

Voletta Jaros

Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy im. Jana Długosza

CZĘSTOCHOWA – AKSJOLOGICZNY OBRAZ MIASTA PROMOWANY W MIESIĘCZNIKU „JASNE, ŻE CZĘSTOCHOWA”



Problematyka związana z systemem wartości i wartościowaniem stanowi wspólnie jeden z ważnych aspektów refleksji naukowej, w tym językoznawczej. Celem niniejszego szkicu jest charakterystyka aksjologicznego obrazu Częstochowy promowanego w miesięczniku¹ „Jasne, że Częstochowa” w świetle działań o charakterze kulturalno-rozrywkowym i społeczno-gospodarczym, podejmowanych przez różne podmioty, oraz walorów miasta i potencjału jego mieszkańców, prezentowanych w bezpłatnym periodyku, wydawanym przez Wydział Kultury, Promocji i Sportu Urzędu Miasta². Ogląd, z konieczności, ograniczony został do rocznika 2017.

Warto podkreślić, że miejski periodyk „Jasne, że Częstochowa” trzykrotnie (w 2012, 2014 i 2017) wyróżniony został nagrodą Grand Prix w konkursie „Kryształy PR-u” w kategorii „najlepsza gazeta lub biuletyn miejski” za wysoki poziom publikacji.

¹ Miesięcznik zmieniał nazwę. Pierwotnie nosił tytuł „Co, gdzie, kiedy w Częstochowie” (2004-2012), następnie „Jasne, że Częstochowa” (2012 do 2018), od 2018 r. „CGK – co, gdzie, kiedy w Częstochowie”.

² Początkowo (od 2003 r.) Wydział Komunikacji Społecznej, powołany dla intensyfikacji i koordynacji działań promocyjnych miasta. Por. A. Niedzielska, A. Herbuś, *Promocja Częstochowy jako kluczowy element marketingu terytorialnego miasta*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie” 2009, nr 1, s. 67.

Podjęty temat łączy zagadnienia aksjologiczne z obszarem badań związanych z marketingiem jednostki terytorialnej. W literaturze z tego zakresu³ używa się zwykle terminu wizerunek miasta⁴, który Andrzej Szromnik definiuje w sposób następujący:

[...] to całokształt subiektywnych wyobrażeń rzeczywistości, które wytworzyły się w umysłach ludzkich, jako efekt percepcji, oddziaływania środków masowego przekazu i nieformalnych przekazów informacyjnych. Image – mentalny obraz miasta, jego wewnętrzne odbicie w umysłach różnych jednostek i grup społecznych jest więc niczym innym jak przefiltrowaną, mentalną reprezentacją rzeczywistości miejskiej. Funkcję filtrów spełniają cechy i charakterystyki osobowościowe odpowiednich jednostek i ich zbiorowości, skłonności, nastawienia, sposoby postrzegania i wartościowania rzeczywistości oraz postawy i zachowania społeczne⁵.

Wielu badaczy⁶ zajmujących się problematyką wizerunku miejsca wyodrębnia w nim dwa typy komponentów: kognitywne (poznawcze), czyli opinie, które odnoszą się do wiedzy na temat miejsca, oraz afektywne (emocjonalne), które odnoszą się do jego odczuwania – wyobrażenia, subiektywne wrażenia miasta.

Należy dodać, że w kształtowaniu wizerunku jednostki osadniczej oprócz lokalnych władz uczestniczy wiele innych podmiotów, a mianowicie: stowarzyszenia i organizacje, przedsiębiorstwa działające na jej terenie, mieszkańcy i turyści oraz mass media. Jednak największy wpływ na kreowanie wizerunku miejsca ma lokalna władza oraz jego mieszkańcy. To właśnie od prowadzonej przez władze samorządowej polityki zależy, jak miasto będzie postrzegane i oceniane oraz jak będzie się rozwijać. W projektowaniu obrazu miasta istotną rolę odgrywa polityka promocyjna, a więc to, jak realna oferta miasta będzie przedstawiana, jakie elementy (gospodarcze, lokalizacyjne, demograficzne, kulturalne itp.) zostaną wyeksponowane w działaniach promocyjnych. Pozytywna waloryzacja miasta wpływa na większą jego rozpoznawalność, przyczynia się do zwiększonego zainteresowania nim i budowania zaufania mieszkańców, turystów i interesariuszy zewnętrznych do władz samorządowych.

³ Rozumianego jako „[...] działalność zbiorowości terytorialnych, reprezentujących je organizacje, bądź osób, realizowaną w związku z procesem rozwoju ekonomicznego, społecznego, kulturowego lub turystycznego terytoriów (miejsc), polegającą na tworzeniu, komunikowaniu, dostarczaniu oraz wymianie ofert związanych z terytorium o określonych parametrach prawnych, politycznych, technicznych i gospodarczych, posiadającym wartość dla klientów, odbiorców, partnerów oraz społeczeństwa jako całości”. Por. J. Kamiński, *Istota i etapy rozwoju marketingu terytorialnego*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2011, nr 1, s. 6. Por. też A. Szromnik, *Marketing terytorialny jako atrybut rynkowej orientacji miast oraz regionów*, [w:] *Kreowanie wizerunku miast*, red. A. Grzegorzczak, A. Kochaniec, Warszawa 2011, s. 19-23.

⁴ Przegląd definicji wizerunku miejsca przynoszą m.in. prace Sylwii Dudek-Mańkowskiej, *Koncepcja wizerunku miasta*, [w:] *Kreowanie wizerunku miast*, red. A. Grzegorzczak, A. Kochaniec, Warszawa 2011, s. 44-45 i Joanny Kozielewicz, *Kształtowanie marki i wizerunku miasta Gdynia jako morskiej destinacji turystycznej*, „Polityki Europejskie, Finanse i Marketing” 2013, z. 9 (58), s. 243-246.

⁵ A. Szromnik, *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*, Kraków 2007, s. 134.

⁶ Bogatą literaturę na ten temat przywołuje S. Dudek-Mańkowska, *op. cit.*, s. 45-46.

Z pojęciem wizerunku silnie związane jest zagadnienie tożsamości miasta, które przywołany wyżej badacz określa jako

[...] kompleksowy, wielowymiarowy obraz ukształtowany w wyniku długotrwałego, planowego i racjonalnego działania polegającego na przekonywaniu i upowszechnianiu w otoczeniu jego charakterystycznych cech, właściwości i funkcji. To celowo zestawiony zbiór informacji o miejscu wysyłanych do wszystkich grup odbiorców wewnętrznych i zewnętrznych w celu uzyskania pożądanego efektu – zbudowania właściwego, zgodnego z założeniami wizerunku⁷.

Oba pojęcia, tożsamość i wizerunek jednostki osadniczej, nie są synonimiczne, tożsamość bowiem „jest przedmiotem i skutkiem planowania oraz celowego aranżowania działań pochodzących z wewnątrz regionu. Wizerunek jest natomiast odbiciem tej tożsamości w umysłach odbiorców”⁸.

Warto jeszcze dodać, że wizerunek miasta odnosi się do jego przestrzeni geograficzno-fizycznej i przestrzeni społecznej rozumianej jako nieformalny system kulturowy nakładający się na organizm miejski jako realną przestrzeń topograficzną oraz obszar działań i zachowań mieszkańców⁹. Miasto w wymiarze czasowo-przestrzennym egzystuje w swojej warstwie fizycznej. Jest realnie istniejącym przedmiotem, którego poznanie możliwe jest dzięki doświadczeniu. Jest nam dany naocznie wyłącznie w poznaniu intelektualnym jako przedmiot intencjonalny. To właśnie w tej warstwie możliwe jest funkcjonowanie tego, co można określić „duchem miasta”, na co składa się jego przeszłość historyczna, tożsamość kulturowa, estetyka, ekologia¹⁰. Przestrzeń miasta jest także polem formowania więzi wspólnotowych, tworzeniem specyficznych relacji międzyludzkich. „Ów społeczny charakter przestrzeni miejskiej implikuje jej aksjologiczny charakter”¹¹.

⁷ A. Szromnik, *op. cit.*, s. 136.

⁸ *Przedsiębiorstwo usługowe. Ekonomika*, red. A. Panasiuk, B. Filipiak, Warszawa 2008, s. 161.

