

Prof. dr hab. Stanisław Michalczyk
Zakład Komunikacji Społecznej
Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
Uniwersytet Śląski
40-007 Katowice, ul. Bankowa 11

2.08.2014 r.

Recenzja
pracy doktorskiej mgr Małgorzaty Mańki-Szulik
„Komunikacja społeczna samorządu terytorialnego miast tworzących
Górnośląski Związek Metropolitalny”.
Kraków 2014

Mgr Małgorzata Mańka-Szulik swoją pracę doktorską poświęciła mediom i komunikowaniu lokalnemu wybierając jako egzemplifikację problemu miasta Górnośląskiego Związku Metropolitalnego. Sam dobór tematu – biorąc pod uwagę społeczną ważność zagadnienia – uważam za słuszny. Oprócz sensu naukowego, trzeba brać pod uwagę także sens demokratyzacyjny samego lokalnego procesu komunikacyjnego.

Historia badań nad mediami (prasą) lokalnymi sięga w Polsce końcówki lat 50-tych XX wieku. Prekursorami badań byli naukowcy krakowscy, w tym zwłaszcza prof. Jerzy Mikułowski Pomorski. W nurt ten włączali się następnie inni badacze związani z Ośrodkiem Badań Prasoznawczych. W latach 80-tych kompleksowo temat został podjęty przez pracowników naukowych Zakładu Dziennikarstwa Uniwersytetu Śląskiego. Skromny wówczas krajobraz prasy lokalnej w Polsce stał się przedmiotem szczegółowych penetracji, czego owocem były liczne publikacje, konferencje, konfrontacje z dziennikarzami lokalnymi. Zakład Dziennikarstwa UŚ nawiązał kontakty międzynarodowe, kontakty z badaczami innych krajów zajmującymi się tą samą problematyką. Rezultatem była do dziś często wspominana konferencja międzynarodowa w Wiśle w 1985 roku. W publikacjach wskazywano dobitnie, że media lokalne nie mogą być traktowane tylko jako „media trzeciej siatki” (po mediach ogólnokrajowych i regionalnych), lecz jako ważne ogniwo całego społecznego systemu komunikowania. Dzisiaj już nie trzeba nikogo do tego przekonywać.

Podsumowaniem prawie 20-letniego okresu badań prowadzonych przez śląskich prasoznawców była praca habilitacyjna autora niniejszej recenzji pt. „Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe” (2000). Media lokalne przeżywały okres burzliwego rozwoju w latach 90-tych i do dziś nie zatraciły tej dynamiki, aczkolwiek funkcjonują w trudnym obszarze społeczności lokalnych –

w warunkach konkurencji ze strony mediów ogólnokrajowych i regionalnych, te ostatnie bowiem przeżywają trendy lokalizacyjne, tj. w coraz większym stopniu zajmują się problematyką lokalną rezygnując z problematyki międzynarodowej i krajowej (np. „Dziennik Zachodni”). Dużą konkurencję stanowią także nowe kanały telewizyjne i Internet, chociaż ten środek znacznie wzbogacił także komunikowanie lokalne. Cały problem zasadza się na odrodzeniu się lokalizmów, tłumionych w okresie realnego socjalizmu, kiedy to dominowała tzw. „duża skala”. Po przyjęciu ustawy o samorządzie terytorialnym (1990) wspólnoty lokalne utrzymały nowe kompetencje i nowe możliwości. Wynika z tego pewien nakaz nowego podejścia do komunikowania lokalnego jako narzędzia porozumiewania się władz lokalnych z obywatelami. Tak sprawa stawiana jest w krajach demokratycznych całego świata cywilizowanego.

