

# STOLICE REGIONÓW

## Analiza wizerunku miast wojewódzkich w mediach

### Wrocław

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 Wrocławia 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 Wrocławia i powiatów w województwie dolnośląskim.

### **Rozdział II – Ujęcie statystyczne**

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

#### Wrocław – ciągle o nim głośno

Po przyjrzeniu się materiałom dotyczącym Wrocławia można odnieść wrażenie, że władze miasta doskonale wiedzą, w jaki sposób promować miasto. Ważne wydarzenia sportowe, kulturalne, inwestycje, polityka. Właściwie w każdej dziedzinie życia Wrocław ma coś interesującego do zaoferowania.

#### Wrocławskie drużyny

Znaczna część publikacji prasowych pojawiających się w kontekście Wrocławia dotyczy tematów sportowych. Dziennikarze informowali o wynikach meczów wrocławskich zespołów, zmianach personalnych, kontuzjach zawodników, sportowych wydarzeniach. Wspominano m.in. o drużynie koszykarzy Asco Śląsk Wrocław, siatkarek KS Impel Gwardia II Wrocław czy piłkarzy nożnych Śląsku Wrocław. W mediach drukowanych podjęto ponadto temat niedoszej fuzji Śląska Wrocław i Groclinu Grodzisk Wielkopolski. Podkreślano, że połączenie zespołów ma być środkiem do zbudowania silnego klubu piłkarskiego. Poinformowano jednak, że prezydent Wrocławia, Rafał Dutkiewicz, wycofał się z pomysłu, ponieważ warunki miasta nie zostały w 100 proc. spełnione. Dziennikarze śledzili ponadto walkę Agaty Mróz-Olszewskiej ze śmiertelną chorobą, prowadzoną we wrocławskiej klinice. Śmierć zdolnej siatkarki poruszyła światem medialnym.

#### Kultura i rozrywka Dolnego Śląska

W analizowanym okresie pojawiły się ponadto liczne informacje dotyczące wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych, odbywających się we Wrocławiu. Dziennikarze zainteresowali się nowym projektem Leona Tarasewicza, który powstawał w atrium Muzeum Narodowego we Wrocławiu. Wśród informacji medialnych znalazły się publikacje o przedstawieniu „Disney Live! Kubuś Puchatek”, pojawieniu się w mieście Klubu Filmowego Ferment, czy o przeglądzie filmów dokumentalnych „Kadry Wrocławia”. Wiele emocji wzbudził także Przegląd Piosenki Aktorskiej, odbywający się we Wrocławiu. Niektórzy dziennikarze krytykowali fatalny poziom aktorów biorących udział w konkursie. Podkreślano, że zamiast śpiewać młodzi artyści „pajacują” na scenie. Pozytywne komentarze zebrała natomiast gala piosenek Leonarda Cohena zorganizowana w ramach

omawianej imprezy. W mediach informowano ponadto o odbywających się we Wrocławiu Brave Festival, III Światowym Festiwalu Kontrabasowym, Radosnej Parady Niepodległości, Międzynarodowym Festiwalu Kina Amatorskiego i Niezależnego KAN, Międzynarodowym Festiwalu Sztuki „Mandala”, Festiwalu „Muzyka Dawna – Persona Grata”, Wrocławskim Festiwalu Jazzowym „Jazz nad Odrą”.

### Miasto inwestycji

Wrocław to nie tylko miasto sportu i kultury, ale także miejsce, gdzie się chętnie inwestuje, buduje, tworzy. W analizowanym okresie poinformowano m.in. o powstaniu 14 luksusowych apartamentów w zabytkowej kamienicy przy ul. Matejki 3a. Podano, że firma Ghelamco Residential kupiła budynek, który pochodzi z początku XX wieku. Podkreślano, że jest to jedna z pierwszych tego typu rewitalizacji mieszkaniowych we Wrocławiu. Dziennikarze zakomunikowali ponadto, że Budimex Dromex z grupy giełdowego Budimeksu podpisał z GTC Wrocław Office kontrakt na budowę trzech budynków biurowo-usługowych. Wspominano, że prace rozpoczną się 1 września 2008 r. i potrwać do maja 2010 r. Dziennikarze śledzili również budowę parków Panattoni we Wrocławiu i Błoniu.

Poza tym informowano o planach powstania, rozpoczęciu budowy czy etapach prac nad poszczególnymi inwestycjami. Wśród nich wymienić można m.in.: Stadion Piłkarski na Maślicach, Odra Tower, Renoma, Sky Tower, autostradowa obwodnica Wrocławia, obwodnica śródmiejska, galeria Idylla Wrocławska, kolejka miejska Tramwaj Plus.

### Polski Amsterdam?

Komunikowano ponadto o rozwoju wrocławskiego centrum firmy Google, a także o inwestycjach Irlandczyków w stolicy Dolnego Śląska. Pojawiły się nawet opinie, że irlandzki deweloper, Pathway Plaza, chce zmienić Wrocław w polski Amsterdam. Podano, że w miejscu handlowego portu z początku XX wieku ma powstać marina, przystanek tramwaju wodnego. Wcześniej jednak nad brzegiem Odry wyrosnie ekskluzywny apartamentowiec Riverview. Informowano ponadto o inwestycjach, które muszą się urealnić przed Euro 2012.

Dziennikarze zainteresowali się również kwestiami związanymi z rozbudową wrocławskiego portu lotniczego. Poinformowano, że nowy terminal na wrocławskim lotnisku ma kosztować około 400 mln zł. Podano ponadto, że władze portu lotniczego już od kilku miesięcy posiadały projekt nowego terminalu i gwarancję pieniędzy z Unii Europejskiej. Prace nie mogły się jednak rozpocząć z powodu sporu o część gruntu, na którym ma powstać budynek.

Wrocław pojawia się także w czołówce polskich miast (obok Warszawy i Krakowa), które są niezwykle atrakcyjne dla inwestorów.

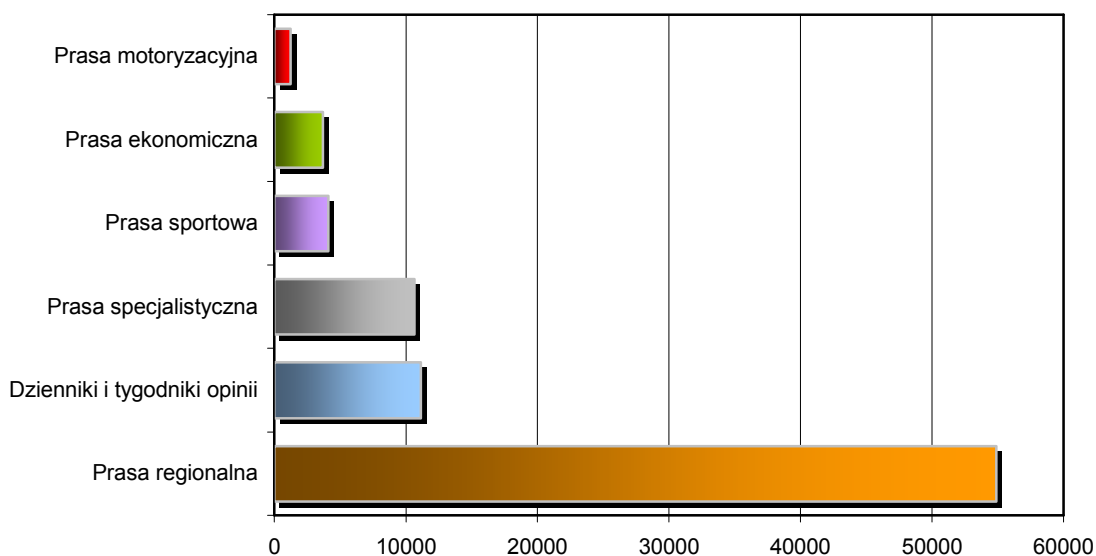
### Wydarzenia w skrócie

Dziennikarze opisywali ponadto aktualne wydarzenia, mające miejsce w mieście. W większości przypadków miały one charakter lokalny, jednak kilka z nich zaistniało na arenie ogólnopolskiej. Wśród nich wymienić można materiały traktujące o stratach we Wrocławiu po ataku huraganu Emma, o gimnazjaliście oszukującym starszych ludzi, sytuacji w fabryce Volvo czy publikacje poruszające sprawę kłótni o dziecko prowadzoną przez wrocławską prokuraturę. Sporą część informacji stanowiły materiały podejmujące temat Ruchu Obywatelskiego Polska XXI, którego przewodniczącym był prezydent Wrocławia – Rafał Dutkiewicz.

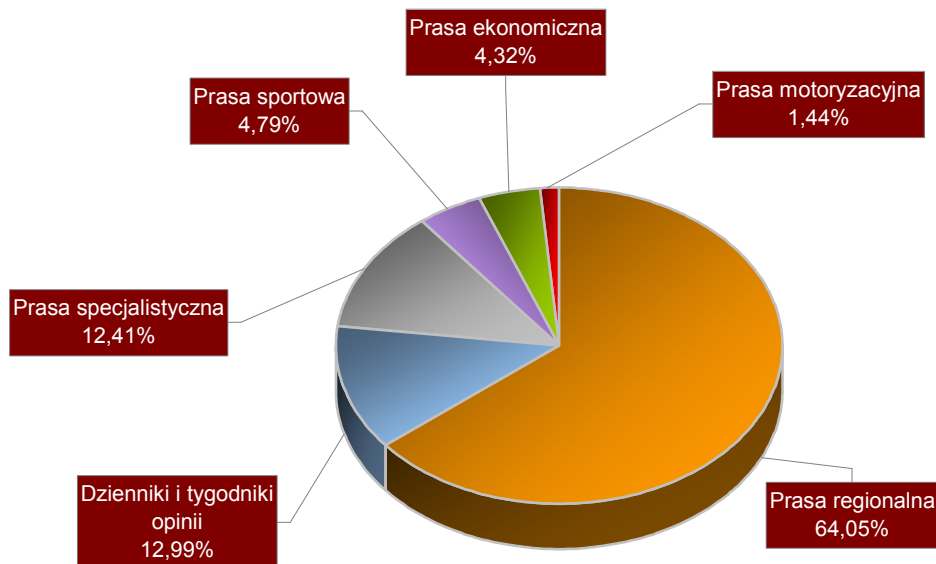
### Grunt to dobra promocja

Władze Wrocławia są świadome tego, że odpowiednia promocja może przynieść przeliczalne na złotówki i euro korzyści dla miasta oraz jego mieszkańców. Stąd obecne w mediach drukowanych publikacje dotyczące strategii promocyjnych stolicy Dolnego Śląska. Przypominano, że osiem lat temu Wrocław zainwestował w działania promocyjne 1,5 mln zł. Podawano, że na rok 2008 zaplanował wydanie 11 mln zł. W opinii dziennikarzy Wrocław umie zdobywać pieniądze z innych źródeł niż podatki od mieszkańców i biznesu. Donoszono, że miasto potrafi pozyskać dotacje np. z funduszy europejskich. Dziennikarze zauważyli, że promocja miasta przekłada się na napływ inwestorów. Zauważono, że za sprawą reklam w zagranicznych tygodnikach, kampanii billboardowej w Niemczech, staraniom o Expo 2012, EIT, udziałowi w mistrzostwach w piłce nożnej, sylwestrom w ogólnopolskiej telewizji, festiwalowi filmowemu o Wrocławiu jest nieustannie głośno. Informowano także o promocji miasta w Wielkiej Brytanii. Namawiano wówczas Polaków do powrotu lub osiedlania się w stolicy Dolnego Śląska. W mediach pojawiały się także publikacje, w których znana osoba zachwalała Wrocław. Tak było w przypadku Piotra Małachowskiego, który wyznawał, że stolica Dolnego Śląska zauroczyła go i chciałby w niej zamieszkać.

