

STOLICE REGIONÓW

Analiza wizerunku miast wojewódzkich w mediach

Warszawa

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 Warszawy 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 Warszawy i powiatów w województwie mazowieckim.

- **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

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

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 Warszawę. Pozostałe opracowania przyniosą zaskakujące wnioski z porównań aktywności medialnych poszczególnych miast. Przedstawimy wyniki porównania Bydgoszczy i Torunia, a także wszystkich miejscowości względem siebie.

Marcin Szczupak
Kierownik Działu Raportów Medialnych

Szczegółowa analiza najbardziej medialnych grup tematycznych

Wszyscy o stolicy

Podobnie jak w przypadku pozostałych stolic województw, tak i o Warszawie najwięcej pisano w prasie regionalnej. Różnicę stanowi natomiast ilość publikacji, która ukazała się w województwie mazowieckim w porównaniu z pozostałymi regionami. Warto podkreślić, że cała „lokalna Polska” sporo pisała o stolicy, a suma artykułów opublikowanych w mediach regionalnych we wszystkich województwach poza mazowieckim przekroczyła 65 procent całości. Ponadto na temat stolicy statystycznie więcej niż o pozostałych analizowanych do tej pory miastach pisano w dziennikach i tygodnikach opinii. Publikacje w tym rodzaju prasy stanowiły niemal 20 procent wszystkich artykułów.

Wielka polityka „lubi” Warszawę

Prasa regionalna przyzwyczała nas, że w kontekście polityki, najwięcej pisze o lokalnej scenie samorządowej. Nieco inaczej było w przypadku Warszawy. W związku z tym, że stolica to także – a właściwie przede wszystkim – rozgrywki polityczne na szczeblu ogólnopolskim, na temat władzy państwowej było dużo więcej informacji niż o przedstawicielach lokalnych struktur rządzących. Duży wpływ na taki stan rzeczy miały dzienniki i tygodniki opinii oraz prasa regionalna – także ta dystrybuowana na terenie Mazowsza.

Sport w stolicy

Większość miast wojewódzkich zawdzięcza sporą liczbę publikacji drużynom sportowym, które reprezentują miasto w rozmaitych dyscyplinach. W przypadku Warszawy, najwięcej publikacji wygenerowały dwa kluby piłkarskie – Polonia oraz Legia. Poza relacjami z aren sportowych oraz informacjami transferowymi, o obu klubach pisano również w odniesieniu do innych kwestii. Głównym, pozasportowym tematem związanym z Polonią było odkupienie przez jej właściciela – Józefa Wojciechowskiego – od Dyskobolii Grodzisk Wielkopolski licencji na grę w Ekstraklasie. Dzięki temu do zespołu z Konwiktorskiej dołączyli także zawodnicy Grodziska Wlkp. Legia natomiast często występowała w mediach z powodu remontu stadionu przy Łazienkowskiej. Dziennikarze opisywali również spór warszawskich kibiców z władzami i sponsorami drużyny. Oprócz stołecznych klubów, w mediach zagościły również inne mazowieckie zespoły. Prasa przekazywała informacje na temat Znicza Pruszków, Wisły Płock, Radomiaka Radom, Świt Nowy Dwór Mazowiecki czy Pogoni Siedlce.

Kultura

Na temat największego miasta w Polsce wielokrotnie pisano w kontekście wydarzeń kulturalnych. Prasa chętnie podawała informacje o różnego rodzaju imprezach. W mediach można było odnaleźć notki na temat „Wisłostrady” - Festiwalu Sztuki Otwartej. Pisano również m.in. o Festiwalu Chopinowskim, Warszawskim Międzynarodowym Festiwalu Filmowym, Warszawskim Międzynarodowym Festiwalu Chóralnym, Festiwalu „Warsaw Summer Jazz Days”, Warszawskim Festiwalu Nauki czy Uniwersyteckim Lecie Artystycznym.

Wydarzenia, o których pisała cała Polska

Poza cyklicznymi imprezami, których nie brakowało w 2008 roku, w Warszawie miały miejsce również jednorazowe wydarzenia, które zwróciły uwagę mediów. Prasa pisała m.in. o koncercie Leonarda Cohena, czy też występie The Cure – okrzykniętym mianem jednego z najważniejszych wydarzeń muzycznych w Polsce. Dziennikarzom nie umknął również występ Jożina z Bażin, na który bilety sprzedawały się jak „świeże bułeczki”. Zainteresowanie prasy, przede wszystkim kolorowej, wzbudziła także wizyta Sharone Stone. Media obserwowały niemal każdy krok gwiazdy Hollywood podczas jej krótkiego pobytu nad Wisłą.

Lokalne problemy i wydarzenia

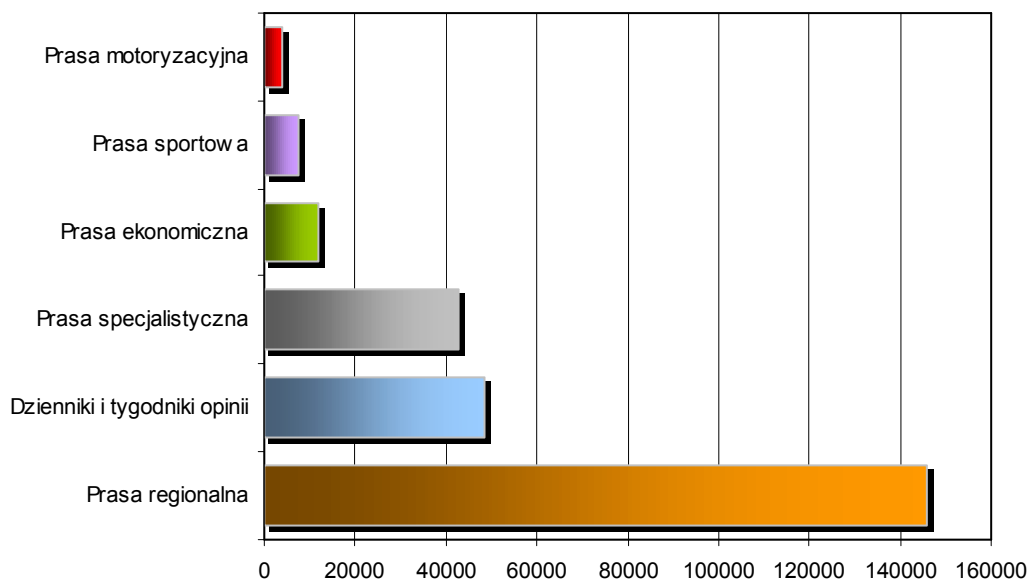
W mediach wydawanych na terenie Warszawy i województwa mazowieckiego, można było odnaleźć sporo informacji dotyczących lokalnych zagadnień. W prasie znalazły się notki o czerwcowej podwyżce cen biletów komunikacji miejskiej w stolicy czy marcowych przymrozkach, które przyczyniły się do ponad 100 stłuczek jednego dnia. Poza tym dziennikarze zauważyli, że od końca kwietnia wszystkie ekspozycje Muzeum Powstania Warszawskiego można oglądać w internecie. Cześć warszawiaków z kolei bulwersował fakt, że w maju oryginalny pomnik Syrenki został zastąpiony kopią. Inni natomiast cieszyli się, że w lipcu, po 12 latach prac, skończył się remont murów obronnych warszawskiego Starego Miasta.

Metro dobre i złe

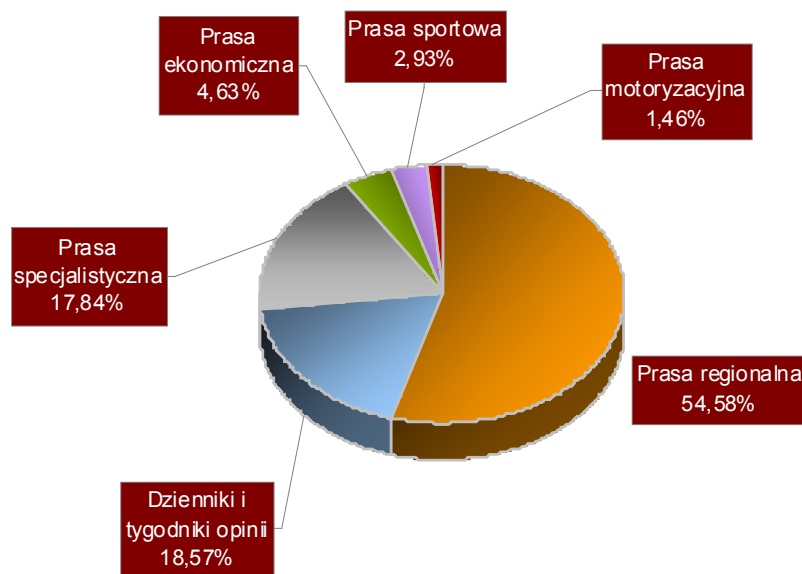
W prasie, w pierwszej połowie 2008 roku, można było przeczytać o warszawskim metrze. Dziennikarze pisali na ten temat w dwóch kontekstach. Jeden rodzaj artykułów dotyczył wyróżnienia, jakie otrzymał przystanek zlokalizowany przy Placu Wilsona. Został on uznany za najlepszą i najładniejszą stację wśród wybudowanych w ostatnich latach.

Wyboru dokonało 70 dyrektorów podziemnych kolejek na konferencji „Metrorail” w Kopenhadze. Kilka tygodni później na temat metra znów można było przeczytać, ale tym razem w zdecydowanie mniej pozytywnym kontekście. Dziennikarze obliczyli bowiem, że w połowie kwietnia minęło 25 lat od rozpoczęcia budowy pierwszej linii metra. Zdaniem mediów, opóźnienie w pracach sięgnęło 14 lat.

