

STOLICE REGIONÓW

Analiza wizerunku miast wojewódzkich w mediach

Opole

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 Opola 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 Opola i powiatów w województwie opolskim.

- **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

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

Szczegółowa analiza najbardziej medialnych grup tematycznych

Opole – edukacja muzyczna i ekologiczna

Opole to miasto kojarzone z muzyką. Muzyką nie zawsze najwyższych lotów, ale wepchniętą w opolski krajobraz już chyba na zawsze.

Sportowcy i rasiści

Wśród materiałów dotyczących Opola wyróżnić należy liczną grupę informacji podejmujących tematykę sportową. Dziennikarze komunikowali o rozgrywkach opolskich drużyn, sportowcach, kontuzjach, transferach. Reporterzy zajmowali się m.in. drużynami Odra Opole, AZS Opole, Unia Opole, Kolejacz Opole, Norgips Gwardia Opole.

Jedną z informacji, którą szeroko komentowano w mediach drukowanych była zmiana na stanowisku trenera zespołu Odra Opole. Poinformowano, że Holender, Rob Delahaije, został szkoleniowcem drugoligowego opolskiego klubu. Podejmując temat rasizmu na stadionach, dziennikarze informowali o bulwersujących zajściach z udziałem pseudokibiców oraz piłkarza Odry Opole - Pape Samby Ba. Obok słów potępienia wobec wszelkich przejawów rasizmu i nietolerancji na polskich stadionach pojawiała się także krytyka zachowania piłkarza podczas meczu z GKS Katowice. Zauważono, że zawodnik grał dość brutalnie oraz pokazał kibicom wykrzykującym obraźliwe hasła „gest Kozakiewicza”. Dziennikarze zajęli się ponadto kwestią pobicia piłkarza przez chuligana.

Festiwal pozorów?

Przeglądając publikacje dotyczące Opola, można stwierdzić, że znaczna ich część dotyczy Krajowego Festiwalu Polskiej Piosenki. Nie zawsze są to publikacje dotyczące aktualnego muzycznego wydarzenia (w przypadku roku 2008 był to 45. KFPP). W materiałach prasowych prezentujących drogę zawodową poszczególnych gwiazd polskiej sceny muzycznej nierzadko wzmiankowano o wyróżnieniu, jakie uzyskały na opolskim festiwalu.

Komentarze dziennikarzy dotyczące 45. Krajowego Festiwalu Polskiej Piosenki Opole 2008 były mieszane. Reporterzy nie mogli nie zwrócić uwagi na wpadkę, jaka zdarzyła się organizatorom, podczas trwania imprezy. Otóż zamiast nagrodzić zespół Zakopower, statuetkę Superpremiery przyznano Katarzynie Cerekwickiej. Pomyłkę po przerwie wyjaśniono, ale niesmak pozostał. Muzyczne wydarzenie nazywano „festiwalem pozorów”, „przańszą biesiadą”, wskazywano na niski poziom artystyczny imprezy, całe

przedsięwzięcie określając jako „żenujące”. Zdarzały się jednak i materiały pozytywnie opisujące opolski festiwal. Podkreślano, że dawno w jednym miejscu nie udało się zebrać tylu sław. Zauważano, że wysiłki organizatorów skupiły się głównie na konkurowaniu z Sopot Festival i Top Trendy.

Kultura i tolerancja po opolsku

Dziennikarze zainteresowali się ponadto wydarzeniami kulturalno-rozrywkowymi, które odbywały się w Opolu. Między innymi wspomniano o „Aktorach prowincjonalnych” – spektaklu, wyreżyserowanym przez Agnieszkę Holland, opartym na scenariuszu jej debiutanckiego filmu, o VI Festiwalu Filmowym „Opolskie Lamy” czy o wyborach Mistra Opolszczyzny. Dziennikarze informowali ponadto o występie w stolicy Opolszczyzny Ivana Mladka i Banjo Bandu, przyznaniu Złotych i Diamentowych Spinek, XXXIII Opolskich Konfrontacjach Teatralnych. Redaktorzy zajęli się również tematem inauguracji Instytutu Konfucjusza, który rozpoczął działalność w kampusie Politechniki Opolskiej oraz koncertem Alphaville, który zaproponowano mieszkańcom miasta z okazji otwarcia pierwszego centrum handlowego na Opolszczyźnie - Karolinka. Oprócz tego reporterzy zaciekawili się Opolską Aleją Gwiazd Tadeusza Pabisiaka. Wśród sław, których odciski dłoni znalazły się w Opolu wymieniano: Dorotę Rabczewską, Ewę Bem, Edytę Górniak, Ryszarda Rynkowskiego oraz muzyków De Mono i Perfectu.

Duże zainteresowanie wzbudziła także inicjatywa „Żywej Biblioteki” oraz protesty m.in. wiceprezydenta Opoli, Arkadiusza Karbowiaka, który sprzeciwił się, by impreza odbyła się w MOK-u.

Na razie bez łopat

O Opolu wspomina się ponadto w kontekście planów inwestycyjnych, budów, modernizacji, remontów. Dziennikarze nieśmiało wzmiankowali o możliwości powstania unikatowego na skalę kraju ogrodu botanicznego. Podano, że pierwszą jego część zobaczymy za dwa lata. Poinformowano, że alpinaria, palmiarnia oraz szkółki uprawy roślin mieścić się będą obok istniejącego, zabytkowego parku na wyspie Bolko.

Media informowały także o szansie na dofinansowanie z funduszy europejskich testowego odcinka kolejki gondolowej w Opolu. Wspominano również, że o opolskiej kolejce inżyniera Olgierda Mikoszy napisało specjalistyczne bostońskie pismo oraz nowozelandzka strona internetowa.

Należy jednak zauważyć, że informacji dotyczących ważnych inwestycji w Opolu jest jak na lekarstwo. Sami dziennikarze przyznają ponadto, że od powstania w Opolu strefy ekonomicznej przy ulicy Północnej minęły dwa lata, a jak do tej pory „żaden inwestor nie wbił tam nawet łopaty”.

Karolinka – generator prasowych newsów

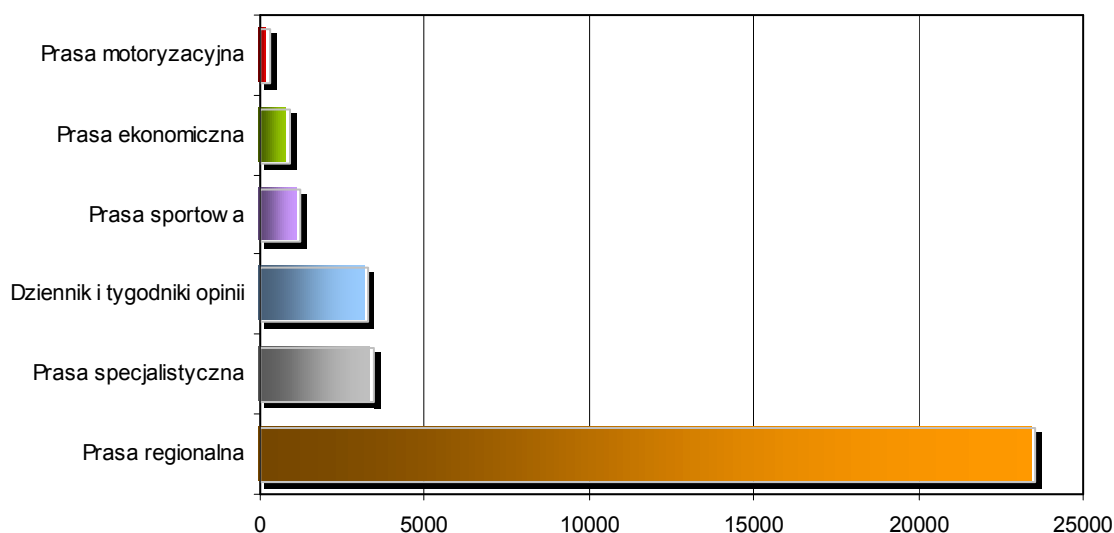
Media informowały również o otwarciu opolskiego Centrum Handlowego Karolinka. Nowy obiekt Opola był inspiracją do powstania wielu publikacji medialnych. W związku z nim informowano m.in. o kolejnych sklepach, które rozpoczynały działalność w Karolinie, koncercie zespołu Alphaville, o okropnych korkach ulicznych przy dojeździe do centrum czy uruchomieniu przez MPK nowych linii autobusowych, które dowiozą opolan na zakupy.

Świadomość ekologiczna

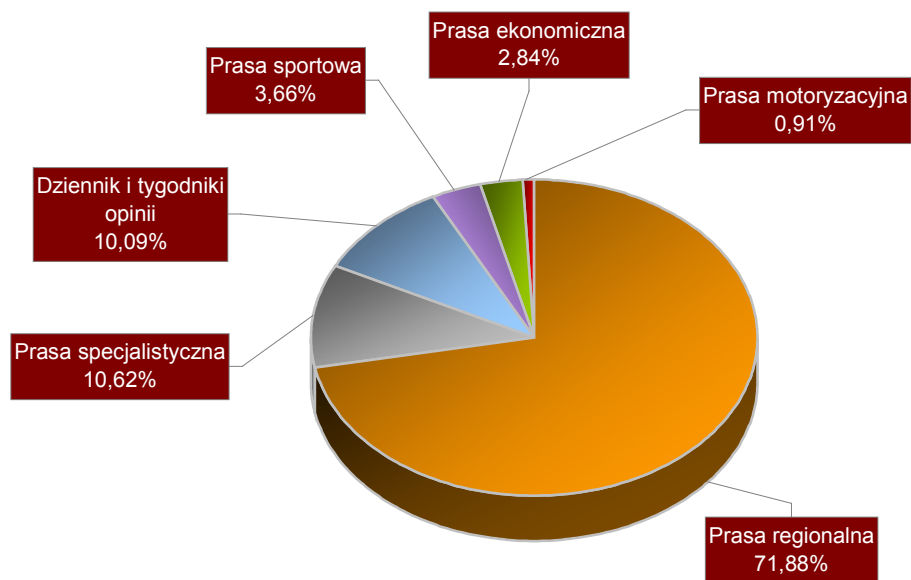
O Opolu wzmiankuje się także w kontekście dbania o środowisko naturalne. W analizowanym okresie poinformowano o przyznaniu firmie Energetyka Ciepła Opolszczyzny S.A., m.in. Europejskiego Certyfikatu Standaryzacji Ekologicznej w Narodowym Konkursie Ekologicznym „Przyjaźni środowisku”. Podano, że dzięki modernizacji aparatury emitowane zanieczyszczenia zmniejszyły się radykalnie, a wymiana przestarzałych urządzeń pozwoliła na ograniczenie zużycia paliwa o około 60 tysięcy ton rocznie.