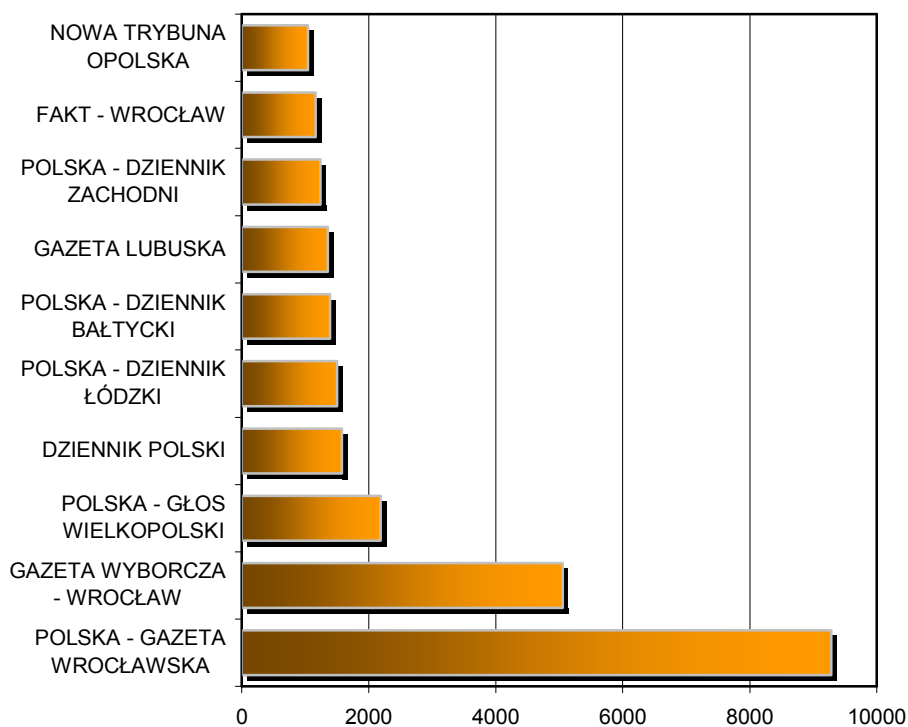
## Rozdział II - Ujęcie statystyczne



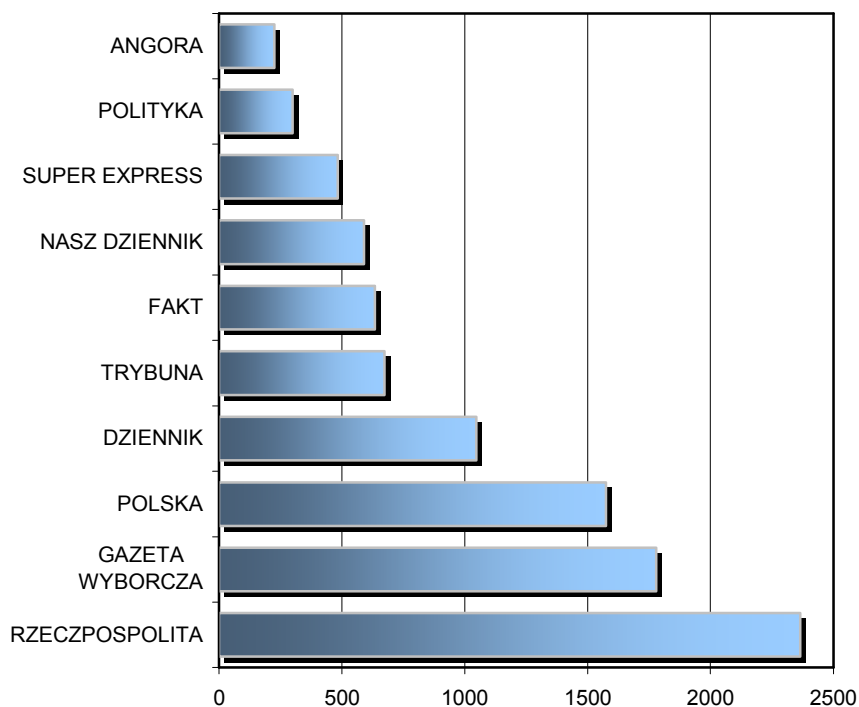
Wykres 1. Liczba publikacji w podziale na rodzaj prasy



Wykres 2. Procentowy podział publikacji z uwzględnieniem rodzaju prasy

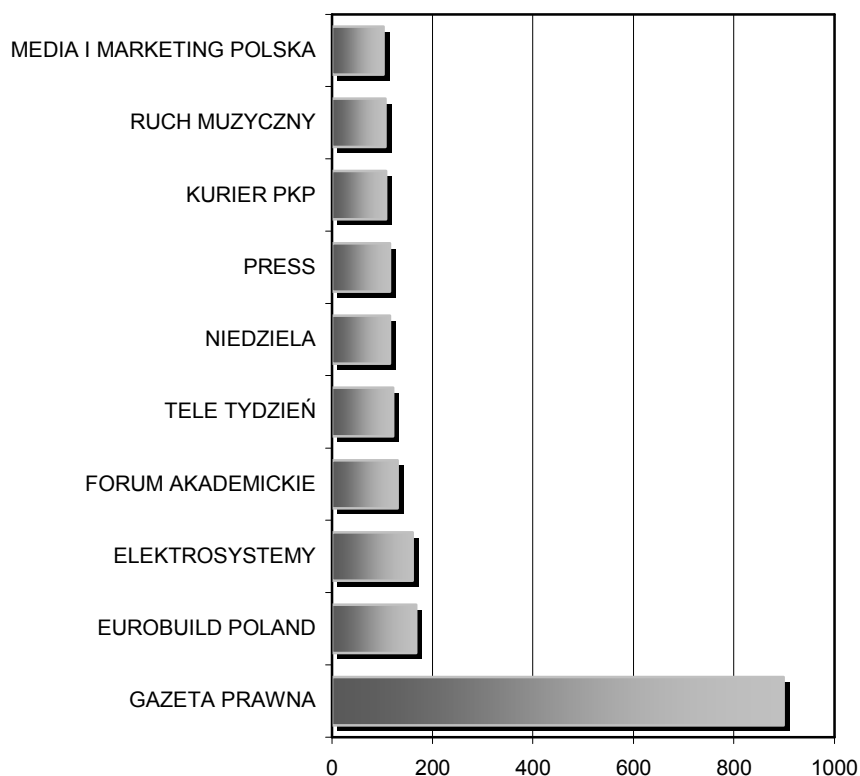


Wykres 3. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy regionalnej

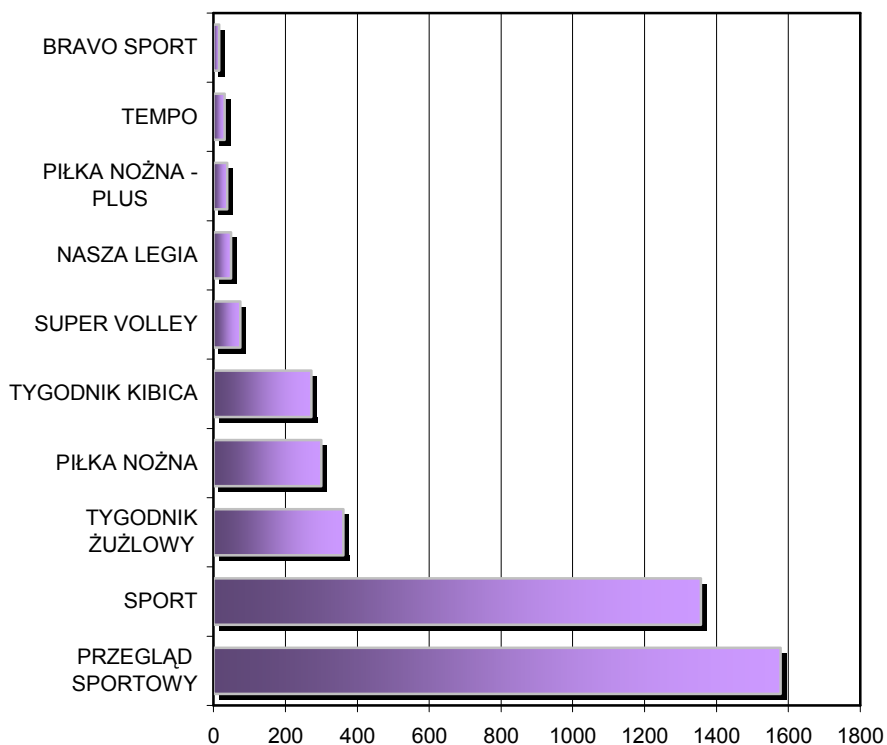


Wykres 4. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach dzienników i tygodników opinii

