

# STOLICE REGIONÓW

## Analiza wizerunku miast wojewódzkich w mediach

### Białystok

Prasa I - XII 2008

Rzeszów Warszawa Toruń Poznań Bydgoszcz Szczecin Białystok Gdańsk Białystok Gdańsk Katowice Gorzów Wielkopolski Zielona Góra Lublin Łódź Wrocław Opole Kielce

## Spis treści

Wstęp.....	3
Rozdział I - Ujęcie tematyczne .....	4
Rozdział II - Ujęcie statystyczne .....	8
Rozdział III - Porównanie miast.....	22

## Wstęp

Na podstawie materiałów prasowych zebranych w 2008 roku, a traktujących na temat Białegostoku opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Artykuły poddane analizie pochodzą z monitoringu ponad 1000 tytułów prasy ogólnopolskiej, regionalnej, branżowej oraz specjalistycznej.

Raport składa się z trzech podstawowych części:

### **Rozdział I – Ujęcie tematyczne**

Rozdział ten zawiera podsumowanie najistotniejszych i najczęściej pojawiających się informacji na temat Białegostoku i powiatów w województwie podlaskim.

### **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

Rozdział poświęcony statystynom i zestawieniom na temat Białegostoku oraz miast powiatowych z województwa podlaskiego. W rozdziale tym przedstawiono sumę artykułów prasowych w podziale na ich rodzaj. Zestawiono ilości publikacji na temat stolicy podlaskiego, które ukazały się w poszczególnych województwach. Materiały prezentują również najczęściej pojawiające się w artykułach na temat Białegostoku tematy. Ponadto obliczono wartość, która odzwierciedla przeciętny kontakt jednego czytelnika prasy z nazwą miejscowości Białystok w ciągu roku. Z Rozdziału II można dowiedzieć się także, o których podlaskich samorządowcach prasa pisała najczęściej. Zestawiono miesiące, w których nazwa Białystok najczęściej pojawiała się w prasie oraz dziennikarzy, którzy byli autorami największej ilości artykułów na temat stolicy województwa podlaskiego. Raport nie pomija danych na temat miast powiatowych. Zaprezentowano informacje na temat miejscowości, które pojawiły się zarówno w kontekście Białegostoku, jak i we wszystkich materiałach prasowych.

### **Rozdział III – Porównanie miast**

Rozdział przedstawiający i porównujący statystyki otrzymane dla badanych miast wojewódzkich. Kolejne edycje raportu będą uzupełniane także o porównania z miastem analizowanym w danym miesiącu.

## Rozdział I - Ujęcie tematyczne

### Informacje ogólne

Miasto wojewódzkie, wizytówka regionu, siedziba władarzy, kulturalne i biznesowe centrum każdego z województw. Rosnąca rola marketingu i PR lokalnego, wymusza niejako przyglądanie się polskim metropoliom z bliska. Archiwum najważniejszych wydarzeń, kulturalnych, sportowych, biznesowych i społecznych jest codziennie tworzone przez media. To dziennikarze prasy regionalnej nieustannie informują o porannych korkach na drogach, pogodzie, wyprzedających w poszczególnych sklepach, pożarach, ekscesach lokalnej młodzieży, inwestycjach, decyzjach administracyjnych itd. Uzupelnieniem są oczywiście wystąpienia danego miasta w prasie ogólnopolskiej. To na łamach dzienników i tygodników opinii, dzienników specjalistycznych czy prasy kolorowej lokalna stolica staje w szranki ze swoimi odpowiednikami z innych regionów kraju. Materiały te tworzą obraz miasta atrakcyjnego lub też pozostającego daleko w tyle w różnorodnych sferach funkcjonowania, od biznesu i inwestycji zaczynając, na wydarzeniach kulturalnych i ośrodkach akademickich kończąc.

Analitycy firmy PRESS-SERVICE Monitoring Mediów przygotowali kolejną z cyklu analiz porównujących miasta wojewódzkie. Szczegółowej analizie poddano Białystok. Pozostałe opracowania przyniosą zaskakujące wnioski z porównań aktywności medialnych poszczególnych miast. Przedstawimy wyniki porównania Bydgoszczy i Torunia, Warszawy i Poznania, a także wszystkich miejscowości względem siebie.

Marcin Szczupak

Kierownik Działu Raportów Medialnych  
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o. o.

### Szczegółowa analiza najbardziej medialnych grup tematycznych

#### Sport na Podlasiu

Białystok, podobnie zresztą jak inne analizowane przez firmę PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o. o. miasta, promuje się za pośrednictwem sportu. Liderem wśród drużyn sportowych, o których w minionym czasie pisano najczęściej, jest Jagiellonia Białystok. Dziennikarze informowali o boiskowych zmaganiach piłkarzy, transferach, kontuzjach. Nazwa drużyny pojawiała się również w tabelach, sportowych rankingach, informacjach dotyczących piłkarzy. Oprócz tego media drukowane śledziły wyczyny koszykarzy zespołu PKK Żubry Białystok oraz siatkarek Pronaru Zeto Astwy AZS. Szeroko komentowaną sprawą była zmiana trenera białostockich siatkarek. Na stanowisku szkoleniowca Dariusz Luks zastąpił Czesława Tobolskiego, pod którego wodzą zespół przegrał wszystkie cztery spotkania w ekstraklasie.

#### Mały ruch nie dla Białegostoku?

Media informowały ponadto o podpisaniu petycji skierowanej do MSZ z żądaniem ułatwień w wydawaniu wiz dla Białorusinów przez ponad tysiąc przedstawicieli firm z Podlasia. Dziennikarze podali, że chodziło zarówno o szybsze wydawanie wiz, jak i podpisanie umowy o małym ruchu granicznym. Akcja miała swój początek na największym na wschód od Wisły bazarze przy ul. Kawaleryjskiej w Białymstoku, gdzie przez kilkanaście lat kwitł handel z Białorusinami. Skarżono się, że po wejściu Polski do strefy Schengen stoiska, hale targowe i hurtownie świecą pustkami. Sprawę dyskutowano w lutym 2008 r. zarówno w mediach lokalnych, jak i tych o zasięgu ogólnopolskim. Do wątku wrócono w sierpniu 2008 roku, kiedy pojawiła się realna szansa na zawarcie umowy z Białorusią. Podkreślano jednak, że Białystok będzie w tej sprawie pominięty, choć tak bardzo zabiegał o to, by znaleźć się w strefie objętej małym ruchem granicznym.

#### Chora służba zdrowia

W mediach często pojawiał się temat nie najlepszej sytuacji podlaskiej służby zdrowia. Między innymi informowano, że brakuje chętnych do nocnej medycznej opieki nad mieszkańcami trzech największych podlaskich miast oraz o strajkach w białostockim szpitalu. W styczniu strajk ostrzegawczy w wojewódzkim szpitalu w Białymstoku przeprowadziły pielęgniarki. Marzec i maj 2008 roku upłynęły pod znakiem protestów lekarzy pielęgniarek, radiologów i innych pracowników szpitali w województwie podlaskim.

### Irlandzkie inwestycje

Dziennikarze podjęli temat irlandzkiej inwestycji w Białymstoku. Media drukowane informowały, że Irlandzka Grupa Inwestycyjna zbuduje galerię Jagiellonii przy ulicy Jurowieckiej. Podawano, że Irlandczycy zainwestują w Białymstoku nawet do 200 mln euro. Media śledziły także sprawę hali widowiskowo-sportowej, która powstanie przy ulicy Ciołkowskiego i kosztować będzie 60 mln zł.

### Via Baltica przez Białystok?

O Białymstoku wspomina się także w kontekście drogi ekspresowej Via Baltica. Poinformowano, że na czarnej liście ekologów znalazły się dwa podlaskie projekty. Są nimi: droga ekspresowa Via Baltica, wzdłuż trasy nr 8 Białystok - Budzisko i droga ekspresowa nr 19 na odcinku przebiegającym przez Puszcę Knyszyńską. Podkreślano, że według Organizacji Bankwatch i Friends of the Earth Europe - twórców czarnej listy - trasy zaszkodzą środowisku, bo przebiegają przez obszary chronione Natura 2000. Właśnie dlatego Unia Europejska nie powinna ich w żadnym wypadku dofinansowywać, o co apelują autorzy czarnej listy. W materiałach prasowych Białystok kojarzony jest z najmniej proekologicznym przebiegiem Via Baltiki. Wariant białostocki forsowany jest przez Generalną Dyрекcję Dróg Krajowych i Autostrad, jednak przebiega przez dolinę rzeki Rospudy, co budzi protest ekologów. Oprócz czarnej listy ekologów drodze Via Baltica zagraża coś jeszcze – kłótnie radnych PiS i PO, o czym w minionym roku informowała prasa. O Białymstoku wspomina się również omawiając trasę tranzytową Via Carpatia, której budowa, jak twierdzą dziennikarze, nie obejdzie się bez protestów.

