

## Starostwo Powiatowe w Gołdapi



**Od:** Badania Samorządów <badania.samorzadow@ujk.edu.pl>  
**Wysłano:** piątek, 14 lutego 2025 14:38  
**Do:** starostwo@powiatgoldap.pl  
**Temat:** Wniosek o udostępnienie informacji publicznej  
**Załączniki:** rd\_Wniosek o udostępnienie informacji formularz — kopia.docx; rd\_Wniosek o udostępnienie informacji formularz — kopia.pdf

OR  
2025-02-14  
MM

Szanowni Państwo,

dr Renata Kępa  
- Nisób Dewoska  
14. II. 2025 r.  
MM

jesteśmy pracownikami badawczo-dydaktycznymi Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach. Prowadzimy badania w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach. Obecnie rozpoczynamy realizację projektu dotyczącego komunikowania się samorządów ze społecznościami lokalnymi. Bezpośrednią inspiracją do podjęcia badań właśnie teraz jest propozycja Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego wprowadzenia zakazu działalności medialnej przez jednostki samorządu terytorialnego. Opowiadamy się przeciwko temu zakazowi. Zebrane w toku badań dane mogą stać się dodatkowym argumentem w dyskusji ze stroną rządową i wydawcami komercyjnymi.

Zwracamy się do Państwa z uprzejmą prośbą o udzielenie odpowiedzi na pytania zawarte w załączonym formularzu. Prosimy o potraktowanie ich jako udostępnianie informacji na wniosek, zgodnie z ustawą o dostępie do informacji publicznej. Problem jest bowiem bardzo istotny dla interesu publicznego, zwłaszcza w kontekście założeń do nowej ustawy medialnej i toczącej się dyskusji o zasadach wydawania prasy przez JST. Zapewniamy równocześnie, że zgromadzone w toku badań dane zostaną poddane rzetelnej, obiektywnej analizie naukowej.

Prosimy o odpowiedź na wszystkie pytania, które Państwa dotyczą. Przesyłamy formularz w formie edytowalnej, żeby ułatwić wprowadzenie odpowiedzi. Równocześnie załączamy plik pdf, który pozwoli – w razie potrzeby – zweryfikować poprawność i kompletność edytowalnego pliku. Jeśli nie będzie możliwe udzielenie odpowiedzi na któreś pytanie, prosimy o podanie przyczyny odmowy. Uzupełnione arkusze prosimy odesłać na adres: [badania.samorzadow@ujk.edu.pl](mailto:badania.samorzadow@ujk.edu.pl)

Dziękujemy za poświęcony czas

dr hab. prof. UJK Jolanta Kępa [jolanta.kepa@ujk.edu.pl](mailto:jolanta.kepa@ujk.edu.pl)  
mgr Daria Malicka [daria.malicka@ujk.edu.pl](mailto:daria.malicka@ujk.edu.pl)  
Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJK w Kielcach  
ul. Uniwersytecka 17  
25-406 Kielce  
<https://imdiks.ujk.edu.pl/>

**Szanowni Państwo,**

zwracamy się z uprzejmą prośbą o udzielenie odpowiedzi na poniższe pytania w trybie informacji publicznej. Zapewniamy równocześnie, że zgromadzone w toku badań dane zostaną poddane rzetelnej, obiektywnej analizie naukowej w badaniach prowadzonych w Instytucie Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, na temat roli samorządowych (urzędowych) mediów tradycyjnych oraz społecznościowych, wykorzystywanych przez Urzędy w procesie komunikacji ze społeczeństwem. Problem jest szczególnie istotny dla interesu publicznego, zwłaszcza w kontekście toczącej się dyskusji o proponowanym przez rząd zakazie wydawania mediów przez samorządy.

Prosimy o odpowiedź na wszystkie pytania, które Państwa dotyczą. Jeśli nie będzie możliwe udzielenie odpowiedzi na któreś pytanie, prosimy o podanie przyczyny odmowy.

Uzupełnione arkusze prosimy odesłać na adres: [badania.samorzadow@ujk.edu.pl](mailto:badania.samorzadow@ujk.edu.pl)

Dziękujemy za poświęcony czas.

dr hab. prof. UJK Jolanta Kępa [jolanta.kepa@ujk.edu.pl](mailto:jolanta.kepa@ujk.edu.pl)

mgr Daria Malicka [daria.malicka@ujk.edu.pl](mailto:daria.malicka@ujk.edu.pl)

Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJK w Kielcach

<https://imdiks.ujk.edu.pl/>

Nazwa jst, siedziba, województwo:.....

