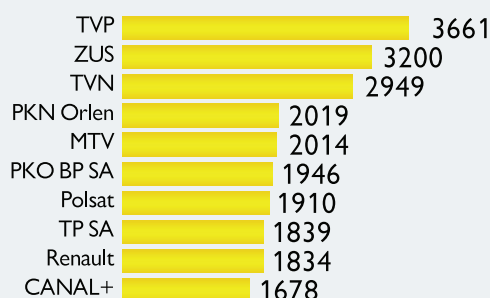


Prasówka

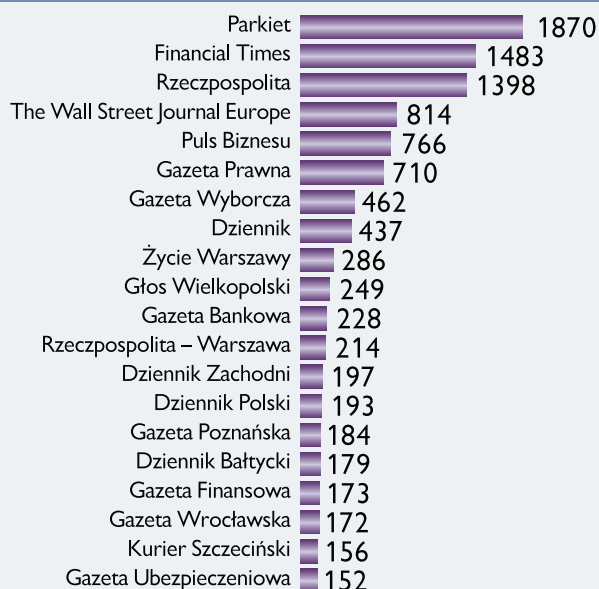
10 najbardziej popularnych branż



10 najbardziej popularnych firm



Media dla branży bankowej



Kontekst tematyczny dla branży bankowej



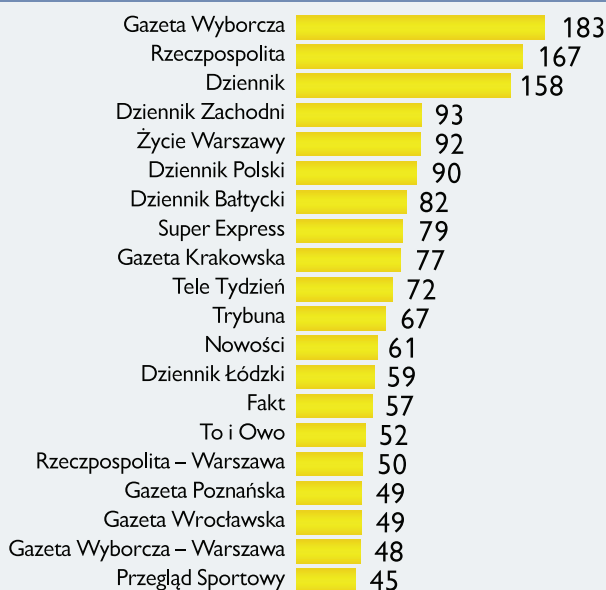
Media dla branży telewizyjnej



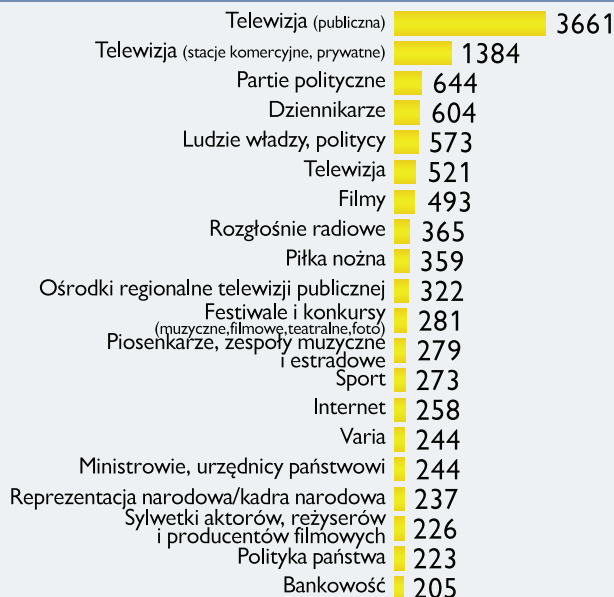
Kontekst tematyczny dla branży telewizyjnej



