



RAPORT 2023



ANALIZA PORÓWNAWCZA

**KOMUNIKACJI CYFROWEJ
SAMORZĄDÓW WOJEWÓDZTWA
ŚLĄSKIEGO Z OBYWATELEM**

Spis treści

Komunikacja samorządów w dobie cyfryzacji	4
Media społecznościowe jako nowa forma komunikacji samorządów z mieszkańcami	6
Media społecznościowe i samorządy – idealne połączenie, którego nikt się nie spodziewał	9
Metodologia	10
Wyniki badań – aktywność miast w mediach społecznościowych	12
Wyniki badań – najczęściej wykorzystywana platforma wśród miast	14
Wyniki badań – najbardziej rozpoznawalne profile miast	16
Facebook – najpopularniejsza platforma wśród miast Śląska?	17
Instagram – portal dla młodych	20
Twitter – krótko, ale treściwie	24
Możliwości YouTube a wykorzystywanie tej platformy przez miasta Śląska	27
TikTok – nowy sposób komunikacji	31

Wyniki badań – 23 roku	34
Publikacje na Facebooku	35
Publikacje na Instagramie	36
Publikacje na Twitterze	37
Publikacje na YouTube	38
Publikacje na TikToku	39
Podsumowanie – ranking aktywność w mediach społecznościowych	41
Katowice	41
Bytom	42
Gliwice	43
Sosnowiec	44
Rybnik	45
Zabrze	46
Częstochowa	47
Bielsko-Biała	48
Tablica podsumowania	51

Autorzy	52
----------------	----

Komunikacja samorządów w dobie cyfryzacji

W dobie cyfryzacji rola mediów społecznościowych w komunikacji samorządowej zyskuje na znaczeniu. Technologia umożliwia wydajne, natychmiastowe i wielokierunkowe przekazywanie informacji mających bezpośredni wpływ na życie społeczności lokalnych. Zdajemy sobie sprawę, że potencjał tych narzędzi jest ogromny, ale należy zastanowić się, jak jest wykorzystywany na terenie naszego województwa.

Niniejszy raport jest próbą odpowiedzi na postawione pytanie. Celem badania jest zrozumienie, jak samorządy największych miast województwa śląskiego wykorzystują media społecznościowe w komunikacji z mieszkańcami. Chcemy dowiedzieć się, które strategie są najbardziej efektywne, jakie przeszkody stoją na drodze do pełnej cyfryzacji oraz jakie korzyści przynosi zastosowanie nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych. Wierzimy, że nasze badanie przyczyni się do zrozumienia, w jaki sposób cyfrowa transformacja wpływa na komunikację samorządową w naszym województwie, a wnioski z niego płynące pomogą w dalszym rozwoju i doskonaleniu praktyk komunikacyjnych.



Zdjęcie: Drone aerial view on Katowice [dostęp 13.07.23]

Media społecznościowe jako nowa forma komunikacji samorządów z mieszkańcami

W trakcie pandemii koronawirusa komunikacja i zaangażowanie społeczności stały się zadaniami kluczowymi. Samorządy zdały sobie wówczas sprawę, że należy wprowadzić rozwiązania, które zaowocują większą aktywnością społeczności, oraz działania zmierzające do wypracowania wiarygodnej przestrzeni informacyjnej w internecie. W tym celu zaczęto wykorzystywać nowe cyfrowe narzędzia i platformy, umożliwiające bardziej ukierunkowane i inkluzywne zaangażowanie obywateli.

Samorządy coraz bardziej zwracają uwagę na możliwość komunikacji i budowania zaufania w swoich społecznościach. Istotnym elementem tej ewolucji jest wykorzystanie technologii cyfrowych i social mediów jako narzędzi służących skutecznej interakcji z ludźmi. To nowe podejście umożliwia nie tylko przekazywanie istotnych informacji i gromadzenie opinii, ale także otwiera możliwość angażowania społeczności w procesy decyzyjne i budowanie wzajemnego zaufania. Pomimo tych zmian wdrażanie nowych technik komunikacyjnych przez instytucje samorządowe nie zawsze odbywa się w sposób skuteczny. Często przeszkodą są niepewne korzyści, koszty rozwoju i wdrożenia, a także inercja kulturowa.



Zdjęcie: Katowice, Nikiszowiec, [dostęp 13.07.23]



Zdjęcie: Aerial drone view on Nikiszowiec coal miners' [dostęp 13.07.23]

Głównym wyzwaniem jest wybór odpowiednich narzędzi i praktyk, które zwiększą aktywność społeczności, z jednoczesnym nieomijaniem tych grup, które już teraz mają trudności z prężnie zmieniającym się cyfrowym światem. Samorządy dostrzegają konieczność zacieśnienia relacji ze społecznością lokalną i stanowienia dla niej wiarygodnego źródła informacji. Warto jednak pamiętać, że wykorzystanie nowoczesnych narzędzi, takich jak media społecznościowe, stanowi tylko częściową odpowiedź na to wyzwanie. Równie ważne jest wdrażanie nowych idei i budowanie zaufania społecznego, co wiąże się z bezpośrednią interakcją z członkami społeczności.

Cyfrowa transformacja samorządów to proces ciągły. Wystarczy spojrzeć na okres pandemii, w którym konieczne było ponowne zdefiniowanie zadań i obowiązków jednostek rządzących, podkreślając wagę efektywnej komunikacji i angażowania społeczności w procesy decyzyjne. Kluczową rolę odgry-

wają w tym kontekście media społecznościowe i inne narzędzia cyfrowe, umożliwiające nawiązywanie bezpośrednich, celowych i autentycznych relacji z obywatelami.

Rozwój technologii cyfrowych ułatwia nowe formy działań, co jest szczególnie widoczne w obszarze mediów społecznościowych. Platformy te pozwalają obywatelom na monitorowanie aktywności samorządu, umożliwiając udzielanie w czasie rzeczywistym informacji zwrotnej na temat jakości usług. Dzięki wspomnianym narzędziom obywatele są mają szansę i gotowość współpracy z samorządem, szczególnie w zakresie raportowania aktualnych warunków usług publicznych.

Mimo możliwości współtworzenia usług przez obywateli, które oferują media społecznościowe, pożytki z ich wykorzystania nie są w pełni jasne, a ich próba wdrożenia może prowadzić do nieprzewidzianych konsekwencji. Na przykład niektóre badania sugerują, że media

społecznościowe umożliwiają zaangażowanie między samorządem a obywatelami tylko na umiarkowanym poziomie, inne wskazują z kolei, że instytucje publiczne często unikają dialogu na temat swoich działań.

Warto zauważyć, że dzięki nowym mediom cyfrowym możliwe jest tworzenie połączeń między geograficznie rozproszonymi użytkownikami, czego nie proponują tradycyjne media. Dwukierunkowy i otwarty charakter tej komunikacji zmienił również relacje między samorządem a obywatelami, umożliwiając dzielenie się informacjami, współpracę, a także promowanie aktywności i przejrzystości w zarządzaniu.

Wpływ technologii cyfrowych na działanie samorządów i ich relacje ze społecznością jest niezaprzeczalny. W obliczu rosnącej roli mediów społecznościowych i innych narzędzi cyfrowych samorządy stoją przed kolejnymi wyzwaniami – zrozumienia i wykorzystania tych narzędzi do budowania mocnych, zaufanych relacji z mieszkańcami, ale również do aktywnej interakcji z nimi. Jednostki te powinny więc wykorzystywać media społecznościowe w sposób strategiczny i przemyślany, zrozumieć potencjał tych narzędzi, ale także być świadomymi potencjalnych wyzwań i ograniczeń. Właściwe wykorzystanie narzędzi cyfrowych może przyczynić się do poprawy jakości usług publicznych, zwiększenia zaangażowania obywateli i promowania przejrzystości oraz odpowiedzialności w zarządzaniu.