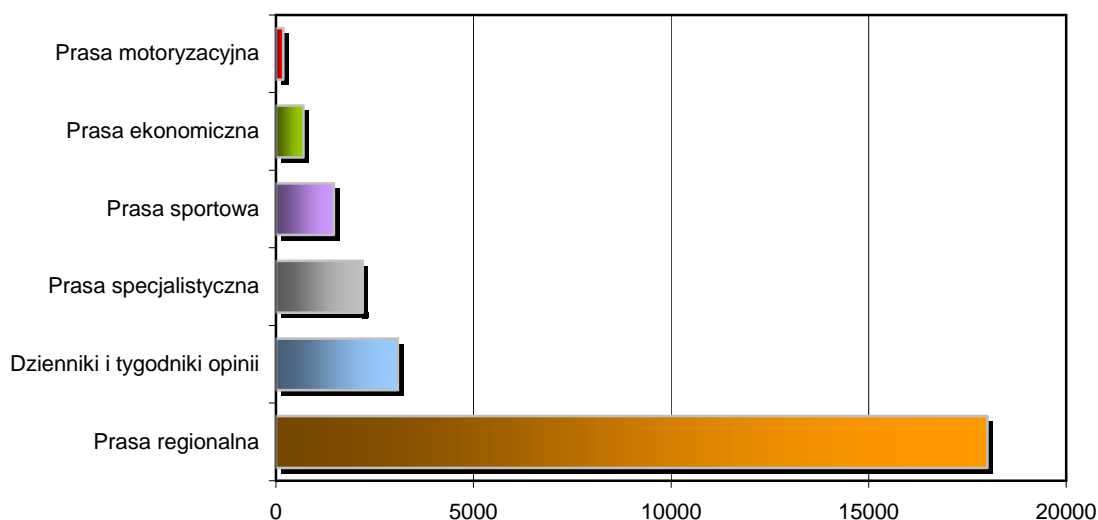
### Galeria Alfa

Często podejmowanym tematem była sprawa Galerii Alfa, po której zawaleniu się w marcu 2008 roku zawrzało w medialnym świecie. Dziennikarze dywagowali nad przyczynami katastrofy oraz szukali winnych tragedii. Zastanawiano się także nad tym, czy wizerunek firmy Unibepu, generalnego wykonawcy projektu, ucierpiał na katastrofie. Informowano ponadto, że główną przyczyną zawalenia się ściany w zabytkowej części budynku były błędy projektowe w obliczeniu jej wytrzymałości. Dziennikarze pisali także o uroczystym otwarciu „najmodniejszego miejsca w mieście”, które odbyło się 15 października 2008 roku.

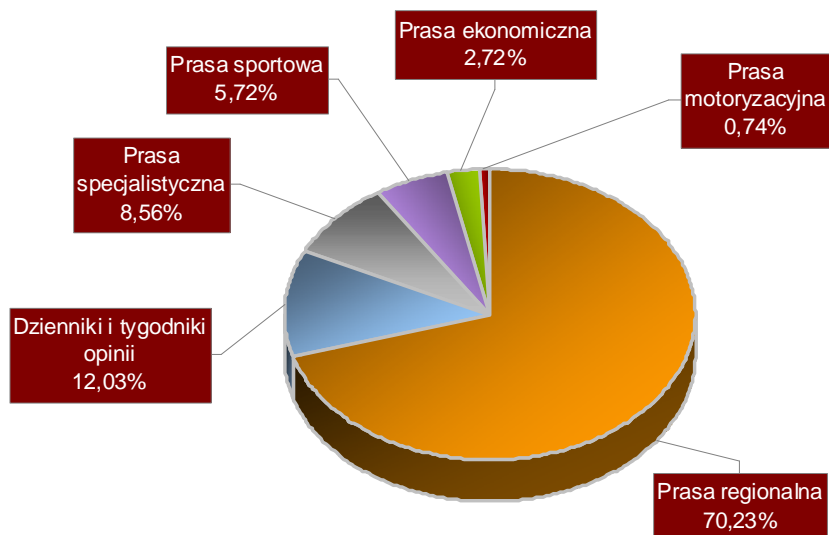
## Wschodzący Białystok

W mediach pojawiały się artykuły dotyczące promocji regionu. Informowano m.in. o akcji Kompanii Piwowarskiej pod hasłem „Żubr budzi Podlasie”, nad którą honorowy patronat objął Prezydent Miasta Białegostoku. Wielu zwolenników miała także inicjatywa Multimedialnej Encyklopedii Regionu, której patronują Marszałek Województwa Podlaskiego oraz Podlaski Kurator Oświaty. Dziennikarze zachęcali czytelników, by przyczynili się do promocji swojej „małej ojczyzny” dzięki regiopedii. Oprócz tego przedstawiano relację z kampanii promocyjnej „Wschodzący Białystok”. Kontrowersje wzbudziło nowe oficjalne logo miasta, podobne do tego, którym posługuje się nowojorskie stowarzyszenie skupiające gejów, lesbijki, biseksualistów i transseksualistów.