⁹ K. Handke, *Polskie nazewnictwo miejskie*, Warszawa 1992, s. 21; eadem, *Nazewnictwo i społeczna przestrzeń miasta*, [w:] *Wielkie miasto – czynniki integrujące i dezintegrujące*, t. II, red. D. Bieńkowska, Łódź 1995, s. 20. Różnorodność przestrzeni miejskiej sygnalizowana jest także w pracach Aleksandra Wallisa, który pisze: „Miasto jest systemem złożonym z dwóch organicznie powiązanych, współdziałających na zasadzie sprzężeń zwrotnych, lecz autonomicznych podsystemów – urbanistycznego i społecznego”. Por. A. Wallis, *Socjologia przestrzeni*, Warszawa 1990, s. 45.

¹⁰ L. Jazownik, *Społeczny sens oraz społeczne funkcjonowanie wartości, aksjologii i edukacji aksjologicznej. Analiza metadykursywna i jej edukacyjne implikacje*, [w:] *Czytanie tekstów kultury. Metodologia – badania – metodyka*, red. B. Myrdzik, I. Morawska, Lublin 2007, s. 27-29; J. Sztumski, *Społeczeństwo i wartości*, Katowice 1992, s. 33; B. Gutowski, *Przestrzeń marzycieli. Miasto jako projekt utopijny*, 2006, s. 201, http://www.miastoidealne.sztuka.edu.pl/filozofia_miasta_miasto_jako_projekt_utopijny.pdf [dostęp: 30.04.2019].

¹¹ *Ibidem*.

Uwzględniając zatem tożsamościotwórczą i wspólnototwórczą funkcję wartości¹², interesującym zagadnieniem, jak to zostało zasygnalizowane na początku szkicu, jest charakterystyka aksjologicznego obrazu Częstochowy propagowanego w miesięczniku „Jasne, że Częstochowa”, przy czym zostanie ona połączona z opisem struktury pisma jako funkcjonalnego narzędzia marketingu terytorialnego miasta. W analizie wartości wykorzystano typologię zaproponowaną przez Elżbietę Laskowską¹³, która wyróżnia wartości ilościowe i jakościowe, a te ostatnie odnosi do odczucia (wartości odczuciowe) i do normy: społecznej (wartości społeczne, perfekcjonistyczne, estetyczne, poznawcze, etyczne, sakralne) i fizycznej (wartości ekonomiczne, pragmatyczne, hedonistyczne, witalne).

W badanym czasopiśmie wyraźnie eksponowanymi poprzez stałą rubrykę zatytułowaną **Społeczne** są wartości i związane z nimi działania podejmowane przez osoby indywidualne, stowarzyszenia, instytucje i organy samorządowe, które odnoszą się do normy społecznej.

Spośród wartości społecznych podstawowymi są demokracja, odpowiedzialność, skuteczność, możliwość uczestnictwa i wspólnego działania na rzecz społeczności lokalnej, pomocniczość władzy samorządowej. Propagowaniu i internalizacji tych wartości służą m.in. organy społeczne: Miejska Rada Seniorów (nr 8)¹⁴ oraz Młodzieżowa Rada Miasta (nr 5) czy działania związane z kolejnymi edycjami Budżetu Obywatelskiego. W ten sposób mieszkańcy – z pominięciem formalnych organów przedstawicielskich – mogą podejmować inicjatywy i decyzje w kwestii wydatkowania wydzielonej części miejskich pieniędzy. Wniosek może składać mieszkaniec w każdym wieku, nawet kilkunastolatkiem:

Dzięki opracowanej przez pracowników Urzędu Miasta strategicznej grze planszowej, z gatunku „serious games”, uczniowie gimnazjów mogą się dowiedzieć, co to jest samorząd i jak ważną rolę w społeczności lokalnej odgrywają sami obywatele. Gra została już wykorzystana podczas pierwszych „lekcji obywatelskości” i jako narzędzie edukacji młodych sprawdza się świetnie (nr 6).

Drugim przykładem może być zainaugurowana przez władze samorządowe akcja „Posadźmy drzewo w Częstochowie” w miejscach, które wyznacza Wydział Ochrony Środowiska, Rolnictwa i Leśnictwa Urzędu Miasta (nr 4).

¹² Pod pojęciem *wartości* rozumiemy, za Jadwigą Puzyniną, ‘to, co jest dobre’, gdzie „to może oznaczać cechy, stany rzeczy, działania, osoby, przedmioty”. Por. J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992, s. 69.

¹³ E. Laskowska, *Nazwy wartości estetycznych w języku potocznym*, [w:] *Język, estetyka, sztuka*, red. D. Jastrzębska-Golonka i A. Rypel, Bydgoszcz 2014, s. 159.

¹⁴ W nawiasie podawane są numery rocznika 2017 badanego periodyku, dotyczące omawianych zagadnień aksjologicznych. Czasopismo oprócz formy papierowej funkcjonuje także w wersji elektronicznej, dostępnej na stronie Urzędu Miasta Częstochowa: <http://cgk.czestochowa.pl/page/2531,jasne-ze-czestochowa-2012-2018.html>.

Do komunikowania takich wartości jak transparentność działań i procedur władzy publicznej przeznaczone są, oprócz wymienionej, m.in. rubryki **Inwestycje** i **Miasto** (tu stałym elementem jest rozmowa z prezydentem, Krzysztofem Matyjaszczykiem, zaczynająca się od słów *Pytamy Prezydenta o...*).

Ważne miejsce w systemie wartości społecznych zajmuje podmiotowość mieszkańców, co ilustruje choćby rubryka zatytułowana **Historia jednej fotografii**. Prezentowane są tu nie tylko zdjęcia wykonane przez częstochowian, ale i ich wypowiedzi na temat okoliczności powstania fotografii, emocji związanych z utrwalonym obrazem. Oto wybrane przykłady:

- fotografia Piotra Krasa przedstawia pracownicę Przędzalni Czesankowej „Elanex”, dawnych zakładów Mottego. Została zrobiona jesienią 1972 roku przez anonimowego członka Amatorskiego Klubu Filmowo-Fotograficznego „Czesanka”. W opinii wielu architektów, artystów i innych miłośników Częstochowy, Elanex to drugi (po Jasnej Górze) najcenniejszy zabytek miasta (nr 2);
- zdjęcie Dariusza Gawrońskiego wykonane zostało podczas zjazdu chasydów na grób cadyka Dawida Bidermana w 202. rocznicę jego śmierci. „Dla mnie – mówi D. Gawroński – przyjazd do Lelowa w ową chwilę, to przejście przez wrota czasu i cofnięcie się do lat, w których żył Cadyk Biderman” (nr 3);
- zdjęcie Dariusza Baranowskiego zrobione zostało podczas spaceru po Częstochowie w 2016 roku. Przedstawia pielgrzyma idącego z dużym drewnianym krzyżem i odzianego w coś, co przypomina ubiór kapucyna. „Po krótkiej rozmowie dowiedziałem się, że na imię ma Mieczysław i pochodzi z Elbląga. Pielgrzymuje od 20 lat, z czego 18 z własnoręcznie wykonanym krzyżem” – opowiada autor zdjęcia (nr 6).

Spośród innych wartości społecznych wymienić należy poczucie wspólnoty, równe traktowanie wszystkich i pracę. Tę ostatnią można interpretować jako sposób na zaspokojenie potrzeb egzystencjalnych i w takim znaczeniu będzie to wartość ekonomiczna i pragmatyczna, ale także jako doskonalenie własnych uzdolnień (wartość perfekcyjistyczna), poczucie samorealizacji czy też działania dla dobra innych ludzi (wartość społeczna). Jak ważną wartością dla władz miasta i jego mieszkańców jest praca, pokazują uruchomione projekty (nr 3), m.in.:

- „Z nową pracą w lepszą przyszłość” – program zakłada szkolenia, kursy i staże oraz zdobywanie kwalifikacji i doświadczeń, które pomogą uczestnikom projektu znaleźć zatrudnienie;
- „Aktywni niepełnosprawni” – program pozwoli na aktywizację społeczną i zawodową osób niepełnosprawnych oraz wsparcie dla ich opiekunów;
- „Częstochowski parasol pieczy zastępczej” – program stanowi wsparcie dla dzieci i osób na progu dorosłości w rodzinnej pieczy zastępczej, a także tych, którzy chcą podjąć się niełatwej roli rodzica zastępczego. Z projektu skorzystają także rodzice,

którzy na skutek rozmaitych życiowych problemów utracili prawo opieki nad swoimi dziećmi, a chcą je odzyskać.

