

STOLICE REGIONÓW

Analiza wizerunku miast wojewódzkich w mediach

Poznań

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 Poznania 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 Poznania i powiatów w województwie wielkopolskim.

- **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

Rozdział poświęcony statystynom i zestawieniom na temat Poznania oraz miast powiatowych z województwa wielkopolskiego. W rozdziale tym przedstawiono sumę artykułów prasowych w podziale na ich rodzaj. Zestawiono ilości publikacji na temat stolicy wielkopolskiego, które ukazały się w poszczególnych województwach. Materiały prezentują również tematy, które najczęściej pojawiały się w artykułach na temat Poznania. Ponadto obliczono wartość, która odzwierciedla przeciętny kontakt jednego czytelnika prasy z nazwą miejscowości Poznań w ciągu roku. Z Rozdziału II można dowiedzieć się także, o których poznańskich samorządowcach prasa pisała najczęściej. Zestawiono miesiące, w których nazwa Poznań najczęściej pojawiała się w prasie oraz dziennikarzy, którzy byli autorami największej ilości artykułów na temat stolicy województwa wielkopolskiego. Raport nie pomija danych na temat miast powiatowych. Zaprezentowano informacje na temat miejscowości, które pojawiły się zarówno w kontekście Poznania, 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. Tym razem szczegółowej analizie poddano wizerunek medialny Poznania. Brano pod uwagę wszystkie te materiały, w których pojawiała się nazwa „Poznań”. W tym celu monitorowano ponad 1000 tytułów prasy ogólnopolskiej i specjalistycznej. Jej wyniki prezentujemy poniżej.

Marcin Szczupak
Kierownik Działu Raportów Medialnych

Szczegółowa analiza najbardziej medialnych grup tematycznych

Lech promuje Poznań

Wśród publikacji prasowych omawiających sprawy sportowe, lwią część poświęcona była drużynie KKS Lech Poznań. Popularny „Kolejorz” generował średnio około 1500 materiałów miesięcznie. Większość z nich dotyczyła spraw sportowych: relacjom z meczów, komentarzom na temat wyników itp. Prasa najchętniej pisała o poczynaniach Lecha w rozgrywkach o Puchar UEFA. Świetna postawa drużyny prowadzonej wówczas przez Franciszka Smudę sprawiła, że na temat „Kolejorza” można było przeczytać niemal we wszystkich rodzajach prasy oraz w wielu tytułach regionalnych, także tych spoza Wielkopolski. Poza sprawami sportowymi, wizerunek Lecha w prasie przedstawiał się bardzo dobrze, co pośrednio wpływało na dobry odbiór miasta. O „niebiesko-białych” pisano jako o znakomicie zarządzanej i zorganizowanej drużynie, która ma wielu wiernych kibiców. Pozostałe wielkopolskie kluby sportowe (w tym Warta Poznań, Amica Wronki, Groclin Grodzisk Wielkopolski, Winiary Kalisz, Górnik Konin, Tur Turek, Nieba Wągrowiec, Mieszko Gniezno, Start Gniezno, Kania Gostyń, Sparta Szamotuły, Jarota Jarocin, Farmutil Piła, Victoria Września, Obra Kościan) gościły w mediach zdecydowanie rzadziej niż poznański Lech.

„Cały świat” w Poznaniu

Wydarzenie, podczas którego o Poznaniu było bardzo głośno w mediach, miało miejsce w grudniu. Wówczas w stolicy Wielkopolski odbyła się konferencja klimatyczna. Informowano, że w całej imprezie, która odbywała się na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich wzięło udział ponad 11 tysięcy ludzi. W konferencji uczestniczyli przedstawiciele wielu krajów z niemal wszystkich kontynentów. Przygotowanie tak wielkiego wydarzenia wymagało wielu miesięcy pracy i było medialnie opisywane na długo przed oficjalną datą rozpoczęcia szczytu klimatycznego. Co warto podkreślić, komentatorzy prasowi bardzo ciepło wypowiadali się na temat Poznania po zakończeniu imprezy. Konferencję uznano za duży sukces, a pochwały pod adresem stolicy województwa wielkopolskiego płynęły ze strony przedstawicieli ONZ oraz niemal wszystkich państw uczestniczących w szczycie.

Rocznica Powstania

Na łamach dzienników i tygodników opinii oraz prasy lokalnej publikowano informacje związane z obchodami 90-tej rocznicy wybuchu Powstania Wielkopolskiego. W związku z tym - bardzo ważnym dla Wielkopolski - wydarzeniem, w wielu miastach

zainaugurowano stosowne obchody. Największe miały miejsce w Poznaniu. W pozostałych miastach w województwie również uczczono wydarzenia z grudnia 1918 roku. Prasa regionalna pisała m.in. o uroczystościach zorganizowanych w Rawiczu, Środzie Wlkp., Gnieźnie, Dusznikach Wlkp., Gostyniu, Grodzisku Wlkp., Lesznie, Miłosławiu czy Zaniemyślu.

Popularny maraton

Poznań w mediach kojarzony jest m.in. z odbywającym się cyklicznie maratonem. Spora część informacji opublikowanych w październiku dotyczyła właśnie tego wydarzenia. W prasie można było przeczytać, że dziewiąta edycja tej imprezy zgromadziła na starcie ponad 3 tysiące biegaczy. Media doniosły również, że w rywalizacji w Poznaniu wziął udział Robert Korzeniowski – czterokrotny mistrz olimpijski w chodzie sportowym. Złoty medalista z Atlanty, Sydney i Aten zajął 47. lokatę. Prasa zauważyła również, że był to pierwszy start Korzeniowskiego w oficjalnym maratonie.

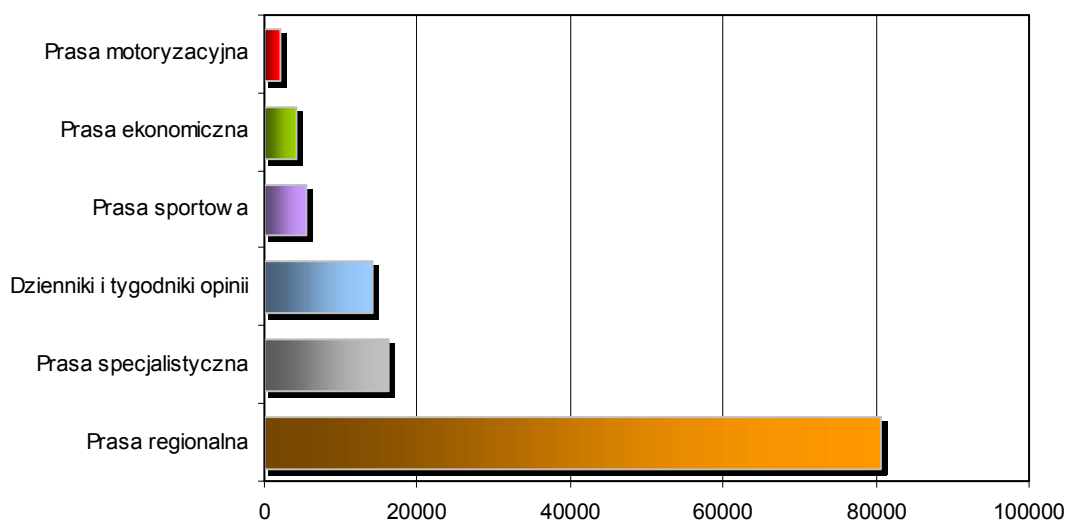
Termy stoją, stadion pnie się w górę

Wśród tematów medialnych, które w 2008 roku nie przyniosły chluby Poznaniowi były Termy Maltańskie. Prasa, przede wszystkim regionalne gazety z Wielkopolski, pisały o wciąż przesuwanych terminach wykonania inwestycji. Zdecydowanie inaczej przebiegały prace przy budowie piłkarskiego stadionu Lecha Poznań. Media, które informowały o postępach w budowie nowoczesnej areny sportowej, chwaliły tempo wykonywanych robót.

Nowe drogi

Lokalni korespondenci często informowali mieszkańców Poznania o utrudnieniach związanych z remontami dróg lub przeprowadzanymi w stolicy Wielkopolski inwestycjami. Spora część artykułów na ten temat dotyczyła przebudowy ulicy Głogowskiej. Poza tym o drogowcach pisano również przy okazji konferencji klimatycznej. Mediom nie umknęło wzmożone „porządkowanie” i modernizacja miasta przed rozpoczęciem szczytu. W kategorii sukcesu opisywane było również zawarcie porozumienia między rządem a spółką Autostrada Wielkopolska. Rozmowy dotyczyły budowy drogi do Świecka.