Zdjęcie: A headframe in a coal mine. [dostęp 13.07.23]

Media społecznościowe i samorządy – idealne połączenie, którego nikt się nie spodziewał

Nowoczesne kanały komunikacji stają się nieodzownym narzędziem w rękach samorządów, służącym do nawiązywania relacji z obywatelami, uruchamiania kampanii czy budowania świadomości na temat różnych inicjatyw. A co w sytuacji, gdy nadejdzie kryzys? Media społecznościowe stają się wówczas pierwszym miejscem, gdzie obywatele szukają informacji.

Jednym z kluczowych atutów tej wirtualnej przestrzeni jest możliwość tworzenia relacji. Czy to na TikToku, Twitterze, Facebooku czy innej platformie – media społecznościowe umożliwiają sprawną komunikację z obywatelami i budowanie więzi z odbiorcami. Pamiętajmy jednak, że prawdziwe zaangażowanie łączy się z interakcją z odbiorcą – nie chodzi więc jedynie o przekazywanie informacji. W czasach niepewności ludzie szukają rzetelnych informacji; samorządy mogą za pomocą cyfrowych narzędzi dostarczać mieszkańcom najświeższych wiadomości i rozwiewać obawy w różnych kwestiach.

Oczywiście, jak wszędzie, tutaj również obowiązują zasady. Przede wszystkim dostępność informacji powinna być priorytetem – należy zadbać o to, aby posty były zrozumiałe dla jak największej liczby osób, niezależnie od ich umiejętności cyfrowych. Po drugie, ważne jest, aby wybrać odpowiednie platformy – takie, które cieszą się największą popularnością. Po trzecie, profile konkretnych samorządów powinny być łatwe do znalezienia dla użytkowników. Po czwarte, interakcja z obywatelami powinna być na pierwszym miejscu – media społecznościowe to nie

tylko kanał do nadawania informacji, ale przede wszystkim platforma do dialogu. Niezwykle ważne jest również posiadanie jasno określonej strategii prowadzenia konta, która będzie regularnie aktualizowana i dostosowywana do zmieniających się okoliczności.



Zdjęcie: Rayburn House Office Building [dostęp 13.07.23]

Metodologia

Na podstawie danych z Głównego Urzędu Statystycznego wybraliśmy osiem największych miast Śląska: Katowice, Częstochowę, Sosnowiec, Gliwice, Bielsko-Białą, Zabrze, Bytom i Rybnik – i między 1 a 31 maja 2023 roku zbieraliśmy statystyki, które pokazały, w jaki sposób wybrane miasta są aktywne na popularnych portalach społecznościowych takich jak Facebook, Twitter, Instagram, YouTube czy Tiktok. Do zebrania części danych użyliśmy narzędzia Socialblade, które jest jednym z najbardziej znanych tego typu narzędzi na rynku.

Ponadto zweryfikowaliśmy, które z tych portali są najpopularniejsze wśród badanych miast poprzez sprawdzenie ich oficjalnych stron internetowych. Popularność zdefiniowano tutaj jako ilość obserwujących na różnych profilach, a żeby zminimalizować różnice w populacji miast, część statystyk została przekształcona na zależność między populacją. W badaniu uwzględniliśmy profile na portalach społecznościowych oficjalnie podane na stronach internetowych oraz te, które posiadają odnośniki do innych profili oficjalnie powiązanych z daną jednostką.

W trakcie przygotowywania raportu zwróciliśmy uwagę na profile aktywne w dniu zbierania danych oraz na te, na których od jakiegoś czasu nie pojawiały się publikacje. Oprócz tego przeanalizowaliśmy, ile dane miasto posiada kont na różnych portalach społecznościowych oraz ile postów zostało opublikowanych w ostatnim miesiącu. Na koniec porównaliśmy zebrane informacje.



Zdjęcie: Katowice in the evening. [dostęp 13.07.23]

Wyniki badań – aktywność miast w mediach społecznościowych

Badanie rozpoczęliśmy od przeszukania sieci pod kątem profili miast na takich platformach jak Facebook, Instagram, Twitter, YouTube i TikTok.

LICZBA PROFILI



Maj 2023

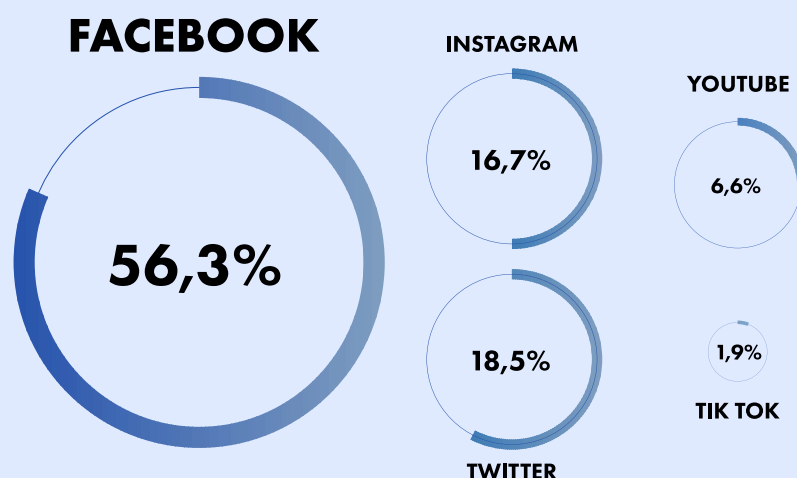
Wyniki pokazały, że każde z analizowanych miast posiada przynajmniej trzy profile na pięciu badanych platformach. Na końcu rankingu znalazło się miasto Częstochowa, które nie jest obecne na Twitterze i TikToku. Nad nim znajdują się Gliwice, Bielsko-Biała, Zabrze, Bytom i Rybnik z profilami na czterech z pięciu badanych platform. Ciekawym spostrzeżeniem jest fakt, że miasta z czterema profilami nie są aktywne jedynie na platformie TikTok, skierowanej głównie do młodszego pokolenia. Wyjątkiem jest Zabrze z profilem na TikToku. Nie udało nam się natomiast zlokalizować obecności tego miasta na Twitterze.

Wyłącznie Katowice i Sosnowiec wykazują aktywność na wszystkich pięciu badanych platformach, co świadczy o tym, że miasta te na bieżąco obserwują najnowsze trendy i starają się dotrzeć do szerokiej grupy odbiorców, reprezentujących różne kategorie wiekowe.

Wyniki badań – najczęściej wykorzystywana platforma wśród miast

W tej części skoncentrowaliśmy się na analizie liczby publikacji na różnych profilach w mediach społecznościowych. Zamiast klasyfikować profile na podstawie podziału na samorządy, podzieliśmy je według platform, na których pojawiały się nowe posty. Ten rodzaj analizy pomógł nam zrozumieć, które platformy są najczęściej wybierane przez samorządy do publikacji swoich treści.

PROCENTOWY ROZKŁAD NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANYCH PLATFORM PRZEZ SAMORZĄDY



MAJ 2023

Poprzednia część badania pokazuje, że TikTok i Twitter nie są najpopularniejszymi platformami społecznościowymi dla badanych miast; nie wszystkie one zdecydowały się na korzystanie z tych portali. Może to wynikać z różnych powodów, takich jak dostępność platformy, chęć trafienia do konkretnej grupy odbiorców, a nawet różnic w celach i strategiach marketingowych.

Co ciekawe, YouTube, mimo że jest bardzo popularną platformą, wykazuje stosunkowo niską liczbę publikacji. Uważamy, że wynika to z charakterystyki medium, jakim jest wideo. Tworzenie wideo jest bardziej czasochłonne niż pisanie tekstów czy tworzenie grafik. Wymaga nie tylko umiejętności technicznych w zakresie nagrywania i edycji, ale także posiadania odpowiedniego sprzętu, a przede wszystkim czasu, jeśli chcemy stworzyć materiał wysokiej jakości. Dlatego mimo atrakcyjności YouTube'a jako serwisu, którego celem jest angażowanie odbiorców, wiele podmiotów może wybierać inne platformy, które są mniej wymagające pod względem produkcji treści.