Takim wartościom, jak samorealizacja, kreatywność, pasja, poświęcone są w analizowanym czasopiśmie stałe rubryki: *Miasto z Pasją, Pracownie, Z okładki, Kuźnia Talentów, Muzyka, Literatura, Sztuka, Taniec, Teatr, Zawody i Pasje, Po godzinach*. Wartości te stały się motorem działań przedstawicieli różnych środowisk lokalnych:

- seniorzy utworzyli biuletyn pt. „Nasze Stare Miasto”, twierdząc, że „Stare Miasto ma wspaniałą duszę i naprawdę jest piękne” (nr 2);
- członkowie Kolektywu Twórczego WyTwórnia, nieformalnej i niezależnej grupy animatorów, angażują się w działania wielu stowarzyszeń, instytucji, pomagają przy różnych inicjatywach kulturalnych w mieście. Wszyscy mają za sobą bogate doświadczenie jako wolontariusze m.in. „Nocy Kulturalnej”, „Festiwalu Dekonstrukcji Słowa Czytaj!” czy „Festiwalu Sztuki Współczesnej” w ramach „Przestrzeni Publicznej Arteria”. Realizowali też: zawody taneczne, festiwal wypieków, pikniki, zajęcia dla dzieci czy spotkania literackie. Natomiast wspólnie, już pod szyldem „WyTwórni”, udało im się zrealizować przedsięwziętą akcję wymiany książek „ho ho ho Book Christmas” oraz kurs popularnonaukowy „Nowe spojrzenie na literaturę” we współpracy z Kołem Literackim „Anafora” (nr 8);
- w ramach akcji „Sztuka dla każdego” na placu Władysława Biegańskiego utworzono warsztatową strefę dla najmłodszych, przestrzeń, gdzie dzieci mogły twórczo pracować pod okiem specjalistów; rozłożono stoiska częstochowskich artystów, prezentujących i sprzedających dzieła sztuki, znani twórcy prezentowali widzom tajniki procesu tworzenia grafiki warsztatowej, rzeźby, ceramiki i malarstwa (nr 7).

Wśród wartości odnoszących się do norm społecznych istotne są zwłaszcza wartości moralne. Szacunek i tolerancja stanowią podstawę wszystkich innych wartości – wrażliwości społecznej, troski o dobro drugiej osoby, życzliwości, zdolności współczucia, uczynności, bezinteresowności, poświęcenia, pomocy, hojności, dobroczynności, dobra ogółu. Ważne w wymiarze wspólnotowym i indywidualnym jest podejmowanie działań chroniących słabszych. Takiego wsparcia potrzebują różne grupy i osoby, w tym np. niepełnosprawni, osoby starsze, o niskich kwalifikacjach, zagrożone bezrobociem, źle przystosowane, osoby o niskich kompetencjach kulturowych, społecznych itp. Stąd różne inicjatywy, m.in.:

- projekt „Częstochowski parasol pieczy zastępczej”, który ma doprowadzić do zminimalizowania negatywnych skutków umieszczenia dzieci poza rodziną naturalną, reintegracji dzieci pozostających pod instytucjonalną opieką zastępczą i rodzin biologicznych, przeżywających trudności w wypełnianiu funkcji opiekuńczo-wychowawczych oraz przygotowania wychowanków do samodzielnego funkcjonowania w środowisku społecznym. Projekt realizowany jest w partner-

- stwie z Częstochowskim Centrum Wsparcia Rodziny, które jest organizatorem pieczy zastępczej dla Miasta Częstochowy (nr 6);
- Częstochowska Karta Mieszkańca, która pozwala zbierać punkty u lokalnych przedsiębiorców i wymieniać je na atrakcyjne bonusy. Łączy ona ponadto dotychczasowe programy „Częstochowski Senior” i „Rodzina Plus”. Zostanie ponadto zintegrowana z biletem komunikacji miejskiej, a także zyska funkcję płatniczą (nr 2);
 - wybudowanie nowego czterokondygnacyjnego bloku komunalnego, w którym znajdują się 32 mieszkania jedno- i dwupokojowe. Każde z nich wyposażono w instalacje gazową, wodno-kanalizacyjną, c.o., elektryczną, telefoniczną, antenową, domofonową i wentylacyjną; w kuchniach zamontowano kuchenki gazowe i zlewozmywaki, a w łazienkach wanny, umywalki i toalety. Lokale na parterze są przystosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych, poruszających się na wózkach (nr 2);
 - 10. edycja akcji „Kawiarenka dla Seniora”, w ramach której starsi częstochowianie mogą skorzystać z kawy i herbaty za symboliczną złotówkę. Corocznie przybywa zarówno beneficjentów akcji, jak i uczestniczących w niej lokali (nr 7);
 - 24. edycja WOŚP w Częstochowie i 25. w całej Polsce, której celem jest zebranie środków na ratowanie życia i zdrowia dzieci na oddziałach ogólnopediatrycznych oraz dla zapewnienia godnej opieki medycznej seniorom (nr 1);
 - powstanie Kącika Babci i Dziadka w Domu Pomocy Społecznej przy ul. Kontkiewiczza, z którego mogą korzystać wszyscy częstochowscy seniorzy (nr 1);
 - Świetlica Terapeutyczna, która jest jedynym miejscem w Częstochowie, gdzie pomaga się dorosłym osobom z autyzmem (nr 1);
 - w częstochowskich szkołach z pomocą środków unijnych sukcesywnie likwidowane są bariery architektoniczne (nr 1).

Poczucie zbędności i nieprzydatności społecznej, które często towarzyszy osobom wykluczonym i bywa nawet dodatkowo wzmacniane przez samo korzystanie z pomocy, jest niszczące. Dlatego wysoko wartościowane jest wspieranie działań samopomocowych. Takie przedsięwzięcia integrują społeczności lokalne, sprzyjają powstawaniu sieci powiązań i interakcji różnego rodzaju. Chodzi przede wszystkim o postawy przedsiębiorcze, dające poczucie sprawstwa, aktywności społecznej i kulturalnej. Zaliczyć do nich można:

- miejską kampanię pod hasłem „Przywiąż wagę do 1% w Częstochowie”, zachęcającą do przekazywania 1% podatku dochodowego organizacjom pozarządowym. Celem akcji jest wsparcie finansowe Częstochowskich Organizacji Pożytku Publicznego, które działają dla osób z niepełnosprawnością, chorych, bezdomnych, uzależnionych i ubogich. Organizują ponadto zajęcia dla dzieci, młodzieży i dorosłych, aktywizują seniorów. Opiekują się zwierzętami, dbają o środowisko, wspierają edukację, sport, kulturę (nr 3);

- powstanie z inicjatywy władz samorządowych i Fundacji „Oczami Brata” Spółdzielni Socjalnej „Jasne, że alternatywa 21”, w której zatrudnienie znalazło sześć osób z niepełnosprawnością. W ramach spółdzielni utworzono również klubokawiarnię – „Alternatywa 21”, która prowadzi działalność kulinarną, społeczną i artystyczną, angażując osoby z niepełnosprawnością (nr 5);
- działania Fundacji „Ludzki Gest” dla dzieci i młodzieży poprzez wspieranie ich rozwoju, ze szczególnym uwzględnieniem kultury fizycznej. Fundacja organizuje turnieje sportowe i koncerty charytatywne, zbierając w ten sposób fundusze na leczenie, rehabilitację, pomoc socjalną i rozwój talentów młodych ludzi. W działania charytatywne od lat angażuje się piłkarz, Jakub Błaszczkowski (nr 12);
- projekt „Strefa empatii – mediacje rówieśnicze”, który ma na celu propagowanie zasad „porozumienia bez przemocy”, edukację w zakresie polubownego rozwiązywania sporów i przeciwdziałanie szerszeniu się mowy nienawiści. Jednym z jego elementów będzie szkolenie 60 mediatorów rówieśniczych, którzy mają działać na terenie swoich szkół, rozwiązując konflikty i promując język dialogu (nr 6);
- powstanie Stowarzyszenia „Aktywny Senior”. O jego działaniu mówi Maria Polańska, prezes Stowarzyszenia: „A najważniejsze jest to, że tak naprawdę Stowarzyszenie tworzą ludzie, oni są tu gospodarzami, organizatorami. Chodzi o to, by każdy dał coś od siebie i był ważną częścią całości” (nr 6);
- Michał Adamus i Daniel Bujak zorganizowali wyprawę rowerową, której celem było uzbieranie pieniędzy na zakup rowerów dla dzieci z Domu Małego Dziecka im. Edmunda Bojanowskiego (nr 1).

