

• Visegrad Fund



TRANSPARENCY
INTERNATIONAL
SLOVENSKO

sieć obywatelska

WATCHDOG ^

Metodyka dla osób oceniających publikatory wydawane przez gminy w ramach projektu GazetyWladzy.pl

*Na podstawie metodyki wypracowanej przez Oziveni w projekcie sfinansowanym z funduszy
Europejskiego Obszaru Gospodarczego - Islandia, Lichtenstein i Norwegia*



Co podlega ocenie?

- Ocenianie są drukowane periodyki wydawane lokalnie przez gminy lub ich jednostki pomocnicze, a także domy kultury, spółki miejskie, ośrodki pomocy społecznej.
- Oceniane jest 5 ostatnich numerów.

KROK 1: Podstawowe informacje na temat gazety

1.1 wgranie gazety

- 1.2 **opis problemu** – tu warto wpisać uwagi, które będą dotyczyły spraw przyszłych, np. że wgrane zostały tylko trzy numery, a następne będą dodane po ich ukazaniu się, albo też uwagę, którą powinna przeczytać koordynatorka programu.
- 1.3 **okres wyborczy** – należy kliknąć 2014-2018.
- 1.4 **nazwa publikacji** – będzie już podana, ale można poprawić ewentualne błędy klikając ikonę edycji po prawej stronie belki.
- 1.5 **nazwa miasta** – zwracajcie uwagę na różnice między gminami miejskimi i wiejskimi o tej samej nazwie. Rozróżnicie je po nazwie domeny internetowej. W razie pomyłki należy kliknąć ikonkę po prawej stronie i ponownie wybrać gminę.
- 1.6 **czy ilość stron drukowanej wersji różni się od wersji PDF ? TAK /NIE**

Należy potwierdzić telefonicznie u wydawcy konkretną ilość stron analizowanego numeru gazety i porównać z ilością stron PDF w przeglądarce. Jeżeli ten sposób zawiedzie i nie istnieje żaden inny, należy postępować w następujący sposób: jeżeli całkowita ilość stron PDF wyświetlonych w przeglądarce jest podzielna przez 4 i jednocześnie zgodna z numerem ostatniej strony, należy podać NIE (tzn., że dane wersje nie różnią się). Jeżeli ilość stron nie jest podzielna przez 4, należy wpisać TAK.

KROK 2: Szczegółowe informacje na temat gazety

- 1.7 **kod wydruku:** rok /miesiąc (w przypadku numeru, który obejmuje kilka miesięcy, należy podać pierwszy miesiąc publikacji) /kolejność 1-4 (należy podać kolejny numer w danym miesiącu – dla periodyków wydawanych raz w miesiącu lub rzadziej będzie to 1)
- 1.8 **wydawca:** tu należy wpisać wydawcę ze stopki lub z fedrowania.
- 1.9 **URL publikacji:** adres, pod którym można znaleźć wszystkie monitorowane numery, a więc nie URL poszczególnych numerów.
- 1.10 **częstotliwość publikacji:** Należy podać liczbę całkowitą - ilość numerów wydanych w ocenianym roku.
- 1.11 **format**
- 1.12 **kolorystyka**

KROK 3: Określenie powierzchni do obliczeń

Faktyczną powierzchnię strony w publikacji wyznaczymy w ten sposób, aby spad drukarski był mniej więcej taki sam, jak spad, który stosujemy również później podczas określania poszczególnych parametrów oceniania, takich jak **POP, ALT**, itp. **Eliminujemy marginesy. Jeżeli jest powtarzająca się i regularna stopka ją też możemy wyeliminować.**

KROK 4: Parametr „treści polityczne” - POP

Osoba oceniająca klika na zielony przycisk (+) i zaznacza obszar, który mieści się w kategorii POP. W przypadku poprawek można za pomocą znaku (-) zaznaczony obszar usunąć. W ten sposób należy przejść przez wszystkie strony danego numeru i każdą stronę poddaną ocenie zatwierdzić poprzez checkbox „zaznaczanie aktualnej strony zostało zakończone” nawet w przypadku, jeśli na danej stronie nie zostały zaznaczone żadne obszary. W celu ewentualnych poprawek należy stronę odblokować poprzez odkliknięcie checkboxa „zaznaczanie aktualnej strony zostało zakończone”.