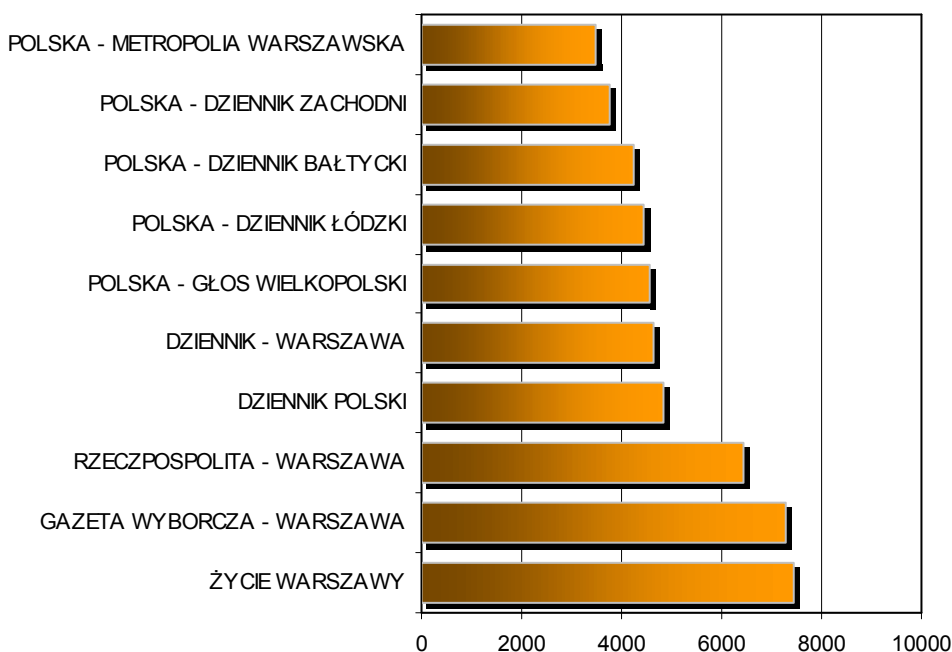
Rozdział II - Ujęcie statystyczne



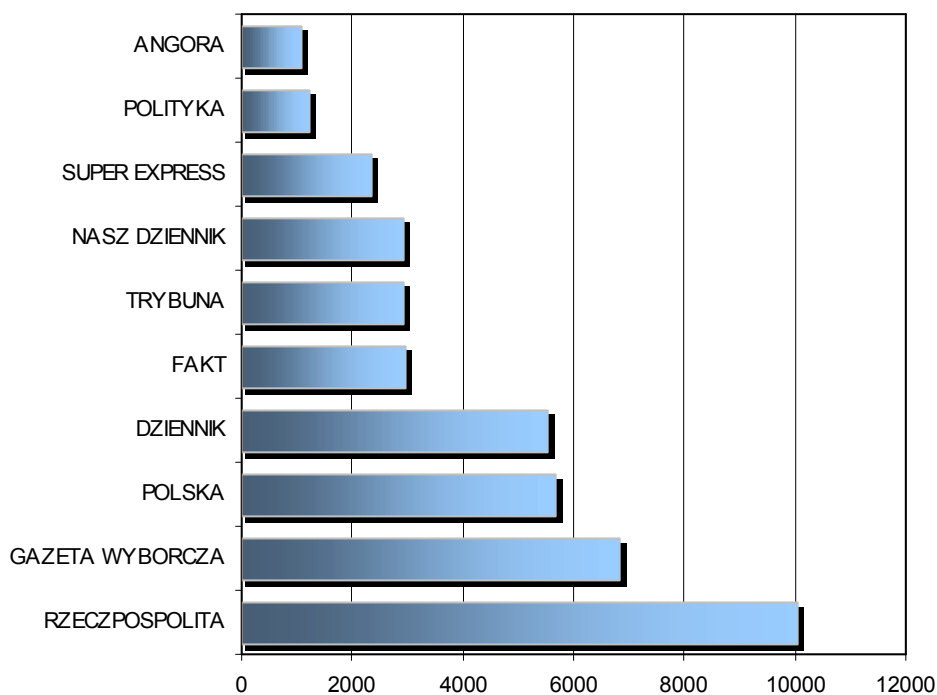
Wykres 1. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy



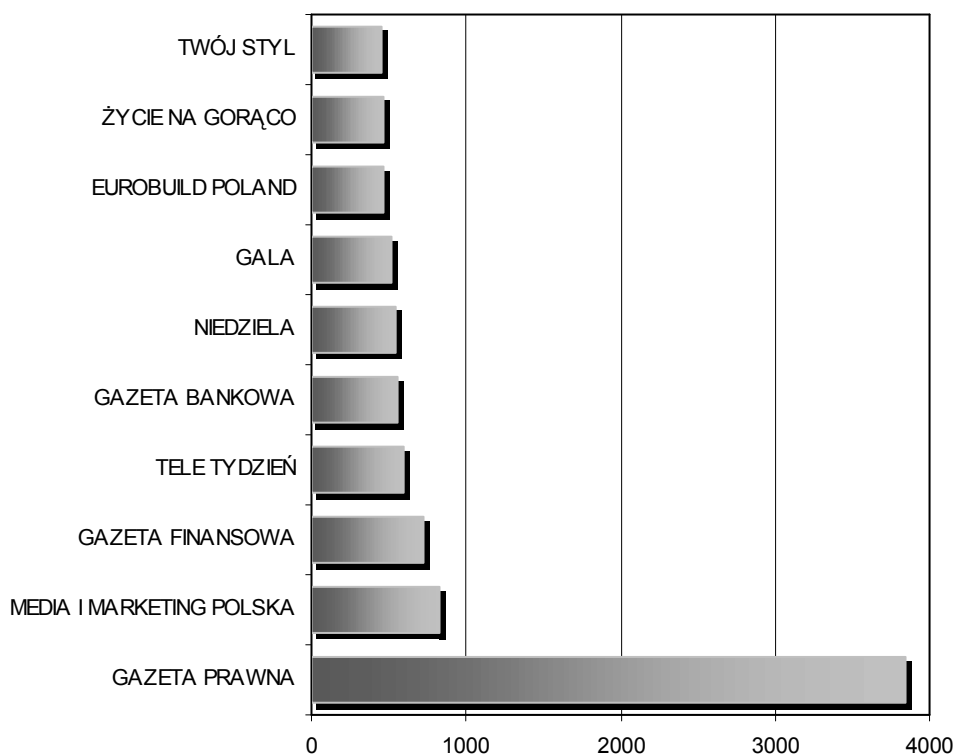
Wykres 2. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy



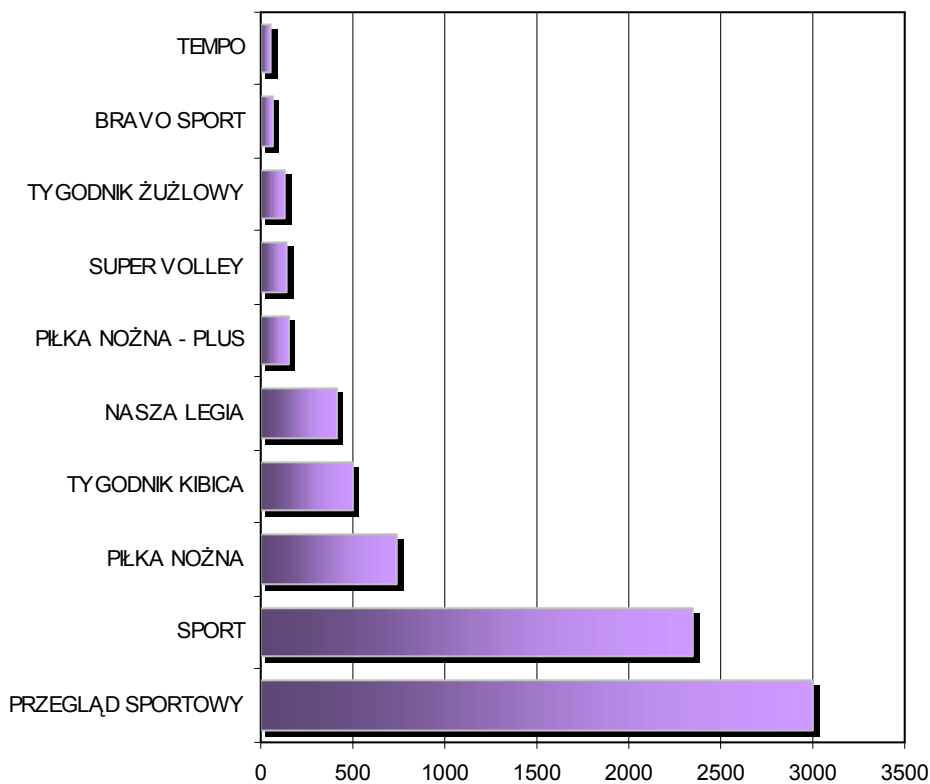
Wykres 3. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej



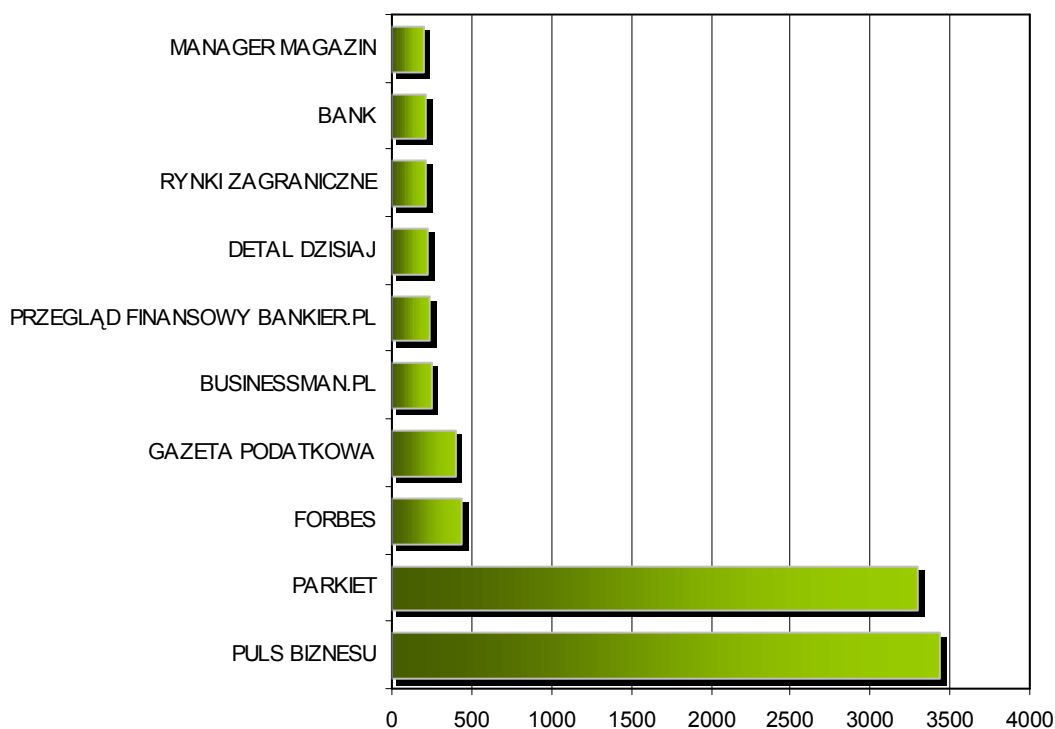
Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii



