

# Analiza okładek

Tygodniki opinii | II kwartał 2010

### Wstęp

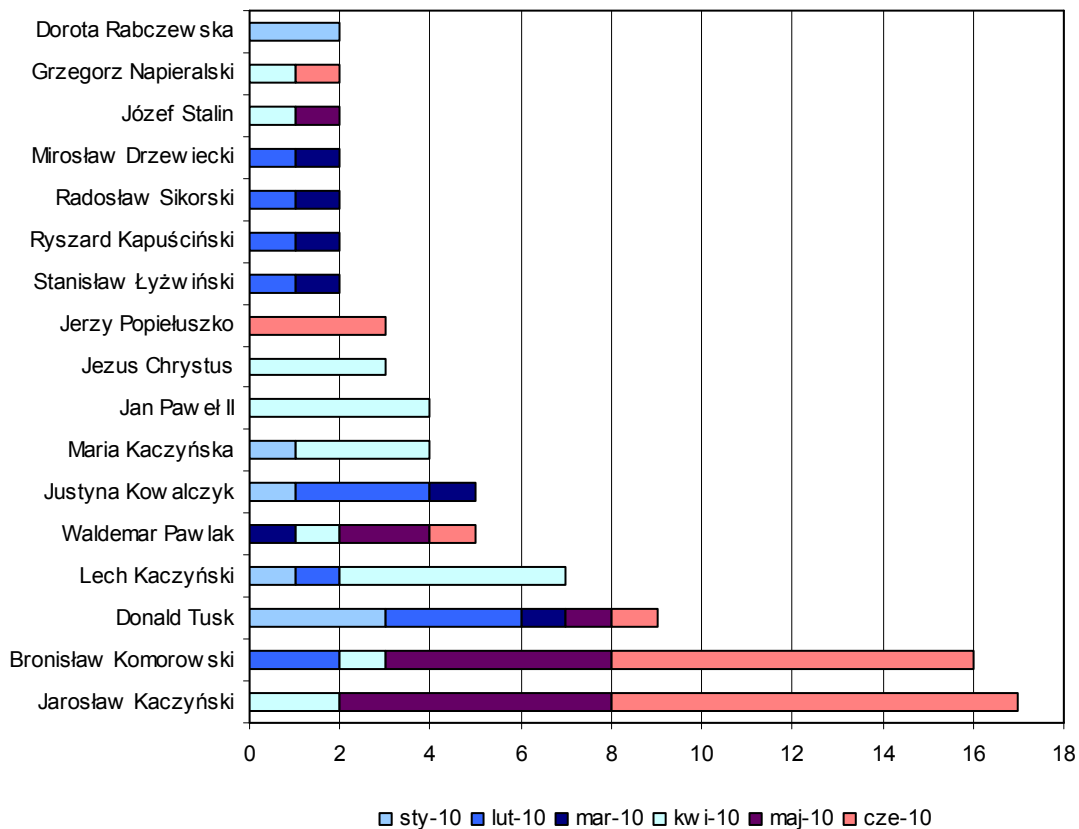
Firma PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o. o. dokonała monitoringu i analizy okładek tygodników opinii w drugim kwartale 2010 roku. Lista tytułów objętych analizą:

- ANGORA (oraz dodatek Angorka)
- FORUM
- GOŚĆ NIEDZIELNY
- NEWSWEEK
- NIE
- POLITYKA
- PRZEKRÓJ
- TYGODNIK POWSZECHNY
- TYGODNIK SOLIDARNOŚĆ
- WPROST
- ZIELONY SZTANDAR

