Poznań, 27 stycznia 2014 r.

INFORMACJA PRASOWA

Na czołówkach wrzawa wokół negocjacji

**W poprzednim raporcie „Na jedynkach” na pierwszych stronach gazet dominowały głównie wydarzenia zagraniczne - związane z tragedią „Charlie Hebdo”. Obecnie sytuacja uległa dużej zmianie. W minionym tygodniu najważniejszym tematem były negocjacje polskiego rządu z górnikami - wynika z danych opublikowanych przez „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów”.**

Najczęściej występującą frazą na czołówkach ogólnopolskich dzienników w dniach 19-25 stycznia była **„Kopacz”**, którą wymieniono **aż 47 razy!** Następnie w chmurze pojawiły się wyrazy **„pracy”** i **„rząd”**, które osiągnęły ten sam wynik – po 42 wystąpienia. Wyniki te związane są z reformą polskiego górnictwa, która wywołała dosłownie falę publikacji. Tego tematu dotyczą także inne frazy, którymi dziennikarze wielokrotnie posługiwali się w ciągu analizowanych 7 dni **- „Polska”**, **„premier"** oraz **„PO”**.



Media zdominowały też żądania pozostałych grup społecznych. Po tym, jak rząd poszedł na kompromis z górnikami, ustępstw żądają nauczyciele, kolejarze, urzędnicy oraz pocztowcy. W kontekście premier rządu dziennikarze pisali także o ustąpieniu Iwony Sulik z funkcji jego rzeczniczki oraz o odejściu Adama Piechowicza, głównego doradcy szefowej gabinetu.

Kolejnymi wyrazami szczególnie często używanymi w minionym tygodniu były **„banki”**, **„euro”**, **„kredytów”** i **„frankach”**, co jest związane z gwałtownym osłabieniem polskiej waluty wobec franka szwajcarskiego.

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

**Oto czołówka klasyfikacji:**

Kopacz 47  
Pracy 42  
Rząd 42  
Polska 34  
Premier 33  
Banki 31  
Euro 29  
Ukraina 29  
Rządu 27  
PiS 24  
Polskiego 23  
Kredytów 22  
Gazeta 21  
Frankach 21

 Analiza dotyczy tygodnia od 19 do 25 stycznia 2015.

**„Na jedynkach”**

To chmura wyrazów najczęściej występujących na pierwszych stronach dzienników ogólnopolskich. Treść chmury odzwierciedla najważniejsze tematy, jakie przetoczyły się przez polskie media w danym tygodniu, a także sposób pisania o nich. Metodologia zakłada pominięcie tak zwanych „common words” - spójników, zaimków i innych słów, które nic nie mówią o tematyce podejmowanej przez media.

\*W chmurze wzięto pod uwagę treści ze wszystkich wydań danego tygodnia z pierwszych stron „Dziennika Gazety Prawnej”, „Faktu”, „Gazety Polskiej Codziennie”, „Gazety Wyborczej”, „Metra”, „Naszego Dziennika”, „Polski the Times”, „Rzeczpospolitej” i „Super Expressu”.

Osoba do kontaktu:  
**Alicja Dahlke**   
asystent ds. marketingu i PR  
mobile: +48 691 630 190  
tel. +48 61 66 26 005 wew. 128  
[adahlke@psmm.pl](mailto:adahlke@psmm.pl)

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów  
60-782 Poznań, ul. Grunwaldzka 19  
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)