Media dla TVP



Kontekst tematyczny dla TVP



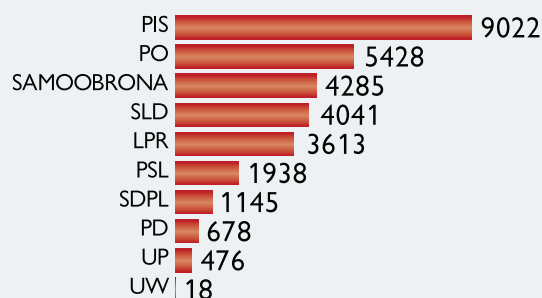
Media dla ZUS



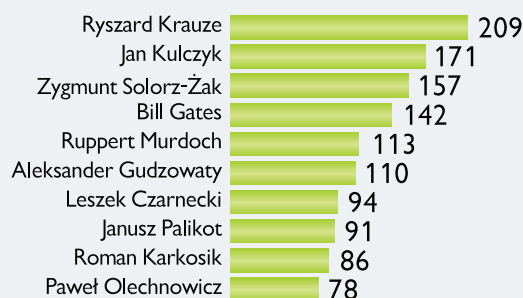
Kontekst tematyczny dla ZUS



Raport partii politycznych w publikacjach



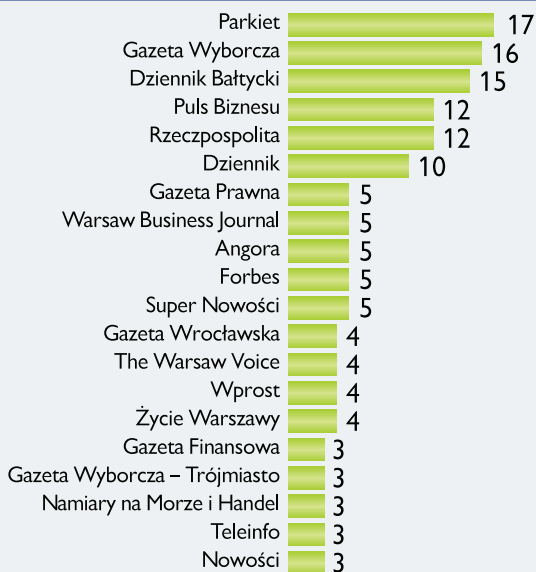
10-ciu najbardziej popularnych biznesmenów



Liczba publikacji w wykresach dotyczących najbardziej popularnych branż lub firm z reguły różni się od liczby publikacji na dany temat ogółem. Wynika z większej liczby wątków, w których pojawia się dana nazwa, poruszanych w jednym artykule.

Przedstawione statystyki opierają się na danych pozyskanych w procesie monitoringu przeprowadzonego przez PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o. w około 840 tytułach prasowych w okresie od 1 sierpnia do 30 września 2006 roku.

Media dla Ryszarda Krauze



Kontekst tematyczny dla Ryszarda Krauze



Media dla Jana Kulczyka



Kontekst tematyczny dla Jana Kulczyka



Fot.: Press Service

Przedstawiamy Państwu ilościową analizę materiałów prasowych z sierpnia i września 2006 roku na standardowo wybrane już dla Barometru tematy. W zagadnieniach „branże” zauważamy znaczące zmiany. Ogólna liczba publikacji jest wprawdzie mniejsza niż w poprzednim okresie, ale w zamian odnotowujemy znacznie większą różnorodność podejmowanych przez media tematów. Nadal na pierwszej pozycji jest branża bankowa, ale na trzecim miejscu ułożyła się branża internetowa, która nigdy nie była tak wysoko. Spadło natomiast zainteresowanie branżą farmaceutyczną, poprzednio popularną ze względu na liczne afery wokół lekarzy, firm z branży czy ptasiej grypy. Znacznie mniej pisano również o rynku energetycznym, ponieważ ucihła sprawa gazociągu bałtyckiego i Orlenu. Tym samym firma PKN Orlen zniknęła z rankingu firm. Przełom sierpnia i września można nazwać „okresem festiwalowym”, stąd w branżach pojawiła się kolejna nowa kategoria: film. Na uwagę zasługują jeszcze inne zmiany w rankingu najpopularniejszych

firm. Najwięcej uwagi mediów skupiała na sobie telewizja publiczna oraz ZUS, który po raz pierwszy pojawił się w naszym zestawieniu. Sensacyjne wydaje się trzecie miejsce, które przypadło TVN. W tym przypadku gwałtowny wzrost zainteresowania tą stacją wynika przede wszystkim z nagłośnienia przez nią tzw. „afery taśmowej”. Ta sprawa zdominowała życie polityczne ostatnich tygodni i nie schodziła przez wiele dni z pierwszych stron gazet. Kolejnym zaskoczeniem w rankingu firm jest pozycja banku PKO BP, który spadł z pierwszego na szóste miejsce. Ranking najpopularniejszych firm zamyka występująca w osamotnieniu firma motoryzacyjna Renault oraz kolejny przedstawiciel branży medialnej CANAL+. Spadek zainteresowania mediów PZU SA spowodował, że firma nie pojawiła się w rankingu najbardziej popularnych firm. Media straciły również zainteresowanie prezesem PZU Jaromirem Netzem. Niezachwianymi liderami w zestawieniu „10 najbardziej popularnych biznesmenów” są natomiast Ryszard Krauze i Jan Kulczyk. Interesująca obser-

wacja związana jest z osobą Billa Gates’a. Wzrosła liczba publikacji na temat tego biznesmena pomimo spadku liczby materiałów o Microsoft. Ta rozbieżność wynika z faktu zaangażowania Billa Gates’a w działalność charytatywną oderwaną od firmy, z którą jest utożsamiany. Coraz częściej media piszą o spektakularnych darowiznach na rzecz jego fundacji dobroczynnej oraz o kulisach życia sławnego milionera. W politycznym rankingu na konfliktach koalicyjnych oraz „afery taśmowej” najwięcej „zyskała” Samoobrona. O liderze tej partii pisano dość intensywnie, a sama Samoobrona w naszym rankingu zajęła trzecią pozycję, awansując z pozycji piątej.

Sebastian Bykowski
Wiceprezes Zarządu PRESS-SERVICE
Monitoring Mediów Sp. z o.o.