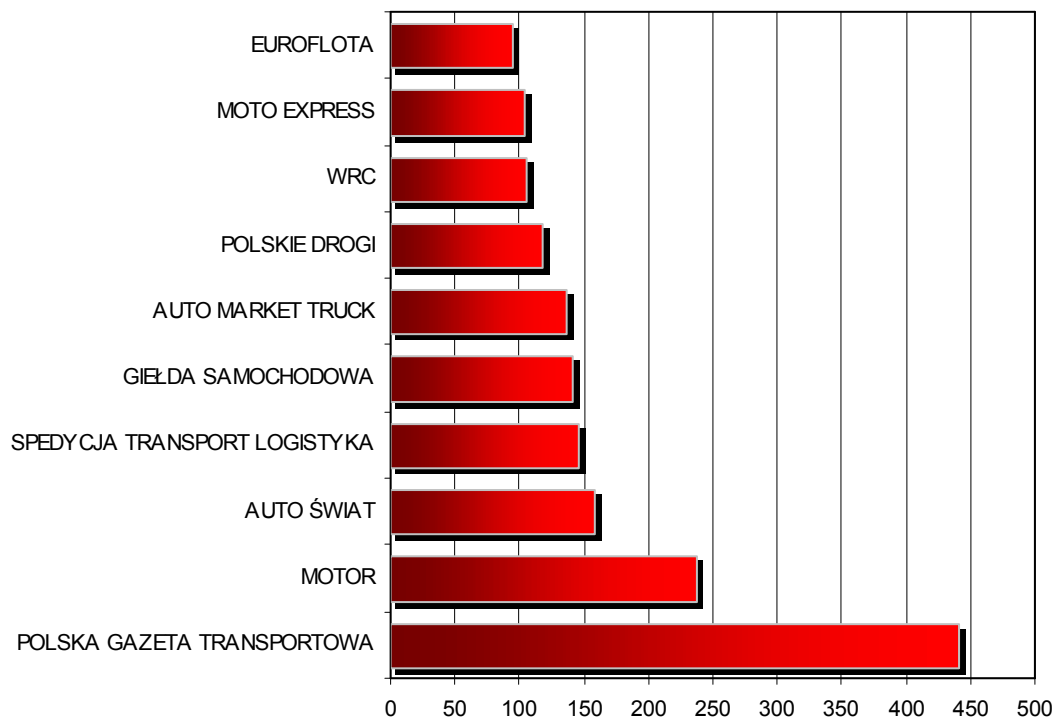
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



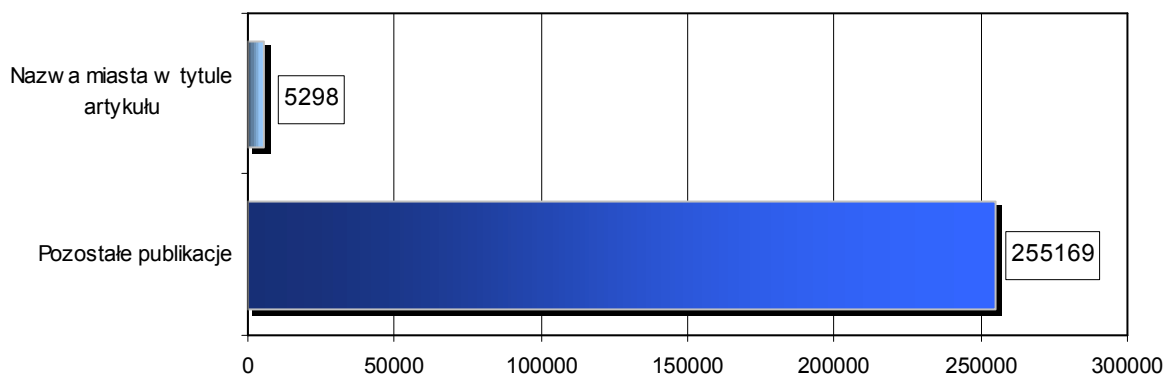
Wykres 6. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



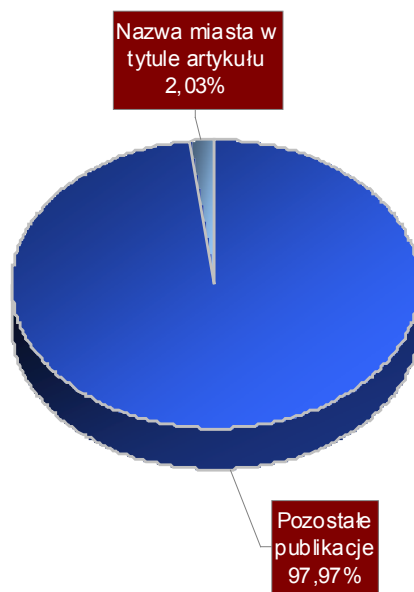
Wykres 7. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej



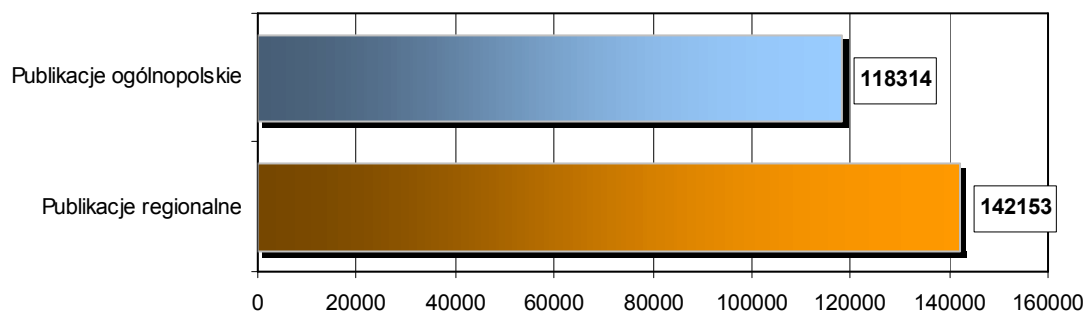
Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej



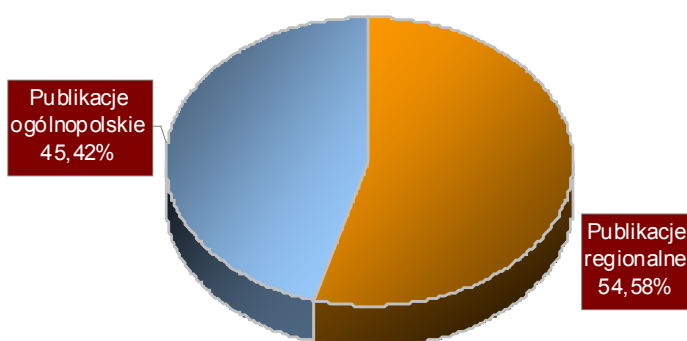
Wykres 9. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



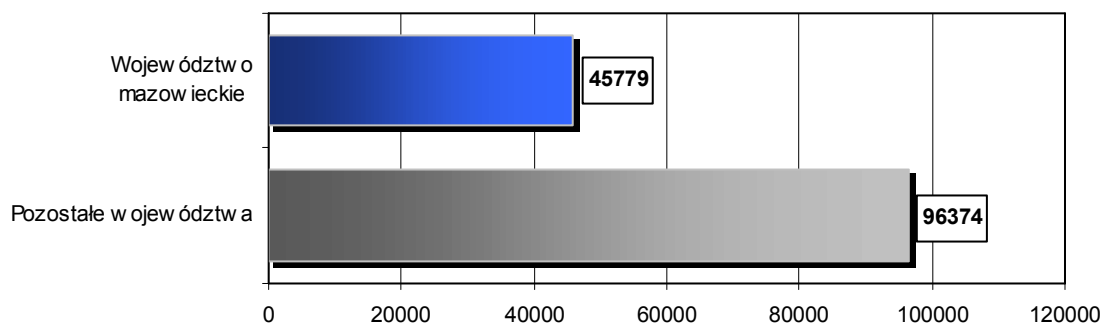
Wykres 10. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje



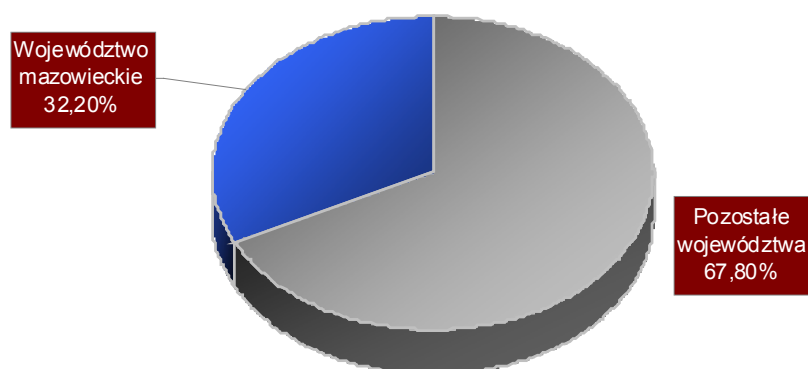
Wykres 11. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