Współcześnie media lokalne występują w czterech formach: a) lokalna prasa drukowana, jest to najstarszy środek komunikowania lokalnego, nadal znajduje sporo odbiorców, zwłaszcza wśród najstarszych członków wspólnot lokalnych; b) radio lokalne, powstało na początku lat 90-tych, niekiedy w formie pirackiej, ale po ustawie radiofonicznej z 1992 roku znacznie się rozwinęło (dzisiaj funkcjonuje ok. 200 stacji), podlega jednak koncentracji i komercjalizacji; c) telewizja lokalna, znajduje się w fazie rozwoju, ale mała liczba stacji nie zaspokaja aspiracji i potrzeb społeczności lokalnych, występuje w formie naziemnej lub kablowej; d) lokalne portale internetowe, są najnowszym i najnowocześniejszym środkiem przekazu lokalnego, budzą duże zainteresowanie wśród ludzi młodych, występują w formie własności samorządowej lub prywatnej. Na poziomie lokalnym mamy do czynienia ze zjawiskami konwergencji, tj. łączenia się form przekazu, np. radio w Internecie, prasa on-line. W swojej pracy mgr Mańka-Szulik uwzględnia wszystkie te formy kładąc największy nacisk na media samorządowe, co wynika z tematu rozprawy.

Struktura pracy

Praca składa się z sześciu rozdziałów, Wstępu, Zakończenia i Bibliografii. We wstępie Autorka stawia hipotezę badawczą: „samorządy realizując określone przepisami zadania stają się aktywnym uczestnikiem systemu medialnego”. Jednostki samorządu terytorialnego wraz z rozwojem technologicznym adaptowały dla celów komunikacyjnych nowe sposoby i nośniki dystrybucji informacji. Rozprawa odpowiada na pytania badawcze o prawne możliwości realizacji przez samorząd aktywności o charakterze public relations ze szczególnym uwzględnieniem działań wydawniczych oraz media relations. Precyzuje, czy

możliwe jest sprawowanie przez samorząd nadzoru właścicielskiego nad mediami oraz jakie w takich sytuacjach są relacje samorządu z innymi podmiotami rynku medialnego. Autorka stara się również odpowiedzieć na pytanie o skalę, rodzaj i charakter wykorzystania przez samorządy GZM takich instrumentów jak prasa, media elektroniczne oraz media społecznościowe ujawniając nie tylko możliwe zagrożenia i kolizje interesów, lecz także szanse i potencjał komunikacyjny tkwiący w tego rodzaju działalności. Podejmuje próbę odpowiedzi na pytanie, czy przeznaczanie środków publicznych na komunikację społeczną samorządów jest zgodne z przepisami prawa oraz wymogami strategii komunikacyjnych. Oto skrótowo scharakteryzowane cele rozprawy mgr Mańki-Szulik. Chcąc zweryfikować hipotezy Autorka przeanalizowała media samorządowe funkcjonujące w 14 miastach GZM (wszystkie typy).

Rozdział I podejmuje kwestie związane z pojęciem, ustrojem, strukturą i podstawowymi funkcjami samorządu. Autorka nakreśliła również uwarunkowania legislacyjne wynikające z porozumień międzynarodowych ratyfikowanych przez Polskę. Opisując prawne regulacje działalności administracji terenowej skoncentrowała się na organach jednostek samorządu terytorialnego i ich wzajemnych relacjach oraz na etyce służby publicznej. Następnie omawia zadania powierzone, gospodarkę finansową gmin, współpracę z administracją rządową a także możliwości nadzoru prawnego nad samorządem. Rozdział zawiera też rys przywracania samorządności w Polsce po roku 1989. Rozdział liczy 43 strony. Jest to studium społeczno-prawne oparte na literaturze przedmiotu (książki i artykuły naukowe) oraz aktach prawnych. Cytowani są tutaj tacy autorzy, jak: Boć, Piasecki, Martysz, Dolnicki, Antoszewski, Jaeschke. Bardzo cenne są też lokalne uzupełnienia i egzemplifikacje ogólnych uwarunkowań funkcjonowania samorządu. Dla przykładu, na stronie 39 znajdujemy interesujący schemat organizacji aparatu pomocniczego organu gminy w Gliwicach. Kompetentnie napisany rozdział stanowi dobre wprowadzenie do dalszej problematyki komunikologicznej.

