

Analiza wizerunku medialnego Miasta wojewódzkie: **Rzeszów** Prasa I - XII 2008

Rzeszów Warszawa **Toruń** Poznań **Bydgoszcz** Szczecin **Olsztyn** Gdańsk **Białystok** Kraków **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 Rzeszowa 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 Rzeszowa i powiatów w województwie podkarpackim.

- **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

Rozdział poświęcony statystykom i zestawieniom na temat Rzeszowa oraz miast powiatowych z województwa podkarpackiego. W rozdziale tym przedstawiono liczbę publikacji prasowych w podziale na ich rodzaj. Zestawiono liczbę publikacji na temat stolicy Podkarpacia, które ukazały się w poszczególnych województwach. Materiały prezentują również tematy najczęściej pojawiające się w artykułach na temat Rzeszowa. Ponadto podano liczbę, która odzwierciedla średni statystyczny kontakt jednego czytelnika prasy z nazwą miejscowości Rzeszów w ciągu roku. Odnotowano również nazwiska tych podkarpackich samorządowców, o których prasa pisała najczęściej. Zestawiono miesiące, w których nazwa Rzeszów najczęściej pojawiała się w prasie oraz dziennikarzy - autorów największej liczby artykułów na temat stolicy Podkarpacia. Analiza nie pomija także danych na temat miast powiatowych, które pojawiają się w artykułach tylko o Rzeszowie, jak i 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

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, wyprzedażach 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 pierwszą z cyklu analiz porównujących miasta wojewódzkie. Szczegółowej analizie poddano na początku Rzeszów. Kolejne opracowania przyniosą zaskakujące wnioski z porównań aktywności medialnych poszczególnych miast. Przedstawimy wyniki porównania Bydgoszczy i Torunia, Warszawy i Poznania, Białegostoku i Olsztyna, a także wszystkich miejscowości względem siebie.

Subiektywne podsumowanie materiałów medialnych na temat Rzeszowa

Najwięcej o ...

Ilościowa analiza aktywności medialnej Rzeszowa w 2008 roku pozwala jednoznacznie stwierdzić, iż miasto to przedstawiane jest w prasie wielokrotnie w kontekście zawodów sportowych. Zespół Asseco Resovia to doskonała medialna wizytówka nie tylko miasta, ale także regionu podkarpackiego. Wysoka popularność siatkówki w ostatnich latach dodatkowo wzmacnia pozytywny aspekt wizerunkowy „posiadania” jednej z najlepszych drużyn w kraju.

Wyróżnienie za ...

W ostatnim czasie obserwować możemy także wzmożoną aktywność promocyjną Rzeszowa między innymi na bilbordach w większych miastach Polski. Elementem wyróżniającym podobne kampanie przeprowadzone w ostatnim czasie przez inne miasta, jest tzw. timing. Osoby odpowiedzialne za działania marketingowe idealnie wstrzeliły się z kampanią promującą Rzeszów, wspierając się zespołem szturmującym listy przebojów w kraju. W analizowanym okresie publikacje o zespole Pectus warte były w przeliczeniu

na złotówki około 250 000 zł, natomiast kampania reklamowa Rzeszowa to koszt 85 000 zł. Warto zauważyć, że medialna aktywność zespołu rośnie, a tym samym mimowolna promocja samego miasta wypada korzystniej.

Skupiając uwagę jeszcze na ekwiwalencie reklamowym, warto wskazać, że gdyby inne miasto chciało wygenerować podobną liczbę reklam, ile na temat Rzeszowa powstało publikacji prasowych, musiałyby przygotować kwotę około 400 milionów złotych. Dla porównania, wartość medialna Roberta Kubicy, kierowcy teamu BMW Sauber, to około 150 milionów złotych, a publikacje o Adamie Małyszku sponsorowanego przez firmę Red Bull warte byłyby około 100 milionów. Czy Rzeszów medialnie jest droższy od np. Olsztyna? Z pewnością porównamy także i te wartości.

Kryzys?

Na początku roku, jeden z bardziej popularnych portali informacyjnych w Polsce opublikował ranking słów, które zdaniem internautów będą pojawiały się w mediach. Bezapelacyjnie zwyciężyło słowo „kryzys”. Sam kryzys również zostanie zwyciężony, jednak zanim to nastąpi odbiorcy mediów przeczytają o nim w różnorodnych kontekstach.

Jeszcze w 2008 roku mieszkańcy Rzeszowa i okolic stosunkowo rzadko mieli okazję czytać na temat kryzysu w ich regionie, czy sytuacja ta ulegnie zmianie w kolejnych miesiącach 2009? Z całą pewnością. Media coraz więcej miejsca poświęcają na opisywanie tematu potencjalnych zwolnień. Jak można było przeczytać, *od kwietnia trwają zwolnienia 1500 osób w Krośnieńskich Hutach Szkła. 180 osób odejdzie z Delphi. Krosoglass zapowiedział zwolnienie 150 pracowników. Jasielski Pektowin zwolni 117 osób z 465 - osobowej załogi i nie wiadomo, czy na tym skończy redukcje.*

Regionalnie

Szukając informacji lokalnych na temat Rzeszowa i okolic, nie sposób pominąć takie media jak „Nowiny” czy „Super Nowości”. Te dwa tytuły (oraz Gazeta Wyborcza – Rzeszów) generują praktycznie cały przekaz prasowy w regionie.

Analizując przekaz medialny o Rzeszowie można dojść do wniosku, że im dalej od województwa tym mniej publikacji możemy przeczytać na temat stolicy Podkarpacia. Jest to po części wniosek oczywisty, ponieważ najbardziej zainteresowanym danym miastem są media z regionu, jednak są miejscowości niezwykle popularne w całym kraju. O tym czy częściej o Rzeszowie pisze się w wielkopolskim czy o Poznaniu w podkarpackim będziemy mogli przekonać się przy okazji publikacji kolejnych analiz.

Wracając do rodzajów prasy, uwagę skupia także prasa specjalistyczna, a to w kontekście Rzeszowa przede wszystkim „Gazeta Prawna” i „Elektrosystemy”. Wysoka aktywność tego drugiego tytułu związana jest głównie z działalnością firmy Zelmer.

Szczegółowa analiza najbardziej medialnych grup tematycznych

Sportowy Rzeszów

W prasie sportowej oraz w dziennikach ogólnopolskich i tytułach regionalnych, w 2008 roku, pojawiło się sporo informacji na temat wydarzeń sportowych, które miały miejsce w Rzeszowie lub w których brała udział rzeszowska drużyna. Dziennikarze najwięcej miejsca na łamach prasy poświęcili na opisywanie osiągnięć dwóch zespołów: siatkarskiej drużyny Asseco Resovia Rzeszów oraz żużlowego teamu Stal Rzeszów. Mecze z udziałem obu zespołów relacjonowane były także w prasie regionalnej publikowanej poza województwem podkarpackim. W przypadku Stali Rzeszów notki znalazły się również w prasie motoryzacyjnej. Z kolei na temat Asseco Resovii pisano w gazetach telewizyjnych. Zespół siatkarski z Rzeszowa wymieniany był m. in. w kontekście turnieju Final Four Pucharu Challenge. Dziennikarze z Podkarpacia w mniejszym stopniu skupiali się na innych dziedzinach sportu. Mimo to, w prasie z tego regionu, można było przeczytać m. in. o młodzieżowych zawodach koszykarskich czy zawodach tenisa stołowego, które odbyły się na terenie Politechniki Rzeszowskiej.

Słowiki z Podkarpacia

W prasie kolorowej, w magazynach muzycznych oraz w tytułach regionalnych można było przeczytać informacje o zespole „Pectus”. Artykuły na temat grupy muzycznej pojawiały się przede wszystkim w drugiej połowie 2008 roku. Prasa donosiła o festiwalach, na których pojawiła się grupa oraz o nagrodach, które udało się jej wywalczyć. Media podały, że zespół „Pectus” m. in. wystąpił na imprezie Sopot Festiwal, na której otrzymał nagrodę „Słowika Publiczności” oraz zagrał podczas rzeszowskiego finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. W prasie lokalnej można było przeczytać również o piosenkarzu występującym pod pseudonimem Danzel, który co prawda nie pochodzi z Rzeszowa, ale w stolicy Podkarpacia nakręcił teledysk do jednej ze swoich piosenek.

Polityka w skali mikro

W prasie regionalnej, w 2008 roku, można było odnaleźć informacje na temat funkcjonowania regionalnych polityków. Media pisały o bieżących decyzjach władz z Podkarpacia. W kontekście Rzeszowa najczęściej można było przeczytać artykuły na temat decyzji i działań podejmowanych przez poszczególnych radnych czy całą Radę Miasta. Stosunkowo często w mediach pojawiała się również nazwisko Tadeusza Ferency – prezydenta Rzeszowa. Nieco rzadziej w prasie można było „odnaleźć” marszałka województwa podkarpackiego – Zygmunta Cholewińskiego.

