mieszkańców (91 proc.), przeciwnicy takiego rozwiązania przeważali w grupie ankietowanych z gmin od 50 do 100 tys. mieszkańców, co obrazuje wykres nr 15.

Pod ocenę respondentów poddano ponadto umieszczanie na stronach internetowych samorządów odniesień do mediów społecznościowych, kanałów filmowych oraz publikowanie multimediiów. Trend określony podczas analizy

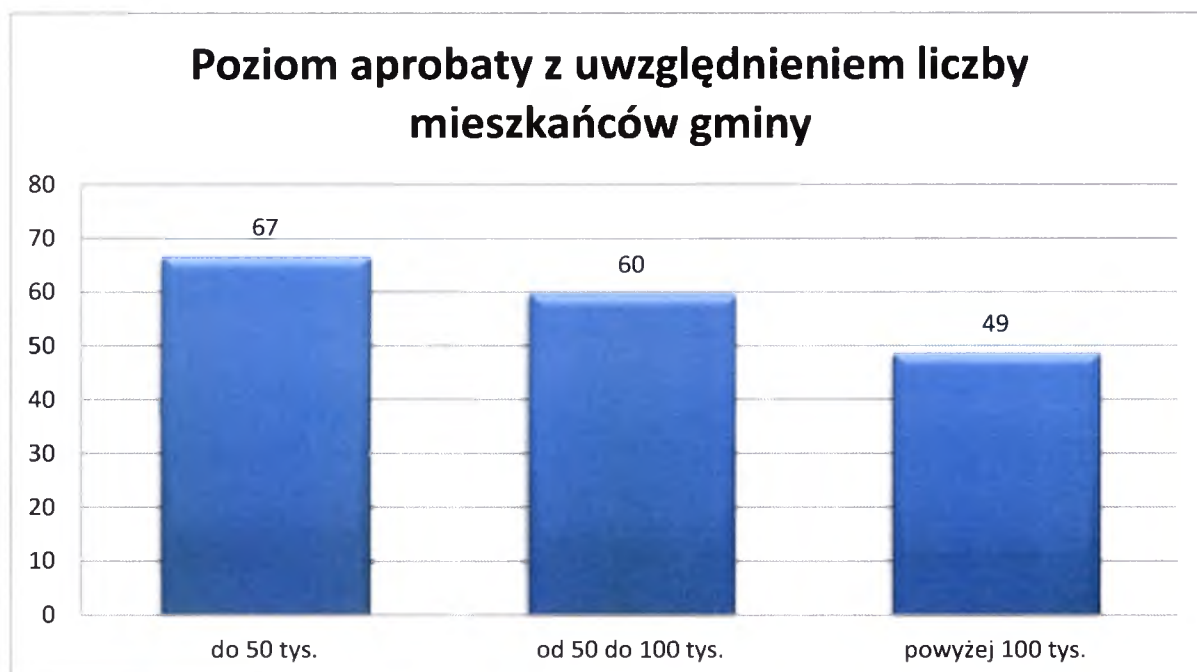
zawartości stron urzędów miejskich i starostw powiatowych generalnie odpowiada oczekiwaniom użytkowników sprecyzowanym w trakcie opisywanego badania, ponieważ większość (78 proc.) ankietowanych z aprobatą podchodziła do efektów procesu konwergencji istniejących także na prezentacjach jednostek samorządu terytorialnego. Dezaprobata natomiast nie zgłaszał nawet co dziesiąty respondent (9 proc.). Dokumentuje to wykres nr 16. Korelując opinie badanych na temat udostępniania multimediów i mediów społecznościowych na stronach samorządowych z liczebnością gminy (wykres 17) można stwierdzić, że najwięcej zwolenników nowoczesnych rozwiązań technologicznych znajdowało się w grupie ankietowanych z miast na prawach powiatu (84 proc.). Z kolei najwięcej osób deklarujących krytyczne nastawienie w stosunku do pochodnych zjawiska konwergencji (12 proc.) mieszkało w gminach o najmniejszym zaludnieniu.

W kontekście przeprowadzonych badań warto podzielić się uniwersalną refleksją dotyczącą audytorium treści publikowanych w cyberprzestrzeni, gdzie zamiast bezwolnego konsumenta treści medialnych pojawia się coraz częściej wyedukowany, zapoznany z najnowszymi technologiami, wymagający, chcący wpływać na proces produkcji produktu, ulepszający go, często roszczeniowy klient⁴⁶⁶ będący świadomym odbiorcą on-line. Samorządy powinny więc uwzględnić w swoich planach komunikacyjnych wzmiankowaną zmianę pozycji w relacjach między nadawcą a odbiorcą w sferze internetu.

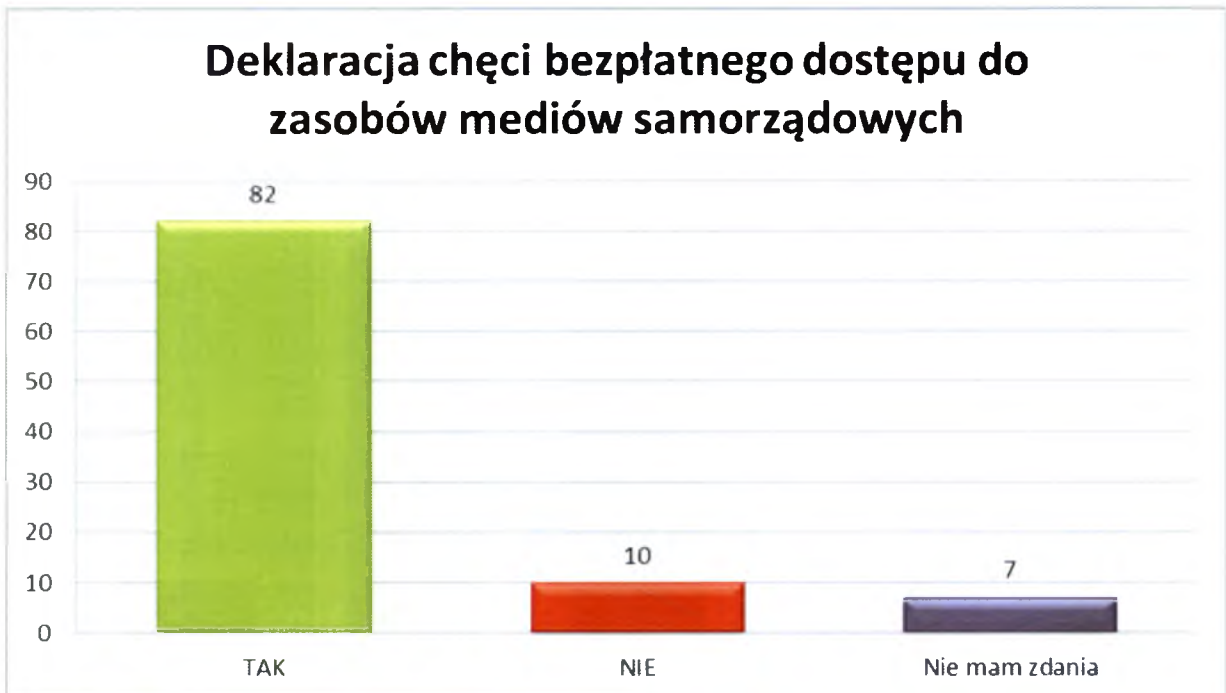
⁴⁶⁶ Monika Przybysz, *Nowe media i nowe kryzysy. Zarządzanie kryzysem w nowych mediach za pomocą public relations*, [w:] *Nowe media, ale nowe czy stare problemy*, red. J. Hajdasz, Poznań 2011, s. 176.



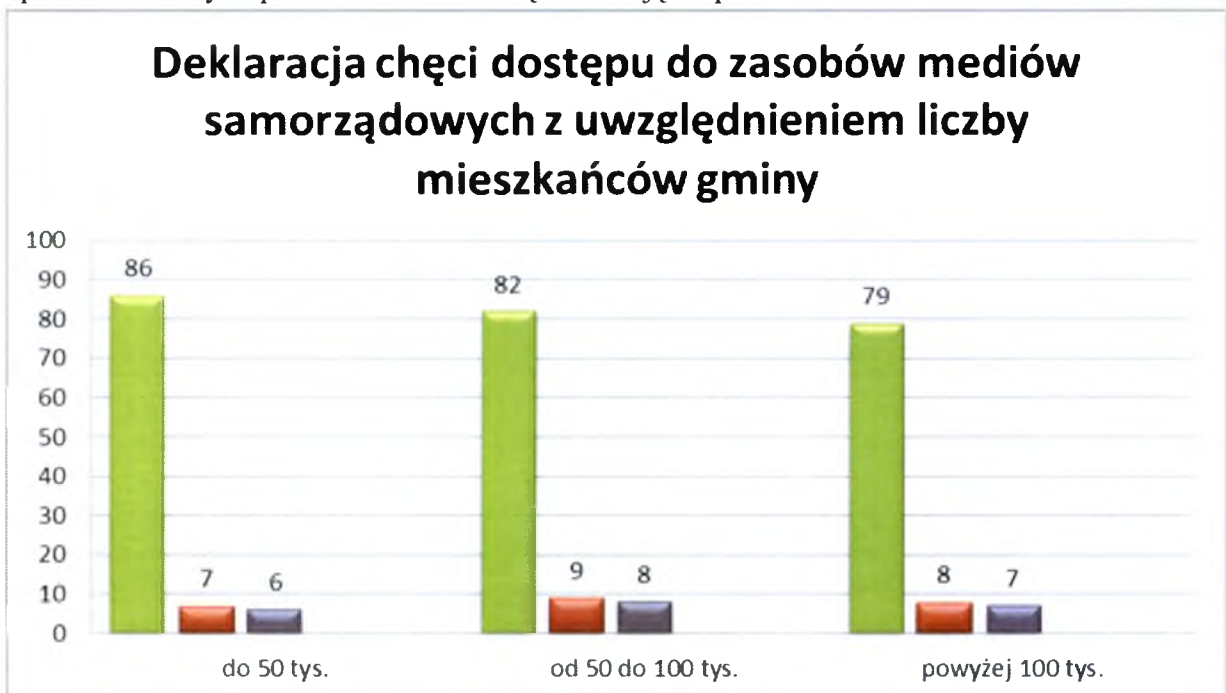
Wykres 1. Poziom aprobaty wobec utrzymywania przez administrację terenową mediów samorządowych. Ujęcie procentowe.



Wykres 2. Pozytywne odpowiedzi na pytanie czy administracja publiczna powinna utrzymywać media samorządowe z uwzględnieniem miejsca zamieszkania ankietowanych. Ujęcie procentowe.



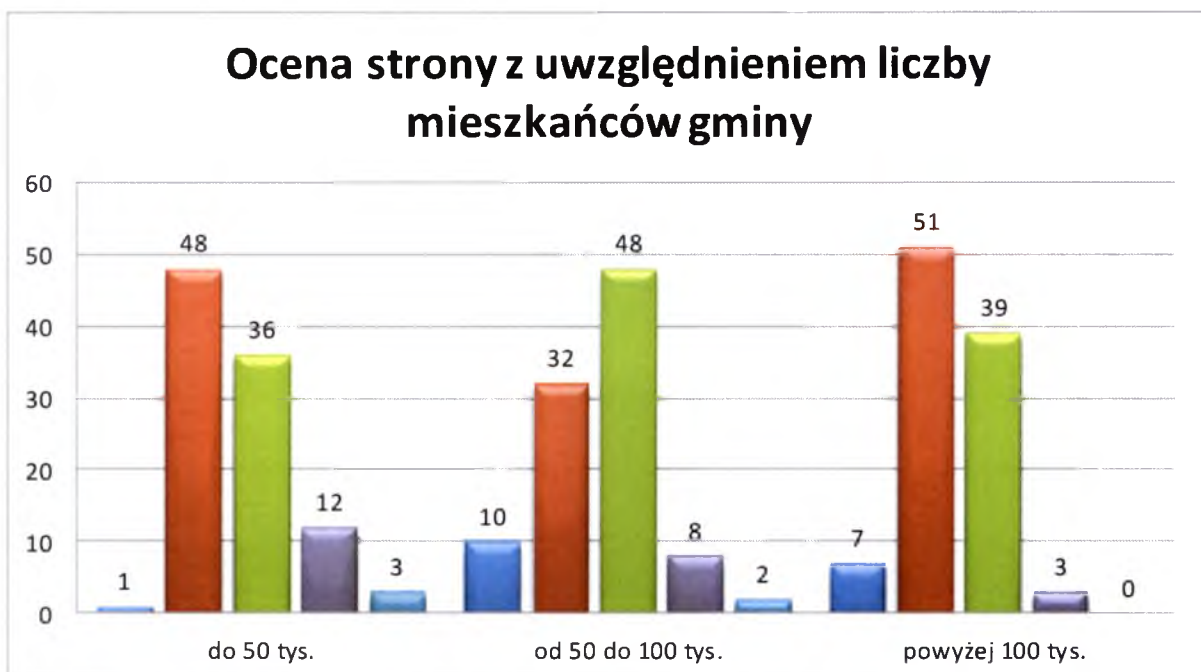
Wykres 3. Zainteresowanie respondentów bezpłatnym dostępem do zasobów (treści) upowszechnianych przez media samorządowe. Ujęcie procentowe.



Wykres 4. Zestawienie odpowiedzi ankietowanych dotyczących poziomu aprobaty wobec bezpłatnego dostępu do zasobów mediów samorządowych. Od lewej: aprobatą, dezaprobatą, brak zdania. Ujęcie procentowe.



Wykres 5. Odpowiedzi na pytanie jakość i użyteczność strony internetowej urzędu miejskiego lub starostwa powiatowego w ujęciu procentowym.



Wykres 6. Zestawienie ocen jakości i użyteczności strony internetowej samorządu z uwzględnieniem liczebności mieszkańców gmin. Od lewej oceny: bardzo dobre, dobre, przeciętne, złe, bardzo źle. Ujęcie procentowe.



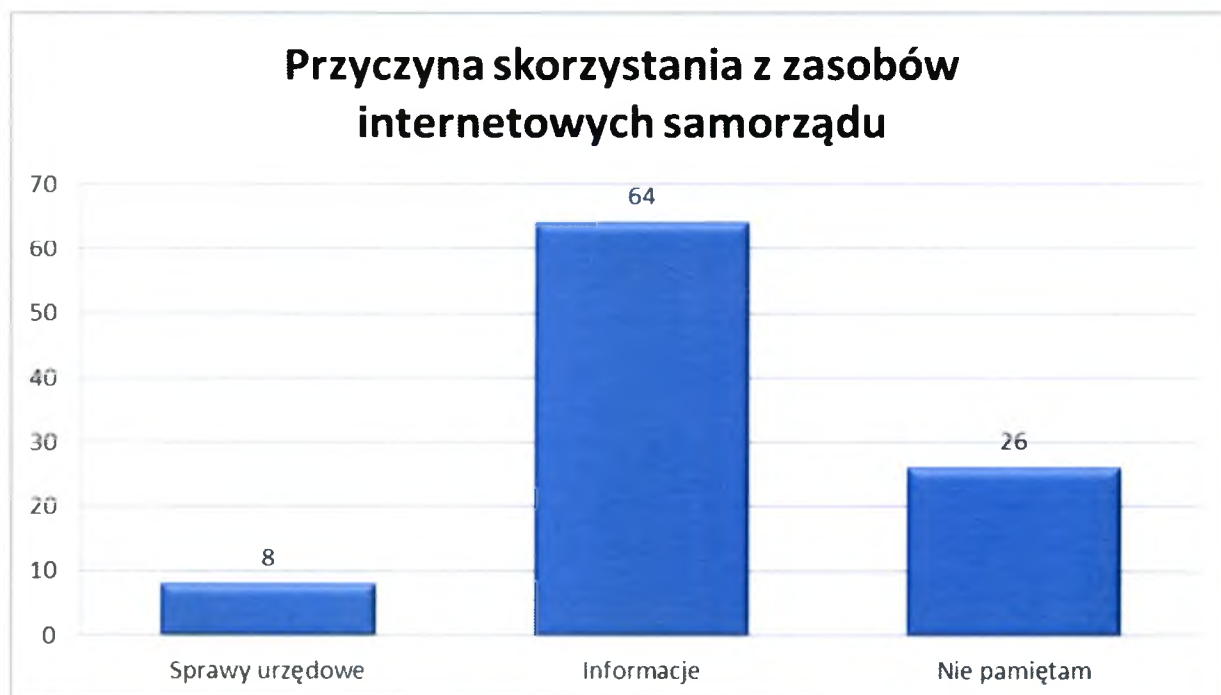
Wykres 7. Weryfikacja jakości strony internetowej samorządu przez ankietowanych z gmin o zaludnieniu poniżej 50 tys. mieszkańców. Ujęcie procentowe.



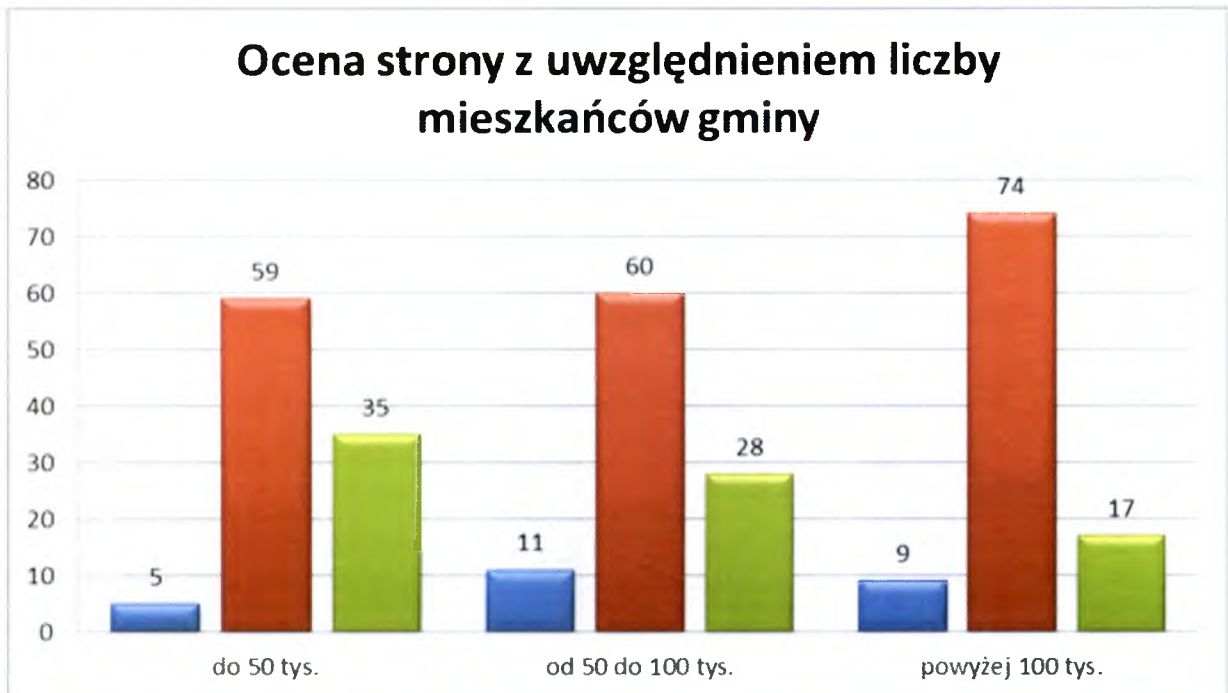
Wykres 8. Weryfikacja jakości strony internetowej samorządu przez ankietowanych z gmin o zaludnieniu od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców. Ujęcie procentowe.



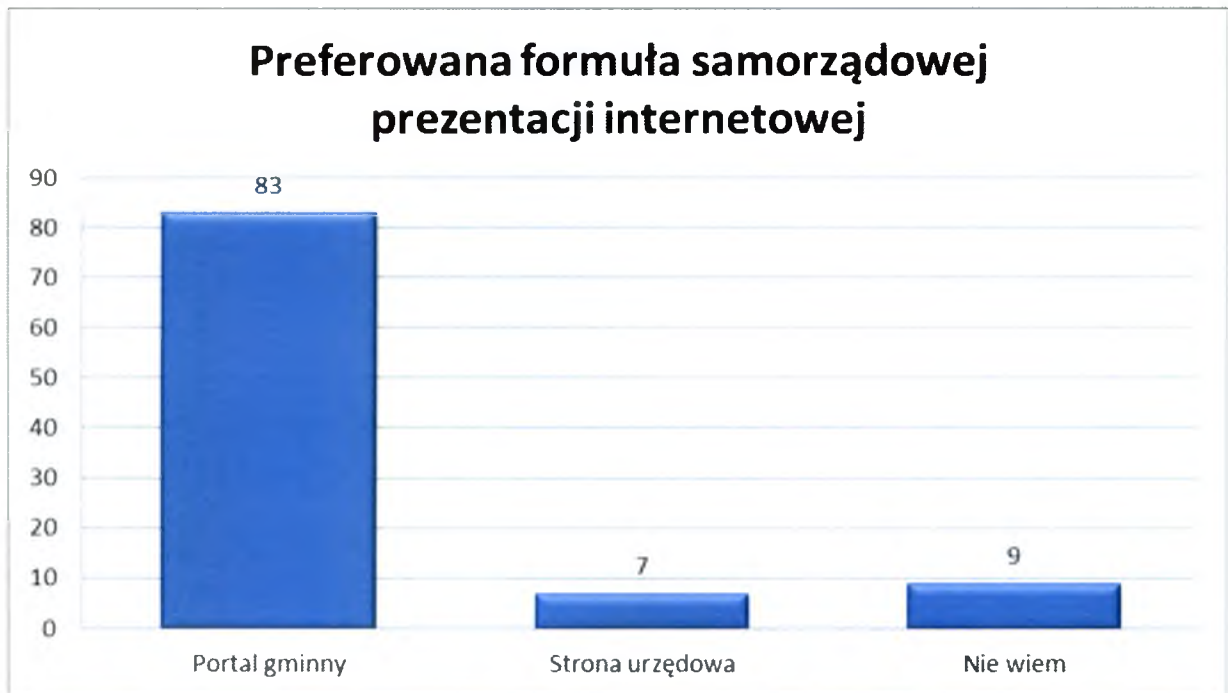
Wykres 9. Weryfikacja jakości strony internetowej samorządu przez ankietowanych z gmin o zaludnieniu powyżej 100 tys. mieszkańców. Ujęcie procentowe.



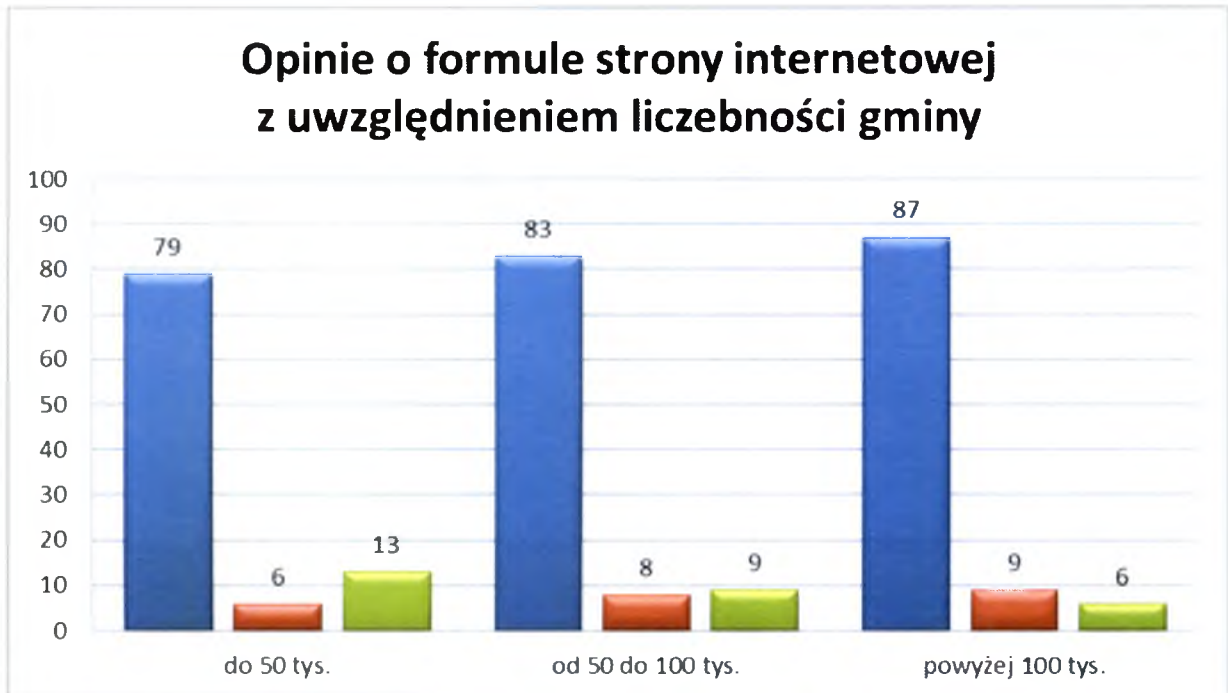
Wykres 10. Określenie celu korzystania ze strony internetowej samorządu. Ujęcie procentowe.