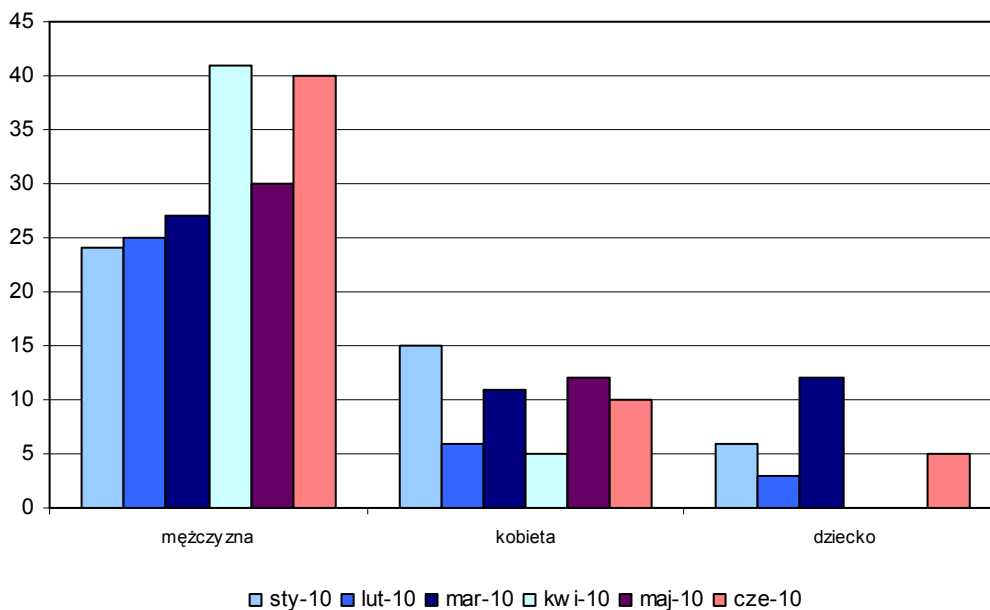
Okładka czasopisma jest znakiem rozpoznawczym konkretnego pisma. Dzięki powtarzalnym znakom i kolorom czytelnicy rozpoznają i wybierają znany sobie, sprawdzony produkt. Okładka jest jednocześnie najlepszą reklamą pisma. To właśnie za jej pośrednictwem dochodzi do pierwszego kontaktu czytelnika z zawartością pisma. Między innymi dzięki przykuwającej wzrok fotografii, charakterystycznemu krojowi czcionki, użytym barwom, sformułowaniom oraz doborowi tematyki następuje decyzja o kupnie, bądź odrzuceniu danego tytułu.

Okładka jest wizytówką pisma. Jednocześnie jest jego reklamą, znakiem rozpoznawczym oraz informatorem na temat zawartości czasopisma. Dlatego twórcy prasy tak dbają o jej ostateczny wygląd.

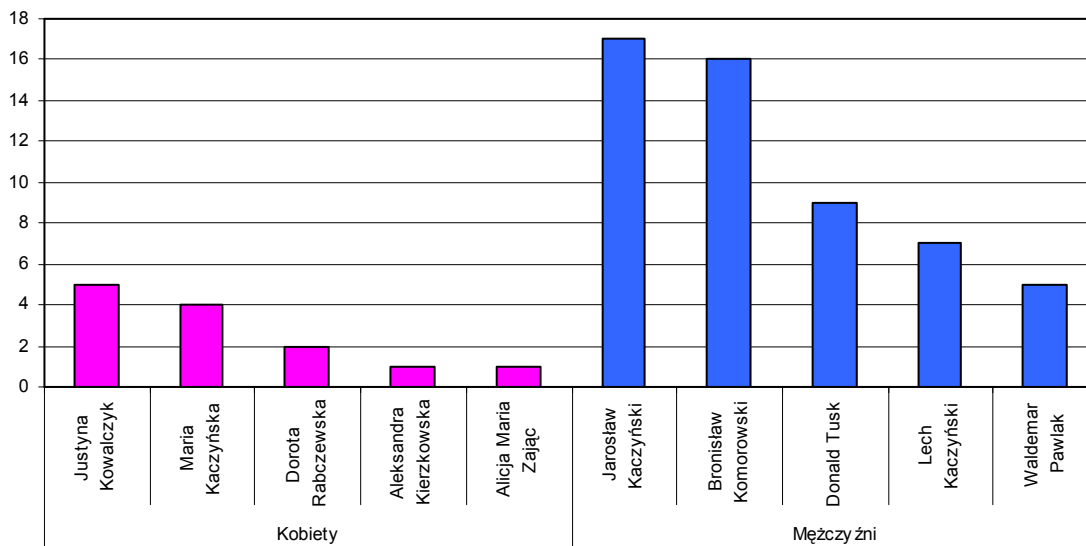
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów w swojej analizie okładek tygodników opinii uwzględnił takie zagadnienia jak: atrybuty wizualne okładki, kto bądź co pojawiło się na stronie głównej, przyjrano się także profesji osoby pojawiającej się na okładce. Skategoryzowano ponadto rodzaj wyróżnianych tematów, zwrócono uwagę na humor i ironię pojawiającą się w fotografiach oraz podpisach.