Rozdział II (44 strony) pt. „Komunikacja społeczna w działalności samorządów. Teoretyczne ujęcie procesu” obejmuje teoretyczny aspekt procesu komunikacji społecznej samorządów. Autorka rozpoczyna swoje rozważania od ogólnych pojęć dotyczących komunikacji społecznej. Przytacza tutaj najpopularniejsze definicje Gorana-Klasa, Dobek-Ostrowskiej, Mattelartów czy Mikułowskiego Pomorskiego. Przypomina o bardzo przydatnej w badaniach medioznawczo-komunikologicznych formule Lasswella, która wyznacza pięć ogniw procesu komunikowania. Na tejże formule w dużym stopniu oparta jest praca Mańki-Szulik. Z pewnością przydatne są rozważania dotyczące politycznych uwarunkowań

działalności mediów w Polsce w okresie transformacji ustrojowej. To właśnie zniesienie cenzury (1990) i likwidacja Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej (1990) pozwoliło na szeroką działalność publikacyjną na poziomie lokalnym oraz na odtwarzanie prasy autentycznie lokalnej w miejsce prasy władz lokalnych. Media lokalne autorka słusznie traktuje jako element partycypacji obywatelskiej. Obywatele w skali lokalnej mają utrudnione szanse artykułowania i agregacji swoich potrzeb i interesów. Pionowy przepływ informacji jest tutaj konieczny z demokratycznego punktu widzenia. Pisząc o wpływie mediów na aktywność obywatelską Autorka zauważa, że „duże znaczenie mają właśnie media uczestniczące w debacie publicznej dotyczącej przestrzeni politycznej, gospodarczej, społecznej, kulturalnej, czy naukowej a odnoszącej się do wymiaru lokalnego”. Niestety w praktyce tak często się nie dzieje. Media lokalne przechodzą w Polsce proces tabloidyzacji, pogoni za sensacją, charakteryzują się niskim poziomem językowym i niskim poziomem debaty. Te wydawane pod egidą władz w ogóle często (aczkolwiek nie zawsze) nie mają możliwości rozwinięcia obiektywnej debaty. Rozdział należy ocenić pozytywnie: wiele problemów zostało przeanalizowanych, chociaż niektóre tylko zasygnalizowane.

Rozdział III pt. „Polityka komunikacyjna w miastach Górnośląskiego Związku Metropolitalnego” (34 strony) rozpoczyna się od charakterystyki obszaru badawczego. GZM powstał w 2007 roku, zrzesza 14 miast na prawach powiatu (Bytom, Chorzów, Dąbrowa Górnicza, Gliwice, Jaworzno, Katowice, Mysłowice, Piekary Śląskie, Ruda Śląska, Siemianowice, Sosnowiec, Świętochłowice, Tychy, Zabrze). Celem utworzenia GZM było ustalenie wspólnej strategii rozwoju miast zgodnie z ustawą o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym. Obszar: 1218 km², gęstość zaludnienia wynosi 1642 osoby na km² a budżet wszystkich miast łącznie w 2013 roku wynosił 8,75 mld zł. Rozdział zawiera szereg interesujących danych dotyczących socjologii władzy miast GZM i samego związku. Kolejne podrozdziały ogólnie charakteryzują też narzędzia komunikacji społecznej GZM, m.in.: oficjalna strona internetowa, dodatek do „DZ”, „Metropolia Silesia”, „Dziennik Zachodni” (23% zasięgu społecznego), RMF FM (35% zasięgu), Radio Piekary (8% zasięgu), lokalna prasa komercyjna, miejskie portale informacyjne, telewizje internetowe, prasa samorządowa (funkcjonuje na terenie 85% gmin GZM), internetowe strony miejskie. W sumie jest to potencjał znaczny, co jest odbiciem bogatych tradycji prasowo-wydawniczych na Śląsku. Mimo to sam Związek ma niską społeczną rozpoznawalność. Autorka przytacza na ten temat dane pochodzące z badań lokalnej opinii publicznej. Lekarstwem na ten stan rzeczy mają być relatywnie duże wydatki na promocję jednostek samorządu terytorialnego GZM (najwięcej wydają na ten cel Katowice i Gliwice) oraz

opracowywane strategie komunikacyjne. Nacisk w tej drugiej kwestii został położony na strony internetowe miast. Tutaj jednak istnieje bariera kompetencyjna zarówno po stronie nadawców, jak i odbiorców. Omawiany rozdział jest dobrze naukowo udokumentowany, oprócz danych szczegółowych, Autorka porusza w nim teoretyczne problemy komunikologiczne.