Wykres 11. Zestawienie powodów skorzystania przez ankietowanych z zasobów internetowych samorządu z uwzględnieniem zaludnienia gminy. Od lewej: załatwianie spraw urzędowych, pozyskiwanie informacji, nie pamiętam. Ujęcie procentowe.



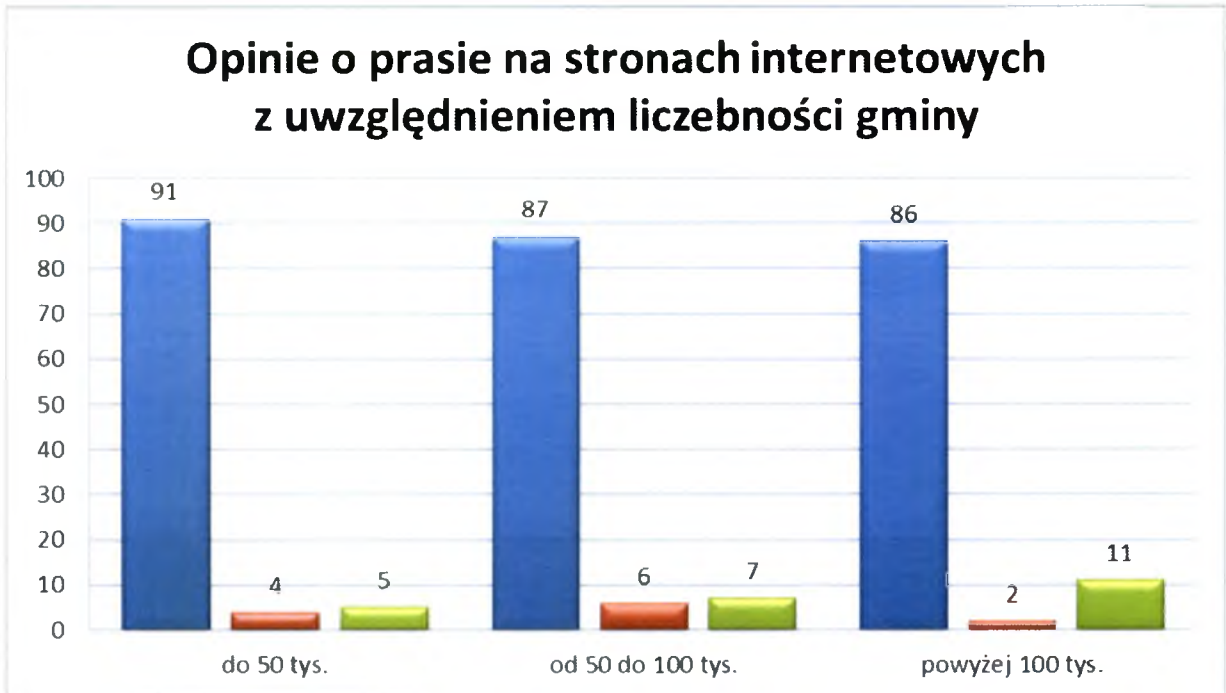
Wykres 12. Preferowany przez ankietowanych charakter samorządowego serwisu internetowego. Ujęcie procentowe.



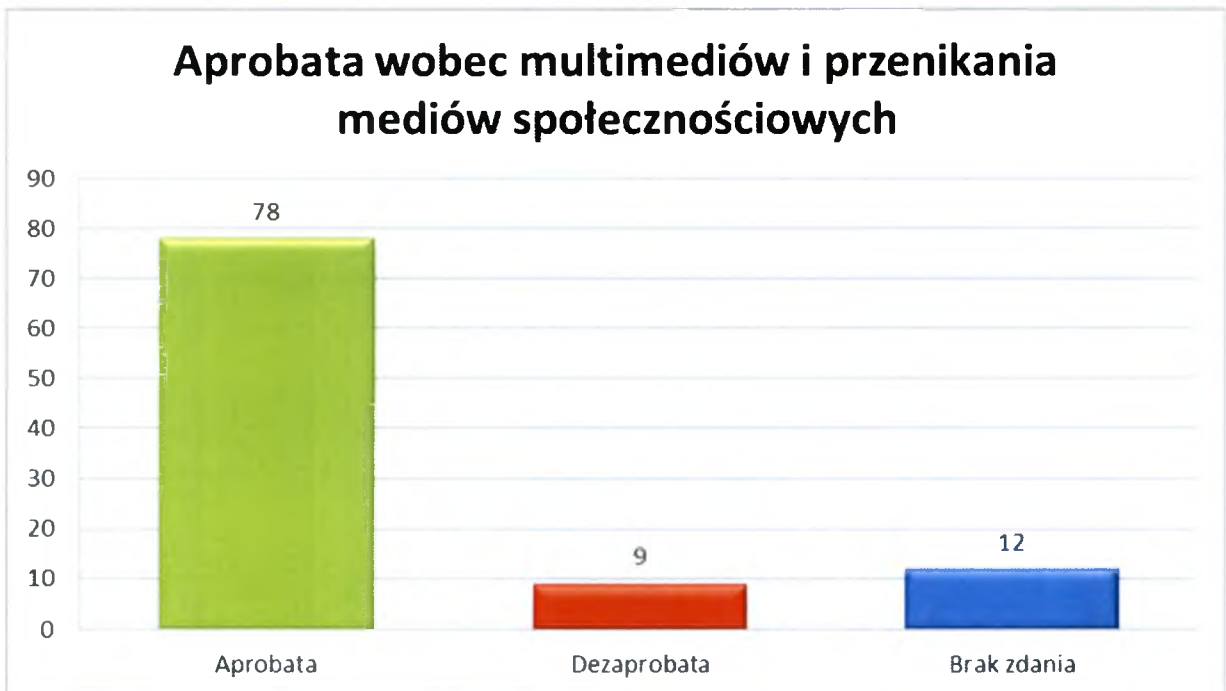
Wykres 13. Preferencje badanych dotyczące formuły samorządowego serwisu internetowego z uwzględnieniem liczebności gmin. Od lewej: portal informacyjny, strona urzędowa, nie wiem. Ujęcie procentowe.



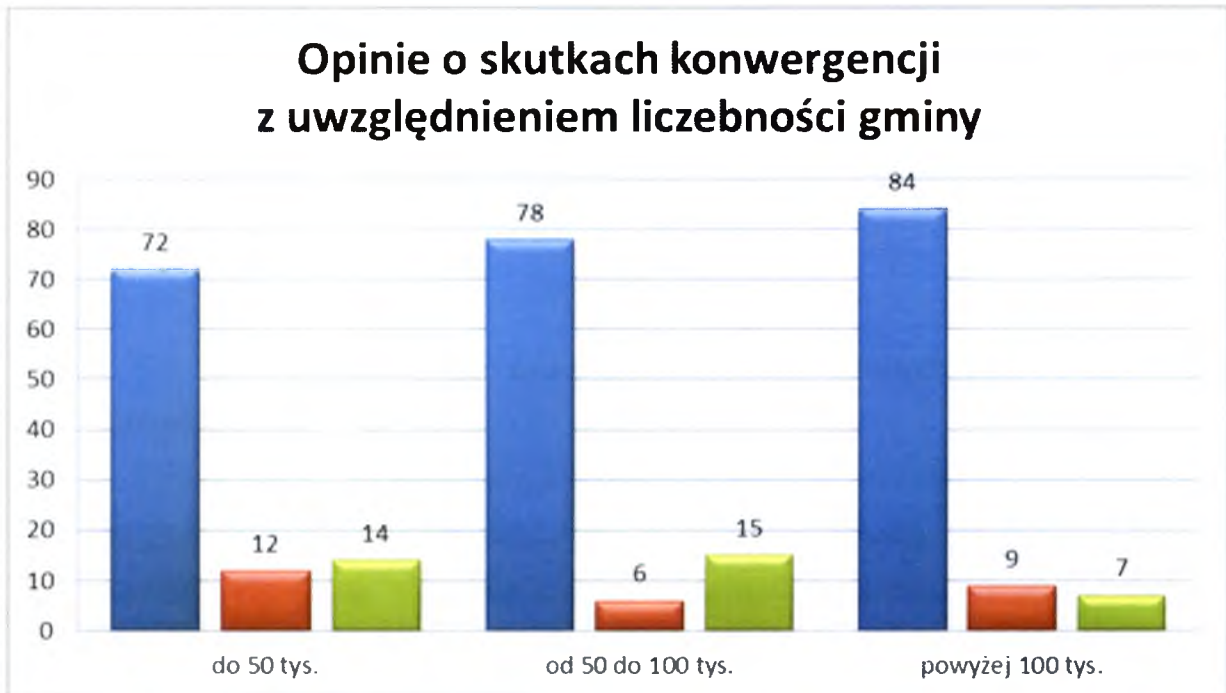
Wykres 14. Poziom aprobata wobec umieszczania na stronach urzędów miejskich i starostw powiatowych elektronicznych wydań prasy samorządowej. Ujęcie procentowe.



Wykres 15. Poziom aprobaty wobec umieszczania na stronach urzędowych elektronicznych wersji prasy samorządowej. Od lewej: aprobata, dezaprobata, brak zadania. Ujęcie procentowe.



Wykres 16. Stopień aprobaty wobec umieszczania na stronie internetowej gminy się materiałów multimedialnych oraz odnośniki do mediów społecznościowych (np. miejski profil na Facebooku itd.). Ujęcie procentowe.



Wykres 17. Poziom aprobaty wobec udostępniania multimediów i mediów społecznościowych na stronach samorządowych z uwzględnieniem zaludnienia gminy. Od lewej: aprobata, dezaprobata, brak zdania. Ujęcie procentowe.

Rozdział V**INTERNAUTA JAKO INTERESANT W CYBERPRZESTRZENI
ZARZĄDZANEJ PRZEZ ADMINISTRACJĘ PUBLICZNĄ****5.1. Informatyzacja usług publicznych - udostępnienie elektronicznej skrzynki podawczej**

W intencji ustawodawcy wyrażonej uchwałą Sejmu RP w sprawie budowania podstaw społeczeństwa informacyjnego w Polsce „nowoczesne technologie, usługi i zastosowania usług telekomunikacyjnych, teleinformatycznych i multimedialnych mogą być katalizatorem rozwoju gospodarczego, zwiększać konkurencyjność gospodarki, tworzyć nowe miejsca pracy, sprzyjać rozwojowi demokracji, regionów, wspomagać nauczanie, ochronę zdrowia, dostęp do dóbr kultury”⁴⁶⁷. Ustawodawca stwierdził wówczas, że ani obowiązujący system prawny, ani polityka rządu nie tworzą dostatecznych warunków dla pełnego wykorzystania możliwości rozwoju społeczeństwa informacyjnego. W odpowiedzi rząd przyjął dokument pod nazwą: „Cele i kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce”⁴⁶⁸, następnie m.in. strategię „ePolska”, czyli „Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa

⁴⁶⁷ Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 14 lipca 2000 roku w sprawie budowania podstaw społeczeństwa informacyjnego w Polsce. M.P. z 2000 roku., Nr 22, poz. 448.

⁴⁶⁸ Dokument programowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 28 listopada 2000 roku. Stwierdzono w nim m.in., że: „Pierwsze kraje, które wkroczą do społeczeństwa informacyjnego, uzyskają największe korzyści. One ustalą porządek rzeczy dla wszystkich, którzy pójdą w ich ślady. Dla kontrastu, kraje, które odkładają decyzje lub preferują rozwiązania częściowe, mogą doświadczyć w najbliższej dekadzie katastrofalnego spadku inwestycji i zmniejszenia liczby miejsc pracy, a także „dostęp do informacji nabiera coraz większego znaczenia w gospodarce i w życiu społecznym, a rządy wielu państw starają się wykorzystywać możliwości teleinformatyki do wspomaganie gospodarki i poprawy jakości życia społeczeństwa”. Źródło: Dokument „Cele i kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce” opublikowany na stronie internetowej Komitetu Badań Naukowych pod adresem <http://kbn.icm.edu.pl> [dostęp 23 grudnia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

informacyjnego w Polsce na lata 2001-2006”⁴⁶⁹, „Strategię informatyzacji Rzeczypospolitej Polskiej – ePolska na lata 2004-2006”⁴⁷⁰ oraz dokument planistyczny „Proponowane kierunki rozwoju nauki i technologii w Polsce do roku 2020”⁴⁷¹. Natomiast opisując poziom informatyzacji usług publicznych na zakończenie badanego okresu należy zacytować opinię Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji, które prowadząc konsultacje społeczne nad projektem programu Zintegrowanej Informatyzacji Państwa akcentowało: „dziś nasze państwo świadczy obywatelom wiele e-usług(...). Rzecz w tym, że systemy teleinformatyczne urzędów i instytucji nie zawsze współpracują ze sobą, co sprawia, że dane obywatela zapisane w jednym urzędzie nie są dostępne w innym. Same usługi są często zdecentralizowane, wymagają od obywatela szczegółowej wiedzy, o tym, co, gdzie, i jak można

⁴⁶⁹ Dokument przygotowany przez Ministerstwo Gospodarki w ramach realizacji ustaleń Rady Ministrów z dnia 28 listopada 2000 roku został przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 11 września 2001 roku stanowił m.in., że: „kluczowym zadaniem dla Polski jest włączenie się w proces budowy ery informacyjnej poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii społeczeństwa informacyjnego, stwarzanie warunków dla zapewnienia bezpośredniego dostępu do informacji, kształtowanie świadomości społeczeństwa oraz rozwijanie jego potencjału intelektualnego i gospodarczego”. Aktorzy podkreślali ponadto, iż ePolska została zainspirowana inicjatywą europejską, czyli „eEurope 2002 - An Information Society for All”, której celem było przyspieszenie działań na rzecz transformacji społeczeństwa europejskiego w Globalne Społeczeństwo Informacyjne. Źródło: „Plan działań na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce na lata 2001-2006” opublikowany na stronie internetowej Komitetu Badań Naukowych pod adresem <http://kbn.icm.edu.pl> [dostęp 24 grudnia 2013 roku].

⁴⁷⁰ Strategia została przygotowana przez Ministerstwo Nauki i Informatyki w grudniu 2003 roku.

⁴⁷¹ W dokumencie zaakcentowano rolę tzw. gospodarki opartej o wiedzy stwierdzając, że: „warunkiem osiągnięcia przez Polskę szybkiego i wszechstronnego rozwoju jest gospodarka oparta na wiedzy, w której rzeczywiste bogactwo – rozumiane jako efektywność gospodarowania, konkurencyjność gospodarki i nowe miejsca pracy – pochodzi nie tylko z produkcji dóbr materialnych, ale też z wytwarzania, transferu i wykorzystania wiedzy. Z perspektywy makroekonomicznej, gospodarka oparta na wiedzy (GOW) cechuje się szybkim rozwojem tych dziedzin gospodarki, które związane są z przetwarzaniem informacji i rozwojem nauki, głównie gałęzi przemysłu zaliczanych do tzw. wysokiej techniki, a także technik i usług społeczeństwa informacyjnego. Z perspektywy mikroekonomicznej, gospodarka oparta na wiedzy to taka, w której źródłem przewagi konkurencyjnej większości przedsiębiorstw, w tym małych i średnich, są przedsięwzięcia wiedzochłonne”. Źródło: „Proponowane kierunki rozwoju nauki i technologii w Polsce do roku 2020” z listopada 2004 roku opublikowany na stronie internetowej Komitetu Cyfryzacji Polskiej Akademii Nauk pod adresem <http://cvtobiologia.nencki.gov.pl> [dostęp 26 grudnia 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

załatwić⁴⁷². Obok ministerialnego stanowiska, które powstało na bazie doświadczeń praktycznych należy w odniesieniu do informatyzacji świadczenia usług publicznych przez jednostki samorządu terytorialnego zwrócić uwagę na refleksję teoretyczną zakładającą, że efektywne przetwarzanie danych wymaga kompatybilności urządzeń, oprogramowania, sieci komunikacyjnych oraz pełnego dostępu do bazy danych niezależnie od miejsca pobytu. Rozwój społeczeństwa komunikacyjnego (informacyjnego) wymaga pewnych zmian technicznych, ale przede wszystkim prawnych, dających pewność i zaufanie do elektronicznych procesów komunikacyjnych, procesów gwarantujących bezpieczeństwo obrotu informacjami, bezpieczeństwo ich dostępności, bezpieczeństwo ochrony danych, ale i jawności informacji. Prawo odpowiada z opóźnieniem rozwijającym się w zawrotnym tempie technologiom⁴⁷³. Dla rozwoju i upowszechnienia usług publicznych świadczonych drogą elektroniczną istotne znaczenie miały zmiany legislacyjne w postaci uchwalenia takich ustaw jak m.in. prawo telekomunikacyjne⁴⁷⁴, ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną⁴⁷⁵ czy ustawy o podpisie elektronicznym⁴⁷⁶.

Analizując dostępność, zakres i jakość rozwiązań elektronicznych oferowanych przez jednostki samorządu terytorialnego należy pamiętać, że klienci urzędów oczekują szybkiej, fachowej, kompleksowej, sprawnej obsługi realizowanej zgodnie z zasadą maksimum uprzejmości, minimum biurokracji⁴⁷⁷. Faktem jest więc, że w

⁴⁷² Informacja pt. *Projekt Programu Zintegrowanej Informatyzacji Państwa* opublikowana na stronie Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji pod adresem <https://mac.gov.pl> [dostęp 15 października 2013 roku].

⁴⁷³ Aleksandra Monarcha-Matlak, *Obowiązki administracji w komunikacji elektronicznej*, Warszawa 2008, s. 46.

⁴⁷⁴ Ustawa z dnia 16 lipca 2004 roku, Prawo telekomunikacyjne. Dz. U. z 2004 roku. Nr 171, poz. 1800.

⁴⁷⁵ Ustawa z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Dz. U. z 2002 roku. Nr 144, poz. 1204.

⁴⁷⁶ Ustawa z dnia 18 września 2001 roku o podpisie elektronicznym. Dz. U. z 2001 roku. Nr 130, poz. 1450.

⁴⁷⁷ Leszek Borowiec, *Controlling w realizacji usług publicznych gminy*, Warszawa 2007, s. 44.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Polisce wzrost dostępności usług świadczonych przez administrację samorządową drogą elektroniczną postępował o tyle nieśpiesznie, co jednak systematycznie. Zgodnie z ustawą z dnia 17 lutego 2005 roku o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne⁴⁷⁸ na stronach internetowych urzędów miejskich uruchomione zostały elektroniczne skrzynki podawcze⁴⁷⁹. Od 1 maja 2008 roku organy władzy publicznej są już zobowiązane do przyjmowania dokumentów w postaci elektronicznej za ich pośrednictwem. System ten przyjmuje dokumenty całodobowo wydając interesantom urzędowe poświadczenie odbioru pozwalające na weryfikację czy procedura została przeprowadzona zgodnie z wymogami wynikającymi z przepisów prawa. W ten sposób w formie elektronicznej można przekazywać urzędom podania, wnioski zapytania i skargi. Biorąc pod uwagę opinię Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji „Elektroniczna Skrzynka Podawcza (ESP) umożliwi komunikację elektroniczną pomiędzy obywatelem a jednostką administracji publicznej. Dzięki niej obywatele mogą wносить podania oraz wnioski w postaci elektronicznej. ESP oferuje: generowanie i archiwizowanie Urzędowego Poświadczenie Odbioru (zgodnego z przepisami prawa), umożliwienie usługobiorcy (osoby wysyłającej dokument) dostępu przez internet do swojego konta na ePUAP, przyjmowanie dokumentów zgodnie ze wzorem dokumentu określonym przez instytucję publiczną będącą właścicielem skrzynki, formularz do wypełnienia standardowego wzoru dokumentu, skonfigurowanie przez instytucję publiczną własnego, dedykowanego formularza do wypełniania dokumentu, przekazanie gotowego dokumentu w postaci XML, obsługę przez instytucję publiczną skrzynki podawczej przy użyciu przeglądarki WWW (przeglądanie i pobieranie dokumentów), automatyczne przekazywanie dokumentów z ePUAP do systemów instytucji publicznej za pośrednictwem Web Services (działanie w trybie synchronicznym

⁴⁷⁸ Ustawa z dnia 17 lutego 2005 roku o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne. Dz. U. z 2005 roku. Nr 64, poz. 565.

⁴⁷⁹ Sposób funkcjonowania elektronicznych skrzynek podawczych regulują również takie przepisy jak zawarte np. w ustawie z 18 września 2001 roku o podpisie elektronicznym. Dz. U. z 2001 roku. Nr 130, poz. 1450.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

wymaga od instytucji publicznej zapewnienia wysokiej dostępności własnych systemów), bezpieczne połączenie z użytkownikiem (HTTPS)⁴⁸⁰.



Reprodukcja 49. Strona projektu SEKAP.

Z projektu badawczego zrealizowanego na zlecenie Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji w 2012 roku wynikało, że „z roku na rok coraz więcej urzędów posiada elektroniczną skrzynkę podawczą (96 proc. w 2012 r.). Co więcej, już 87 proc. urzędów zdecydowało się umieścić ją na platformie ePUAP. Chcąc popularyzować taki sposób kontaktu 3 na 4 urzędy publikują adres elektronicznej skrzynki podawczej

⁴⁸⁰ Centrum Projektów Informatycznych, czyli jednostka budżetowa podległa Ministrowi Administracji i Cyfryzacji na podstawie Zarządzenia Nr 3 Ministra Administracji i Cyfryzacji z dnia 27 grudnia 2011 roku w taki sposób informowało o roli i zasadach funkcjonowania elektronicznych skrzynek podawczych będących zgodnie z ustawową definicją środkiem komunikacji elektronicznej, który służy przekazywaniu informacji w formie elektronicznej do podmiotu publicznego przy wykorzystaniu powszechnie dostępnej sieci teleinformatycznej. Źródło: „Elektroniczna Skrzynka Podawcza. Podstawa prawna” w serwisie Centrum Projektów Informatycznych pod adresem: <http://www.cpi.mac.gov.pl> [dostęp 10 lutego 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

na tej samej podstronie BIP co inne dane teleadresowe podmiotu”⁴⁸¹. Warto zaznaczyć, że wspomniana platforma „ePUAP”, czyli Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej to – jak podawali administratorzy systemu – portal „na którym jednostki administracji publicznej mogą udostępniać swoje usługi drogą elektroniczną, natomiast obywatele mają możliwość załatwiania spraw urzędowych przez internet, bez wychodzenia z domu, o każdej porze dnia i nocy. Platforma ePUAP to swoisty one-stop-shop, który może pomóc jednostkom administracyjnym w urzeczywistnieniu wizji e-administracji.

Urzędy udostępniając usługi poprzez ePUAP wychodzą naprzeciw potrzebom obywateli jak również usprawniają swoją pracę w organizacji”⁴⁸². Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej w założeniach miała przynieść samorządom wymierne oszczędności dzięki integracji ze stworzoną centralnie strukturą umożliwiającą udostępnianie usług publicznych w cyberprzestrzeni. System ten pozwala także na wymianę dokumentów elektronicznych między instytucją a interesantem przy zachowaniu określonych przepisami wymogów. Jak podawało Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji na stronie głównej systemu ePUAP dostępne tam formularze „posiadają również możliwość wstępnej (następującej jeszcze przed wysłaniem dokumentów) weryfikacji przygotowanych przez obywatela dokumentów, co w znacznym stopniu zmniejsza liczbę błędów (pomyłek)”⁴⁸³.

W badanym okresie trwały prace legislacyjne zmierzające do poszerzenia zakresu i skali wykorzystywania internetu w komunikacji między administracją a jej otoczeniem społecznym.

⁴⁸¹ Raport z badania *Wpływ cyfryzacji na działanie urzędów administracji publicznej w Polsce w 2012 r.*, którego celem było zdiagnozowanie stanu informatyzacji i określenie jej wpływu na usprawnienie działania urzędów w Polsce, Warszawa 2012, s. 14.

