

Paweł Kuca¹ Rafał Polak²

Konstytucyjne prawo do informacji w praktyce samorządu wojewódzkiego w Polsce – wyniki badań

Słowa kluczowe: prawo do informacji, samorząd wojewódzki, urząd marszałkowski, polityka informacyjna

Keywords: right to information, voivodeship self-government, marshal's office, information policy

Streszczenie

Prawo do informacji i stopień poinformowania obywateli o działalności władz publicznych ma duże znaczenie dla jakości życia publicznego. W artykule poddano analizie wyniki badań dotyczące sposobu prowadzenia polityki informacyjnej przez samorządy wojewódzkie w Polsce. Skoncentrowano się w nich na podejściu przedstawicieli samorządów do polityki informacyjnej, a także wykorzystywanych narzędziach komunikacji, co ma wpływ na poziom poinformowania obywateli o działalności samorządów wojewódzkich.

Abstract

The Constitutional Right to Information in the Practice of Voivodeship Self-Government in Poland – Research Results

The right to information and the degree to which citizens are informed about the activities of public authorities is of great importance for the quality of public life. The ar-

¹ ORCID ID: 0000-0001-9424-090X, doktor habilitowany, Uniwersytet Rzeszowski.
E-mail: pkuca@ur.edu.pl.

² ORCID ID: 0000-0002-1950-4220, doktor, Karpacka Państwowa Uczelnia w Krośnie.
E-mail: r.polak@gazeta.pl.

title analyzes the results of research on the manner of conducting information policy by voivodeship self-governments in Poland. They focus on the approach of self-government representatives to the information policy, as well as the communication tools used, which have an impact on the level of informing citizens about the activities of voivodeship self-government.

✱

I. Wprowadzenie

Prawo do informacji należy rozumieć jako „uniwersalną zasadę nieskrępowanego dostępu do informacji”, którego realizacja może być ograniczona w wyjątkowych sytuacjach ze względu na poszanowanie praw i dobrego imienia innych osób, ochronę bezpieczeństwa państwowego, porządku publicznego, zdrowia lub moralności publicznej³. Często prawo to ma charakter zasady konstytucyjnej⁴. Prócz reguł zawartych w Konstytucji, jest ono dodatkowo wsparte ustawami określającymi szczegółowo zasady i techniczne warunki dostępu do informacji⁵.

Z kolei informacją publiczną jest każda wiadomość wytworzona przez szeroko rozumiane władze publiczne oraz osoby pełniące funkcje, a także inne podmioty, które tę władzę realizują lub gospodarują mieniem komunalnym lub majątkiem Skarbu Państwa w zakresie tych kompetencji⁶. W Polsce prawo do informacji publicznej regulowane jest w mniejszym lub większym zakresie nie tylko w Konstytucji RP, ale również w ustawie Prawo prasowe⁷; w ustawie o dostępie do informacji publicznej⁸; w ustawie o radiofonii i te-

³ B. Fischer, *Prawo do informacji*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 159.

⁴ Zob. T. Górczyńska, *Geneza i rozwój prawa do informacji*, [w:] *Prawo informacji. Prawo do informacji*, red. W. Górczyk jun., Warszawa 2006, s. 24–27.

⁵ B. Fischer, op.cit., s. 159.

⁶ Co jest informacją publiczną, https://nbip.pl/?n_id=651 (S.03.22), zob. też. K. Tarnacka, *Prawo do informacji w polskim prawie konstytucyjnym*, Warszawa 2009, s. 137.

⁷ Ustawa z 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. Nr 5, poz. 24 ze zm.).

⁸ Ustawa z 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz.U. Nr 112, poz. 1198 ze zm. dalej: u.od.d.i.p.).

lewizji⁹; w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych¹⁰ oraz wybranych przepisach prawa cywilnego zawartych w Kodeksie cywilnym. Akty te regulują politykę informacyjną władz publicznych oraz prawa obywateli w tym zakresie.