Kronika policyjna

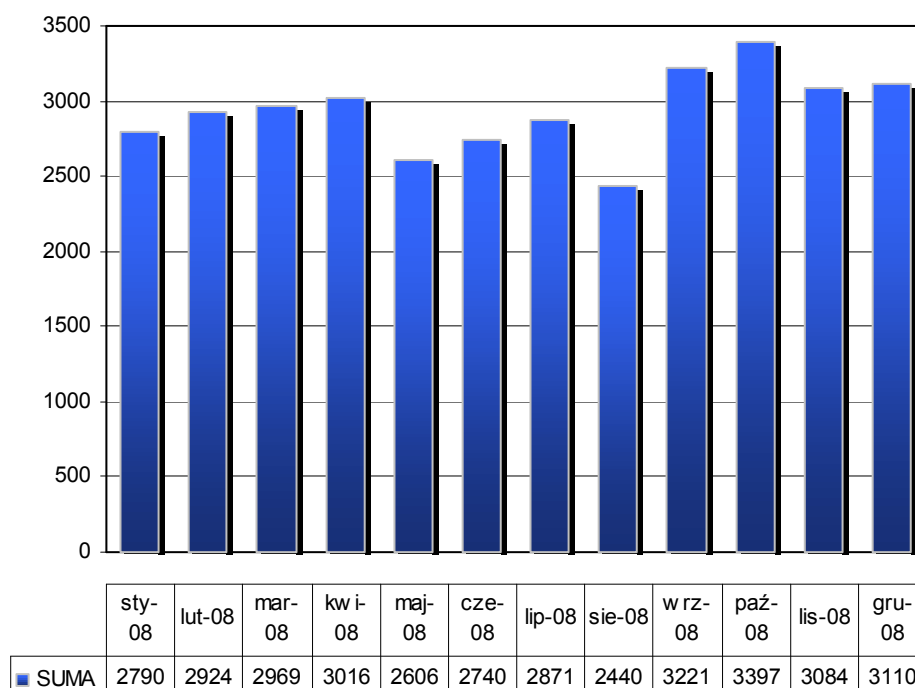
Charakterystyczną grupą tematyczną, która odpowiedzialna była za generację części materiałów na temat Rzeszowa, były artykuły opisujące działania służb mundurowych. W prasie, przede wszystkim regionalnej, można było odnaleźć materiały na temat przestępstw i wykroczeń popełnianych w stolicy Podkarpacia lub przez jej mieszkańców. Materiały dotyczyły drobniejszych przewinień takich jak wypadki i kolizje drogowe, ale także poważnych przykładów łamania prawa. W kontekście Rzeszowa pisano m. in. o zatrzymaniu kobiety, która kierowała szajką rozprowadzającą narkotyki w rzeszowskim więzieniu, o wyroku dla przemytników pochodzących z Rzeszowa, którzy zajmowali się nielegalnym sprowadzaniem papierosów i alkoholu czy wreszcie o spektakularnym pościgu rzeszowskiej drogówki za przemytnikiem z Przemyśla.

Strajk na granicy

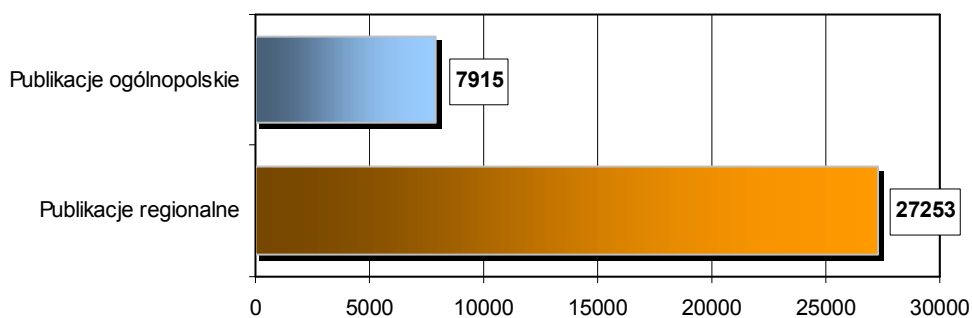
W grudniu 2008 roku, z prasy regionalnej oraz z ogólnopolskich dzienników i tygodników, można było dowiedzieć się o strajku i protestach, do jakich doszło na przejściu granicznym w Medyce. Dziennikarze w materiałach na ten temat skupiali się na przedstawieniu problemów ludzi utrzymujących się ze sprzedaży przenoszonych przez granice papierosów i alkoholu. W części materiałów wypowiedzieli się naukowcy z Uniwersytetu Rzeszowskiego, którzy starali się wyjaśnić przyczyny protestów oraz mówili o liczbie „mrówek” z Podkarpacia i perspektywach dla ludzi bez stałego zatrudnienia i dochodu.

Marcin Szczupak
Kierownik Działu Raportów Medialnych
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

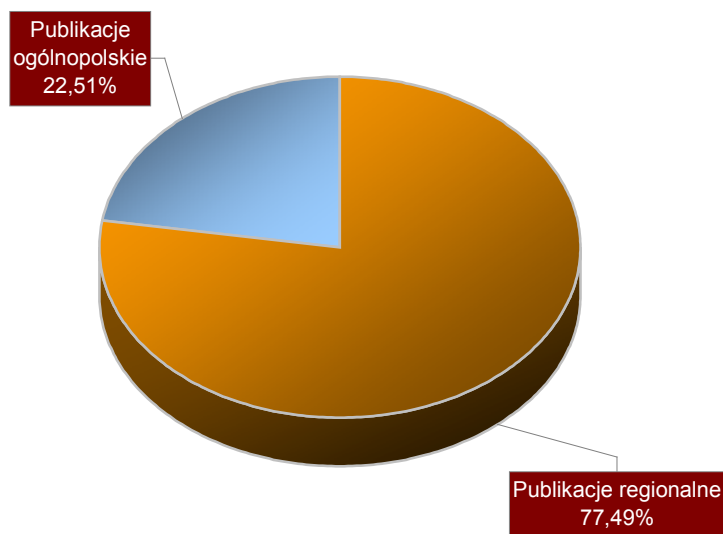
Rozdział II - Ujęcie statystyczne



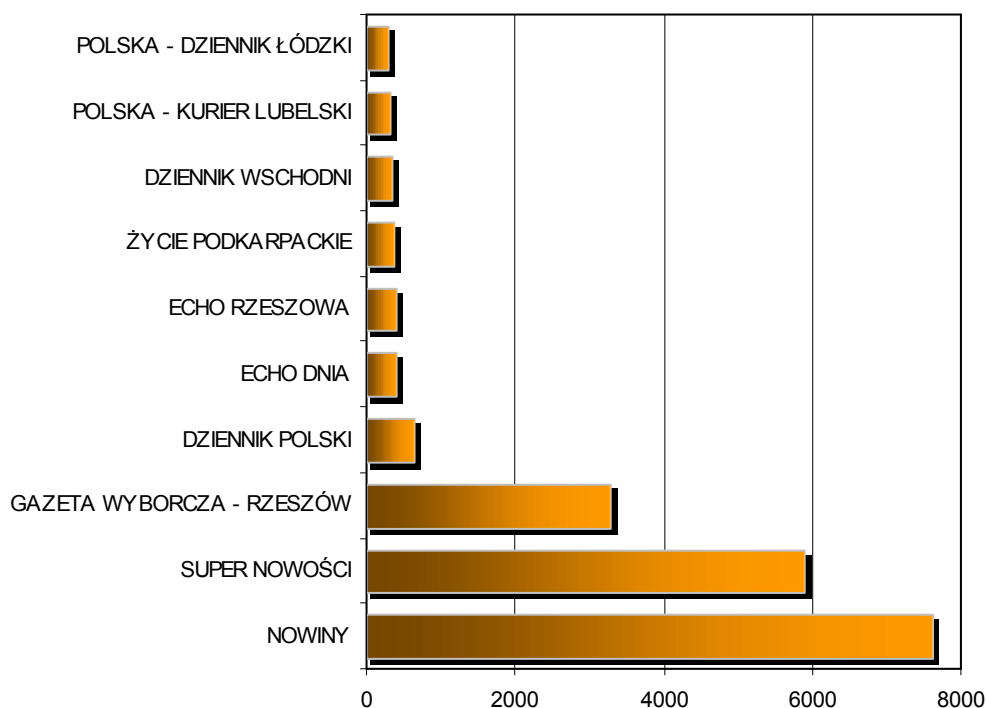
Wykres 1. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku



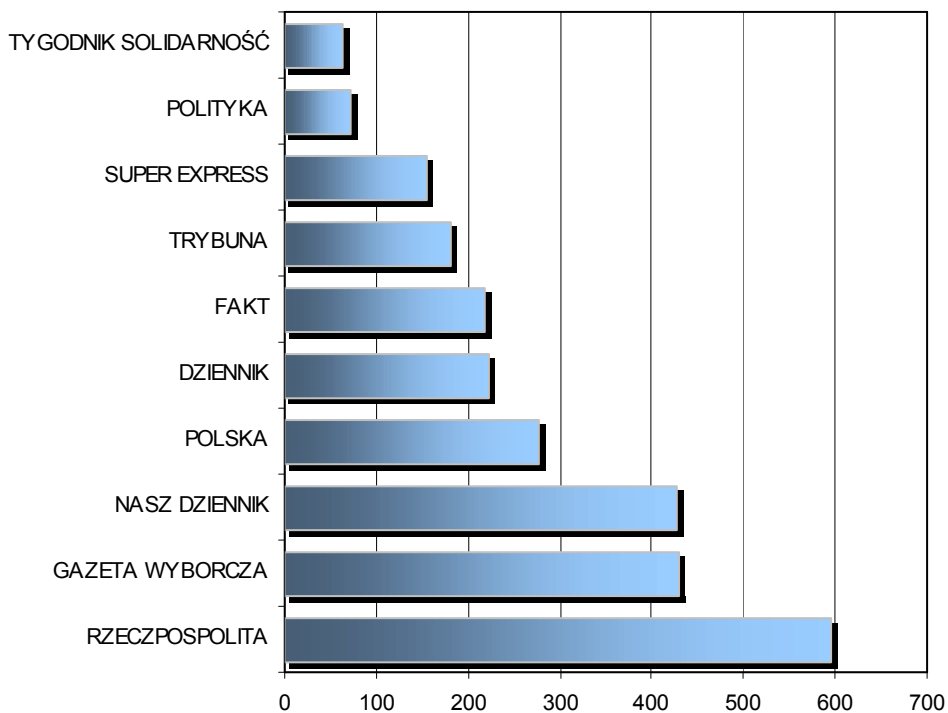
Wykres 2. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



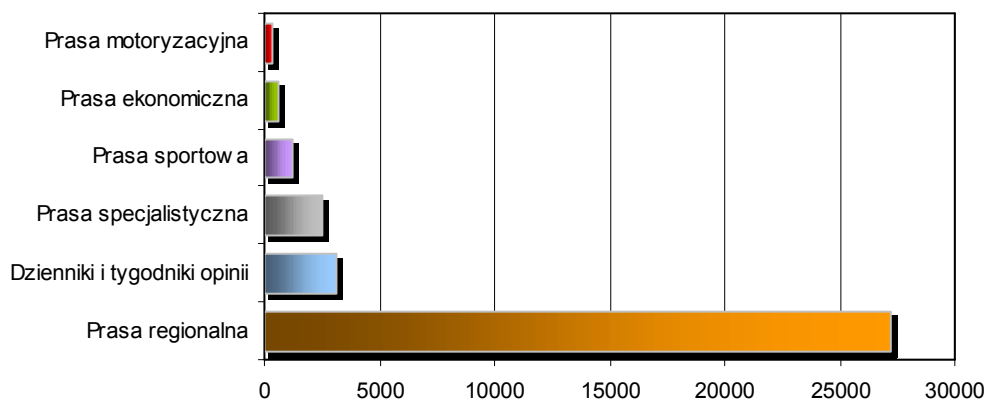
Wykres 3. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