⁴⁸² Źródło: oficjalna strona Elektronicznej Platformy Usług Administracji Publicznej pod adresem <http://epuap.gov.pl> [dostęp 7 lutego 2013 roku].

⁴⁸³ Opis funkcjonowania systemu Elektronicznej Platformy Usług Administracji Publicznej ze strony pod adresem <http://epuap.gov.pl> {dostęp 14 października 2013 roku}.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Reprodukcja 50. Strona projektu „ePUAP”.

I tak np. Komitet Rady Ministrów ds. Cyfryzacji na posiedzeniu, które odbyło się 17 października 2012 roku zaakceptował projekt założeń nowelizacji: „ustawy o zmianie ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne oraz niektórych innych ustaw”. Jak podawało wówczas w swoim komunikacie Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji: „dzięki rozwiązaniom tam wprowadzonym obywatele i przedsiębiorcy będą mieli dostęp do większej liczby e-usług administracji, poza tym będą mogli kontaktować się z administracją i załatwiać sprawy drogą elektroniczną”⁴⁸⁴. Administracja nie zawsze odpowiednio sprawnie adaptowała stosunkowo często pojawiające się nowe rozwiązania legislacyjne normujące funkcjonowanie urzędów w cyberprzestrzeni. Świadczy o tym przykład ze strony internetowej magistratu w Bielska-Białej⁴⁸⁵, gdzie jako podstawę prawną

⁴⁸⁴ Informacja pt. „KMRC – zaakceptowany projekt założeń ustawy o informatyzacji usług publicznych” opublikowana na stronie Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji. Źródło: rubryka „Wiadomości” z 17 października 2012 roku w serwisie <https://mac.gov.pl> [dostęp 10 lutego 2013 roku].

⁴⁸⁵ http://www.um.bielsko.pl/strona-616-elektroniczna_skrzynka_podawcza_sekap.html [dostęp 16 grudnia 2012 roku].

działania Elektronicznej Skrzynki Podawczej w badanym okresie cytowano rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 29 września 2005 roku w sprawie warunków organizacyjno-technicznych doręczania dokumentów elektronicznych podmiotom publicznym⁴⁸⁶, które już wówczas było uchylone przez ustawę z dnia 12 lutego 2010 roku o zmianie ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne oraz niektórych innych ustaw⁴⁸⁷. Niezależnie jednak od tego na przykładzie elektronicznej skrzynki podawczej umieszczonej na portalu administrowanym przez magistrat w Bielsku Białej 12 czerwca 2007 roku można zaprezentować istotę funkcjonowania tego narzędzia. Elektroniczna Skrzynka Podawcza przeznaczona była do doręczania za jej pośrednictwem dokumentów elektronicznych, dotyczących realizowanych w urzędzie miejskim „zadań z zakresu administracji publicznej, w sprawach indywidualnych rozstrzyganych w drodze decyzji administracyjnej lub załatwianych w formie czynności materialno-technicznych, oraz odsyłania przez urząd, nadawcom takich dokumentów, urzędowego poświadczenia ich odbioru”⁴⁸⁸. Osoby zainteresowane skorzystaniem z tego typu udogodnienia zostały jednocześnie poinformowane, że „dokumenty elektroniczne doręczane do Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej za pośrednictwem elektronicznej skrzynki podawczej i na informatycznym nośniku danych muszą być: (1) opatrzone bezpiecznym podpisem cyfrowym nadawcy weryfikowanym za pomocą ważnego kwalifikowanego certyfikatu, wydanego przez jeden z podmiotów kwalifikowanych świadczących usługi certyfikacyjne, (2) opatrzone zgodnymi z prawdą danymi osobowymi osoby składającej dokument (imię, nazwisko, adres zamieszkania, ewentualnie adres do korespondencji), (3) wolne od wszelkiego rodzaju wirusów

⁴⁸⁶ Dz. U. z 2005 roku. Nr 200, poz. 1651.

⁴⁸⁷ Dz. U. z 2010 roku. Nr 40, poz. 230.

⁴⁸⁸ „Doręczanie dokumentów elektronicznych za pośrednictwem elektronicznej skrzynki podawczej”. Elektroniczna skrzynka podawcza – SEKAP na stronie www.um.bielsko.pl [dostęp 14 grudnia 2012 roku].

komputerowych, koni trojańskich oraz innego szkodliwego oprogramowania”⁴⁸⁹. Zastrzegano jednocześnie, że skutki prawne wynikające z Kodeksu Postępowania Administracyjnego rodzi zgłoszenie dokumentu jedynie poprzez adres: www.sekap.pl. Dobitnie rozróżnienie to zostało wyartykułowane na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w Zawierciu, gdzie poinformowano użytkowników: „korespondencję do urzędu za pośrednictwem poczty email można przysyłać na adres: sod@zawiercie.powiat.pl (nie jest to adres Elektronicznej Skrzynki Podawczej)”⁴⁹⁰, a zarazem na tej samej podstronie umieszczono link umożliwiający zalogowanie się do Elektronicznej Skrzynki Podawczej na platformie SEKAP.

Wielokrotnie wymieniana w niniejszej pracy platforma SEKAP to tworzona na terenie województwa śląskiego platforma Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej świadcząca usługi w cyberprzestrzeni dla trzech zdefiniowanych kategorii odbiorców: (1) obywateli, (2) przedsiębiorców, (3) urzędów i instytucji. W zamyśle twórców miał to być „strategiczny dla rozwoju regionu innowacyjny projekt samorządów gmin i powiatów województwa śląskiego mający wspomagać zarządzanie „działaniami związanymi ze świadczeniem usług publicznych”, a w konsekwencji zaowocować modernizacją „administracji samorządowej poprzez zwiększenie poziomu wykorzystania nowoczesnych technologii informacji i komunikacji”⁴⁹¹. Z informacji twórców systemu wynika, że mieszkaniec chcąc korzystać z jego usług musiał założyć skrzynkę kontaktową pozwalającą na prowadzenie korespondencji z urzędem i wgląd w dokonywane płatności. Pełne wykorzystanie platformy SEKAP wymagało od użytkownika posiadania podpisu elektronicznego, którego formę niekwalifikowaną można było wyrobić korzystając ze strony platformy. Do dyspozycji interesanta sporządzony był

⁴⁸⁹ „Inne wymagania dotyczące doręczania dokumentów elektronicznych niezbędnych do otrzymania przez nadawcę poświadczenia odbioru”. Elektroniczna skrzynka podawcza – SEKAP na stronie www.um.bielsko.pl [dostęp 14 grudnia 2012 roku].

⁴⁹⁰ <http://www.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 20 grudnia 2012 roku].

⁴⁹¹ Informacja ze strony platformy Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej pod adresem <https://www.sekap.pl> [dostęp 15 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

przez administratorów katalog usług zawierający następujące składniki: „(1) Budownictwo, architektura, urbanistyka, (2) Dowody osobiste, meldunki, wybory, (3) Działalność gospodarcza, (4) Geodezja, kartografia, (5) Gospodarka komunalna, (6) Komunikacja, drogownictwo i transport, (7) Kultura, sport, turystyka, oświata, (8) Nieruchomości, lokale mieszkalne i użytkowe, (9) Ochrona praw konsumentów, (10) Ochrona środowiska, (11) Podatki i opłaty, (12) Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybołówstwo, (13) Sprawy obywatelskie, (14) Urodzenia, małżeństwa, zgony, (15) Zdrowie i sprawy społeczne, (16) Rozwój regionalny (17) Promocja i informacja o regionie, (18) Usługi techniczne, (19) Inne⁴⁹². Umożliwienie kontaktu interesanta z magistratem za pośrednictwem komunikacji elektronicznej wprowadziło konieczność modyfikacji procedur obowiązujących w urzędach miejskich i starostwach powiatowych. Chodziło przede wszystkim o ujednoczenie zasad i połączenie stosowanych systemów. Przykładem może być Urząd Miejski w Tychach, który w 2010 roku zintegrował System Obiegu Dokumentów i Spraw z Elektroniczną Skrzynką Podawczą na platformie ePUAP. Wcześniej bowiem dokumenty uzyskiwane drogą elektroniczną za pośrednictwem, skrzynki podawczej wymagały ręcznego wprowadzenia do istniejącego w urzędzie systemu obiegu dokumentacji.

Z analiz zastosowania elektronicznej skrzynki podawczej w świadczeniu usług publicznych przeprowadzonych przez Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji wynika, że w 2013 roku jednym z aspektów informatyzacji urzędów było zapewnienie efektywnej komunikacji pomiędzy uczestnikami e-administracji i dlatego, aby możliwa była realizacja usług realizowanych na drodze elektronicznej inicjowanej dokumentem, powinnością podmiotu zobowiązanego jest udostępnianie elektronicznej skrzynki podawczej (ESP) o ustalonym standardzie. Niezbędne jest też szersze wdrożenie mało jeszcze popularnego mechanizmu komunikowania się obywateli z urzędami oraz urzędów pomiędzy sobą z wykorzystaniem ESP. Ponieważ w administracji publicznej nie mniej niż 70% pism wnoszonych jest w postaci

⁴⁹² Katalog usług dla interesantów dedykowany mieszkańcom dostępny na platformie Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej <https://www.sekap.pl> [dostęp 15 października 2013 roku].

nieustrukturyzowanej, udostępniony zostanie formularz pisma ogólnego do zastosowania w załatwianiu różnych spraw nieujętych w schematach. Nie wszyscy zainteresowani skorzystaniem z elektronicznych usług publicznych będą posiadać urządzenia umożliwiające im dostęp do sieci. Z myślą o nich zostaną udostępnione specjalizowane urządzenia do komunikacji elektronicznej z administracją i dostępu do e-usług. Sprzęt taki będzie zainstalowany w urzędach obsługujących dużą liczbę spraw i odwiedzanych przez licznych klientów⁴⁹³.

Podsumowując kwestie związane ze świadczeniem usług publicznych przez jednostki samorządu terytorialnego za pośrednictwem portali internetowych warto podkreślić, że w ujęciu prawnym tym co wyróżnia elektroniczne czynności prawne i urzędowe od dokonywanych tradycyjnie, jest także elektroniczny i sieciowy zarazem sposób składania (udostępniania, przekazywania, doręczania, przesyłania, transmitowania) składających się na nie oświadczeń woli i wiedzy. Dokonywanie czynności prawnych, poprzez wymianę danych w postaci elektronicznej pomiędzy systemami informatycznymi i za pomocą sieci teletechnicznych, stanowi faktyczną i decydującą podstawę wyodrębnienia elektronicznego obrotu prawnego, rzutującą na jego odmiennosc od obrotu tradycyjnego⁴⁹⁴.

5.2. Narzędzia elektroniczne obsługi interesantów dostępne na stronach starostw powiatowych

Strony internetowe administracji publicznej stawiając sobie za cel docieranie z moderowanym przekazem do grup docelowych. Samorządy poprzez aktywność w cyberprzestrzeni pragną pobudzać aktywność obywatelską mieszkańców, skupiać ich uwagę na kwestiach istotnych dla rozwoju gminy, integrować wokół tematów stymulujących lokalny patriotyzm. W różnorodnej formule witryny takie usiłują

⁴⁹³ Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, *Program Zintegrowanej Informatyzacji Państwa*, Warszawa marzec 2013, s. 55.

⁴⁹⁴ Jacek Jankowski, *Elektroniczny obrót prawny*, Warszawa 2008, s. 74.

uzupełnić, a niekiedy zastąpić ofertę komercyjnych portali informacyjnych o charakterze lokalnym. Warto jednak pamiętać, że poza promocją ważnych lub przynajmniej ciekawych wydarzeń np. z zakresu kultury, sportu, nauki, gospodarki czy edukacji odbywających się na terenie danej miejscowości użytkownicy oczekują od strony jednostki samorządu terytorialnego praktycznych udogodnień w sytuacji, gdy występuje potrzeba załatwienia spraw urzędowych. Samorządowe serwisy internetowe mogą wówczas wypełniać rolę ułatwiającą przygotowanie wizyty w urzędzie miejskim lub starostwie powiatowym (poprzez m.in. odczyt danych o miejscu i godzinach urzędowania czy udostępnienie formularzy do pobrania) bądź w części przynajmniej eliminując konieczność osobistego stawiennictwa obywatela w siedzibie władz lokalnych (poprzez m.in. skorzystanie z elektronicznej skrzynki podawczej na platformie Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej).

Część powiatów ziemskich województwa śląskiego sprawę informowania o strukturze i działalności starostw powiatowych na swoich stronach internetowych łączyła z upowszechnianiem danych za pośrednictwem Biuletynu Informacji Publicznej. W takim modelu zwiększone udostępnienie wiadomości o strukturze starostwa na stronie towarzyszyło podlinkowanie szczegółowej zawartości strony BIP (m.in. z personaliami urzędników, kodami klasyfikacyjnymi spraw realizowanych przez konkretne wydziały, formularzy wykorzystywanych do ich załatwiania itd.).

Na stronie głównej prezentacji powiatu żywieckiego w bocznym menu znajdowała się zakładka „Wydziały Starostwa”, gdzie w skondensowanej formule podano lokalizację, godziny urzędowania (w tym czas zgodnych z planem przerw w obsłudze interesantów) oraz numery telefonów, a także w razie potrzeby numery kont bankowych. Możliwość pozyskania formularzy zapewniała zakładka Biuletynu Informacji Publicznej, ponieważ jak podano na stronie głównej: „wszystkie druki do pobrania znajdują się na stronie BIPU pod adresem www.bip.starostwo.zywiec.pl

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

zakładce Wydziały, Zespoły i Samodzielne stanowiska⁴⁹⁵. Strona główna powiatu zawierciańskiego w rubryce „Komórki organizacyjne w Starostwie Powiatowym w Zawierciu” dostępnej w menu głównym pod hasłem „Starostwo” wymieniała 18 biur, zespołów, kancelarii i wydziałów. Poza tym nie przynosiła innych informacji, gdyż nazwa danej komórki była hipertekstem⁴⁹⁶ do Biuletynu Informacji Publicznej zawierającego kompendium wiedzy na temat funkcjonowania starostwa. Podobny model, lecz pozbawiony elementów charakterystycznych dla komunikacji elektronicznej zastosowali administratorzy witryny powiatu gliwickiego, gdzie w zakładce „Starostwo Powiatowe” na stronie głównej umieszczono podkatalogi: „Dane teleadresowe”, „Organizacja Starostwa Powiatowego”, „Biuro Obsługi Klienta” oraz „Praca w Starostwie”. Użytkownik otwierając następnie plik „Organizacja Starostwa Powiatowego” uzyskiwał dostęp do zasobów pogrupowanych w dwa zbiory: „Schemat struktury organizacyjnej Starostwa Powiatowego” oraz „Regulamin organizacyjny Starostwa Powiatowego”. Po uruchomieniu pierwszego z nich pojawiała się możliwość wyboru między: „Schematem ogólnym” i „Schematem szczegółowym”⁴⁹⁷. Oba jednak były materiałami zapisanymi w postaci pliku PDF, czyli posiadały jedynie wartość informacyjną w zakresie odwzorowania struktury organizacyjnej ograniczając internaucie pole manewru w zasadzie do prostego kopiowania zawartości. Identycznie zresztą jak w przypadku regulaminu organizacyjnego, który również zapisany był w pliku PDF umieszczonym w podkatalogu „Regulamin - Pełny tekst”. Prosta formułę przyjęto też w powiecie bieruńsko-lędzińskim, ponieważ w menu dział „Starostwo Powiatowe” zawierał odnośnik „Wydziały” będący w praktyce odwzorowaniem struktury organizacyjnej

⁴⁹⁵ Zawartość podkatalogu „Dokumenty i druki” wchodzącego w skład rubryki „Wydziały Starostwa” na stronie głównej Starostwa Powiatowego w Żywcu pod adresem: <http://www.starostwo.zywiec.pl> [dostęp 3 października 2013 roku]

⁴⁹⁶ Formułę hipertekstu zastosowano przy prezentacji struktury organizacyjnej Starostwa Powiatowego w Zawierciu na stronie samorządowej pod adresem <http://www.zawiercie.powiat.pl> [dostęp 3 października 2013 roku].

⁴⁹⁷ Procedura pozyskania informacji o schemacie organizacyjnym Starostwa Powiatowego w Gliwicach na stronie pod adresem <http://starostwo.gliwice.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

zawierającym podstawowe dane personalne i teled adresowe, a zatytułowanym „Wydziały i Referaty w Starostwie Powiatowym w Bieruniu”. Wyłącznie przy jednej komórce, czyli Wydziale Geodezji i Gospodarki Nieruchomościami zastosowano odnośnik pt. „Strona wydziału”⁴⁹⁸. Internauta mógł wówczas zapoznać się z zawartością zgromadzoną na temat funkcjonowania tego wydziału w Biuletynie Informacji Publicznej. Ciekawostką był także fakt, że każda z komórek zawierała dane personalne naczelnika lub osoby odpowiedzialnej oraz numer telefonu. Natomiast jedyną adnotacją na stronie internetowej przy prezentacji „Biura Prawnego” było sformułowanie: „Starostwo nie prowadzi porad prawnych dla mieszkańców”⁴⁹⁹.

W sposób pełniej uwzględniający specyfikę komunikacji internetowej postąpili administratorzy serwisu powiatu cieszyńskiego, którzy na stronie głównej udostępniili rubrykę „Starostwo”, prowadzącą do działu „Struktura organizacyjna urzędu” zawierającego schemat organizacyjny opisany symbolami literowymi poszczególnych wydziałów. Symbole te pełniły rolę hipertekstu przenoszącego do rubryki z szerszymi danymi na temat wydziału jak np.: symbol „SR” po zaznaczeniu wyświetlał informacje „Powiatowy Rzecznik Konsumentów”, a po kliknięciu odsyłał do treści dotyczących danych personalnych, lokalizacji, zakresu działania, godzin urzędowania, poczty elektronicznej i numerów telefonów oraz dokumentów do pobrania⁵⁰⁰.

Zawartość rubryki „Starostwo” służyła wyłącznie przygotowaniu się interesantów do wizyty w Starostwie Powiatowym w Bielsku-Białej. Podkatalog „Wydziały Starostwa” pozwalał na wybranie konkretnej komórki organizacyjnej, zapoznanie się ze specyfiką jej funkcjonowania wraz z godzinami urzędowania, danymi personalnymi, adresowymi, numerami telefonów oraz pocztą elektroniczną. Brakowało jednak plików do pobrania. Obok znajdował się natomiast podkatalog

⁴⁹⁸ Odsyłacz umożliwiał dostęp do Biuletynu Informacji Publicznej Starostwa Powiatowego w Bieruniu pod adresem <http://powiatbl.bip.net.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

⁴⁹⁹ Informacja w rubryce „Wydziały i Referaty w Starostwie Powiatowym w Bieruniu” na oficjalnej stronie internetowej powiatu pod adresem <http://www.powiatbl.pl> [dostęp 6 października 2013 roku].

⁵⁰⁰ Kategoryzacja zastosowana na stronie Starostwa Powiatowego w Cieszynie pod adresem <http://www.powiat.cieszyn.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

„Elektroniczna Skrzynka Podawcza Starostwa Powiatowego w Bielsku-Białej”, a także dość nietypowo umieszczone w tej akurat sferze trzy działy „Obwieszczenia”⁵⁰¹, „Ogłoszenia” (odnośnik pozwalał na zapoznanie się z katalogiem „Ogłoszenia - wszystkie pozycje” na stronie Biuletynu Informacji Publicznej) i „Ostrzeżenia i Komunikaty” (zawierające link do strony Wojewódzkiego Centrum Zarządzania Kryzysowego oraz informację dotyczącą wykrycia pierwszego ogniska afrykańskiego pomoru świń i osiem komunikatów typu: „Monitoring jakości powietrza” od 15.03. 2013 roku do 23.07. 2013 roku”)⁵⁰². Na stronie powiatu pszczyńskiego, gdzie po opuszczeniu strony startowej umożliwiającej wyłącznie wybór pomiędzy sekcją Biuletynu Informacji Publicznej, Systemem Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej oraz serwisem internetowym w zakładce „Urząd” znajdował się podkatalog „Administracja powiatu” z zakładkami „Wydziały” stanowiącymi już element Biuletynu Informacji Publicznej⁵⁰³. Zbliżone rozwiązanie zastosowano na stronie powiatu mikołowskiego, gdzie zakładka „Starostwo” w głównym menu umożliwiała dostęp do podkatalogu „Struktura Organizacyjna”, którego zawartość była już częścią Biuletynu Informacji Publicznej⁵⁰⁴.

Na stronie głównej powiatu myszkowskiego w badanym okresie funkcjonowała dodatkowa karta w formie tzw. wyskakującego okienka (ang. pop-up) przenosząca użytkownika do „Elektronicznej Skrzynki Podawczej Starostwa Powiatowego w Myszkowie” pozwalającej na inicjację załatwiania spraw urzędowych, pobieranie formularzy oraz sprawdzanie stanu rozpatrywanych wniosków z podziałem na konkretne wydziały zgodnie ze strukturą organizacyjną

⁵⁰¹ W badanym okresie dział zawierał tylko jedno obwieszczenie Starosty Bielskiego z dnia 16 sierpnia 2013 roku w sprawie wydania decyzji o zezwoleniu na realizację inwestycji drogowej. Zawartość rubryki „Obwieszczenia” na stronie powiatu bielskiego pod adresem <http://www.powiat.bielsko.pl> [dostęp 6 października 2013 roku].

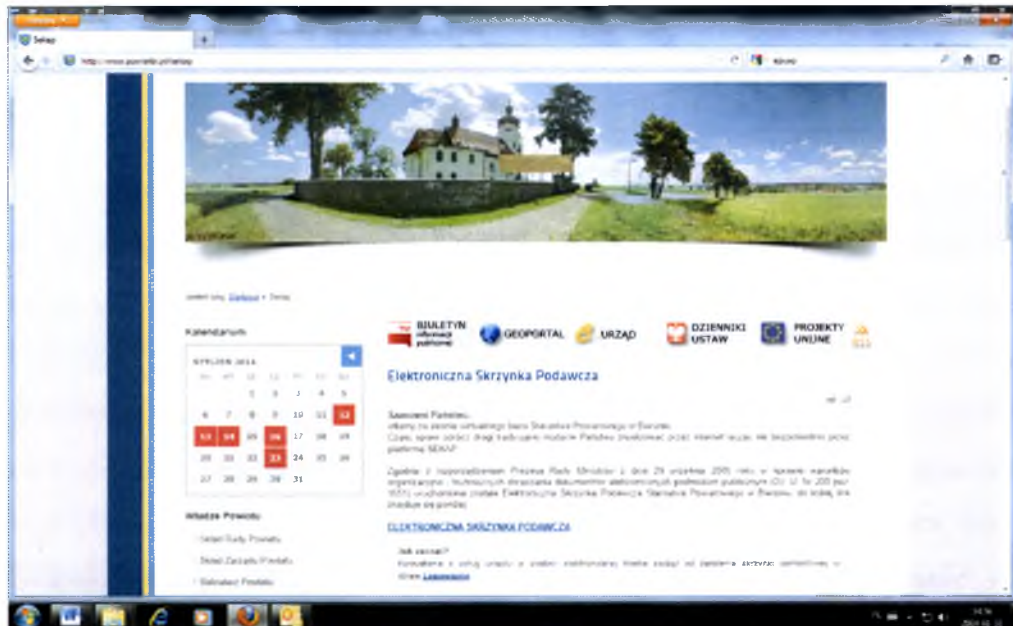
⁵⁰² Stan na 7 października 2013 roku.

⁵⁰³ Ścieżka dostępu do informacji o strukturze organizacyjnej starostwa na stronie powiatu pszczyńskiego pod adresem: <http://www.powiat.pszczyna.pl> [dostęp 4 października 2013 roku].

⁵⁰⁴ Zastosowanie zawartości Biuletynu Informacji Publicznej na stronie Starostwa Powiatowego w Mikołowie pod adresem <http://www.mikolowski.pl> [dostęp 4 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

starostwa. Jednocześnie na stronie głównej w zakładce „Starostwa Powiatowe” znajdował się niezależny od danych zawartych w Biuletynie Informacji Publicznej spis wszystkich wydziałów starostwa wraz ze wskazaniem lokalizacji oraz namiarami telefonicznymi i adresami poczty elektronicznej⁵⁰⁵.



Reprodukcja 51. Elektroniczna Skrzynka Podawcza na stronie powiatu białostockiego.