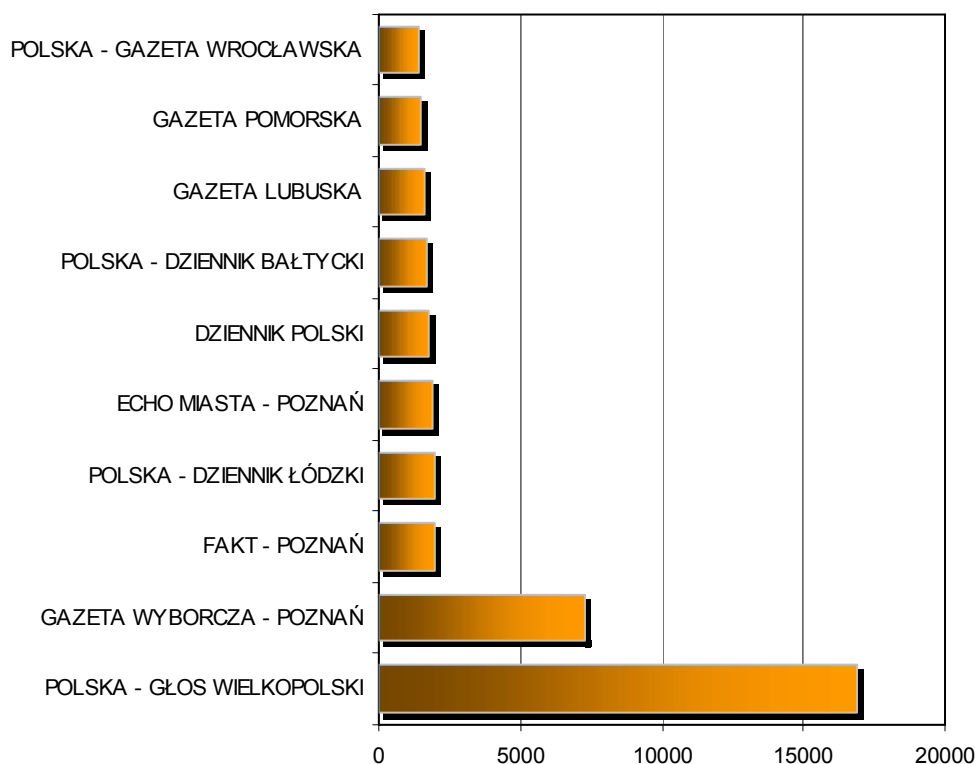
Rozdział II - Ujęcie statystyczne



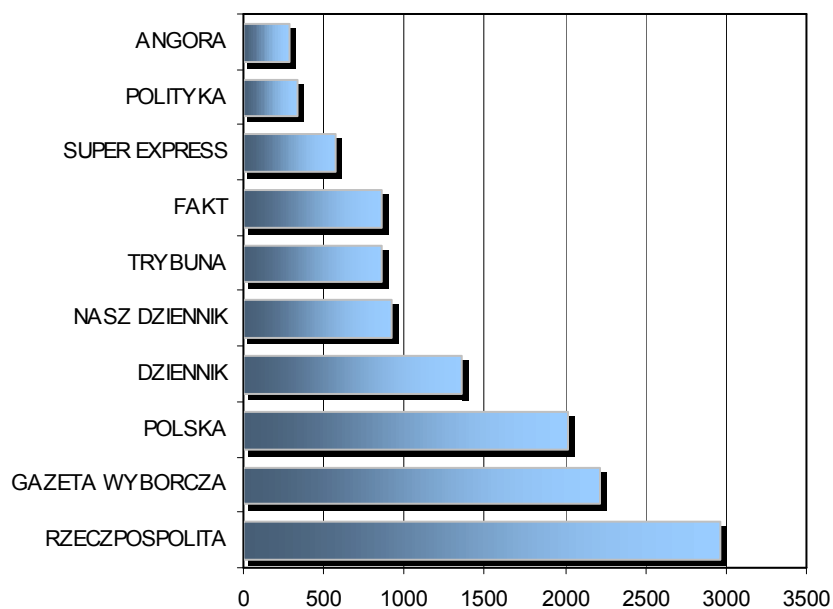
Wykres 1. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy



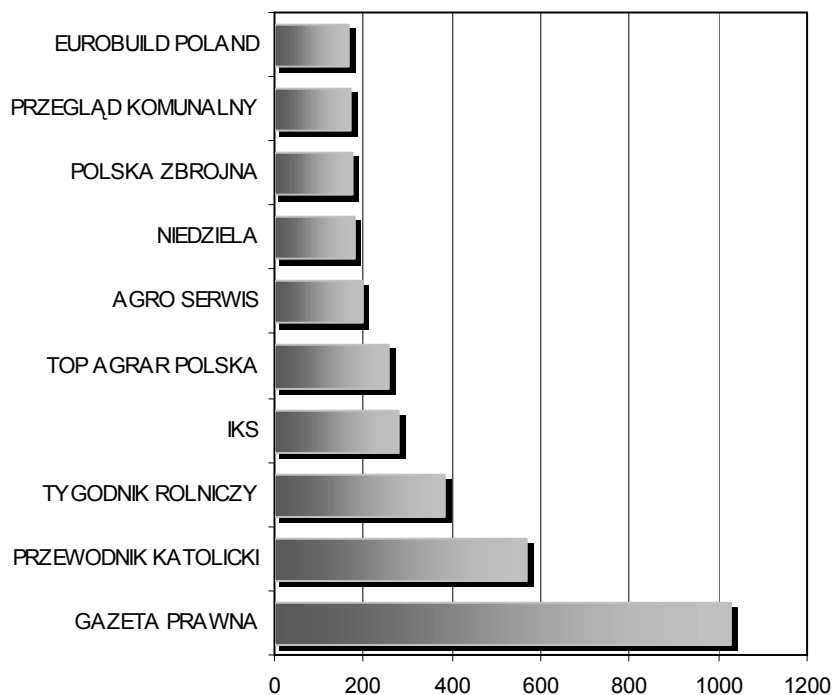
Wykres 2. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy



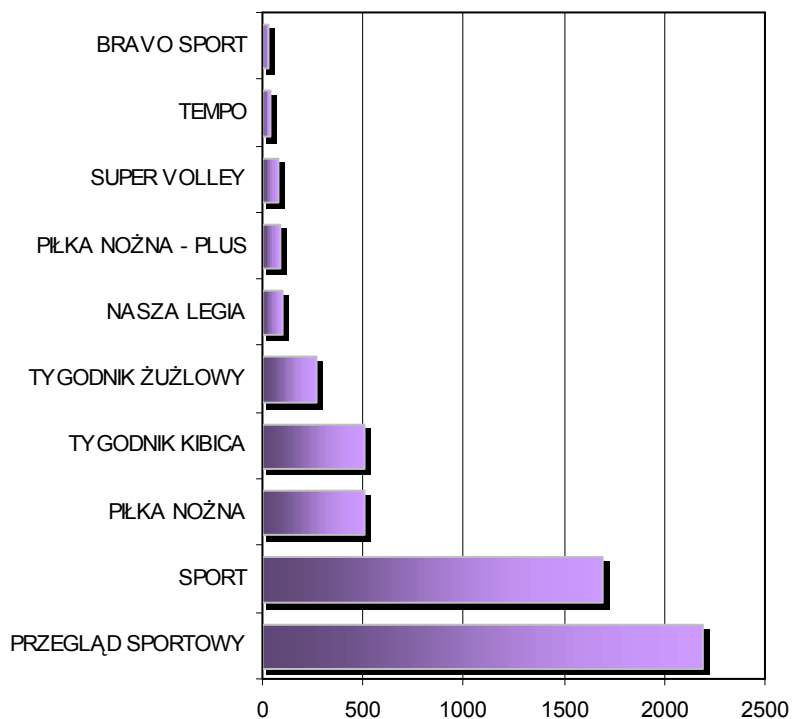
Wykres 3. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej



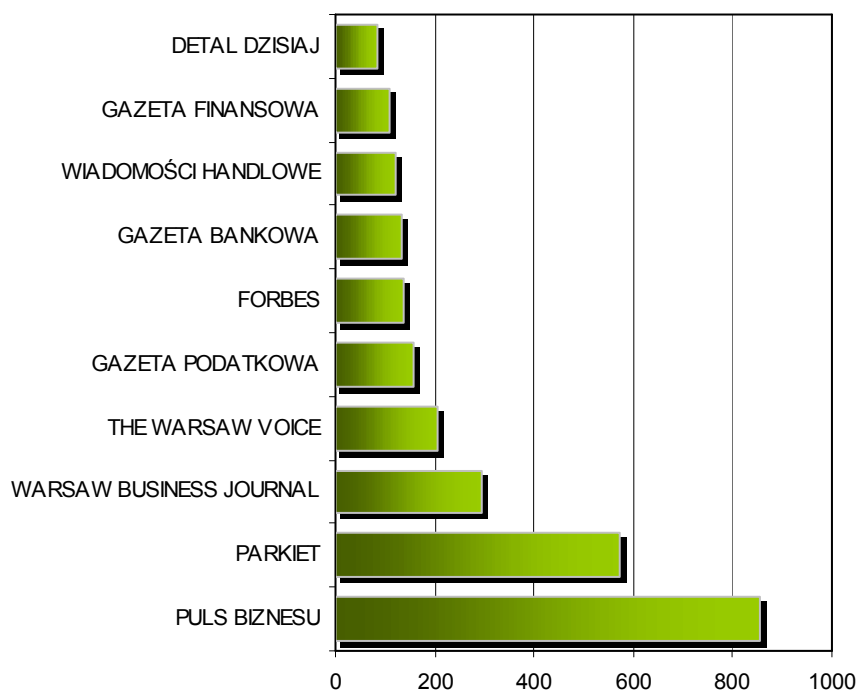
Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii



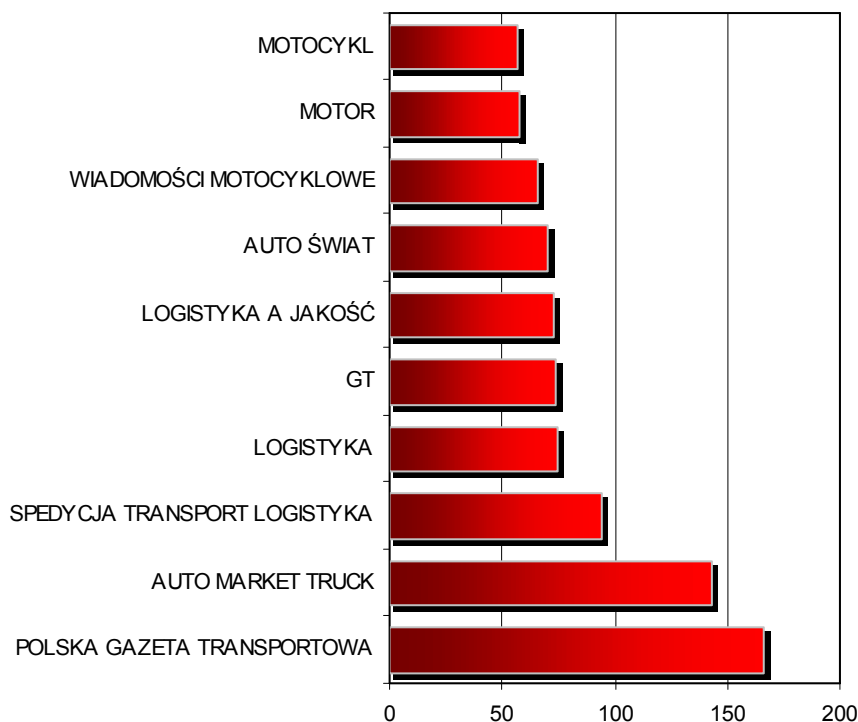
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