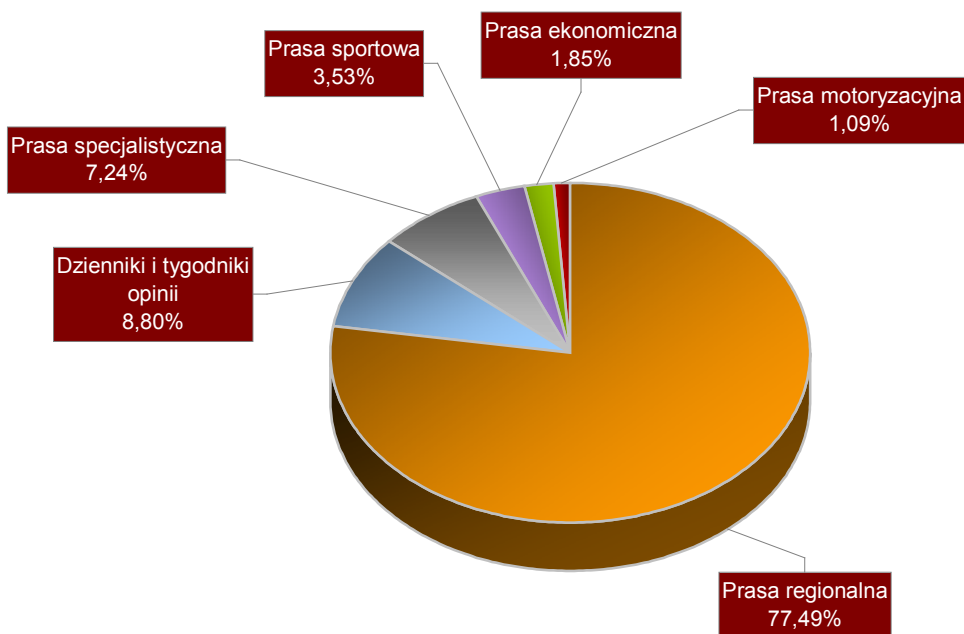
Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej



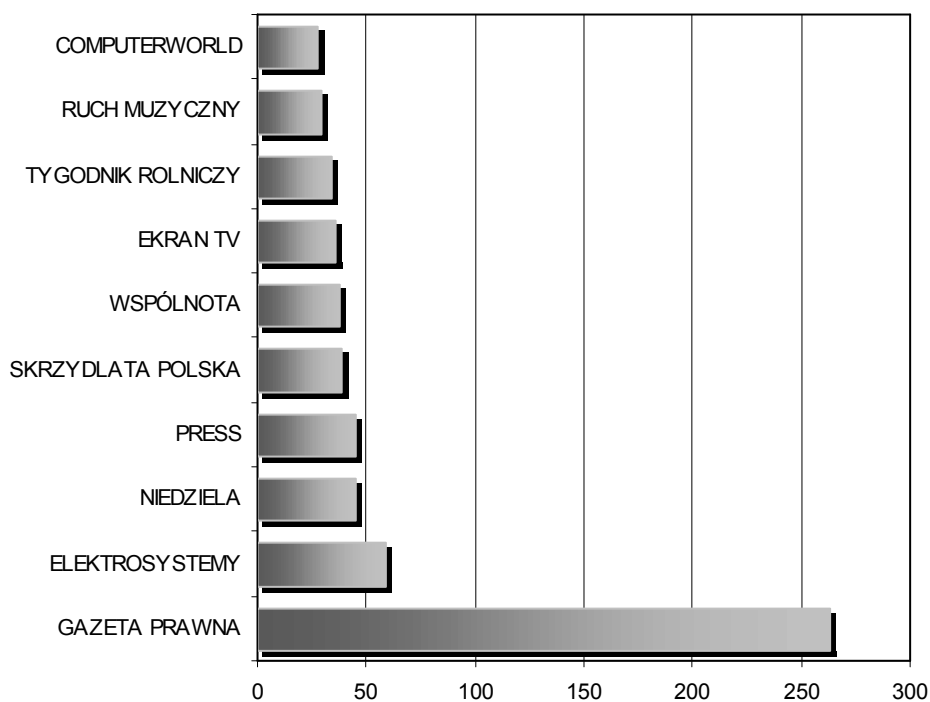
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii



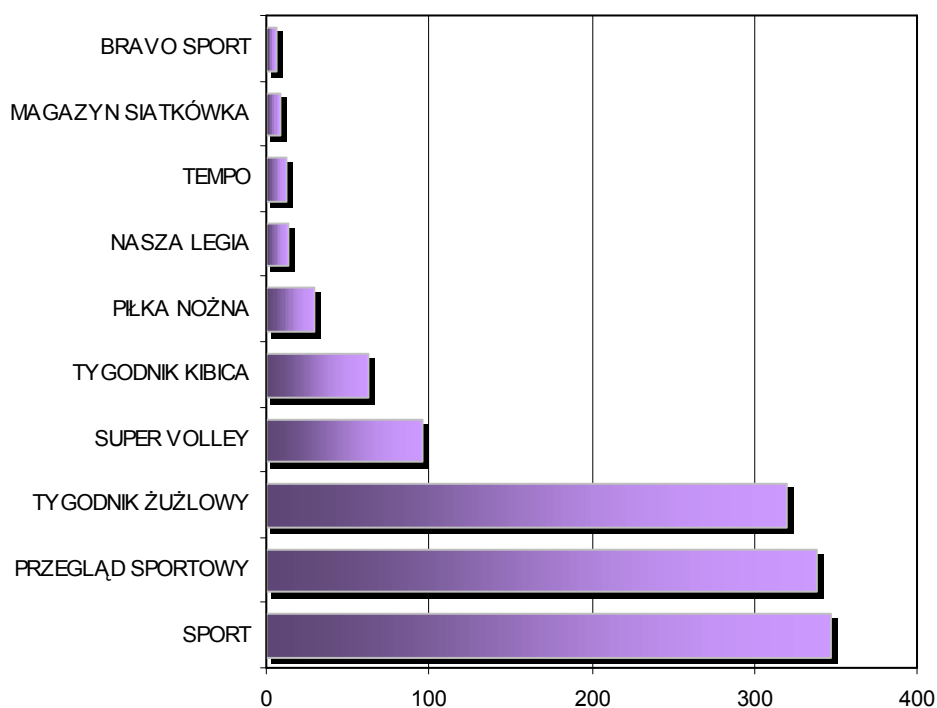
Wykres 6. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy



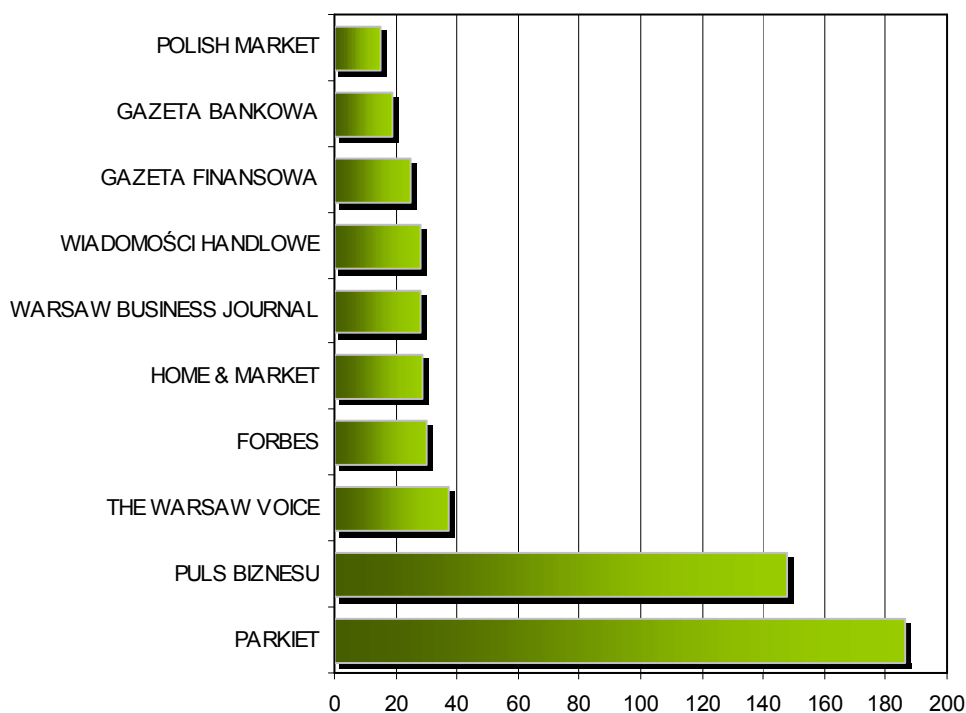
Wykres 7. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy



