

STOLICE REGIONÓW

Analiza wizerunku miast wojewódzkich w mediach

Lublin

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	7
Rozdział III - Porównanie miast.....	21

Wstęp

Na podstawie materiałów prasowych zebranych w 2008 roku, a traktujących na temat Lublina 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 Lublina i powiatów w województwie lubelskim.

- **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

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

- **Rozdział III – Porównanie miast**

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

Rozdział I - Ujęcie tematyczne

Szczegółowa analiza najbardziej medialnych grup tematycznych

Potencjał lubelskiego miszmaszu

Przeglądając materiały dotyczące Lublina, można odnieść wrażenie, że miasto nie wypracowało spójnej strategii promocyjnej w mediach. Z analizy publikacji przebija jednak olbrzymi potencjał tkwiący w ludziach, kulturze, sporcie oraz miejscach na inwestycje. Wydaje się, że jest on tak silny, że zdoła przyćmić nawet polityczne pochodzenie posła Janusza Palikota.

Na sportowo

W minionym okresie informowano o potyczkach drużyn sportowych wywodzących się z Lublina, o zmianach składu, kontuzjach zawodników, stoczonych meczach. Analizowany rok przyniósł komunikaty o działalności drużyny Motor Lublin, grze SPR Lublin, Start AZS Lublin. Dziennikarze zajęli się również klubem sportowym Paco Lublin, Start Peugeot Lublin, Feniks Lublin, KM Cross, AZS UMCS, Cross Lublin, 4Hand Lublin.

W stolicy województwa lubelskiego miały miejsce imprezy sportowe, które nierzadko stawały się tematami dziennikarskich publikacji. Wśród nich wymienić można Lubelską Ligę Siatkówki, Puchar Polski PZM i Puchar Europy Środkowej MACEC, Międzynarodowe zawody Grand Prix of Cable, VI turniej piłki plażowej mężczyzn Grand Prix Lubelszczyzny. O Lublinie usłyszała cała Polska z powodu strajku kolarzy Tour de Pologne. Przyczyną zaistniałej sytuacji były fatalne warunki atmosferyczne. Poinformowano ponadto, że lubelski TŻ nie przystąpi do rozgrywek II ligi. Jak podano, po 45 latach lubelski żużel w wydaniu ligowym zniknął z mapy Polski.

Dziennikarze zainteresowali się ponadto Polską Federacją Sportu Niesłyszących. Podano, że Federacja wprowadziła do swojego kalendarza rozgrywki o Puchar Polski PFSN w siatkówce. Informowano także o walce działaczy organizacji mistrzostw Europy w koszykówce głuchych do lat 20.

Kierunek – Europa

Lublin jest miastem, o którym często wspomina się w kontekście Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej. Dziennikarze informowali o dotacjach, które miasto uzyskało na rozwój infrastruktury, naukę, uniwersytety. W analizowanym okresie zakomunikowano m.in., że PARP oraz cztery uczelnie wyższe podpisały pierwsze w

województwie lubelskim umowy w ramach PO RPW. Podano, że pieniądze te pozwolą zrealizować projekty rozbudowy i unowocześnienia potencjału edukacyjnego uczelni. Informowano także, że prawie 2,3 miliarda euro z Funduszy Europejskich, w ramach PO RPW, zostanie przeznaczonych w latach 2007-2013 na wsparcie strategicznych inwestycji na terenie, m.in. województwa lubelskiego. Podkreślano, że głównym celem programu jest przyspieszenie tempa rozwoju społeczno-gospodarczego regionu, w zgodzie z zasadą zrównoważonego rozwoju, tj. pobudzenie wzrostu gospodarczego w województwach Polski Wschodniej z poszanowaniem zasad ochrony środowiska. O Lublinie wspomina się ponadto w kontekście prac i polemik nad ustawą metropolitalną. Dla władz Lublina niezwykle ważne było to, aby miasto stało się centrum metropolii. Podkreślano, że będzie wiązało się to z łatwiejszym pozyskiwaniem funduszy unijnych na rozwój.

Na placu budowy

Znaczną część informacji dotyczących Lublina stanowiły materiały odnoszące się do inwestycji w mieście, czy remontów. Między innymi informowano o kupnie przez władze województwa lubelskiego od Lubelskiego Rynku Hurtowego w Elizówce 66 akcji spółki Port Lotniczy Lublin. Poinformowano o zaprezentowaniu przez IKEA projektu centrum handlowego w Lublinie. Dziennikarze z wielką uwagą śledzili również losy największej inwestycji w Polsce wschodniej – Centrum Handlowego Felicity. Martwiono się, że wielkość projektu może być zagrożona za sprawą nowego inwestora. Zdawano relację z planu budowy centrum, informowano o kolejnych najemcach oraz o planowanej dacie otwarcia, którą wyznaczono na wiosnę 2009 r. W mediach pojawiły się także wiadomości o remoncie Zamku Lubelskiego, zawirowaniach wokół Portu Lotniczego Lublin w Świdniku oraz o zagrożonej zawaleniem kamienicy przy ulicy Dominikańskiej 7.

Stan dróg

Oprócz tego ważnym tematem dla dziennikarzy okazały się kwestie związane ze stanem lubelskich dróg. Podano, że w ramach Narodowego Programu Budowy Dróg Lokalnych w Lublinie zostaną przebudowane trzy arterie - ulica Bursaki i Rapackiego, które znalazły się na pierwszym miejscu listy rankingowej wśród dróg gminnych i Mełgiewska, która została najwyższej oceniona w kategorii dróg powiatowych. Zakomunikowano, że na obydwie inwestycje miasto dostanie z budżetu państwa ponad 4,1 mln zł.

W mediach drukowanych pojawiły się także informacje o pomysłach na odkorkowanie śródmieścia Lublina. Skupiono się na pomysle budowy tunelu pod A1, który forsował wiceprezydent miasta oraz projekt poszerzenia jezdni o kolejne pasy ruchu, którego autorami byli działacze PiS. Informowano ponadto o sprawach związanych z obwodnicą Lublina: o planach, wariantach przebiegu trasy, konsultacjach społecznych.

Imprezowe miasto

Analizując materiały dotyczące Lublina można dojść do wniosku, że w mieście odbywały się liczne imprezy kulturalne i rozrywkowe, w większości o zasięgu lokalnym. Do Lublina mogły przyciągnąć m.in.: 9. edycja Międzynarodowych Dni Filmu Dokumentalnego „Rozstaje Europy”, XII Festiwal Organowy Lublin-Czuby, I Zawody Spadochronowo-Balonowe, Targi Lubdom 2008, wystawa „100 lat polskiej społeczności w Windsor. Biały orzeł w Windsor”, piąta edycja konkursu „Smaki Lubelszczyzny” czy lubelskie „Prowokacje” w dziedzinie mody.

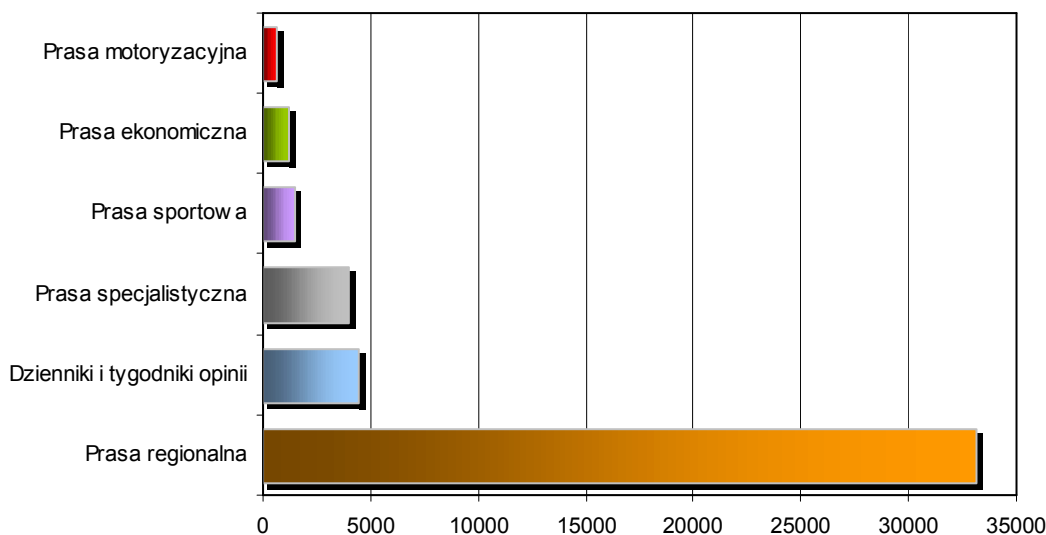
Promocja polityczna

Na swój sposób Lublin promowany jest także dzięki osobie Janusza Palikota, ekscentrycznego posła PO. Dziennikarze komentowali jego kolorowe garnitury, ostre wypowiedzi oraz szokujące zachowania. Przypominano także, czym w przeszłości wsławił się polityk z Lublina. Między innymi wspomniano dawne wystąpienia reprezentanta PO w koszulkach: „Jestem z SLD”, „Jestem gejem”. Dziennikarze przypominali konferencję prasową, podczas której za rekwizyty posłużyły posłowi rewolwer oraz silikonowy penis, a także pytania polityka o nadużywanie przez Lecha Kaczyńskiego alkoholu, o stan zdrowia prezydenta oraz ostre wypowiedzi dotyczące PZPN.

