

STOLICE REGIONÓW

Analiza wizerunku miast wojewódzkich w mediach

Łódź

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 Łodzi 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 Łodzi i powiatów w województwie łódzkim.

- **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

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

- **Rozdział III – Porównanie miast**

Rozdział przedstawiający i porównujący statystyki otrzymane dla analizowanych 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. Uzupełnieniem 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 Łódź. 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

Łódź – królestwo dla festiwalowych maniaków

Z przeanalizowanych publikacji prasowych wynika, że Łódź to miasto inwestujące w kulturę. Dziennikarze dużo miejsca poświęcili festiwalom, które odbywały się w Łodzi. Jednak nie tylko im. Znaczną część informacji medialnych stanowiły materiały dotyczące drużyn sportowych wywodzących się z Łodzi oraz realizowanych i planowanych w mieście inwestycji.

Łódź festiwalami stoi

Istotna część publikacji z 2008 roku to materiały dotyczące festiwali, konkursów, spotkań, pokazów, wystaw odbywających się w Łodzi. Były to zarówno wydarzenia o zasięgu lokalnym, ogólnopolskim jak i międzynarodowym. Dziennikarze zapraszali na konkretne wydarzenie, zdawali relację z jego przebiegu, recenzowali. W minionym okresie zainteresowano się m.in. pierwszym polskim festiwalem design, drugą edycją Ogólnopolskiego Festiwalu Filmów Komórkowych, festiwalem Łódź Alternatywa 2008, XVI Międzynarodowym Festiwalem Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych Plus Camerimage, XVIII Festiwalem Mediów czy konkursem na Łódzki Pomnik Pomarańczowej Alternatywy. Przychylnie komentarze zebrały m.in.: Rubinstein Piano Festival, VII Międzynarodowy Festiwal, Konkurs Muzycznych Indywidualności im. Aleksandra Tansmana, Kongres Iluzjonistów. Z niecierpliwością oczekiwano otwarcia Muzeum Sztuki w Manufakturze. W przypadku Plus Camerimage wspomnieć również należy o niezbyt korzystnym dla wizerunku festiwalu i miasta incydencie, jaki zaistniał między Markiem Żydowiczem a Iwoną Śledzińską-Katarasińską na konferencji prasowej. Jednak nie na tym koniec konfliktów w sztuce. Media informowały ponadto o sporze między Markiem Żydowiczem a Andrzejem Walczakiem w sprawie Fundacji Sztuki Świata.

Dobra szkoła

Za popularność Łodzi w mediach odpowiada również Łódzka Szkoła Filmowa, która wykształciła wielu znanych artystów. Przedstawiając ich sylwetki, dokonania, nowe projekty wspomina się o łódzkich korzeniach. Tak było na przykład z Romanem Polańskim, Agnieszką Żulewską, Małgorzatą Kocik, Izabelą Kuną, Cezarym Pazurą, Łukaszem Płoszajskim. Łódzcy filmowcy to również poważna konkurencja na festiwalach, konkursach. Informowano na przykład o docenieniu studentów Łódzkiej filmówki na 33. Festiwalu Filmów Fabularnych w Gdyni.

Niepozorny Piotruś

O Łodzi wspomiano ponadto w kontekście nominacji i przyznania najbardziej prestiżowej nagrody sztuki filmowej na świecie przez film Suzie Templeton. Chodzi o nominację do Oscara filmu „Piotruś i wilk”, który jest wspólnym dziełem łódzkiej spółki Se-ma-for Produkcja Filmowa i brytyjskiej firmy BreakThru Films. Co ciekawe przy informacjach dotyczących nominacji oscarowych najwięcej miejsca poświęcano Andrzejowi Wajdzie i filmowi „Katyń”. O „Piotrusiu i wilku” publikowano tylko krótkie wzmianki. Oczywiście, sytuacja przedstawia się zupełnie inaczej, jeśli chodzi o ogłoszenie werdyktu jury Amerykańskiej Akademii Filmowej. Sukces „Piotrusia i wilka” był również sukcesem Łodzi.

Sport po łódzku

Łódź to nie tylko centrum kulturalne, ale, jak wynika z liczby informacji prasowych, również zagłębie sportowe. Znaczna część publikacji prasowych z minionego roku dotyczyła drużyn piłkarskich oraz sportowców. Dziennikarze często pisali o drużynach piłki nożnej Widzew Łódź oraz ŁKS Łódź. Oprócz tego w prasie znaleźć można m.in. informacje o boiskowych wyczynach koszykarek z ŁKS Siemens, koszykarzy z ŁKS Sphinx Petrolinvest czy siatkarek z KS Organika Budowlani Łódź. Jednakże ilość nie zawsze znaczy jakość. Miasto mogło stracić kilka punktów z uwagi na zamieszanie Widzewa Łódź w aferę korupcyjną.

Łódź przedsiębiorcza

Media drukowane zajęły się także informacjami na temat inwestycji, jakie w Łodzi są planowane albo realizowane. Dziennikarze zainteresowali się budową trzeciego terminalu na lotnisku w Łodzi, powstawaniem Barcińskiego Parku, trasą Łódzkiego Tramwaju Regionalnego, budową największego w Polsce Centrum Handlowego Ikea czy autostrady z Łodzi do Warszawy. Znacząca część medialnych doniesień to publikacje wzmiankujące o Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej. Informowano o nowych firmach, które dostały pozwolenie na prowadzenie działalności, inwestycjach firm należących do Strefy, planach na przyciągnięcie nowych firm. W prasie pojawiły się ponadto opinie, że Łódź jest doskonałym miejscem do lokowania BPO (zaplecze biznesowe). W grudniu donoszono, że Łódź ma cztery wielkie centra BPO. Mowa tutaj o ośrodku Philipsa (przejętego przez Infosys), irlandzkim SWS, francuskim Atos Origin oraz Fujitsu Services. Informowano ponadto o sytuacji łódzkiej montowni komputerów osobistych DELL, firmie „Próchnik” czy „Ortal”.

Obywatelskie zrywy

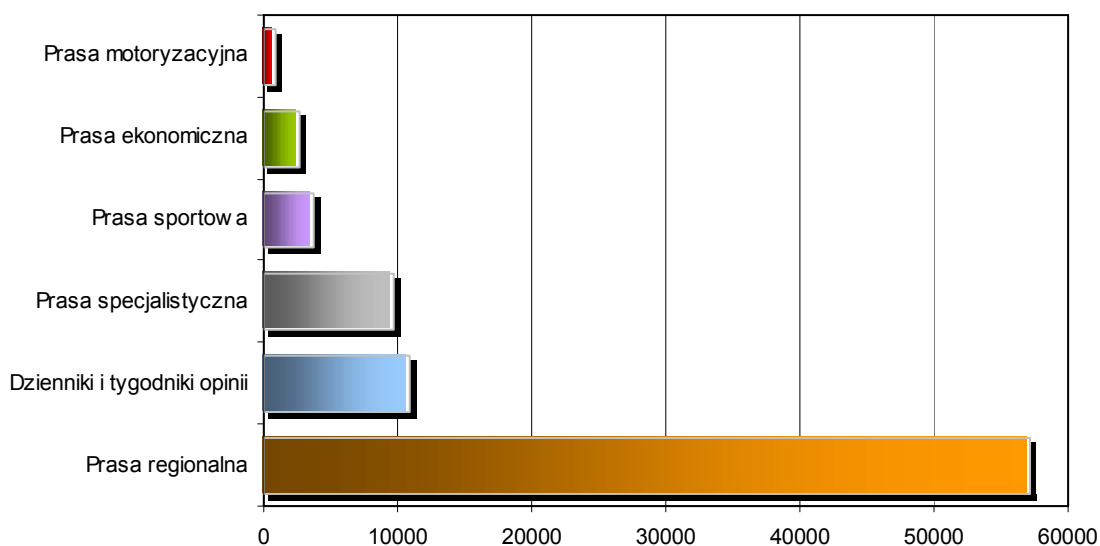
O Łodzi wspomina się także dzięki Krzysztofowi Piątkowi, radnemu PiS z tego miasta. Łódź zawdzięcza rozgłos obywatelskiemu projektowi ustawy zakazującej dystrybucji toreb foliowych. O sprawie informowały media regionalne i ogólnopolskie. Łódź stała się pierwszym miastem, w którym zakazano rozdawania darmowych toreb. O mieście wspomina się także w związku z tematem przygotowania przez Ministerstwo Środowiska ustawy wprowadzającej „opłatę recydingową”.

Łódź była na ustach wszystkich, dzięki zaciętej walce o przywrócenie dnia wolnego w święto Trzech Króli, o co intensywnie zabiegał prezydent Łodzi - Jerzy Kropiwnicki. Dziennikarze informowali o odrzuceniu przez Sejm obywatelskiego projektu o ustanowieniu święta Trzech Króli dniem wolnym, podpisanego przez 700 tys. obywateli już w pierwszym czytaniu. Pisali także o drugiej inicjatywie prezydenta Łodzi z nadzieją, że... do dwóch razy sztuka.

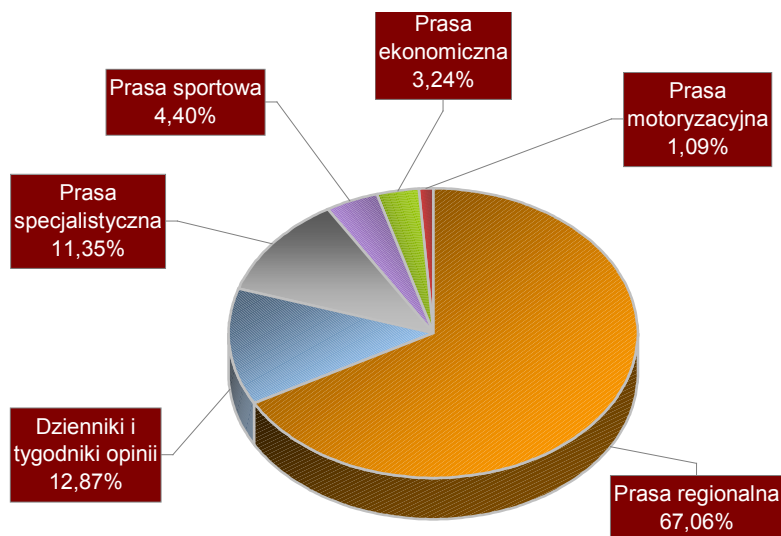
W sądzie i szpitalu

O Łodzi zrobiło się głośno także poprzez „seksaferę” w łódzkim oddziale Samoobrony oraz sprawę śmierci Barbary Blidy, którą bada łódzka prokuratura. Szerokim echem odbiły się także strajki w łódzkich szpitalach. Media drukowane śledziły również walki o ocalenie szpitala im. Janusza Korczaka.