## Rozdział II - Ujęcie statystyczne

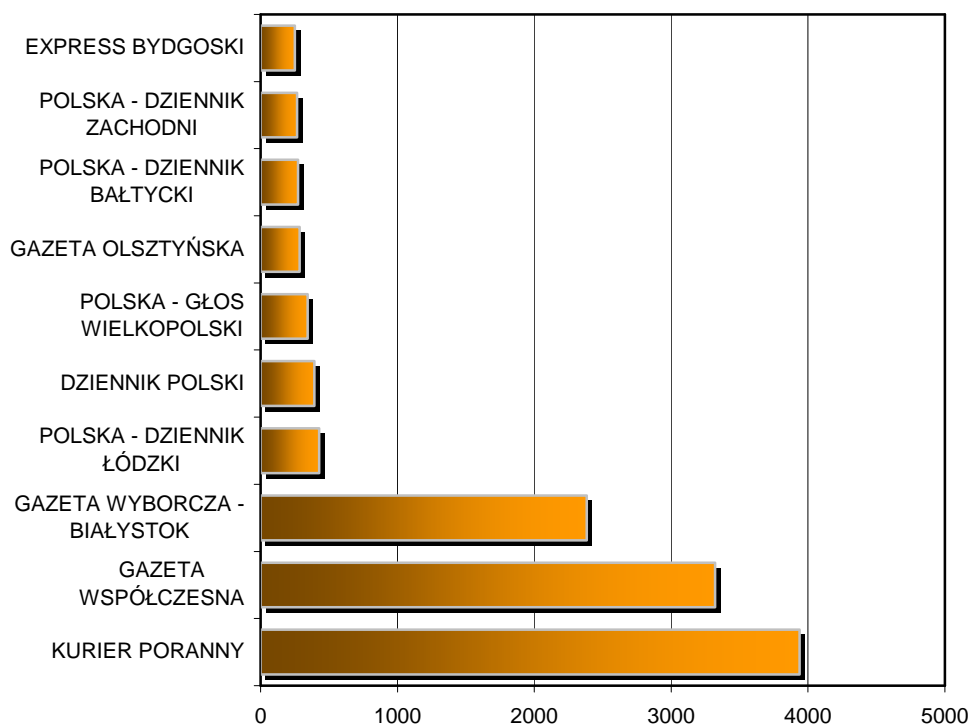


Wykres 1. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy

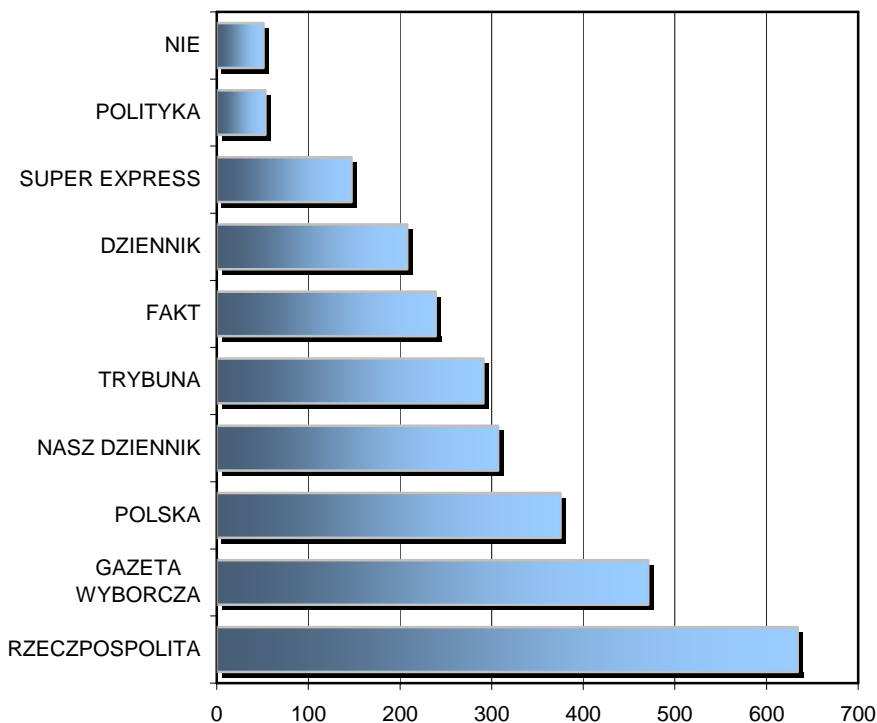


Wykres 2. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy

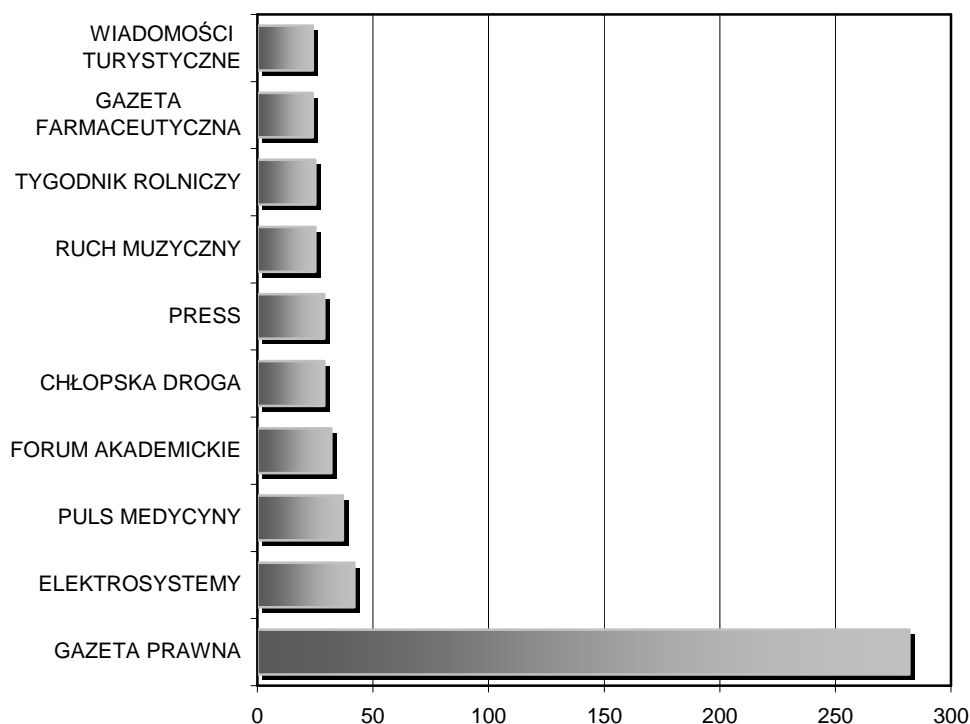




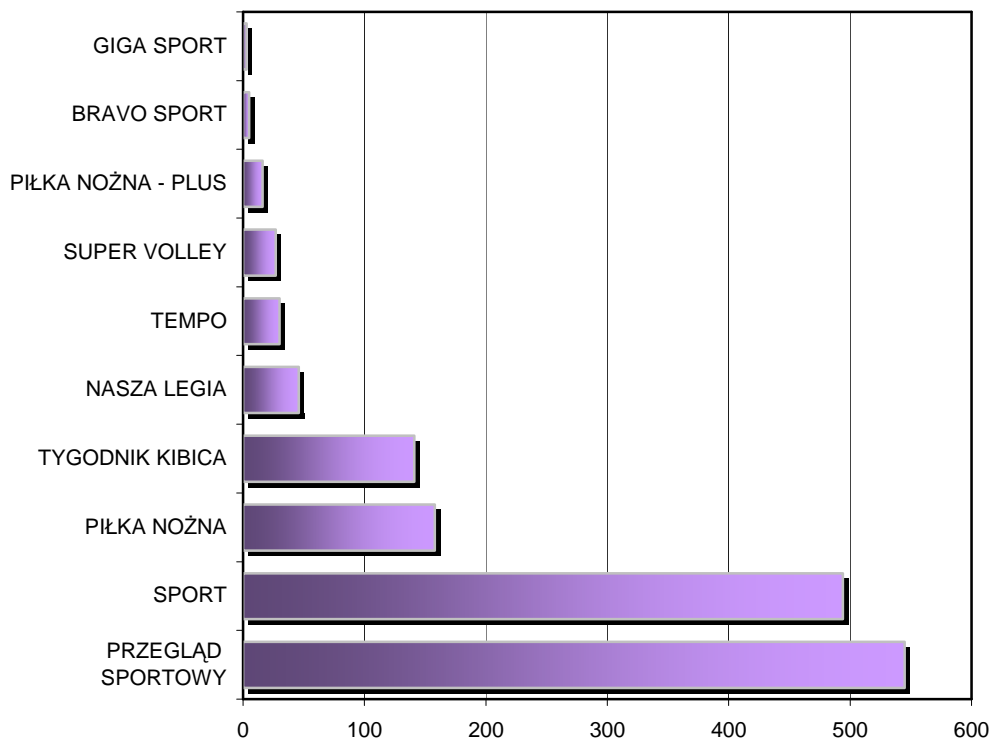
Wykres 3. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej



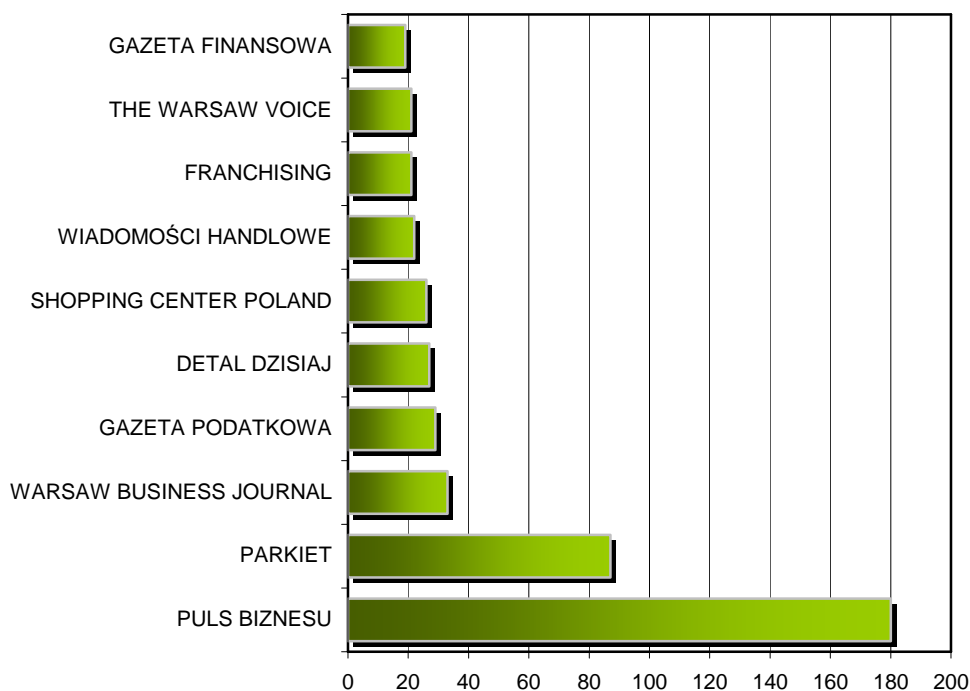
Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii



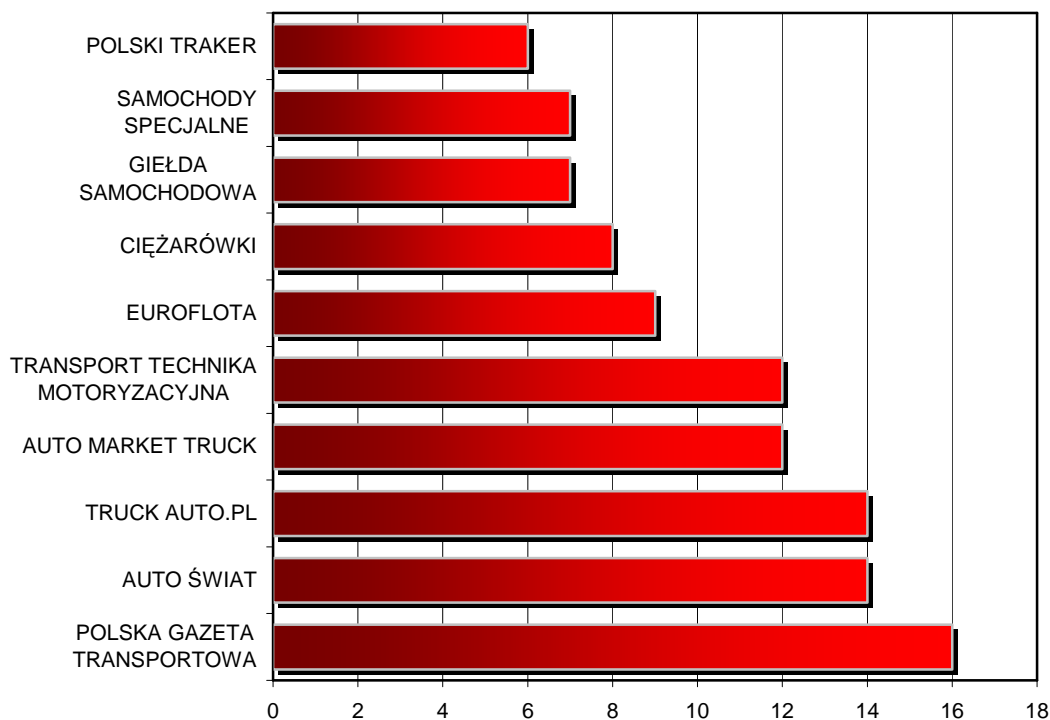
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



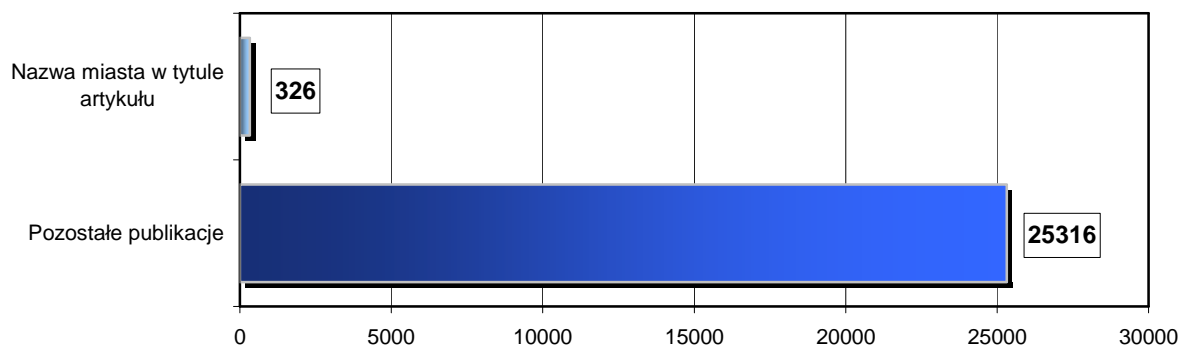
Wykres 6. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



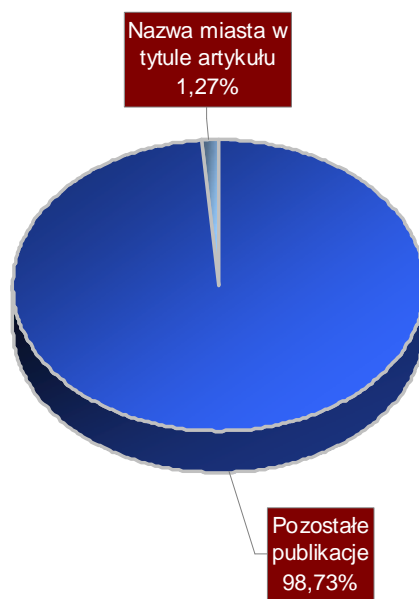
**Wykres 7. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej**



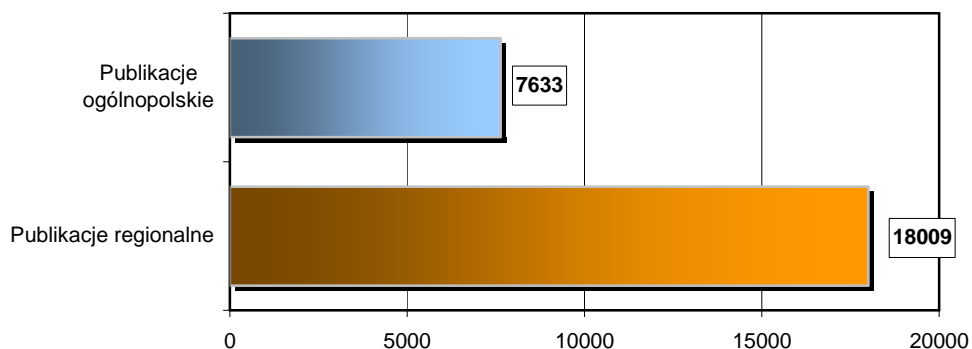
**Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej**