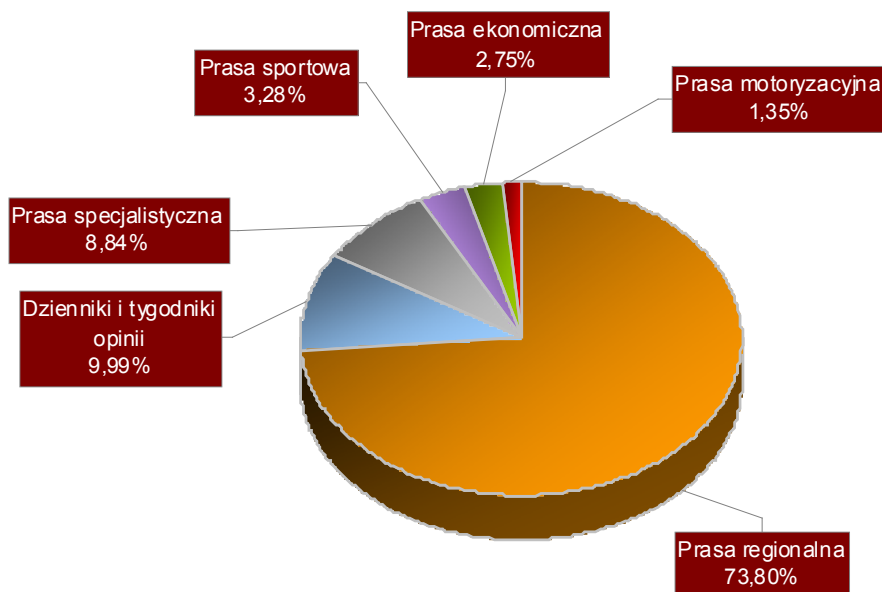
Lublin na billboardach

O Lublinie wspomina się ponadto w kontekście promowania wschodniej części Polski. Podano, że Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych podpisała z urzędem miejskim w Lublinie porozumienie dotyczące działań promocyjnych oraz pozyskania nowych inwestycji. Informowano także o akcjach promocyjnych, w których Lublin dbał o wizerunek swojego miasta. Wspominano o wrześniowej kampanii billboardowej Lublina, który ubiega się o miano Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku. Zauważono ponadto kwietniową kampanię promującą Lublin, jako dobre miejsce do studiowania, a w maju – „Lublin. Nieziemski klimat”.

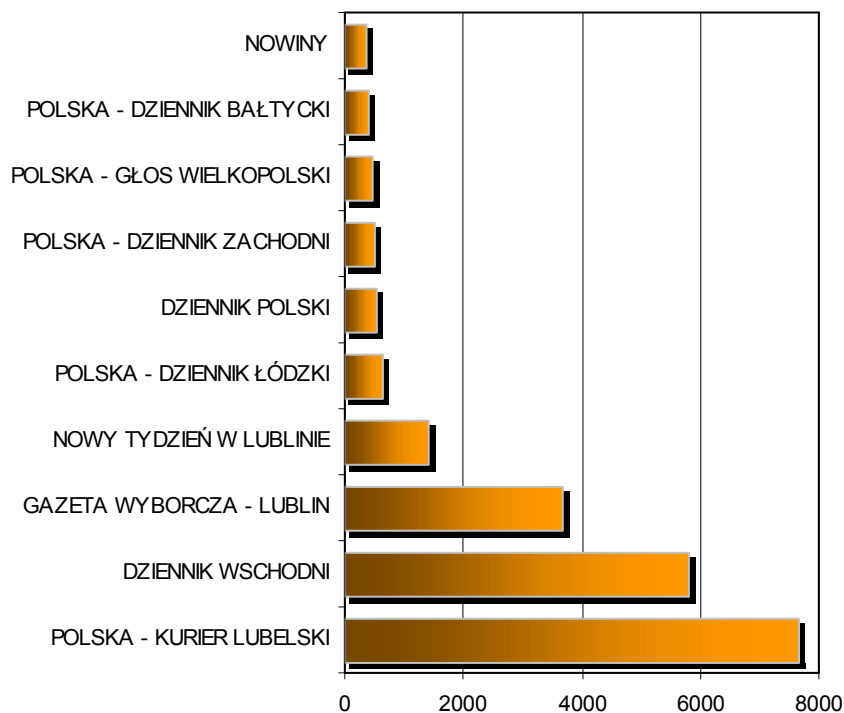
Rozdział II - Ujęcie statystyczne



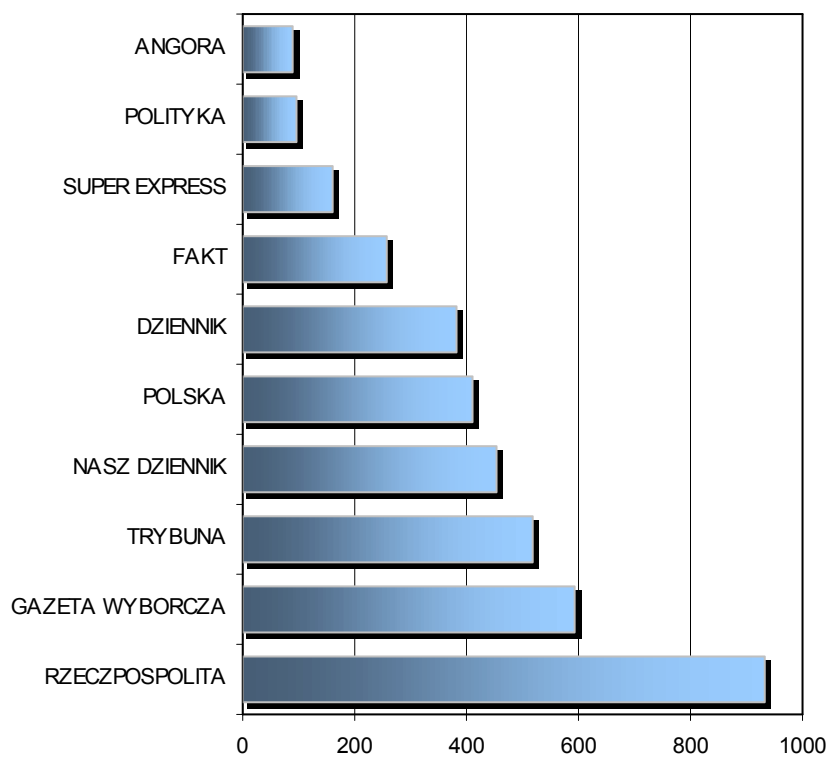
Wykres 1. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy



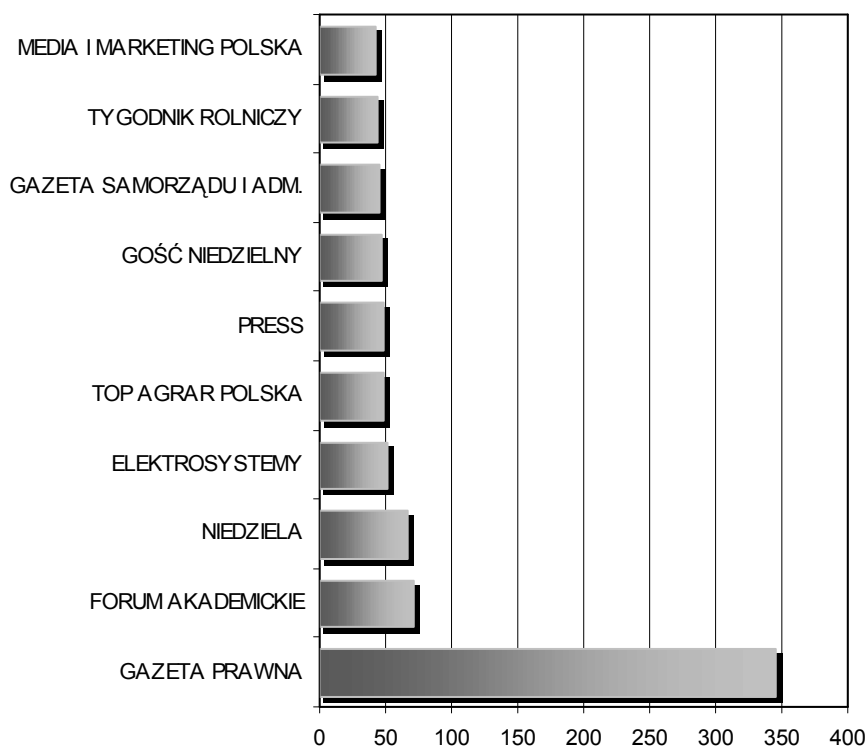
Wykres 2. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy



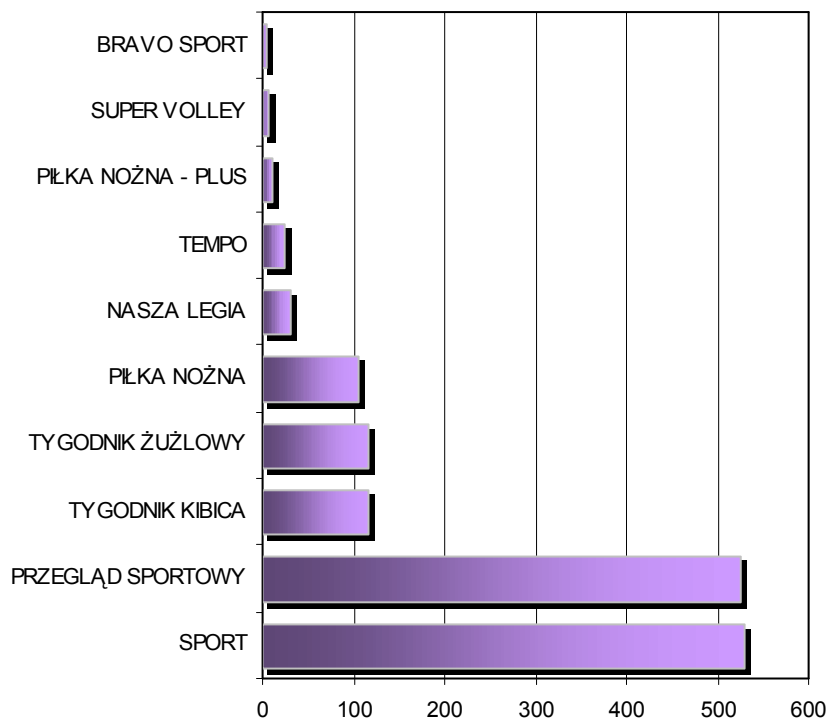
Wykres 3. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej



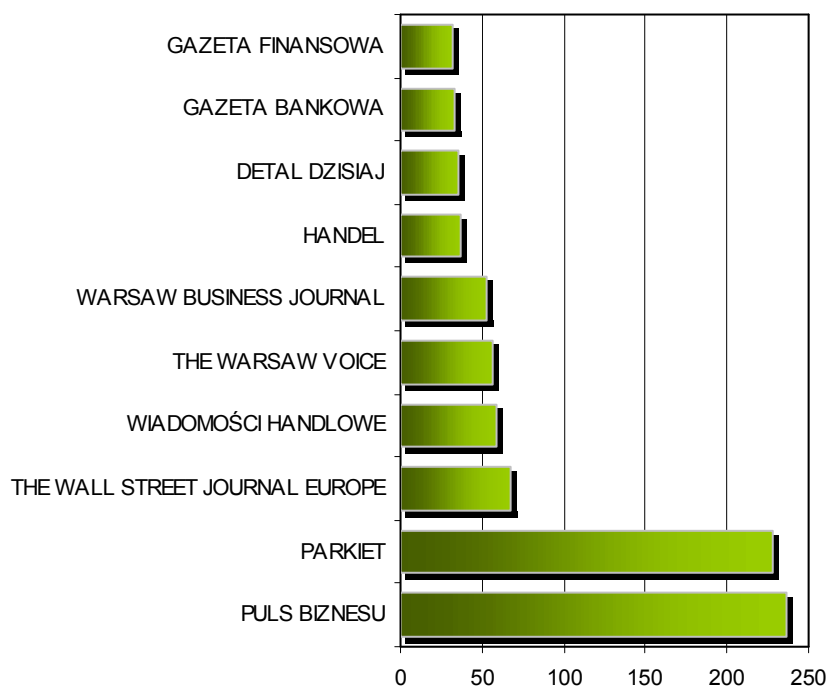
Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii



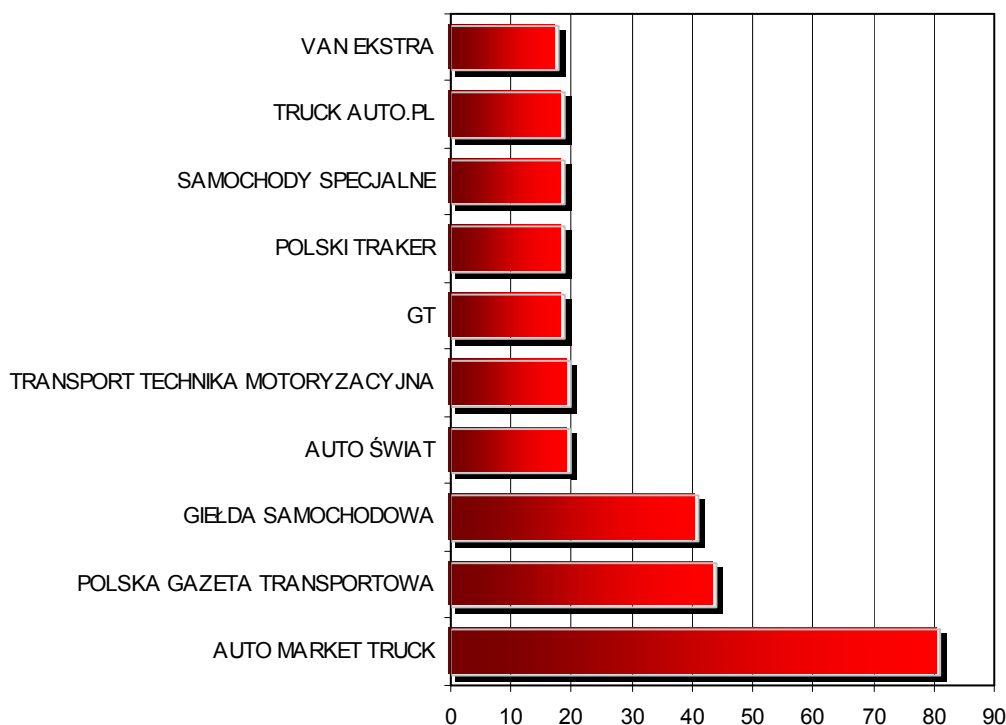
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



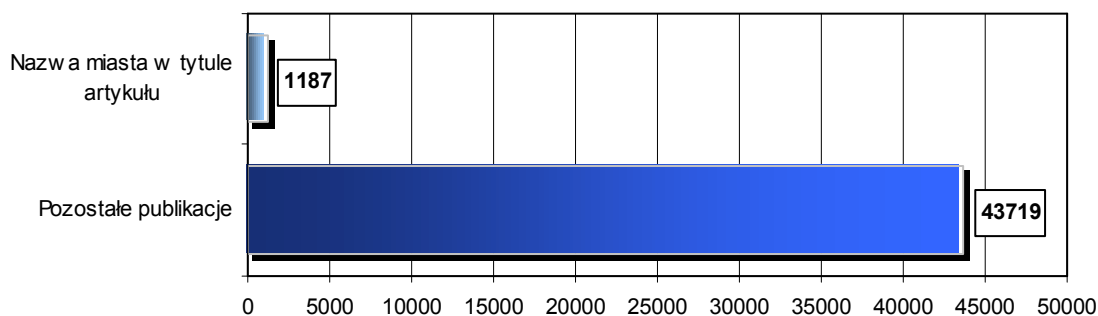
Wykres 6. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



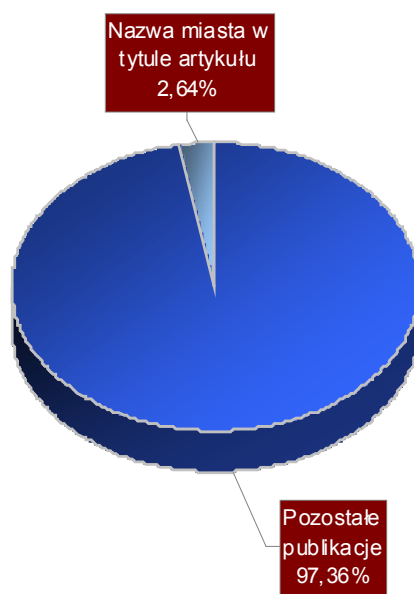
Wykres 7. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej



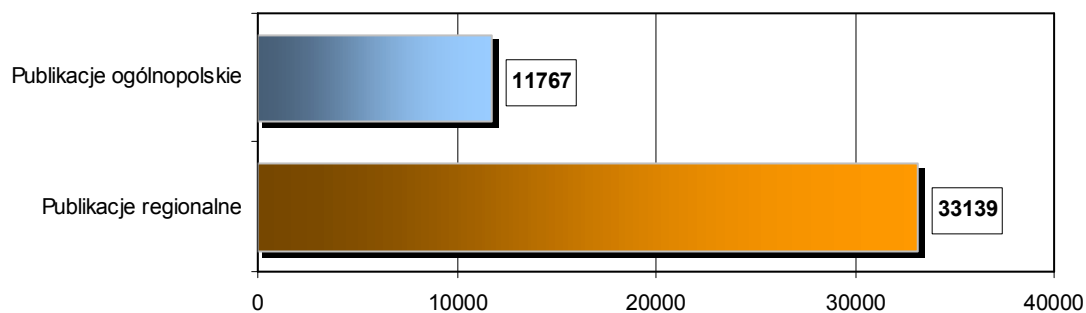
Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej



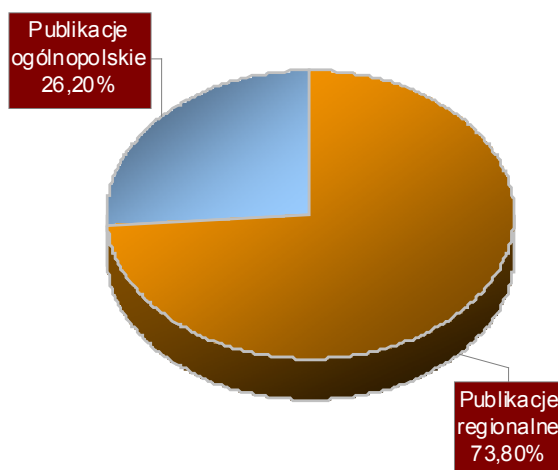
Wykres 9. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



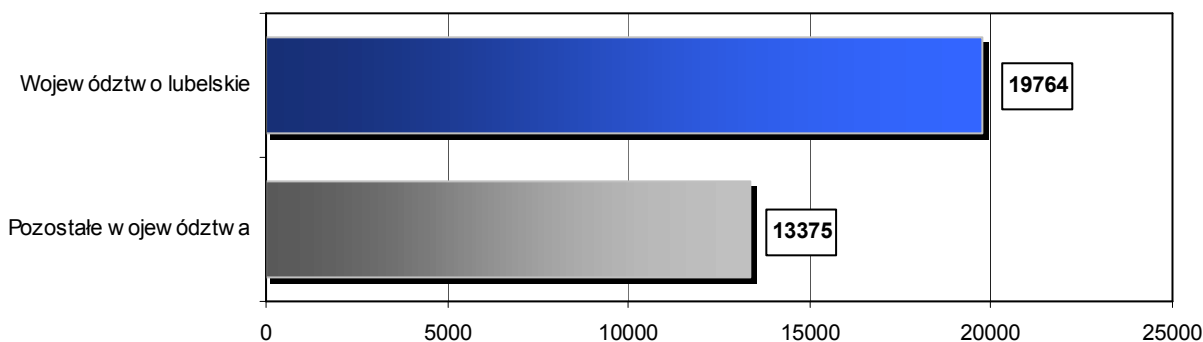
Wykres 10. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



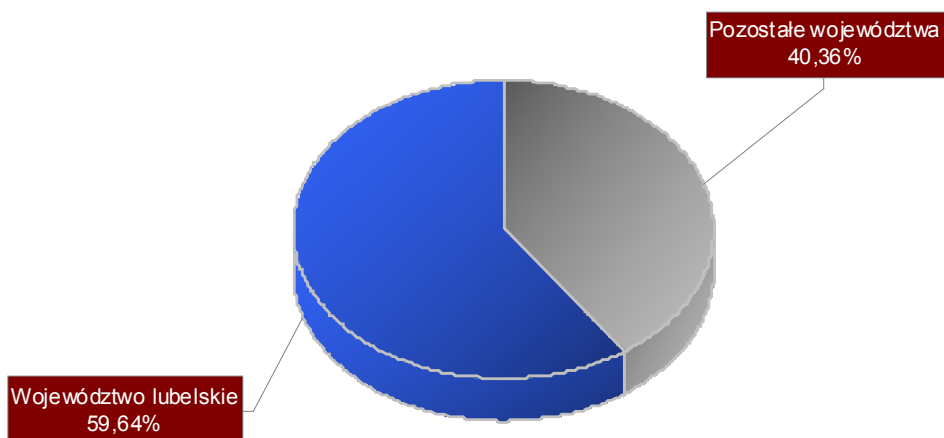
Wykres 11. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