W jaki sposób określić co jest „treścią polityczną” - POP?

Tym, co chcemy zbadać jest opiniotwórczość badanych gazet. Tę opiniotwórczość badamy jedynie w zakresie treści politycznych, **nawiązujących do działania samorządów i rządu, w ramach systemu demokratycznego. Zwłaszcza może nas interesować relacja treści do wyborów i do innych form udziału społeczeństwa w sprawowaniu rządów.**

Gazety zawierają również dużą ilość informacji apolitycznych, dotyczących zwłaszcza spraw społecznych, działań artystycznych, komunikatów organizacyjnych itd., które nie mają żadnego związku z polityką. Należy wyodrębnić rodzaj informacji, które mogą być przedmiotem badań.

Jako kryterium rozróżniania wybieramy „związek z działalnością polityków samorządowych”.

Obszarem naszego zainteresowania są wyłącznie treści dotyczące polityki urzędu gminy/miasta (POP)

Są to wszelkie treści przekazujące lub wytwarzające opinię na temat polityki urzędu gminy. Mogą mieć formę artykułu, rozmowy, zbioru danych (np. tabela), fotografii, komentarza pod fotografią itp. Polityka urzędu gminy może przybierać różne formy. Nie musi to być wyłącznie faktycznie realizowane wydarzenie, ale również propozycje wydarzeń (polityka) urzędu miasta, które wg niektórych opinii warto by było zrealizować. Następnie należy uwzględnić wszelką działalność przedstawicieli urzędu gminy, która nie odbywa się w ramach UG ani nie jest z nim związana, jednak może mieć wpływ na ich postrzeganie przez społeczeństwo, zwłaszcza na płaszczyźnie moralnej, etycznej, prawnej lub menedżerskiej.

Przykłady: Sukcesy sportowe burmistrza, postępowanie karne wobec radnego oraz opisywanie jego budzących wątpliwości działań, zadłużenie, artykuły polityków na tematy niemające związku z działalnością urzędu miasta.

Dodatkowo należy włączyć również takie działania, które nie mają związku z działalnością urzędu miasta, jednak uczestniczą w nich przedstawiciele UG.

Przykład: Burmistrz pojawił się na rozpoczęciu roku szkolnego, nagroził lub odznaczył sportowców, przywitał nowo narodzone dzieci, złożył życzenia urodzinowe jubilatom.

UWAGA (prawdopodobnie nie wystąpi w badaniu): Jeżeli publikacja wydawana jest dla kilku gmin (typowy przykład: mikroregion), wtedy do POP włączamy tylko tę, która dotyczy monitorowanej gminy (zazwyczaj chodzi o tę największą z nich, która jest wydawcą publikacji).

1. Kryteria określania treści POP

Z jednej strony, wypowiedzi, które dotyczą działań miasta ale nie prezentują opinii, nie są brane pod uwagę.

Do „treści politycznych” nie są włączane informacje niezawierające konkretnych opinii, nawet jeśli w jakiś sposób dotyczą one działań urzędu miasta, zwłaszcza tych, które mają charakter organizacyjny.

Przykłady:

- wykaz zamkniętych dróg
- wykaz organizacji, sklepów, przychodni
- wykaz wydarzeń kulturalnych i społecznych

Takie informacje nie stanowią „treści politycznych”.

Chodzi o komunikaty, które spełniają następujące warunki:

- a) Nie wyrażają opinii na temat efektów działań urzędu, nie starając się wpłynąć na czytelnickę lub czytelnika w sposób pozytywny, czy też negatywny.
- b) Większość czytelniczek i czytelników i tak wie, iż te komunikaty nie mają związku z większymi lub mniejszymi usiłowaniami aktualnych przedstawicieli UM/UG (np. zapewnianie mieszkańcom kontenerów na śmieci odbywa się regularnie już od wielu lat i nie zmienia się)
- c) Nie wytwarzają nieprawdziwego wrażenie jednoznaczności i bezkonfliktowości określonych kwestii społecznych, które są w kompetencji UM/UG.