II. Prawo do informacji w aktach prawnych

We współczesnych demokracjach prawo do jawności informacji jest podstawą funkcjonowania państw, a także wielu instytucji międzynarodowych. Istotą prawa do informacji jest udostępnienie każdemu wiedzy o działaniach wybieranej przez nich władzy, a także zapewnienie niemal pełnej przejrzystości życia publicznego¹¹. W Konstytucji RP z 1997 r.¹² podstawowe zasady dostępu do informacji realizowane są poprzez zapewnienie wolności prasy i środków masowego przekazu (art. 14), a także prawa obywateli do wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji, z jednoczesnym zakazem prewencyjnej cenzury środków masowego komunikowania i koncesjonowania prasy (art. 54). Zgodnie z art. 61 (pkt 1 i 2) ustawy zasadniczej obywatel ma prawo do informacji publicznej o „działalności organów władzy publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne”. Prawo to obejmuje „również uzyskiwanie informacji o działalności organów samorządu gospodarczego i zawodowego a także innych osób oraz jednostek organizacyjnych w zakresie, w jakim wykonują one zadania władzy publicznej i gospodarują mieniem komunalnym lub majątkiem Skarbu Państwa”. Obywatele mają prawo dostępu do dokumentów oraz wstęp na posiedzenia organów kolegialnych władzy publicznej pochodzących z powszechnych wyborów, z możliwością rejestracji na nich dźwięku lub obrazu. Zgodnie z art. 61, pkt 3 Konstytucji, jedyne ograniczenia w tym obszarze mogą nastąpić w przypadku ochrony praw i wolności innych osób lub podmiotów gospodarczych,

⁹ Ustawa z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. Nr 7, poz. 34 ze zm.).

¹⁰ Ustawa z 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. Nr 24, poz. 83. ze zm.).

¹¹ Szerzej w Sz. Ossowski, *Prawo do informacji – jawność zasadą – ograniczenie wyjątkiem*, www.informacjapubliczna.org (13.07.2022).

¹² Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. Nr 78, poz. 483 ze zm.).

a także kiedy wymaga tego „ochrona porządku publicznego, bezpieczeństwa lub ważnego interesu gospodarczego państwa”. Jak zaznacza Wiesław Skrzydło, przepisy art. 61 Konstytucji dają obywatelom istotne prawo, które dotyczy ich świadomego udziału w życiu publicznym i kontroli nad działalnością organów i władz publicznych. Rola obywateli nie kończy się na oddaniu głosu w wyborach, ale mają oni możliwość sprawdzania stopnia realizacji programów wyborczych i oceniania działań organów władzy¹³.

Jak zaznaczono, ustawa o dostępie do informacji publicznej przez informację publiczną, każe rozumieć każdą informację o sprawach publicznych (np. informacje o polityce wewnętrznej i zagranicznej, o instytucjach publicznych, procedurach publicznych, środkach publicznych). W polskim prawie sformowana jest zasada, że do każdej informacji o sprawach publicznych dostęp przysługuje każdemu człowiekowi. Zakres tej regulacji wzmocnił Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie w swoim wyroku z 16 listopada 2007 r. Wskazał on, że informacją publiczną jest każda informacja o sprawach publicznych, a w szczególności ta o sprawach wymienionych w art. 6 ustawy o dostępie do informacji publicznej¹⁴. Obowiązek udostępniania informacji publicznych został nałożony na katalog podmiotów określonych w ustawie. Dotyczy on m.in. organów władzy publicznej, samorządów gospodarczych i zawodowych, ale także osób prawnych samorządu terytorialnego i jednostek organizacyjnych samorządu terytorialnego.

W celu ułatwienia dostępu do informacji, ustawa zobowiązała organy władzy, w tym organy samorządu terytorialnego do stworzenia Biuletynu Informacji Publicznej (BIP) – systemu stron internetowych służących powszechnemu i bezpłatnemu dostępowi do informacji publicznej. Są w nim publikowane wszystkie informacje publiczne określone w art. 6 ustawy o dostępie do informacji publicznej z wyjątkiem: treści aktów administracyjnych i innych rozstrzygnięć oraz stanowisk w sprawach publicznych zajętych przez inne organy władzy publicznej i funkcjonariuszy publicznych¹⁵.

