

Spis treści

Wstęp 9

1. Komunikowanie lokalne 17

1.1. Zarys lokalnej komunikacji medialnej 20

1.2. Czynniki wpływające na funkcjonowanie regionalnego i lokalnego rynku mediów 23

2. Samorząd terytorialny. Pojęcia i zakres działalności 27

2.1. Reaktywacja i reformy samorządu terytorialnego w Polsce 29

2.2. Autonomia finansowa, samodzielność

i odpowiedzialność samorządu za rozwój lokalny 33

2.3. Rola i postrzeganie samorządności 37

3. Komunikowanie publiczne samorządów 41

3.1. Narzędzia komunikacyjne samorządów 42

3.2. Wybrane narzędzia komunikacyjne samorządów 47

3.2.1. Zapewnienie dostępu do informacji publicznej 49

3.2.2. Sieć internetowa w świadczeniu usług administracji terenowej 53

3.2.3. Komunikacja społeczna samorządów

z zastosowaniem mass mediów 57

4. Uwarunkowania działań komunikacyjnych samorządu 61

4.1. Strategia informacyjna samorządu 64

4.2. Prasa samorządowa. Zarys stanu faktycznego 66

4.3. Kontrowersje wokół wydawania prasy samorządowej 71

4.4. Propozycje likwidacji prasy samorządowej 74

- 4.5. Niejednoznaczne stanowiska organów nadzoru 82
wobec zasad wydawania prasy samorządowej
- 4.6. Wydawanie gazet samorządowych w obowiązującym
stanie prawnym 84

5. Prasa samorządowa w polityce informacyjnej administracji terenowej. Badanie medioznawcze 87

- 5.1. Obszar badawczy. Rys historyczny 91
- 5.2. Funkcjonowanie rynku prasy samorządowej. Weryfikacja hipotez
badawczych na podstawie analizy czasopism ukazujących się na terenie
Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii 93
 - 5.2.1. Periodyczność 96
 - 5.2.2. Upowszechnianie reklam 97
 - 5.2.3. Nakład 99
 - 5.2.4. Zasięg społeczny 100
 - 5.2.5. Kompozycja graficzna 101

6. Postrzeganie prasy samorządowej przez zarządzających samorządem 103

- 6.1. Uzasadnienie braku formalnego związku administracji terenowej
z gazetą lokalną 103
- 6.2. Walory pośredniej formy przygotowywania gazety samorządowej 105
- 6.3. Atuty czasopisma wydawanego bezpośrednio przez urząd miejski 107

7. Propozycja usprawnienia wydawania gazet samorządowych stanowiących element zarządzania polityką informacyjną gminy 111

- 7.1. Uniwersalność przyjętych założeń 112
- 7.2. Działalność wydawnicza samorządu 113
 - 7.2.1. Określenie wydawcy 115
- 7.3. Wypełnianie funkcji kontrolnej wobec władz samorządowych 117
- 7.4. Formuła kolportażu i odpłatności 119
- 7.5. Zespół redakcyjny gazety samorządowej 122
- 7.6. Zróżnicowanie upowszechnianych materiałów informacyjnych 126
- 7.7. Publikowanie treści reklamowych 131
- 7.8. Odbiorcy prasy samorządowej 135
- 7.9. Relacje wydawcy gazety samorządowej z prasą komercyjną 137

8. Przewidywany kierunek przekształceń w polityce informacyjnej samorządu 141

Zakończenie 153

Aneks 165

Wybrane przykłady kompozycji graficznej periodyków samorządowych ukazujących się na badanym obszarze 175

Bibliografia 190

Indeks osób 205

Spis wykresów i tabel 210