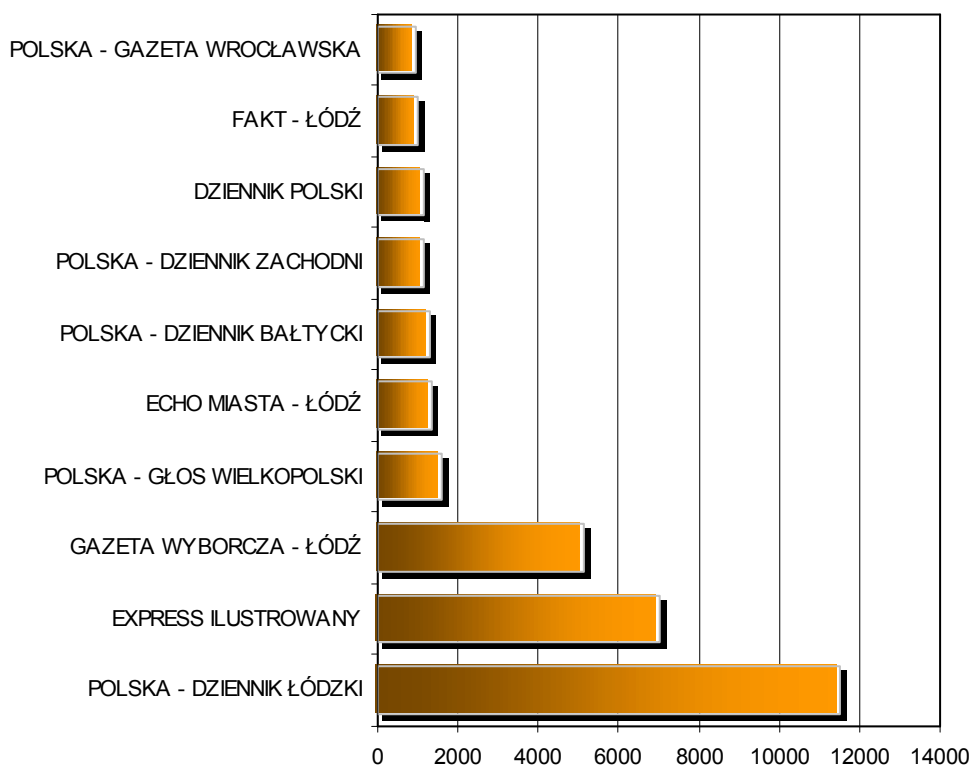
Rozdział II - Ujęcie statystyczne



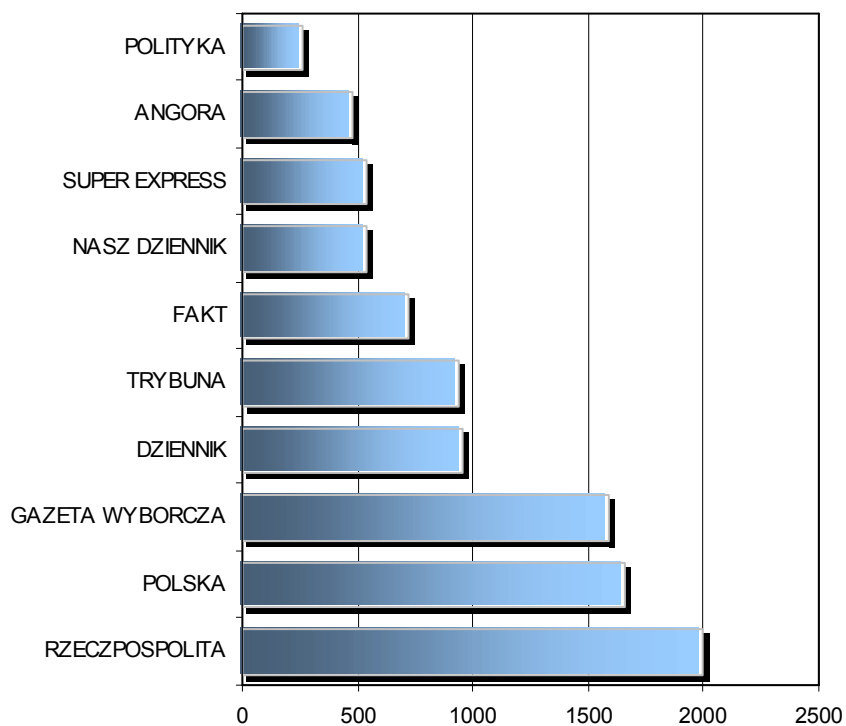
Wykres 1. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy



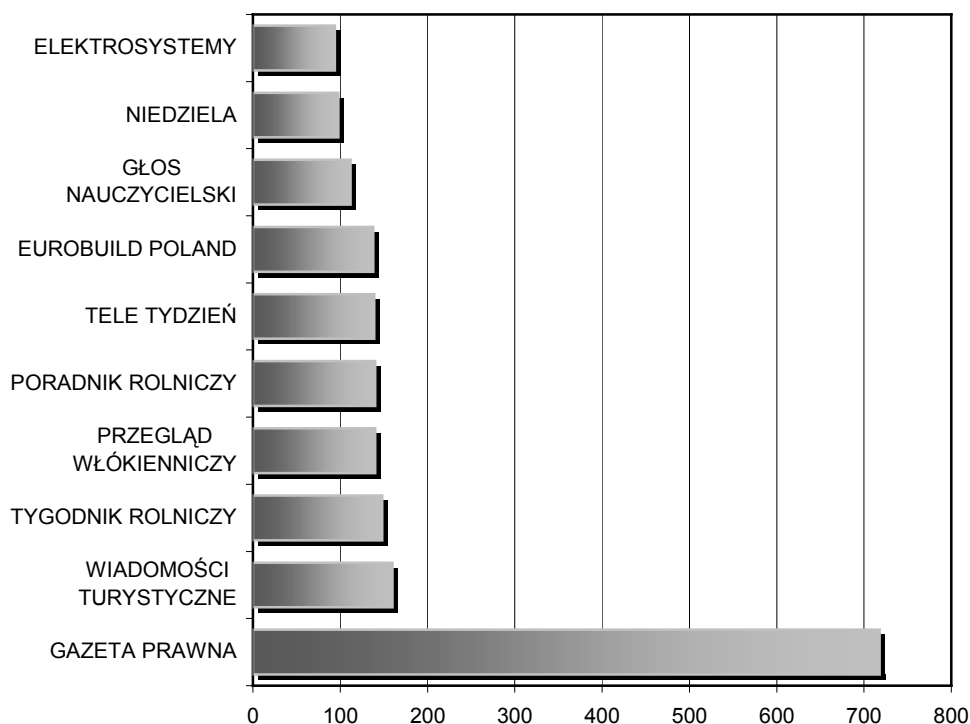
Wykres 2. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy



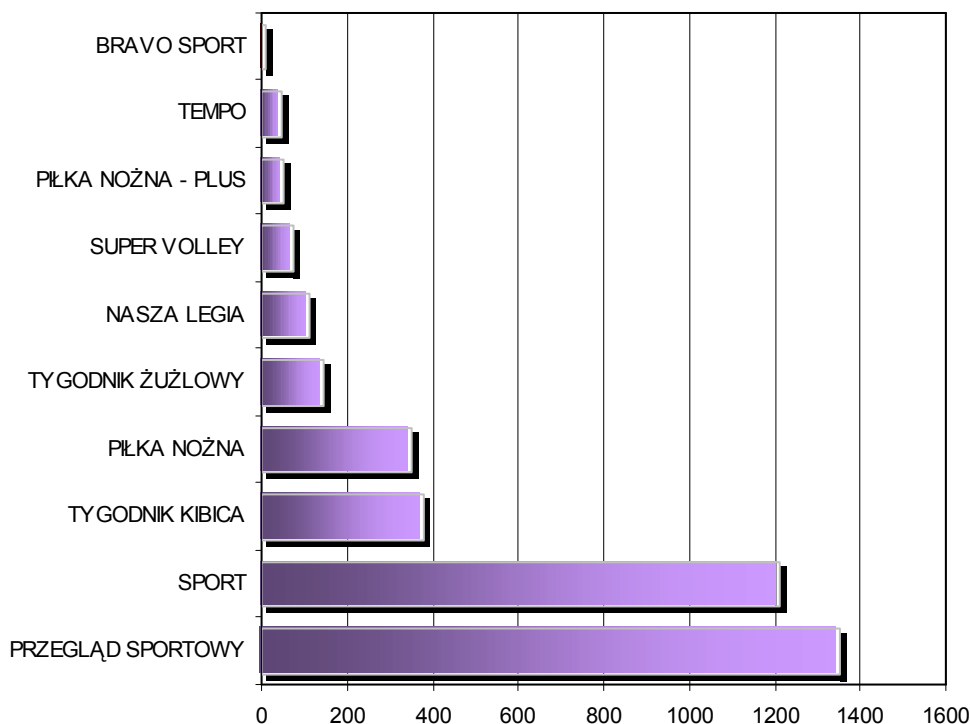
Wykres 3. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej



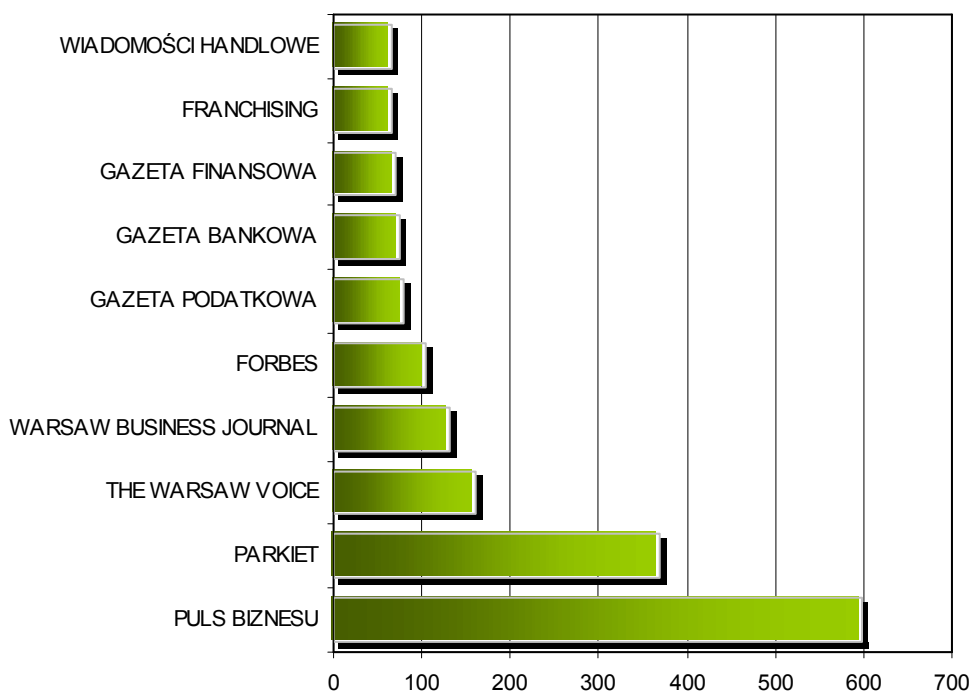
Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii



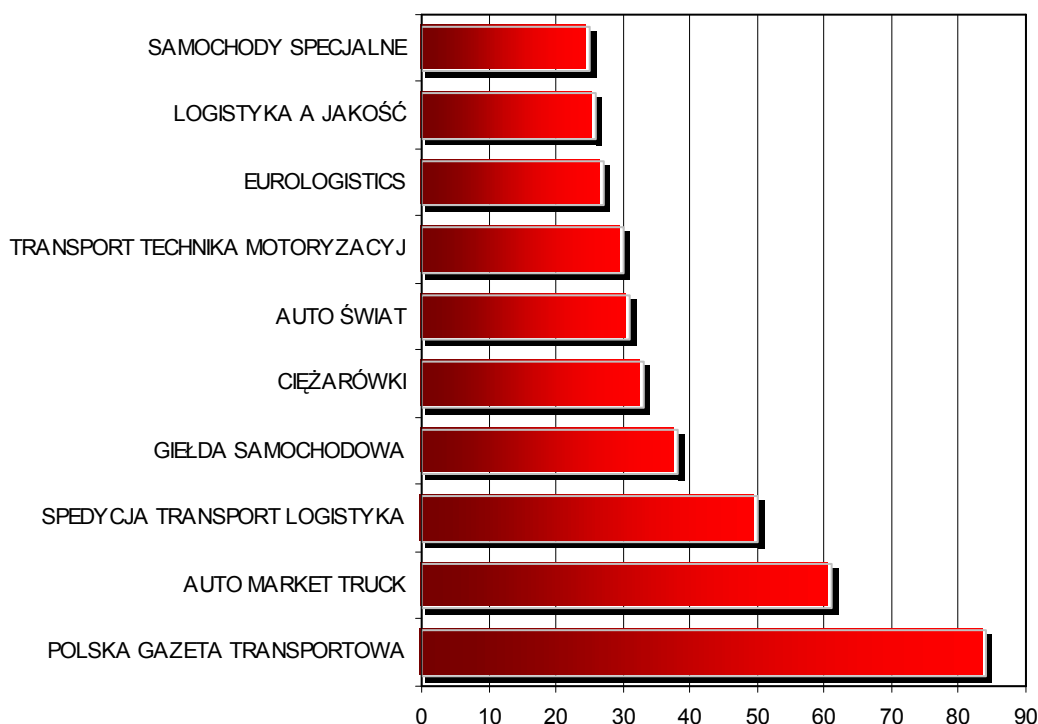
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



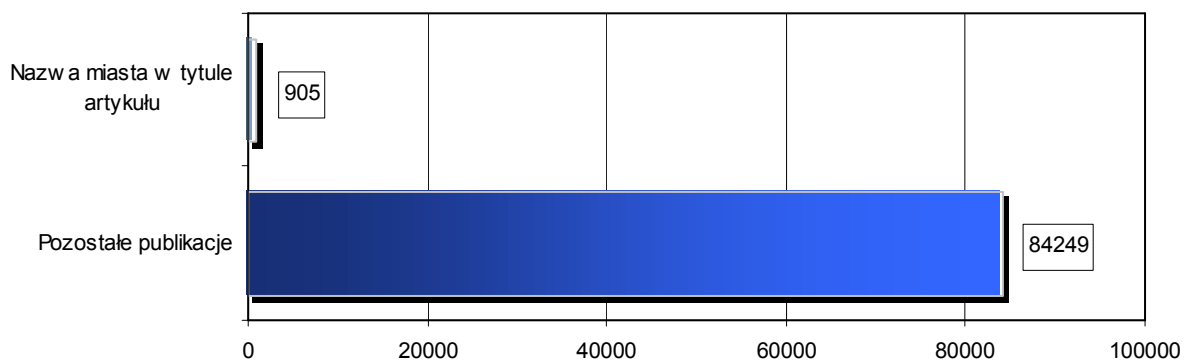
Wykres 6. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



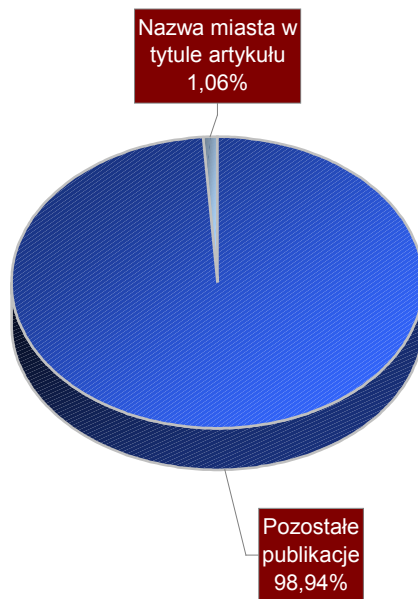
Wykres 7. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej



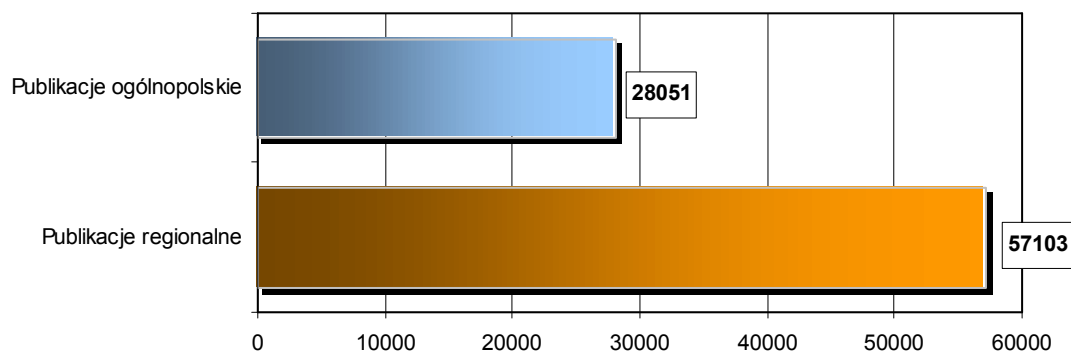
Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej



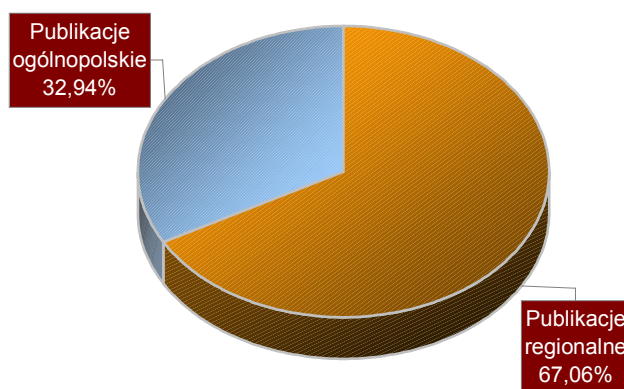
Wykres 9. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



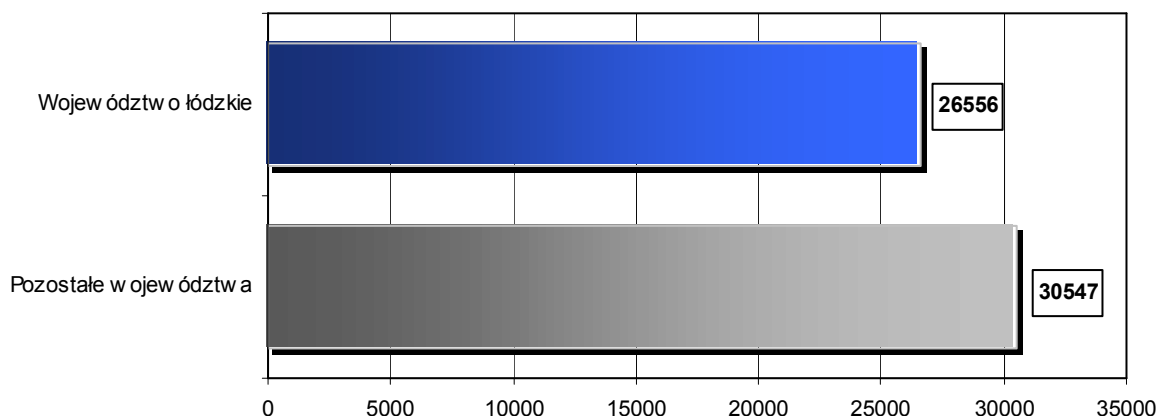
Wykres 10. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