¹³ W. Skrzydło, *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej. Komentarz*, Zakamycze 2002, s. 73.

¹⁴ Wyrok WSA w Warszawie z 16 listopada 2007 r. Sprawa ze skargi na bezczynność Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w przedmiocie dostępu do informacji publicznej, sygn. akt. II SAB/Wa 68/07.

¹⁵ P. Kuca, R. Polak, *Polityka informacyjna samorządu wojewódzkiego w Polsce w świetle prawa obywatela do informacji publicznej*, „Polityka i Społeczeństwo” 2022, nr 2, s. 96.

III. Samorząd wojewódzki jako podmiot polityki informacyjnej

W kontekście prawa obywateli do informacji rolę jednostek samorządu terytorialnego na poziomie wojewódzkim, można analizować w dwóch kontekstach. Wykonując swoje zadania, samorząd terytorialny zobowiązany jest przez prawo do udostępniania informacji o swojej działalności. Instytucje samorządu informację taką powinny udostępniać z własnej inicjatywy, jak i na wniosek. Do podstawowych informacji, które powinny być udostępniane należą te dotyczące: statusu prawnego lub formy prawnej, przedmiotu działań i kompetencji, organów i osób sprawujących funkcje i ich kompetencji, majątku i trybu działania władzy samorządowej, sposobu przyjmowania i załatwiania spraw a także informacje o prowadzonych rejestrach, ewidencjach i archiwach oraz o sposobach i zasadach udostępniania danych¹⁶. Dla obywateli praktycznym wymiarem dostępu do informacji o samorządzie wojewódzkim, są dane zamieszczone na obowiązkowych stronach internetowych w Biuletynie Informacji Publicznej.

W kontekście drugim trzeba podkreślić, że jednostki samorządu terytorialnego z własnej inicjatywy podejmują działania dotyczące polityki informacyjnej. Wykorzystują tu zarówno media własne (tradycyjne i społecznościowe), jak i kontakty z mediami w ramach polityki media relations¹⁷. Media są traktowane jako „pas transmisyjny”, pośrednik w przekazywaniu informacji o aktywności samorządu do obywateli i otoczenia zewnętrznego¹⁸. Polityka informacyjna staje się zatem jednym z istotniejszych „narzędzi zarządzania we współczesnej administracji, które umożliwia realizację wyznaczonych zadań publicznych i celów strategicznych jednostki samorządu terytorialnego”¹⁹. Wpływa to na odbiór i poziom zaufania w stosunku do władz samorządowych i podejmowanych przez nie decyzji. Sposób prowadzenia polity-

¹⁶ O dostępie do informacji publicznej w kontekście ochrony praw do prywatności jednostki i ochrony jej danych osobowych pisze Grzegorz Skiba w „Samorząd Terytorialny” 2003, nr 11.

¹⁷ P. Kuca, R. Polak, *Polityka informacyjna samorządu wojewódzkiego...*, s. 98.

¹⁸ A. Łaszyn, *Media i TY*, Warszawa 2017, s. 45.

¹⁹ K. Jastrzębska, *Polityka informacyjna władz lokalnych w zakresie możliwości zdobywania i podnoszenia kwalifikacji przez mieszkańców*, „Zarządzanie Publiczne. Zeszyty Naukowe Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego” 2010, nr 4, s. 126.

ki informacyjnej i jej profesjonalizm mają tutaj istotne znaczenie²⁰. Jakość i kompetencje władz lokalnych i regionalnych mogą decydować o konkurencyjnej przewadze regionu także w tym obszarze²¹.

Prawo do informacji odgrywa istotną funkcję społeczną, ma wpływ na poziom zaufania rządzonych do władz, stan debaty publicznej o kwestiach istotnych z punktu widzenia obywateli także na poziomie samorządu terytorialnego²². Podejście przedstawicieli samorządów wojewódzkich do prowadzenia polityki informacyjnej, komunikacji z obywatelami, sposób jej prowadzenia, a także zakres wykorzystywanych narzędzi warto zweryfikować w ramach badań empirycznych. Są one poddane analizie w dalszej części artykułu.