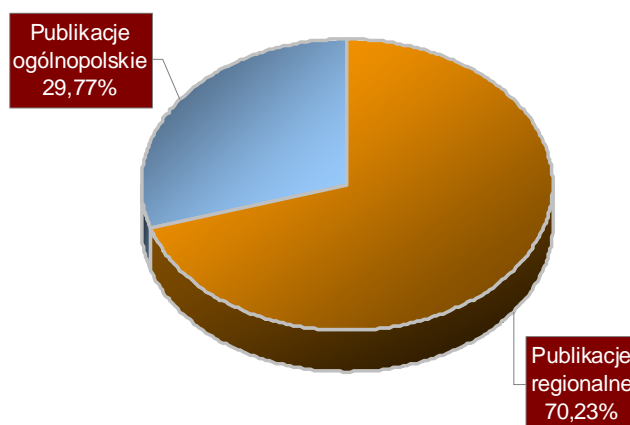
**Wykres 9. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje**



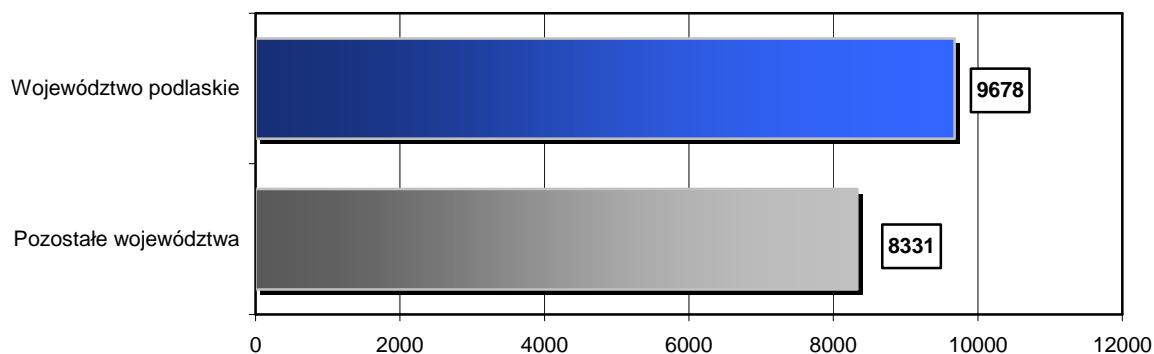
**Wykres 10. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje**



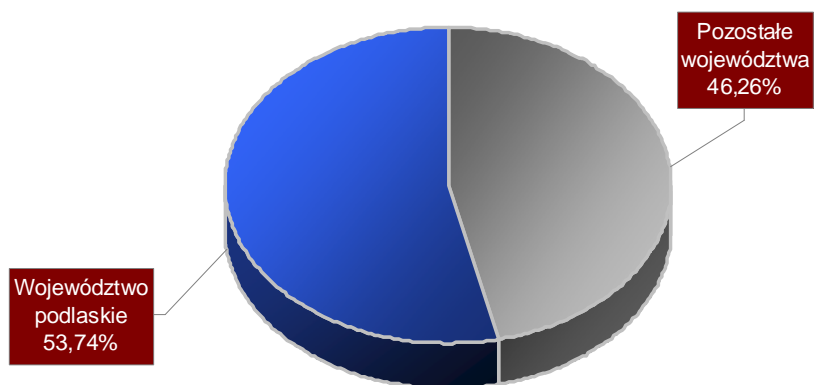
**Wykres 11. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich**



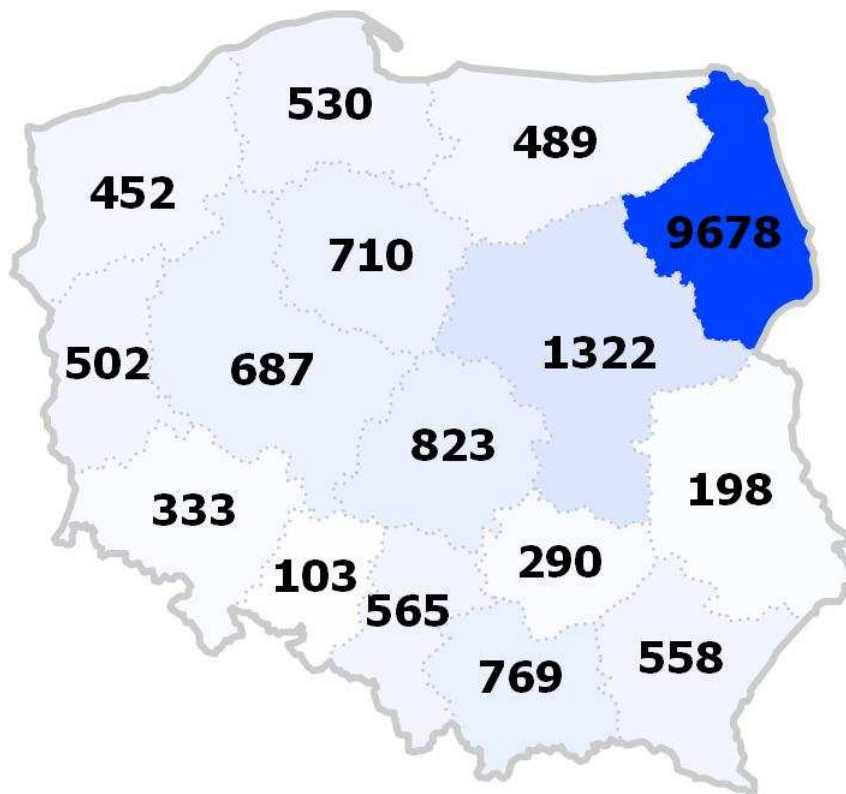
**Wykres 12. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich**



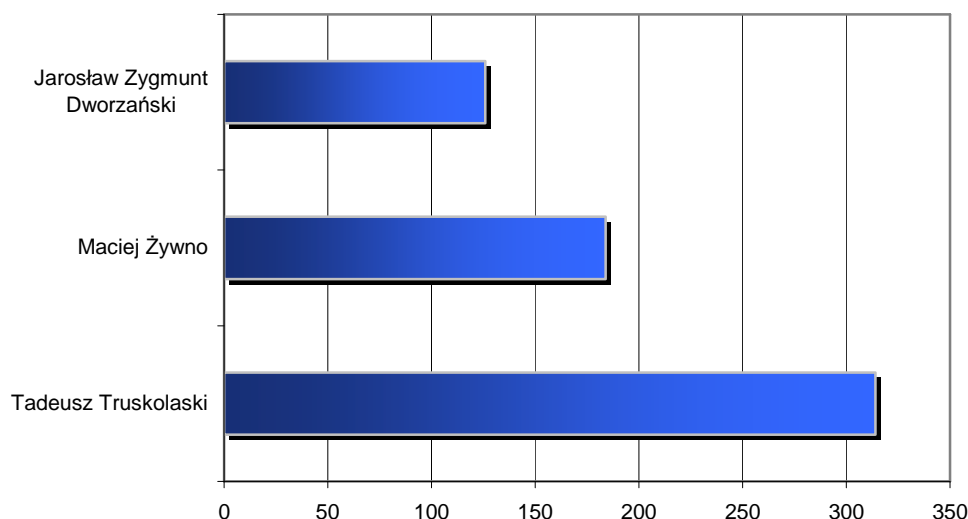
**Wykres 13. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa**



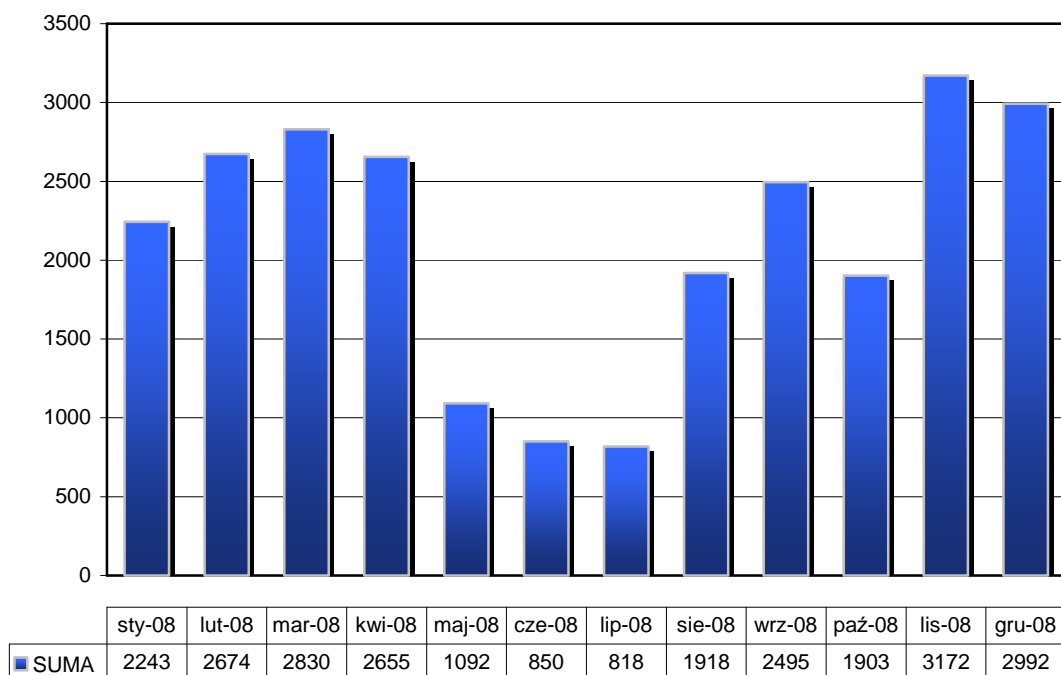
**Wykres 14. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa**