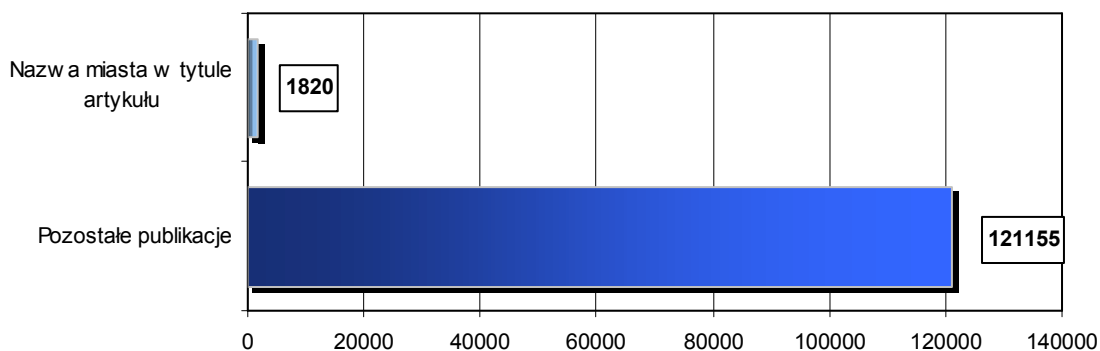
Wykres 6. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



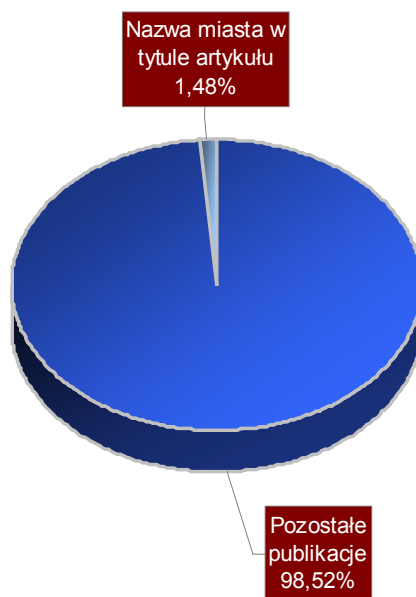
Wykres 7. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej



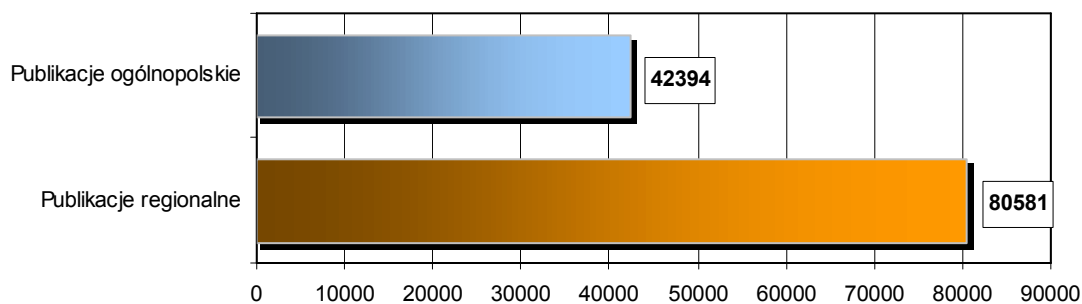
Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej



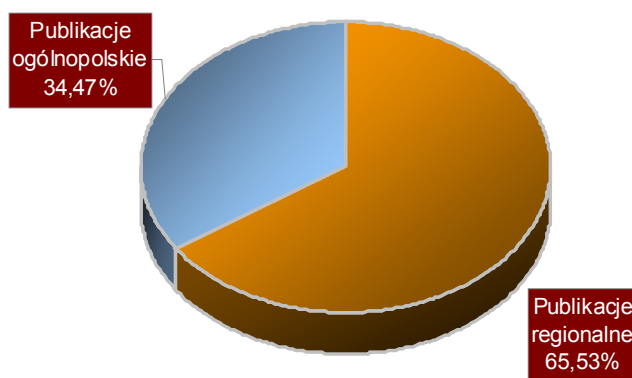
Wykres 9. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



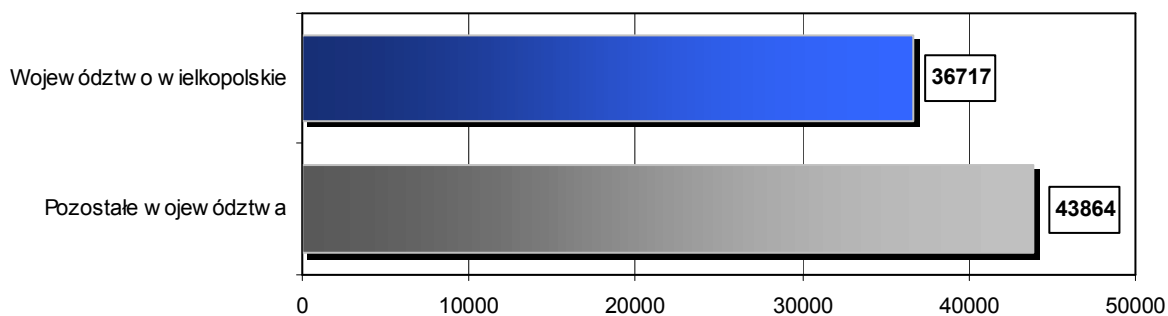
Wykres 10. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



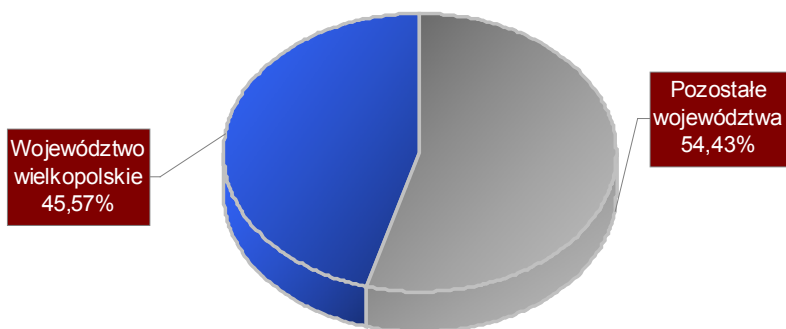
Wykres 11. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



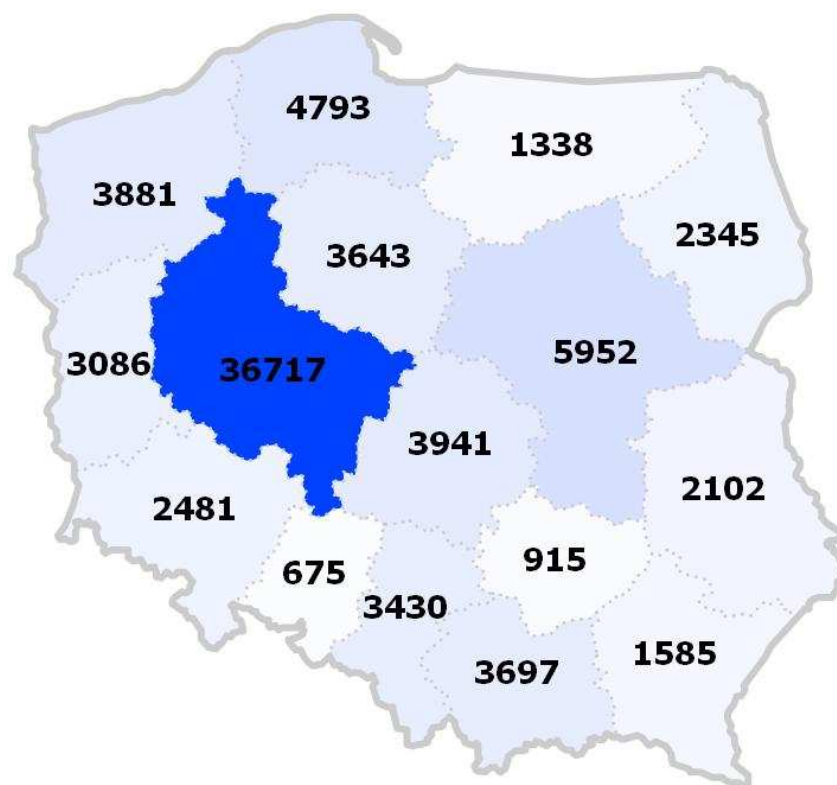
Wykres 12. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