Dziennikarze informowali ponadto o zabawie „Gra o miasto” zorganizowanej w ramach Tygodnia Zrównoważonego Transportu, której zadaniem było budowanie świadomości proekologicznej. Poinformowano również, że na Opolszczyźnie powstaje grupa firm, samorządów i ośrodków naukowych, które chcą razem korzystać z odnawialnych źródeł energii. W mediach drukowanych pojawiały się także publikacje wskazujące, że Opolszczyzna wzięła „kurs na ekologię”. Poinformowano, że region planuje za cztery lata zmniejszyć emisję dwutlenku węgla o 20 procent. Pojawiały się też materiały komunikujące, gdzie w Opolu można oddać zużyte baterie i leki, a gdzie pozbyć się starego sprzętu RTV. Zainteresowano się ponadto mapą miasta, która wskazuje tego typu miejsca i dostępna jest bezpłatnie w Miejskiej Informacji Turystycznej w Opolu.

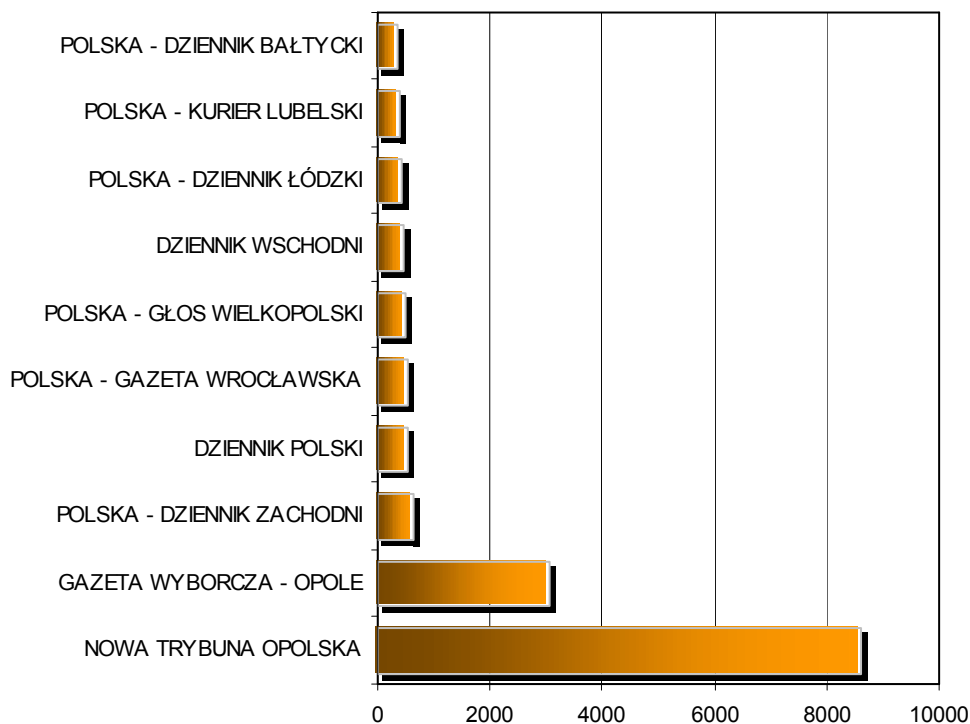
Rozdział II - Ujęcie statystyczne



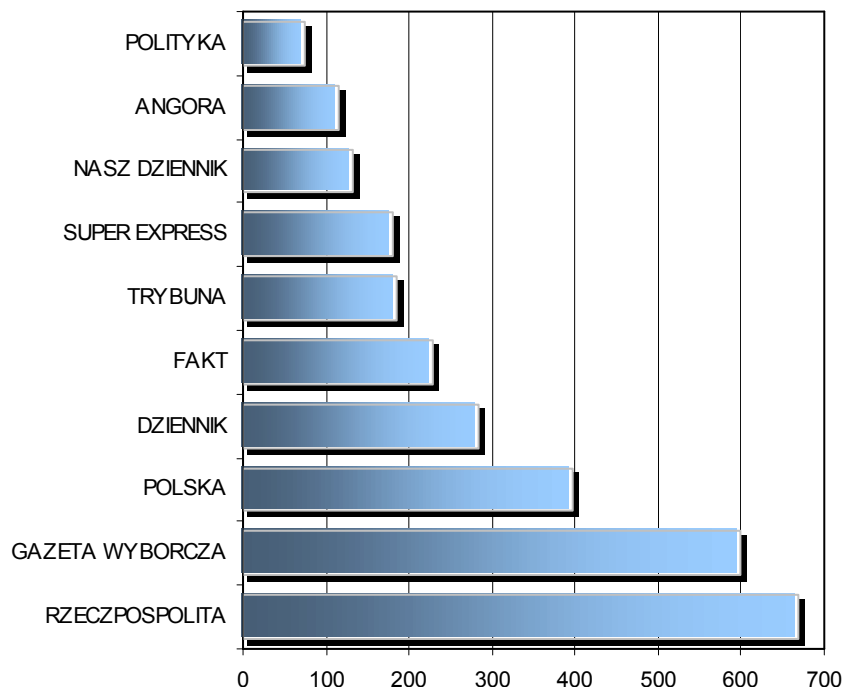
Wykres 1. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy



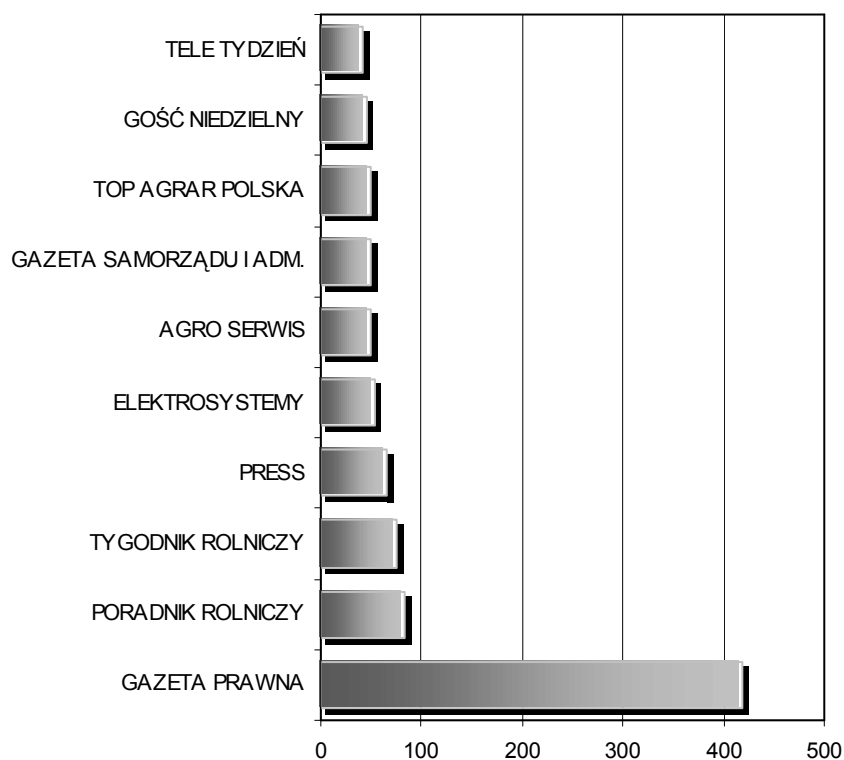
Wykres 2. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy



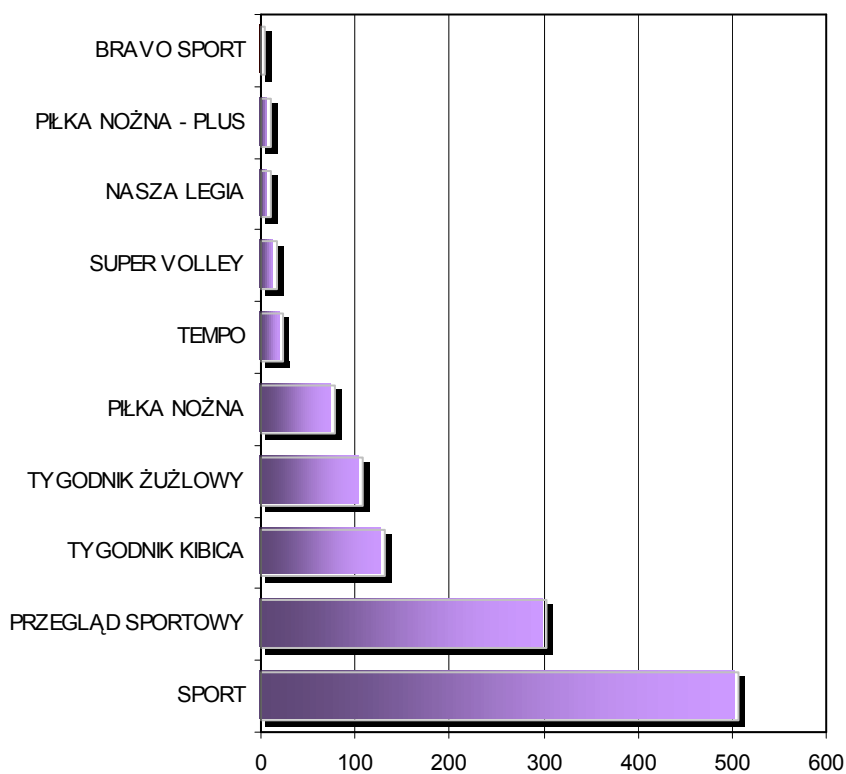
Wykres 3. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej



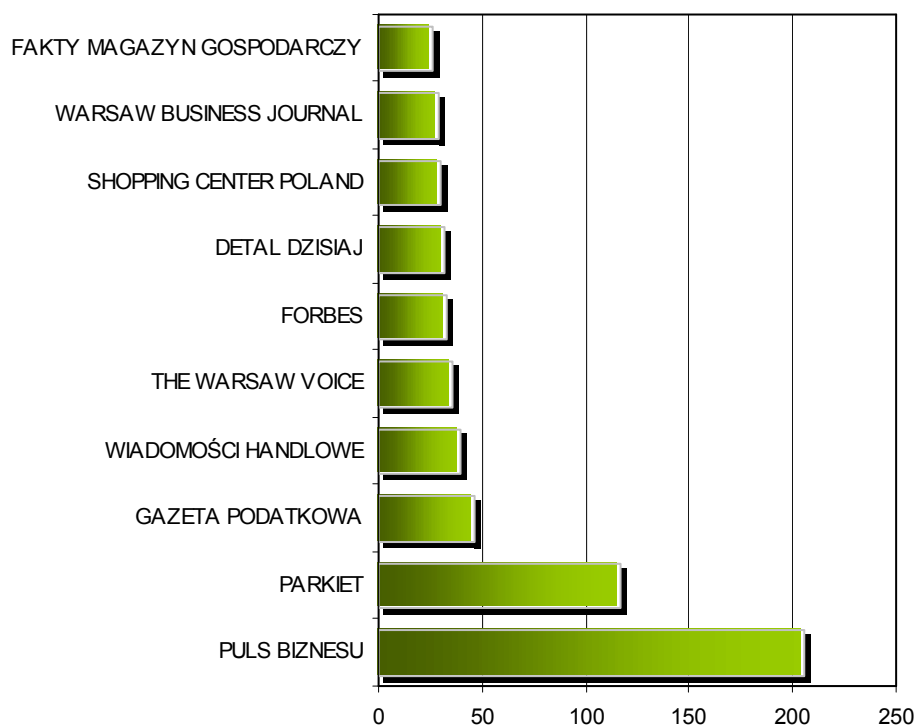
Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii



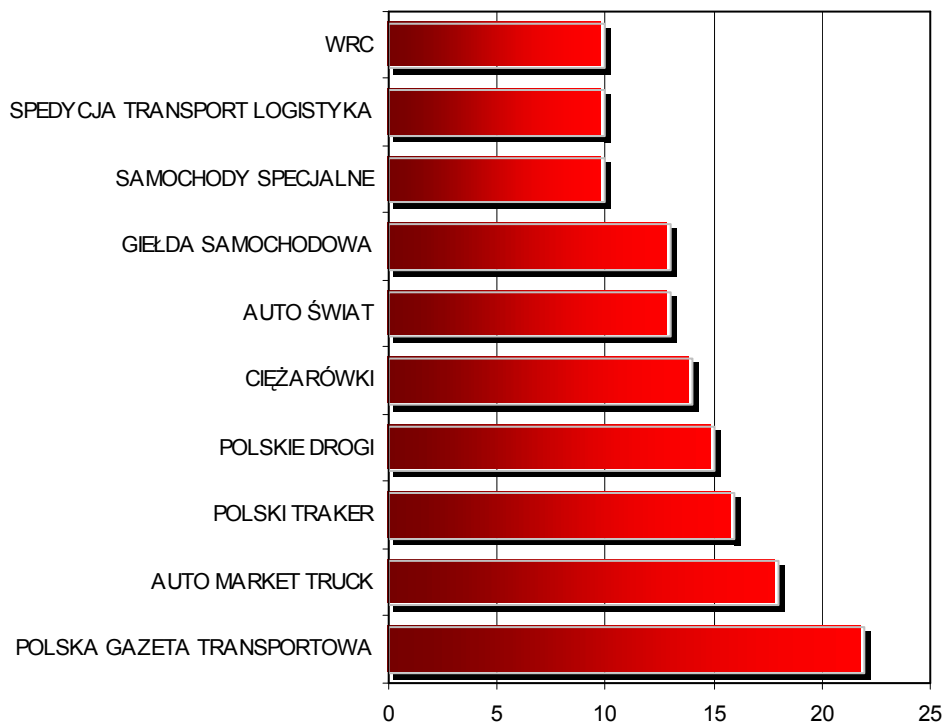
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



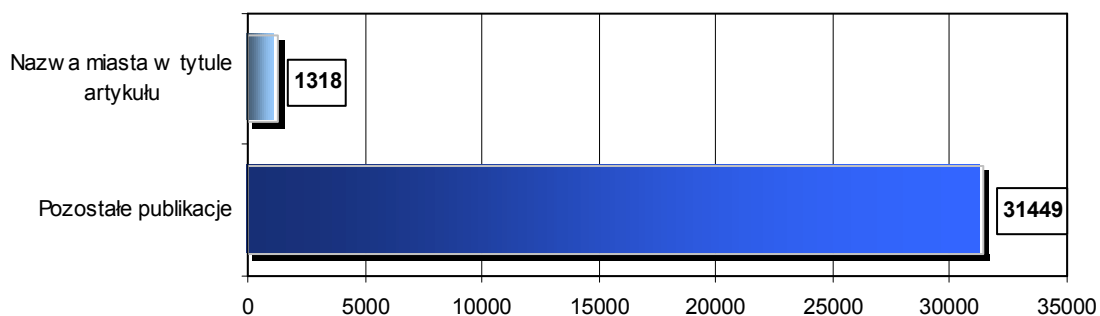
Wykres 6. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



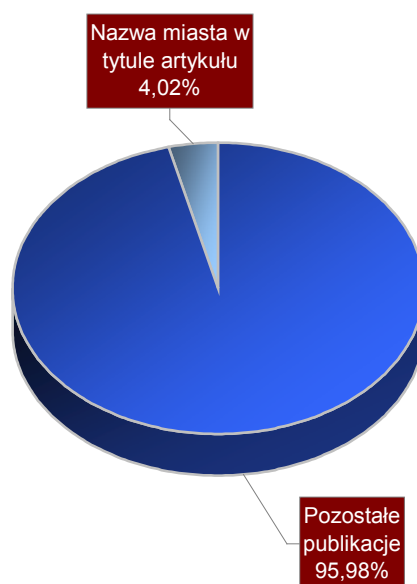
Wykres 7. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej



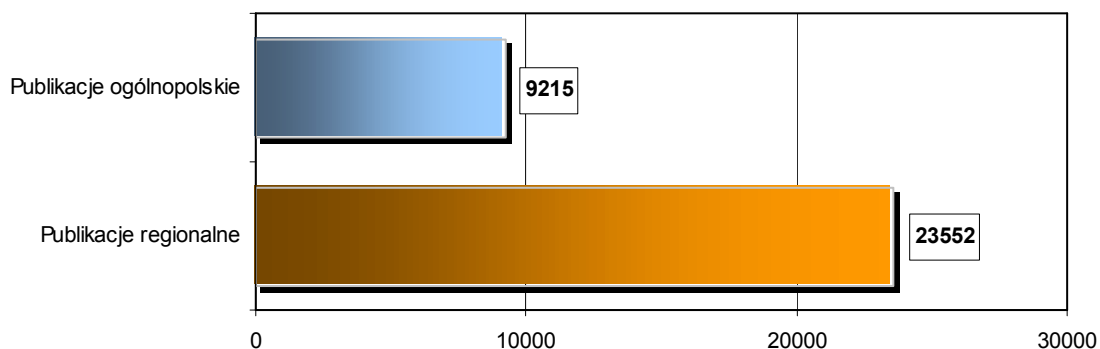
Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej



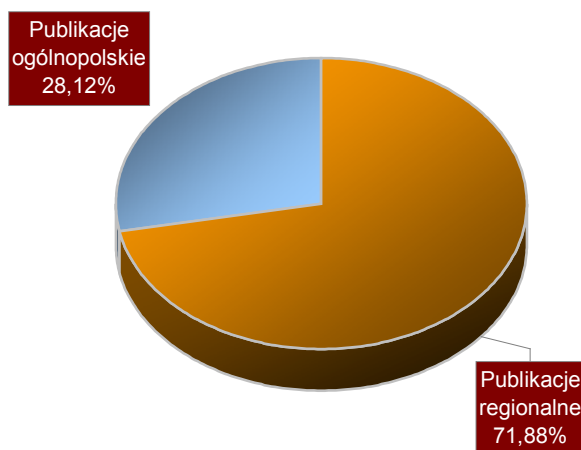
Wykres 9. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



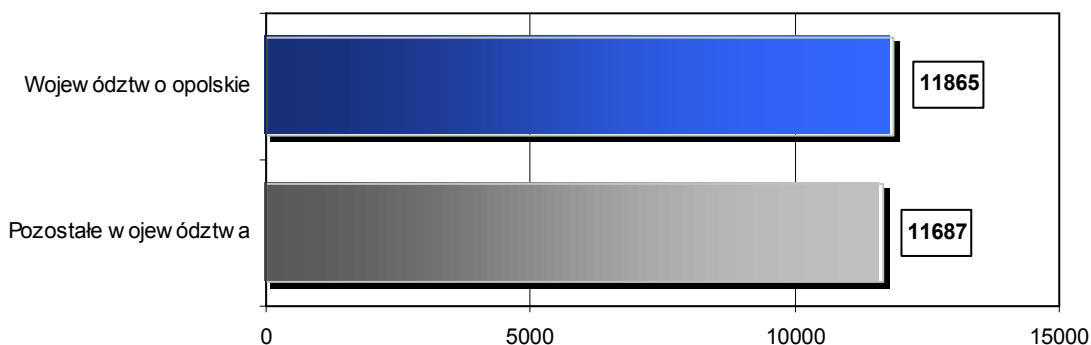
Wykres 10. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