*\*Proszę podkreślić właściwe odpowiedzi i/lub uzupełnić je, odpowiadając na pytania.*

**1. W jaki sposób Samorząd (Urząd) udostępnia informację publiczną?**

- a) BIP
- b) własna witryna internetowa
- c) własne czasopismo (także w formie elektronicznej)
- d) własne radio (także internetowe)
- e) własna telewizja (także internetowa)

f) wyłożenie lub wywieszenie informacji w miejscu ogólnodostępnym

g) indywidualnie, odpowiadając na zapytania

h) oficjalny profil na portalu Facebook

i) oficjalny profil na portalu Instagram

j) oficjalny kanał na Tik Toku

k) kanał w serwisie YouTube

l) inaczej (jak?) .....

**2. Czy Urząd kiedykolwiek wydawał lub finansował/współfinansował wydawanie prasy drukowanej i/lub elektronicznej?**

a) tak, ale już nie wydaje (*proszę podać tytuł/tytuły i lata wydawania oraz określić powód rezygnacji z tej działalności*) .....

b) nie

c) wydaje/finansuje/współfinansuje nadal (*proszę podać od kiedy, jaki/jakie tytuł/tytuły*) .....

**3. Jaki jest aktualnie cel wydawania periodyku?**

.....

**4. Z jaką częstotliwością pismo się ukazuje?**

a) tygodnik

b) dwutygodnik

c) miesięcznik

d) dwumiesięcznik

e) kwartalnik

f) półrocznik

g) rocznik

h) inna (jaka) .....

**5. Kto zajmuje się redagowaniem pisma?**

- a) zespół prasowy Urzędu
- b) zespół innej jednostki samorządowej (jakiej?) .....
- c) redakcja zewnętrzna na zlecenie Urzędu
- d) inni (kto?) .....

**6. W jakim nakładzie pismo się ukazuje? (liczba egzemplarzy – jeśli dotyczy)**

.....

**7. Jaki jest sposób rozpowszechniania pisma drukowanego (jeśli dotyczy)?**

- a) sprzedaż (gdzie, jakimi kanałami, jaka cena?) .....
- b) kolportaż bezpłatny (gdzie, jakimi kanałami?) .....

**8. Czy czasopismo posiada numer ISSN (proszę podać, jeśli dotyczy)?**

.....

**9. W jakiej formie i gdzie jest dostępna wersja elektroniczna pisma (jeśli dotyczy, proszę podać adres internetowy)?**

- a) bieżący numer .....
- b) numery archiwalne .....

**10. Ile kosztowało/kosztuje rocznie wydawanie periodyku?**

- a) w 2023 roku .....
- b) w 2024 roku .....
- c) w 2025 roku (prognoza) .....

**11. Kto jest formalnym wydawcą czasopisma (kto jest podany oficjalnie jako wydawca)?**

.....

**12. Z jakich środków jest finansowane czasopismo?**

.....

**13. Z jakich form komunikowania się ze społeczeństwem Urząd korzysta?**

- a) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych
- b) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego
- c) ogólnodostępne plakaty, ulotki, billboardy
- d) własne media, w tym:
  - witryna internetowa
  - czasopismo
  - radio
  - telewizja
- e) spotkania bezpośrednie
- f) korespondencja pocztowa
- g) media społecznościowe, w tym: *(od kiedy? – proszę podać rok przy każdym)*
  - Facebook
  - Instagram
  - TikTok
  - YouTube
- h) inne (jakie?) .....

**14. Kto jest odpowiedzialny za prowadzenie działań komunikacyjnych/profilu/kanatów w mediach społecznościowych?**

- a) pracownik Urzędu
- b) grupa pracowników Urzędu
- c) starosta
- d) członkowie Rady Powiatu
- e) zewnętrzna firma/agencja
- f) inni (kto?) .....

**15. Ile kosztowało/kosztuje rocznie komunikowanie się Urzędu ze społeczeństwem (wartość w PLN):**

**w 2023 roku – ogółem**.....

**w tym:**

- a) funkcjonowanie biura prasowego (rzecznika).....
- b) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych.....
- c) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego.....
- d) ogólnodostępne plakaty, ulotki, bilbordy.....
- e) własne media.....
- f) spotkania bezpośrednie.....
- g) korespondencja pocztowa.....
- h) prowadzenie działań w mediach społecznościowych.....
- i) inne (jakie?).....