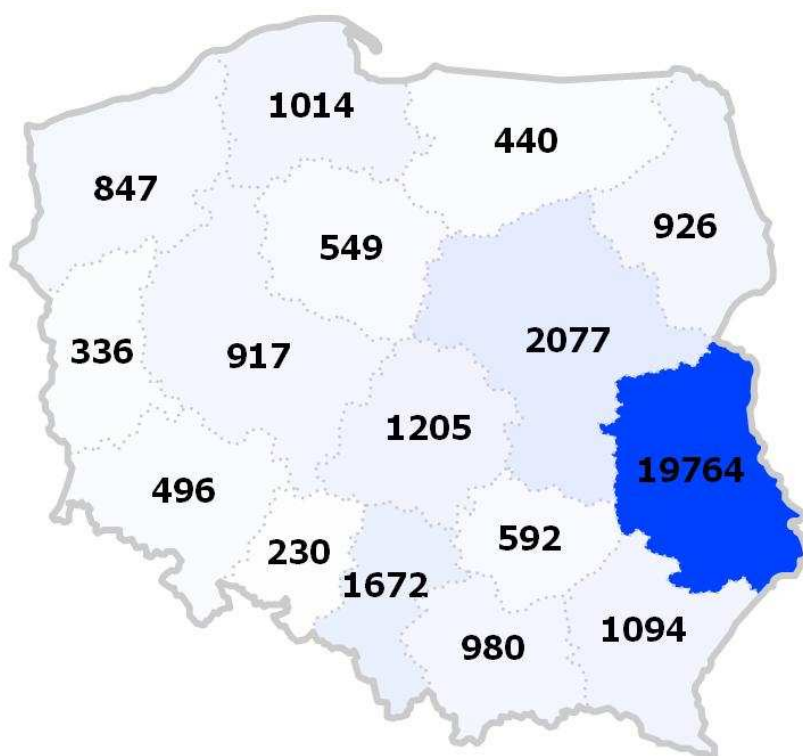
Wykres 12. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



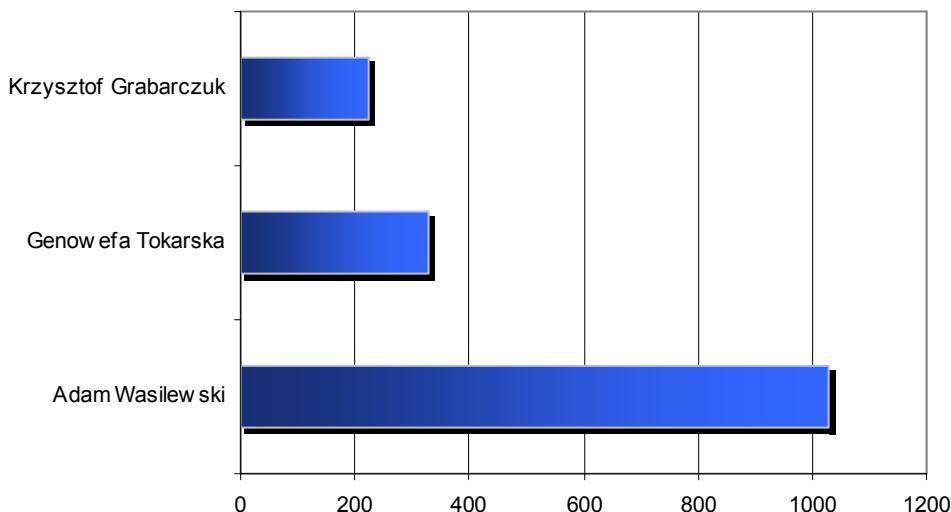
Wykres 13. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



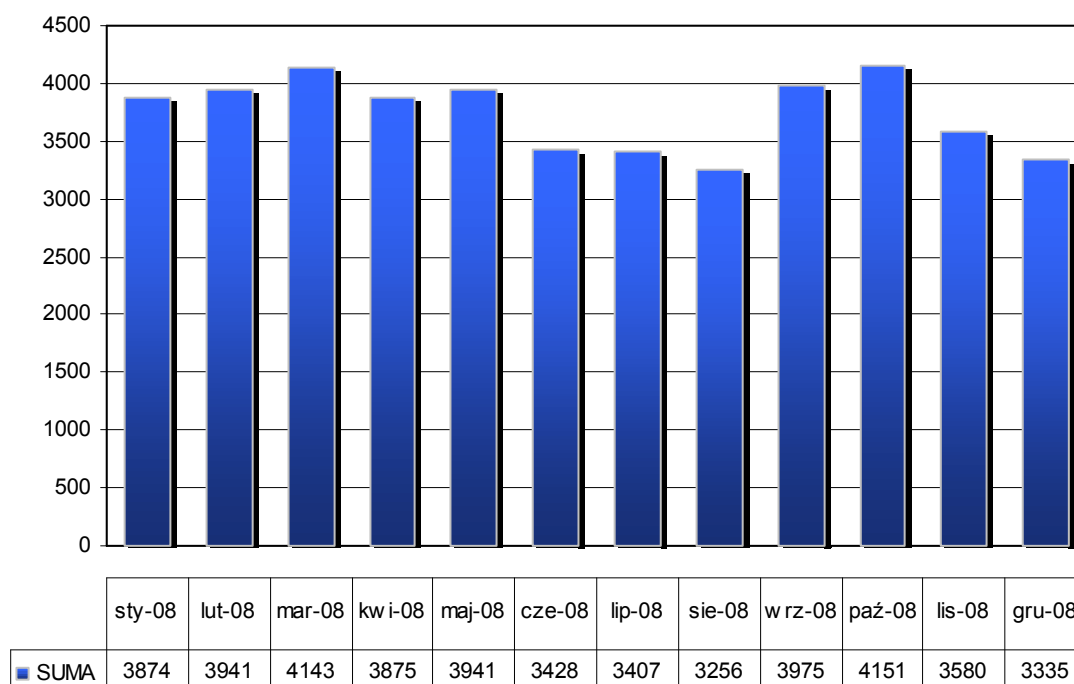
Wykres 14. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



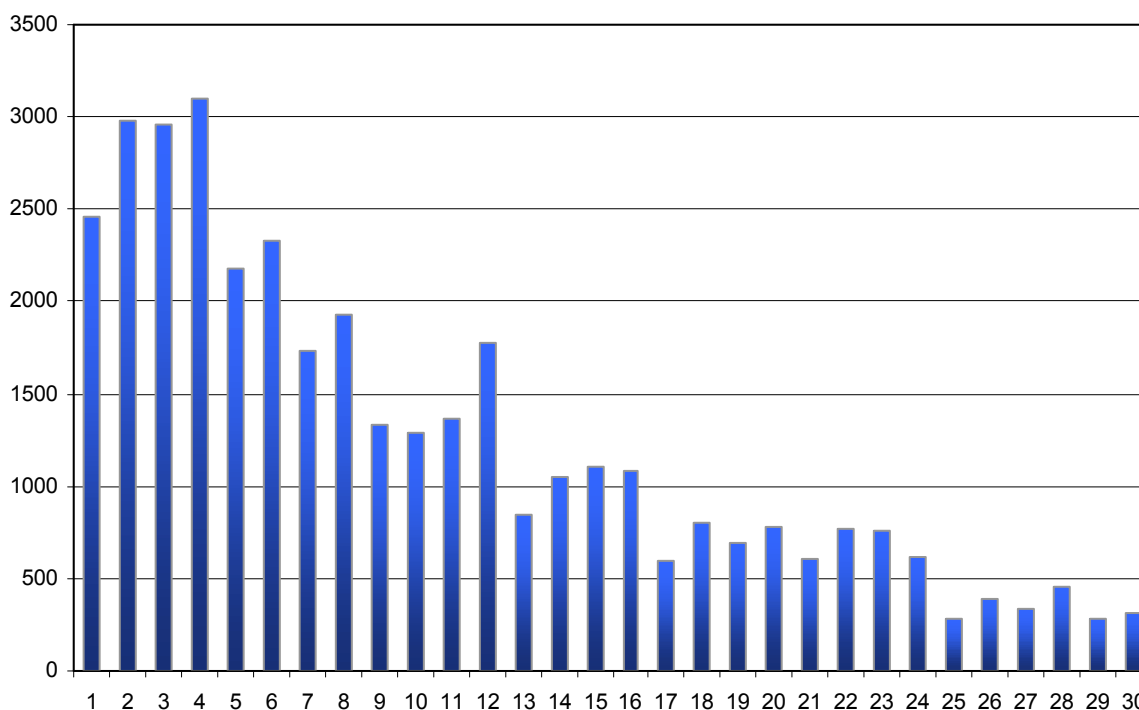
Wykres 15. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