Rozdział IV pt. „Samorząd jako podmiot rynku medialnego. Specyfika mediów samorządowych w miastach tworzących GZM” (58 stron) jest bardzo istotny dla całej pracy. Rozdział jest przeglądem krajobrazu medialnego miast GZM wraz z ich jakościową analizą zawartości. Krajobraz ten ma charakter pluralistyczny w wielu aspektach: politycznym, własnościowym, treściowym, technicznym i światopoglądowym. Faktograficzna strona rozdziału jest bardzo bogata. Nacisk analityczny został położony na samorząd traktowany tutaj jako podmiot rynku medialnego i dysponent środków masowego komunikowania (jest wydawcą prasy samorządowej w różnych formach technicznych, współpracuje z podmiotami prywatnymi, administruje portalami, partycypuje w mediach społecznościowych, gdzie prowadzi dialog z obywatelami, prowadzi politykę reklamową itd.). W świetle powyższych stwierdzeń, wydaje się że dzisiaj sens tracą dyskusje toczone przez polityków i medioznawców na temat zasadności funkcjonowania mediów samorządowych. Jest to po prostu fakt i rzeczywistość. Rzeczywistość ta została przedstawiona w rozdziale dość optymistycznie. Brakuje mi natomiast podejścia krytycznego, wskazywanie na wady tak ukształtowanych struktur komunikacyjnych.

Rozdział V pt. „Odbiorcy działań komunikacyjnych realizowanych przez jednostki samorządu terytorialnego” (18 stron) jest odpowiedzią na czwarte pytanie w modelu Lasswella (komu?). Media i komunikowanie masowe nie miałyby sensu istnienia bez publiczności. Zatem to ona przesądza i ona decyduje o tym, czy prasa samorządowa, portale, radio mają istnieć, czy nie. Zagadnienie zostało w pracy relatywnie słabo potraktowane, aczkolwiek najważniejsze zagadnienia zostały naświetlone. Rozdział jest oparty na wynikach badań przeprowadzonych dla celów rozprawy. Na terenie miast GZM-u mieszka ok. 2 mln osób. Jest to publiczność potencjalna wszystkich mediów tutaj funkcjonujących, ale także wspólnota, wobec której samorządy mają świadczyć usługi komunikacyjne (Autorka nazywa te osoby „adresatami działań z zakresu komunikacji społecznej samorządów”). Słusznie dostrzega, że jest to grupa podlegająca różnym segmentacjom oraz jest zróżnicowana wzięwszy pod uwagę różne kryteria. W związku z tym poszczególne media mogą być adresowane nie do wszystkich mieszkańców, lecz do wybranych grup docelowych, np. „Oświatowy Miejski Serwis Informacyjny Gliwice. Mały Miś” jest adresowany do dzieci,

a bytomski „Rynek Nr 7” do ludzi zainteresowanych życiem kulturalnym miasta (przykładów w pracy jest znacznie więcej). Rozdział zawiera omówienie dwóch ważnych zagadnień: a) dostępności prasy samorządowej w miastach GZM; b) postrzegania prasy samorządowej. Niestety, z dostępnością bywa różnie, często niesprawny jest kolportaż, podobnie jest z oceną jakości. Mimo wszystko mieszkańcy chcą czytać swoje pisma.