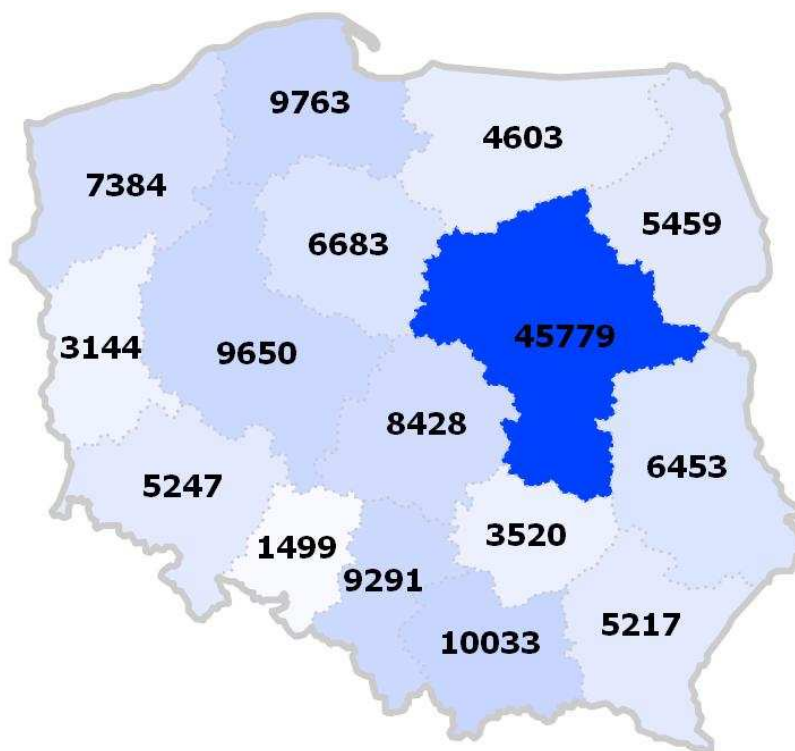
Wykres 12. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich



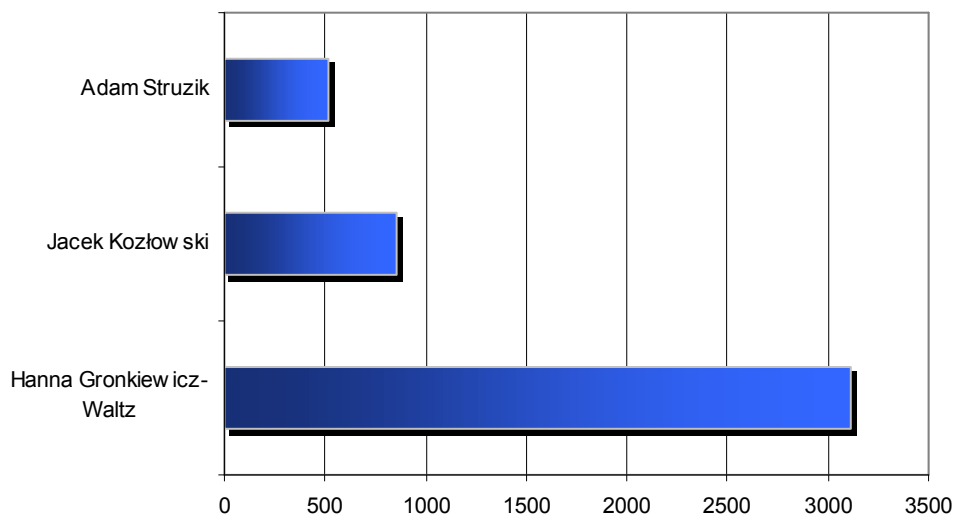
Wykres 13. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



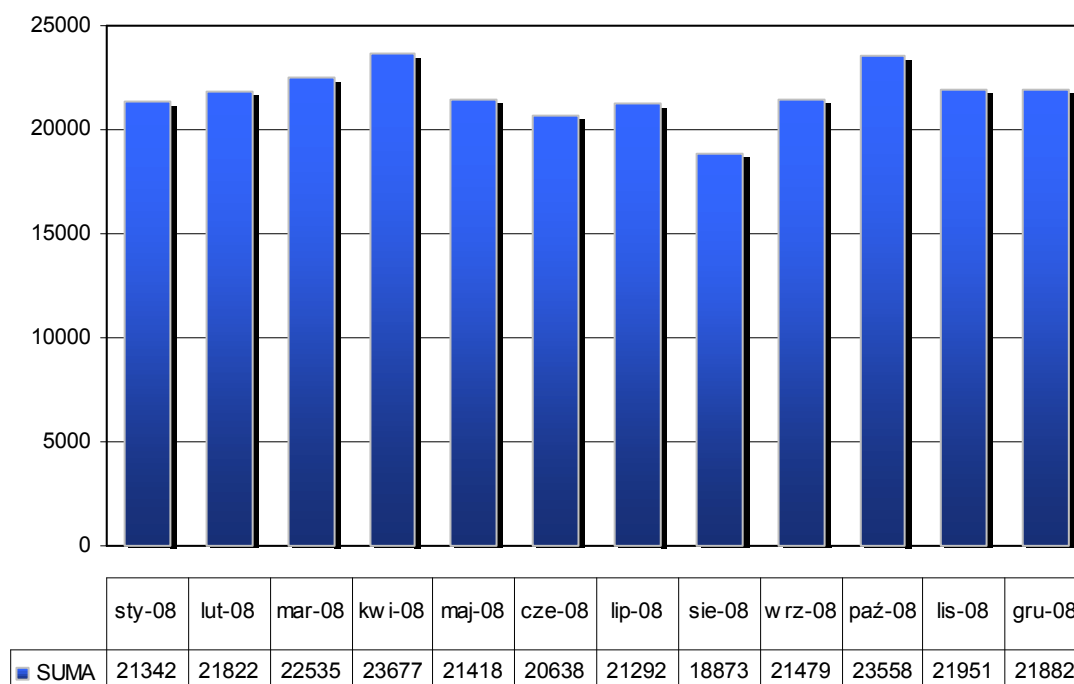
Wykres 14. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa



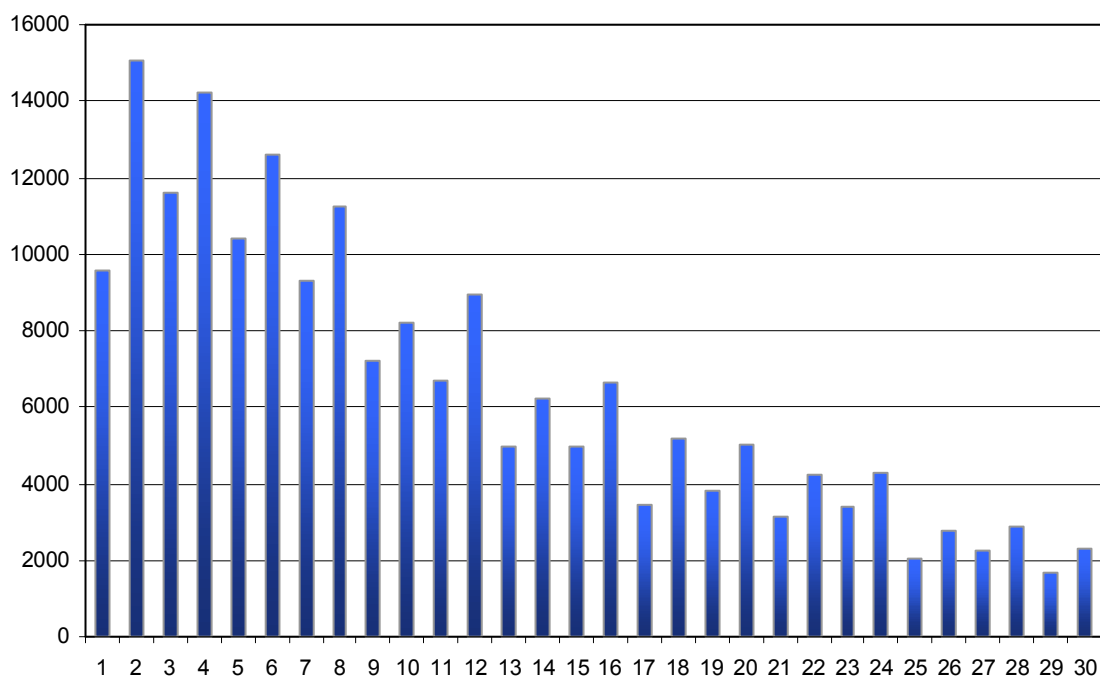
Wykres 15. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