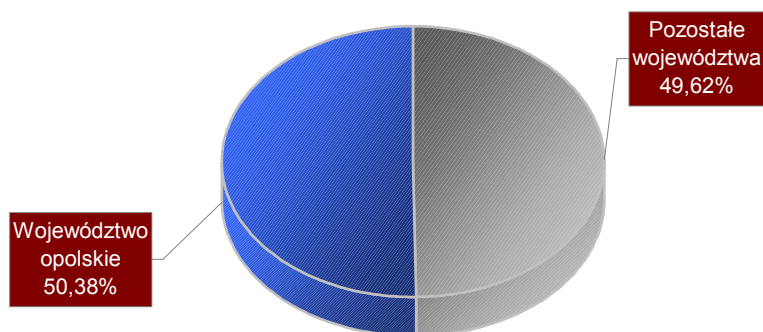
Wykres 11. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



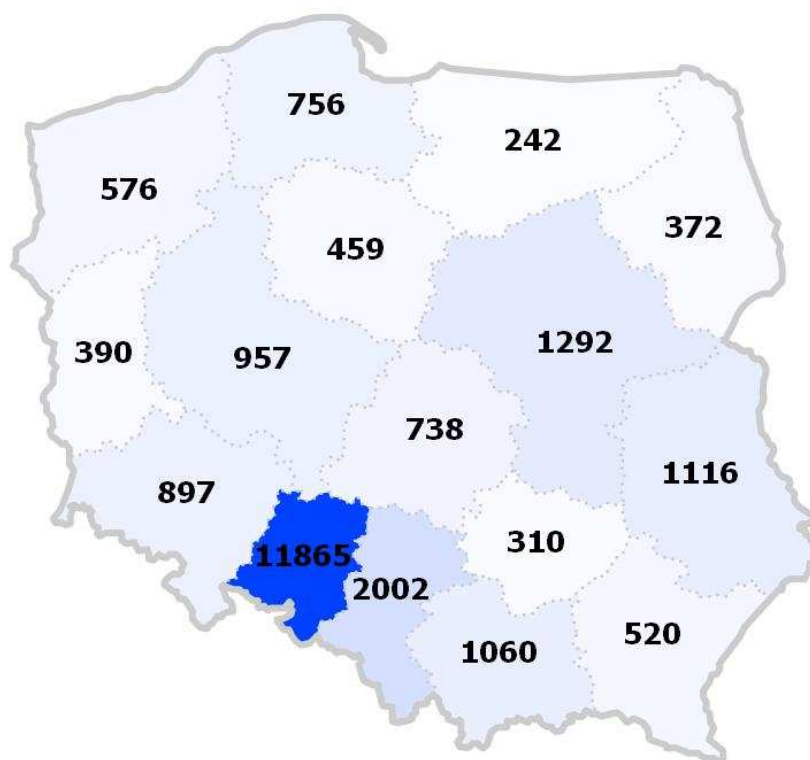
Wykres 12. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



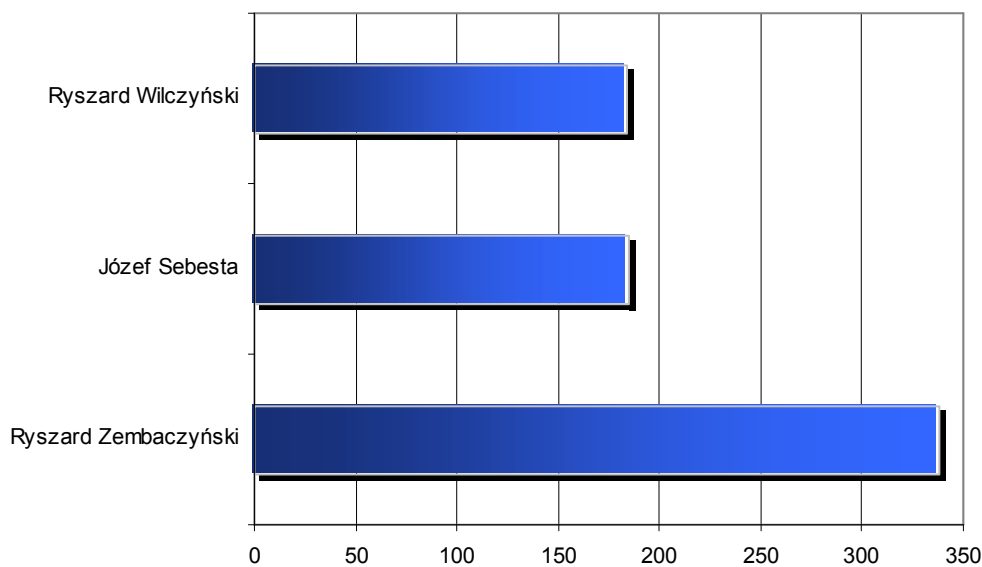
Wykres 13. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



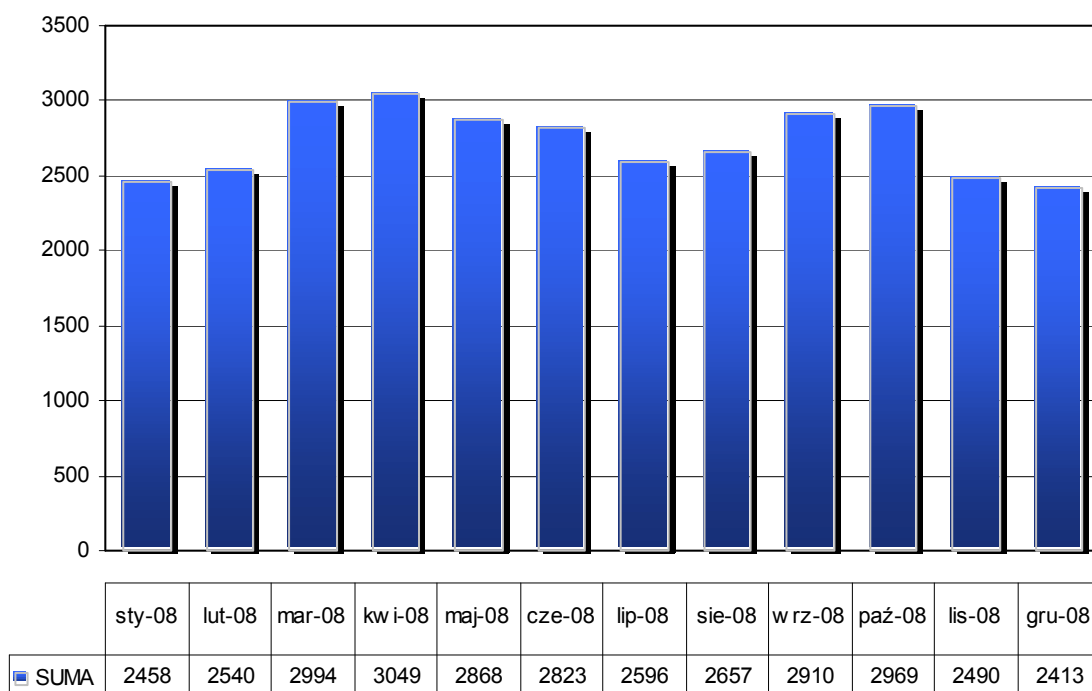
Wykres 14. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



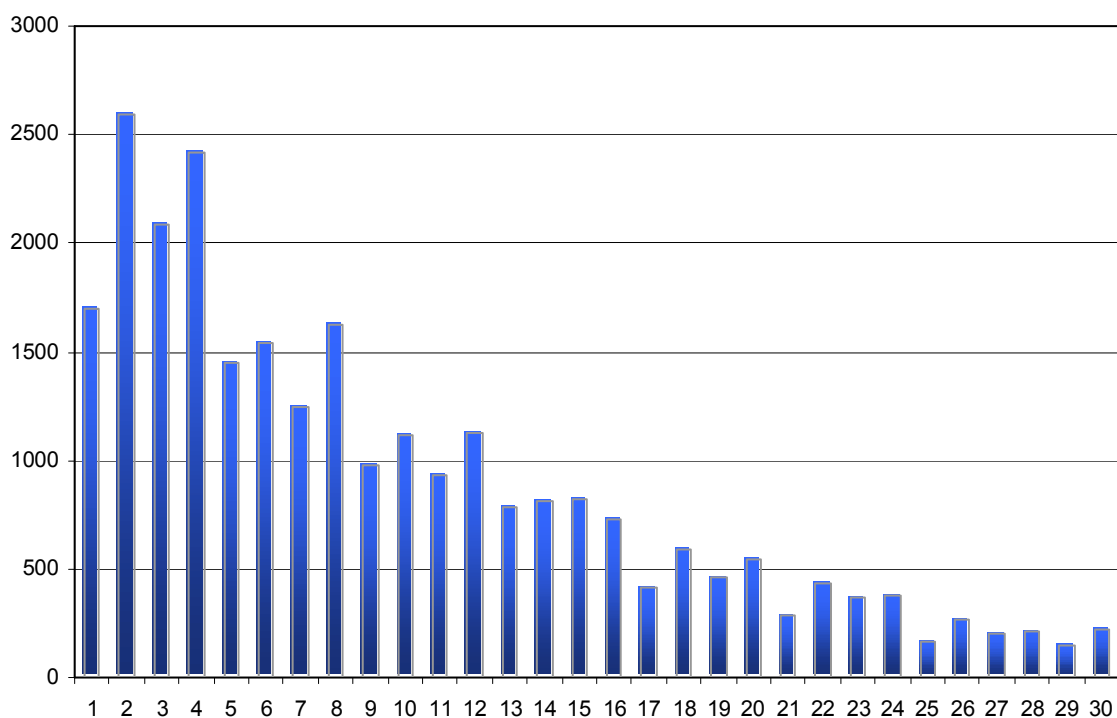
Wykres 15. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