Zdaniem K. Matyjaszczyka ta sfera aktywności społecznej częstochowian powoduje, że:

Częstochowa jest innowacyjna w swoich działaniach. Wiele zadań z zakresu pomocy społecznej przekazaliśmy do realizacji częstochowskim stowarzyszeniom i fundacjom. Współpracując z tymi organizacjami z czasem odkrywamy kolejne niezabezpieczone potrzeby mieszkańców. Wtedy staramy się wspólnie pisać miejskie projekty, które pozwalają nam jeszcze skuteczniej pomagać naszym mieszkańcom (nr 3).

Wymienione już wyżej rubryki *Inwestycje i Miasto* służą także propagowaniu wartości ekonomicznych: stymulacji aktywności gospodarczej, produktywności w tworzeniu różnych dóbr materialnych, które pozwalają zaspokoić rozmaite potrzeby ludzkie. Oprócz wydajności i użyteczności cenioną wysoko wartością jest zawansowanie techniczne, czego przykładem może być modernizacja SOR-u w Miejskim Szpitalu Zespolonym, modernizacja szpitalnego oddziału ratunkowego (nr 1), kompleksowa modernizacja częstochowskiej infrastruktury tramwajowej (nr 7), termomodernizacja miejskiej pływalni, sali sportowej „Częstochowianki” i budynków oświatowych (nr 3),

wzbogacenie taboru MPK o 40 nowoczesnych autobusów marki Solaris (nr 5), a jeżdzące już po mieście autobusy tej firmy będą wyposażone w silnik spełniający najnowsze normy niskiego poziomu emisji spalin EURO 6, zostaną też zaopatrzone w klimatyzację i tablice ledowe wyświetlające kierunek jazdy i numer linii (nr 1).

Pod adresem *praca.czestochowa.pl* rozpoczęła działalność miejska platforma, która ma pomagać w kojarzeniu pracodawców i pracowników o określonych specjalnościach, pokazywać możliwości kształcenia w zawodach poszukiwanych na lokalnym rynku pracy, sugerować nowe profile w ofercie szkół zawodowych, inspirować do znalezienia lepszej pracy w mieście. Działalność Centrum Lepszych Miejsc Pracy będzie koordynowało Centrum Obsługi Inwestora Urzędu Miasta. Centrum Lepszych Miejsc Pracy to jeden z elementów działań w ramach programu „Teraz Lepsza Praca”, którego priorytetem jest kreowanie, inicjowanie lub wspieranie projektów i działań prowadzących do powstawania w Częstochowie miejsc pracy zapewniających pracownikom godną płacę, stabilizację, perspektywy zawodowego rozwoju oraz poczucie socjalnego bezpieczeństwa. Częstochowa zajęła I miejsce w konkursie „Gmina przyjazna ekonomii społecznej 2016”. Zyskała uznanie za zaangażowane w rozwój tego sektora w województwie śląskim oraz za wsparcie i współpracę z podmiotami ekonomii społecznej (nr 5), a przedsiębiorcy i inwestorzy szczególnie zaangażowani w rozwój gospodarki miasta otrzymali doroczne wyróżnienia „Promotor Częstochowskiej Gospodarki” (nr 2). W cykl miejskich działań pod hasłem „Teraz Lepsza Praca” wpisały się: ulgi podatkowe dla odpowiedzialnych społecznie pracodawców, powołanie rzecznika wspierającego pracowników, przyznanie certyfikatów „Lepsza Praca” w ramach programu „Fair Play” (nr 6).

Wśród wartości ekonomicznych ceniona jest także gospodarność w korzystaniu z wytworzonych dóbr, zarządzanie wspólnym majątkiem, za co Kapituła w Konkursie i Rankingu „Gospodarny Samorząd 2017” uhonorowała miasto nagrodą specjalną (nr 10).

W aksjologicznym obrazie miasta nie mała rolę odgrywają wartości poznawcze: wiedza, wykształcenie, racjonalność, obiektywność. Świadczy o tym cykl zatytułowany *Akademicka Częstochowa*, na który składają się wywiady z przedstawicielami władz wyższych uczelni zlokalizowanych na terenie miasta:

- rozmowa z prof. dr. hab. inż. Norbertem Szczygiolem, rektorem Politechniki Częstochowskiej (nr 2), uczelni z 68-letnią tradycją działalności naukowej i dydaktycznej, największą w regionie, posiadającą 30 kierunków studiów i ponad 100 specjalności na 6 Wydziałach. Jednym ze strategicznych celów uczelni w perspektywie roku 2020 będzie realizacja tzw. inteligentnego wzrostu, oznaczającego rozwój gospodarki opartej na wiedzy, czyli kreującej nowoczesne technologie, zacieśnienie współpracy między sektorem nauki i gospodarki w zakresie realizacji badań stosowanych i wdrażania innowacyjnych technologii;

- rozmowa z dr hab. prof. AJD Anną Wypych-Gawrońską, rektor Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie (nr 3) na temat zabiegów o uniwersytet: „w wersjach obcojęzycznych – mówi rektor – jesteśmy już «university». Jednak dla mnie uniwersytet to nie tylko nazwa uczelni, a przede wszystkim stan umysłu. Ostatnio uczestniczyliśmy w «Śniadaniu z Przedsiębiorcami» w Agencji Rozwoju Regionalnego – w technologii żywienia jesteśmy bezkonkurencyjni na częstochowskim rynku”;
- rozmowa z komendantem Centralnej Szkoły Państwowej Straży Pożarnej w Częstochowie mł. bryg. mgr. Piotrem Plackiem (nr 4): „naszym atutem są szkolenia w zakresie gaszenia pożarów wewnętrznych. Wszystkich szkoleń mamy 17, trudno mówić, by któreś z nich było ważniejsze. Podstawa to studium dzienne aspirantów PSP i kwalifikacyjne kursy zawodowe dla funkcjonariuszy PSP dla zawodu technik pożarnictwa. Przymierzamy się też do podnoszenia standardów niektórych obiektów, np. stadionu sportowego, zwłaszcza, że od 1996 roku cyklicznie odbywają się u nas Mistrzostwa Polski w Sportach Pożarniczych, remontu budynku koszarowego, gdzie są zakwaterowani kadeci”;
- rozmowa z doktorem Mateuszem Dąsałem (nr 5), prorektorem ds. Nauki Wyższej Szkoły Lingwistycznej w Częstochowie: „jesteśmy nastawieni na profil praktyczny, co oznacza, że nasz model kształcenia studentów stanowi bardzo mocne przygotowanie do pracy w zawodzie, niezależnie od tego, czy jest to filologia (specjalność nauczycielska i translatorska) czy pedagogika (edukacja przedszkolna i wczesnoszkolna, resocjalizacja). Staramy się, aby nasi absolwenci wchodzili na rynek pracy w pełni przygotowani”.

Problem wysokiej jakości edukacji i konieczność wzmacniania kapitału intelektualnego w Częstochowie dotyczy praktycznie wszystkich grup wiekowych, jednak waga zapewnienia jej dzieciom wynika z tego, że dla władz samorządowych jest to klucz do budowania potencjału rozwojowego:

Priorytetem jest szkolnictwo zawodowe – klasy wielozawodowe, baza warsztatowa, system doradztwa zawodowego. Uwzględniając potrzeby lokalnych firm, chcemy kształcić fachowców na konkretne stanowiska, którzy będą mieć u nas zapewnioną pracę. W ramach programu „Akademicka Częstochowa” wspieramy też „kierunkowe” specjalizacje na naszych uczelniach. Pamiętamy również o „wykluczonych”, którzy mogą skorzystać z centrów integracji społecznej, czy zainteresować się możliwościami działania spółdzielni socjalnych. (nr 1).