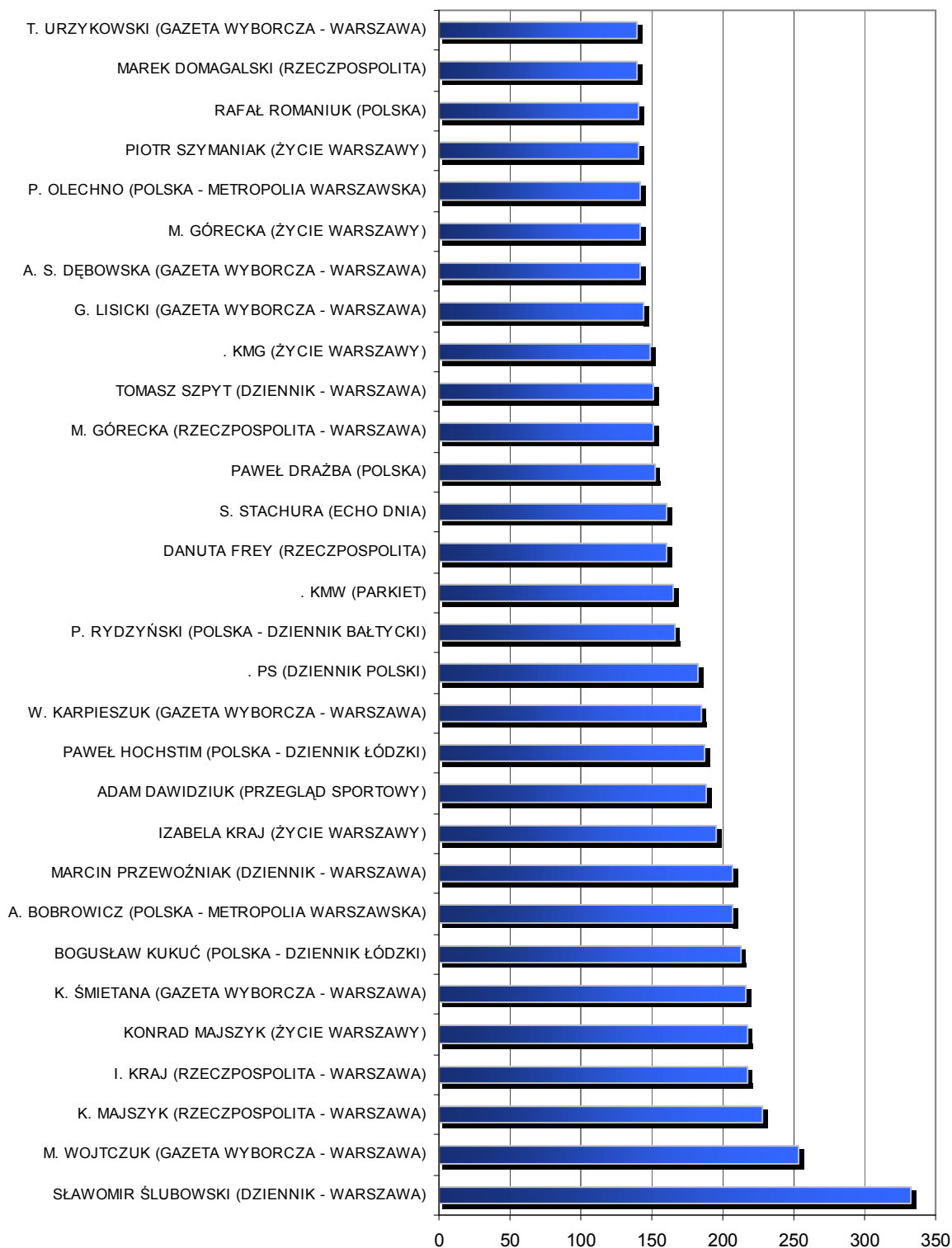
Wykres 16. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Warszawy (Hanna Gronkiewicz-Waltz), wojewody mazowieckiego (Jacek Kozłowski) oraz marszałka województwa mazowieckiego (Adam Struzik) w materiałach na temat Warszawy



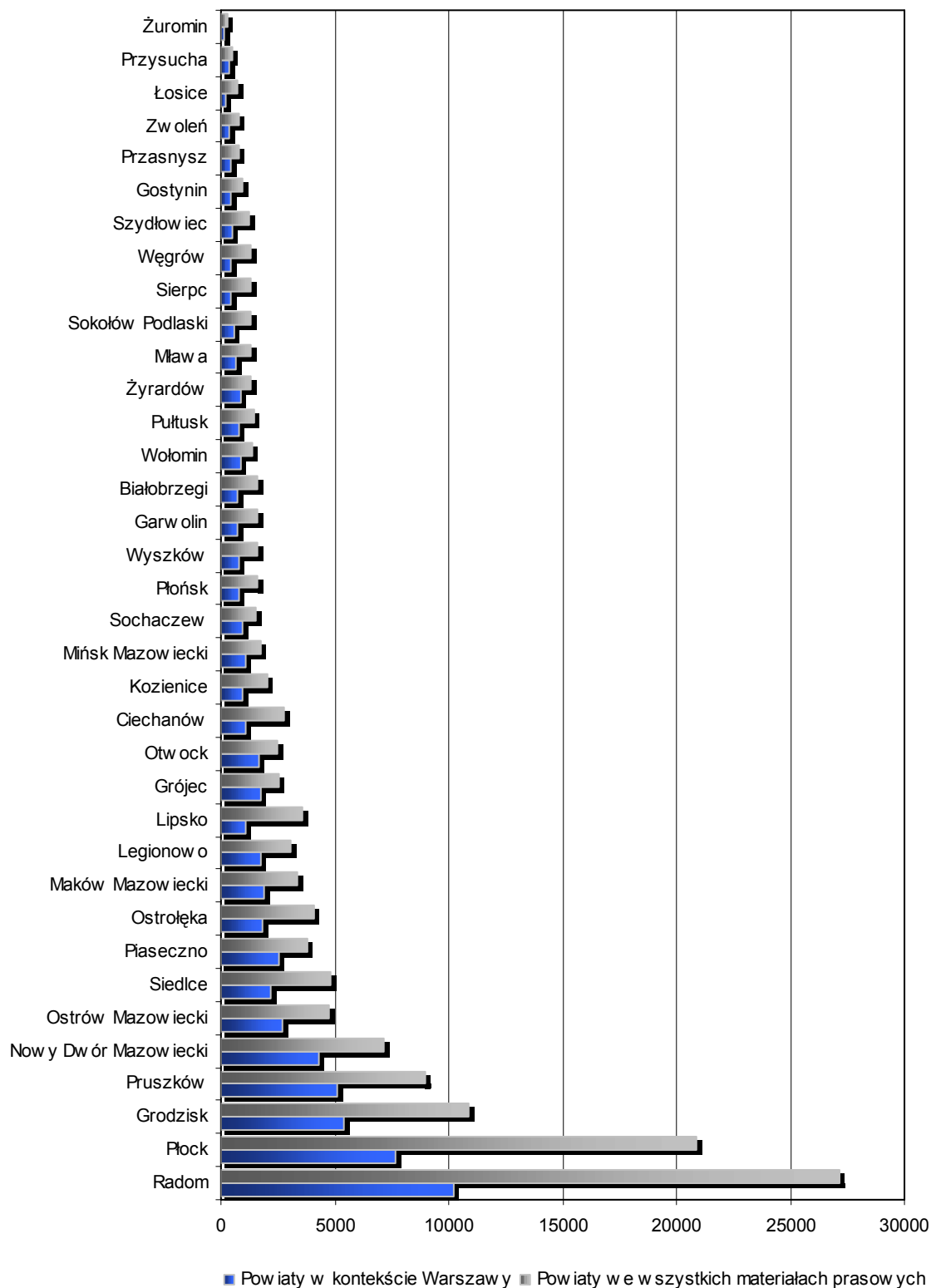
Wykres 17. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku



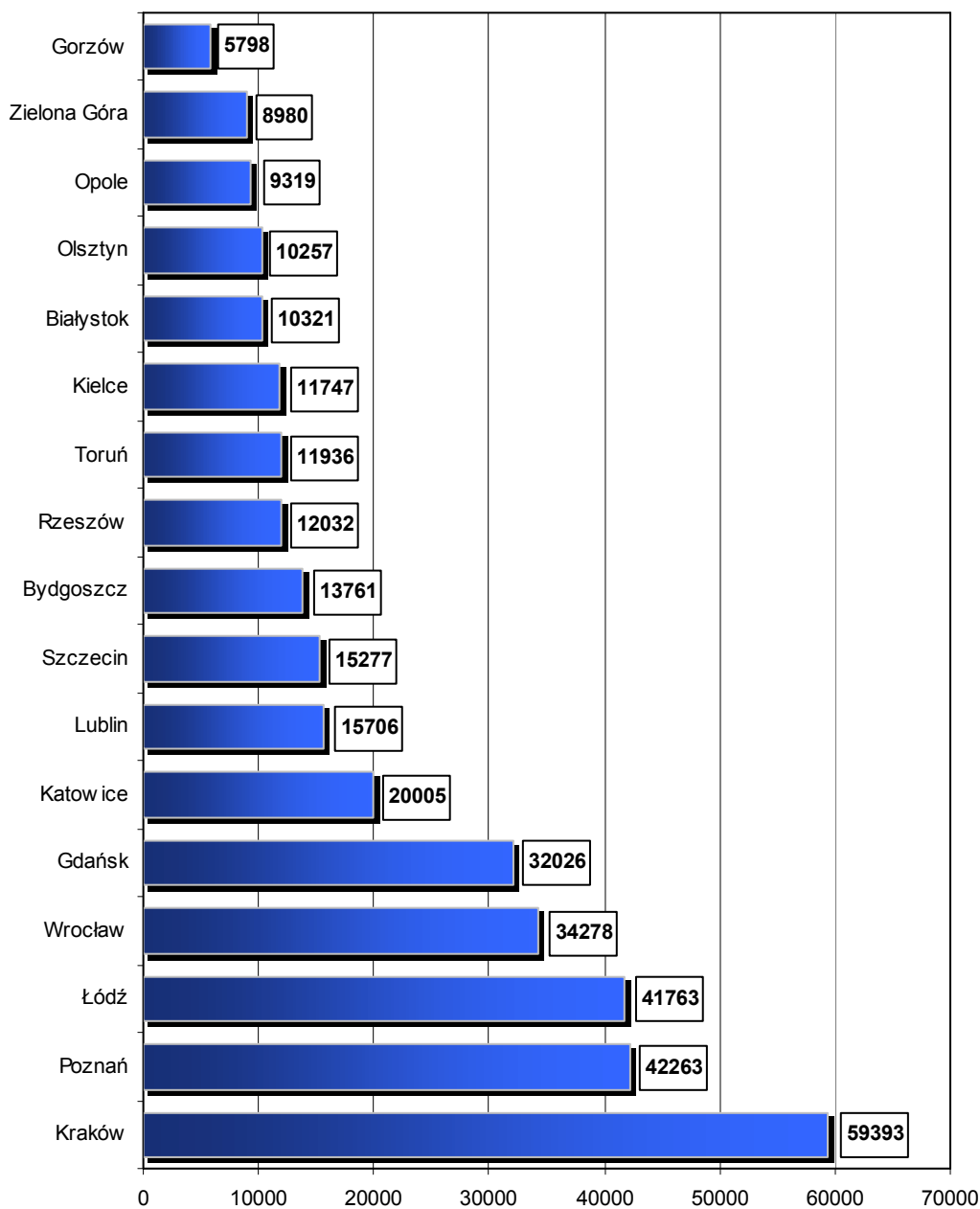
Wykres 18. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet



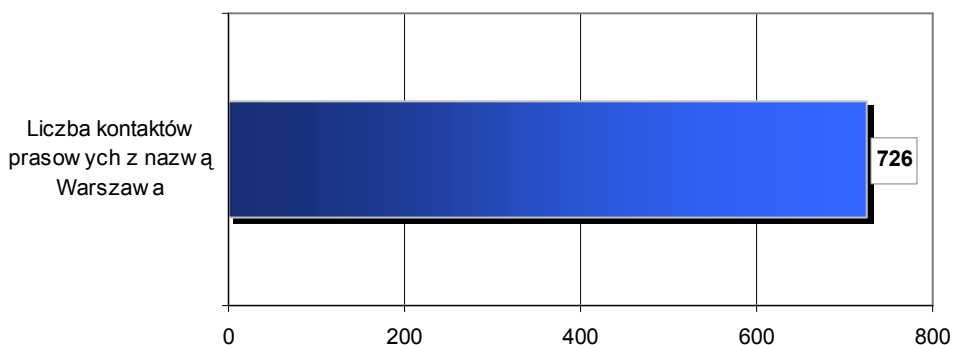
Wykres 19. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych



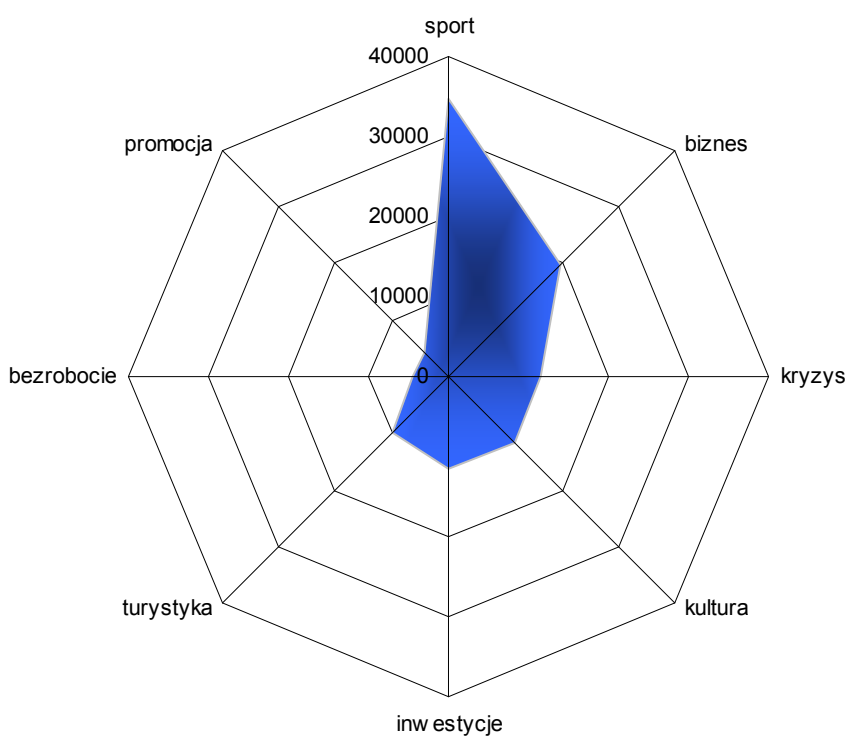
Wykres 20. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów z województwa mazowieckiego w artykułach prasowych w kontekście Warszawy oraz we wszystkich materiałach prasowych



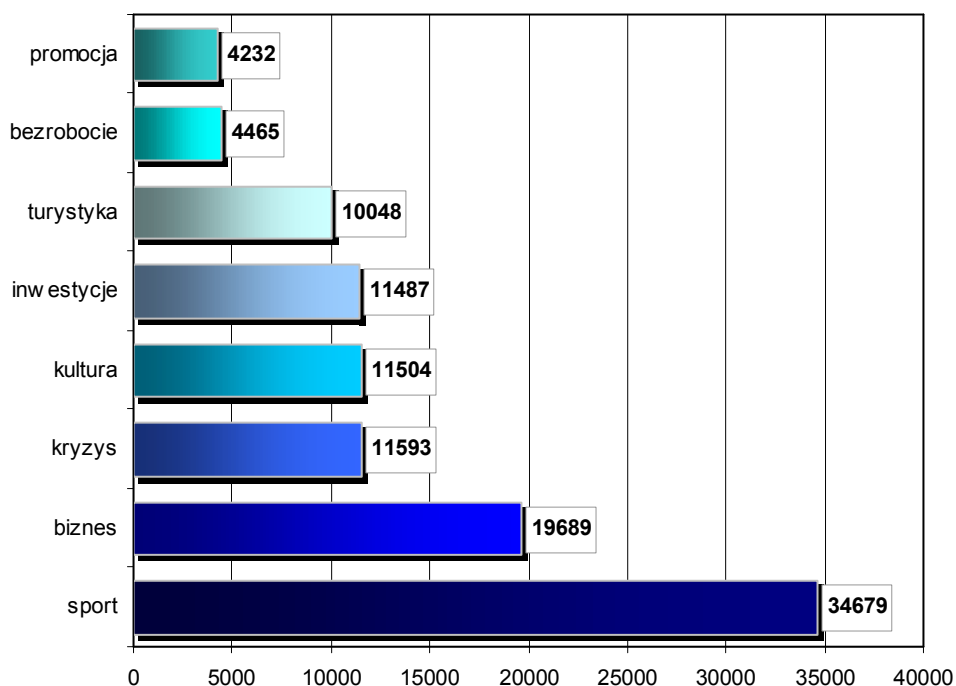
Wykres 21. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujące się w publikacjach na temat Warszawy



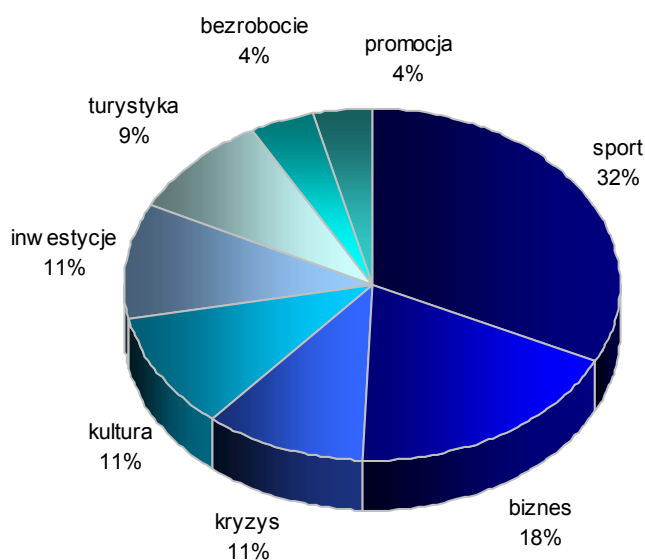
Wykres 22. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Warszawa w ciągu roku



