



Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Marta Cienkowska

Pan
Włodzimierz Czarzasty
Marszałek Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej

Szanowny Panie Marszałku,

odpowiadając na interpelację nr 17717 postów Olgi Ewy Semeniuk-Patkowskiej, Bożeny Borys-Szopy, Anny Kwiecień, Anity Czerwińskiej i Wiesława Krajewskiego z 15 czerwca 2026 roku w sprawie kosztów kampanii promującej ustawę o statusie artysty zawodowego oraz działań promocyjnych resortu, uprzejmie proszę o przyjęcie następujących wyjaśnień.

Ad 1-4.

Na dzień sporządzenia niniejszej odpowiedzi wydatki poniesione na działania informacyjne dotyczące projektu ustawy wyniosły 51 819,13 zł. Działania komunikacyjne są nadal realizowane, wobec czego ostateczna wysokość kosztów będzie znana po ich zakończeniu. Działania realizowano w ramach obowiązującej umowy zawartej z Agencją Fabryka Marketingu sp. z o.o. obejmującej realizację płatnych działań informacyjnych w mediach społecznościowych. W związku z promocją projektu nie zawarto dotąd żadnej nowej umowy.

Ad 5-11.

W materiałach informacyjnych występowali: Małgorzata Rusiecka, Daria Kuziak, Antonina Konopelska, Gosia Bartosik, Aleksandra Zawistowska oraz osoby z archiwalnych materiałów wideo MKiDN z bezterminowymi zgodami na wykorzystanie wizerunku. Udział miał charakter nieodpłatny. Centrum Informacyjne Ministerstwa nie gromadzi danych dotyczących korzystania przez osoby występujące w materiałach informacyjnych z finansowania publicznego ani wysokości środków uzyskanych przez nie z budżetu państwa, gdyż informacje te nie są niezbędne do realizacji zadań związanych z prowadzeniem działań informacyjnych.

Instytucjami zaangażowanymi w dotychczasowe działania były Teatr Wielki – Opera Narodowa oraz Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie. Zaangażowanie wskazanych instytucji polegało na współpracy organizacyjnej. Ministerstwo nie finansowało odrębnych działań realizowanych przez te instytucje na potrzeby kampanii, wobec czego nie dysponuje informacjami o ewentualnych kosztach ponoszonych przez nie w ramach ich własnej działalności.

Ad 12-20.

Kampania ma charakter informacyjny i służy przekazaniu obywatelom informacji o projektowanych rozwiązaniach legislacyjnych. Jej celem jest upowszechnienie wiedzy na temat proponowanych rozwiązań prawnych oraz zwiększenie świadomości społecznej i środowiskowej dotyczącej sytuacji zawodowej osób wykonujących działalność artystyczną. Istotnym elementem działań jest etap komunikacyjny realizowany pod hasłem „Świat bez

Informacja dotycząca zasad przetwarzania danych osobowych przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz praw osób, których dane są przetwarzane została zamieszczona na stronie www.gov.pl/kultura/bip w zakładce Polityka przetwarzania danych osobowych.

Identyfikator dokumentu: 2520398.11280347.10651659

artystów. Jak Wam się podoba?”, którego celem jest zwrócenie uwagi na znaczenie kultury i osób kulturę tworzących.

Działania informacyjne obejmują przedstawienie głównych założeń projektu, w szczególności mechanizmów służących poprawie zabezpieczenia społecznego artystów zawodowych, zasad przyznawania statusu artysty zawodowego oraz planowanych form wsparcia w zakresie ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych. Ocena skuteczności kampanii zostanie przeprowadzona po zakończeniu wszystkich działań informacyjno-promocyjnych. Dotychczasowy monitoring wskazuje na zróżnicowany odbiór prowadzonych działań. Na dzień sporządzenia odpowiedzi do oceny skuteczności kampanii przyjęto następujące wskaźniki: zasięg kampanii, liczba wejść na stronę internetową oraz liczba odsłon materiałów kampanijnych. W toku monitoringu odnotowano znaczącą aktywność użytkowników publikujących komentarze o charakterze krytycznym. Ocena ta ma charakter roboczy i nie stanowi wyniku końcowej ewaluacji kampanii. Analiza liczby oraz treści komentarzy publikowanych w mediach społecznościowych nie stanowi wyłącznej podstawy do oceny społecznego odbioru projektu ustawy. Jednocześnie należy wskazać, że w przestrzeni publicznej pojawiły się nieścisłe lub nieprawdziwe informacje dotyczące założeń projektu ustawy, wymagające bieżącego wyjaśniania przez Ministerstwo.

Ministerstwo monitoruje na bieżąco reakcje odbiorców, w szczególności aktywność użytkowników w mediach społecznościowych. Monitoring obejmuje również rozpoznawanie oraz analizę pojawiających się nieprawdziwych informacji dotyczących projektu ustawy oraz bieżące ich wyjaśnianie. Ministerstwo nie korzystało z usług zewnętrznych agencji public relations. Płatne działania informacyjne w mediach społecznościowych były realizowane przez Agencję Fabryka Marketingu sp. z o.o. na podstawie obowiązującej umowy, natomiast za przygotowanie i prowadzenie komunikacji odpowiadały właściwe komórki organizacyjne Ministerstwa.

Ministerstwo konsekwentnie realizuje zasadę przejrzystości wydatkowania środków publicznych. Informacje dotyczące kosztów działań informacyjnych są i będą udostępniane zgodnie z przepisami o dostępie do informacji publicznej, zasadami gospodarowania środkami publicznymi oraz zasadą transparentności działania administracji publicznej, w zakresie danych pozostających w dyspozycji Ministerstwa.

Z poważaniem

z up. Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Sekretarz Stanu

Maciej Wróbel

/podpisano kwalifikowanym podpisem elektronicznym/