



Starostwo Powiatowe w Goldapi

Goldap, 20.02.2025 r.

OR.1431.4.2025

dr hab. prof. UJK Jolanta Kępa
Instytut Mediów, Dziennikarstwa
i Komunikacji Społecznej UJK w Kielcach

W odpowiedzi na wniosek o udostępnienie informacji publicznej w oparciu o przepisy art. 2 ust. 1 oraz art. 4 ust. 1 pkt 1 i ust. 3 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (t. j. Dz. U. z 2022 r., poz. 902) w załączniku udzielam odpowiedzi na wnioskowane informacje.

WICESTAROSTA

Marzanna Marianna
Wardziejewska

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

Dziękujemy za poświęcony czas.

dr hab. prof. UJK Jolanta Kępa jolanta.kepa@ujk.edu.pl

mgr Daria Malicka daria.malicka@ujk.edu.pl

Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJK w Kielcach

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

Nazwa jst, siedziba, województwo: Starostwo Powiatowe w Gołdapi, woj. Warmińsko-Mazurskie

**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*)
Starostwo Powiatowe w Gołdapi wydaje biuletyn pn. „Informacje z Powiatu Gołdapskiego” od 2011 roku.

3. Jaki jest aktualnie cel wydawania periodyku?

Biuletyn informacyjny Powiatu Gołdapskiego jest wydawany w celu podsumowania najważniejszych działań, inwestycji oraz wydarzeń, które miały miejsce w ciągu roku na terenie powiatu. Jego głównym zadaniem jest informowanie mieszkańców o rozwoju regionu, podejmowanych inicjatywach oraz osiągnięciach samorządu. Publikacja stanowi również formę promocji powiatu, ukazując efekty podejmowanych inwestycji w infrastrukturę, edukację, kulturę, ochronę zdrowia i inne kluczowe obszary życia społecznego.

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?) Pracownik ds. promocji powiatu.

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

500 szt.

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

a) sprzedaż (gdzie, jakimi kanałami, jaka cena?)

b) kolportaż bezpłatny (gdzie, jakimi kanałami?) Biuletyn dostępny jest w urzędzie Starostwa Powiatowego w Gołdapi, podległych jednostkach oraz na stronie internetowej starostwa.

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

NIE.

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

a) bieżący numer

b) numery archiwalne: dostępne na stronie <https://powiatgoldap.pl/>

10. Ile kosztowało/kosztuje rocznie wydawanie periodyku?

a) w 2023 roku – 3 349,50 zł

b) w 2024 roku – 2 058,00 zł

c) w 2025 roku (prognoza) - Starostwo Powiatowe w Gołdapi zajmuje się obecnie analizą możliwości i potrzeb wydania biuletynu samorządowego.

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

Starostwo Powiatowe w Gołdapi.

12. Z jakich środków jest finansowane czasopismo?

Środki własne powiatu.

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 (od 2016 roku)~~

~~• Instagram~~

~~• TikTok~~

~~• YouTube~~

~~h) inne (jakie?)~~

14. Kto jest odpowiedzialny za prowadzenie działań komunikacyjnych/profilu/kanałów 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): BEZ KOSZTÓW

~~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, billboardy~~
- 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, billboardy~~
- 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, billboardy.....

e) własne media, w tym witryny internetowe.....

f) spotkania bezpośrednie.....

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, billboardy:~~

d) ~~własne media, w tym:~~

• ~~witryna internetowa:~~

• ~~czasopismo:~~

• ~~radio:~~

• ~~telewizja:~~

e) ~~spotkania bezpośrednie:~~

f) korespondencja pocztowa:

g) media społecznościowe, w tym:

- Facebook: 10
- 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, bilbordy:

d) własne media, w tym:

- witryna internetowa:
- czasopismo:
- radio:
- telewizja:

e) spotkania bezpośrednie:

f) korespondencja pocztowa:

g) media społecznościowe, w tym:

- Facebook: 10
- 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: 10
 - ~~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, billboardy:~~
- d) ~~własne media, w tym:~~
 - ~~witryna internetowa:~~
 - ~~czasopismo:~~
 - ~~radio:~~
 - ~~telewizja:~~
- e) ~~spotkania bezpośrednie:~~

f) korespondencja pocztowa:

g) media społecznościowe, w tym:

- Facebook: BEZ KOSZTÓW

- Instagram:

- TikTok:

- YouTube:

h) inne:

Osoba/osoby udzielająca/e informacji, stanowisko: Zuzanna Lenarczyk-Wróblewska,
Referent w Wydziale Organizacyjnym

Uwagi