IV. Metoda badania

Przedstawione badania są efektem projektu z 2020 r., dotyczącego prowadzenia polityki informacyjnej przez samorządy wojewódzkie w Polsce²³. Był on powtórzeniem badań z 2014 r. i został zrealizowany w oparciu o tę samą metodologię. Badania przeprowadzono na podstawie anonimowych kwestionariuszy. Umieszczono w nich 15 pytań – otwartych, a także zamkniętych jednokrotnego i wielokrotnego wyboru. W części pytań zastosowano skalę Likerta. W tekście wykorzystano dane o charakterze ilościowym. Ankiety przekazano do wszystkich 16 urzędów marszałkowskich w Polsce. Odpowiedzi uzyskano z 12 województw. Z powodu małej liczby samorządów wyniki przedstawiono w postaci danych liczbowych. Uczestnikami badań były oso-

²⁰ S. Michałowski, *Polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym a społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – public relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, red. S. Michałowski, W. Mich, Lublin 2006, s. 137.

²¹ E. Frąckiewicz, *Polityka informacyjna samorządów terytorialnych w świetle badań empirycznych (przykład województwa zachodniopomorskiego)*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2004, nr 1, s. 87.

²² K. Tarnacka, *op.cit.*, s. 5.

²³ Wyniki badań z 2014 r. zostały opublikowane m.in. w: Z. Chmielewski, P. Kuca, R. Polak, *Public relations i polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym*, Rzeszów 2015; P. Kuca, R. Polak, *Regional government in Poland as a body shaping informational policy*, „Slovak Journal of Political Sciences” 2016, vol. 16, nr 3. Częściowe porównanie wyników badań z 2014 i 2020 r. poddano analizie w P. Kuca, R. Polak, *Polityka informacyjna samorządu wojewódzkiego...*, s. 91–106.

by zajmujące się w urzędach marszałkowskich prowadzeniem polityki informacyjnej danego samorządu: dyrektorzy i zastępcy kancelarii sejmiku wojewódzkiego, w jednym województwie rzecznik prasowy.

V. Wyniki badań

W wynikach badań warto zwrócić uwagę na kilka kwestii. Przedstawiciele wszystkich urzędów marszałkowskich prowadzą działania z zakresu polityki informacyjnej. Ich praktycznym wymiarem, analizowanym w ramach artykułu, są celowe relacje z mediami. Zdecydowana większość respondentów podkreśla znaczenie takich działań dla instytucji publicznych. Na 12 przedstawicieli urzędów marszałkowskich w Polsce – 9 uznało takie relacje za ważne, a 3 za nieważne. Media są traktowane jako kanał dystrybucji informacji o samorządach wojewódzkich do społeczeństwa, a także instytucje, które wpływają na odbiór administracji samorządowej przez obywateli. Polityka informacyjna jest traktowana jako jedno z kluczowych zadań instytucji publicznej, które służy komunikacji z mieszkańcami. Negatywne opinie dotyczące znaczenia relacji urzędów marszałkowskich z mediami wynikały z krytycznej oceny pracy dziennikarzy (np. powierzchowności ujmowania tematów dotyczących administracji).

Relacje z mediami są prowadzone z wykorzystaniem różnych rozwiązań organizacyjnych (w tym pytaniu można było wskazać kilka stosowanych rozwiązań). We wszystkich urzędach funkcjonuje specjalna komórka organizacyjna odpowiedzialna za kontakty z mediami. W każdym z 12 urzędów pracował rzecznik prasowy. W 6 urzędach funkcjonował departament lub wydział, który odpowiadał za relacje z mediami. W jednym urzędzie marszałkowskim funkcjonowała komórka ds. relacji z mediami, przy czym współpraca z dziennikarzami stanowiła tylko część jej kompetencji. W większości przypadków (7 wskazań) komórka odpowiedzialna za kontakty z mediami prowadzi politykę informacyjną wspólną dla zarządu i sejmiku wojewódzkiego. W 4 przypadkach zajmuje się tylko polityką informacyjną zarządu województwa, a w jednym tylko sejmiku wojewódzkiego.