Inną formą realizacji tej samej koncepcji był baner „Wejdz na SEKAP” umieszczony nad aktualnościami publikowanymi na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w Lublińcu. Internauci mogli przeczytać, że skorzystanie z banneru pozwoli „załatwić sprawę w urzędzie, nie stojąc w kolejkach”⁵⁰⁶. Jednocześnie w bocznym menu zawarto dział „Starostwo Powiatowe” z podkatalogiem „Wydziały –

⁵⁰⁵ Odmienny sposób prezentacji wydziałów na witrynie internetowej powiatu oraz Biuletynie Informacji Publicznej zastosowany na stronie Starostwa Powiatowego w Myszkowie pod adresem <http://www.powiatmyszkowski.pl> [dostęp 4 października 2013 roku].

⁵⁰⁶ Komunikat reklamujący korzystanie z platformy Systemu Elektronicznej Komunikacji Publicznej na banerze strony głównej Starostwa Powiatowego w Lublińcu pod adresem <http://www.lubliniec.starostwo.gov.pl> [dostęp 4 października 2013 roku].

karta usług”, gdzie na graficznym odwzorowaniu schematu organizacyjnego umieszczono nazwy wydziałów będące hipertekstem przenoszącym do poszerzonych informacji opisanych w następujący sposób: „Kliknij na wybrany wydział aby zobaczyć kartę usług danego wydziału”. Powiat częstochowski – jak pisałam – udostępniał w badanym okresie stronę internetową uszeregowaną z zastosowaniem pięciu kategorii tematycznych: „Powiat”, „Gminy”, „Obywatel”, „Przedsiębiorca” i „Turysta”. W kategorii „Powiat” na stronie głównej znajdowała się zakładka „Wydziały Starostwa” zawierająca spis komórek organizacyjnych. Umożliwiał on zasięgnięcie pogłębionych informacji po uruchomieniu odnośnika poszczególnego wydziału jak np. kategorii załatwianych spraw, godzin urzędowania, numerów kont, a także takich danych jak wykaz aktów prawnych w oparciu o które dany wydział realizuje swoje zadania⁵⁰⁷. W powiecie będzińskim z poziomu strony głównej możliwe było skorzystanie z zakładki „Załatw sprawę” zawierającej wersje elektroniczne wniosków i dokumentów związanych z załatwieniem konkretnych formalności lub z zakładki „Wydziały” szerzej opisującej zakres merytoryczny funkcjonowania danego wydziału i pozwalającej również na pobranie wniosków i formularzy. Co ciekawe wśród powiatów ziemskich autorzy strony Starostwa Powiatowego w Będzinie jako jedyni w badanym okresie starali się konsekwentnie dostosować kompozycję ilustracji obrazującej prezentowany wydział do symbolicznego wyobrażenia jego specyfiki (typu: Wydział Architektury z grafiką w postaci rysunków technicznych, Wydział Bezpieczeństwa i Zarządzania Kryzysowego z fotografią strażaków, a Biuro Zamówień Publicznych ze zdjęciem stalówki pióra na formularzu itd.)⁵⁰⁸.

Administratorzy strony powiatu raciborskiego zrezygnowali z prezentacji struktury organizacyjnej starostwa w rubryce „Starostwo Powiatowe”, gdzie obok

⁵⁰⁷ Zawartość sekcji prezentującej strukturę organizacyjną Starostwa Powiatowego w Częstochowie na oficjalnym serwisie internetowym „Wrota Powiatu Częstochowskiego” pod adresem <http://www.czestochowa.powiat.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

⁵⁰⁸ Ilustracje zastosowane w prezentacji komórek organizacyjnych na stronie Starostwa Powiatowego w Będzinie pod adresem <http://www.starostwo.bedzin.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

adresu i mapy dojazdu do starostwa umieszczono wyróżnioną graficznie informację o treści: „Powiat Raciborski jest lokalną wspólnotą samorządową, powołaną dla organizacji życia publicznego na swoim terytorium”⁵⁰⁹. Internauta zainteresowany ułatwieniem sprawy urzędowej musiał skorzystać z podkatalogu „Kontakt-dojazd”, a w nim wybrać zakładkę „Godziny urzędowania”, aby uzyskać dostęp do spisu wydziałów starostwa. Natomiast w powiecie wodzisławskim zastosowano model mieszany, gdyż po wybraniu z poziomu strony startowej sfery określonej jako „Samorząd”, a w niej rubryki „Starostwo” użytkownik uzyskiwał dostęp do „Schematu organizacyjnego Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu” z wyraźnie wyodrębnionymi kolorystycznie „Najwyższym kierownictwem” i „Komórkami organizacyjnymi Starostwa Powiatowego”⁵¹⁰. Diagram przenosił internautę do podkatalogów zawierających lokalizację, dane personalne, namiary telefoniczne i adresy poczty elektronicznej oraz zadania poszczególnych elementów umiejscowionych na tym schemacie. Do tych samych danych internauta uzyskiwał dostęp po skorzystaniu ze strony Biuletynu Informacji Publicznej.

W powiecie kłobuckim z poziomu strony głównej można było skorzystać z zakładki „Starostwo Powiatowe”, a następnie podkatalogu „Wydziały/Oddziały Starostwa”, aby uzyskać dostęp do danych personalnych naczelników oraz informacji o lokalizacji wydziałów i numerów telefonów⁵¹¹. Powiat tarnogórski ułatwiał interesantom korzystającym z internetu zaplanowanie wizyty w starostwie publikując na stronie głównej dział „Godziny urzędowania” wraz ze szczegółowym rozgraniczeniem w poszczególnych dniach „Godzin urzędowania” od „Godzin

⁵⁰⁹ Cytat z działu „Starostwo Powiatowe” dostępnego z poziomu strony głównej powiatu raciborskiego pod adresem <http://www.powiatraciborski.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

⁵¹⁰ Dane dotyczące struktury Starostwa Powiatowego w Wodzisławiu Śląskim na stronie samorządowej pod adresem <http://www.powiatwodzislawski.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

⁵¹¹ Spis wydziałów na stronie Starostwa Powiatowego w Kłobucku pod adresem <http://www.klobuck.pl> [dostęp 2 października 2013 roku].

przyjmowania stron” przez urzędników⁵¹². Starostwa Powiatowe w Rybniku oferowało internautom możliwość sprawdzenia zakresu czynności wykonywanych przez wydziały, biura czy referaty. W zakładce „Komórki organizacyjne” umiejscowionej w dziale „Starostwo”⁵¹³ na stronie głównej mieściły się ponadto godziny urzędowania, numery telefonów oraz załączniki w formie plików do pobrania.

5.3. Narzędzia elektroniczne obsługi interesantów dostępne na stronach urzędów miejskich

Na stronach internetowych powiatów grodzkich generalnie administratorzy w sposób znacznie bardziej wszechstronny niż w przypadku powiatów ziemskich starali się ułatwić kontakt interesantów z urzędem. Od reguły tej zdarzały się oczywiście wyjątki, których przykładem jest strona internetowa Bytomia. W formie mało czytelnej dla przeciętnego użytkownika umieszczono tam jedynie odwzorowanie struktury organizacyjnej magistratu. Co więcej schemat organizacyjny Urzędu Miejskiego w Bytomiu dostępny był do pobrania w formie... pliku tekstowego. Obok umieszczono pliki zawierające kolejne zmiany w zarządzeniu prezydenta miasta dotyczącym nadania regulaminu organizacyjnego bez jednoczesnego upowszechnienia zaktualizowanej wersji ujednoliconej⁵¹⁴, co w sposób ewidentny utrudniało korzystanie z udostępnianych zasobów. Zbliżoną formę pod względem ergonomii miała dla użytkownika zakładka „Urząd Miasta” w rubryce „Samorząd” magistratu w Siemianowicach Śląskich. Na zawartość zakładki składały się: fotografia przedstawiająca dekoracyjnie podświetlony budynek oraz linki: „Struktura

⁵¹² Informacje ze strony głównej Starostwa Powiatowego w Tarnowskich Górach pod adresem <http://www.powiat.tarnogorski.pl> [dostęp 3 października 2013 roku].

⁵¹³ Dane umieszczone na stronie Starostwa Powiatowego w Rybniku pod adresem <http://www.starostwo.rybnik.pl> [dostęp 3 października 2013 roku].

⁵¹⁴ Dział „Struktura organizacyjna urzędu” w rubryce „Urząd Miejski i władze miasta” na oficjalnej stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Bytomiu pod adresem <http://www.bytom.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

organizacyjna Urzędu Miasta” (umieszczona na Platformie e-Uслуг Publicznych), „Numery telefonów w Urzędzie Miasta” (do pobrania w pliku PDF), „Regulamin organizacyjny (Zarządzenie nr 716 2012 z 12.03.2012)”. Ostatni link uruchamiał również dokument w formacie PDF wraz z sześcioma linkami zawierającymi „częściowe zmiany” tego zarządzenia do pobrania w pliku PDF⁵¹⁵. Na stronach internetowych powiatów grodzkich przedstawiano oczywiście sposób załatwiania konkretnej sprawy przez interesantów.

Na stronie Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej w rubryce „Jak załatwić sprawę w Urzędzie” podawano procedury i akty prawne z podziałem na zadania realizowane przez poszczególne wydziały urzędu jak też w formie zbioru kategorii samych spraw urzędowych. W tym drugim wariantcie przykładowa kategoryzacja takiego spisu obejmowała następujące zagadnienia: „Urbanistyka i architektura, Pomoc niepełnosprawnym, Geodezja i kartografia, Podatki, Rejestracja małżeństw, Sprawy spadkowe, Dzieci, Gospodarka komunalna, Imiona i nazwiska, Sprzedaż napojów alkoholowych, Transport - licencje, zaświadczenia, Pojazd – rejestracja, Kultura fizyczna, turystyka, Dowód rejestracyjny, Prawo jazdy, Działalność gospodarcza, Zarządzanie energią, Edukacja, Rejestracja zgonów, Archiwum USC, Zarządzanie ruchem, Pojazd - instruktorzy nauki jazdy i szkolenie kierowców, Pojazd - badania techniczne, Kultura i sztuka, Zintegrowany System Zarządzania”⁵¹⁶. Umożliwiono jednocześnie wydruk prezentowanych informacji lub pobranie ich w formie dokumentu w PDF.

Podział kompetencyjny z uwzględnieniem struktury organizacyjnej urzędu obejmował zwykle charakterystyki spraw załatwianych w poszczególnych wydziałach, co obrazuje również przykład ze strony internetowej zabrzańskiego magistratu: „Biuro Miejskiego Konserwatora Zabytków. Zadania: 1. opracowywanie gminnych i powiatowych programów opieki nad zabytkami, 2. prowadzenie gminnej ewidencji

⁵¹⁵ Prezentacja Urzędu Miasta w serwisie internetowym magistratu w Siemianowicach Śląskich pod adresem <http://www.siemianowice.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

⁵¹⁶ Zawartość rubryki: „Wydziały. Jak załatwić sprawę w Urzędzie”. Informator na stronie Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej dostępny pod adresem www.um.bielsko.pl [dostęp 14 grudnia 2012 roku].

zabytków, 3. realizacja porozumień zawartych z organami administracji rządowej w zakresie ochrony zabytków, 4. realizacja zadań wynikających z przepisów ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami”⁵¹⁷.



Reprodukcja 52. Dział przedstawiający procedury załatwiania spraw urzędowych w magistracie w Bielsku-Białej.

Podobne rozwiązanie zastosowano np. w Świętochłowicach. Na stronie głównej istniała możliwość wybrania katalogu „Urząd Miejski” i podkatalogu „Wydziały”, aby zapoznać się ze specyfiką ich działalności, a także lokalizacją, zamiarami komunikacyjnymi i danymi osób odpowiedzialnych. Przeprowadzenie czynności urzędowych umożliwiała natomiast uruchomienie podkatalogu „e-Urząd”⁵¹⁸ przenoszącego do sfery Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej. W Jastrzębiu Zdroju zaproponowano internautom poprzez rubrykę „Nasze

⁵¹⁷ Charakterystyka funkcjonowania biur i wydziałów Urzędu Miejskiego w Zabrzu opublikowana na stronie pod adresem <http://um.zabrze.pl> [dostęp 12 czerwca 2013 roku].

⁵¹⁸ Podkatalogi w dziale „Urząd Miejski” na stronie internetowej magistratu w Świętochłowicach pod adresem <http://www.swietochlowice.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

miasto” dostęp do katalogu „Urząd Miasta”. Z tego poziomu możliwe było skorzystanie z Elektronicznej Skrzynki Podawczej lub informacji dotyczących np. wydziałów magistratu z podaniem lokalizacji, danych personalnych osób odpowiedzialnych oraz numerów telefonów i adresów poczty elektronicznej⁵¹⁹.

Niekiedy dokonywano fragmentaryzacji wiadomości dotyczących struktury organizacyjnej, formy załatwiania spraw urzędowych czy zakresu funkcjonowania magistratu. Strona miejska Chorzowa w dziale „Dla Mieszkańca” miała podkatalog „Urząd Miejski”, który składał się z krótkich informacji tekstowych zawartych w zakładkach: „Dane teleadresowe UM” czy „Godziny pracy”, a także z obszernych katalogów danych typu: „Książka telefoniczna” czy „Rachunki bankowe” w praktyce stanowiących jednak wyłącznie linki do zasobów zgromadzonych na stronie Biuletynu Informacji Publicznej. Podobnie jak umieszczony na dole strony głównej Chorzowa link „Wydziały Urzędu”⁵²⁰ zapewniający dostęp do treści zgromadzonych na stronie Biuletynu Informacji Publicznej. Zbliżoną formułę zastosowano w Jaworznie. Tam zakładka „Urząd Miejski” podzielona była na sekwencje typu: „Jak załatwić sprawę w urzędzie”, „Komunikaty i obwieszczenia” czy „Zamówienia publiczne”, które pozwalały na skorzystanie z zasobów Biuletynu Informacji Publicznej⁵²¹. Identyczną rolę wypełniało menu na dole strony zawierające ilustrację przedstawiającą urzędniczkę z opisem: „Twoje sprawy w urzędzie”.

Nieco bardziej rozbudowane wprowadzenie do danych Biuletynu Informacji Publicznej przygotowano w Dąbrowie Górniczej. Na stronie głównej baner „Jak załatwić sprawę w UM” umożliwiał dostęp do „Portal e-Urząd”, gdzie poza podstawowymi danymi teleadresowymi oraz numerami kont bankowych i numerami identyfikacji statystycznej oraz podatkowej kluczowe znaczenie wypełniał link pt.

⁵¹⁹ Zawartość rubryki „Urząd Miasta” na stronie magistratu w Jastrzębiu Zdroju pod adresem <http://www.jastrzebie.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

⁵²⁰ Forma prezentacji struktury magistratu obowiązująca na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Chorzowie pod adresem <http://www.chorzow.um.gov.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

⁵²¹ Model dostępu do treści urzędowych zastosowany na oficjalnej stronie magistratu w Jaworznie pod adresem <http://www.um.jaworzno.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

„zobacz: Sposoby załatwiania spraw”, który przenosił internautę do sfery Biuletynu Informacji Publicznej⁵²². Dane zaprezentowane w portalu „e-Urząd” upowszechnione były zresztą w dolnej części strony głównej magistratu jako dane teleadresowe. Gliwicki magistrat w menu strony głównej umieścił rubrykę „Samorząd”, która zawierała podkatalog „Urząd Miejski” z podstawowymi danymi oraz następującymi odsyłaczami: „Co i jak załatwić w Urzędzie - Wirtualne Biuro Obsługi”, „Stan przyjmowanych spraw”, „Regulamin Organizacyjny Urzędu Miejskiego w Gliwicach”, „Schemat organizacyjny Urzędu Miejskiego w Gliwicach”, „Wydziały Urzędu”, „Spis telefonów oraz połączeń skype Urzędu Miejskiego w Gliwicach”, „Misja Urzędu Miejskiego w Gliwicach”⁵²³. Wspomniane „Wirtualne Biuro Obsługi”, znajdowało się już jednak w sekcji Biuletynu Informacji Publicznej zawierającym „informacje o sprawach załatwianych w Urzędzie Miejskim w Gliwicach”. Bo zasobów Biuletynu przenosiły też pozostałe linki poza odsyłaczem „Schemat organizacyjny Urzędu Miejskiego w Gliwicach”, który udostępniał graficzne odwzorowanie struktury magistratu⁵²⁴. Strona samorządu Sosnowca podzielona była na cztery główne obszary tematyczne: „Strefa mieszkańca”, „Strefa biznesu”, „Strefa rozrywki” oraz „Urząd Miejski”. W tej ostatniej strefie wydzielono użyteczne dla interesanta katalogi typu: „Załatw sprawę” bądź „Wydziały UM”, które umożliwiały korzystanie z zasobów strony Biuletynu Informacji Publicznej⁵²⁵. Witryna Rybnika zawierała na stronie głównej zakładkę „e-Urząd” przenoszącą do sfery Biuletynu Informacji Publicznej, gdzie interesanci mieli otrzymać „informację o usługach realizowanych przez urząd. Część usług oprócz drogi tradycyjnej możecie Państwo

⁵²² Mechanizm portalu „e-Urząd” udostępnionego na stronie Urzędu Miejskiego w Dąbrowie Górniczej pod adresem <http://www.dabrowa-gornicza.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

⁵²³ Kategoryzacja treści zastosowana w dziale „Urząd Miejski” na stronie gliwickiego magistratu pod adresem <https://gliwice.eu> [dostęp 8 października 2013 roku].

⁵²⁴ Schemat ten formalnie stanowił załącznik nr 1 do Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miejskiego w Gliwicach i podawał stan na dzień 24 czerwca 2013 roku. Dostęp 8 października 2013 roku.

⁵²⁵ Dedykowana interesantom część serwisu internetowego w rubryce „Urząd Miejski” na stronie magistratu Sosnowca pod adresem <http://www.sosnowiec.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

zrealizować przez Internet łącząc się bezpośrednio z Platformami SEKAP lub ePUAP⁵²⁶. Zarazem z poziomu strony głównej użytkownik mógł wybrać katalog „Samorząd”, a w nim podkatalog „Urząd Miasta”.

W ten sposób uzyskiwał dostęp do zagadnień skategoryzowanych w sposób następujący „Najczęściej załatwiane sprawy” (katalog opisujący daną czynność urzędową, której przypisany był numer telefonu stacjonarnego), „Struktura UM - biura, wydziały” (podkatalog był wyłącznie odnośnikiem do BIP), „Pracownicy UM, telefony wewnętrzne” (odnośnik do BIP), „Alfabetyczny wykaz usług” (odnośnik do BIP) oraz „Galeria zdjęć UM” (podkatalog zawierający 16 zdjęć magistratu podpisanych np. „Urząd w zimowej szacie...”) ⁵²⁷. Interesanci korzystający ze strony Urzędu Miejskiego w Rudzie Śląskiej mogli wybrać w rubryce „Urząd Miasta” dział „Załatw sprawę”, aby podjąć uzyskać dostęp do zasobów Biuletynu Informacji Publicznej lub dział „Wydziały” w celu zapoznania się ze strukturą organizacyjną magistratu oraz danymi osób odpowiedzialnych, zamiarami telefonicznymi i zakresem działań podejmowanych przez każdy z wydziałów ⁵²⁸. Strona Urzędu Miejskiego w Częstochowie pozwala użytkownikowi na zapoznanie się z „Kartami Informacyjnymi” zawierającymi podstawę prawną konkretnej czynności urzędowej, wykaz wymaganych do złożenia wniosków, a także załączników i dokumentów, które należy przedstawić do wglądu.

Ponadto w karcie informacyjnej znajdują się dane o opłatach, terminach załatwienia sprawy, godzinach urzędowania konkretnego wydziału, trybie odwołania od uzyskanej decyzji oraz dane teled adresowe. Karty informacyjne objęto działaniem wyszukiwarki oraz katalogu określonego jako „Wybierz kategorię spraw” i opisanego dość przystępnie takimi sformułowaniami jak np. „Dowody osobiste”, „Edukacja”, „Skargi i wnioski mieszkańców”, „Stacje kontroli pojazdów i diagnostyki”,

⁵²⁶ Informacja z Biuletynu Informacji Publicznej na stronie rybnickiego samorządu pod adresem <http://bip.um.rybnik.eu> [dostęp 8 października 2013 roku].

⁵²⁷ Zawartość katalogu według stanu na 8 października 2013 roku.

⁵²⁸ Dane z katalogu „Urząd Miasta” w serwisie internetowym Rudy Śląskiej pod adresem <http://www.rudaslaska.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

„Targowiska”, „Usuwanie pojazdów”, „Wybory”, „Zwierzęta”⁵²⁹ itp. Prezentacja internetowa Urzędu Miejskiego w Tychach zapewniała użytkownikowi możliwość skorzystania na stronie głównej z zakładki „e-urząd”, gdzie przygotowano odnośniki: „co i jak załatwić”, „ePUAP” (czyli Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej), „status spraw”, „elektroniczna skrzynka podawcza”, „naTYCHmiastowy sms” (centrum powiadamiania wiadomościami SMS o ważnych wydarzeniach w Tychach) oraz „ankieta oceny zadowolenia klienta z usług Urzędu”. Udostępniono tam zasoby z Biuletynu Informacji Publicznej, do których należały karty usług, informacje o wymaganych dokumentach, terminach, trybach załatwiania spraw i procedurach odwoławczych. Przed wejściem do strefy Biuletynu Informacji Publicznej wyeksponowano takie podstawowe informacje typu: „każdy ma prawo żądać szczegółowych informacji o wszystkich okolicznościach, które mogą mieć wpływ na ustalenie jego praw i obowiązków, będących przedmiotem prowadzonego postępowania administracyjnego. W razie jakichkolwiek wątpliwości, Klient ma prawo zwrócić się o wyjaśnienie, zaś Urząd ma obowiązek ich udzielenia”⁵³⁰. Jednocześnie umieszczony w tej sekcji baner zachęcał internautę sloganem: „Wejdz do urzędu nie wychodząc z domu” pozwalając na założenie tzw. profilu zaufanego. Po skorzystaniu z banneru użytkownik mógł dowiedzieć się jakie korzyści niesie posiadanie reklamowanego produktu będącego podpisem elektronicznym założonym na elektronicznej platformie usług administracji publicznej Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji. Wśród walorów „Profilu zaufanego” wymieniano: „jest bezpłatny, pozwala na załatwienie wielu spraw administracyjnych bez wychodzenia z domu, umożliwia składanie oświadczeń woli, ważny jest przez trzy lata od momentu jego potwierdzenia”⁵³¹.

⁵²⁹ Przykład sposób opisu kategorii spraw do załatwienia w częstochowskim magistracie na stronie pod adresem <http://www.czestochowa.um.gov.pl> [dostęp 7 października 2013 roku].

⁵³⁰ Informacja z rubryki „e-Urząd” na stronie tyskiego magistratu pod adresem <http://www.umtychy.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

⁵³¹ Fragment instrukcji informującej o zaletach korzystania z „Profilu zaufanego” na stronie Urzędu Miejskiego w Tychach pod adresem <http://www.umtychy.pl> [dostęp 9 października 2013 roku].

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

W podkatalogu „Wydziału” rubryki „Urząd/Samorząd” na stronie głównej magistratu w Piekarach Śląskich znalazły się związane informacje o wydziałach Urzędu Miasta zawierające wskazania lokalizacyjne, dane personalne, namiary telefoniczne oraz dla części komórek organizacyjnych także adresy poczty elektronicznej⁵³². Całość ilustrowało zdjęcie budynku podpisane „Budynek Urzędu Miasta przy ul. Bytomskiej 84” bez jakichkolwiek materiałów multimedialnych czy interaktywnych. Odzworowanie struktury organizacyjnej żorskiego magistratu stanowiło element katalogu „Urząd Miasta” jako podkatalog „Struktura Urzędu Miasta” zawierający następującą informację: „Urząd Miasta w Żorach ma strukturę funkcjonalną, którą opisuje poniższy schemat. W celu uzyskania informacji na temat konkretnej komórki organizacyjnej proszę znaleźć konkretny skrót i jego wyjaśnienie pod diagramem”⁵³³. Co ciekawe schemat zawierający oznaczenia typu: „DPG”, „DPI” czy „DPP” umożliwiał jedynie powiększenie grafiki w formacie PDF. Użytkownik we własnym zakresie na trzech podstronach musiał więc poszukiwać znaczenia symbolu użytego w schemacie, aby uzyskać dostęp do zakresu obowiązków tam umiejscowionej poszczególnej komórki organizacyjnej. Model ten zobrazować może wyjaśnienie, że symbol „DPG” oznacza doradcę prezydenta ds. gospodarki przestrzennej, umieszczony poniżej symbol „DPI” doradcę prezydenta ds. infrastruktury, a kolejny, czyli „DPP” doradcę prezydenta ds. polityki promocji i informacji. Jednocześnie w katalogu „Urząd Miasta” przygotowano pozostałe podkatalogi zawierające informacje opisane następującymi zakresami tematycznymi: „władze miasta”, „przyjęcia stron”, „książka teleadresowa”, „godziny otwarcia”, „dojazd i lokalizacja”, „ISO 9001:2008”, „opłata skarbowa” oraz „certyfikaty, wyróżnienia, nagrody”.