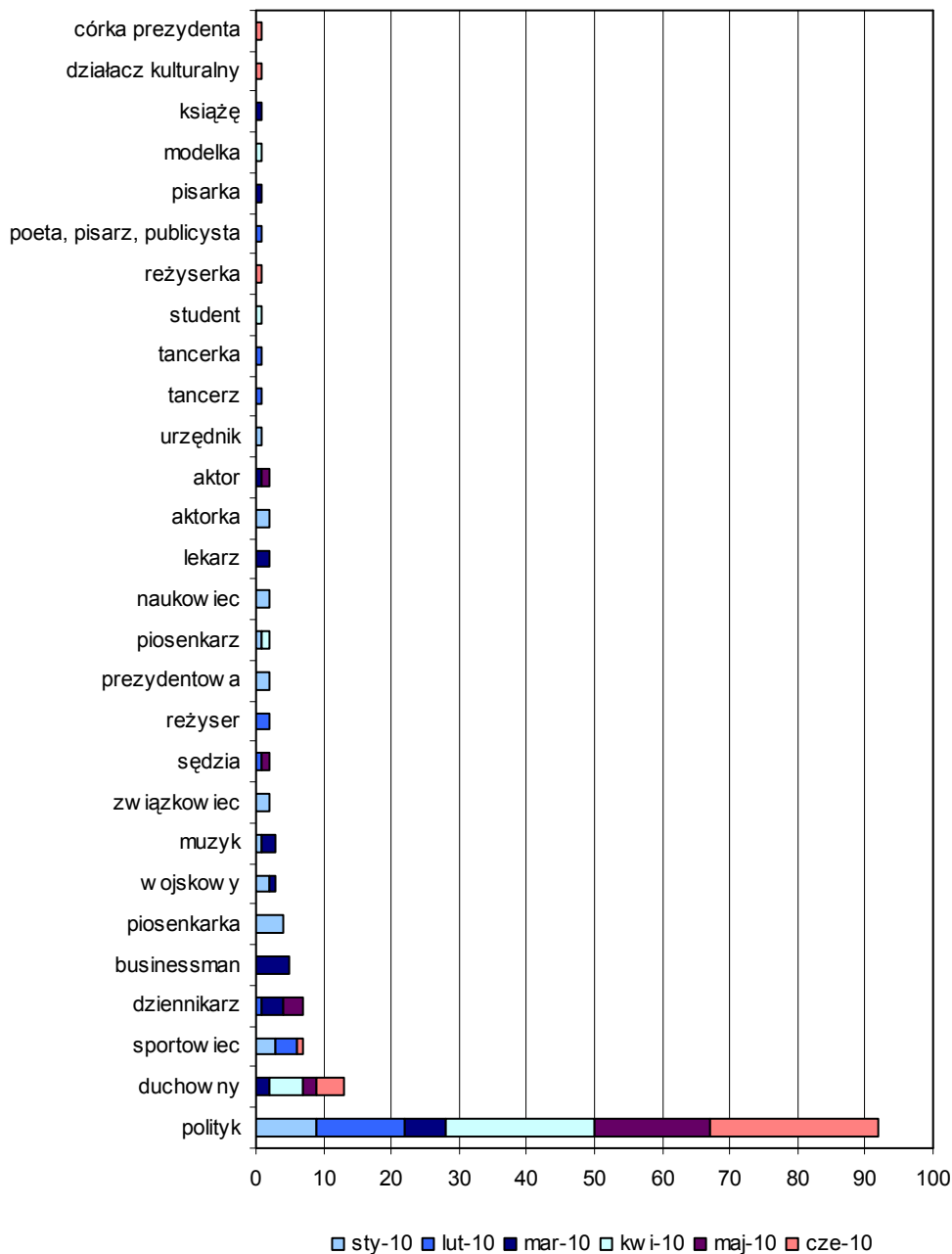
Wykres 1. Liczba wystąpień poszczególnych osób na okładkach tygodników w podziale na miesiące