2. Z drugiej strony, nie wystarczy zwracać uwagi wyłącznie na treści nie zawierające opinii.

W treściach gazet pojawiają się informacje pozornie niezawierające opinii, samoistnie jednak prowadzą one do kształtowania emocji odbiorcy. Jest to podyktowane faktem, iż zadaniem UG jest zarządzanie kwestiami publicznymi, i z tego względu większość czynności i działań jest kojarzona z UM/UG. Jeżeli publikowane są tylko te działania, które w pewien sposób oddziałują pozytywnie, wytwarza się w wrażenie aprobaty i pozytywnych emocji związanych z działaniami UG. Jeżeli jest ewidentne, iż określone organizacyjno-techniczne informacje są publikowane selektywnie w celu podkreślenia pozytywnych wyników UG/UM, należy je włączyć do POP.

Przykład: publikowane są informacje odn. tego, które ulice i kiedy będą sprzątane w trybie NADZWYCZAJNYM, gdzie zostaną umieszczone DODATKOWO kontenery na odpadki, czy np. które ulice będą naprawiane. Pomimo pozornej „apolityczności” tego rodzaju komunikaty nie są bezstronne, czyli bez opinii, ponieważ stwarzają ogólne wrażenie, iż UG/UM troszczy się o tego rodzaju sprawy. **Informacje tego typu wchodzą w zakres POP.**

Wiele urzędów miasta formułuje i prezentuje swoją politykę w dziedzinie przekazywania informacji dotyczącej ich działalności oraz tego, co dzieje się w gminie jako tzw. „apolityczną”. Chcą w ten sposób uniknąć konfliktów poglądów, często uzasadniając, iż „ludzi nie interesują spory, ale konkretne działania i fakty”. Takie rzekomo apolityczne podejście jednak z zasady nie jest do zrealizowania. Udzielanie informacji związanych z działalnością UG/UM, jest zawsze polityczne i nie może być „apolityczne”. Przekazywanie pozornie „prostych” komunikatów na temat tego, jakie decyzje zostały podjęte (np. wykaz przyjętych uchwał), oraz tego, co zostało zrobione (została otwarta szkolna stołówka), w rzeczywistości zawiera treści polityczne. Zawiera je nawet wtedy, kiedy nie posiada opinii oceniającej (powstrzymuje się więc np. od informacji typu „rodzice są zadowoleni z nowej szkolnej stołówki”).

Ten polityczny charakter, którego nie da się pozbyć, jest podyktowany faktem, iż życie polityczne na każdym poziomie, zawiera w sobie nie tylko zaakceptowane rozwiązania, ale także wiele innych potencjonalnych, niezaakceptowanych rozwiązań, decyzji czy działań.

Częścią składową obiektywnej informacji powinno być dostarczenie wiedzy o jej kontekście. Bez kontekstu jest to wiadomość wprowadzająca w błąd. Zwłaszcza jeżeli pomija potencjalne kontrpropozycje, spory i różne poglądy na dane kwestie. Dotyczy to nawet sytuacji, gdy alternatywa nie była prezentowana na posiedzeniach odpowiednich organów. Poszukiwanie kontekstu należy do

podstaw dziennikarskiego warsztatu. Dziennikarze sami aktywnie wyszukują i publikują alternatywne poglądy. W przypadku, kiedy rząd albo większość przedstawicieli przyjmie określone decyzje, natychmiast pyta się o opozycję i powstaje możliwość, żeby decyzję krytykować. Gazety władzy często taką procedurę się pomijają.

Przykład: Opublikowane zostaną informacje o szykowanym remoncie placu – i taka informacja się mieszkańcom spodoba. Nie doda się już jednak, że przedstawiciele opozycji uważają taki krok za niepotrzebny luksus, ani że prace wykona zaprzyjaźniona firma. Pominie się też informację, iż opozycja proponowała, żeby te środki finansowe zostały wykorzystane na naprawę kanalizacji znajdującej się w stanie krytycznym. Taki prosty komunikat dot. remontu placu nie jest więc informacją nieposiadającą opinii, i dlatego powinien należeć do POP.