W analizowanym czasopiśmie ważne miejsce w systemie wartości społecznych zajmują wartości estetyczne: piękno i sztuka. Piękno jako wartość estetyczna gra nie tylko rolę kryterium oceny różnego rodzaju wytworów artystycznych, ale umożliwia estetyczną klasyfikację tychże wytworów i określa społeczną pozycję ich twórców¹⁵. Częstochowianie przyzwyczaili się już do tego, że centrum miasta od maja do sierpnia

¹⁵ J. Sztumski, *op. cit.*, s. 35.

wyjątkowo rozkwita kulturalnie. Każdego dnia jest okazja, aby wybrać się na jakiś koncert, przedstawienie czy spotkanie z ciekawą artystyczną osobowością. W kalendarium imprez stałą pozycję zajmuje projekt „Aleje – tu się dzieje!” (nr 5), Weekend Kultury Niezależnej, który w 2017 roku przyjął formułę: „trzy dni i trzy alejowe podwórka” (nr 7). Wśród innych inicjatyw wymienić można m.in. Festiwal Retro Częstochowa, który pozwoli wrócić do piosenek, strojów, samochodów z dwudziestolecia międzywojennego (nr 7), obchody święta miasta pt. „Dni Częstochowy” (nr 8) czy „Willę Kreatywnych Działań”, która charakteryzowana jest jako

[...] pomysł na ciekawe i twórcze lato. Pakiet kilkunastu warsztatów, które pozwolą młodym spróbować swoich sił w teatrze, tańcu, graffiti, fotografii, filmie, projektowaniu, artystycznej stolarni i innych aktywnościach. To już piąta edycja tego projektu i tradycyjnie jest on skierowany przede wszystkim do uczniów szkół ponadgimnazjalnych oraz studentów, a wstęp na wszystkie zajęcia jest nieodpłatny. W tym roku jednak zmienia się miejsce, bo warsztaty będą się odbywać w Ośrodku Promocji Kultury „Gaude Mater” (nr 7).

Działania związane z wartościami: sztuka i piękno pojawiają się w analizowanym roczniku czasopisma w rubrykach: *Lokalne Granie*, *Festiwal*, *Filharmonia* (nr 9), *Koncerty* (nr 10), *Jubileusz Biblioteki* (nr 10), *Jubileusz – 40 lat MGS miejska galeria sztuki* (nr 11), *Wystawa* (nr 11).

Jedną z istotnych wartości wspólnototwórczych propagowanych w analizowanym periodyku jest tradycja. Przeszłości miasta i regionu poświęcona jest rubryka **Często zwiedzam**. W kolejnych numerach odsłaniana jest historia miasta i regionu od czasów najdawniejszych po współczesność: *Łużycanie* – wystawa w Muzeum Częstochowskim (nr 2); *Wandalowie* – wystawa w Muzeum Częstochowskim w Ratuszu (nr 3); *Słowianie* – wykopaliska archeologiczne grodziska Gąszczyk na Przeprośnej Górcie (k. Mstowa) dowodzą obecności plemion słowiańskich, w III Alei znajduje się posąg Światowida (nr 4); *Częstochówka* – krótka historia o powstaniu wsi Częstochówka w XIII wieku, która uzyskała potem prawa miejskie (nr 5); *Częstochowa* – powstanie Częstochowy z przeprawą przez Wartę (wcześniej we Mstowie) skróciło wszystkim drogę, przyczyniło się do rozwoju miasta m.in. pod względem handlowym, czego dowodem jest rynek współcześnie nazywany Starym Rynkiem (nr 6); *powstanie klasztoru* – w 1382 roku książę Władysław Opolczyk przekazał paulinom dawny kościół Najświętszej Maryi Panny na wzniesieniu w Starej Częstochowie (znanej również jako Częstochówka). Zakon pod wezwaniem świętego Pawła Pierwszego Pustelnika reprezentował, przybyły z Węgier, brat Grzegorz (nr 7); *ratusz* – współczesny ratusz jest symbolem połączenia Starej (nadwarciańskiej) i Nowej (podjasnogórskiej) Częstochowy, do którego doszło w 1826 roku. Gdyby ich ratusze wciąż stały, ten współczesny miałby do obu taką samą odległość. Zaprojektował go Franciszek Reinstein w stylu późnoklasykistycznym. Został wzniesiony w latach 1828-1836 (nr 8); *pełną piersią* – współczesna Częstochowa

powstała w 1826 roku, w 1917 roku siedemnastoletni Włodzimierz Henryk Zagórski stał na posterunku przed Ratuszem, gdy jeden z uciekających z koszar żołnierzy rosyjskich strzelił do niego. W tym miejscu stoi dziś pomnik Józefa Piłsudskiego (nr 9); *dni młodości* – w 1989 roku zorganizowano na Jasnej Górze Światowe Dni Młodości (nr 10); *Europa* – artykuł wspomina wejście Polski do Unii Europejskiej, dzięki czemu m.in. miasto zyskało nowe środki na rozwój, powstały różne inwestycje sfinansowane ze środków unijnych (nr 11); *miasto jutra* – to impresja o przyszłości miasta: era plastiku minęła, urbanizacja zatoczyła krąg, na zdjęciach satelitarnych nie widać konturów miast, na budynkach kwitnie życie, dachy bloków m.in. na Rakowie i Północy obsiane są krzewami pełnymi owadów, dzięki temu najlepsze krajowe miody pochodzą właśnie stąd. Ochrona przyrody nie istnieje, ponieważ nikt nie interesuje się jej dewastacją. Domy jednorodzinne na Mirowie drukowane są w technologii 3D z gliny oraz wzmocnione włóknami roślin. Całość pokrywają mchy lub murawy kserotermiczne. Mimo powrotu do natury świat jest przesiąknięty technologią. Wszystko, co stworzył człowiek, reaguje inteligentnie na komendy głosowe. Pamiętając upadek cywilizacji otyłości, ludzie poruszają się wyłącznie pieszo i rowerami z wspierającym napędem elektrycznym. Jednoślady ważą tyle, ile kiedyś teczka z dokumentami. Co wygodniejsi obudowują rowery kapsułami na złe warunki atmosferyczne. Tunele, powstałe przez wydobywanie surowców, tworzą sieć przeznaczoną dla transportu wszelkich materiałów, od drobnych paczek po wielki przemysł. Pod powierzchnią nie można generować spalin, więc wszystko jest elektryczne. W okolicach Dźbowa funkcjonuje centrum logistyczne sterujące tym podziemnym transportem. Przezroczyste i hiperlekkie aerozele są głównym budulcem ścian, szczególnie zewnętrznych. Tworzą idealną izolację. Pokrywane są niewidocznym dla oka ludzkiego grafenem, w celu transportu energii pozyskiwanej z promieni słońca. Nieprzezroczyste ściany tworzą się poprzez dodanie kolejnych warstw grafenu, pozyskując tym samym jeszcze więcej prądu. Nigdy wcześniej ludzkość nie pożerała tak gigantycznych ilości energii. Jednak z krajobrazu zniknęły elektrownie i sieci przesyłowe. Ich rolę przejęły aerożelowo-grafenowe konstrukcje budynków. Ludzkie siedliska stały się częścią krajobrazu, a nie kontrastem dla niego (nr 12).