**w 2024 roku – ogółem**.....

**w tym:**

- a) funkcjonowanie biura prasowego (rzecznika).....
- b) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych.....
- c) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego.....
- d) ogólnodostępne plakaty, ulotki, bilbordy.....
- e) własne media, w tym witryny internetowe.....
- f) spotkania bezpośrednie.....
- g) korespondencja pocztowa.....
- h) prowadzenie działań w mediach społecznościowych.....
- i) inne (jakie?).....

**prognozy na 2025 rok – ogółem**.....

**w tym:**

- a) funkcjonowanie biura prasowego (rzecznika).....

- b) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych.....
- c) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego.....
- d) ogólnodostępne plakaty, ulotki, bilbordy.....
- e) własne media, w tym witryny internetowe.....
- f) spotkania bezpośrednio.....
- g) korespondencja pocztowa.....
- h) prowadzenie działań w mediach społecznościowych.....
- i) inne (jakie?).....

**16. Proszę określić w skali od 1 do 10, skuteczność dotarcia do odbiorców, z uwzględnieniem poszczególnych form komunikacji, z których Urząd korzysta, gdzie 1 oznacza skuteczność najniższą a 10 najwyższą:**

- a) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych: .....
- b) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego: .....
- c) ogólnodostępne plakaty, ulotki, bilbordy: .....
- d) własne media, w tym:
  - witryna internetowa: .....
  - czasopismo: .....
  - radio: .....
  - telewizja: .....
- e) spotkania bezpośrednio: .....
- f) korespondencja pocztowa: .....
- g) media społecznościowe, w tym:
  - Facebook: .....
  - Instagram: .....
  - TikTok: .....
  - YouTube: .....
- h) inne: .....

17. Proszę określić w skali od 1 do 10, szybkość kontaktu z odbiorcami, z uwzględnieniem poszczególnych form komunikacji, z których Urząd korzysta, gdzie 1 oznacza szybkość najmniejszą a 10 największą:

- a) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych: .....
- b) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego: .....
- c) ogólnodostępne plakaty, ulotki, billboardy: .....
- d) własne media, w tym:
  - witryna internetowa: .....
  - czasopismo: .....
  - radio: .....
  - telewizja: .....
- e) spotkania bezpośrednio: .....
- f) korespondencja pocztowa: .....
- g) media społecznościowe, w tym:
  - Facebook: .....
  - Instagram: .....
  - TikTok: .....
  - YouTube: .....
- h) inne: .....

18. Proszę określić w skali od 1 do 10, wygode i łatwość przygotowania treści oraz ich przekazywania, z uwzględnieniem poszczególnych form komunikacji, z których Urząd korzysta, gdzie 1 oznacza przekaz najtrudniejszy a 10 najłatwiejszy:

- a) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych: .....
- b) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego: .....
- c) ogólnodostępne plakaty, ulotki, billboardy: .....
- d) własne media, w tym:
  - witryna internetowa: .....
  - czasopismo: .....
  - radio: .....



- telewizja: .....
- e) spotkania bezpośrednie: .....
- f) korespondencja pocztowa: .....
- g) media społecznościowe, w tym:
  - Facebook: .....
  - Instagram: .....
  - TikTok: .....
  - YouTube: .....
- h) inne: .....

**19. Proszę określić w skali od 1 do 10, koszty ponoszone na poszczególne formy komunikacji, z których Urząd korzysta, gdzie 1 oznacza koszty najwyższe a 10 najniższe:**

- a) płatne reklamy i ogłoszenia w mediach komercyjnych: .....
- b) materiały PR przekazywane mediom, instytucjom życia publicznego: .....
- c) ogólnodostępne plakaty, ulotki, bilbordy: .....
- d) własne media, w tym:
  - witryna internetowa: .....
  - czasopismo: .....
  - radio: .....
  - telewizja: .....
- e) spotkania bezpośrednie: .....
- f) korespondencja pocztowa: .....
- g) media społecznościowe, w tym:
  - Facebook: .....
  - Instagram: .....
  - TikTok: .....
  - YouTube: .....
- h) inne: .....

**Osoba/osoby udzielająca/e informacji, stanowisko.....**

**Uwagi .....**