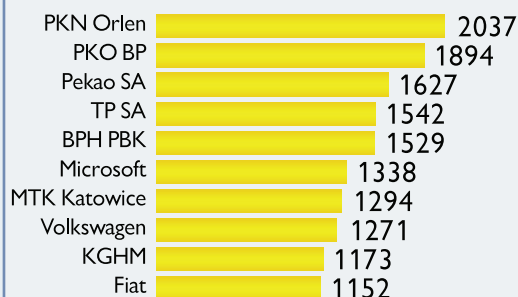


# Prasówka

## 10 najbardziej popularnych branż



## 10 najbardziej popularnych firm



## Media dla branży bankowej



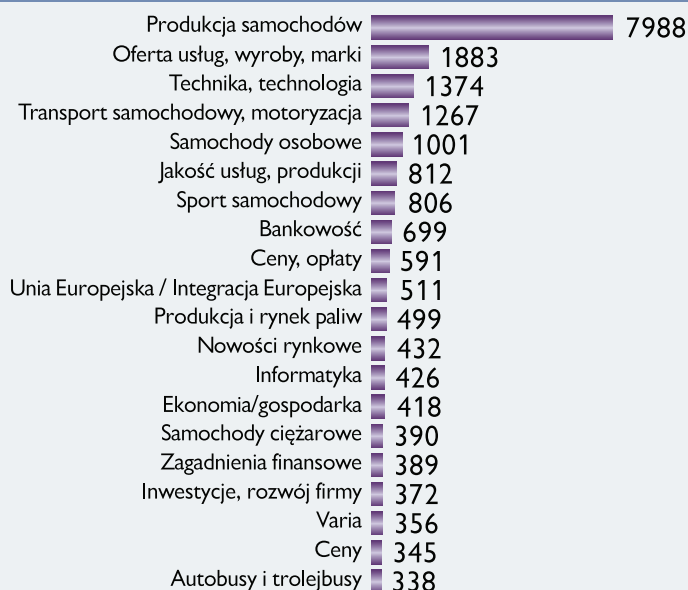
## Kontekst tematyczny dla branży bankowej



## Media dla produkcji i rynku samochodowego



## Kontekst tematyczny dla produkcji i rynku samochodowego



## Media dla PKN ORLEN S.A.



## Kontekst tematyczny dla PKN ORLEN S.A.



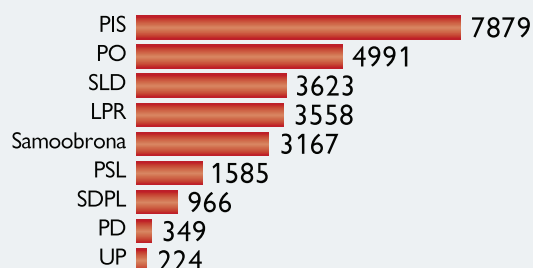
## Media PKO BP



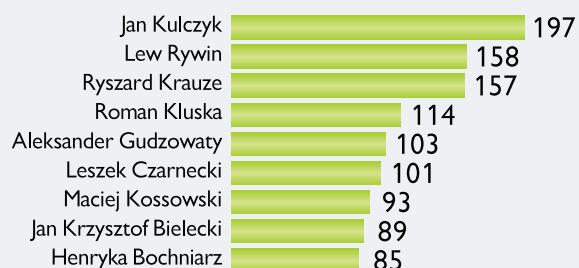
## Kontekst tematyczny dla PKO BP



## 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 670 tytułach prasowych w okresie od 1 stycznia do 28 lutego 2006 roku.

## Media dla Jana Kulczyka



## Kontekst tematyczny dla Jana Kulczyka



## Media dla Lwa Rywina



## Kontekst tematyczny dla Lwa Rywina



Także tym razem polityka wywarła największy wpływ na wyniki barometru, choć ogólna liczba materiałów na temat partii politycznych spadła w porównaniu do poprzedniego okresu analitycznego. Zawirowania wokół rządu, koalicji i paktu stabilizacyjnego oraz fuzji Banku Pekao z BPH mają odbicie w styczniowo-lutowym barometrze. Partie polityczne zachowały status quo, choć wyraźnie wzrosła przewaga pierwszego PiS-u nad Platformą Obywatelską. Zmniejsza się różnica pomiędzy trzecim w rankingu SLD a goniącymi go LPR i Samoobroną. Można się spodziewać, że bardziej wyraziste i radykalne LPR z Samoobroną wyprzedzą SLD pod względem liczby publikacji.

W analizowanych branżach odnotowaliśmy również niewielkie zmiany. Wiodące miejsce zajmuje bankowość z prawie identycznym wynikiem, jak w poprzednim zestawieniu, drugie motoryzacja (wzrost o 14,5 proc.), a trzecie informatyka. Wyraźny spadek publikacji (o prawie 13 proc.) na temat supermarketów nie wpłynął na zajmowane przez nie czwarte miejsce. Wzrost odnotowała branża ubezpieczeniowa (+23 proc.), co dało jej

awans o trzy miejsca. Na ten wynik wpłynął głównie spór pomiędzy Eureko a Skarbem Państwa o PZU. Jan Kulczyk powrócił na pozycję lidera w zestawieniu biznesmenów, zamieniając się miejscami z Lwem Rywinem. Na trzecim miejscu także nastąpiły zmiany. Obecnie zajmuje je Ryszard Krauze – właściciel Prokomu. Poprzednio gościł tam prezes PKN Orlen Igor Chalupiec, który spadł aż na dziesiąte miejsce. Uspokojenie „kadrowej karuzeli” w spółkach Skarbu Państwa nie wpłynęło korzystnie na jego aktywność medialną. Tuż za podium pojawiły się za to „nowe twarze”: Roman Kluska, Aleksander Gudzowaty i Leszek Czarnecki. O tym trzecim mówi się, że wkrótce może zdetronizować Jana Kulczyka na liście najbogatszych Polaków. Coraz ciszej jest w mediach o Henryce Bochniarz- z czwartego miejsca spadła na dziewiąte (obniżenie liczby publikacji o 1/3) i raczej nic nie wskazuje na to, by prędko mogła powrócić na szczyt rankingu.

Największe zmiany w ramach barometru obserwujemy w zestawieniu najbardziej popularnych firm. Pierwsze miejsce objął w nim PKN Orlen, drugie PKO BP. Na następnych miejscach znaleźli się

natomiast bohaterowie najgłośniejszej fuzji w polskiej gospodarce: Pekao SA (miejscie trzecie i wzrost liczby publikacji o ponad 50 proc.) oraz na miejscu piątym BPH SA (wzrost o 48 proc.). Nie jest zaskoczeniem także wysokie miejsce debiutanta w rankingu – Międzynarodowych Targów w Katowicach. Katastrofa, jaka się wydarzyła na terenie Targów sprawiła, że o tej spółce pisały media nie tylko w kraju, ale i za granicą. W pierwszym tegorocznym zestawieniu pojawiło się także KGHM, utrzymały zaś pozycje Microsoft, Volkswagen i Fiat. Patrząc na prezentowany w tym numerze barometr, po raz kolejny można zauważyć, że najbardziej intensywnym zainteresowaniem mediów cieszą się wydarzenia o charakterze lub akcencie negatywnym. Dziennikarze ujawniają sensacyjne materiały, krytykują, piszą o sprawach kontrowersyjnych, które bulwersują i wzbudzają emocje. Niestety, otaczająca nas rzeczywistość daje im coraz więcej okazji, by mogli ostrzyć swoje pióra.



Foto: Press Service