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

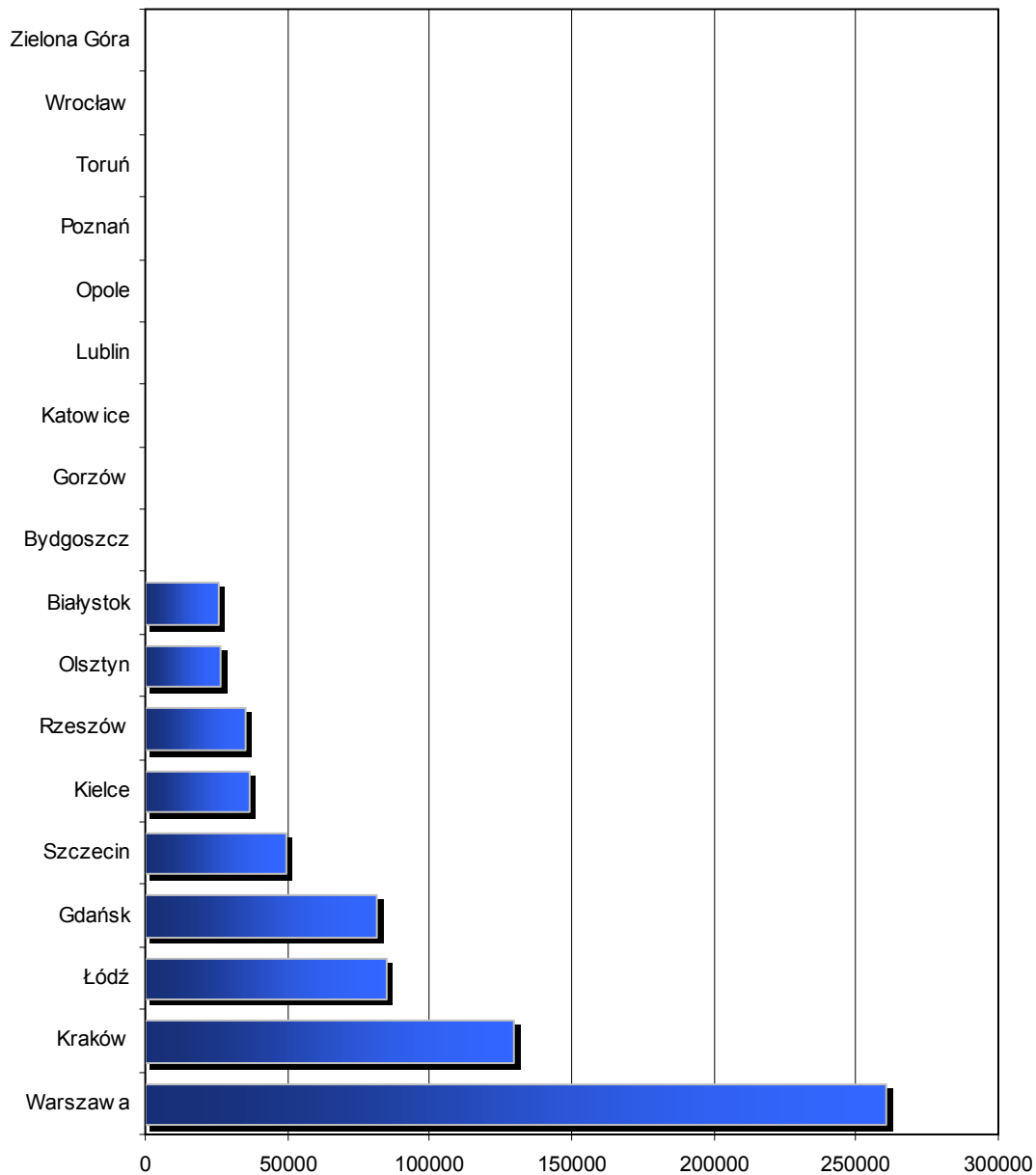


Wykres 24. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Warszawa

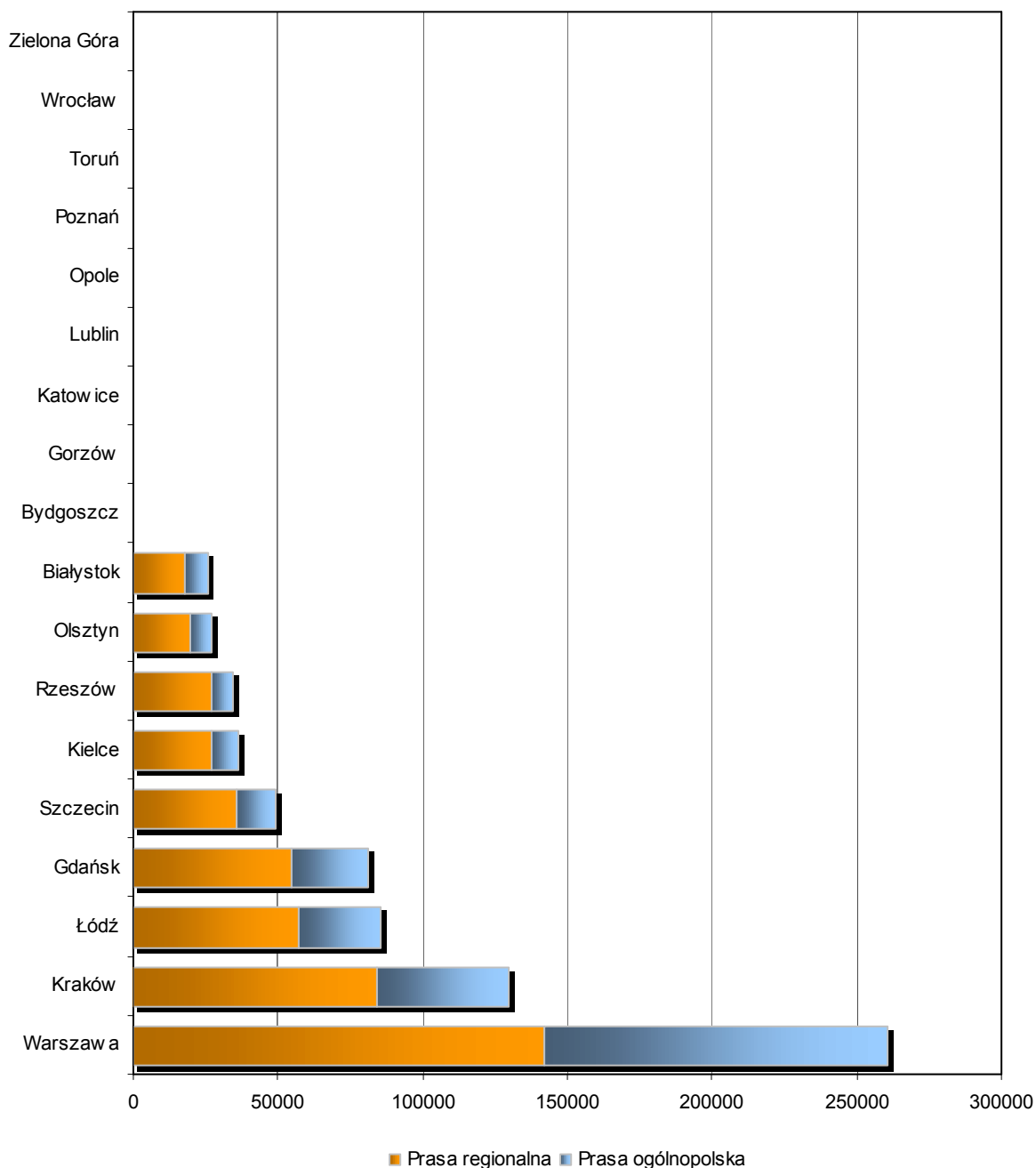


Wykres 25. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Warszawa

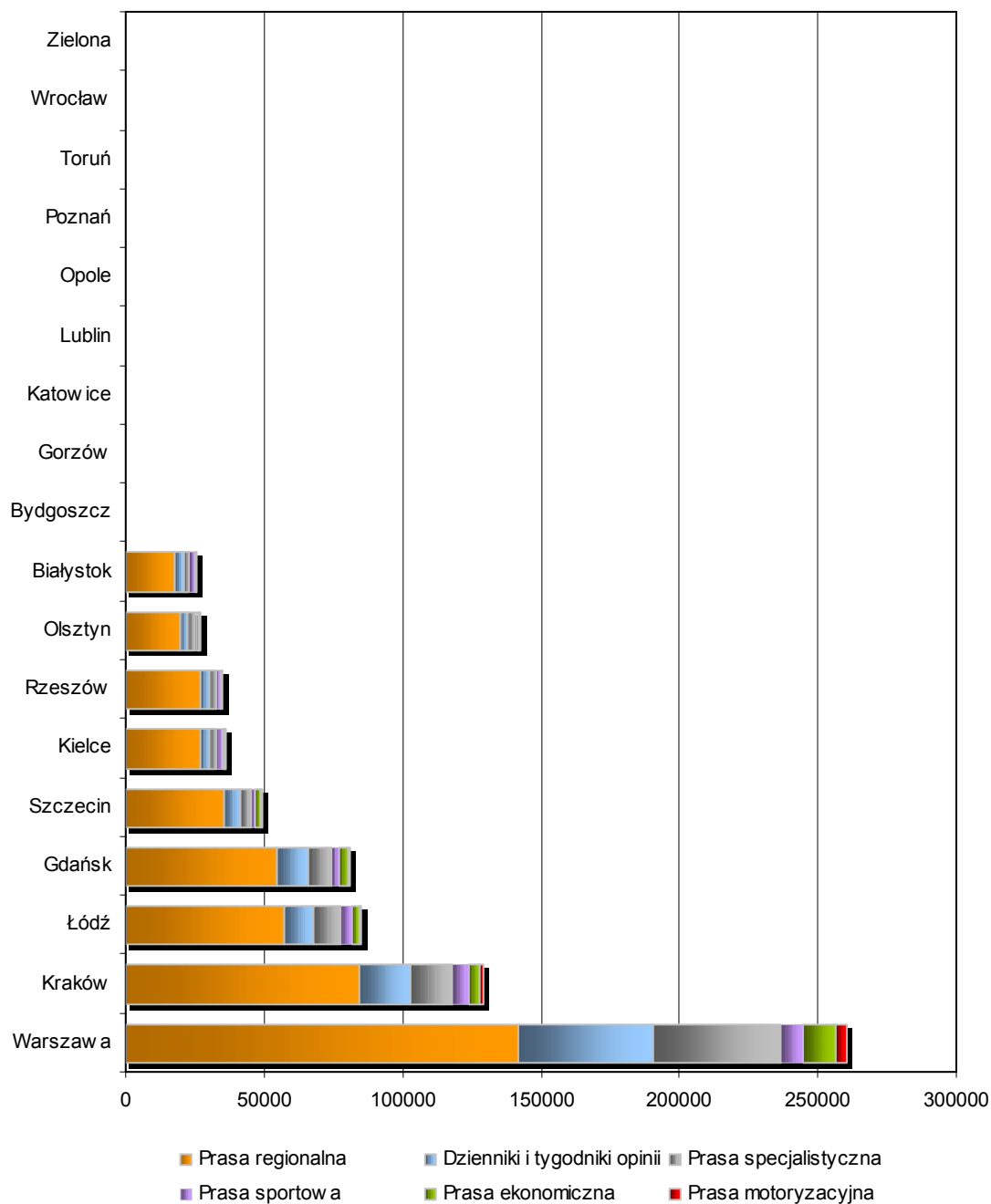
Rozdział III - Porównanie miast



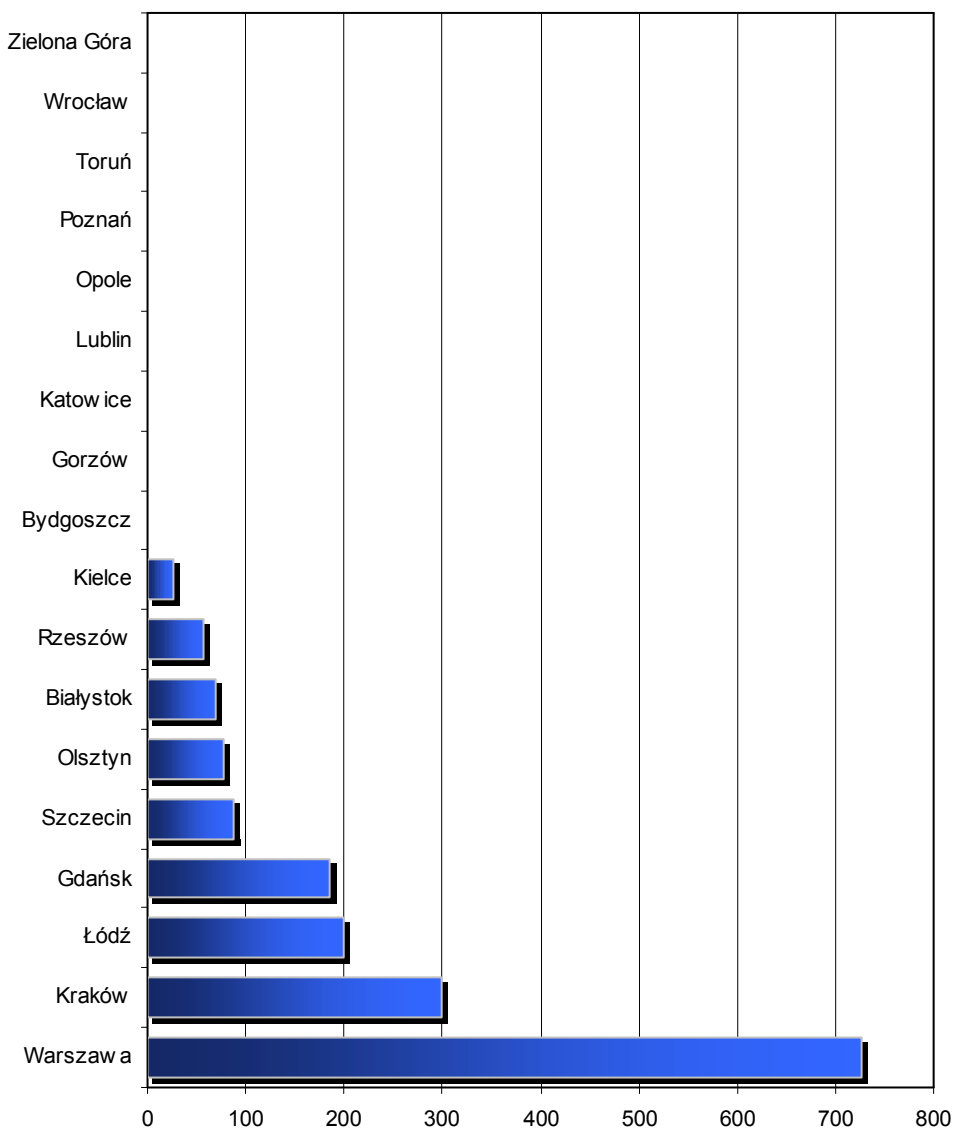