Ponieważ przedstawiciele urzędów marszałkowskich wskazują na znaczenie utrzymywania celowych relacji z mediami, istotne jest pytanie, czy

Tabela 1. Funkcjonowanie komórki odpowiedzialnej za kontakty z mediami w urzędach marszałkowskich w Polsce

Czy w Pana/i jednostce samorządowej istnieje komórka odpowiedzialna za kontakty z mediami?	Liczba wskazań
Tak, rzecznik prasowy	12
Tak, departament, wydział, inna jednostka	6
Tak, ale relacje z mediami to tylko fragment jej kompetencji	1

Źródło: badania własne.

funkcjonowanie i aktywność samorządów jest interesująca dla dziennikarzy. Respondenci dosyć wysoko oceniają stopień zainteresowania dziennikarzy tematyką samorządową, przy czym w szczególności dotyczy to dziennikarzy mediów regionalnych i lokalnych, które ze swej natury podejmują tematy blisko związane z czytelnikami, także pod względem obszaru funkcjonowania danego medium. Zainteresowanie mediów lokalnych tematyką samorządową widzi 11 respondentów na 12 badanych urzędów marszałkowskich (7 – „raczej zainteresowani”, 4 – „zdecydowanie zainteresowani”). Równie wysoko jest oceniany stopień zainteresowania problematyką samorządów wśród dziennikarzy mediów regionalnych. Zainteresowanie to widziało 11 na 12 respondentów z badanych urzędów. Niżej jest oceniany poziom zainteresowania problematyką samorządową w mediach ogólnokrajowych. Brak zainteresowania samorządem w tym segmencie mediów wskazało 4 badanych. Tyle samo oceniło, że dziennikarze redakcji ogólnokrajowych „raczej są zainteresowani” tematyką samorządów wojewódzkich, lub że trudno to ocenić. Nikt nie wskazał na „zdecydowane zainteresowanie” mediów krajowych tematyką samorządową.

Istotną kwestią jest ocena i zakres narzędzi komunikacyjnych stosowanych w urzędach marszałkowskich do prowadzenia polityki informacyjnej. Zostały one podzielone na dwie kategorie – tradycyjne i nowoczesne/niestandardowe. W grupie narzędzi określanych jako „tradycyjne”, w działaniach komunikacyjnych najbardziej popularne w 2020 r. były klasyczne instrumenty prowadzenia polityki media relations: konferencje prasowe (12 wskazań), informacje rozsyłane doraźnie do dziennikarzy np. za po-

Tabela 2. Stopień zainteresowania dziennikarzy problematyką samorządową w opinii przedstawicieli samorządów wojewódzkich

Czy w Pana/i opinii dziennikarze są zainteresowani problematyką samorządową?					
Dziennikarze	Zdecydowanie nie są zainteresowani	Raczej nie są zainteresowani	Trudno powiedzieć	Raczej są zainteresowani	Zdecydowanie są zainteresowani
Dziennikarze mediów gminnych i powiatowych	0	1	0	7	4
Dziennikarze mediów regionalnych	0	0	1	9	2
Dziennikarze mediów ogólnopolskich	0	4	4	4	0
Dziennikarze z innego typu mediów (branżowe)	0	4	4	4	0

Źródło: badania własne.

średnictwem poczty e-mail (11 wskazań), a także indywidualne kontakty z dziennikarzami oraz zapraszanie przedstawicieli redakcji na różne wydarzenia (po 10 wskazań). Konferencje prasowe najczęściej organizowane są raz w tygodniu (6 wskazań), lub raz w miesiącu (4 wskazania). Informacje prasowe do dziennikarzy rozsyłane są najczęściej raz w tygodniu (6 wskazań). Indywidualne kontakty z dziennikarzami są realizowane codziennie, raz w tygodniu lub raz w miesiącu (po 3 wskazania). Niezbyt popularnym narzędziem komunikacyjnym był newsletter (lub inna forma przekazu elektronicznego). Wykorzystywano go w 5 urzędach marszałkowskich. Bardziej popularne w samorządach wojewódzkich są własne czasopisma drukowane. Funkcjonują one w formule miesięczników, ich wydawanie zadeklarowało 7 urzędów marszałkowskich (na 12 badanych).