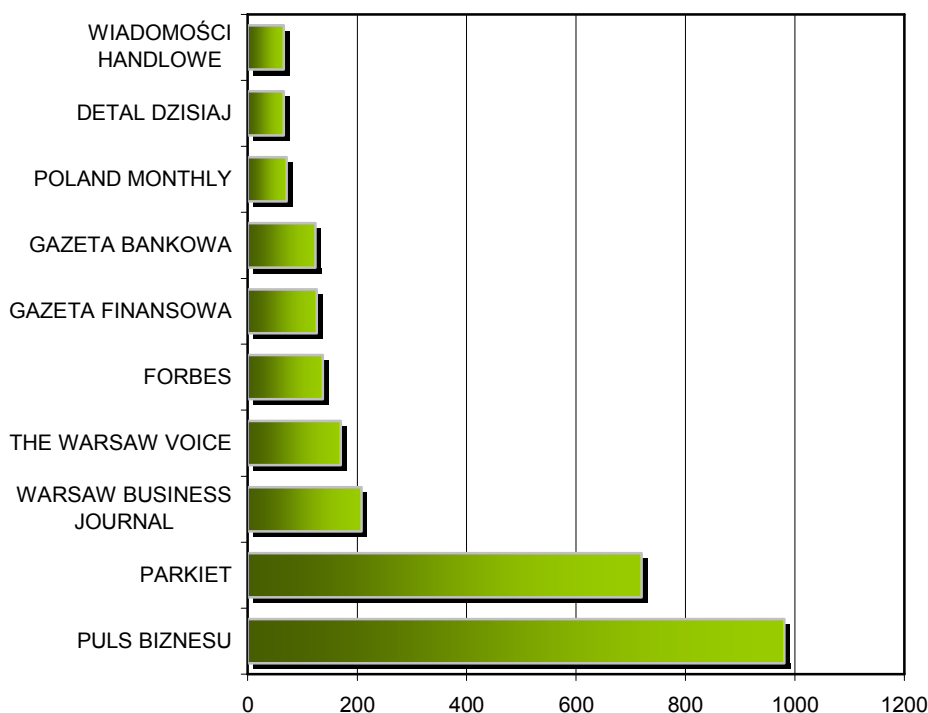




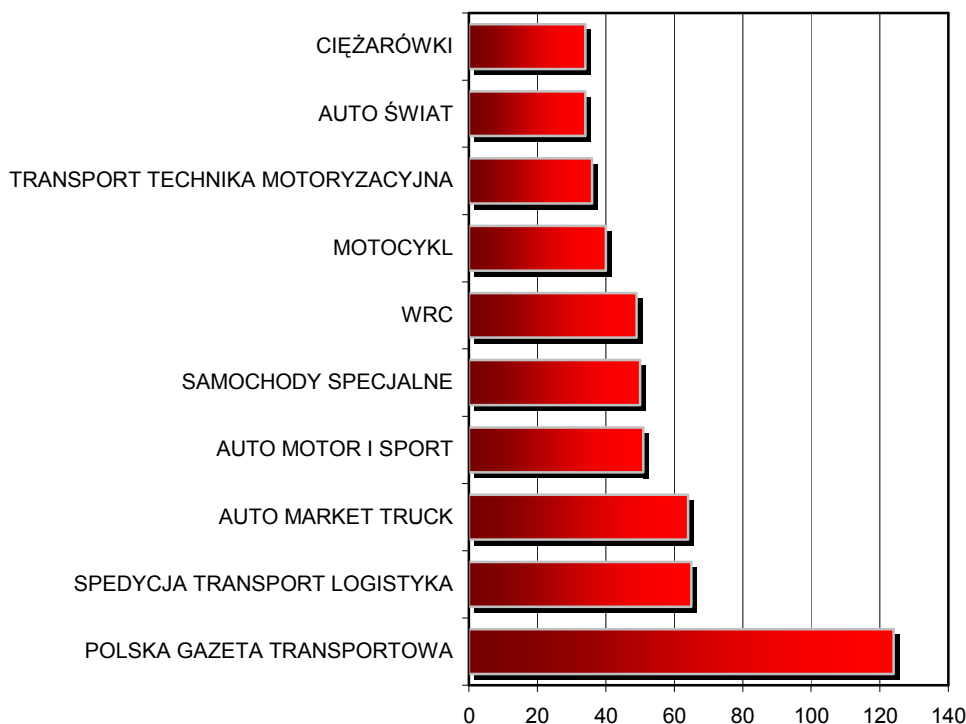
Wykres 5. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy specjalistycznej



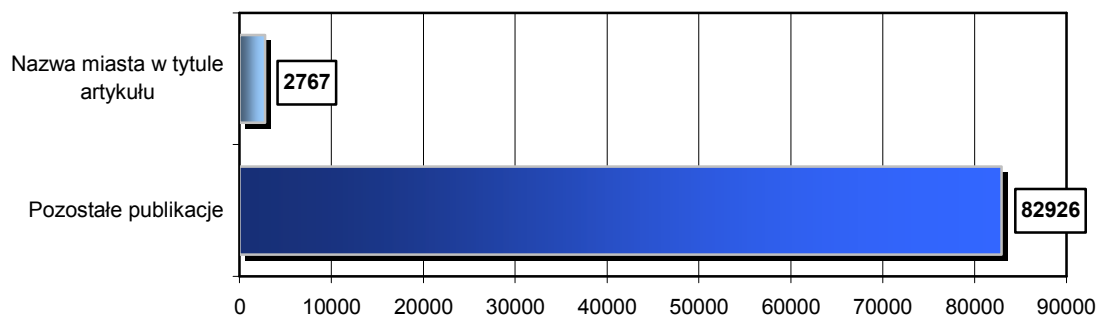
Wykres 6. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy sportowej



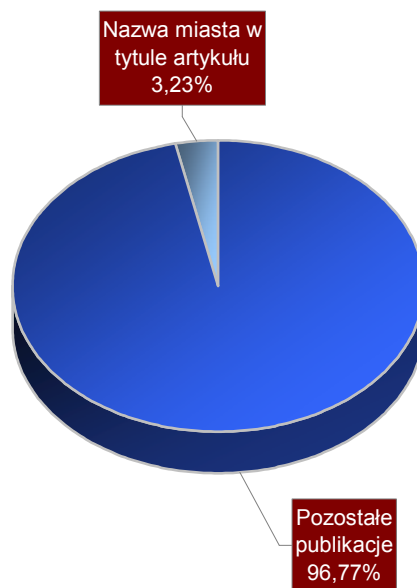
Wykres 7. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy ekonomicznej



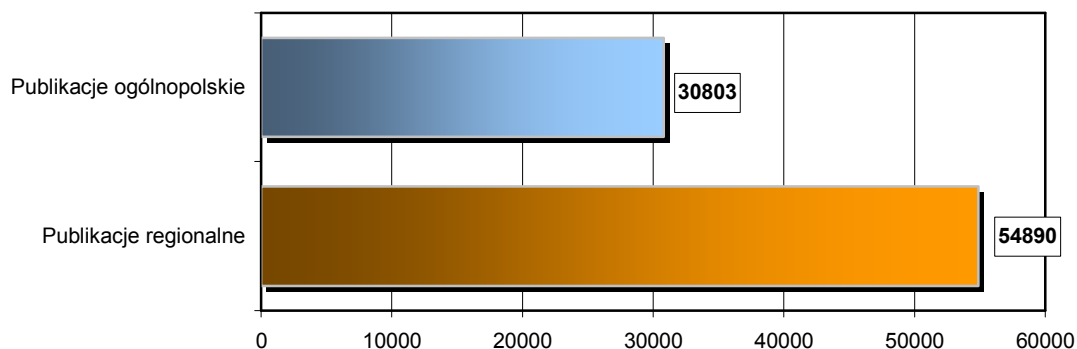
Wykres 8. Liczba publikacji w najaktywniejszych tytułach prasy motoryzacyjnej



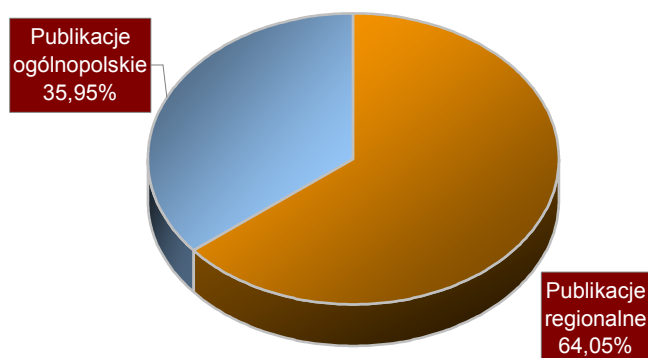
**Wykres 9. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje**



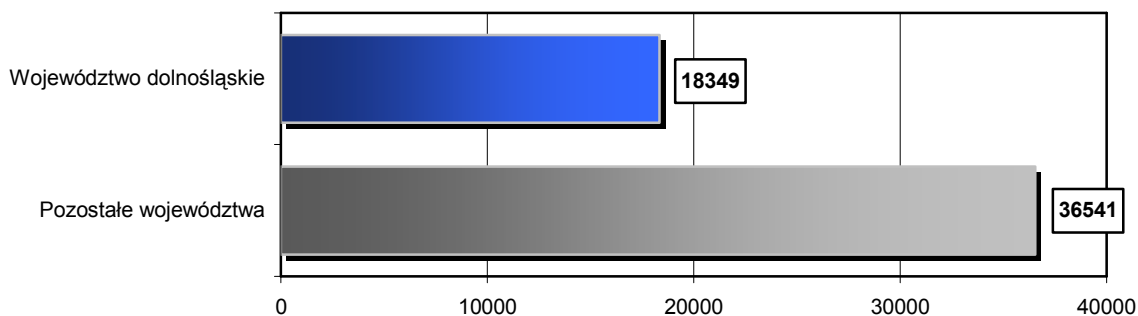
**Wykres 10. Procentowy podział materiałów prasowych na publikacje z nazwą miasta w tytule oraz pozostałe publikacje**



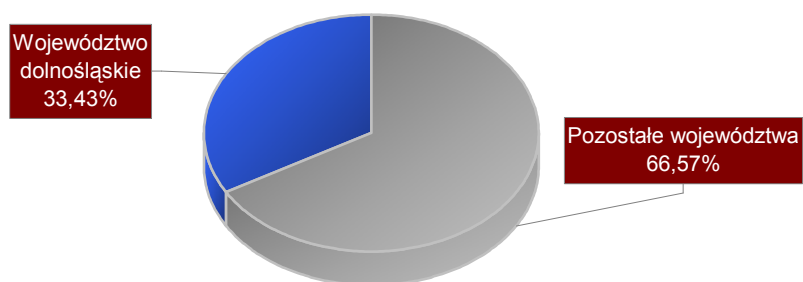
**Wykres 11. Liczba materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich**