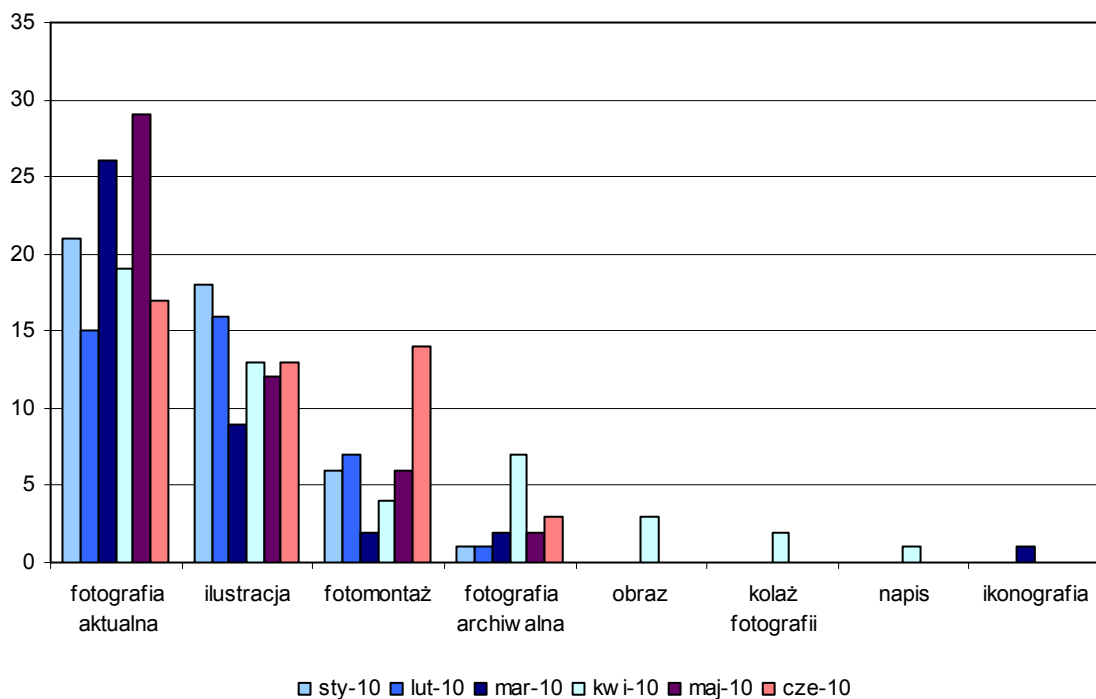
**Wykres 2. Liczba okładek w podziale na płeć przedstawionych osób**



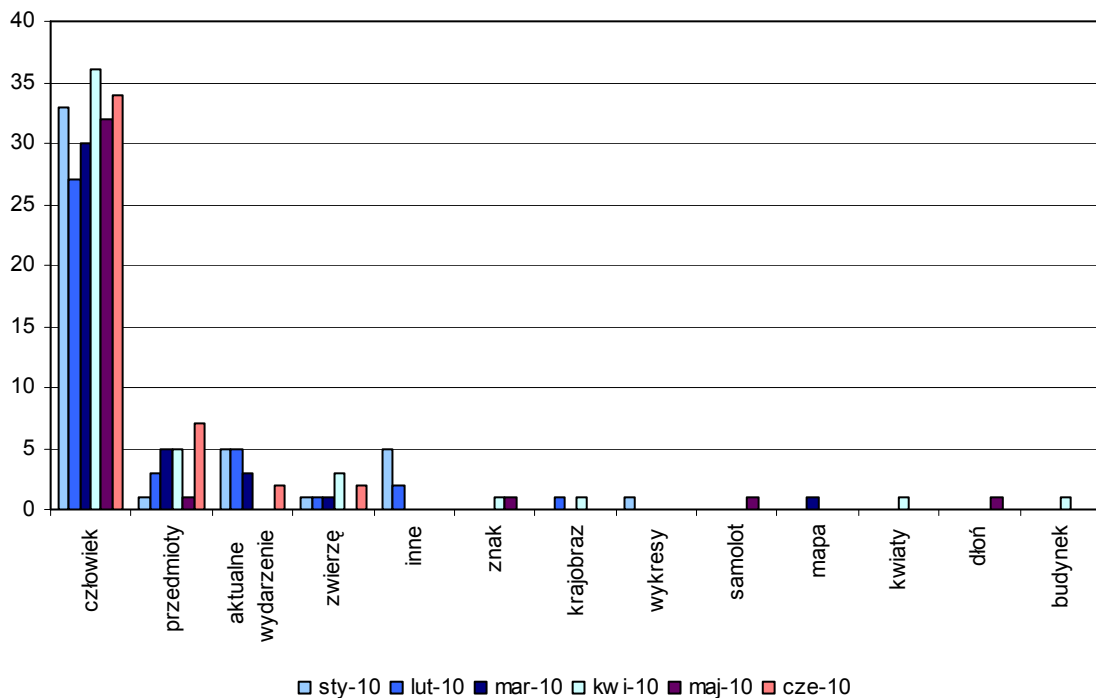
**Wykres 3. TOP 5 najczęściej pojawiających się kobiet oraz mężczyzn na okładkach od stycznia do czerwca 2010r.**