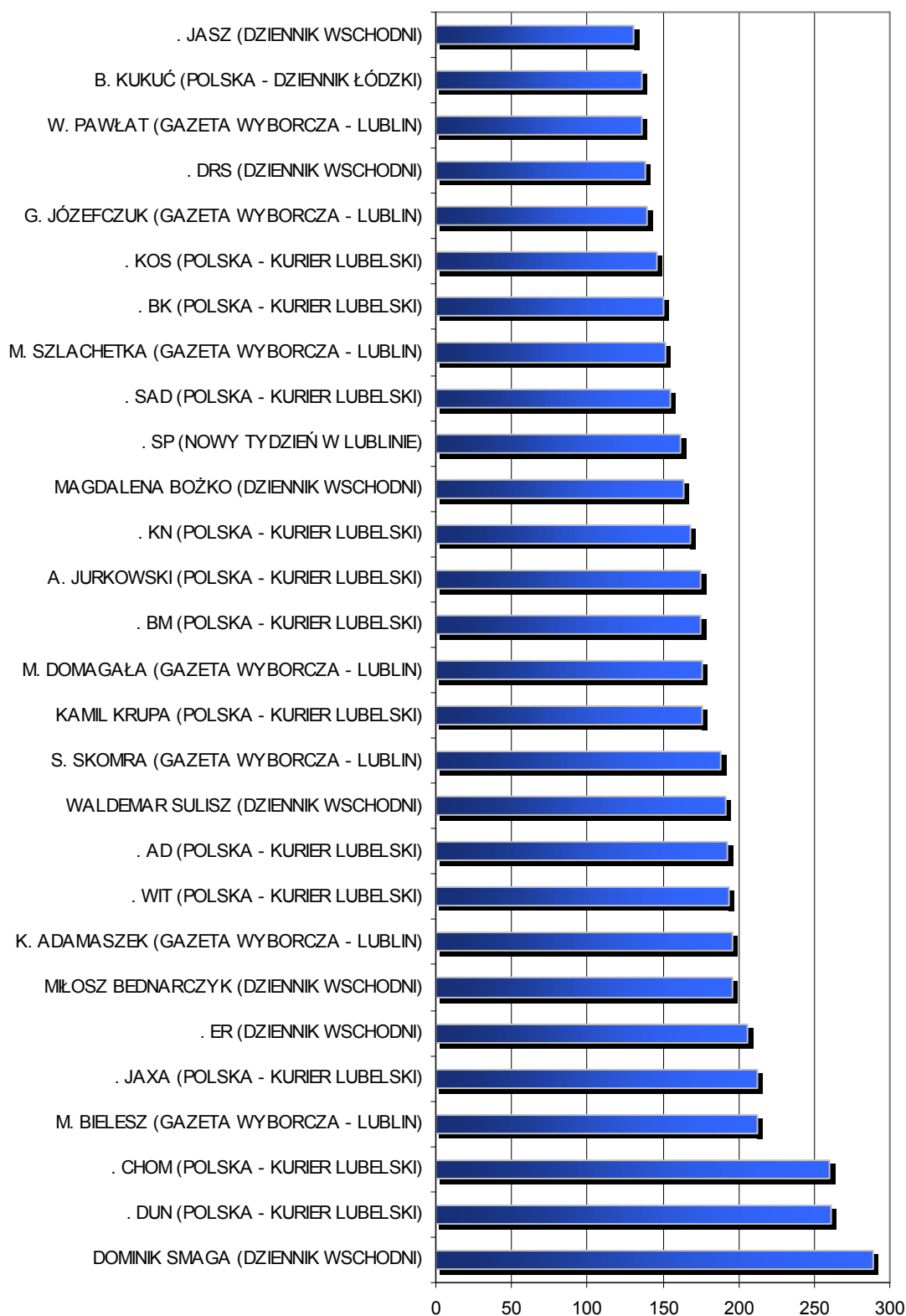
Wykres 16. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Lublina (Adam Wasilewski), wojewody lubelskiego (Genowefa Tokarska) oraz marszałka województwa lubelskiego (Krzysztof Grabarczuk) w materiałach na temat Lublina



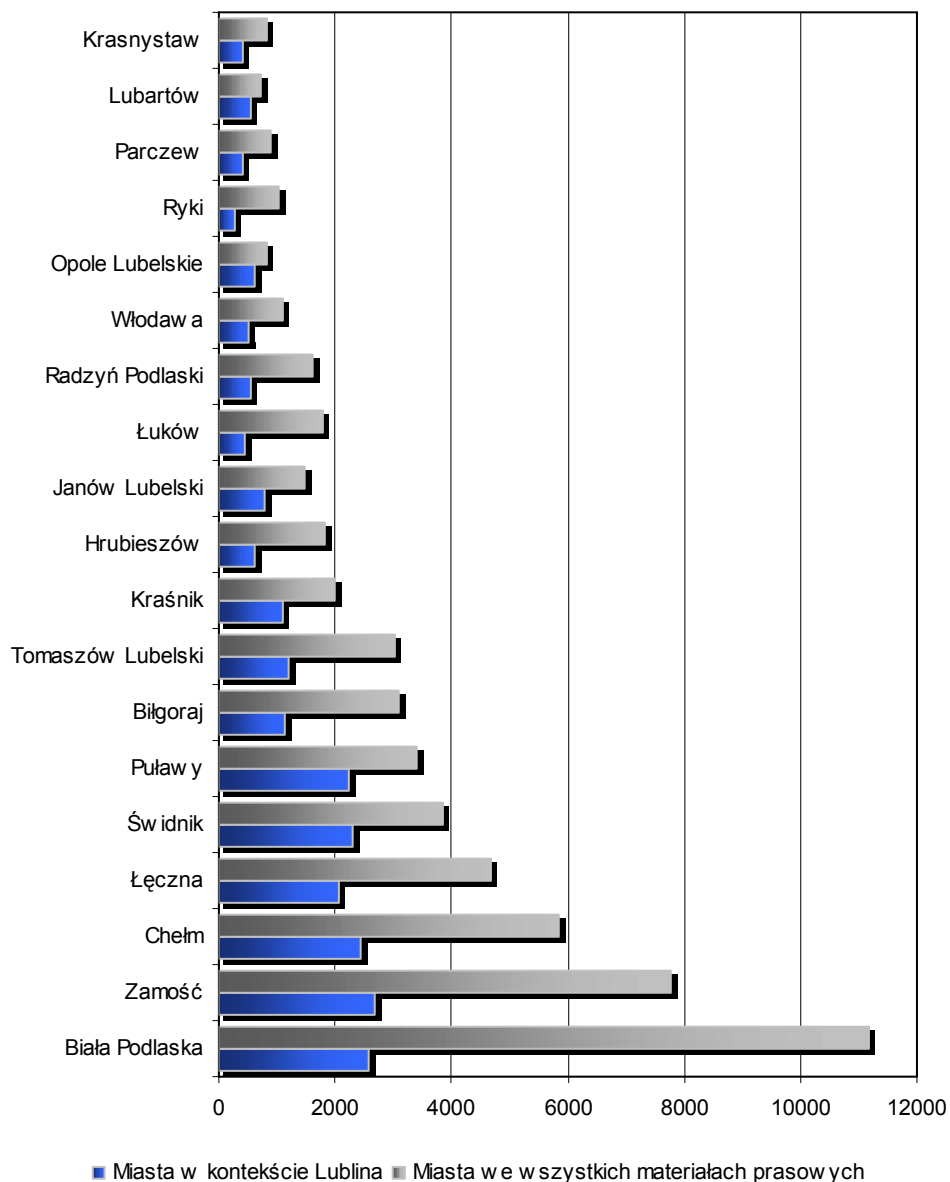
Wykres 17. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku



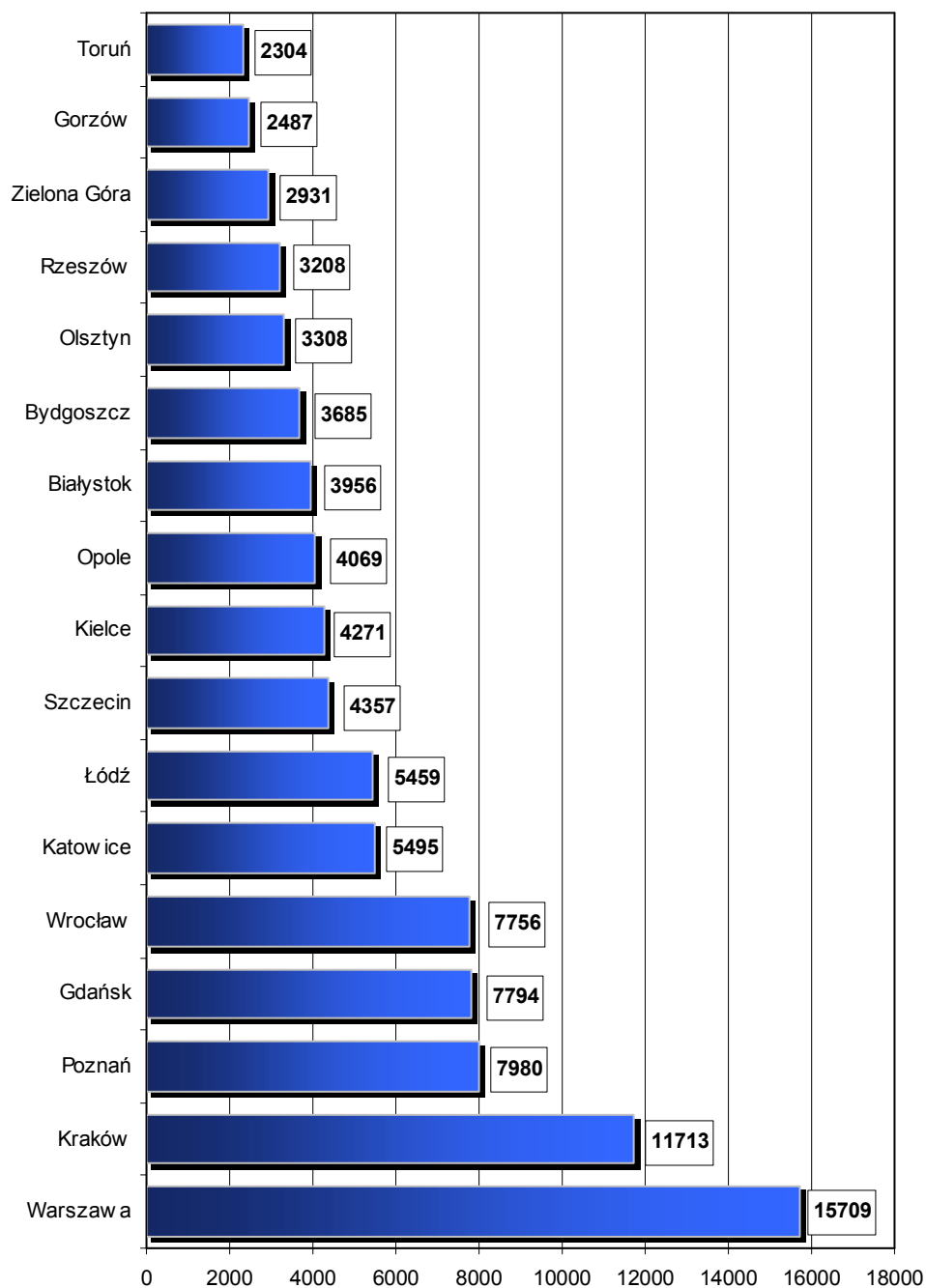
Wykres 18. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet



