PODPIS ZAUFANY
JOANNA
LIGMANOWSKA
20.10.2026 19:29:12 GMT+0200
Dokument podpisany elektronicznie
podpisem zaufanym

Rożental, 20.10.2026 r.

Joanna Ligmanowska

Radna Powiatu Tczewskiego

Zarząd Powiatu Tczewskiego

Dw: Radni Powiatu Tczewskiego

Dotyczy: odpowiedzi na pytania dotyczące informowania radnych o wydarzeniach oraz promocji Powiatu Tczewskiego

W nawiązaniu do otrzymanej odpowiedzi WRZ.0003.26.2026.SM na zadane przeze mnie pytania dotyczące informowania radnych o wydarzeniach oraz działań promocyjnych Powiatu Tczewskiego pragnę wyrazić niezadowolenie z przedstawionych wyjaśnień. W mojej ocenie odpowiedź nie odnosi się w wystarczającym stopniu do istoty zgłoszonych problemów, a w kilku kwestiach potwierdza potrzebę zmiany dotychczasowej praktyki.

Z przedstawionej odpowiedzi wynika, że za przygotowanie list osób zapraszanych odpowiada właściwa komórka organizacyjna, a lista każdorazowo uzgadniana jest z bezpośrednim przełożonym, Wicestarostą lub Przewodniczącym Rady Powiatu. Takie wyjaśnienie wskazuje na funkcjonowanie określonej procedury, nie odpowiada jednak na zasadnicze pytanie o to, czy przyjęty sposób informowania o wydarzeniach jest właściwy i zapewnia wszystkim radnym równy dostęp do informacji. Chciałabym wyraźnie podkreślić, że nie oczekuję zapraszania radnych na każde wydarzenie organizowane na terenie Powiatu Tczewskiego. Oczekuję natomiast, aby wszyscy radni byli informowani o wydarzeniach organizowanych przez Powiat, jego jednostki organizacyjne oraz podmioty nadzorowane przez Powiat, a także o przedsięwzięciach współorganizowanych lub wspieranych finansowo ze środków powiatowych. Informacja o takim wydarzeniu nie stanowi przecież tajemnicy ani nie wymaga każdorazowego przygotowywania indywidualnego zaproszenia. Wystarczyłaby wiadomość przekazana radnym drogą elektroniczną, zawierająca podstawowe informacje o terminie, miejscu i charakterze wydarzenia. Radni są przedstawicielami mieszkańców i powinni mieć możliwość zapoznania się z działalnością Powiatu, jego jednostek oraz podmiotów realizujących zadania publiczne przy udziale środków powiatowych. Trudno uznać za właściwą sytuację, w której radny dowiaduje się o wydarzeniu z mediów społecznościowych, z relacji innych osób albo dopiero po jego zakończeniu.

W mojej ocenie obecny sposób przepływu informacji jest niewystarczający i wymaga uporządkowania. Dostęp do informacji o działalności Powiatu nie powinien zależeć od tego, która komórka organizacyjna przygotowuje wydarzenie ani od tego, czy dany radny znalazł się na liście zaproszonych gości.

W odpowiedzi wskazano, że radni otrzymują informacje o wydarzeniach organizowanych lub współorganizowanych przez Powiat Tczewski za pośrednictwem Wydziału Rady, Zarządu i Rozwoju Powiatu, o ile informacje dotyczące danego wydarzenia zewnętrznego zostały przekazane do Starostwa. Tym bardziej zasadne jest pytanie, dlaczego w praktyce radni nie zawsze otrzymują informacje o wydarzeniach, w które zaangażowany jest Powiat.

Jak zostało już zauważone podczas sesji Rady Powiatu, zdarzają się sytuacje, w których radni nie są informowani nawet o przedsięwzięciach współorganizowanych przez Powiat Tczewski. Przykładem jest wydarzenie dotyczące drogi do Kulic, a także inne podobne sytuacje. Nie można zatem poprzestać na stwierdzeniu, że informacja jest przekazywana radnym, jeżeli praktyka pokazuje, że system ten nie działa w sposób konsekwentny. Jeżeli Powiat współorganizuje wydarzenie, finansuje je, przekazuje środki na jego realizację lub zleca wykonanie zadania publicznego, naturalnym standardem powinno być przekazanie informacji o tym fakcie wszystkim radnym. Nie oznacza to obowiązku uczestnictwa każdego z nich w każdym przedsięwzięciu. Chodzi o elementarną komunikację i możliwość świadomego reprezentowania mieszkańców.

W związku z powyższym uważam, że należy wprowadzić jednolitą zasadę informowania wszystkich radnych o takich wydarzeniach, niezależnie od wydziału odpowiedzialnego za ich organizację oraz podmiotu bezpośrednio realizującego zadanie.