Z przeprowadzonej przez nas analizy wynika, że w badanych miastach najczęściej wykorzystywanym medium społecznościowym jest Facebook. Platforma ta, dzięki zróżnicowanemu gronu odbiorców, które obejmuje różne grupy wiekowe, społeczne i demograficzne, od dawna cieszy się nieustannie popularnością. Facebook oferuje szerokie możliwości dostosowania postów do konkretnej grupy odbiorców, a także umożliwia publikację różnorodnych treści, od postów tekstowych, przez grafiki, filmy, linki, aż po interaktywne ankiety czy transmisje na żywo.

Drugą najpopularniejszą platformą okazał się Twitter. Mimo że nie wszystkie badane przez nas miasta zdecydowały się na utworzenie profilu w tym serwisie, to ogólna liczba publikacji jest zaskakująco wysoka. Prawdopodobnie wynika to ze specyfiki Twittera, który charakteryzuje się łatwością publikowania oraz limitowaną ilością znaków przypadającą na jeden wpis, co zmusza do zwięzłego i klarownego przekazu. Twitter jest ponadto przystosowany do prowadzenia szybkich dyskusji i wymiany myśli, co czyni go atrakcyjnym medium dla wielu użytkowników.

Na trzecim miejscu znalazł się Instagram, platforma głównie skupiająca się na publikacji treści wizualnych takich jak zdjęcia, filmy czy krótkie relacje zwane stories. Na jego niższą pozycję w rankingu mógł wpłynąć fakt, że na Instagramie nie można publikować postów składających się wyłącznie z tekstu. Warto zauważyć, że serwis ten jest popularny wśród młodszych grup wiekowych, które znacznie bardziej cenią sobie treści wizualne, co z kolei może przekładać się na strategiczne decyzje miast w kontekście docierania do młodszej grupy odbiorców.

Wyniki badań – najbardziej rozpoznawalne profile miast

W celu dokładnego zbadania rozpoznawalności profili w mediach społecznościowych niezbędna jest analiza każdej platformy osobno. Każdy serwis ma swoje unikalne cechy, część z nich udostępnia jedynie możliwość sprawdzenia ilości wyświetleń. W tym miejscu sprawdziliśmy liczbę obserwujących.

Facebook – najpopularniejsza platforma wśród miast Śląska?

Pierwszą analizowaną platformą jest Facebook. Jest to najpopularniejszy serwis społecznościowy na świecie, z milionami aktywnych użytkowników.

LICZBA OBSERWUJĄCYCH NA FACEBOOKU



MAJ 2023

Analizując przedstawione dane, niezaprzeczalnie dostrzegamy dominację Katowic nad innymi miastami. Wykres wyraźnie pokazuje, że miasto to wyróżnia się spośród pozostałych. Na pierwszy rzut oka łatwo jest przypisać to przewodnictwo liczbie mieszkańców – Katowice, jako jedno z największych miast województwa śląskiego, charakteryzują się największą populacją.

Gdy weźmiemy jednak pod uwagę inny sposób prezentacji danych, sytuacja staje się ciekawsza. Zamiast skupiać się na liczbie obserwujących, możemy rozpatrywać tę wartość przez liczbę mieszkańców danego miasta – wówczas wyniki prezentują się nieco inaczej.

ILOŚĆ OBSERWUJĄCYCH NA FACEBOOKU PRZYPADAJĄCYCH NA JEDNEGO MIESZKAŃCA



Maj 2023

Dane przedstawione na wykresie ukazują rozkład obserwujących użytkowników w różnych miastach Śląska. Wykazują one, że Katowice, miasto z największą populacją na Śląsku, przodują w kategorii ilości obserwujących na jednego mieszkańca.

Liczba obserwujących profil miasta Katowice wynosi 148 000. Ta imponująca liczba daje przewagę o 107 000 obserwujących nad drugim miastem w tej kategorii – Gliwicami. Pokazuje to, że większa liczba mieszkańców Katowic w porównaniu z innymi badanymi miastami nie ma wpływu na zainteresowanie użytkowników online. Może to być wyznacznikiem atrakcyjności, dynamicznego rozwoju czy aktywności społecznościowej Katowic.

Zaskakująco niski wynik osiągnęła Częstochowa, drugie co do wielkości miasto na Śląsku, która znalazła się na końcu rankingu, z liczbą obserwujących wynoszącą jedynie 21 000. Sugeruje to, że mieszkańcy Częstochowy mogą być mniej aktywni online lub też miasto to być może nie jest tak atrakcyjne dla obserwujących jak inne w regionie. Obserwacje te potwierdza przypadek Zabrze, które mimo niższej liczby obserwujących – 19 000 wyprzedza Częstochowę we wskaźniku obserwujących na mieszkańca.

Instagram – portal dla młodych

Drugą platformą, którą zbadaliśmy, jest Instagram. Znany na całym świecie serwis cieszy się ogromnym zainteresowaniem, szczególnie wśród młodszych odbiorców. Jest to doskonała sposobność dla samorządów, aby dotrzeć do młodej grupy obywateli.

LICZBA OBSERWUJĄCYCH NA INSTAGRAMIE



Maj 2023

Przyglądając się tym liczbom, zauważamy, że tak jak w przypadku Facebooka, Katowice dominują tę statystykę. Mimo to różnica między Katowicami a innymi miastami, jeśli chodzi o aktywność na Instagramie, jest znacznie mniejsza, niż jeśli chodzi o Facebooka: spadła do jedynie 2100 obserwujących.

Kiedy jednak weźmiemy pod uwagę liczbę obserwujących na Instagramie w przeliczeniu na jednego mieszkańca, dane wyglądają nieco inaczej. Katowice spadają wówczas na drugą pozycję, ustępując miejsca Gliwicom.

Warto także zwrócić uwagę na zmiany w końcowej części rankingu. Częstochowa, niebędąca w czołówce, znalazła się na podium, podczas gdy Bytom, znajdujący się wyżej, ułożył się na końcu listy.

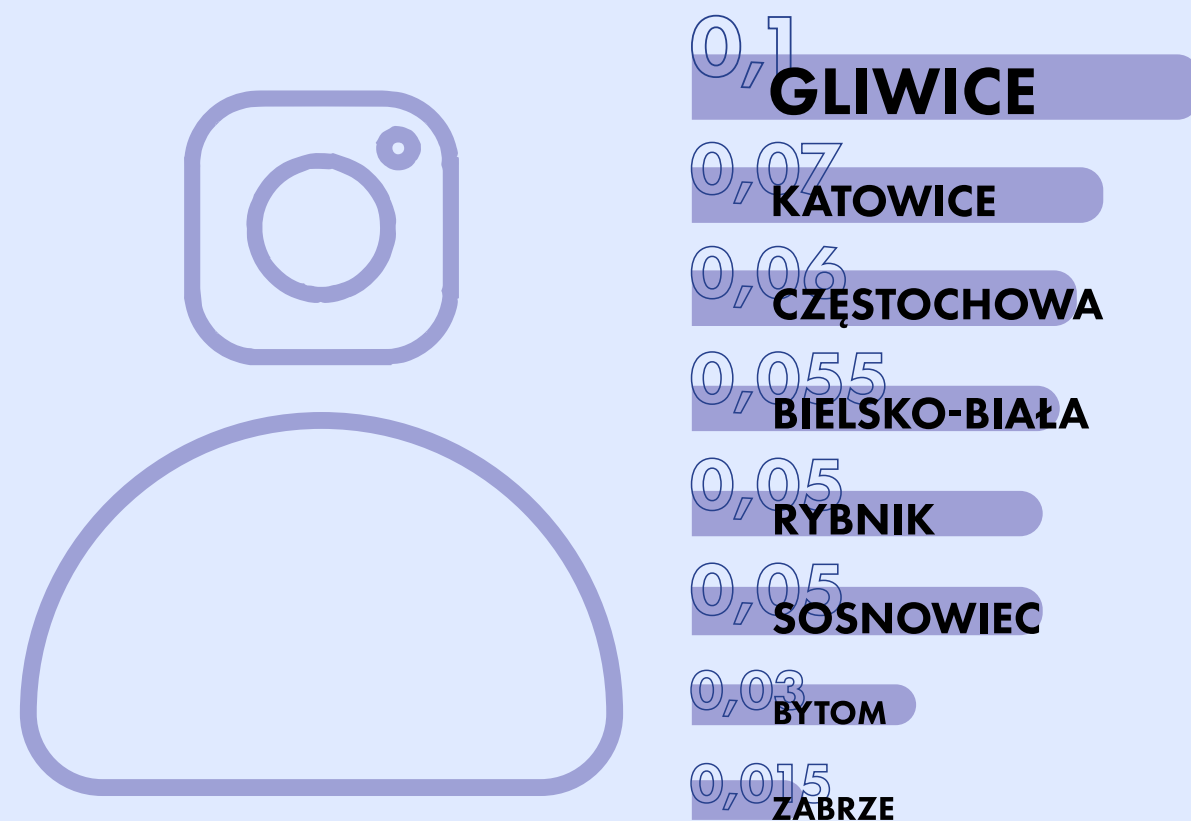
Należy również podkreślić, że na profilach wszystkich miast zauważalny jest istotny rozdzźwięk pomiędzy ilością obserwujących na Facebooku i Instagramie. Fakt ten spowodowany jest między innymi liczbą publikacji oraz tym, że miasta mają trudności z adaptacją treści do młodszych grup wiekowych.

