STAROSTWO POWIATOWE
w Tczewie
ul. Piaskowa 2
83-110 TCZEW
(31)

Tczew, dn. 9 listopada 2026 r.

WRZ.0003.26.2026

Szanowny Pan
Krzysztof Korda
Przewodniczący Rady
Powiatu Tczewskiego
w/m

Odpowiadając na uzupełnienie zapytania złożonego przez radną Joannę Ligmanowską w dniu 20.10.2026 r. (data wpływu do Sekretariatu Starostów 26.10.2026), dotyczącego informowania radnych o wydarzeniach oraz promocji Powiatu Tczewskiego, informuję co następuje:

1. W kwestii uporządkowania zasad informowania wszystkich radnych o wydarzeniach organizowanych, współorganizowanych lub finansowanych przez Powiat Tczewski oraz jednostki organizacyjne zamierzam zobowiązać komórki organizacyjne Starostwa (organizujące różnego rodzaju wydarzenia, spotkania, konferencje) oraz jednostki organizacyjne Powiatu do systematycznego przekazywania informacji w ww. temacie do Wydziału Rady, Zarządu i Rozwoju Powiatu, który to Wydział przygotowywać będzie informację zbiorczą dla radnych Powiatu Tczewskiego. Do informacji tej wprowadzane również będą informacje na temat innych wydarzeń **otwartych** , o organizacji których zostaniemy poinformowani przez podmioty zewnętrzne (np. inne jednostki samorządu, organizacje pozarządowe itp.).

2) W kwestii komunikacji z mieszkańcami podkreślam, że media społecznościowe nie są jedynym kanałem informacyjnym Powiatu skierowanym do mieszkańców. Od wielu lat Powiat współpracuje z Telewizją TeTka, za pośrednictwem której mieszkańcy Powiatu mogą pozyskać wiedzę na temat realizacji bieżących działań Powiatu czy to w ramach programu „Pytania do Starosty" czy też w ramach transmisji obrad Rady Powiatu Tczewskiego. Sesje Rady Powiatu Tczewskiego, które niewątpliwie są przestrzenią, podczas której poruszane są wszystkie istotne dla mieszkańców kwestie transmitowane są również „na żywo" za pośrednictwem strony internetowej powiat.tczew.pl. Ponadto materiały te pozostają później dostępne do zapoznania się również na ww. stronie. Istotną kwestią tutaj jest, że mieszkańcy naszego powiatu to osoby zróżnicowane zarówno pod względem wieku, jak i pod względem dostępności cyfrowej oraz umiejętności korzystania z narzędzi cyfrowych, dlatego też Powiat Tczewski nie może korzystać jedynie z jednego źródła medialnego w zakresie przekazywania informacji na temat bieżącej działalności samorządu.

W kwestii profilu Powiatu Tczewskiego w mediach społecznościowych zaznaczam, że jest on aktualizowany codziennie, a rodzaj umieszczanych na nim materiałów zależy od aktualnie realizowanych przez Powiat zadań. Na profilu pojawiają się także materiały otrzymane od jednostek, jednakże dużo bardziej skutecznym działaniem może być budowanie zasięgów poprzez zaproszenie do interakcji, czyli m.in. wzajemne udostępnianie postów lub wpisywanie komentarzy przez oznaczone podmioty. Należy zauważyć, że współczesne media społecznościowe przeszły obecnie transformację z grafu społecznościowego na graf zainteresowań. Oznacza to, że algorytmy dystrybuują treści na podstawie reakcji użytkowników a nie wielkości bazy subskrybentów autora. W dzisiejszych czasach konto z zerową liczbą obserwujących może wygenerować milionowe zasięgi, jeśli jego treść utrzyma uwagę odbiorców.

W nawiązaniu do powyższego należy zauważyć, że duża liczba odbiorców niekoniecznie musi świadczyć o popularności danego profilu, np. stare lub duże konta często mają wielu nieaktywnych

obserwujących, którzy nie reagują na nowe treści. Dla algorytmu niski stosunek interakcji do liczby obserwujących to sygnał, że profil stał się nieatrakcyjny, co prowadzi do ucinania zasięgów. Ponadto zdarza się, że ludzie zaczynają obserwować danych profil pod wpływem jednego virala, a następnie nie są zainteresowani kolejnymi publikacjami. Takie osoby obniżają statystyki kolejnych wpisów.

Największą wagę dla profilu mają zatem:

- udostępnienia – to najsilniejszy sygnał dla algorytmów; pokazuje, że treść jest na tyle dobra, iż użytkownik chce się nią podzielić ze swoimi znajomymi;

- zapisy - sygnalizują, że materiał ma wysoką wartość edukacyjną, inspiracyjną lub użytkową, przez co odbiorca chce do niego wrócić;

- wartościowe komentarze - dłuższe wypowiedzi i dyskusje pod postem wydłużają czas spędzony na platformie, co jest bezpośrednio nagradzane większym zasięgiem.

W związku z powyższym można założyć, że liczba obserwujących w dzisiejszych czasach to wskaźnik, który buduje jedynie społeczny dowód słuszności, a prawdziwym wskaźnikiem w mediach społecznościowych jest uwaga i zaangażowanie, bo to one decydują o tym, czy algorytm otworzy drzwi do szerokiej publiczności.

Zapewniam, że pracownicy Starostwa analizują bieżące trendy dotyczące rodzaju materiałów publikowanych na mediach społecznościach, dlatego też staramy się o umieszczenie materiałów dynamicznych, w formie krótkotrwałych rolek lub videorelacji, a także w postaci relacji nie zaś statycznych postów opatrzonych dużą ilością treści. Materiały te w miarę możliwości technicznych realizowane są samodzielnie lub przy współpracy z podmiotami wykonującymi profesjonalne usługi w tym zakresie.

Zapewniam również, że członkowie Zarządu Powiatu, korzystający z mediów społecznościowych angażują się w publikowanie informacji dotyczących bieżącej działalności Powiatu poprzez tworzenie własnych treści oraz udostępnianie treści przygotowanych przez Powiat.

3. W kwestii zwiększenia nakładów finansowych na nowoczesną promocję internetową oraz lepsze wykorzystanie materiałów i kanałów komunikacyjnych własnych jednostek informuję, że Zarząd Powiatu na bieżąco analizuje potrzeby finansowe w tym zakresie i na bieżąco reaguje na pojawiające się w tym zakresie potrzeby.

Z poważaniem

STAROSTA
Mirosław Augustyn

Otrzymują:
1. Adresat w/m 9.11.2026 r. osobiście
2. Radna Powiatu Tczewskiego – p. Joanna Ligmanowska
3. a/a