Szczególny wizerunkowo obszar, gdzie eksponowane są znaki i symbole miejskie, stanowi geograficzna przestrzeń miejska: architektura, urbanistyka miejska i elementy infrastruktury. To tutaj miasto może najlepiej prezentować swoją tożsamość wizualną, wskazując zwłaszcza ważne w historii rozwoju aglomeracji miejsca, pokazując i opisując ich dawny wygląd, co w czasopiśmie znakomicie realizuje rubryka zatytułowana *Spacer z Julkiem* – po dawnym mieście oprowadza czytelników dr Juliusz Sętowski, pracownik Ośrodka Dokumentacji Dziejów Częstochowy. Każdy numer przybliży historię innego miejsca lub obiektu. Są to kolejno: *Osiedle fabryczne „Częstochowianki”*

(nr 2) – pierwsze budynki osiedla wzniesione zostały w połowie lat 80. XIX wieku wraz z zabudowaniami fabryki „Błeszno” na terenie Ostatniego Grosza. W 1888 roku stały tu już trzy bloki mieszkalne z kamienia wapiennego i cegły, kryte dachówką i podpiwniczone. W 1888 roku dobudowano jeszcze jeden. Mieszkali w nich inżynierowie i urzędnicy fabryki wyrobów jutowych „Błeszno”, a od 1900 roku (po zmianie właściciela) Towarzystwa Przędzalniczego „La Czenstochovienne” („Częstochowianka”); *Pałacyk Brassy* (nr 3) – wzniesiony został w końcu XIX wieku. Budowę ukończono w 1897 roku, Wilhelm Brass, przemysłowiec z Moraw, mimo że pałacyk nosi jego imię, nigdy w nim nie mieszkał. W 1880 roku Wilhelm założył wraz z synami – Gustawem, Ottonem i Hermanem – Farbiarnię Przędzy Bawełnianej w Częstochowie. W pałacyku mieszkali synowie Wilhelma Brassy – właściciele farbiarni; *Śladami Biegańskiego* (nr 4) – dom przy obecnej alei Wolności 16, w którym Władysław Biegański zamieszkał w 1885 roku, po zawarciu małżeństwa z Mieczysławą Rozenfeldówną. Przy alei NMP 17 znajdował się do 1969 roku budynek Szpitala Najświętszej Maryi Panny. W latach 1883-1897 Władysław Biegański był tu naczelnym lekarzem. W 1887 roku przyjął także posadę lekarza fabrycznego w zakładach włókienniczych Mottego przy ul. Krakowskiej pod numerem 10/12. W alei NMP 31 znajduje się budynek, w którym funkcjonowało od 1906 roku I Gimnazjum Polskie. Władysław Biegański był współorganizatorem tej placówki. W budynku (należącym wcześniej do doktora Edwarda Kohna) od 1901 roku odbywały się spotkania Towarzystwa Lekarskiego Częstochowskiego; *Częstochowskie tropy Komedy* (nr 5) – Krzysztof Komeda-Trzciński mieszkał w Częstochowie w czasie okupacji przy ul. Katedralnej 2 (obecnie ul. Ogrodowa 15) w tzw. domu ulenowskim, potem w kamienicy przy II alei NMP 31 (tu powstał jego pseudonim artystyczny), uczył się w Szkole Powszechnej Braci Szkolnych przy ul. Pułaskiego 71, w Gimnazjum Słowackiego przy ul. Kościuszki 8; *Szlakiem zabytków ewangelickich* (nr 6) – pierwsze informacje o mieszkańcach wyznania ewangelickiego w okolicach Częstochowy sięgają początków XIX wieku. W roku 1802 koloniści niemieccy, trudniący się przeważnie tkactwem, osiedlili się w miejscowości Hilsbach (później Czarny Las). Tkacze ze Śląska, Czech i Saksonii przybywali w okolice Częstochowy w latach 1818-1826. W latach 1888-1889 został wybudowany dom modlitwy przy ul. Ogrodowej 8. W latach 1911-1913 na placu przy ul. Centralnej (obecnie u zbiegu ulic Śląskiej i Kopernika) wzniesiono kościół ewangelicko-augsburski pod wezwaniem Wniebowstąpienia Pańskiego. Częstochowa, która w końcu XIX wieku należała do najprężniej rozwijających się miast Królestwa Polskiego, była miejscem, gdzie swoje kapitały inwestowali przemysłowcy wyznania ewangelickiego. Zabytki: Przedsiębiorstwo Budowlane Allerta i Buhlego, Browar Parowy i Fabryka Słodu Kazimierza Szwedego (jego zabudowania znajdują się przy ul. Ogrodowej 18/22) czy uruchomiona w 1873 roku farbiarnia Wilhelma Brassy i Synów. W roku 1897 rodzina Brassów wybudowała pała-

cyk przy swojej farbiarni (obecnie przy ul. Strażackiej 10), Dom Frankego przy I alei NMP nr 14 (w farbiarni Brassa dyrektorem był Adolf Franke), cmentarz ewangelicki położony jest obok rzymsko-katolickiego cmentarza św. Rocha; *Częstochowskimi śladami Aleksandra Fertnera* (nr 7) – urodzonego w Częstochowie komika, aktora; rodzina mieszkała w okolicach klasztoru jasnogórskiego – przy ulicach św. Barbary i Wieluńskiej (Ławeczka Fertnera na ul. Wieluńskiej); *Letni relaks częstochowian ponad 100 lat temu* (nr 8) – dla większości wypadki na łono natury ograniczały się do niedzielnych wycieczek podmiejskich. Nie wymagały one dłuższych wędrówek, lasy bowiem łączyły się z miejscowościami podmiejskimi – Ostatnim Groszem, Borem, Zaciszem, Dębem, Rakowem czy Częstochówką. Do wód najczęściej udawano się koleją do Poraja bądź na piechotę na Bugaj czy do Korwinowa. Modne były wycieczki „między skały” – do Olsztyna, Złotego Potoku, na Zieloną Górę czy do Mirowa. Miejscowością, w której spędzano mile czasu, były Ostrowy (obecnie w granicach Blachowni) i Żarki (obecnie Żarki Letnisko). Odpoczywano w ogródkach kawiarnianych, w najbardziej znanym – ogródku Wolbergów (I aleja 12), także pod parasolami przy cukierniach Raszkego (II aleja 18), Rudzkiego – na rogu ul. Dojazd (ul. Piłsudskiego) i I alei, Jackowskiego na rogu Teatralnej (ul. Wolności) i II alei. Ofertę letniego relaksu dopełniały występy przyjezdnych teatrów (m.in. warszawskich) w domu Zapałkiewiczów przy II alei 19; *Fotograf z „Sienkiewicza”* (nr 9) – Jan Kazimierz Winnicki, uczeń I Państwowego Gimnazjum im. Henryka Sienkiewicza, uwiecznił na swych zdjęciach dawne miasto; *150 lat „Sienkiewicza”. Dzieje budynku szkolnego* (nr 10) – zabudowania przy III alei 56, jako klasztorne, wzniesione zostały w latach 1859-1862 z inicjatywy Zgromadzenia Sióstr Mariawitek. W okresie 1862-1864 funkcjonował tu Instytut dla Ubogich Dziewcząt, a później dwuklasowa szkoła początkowa żeńska. Trójskrzydłowy gmach, ustawiony był frontem do ulicy, a w środek skrzydła frontowego wtopiony został kościół zbudowany w stylu neogotyckim (pw. Najświętszego Imienia Maryi). W 1865 roku usunięto z budynku dwuklasową szkołę początkową żeńską i przeniesiono tu Szkołę Powiatową Specjalną. Następnie, po dwóch latach, przekształcono ją w Progimnazjum Klasyczne Męskie. W pierwszej połowie 1917 roku władze niemieckie utworzyły w tym budynku Główny Urząd Zaciągu do Polskiej Siły Zbrojnej (Polnische Werhmacht). W 1918 roku część gmachu nadal służyła celom wojskowym. W końcu listopada 1919 roku do gmachu przeprowadziło się z ul. Teatralnej (obecnie aleja Wolności) I Państwowe Gimnazjum im. H. Sienkiewicza; *Zburzenie pomnika cara* (nr 11) – w październiku 2017 roku minęło 100 lat od momentu zburzenia w Częstochowie pomnika cara Aleksandra II. Wzniesiony przez Rosjan w 1899 roku pod Jasną Górą, w miejscu licznych pielgrzymek, był dla świadomej opinii publicznej wyrazem upokorzenia społeczeństwa polskiego. Część marmuru wykorzystano na zegar słoneczny w parku, część poszła inne cele; *Sto lat temu na ulicy Kościuszki* (nr 12) – do 1917 roku ulica nazywała

się Teatralna, nową nazwę, za zgodą władz niemieckich, nadano z okazji 100 rocznicy śmierci Tadeusza Kościuszki. Zamontowano ponadto uroczyste płyty z piaskowca z napisem „ulica Tadeusza Kościuszki 15.10.A.D.MCMXVII”.