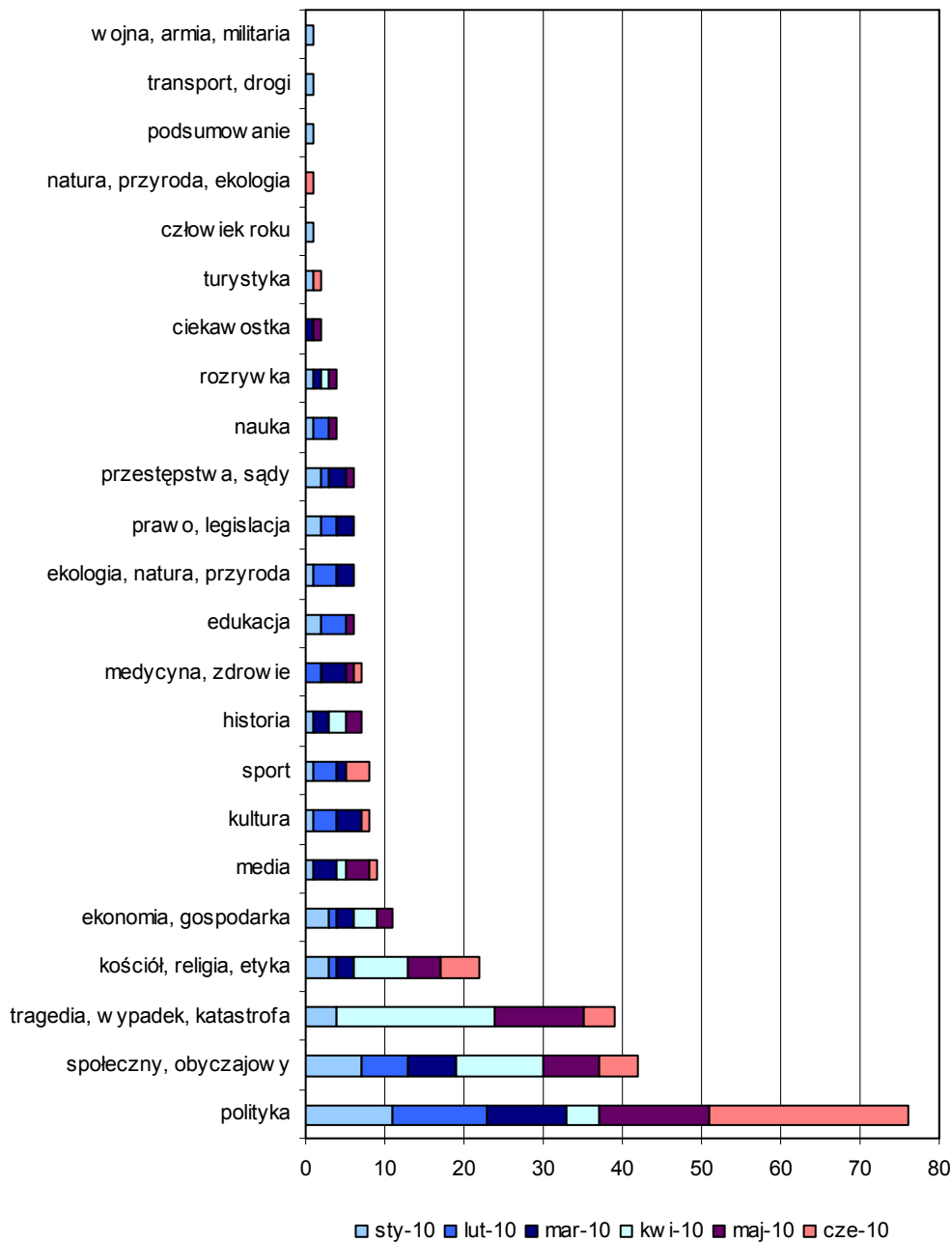
Wykres 4. Liczba okładek, na których prezentowane są osoby związane z konkretnym zawodem