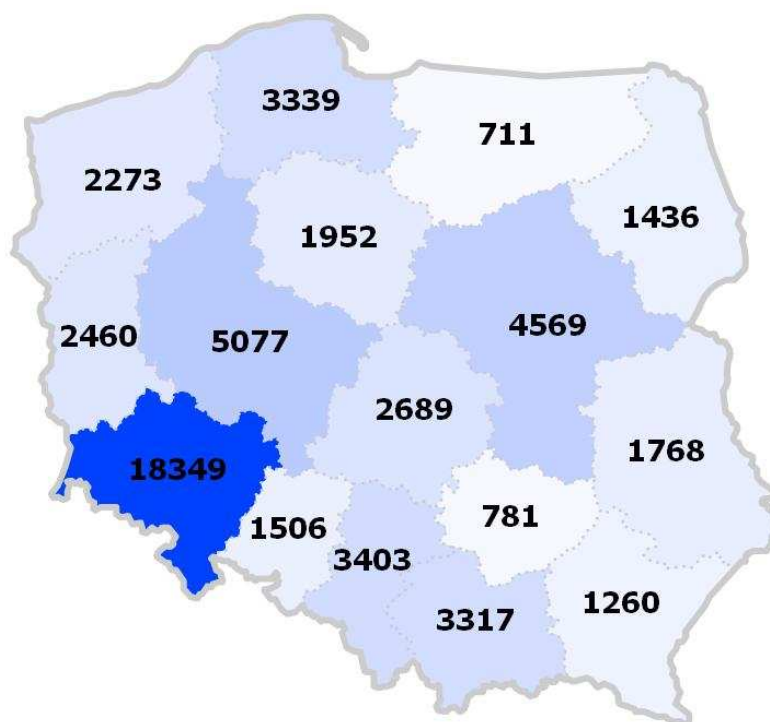
**Wykres 12. Udział procentowy materiałów prasowych w podziale na publikacje z tytułów regionalnych i ogólnopolskich**



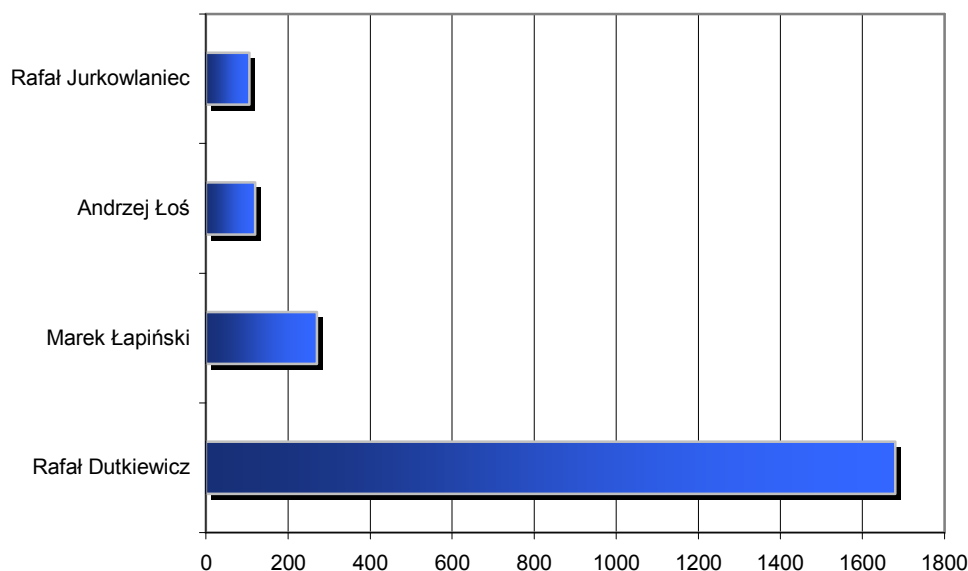
**Wykres 13. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa**



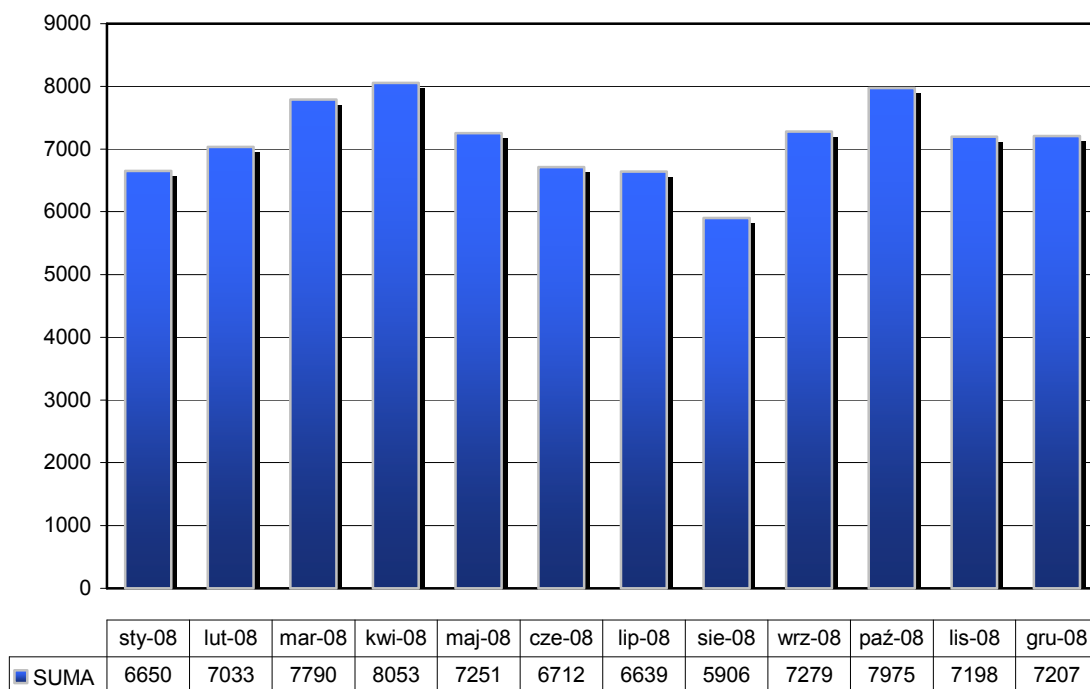
**Wykres 14. Udział procentowy publikacji z tytułów regionalnych w podziale na województwa**



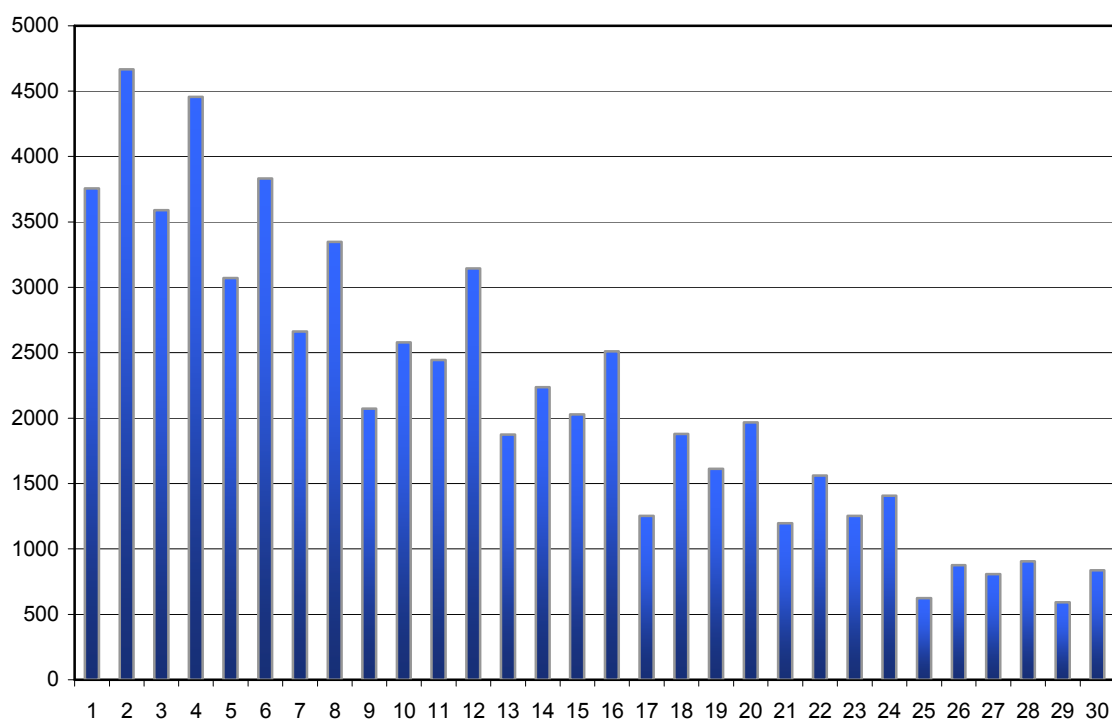
Wykres 15. Liczba publikacji z tytułów regionalnych w podziale na poszczególne województwa