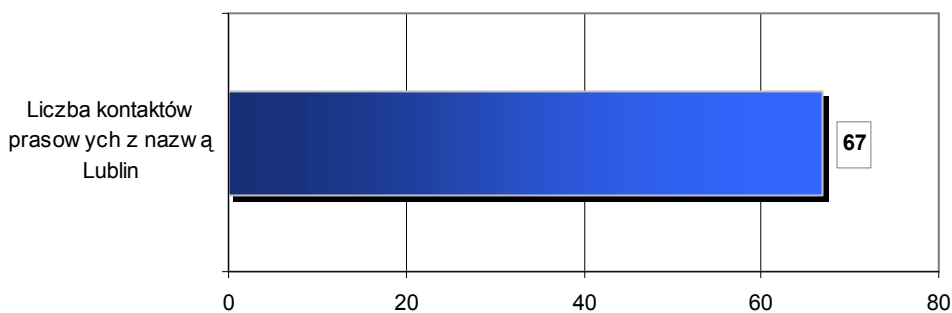
Wykres 19. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych



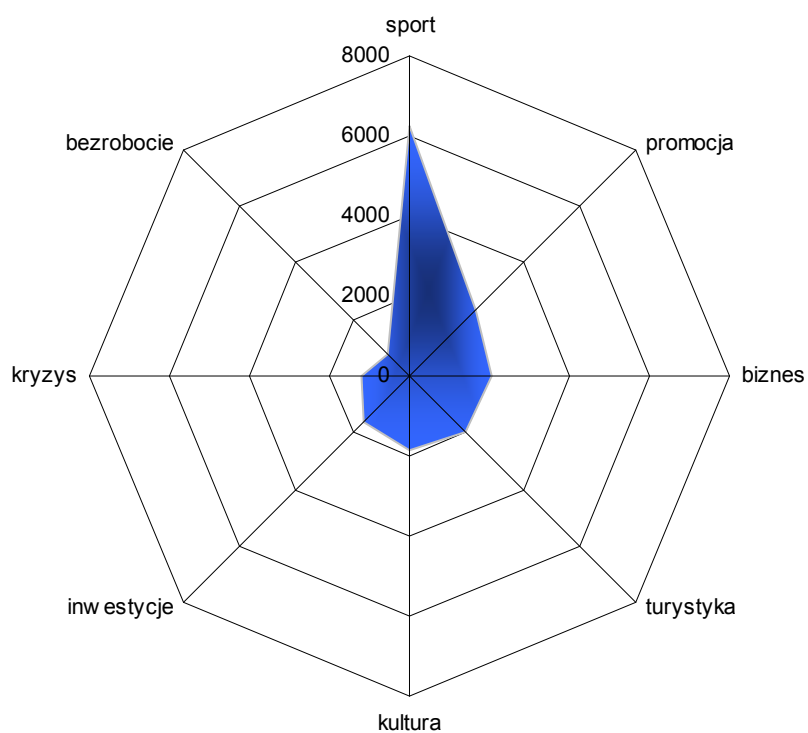
Wykres 20. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów z województwa lubelskiego, w artykułach prasowych w kontekście Lublina oraz we wszystkich materiałach prasowych



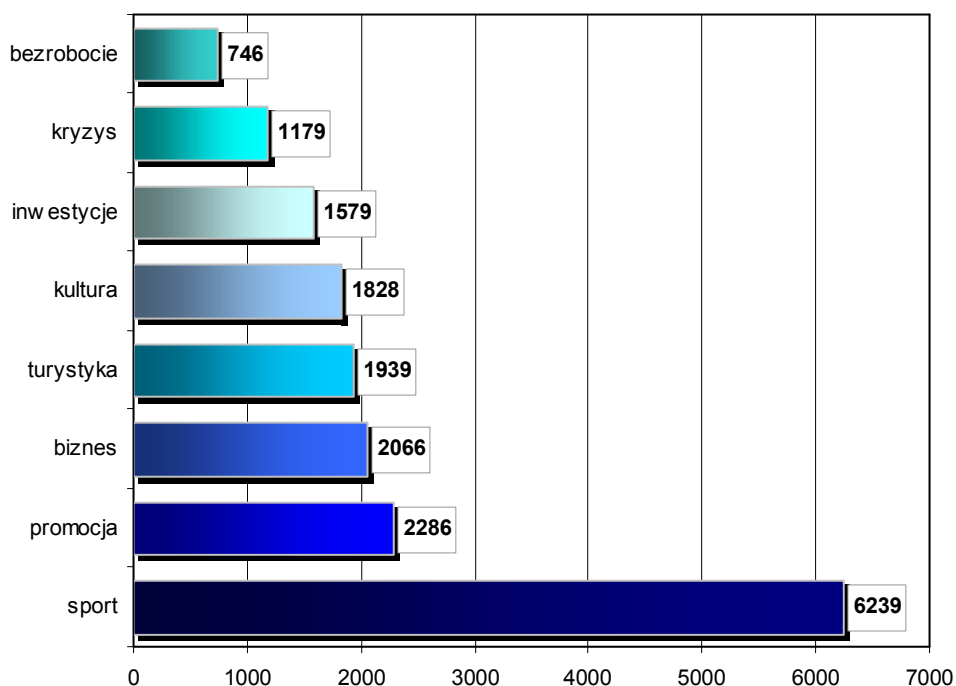
Wykres 21. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujące się w publikacjach na temat Lublina



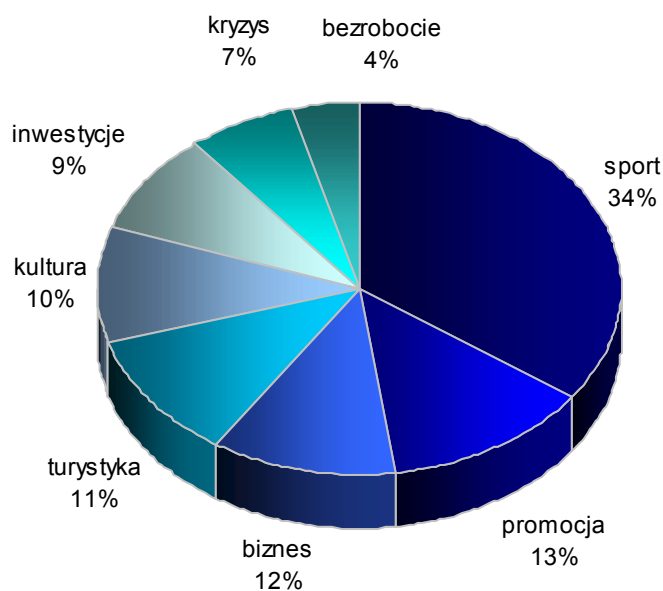
Wykres 22. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Lublin w ciągu roku