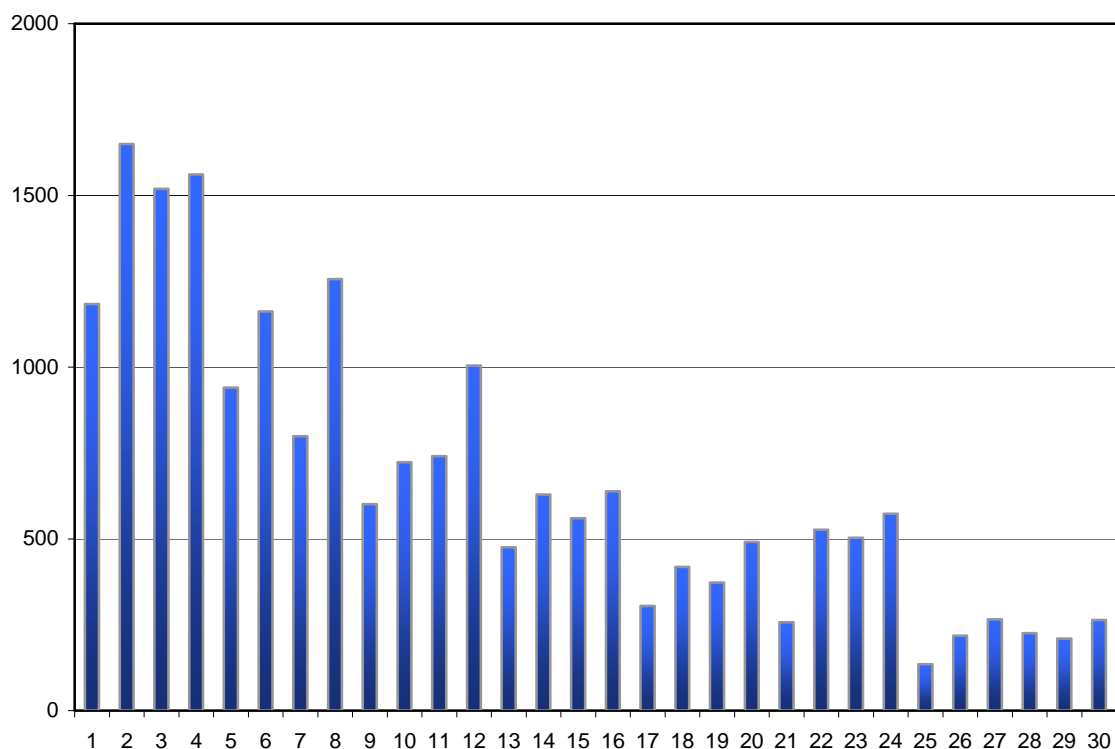
Wykres 15. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



Wykres 16. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Białegostoku (Tadeusz Truskolaski), wojewody podlaskiego (Maciej Żywno) oraz marszałka województwa podlaskiego (Jarosław Zygmunt Dworzański) w materiałach na temat Białegostoku