Interesujące wnioski dają odpowiedzi na pytanie o narzędzia komunikacji określone jako nowoczesne lub niestandardowe. Wszystkie urzędy marszałkowskie prowadzą wymaganą przez ustawę stronę internetową

Tabela 3. Tradycyjne narzędzia komunikacyjne stosowane w urzędach marszałkowskich do prowadzenia polityki informacyjnej

Jakich <u>tradycyjnych narzędzi</u> komunikacyjnych używa się w Pana/i jednostce samorządowej do prowadzenia polityki informacyjnej?	Liczba wskazań
Indywidualne kontakty z wybranymi dziennikarzami	10
Konferencje prasowe	12
Informacje rozsyłane korespondencyjne do dziennikarzy (np. e-mail) – doraźnie	11
Newsletter bądź inna forma systematycznego przekazu elektronicznego	5
Zapraszanie dziennikarzy na uroczystości (różne)	10
Spotkania z dziennikarzami z okazji różnych wydarzeń	9
Własne wydawnictwo periodyczne (czasopismo)	7

Źródło: badania własne.

w ramach Biuletynu Informacji Publicznej. Prawie wszędzie jest ona aktualizowana codziennie (11 wskazań). W przypadku innych narzędzi komunikacji, okazuje się, że profile urzędów w serwisie społecznościowym Facebook (10 wskazań) są bardziej popularne w polityce informacyjnej niż dodatkowa strona lub portal internetowy (7 wskazań). Warto zaznaczyć popularność relacji on-line z posiedzeń sejmiku wojewódzkiego (11 wskazań), co ułatwia dostęp do informacji o pracach samorządu dla obywateli, którzy nie muszą uczestniczyć bezpośrednio w sesjach. Mniej popularnym narzędziem w polityce informacyjnej jest serwis Twitter (4 wskazania). Do niewykorzystanych narzędzi komunikacji można zaliczyć blogi internetowe prowadzone przez samorządowców, które mogą służyć do kreowania polityki informacyjnej. Blog prowadzony przez przedstawiciela zarządu województwa funkcjonował w dwóch samorządach, tylko w jednym istniał blog prowadzony przez pracownika urzędu.

Warto podkreślić, że przedstawiciele samorządów wojewódzkich są, w przeważającej mierze, zadowoleni z realizowanej polityki informacyjnej. Na 12 badanych urzędów marszałkowskich, w 8 z nich nie planowano zmian w tym obszarze. W dwóch województwach respondenci nie mieli wiedzy na ten temat. Takie stanowisko jest najprawdopodobniej efektem wysokich ocen wia-

Tabela 4. Nowoczesne i niestandardowe narzędzia komunikacji wykorzystywane w urzędach marszałkowskich do działań komunikacyjnych

Jakich <u>nowoczesnych/niestandardowych</u> narzędzi komunikacyjnych używa się w Pana/i jednostce samorządowej do prowadzenia polityki informacyjnej?	Liczba wskazań
Oficjalna, wymagana przez ustawę strona internetowa (BIP)	12
Oficjalna, dodatkowa strona internetowa, lokalny portal informacyjny prowadzony przez UM	7
Profil lub fanpage na Facebooku	10
Profil lub fanpage na Twitterze	4
Profil lub fanpage na innym portalu społecznościowym	2
Relacje on-line z posiedzeń sejmiku wojewódzkiego	11
Blog internetowy prowadzony przez członka zarządu województwa	2
Blog internetowy prowadzony przez wybranego pracownika UM	1

Źródło: badania własne.

rygodności informacji na temat poszczególnych województw, które były publikowane w mediach. Wśród 12 samorządów, przedstawiciele 9 oceniali publikacje medialne za wiarygodne, a 3 za niewiarygodne (tutaj pojawiły się zarzuty powierzchowności i braku wiedzy dotyczącej funkcjonowania samorządu ze strony dziennikarzy).