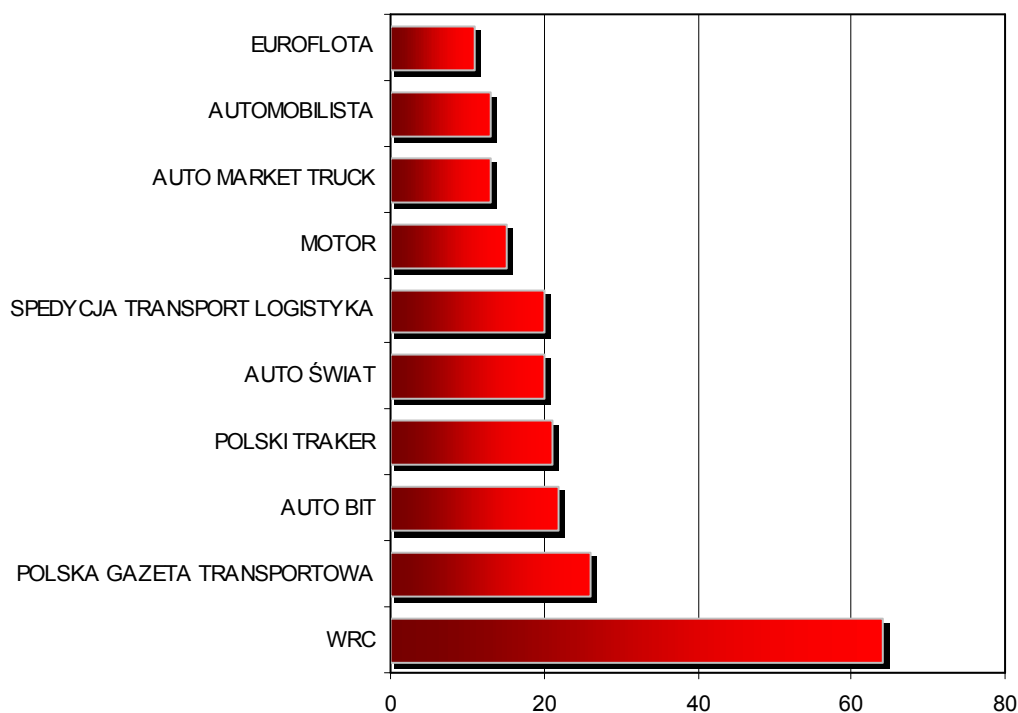
Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



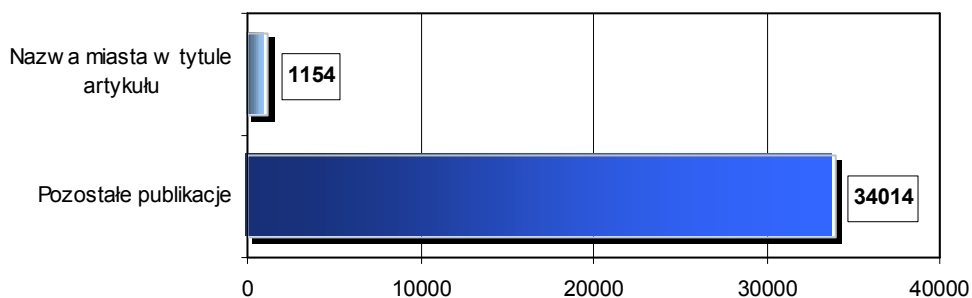
Wykres 9. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



Wykres 10. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej



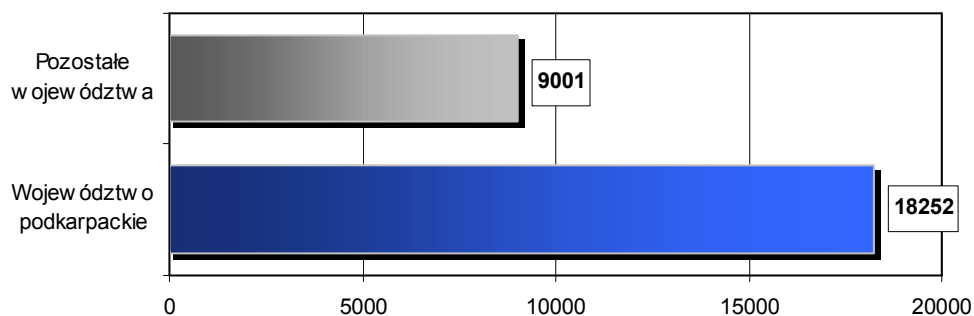
Wykres 11. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej



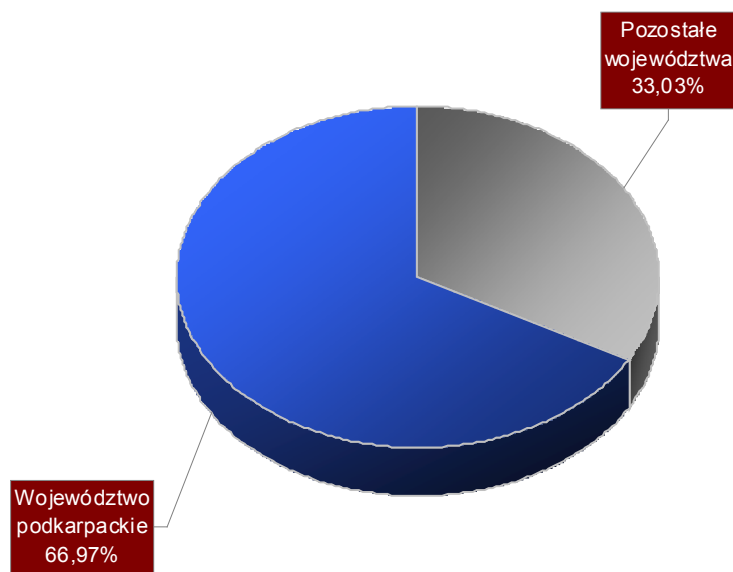
Wykres 12. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



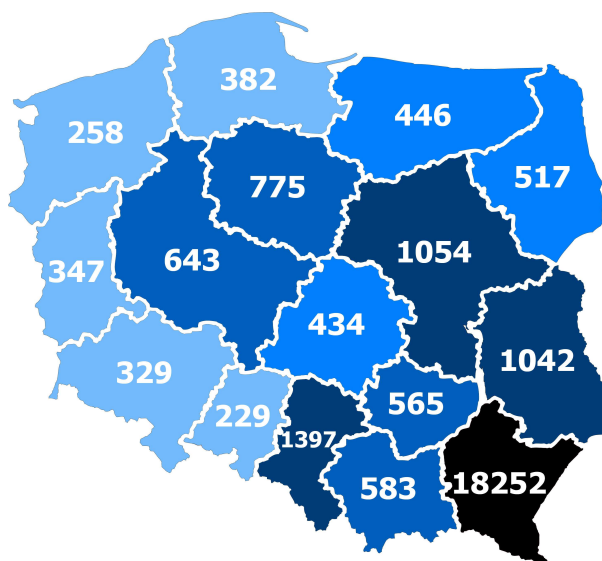
Wykres 13. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



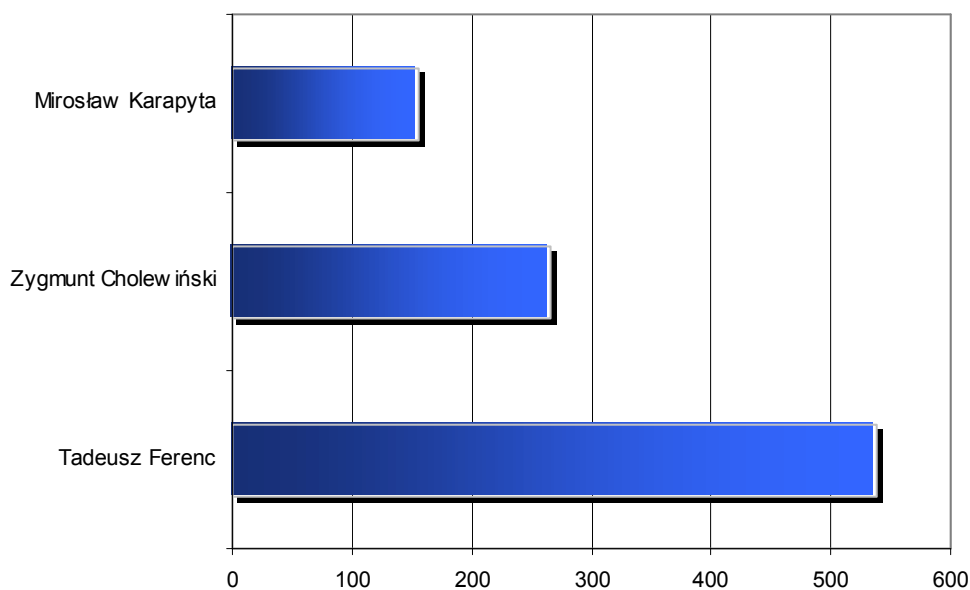
Wykres 14. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



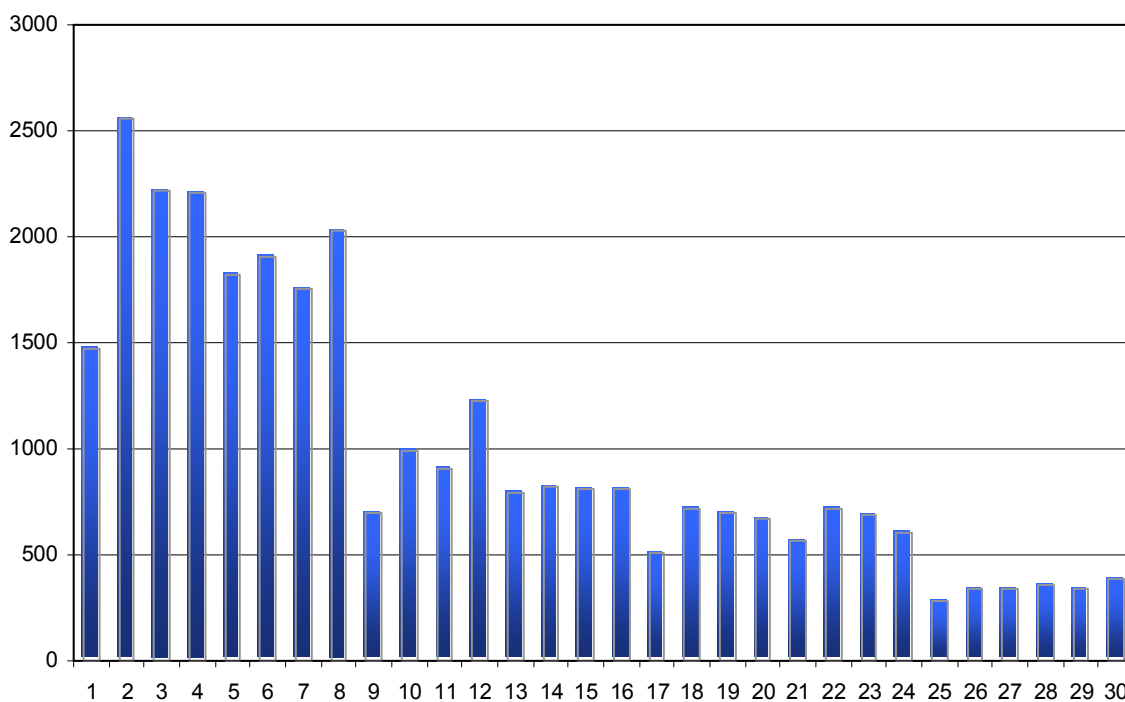
Wykres 15. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