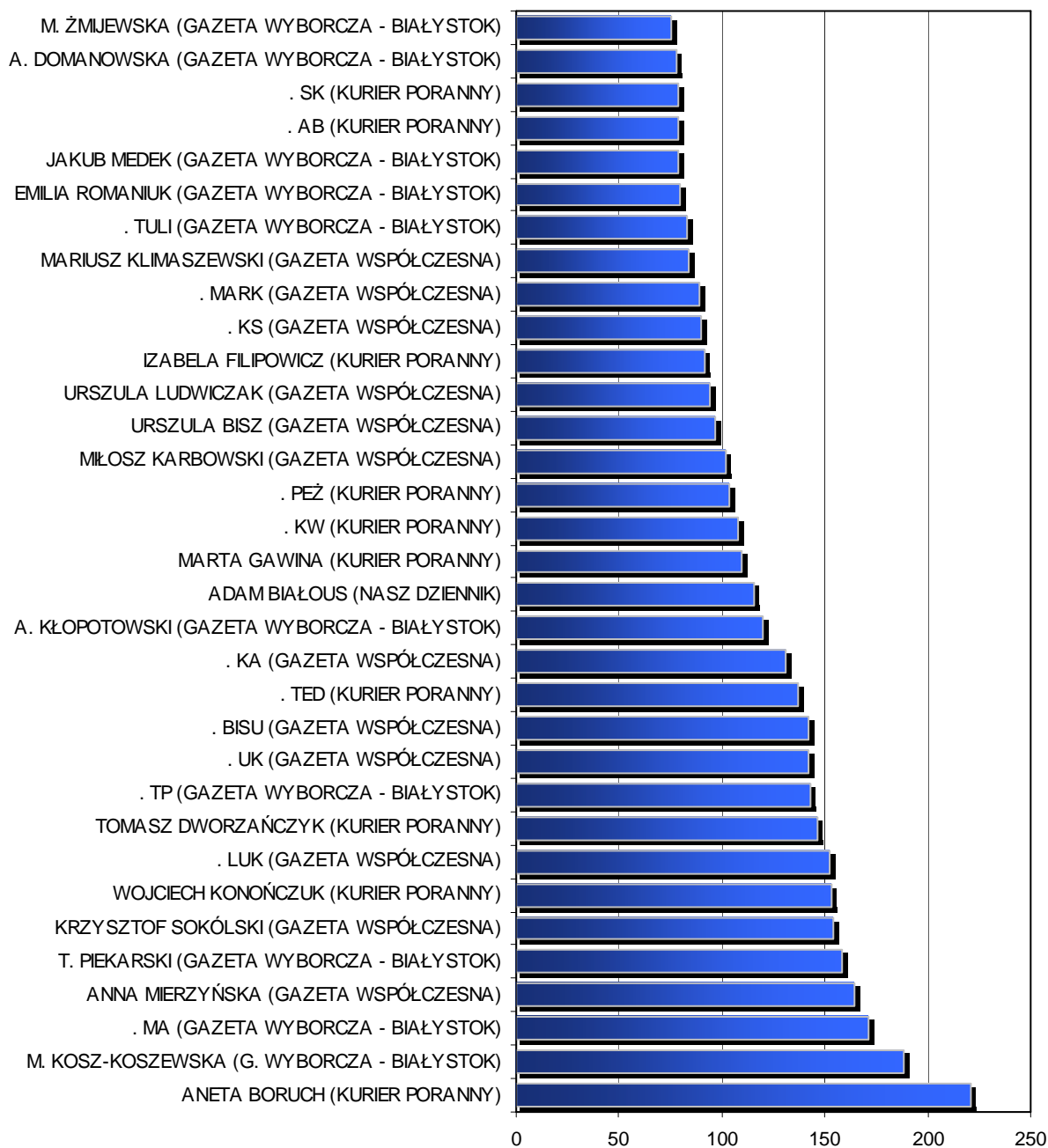


Wykres 17. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku

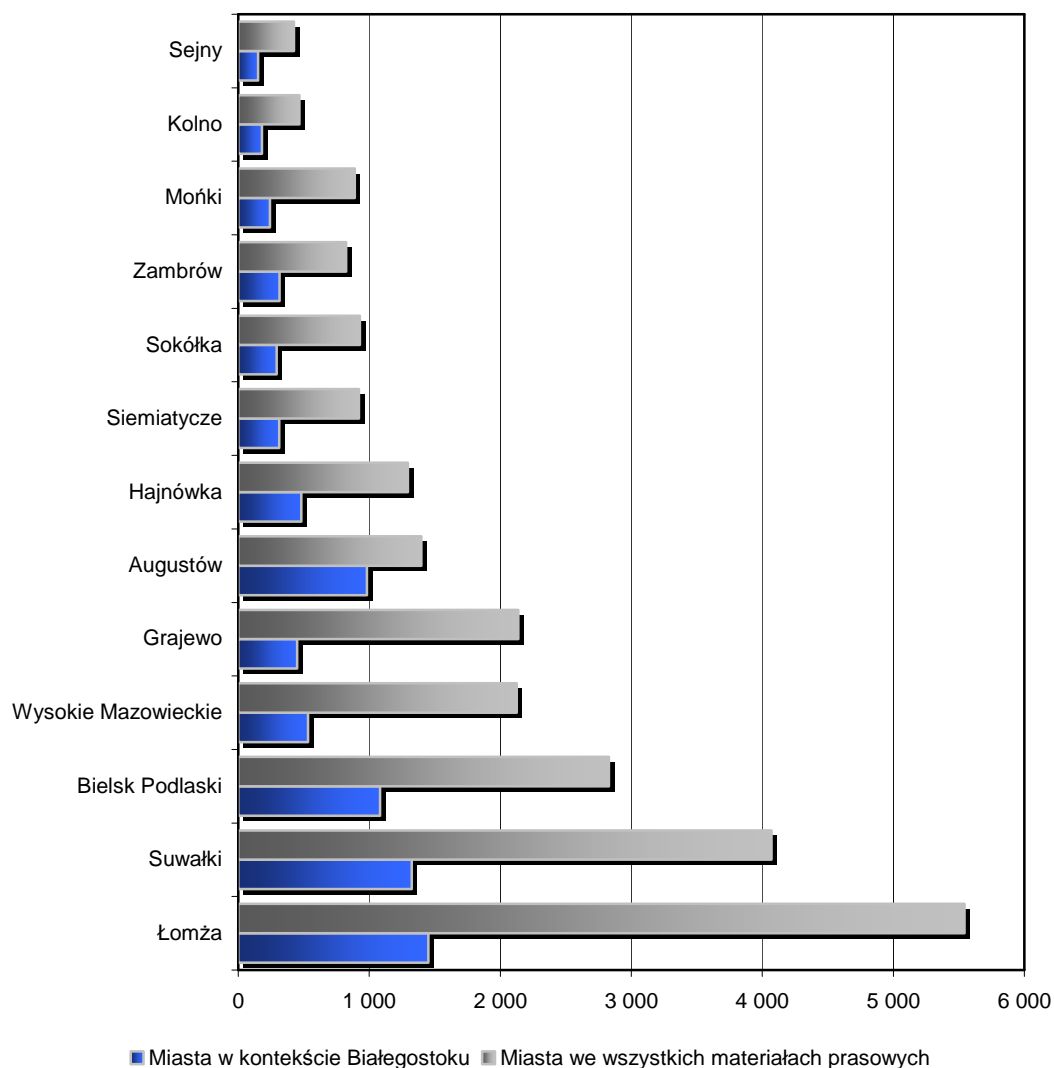


Wykres 18. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet

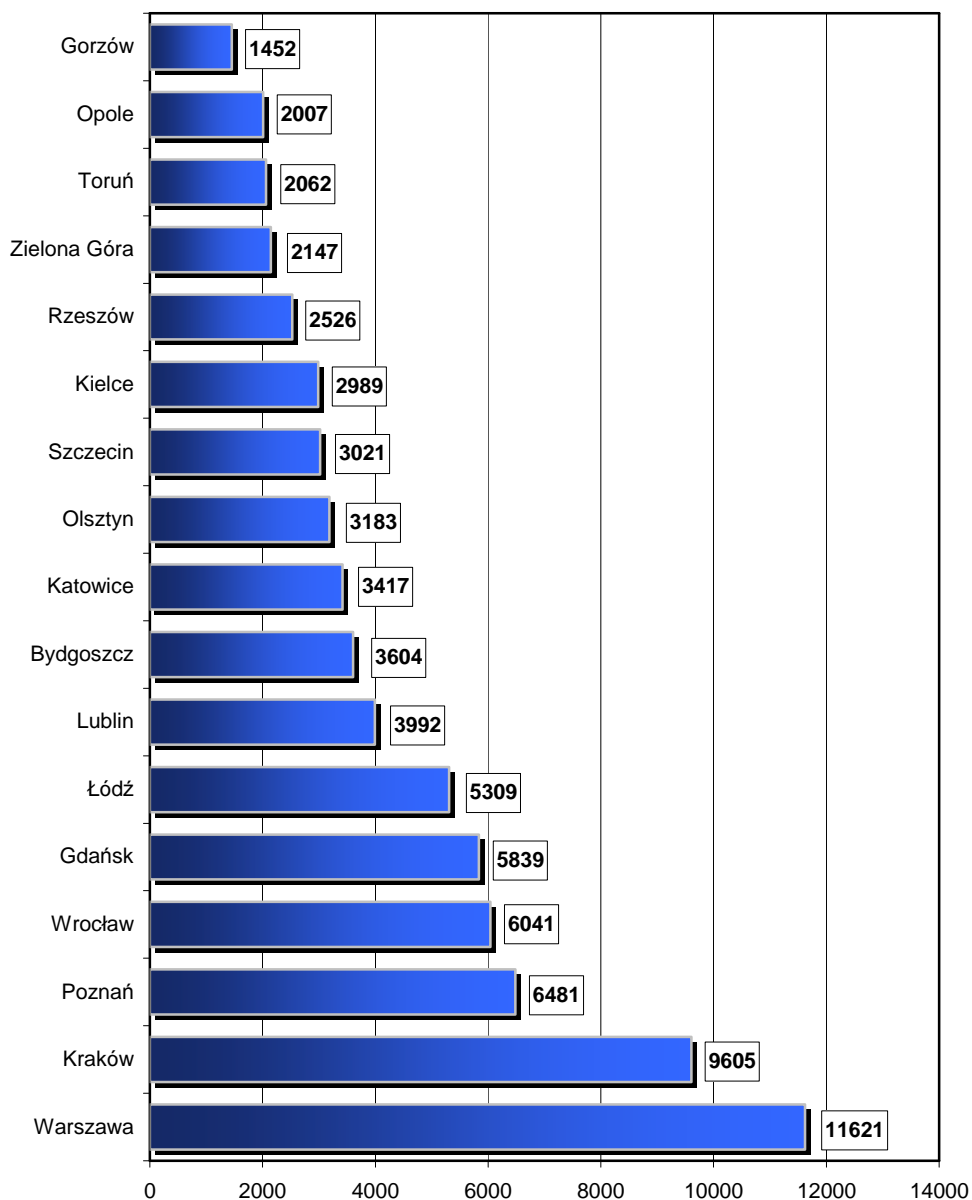




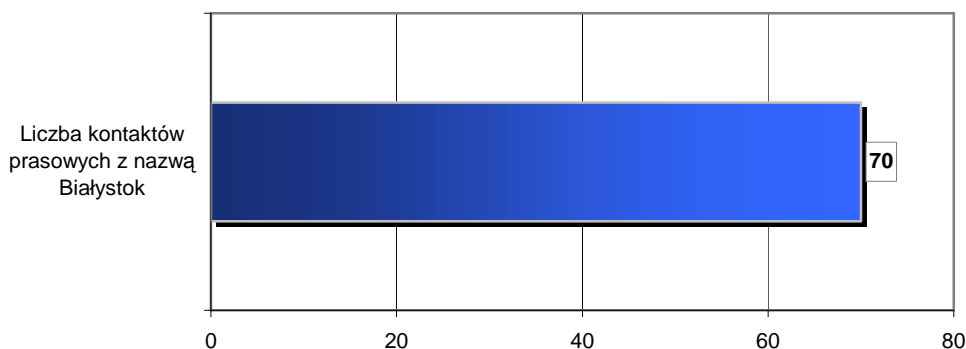
**Wykres 19. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych**



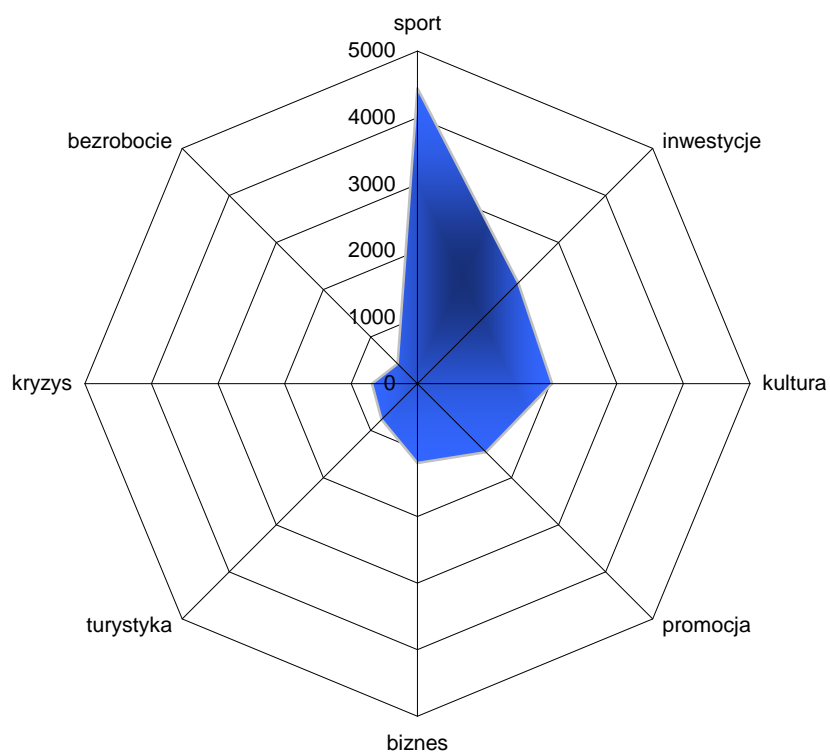
**Wykres 20. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów podlaskich w artykułach prasowych w kontekście Białegostoku oraz we wszystkich materiałach prasowych**



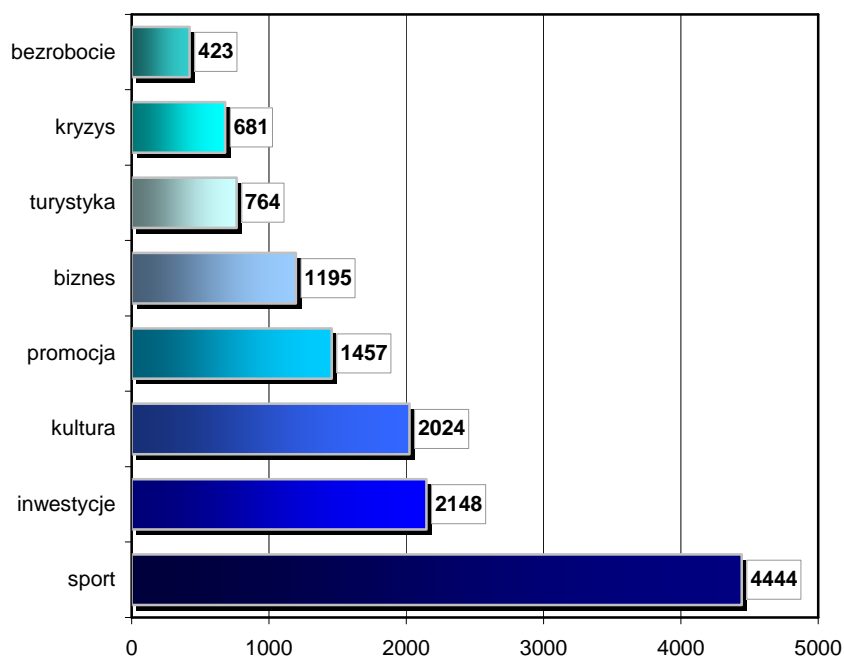
**Wykres 21. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujące się w publikacjach na temat Białegostoku**



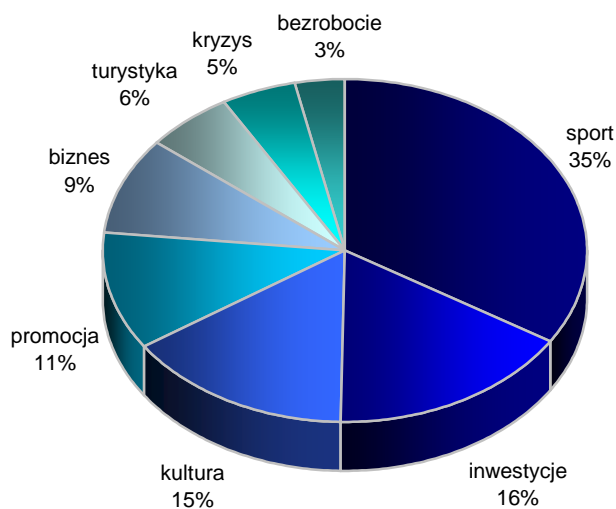
**Wykres 22. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Białystok w ciągu roku**