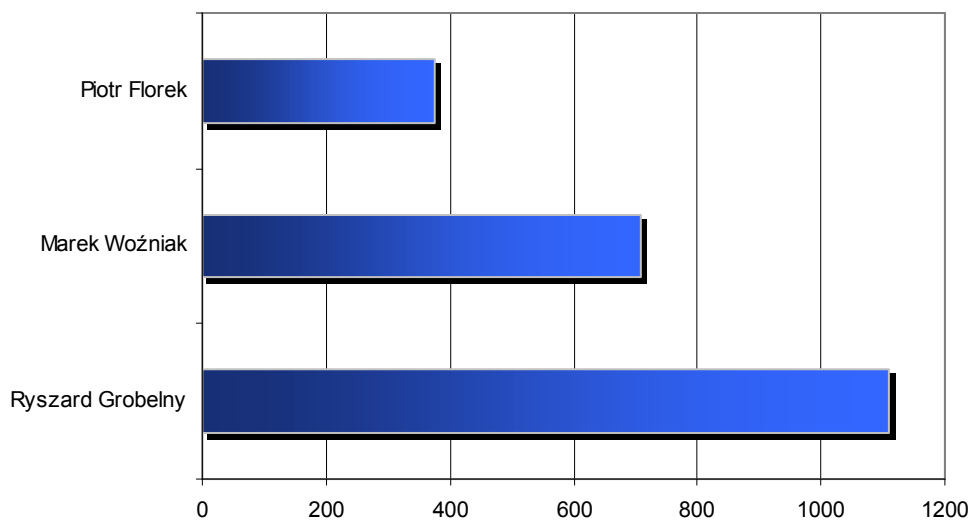
Wykres 13. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



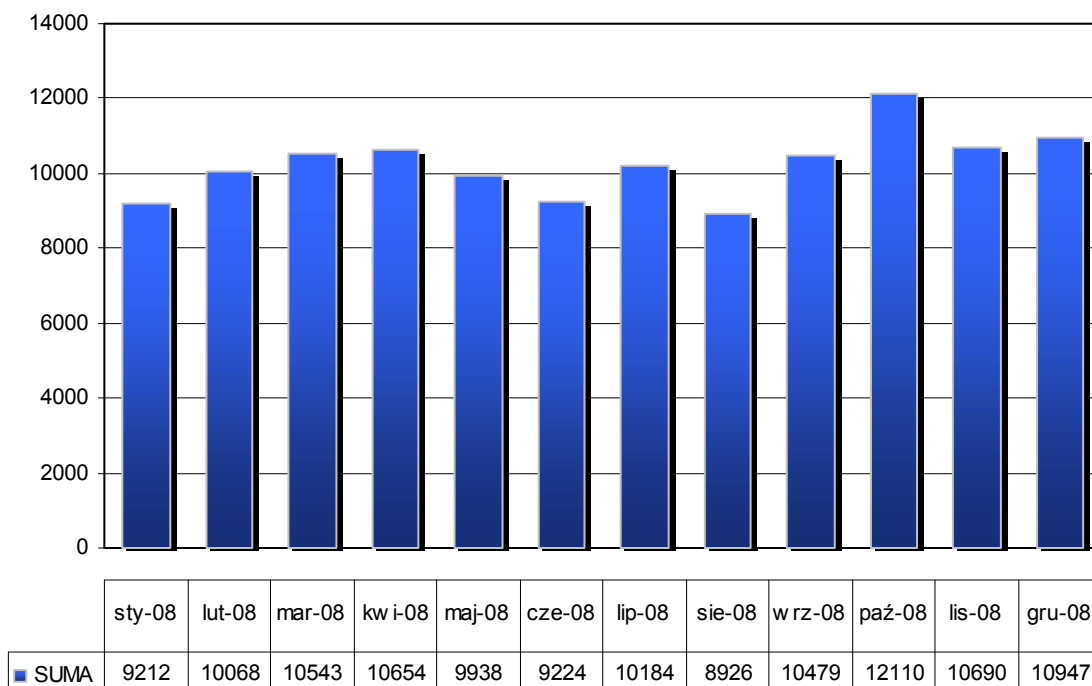
Wykres 14. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



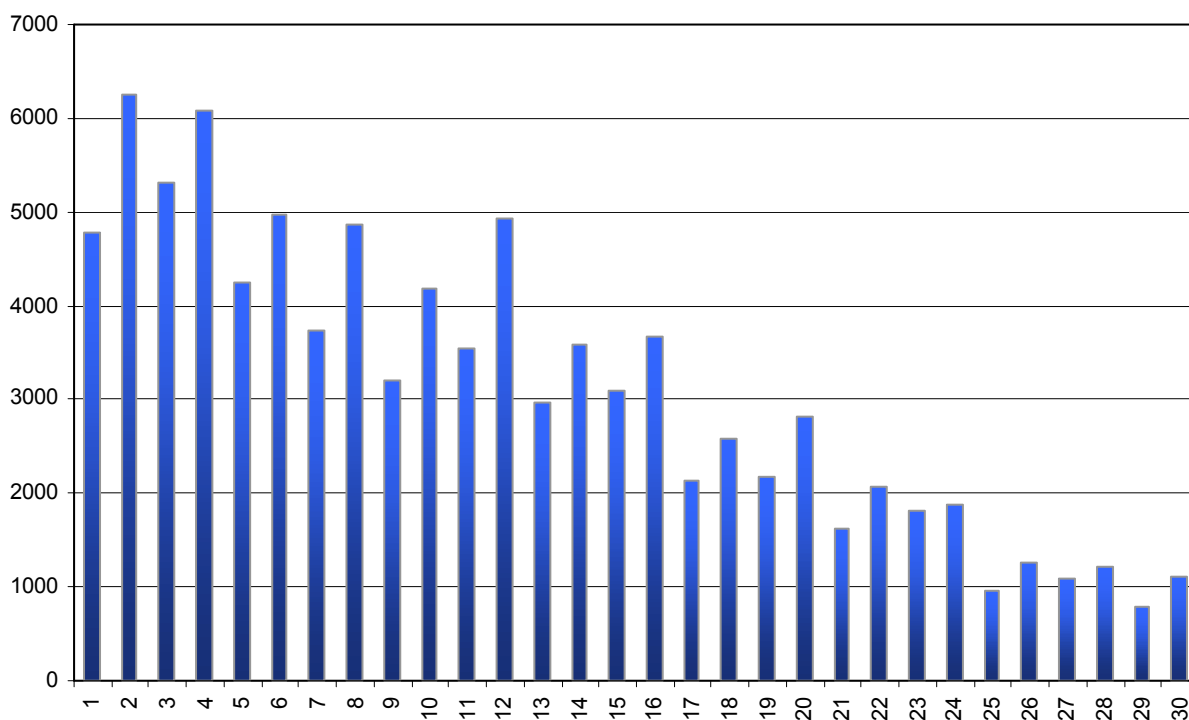
Wykres 15. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



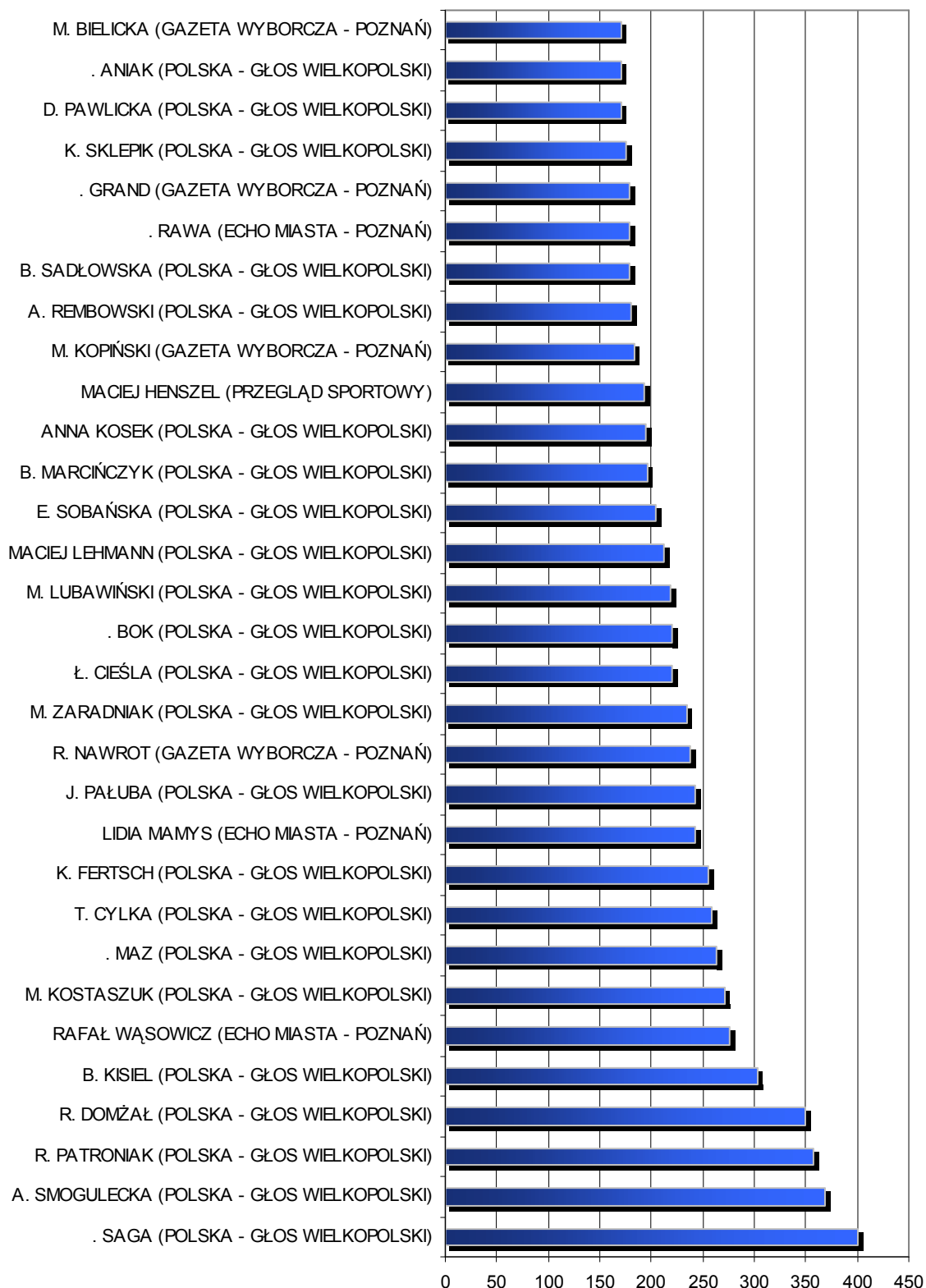
Wykres 16. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Poznania (Ryszard Grobelny), wojewody wielkopolskiego (Piotr Florek) oraz marszałka województwa wielkopolskiego (Marek Woźniak) w materiałach na temat Poznania



