

Koszalin, dnia 7 lutego 2019 r.

OA-I-3.1431.19.2019.MR

Wnioskodawca:
[REDAKTOWANE]

Sposób udostępnienia informacji
e-mail: [REDAKTOWANE]

W odpowiedzi na przesłany w dniu 28 stycznia 2019 r. – za pośrednictwem poczty elektronicznej – wniosek o udostępnienie informacji publicznej, przesyłam w załączeniu wypełnioną ankietę dotyczącą działań Gminy Miasta Koszalin w mediach społecznościowych.



PREZYDENT MIASTA
Piotr Jedliński

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.

Mysłą 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?

X	TAK
	NIE

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

X	Facebook
X	YouTube
X	Instagram
	Twitter
	Google+
	Inne

3. Jaka jest liczba użytkowników obserwujących poszczególne konta?

Facebook	9333
YouTube	63
Instagram	663
Twitter	-
Google+	-
Inne	-

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

Facebook	BD	poniżej 500	BD	500-1500	BD	1500-2500	X	Powyżej 2500
YouTube	BD	poniżej 500	BD	500-1500	BD	1500-2500	BD	Powyżej 2500
Instagram	BD	poniżej 500	BD	500-1500	BD	1500-2500	BD	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	BD	1-50	BD	50-150	BD	150-250	BD	Powyżej 250
YouTube	BD	1-50	BD	50-150	BD	150-250	BD	Powyżej 250
Instagram	BD	1-50	BD	50-150	BD	150-250	BD	Powyżej 250
Twitter	-	1-50	-	50-150	-	150-250	-	Powyżej 250
Google+	-	1-50	-	50-150	-	150-250	-	Powyżej 250
Inne	-	1-50	-	50-150	-	150-250	-	Powyżej 250

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

Facebook	BD	1-10	BD	10-30	BD	30-60	BD	Powyżej 60
YouTube	BD	1-10	BD	10-30	BD	30-60	BD	Powyżej 60
Instagram	BD	1-10	BD	10-30	BD	30-60	BD	Powyżej 60
Twitter	-	1-10	-	10-30	-	30-60	-	Powyżej 60
Google+	-	1-10	-	10-30	-	30-60	-	Powyżej 60
Inne	-	1-10	-	10-30	-	30-60	-	Powyżej 60

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

Facebook	BD	1-10	BD	10-20	BD	20-40	BD	Powyżej 40
YouTube	BD	1-10	BD	10-20	BD	20-40	BD	Powyżej 40
Instagram	BD	1-10	BD	10-20	BD	20-40	BD	Powyżej 40
Twitter	-	1-10	-	10-20	-	20-40	-	Powyżej 40
Google+	-	1-10	-	10-20	-	20-40	-	Powyżej 40
Inne	-	1-10	-	10-20	-	20-40	-	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)

2	Informacje bieżące z terenu jednostki
1	Relacje z wydarzeń i spotkań
3	Zaproszenia na nadchodzące wydarzenia
5	Plany inwestycyjne
6	Konkursy i zabawy
4	Promocyjne materiały foto i wideo

10. Jaką 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?

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

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

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

13. Kto moderuje i zamieszcza treści?

<input type="checkbox"/>	Rzecznik prasowy
<input type="checkbox"/>	Jeden stały pracownik Urzędu
<input type="checkbox"/>	Dwóch stałych pracowników Urzędu
<input type="checkbox"/>	Biuro prasowe
<input checked="" type="checkbox"/>	Zespół promocji
<input type="checkbox"/>	Zewnętrzna agencja

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

<input type="checkbox"/>	3 osoby
<input type="checkbox"/>	4 osoby
<input checked="" type="checkbox"/>	5 osób
<input type="checkbox"/>	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?

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

16. Jak często odbywają szkolenia osoby odpowiedzialne?

<input type="checkbox"/>	Jedna osoba przynajmniej kilka razy w roku
<input type="checkbox"/>	Wszyscy kilka razy w roku
<input checked="" type="checkbox"/>	Jedna osoba przynajmniej raz do roku
<input type="checkbox"/>	Wszyscy raz w roku
<input type="checkbox"/>	Żadna osoba nie brała udziału w szkoleniu

Proszę zaznaczyć celem uzupełnienia:

<input type="checkbox"/>	Wszyscy członkowie przeszkoleni w różnych latach
<input checked="" type="checkbox"/>	Część zespołu nie brała udziału w szkoleniu

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

<input type="checkbox"/>	Pół roku temu
<input type="checkbox"/>	Do roku temu
<input checked="" type="checkbox"/>	Do dwóch lat temu
<input type="checkbox"/>	Ponad dwa lata temu
<input type="checkbox"/>	Nie było takiego szkolenia

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

0 zł	Kupno grafik lub zdjęć
0 zł	Przygotowanie zamieszczanych filmów
0 zł	Koszta szkoleń
W ramach obowiązków służbowych.	Uposażenie pracowników
765,76 zł	Reklamy i posty sponsorowane w mediach społ.
0 zł	Zlecenie administracji profilu/profilu

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

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

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

- | | |
|-------------------------------------|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Promocja wydarzenia za pośrednictwem reklamy tylko wśród mieszkańców jednostki |
| <input type="checkbox"/> | Promocja wydarzenia za pośrednictwem reklamy także poza mieszkańcami jednostki |
| <input type="checkbox"/> | „Zbudowanie zasięgu profilu” przez menadżera reklam tylko wśród mieszkańców jednostki |
| <input type="checkbox"/> | „Zbudowanie zasięgu profilu” przez menadżera reklam także poza mieszkańcami jednostki |
| <input type="checkbox"/> | „Zwiększenie rozpoznawalności jednostki” przez menadżera reklam tylko wśród mieszkańców jednostki |
| <input type="checkbox"/> | „Zwiększenie rozpoznawalności jednostki” przez menadżera reklam także poza mieszkańcami jednostki |

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

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