**Wykres 23. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Białystok**

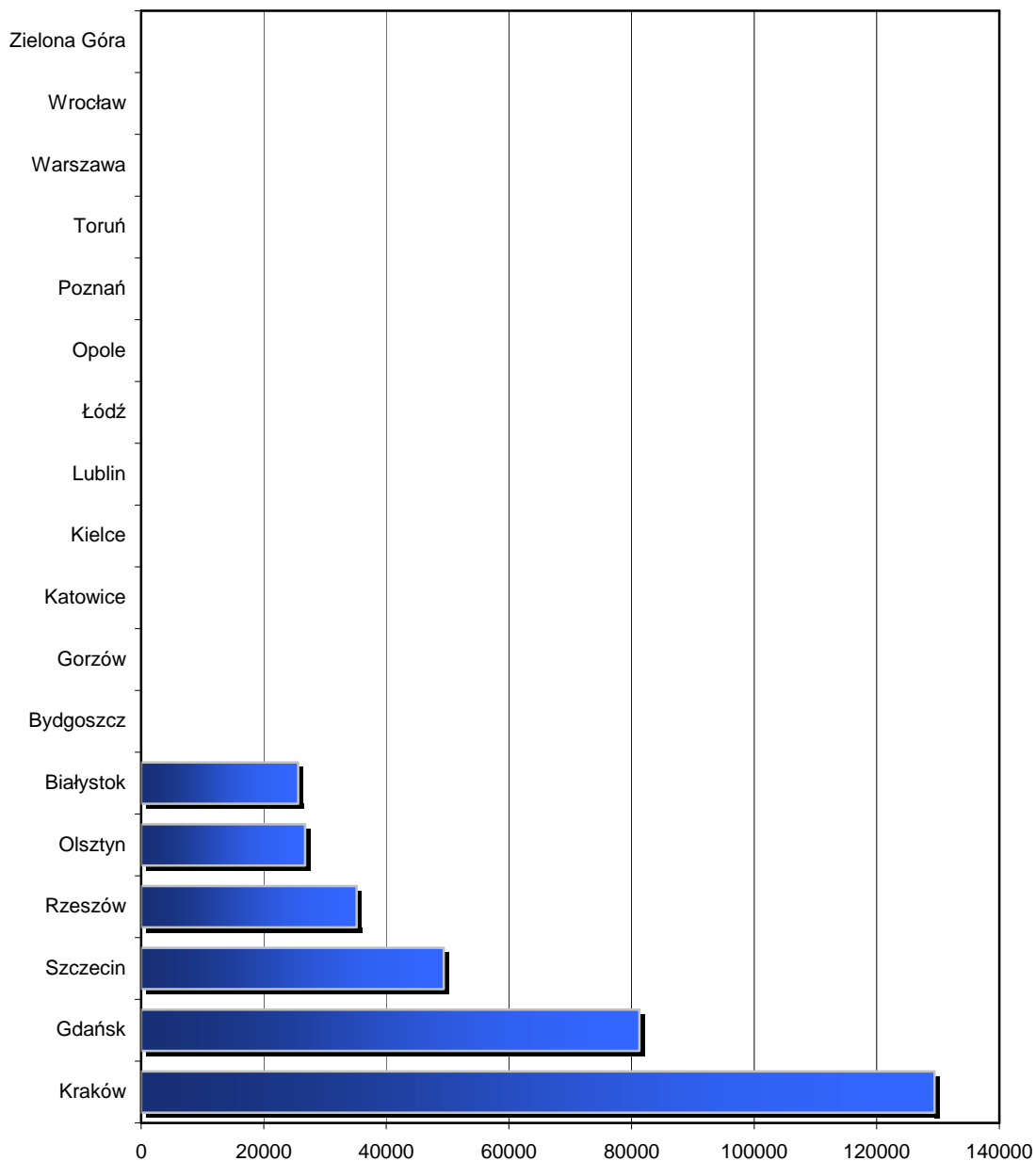


Wykres 24. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Białystok

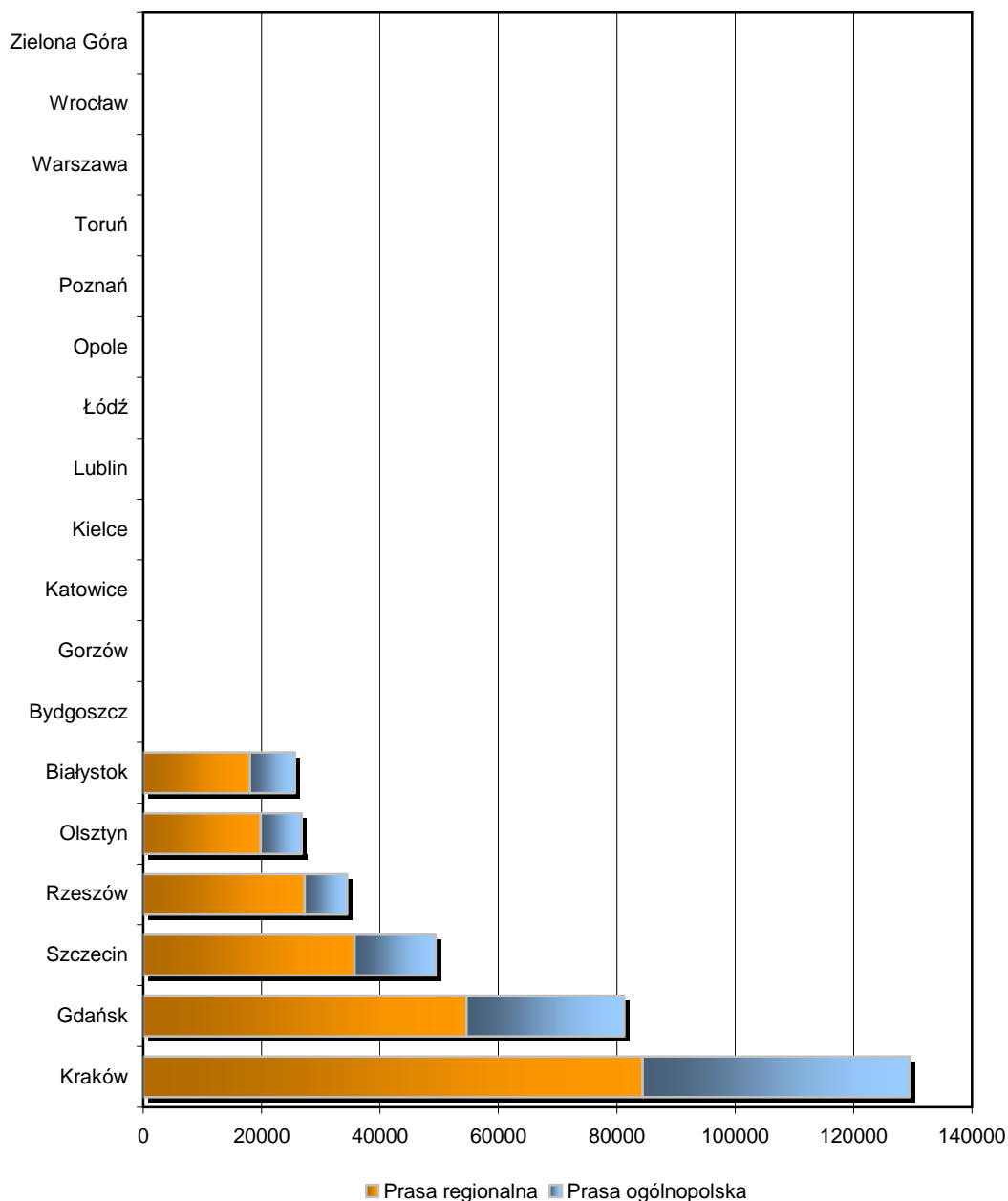


Wykres 25. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Białystok

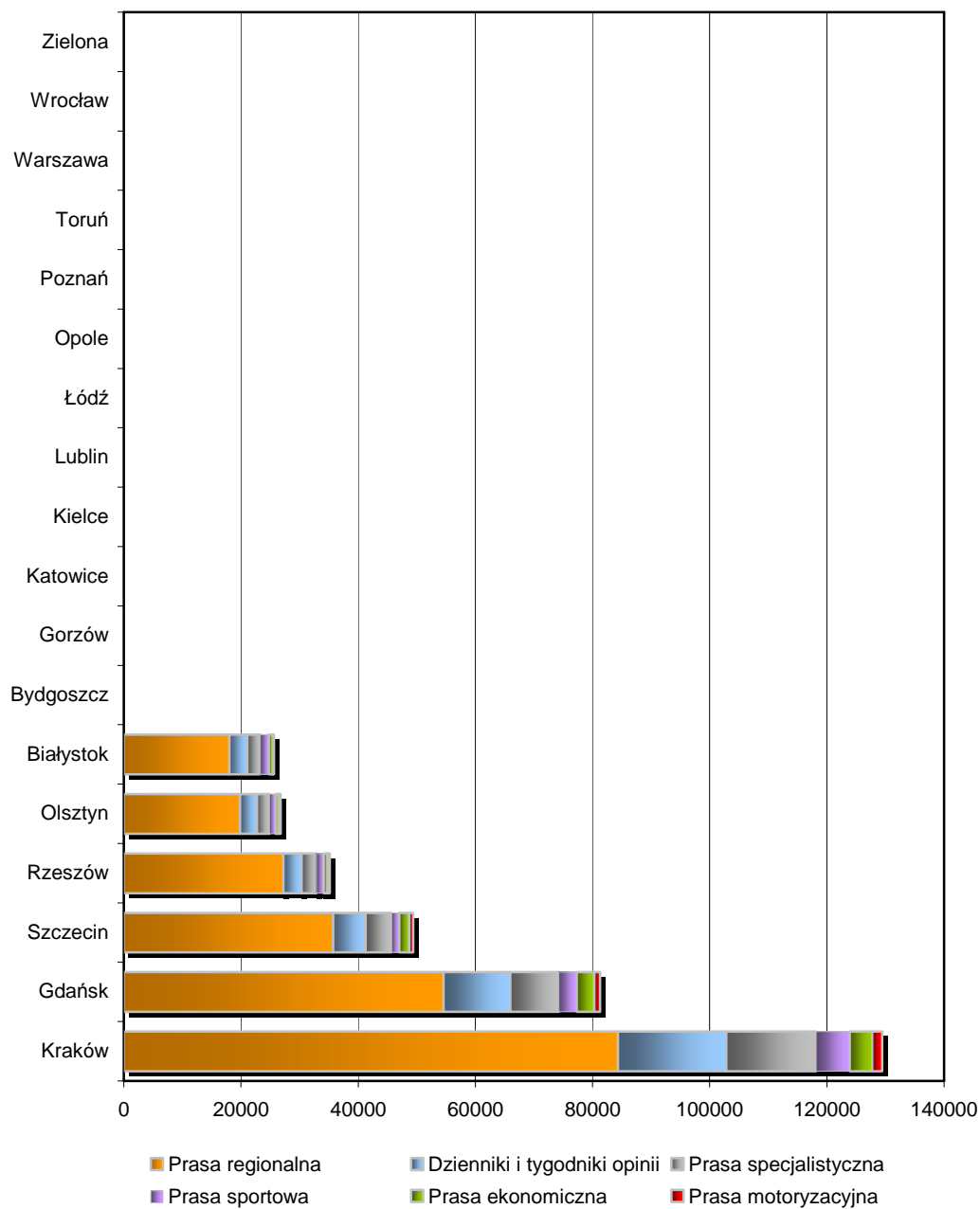
## Rozdział III - Porównanie miast



Wykres 26. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego, opublikowanych w 2008 roku

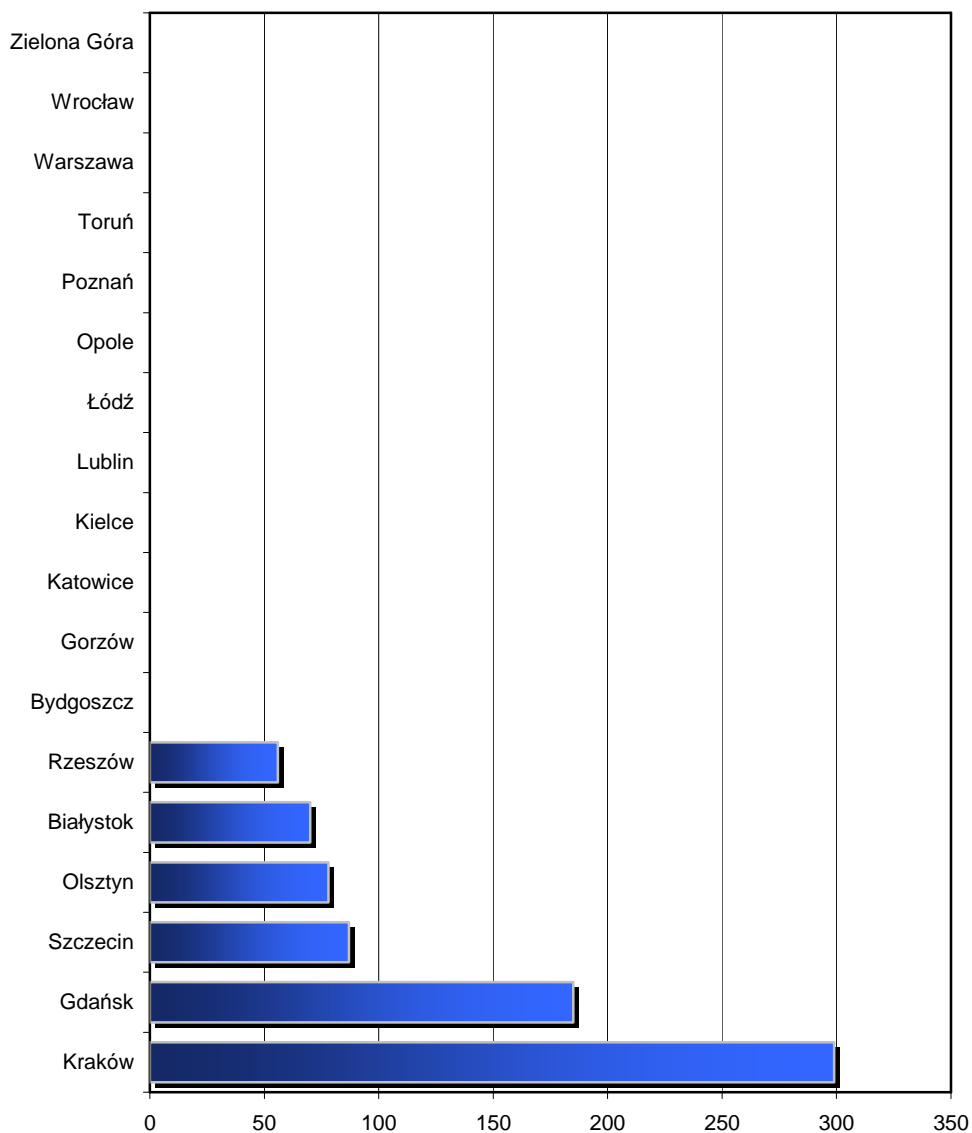


**Wykres 27. Suma materiałów z nazwą miasta wojewódzkiego, z podziałem na prasę regionalną i ogólnopolską, opublikowanych w 2008 roku**

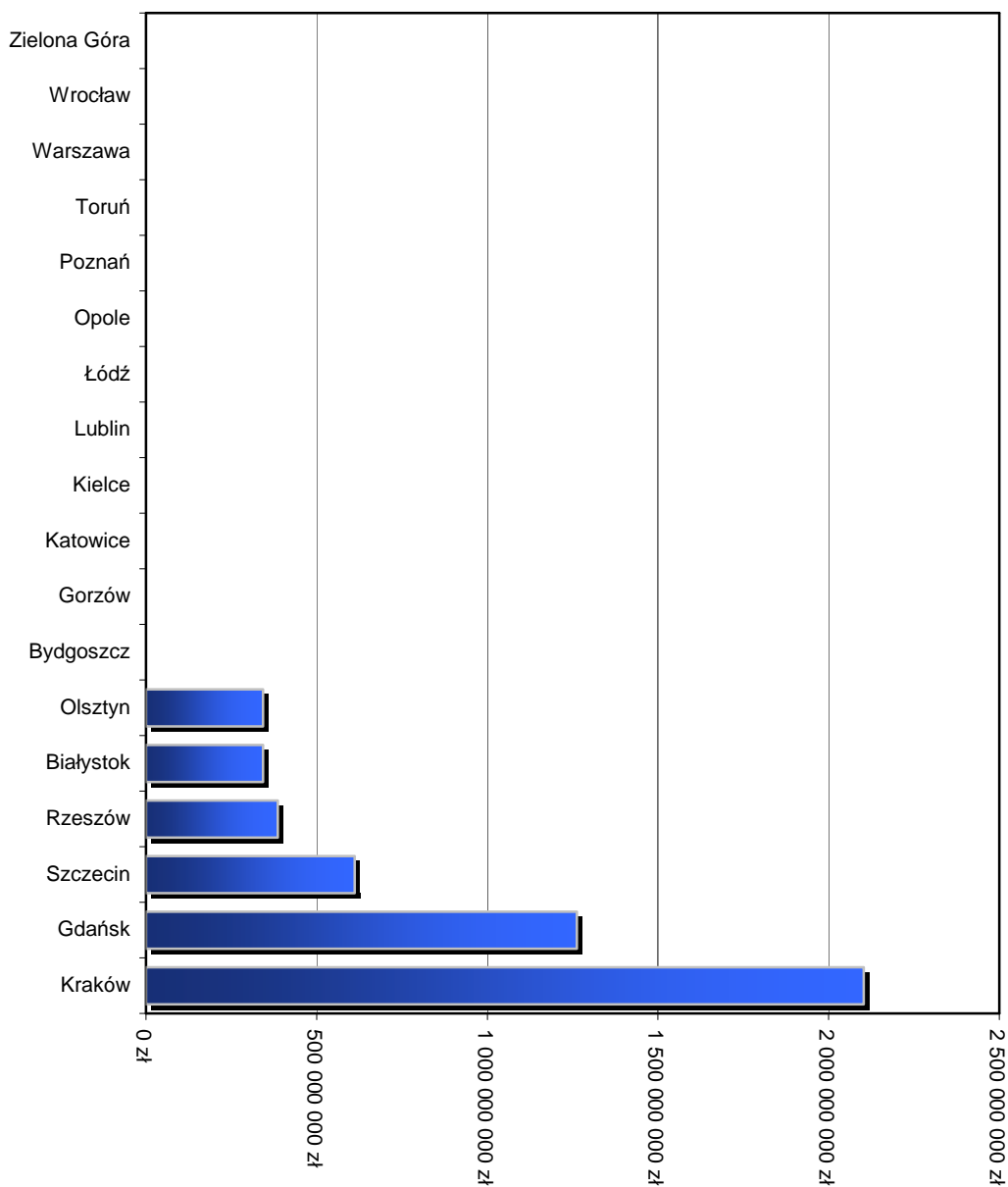


**Wykres 28. Suma publikacji zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy (2008 r.)**





**Wykres 29. Przeciętny kontakt jednego czytelnika prasy z nazwą miasta wojewódzkiego w ciągu roku**



**Wykres 30. Ekwiwalent reklamowy wybranych miast w 2008 roku (prasa)**



**PRESS  
SERVICE**  
monitoring mediów

**PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.**

ul. Grunwaldzka 19  
60-782 Poznań, Polska  
tel./fax +48 61 66 26 005  
e-mail: [biuro@press-service.com.pl](mailto:biuro@press-service.com.pl)  
[www.press-service.com.pl](http://www.press-service.com.pl)