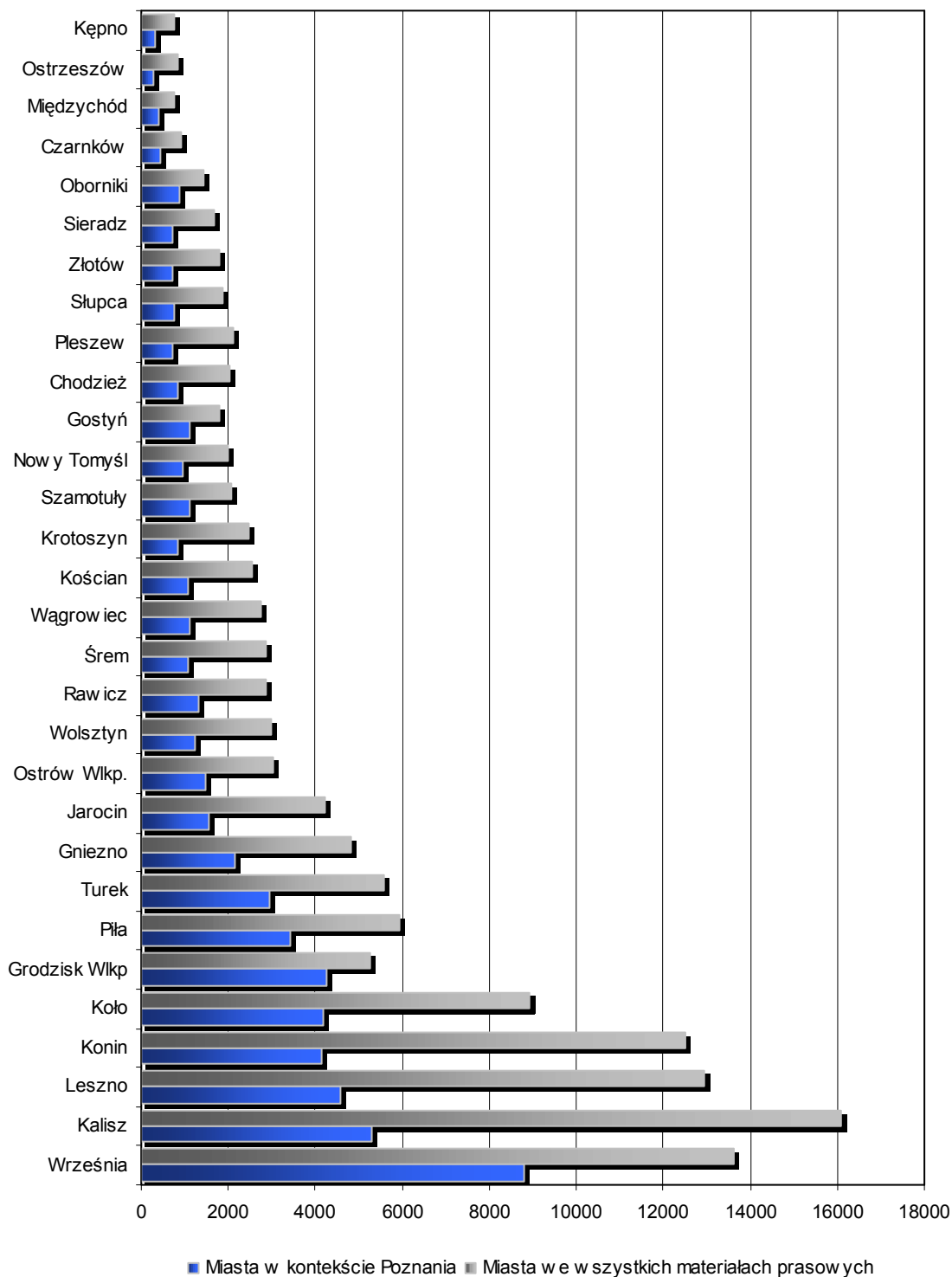
Wykres 17. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku



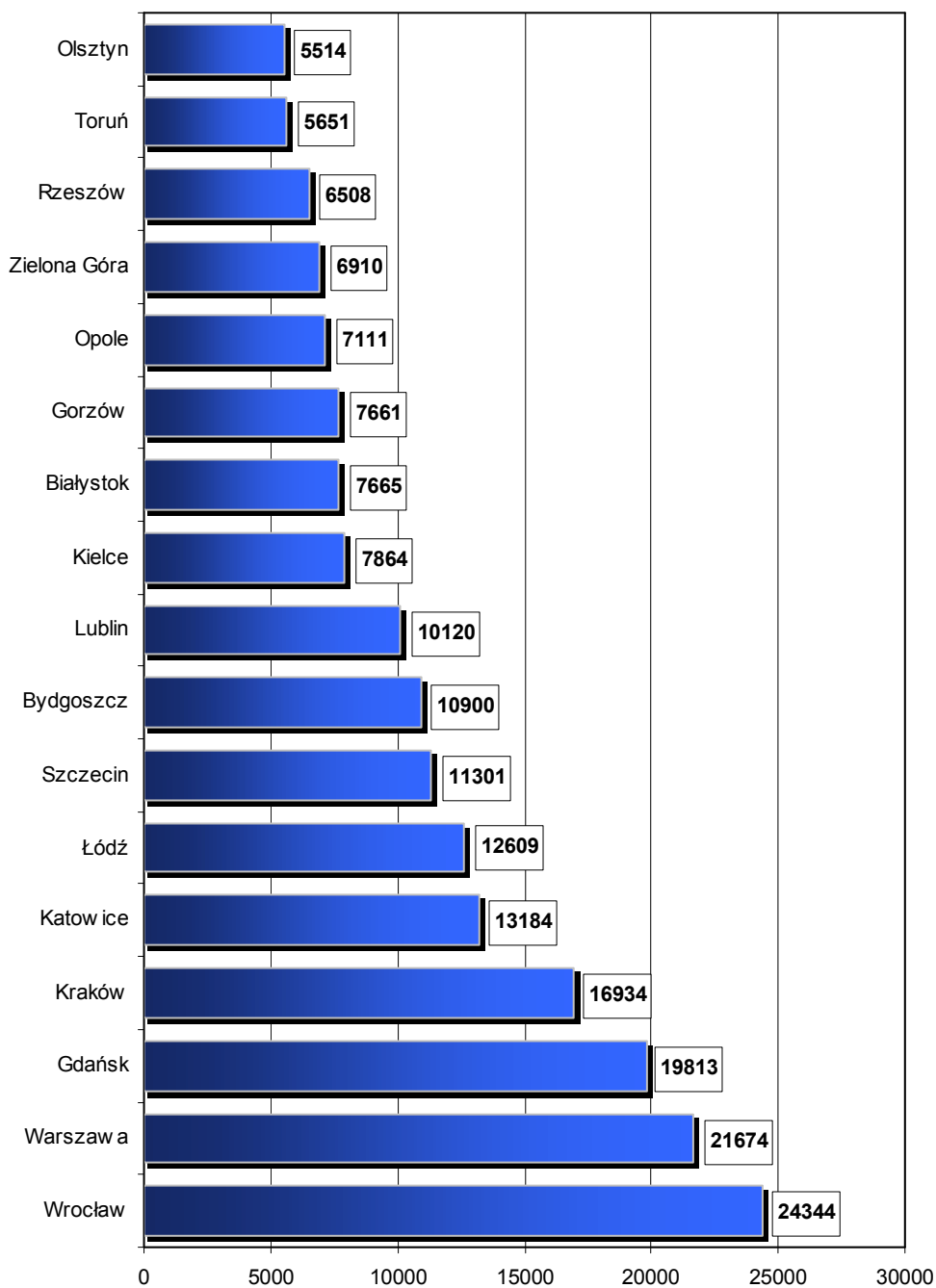
Wykres 18. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet



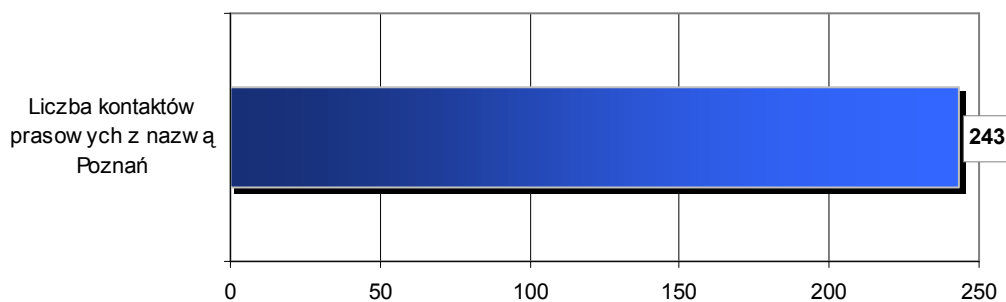
Wykres 19. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych



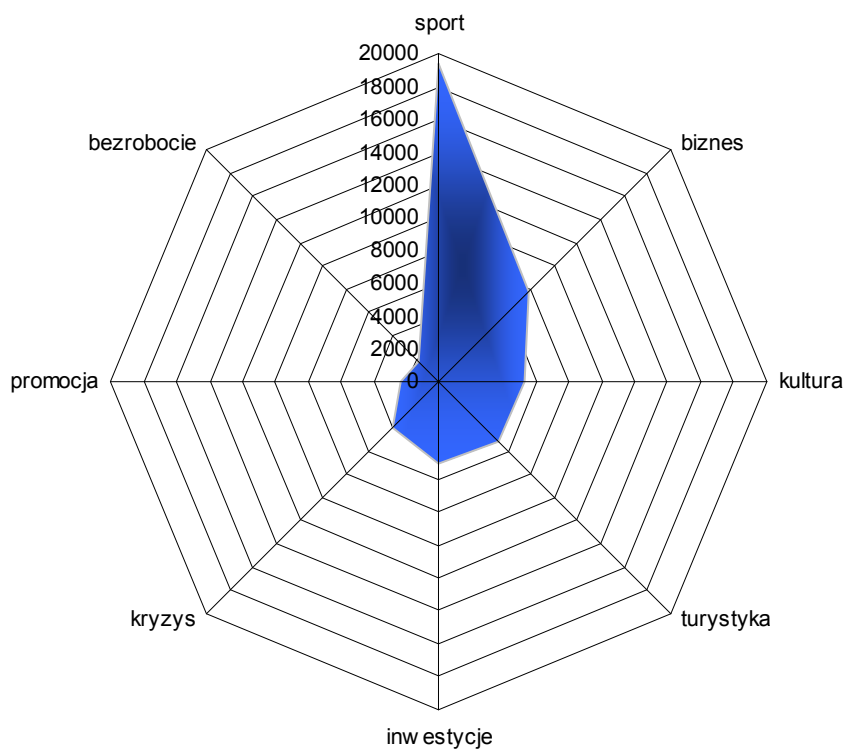
Wykres 20. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów z województwa wielkopolskiego, w artykułach prasowych w kontekście Poznania oraz we wszystkich materiałach prasowych



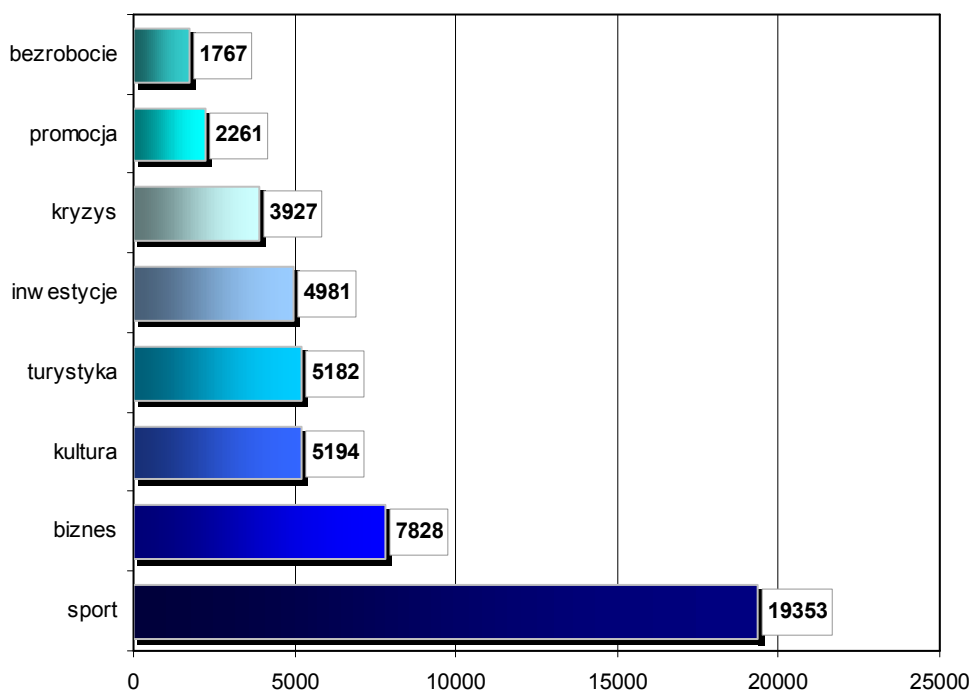
Wykres 21. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujących się w publikacjach na temat Poznania



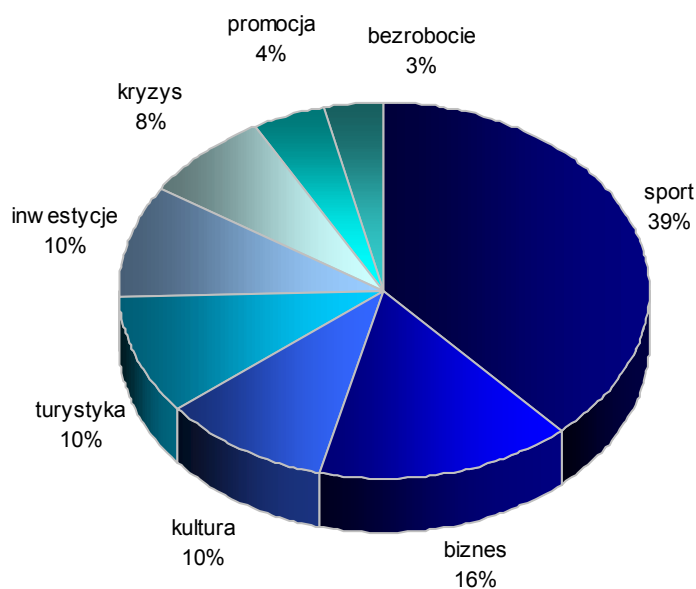
Wykres 22. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Poznań w ciągu roku