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

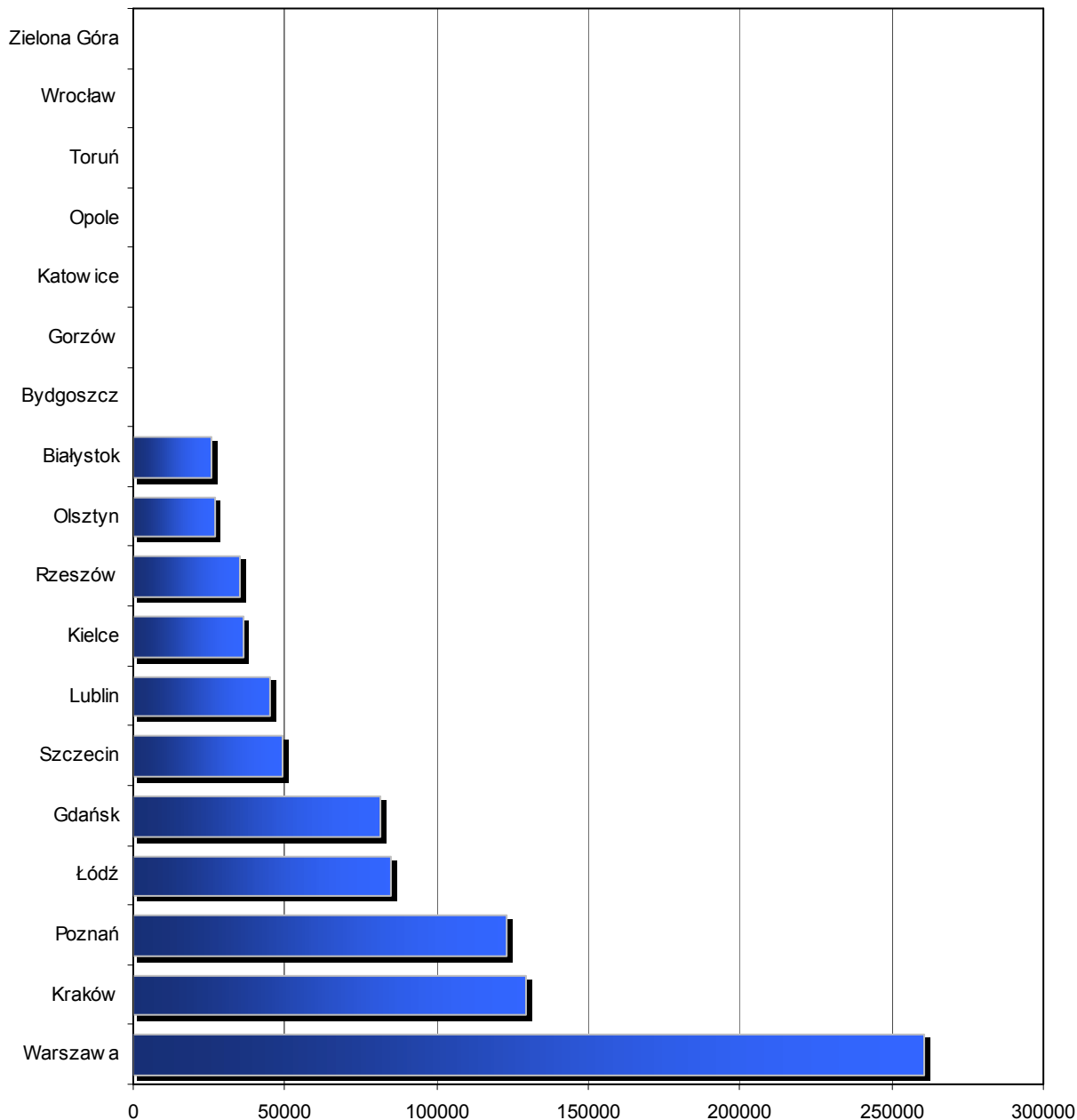


Wykres 24. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Lublin

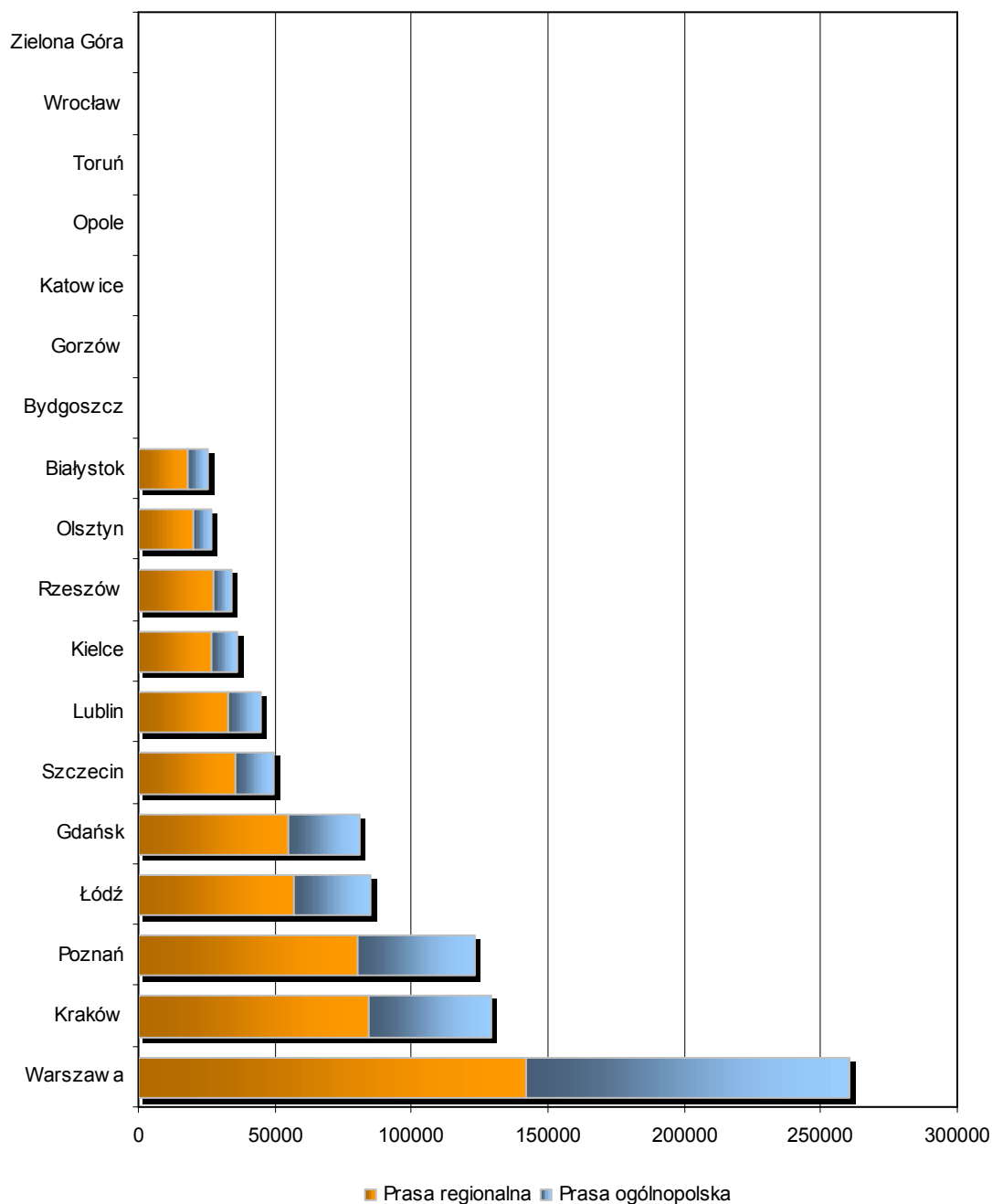


Wykres 25. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Lublin

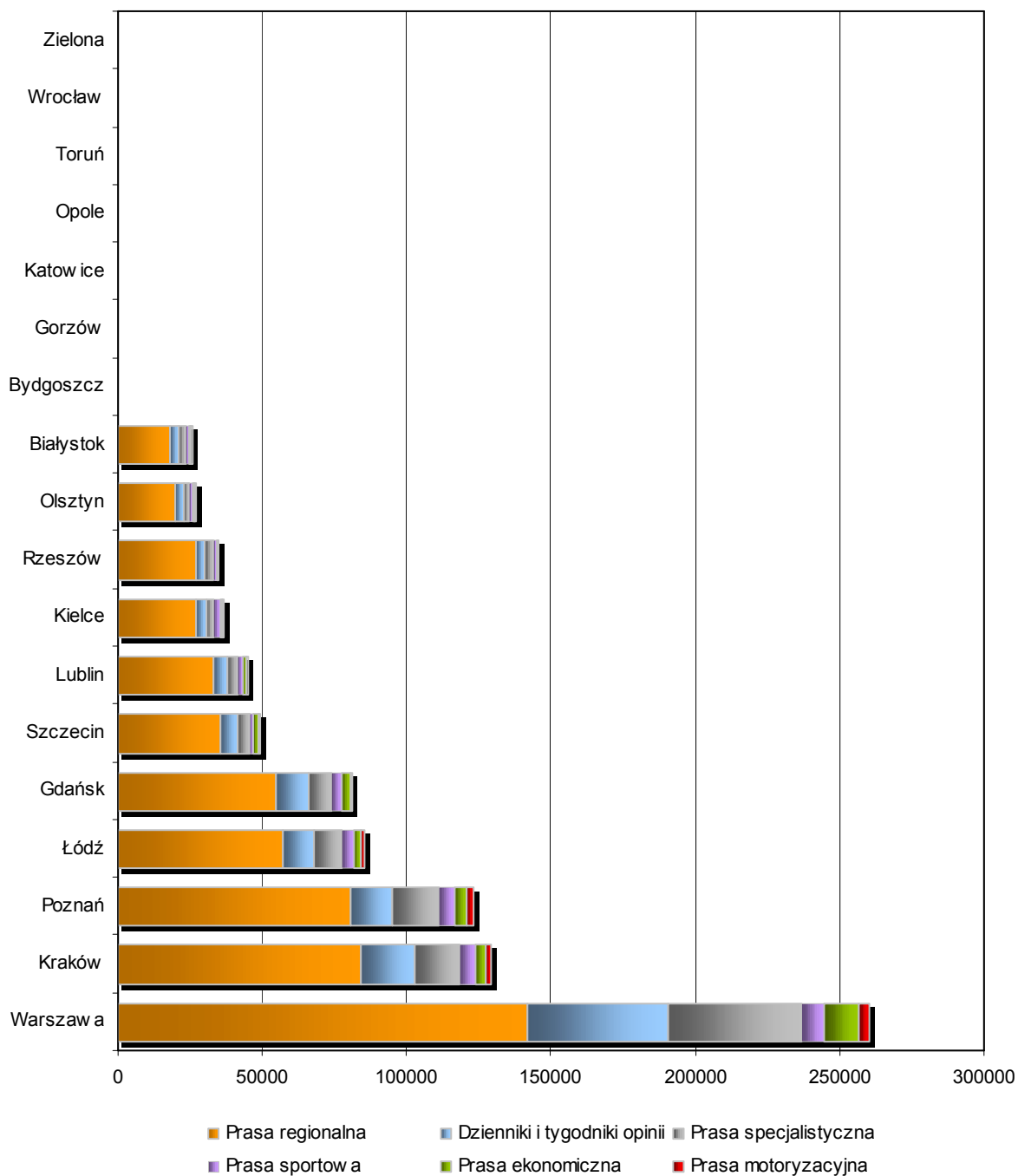
Rozdział III - Porównanie miast



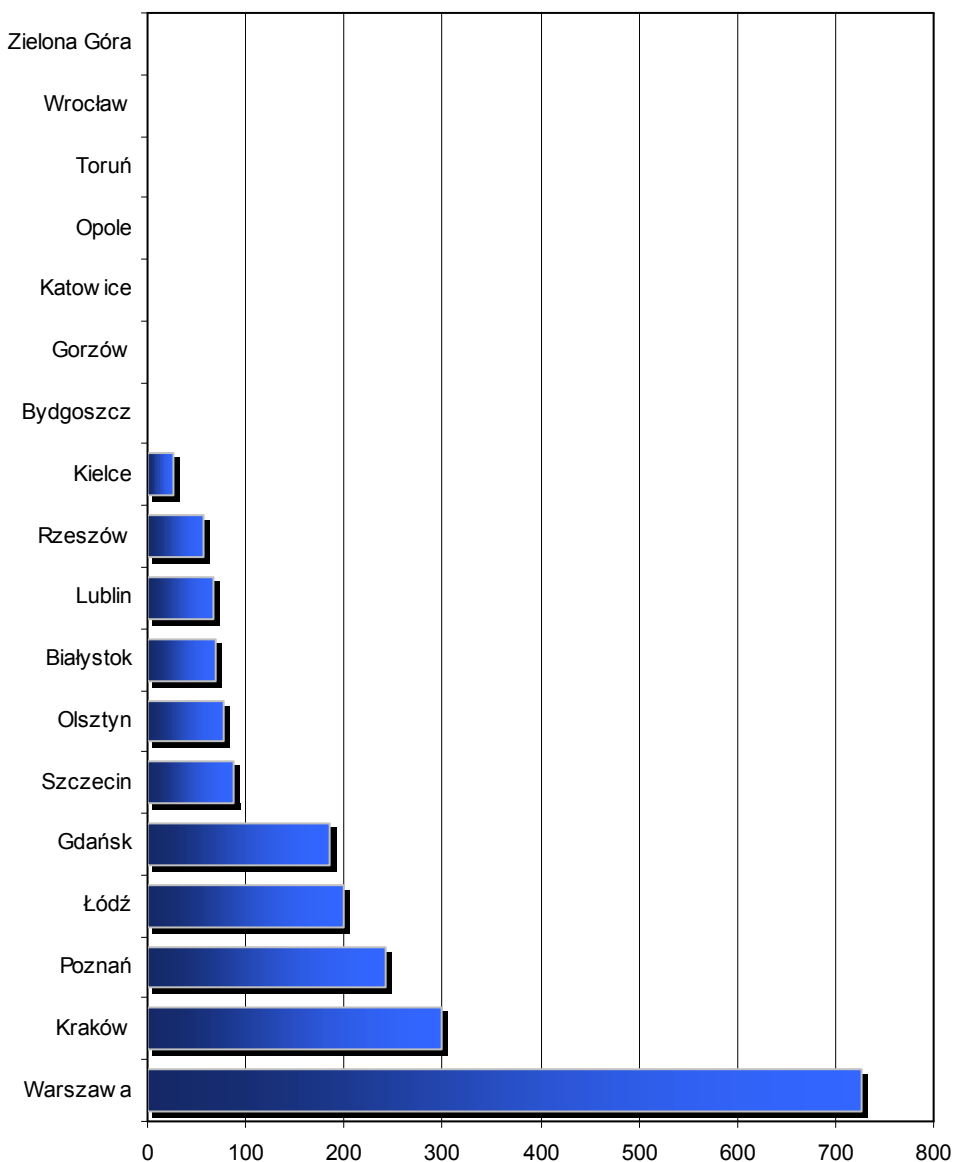
Wykres 26. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego opublikowanych w 2008 roku