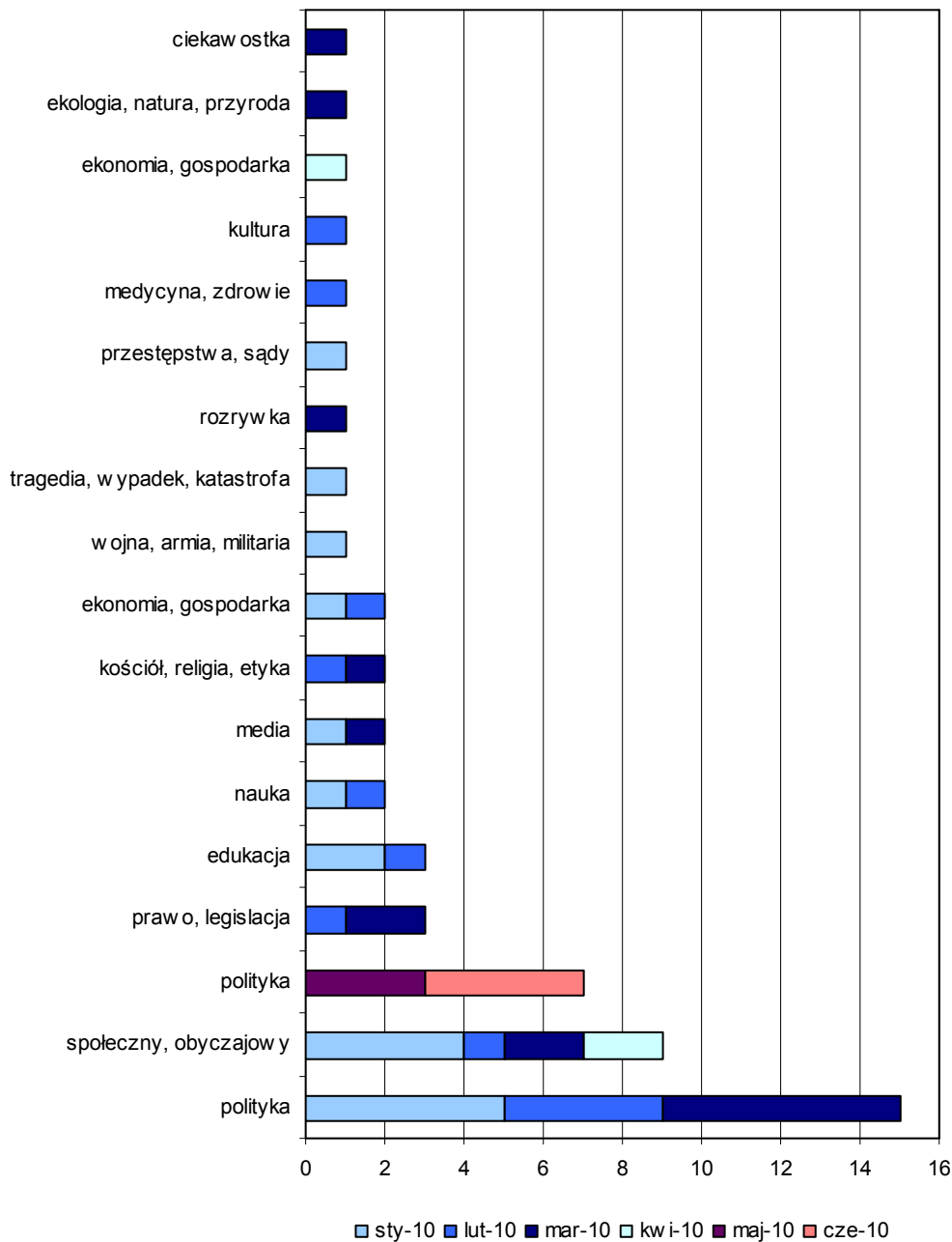
**Wykres 5. Liczba okładek w zależności od rodzaju zamieszczonej grafiki**