LICZBA OBSERWUJĄCYCH: PORÓWNANIE FACEBOOK VS INSTAGRAM



Maj 2023

STOSUNEK OBSERWUJĄCYCH NA INSTAGRAMIE DO POPULACJI W POSZCZEGÓLNYCH MIASTACH



Maj 2023

Twitter – krótko, ale treściwie

Kolejną badaną platformą jest Twitter. Ten znany i stosowany na całym świecie serwis społecznościowy posiada unikalne cechy, które przyciągają różnorodne grupy społeczne. Krótkie i treściwe wiadomości stanowią doskonały sposób na szybki przekaz informacji.

LICZBA OBSERWUJĄCYCH PROFILE MIAST NA TWITTERZE



Maj 2023

Nie tak dawno temu Twitter przeszedł w ręce miliardera i innowatora Elona Muska, co spowodowało jeszcze większą popularność tej platformy.

Jedną z grup, która szczególnie ceni sobie Twittera, są politycy. Ten serwis społecznościowy umożliwia im bowiem szybki i bezpośredni kontakt z obywatelami, pozwalając na prezentowanie stanowisk, informowanie o bieżących działaniach i reagowanie na wydarzenia w sposób natychmiastowy. Można zaryzykować stwierdzenie, że w dzisiejszych czasach Twitter stanowi niezbędne narzędzie komunikacji politycznej.

Na podstawie przedstawionych danych można zauważyć zdecydowaną dominację Katowic w kontekście ilości obserwatorów na Twitterze. Miasto to przoduje z liczbą obserwujących rzędu 15 000. Porównując ją z pozostałymi badanymi kontami, przyznać trzeba, że różnica między nimi jest wysoka.

Za Katowicami plasują się Gliwice z liczbą obserwacji nieco powyżej 3000. Jak zostało to już zauważone, rysuje się wyraźna dysproporcja w liczbie obserwatorów badanych kont. Różnica między Katowicami a Gliwicami, które w liczbie obserwatorów zajmują kolejno pierwsze i drugie miejsce, wynosi 12 065.

Warto zwrócić uwagę na dwa miasta – Zabrze i Częstochowę, które nie posiadają obserwujących. Sugeruje to, że ich profile na Twitterze nie są aktywne. Fakt ten może wynikać między innymi z braku zainteresowania prowadzeniem profilu ze strony władz miasta. Jest to jednak dość zaskakujące, biorąc pod uwagę popularność Twittera jako platformy do szybkiego i skutecznego komunikowania się z mieszkańcami.

STOSUNEK LICZBY OBSERWUJĄCYCH NA TWITTERZE DO POPULACJI W POSZCZEGÓLNYCH MIASTACH



Inne miasta nie posiadają
kont w Twitterze

Maj 2023

Możliwości YouTube a wykorzystywanie tej platformy przez miasta Śląska

Kolejnym badanym serwisem jest YouTube, który swoim interaktywnym formatem przyciąga różnorodne grupy społeczne. Forma przekazywania informacji, na jaką decydują się zwykle poszczególne samorządy, sprowadza się do podcastów i wywiadów. Wiele miast reklamuje ponadto regionalną kulturę oraz miejskie inicjatywy.

ILOŚĆ SUBSKRYBENTÓW NA YOUTUBIE



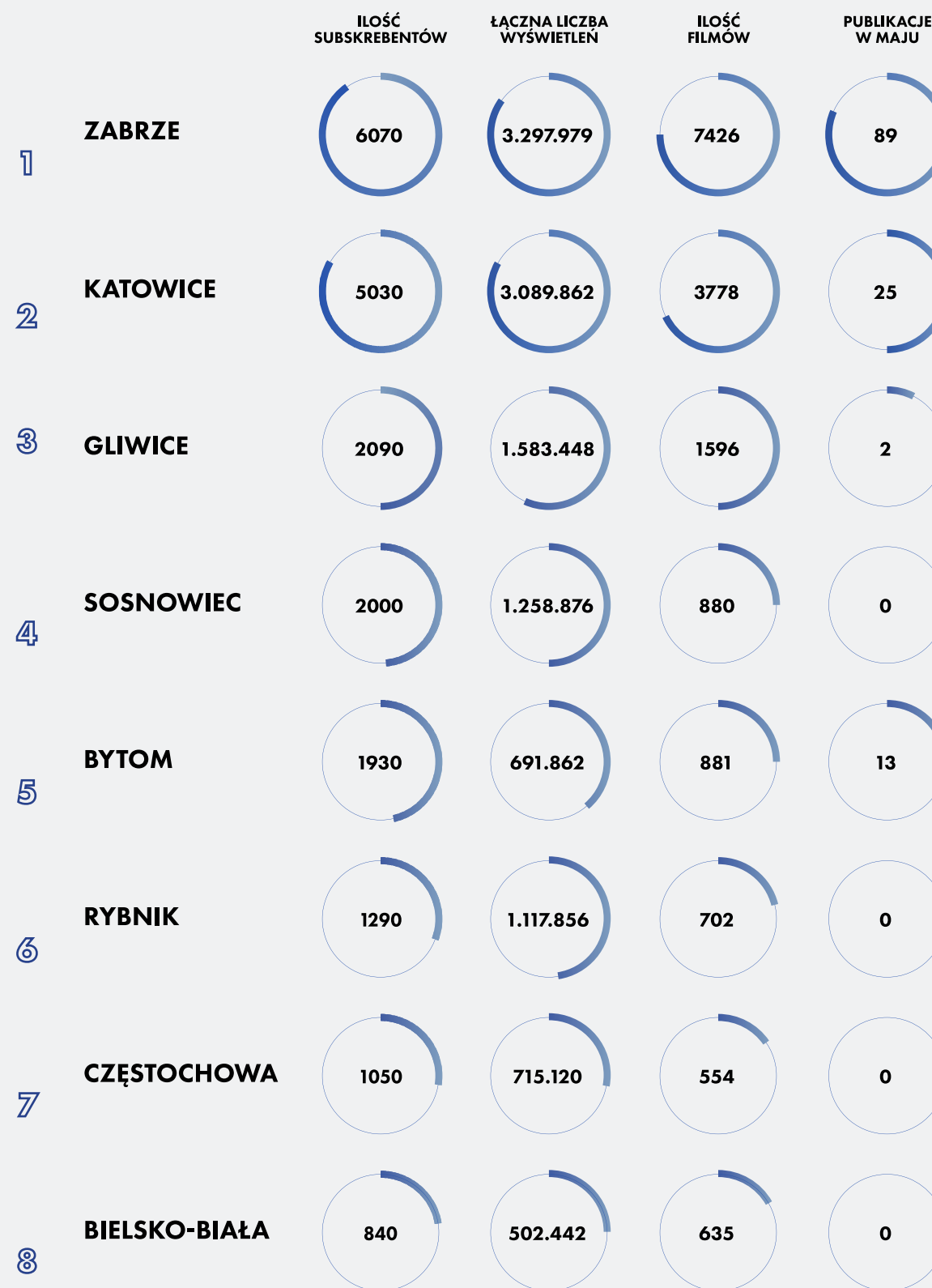
Maj 2023

Na platformie YouTube nie mamy do czynienia z obserwującymi. Termin ten jest bardziej charakterystyczny dla serwisów społecznościowych jak Instagram, Facebook czy Twitter. Na YouTube funkcjonuje natomiast pojęcie subskrybenta.