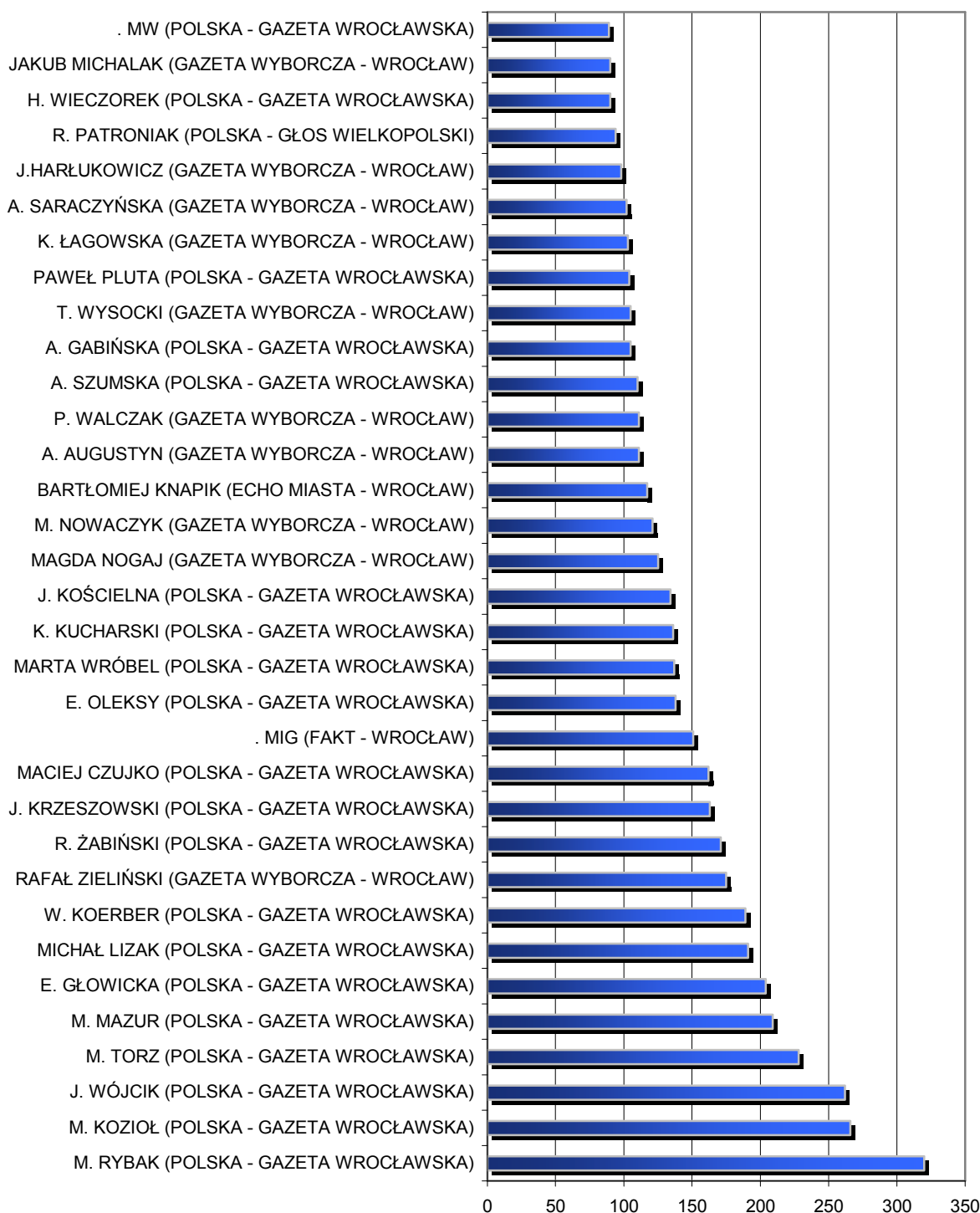
Wykres 16. Liczba prasowych wystąpień nazwisk prezydenta Wrocławia (Rafał Dutkiewicz), wojewody dolnośląskiego (Rafał Jurkowlaniec) oraz marszałka województwa dolnośląskiego (Andrzej Łoś/Marek Łapiński) w materiałach na temat Wrocławia



Wykres 17. Suma publikacji w podziale na miesiące 2008 roku

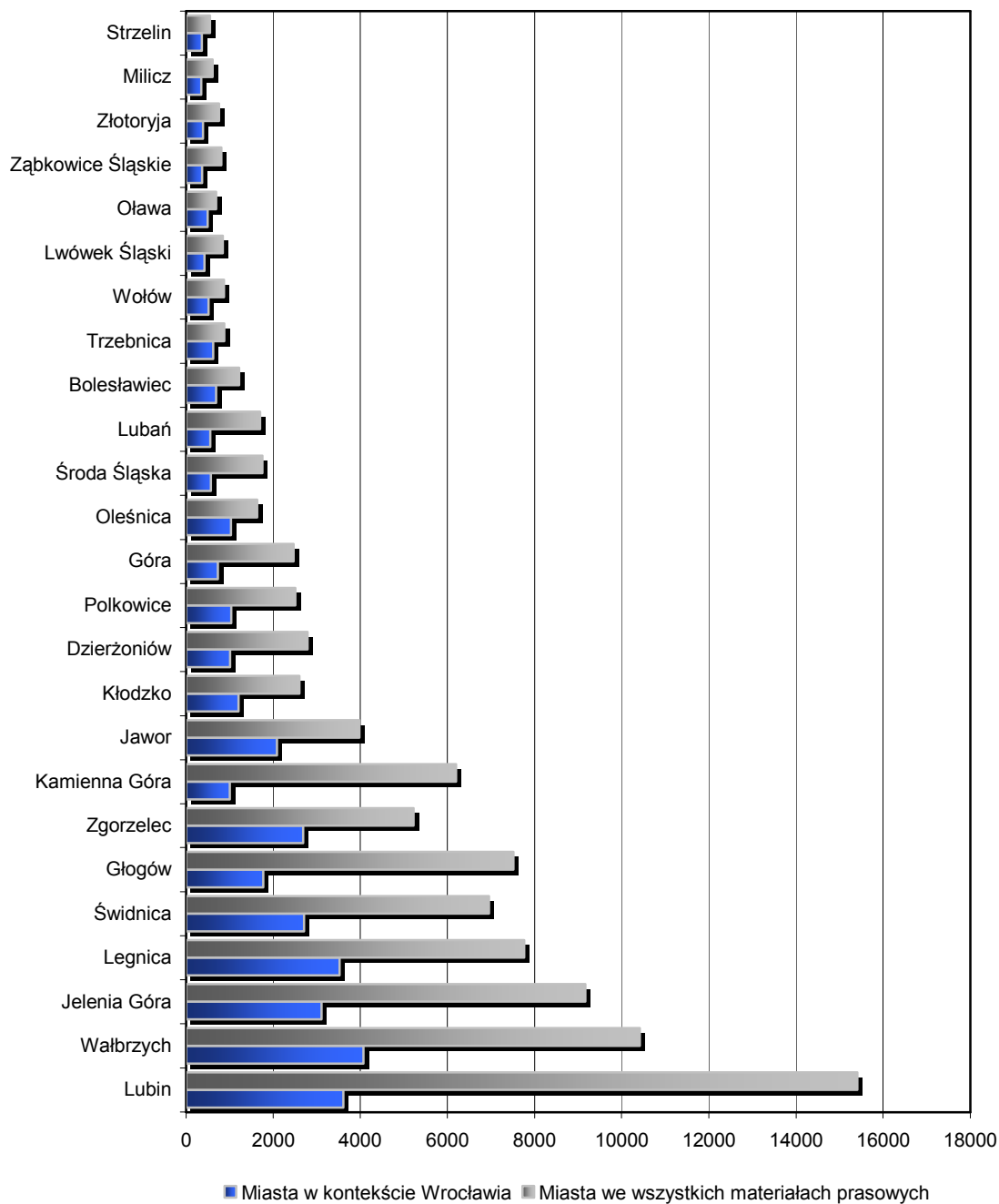


Wykres 18. Częstotliwość ukazywania się nazwy miasta na pierwszych trzydziestu stronach gazet

