

Władza nie może promować się bez opamiętania

12 czerwca 2014

Miliony na rządowe social media, miliony na PR, gazetki promujące włodarzy – nasze władze na różnych szczeblach uwielbiają takie wydatki. Regionalna Izba Obrachunkowa we Wrocławiu jako pierwsza instytucja władzy powiedziała wprost, że tak być nie może.

Politycy będący u władzy po prostu uwielbiają wydawać pieniądze na promowanie siebie i swoich osiągnięć. Dlatego wydaje się miliony na portale internetowe, na oficjalne konta w social media, na usługi PR, a na szczeblu lokalnym wydawane są gminne gazetki. Oczywiście żaden z włodarzy nie powie, że są to pieniądze na jego osobistą promocję. Tej działalności przyświeca wyższy cel „informowania obywateli”. Nawet niektórzy publicyści chwytają te argumenty i bronią bezsensownych rządowych wydatków na promocję.

Niektóre media sygnalizowały problem promocji bez opamiętania, ale organy władzy długo na to nie reagowały. Tak było do 7 maja, kiedy to Kolegium Regionalnej Izby Obrachunkowej we Wrocławiu wydało swoje stanowisko w sprawie gminnej gazetki (kopię stanowiska zamieszczamy pod tym tekstem).

W tym miejscu należy wyjaśnić, że Regionalne Izby Obrachunkowe (RIO) to organy nadzorujące i kontrolujące jednostki samorządu terytorialnego w zakresie gospodarki finansowej i zamówień publicznych. Nieczęsto o tych Izbach słyszymy, ale podstawy ich działalności reguluje Konstytucja RP (konkretnie art. 171 Konstytucji).

Wrocławskie RIO wydała swoje stanowisko w dwóch sprawach: 1) w sprawie wydawania gazety gminnej i jej dopuszczalnej treści oraz 2) w sprawie dopuszczalnego zamieszczania w gazecie gminnej reklam i ogłoszeń (płatnych i bezpłatnych).

Jeśli chodzi o wydawanie gazety gminnej, to RIO podkreśliła, że gmina dysponuje pieniędzmi wszystkich mieszkańców i nie może ich wydawać tak, jak jej samej się podoba. Gmina powinna realizować zadania ustawowe. Powinna realizować dobro ogółu. O dopuszczalności wydawania gazetki i o jej treści powinno decydować to, czy służy ona zaspokajaniu zbiorowych potrzeb mieszkańców.

No dobrze, ale czy gazetka może służyć wszystkim? RIO uznała, że należy tu zwrócić uwagę na kwestię wolności prasy. Granice tej wolności wyznacza prawo, a więc w przypadku gminy „wolność prasy” jest ograniczana zadaniami gminy w zakresie zaspokajania potrzeb mieszkańców.

Co z tego wynika? Gmina może sobie wydawać gazetkę o lokalnych imprezach, uchwałach, akcjach itd. Nie powinna jednak wydawać gazetki politycznej, której celem jest promowanie kogokolwiek lub przedstawianie opozycji w złym świetle. Nie może być tak, że pieniądze wszystkich mieszkańców są wydawane na promocję wybranych osób i wybranych poglądów.

Zdaniem RIO powyższe argumenty mają znaczenie zarówno wtedy, gdy wydawcą gazetki jest gmina, jak i wówczas, gdy wydawcą jest gminna osoba prawna.

Ciekawa jest również opinia RIO na temat reklam i ogłoszeń w gminnej gazetce. Zdaniem Izby oferowanie możliwości zamieszczenia reklam czy ogłoszeń jest prowadzeniem działalności gospodarczej, która jest konkurencyjna wobec działalności podmiotów istniejących już na rynku.

Zdaniem Izby nawet nieodpłatne zamieszczanie reklam i ogłoszeń nie realizowałoby celu publicznego. Byłoby to bowiem marnowanie publicznych pieniędzy na promowanie innych podmiotów. RIO zauważa też, że komercyjne gazety zarabiają na reklamach i ogłoszeniach, a więc robiąc im bezpłatną konkurencję, samorządy mogą przyczynić się do zaszkodzenia lokalnym gazetom (co nie jest bez znaczenia, skoro te gazety

sprawują kontrolę nad władzami).

Oczywiście stanowisko RIO dotyczy gazetki gminnej, ale można je chyba uznać za ważny głos w temacie działań promocyjnych władz. Te działania są oburzająco drogie i intensywne także na wyższych szczeblach. Niedawno Gazeta Prawna donosiła, że ministerstwa wydają miliony na PR i to pomimo posiadania wieloosobowych biur prasowych.

Komu służy taki intensywny PR? Czy naprawdę jest to „działanie informacyjne”, czy może realizowanie interesów konkretnych osób. A może – o zgrozo – jest to dobry sposób na wyprowadzenie pieniędzy do firm prowadzonych przez znajomych? Takich pytań nie sposób uniknąć tym bardziej, że trudno jest obiektywnie ocenić wartość usług PR.

Kopię stanowiska RIO znajdziecie [TUTAJ](#).

Autor: Marcin Maj

Źródło: [Dziennik Internautów](#)