



Powiat Gołdapski

PiR.1431.1.2019

Gołdap, dn. 06.02.2019 r.



Dotyczy: wniosek o udostępnienie informacji publicznej z dnia 25.01.2019 r. na podstawie art. 2 ust. 1 i art. 10 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz. U. z 2018 r. poz. 1330, z późn. zm.)

W odpowiedzi na wniosek o udostępnienie informacji publicznej w załączeniu przesyłam skan wypełnionej ankiety dotyczącej jednostki samorządu terytorialnego w mediach społecznościowych w 2018 r.

Z poważaniem,

STAROSTA
Wardziejewska
Marzanna Marianna
Wardziejewska

Ankieta Jednostki Samorządu Terytorialnego w mediach społecznościowych w 2018r.

Celem ankiety jest zebranie informacji na temat aktywności Jednostek Samorządu Terytorialnego w mediach społecznościowych. Badanie obejmuje reprezentatywną próbę gmin, powiatów i województw w Polsce. Zbierane są informacje dotyczące **jedynie oficjalnych kont Jednostek**, badanie nie obejmuje oficjalnych kont władarzy.

Myślą przewodnią jest zbadanie danych ilościowych i jakościowych, dozwolonych prawem (zgodnie z orzeczeniami **TK, NSA i WSA** dotyczącymi ograniczeń w dostępie do informacji publicznej), dotyczących działań samorządów w przestrzeni mediów społecznościowych.

Proszę o zaznaczenie „X” odpowiedzi właściwej, tylko jednej w każdym pytaniu, chyba że objaśnienia właściwe stanowią inaczej.

1. Czy państwa jednostka korzysta z mediów społecznościowych?

×	TAK
	NIE

2. Jeśli TAK to proszę zaznaczyć z jakich? (możliwa więcej niż jedna odpowiedź)

×	Facebook
×	YouTube
	Instagram
	Twitter
	Google+
	Inne

3. Jaka jest liczba użytkowników obserwujących poszczególne konta?

Facebook	1190
YouTube	21
Instagram	
Twitter	
Google+	
Inne	

4. Jaki jest (średni roczny) zasięg postu, do ilu odbiorców (średnio) trafia?

Facebook		poniżej 500	×	500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
YouTube		poniżej 500	×	500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
Instagram		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
Twitter		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
Google+		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500
Inne		poniżej 500		500-1500		1500-2500		Powyżej 2500

5. Jaka jest (średnia roczna) liczba reakcji, tzw. LIKE, pod postem?

Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	1-50	<input type="checkbox"/>	50-150	<input type="checkbox"/>	150-250	<input type="checkbox"/>	Powyżej 250
YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>	1-50	<input type="checkbox"/>	50-150	<input type="checkbox"/>	150-250	<input type="checkbox"/>	Powyżej 250
Instagram	<input type="checkbox"/>	1-50	<input type="checkbox"/>	50-150	<input type="checkbox"/>	150-250	<input type="checkbox"/>	Powyżej 250
Twitter	<input type="checkbox"/>	1-50	<input type="checkbox"/>	50-150	<input type="checkbox"/>	150-250	<input type="checkbox"/>	Powyżej 250
Google+	<input type="checkbox"/>	1-50	<input type="checkbox"/>	50-150	<input type="checkbox"/>	150-250	<input type="checkbox"/>	Powyżej 250
Inne	<input type="checkbox"/>	1-50	<input type="checkbox"/>	50-150	<input type="checkbox"/>	150-250	<input type="checkbox"/>	Powyżej 250

6. Jak duża ilość komentarzy (średnio rocznie) generują zamieszczane treści?

Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-30	<input type="checkbox"/>	30-60	<input type="checkbox"/>	Powyżej 60
YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-30	<input type="checkbox"/>	30-60	<input type="checkbox"/>	Powyżej 60
Instagram	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-30	<input type="checkbox"/>	30-60	<input type="checkbox"/>	Powyżej 60
Twitter	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-30	<input type="checkbox"/>	30-60	<input type="checkbox"/>	Powyżej 60
Google+	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-30	<input type="checkbox"/>	30-60	<input type="checkbox"/>	Powyżej 60
Inne	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-30	<input type="checkbox"/>	30-60	<input type="checkbox"/>	Powyżej 60

7. Jak dużo udostępnień (średnio rocznie) uzyskują posty?

Facebook	<input checked="" type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-20	<input type="checkbox"/>	20-40	<input type="checkbox"/>	Powyżej 40
YouTube	<input checked="" type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-20	<input type="checkbox"/>	20-40	<input type="checkbox"/>	Powyżej 40
Instagram	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-20	<input type="checkbox"/>	20-40	<input type="checkbox"/>	Powyżej 40
Twitter	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-20	<input type="checkbox"/>	20-40	<input type="checkbox"/>	Powyżej 40
Google+	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-20	<input type="checkbox"/>	20-40	<input type="checkbox"/>	Powyżej 40
Inne	<input type="checkbox"/>	1-10	<input type="checkbox"/>	10-20	<input type="checkbox"/>	20-40	<input type="checkbox"/>	Powyżej 40