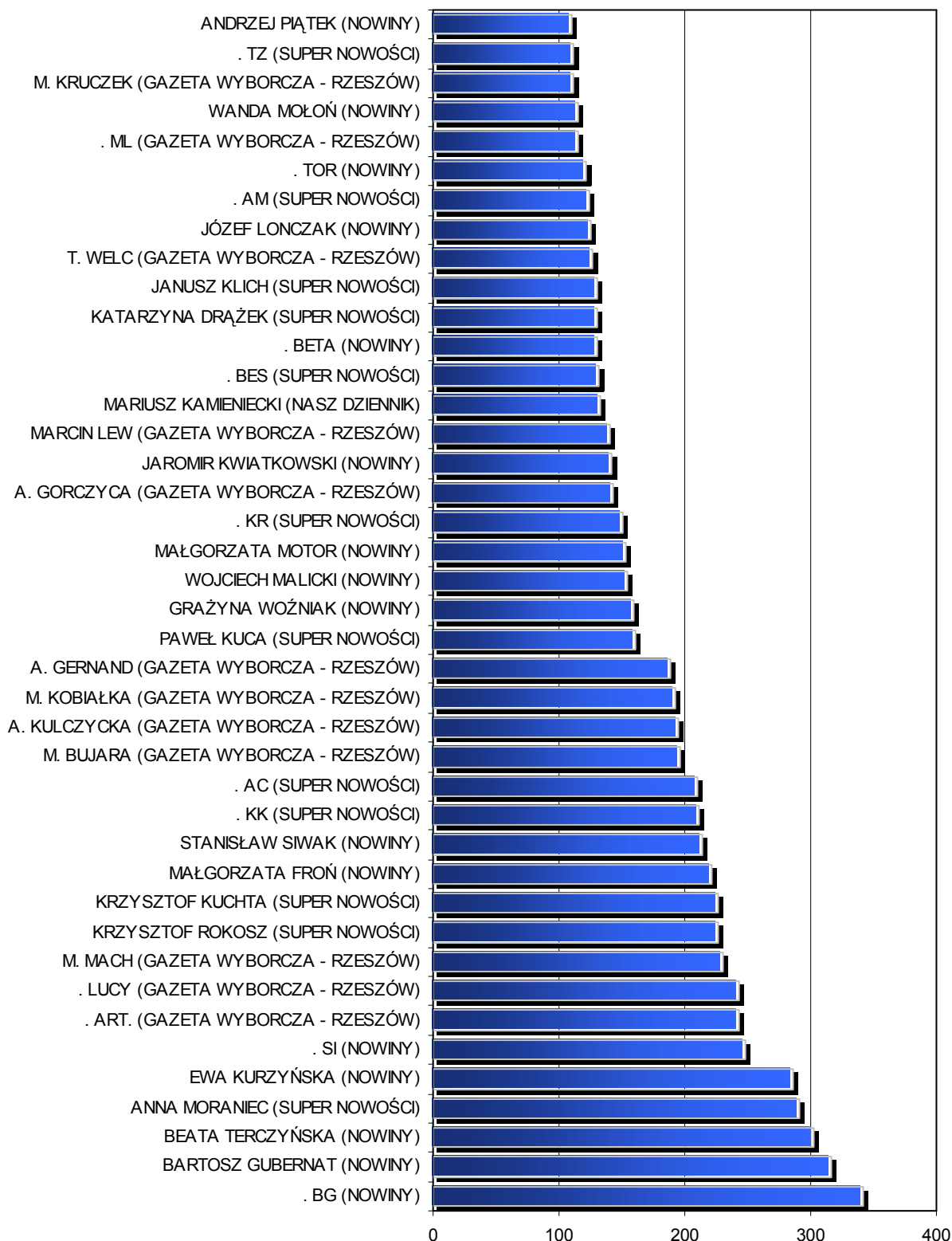
Wykres 16. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



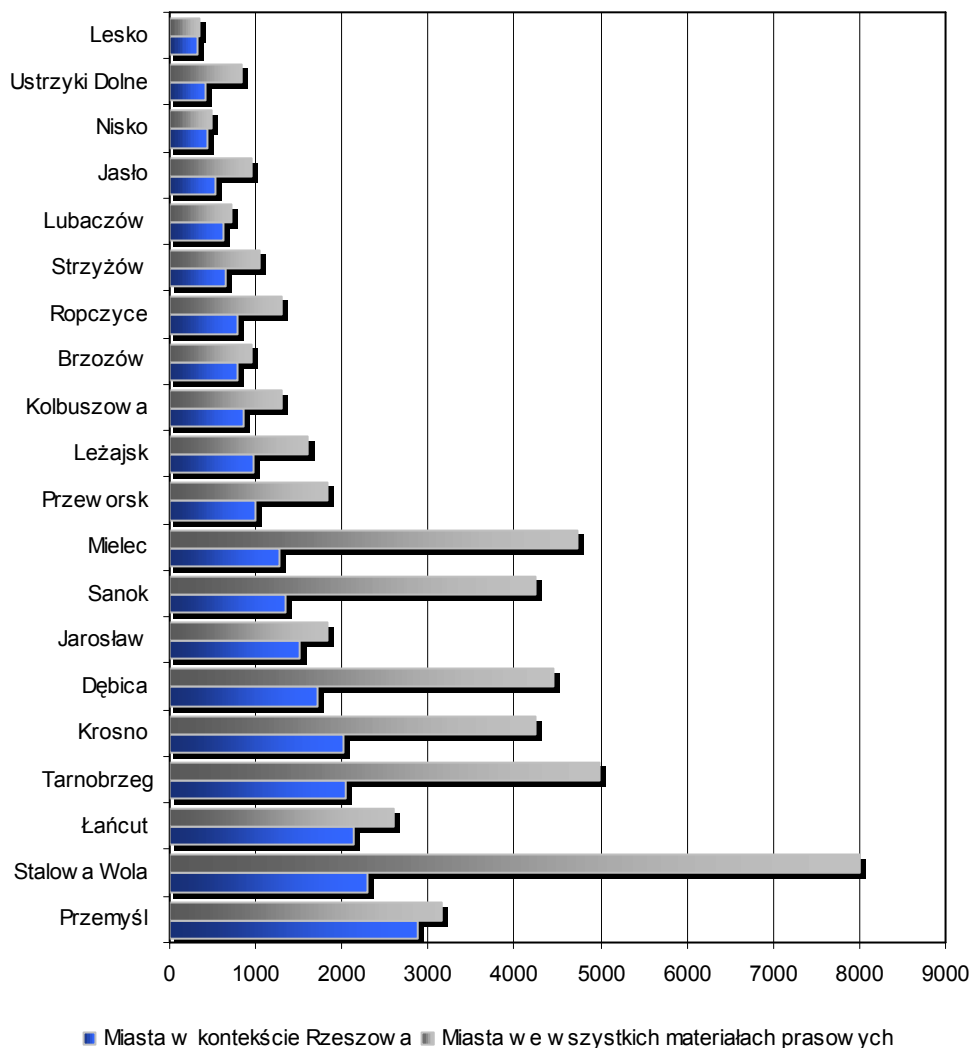
Wykres 17. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Rzeszowa (Tadeusza Ferenc), wojewody podkarpackiego (Mirosława Karapyty) oraz marszałka województwa podkarpackiego (Zygmunta Cholewińskiego) w materiałach na temat Rzeszowa



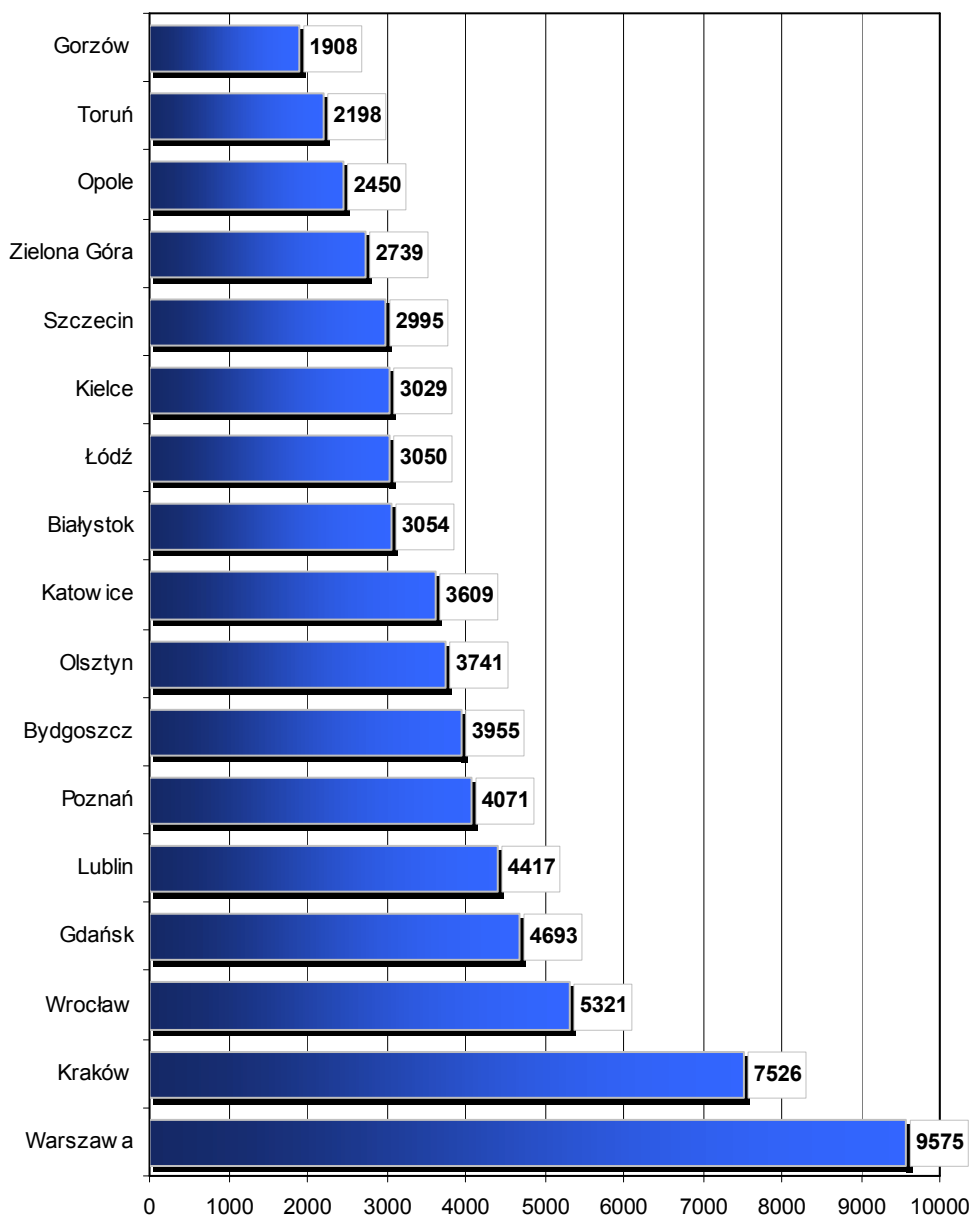
Wykres 1. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet



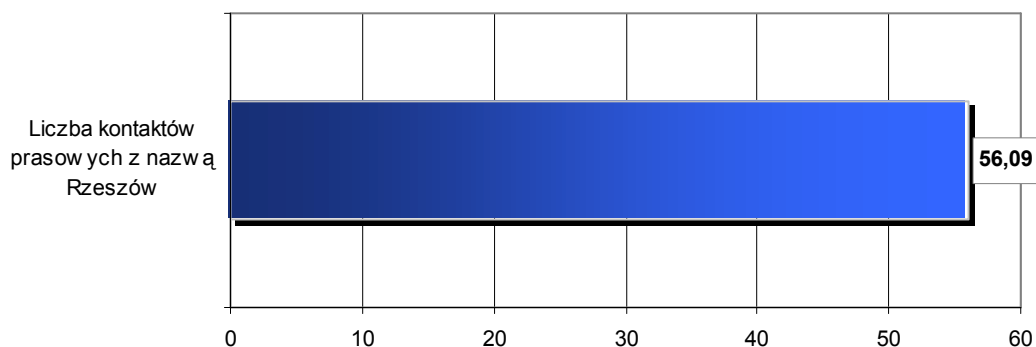
Wykres 2. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych



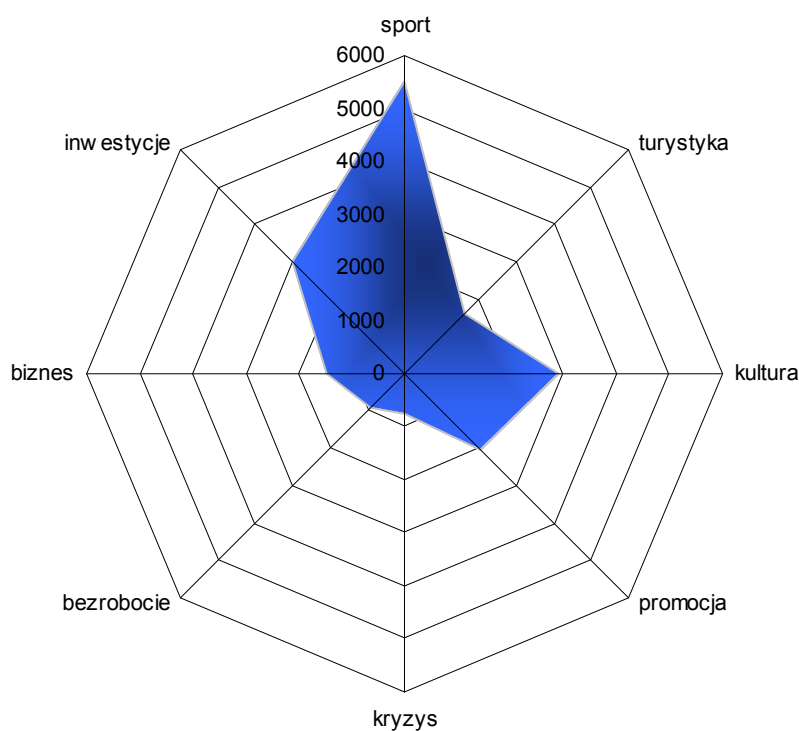
Wykres 3. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów podkarpackich w artykułach prasowych w kontekście Rzeszowa oraz we wszystkich materiałach prasowych



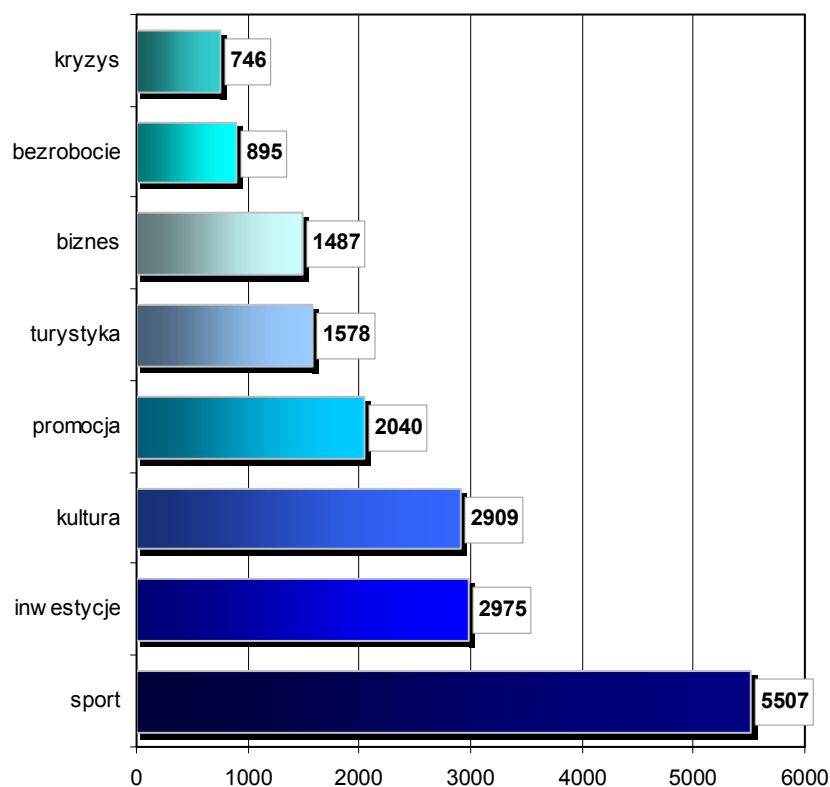
Wykres 4. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujące się w publikacjach na temat Rzeszowa



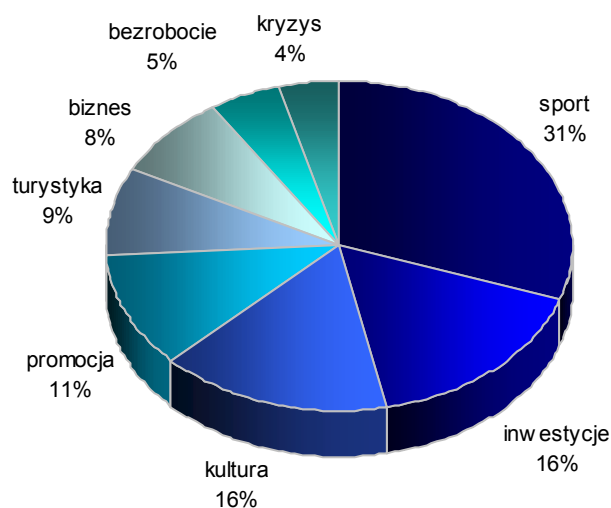
Wykres 5. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Rzeszów w ciągu roku