Rozdział VI pt. „Efekty procesu komunikowania na przykładzie miast GZM” (26 stron) z kolei jest odpowiedzią na piąte pytanie formuły Lasswella (z jakimi skutkami?). Obejmuje prezentację efektów procesu komunikacji społecznej samorządów. Efekty te zawierają w sobie kilka aspektów bardziej szczegółowych. Po pierwsze, potraktowane zostały jako platforma umożliwiająca pełniejsze uczestnictwo mieszkańców gmin w życiu publicznym, a tym samym jako działanie zwiększające partycypację społeczną w sprawowaniu władzy na poziomie lokalnym. Po drugie, potraktowane zostały jako ewaluacja działań komunikacyjnych (ocena sposobów komunikowania w sytuacjach kryzysowych, aktywność komunikacyjna w cyberprzestrzeni). Po trzecie, potraktowane zostały poprzez ocenę mediów samorządowych oraz próbę opisu ich funkcji, np. funkcji kontrolnej wobec władz administracyjnych. Cenną częścią rozdziału są opisy komunikacji referendalnych w Rudzie Śląskiej, Bytomiu i Gliwicach w 2012 roku oraz analiza zawartości gazet lokalnych. Brakuje natomiast pewnego „uwiarygodnienia” efektów w postaci badań empirycznych wśród mieszkańców.

Ogólna ocena pracy

Recenzowana praca została poświęcona interesującemu, z medioznawczego punktu widzenia, tematowi. Dotyczy bowiem problemu komunikowania się 14 samorządów lokalnych, tworzących Górnośląski Związek Metropolitalny, z mieszkańcami, obywatelami. Chcąc poważnie traktować współczesną, przeżywającą kryzys, demokrację, trzeba docenić wagę działań komunikacyjnych. To założenie legło u podstaw koncepcji pracy doktorskiej mgr Małgorzaty Mańki-Szulik. Praca zawiera w sobie dwie zasadnicze warstwy. Pierwszą jest warstwa teoretyczna. Jest to silna strona pracy. Wykorzystana została literatura przedmiotu: monografie, artykuły naukowe, akty prawne. Autorka dobrze się orientuje w dość skomplikowanej materii natury politologicznej, prawnej i medioznawczej. Dowodzi, że posiadanie polityki komunikacyjnej w miastach (a nie zawsze taka jest obecna) jest niezbędnym warunkiem sprawnego ich funkcjonowania. W swojej istocie praca ma charakter politologiczno-medioznawczy, nacisk jest położony na media lokalne. Jednak w warstwie teoretycznej przewija się także – nieco mniej wyeksponowany – aspekt public relations

samorządów. Ta sfera ma duże znaczenie w okresach wyborczych i kampaniach, które de facto mają charakter permanentny.

Drugą warstwę stanowi materiał empiryczny. Ma on charakter oryginalny, pochodzi ze specjalnie przeprowadzonych badań, także przez zewnętrzne instytucje badawcze. Zaprezentowany on został głównie w rozdziale piątym, ale przewija się w zasadzie w całej pracy. W tabeli na stronach 211-212 znajdujemy spis tytułów prasy samorządowej edytowanej w miastach tworzących GZM. Każde z nich posiada swój periodyk. Są to głównie miesięczniki. Wyjątkami są: Gliwice, Mysłowice, Ruda Śląska i Tychy, gdzie funkcjonują tygodniki. Właśnie w kierunku zwiększania częstotliwości powinna rozwijać się papierowa prasa samorządowa. Miesięczniki nie stanowią wystarczającego ogniwa w komunikowaniu się samorządów z mieszkańcami. Materiał empiryczny dotyczący społecznego odbioru został przedstawiony głównie na przykładzie „Naszego Zabrze Samorządowego” (miesięcznik). Badania pochodzą z roku 2011 i dziś mogą już być nieco nieaktualne. Pokazują jednak istniejące trendy: miesięcznik oceniany jest jako „dobry” lub „średni”, szata graficzna oceniana jest na ogół pozytywnie, podobnie jak ilość otrzymywanych informacji użytecznych, zdecydowana większość mieszkańców chce czytać pismo. Zwraca jednak uwagę prawie zawsze duża liczba odpowiedzi „trudno powiedzieć”, co świadczy o powierzchownym podchodzeniu do zawartości lub wręcz nieznajomości tytułu.