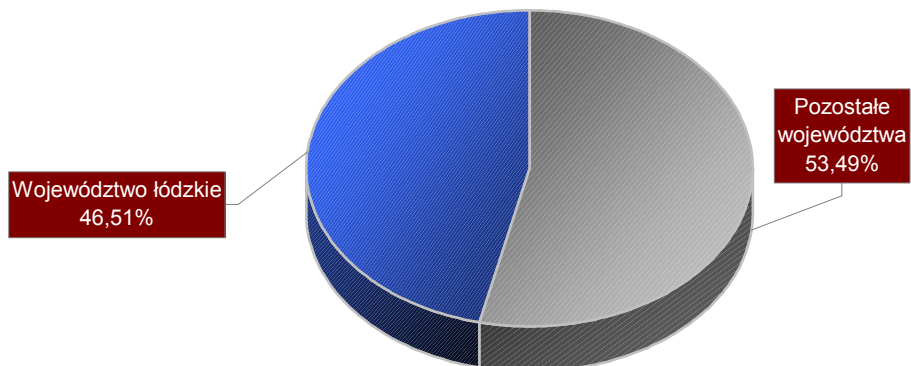
Wykres 11. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



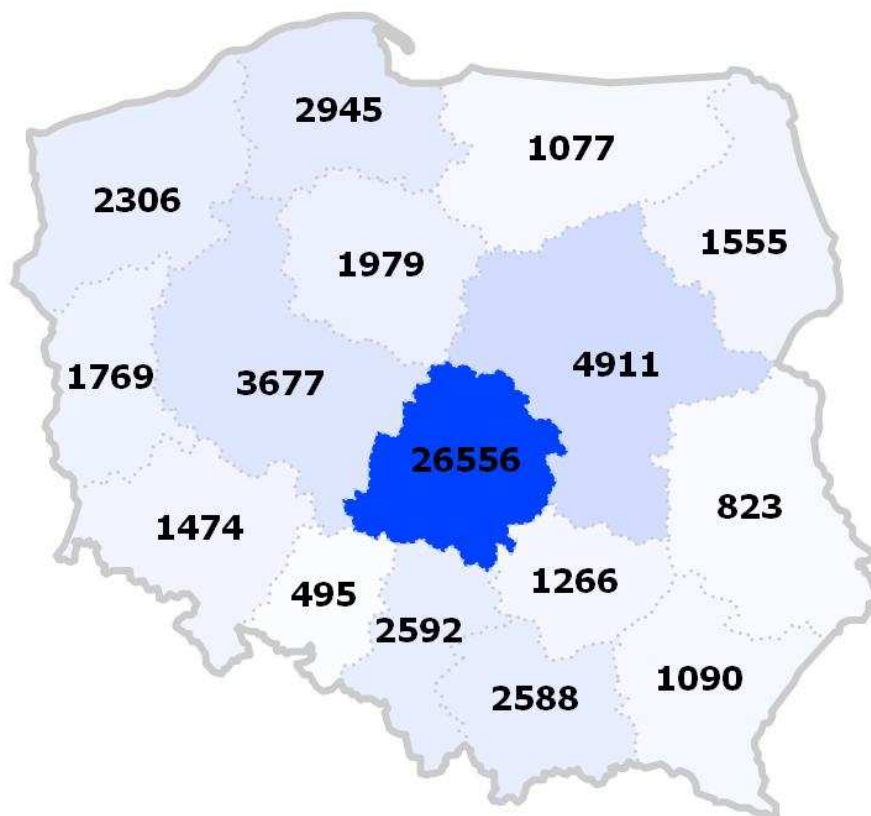
Wykres 12. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



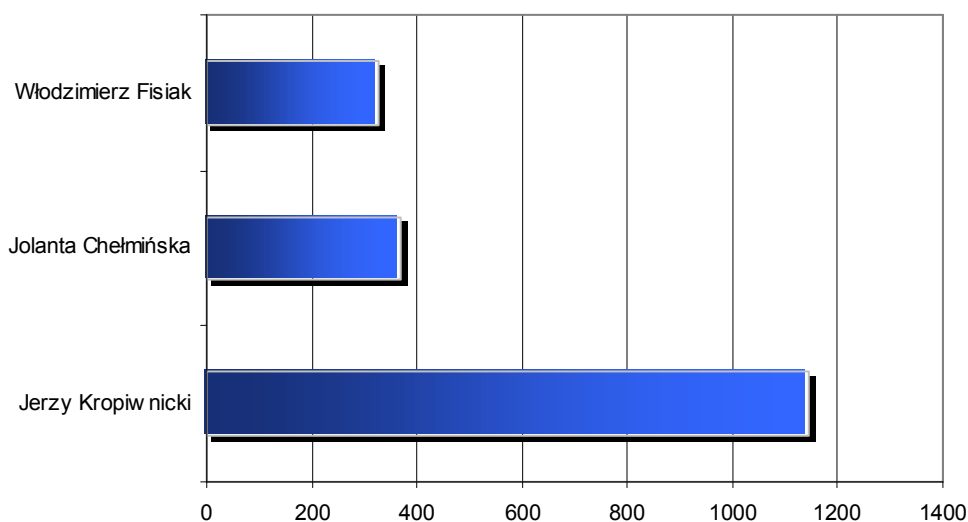
Wykres 13. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



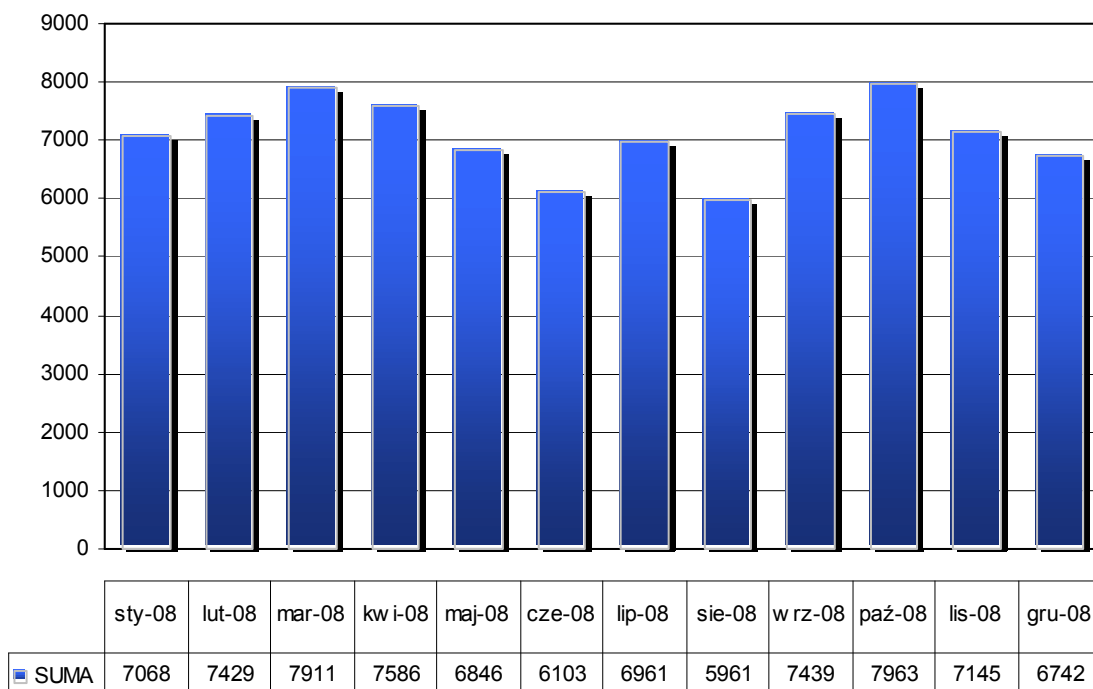
Wykres 14. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



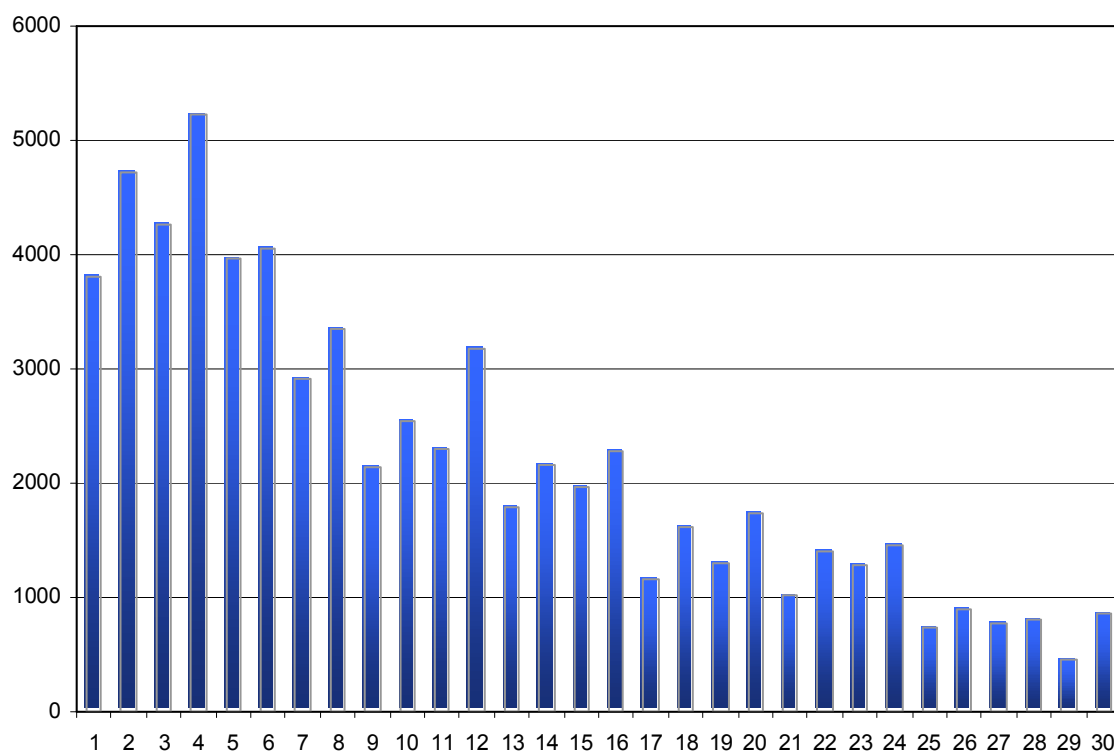
Wykres 15. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