Analiza danych wykazała, że na pierwszym miejscu wśród miast posiadających największą liczbę subskrybentów znalazło się Zabrze. Warto jednak dodać, że wynika to ze specyfiki tego kanału, który należy do lokalnej telewizji. Co ważne, wiele innych miast również posiada podobne kanały, stanowiące odpowiedniki lokalnej telewizji. Telewizję Zabrze wyróżnia jednak fakt, że jej kanał na YouTube jest bezpośrednio połączony z oficjalną stroną miasta Zabrze.

W przeciwieństwie do innych platform YouTube pozwala na sprawdzenie większej ilości informacji, co umożliwiło przygotowanie tabeli z danymi.

Statystyka kont na YouTube



Maj 2023

STOSUNEK LICZBY SUBSKRYBENTÓW NA YOUTUBIE DO POPULACJI W POSZCZEGÓLNYCH MIASTACH



Maj 2023

TikTok – nowy sposób komunikacji

Ostatnią platformą, którą zbadaliśmy, jest TikTok. Jej charakterystyczną cechą, która przyciąga miliony osób, jest możliwość tworzenia kreatywnych treści w sposób, którego nie wykorzystują inne platformy. Treści na TikToku muszą być zwięzłe oraz dynamiczne, tak aby zdołały utrzymać uwagę odbiorcy.

ILOŚĆ PUBLIKACJI NA TIKTOKU W MAJU 2023 ROKU



Maj 2023

Inne miasta nie posiadają kont na TikToku

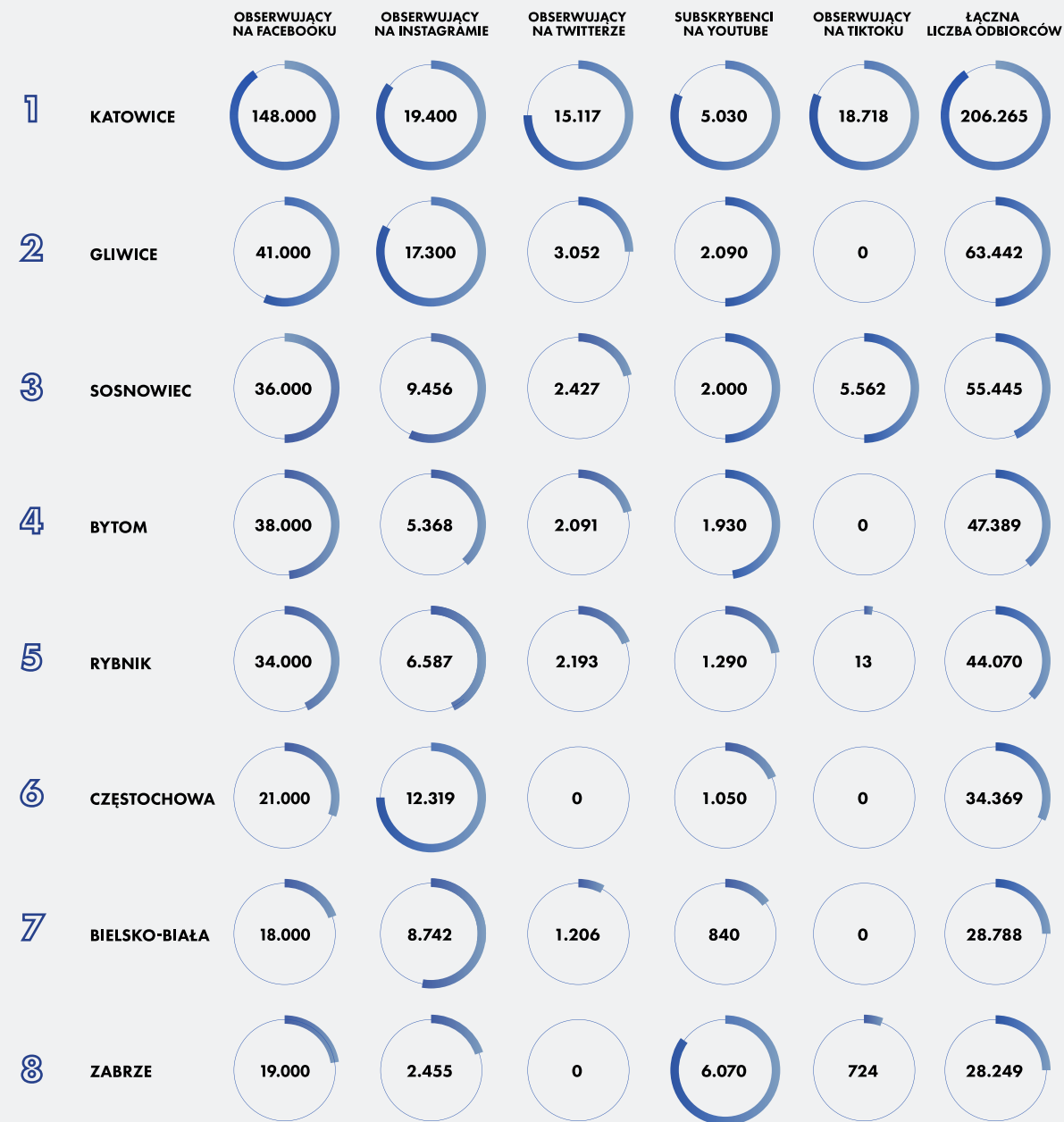
W kontekście tej analizy dostępne były trzy profile miast – Katowic, Sosnowca i Zabrze. Katowice konsekwentnie utrzymują swoją dominującą pozycję, jeśli chodzi o liczbę obserwujących. Warto jednak zwrócić uwagę na działania Sosnowca i Zabrze, które mimo że nie zanotowały wysokich wskaźników obserwujących, wykazują starania polegające na testowaniu nowych form komunikacji z mieszkańcami. Może to oznaczać, że miasta te dostrzegają zmieniające się trendy i szukają sposobów na dostosowanie swojej komunikacji do nowych oczekiwań.

Warto podkreślić, że zarówno Katowice, jak i Sosnowiec oraz Zabrze nieustannie pracują nad dostosowaniem swoich treści do specyfiki platformy, jaką jest TikTok. Pokazuje to, że przedstawiciele tych miast są świadomi, jak ważne jest zrozumienie charakterystyki i różnorodności mediów społecznościowych, aby efektywnie docierać do swoich odbiorców. Widać, że poszukują one nowych rozwiązań, aby skuteczniej komunikować się z mieszkańcami.

STOSUNEK LICZBY OBSERWUJĄCYCH NA TIKTOKU DO POPULACJI W POSZCZEGÓLNYCH MIASTACH



PODSUMOWANIE – NAJBARDZIEJ ROZPOZNAWALNE PLATFORMY WŚRÓD MIAST ŚLĄSKA



Maj 2023

Wyniki badań – 23 roku

Rozumienie skuteczności działania władz miasta w mediach społecznościowych wymaga analizy znacznie bardziej złożonej niż liczba osób obserwujących dany profil lub posiadanie czy nieposiadanie kont na różnych platformach. Choć obie te metryki mogą dawać pewien obraz popularności miasta w sieci, nie dostarczają pełnej informacji na temat jego aktywności w mediach społecznościowych.

Liczba obserwujących jest wskaźnikiem, który w łatwy sposób można zmierzyć. Niemniej jednak ważna jest świadomość, że posiadanie dużej liczby obserwujących nie gwarantuje skutecznej komunikacji z odbiorcami. W tej części badania sprawdziliśmy, jak często miasta publikują treści w mediach społecznościowych.

Publikacje na Facebooku

Duża liczba publikacji na tej platformie wynika z różnorodności, jaką oferuje Facebook: w postach można dodawać zdjęcia, filmy, odnośniki do stron internetowych lub informacje w postaci tekstu.

LICZBA PUBLIKACJI NA FACEBOOKU W MAJU 2023 ROKU



Publikacje na Instagramie

LICZBA PUBLIKACJI NA INSTAGRAMIE W MAJU 2023 ROKU



Maj 2023

Publikacje na Twitterze

LICZBA PUBLIKACJI NA TWITTERZE W MAJU 2023 ROKU



Maj 2023

Inne miasta nie posiadają
kont w Twitterze

Publikacje na YouTube

LICZBA PUBLIKACJI NA YOUTUBIE W MAJU 2023 ROKU



Maj 2023

Inne miasta nie publikowały
treści na YouTube

Publikacje na TikToku

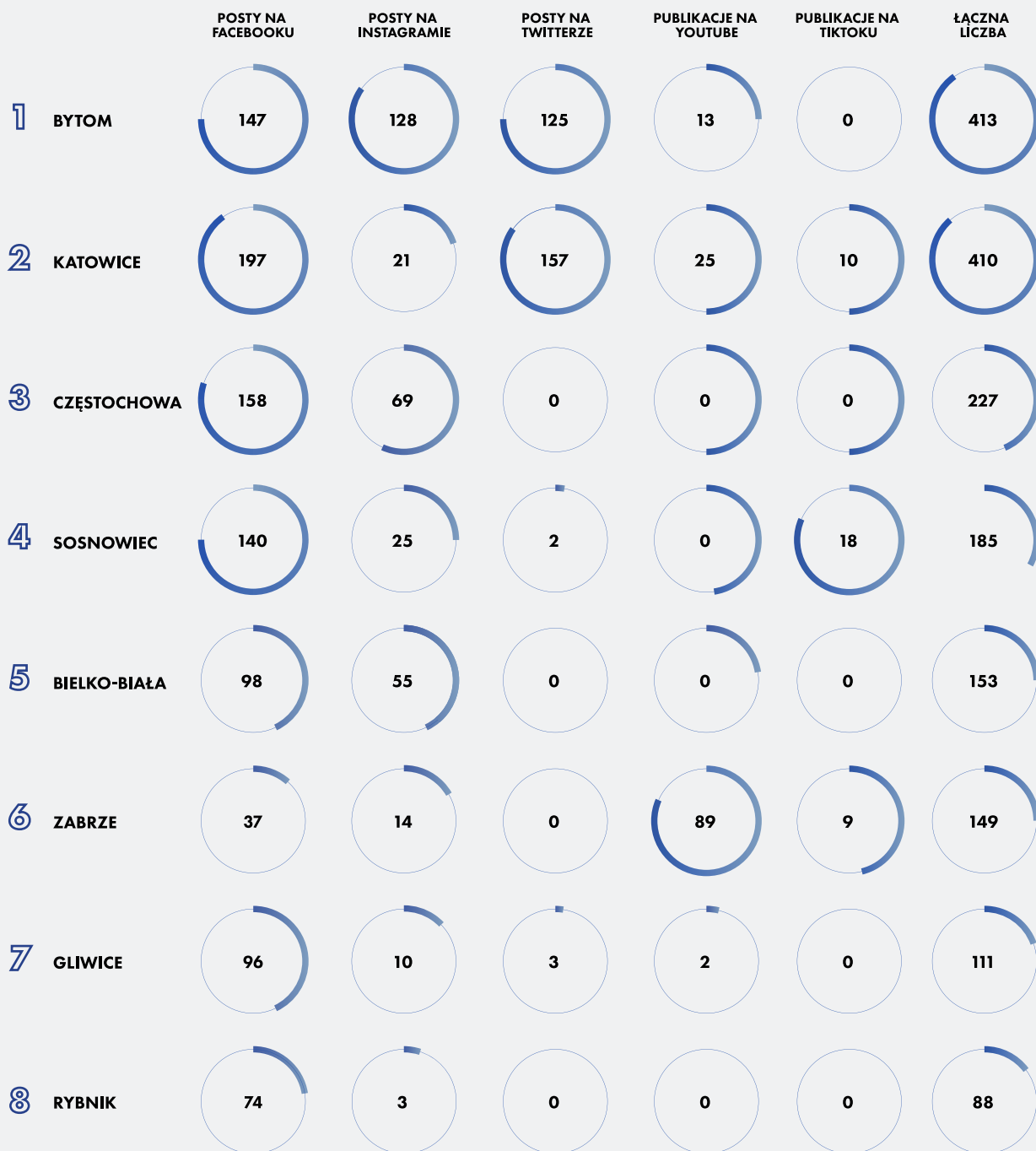
ILOŚĆ PUBLIKACJI NA TIKTOKU W MAJU 2023 ROKU



Maj 2023

Inne miasta nie posiadają
kont w TikToku

PODSUMOWANIE – AKTYWNOŚĆ NA PROFILACH MIAST W MAJU 2023 ROKU



Podsumowanie – ranking aktywność w mediach spo- łecznościowych

Stworzony przez nas raport jest źródłem informacji na temat zaangażowania miast na Śląsku w nowoczesne formy komunikacji, jakimi są media społecznościowe. Przygotowaliśmy również ranking, w którym wskazaliśmy najbardziej aktywne profile miast w mediach społecznościowych, te dopiero zaczynające swoją przygodę z komunikacją cyfrową oraz miasta, dla których ten sposób komunikacji wciąż jest wyzwaniem.

Katowice

Katowice zajmują pozycję lidera w naszym zestawieniu, to miasto jest dostrzegalne w przestrzeni mediów społecznościowych i w sposób dynamiczny rozwija komunikację z wirtualnym odbiorcą. Mając na uwadze różnorodność potrzeb swoich mieszkańców, miasto to zrećźnie operuje na różnych platformach, od tych bardziej tradycyjnych jak Facebook czy Instagram, po najnowsze trendy, które reprezentuje TikTok.

Katowice wykorzystują pełnię możliwości komunikacyjnych, jakie oferują media społecznościowe, utrzymując w ten sposób aktywny kontakt z obywatelami. To miasto wiezie prym w komunikacji internetowej – od ilości obserwujących przypadających na jednego mieszkańca po ilość wykorzystywanych platform.

Co więcej, na swoich profilach w mediach społecznościowych Katowice komunikują się w sposób bezpośredni, jasny i

łatwo przyswajalny dla odbiorcy. Warty podkreślenia jest również fakt, że miasto to aktywnie angażuje się w dialog z mieszkańcami, odpowiadając na pytania i uwagi pod postami, co dodatkowo umacnia relacje z internautami.