**Wykres 6. Liczba okładek w zależności od tematu zamieszczonej ilustracji/fotografii**



Wykres 7. Liczba głównych grup tematycznych prezentowanych na okładkach (tematy główne)



Wykres 8. Liczba głównych grup tematycznych, w których opisie pojawiła się ironia/dowcip/humor



## Analiza materiałów medialnych

### Ważne wydarzenia na okładkach

W II kwartale 2010 roku, podobnie jak to było we wcześniejszym okresie, twórcy tygodników opinii korzystali najczęściej z aktualnych fotografii osób albo wydarzeń, jakie miały miejsce. W drugiej kolejności pod względem częstości pojawiały się ilustracje – często w humorystyczny sposób podchodzące do omawianych kwestii. Dość popularne w II kwartale okazało się także używanie narzędzia fotomontażu na okładkach omawianych pism. Zdecydowanie rzadziej korzystano z fotografii archiwalnych, sporadycznie natomiast z kolażu fotografii. Fotografie aktualną najczęściej używały takie pisma jak: „Tygodnik Solidarność”, „Newsweek”, Zielony Sztandar” oraz „Angora”. Różnego rodzaju ilustracje na swoich stronach głównych najchętniej wykorzystywali twórcy „Nie”, „Przekroju” oraz „Forum”. Natomiast „Angora”, „Polityka” i „Wprost” to tygodniki, które w II kwartale 2010 roku najczęściej używały fotomontażu.

### Duchowni na okładki

Analogicznie do I kwartału 2010 roku, najczęściej na przełomie kwietnia, maja i czerwca na okładkach tygodników opinii pojawiali się politycy, mężczyźni. Najbardziej popularny okazał się Jarosław Kaczyński, którego mogliśmy oglądać 17 razy na pierwszych stronach tygodników. Na drugiej pozycji uplasował się Bronisław Komorowski z liczbą 14 okładek. Trzeci w tej kategorii okazał się Lech Kaczyński – 6 okładek. Na kolejnych pozycjach pojawili się m.in.: Waldemar Pawlak, Grzegorz Napieralski, Donald Tusk, Aleksander Kwaśniewski, Andrzej Olechowski. W minionym okresie stosunkowo często na okładkach gościły osoby duchowne. Było to związane z 5. rocznicą śmierci papieża-Polaka, świętami wielkanocnymi oraz ustanowieniem ks. Jerzego Popiełuszki błogosławionym. Zatem na okładkach pojawiał się Jan Paweł II, Benedykt XVI i ks. Jerzy Popiełuszko. Osoby duchowne można było zobaczyć najczęściej na pierwszych stronach „Tygodnika Solidarność” oraz „Gościa Niedzielnego”. Wspomniane tytuły prezentowały również wizerunek Jezusa Chrystusa. W minionym okresie tygodniki opinii zrezygnowały z tak częstego jak w zeszłym kwartale publikowania na jedynkach zdjęć osób związanych z show-biznesem czy sportem. Z pewnością tendencja ta była związana z narodową tragedią w Smoleńsku, powodzią oraz wyborami.

## Tematy przewodnie

Jakie tematy najczęściej pojawiały się na stronach głównych? II kwartał to przede wszystkim tragedia smoleńska, żałoba narodowa, pogrzeb prezydenckiej pary, powódź, beatyfikacja ks. Jerzego Popiełuszki, 5. rocznica śmierci Jana Pawła II, a także wybory prezydenckie. To właśnie te kwestie najczęściej pojawiały się na okładkach.