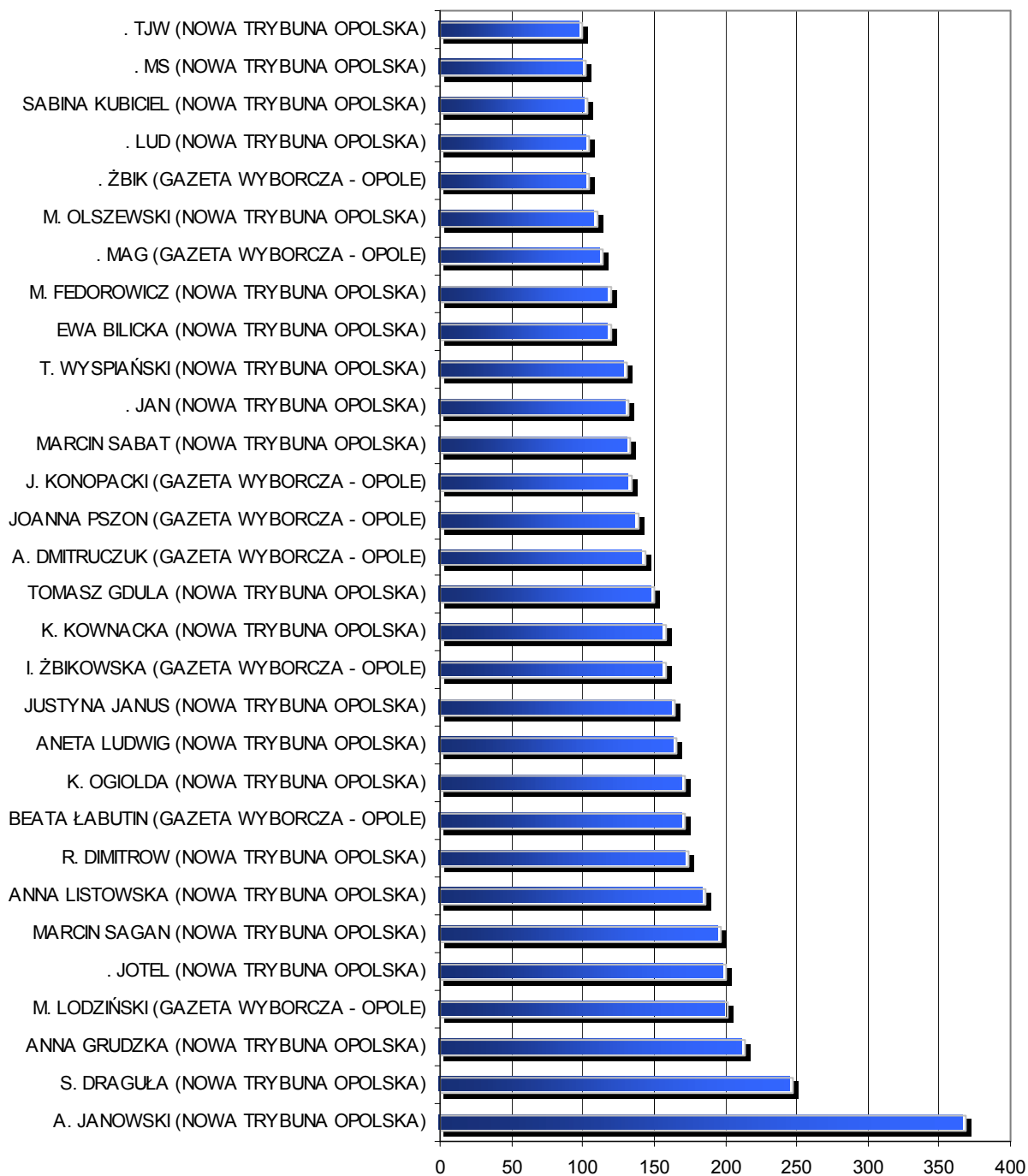
Wykres 16. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Opola (Ryszard Zembaczyński), wojewody opolskiego (Ryszard Wilczyński) oraz marszałka województwa opolskiego (Józef Sebesta) w materiałach na temat Opola



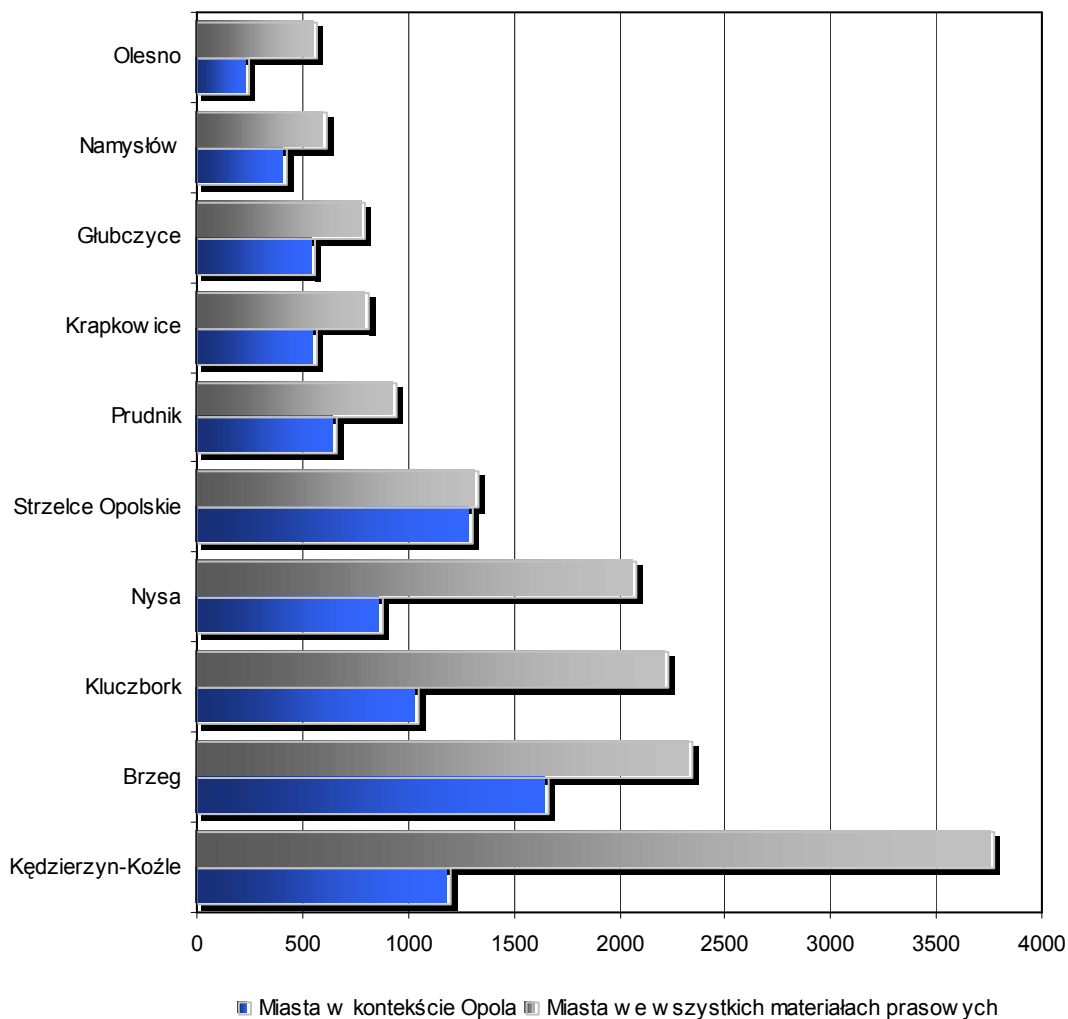
Wykres 17. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku



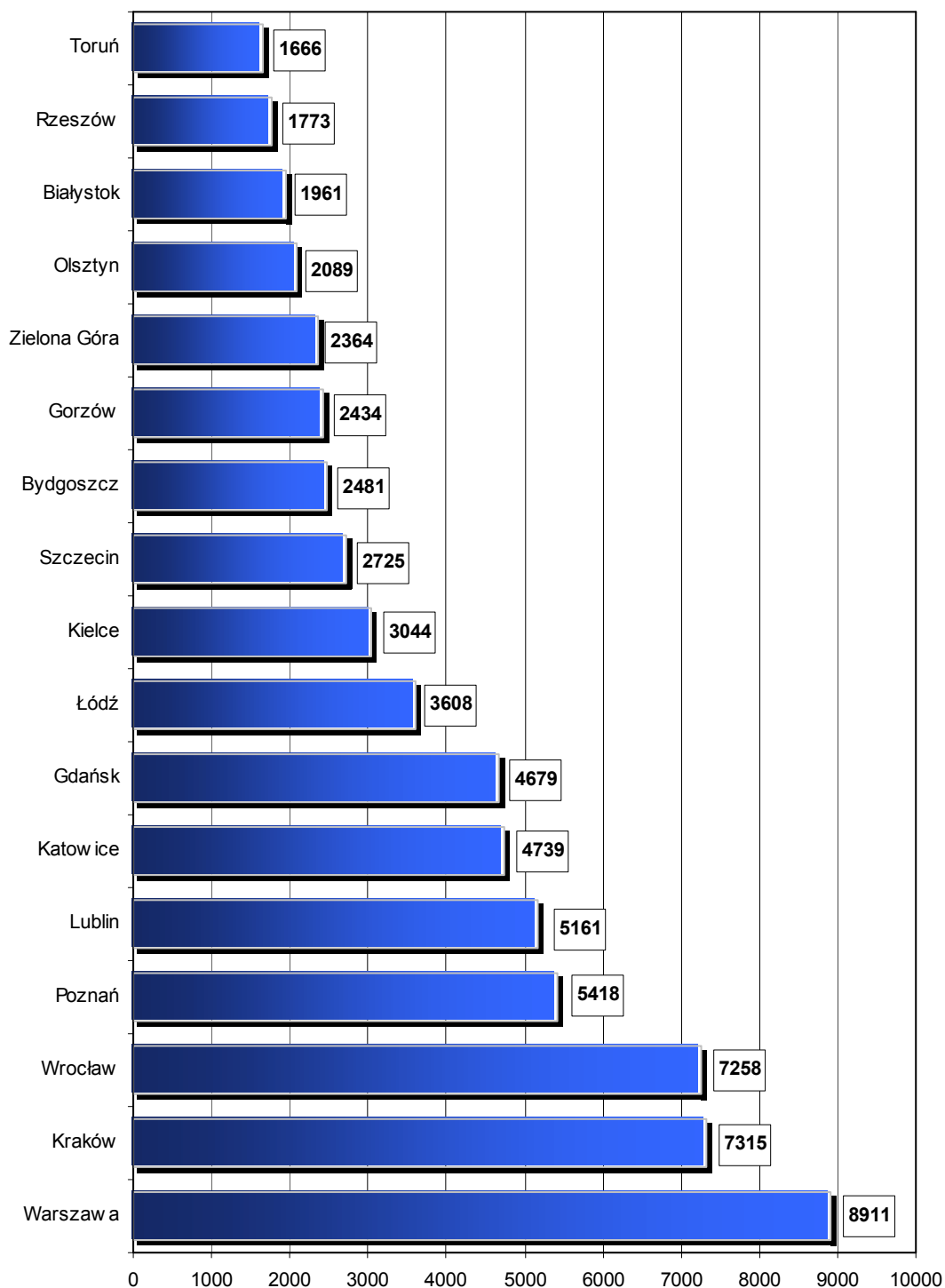
Wykres 18. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet



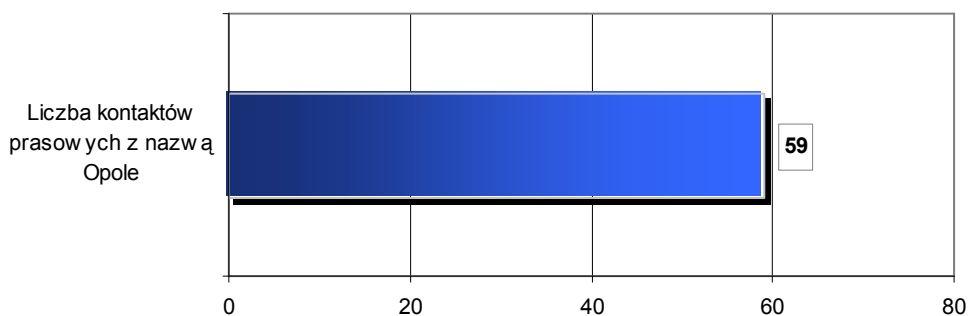
Wykres 19. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych



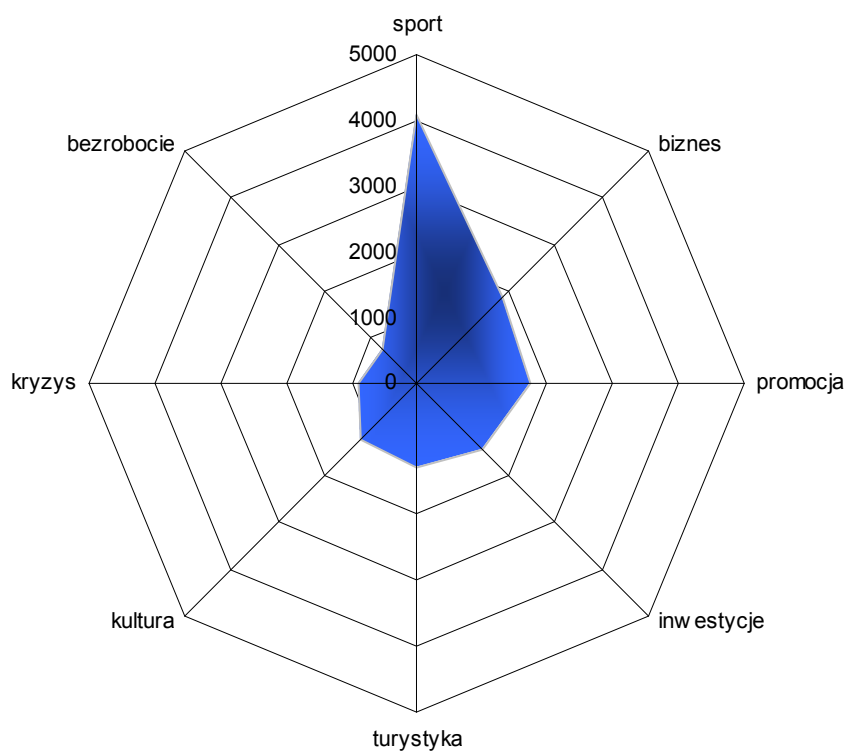
Wykres 20. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów z województwa opolskiego, w artykułach prasowych w kontekście Opola oraz we wszystkich materiałach prasowych



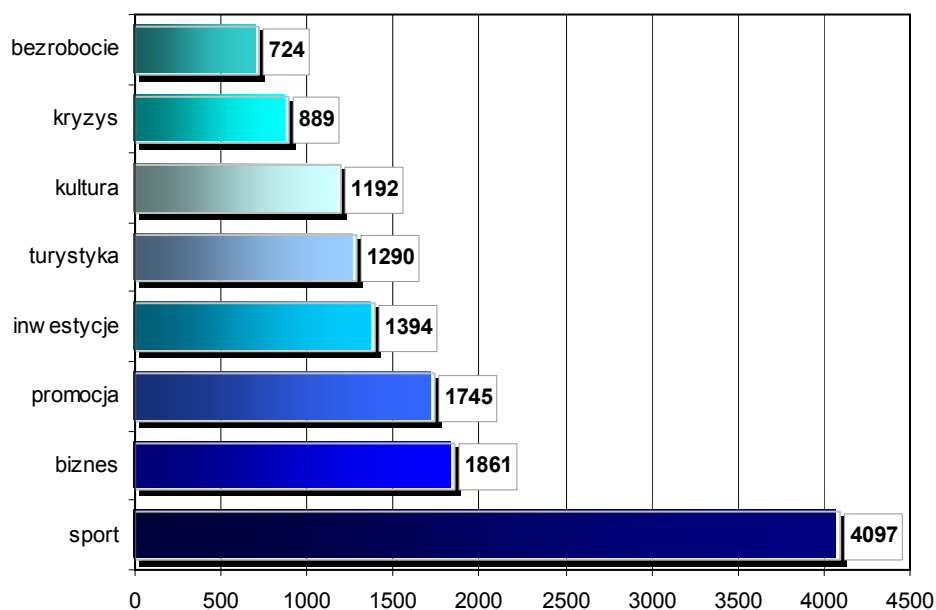
Wykres 21. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujące się w publikacjach na temat Opola



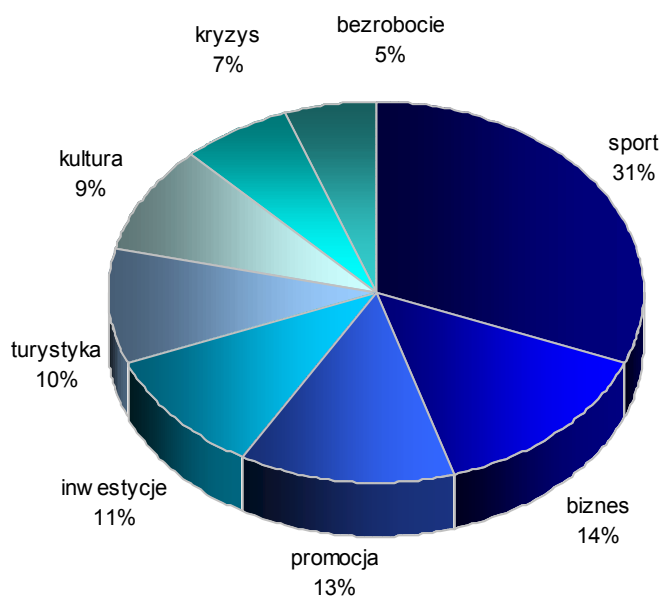
Wykres 22. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Opole w ciągu roku