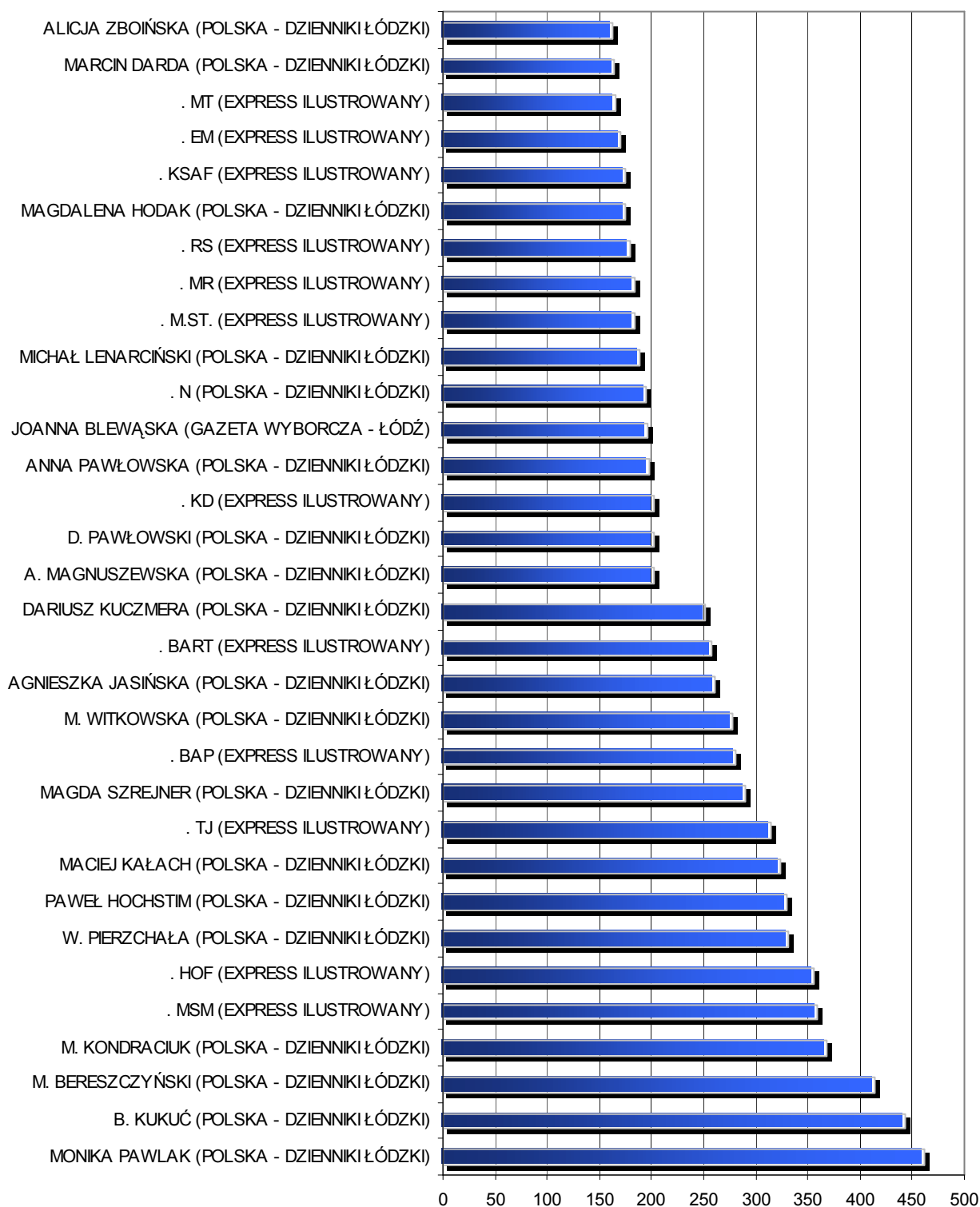
Wykres 16. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Łodzi (Jerzy Kropiwnicki), wojewody łódzkiego (Jolanta Chełmińska) oraz marszałka województwa łódzkiego (Włodzimierz Fisiak) w materiałach na temat Łodzi



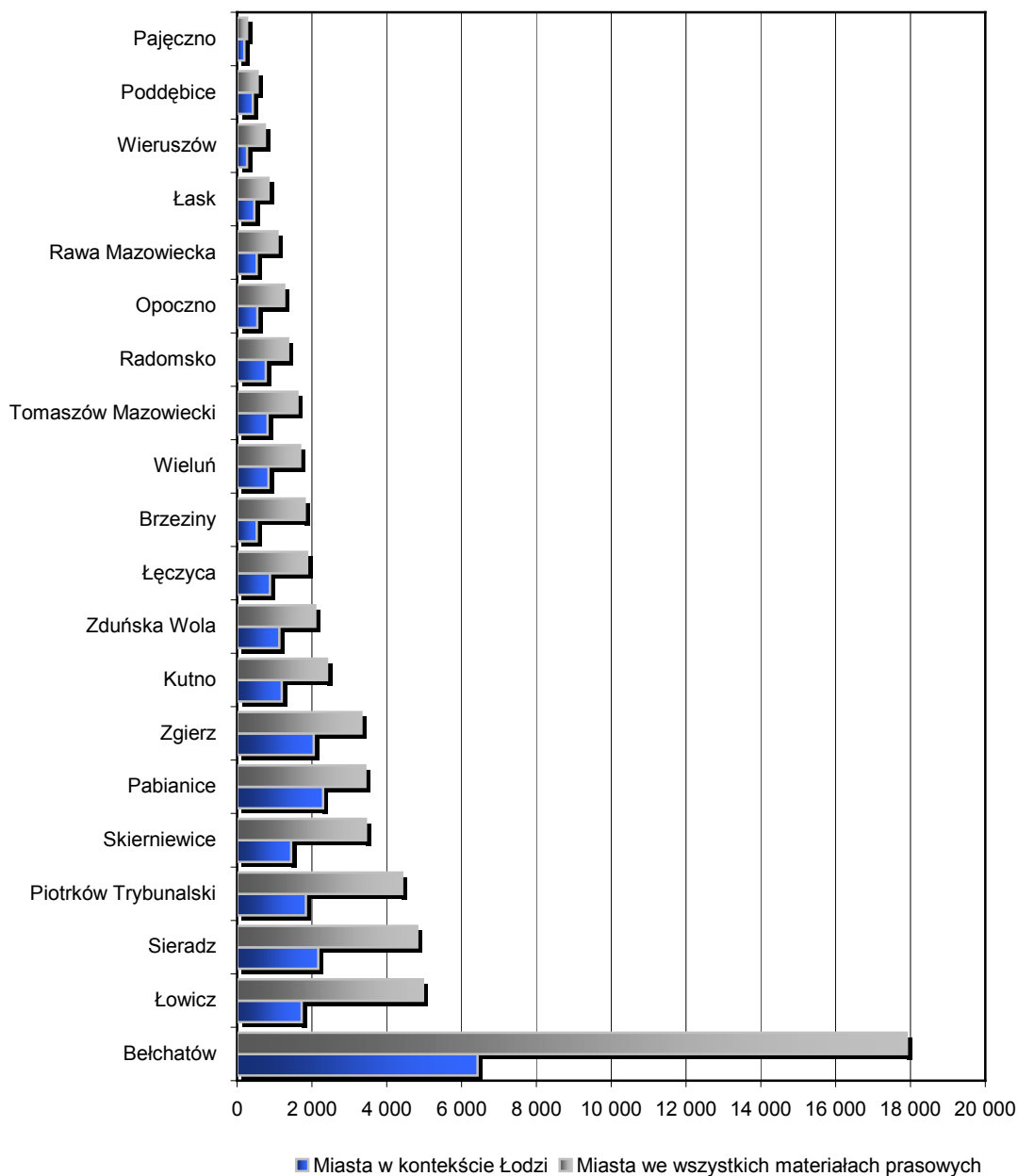
Wykres 17. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku



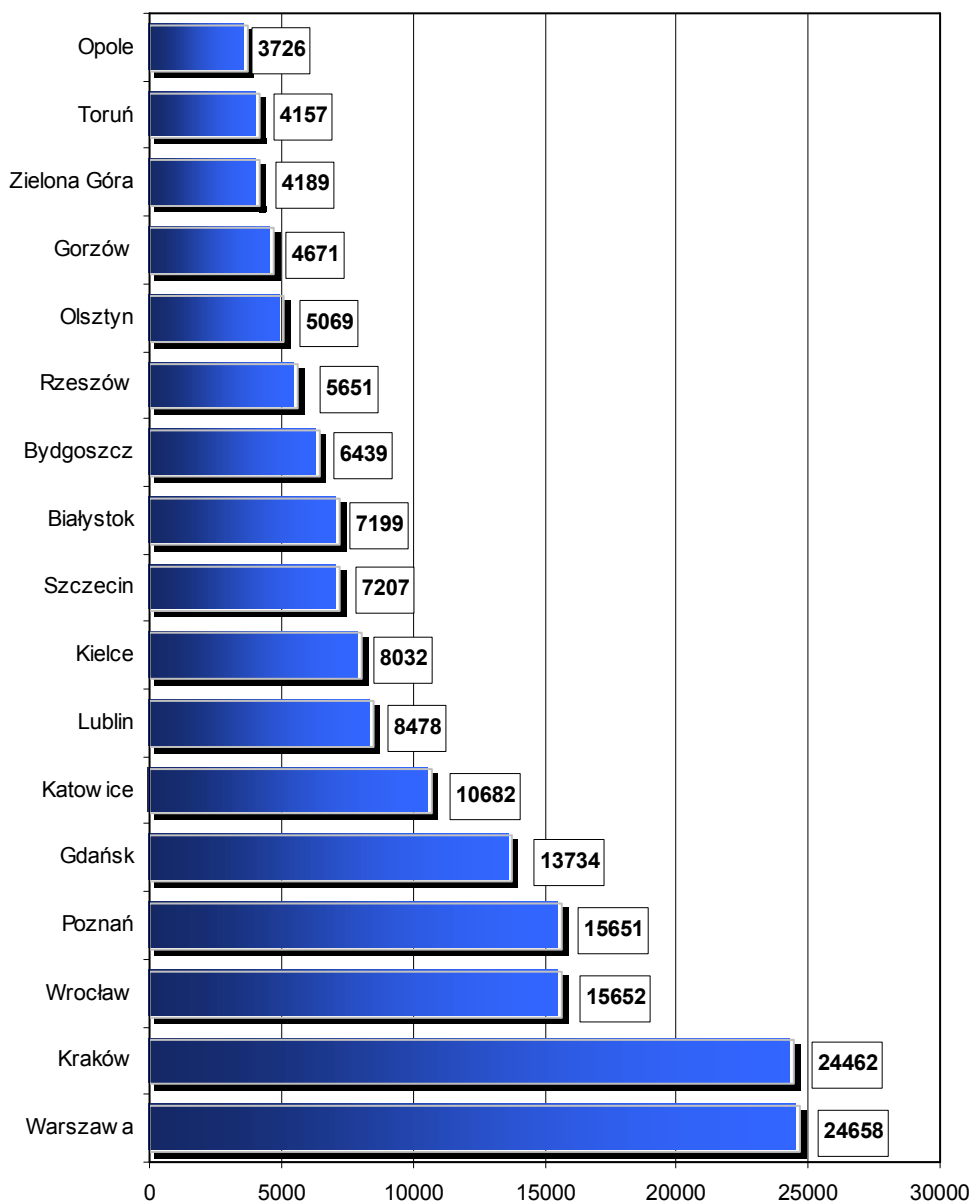
Wykres 18. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet



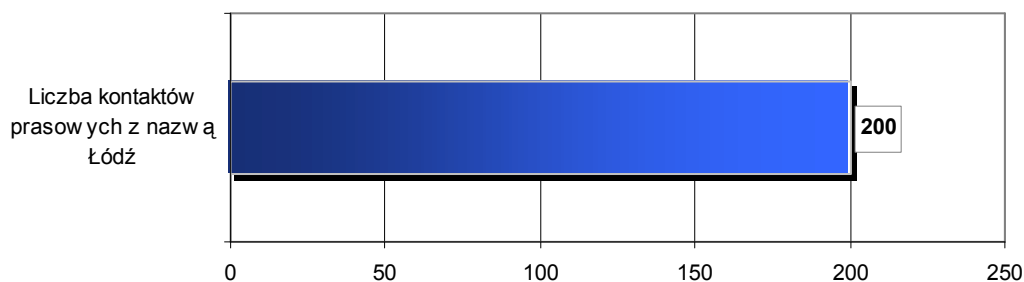
Wykres 19. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych



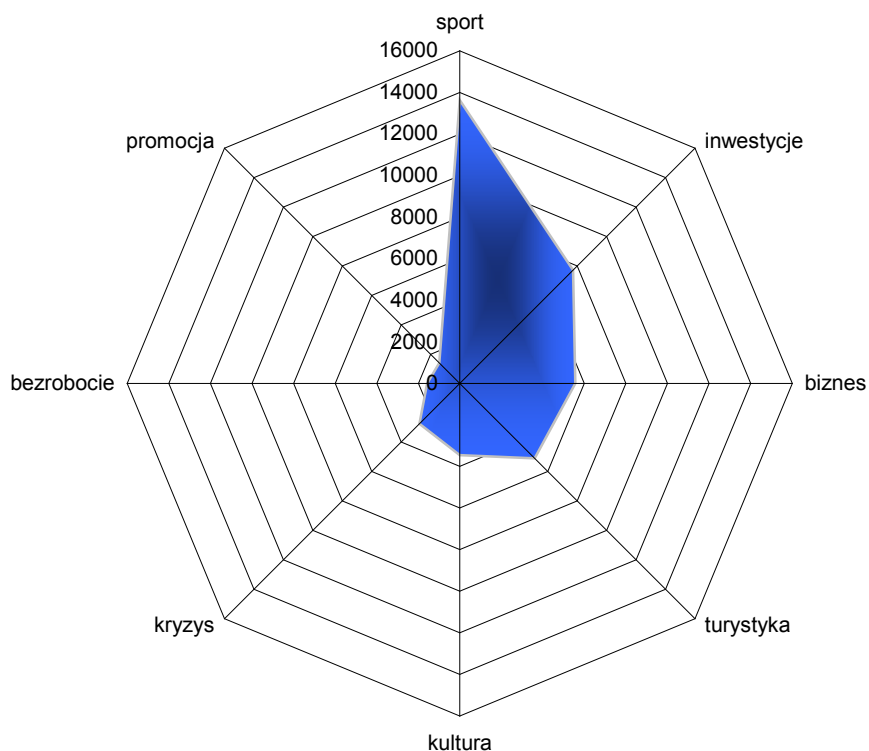
Wykres 20. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów łódzkich w artykułach prasowych w kontekście Łodzi oraz we wszystkich materiałach prasowych



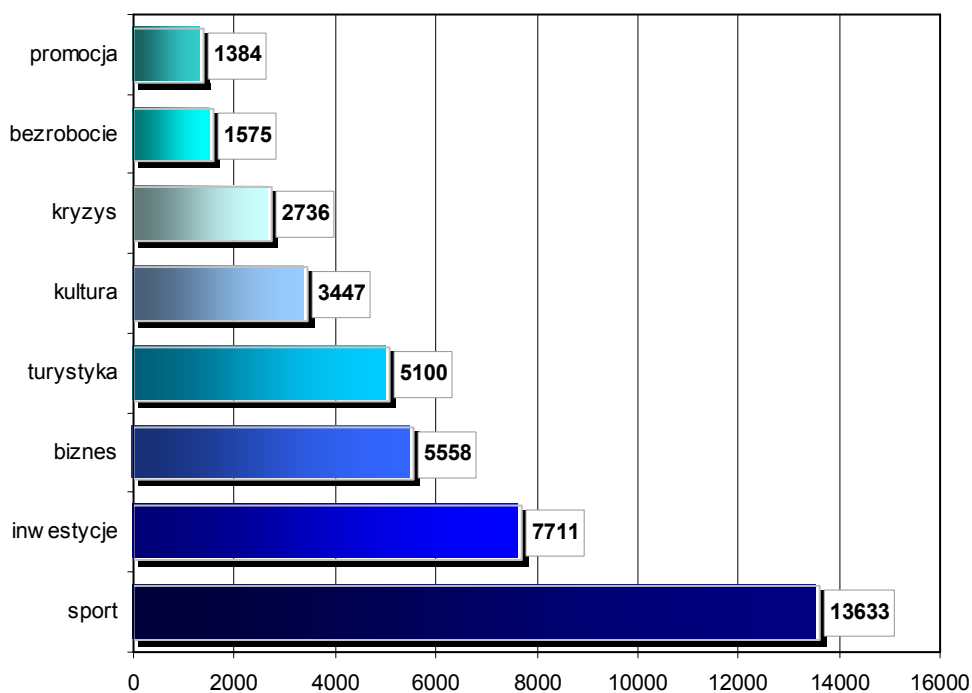
Wykres 21. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujące się w publikacjach na temat Łodzi



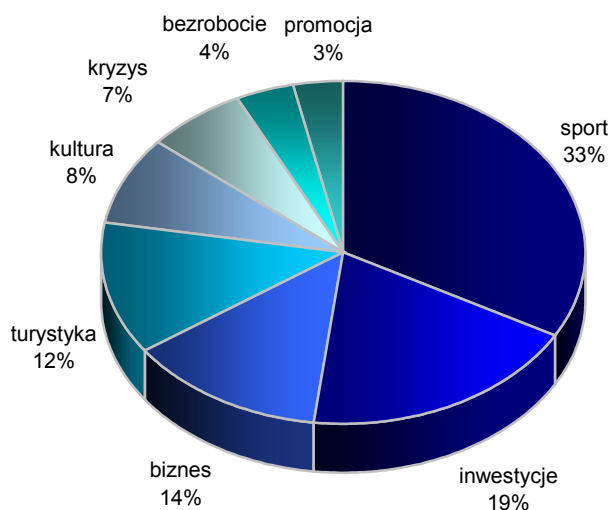
Wykres 22. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Łódź w ciągu roku