II kwartał 2010 roku przyniósł olbrzymie zainteresowanie tematami politycznymi. Wśród tego typu wątków odnaleźć można było kwestie związane z wyborami prezydenckimi, wizerunkiem kandydatów na prezydenta. Przykuwać uwagę mogła jedna z czerwcowych okładek czasopisma „Wprost”, na której umieszczono Donalda Tuska, Bronisława Komorowskiego i Jarosława Kaczyńskiego wspólnie kroczących po biało-czerwonym tle. Donald Tusk był jednak postacią największą, gdyż „Tusk rządzi”. Konkurenci w walce o stanowisko prezydenta byli tego samego wzrostu. Pytanie „postawione” w wersji wizualnej powtórzone zostało werbalnie – „Kto wygra w drugiej lidze?”. Okładką, która z pewnością przykuwała wzrok była ta, na której zaprezentowano oblicze pogrążonej w żałobie Marty Kaczyńskiej, córki tragicznie zmarłego prezydenta Lecha Kaczyńskiego. W tle zauważyć jednak można było twarz Jarosława Kaczyńskiego. „Wybory Marty”, okazały się wyrażeniem dwuznacznym - pytaniem zarówno o kwestie polityczne, jak i osobiste decyzje prezydenckiej córki. Dziennikarze rozważali i, czy udział Marty Kaczyńskiej w kampanii swojego wuja jest jej rzeczywistym wyborem. Inni dziennikarze pytali także o wizerunek Jarosława Kaczyńskiego. Zastanawiano się, czy tragedia smoleńska wpłynęła na jego zmianę oraz czy ta metamorfoza będzie trwała. Z kolei wysokie poparcie dla Grzegorza Napieralskiego w I turze wyborów prezydenckich poskutkowało stwierdzeniami, że to wyborcy lidera SLD wybiorą Polskę prezydenta.

## Smoleńska tragedia ascetycznie

Kwiecień 2010 to tragedia w Smoleńsku. Wobec niej żaden z tygodników nie przeszedł obojętnie. Pojawiały się okładki niezwykle ascetyczne, poświęcone tylko jednemu tematowi, czasem opatrzone napisem „Katyń 1940-2010”. Oprócz tego na stronach głównych pojawiały się zdjęcia osób, które zginęły w katastrofie, fotografie trumien z ciałami ofiar, informacje o pogrzebach. Przed ostatnim pożegnaniem prezydenckiej pary wybuchła „awantura o Wawel”. Oprócz tragedii smoleńskiej Polskę i Polaków dotknęła jeszcze inna katastrofa – powódź. Informowano o sytuacji powodzi i akcji pomocowej.

### Polskie święta

W mediach popularne okazały się ponadto tematy społeczno-obyczajowe – głównie z uwagi na Święta Wielkanocne przypadające w tym roku w kwietniu. Na okładkach tygodników opinii znaleźć można było życzenia świąteczne skierowane do czytelników opatrzone ilustracjami i zdjęciami. Temat świątecznych życzeń w sposób żartobliwy potraktowała „Angora” – na stronie głównej pojawiła się rymowanka: „Niech zające i barany pospelniają wasze plany”. Prosty, zabawny tekst z konotacjami politycznymi tym bardziej, że pod napisem głównym znaleźć można było ilustrację, na której z jednego jaja „wykluwa” się zając, z drugiego „baran”. W chmurce tuż nad barankiem umieszczono stwierdzenie: „Przed wyborami wszystkich robią w jajo!”. Stanowiło to zarówno świąteczny akcent, jak i komentarz polityczny. W czerwcu natomiast wydawcy tygodników opinii pamiętali o Dniu Dziecka. W „Przekroju” pojawiła się okładka, na której prezentowano postać dziecka z głową Alberta Einsteina i nagłówkiem: „Geniusz mieszka w dziecku”, natomiast „Polityka” poświęciła sporo miejsca opisywaniu sytuacji dziecka w centrach handlowych („Czary marek”).

### Jan Paweł II i ks. Jerzy

II kwartał to także 5. rocznica śmierci Jana Pawła II oraz beatyfikacja ks. Jerzego Popiełuszki. Pojawiały się fotografie przedstawiające duchownych. Oprócz tego „Gość Niedzielny” informował m.in. o tym, w jaki sposób się spowiadać, wyruszył także szlakiem świętych kobiet. „W Tygodniku Powszechnym” natomiast pojawiła się dyskusja na temat pontyfikatu Benedykta XVI.



**PRESS  
SERVICE**  
monitoring mediów

**PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.**

ul. Grunwaldzka 19  
60-782 Poznań, Polska  
tel. +48 61 66 26 005, fax wew. 115  
e-mail: [biuro@press-service.com.pl](mailto:biuro@press-service.com.pl)  
[www.press-service.com.pl](http://www.press-service.com.pl)