Samo podawanie całościowego obrazu rzeczywistości jako bezproblemowej, bez sporów, polemik, alternatyw i konfliktów nie tylko na płaszczyźnie realizowanych działań, ale także na płaszczyźnie potencjalnych rozwiązań deformuje spojrzenie na rzeczywistość. Rzeczywistość nigdy taka nie jest. Inwestowanie środków publicznych do szerzenia informacji tylko o części rzeczywistości, bez polemicznych, niepokojących, alternatywnych albo spornych aspektów, jest samo w sobie bardzo nieobiektywne i może być rozumiane jako niewłaściwe użycie środków publicznych.

Przykład: informacja o zapisach pierwszoklasistów do szkoły może wyglądać neutralnie. Może w niej jednak zostać pominięta informacja, iż niektóre szkoły zostały przez UM/UG zamknięte, i to nawet pomimo niezgody mieszkańców i opozycji, a rodzice muszą zapisać dzieci tam, gdzie nie chcą. Istnienie szkół podstawowych należy do ważnych decyzji UM/UG. Informacja nie jest informacją nieposiadającą opinii, należy do POP.

3. Ważne jest też włączenie do POP informacji na temat działalności instytucji prowadzonych lub finansowanych przez miasto

Do POP włączane są też informacje dotyczące działalności prowadzonych przez UM/UG organizacji - np. szkół, ośrodków kultury, Towarzystw Budownictwa Społecznego itd. lub organizacji społecznych finansowanych przez UG/UM, i to wtedy, kiedy chodzi o:

- a) informacje o szczególnych wydarzeniach, z których jasno wynika, że gmina, czy organizacja gminna w jakiś sposób je wspiera. Aczkolwiek nie chodzi o typowe regularne wydarzenie, jak na przykład wystawa w muzeum, koncert w domu kultury itp

Przykład: pracownik ośrodka kultury informuje o festiwalu, który współorganizuje ośrodek kultury i miasto.

- b) informacje na temat kroków czynionych w ramach organizacji wydarzeń, które realizuje jednostka gminna, jeżeli o poczynaniach tych decyduje gmina albo podmiot będący jej bezpośrednio podległy.

Przykład: organizowanie prywatyzacji mieszkań przez przedsiębiorstwo mieszkaniowe, organizowanie zapisów do szkół, organizowanie sieci szkół (np. „w tym roku można zapisać pierwszoklasistów tylko do szkoły A i B, ponieważ szkoła C została zamknięta“)

Z informacji o działalności jednostek gminnych do POP nie zostaną zaliczone tylko te informacje, które nie są związane z urzędem miasta (np. zaproszenie na tradycyjną szkolną uroczystość), czy te, które się cyklicznie powtarzają (przegląd programów kulturalnych).

4. Włączenie artykułu, który został podpisany przez przedstawiciela gminy

Do POP zaliczymy też artykuł podpisany przez burmistrza albo innego członka kierownictwa urzędu gminy, nawet gdyby artykuł w ogóle nie był związany z działalnością podległego urzędu (chodzi na przykład o opis historyczny – burmistrz jest historykiem, utwór literacki, sprawozdanie z zawodów sportowych, koncert, przyroda – burmistrz jest biologiem itd.).

W przypadku członków rady gminy należy rozważyć czy w przypadku określonego przedstawiciela wymienionego w publikacji, chodzi o przypadek, czy widzimy inny powód, żeby uważać artykuły za promowanie jego osoby. W tym ostatnim przypadku należy zaznaczyć treść jako POP. W przypadku pozostałych, przypadkowych artykułów podpisanych przez członków rady gminy, niezwiązanych z działalnością UG, nie zaznaczamy treści jako POP.

5. Czy umieścić w POP cały artykuł, czy tylko jego części?

Naczelna zasada: jeżeli w artykule jest wzmiankowany przedstawiciel gminy lub gmina w sensie jednostki samorządowej (urząd, rada), artykuł umieszcza się w POP z reguły cały.