Schemat organizacyjny magistratu jako aktywny element systemu nawigacyjnego na samorządowej stronie internetowej zastosowano w przypadku Mysłowic. Z poziomu strony głównej internauta wybierał katalog „Samorząd”, a

⁵³² Zawartość podkatalogu „Wydziały” na stronie Urzędu Miasta w Piekarach Śląskich pod adresem <http://piekary.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

⁵³³ Informacja z działu „Struktura Urzędu Miasta” strony internetowej magistratu w Żorach pod adresem <http://www.zory.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

następnie podkatalog „Wydziały Urzędu Miasta Mysłowice” i uzyskiwał dostęp do schematu zawierającego informacje o komórkach organizacyjnych pozwalające w kolejnych podkatalogach na zapoznanie się z danymi o osobach odpowiedzialnych, numerach telefonów i poczty elektronicznej, lokalizacji wydziału, zakresie zadań, jednostkach podległych itd. Pozyskanie tych informacji było też oczywiście możliwe z wykorzystaniem innych ścieżek dostępu np. poprzez kompetencje poszczególnych członków kierownictwa zgrupowane w dziale „Władze Miasta”⁵³⁴. Witryna internetowa stolicy regionu umożliwiała dostęp do narzędzi elektronicznych służących załatwianiu spraw urzędowych w zasobach Biuletynu Informacji Publicznej za pośrednictwem odnośnika „e-Urząd” na stronie głównej Katowic. Drugi z odnośników „Urząd Miasta” pozwalał użytkownikowi na korzystanie z podkatalogów „Sprawy do załatwienia” (podkatalog był wyłącznie odnośnikiem do BIP), „Komunikaty i Ogłoszenia” (spis na bieżąco aktualizowanych ogłoszeń, wykazów i ofert), „Biuro Obsługi Mieszkańców” (odnośnik do BIP), „Wykaz wydziałów i referatów” (odnośnik do BIP), „Skargi i wnioski” (odnośnik do BIP), „Statut miasta” (odnośnik do BIP), „Regulamin Organizacyjny” (odnośnik do BIP), „Oświadczenia majątkowe” (odnośnik do BIP), „Rejestry, ewidencje, archiwa”, „System Zarządzania Jakością” (podkatalog zawierający dokumenty związane z Systemem Zarządzania Jakością Urzędu Miasta Katowice według normy ISO 9001:2008), „Napisz do nas” (podkatalog w formie formularza kontaktowego), „Zamówienia publiczne” (odnośnik do zasobów BIP z podziałem na kategorie jednostek składających zamówienie publiczne) oraz „Oferty pracy” (odnośnik do BIP)⁵³⁵.

W sferze dedykowanej załatwianiu spraw urzędowych samorządy chwaliły się także uzyskanymi certyfikatami, czyli oficjalnymi dokumentami potwierdzającymi np.

⁵³⁴ Informacje o strukturze organizacyjnej Urzędu Miasta w Mysłowicach dostępne na stronie internetowej magistratu pod adresem <http://www.myslowice.pl> [dostęp 8 października 2013 roku].

⁵³⁵ Zawartość katalogu „Urząd Miasta” na stronie głównej magistratu w Katowicach pod adresem <http://www.katowice.eu> [dostęp 8 października 2013 roku].

zgodność z normami, spełnianie wymogów, autentyczność⁵³⁶, a także podawały misję rozumianą jako sens istnienia danej jednostki. Internauta odwiedzający stronę Bytomia po kliknięciu na odnośnik „Urząd Miejski i władze miasta” mógł przeczytać: „Misją Urzędu Miejskiego w Bytomiu jest zaspokajanie potrzeb i rozwiązywanie problemów bytomian poprzez realizację zadań publicznych ukierunkowanych na wszechstronny rozwój miasta”, a także „W czerwcu 2011 roku Urząd Miejski w Bytomiu otrzymał certyfikat potwierdzający funkcjonowanie jednostki zgodnie z wymogami normy ISO 9001: 2008. Certyfikat przyznano na podstawie audytu nadzoru Systemu Zarządzania Jakością przeprowadzonego przez audytorów Biura Certyfikacji Polskiego Rejestru Statków SA. Sprawdzali oni zasady funkcjonowania Urzędu: obsługę klienta, sprawne komunikowanie się z klientem, przekazywanie informacji o sposobie załatwiania spraw oraz realizację zadań przez wybrane wydziały urzędu. Certyfikat ten ważny jest do 20 czerwca 2014 roku”⁵³⁷.

5.4. Zastrzeżenia prawne wynikające z prawa telekomunikacyjnego

Wiosną 2013 roku zgodnie z wymogami ustawowymi na stronach internetowych administracji publicznej zaczęły się pojawiać informacje na temat plików cookies⁵³⁸. Ustawą z dnia 16 listopada 2012 roku o zmianie ustawy – Prawo

⁵³⁶ Definicja za Słownikiem Języka Polskiego w wersji internetowej pod adresem <http://sjp.pl/> [dostęp 18 grudnia 2012 roku]

⁵³⁷ Oficjalna strona magistratu w Bytomiu pod adresem <http://www.bytom.pl>. Zakładka: Urząd miejski i władze miasta [dostęp 17 grudnia 2012 roku].

⁵³⁸ Opisywane pliki cookies, to „niewielkie pliki tekstowe, nazywane ciasteczkami (z ang. cookie – ciastko), wysyłane przez serwis internetowy, który odwiedzamy i zapisywane na urządzeniu końcowym (komputerze, laptopie, smartfonie), z którego korzystamy podczas przeglądania stron internetowych. W plikach „cookies”, składających się z szeregu liter i cyfr, znajdują się różne informacje niezbędne do prawidłowego funkcjonowania serwisów internetowych (...). Ciasteczka umożliwiają także m.in. zapamiętanie naszych preferencji i personalizowanie stron internetowych w zakresie wyświetlanych treści oraz dopasowania reklam. Dzięki „cookies” możliwe jest też rejestrowanie produktów i usług czy głosowanie w internetowych ankietach”. Źródło: serwis poświęcony plikom cookies pod adresem <http://wszystkoociasteczkach.pl> [dostęp 28 maja 2013 roku].

telekomunikacyjne oraz niektórych innych ustaw⁵³⁹ wprowadzono bowiem procedurę uzyskiwania przez właścicieli serwisów internetowych zgody internautów na przechowywanie i stosowanie plików cookies.



Reprodukcja 53. Przykład informacji o plikach cookies ze strony Starostwa Powiatowego w Lublińcu (górną część ekranu).

W znowelizowanej ustawie precyzuje to art. 173 pkt. 4 o treści: „podmioty świadczące usługi telekomunikacyjne lub usługi drogą elektroniczną mogą instalować oprogramowanie w telekomunikacyjnym urządzeniu końcowym abonenta lub użytkownika końcowego przeznaczonym do korzystania z tych usług lub korzystać z tego oprogramowania, pod warunkiem że abonent lub użytkownik końcowy: 1) przed instalacją oprogramowania zostanie poinformowany bezpośrednio, w sposób jednoznaczny, łatwy i zrozumiały, o celu, w jakim zostanie zainstalowane oprogramowanie, oraz sposobach korzystania przez podmiot świadczący usługi z tego

⁵³⁹ Ustawa z dnia 16 listopada 2012 roku o zmianie ustawy – Prawo telekomunikacyjne oraz niektórych innych ustaw weszła w życie 21 stycznia 2013 roku. DZ. U. z 21 grudnia 2012 roku, poz. 1445.

oprogramowania; 2) zostanie poinformowany bezpośrednio, w sposób jednoznaczny, łatwy i zrozumiały, o sposobie usunięcia oprogramowania z telekomunikacyjnego urządzenia końcowego użytkownika lub abonenta; 3) przed instalacją oprogramowania wyrazi zgodę na jego instalację i używanie”. W efekcie wejścia w życie cytowanej ustawy na stronach jednostek samorządów terytorialnych pojawiły się formularze informujące o wykorzystywaniu plików cookies i umożliwiające użytkownikowi wyrażenie zgody na przekazywanie tych plików.

Przykładem podobnej informacji jest wiadomość ze strony starostwa powiatowego w Będzinie o treści: „zgodnie z art. 173 Prawa Telekomunikacyjnego informujemy, że odwiedzana strona korzysta z plików cookies. W związku z powyższym użytkownik strony może domyślnie ustawić w przeglądarce poziom kontroli, czy, ile i jakie chce cookies. Brak takich ustawień będzie świadomym aktem woli i akceptacji plików cookies”⁵⁴⁰. Po wyrażeniu zgody lub dokonaniu zmian w ustawieniach przeglądarki użytkownik mógł nadal korzystać ze zgromadzonych zasobów. Stąd należy przyjąć, że mimo istnienia ustawowego obowiązku informowania o istnieniu i działaniu plików cookies wpływ regulacji prawnych w tym zakresie na efektywność komunikacji społecznej samorządów w cyberprzestrzeni pozostawał znikomy⁵⁴¹.

⁵⁴⁰ Formularz z cytowaną informacją umożliwiający zaakceptowanie plików cookies umieszczony był w dolnej części strony głównej Starostwa Powiatowego w Będzinie pod adresem <http://www.starostwo.bedzin.pl> [dostęp 28 maja 2013 roku].

⁵⁴¹ Dość obrazowo przebieg procesu zastosowania plików cookies opisywali autorzy portalu miejskiego w Krakowie: „może się zdarzyć, że przekazemy na Państwa komputer informację w formie plików Cookie, które pomagają nam rozpoznać go automatycznie przy Państwa kolejnym wejściu na stronę. Pliki Cookies umożliwiają nam np., dopasowywanie naszej strony do Państwa zainteresowań itp. Jeżeli nie wyrażą Państwo zgody na to, abyśmy rozpoznawali Państwa komputer, proszę nastawić swoją przeglądarkę internetową w ten sposób, aby usuwał on pliki Cookies z twardego dysku komputera, blokował wszystkie Cookies lub ostrzegał Państwa, zanim jakiś plik Cookie zostanie zapisany”. Źródło: Dział „Informacje prawne” na stronie samorządowej „Magiczny Kraków” pod adresem <http://krakow.pl> [dostęp 22 września 2013 roku].

ZAKOŃCZENIE

Szczególne pozycja samorządu w strukturze państwa wynika z faktu, że władza lokalna realizuje prawa polityczne obywateli na szczebli niższym niż państwowe. Samorząd lokalny staje się zarazem barierą wobec nadmiernego przekraczania uprawnień przez władzę centralną, bądź wręcz ograniczającą proces nadmiernej centralizacji⁵⁴². Od sprawności, rzetelności i wiarygodności komunikacji społecznej w dużej mierze zależy natomiast poziom partycypacji obywatelskiej w działaniach tego samorządu.

Podsumowując wnioski wynikające z analiz przeprowadzonych w niniejszej rozprawie pamiętać należy, że rola właściwie wykonującej swoje zadania administracji lokalnej w rozwoju społeczeństwa obywatelskiego może być znacząca. Tym bardziej, że w dobie społeczeństwa informacyjnego umiejętne wykorzystanie informacji i wiedzy „lokalnej” będącej w zasobach społeczności lokalnej jak również „globalnej” jest kluczowym czynnikiem pobudzającym innowacje, modernizację oraz trwale wzmacniającym rozwój lokalny. Przedmiotem troski zarówno teoretyków nauki, jak i praktyków samorządowych powinny być kwestie odpowiedniego identyfikowania, przetwarzania i dzielenia się zasobami informacyjnymi, ukierunkowane na podnoszenie jakości świadczonych usług oraz wzmacnianie lokalnej demokracji⁵⁴³.

Im więcej społecznej krytyki wywołuje forma i zakres prowadzonych sporów politycznych na szczeblu ogólnokrajowym, a także im więcej niezadowolenia budzi powiązana z polityką sytuacja makroekonomiczna kraju (co warto zaakcentować, gdyż miary wykluczenia podają, że ponad 60 proc. obywateli żyje na i poniżej granicy

⁵⁴² Tomasz Żyro, *Wstęp do politologii*, dz. cyt., s. 151.

⁵⁴³ Marcin Sakowicz, *Zarządzanie informacją w układzie lokalnym*, [w:] *Samorząd lokalny w Polsce. Społeczno-polityczne aspekty funkcjonowania*, red. St. Michałowski, A. Pawłowska, Lublin 2004, s. 503.

minimum socjalnego, a około 10 proc. poniżej ustawowej granicy biedy⁵⁴⁴), tym większą uwagę budzić mogą wydarzenia w skali lokalnej czy nawet sublokalnej. W tym wymiarze obywatel ma bowiem realny i wymierny (jako wyborca) wpływ na zachodzące zmiany i może stosunkowo łatwo obserwować (jako mieszkaniec) ich efekty. Poza sferą samorządności realizowanej na najniższym szczeblu rad dzielnic czy rad osiedli kontakt ten umożliwiła komunikacja masowa realizowana w wymiarze lokalnym. Stąd prasa lokalna podejmując tematykę ograniczoną do wydarzeń zachodzących w ściśle określonej przestrzeni terytorialnej może odpowiadać oczekiwaniom czytelnictwa nabywców, którzy pragną pozyskiwać informacje dotyczące wydarzeń w gminie czy powiecie. Tak rozumianą rolę prasy lokalnej podjęły też prezentacje internetowe o społecznym zasięgu skoncentrowanym na kilku gminach lub mieście na prawach powiatu. Ich znaczenie rosło zresztą wraz z udostępnianiem rozwiązań technologicznych pozwalających na wzrost użyteczności narzędzi dostępnych w cyberprzestrzeni.

W tym obszarze potencjałem logistycznym oraz finansowym dysponował samorząd, który istniejącymi przepisami zobligowany był zresztą do części działań komunikacyjnych prowadzonych z zastosowaniem sieci teleinformatycznej. Biorąc pod uwagę faktyczną zdolność do realizacji zadań w cyberprzestrzeni, a także świadomość potrzeby utrzymywania relacji komunikacyjnych z mieszkańcami bez pośrednictwa podmiotów komercyjnych, tworzenie portali informacyjnych przez administrację terenową stanowiło tylko kwestię czasu. Oczywiście zarządzenie komunikacją społeczną samorządów z zastosowaniem narzędzi internetowych w badanym okresie uwzględniać musiało fakt, że cyberprzestrzeń i jej rola ciągle podlegały definiowaniu, gdyż trudno było trwale i jednoznacznie określić zjawiska cechujące się stałym rozwojem. Dotyczyło to także aspektów prawnych nieujednoliconych w skali globalnej, a zarazem precyzyjnie regulowanych w skali kraju, co obrazowało np. postanowienie polskiego Sądu Najwyższego z lipca 2007 roku, jak również wyroki innych sądów polskich, uznających, że publikacje

⁵⁴⁴ Małgorzata Orłowska, „Zerwany dialog”, [w:] *Komunikacja społeczna w świecie realnym*, red. M. Baryluk, M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń 2008, s. 167.

internetowe podlegają prawu prasowemu i powinny być rejestrowane tak samo jak gazety papierowe. Nie jest to stanowisko powszechnie przyjęte w innych krajach⁵⁴⁵. Po przeprowadzeniu stosownych analiz zawartych w rozprawie można jednak sformułować tezę, że aktywność komunikacyjna samorządu jest już głęboko osadzona w cyberprzestrzeni, a dynamicznie zachodzący rozwój techniczny ugruntowuje tylko wszechstronną działalność administracji terenowej w tym zakresie.

W wyniku weryfikacji postawionych na wstępie niniejszej dysertacji hipotez udało się wykazać, że rozwój internetu i postępujący wraz z nim wzrost komunikacyjnego znaczenia cyberprzestrzeni determinuje wykorzystanie tej sfery w działaniach z zakresu public relations jednostek samorządu terytorialnego. W oparciu o analizę zawartości portali samorządowych ujawniono zwiększenie zainteresowania władz lokalnych udostępnianiem często aktualizowanych wiadomości, baz danych oraz treści promocyjnych za pośrednictwem sieci komputerowych, co wskazuje na wykorzystywanie internetu dla poprawy efektywności procesu komunikacji samorządów z grupami docelowymi. Badanie poziomu upowszechniania aplikacji z zakresu e-urzędu wskazuje na poszerzanie zakresu świadczenia usług publicznych drogą elektroniczną, a ocena rozwiązań dostępnych w sferze Biuletynu Informacji Publicznej urzędów miejskich i starostw powiatowych daje podstawy do stwierdzenia, że tendencja dotyczy także udostępniania informacji publicznej. Powoduje to, że potwierdzenie znalazły kolejne hipotezy o sukcesywnym adaptowaniu przez podlegające badaniu jednostki samorządu terytorialnego nowoczesnych rozwiązań technologicznych poprawiające skuteczność komunikowania internetowego oraz wykorzystaniu narzędzi pozwalających na jego usprawnianie.

Dostępność portali internetowych gmin i powiatów połączona z rozpoznawalnością nadawców instytucjonalnych pozwala samorządom na dogodne posługiwanie się narzędziami komunikacyjnymi umożliwiającymi dywersyfikację dystrybucji treści upowszechnianych zarówno w: (1) mediach samorządowych lub mediach pozostających pod jego kontrolą, jak też (2) technikami media relations lub

⁵⁴⁵ Karol Jakubowicz, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008, s. 210.

reklamy w komercyjnych środkach masowego przekazu. Po przeprowadzeniu medioznawczej analizy zawartości samorządowych prezentacji internetowych ustalono, że administratorzy coraz chętniej wykorzystują efekty zjawiska konwergencji mediów, a w tym np. elementy multimedialne, dodatki podnoszące atrakcyjność dla odbiorców lub ułatwiające interesantom zdalne wykonanie części czynności urzędowych. W ten sposób jednostki samorządowe są w stanie skutecznie kreować swój społeczny wizerunek za pośrednictwem internetu. Biorąc pod uwagę zaobserwowany w badanym okresie rozwój metod i technik komunikacyjnych w cyberprzestrzeni należy też założyć, że aktywność w sieci komputerowej może pełnić coraz ważniejszą rolę w relacjach między władzą lokalną, a jej otoczeniem politycznym, społecznym i gospodarczym, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeby dotarcia z przekazem moderowanym do precyzyjnie określonych grup docelowych.

Niezależnie od przedsięwzięć komunikacyjnych o charakterze przekazu wiadomości wynikających ze strategii informacyjnej lub promocyjnej gminy, cyberprzestrzeń stwarza wiele innych możliwości dla jednostek samorządu terytorialnego. Jak wykazałam w przeprowadzonych analizach, opisanych w rozdziale V dysertacji, na stronach internetowych samorządów znajdują się strefy o charakterze typowo urzędowym. Funkcjonuje elektroniczna platforma usług administracji publicznej (ePUAP) definiowana jako „system teleinformatyczny, w którym instytucje publiczne udostępniają usługi przez pojedynczy punkt dostępowy w sieci Internet”, za pośrednictwem której obywatel mógł przeprowadzać czynności urzędowe (wnosić podania i wnioski oraz dokonywać innych czynności w postaci elektronicznej) poprzez elektroniczną skrzynkę podawczą, czyli „dostępny publicznie środek komunikacji elektronicznej służący do przekazywania dokumentu elektronicznego do podmiotu publicznego przy wykorzystaniu powszechnie dostępnego systemu teleinformatycznego”⁵⁴⁶, co w następujący sposób precyzuje kodeks postępowania administracyjnego: „doręczenie dokumentu w formie dokumentu elektronicznego do podmiotu publicznego w rozumieniu przepisów ustawy(...) następuje przez

⁵⁴⁶ Art. 3, pkt 13 i 17 ustawy z dnia 17 lutego 2005 roku o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne. Dz. U. z 2005 roku. Nr 64, poz. 565.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

elektroniczną skrzynkę podawczą tego podmiotu, w sposób określony w tej ustawie”⁵⁴⁷. Internauta za pośrednictwem ePUAP mógł założyć tzw. profil zaufany co oznaczało „bezpłatną metodę potwierdzania tożsamości w elektronicznych kontaktach z administracją”⁵⁴⁸. Specyfiką województwa śląskiego było funkcjonowanie w badanym okresie projektu SEKAP (Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej)⁵⁴⁹, który obejmował większość urzędów miejskich oraz starostw powiatowych: z 19 urzędów miejskich miast na prawach powiatu 15 uczestniczyło w projekcie (poza Bytomiem, Jaworzniem, Sosnowcem i Żorami), a wśród 17 starostw w województwie śląskim brało w nim udział 13 z nich (poza powiatem mikołowski, myszkowskim, raciborskim, tarnogórskim).

Obok załatwiania spraw urzędowych, w tym także uczestnictwa w elektronicznym obiegu dokumentów, użytkownik za pośrednictwem sieci komputerowej mógł m.in. wirtualnie sprawdzić status konkretnej sprawy zgłoszonej już w urzędzie administracji samorządowej. W tym celu korzystał z formularzy udostępnianych na portalach urzędów miejskich lub starostw powiatowych, w których należało podać numer danej sprawy, a „rezultatem wyszukiwania jest ukazana pod

⁵⁴⁷ Art. 46 par. 6 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku Kodeks postępowania administracyjnego. Dz. U. z 1960 roku. Nr 30, poz. 168.

⁵⁴⁸ Definicja ze strony ePUAP, gdzie profil zaufany rekomendowano internautom w sposób następujący: „działa jak odręczny podpis i jest odpowiednikiem bezpiecznego podpisu elektronicznego weryfikowanego certyfikatem kwalifikowanym. Obywatel loguje się na www.epuap.gov.pl, wybiera usługę, którą chce zrealizować, wypełnia wniosek, podpisuje go profilem zaufanym, a następnie wniosek wysyła do urzędu”. Źródło: oficjalna strona platformy usług administracji publicznej pod adresem <http://epuap.gov.pl> [dostęp 28 grudnia 2013 roku].

⁵⁴⁹ Jednostki administracji publicznej uczestniczące w projekcie doprowadziły do tego, że uzgodniono m.in.: „wspólne procedury załatwiania spraw, określono jednakowe formularze, zaprojektowano system obiegu dokumentów, system weryfikacji podpisów elektronicznych, zakupiono też niezbędne do uruchomienia systemu urządzenia a także aplikacje wspomagające pracę. SEKAP składa się z wielu rozbudowanych modułów gwarantujących m.in. bezpieczeństwo transmisji, bezpieczeństwo płatności, identyfikację mieszkańca”. Źródło: oficjalna strona Systemu Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej pod adresem <https://www.sekap.pl> [dostęp 20 grudnia 2013 roku].

formularzem tabelka zawierająca podstawowe dane o szukanej sprawie”⁵⁵⁰. Przykładem takiej funkcjonalności służyć może m.in. zakładka „Sprawdzanie statusu wniosków dowodowych złożonych w Urzędzie Miejskim w Zabrze”, umieszczona na stronie głównej zabrzańskiego magistratu. Zainteresowany internauta informowany był, że udostępniona aplikacja „pozwala na sprawdzenie, na jakim etapie znajduje się realizacja wniosku o wydanie dowodu osobistego”⁵⁵¹. W celu dokonania weryfikacji wystarczyło tylko wprowadzić numer PESEL. Tak więc informatyzacja zdecydowanie usprawniała obsługę interesantów, lecz wyraźnego podkreślenia wymaga fakt, że wyłącznie techniczna zamiana warunków z papierowej na elektroniczną nie gwarantuje podwyższenia jakości usług ukierunkowanych na obsługę obywateli i może stanowić jedynie namiastkę modernizacji⁵⁵².

Jednym z kolejnych celów funkcjonowania gminnych serwisów internetowych, poza informowaniem oraz udostępnianiem użyteczności dla interesantów z dziedziny „e-urząd”, może być aktywizowanie lokalnych przedsiębiorców i pozyskiwanie inwestorów. Zasoby i dostępność strony internetowej gminy stanowią element zmieniający negatywne opinie panujące o Polsce, która postrzegana jest jako kraj, gdzie dziś potrzeba wiele samozaparcia, by prowadzić działalność gospodarczą i niestety wiąże się to ze znalezieniem się niemal na końcu drabiny akceptacji społecznej. Szacunku dla ludzi tworzących miejsca pracy nie ma ani statyczny urzędnik ani obywatel⁵⁵³. Stereotyp ten zmieniać ma samorządowa aktywność

⁵⁵⁰ Przykład informacji o procedurze sprawdzania statusu zgłoszonej sprawy zastosowanej przez administratora strony Urzędu Miejskiego w Bielsku-Białej. Źródło: oficjalna strona bielskiego magistratu pod adresem <http://www.um.bielsko.pl> [dostęp 14 grudnia 2012 roku].