Przedstawiona odpowiedź zawiera informacje o liczbie publikacji, wyświetleń, interakcji i nowych obserwujących oficjalny profil Powiatu Tczewskiego. Dane te mogą świadczyć o aktywności komunikacyjnej, jednak same w sobie nie przesądzają o skuteczności prowadzonej promocji ani o tym, czy wykorzystywany jest pełny potencjał mediów społecznościowych. W odpowiedzi podkreślono, że zwiększanie liczby publikacji nie musi prowadzić do proporcjonalnego wzrostu zasięgów. Zgadzam się, że sama częstotliwość publikowania nie jest jedynym miernikiem skuteczności. Nie oznacza to jednak, że należy poprzestać na obecnym poziomie działań bez przeprowadzenia szerszej analizy ich efektywności. Warto spojrzeć na tę kwestię również w kontekście sąsiednich powiatów. Dla porównania, oficjalne profile powiatów: starogardzkiego, sztumskiego i kwidzyńskiego osiągają odpowiednio około 15 tys., 6,1 tys. i 4,6 tys. obserwujących. Na tym tle liczba obserwujących profil Powiatu Tczewskiego, wynosząca według przedstawionej odpowiedzi 4 234 osoby, skłania do zadania pytania o możliwości dalszego rozwoju komunikacji z mieszkańcami. Oczywiście liczba obserwujących nie jest jedynym ani doskonałym miernikiem skuteczności promocji. Nie można jednak całkowicie pomijać jej znaczenia. Profil w mediach społecznościowych to dziś jedno z podstawowych narzędzi informowania mieszkańców o działaniach Starostwa, Zarządu Powiatu, radnych oraz jednostek organizacyjnych.

W związku z tym zasadne wydaje się przeanalizowanie, czy:

- publikowane treści są wystarczająco atrakcyjne, różnorodne i dostosowane do współczesnych sposobów odbioru informacji;
- wykorzystywany jest w pełni potencjał materiałów fotograficznych i wideo, relacji oraz krótkich form informacyjnych;
- oficjalny profil Powiatu systematycznie udostępnia i promuje wartościowe treści publikowane przez powiatowe jednostki organizacyjne;
- działania promocyjne są prowadzone w sposób skoordynowany, tak aby informacje o działalności całego Powiatu docierały do jak największej liczby mieszkańców;
- Starosta, członkowie Zarządu oraz radni aktywnie włączają się w informowanie o przedsięwzięciach realizowanych przez Powiat i jego jednostki.

Nie chodzi wyłącznie o publikowanie większej liczby postów. Chodzi o to, aby mieszkańcy wiedzieli, co Powiat robi, jakie inwestycje realizuje, jakie inicjatywy wspiera i na co przeznacza środki publiczne. Niepokojąca jest przy tym sytuacja, w której Powiat zleca realizację zadań publicznych lub przekazuje na nie środki finansowe, a podczas wydarzeń związanych z ich realizacją brakuje przedstawicieli Starostwa, Starosty lub członków Zarządu. Zdarza się również, że radni nie otrzymują

informacji o tych przedsięwzięciach, a później trudno oczekiwać, aby aktywnie uczestniczyli w ich promowaniu.

W mojej ocenie takie podejście ogranicza zarówno możliwość reprezentowania Powiatu przez jego radnych, jak i potencjał promocyjny realizowanych przedsięwzięć. Jeżeli Powiat angażuje środki publiczne w dane zadanie, powinien również zadbać o odpowiednią komunikację na temat jego realizacji i efektów. Jako jedna z młodszych radnych dostrzegam potrzebę zdecydowanie większego wykorzystania narzędzi komunikacji internetowej. Media społecznościowe nie zastąpią wszystkich form informowania mieszkańców, ale trudno dziś traktować je jedynie jako dodatek do działalności urzędu. Warto również przyjrzeć się wydatkom budżetowym pod kątem możliwości zwiększenia nakładów na nowoczesną promocję internetową. W szczególności zasadne wydaje się przeanalizowanie zasadności i struktury wydatków na zakup usług pozostałych w kwocie 199 230,00 zł oraz zakup materiałów i wyposażenia w kwocie 60 000,00 zł, a następnie rozważenie, czy część dostępnych środków nie powinna zostać przeznaczona na bardziej efektywną promocję działalności Powiatu w internecie. Nie przesądzam, że wszystkie wskazane kwoty można lub należy przesunąć na ten cel. Uważam jednak, że w ramach analizy budżetu warto sprawdzić, czy obecne proporcje wydatków odpowiadają rzeczywistym potrzebom informacyjnym i promocyjnym Powiatu.

W związku z powyższym zwracam się o ponowne odniesienie się do przedstawionych kwestii oraz wskazanie, czy Zarząd Powiatu Tczewskiego zamierza wprowadzić zasadę informowania wszystkich radnych o wydarzeniach organizowanych, współorganizowanych lub finansowanych przez Powiat oraz jego jednostki organizacyjne, uporządkować przepływ informacji pomiędzy jednostkami organizacyjnymi, komórkami Starostwa i radnymi, tak aby informacje o wydarzeniach nie były przekazywane wybiórczo, przeprowadzić analizę skuteczności dotychczasowej promocji Powiatu w internecie, z uwzględnieniem działań podejmowanych przez sąsiednie powiaty, rozważyć zwiększenie nakładów na nowoczesną promocję internetową oraz lepsze wykorzystanie materiałów i kanałów komunikacyjnych własnych jednostek organizacyjnych.

Uważam, że nadszedł czas, aby przejść od opisywania obowiązujących procedur do konkretnych działań usprawniających komunikację i promocję Powiatu Tczewskiego.

Z poważaniem

Joanna Ligmanowska
Radna Powiatu Tczewskiego