Wyjątek:

Część artykułu włączymy tylko wtedy, kiedy artykuł jest rzeczywistą, samodzielną informacją o innym wydarzeniu, które nie jest POP (np. o wycieczce uczniów, zawodach sportowych, koncercie, karnawale itd.) a wzmianka dot. przedstawiciela albo jednostki samorządowej stanowi jedynie drobną adnotację. Artykuł nie oddziałuje na czytelnika w ten sposób jakby miał być jedynie pretekstem do tego, żeby wzmiankować przedstawiciela samorządu oraz pokazywać jak się „troszczy” i jest pozytywnie nastawiony do społeczeństwa. Takie tendencje można stwierdzić wg typowych cech:

- a) Większa część artykułu poświęcona jest faktycznie konkretnym informacjom na temat wydarzenia jako takiego (na przykład opisuje historię zawodów sportowych ich szczegółowy przebieg, wyniki ich uczestników, albo w przypadku wycieczki konkretny opis odwiedzonych miejsc, wrażeń itp.)
- b) przedstawiciel samorządu albo samorząd są wspomniani jedynie merytorycznie, zwięźle, w zakresie niezbędnym do tego, żeby przedstawić informację.

Wyjątek w ramach wyjątku:

Zawsze jednak do POP włączymy artykuł na temat wydarzenia, które jest organizowane albo współorganizowane przez samą gminę albo jej przedstawiciela (organizowane pod patronatem, „puchar burmistrza”, uroczyste obchody rocznicy założenia miasta itp.). Ta zasada nie dotyczy jednak wydarzeń przygotowanych przez organizacje prowadzone przez gminę (kino, dom spokojnej starości itp.)

6. Czy POP jest apolityczny?

Po przeprowadzeniu oceny POP pojawia się ocena wydźwięku treści politycznych.

TAK – sektor POP składa się **wyłącznie** z apolitycznych komunikatów bez kreowania sądów. Nigdzie nie ma wzmianek o konfliktach poglądów czy dyskusjach z alternatywnymi poglądami.

NIE – w POP pojawiają się alternatywne komunikaty (ALT), i to nawet w przypadku, kiedy są wyłącznie wzmiankowane poprzez przedstawiciela UG (np. burmistrz w rubryce... „rozlicza się” z krytykami, oponentami, wzmiankuje ich opinie lub argumenty. Publikacja przyznaje, iż istnieją jakieś inne (alternatywne) opinie.

KROK 5: Określenie treści alternatywnej ALT

W tym przypadku należy postąpić analogicznie, jak przy określaniu treści POP, czyli zaznaczyć obszar, który zawiera krytyczne albo alternatywne komunikaty dotyczące polityki urzędu gminy.

Treść ALT jest podzbiorem treści POP zawierającej informacje, opinie oraz komunikaty, które w sposób alternatywny lub krytyczny odnoszą się do polityki urzędu gminy.

W przypadku, kiedy poglądy urzędu gminy nie są jednolite, i publikowane są spory wewnętrzne dotyczące określonej kwestii, oceniający ma niełatwe zadanie zdecydować, która z opinii jest prawdopodobnie słabsza, i ta uważana jest za sektor ALT.

KROK 6: Treści POP – przyszłe decyzje

W tym kroku chodzi o zaznaczenie wśród treści POP, takich obszarów, które są poświęcone prezentacji przyszłych decyzji, **na które mieszkańcy mogą jeszcze wpływać** (nie chodzi jednak o informacje dot. przyszłych SKUTKÓW przyjętych decyzji, ani informacje dotyczące np. ogłoszenia procedury przetargowej, zamiarów sprzedaży/wynajmu nieruchomości czy dotacji!)

Np. ujawnienie planów UG dot. urbanistycznych rozwiązań w strefie publicznej, zmiany planów zagospodarowania przestrzennego, **jednak wyłącznie wtedy, kiedy wiadomo, że jest jeszcze czas na to, żeby mieszkańcy mogli się wypowiedzieć i mieć wpływ na wynik decyzji** (np. mogą zwrócić się do członków rady).