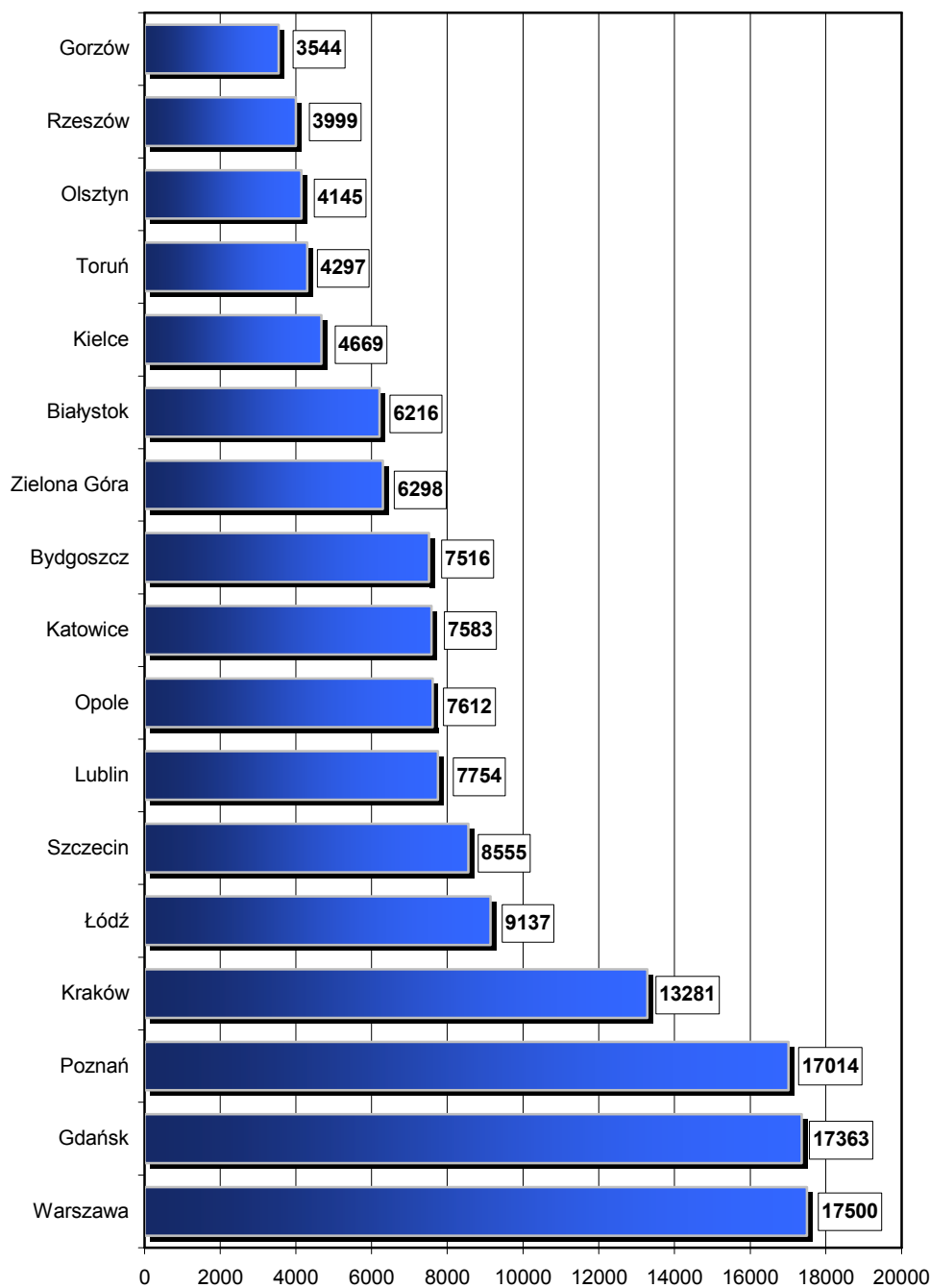


Wykres 19. Najaktywniejsi redaktorzy poszczególnych tytułów prasowych

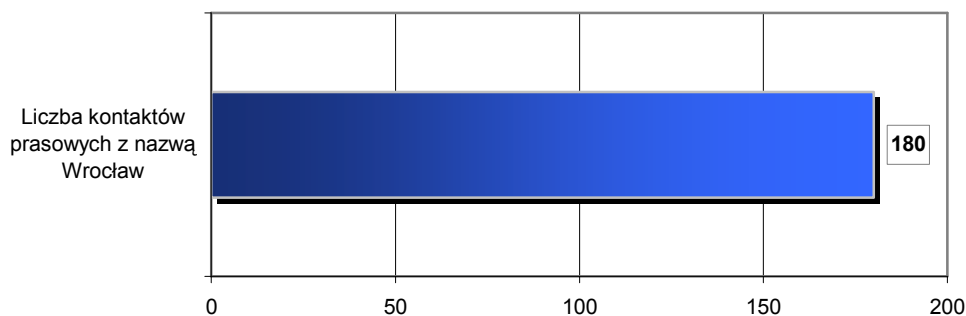




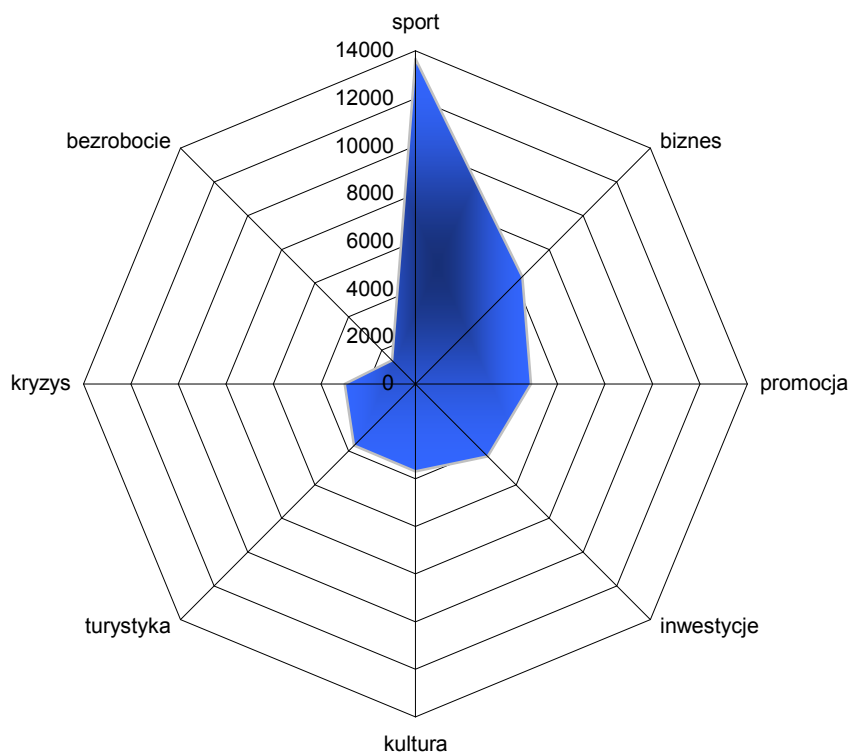
**Wykres 20. Liczba wystąpień nazw stolic powiatów z województwa dolnośląskiego, w artykułach prasowych w kontekście Wrocławia oraz we wszystkich materiałach prasowych**



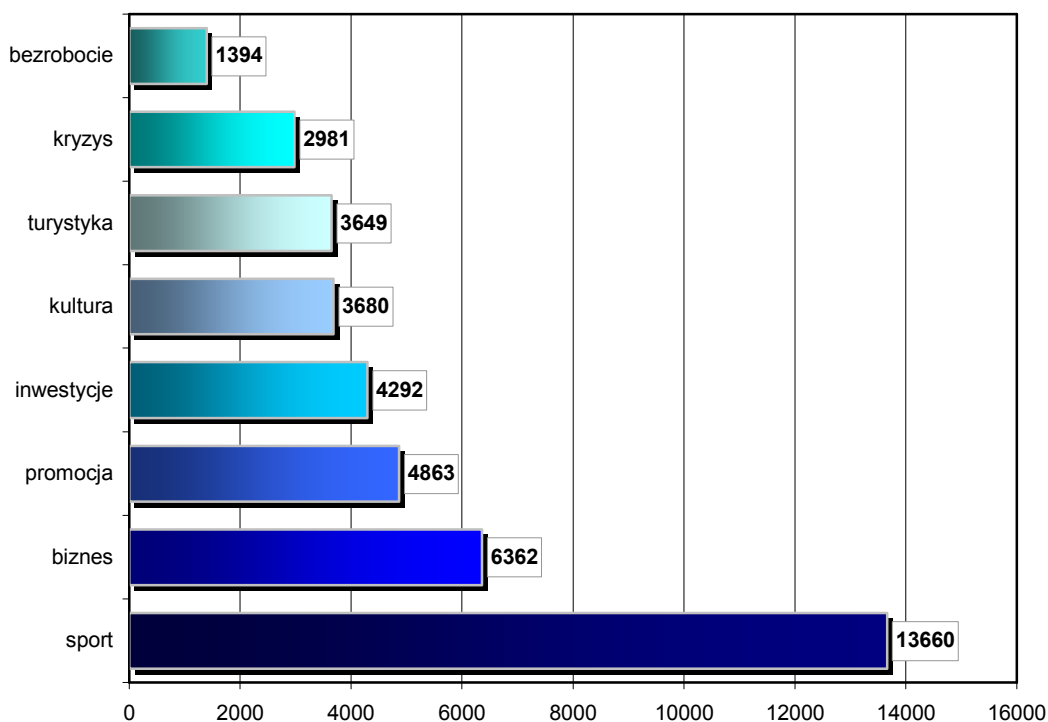
**Wykres 21. Liczba wystąpień nazw stolic pozostałych województw, ukazujące się w publikacjach na temat Wrocławia**



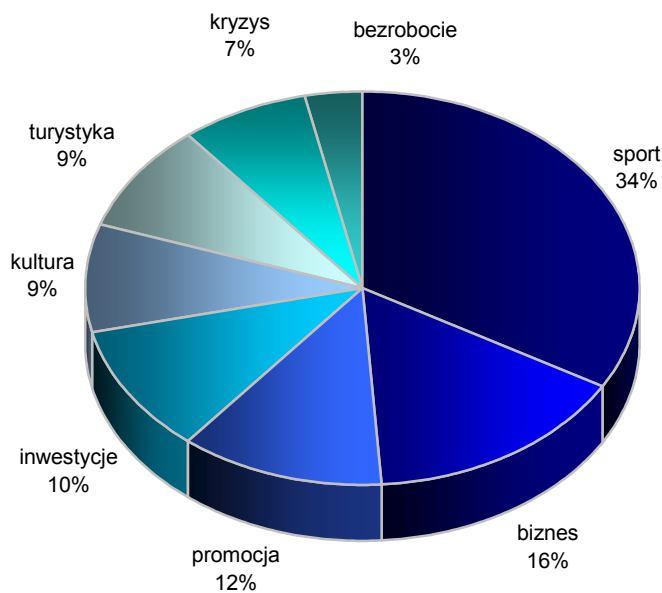
**Wykres 22. Średnia liczba kontaktów jednego czytelnika prasy z nazwą Wrocław w ciągu roku**