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

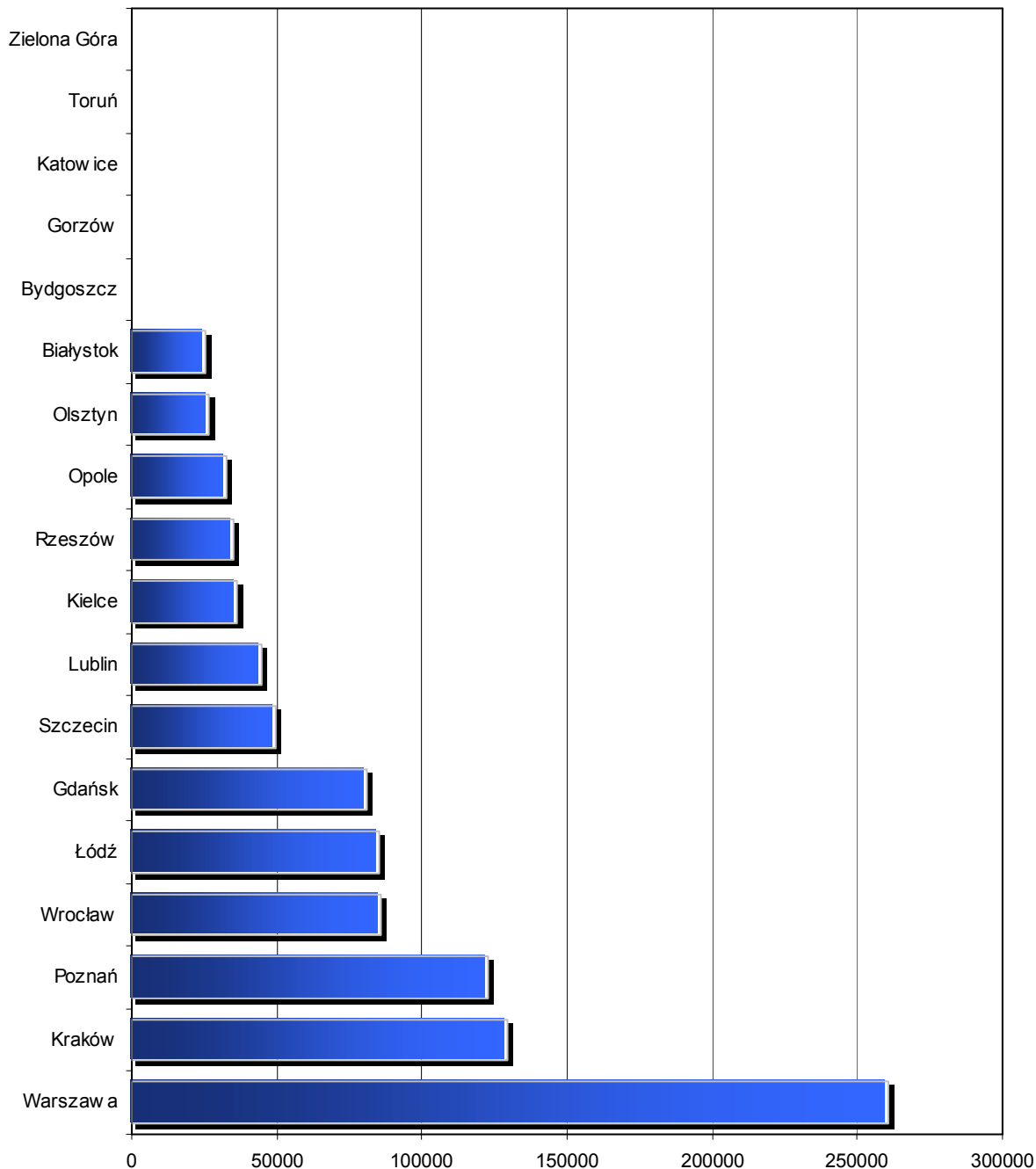


Wykres 24. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Opole

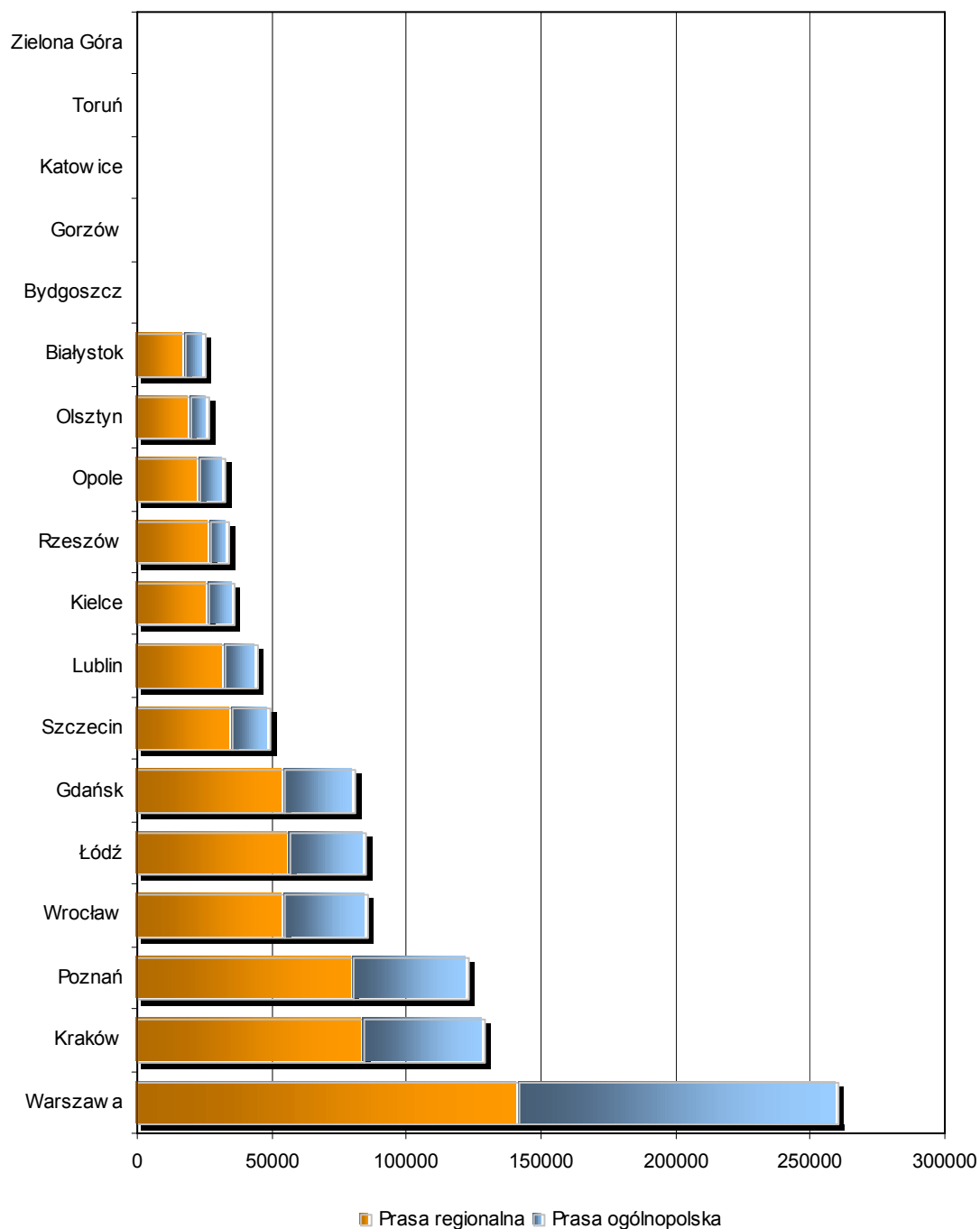


Wykres 25. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Opole

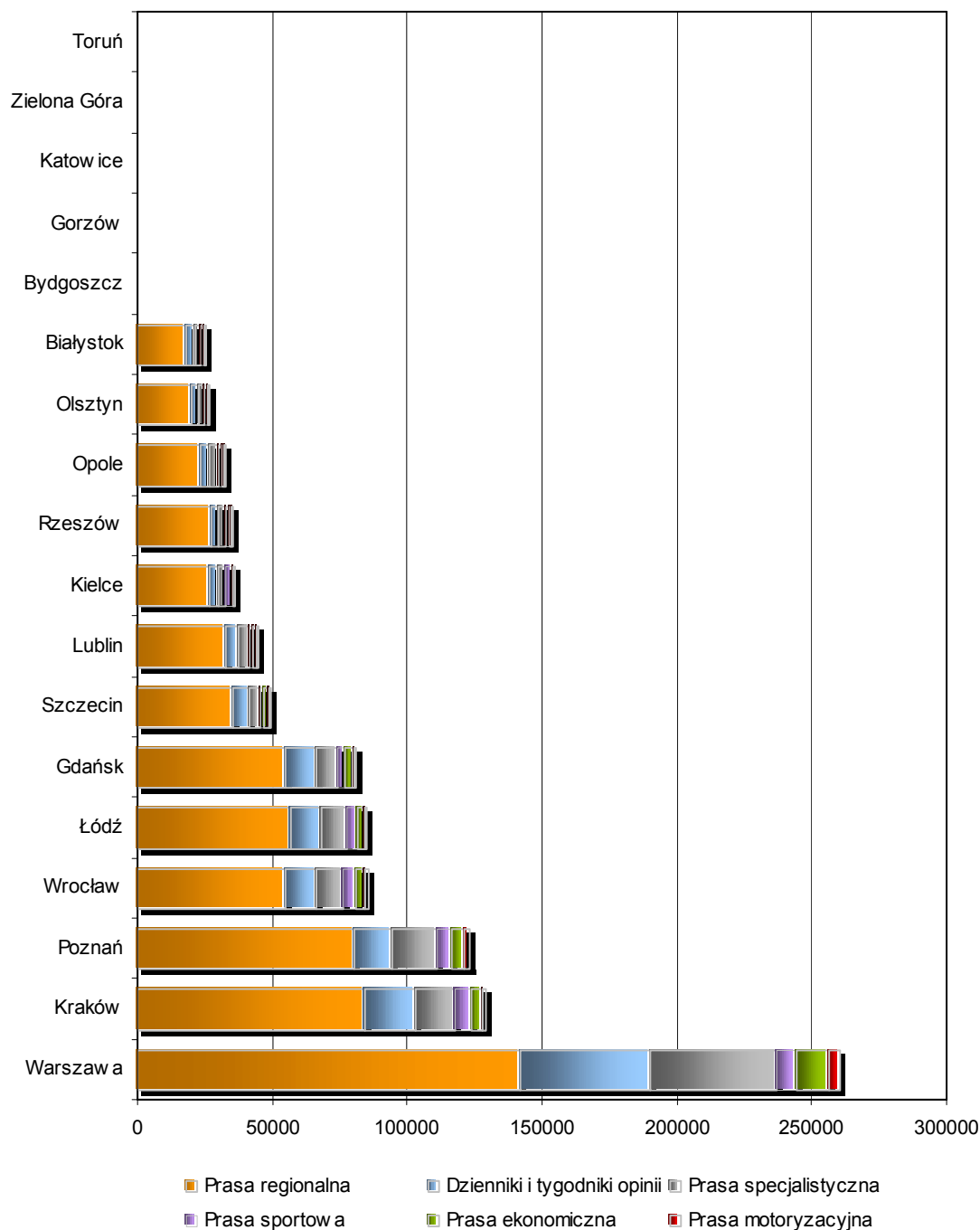
Rozdział III - Porównanie miast



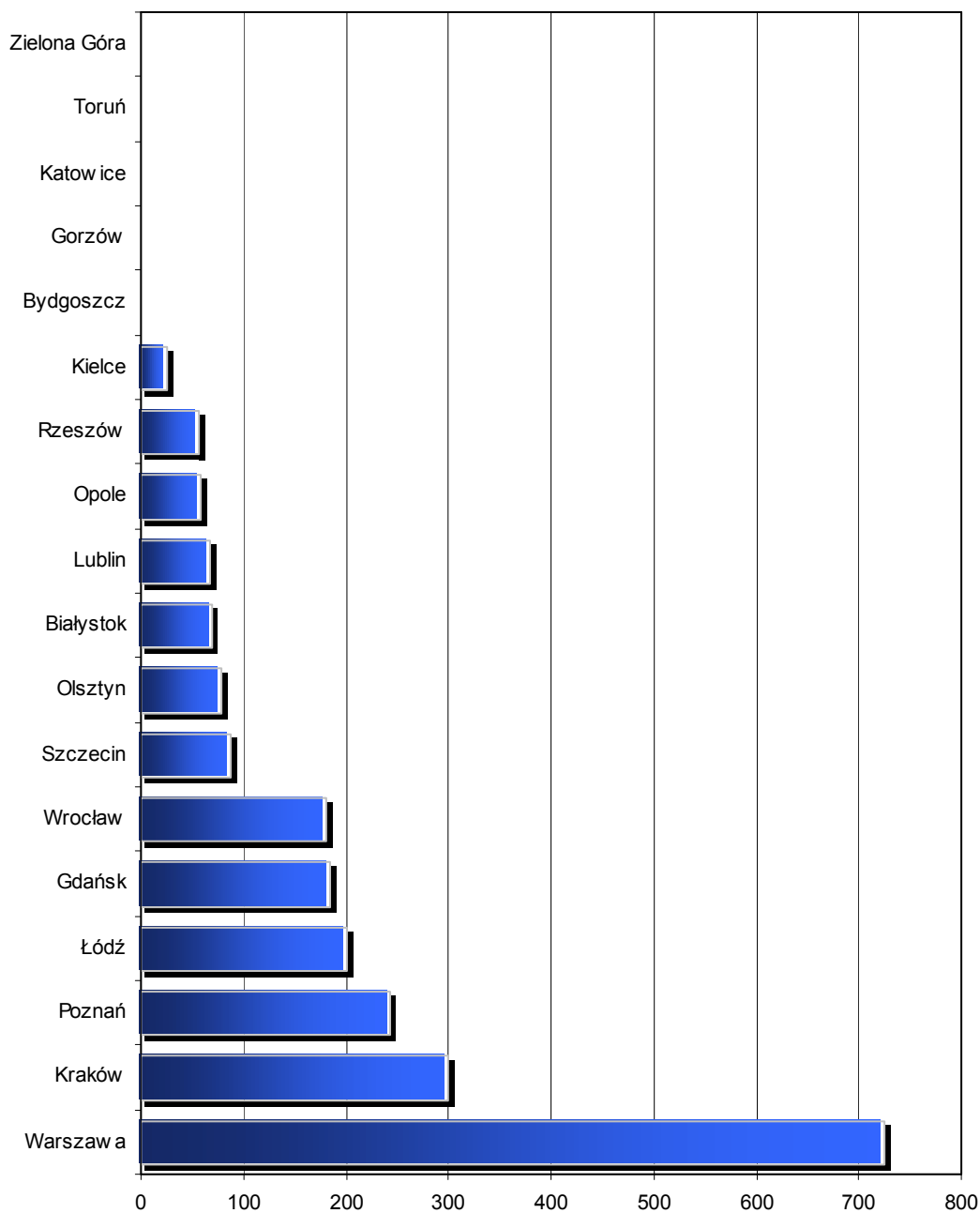