VI. Podsumowanie

Na podstawie badań można sformułować kilka wniosków. Przedstawiciele urzędów marszałkowskich podkreślają znaczenie prowadzenia działań komunikacyjnych adresowanych do obywateli. Odbywają się one z zastosowaniem szerokiego zakresu narzędzi. We wszystkich badanych samorządach są wykorzystywane narzędzia obowiązkowe, które przewiduje prawo czyli Biuletyny Informacji Publicznej. Oprócz tego, samorzady wojewódzkie prowadzą indywidualne działania komunikacyjne z wykorzystaniem mediów własnych, narzędzi z obszaru celowych relacji z mediami, a także mediów społecznościowych. W tym ostatnim segmencie zwraca uwagę popularność relacji on-

-line z sesji sejmików wojewódzkich. Są one używane w niemal wszystkich urzędach marszałkowskich uczestniczących w badaniu. Takie rozwiązanie można potraktować nie tylko jako wykorzystywanie nowoczesnych narzędzi komunikacji do relacjonowania pracy samorządu, ale także jako praktyczne ułatwienie zamieszczonego w Konstytucji prawa dostępu obywateli do posiedzeń organów kolegialnych władzy publicznej pochodzących z powszechnych wyborów.

Na koniec warto zaznaczyć, że analizowane narzędzia komunikacyjne służą do budowania wizerunku samorządu wojewódzkiego zgodnie z założeniami i celami polityki informacyjnej poszczególnych urzędów marszałkowskich. Na odbiór działań samorządu przez obywateli i jego pełny obraz składają się jednak też inne informacje, chociażby przekazywane przez media w ramach kontrolnej funkcji prasy. Ich ocena wymagałaby kolejnych badań, dotyczących analizy zawartości mediów publikujących materiały o samorządach wojewódzkich w Polsce. Otwiera to pole do kolejnych projektów z tego obszaru.

Literatura

- Chmielewski Z., Kuca P., Polak R., *Public relations i polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym*, Rzeszów 2015.
- Fischer B., *Prawo do informacji*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.
- Frąckiewicz E., *Polityka informacyjna samorządów terytorialnych w świetle badań empirycznych (przykład województwa zachodniopomorskiego)*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2004, nr 1.
- Górzyńska T., *Geneza i rozwój prawa do informacji*, [w:] *Prawo informacji. Prawo do informacji*, red. W. Góralczyk jun., Warszawa 2006.
- Jastrzębska K., *Polityka informacyjna władz lokalnych w zakresie możliwości zdobywania i podnoszenia kwalifikacji przez mieszkańców*, „Zarządzanie Publiczne” Zeszyty Naukowe Instytutu Spraw Publicznych Uniwersytetu Jagiellońskiego 2010, nr 4.
- Kuca P., Polak R., *Polityka informacyjna samorządu wojewódzkiego w Polsce w świetle prawa obywatela do informacji publicznej*, „Polityka i Społeczeństwo” 2022, nr 2.
- Kuca P., Polak R., *Regional government in Poland as a body shaping informational policy*, „Slovak Journal of Political Sciences” 2016, vol. 16, nr 3.
- Łaszyn A., *Media i TY*, Warszawa 2017.

Michałowski S., *Polityka informacyjna w samorządzie terytorialnym a społeczeństwo obywatelskie*, [w:] *Władza lokalna a media. Zarządzanie informacją – public relations – promocja jednostek samorządu terytorialnego*, red. S. Michałowski, W. Mich, Lublin 2006.

Ossowski Sz., *Prawo do informacji – jawność zasadą – ograniczenie wyjątkiem*, <https://www.informacjapubliczna.org>.

Skrzydło W., *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej. Komentarz*, Zakamycze 2002.

Tarnacka K., *Prawo do informacji w polskim prawie konstytucyjnym*, Warszawa 2009.