8. Jak często publikowane są nowe posty?

<input type="checkbox"/>	Kilka razy dziennie
<input type="checkbox"/>	Raz dziennie
<input checked="" type="checkbox"/>	Kilka razy w tygodniu
<input type="checkbox"/>	Raz w tygodniu
<input type="checkbox"/>	Kilka razy w miesiącu
<input type="checkbox"/>	Rzadziej

9. Jakie treści publikowane są najczęściej?

(proszę wpisać od 6 do 1, gdzie 6 oznacza najczęściej zamieszczane, a 1 najrzadziej)

<input type="text" value="4"/>	Informacje bieżące z terenu jednostki
<input type="text" value="5"/>	Relacje z wydarzeń i spotkań
<input type="text" value="6"/>	Zaproszenia na nadchodzące wydarzenia
<input type="text" value="2"/>	Plany inwestycyjne
<input type="text" value="1"/>	Konkursy i zabawy
<input type="text" value="3"/>	Promocyjne materiały foto i wideo

10. Jaka formę najczęściej przyjmują treści?

<input type="checkbox"/>	Krótki tekst
<input type="checkbox"/>	Długi tekst
<input checked="" type="checkbox"/>	Zdjęcie/zdjęcia z opisem
<input type="checkbox"/>	Video własne z opisem
<input type="checkbox"/>	Udostępniane treści foto lub video

11. Czy jednostka posiada strategię działań w mediach społecznościowych?

×

TAK

NIE

12. Czy jest ona oparta o ogólną strategię promocji jednostki?

×

TAK

NIE

13. Kto moderuje i zamieszcza treści?

×

Rzecznik prasowy

Jeden stały pracownik Urzędu

Dwóch stałych pracowników Urzędu

Biuro prasowe

Zespół promocji

Zewnętrzna agencja

14. Jeśli odpowiada za to biuro lub zespół, to z ilu osób się składa?

3 osoby

4 osoby

5 osób

6 osób lub więcej

15. Czy w przypadku większej ilości osób następuje specjalizacja- jedna osoba publikuje posty dotyczące ograniczonej i tylko jej przypisanej grupy tematów?

TAK

NIE

16. Jak często odbywają szkolenia osoby odpowiedzialne?

×

Jedna osoba przynajmniej kilka razy w roku

Wszyscy kilka razy w roku

Jedna osoba przynajmniej raz do roku

Wszyscy raz w roku

Żadna osoba nie brała udziału w szkoleniu

Proszę zaznaczyć celem uzupełnienia:

Wszyscy członkowie przeszkoleni w różnych latach

Część zespołu nie brała udziału w szkoleniu

17. Ostatnie szkolenie, w którym brali udział pracownicy odpowiedzialni, odbyło się?

×

Pół roku temu

Do roku temu

Do dwóch lat temu

Ponad dwa lata temu

Nie było takiego szkolenia

18. Jaki jest koszt roczny działań, związanych z prowadzeniem kont w mediach społecznościowych? (proszę wpisać kwotę)

-	Kupno grafik lub zdjęć
8364,00 zł	Przygotowanie zamieszczanych filmów
-	Koszta szkoleń
-	Uposażenie pracowników
-	Reklamy i posty sponsorowane w mediach społ.
-	Zlecenie administracji profilu/profilu

19. Czy jednostka korzystała kiedykolwiek z **płatnych form** promocji w mediach społecznościowych?

<input type="checkbox"/>	TAK
<input checked="" type="checkbox"/>	NIE

20. Jaki był główny cel takich akcji? *dot. pytania 19.*

- Promocja wydarzenia za pośrednictwem reklamy tylko wśród mieszkańców jednostki
- Promocja wydarzenia za pośrednictwem reklamy także poza mieszkańcami jednostki
- „Zbudowanie zasięgu profilu” przez menadżera reklam tylko wśród mieszkańców jednostki
- „Zbudowanie zasięgu profilu” przez menadżera reklam także poza mieszkańcami jednostki
- „Zwiększenie rozpoznawalności jednostki” przez menadżera reklam tylko wśród mieszkańców jednostki
- „Zwiększenie rozpoznawalności jednostki” przez menadżera reklam także poza mieszkańcami jednostki

21. W jaki sposób sfinansowane i przeprowadzone zostały te zadania? *dot. pytania 19.*

<input type="checkbox"/>	Samodzielne działanie pracowników
<input type="checkbox"/>	Zlecenie dla zewnętrznej agencji
<input type="checkbox"/>	Inne: