



Z informacją do mieszkańców - tak działają media miejskie

2020-07-02

W ostatnim czasie zauważalnie wzrósł popyt na informację. Zmieniły się też preferencje odbiorców. Zwiększająca się grupa odbiorców stała się więc ogromną szansą dla mediów miejskich, samorządowych.

O ile media ogólnopolskie nie odczuwają presji rynku mediowego, o tyle lokalne czują oddech na plecach. Walka o widza i czytelnika, a poprzez to – o reklamy, sprowadza się do publikowania coraz bardziej sensacyjnych tekstów i materiałów, które powinny się klikać. Morderstwa, kradzieże, zatrzymania, areszty, korupcja, wypadki zawsze będą na topie. Natomiast informacje o nowych inwestycjach dla mieszkańców, kolejnych remontach, pomocy dla potrzebujących, walce o czyste powietrze, działalności instytucji kultury czy utrzymaniu zieleni raczej nie są popularne wśród lokalnych tytułów prasowych. A to są istotne informacje dla mieszkańców.

Właśnie po to, aby zagospodarować tę lukę, powstały media miejskie, czyli samorządowe. Trend jest ogólnopolski i Kraków ma w nim spory udział. Media miejskie nie mogą być jednak amatorszczyzną. Muszą sprostać wymaganiom współczesnego odbiorcy, których chce, by news był atrakcyjny, przekazany zrozumiałym, a nie „urzędowym” językiem, wzbogacony o filmy, grafiki i zdjęcia. Dlatego urzędy współpracują z fachowcami – dziennikarzami, operatorami filmowymi, fotoreporterami, grafikami komputerowymi. Z takimi właśnie fachowcami urząd zawiera umowy. Informacja, mimo że wiele osób tak ją postrzega, nie jest darmowa. Dobrze przygotowana, potrzebna mieszkańcom informacja kosztuje.

Kraków od kilkunastu lat wydaje bezpłatny dwutygodnik. Rozdawany jest w nakładzie 40 tysięcy egzemplarzy, nawet na przystankach autobusowych i tramwajowych. Miasto obecne jest w mediach społecznościowych: profile na Facebooku, Twitterze, Instagramie czy YouTube mają wśród lokalnych najwyższe liczby polubień, obserwujących i subskrybentów. Telewizja.kraków.pl dostarcza co roku ponad tysiąc relacji z wydarzeń, przygotowuje reportaże, przewodniki, filmy instruktażowe i promocyjne, relacje live. Miasto ma również znaną i cenioną stronę internetową, która co miesiąc rejestruje 3-4 miliony wyświetleń i prawie milion użytkowników. Informację miejską mieszkańiec Krakowa znajdzie też na ekranach w tramwajach i autobusach, a także na wyświetlaczach na przystankach.