Wykres 6. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Rzeszów

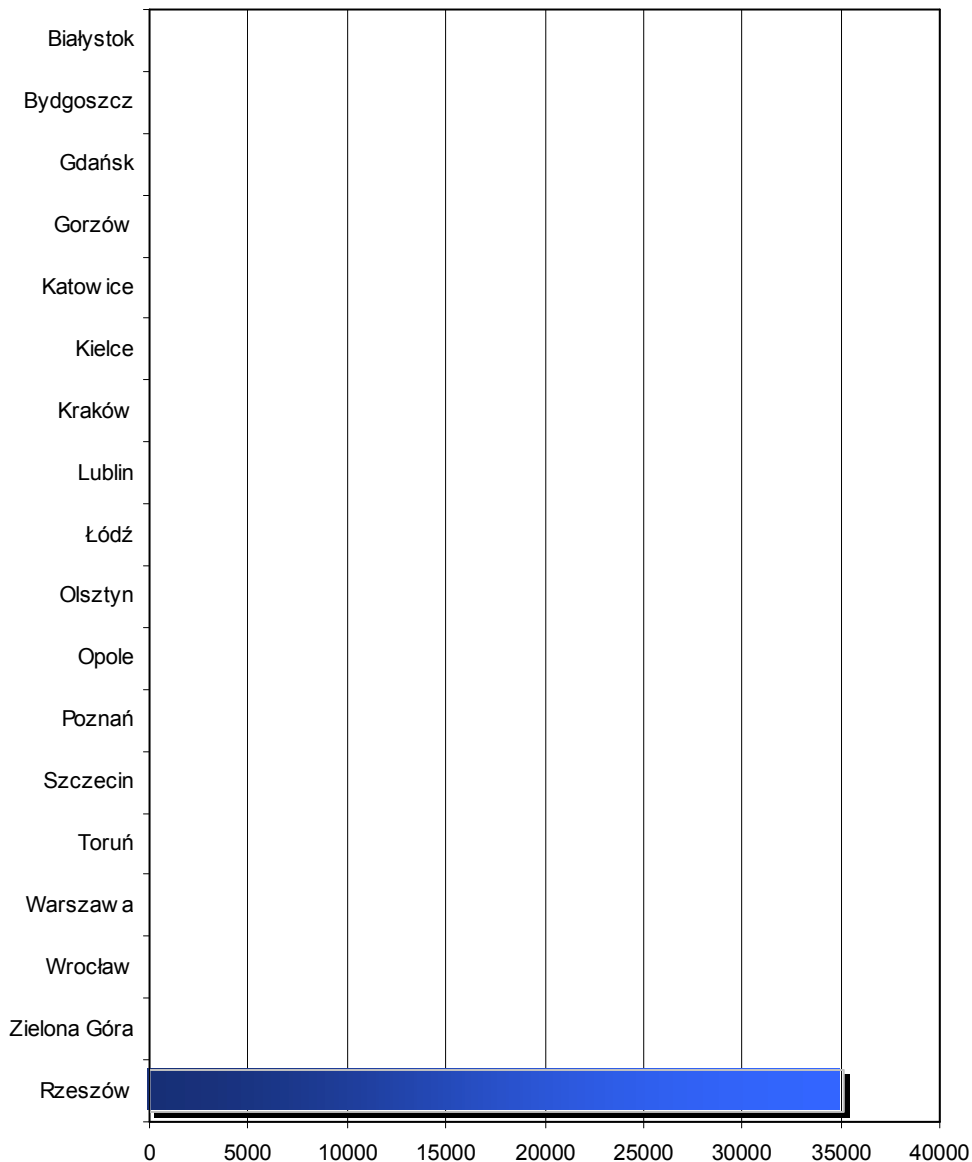


Wykres 7. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Rzeszów

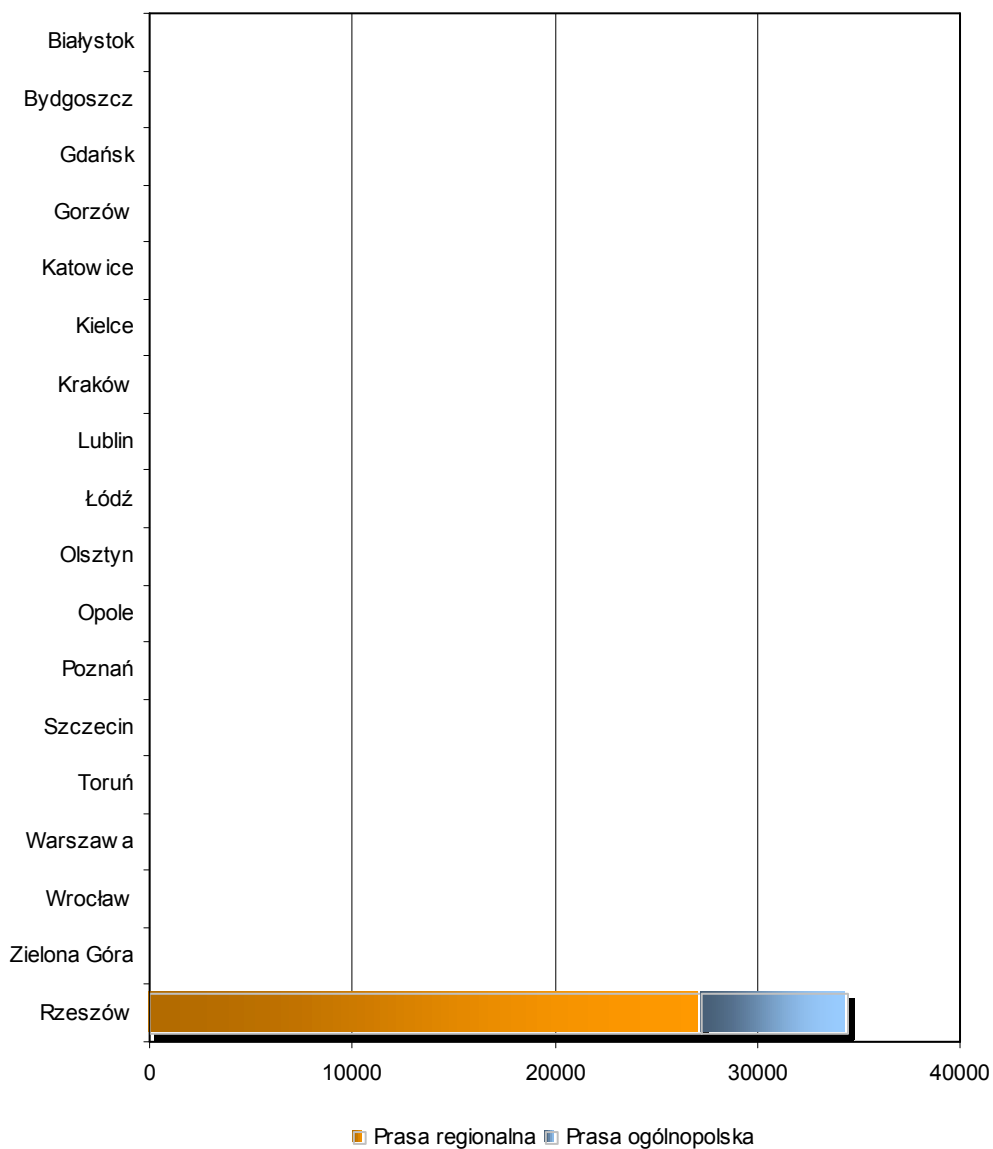


Wykres 8. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Rzeszów

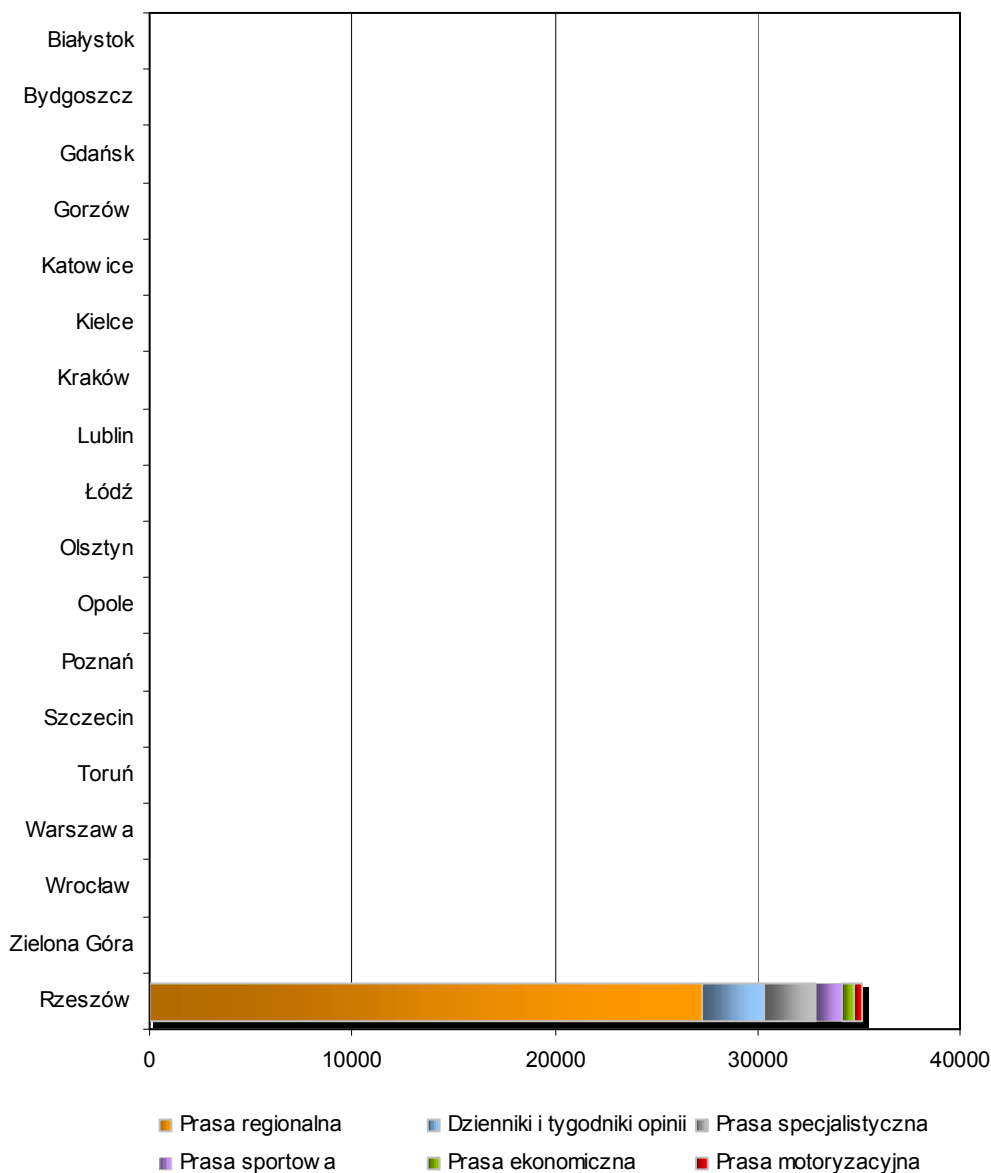
Rozdział III - Porównanie miast



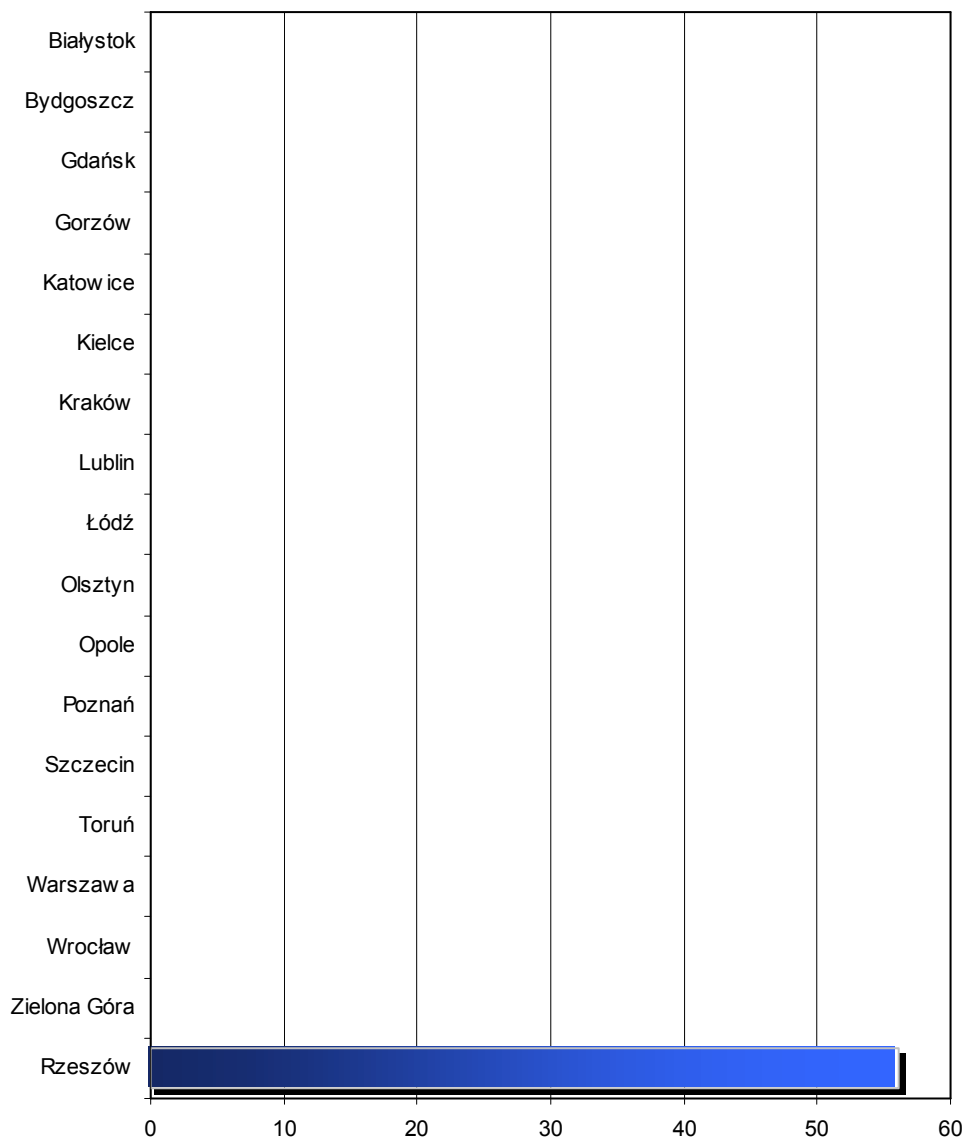
Wykres 9. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego, opublikowanych w 2008 roku