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

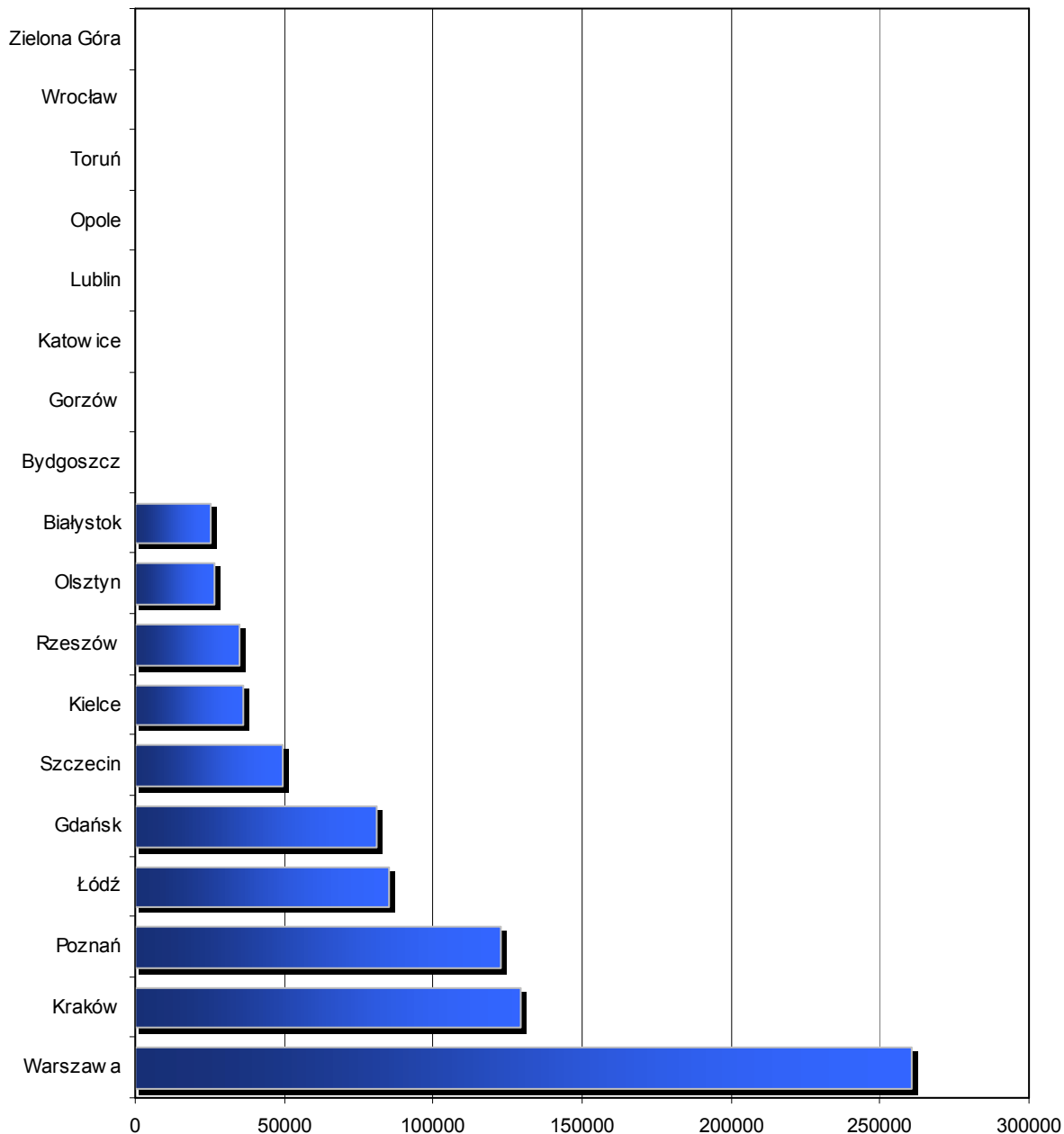


Wykres 24. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Poznań

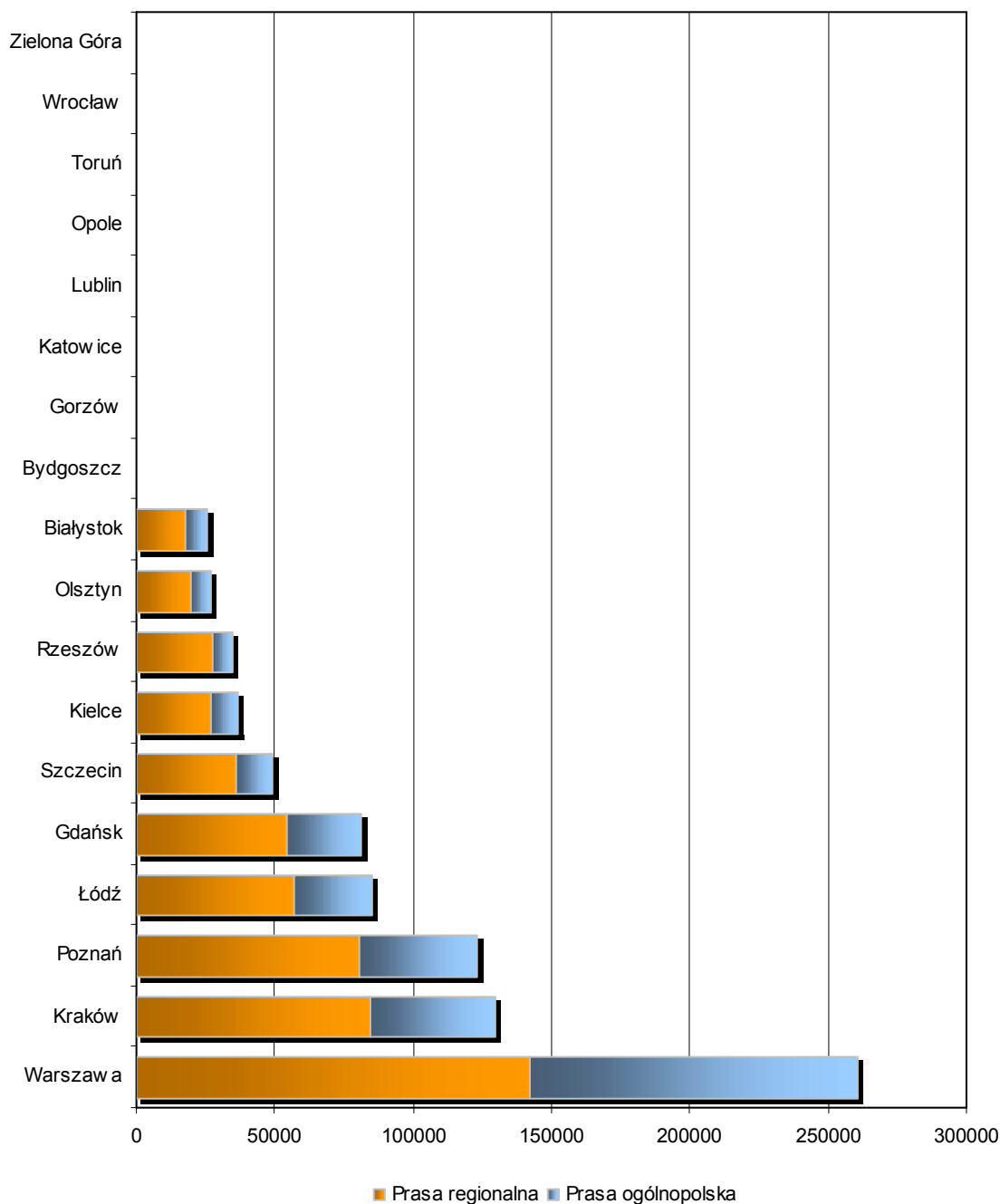


Wykres 25. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Poznań

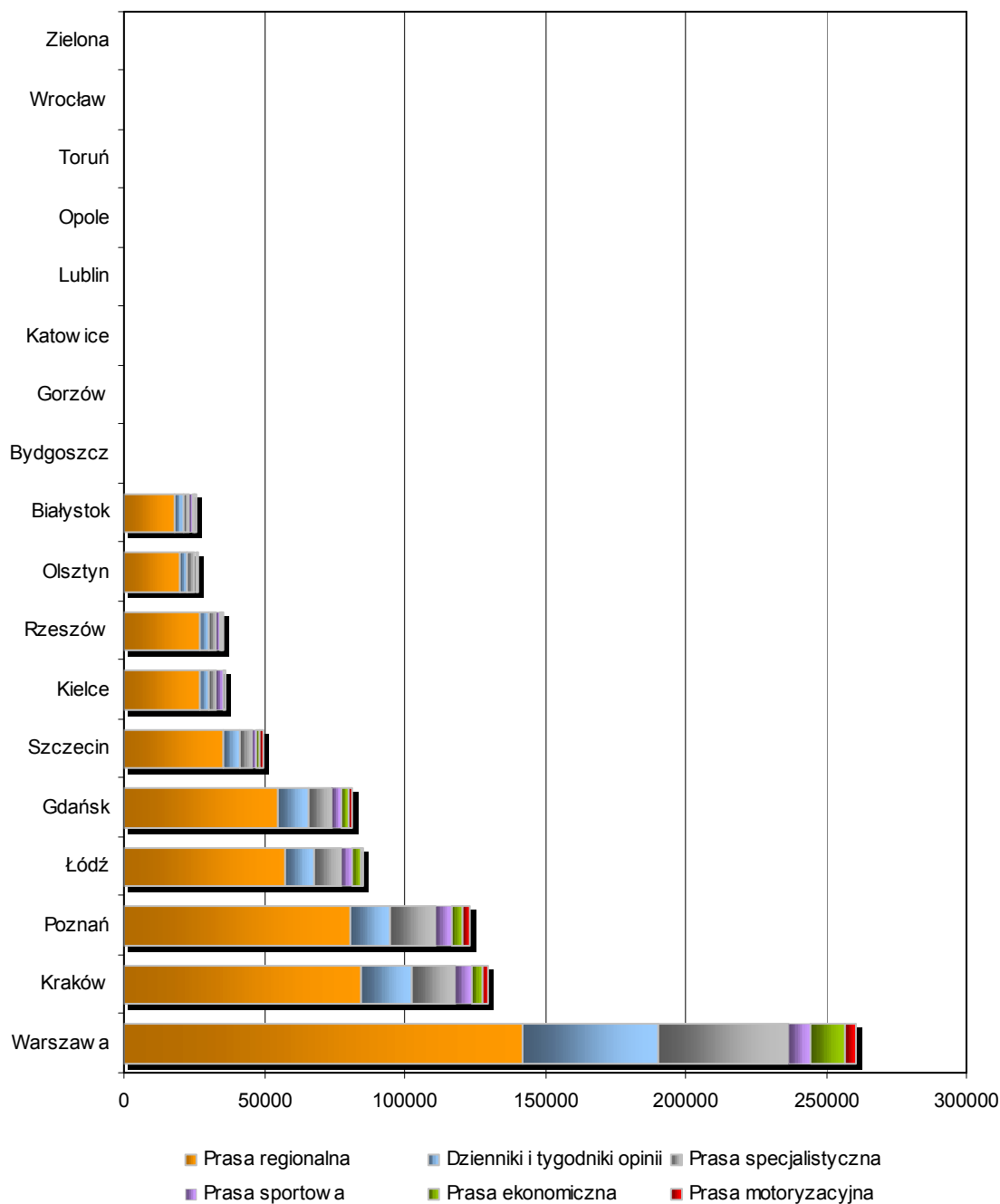
Rozdział III - Porównanie miast



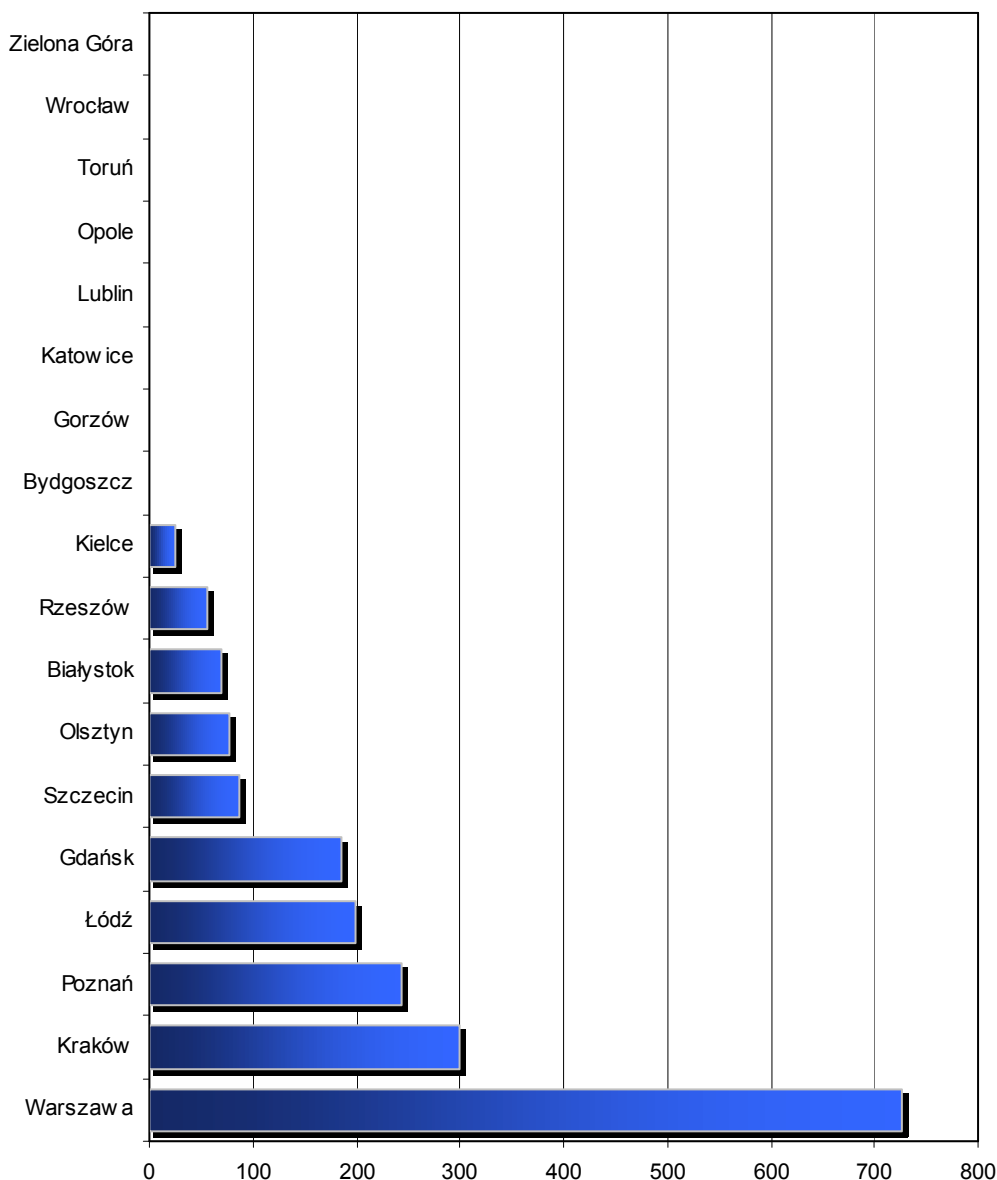
Wykres 26. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego, opublikowanych w 2008 roku