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

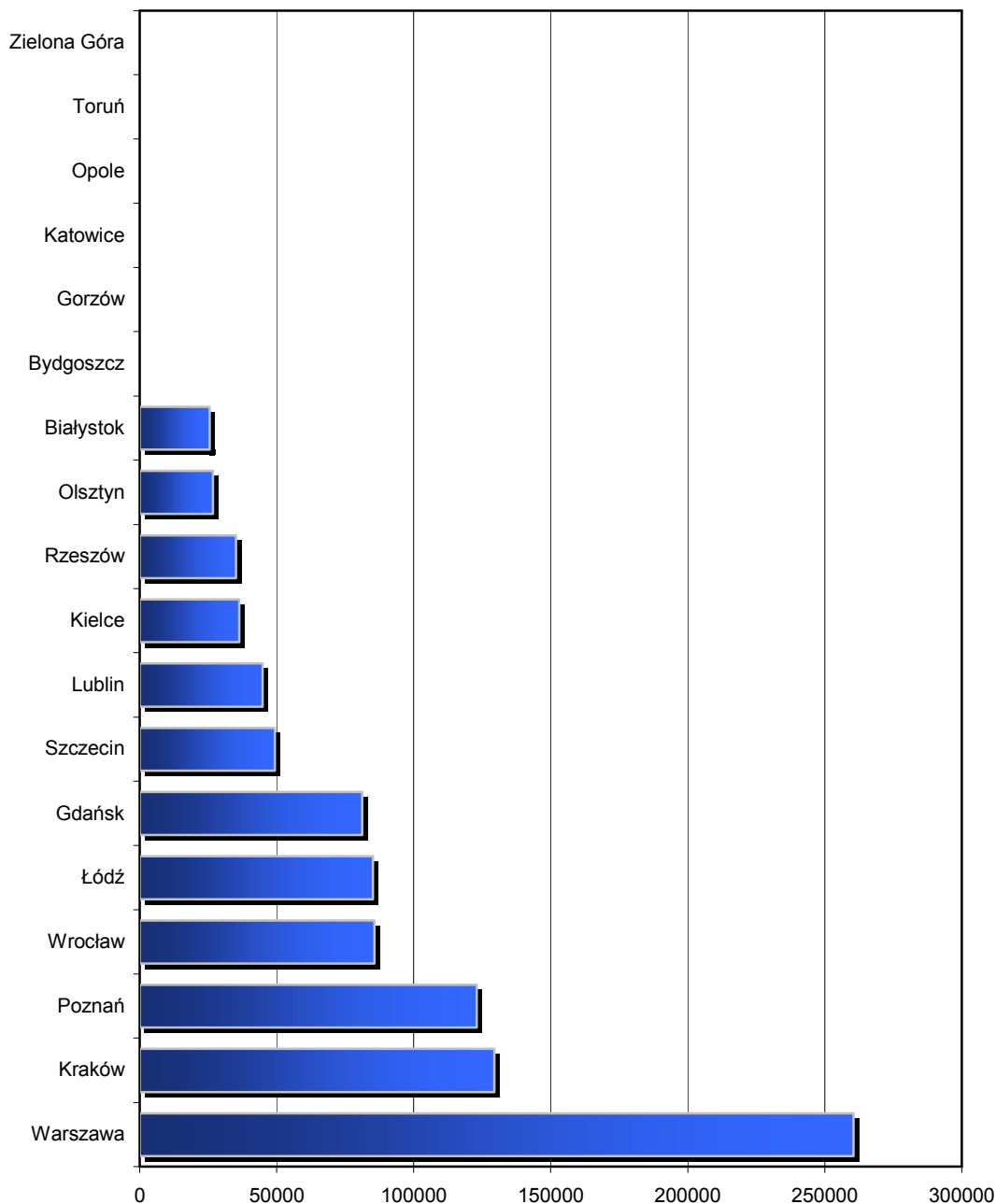


**Wykres 24. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Wrocław**

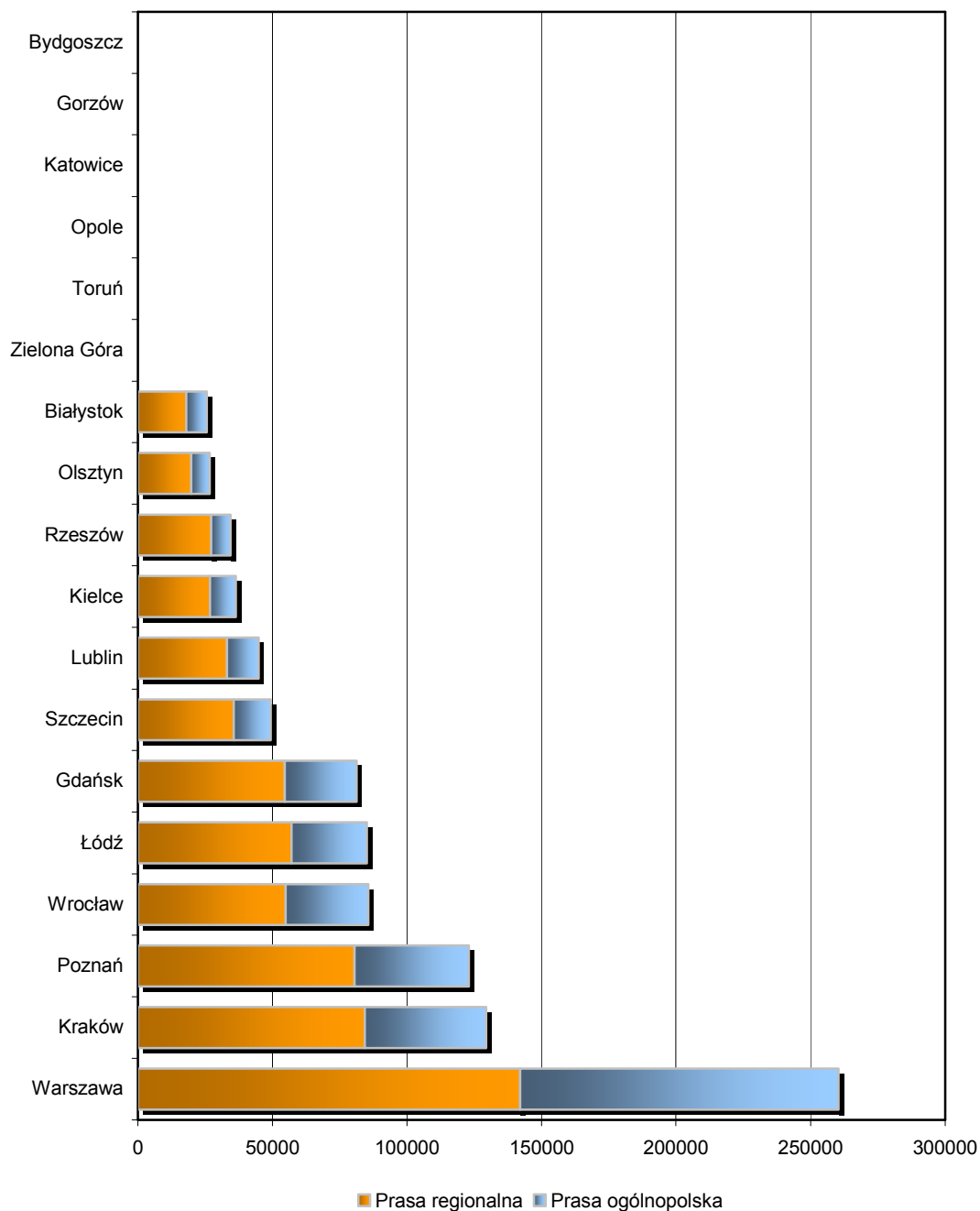


**Wykres 25. Rodzaje informacji przedstawianych w artykułach, w których występuje nazwa Wrocław**

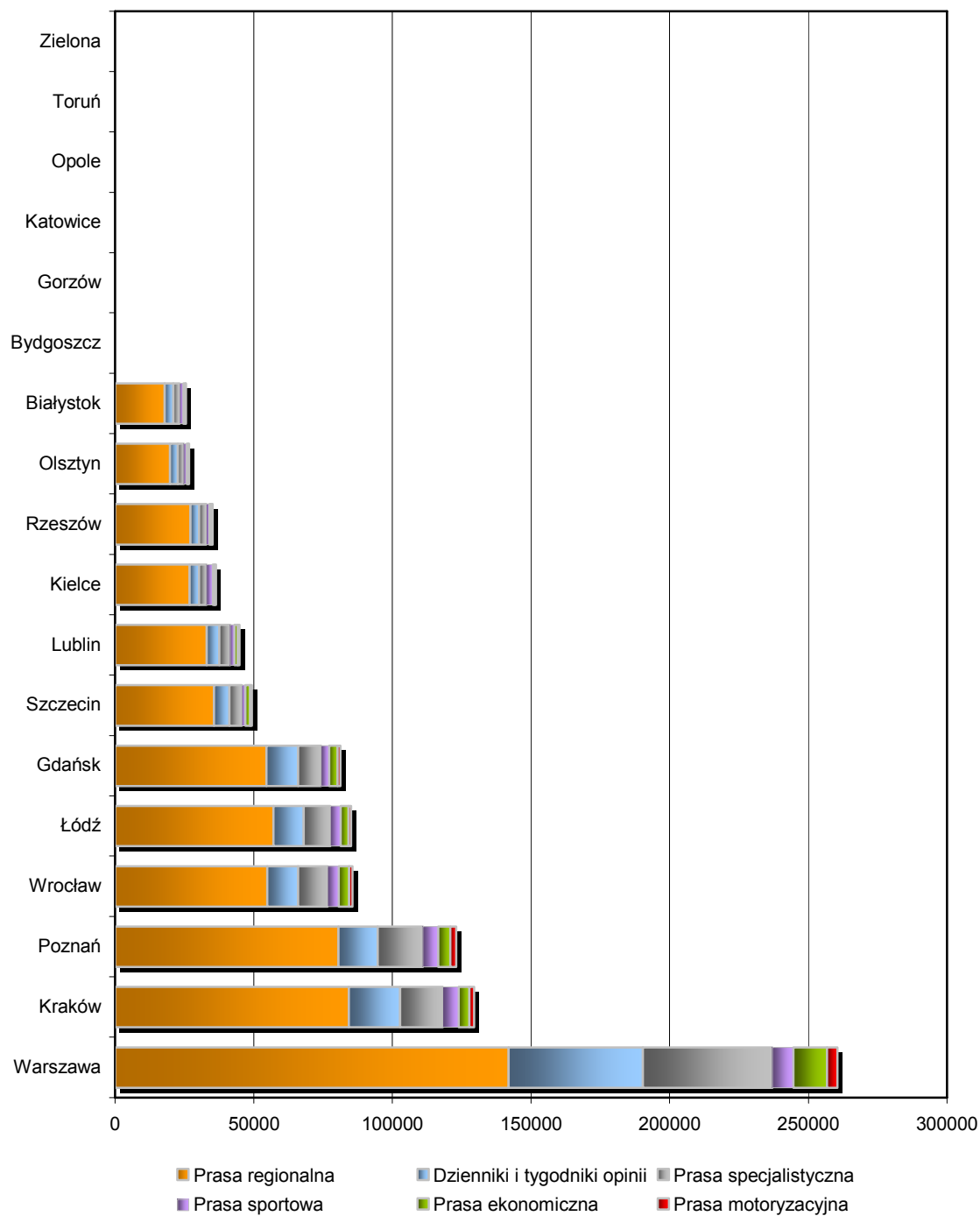
## Rozdział III - Porównanie miast



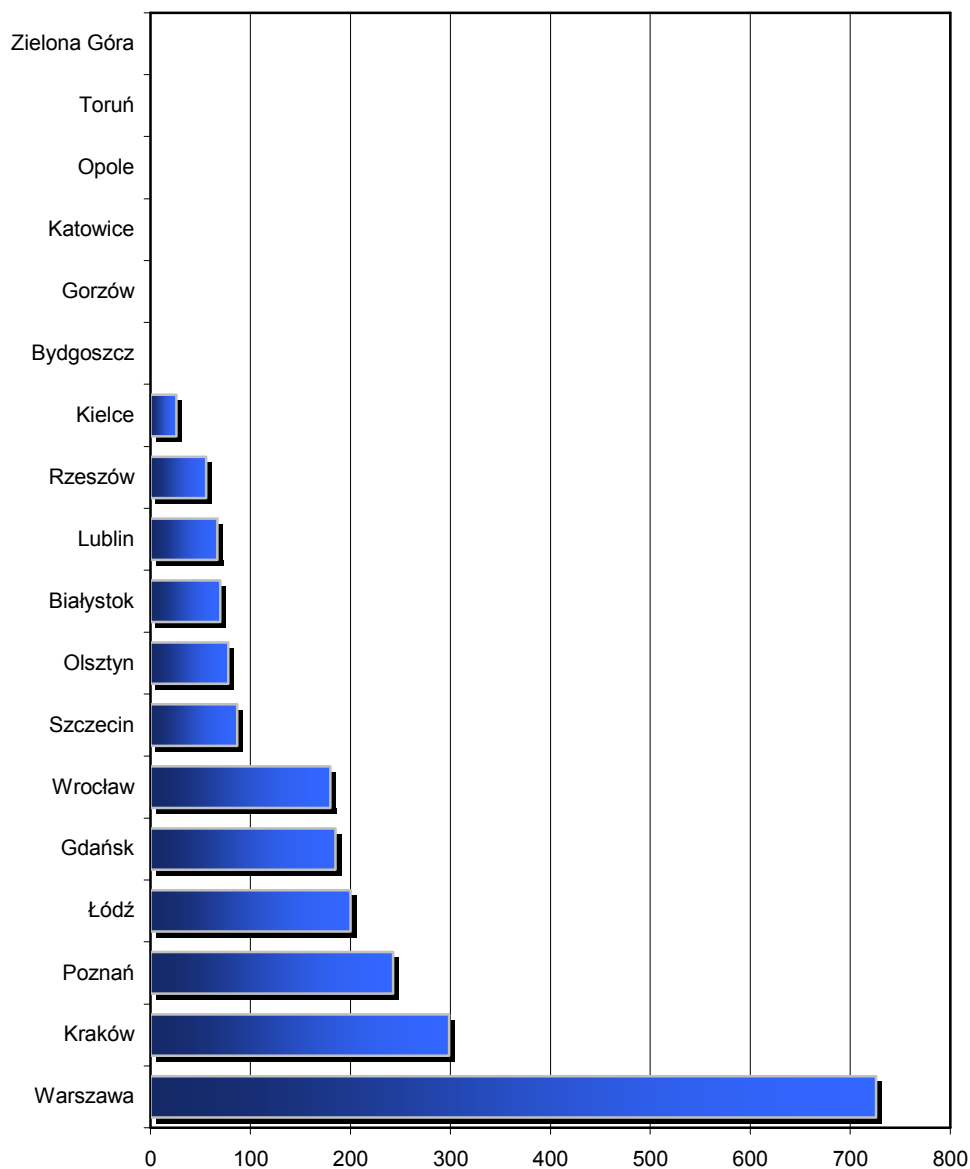
Wykres 26. Suma materiałów prasowych z nazwą miasta wojewódzkiego, opublikowanych w 2008 roku