KROK 7: Anonimowe treści POP

W tym kroku określamy treści POP, w których nie podano autora ani skrótu redakcyjnego jego imienia. Jeżeli w podpisie lub stopce jest podana informacja, iż dane teksty należą do redakcji, traktujemy je jako anonimowe.

Jeżeli skrót redakcyjny nie daje możliwości zidentyfikowania autora (np. (-mu-) – skrót, który nie odpowiada inicjałom żadnego z redaktorów ani korespondentów), możemy również oznaczyć go za anonimowy.

W przypadku protokołów i uchwał rady, jeżeli wyraźnie widać, że **nie opublikowano zaledwie fragmentów**, nie zaznaczymy anonimowości (uchwały nie mają indywidualnego autora).

W przypadku zdjęć nie określa się anonimowości.

KROK 8: Krzywdzące treści POP (SZKO)

W tym kroku w obszarze treści POP szukamy treści odnoszące się do innych opinii, nie musi jednak chodzić o treści ALT.

Są to treści, które zawierają **reakcję na wypowiedzi/opinie/działalność oponentów kierownictwa UG** (z reguły są nimi przedstawiciele opozycji, aktywni mieszkańcy, lokalne związki, organizacje itp.), która w efekcie wyrządza krzywdę oponentowi, a ich celem jest pokazanie go w złym świetle.

Zazwyczaj w danym artykule lub gazecie chodzi o krytyczną wypowiedź na czyjś temat/na temat czyjejś opinii **bez dania możliwości drugiej (oczernianej) stronie adekwatnej reakcji/obrony**.

W takim wypadku chodzi o oczernianie konkretnej osoby lub grupy osób (np. partii politycznej, organizacji, firmy, mediów).

Pod pojęciem **oczerniania można rozumieć**:

- obrażanie
- użycie ironii
- ośmieszanie
- marginalizowanie
- przekręcanie wypowiedzi
- nieadekwatne połączenie wypowiedzi oponenta lub jego wyroków ze złymi intencjami

Uwaga: Praktyczną pomocą w celu rozpoznania krzywdzących treści, może być wyobrażenie sobie, iż podobna treść została umieszczona w gazecie ogólnokrajowej lub telewizji. Jeżeli w czasie emisji pojawiłyby się ironiczne uwagi pod adresem posta z opozycji, a redaktor nie dałby mu w reportażu możliwości wyrażenia swego poglądu (reakcji, obrony), prawdopodobnie byśmy czuli, że coś nie jest w porządku, albowiem wydzwięk byłby zmanipulowany.

Przez wyrządzanie szkody rozumie się taką wymianę opinii, **w której więcej przestrzeni w dyskusji poświęcono przedstawicielom UG**.

Przykład: spór odnośnie tego, który z przedstawicieli rady ponosi odpowiedzialność za nieuchwalenie budżetu i konieczność, aby gmina funkcjonowała w prowizorium budżetowym, w którym wypowiedzi burmistrza **przydzielono wielokrotnie większą powierzchnię aniżeli grupie oponentów** albo **wypowiedź oponentów została opublikowana na podrzędnym miejscu**, np. w specjalnej rubryce na końcu gazety.

Również tutaj włączamy „**sprostowania**” w reakcji na alternatywne wypowiedzi, które są zazwyczaj dodatkiem do zwyczajowej wymiany poglądów. Z reguły wygląda to w ten sposób, że przedstawiciel UG ma do dyspozycji “ostatnie słowo”, np. poprzez skorygowanie krytyki.

Treści szkodliwe mogą być zarówno częścią treści alternatywnych (ALT), gdy referuje się poglądy oponentów, ale tylko po to by je zniszczyć bez dawania szansy obrony, jak też mogą w ogóle nie zaliczać się do ALT.

KROK 9: Treści oficjalne - uchwały

Są to treści dotyczące punktów obrad kierownictwa UG lub rady gminy. Nie posiadają formy zredagowanego pod kątem stylistycznym artykułu dotyczącego określonej decyzji rady lub kierownictwa urzędu.

Nie chodzi też o protokoły z posiedzeń, a konkretnie o to, co stanowi lokalne prawo.