Przybliżanie historii i pokazywanie dawnego wyglądu miasta to jak wskazywanie i odczytywanie poszczególnych warstw palimpsestu. Kategoria palimpsestu¹⁶ w odniesieniu do miasta oznacza istnienie w tkance miejskiej elementów pochodzących z różnych etapów jego powstawania – mogą to być np. obiekty architektoniczne czy tylko zachowane ich fragmenty, które zostały przystosowane do współczesnej zabudowy¹⁷. Również w sferze mentalnej pewne elementy dawnych wyobrażeń, symboli czy stereotypów nakładają się na współczesną wizję miejskiej przestrzeni, stanowiąc kolejną jego warstwę:

Każdy z etapów powstawania miasta nie jest tylko pamiątką po minionych czasach; to przede wszystkim pamiątka po dawnych mieszkańcach i ich kulturze. [...] Współczesność zwielokrotnia tę różnorodność fasadami nowych budowli, pokusami widocznymi w witrynach sklepów, ofertą nowych wartości rodzących się w uniwersyteckich salach, przykawiarnianych stolikach literackich dysput czy ekspozycjami w galeriach sztuki¹⁸.

Z pozytywnym wartościowaniem przeszłości wiąże się także rubryka **Archiwalia** – *Ostatki* (nr 2), *Biegański – życie i dzieło*, *Goniec Częstochowski* (nr 3), *Naszym strażakom* (nr 5), *Nasze centrum* (nr 6) oraz projekt „Tydzień z architekturą”:

[...] to cykl wydarzeń, które mają na celu zwrócić uwagę na architekturę naszego miasta i jej twórców. Przypomnieć o wartościowej, a niedocenianej architekturze lat powojennych oraz pokazać na nowo obiekty zabytkowe. Opowiedzieć o tych, którzy budowali Częstochowę i przy okazji udowodnić, że architektura jest ważnym elementem tożsamości miasta (nr 8).

Spośród wartości odnoszących się do norm społecznych, co ciekawe, najmniej miejsca zajmują wartości sakralne. Sprowadzają się wyłącznie do zrytualizowanych czynności sakralnych, stanowiących element innych wydarzeń o charakterze społecznym lub kulturalnym, jak w przypadku m.in. inauguracji liturgicznej Międzynarodowego Festiwalu Muzyki Sakralnej „Gaude Mater”, który uznawany jest za

[...] największy w Polsce projekt promujący muzykę różnych religii i kultur, od ponad 25 lat związany z Częstochową i Jasną Górą. Festiwal ma dwie misje – dialog chrześcijaństwa, judaizmu i islamu oraz promocję polskiej muzyki sakralnej, zarówno współczesnej, jak i dawnej. Tradycyjnie sercem festiwalowym jest Częstochowa, Inauguracja Liturgiczna Festiwalu (nr 5).

Wśród wartości odnoszących się do normy fizycznej priorytetowe znaczenie mają wartości witalne: życie i zdrowie. Władze samorządowe przeprowadziły kilkanaście

¹⁶ E. Rewers, *Post-polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Kraków 2005, s. 33 i n.

¹⁷ M. Golka, *Wielokulturowość miasta*, [w:] *Pisanie miasta. Czytanie miasta*, red. A. Zeidler-Janiszewska, Poznań 1997, s. 173.

¹⁸ *Ibidem*.

programów zdrowotnych: szczepienia przeciwko pneumokokom dla małych dzieci, programy rehabilitacyjne, w tym dla seniorów, profilaktykę onkologiczną. Z myślą o najstarszych częstochowianach uruchomiono m.in. dwa domy dziennego pobytu „Senior-Wigor”, kartę Częstochowski Senior, a osoby po 70. roku życia jeżdżą komunikacją miejską za darmo (nr 1). Do tradycji należy już, że w Dniu Matki plac Biegańskiego staje się największym mobilnym ośrodkiem badań zdrowotnych w mieście, prowadzone są konsultacje medyczne, specjalistyczne badania mammograficzne oraz cytologiczne, USG piersi, tarczycy. Propagowaniem wiedzy o zdrowiu zajmuje się Stowarzyszenie Częstochowskie Amazonki, które jest pomysłodawcą „miasteczka profilaktycznego” oraz głównym organizatorem akcji profilaktycznej Marsz Różowej Wstążki pod hasłem: „Bądź Zdrowa Mamo” (nr 5). Dla mieszkańców Częstochowy czynnych zawodowo Centrum Aktywnej Rehabilitacji „Salveo” przygotowało bezpłatny program zdrowotny (nr 6).

Z wartościami witalnymi związane są także działania władz samorządowych do przeobrażenia Częstochowy w ekomiasto, o czym wypowiedział się prezydent K. Matyjaszczyk:

W ramach „Zielonego Miasta” planujemy wykroczyć daleko poza zapewnienie odpowiednich środków na pielęgnację i utrzymanie istniejących terenów zielonych. Chcemy zwiększyć liczbę nowych nasadzeń drzew i kwiatów – będziemy mieli nowe łąki i kompozycje kwiatowe; w wielu miejscach pasy drogowe oddziela od siebie kolorowe kwietne rabaty. Ruszy pierwszy etap budowy Zielonej Promenady Śródmiejskiej. W dzielnicach pojawią się zielone zakątki zachęcające do odpoczynku. Plac Biegańskiego wzbogaci się o nowy element – tzw. parkiet, czyli zielony, zagospodarowany z myślą o pieszych i rowerzystach fragment przestrzeni, który – mam nadzieję – zachęci do odpoczynku miejscowych i turystów (nr 12).

Częstochowa otrzymała nagrodę Eco-Miasto za miejską gospodarkę wodną. Konkurs organizowała Ambasada Francji oraz warszawskie centrum UNEP/Grid (nr 12).

Na aksjologiczny obraz Częstochowy promowany w analizowanym czasopiśmie składają się także wartości hedonistyczne, takie jak: wypoczynek, przyjemność, szczęście, radość, poczucie bezpieczeństwa, luksus, zabawa, taniec, dobre jedzenie, wygoda. Ich obecność łączy się ze wskazywaniem tzw. miejsc trzecich. Koncepcję „trzeciego miejsca” przedstawił w 1989 roku Ray Oldenburg. Zakłada ona trzy sfery ludzkiej aktywności: praca, dom, życie towarzyskie. Pojęcie „trzecie miejsce” odnosi się do przestrzeni, w których skupia się życie towarzyskie. Według koncepcji R. Oldenburga życie społeczne jednostki jest skoncentrowane wokół trzech ośrodków: domu („miejsce pierwsze”), pracy („miejsce drugie”) oraz wokół „miejsca trzeciego”, które umożliwia spędzanie czasu wolnego. Doskonale rozumieją to władze miasta, oferując mieszkańcom coraz to nowe obiekty służące rekreacji ruchowej. W ramach programu „Kierunek Przyjazna Częstochowa” ma powstać Park Wodny w dzielnicy Tysiąclecie, Pływalia

Letnia zostanie rozbudowana o budynek z basenami krytymi, przebudowane zostaną też istniejące drogi oraz wybudowane parkingi, w tym parking podziemny. Pływalnia Letnia wraz z nowo wybudowanym budynkiem basenów krytych stanowić będzie jeden kompleks sportowo-rekreacyjny (nr 9). Rewitalizacji poddany zostanie Park Wypoczynkowy Lisiniec, powstaną nowe place zabaw i boiska sportowe. Władze samorządowe dokładają wszelkich starań, aby poprawić jakość życia w przestrzeni miejskiej, zadbać o przyjemne otoczenie i tworzenie coraz to nowych atrakcji dla mieszkańców: „[...] wytyczyliśmy trzy priorytety działań: chcemy, żeby Częstochowa była coraz bardziej aktywna, zielona i kulturalna” – mówi prezydent, K. Matyjaszczyk (nr 11). Jedną z cyklicznych akcji jest m.in. Festiwal Sztuki Kulinarnej „Aleja Dobrego Smaku”. Na środkowym pasażu III alei Najświętszej Maryi Panny zorganizowano Jarmark Produktów Regionalnych. Swoje wyroby prezentowały firmy z różnych regionów Polski. Zwiedzający mogli dokonać zakupu produktów oraz uczestniczyć w degustacjach i pokazach przygotowanych przez wystawców. Dodatkowo na scenie usytuowanej na placu Biegańskiego odbyły się występy artystyczne, konkursy oraz pokazy kulinarne (nr 6).