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

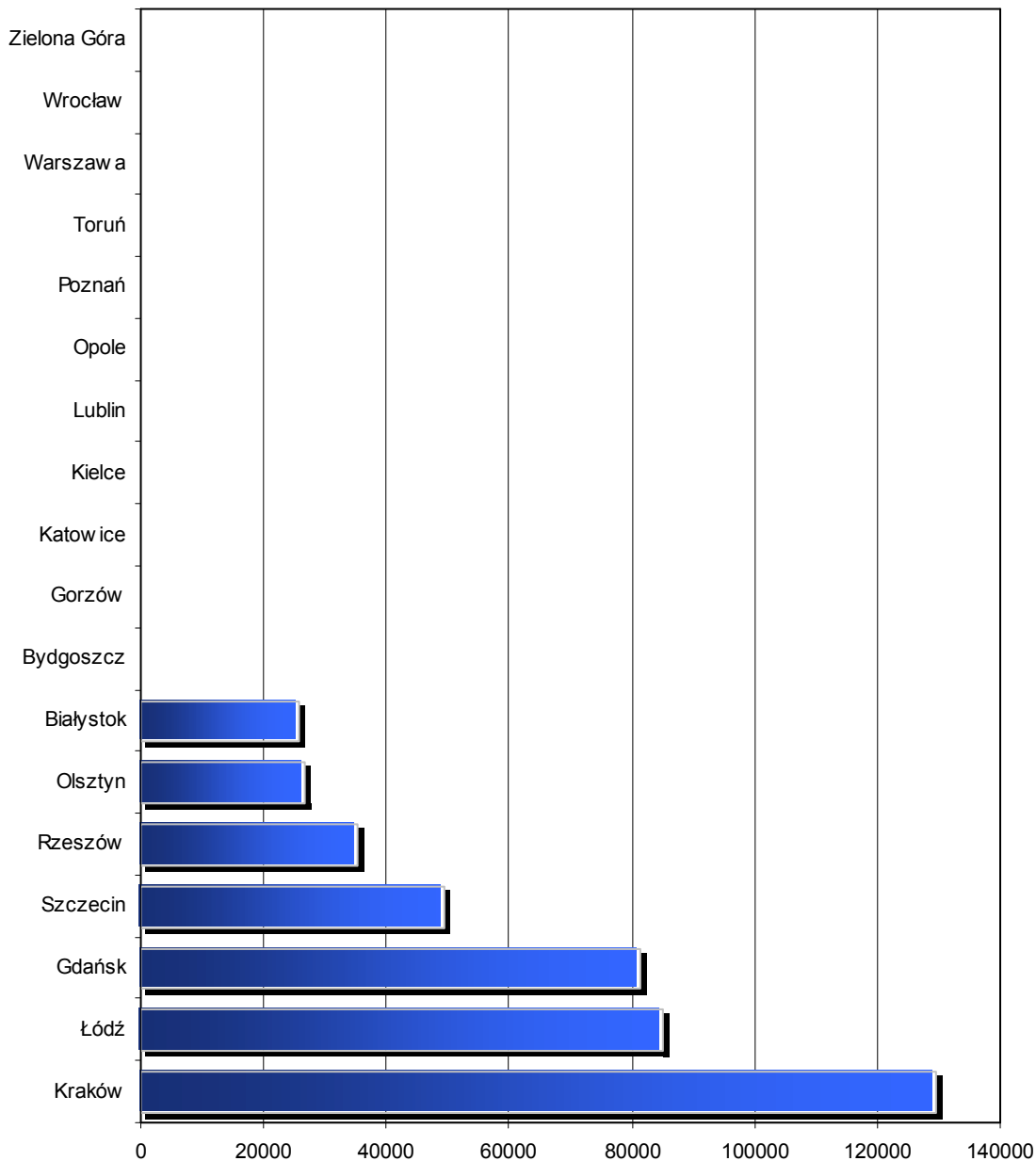


Wykres 24. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Łódź

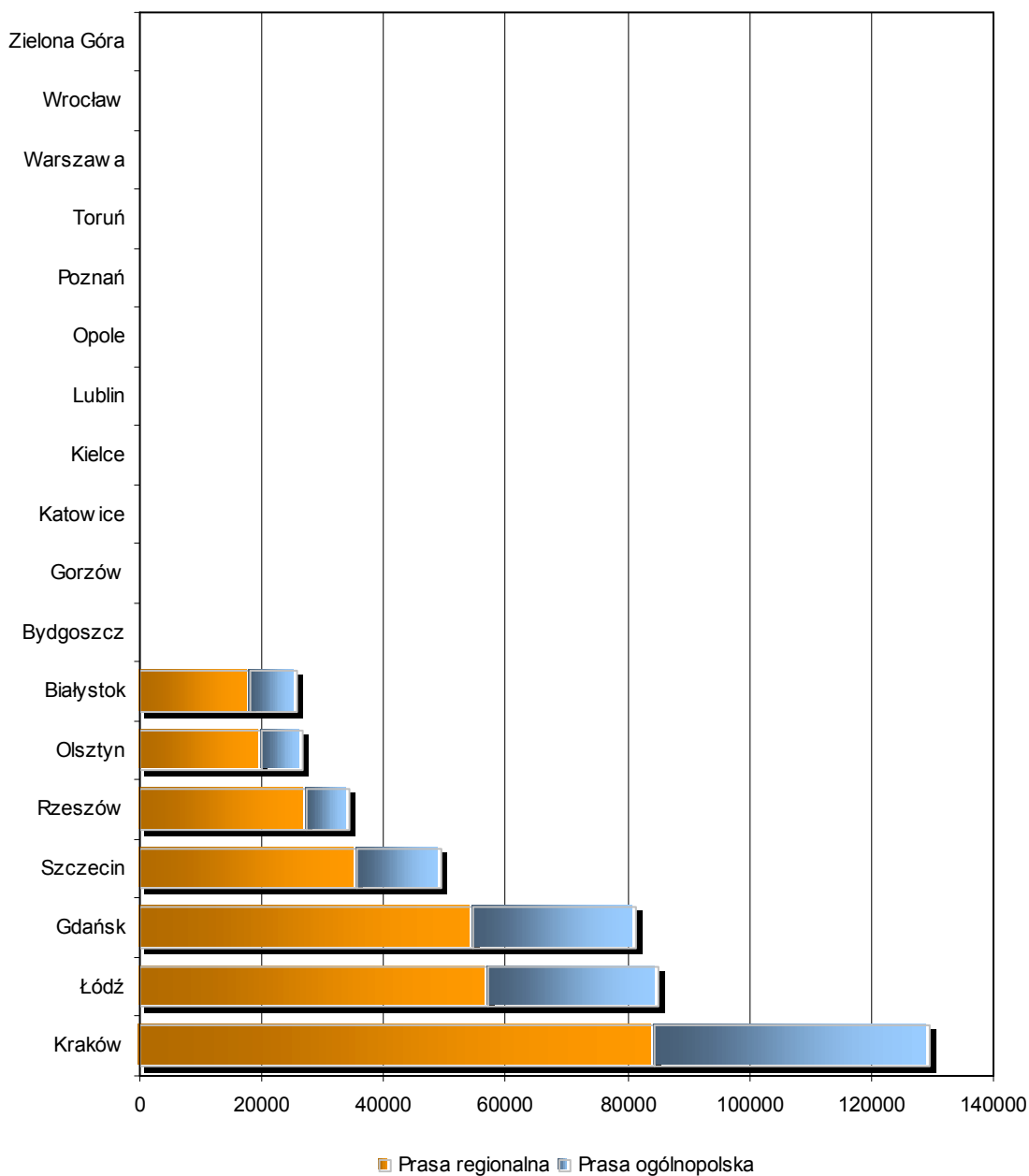


Wykres 25. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Łódź

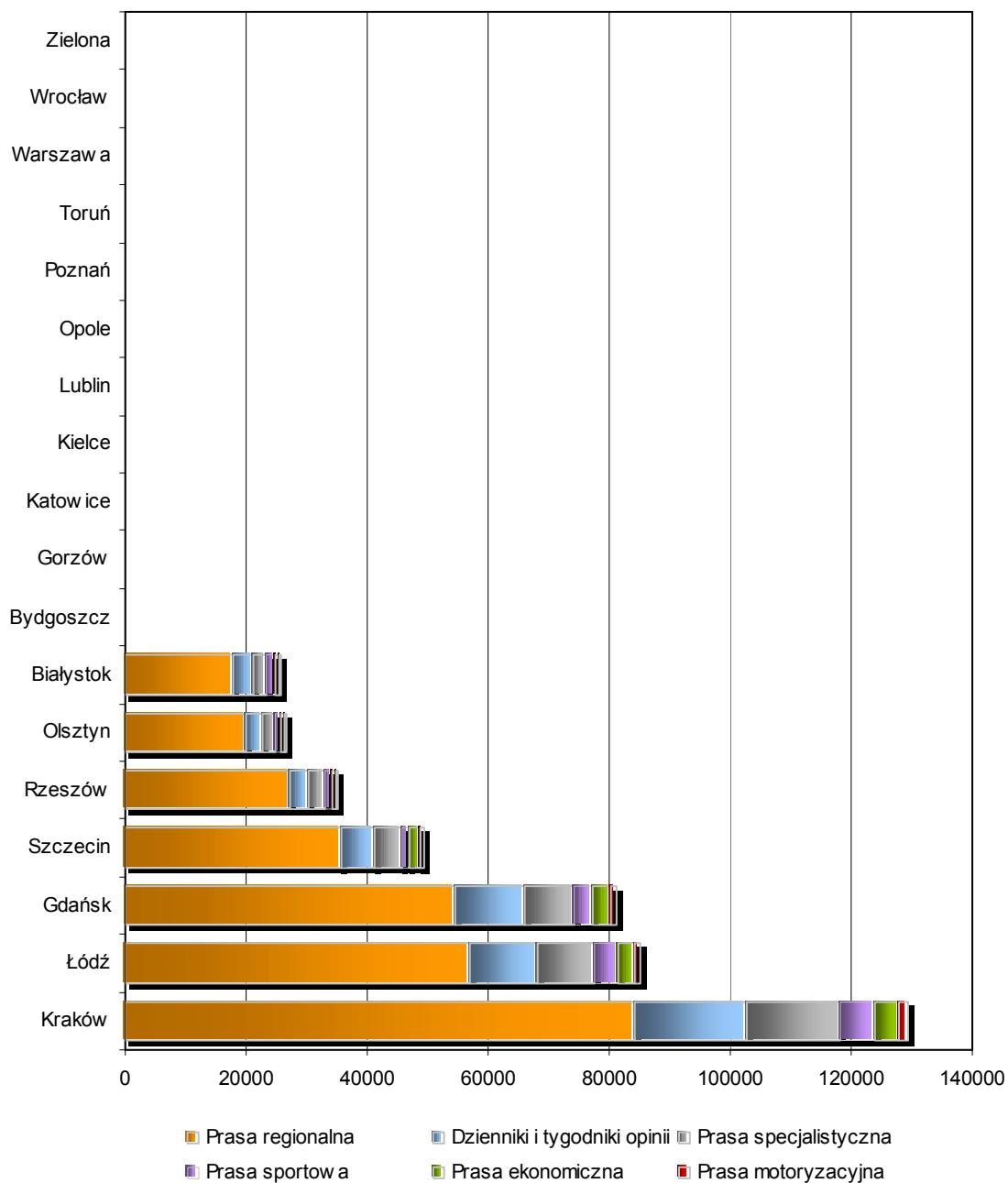
Rozdział III - Porównanie miast



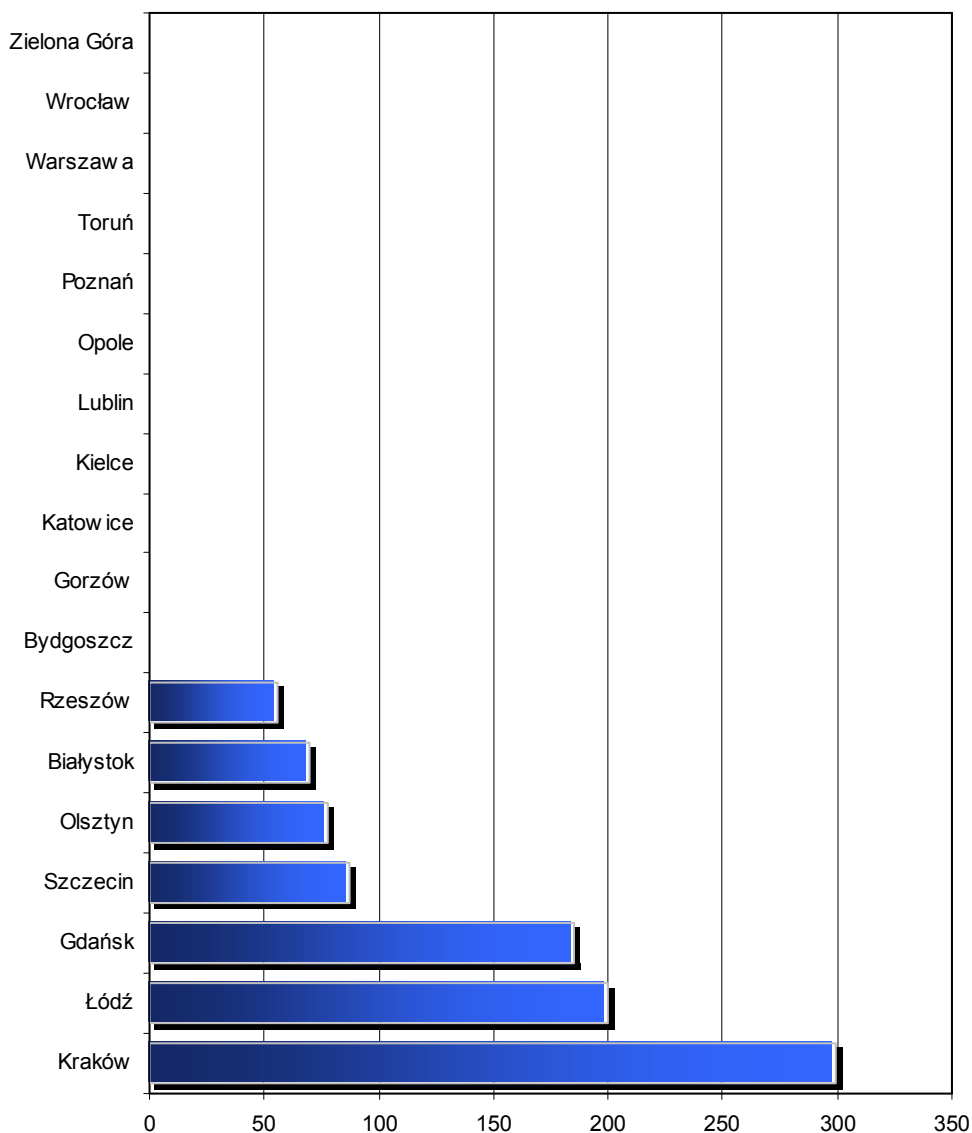