⁵⁵¹ Administratorzy strony zastrzegali jednocześnie, że aplikacja pozwalająca sprawdzić status wniosku o wydanie dowodu osobistego „nie jest połączona z innymi podsystemami Systemu Obsługi Obywatela ani z siecią wewnętrzną MSW. Nie są w niej przechowywane dane osobowe posiadaczy dokumentów”. Źródło: strona internetowa Urzędu Miejskiego w Zabrze pod adresem <http://www.um.zabrze.pl> [dostęp 29 grudnia 2013 roku].

⁵⁵² Marcin Sakowicz, *Samorząd terytorialny we współczesnym państwie*, [w:] *Współczesne państwo w teorii i praktyce. Wybrane elementy*, red. J. Oniszczyk, Warszawa 2008, s. 307.

⁵⁵³ Piotr Ptak, *Przedsiębiorczość i wzrost gospodarki*, [w:] *Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju ludzi i organizacji*, red. M. Zieliński, A. Warzecha, Gliwice 2010, s. 34.

internetowa nie tylko poprzez zapewnienie aktualnych wiadomości i baz danych, lecz także ułatwienia w przeprowadzeniu wymaganych prawem procedur związanych z działalnością gospodarczą.

Samorządy starały się więc na swoich stronach prezentować potencjał gospodarczy, przybliżyć kwestie ulg podatkowych i usprawnień w obsłudze przedsiębiorców, a także akcentować poziom skomunikowania gminy, dostępność wyższych uczelni stanowiących źródło wykwalifikowanej kadry, funkcjonowanie ośrodków kulturalnych, sportowych, artystycznych, medycznych, atrakcje turystyczne oraz różnego rodzaju tematykę wpływającą na wzrost atrakcyjności inwestycyjnej. Już sam schemat podziału zawartości prezentacji internetowych jednostek samorządu terytorialnego, gdzie powszechnie wyznaczano sferę „dla biznesu”, „dla inwestorów” czy „dla przedsiębiorców”, co szczegółowo przeanalizowałam w rozdziale II niniejszej rozprawy, świadczy o zamiarze włączenia przez samorządy stron internetowych w strategię komunikacji z podmiotami prowadzącymi działalność gospodarczą.

Poza obsługą mieszkańców czy symulowaniem działań tworzących klimat przyjazny przedsiębiorczości strony internetowe samorządów – w ujęciu politologicznym – stanowiły także potencjalny kanał komunikacji politycznej, dzięki któremu upowszechniane informacje trafiać mogły do precyzyjnie wyznaczonej grupy docelowej złożonej z internautów będących mieszkańcami danej gminy, czyli w większości osobami uprawnionymi do udziału w wyborach. W modelu teoretycznym Kristen Foot i Stevena Schneidera⁵⁵⁴ dotyczącym kampanii internetowych położono nacisk m.in. na możliwość łączenia wizerunku kandydatów z innymi sferami cyberprzestrzeni zapewniającymi wzmocnienie pozytywnego przekazu. Łączenie to polega na ułatwianiu komunikacji i współpracy z ludźmi i organizacjami. Za pośrednictwem forów, blogów, czatów i komentarzy umożliwia się zwolennikom bezpośrednią interakcję i działanie między sobą, bez aktywnego pośrednictwa

⁵⁵⁴ Model ten wyróżnia informowanie, łączenie, angażowanie i mobilizowanie. Więcej o funkcjach internetu w komunikacji wyborczej w publikacji Kristen Foot i Stevena Schneidera, *Web Campaigning*, London 2006.

kandydata lub jego sztabu⁵⁵⁵. Funkcji tej strony jednostek samorządu terytorialnego w badanym okresie zazwyczaj nie wypełniały. W pierwszym rządzie nie umieszczano bowiem linków, odniesień czy banerów do stron partii politycznych, komitetów wyborczych bądź stowarzyszeń zaangażowanych w rywalizację wyborczą na szczeblu lokalnym. Ponadto administratorzy stron jednostek samorządu terytorialnego – jak pisałam wcześniej – unikali udostępniania użytkownikom narzędzi komunikacji zwrotnej w postaci możliwości publikowania opinii, co zresztą stanowiło istotną wadę dla tych internautów, którzy w sieci poza biernym dekodowaniem znaczeń pragną jednocześnie publikować swoje komentarze.

Analizy stanu faktycznego w województwie śląskim potwierdziły, że dobór dostępnych obywatelowi narzędzi komunikacji z władzą, takich jak możliwość wysyłania zapytania drogą elektroniczną, sondaż, system informacji obywatelskiej, rejestracja i składanie wniosków, petycja, lista dyskusyjna oraz forum dyskusyjne nie jest przypadkowy. Niektóre z nich, mimo technicznej dostępności, mogą być i są odrzucane przez urzędników ze względu na niedopasowanie do obowiązującego sposobu rozumienia relacji między władzą a obywatelem⁵⁵⁶. Prezentacje internetowe śląskich samorządów koncentrowały się w aspekcie wizerunkowym na przedstawianiu korzystnych zmian w sytuacji mieszkańców zachodzących dzięki np. zrealizowanym inwestycjom drogowym, budowie obiektów sportowych czy rekreacyjnych, termomodernizacji budynków użyteczności publicznej, wspieraniu inicjatyw z zakresu pomocy społecznej itp. Cel polityczny osiągnano zwykle upowszechniając pozytywne wiadomości lokalne mniej lub bardziej precyzyjnie wskazując przy tym na kluczową rolę w osiągnięciu sukcesu przez wójta, burmistrza, prezydenta, starosty czy też właściwego klubu radnych. Za pośrednictwem internetu – co stanowiło jedną z hipotez badawczych – kształtowano więc pozytywny wizerunek samorządu. Używając pojęcia „wizerunek” warto zaakcentować, że nie jest on wiernym odzwierciedleniem

⁵⁵⁵ Dominik Batorski, Marcin Nagraba, Jan M. Zając, Jarosław Zbieranek, *Internet w kampanii wyborczej 2011*, Warszawa 2012, s. 37.

⁵⁵⁶ Anna Przybylska, *Internet i komunikowanie we wspólnocie lokalnej*, Warszawa 2010, s. 95.

rzeczywistości, ponieważ powstaje w wyniku postrzegania – procesu nacechowanego subiektywizmem jednostki, jest zatem kategorią zindywidualizowaną. Wytworzony obraz może być prawdziwy lub fałszywy, może wynikać zarówno z własnego doświadczenia, jak i zasłyszanych opinii. Zależy od życzeń, obaw, doświadczeń i przesądów człowieka. Oznacza to, że wizerunek jest kategorią złożoną wewnątrznie, niestałą – image może się zmieniać w czasie w wyniku oddziaływania marketingowego, lecz także powstających emocjonalnych sądów i projekcji jednostki bądź wpływu członków danej społeczności. Można zatem przyjąć, że wizerunek to zestaw subiektywnych wyobrażeń⁵⁵⁷ odbiorców na temat podmiotu postrzeganego, którym w przypadku niniejszej dysertacji jest jednostka samorządu terytorialnego.

Znacznie rzadziej dochodziło do posługiwania się stroną internetową gminy jako nośnikiem zastosowanym do bezpośredniej rywalizacji wyborczej. Zarazem warto zaznaczyć, że portale samorządowe nie były też polem debaty publicznej pozwalającej na popularyzację poglądów władzy lokalnej przy założeniu pluralistycznej wymiany opinii z udziałem przedstawicieli opozycji lub mieszkańców. W ten sposób władza lokalna spłycała zastosowania narzędzi internetowych, ograniczała swobodę dyskusji i tłumiła ewentualność zaistnienia poglądów polemicznych w kontrolowanych przez siebie obszarach cyberprzestrzeni. Ignorowaniu kontrowersyjnych tematów towarzyszyło dążenie do unikania na portalach samorządowych jakiegokolwiek konfrontacji poprzez ucieczkę w podawanie wiadomości banalnych, a jak wiadomo komunały są często czymś gorszym niż zupełny brak odpowiedzi. Stwarzają dystans między ludźmi, zwłaszcza wtedy, gdy ktoś miał nadzieję na jakąś szczerą informację⁵⁵⁸. Efektem tego typu polityki informacyjnej będzie zapewne w przyszłości ograniczenie społecznego zasięgu internetowych nośników w pełni moderowanych i przeniesienie się odbiorców w

⁵⁵⁷ Anna Dewalska-Opitek, *Budowanie wizerunku jednostki terytorialnej na przykładzie województwa śląskiego*, „Zarządzanie Publiczne. Zeszyty Naukowe Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego”, nr 4(12) z 2010 roku, s. 85.

⁵⁵⁸ Judi Brownell, *Reagowanie na komunikaty*, [w:] *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, red. J. Stewart, Warszawa 2000, s. 227.

rejoncy cyberprzestrzeni, gdzie możliwe jest prowadzenie debaty publicznej (np. w mediach społecznościowych).

Po przeprowadzonych analizach – w konkluzji niniejszej rozprawy – warto także zauważyć, że właściwie zarządzane strony internetowe jednostek samorządu terytorialnego mogą dostarczać odbiorcom informacji ważnych dla społeczności lokalnych. W tym zakresie różnią się od portali komercyjnych nastwionych zwykle na aktualność i atrakcyjność podejmowanych treści. Można w tym kontekście stwierdzić, że informacja istotna jest czymś innym, niż informacja aktualna. Wykracza poza sprawy bieżące i pokazuje konkretne wydarzenie w kontekście innych wydarzeń i spraw. Waga danej kwestii ujawnia się bowiem wówczas, gdy widzimy ją w sieci różnorodnych powiązań, które w pierwszej chwili nie są przez odbiorców dostrzegane. Owe powiązania czynią, że dana sprawa jest ważna i interesująca nie tylko w chwili jej ogłoszenia, ale również dnia następnego czy nawet po pewnym czasie⁵⁵⁹.

Portale samorządowe zależne od władzy lokalnej, lecz uniezależnione od konieczności pozyskiwania środków finansowych na pokrycie kosztów działalności mogą zaangażować się w wypełnianie misji publicznej. Przy pomocy multimediiów i nowoczesnych aplikacji użytkowych czy też stosując tradycyjną formę przekazu informacji mają możliwość popularyzacji społecznie ważnych wydarzeń i zjawisk istotnych dla mieszkańców gminy. Szczególne wyzwanie stanowi dla nich promowanie działań humanitarnych, charytatywnych, integracyjnych, edukacyjnych, artystycznych, profilaktycznych oraz wszystkich tych, których społecznemu znaczeniu nie towarzyszy atrakcyjność dla odbiorcy wyrażona rekordami tzw. klikalności na portalach komercyjnych. Strony samorządów w sposób naturalny powinny również angażować się w promocję aktywności obywatelskiej na poziomie sublokalnym w radach dzielnic i osiedli. Ich rolą jest także wspomaganie działalności organizacji pozarządowych oraz stowarzyszeń zrzeszających mieszkańców danej gminy.

⁵⁵⁹ Robert Szwed, *Opinia publiczna i pseudoopinie w „społeczeństwie z informatyzowanym”*, [w:] *Społeczeństwo wirtualne. Społeczeństwo informacyjne*, dz. cyt., s. 47.

Jak udowodniłam po przeprowadzeniu weryfikacji opisanej w rozdziale II pracy portal samorządowy może być również elementem systemu bezpieczeństwa ukierunkowanym na podawanie ostrzeżeń przed zagrożeniami pożarowymi czy klęskami żywiołowymi bądź też przekazywanie informacji o wypadkach komunikacyjnych i ich skutkach dla przejezdności układu komunikacyjnego gminy.

Warto na zakończenie zwrócić uwagę na dynamikę internetu, który ewoluuje, przystosowując się do zmieniających się potrzeb społecznych. Zapewniając nieograniczone narzędzia komunikacji internet staje się preferowanym środkiem przekazu, podlegającym permanentnemu udoskonalaniu⁵⁶⁰. W tym kontekście należy podkreślić, że samorządowe portale internetowe jako obszary cyberprzestrzeni zarządzane przez administrację publiczną mogą jednocześnie tworzyć wiarygodne, ponieważ sygnowane przez konkretny urząd gminy bazy danych dla lokalnych społeczności, turystów, inwestorów czy innych grup docelowych. Odnosi się to także do przekazywania informacji przy założeniu wyraźnego oddzielenia wiadomości udostępnianych przez samorząd od przekazów perswazyjnych zamieszczanych w interesie tego samorządu. Prosta informacja publikowana na stronie urzędu gminy posiada dla odbiorcy niezaprzeczalną wartość determinowaną przez odpowiedzialność (prawną i polityczną) jaką ponosi nadawca. Istnienie w świecie realnym dostępnych dla mieszkańców organów administracji terytorialnej nie pozostaje bez związku z postrzeganiem samorządu także w przestrzeni wirtualnej. Dlatego wiadomość podana na stronie urzędu gminy stanowi zwykle materiał, który jako prawdziwy i rzetelny traktują nie tylko internauci, lecz również dziennikarze tworzący materiały prasowe z zastosowaniem sieci komputerowej.

W cyberprzestrzeni zmierzającej w kierunku komercjalizacji, przejawiającej się nie tylko w odpłatnym udostępnianiu zasobów, lecz także tabloidowej formule doboru upowszechnianych treści, rośnie znaczenie wiarygodności nadawcy. Tym bardziej, że w sieci wzrasta skala zjawiska upowszechniania wiadomości

⁵⁶⁰ Marta Dorenda, *Blogosfera w polityce*, [w:] *Nowe media we współczesnym społeczeństwie*, red. M. Jeziński, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski, Toruń 2011, s. 235.

niesprawdzonych, perswazyjnych lub fałszywych, a zarazem coraz istotniejszy staje się problem jednoznacznej oceny autentyczności materiałów zamieszczanych w internecie, gdyż bardzo duża swoboda edytowalności tekstów, obrazów i materiałów audiowizualnych zapisanych w postaci cyfrowej czynią z nich wygodne, potencjalne narzędzie manipulacji – zamieszczane w sieci materiały bywają wykorzystywane jako środek dezinformacji, prowokacji czy insynuacji⁵⁶¹. Sytuacja ta – z racji łatwości zlokalizowania nadawcy i postrzegania go przez pryzmat bezstronności i apolityczności urzędu administracji lokalnej – sprzyja samorządom jako dystrybutorom przekazów w internecie.

Z całą stanowczością trzeba jednak zaznaczyć, że konsekwencją pozytywnego wizerunku czy nawet wprowadzenia optymalnych standardów gromadzenia, przetwarzania i udostępniania informacji nie będzie stworzenie przez samorząd w cyberprzestrzeni pełnoprawnego podmiotu rynku medialnego. Portale samorządowe podobnie jak prasa wydawana na zlecenie lub bezpośrednio przez samorządy nigdy nie sprostają wymogowi wypełniania funkcji kontrolnej wobec władz lokalnych. Nie zapewnią autonomicznego wykonywania misji dziennikarskiej, a ustroj demokratyczny potrzebuje niezależnego dziennikarstwa, gdyż przesłanką politycznej partycypacji jest obiektywna i niezależna informacja. Pojęciu obiektywizmu przypisuje się w dziennikarstwie centralne znaczenie. Rozumiany jest on jako cecha decydująca o jakości dziennikarskiego produktu. Poza tym używa się tego terminu, aby określić pewną dziennikarską zasadę, która wymaga określonej postawy neutralnej politycznie⁵⁶². Z przyczyn oczywistych przedsięwzięcia medialne samorządu nie zapewniają ani neutralności politycznej, ani obiektywizmu, ani niezależności od organów władzy. Nie wspominając już o ujawnianiu lub krytyce ewentualnych jej nadużyć. Ze względu na charakter wypełnianych przez administrację funkcji publicznych media samorządowe nie będą też dryfować w stronę przekazów

⁵⁶¹ Jakub Nowak, *Aktywność obywateli online. Teoria a praktyka*, Lublin 2011, s. 123.

⁵⁶² Lucyna Szot, *Rola dziennikarza w procesie przekazywania informacji politycznej*, [w:] *Mediatyzacja kampanii politycznych*, red. M. Kolczyński, M. Mazur, St. Michalczyk, Katowice 2009, s. 180.

charakterystycznych dla tzw. żółtej prasy, czyli archetypu tabloidu. Przyjmuje się, że granicą między poważnym dziennikarstwem, głównym nurtem, a „żółtą prasą” jest publikacja zdjęć nagich modelek, rozebranych dziewczyn, a także wulgarny, soczysty język codzienności⁵⁶³. W kierunku tak rozumianej formuły tabloidu zapewne media samorządowe podążać jednak nie będą.

Podsumowując zauważyć należy, że wraz z postępującym rozwojem technologicznym przekształceniom ulegały strony internetowe urzędów miejskich i starostw powiatowych. Zmieniał się układ graficzny tych prezentacji, dzięki czemu rozwiązania kompozycyjne coraz częściej nawiązywały do modeli wykorzystywanych przez profesjonalne portale informacyjne. Strony internetowe samorządów umożliwiały użytkownikom ponadto skorzystanie z innych sfer cyberprzestrzeni (np. profili miejskich lub kanałów filmowych) administrowanych lub przynajmniej współtworzonych przez jednostki gmin zajmujące się zarządzaniem komunikacją i promocją. Dotyczyło to szczególnie popularnych na zakończenie badanego okresu aplikacji pozwalających tworzyć i wymieniać treści generowane przez samych internautów, czyli mediów społecznościowych, które są mediami charakteryzującymi się wysokim stopniem interaktywności, wykorzystującymi powszechnie dostępne i rozbudowane techniki komunikacji. Media społecznościowe opierają się na sieciowych, niejednokrotnie mobilnych technologiach, zmieniając wymiar komunikacji i akcentując rolę dialogu⁵⁶⁴.

Samorzady zapewne uwzględnią we strategiach komunikacyjnych pogłębione zastosowanie mediów społecznościowych kierując się pragnieniem stworzenia własnej społeczności internautów lokalnych. Podejmą próbę „oswojenia” tego stosunkowo nowego zjawiska w sieci komputerowej, ponieważ zdają sobie sprawę, że nie tylko popularność i zapotrzebowanie na tego typu serwisy bierze się z tego, że społeczność wirtualna umożliwia wykonywanie tych samych czynności, jakie wykonujemy w

⁵⁶³ Mateusz Nieć, *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Warszawa 2010, s. 283.

⁵⁶⁴ Marta Dorenda-Zaborowicz, *Marketing w social media*, „Nowe Media” nr 3, Toruń 2012, s. 59.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

świecie rzeczywistym – pozwala wyrażać siebie, dzielić się pomysłami, brać udział we wspólnych imprezach⁵⁶⁵, lecz także pozwala na znacznie więcej innych możliwości komunikacyjnych niż techniki stosowane przez tradycyjne środki masowego przekazu. Znaczącą rolę odegra więc szybkość i stopień adaptacji nowoczesnych rozwiązań technologicznych przez administrację samorządową. Rewolucyjne zmiany w kompozycji graficznej wprowadzono w badanym okresie m.in. na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Mysłowicach, gdzie na początku roku 2013 nowoczesny miejski portal internetowy zastąpił archaiczną stronę urzędową.



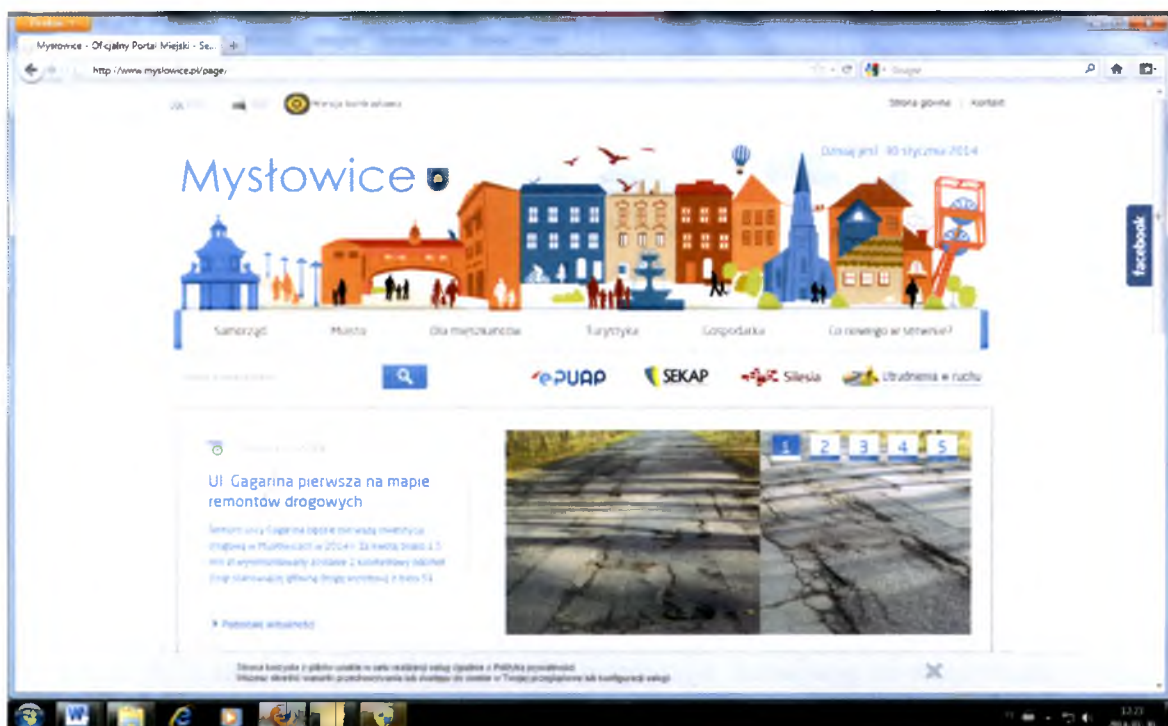
Reprodukcja 54. Oficjalna strona samorządowa Mysłowic przed modernizacją (4 stycznia 2013 roku).

Miejsce prymitywnej graficznie formy kategorizującej treści z zastosowaniem podziału na „samorząd, miasto, gospodarkę, turystykę, sport, zdrowie, podstrony

⁵⁶⁵ Wojciech Gustowski, *Komunikacja w mediach społecznościowych*, Gdynia 2012, s. 92.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

miejskie”⁵⁶⁶ zajęła kompozycja o charakterze portalowym, atrakcyjna i przyjazna dla internautów. Autorzy sami podkreślali, że „Mysłowice mogą pochwalić się nowoczesną, łatwą w obsłudze i spełniającą wszystkie konieczne wymagania miejską stroną internetową. Nowe rozwiązania, ciekawe funkcjonalności i szata graficzna to tylko niektóre z atutów nowego portalu, dostępnego również w wersji mobilnej. Wraz z miejskim portalem uruchomiony został także nowy serwis Biuletynu Informacji Publicznej”⁵⁶⁷.



Reprodukcja 55. Portal miejski Mysłowic po modernizacji (30 stycznia 2014 roku).

Charakteryzując nową wersję portalu internetowego Mysłowic pracownicy magistratu zwracali uwagę, że „główny panel strony podzielono na pięć tematów:

⁵⁶⁶ Kategoryzacja treści zastosowana na stronie Urzędu Miejskiego w Mysłowicach przed modernizacją przeprowadzoną 11 czerwca 2013 roku.

⁵⁶⁷ Informacja prasowa Urzędu Miejskiego w Mysłowicach z 11 czerwca 2013 roku opublikowana w internetowym wydaniu myślowickiego tygodnika lokalnego „Co Tydzień” pod adresem <http://mysnet.pl> [dostęp 13 czerwca 2013 roku].