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

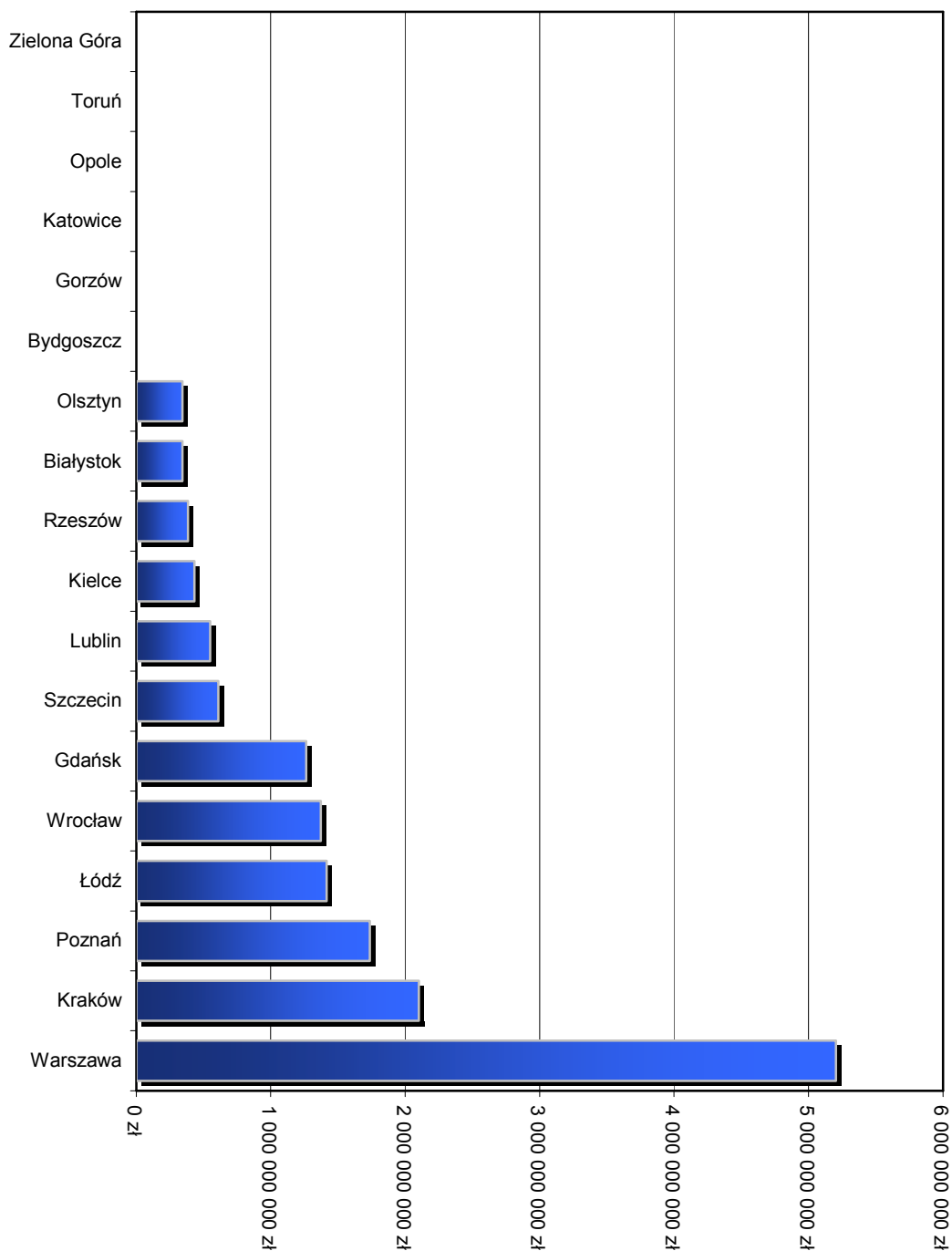


**Wykres 28. Suma publikacji zawierających nazwę miasta wojewódzkiego, z uwzględnieniem podziału na rodzaj prasy (2008 r.)**

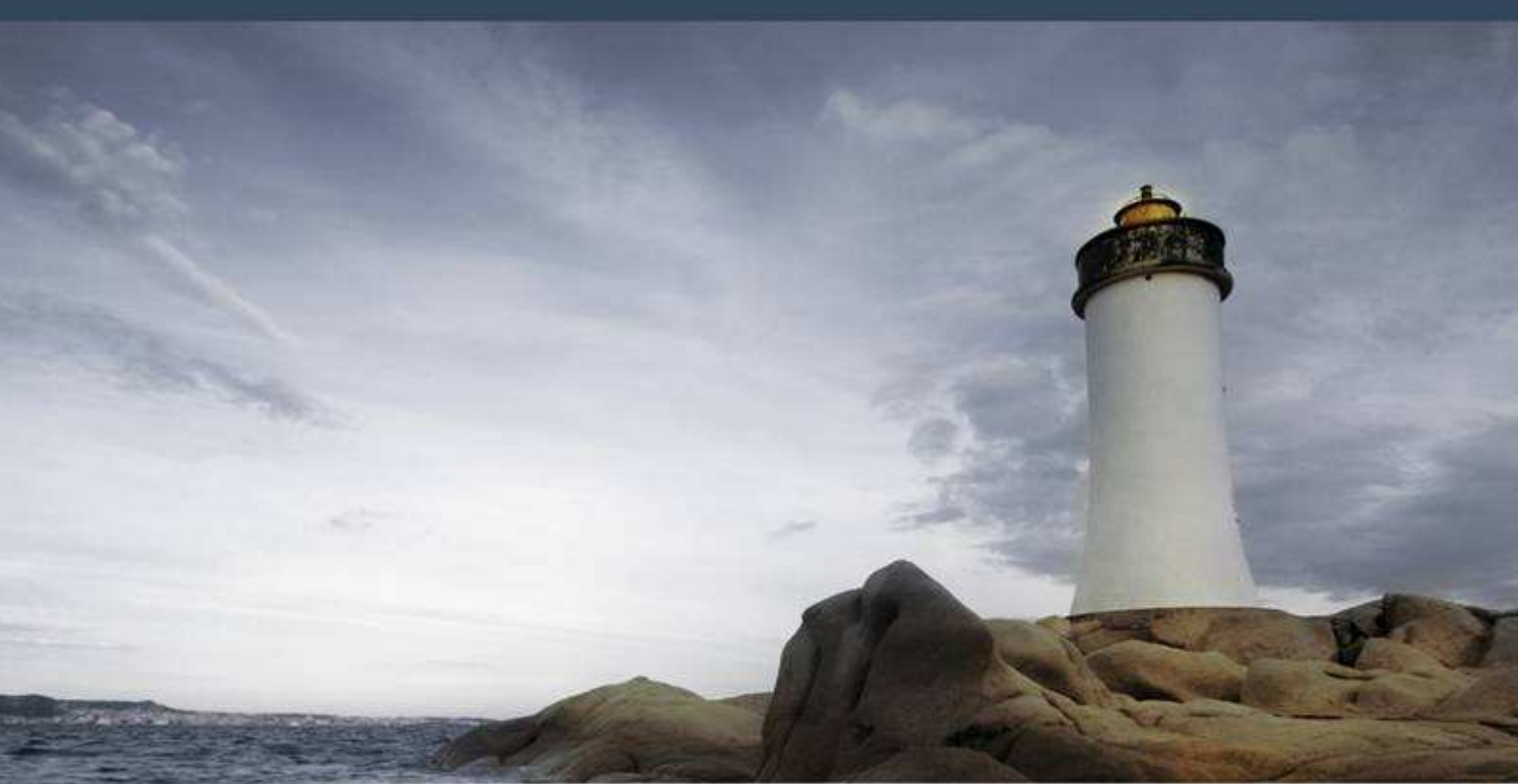


**Wykres 29. Przeciętny kontakt jednego czytelnika prasy z nazwą miasta wojewódzkiego w ciągu roku**





**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](mailto:biuro@press-service.com.pl)  
[www.press-service.com.pl](http://www.press-service.com.pl)