Wykres 26. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego, opublikowanych w 2008 roku



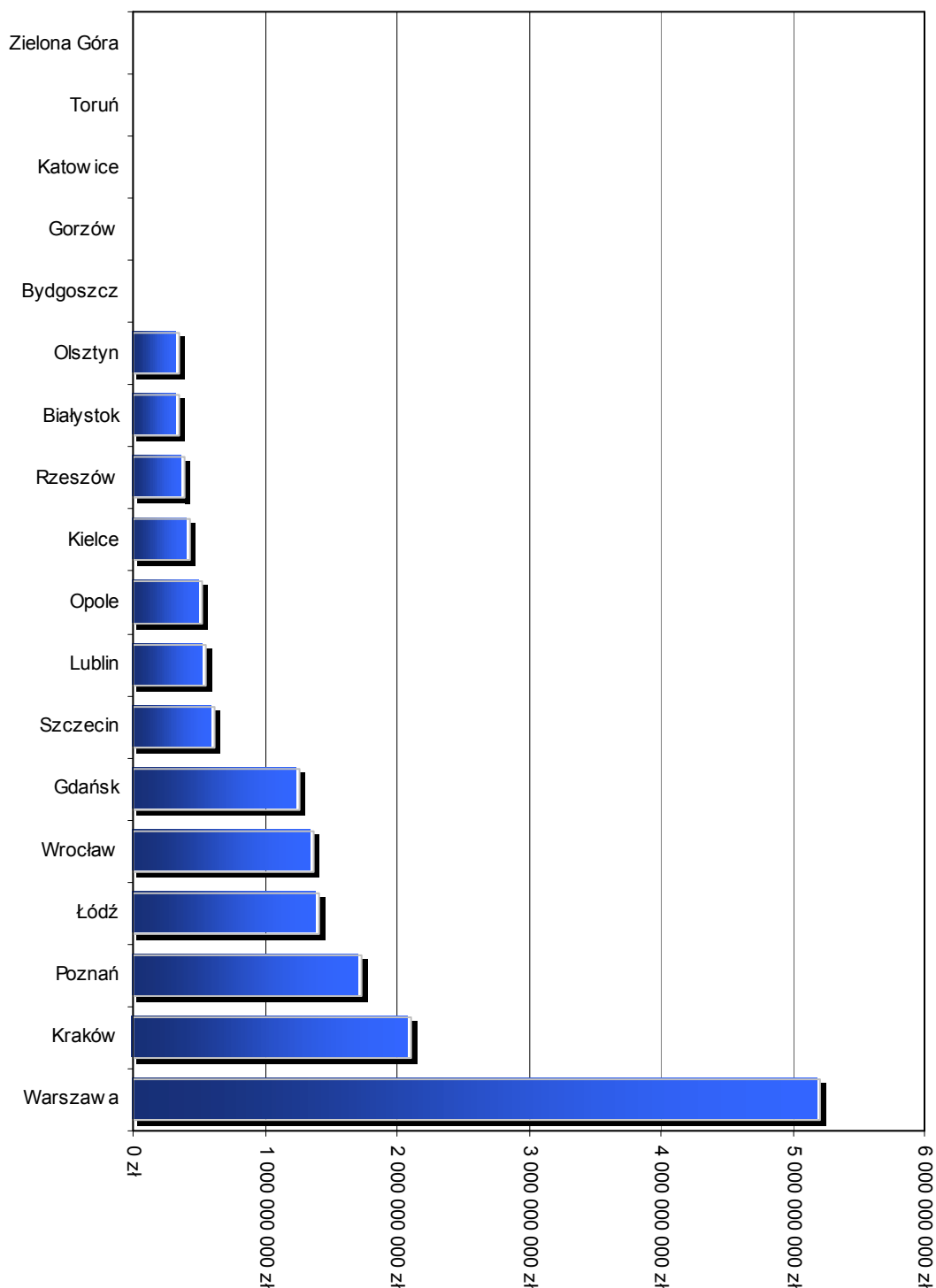
Wykres 27. Suma materiałów z nazwą miasta wojewódzkiego, z podziałem na prasę regionalną i ogólnopolską, opublikowanych w 2008 roku



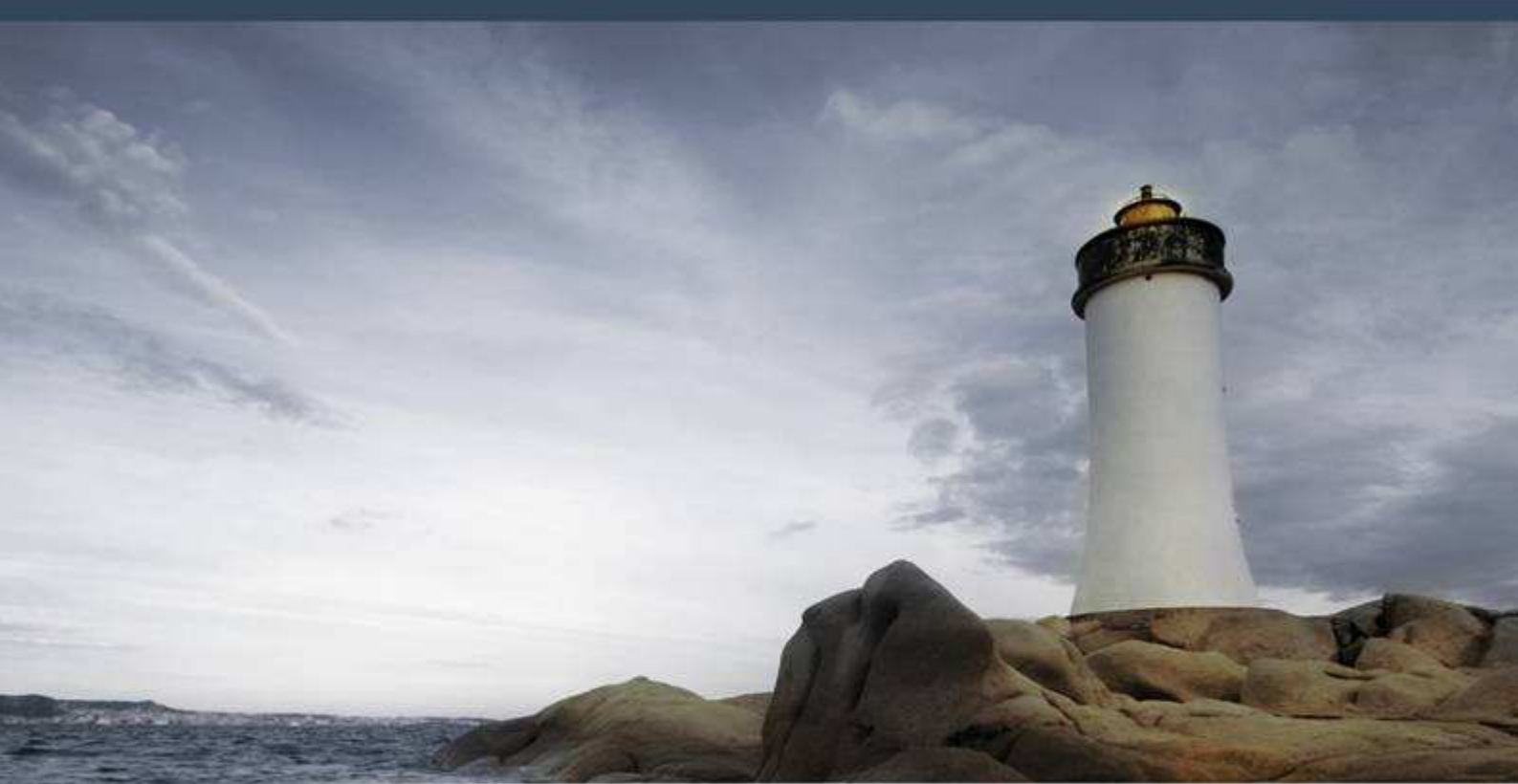
Wykres 28. Suma publikacji zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy (2008 r.)



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