Samorząd, Miasto, Dla mieszkańców, Turystyka i Gospodarka. Ponadto zastosowano rozwiązanie „Co nowego w serwisie?” pozwalające na bieżąco śledzić wszystkie zmiany wprowadzane na stronie. Dla zmotoryzowanych ważnym miejscem będzie z kolei belka „Utrudnienia w ruchu”, w której w przejrzysty sposób wskazane i opisane zostaną wszystkie newralgiczne miejsca na drodze. Ponadto dzięki wprowadzeniu takich udogodnień jak kanały RSS odbiorcy mogą w niezwykle szybki i prosty sposób otrzymywać wyselekcjonowane przez siebie, najnowsze informacje. Wreszcie dostępna wersja mobilna pozwoli korzystać z miejskiego portalu, w każdym wybranym miejscu⁵⁶⁸. Sposób unowocześnienia witryny Mysłowic wskazuje kierunek, w którym podążać będą zmiany aktywności samorządów w cyberprzestrzeni. Nie bez znaczenia pozostaną dostępne nowinki techniczne, gdyż immanentną cechą nowych mediów jest ich nierozzerwalne związanie z techniką. Konwergencja rozumiana jako „upodobnianie się”, polega także na łączeniu w jednym urządzeniu zalet różnych urządzeń. Funkcje jednej maszyny zostają wzbogacone o zupełnie nietypowe funkcje innych maszyn⁵⁶⁹, czego przykładem jest ewolucja użyteczności aparatu komórkowego ery smartfonu. Dlatego formuła korzystania z internetu ulegnie zapewne wzbogaceniu, lecz znaczenie sieci komputerowej dla komunikacji społecznej samorządów może tylko wzrosnąć.

Dokonując próby antycypacji przekształceń w modelu komunikacji społecznej jednostek samorządu terytorialnego warto przytoczyć konkluzję sformułowaną przez autorów badających w 2011 roku w skali ogólnokrajowej narzędzia dystrybucji informacji stosowane przez polskie gminy: braki i niedoskonałości, stwierdzone w trakcie badania nad samorządowymi sposobami komunikowania są pewną prawidłowością, jednak już dziś możemy zauważyć istnienie wielu pozytywnych tendencji, jakie w tej sferze występują. Jedną z nich niewątpliwie stanowi

⁵⁶⁸ Tekst pt. „Mysłowice z nową stroną internetową” w internetowym wydaniu myślowickiego tygodnika lokalnego „Co Tydzień” pod adresem <http://mysnet.pl> [dostęp 13 czerwca 2013 roku].

⁵⁶⁹ Jarosław Wichura, *Nowe media a opinia publiczna*, Kraków 2012, s. 14.

wykorzystanie sieci internetowej oraz pochodnych jej narzędzi komunikacyjnych⁵⁷⁰. W wyniku badań przeprowadzonych na rzecz niniejszej rozprawy należy potwierdzić, że rzeczywiście zauważaną tendencją jest wzrost aktywności komunikacyjnej samorządów w cyberprzestrzeni.

Potencjał sieci komputerowej determinuje też kierunki rozwoju samych jednostek samorządu terytorialnego, ponieważ administracja elektroniczna może także wpływać na zmiany instytucjonalne w państwie. Po pierwsze są to zmiany dotyczące sposobu wewnętrznej organizacji pracy sektora publicznego – nowoczesne technologie mogą być wykorzystywane do poprawienia współpracy i integracji pomiędzy poszczególnymi poziomami zarządzania wewnątrz i na zewnątrz urzędu. Po drugie są to zmiany polegające na zwiększeniu dostępności w sieci informacji o działaniu instytucji publicznych. Ponadto sektor publiczny będzie się starał zorganizować swoją działalność tak, aby mieszkańcy, jak najwięcej spraw mogli zrealizować samodzielnie⁵⁷¹.

Z przyjętego przez rząd – tuż po zakończeniu badanego okresu, ponieważ 8 stycznia 2014 roku – dokumentu pod nazwą „Program Zintegrowanej Informatyzacji Państwa do 2020 roku” wynika, że rozbudowywana aktualnie funkcjonalność katalogu usług ePUAP, ma na celu utrzymywanie spójnej listy wszystkich dostępnych usług publicznych świadczonych drogą elektroniczną (nie tylko tych realizowanych przez ePUAP) oraz ich efektywne wyszukiwanie, nawigowanie, sortowanie oraz filtrowanie. Katalog usług ma za zadanie, przede wszystkim dostarczać informacji w zakresie zdarzeń spraw administracyjnych świadczonych drogą elektroniczną oraz wskazać miejsce załatwienia formalności przez internet. Korzyści jakie przynosi korzystanie z katalogu usług oraz integracja modułów ePUAP z innymi systemami centralnymi i regionalnymi, to nie tylko łatwy dostęp do informacji o zdarzeniach możliwych do realizacji drogą elektroniczną. Wprowadzone dzięki ePUAP wspólne rozwiązania

⁵⁷⁰ Patrycja Szostok, Robert Rajczyk, *Komunikowanie lokalne w Polsce. O instrumentach polityki komunikacyjnej samorządów*, dz. cyt., s. 150.

⁵⁷¹ Ilona Biernacka-Ligęza, *E-polityk, e-obywatel, e-demokracja – nowe technologie komunikacyjne a kształtowanie się demokracji w Polsce*, dz. cyt., ss. 187 i 188.

prawne, organizacyjne i techniczne, usuwają konieczność ich powtórnego przygotowania i utrzymania przez podmioty administracji publicznej⁵⁷².

Możliwości takie zapewnią będzie rosnący potencjał technologiczny interentu wraz ze wzbogacaniem się społecznego poziomu kompetencji do wykorzystywania narzędzi elektronicznych. Upowszechnienie zastosowania narzędzi dostępnych dzięki sieci komputerowej przy działaniach ograniczających skalę wykluczenia cyfrowego umożliwi przenoszenie do cyberprzestrzeni nie tylko kolejnych czynności administracyjnych, lecz także formalnie rozumianych aktów komunikacyjnych czy obywatelskich. Obecny rozwój systemów informacyjnych i informatyki, jako dyscyplin ze sobą kooperujących w obszarze zarządzania, pozwala na tworzenie rozwiązań systemowych, zapewniających generowanie, selekcję, prezentację, obieg i dostęp odbiorców do pożądanych informacji. Dotyczy to także urzędów administracji samorządowej. Doświadczenie i dane statystyczne innych krajów, wskazują na korzystne skutki przenoszenia działalności urzędów do przestrzeni elektronicznej⁵⁷³.

Technologie informatyczne pozwolą na systematyczne adaptowanie do realiów życia społecznego i politycznego założeń demokracji elektronicznej zapewniającej zarówno zwiększenie partycypacji obywatelskiej w sprawowaniu władzy publicznej na szczeblu lokalnym, jak też zapewne przeniesienie w cyberprzestrzeń wyboru tej władzy oraz mechanizmów kontroli i ewentualnego odwoływania. Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom informatycznym wśród narzędzi komunikowania politycznego na znaczeniu wzrosnąć może komunikowanie obywatelskie, które ma na celu tworzenie odpowiedzialnego społeczeństwa obywatelskiego, aktywnie uczestniczącego w życiu publicznym, zaangażowanego w debatę publiczną i żywo

⁵⁷² Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, *Program Zintegrowanej Informatyzacji Państwa do 2020 roku*, Warszawa listopad 2013, s. 115.

⁵⁷³ Henryk Gawroński, *Wykorzystanie internetu w zarządzaniu finansami jednostek samorządu terytorialnego*, [w:] *Oblicza internetu. Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku*, red. E. Sokołowski, Elbląg 2006, s. 411.

reagującego na problemy społeczne zarówno w kontekście globalnym, jak i lokalnym⁵⁷⁴.

Można więc z dużą dozą prawdopodobieństwa założyć w najbliższych latach znaczący i powszechnie odczuwalny wzrost zastosowania sieci komputerowej w funkcjonowaniu administracji samorządowej wszystkich szczebli. Podobne przekształcenia zaistnieją w politycznej sferze funkcjonowania społeczeństwa, gdzie rola internetu wydaje się mieć charakter progresywny: każdy niemal miesiąc przynosi nowe zastosowania sieci komputerowej w polityce, nowe narzędzia, metody, środki⁵⁷⁵.

Podjmując próbę oceny znaczenia internetu w dotychczasowym rozwoju demokracji w Polsce w aspekcie funkcjonowania organów władzy publicznej warto jeszcze wskazać na rolę tych podmiotów w inicjowaniu kształtowania i rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. Otóż brak tradycji zaangażowania społeczeństwa w proces podejmowania decyzji politycznych wpływa w istotny sposób na poziom partycypacji politycznej⁵⁷⁶, a wykorzystanie cyberprzestrzeni dla upowszechniania postaw obywatelskich poziom tej partycypacji może realnie zwiększyć. Oznacza to także pogłębienie zastosowania internetu w utrzymywaniu relacji komunikacyjnych z grupami docelowymi tworzącymi otoczenie społeczne, polityczne i gospodarcze jednostek samorządu terytorialnego.

⁵⁷⁴ Bogusława Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, dz. cyt., s. 366.

⁵⁷⁵ Przemysław Gulda, *Internet w stosunkach między władzą a obywatelem*, [w:] *Media i władza. Demokracja, wolność przekazu i publiczna debata w warunkach globalizacji mediów*, red. P. Żuk, Warszawa 2006, s. 281.

⁵⁷⁶ Maria Nowina Konopka, *Rola internetu w rozwoju demokracji w Polsce*, Kraków – Nowy Sącz 2008, 257.

BIBLIOGRAFIA

Monografie

Batorski Dominik, Nagraba Marcin, Zając Jan M., Zbieranek Jarosław, *Internet w kampanii wyborczej 2011*, Warszawa 2012.

Bocheńska-Włostowska Katarzyna, *Akademia umiejętności interpersonalnych. 20 spotkań z komunikacją*, Kraków 2009.

Borodo Andrzej, *Samorząd terytorialny. System prawnofinansowy*, Warszawa 2004.

Borowiec Leszek, *Controlling w realizacji usług publicznych gminy*, Warszawa 2007.

Bugajski Marian, *Język w komunikowaniu*, Warszawa 2007.

Burno Karolina, *Blog jako nowa forma komunikowania politycznego na przykładzie blogów polityków Platformy Obywatelskiej (2004-2010)*, Toruń 2013.

Buttolph Johnson Janet, Reynolds Henry T., Mycoff Jason D., *Metody badawcze w naukach politycznych*, Warszawa 2010.

Olszański Leszek, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006.

Dobek-Ostrowska Bogusława, *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2006.

Dobek-Ostrowska Bogusława, *Media masowe i aktorzy polityczni w świetle studiów nad komunikowaniem politycznym*, Wrocław 2004.

Dobek-Ostrowska Bogusława, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław 2004.

Dobek-Ostrowska Bogusława, Wiszniowski Robert, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2002.

Dolnicki Bogdan, *Samorząd terytorialny*, Warszawa 2009.

Ferenc-Szydełko Ewa, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2008.

Foot Kristen, Schneider Steven, *Web Campaigning*, London 2006.

Gawroński Henryk, *Zarządzanie strategiczne w samorządach lokalnych*, Warszawa 2010.

Gębarowski Marcin, *Współczesne targi. Skuteczne narzędzie komunikacji marketingowej*, Gdańsk 2010.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

- Goban-Klas Tomasz, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004.
- Goban-Klas Tomasz, *Public relations czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania*, Warszawa 1997.
- Golka Marian, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa 2008.
- Grzelewska Danuta, Habielski Rafał, Kozieł Andrzej, Osica Janusz, Piwońska-Pykała Lidia, *Prasa, radio i telewizja w Polsce. Zarys dziejów*, Warszawa 2001.
- Gustowski Wojciech, *Komunikacja w mediach społecznościowych*, Gdynia 2012.
- Habielski Rafał, *Polityczna historia mediów w Polsce w XX wieku*, Warszawa 2009.
- Heywood Andrew, *Ideologie polityczne. Wprowadzenie*, Warszawa 2008.
- Heywood Andrew, *Politologia*, Warszawa 2008.
- Izdebski Hubert, *Samorząd terytorialny. Podstawy ustroju i działalności*, Warszawa 2008.
- Jakubowicz Karol, *Polityka medialna a media elektroniczne*, Warszawa 2008.
- Jankowski Jacek, *Elektroniczny obrót prawny*, Warszawa 2008.
- Jastrzębska Maria, *Finanse jednostek samorządu terytorialnego*, Warszawa 2012.
- Jaśniok Michał, *Strategie marketingowe na rynku politycznym*, Kraków 2007.
- Kaczmarek Ryszard, *Historia Polski 1914-1989*, Warszawa 2010.
- Kallas Marian, *Historia ustroju Polski*, Warszawa 2005.
- Kopaczewska Katarzyna, *Rola sektora publicznego w przestrzennym rozwoju państwa*, Warszawa 2011.
- Mariusz Kolczyński, *Strategie komunikowania politycznego*, Katowice 2008.
- Kowalczyk Marcin, *e-urząd w komunikacji z obywatelem*, Warszawa 2009.
- Kowalczyk Ryszard, *Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego*, Poznań 2003.
- Kozłowska Anna, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006.
- Mazur Marek, *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce*, Warszawa 2007.
- McQuail Denis, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Michalczyk Stanisław, *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*, Toruń 2010.

Michalczyk Stanisław, *Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu*, Katowice 2005.

Michalczyk Stanisław, *Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*, Katowice 2008.

Mielczarek Tomasz, *Monopol, pluralizm, koncentracja. Środki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989 – 2006*, Warszawa 2007.

Monarcha-Matlak Aleksandra, *Obowiązki administracji w komunikacji elektronicznej*, Warszawa 2008.

Nieć Mateusz, *Komunikowanie społeczne i media. Perspektywa politologiczna*, Warszawa 2010

Nowak Jakub, *Aktywność obywateli online. Teoria a praktyka*, Lublin 2011.

Nowina Konopka Maria, *Rola internetu w rozwoju demokracji w Polsce*, Kraków – Nowy Sącz 2008

Olędzki Jerzy, *Komunikowanie w świecie. Narzędzia, teorie, unormowania*, Warszawa 1998.

Piasecki Andrzej Konrad, *Samorząd terytorialny i wspólnoty lokalne*, Warszawa 2009.

Pisarek Walery, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.

Poznańska Anna, *Komunikacja medialna a sfera publiczna. Szanse i zagrożenia*. Jelenia Góra 2012.

Przybylska Anna, *Internet i komunikowanie we wspólnocie lokalnej*, Warszawa 2010.

Przybylski Henryk, *Politologia. Zarys problematyki*, Katowice – Warszawa 2004.

Sokolewicz Wojciech, *Prasa i konstytucja*, Warszawa 2011.

Szostok Patrycja, Rajczyk Robert, *Komunikowanie lokalne w Polsce. O instrumentach polityki komunikacyjnej samorządów*, Katowice 2013.

Patrycja Szostok, *Prasa samorządowa czy prasa władz samorządowych? Komu służą periodyki finansowane z lokalnych budżetów?*, Katowice 2013.

Tilly Charles, *Demokracja*, Warszawa 2008.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Tworzydło Dariusz, *Macierz celów wizerunkowych w procesie oceny efektów public relations*, Rzeszów 2008.

Tyszkiewicz Jakub, Czapiewski Edward, *Historia powszechna. Wiek XX*, Warszawa 2010.

Wichura Jarosław, *Nowe media a opinia publiczna*, Kraków 2012.

Żyro Tomasz, *Wstęp do politologii*, Warszawa 2004.

Artykuły naukowe

Bąk-Grabowska Dominika, *Kształtowanie kultury organizacyjnej w urzędach administracji samorządowej*, [w:] *Nauki Społeczne 2. Współczesne społeczeństwa - nadzieje i zagrożenia*, red. O. Kowalczyk, Wrocław 2010.

Biernacka-Ligęza Ilona, *E-polityk, e-obywatel, e-demokracja – nowe technologie komunikacyjne a kształtowanie się demokracji w Polsce*, [w:] *Media między przeszłością a teraźniejszością*, red. M. Zdulski, Jelenia Góra 2012.

Biernacka-Ligęza Ilona, *Promowanie wartości regionalnych w ramach współpracy transgranicznej Euroregionu Glacensis*, [w:] *Media w regionach – regiony w mediach*, red. M. Ursel, A. Woźny, Jelenia Góra 2013.

Brańka Roman, *Przestrzeń wirtualna jako ważny obszar działań public relations na podstawie badań wykorzystania Internetu w zarządzaniu komunikacją Południowego Koncernu Energetycznego S.A. Struktura procesu i próba oceny efektywności przyjętych rozwiązań*, [w:] *Prasa lokalna wydawana na terenie Górnośląskiego Związku Metropolitalnego*, red. St. Michalczyk, D. Krawczyk, Katowice 2008.

Brownell Judi, *Reagowanie na komunikaty*, [w:] *Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się między ludźmi*, red. J. Stewart, Warszawa 2000.

Bukowski Michał, *Internauci o wyborach - analiza słów sztandarowych na forum Gazeta.pl*, [w:] *Wybory samorządowe w kontekście mediów i polityki*, red. M. Magoska, Kraków 2008.

Carr Nicolas, *Co Internet robi z naszym mózgiem*, „Nowe Media” nr 3, red. E. Mistewicz, 3/2013, s. 110.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Dewalska-Opitek Anna, *Budowanie wizerunku jednostki terytorialnej na przykładzie województwa śląskiego*, „Zarządzanie Publiczne. Zeszyty Naukowe Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego”, nr 4 (12) z 2010 roku.

Dobek-Ostrowska Bogusława, *Miejsce i rola mediów masowych w procesach demokratyzacyjnych*, [w:] *Media masowe w demokratyzujących się systemach politycznych. W drodze do wolności słowa i mediów*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2006.

Dobek-Ostrowska Bogusława, *Nauka o komunikowaniu: paradygmaty, szkoły, teorie*, [w:] *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, red. B. Dobek-Ostrowska, Wrocław 2001.

Dorenda Marta, *Blogosfera w polityce*, [w:] *Nowe media we współczesnym społeczeństwie*, red. M. Jeziński, A. Seklecka, Ł. Wojtkowski, Toruń 2011.

Dorenda-Zaborowicz Marta, *Marketing w social media*, [w:] „Nowe Media” nr 3, Toruń 2012.

Dzwończyk Joanna, *Społeczeństwo obywatelskie a globalizacja*, [w:] *Globalizacja - nieznośne podobieństwo? Świat i jego instytucje w procesie uniformizacji*, red. P. Borowiec, B. Krauz-Mozer, Kraków 2008.

Fiut Ignacy, *Konwergencja mediów a komunikowanie*, [w:] „Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”, red. K. Pokorna-Ignatowicz, J. Bierówka, Kraków 2011.

Gawroński Henryk, *Wykorzystanie internetu w zarządzaniu finansami jednostek samorządu terytorialnego*, [w:] *Oblicza internetu. Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku*, red. E. Sokołowski, Elbląg 2006.

Gierula Marian, *Monopolizacja lokalno-regionalnej przestrzeni komunikacyjnej w Polsce*, [w:] *Prasa Dolnego Śląska: teoria, tradycja, współczesność*, red. J. Jarowiecki, G. Nieć, Wrocław 2007.

Gneciak Monika, *Marketing polityczny w internecie. Prezydenci miast województwa śląskiego w interaktywnej sieci*, [w:] *Kampanie wyborcze z perspektywy lokalnej. Szkice z socjologii komunikacji politycznej*, red. K. Wódz, D. Dzienniak-Pulina, Dąbrowa Górnicza 2008.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Grzesiok Agnieszka, *Prawne aspekty nieuczciwej reklamy*, [w:] *Własność intelektualna w przedsiębiorstwie. Wybrane problemy prawne i ekonomiczne*, red. P. Stec, Gliwice 2010.

Gulda Przemysław, *Internet w stosunkach między władzą a obywatelem*, [w:] *Media i władza. Demokracja, wolność przekazu i publiczna debata w warunkach globalizacji mediów*, red. P. Żuk, Warszawa 2006.

Izdebski Hubert, *Od administracji publicznej do public governance*, „Zarządzanie Publiczne” nr 1, Kraków 2007.

Kaczmarczyk Michał, *Prasa lokalna w Irlandii*, [w:] *Regionalne studia polityczne. Humanitas*, Rok 1/2010, Sosnowiec.

Kmieciak Roman, *Telewizja w e-gospodarce*, [w:] *Zeszyty naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie. Zeszyt 45/2008*, Gliwice 2008.

Kowalewska Kinga, *Analiza obszarów semantycznych w nagłówkach wiadomości w portalu internetowym*, [w:] *Nowe media, Nowe interpretacje*, red. M. Sokołowski, Warszawa 2010

Krawczyk Dariusz, *Język środków masowego przekazu a prestiż zawodu dziennikarza w kontekście zjawiska konwergencji mediów*, [w:] *W kręgu literatury i języka. Tom III*, red. M. Michalska-Suchanek, Gliwice 2012.

Labudda Barbara, *Promocja*, [w:] *Leksykon public relations*, red. J. Olędzki, D. Tworzydło, Rzeszów 2009.

Mendel Izabela, *Organizacje pozarządowe w kształtowaniu kapitału społecznego w regionie. Zarys problematyki*, [w:] *Organizacja i Zarządzanie. Kwartalnik Naukowy nr 2/2008*, Gliwice 2008.

Michalczyk Stanisław, *Demokracja medialna: między wizją a rzeczywistością*, [w:] *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym. Szkice medioznawcze*, red. St. Michalczyk, Sosnowiec 2006.

Michalczyk Stanisław, *Media lokalne w budowaniu tożsamości lokalnej. Aspekty teoretyczne*, [w:] *Prasa Dolnego Śląska: teoria, tradycje, współczesność*, red. J. Jarowiecki, G. Nieć, Wrocław 2007.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Michalczyk Stanisław, *Media lokalne w komunikacji społecznej. Aktualne potrzeby badawcze*, [w:] *Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym*, red. J. Glensk, M. Kalczyńska, Opole 2004.

Morbitzer Janusz, *Aksjologiczne konteksty internetu*, [w:] *Paradoksy internetu. Konteksty społeczno-kulturowe*, red. M. Szpunar, Toruń 2011.

Nowak Jakub, *Internet w Polsce*, [w:] *Oblicza polskich mediów po 1989 roku*, red. L. Pokrzycka, B. Romiszewska, Lublin 2008

Olędzka-Koprowska Elżbieta, *Prowadzenie dialogu społecznego na szczeblu lokalnym*, [w:] *Konflikt nieunikniony. Wspólnoty i władze lokalne wobec konfliktów spowodowanych rozwojem*, red. P. Buczkowski, P. Matczak, Poznań 2004.

Orłowska Małgorzata, „Zerwany dialog”, [w:] *Komunikacja społeczna w świecie realnym*, red. M. Baryluk, M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń 2008.

Polak Rafał, *Modele samorządowych portali internetowych*, [w:] *Problemy i wyzwania public relations w świetle badań i praktyki*, red. D. Tworzydło i Zb. Chmielewski, Rzeszów 2009.

Polakowski Dariusz, *Strategia rozwiązywania problemów społecznych na poziomie lokalnym w oparciu o partycypację społeczną*, [w:] *Partnerstwo lokalne jako strategia rozwiązywania problemów społecznych*, red. A. Frączkiewicz-Wronka, Katowice 2010.

Przybysz Monika, *Nowe media i nowe kryzysy. Zarządzanie kryzysem w nowych mediach za pomocą public relations*, [w:] *Nowe media, ale nowe czy stare problemy*, red. J. Hajdasz, Poznań 2011.

Ptak Piotr, *Przedsiębiorczość i wzrost gospodarki*, [w:] *Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju ludzi i organizacji*, red. M. Zieliński, A. Warzecha, Gliwice 2010.

Marcin Sakowicz, *Samorząd terytorialny we współczesnym państwie*, [w:] *Współczesne państwo w teorii i praktyce. Wybrane elementy*, red. J. Oniszczyk, Warszawa 2008.

Sakowicz Marcin, *Zarządzanie informacją w układzie lokalnym*, [w:] *Samorząd lokalny w Polsce. Społeczno-polityczne aspekty funkcjonowania*, red. St. Michałowski, A. Pawłowska, Lublin 2004.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Sikora Rafał, *Public relations jako forma komunikowania w gminie*, [w:] *Public relations w teorii i praktyce*, red. B. Ociepka, Wrocław 2003.

Sobczak Jacek, *Dziennikarstwo śledcze i prowokacja dziennikarska. Problem odpowiedzialności karnej, cywilnej i politycznej dziennikarza*, [w:] *Media a polityka*, red. M. Szpunar, Rzeszów 2007

Sobczyk Dorota, *Sposoby porozumiewania się w Internecie*, [w:] *Komunikacja społeczna w świecie wirtualnym*, red. M. Wawrzak-Chodaczek, Toruń 2008.

Sołtysik Paweł, *Komunikowanie masowe w Internecie jako przestrzeni publicznej. Język w sieci*, [w:] *Problemy komunikacji społecznej* nr 1/2009, Sosnowiec 2009.

Stencel Marcin, *Rozumienie terminów używanych w sloganach reklamowych*, [w:] *Komunikowanie się we współczesnym świecie*, red. B. Kaczmarek, K. Markiewicz, Lublin 2003.