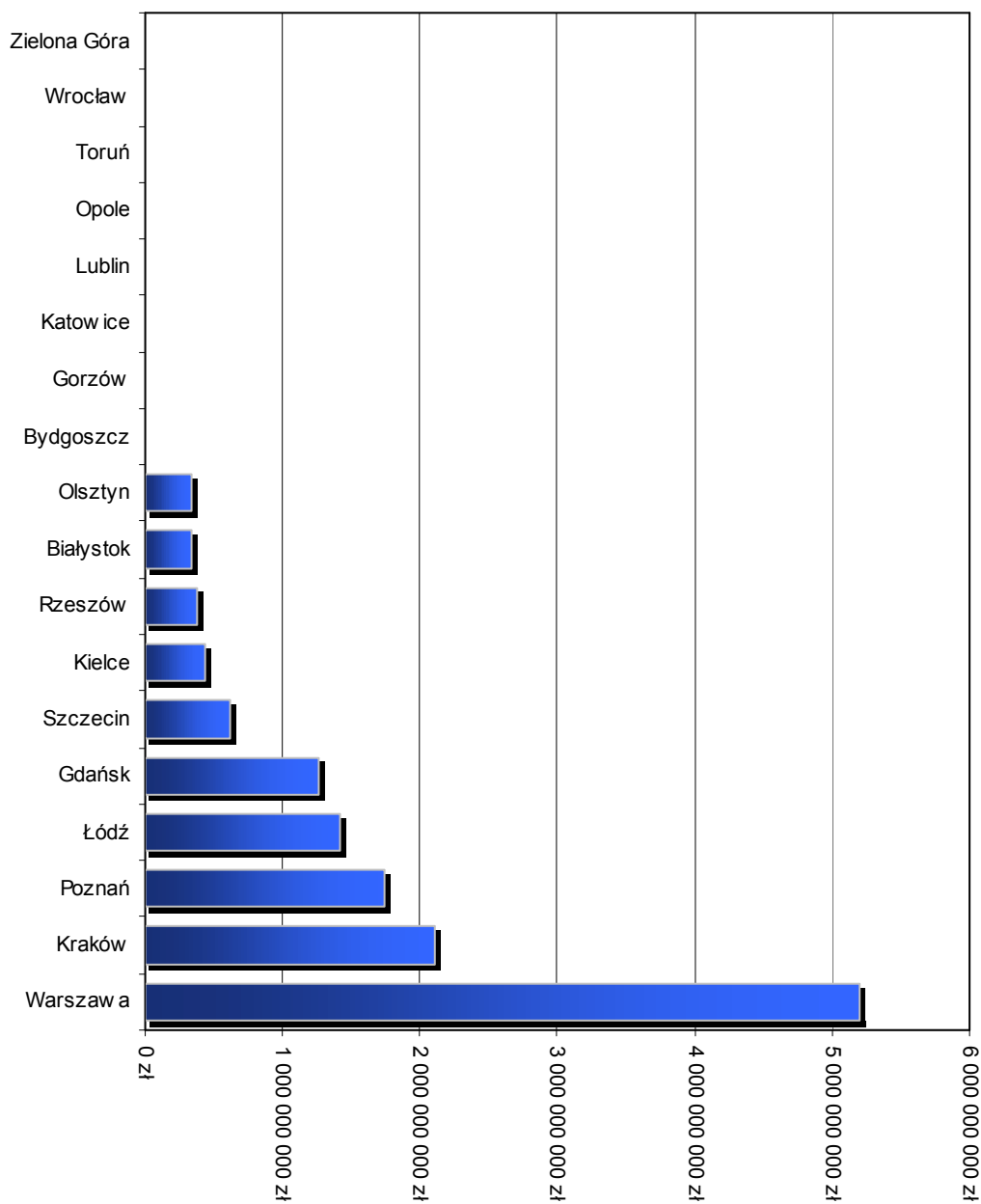
Wykres 27. Suma materiałów z nazwą miasta wojewódzkiego, z podziałem na prasę regionalną i ogólnopolską, opublikowanych w 2008 roku



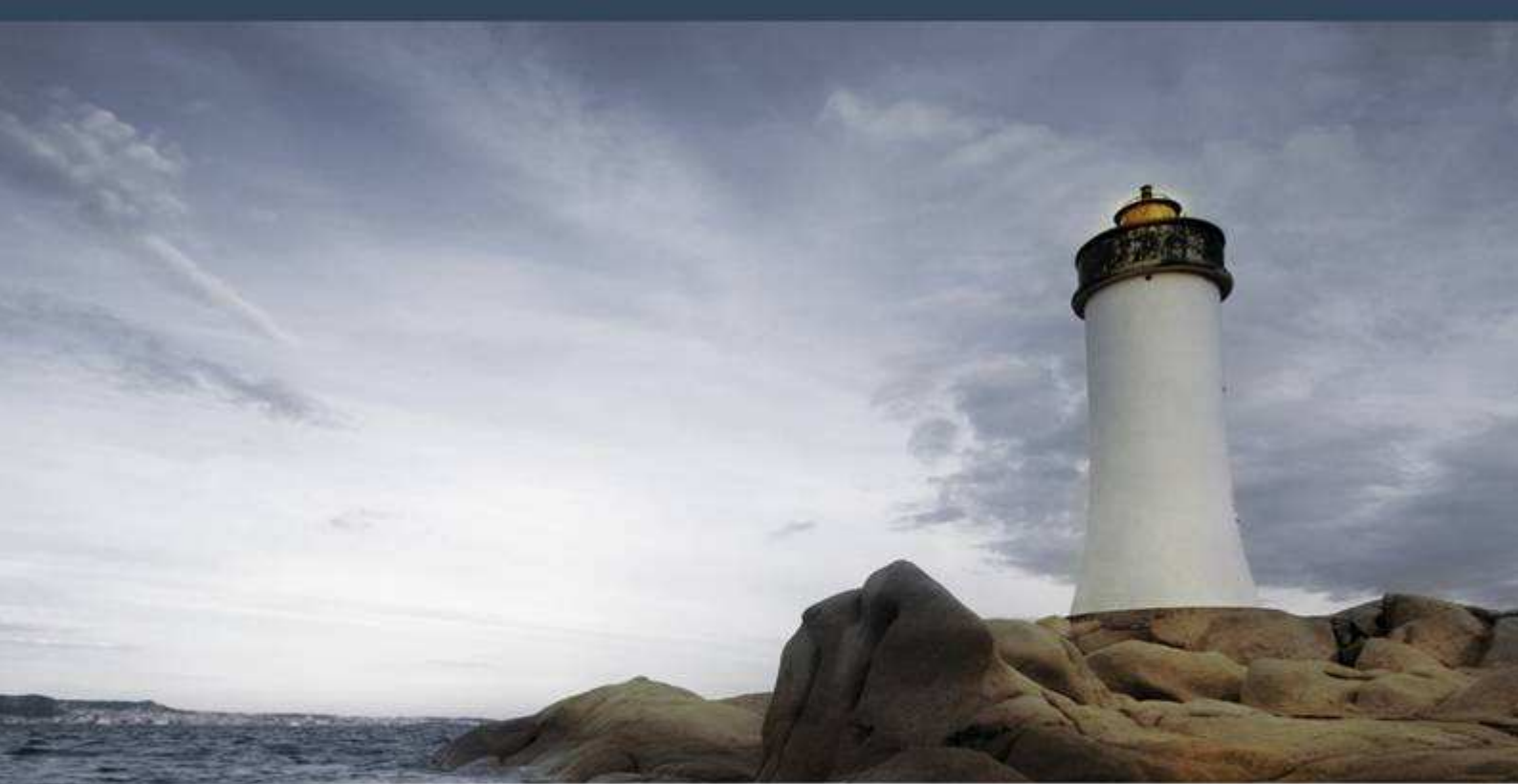
Wykres 28. Suma publikacji w 2008 r. zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy



Wykres 29. Przeciętny kontakt jednego czytelnika prasy z nazwą miasta wojewódzkiego w ciągu roku 2008



Wykres 30. Ekwiwalent reklamowy w prasie wybranych miast w 2008 roku



**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