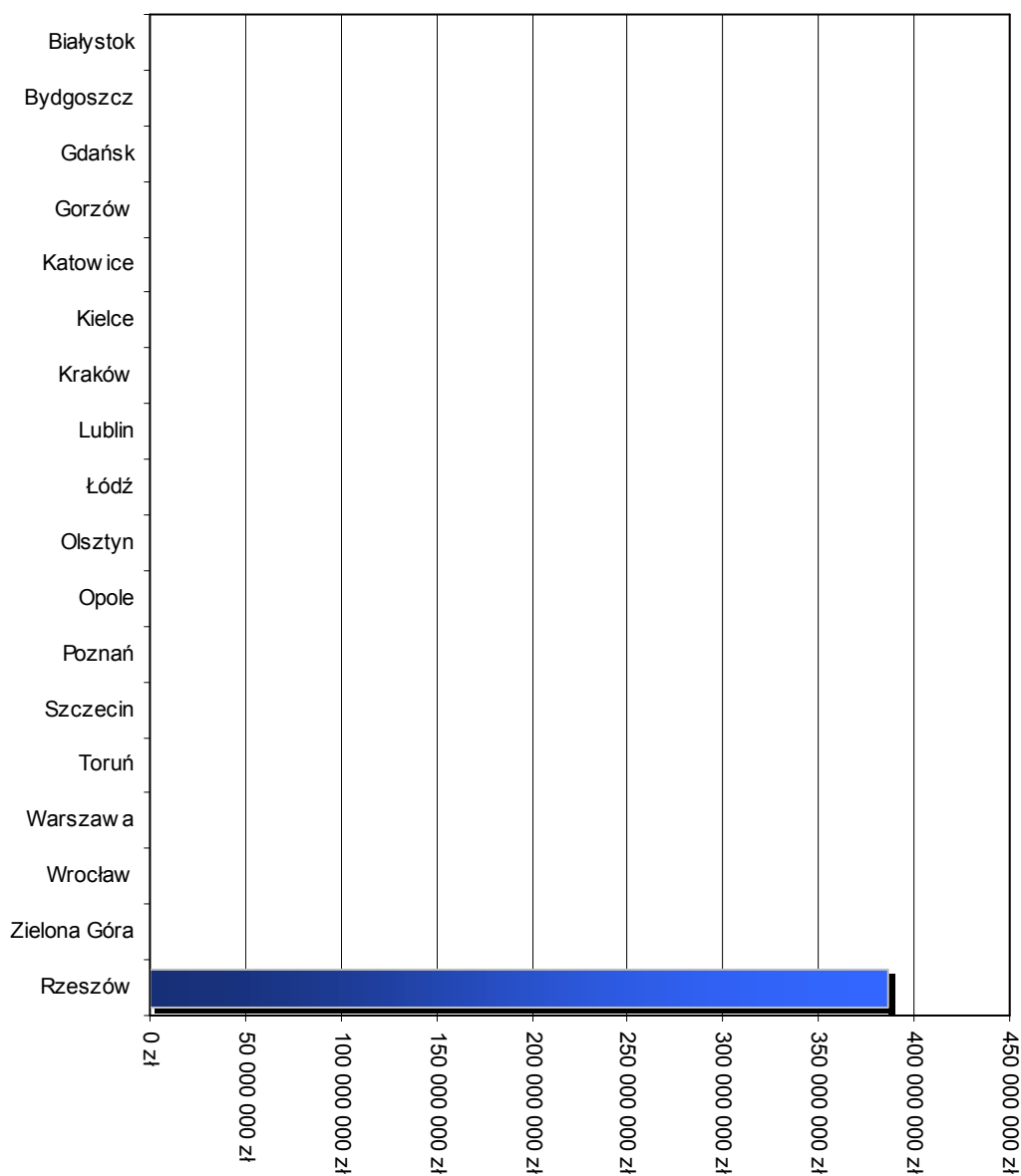
Wykres 10. Suma materiałów z nazwą miasta wojewódzkiego, z podziałem na prasę regionalną i ogólnopolską, opublikowanych w 2008 roku



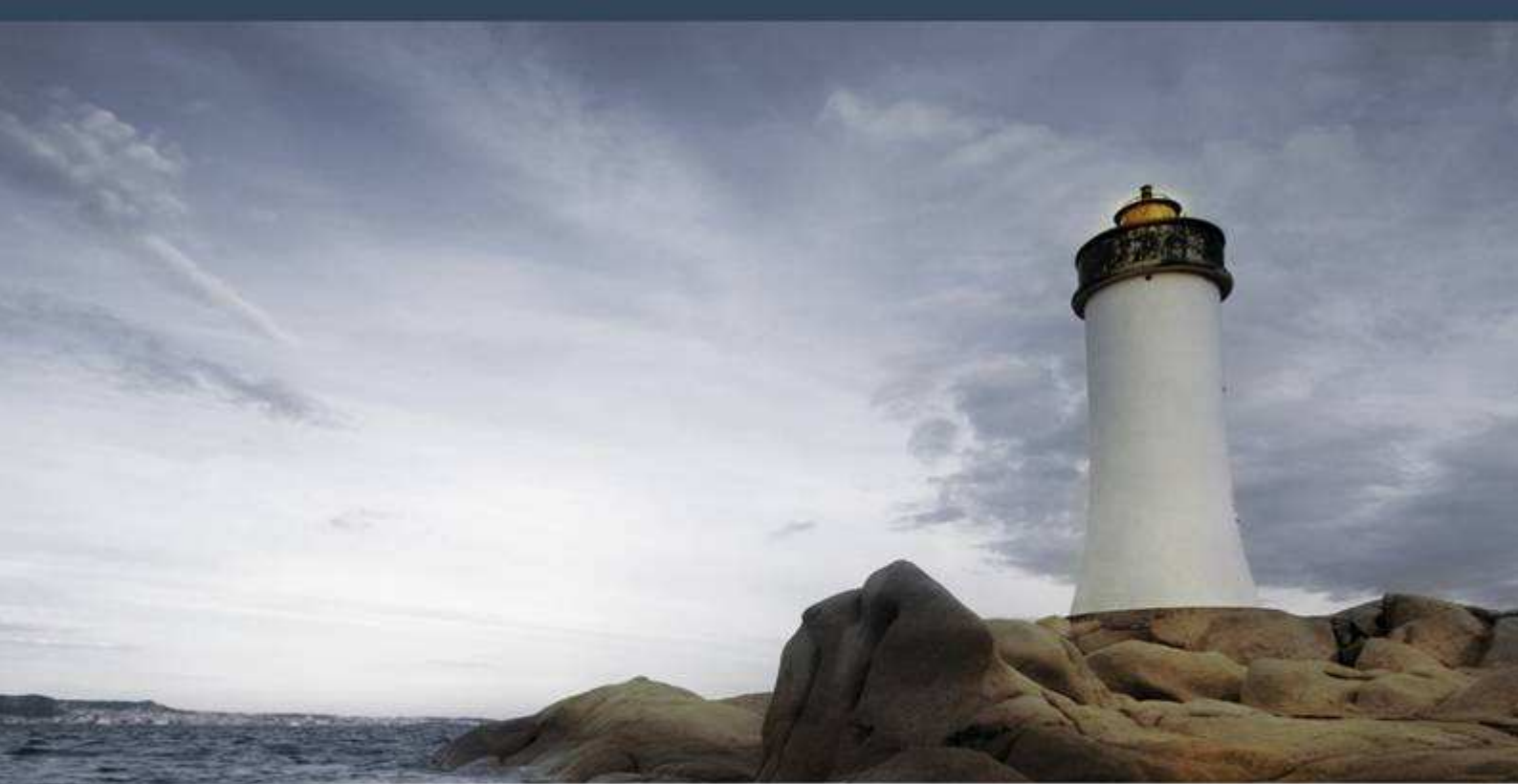
Wykres 11. Suma publikacji zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy (2008 r.)



Wykres 12. Przeciętny kontakt jednego czytelnika prasy z nazwą miasta wojewódzkiego w ciągu roku



Wykres 13. 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