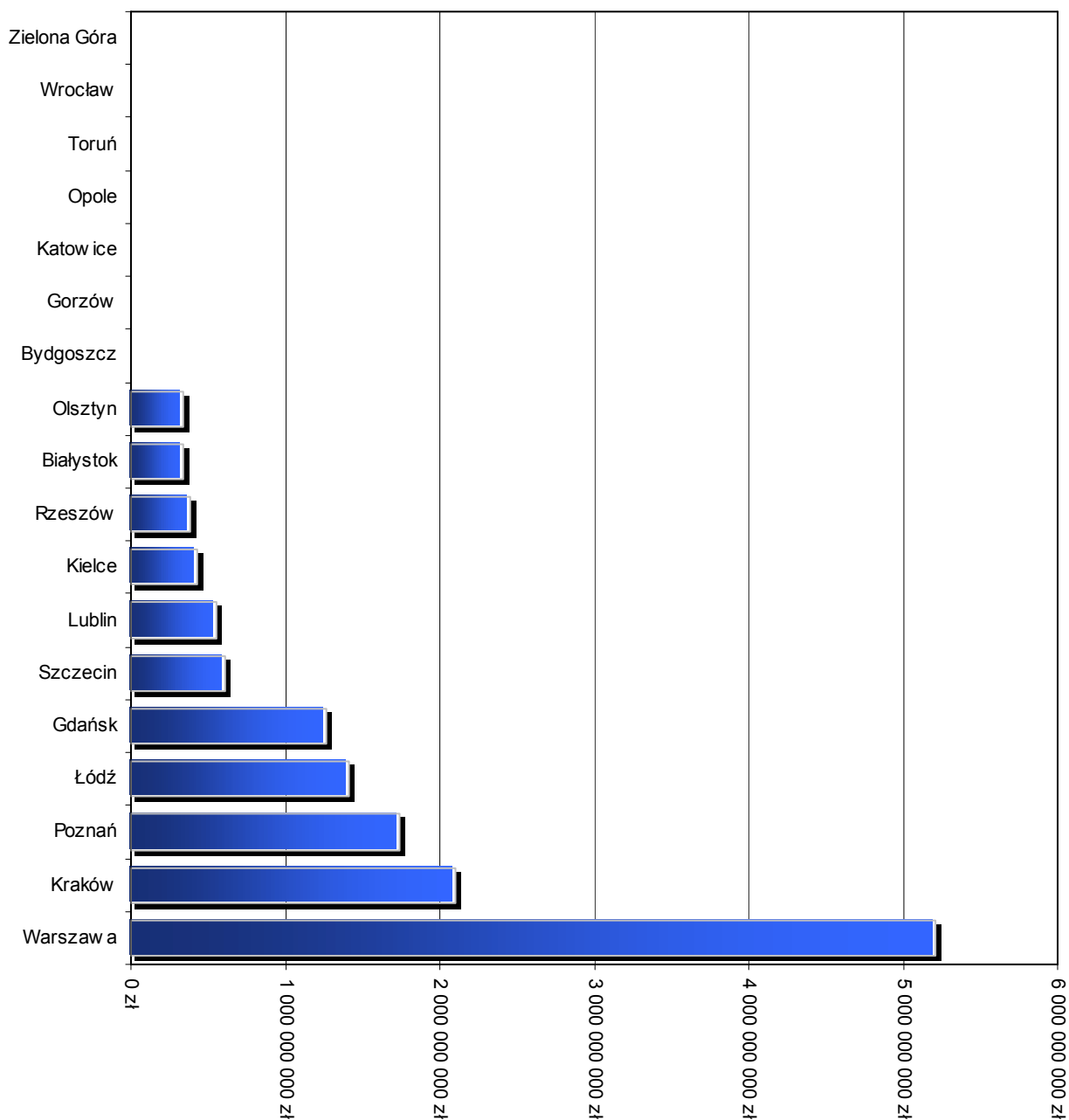
Wykres 27. Suma materiałów z nazwą miasta wojewódzkiego, z podziałem na prasę regionalną i ogólnopolską, opublikowanych w 2008 roku



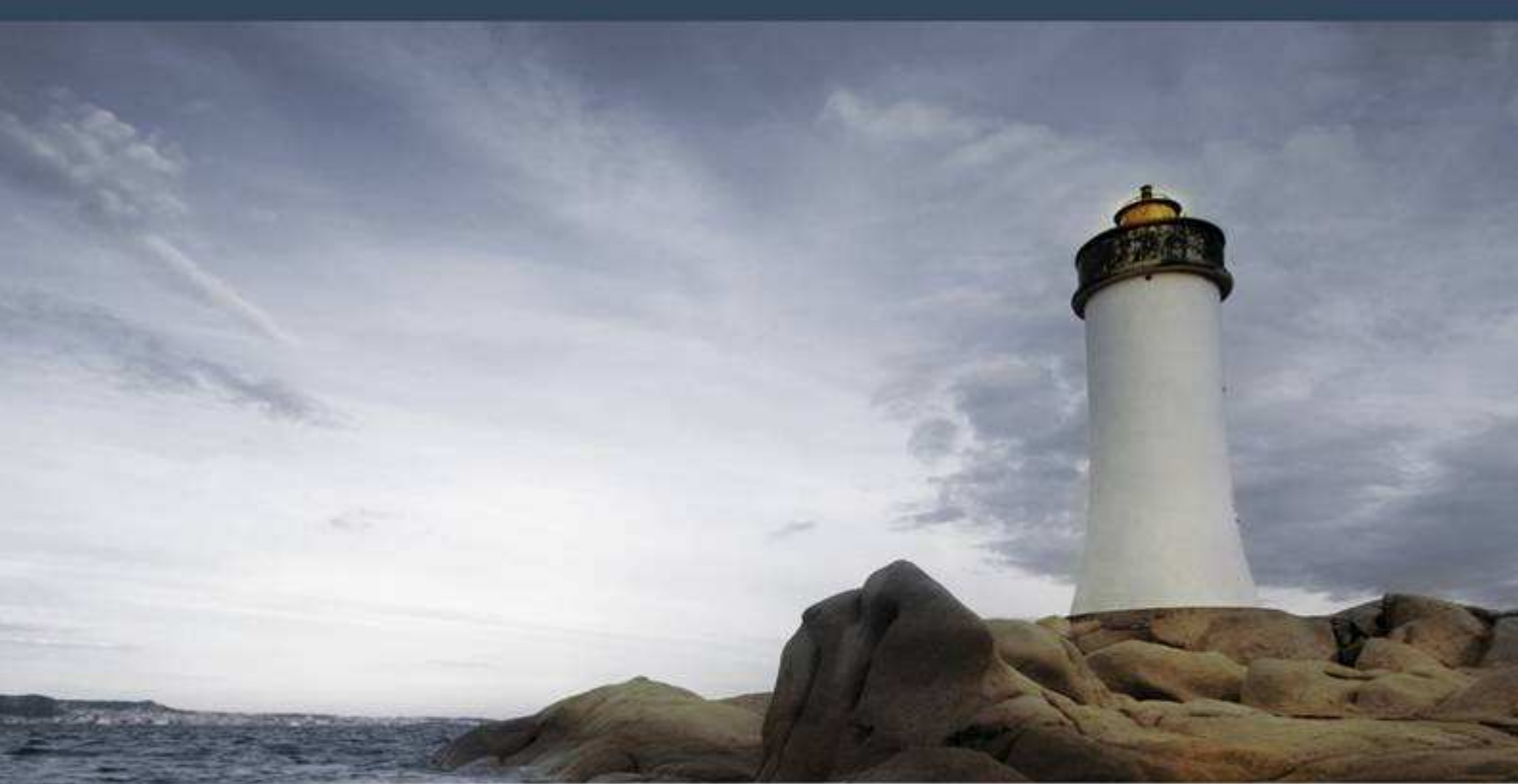
Wykres 28. Suma publikacji zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy (2008 r.)



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 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