Sugier-Szerega Anna, *Komunikacja globalna a rozwój „kultury uczestnictwa”*, [w:] *Tożsamość i komunikacja*, red. J. Szulich-Kałuża, L. Dyczewski, Lublin 2011.

Szczerski Krzysztof, *Partnerstwo obywatelskie. Problematyka relacji administracji publicznej z organizacjami obywatelskimi*, [w:] *Administracja publiczna. Wyzwania w dobie integracji europejskiej*, red. J. Czaputowicz, Warszawa 2008.

Szostok Patrycja, *Konwergencja mediów na przykładzie funkcjonowania miejskich i gminnych portali internetowych w województwie śląskim*, [w:] *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa. Tom 2*, red. M. Gierula, P. Szostok, Katowice 2012.

Szot Lucyna, *Rola dziennikarza w procesie przekazywania informacji politycznej*, [w:] *Mediatyzacja kampanii politycznych*, red. M. Kolczyński, M. Mazur, St. Michalczyk, Katowice 2009.

Szwed Robert, *Opinia publiczna i pseudoopinie w „społeczeństwie zinformatywowanym”*, [w:] *Społeczeństwo wirtualne, społeczeństwo informacyjne*, red. R. Szwed, Lublin 2003.

Szymański Grzegorz, *Innowacje marketingowe w sektorze e-commerce*, Łódź 2013.

Twaróg Marek, Nowak Marcin, *Przeciąg w sekretariacie redakcji*, [w:] *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki. Tom II*, red. St. Michalczyk, D. Krawczyk, Gliwice-Katowice 2011.

Zubelewicz Kamil, *Pozycja ustrojowa wspólnot lokalnych*, [w:] *Samorząd lokalny – dobro publiczne*, red. J. Kleer, Warszawa 2008.

Główny Urząd Statystyczny, Ośrodek Nauki, Techniki, Innowacji i Społeczeństwa Informacyjnego, Raport: *Społeczeństwo informacyjne w Polsce*, Szczecin 2012.

Akty prawne

Kodeks postępowania administracyjnego, ustawa z dnia 14 czerwca 1960 roku. Dz. U. z 1960 roku. Nr 30, poz. 168.

Obwieszczenie Generalnego Komisarza Wyborczego z dnia 31 maja 1990 r. o zbiorczych wynikach wyborów do rad gmin na obszarze kraju, przeprowadzonych w dniu 27 maja 1990 r. M. P. z 1990 roku. Nr 21, poz. 170.

Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 18 stycznia 2007 roku w sprawie Biuletynu Informacji Publicznej. Dz. U. z 2007 roku. Nr 10, poz. 68.

Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 29 września 2005 roku w sprawie warunków organizacyjno-technicznych doręczania dokumentów elektronicznych podmiotom publicznym. Dz. U. z 2005 roku. Nr 200, poz. 1651.

Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 12 kwietnia 2012 roku w sprawie Krajowych Ram Interoperacyjności, minimalnych wymagań dla rejestrów publicznych i wymiany informacji w postaci elektronicznej oraz minimalnych wymagań dla systemów teleinformatycznych. Dz. U. z 2012 roku. Nr 0, poz. 526.

Uchwała Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 14 lipca 2000 roku w sprawie budowania podstaw społeczeństwa informacyjnego w Polsce. M.P. z 2000 roku., Nr 22, poz. 448.

Ustawa o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta z dnia 20 czerwca 2002 roku. Dz. U. z 2010 roku. Nr 176, poz. 1191.

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Ustawa o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne z 17 lutego 2005 roku. Dz. U. z 2005 roku, Nr 64 poz. 565.

Ustawa o dostępie do informacji publicznej z 6 września 2001 roku. Dz. U. z 2001 roku. Nr 112, poz. 8529.

Ustawa o podpisie elektronicznym z 18 września 2001 roku. Dz. U. z 2001 roku, Nr 130 poz. 1450.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym z 23 sierpnia 2007 roku. Dz. U. z 2007 roku, Nr 171, poz. 1206.

Ustawa o samorządzie gminnym z 8 marca 1990 roku. Dz. U. z 1990 roku. Nr 16, poz. 95.

Ustawy o samorządzie powiatowym z dnia 5 czerwca 1998 roku. Dz. U. z 1998 roku. Nr 91 poz. 578.

Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną z dnia 18 lipca 2002 roku. Dz. U. z 2002 roku. Nr 144, poz. 1204.

Ustawa o zmianie ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne oraz niektórych innych ustaw z 12 lutego 2010 roku. Dz. U. z 2010 roku, Nr 40 poz. 230.

Ustawa o zmianie ustawy – Prawo telekomunikacyjne oraz niektórych innych ustaw z dnia 16 listopada 2012 roku. Dz. U. z 21 grudnia 2012 roku, poz. 1445.

Ustawa o zmianie ustawy o utrzymaniu czystości i porządku w gminach oraz niektórych innych ustaw z 1 lipca 2011 roku. Dz. U. z 2011 roku. Nr 152, poz. 897.

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 16 kwietnia 1993 roku z póź. zm. Dz. U. z 2003 roku, Nr 153, poz. 1503.

Ustawa Prawo telekomunikacyjne z dnia 16 lipca 2004 roku. Dz. U. z 2004 roku. Nr 171, poz. 1800.

II SA/Op 333/09 - Wyrok WSA w Opolu w sprawie dostępu do informacji publicznej z 3 grudnia 2009 roku.

Źródła internetowe

Arrows International (fotokody), <http://kody-qr.eu>

Bielskie Centrum Przedsiębiorczości: <http://www.bcp.org.pl>

Bielsko-Bialski Ośrodek Rekreacyjno-Narciarski „Dębowiec”:
<http://www.debowiec.beskidy.pl>

Bielsko-Bialski Ośrodek Sportu i Rekreacji: <http://www.bbosir.bielsko.pl>

Biuletyn Informacji Publicznej: <http://www.bip.gov.pl>

Centrum Projektów Informatycznych MAiC: <http://www.cpi.mac.gov.pl>

„Co Tydzień”, tygodnik lokalny w Mysłowicach: <http://mysnet.pl>

„Dziecięca Telewizja Internetowa TV Oczko”: <http://www.tvoczko.pl>

„Dziennik Gazeta Prawna”: <http://www.gazetaprawna.pl>

Dziennik Urzędowy Rzeczypospolitej Polskiej „Monitor Polski”:
<http://monitorpolski.gov.pl>

Elektroniczna Platforma Usług Administracji Publicznej, <http://epuap.gov.pl>

Encyklopedia PWN: <http://encyklopedia.pwn.pl>

Europejski Fundusz Społeczny: <http://www.efs.gov.pl>

Fundacja „Dobry Dom”: <http://www.slaskiengo.pl>

Fundusz Poręczeń Kredytowych: <http://www.fpkj.pl>

„Gazeta Wyborcza”, wydanie lokalne: <http://gliwice.gazeta.pl>

„Kanał 99” lokalnej telewizji w Zagłębiu: <http://www.kanal99.pl>

Komenda Powiatowa Policji w Żywcu: <http://www.zywiec.slaska.policja.gov.pl>

Komitet Badań Naukowych: <http://kbn.icm.edu.pl>

Komitet Cytobiologii Polskiej Akademii Nauk: <http://cytobiologia.nencki.gov.pl>

Książnica Beskidzka w Bielsku-Białej: <http://www.ksiaznica.bielsko.pl>

„Magazyn Gospodarczy Fakty”: <http://www.magazynfakty.pl>

Miasto Bielsko-Biała: <http://www.um.bielsko.pl>

Miasto Bytom: <http://www.um.bytom.pl/>

Miasto Chorzów: <http://www.chorzow.um.gov.pl>

Miasto Częstochowa: <http://www.czestochowa.pl/>
Miasto Dąbrowa Górnicza: <http://www.dabrowa-gornicza.pl>
Miasto Gliwice: <https://gliwice.eu>
Miasto Jastrzębie-Zdrój: <http://www.jastrzebie.pl>
Miasto Jaworzno: <http://www.um.jaworzno.pl>
Miasto Katowice: <http://www.katowice.eu>
Miasto Kraków: <http://krakow.pl>
Miasto Mysłowice: <http://www.myslowice.pl>
Miasto Piekary Śląskie: <http://piekary.pl>
Miasto Ruda Śląska: <http://www.rudaslaska.pl>
Miasto Rybnik: <http://www.rybnik.pl>
Miasto Siemianowice Śląskie: <http://www.um.siemianowice.pl>
Miasto Sosnowiec: <http://www.sosnowiec.pl/>
Miasto Świętochłowice: <http://www.swietochlowice.pl>
Miasto Tychy: <http://www.umtychy.pl>
Miasto Zabrze: <http://www.um.zabrze.pl>
Miasto Żory: <http://www.zory.pl>
Miejska Galeria Sztuki „MM” w Chorzowie: <http://www.galeriamm.eu>
Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji: <https://mac.gov.pl>
Ministerstwo Edukacji Narodowej: <http://www.men.gov.pl>
Muzeum Chleba w Radzionkowie: <http://www.muzeum-chleba.pl>
„Naszemiasto.pl”, wydanie lokalne: <http://gliwice.naszemiasto.pl>
„Nowiny Gliwickie”: <http://www.nowiny.gliwice.pl>
Parafia Najświętszej Marii Panny Matki Kościoła w Gliwicach:
<http://www.matkakosciola.gliwice.pl>
Państwowa Komisja Wyborcza: <http://pkw.gov.pl>
Platforma e-usług kulturalnych: <http://www.peuk.fiiz.pl>
Portal Latarnicy: <https://latarnicy.pl>
Powiat ziemski Będziński: <http://www.starostwo.bedzin.pl>
Powiat ziemski Bielski: <http://www.powiat.bielsko.pl/>

Powiat ziemski Bieruńsko-Lędziński: <http://www.powiatbl.pl>
Powiat ziemski Cieszyński: <http://www.powiat.cieszyn.pl>
Powiat ziemski Częstochowski: <http://www.czestochowa.powiat.pl>
Powiat ziemski Gliwicki: <http://starostwo.gliwice.pl>
Powiat ziemski Kłobucki: <http://www.klobuck.pl>
Powiat ziemski Lubliniecki: <http://www.lubliniec.starostwo.gov.pl>
Powiat ziemski Mikołowski: <http://www.mikolowski.pl>
Powiat ziemski Myszkowski: <http://www.powiatmyszkowski.pl>
Powiat ziemski Pszczyński: <http://www.powiat.pszczyna.pl>
Powiat ziemski Raciborski: <http://www.powiatraciborski.pl>
Powiat ziemski Rybnicki: <http://www.starostwo.rybnik.pl>
Powiat ziemski Tarnogórski: <http://www.tarnogorski.pl>
Powiat ziemski Wodzisławski: <http://www.wodzislaw.upow.gov.pl>
Powiat ziemski Zawierciański: <http://www.zawiercie.powiat.pl>
Powiat ziemski Żywiecki: <http://www.starostwo.zywiec.pl>
Radio 90 w Rybniku <http://www.radio90.pl>
Rządowe Centrum Legislacji: <http://www.dziennikiurzedowe.gov.pl>
Sejm RP: <http://www.sejm.gov.pl>
Serwis filmowy YouTube: <http://www.youtube.com>
Serwis Samorządowy Polskiej Agencji Prasowej: <http://www.samorząd.pap.pl>
Serwis Samorządowy Wolters Kluwer SA: <http://www.samorząd.lex.pl>
Serwis Żorskich Nieruchomości: <http://www.nieruchomosci.zory.pl>
Słownik Języka Polskiego: <http://sjp.pl>
Spółdzielnia mieszkaniowa „Sikornik” w Gliwicach: <http://www.sikornik.pl>
Stowarzyszenie Aktywnych Przedsiębiorców Śląskich: <http://www.saps.org.pl>
Stowarzyszenie „Częstochowa 2020”: <http://www.sos.czyst.pl>
Stowarzyszenie „Gliwickie Metamorfozy”: <http://www.gliwiczanie.pl>
Stowarzyszenie Miłośników Psów Zaprzęgowych „Travois” z Katowic:
<http://www.travois.eu>

Stowarzyszenie „Region Beskidy”: <http://www.euroregion-besкиды.pl>

System Elektronicznej Komunikacji Administracji Publicznej: <http://www.sekap.pl>

Śląskie Centrum Przedsiębiorczości: <http://www.scp-slask.pl>

Śląski Szlak Zabytków Techniki: <http://www.zabytkitechniki.pl>

Śląski Urząd Wojewódzki w Katowicach: <http://www.katowice.uw.gov.pl>

Teatr Lalek Baniałuka im. Jerzego Zitzmana: <http://www.banialuka.pl>

Telewizji Mysłowice: <http://www.itvm.pl>

Telewizja Polsat: <http://www.polsat.pl>

Telewizja TVN: <http://www.tvn.pl>

Telewizja TVT: <http://www.telewizjatvt.pl>

Telewizja Zabrze: <http://www.tvzabrze.eu>

Urząd Gminy Gierałtowiec: <http://www.gieraltowice.pl>

Zarząd Oddziału Powiatowego Związku Ochotniczych Straży Pożarnych

Rzeczypospolitej Polskiej w Zawierciu: <http://zosp.zawiercie.powiat.pl>

Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego: <http://www.zporr.gov.pl>

Związek Powiatów Polskich: <http://www.zpp.pl>

Artykuły prasowe

Bliźniuk Grzegorz, *Wizerunek urzędu w internecie*, „Gmina. Magazyn Samorządowy”, nr 144, styczeń 2013, s. 19.

SPIS REPRODUKCJI, TABEL, WYKRESÓW

Spis reprodukcji

Reprodukcja 1. Przykład multimedialnego wydania prasy samorządowej.

Tygodnik lokalny przygotowywany przez Urząd Miejski w Gliwicach. 65

Reprodukcja 2. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Bielsku-Białej. 78

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Reprodukcja 3. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Bytomiu.	79
Reprodukcja 4. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Chorzowie.	79
Reprodukcja 5. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Częstochowie.	80
Reprodukcja 6. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Dąbrowie Górniczej.	80
Reprodukcja 7. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Gliwicach.	81
Reprodukcja 8. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Jastrzębiu Zdroju.	81
Reprodukcja 9. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Jaworznie.	82
Reprodukcja 10. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Katowicach.	82
Reprodukcja 11. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Mysłowicach.	83
Reprodukcja 12. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Piekarach Śląskich.	83
Reprodukcja 13. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Siemianowicach Śląskich.	84
Reprodukcja 14. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Sosnowcu.	84
Reprodukcja 15. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Świętochłowicach.	85
Reprodukcja 16. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Tychach.	85
Reprodukcja 17. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Zabrze.	86
Reprodukcja 18. Strona internetowa powiatu grodzkiego w Żorach.	86
Reprodukcja 19. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Będzinie.	90
Reprodukcja 20. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Bielsku-Białej.	90
Reprodukcja 21. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Bieruniu.	91
Reprodukcja 22. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Cieszynie.	91
Reprodukcja 23. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Częstochowie.	92
Reprodukcja 24. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Gliwicach.	92
Reprodukcja 25. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Lublińcu.	93
Reprodukcja 26. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Mikołowie.	93
Reprodukcja 27. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Myszkowie.	94
Reprodukcja 28. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Pszczynie.	94
Reprodukcja 29. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Rybniku.	95
Reprodukcja 30. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Tarnowskich Górach.	95

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

Reprodukcja 31. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Wodzisławiu Śląskim.	96
Reprodukcja 32. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Zawierciu.	96
Reprodukcja 33. Strona internetowa powiatu ziemskiego w Żywcu.	97
Reprodukcja 34. Przykład zasobów rekomendowanych przez administratorów stron samorządowych: prezentacja Stowarzyszenia Aktywnych Przedsiębiorców Śląskich polecana internautom na portalu Katowic.	114
Reprodukcja 35. Przykład materiału przeznaczonego dla zmotoryzowanych internautów dostępnego na stronie internetowej Jastrzębia Zdroju: „zgłoszenie szkody z ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej właściciela drogi”.	140
Reprodukcja 36. Przykład wersji wizytówki anglojęzycznej na stronie powiatu raciborskiego.	144
Reprodukcja 37. Oznakowanie promocyjne stosowane na samorządowych stronach internetowych. Przykład Jaworzna i Tych.	147
Reprodukcja 38. Przykład prowadzenia dziennika zmian dokumentującego aktywność redaktorów Biuletynu Informacji Publicznej (strona magistratu w Zabrze).	148
Reprodukcja 39. Przykład prezentacji postaci prezydenta Tych.	160
Reprodukcja 40. Przykład prezentacji postaci prezydenta Gliwic.	162
Reprodukcja 41. Przykład przedstawienia pani starosty w Tarnowskich Górach.	167
Reprodukcja 42. Wydawnictwo krytykowane przez prezydenta Mysłowic dostępne na stronie www.myslowice.net .	169
Reprodukcja 43. Wirtualny spacer po Starostwie Powiatowym w Pszczynie.	175
Reprodukcja 44. Prezentacja dwutygodnika samorządowego dostępna z poziomu strony głównej samorządu w Piekarach Śląskich.	185
Reprodukcja 45. Ankieta elektroniczna służąca ocenie jakości obsługi interesantów przez Starostwo Powiatowe w Żywcu.	191
Reprodukcja 46. Platforma Konsultacji Społecznych	

Internet w komunikowaniu publicznym gmin województwa śląskiego

na stronie katowickiego magistratu.	198
Reprodukcja 47. Rubryka kontaktowa zabrzańskieho magistratu.	211
Reprodukcja 48. Umieszczenie rubryki „kontakt” na stronie głównej Starostwa Powiatowego w Pszczynie.	214
Reprodukcja 49. Strona projektu SEKAP.	237
Reprodukcja 50. Strona projektu „ePUAP”.	239
Reprodukcja 51. Elektroniczna Skrzynka Podawcza na stronie powiatu bieruńsko-lędzkiego.	248
Reprodukcja 52. Dział przedstawiający procedury załatwiania spraw urzędowych w magistracie w Bielsku-Białej.	253
Reprodukcja 53. Przykład informacji o plikach cookies ze strony Starostwa Powiatowego w Lublińcu (górna część ekranu).	261
Reprodukcja 54. Oficjalna strona samorządowa Mysłowic przed modernizacją (4 stycznia 2013 roku).	276
Reprodukcja 55. Portal miejski Mysłowic po modernizacji (30 stycznia 2014 roku).	277

Spis tabel

Tabela 1. Powiaty grodzkie w województwie śląskim zgodnie z podziałem administracyjnym. Stan na 31 grudnia 2013 roku.	74
Tabela 2. Powiaty ziemskie województwa śląskiego zgodnie z podziałem administracyjnym. Stan na 31 grudnia 2013 roku.	75
Tabela 3. Dane na temat prezydentów miast, komitetów wyborczych, powierzchni oraz zaludnienia miast na prawach powiatu. Stan na 31 grudnia 2012 roku.	153
Tabela 4. Dane na temat starostów, powierzchni oraz zaludnienia powiatów w województwie śląskim. Stan na 1 stycznia 2013 roku.	154

Spis wykresów

Wykres 1. Poziom aprobaty wobec utrzymywania przez administrację terenową mediów samorządowych.	224
Wykres 2. Pozytywne odpowiedzi na pytanie czy administracja publiczna powinna utrzymywać media samorządowe z uwzględnieniem miejsca zamieszkania ankietowanych.	224
Wykres 3. Zainteresowanie respondentów bezpłatnym dostępem do zasobów (treści) upowszechnianych przez media samorządowe. Ujęcie procentowe.	225
Wykres 4. Zestawienie odpowiedzi ankietowanych dotyczących poziomu aprobaty wobec bezpłatnego dostępu do zasobów mediów samorządowych. Od lewej: aprobata, dezaprobata, brak zdania.	225
Wykres 5. Odpowiedzi na pytanie jakość i użyteczność strony internetowej urzędu miejskiego lub starostwa powiatowego.	226
Wykres 6. Zestawienie ocen jakości i użyteczności strony internetowej samorządu z uwzględnieniem liczebności mieszkańców gmin.	226
Wykres 7. Weryfikacja jakości strony internetowej samorządu przez ankietowanych z gmin o zaludnieniu poniżej 50 tys. mieszkańców.	227
Wykres 8. Weryfikacja jakości strony internetowej samorządu przez ankietowanych z gmin o zaludnieniu od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców.	227
Wykres 9. Weryfikacja jakości strony internetowej samorządu przez ankietowanych z gmin o zaludnieniu powyżej 100 tys. mieszkańców.	228
Wykres 10. Określenie celu korzystania ze strony internetowej samorządu.	228
Wykres 11. Zestawienie powodów skorzystania przez ankietowanych z zasobów internetowych samorządu z uwzględnieniem zaludnienia gminy. Od lewej: załatwianie spraw urzędowych, pozyskiwanie informacji, nie pamiętam.	229
Wykres 12. Preferowany przez ankietowanych charakter samorządowego serwisu internetowego.	229
Wykres 13. Preferencje badanych dotyczące formuły samorządowego serwisu internetowego z uwzględnieniem liczebności gmin.	230

Wykres 14. Poziom aprobaty wobec umieszczania na stronach urzędów miejskich i starostw powiatowych elektronicznych wydań prasy samorządowej.	230
Wykres 15. Poziom aprobaty wobec umieszczania na stronach urzędowych elektronicznych wersji prasy samorządowej.	231
Wykres 16. Stopień aprobaty wobec umieszczania na stronie internetowej gminy się materiałów multimedialnych oraz odnośniki do mediów społecznościowych (np. miejski profil na Facebooku itd.).	231
Wykres 17. Poziom aprobaty wobec udostępniania multimediiów i mediów społecznościowych na stronach samorządowych z uwzględnieniem zaludnienia gminy.	232

Kwestionariusz ankietowy

ANKIETA

Postrzeganie narzędzi komunikacyjnych jednostek samorządu terytorialnego przez mieszkańców gmin województwa śląskiego

Jako doktorantka w Zakładzie Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach do przygotowywanej pracy badawczej pragnę poznać Pani/Pana opinie na temat komunikacji społecznej jednostek samorządu terytorialnego.

Chciałabym przede wszystkim ustalić Pan(i) poziom aprobaty wobec działań komunikacyjnych Urzędu Miejskiego lub Starostwa Powiatowego podejmowanych za pośrednictwem internetu.

Ankieta jest anonimowa, a wypowiedzi nie będą identyfikowane z osobami ich udzielającymi. Zapewniam poufność opinii i gwarantuję wykorzystanie ich wyłącznie dla celów naukowych.

1. Czy administracja publiczna powinna utrzymywać media samorządowe?

- Tak
- Nie
- Nie wiem

2. Czy jest Pan(i) zainteresowan(a)y bezpłatnym dostępem do zasobów (treści) udostępnianych przez media samorządowe?

- Tak
- Nie
- Nie wiem

Jeśli deklaruje Pan(i) stałe lub incydentalne posługiwanie się internetem proszę od odpowiedź:

3. Jak ocenia Pan(i) jakość i użyteczność strony internetowej Urzędu Miejskiego lub Starostwa Powiatowego?

- Bardzo dobrze
- Dobrze

Przeciętnie

Źle

Bardzo źle

Nie korzystam ze strony internetowej samorządu

4. Czy ze strony internetowej samorządu korzystał(a) Pan(i) w celu:

Załatwienia spraw urzędowych

Pozyskania innych informacji

Nie pamiętam

5. Czy strona internetowa samorządu powinna dotyczyć tylko spraw urzędowych czy być portalem dotyczącym życia gminy?

Portalem wszechstronnie informującym o gminie

Na stronie powinny być tylko informacje o pracy urzędu

Trudno ocenić

6. Czy strona internetowa gminy ma umożliwić dostęp do prasy samorządowej w wersji elektronicznej?

Tak

Nie

Nie wiem

7. Czy na stronie internetowej gminy powinny znajdować się materiały filmowe, odnośniki do mediów społecznościowych oraz multimedia?

Tak

Nie

Nie wiem

Metryczka

M-1. Płeć respondenta

1. kobieta

2. mężczyzna

M-2. Wiek

1. 18-24 lat

2. 25-29 lat

3. 30-39 lat

4. 40-49 lat

5. 50-59 lat

6. 60 i więcej lat

M-3. Wykształcenie:

1. zasadnicze zawodowe lub niższe

2. średnie

3. wyższe licencjackie

4. wyższe magisterskie

5. doktorat – stopień akademicki

M-4. Miejsce zamieszkania

1. Gmina poniżej 50 tys. mieszkańców

2. Gmina od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców

3. Gmina powyżej 100 tys. mieszkańców