Brakuje – jak się wydaje – podobnych badań w obszarze skuteczności. Wskazano wyżej, że ten problem pokazano w pracy głównie przez pryzmat ewaluacji procesu komunikowania społecznego (na podstawie literatury) i oceny działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych (na podstawie danych samorządowych i artykułów prasowych). Tymczasem rzeczywiste efekty można opisać tylko na podstawie badań ankietowych wśród odbiorców, lub też za pomocą eksperymentów i obserwacji. Problem jest oczywiście skomplikowany, ale można w nim wydzielić kilka pól badawczych. Na plan pierwszy można wysunąć np. propagandę i jej realizację w mediach lokalnych. Wiąże się to z poszukiwaniem odpowiedzi na pytania: w jakim stopniu media samorządowe są tubą władz lokalnych, w jakim stopniu przyczyniają się do utrwalania ich pozycji, czyli do „betonowania” rządzącego układu? Innym polem jest problem postaw i zachowań społecznych wobec samorządu. Niska frekwencja wyborcza mogłaby świadczyć, że wielu ludzi ma do samorządu stosunek ambiwalentny, nie dostrzega korzyści i możliwości jakie daje ta instytucja. Mówiąc o efektach można badać także edukacyjno-kulturowe oddziaływanie mediów lokalnych, także problem skuteczności reklamy lokalnej. Autorka cytuje w tych obszarach tutaj szereg artykułów, ale nie dotyczą one bezpośrednio GZM.

Pozytywne wrażenie robi przytaczana w pracy literatura. Bibliografia została pomieszczona na 18 stronach. W wykazie znajduje się 42 różnego rodzaju aktów prawnych dotyczących pośrednio lub bezpośrednio tematu pracy. W dziale „Monografie” wykazano 100 pozycji. Dobór jest tutaj właściwy i odzwierciedla współczesne osiągnięcia badawcze polskich naukowców. W dziale „Artykuły naukowe i rozdziały w pracach zbiorowych” jest 65 pozycji. Podobnie jak w przypadku monografii, artykuły mają charakter aktualny, selekcja została właściwie przeprowadzona. Z czasopism naukowych cytowane są m.in. „Zeszyty Prasoznawcze”, „Global Media Journal”, „Rocznik Prasoznawczy”, czy „Przegląd Kulturoznawczy”, a z prasy popularnej głównie cytowana jest prasa ukazująca się na terenie miast GZM. Są także obecne gazety ogólnokrajowe. Autorka obficie wykorzystuje również źródła internetowe (lokalne i ogólnokrajowe).

Trzeba zgodzić się z tezą doktorantki, że media samorządowe mogą być traktowane jako niekomercyjna platforma informacyjna. Autorka jest świadoma zarówno zalet, jak i wad tego typu środków. Podstawowe znaczenie ma w nich funkcja informacyjna, natomiast funkcje kontrolna i krytyczna są zredukowane. Media samorządowe pozostają w pewnej opozycji do tabloidyzujących się mediów prywatnych, co dotyczy także niestety sztandarowych tygodników regionu śląskiego, powstałych w 1956 roku, typu „Nowiny Gliwickie”, „Nowiny” (Rybnik), czy tyskie „Echo”. Tabloidy te – w przeciwieństwie do mediów samorządowych – operują skandalem, sensacją, ingerują w prywatność a nawet intymność. Reprezentują także coraz niższy poziom językowy. Unikanie tego typu zjawisk przez media samorządowe jest dla nich określoną szansą. Recenzowana praca doktorska patrzy na współczesne lokalne problemy komunikacyjne w sposób obiektywny, szeroki, jest kompetentnym studium politologiczno-medioznawczym.

Konkluzja

Praca doktorska mgr Małgorzaty Mańki-Szulik pt. „Komunikacja społeczna samorządu terytorialnego miast tworzących Górnośląski Związek Metropolitalny” jest oryginalnym i twórczym wkładem do nauki o mediach i komunikowaniu. Spełnia wszystkie ustawowe wymagania stawiane pracom doktorskim. Wnoszę zatem o dopuszczenie mgr Małgorzaty Mańki-Szulik do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Prof. dr hab. Stanisław Michalczyk

Stanisław Michalczyk