Wnioski końcowe

Przedstawione uwagi nie wyczerpują charakterystyki kreowania pozytywnego wyobrażenia o mieście i wartości propagowanych w miesięczniku „Jasne, że Częstochowa”, niemniej jednak pozwalają na pewne uogólnienia i wnioski. Odpowiadając na zasadnicze pytanie, należy zauważyć, że w kreowanym wizerunku Częstochowa waloryzowana jest jako miasto:

- wykorzystujące atrybuty przyrodniczo-krajobrazowe okolicznych parków krajobrazowych i rezerwatów przyrody do celów turystycznych i rekreacyjnych;
- kształtujące przestrzeń miasta-ogrodu z bogatym i zadbanym środowiskiem przyrodniczym;
- posiadające doskonałą ofertę edukacyjną (znaczący w regionie ośrodek szkolnictwa i nauki), kulturalną (ośrodek kultury: filharmonia, teatry, muzea, galerie sztuki i ośrodki promocji kultury: Ośrodek Promocji Kultury „Gaude Mater”, Regionalny Ośrodek Kultury), sportową i wypoczynkową;
- tworzące właściwe warunki życia i rozwoju osobistego;
- kształtujące społecznie akceptowane wzorce zachowań w obszarze działalności gospodarczej i społecznej;
- aktywizujące społeczności lokalne wokół ważnych celów rozwojowych jednostki osadniczej;
- krzewiące dorobek kulturalny i historyczny;

- stale poprawiające poziom i jakość życia mieszkańców;
- tworzące klimat i warunki sprzyjające rozkwitowi przedsiębiorczości;
- kształtujące pozytywny wizerunek miasta jako atrakcyjnego miejsca bytowania.

Aksjologiczny obraz przestrzeni geograficznej i społecznej Częstochowy jest efektem zamierzonym i konsekwentnie budowanym w każdym roczniku i numerze periodyku. Ewaluatywnej autoprezentacji miasta podporządkowane zostały poszczególne rubryki czasopisma, a także odpowiednie zabiegi językowe, zwłaszcza umieszczanie toponimu i jego form pochodnych w tytułach artykułów, np.: *Planszówkowa Częstochowa*, *Akademia Częstochowa*, *Częstochowski alfabet Jacka Magiery* (nr 3), gry językowe typu: *Jazztochowa* (nr 3), *Częstozwiedzam*. Funkcję wspólnototwórczą na płaszczyźnie językowej pełni zwłaszcza zaimek dzierżawczy *nasz* oraz nieoficjalne formy urbanonimów, np. *Biegan* (Plac Biegańskiego).

Zgodnie ze strategią władz samorządowych Częstochowa ma być „miastem nowoczesnym, bogatym, bezpiecznym i przyjaznym ludziom, stwarzającym dogodne warunki realizacji dążeń i aspiracji mieszkańców oraz rozwoju przedsiębiorczości, ze sprawną i kompetentną administracją samorządową”¹⁹. Te cele rozwoju aglomeracji zostały skorelowane z odpowiednimi wartościami, które pozwolą zainspirować do działania, zintegrować oraz usankcjonować poszczególne działania przez różne podmioty funkcjonujące w społecznej przestrzeni miasta.

Bibliografia

- Dudek-Mańkowska S., *Koncepcja wizerunku miasta*, [w:] *Kreowanie wizerunku miast*, red. A. Grzegorzcyk, A. Kochaniec, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011, s. 42-67.
- Golka M., *Wielokulturowość miasta*, [w:] *Pisanie miasta Czytanie miasta*, red. A. Zeidler-Janiszewska, Poznań 1997, s. 171-180.
- Gutowski B., *Przestrzeń marzycieli. Miasto jako projekt utopijny*, 2006, www.miastoidealne.sztuka.edu.pl/filozofia_miasta_miasto_jako_projekt_utopijny.pdf [dostęp: 1.05.2019].
- Handke K., *Polskie nazewnictwo miejskie*, Warszawa 1992.
- Handke K., *Nazewnictwo i społeczna przestrzeń miasta*, [w:] *Wielkie miasto – czynniki integrujące i dezintegrujące*, t. II, red. D. Bienkowska, Łódź 1995, s. 19-27.
- Jazownik L., *Społeczny sens oraz społeczne funkcjonowanie wartości, aksjologii i edukacji aksjologicznej. Analiza metadyskursywna i jej edukacyjne implikacje*, [w:] *Czytanie tekstów kultury. Metodologia – badania – metodyka*, red. B. Myrdzik, I. Morawska, Lublin 2007, s. 25-35.
- Kamiński J., *Istota i etapy rozwoju marketingu terytorialnego*, „Studia Ekonomiczne i Regionalne” 2011, nr 1, s. 5-16.
- Kozielewicz J., *Kształtowanie marki i wizerunku miasta Gdynia jako morskiej destynacji turystycznej*, „Polityki Europejskie, Finanse i Marketing” 2013, z. 9 (58), s. 242-258.
- Laskowska E., *Nazwy wartości estetycznych w języku potocznym*, [w:] *Język, estetyka, sztuka*, red. D. Jastrzębska-Golonka, A. Rypel, Bydgoszcz 2014, s. 159-165.

¹⁹ <https://bip.czestochowa.pl/attachments/download/26323> [dostęp: 1.05.2019].

- Niedzielska A., Herbuś A., *Promocja Częstochowy jako kluczowy element marketingu terytorialnego miasta*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas Zarządzanie” 2009, nr 1, s. 64-79.
- Przedsiębiorstwo usługowe. Ekonomia*, red. A. Panasiuk, B. Filipiak, Warszawa 2008.
- Puzynina J., *Język wartości*, Warszawa 1992.
- Rewers E., *Post-polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*, Kraków 2005.
- Szromnik A., *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*, Kraków 2007.
- Szromnik A., *Marketing terytorialny jako atrybut rynkowej orientacji miast oraz regionów*, [w:] *Kreowanie wizerunku miast*, red. A. Grzegorzczak, A. Kochanec, Warszawa 2011, s. 18-41.
- Sztumski J., *Spółeczeństwo i wartości*, Katowice 1992.
- Wallis A., *Socjologia przestrzeni*, Warszawa 1990.

Częstochowa – aksjologiczny obraz miasta promowany w miesięczniku „Jasne, że Częstochowa”

STRESZCZENIE: Celem niniejszego szkicu jest charakterystyka aksjologicznego obrazu Częstochowy promowanego w miesięczniku „Jasne, że Częstochowa” w świetle działań o charakterze kulturalno-rozrywkowym i społeczno-gospodarczym, podejmowanych przez różne podmioty, oraz walorów miasta i potencjału jego mieszkańców, prezentowanych w bezpłatnym periodyku, wydawanym przez Wydział Kultury, Promocji i Sportu Urzędu Miasta, przy czym została ona połączona z opisem struktury pisma jako funkcjonalnego narzędzia marketingu terytorialnego miasta. Analiza wykazała, że cele rozwoju aglomeracji zostały skorelowane z odpowiednimi wartościami, które pozwolą zainspirować do działania, zintegrować oraz usankcjonować poszczególne działania przez różne podmioty funkcjonujące w społecznej przestrzeni miasta.

SŁOWA KLUCZOWE: wartość, wizerunek miasta, periodyk miejski

Częstochowa – an axiological image of the city promoted in the “Jasne, że Częstochowa” month periodical

SUMMARY: The purpose of this sketch is to characterize the axiological image of Częstochowa promoted in the “Jasne, że Częstochowa” month periodical in the light of cultural and entertainment activities and socio-economic activities undertaken by various entities, as well as the city’s assets and potential of its inhabitants, presented in a free periodical published by the Department of Culture, Promotion and Sport of the City Office, where it has been combined with a description of the structure of the magazine as a functional tool of territorial marketing of the city. The analysis showed that the agglomeration’s development goals were correlated with appropriate values that would inspire action, integrate and sanction individual activities by various entities operating in the social space of the city.

KEYWORDS: value, city image, city periodical