Wykres 26. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego, opublikowanych w 2008 roku



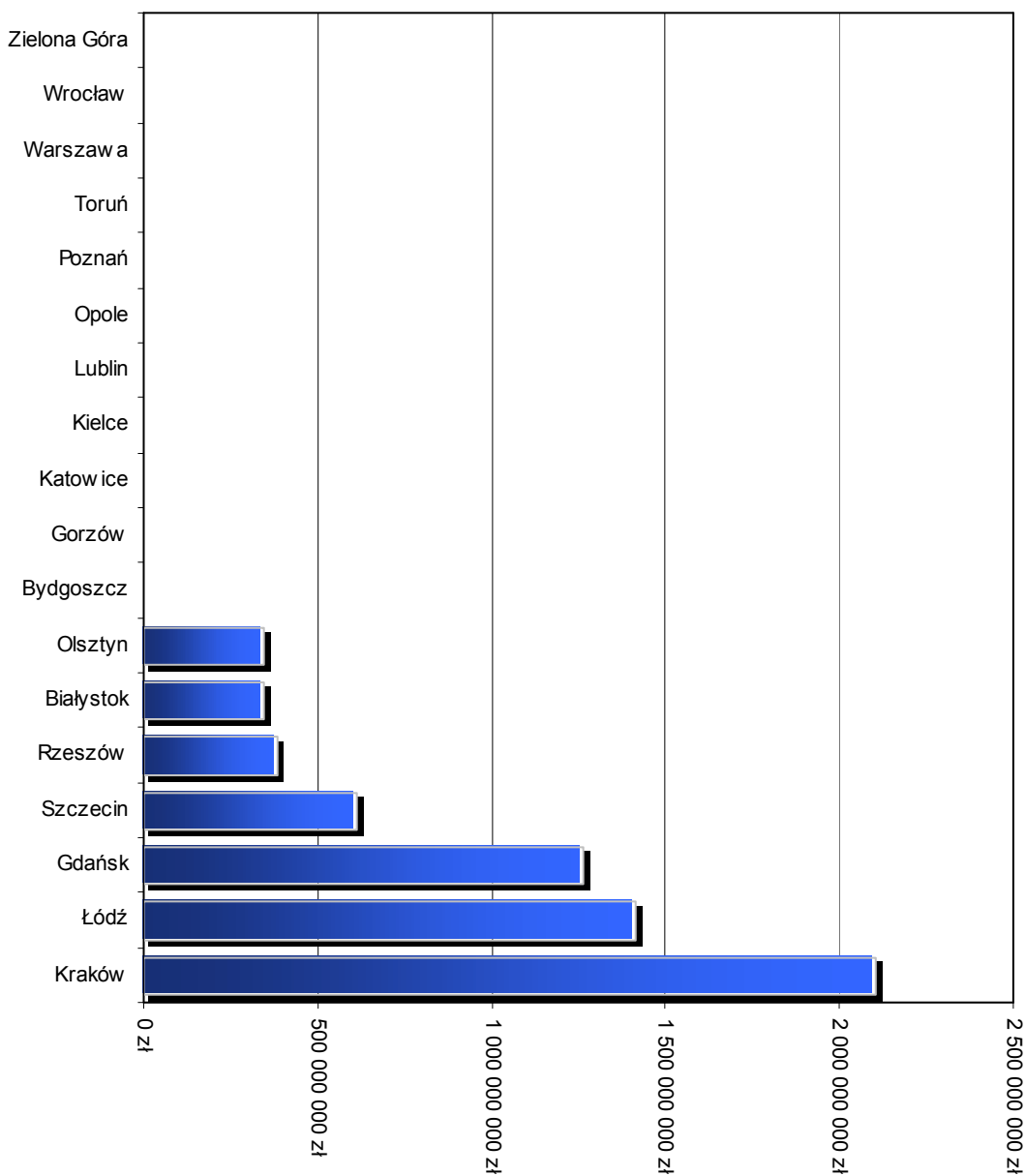
Wykres 27. Suma materiałów z nazwą miasta wojewódzkiego, z podziałem na prasę regionalną i ogólnopolską, opublikowanych w 2008 roku



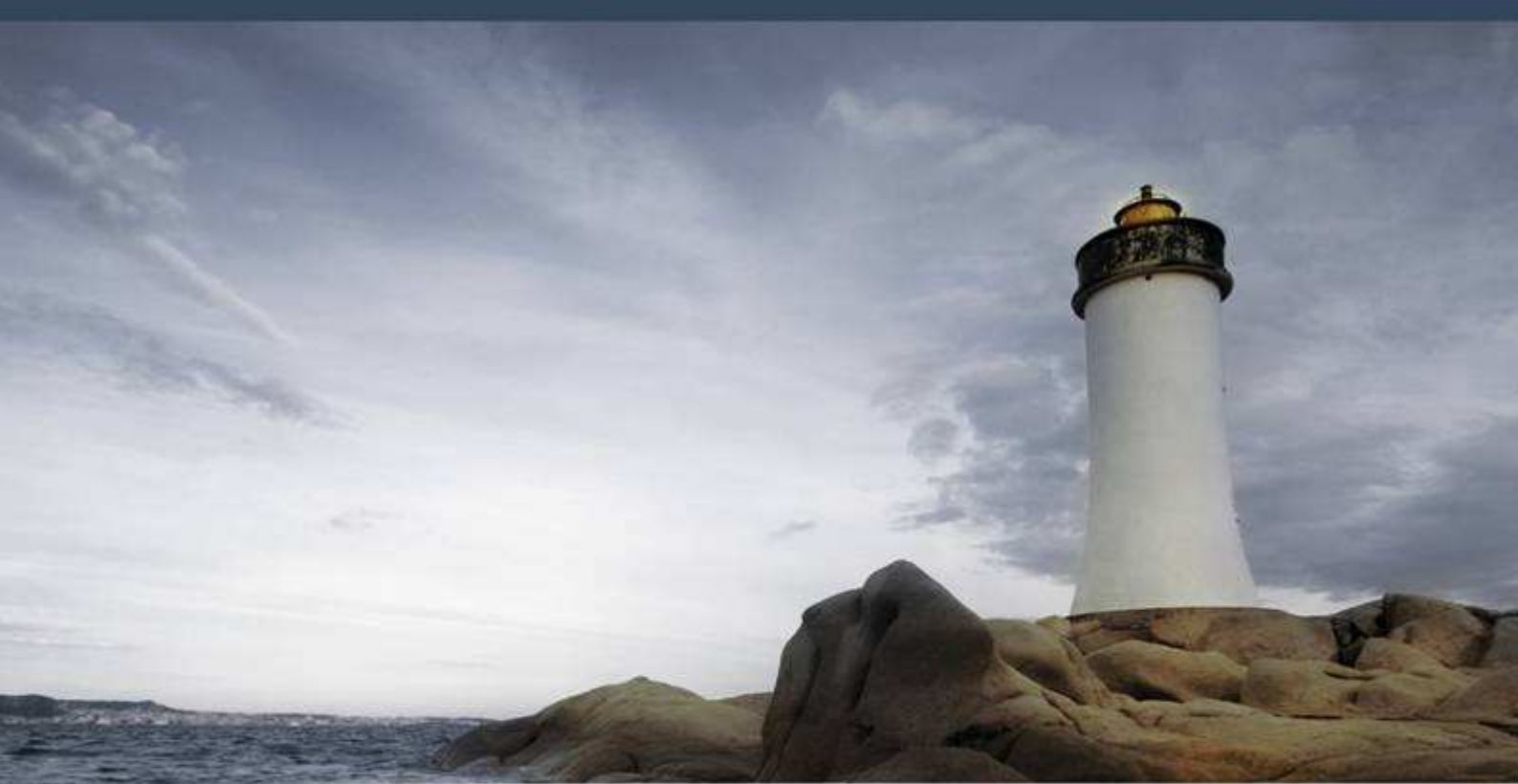
Wykres 28. Suma publikacji zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy (2008 r.)



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
www.press-service.com.pl