Wykres 26. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego, opublikowanych w 2008 roku



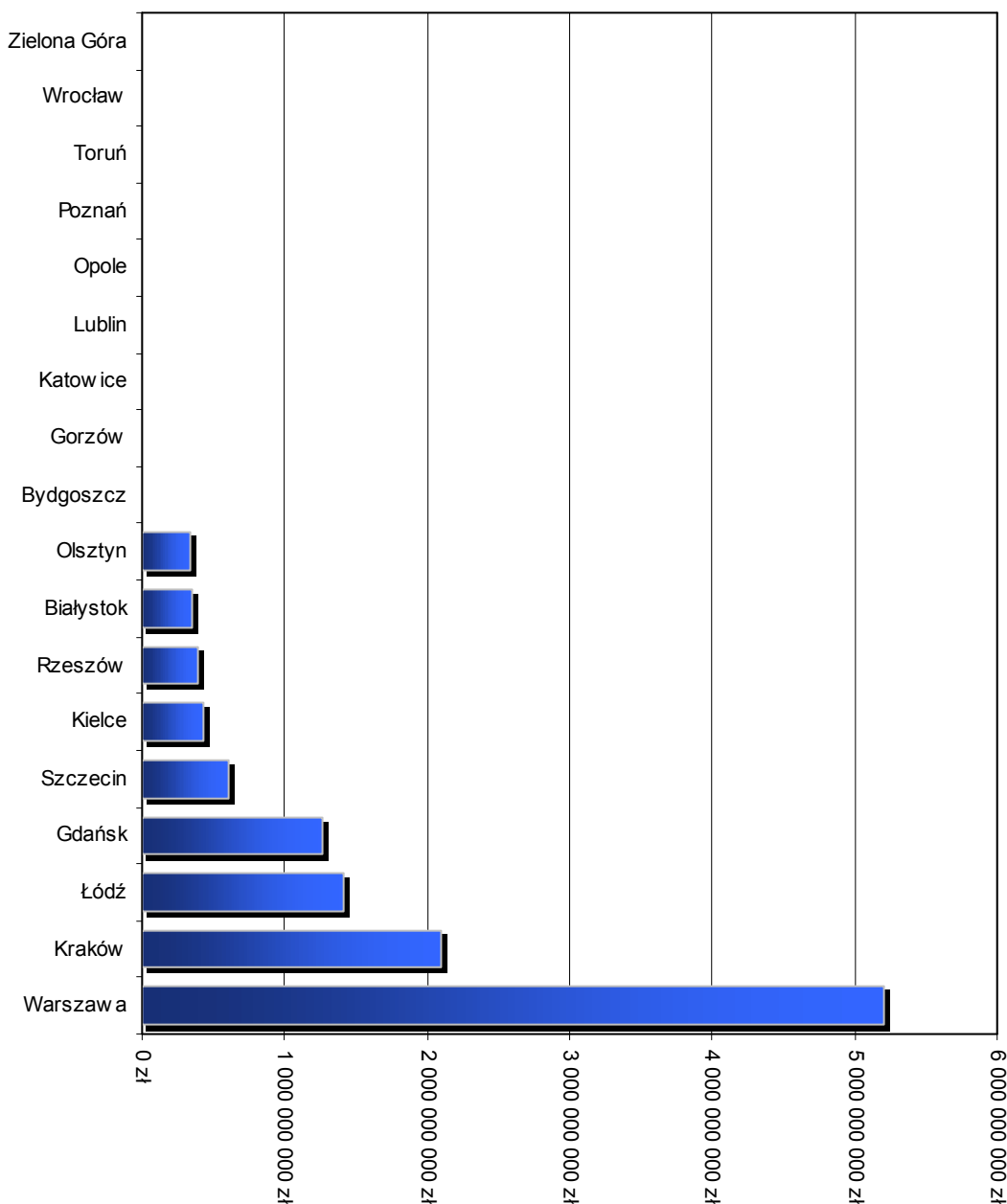
Wykres 27. Suma materiałów z nazwą miasta wojewódzkiego, z podziałem na prasę regionalną i ogólnopolską, opublikowanych w 2008 roku



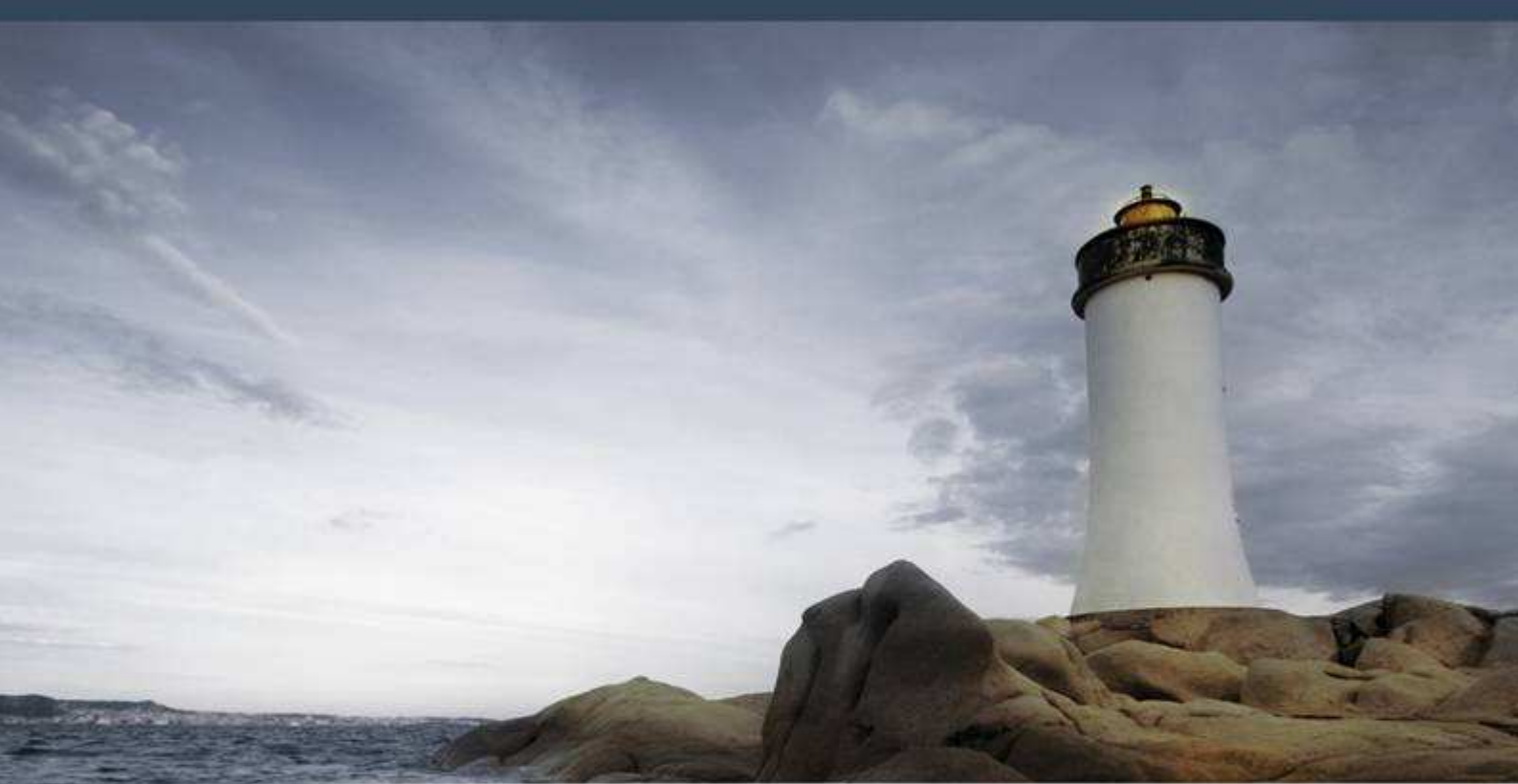
Wykres 28. Suma publikacji zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy (2008 r.)



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