KROK 10: Liczba wzmianek o kierownictwie UG

W tej części należy podać liczbę wzmianek w danym numerze dotyczących burmistrza (prezydenta miasta, wójta, starosty, wojewody), sekretarza i zastępców, skarbnika oraz ewentualnie radnych

koalicji rządzącej. Nie podaje się wzmianek w ogłoszeniach przedwyborczych lub innych ogłoszeń nie należących do POP, np. ogłoszeniu przetargu.

- **Ilość wzmianek na temat burmistrza**

Należy otworzyć PDF z gazetą w przeglądarce i stwierdzić liczbę wzmianek dzięki funkcji ctrl+F za pomocą kluczowych słów – "burmistrz" oraz poprzez podanie niezmiennych części imienia burmistrza - pojawią się wtedy przypadki, kiedy nazwisko było podane bez określenia "burmistrz". Ewentualnie należy przeczytać tekst po tym kątem.

- **Ilość wzmianek na temat innych osób z kierownictwa**

W celu wyszukania wzmianek na temat innych osób z kierownictwa należy wyszukać "radn"(i) – o ile to radni wspierający burmistrza (jesli trudno ustalić, należy nie liczyć tych wzmianek), "wiceburmistrz", "zastępca burmistrza", „sekretarz”, „skarbnik”.

KROK 11: Liczba zdjęć burmistrza (prezydenta miasta, wójta)

Zaznaczanie zdjęć w tekście. Najlepiej znacznik przystawić tak, by nadal można było rozpoznać osobę.

Nie należy zaznaczać zdjęć pojawiających się w ramach kampanii przedwyborczych lub innych ogłoszeń nie należących do POP (choć w tym ostatnim przypadku trudno sobie wyobrazić ogłoszenie z fotografią).

KROK 12: Liczba zdjęć innych członków kierownictwa UG (wiceburmistrzowie, sekretarz, skarbnik)

Zaznaczenie zdjęć w tekście zgodnie z opisaną wcześniej metodyką.

KROK 13: Treści reklamowe (płatne ogłoszenia nie wliczają się do POP)

W tym kroku należy oznaczyć treści reklamowe wliczając w to ogłoszenia przewyborcze, jeśli są one wyraźnie zauważalny (liczba stron).

Celem jest stwierdzenie wpływu finansowego z reklam. **Nie wlicza się więc tutaj komunikatów reklamowych wydawcy (urząd miasta) oraz prowadzonych przez niego podmiotów, gdzie można zakładać bezpłatną reklamę** (np. urząd miasta zaprasza na wydarzenie, które organizuje). Podstawową kwestią jest ewentualna odpłatność. Często tego nie wiadomo, gdyż wymagałoby to pogłębionych badań. W tym badaniu dokonywana jest preselekcja do takich badań i sam algorytm ostatecznie pozycjonujący obiektywizm gazet nie będzie zliczał tych ogłoszeń. Należy zatem zaznaczać takie ogłoszenia, co do których oceniający ma wrażenie, że mogłyby być płatne – np. ogłoszenie prywatnego dewelopera itp.

Zdarza się, że gminy decydują, że przed wyborami dadzą partiom politycznym przestrzeń, której nie definiują jako ogłoszeniowej, ale jako przedstawianie informacji - np. zadają partiom identyczne pytanie i dają im identyczną przestrzeń na wypowiedź

Przykład: „Jaki jest wg Państwa niecierpiący zwłoki problem naszego miasta i jak go Państwo chcą rozwiązać? To pytanie postawiliśmy przedstawicielom wszystkich partii, które walczą o przychylność wyborców w wyborach samorządowych. Ich odpowiedzi prezentujemy naszym czytelnikom poniżej:”.

Jeżeli w publikacji są w ramach wyborów przedstawione partie polityczne w taki lub podobny sposób, i kiedy jest jasne, iż stanowi to część informacji o poglądach opcji politycznych lub kandydatów, przy czym jest ewidentne, że nie chodzi o ogłoszenia płatne, wtedy włącza się je do kategorii POP. Przy czym części, które nie stanowią prezentacji partii politycznych wchodzących w skład rządzącej koalicji, oznaczy się ALT.