Zdjęcie: Spodek [dostęp 13.07.23]

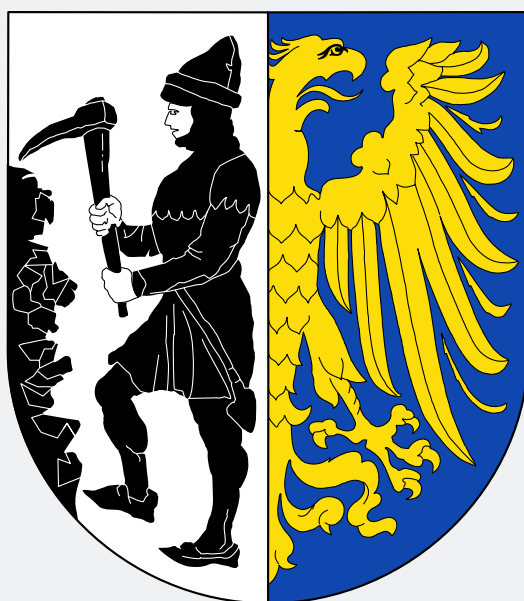
Bytom

Drugie miejsce w naszym zestawieniu, Bytom, zasługuje na szczególne wyróżnienie. Nawet pobieżna analiza działań w mediach społecznościowych pokazuje, że to miasto wyraźnie stawia na angażującą komunikację, co podkreśla znacząca ilość publikacji.

Bytom szczyti się pozycją lidera w kategorii liczby publikacji w maju, z wyraźną dominacją na Instagramie. Kluczowym aspektem, który zapewnił temu miastu drugą lokatę, jest równomierna aktywność na różnych kanałach społecznościowych z wyjątkiem TikToka. Bytom utrzymuje stały przepływ informacji, pozostając w nieustającym kontakcie z obywatelami.



Zdjęcie: Aerial drone view on Bytom [dostęp 13.07.23]



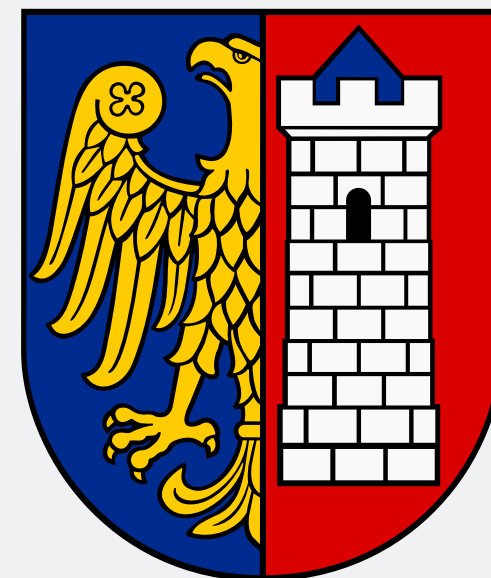
Gliwice

Trzecie miejsce w naszym rankingu zajmują Gliwice, które swoją pozycję zdobyły dzięki przemyślanemu i celowemu wykorzystaniu mediów społecznościowych. Gliwice wyróżniają się drugim miejscem w kategorii liczby obserwujących przypadających na jednego mieszkańca, co jest objawem zaufania i zainteresowania ze strony obywateli. Wyróżnikiem w działaniach tego miasta są niewątpliwie publikacje cechujące się wysoką jakością estetyczną. Zdjęcia nie tylko prezentują się profesjonalnie, lecz także idealnie oddają charakter tego miejsca, co ma szansę przyciągać nowych obserwujących i umacniać relacje z istniejącymi.



Zdjęcie: Aerial view of old town of Gliwice. [dostęp 13.07.23]

Gliwice konsekwentnie wybierają styl komunikacji językowej i wizualnej, który można określić jako przyjemny, a jednocześnie zrozumiały dla odbiorców. Ta strategia pozwala na utrzymanie bezpośredniego i efektywnego kontaktu z mieszkańcami, jednocześnie zachęcając do dalszej obserwacji i interakcji na profilach miasta.



Sosnowiec

Czwarte miejsce w naszym rankingu zdobył Sosnowiec, szczególnie wyróżniający się kompleksowym podejściem do mediów społecznościowych. Zasluguje na uznanie fakt, że miasto posiada aktywne profile na wszystkich badanych przez nas platformach społecznościowych; świadczy to o wszechstronnym podejściu do komunikacji z obywatelami.

Nie można jednak pominąć obszarów, które wymagają większej uwagi. W maju zauważalny był brak publikacji na YouTube oraz niewielka aktywność na Twitterze. Te aspekty sugerują, że miasto może lepiej wykorzystać potencjał, który dają różnorodne media społecznościowe, aby efektywniej komunikować się z mieszkańcami i budować społeczność online.



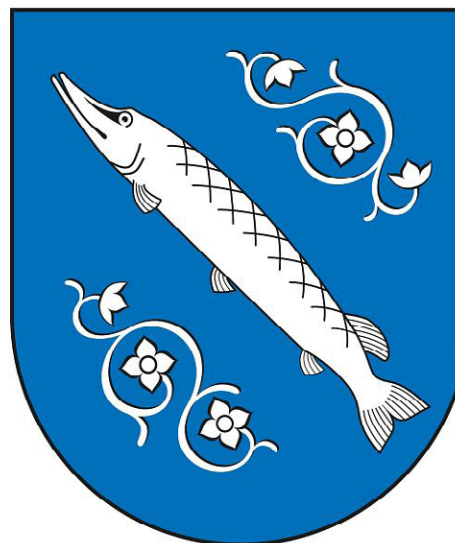
Zdjęcie: Sosnowiec city roundabout traffic circle [dostęp 13.07.23]



Rybnik

Piąte miejsce w zestawieniu przypadło Rybnikowi. Warto zauważyć, że ocena działalności tego miasta nie należała do łatwych, ponieważ konieczne było wzięcie pod uwagę niestandardowo niskiego poziomu aktywności w przestrzeni wirtualnej w maju. Jeśli spojrzymy jednak na ogólną działalność tego miasta, Rybnik niewątpliwie zasłużył na swoją pozycję.

Elementem godnym podkreślenia jest jakość publikacji. Prostota i estetyka materiałów mogą stanowić wzór dla innych samorządów. Warto również zwrócić uwagę na aspekt, który dla wielu miast powinien być priorytetowy – angażowanie się w interakcje z komentującymi obywatelami. W tym względzie Rybnik prezentuje się wyjątkowo dobrze, utrzymuje bowiem żywy dialog z mieszkańcami i efektywnie buduje relacje z lokalną społecznością.



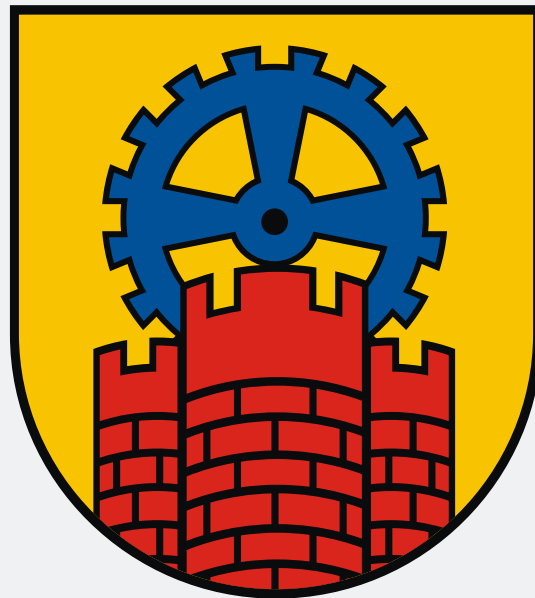
Zabrze

Szóste w zestawieniu jest Zabrze, które swoje miejsce zawdzięcza przede wszystkim aktywności na kanale YouTube. Na tej właśnie platformie Zabrze prezentuje wysoką aktywność – największą spośród badanych miast – i właśnie ten fakt miał wpływ na wysoką pozycję.

Mimo że Zabrze nie wyróżnia się znacząco w innych aspektach, warto zwrócić uwagę na decyzję o wykorzystaniu TikToka. To dość nowatorskie podejście, które przyciąga młodszych obywateli i pokazuje, że władze miasta są otwarte na nowe trendy w mediach społecznościowych. Z drugiej strony Zabrze jest jednym z nielicznych miast, które nie korzysta z Twittera. Warto byłoby zastanowić się nad włączeniem tej platformy do strategii komunikacji miasta, aby skuteczniej docierać do różnych grup odbiorców.



Zdjęcie: Aerial drone view on Zabrze city at dusk [dostęp 13.07.23]



Częstochowa

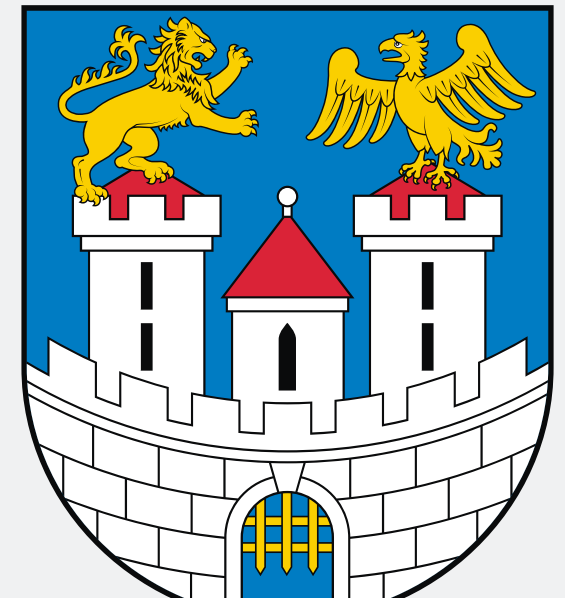
Kolejną pozycję w zestawieniu zajmuje Częstochowa. Jak się wydaje, działania tego miasta w mediach społecznościowych nie nadążają za najnowszymi trendami w komunikacji pomiędzy samorządami a mieszkańcami. Brak obecności na Twitterze oraz TikToku sprawia, że Częstochowa korzysta z najmniejszej ilości platform spośród badanych miast.

Co więcej, mimo że Częstochowa jest drugim pod względem populacji miastem na Śląsku, to jeśli chodzi o liczbę obserwujących, plasuje się na szóstej pozycji – za miastami o znacznie mniejszej liczbie mieszkańców. Ten aspekt niewątpliwie wymaga uwagi.



Zdjęcie: The Jasna Gora sanctuary in Czestochowa [dostęp 13.07.23]

W maju Częstochowa wykazała się dość dużą aktywnością, na profilach miasta pojawiły się liczne posty, co daje powody do optymizmu. Prawdopodobnie miasto jest świadome znaczącej roli mediów społecznościowych w komunikacji z mieszkańcami, a z pewnością wykazuje chęć, aby być obecne w tej przestrzeni.



Bielsko-Biała

Na końcu rankingu znalazło się Bielsko-Biała, które w obecnej chwili nie wykorzystuje w pełni potencjału mediów społecznościowych.

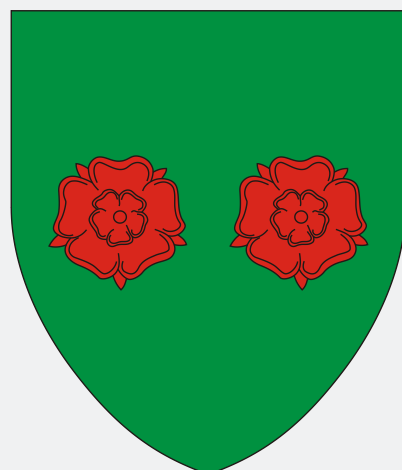
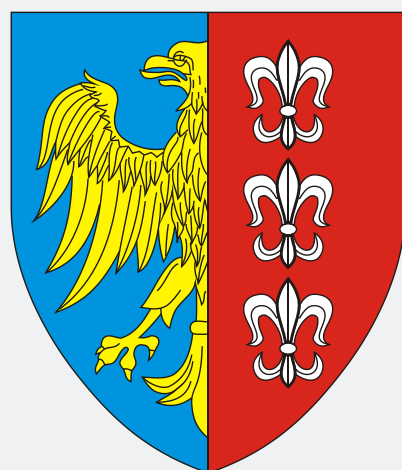
Niewielka liczba obserwujących na profilach miasta wskazuje na wyraźną lukę w komunikacji pomiędzy samorządem a obywatelami. Co więcej, mimo posiadania oficjalnych kanałów w serwisach YouTube czy Twitter w badanym miesiącu nie pojawiły się na nich żadne treści. To pokazuje, że potencjał tych platform jest niedoceniany i niewykorzystany.

Warto również zwrócić uwagę na estetykę treści publikowanych na profilach Bielska-Białej, którą określamy jako mierną. Poprawa jakości wizualnej prezentowanych treści może znacząco wpłynąć na atrakcyjność profili miasta dla odbiorców, zachęcić do większej aktywności oraz interakcji, a także przyczynić się do pojawiania się nowych odbiorców.

Wymienione wyżej aspekty złożyły się na to, że Bielsko-Biała znalazło się na ostatnim miejscu rankingu. Odpowiednie działania w tych obszarach mogą jednak znacznie poprawić pozycję miasta w przyszłych zestawieniach.



Zdjęcie: Ukwiecone polskie miasto Bielsko-Biała. [dostęp 13.07.23]



Metodologia

Tworząc ranking najbardziej aktywnych profili miast w mediach społecznościowych wśród tych, które obejmowały nasze badanie, zwróciliśmy uwagę na kilka aspektów. Przede wszystkim obliczyliśmy wskaźnik liczby obserwujących względem populacji, sprawdziliśmy liczbę publikacji w badanym miesiącu oraz liczbę opublikowanych filmów. Ponadto oceniliśmy stopień, w jakim dana platforma społecznościowa jest wykorzystywana przez zarządzających, ich komunikację z wirtualnym odbiorcą oraz to, czy wchodzi z nim w interakcję. Każde z miast mogło w tych kategoriach otrzymać maksymalnie 5 punktów. Na koniec nasz zespół ekspertów ocenił również jakość zdjęć prezentowanych na profilach - w tej kategorii przyznawano maksymalnie 3 punkty. Naszym zdaniem wymienione czynniki mają wpływ na to, czy dany profil może być uznany przez odbiorcę za atrakcyjny. Wyniki prezentujemy w tabeli poniżej.

Tablica podsumowania

RANKING BADANYCH MIAST POD WZGLĘDEM SOCIAL MEDIÓW

		WSKAŹNIK LICZBY OBSERWUJĄCYCH DO POPULACJI (1-5)	LICZBA POSTÓW W MAJU (1-5)	LICZBA FILMÓW NA YOUTUBE (1-3)	WYKORZYSTANIE PLATFORM (1-5)	WCHODZENIE W INTERAKCJE Z KOMENTUJĄCYMI (1-3)	SPOSÓB PISANIA: URZĘDOWY CZY BEZPOŚREDNI (1-3)	JAKOŚĆ ZDJĘĆ (1-3)	SUMA
1	KATOWICE	5	5	3	5	3	3	3	27
2	BYTOM	4	5	2	4	2	2	2	20
3	GLIWICE	4	2	1	4	1	3	3	19
4	SOSNOWIEC	3	2	1	5	2	3	2	18
5	RYBNIK	4	1	1	4	3	2	2	17
6	ZABRZE	2	1	3	4	2	2	2	16
7	CZĘSTOCHOWA	2	3	1	3	1	3	2	15
8	BIELSKO-BIAŁA	2	2	1	4	2	2	1	14

Maj 2023

Autorzy

Petros Tovmasyan
Karolina Jedziniak

Opracowanie graficzne:

Anton Luzan
Martyna Błaszkwicz

Korekta:

Karolina Wycislik

Wydawca:

New Europe Foundation
ul. Warszawska 56/1
40-008 Katowice

tel.: +48 579 632 319

Sfinansowano przez Narodowy Instytut Wolności
- Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
ze środków Rządowego Programu Rozwoju
Organizacji Obywatelskich na lata 2018 – 2030