

Słowa „It’s the economy, stupid” wiecznie żywe – podsumowanie kampanii w USA okiem NewsPoint

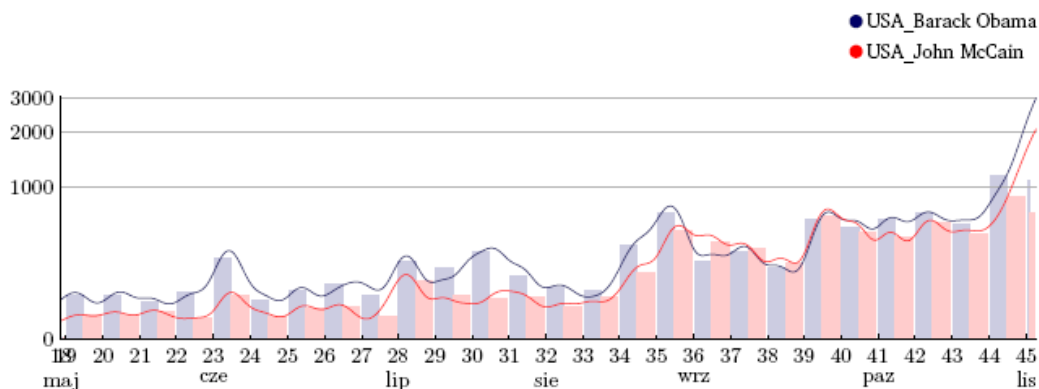
Po zakończonej kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych, specjaliści NewsPoint postanowili przyrzeć się publikacjom na temat dwóch najważniejszych kandydatów w polskich serwisach internetowych. Analiza obejmuje okres od 4 maja do 4 października 2008 r. Z raportu wynika, że polskie media online, podobnie jak amerykańskie, prawie przez cały czas trwania kampanii chętniej pisały o kandydacie, który ostatecznie został wybrany przez Amerykanów. Pod sam koniec kampania została zdominowana przez tematykę ekonomiczną.

Liczba artykułów w polskich mediach stopniowo rosła w miarę rozwoju kampanii. W maju liczba publikacji zawierających nazwisko Barack Obama wyniosła 568, natomiast tekstów wymieniających nazwisko kandydata Republikanów pojawiło się niemalże 2 razy mniej, bo 291. **Z kolei pod koniec kampanii – w październiku – o Johnie McCainie pisano aż 2475 razy, a o Baracku Obamie – 3082 razy.**

W analizowanym okresie w polskich serwisach internetowych napisano o Baracku Obamie łącznie 10515 razy, natomiast o jego kontrkandydacie 7921 razy. **Przez większość czasu trwania kampanii kandydat Partii Demokratycznej odnotowywał więcej publikacji, niż kandydat Republikanów. Wyjątkiem jest miesiąc wrzesień, w którym pojawiło się 2327 publikacji o Johnie McCainie, a o jego rywalu – 2152.** Wówczas głównym tematem w mediach był krach finansowy w USA oraz działania podjęte przez kandydatów, a zwłaszcza przez Johna McCaina. Próba odłożenia pierwszej debaty telewizyjnej z uwagi na kryzys i walka o porozumienie Białego Domu z Kongresem w kwestii planu ratowania amerykańskiej gospodarki ostatecznie przyczyniły się do klęski kandydata Republikanów.

Statystyki mediów NewsPoint

4. maj – 4. lis 2008



Najwięcej artykułów o obydwu kandydatach pojawiło się na początku czerwca, w pierwszych dniach lipca, w ostatnim tygodniu sierpnia, pod koniec września oraz w ostatnim tygodniu przed wyborami. W pierwszym tygodniu czerwca przeprowadzane były bowiem prawybory Demokratów, w których Barack Obama pokonał Hillary Clinton i zapewnił sobie nominację na stanowisko kandydata tej partii. Tym samym w mediach pojawiło się mnóstwo informacji o rezygnacji byłej Pierwszej Damy z wyścigu do fotela prezydenckiego, a także publikacji przybliżających sylwetkę Baracka Obamy.

W pierwszych dniach lipca (01.07 – 07.07) medialne trzęsienie ziemi wywołała deklaracja Johna McCaina o wykluczeniu Rosji z Grupy G8. Ponadto, w wyniku spadającej popularności przeprowadzono poważne zmiany w jego sztabie wyborczym. W polskich mediach online szerokim echem odbiła się również wizyta Radosława Sikorskiego w USA i jego rozmowy z Condoleezzą Rice, Johnem McCainem oraz Barackiem Obamą w sprawie tarczy antyrakietowej. W internetowych relacjach z rozmowy z kandydatem Demokratów często wspomniano, że na wiosnę tenże senator jako jedyny z trojga wówczas głównych kandydatów do nominacji prezydenckiej (poza nim: senator Hillary Clinton i senator John McCain z Partii Republikańskiej) odpowiedział na ankietę rozesłaną przez organizację polonijną z pytaniami o stosunek do spraw interesujących Polaków.

Nagły wysyp publikacji pod koniec sierpnia (25.08. – 31.08) związany był przede wszystkim z konfliktem gruzińsko-rosyjskim oraz konwencją Demokratów, podczas której Barack Obama uzyskał oficjalną nominację partii na kandydata w wyborach. Polskie media zwracały również uwagę na fakt, iż gośćmi na konwencji byli doradcy polskiego prezydenta ds. wizerunku, którzy wybrali się tam, aby obserwować amerykańskie wzorce prowadzenia kampanii wyborczej. Szeroko komentowano poparcie udzielone mu przez Hillary Clinton, a także nominowanie senatora Joe Bidena na kandydata do urzędu wiceprezydenta. Ponadto często opisywanym tematem było kończące konwencję widowiskowe przemówienie Baracka Obamy, wygłoszone 28 sierpnia na stadionie Ivesco Field w Denver - dokładnie w 45. rocznicę pamiętnej mowy "I have a dream" Martina Luthera Kinga. **Dzień później po stronie republikańskiej również miało miejsce bardzo istotne w kampanii wydarzenie – podczas konwencji John McCain oficjalnie wskazał swojego kandydata na wiceprezydenta.** Została nim do tej pory niewymieniana wśród typowanych osób, 44-letnia gubernator Alaski Sarah Palin. Zdaniem ekspertów od wizerunku było to bardzo dobre posunięcie, ponieważ pozwoliło **odwrócić uwagę mediów od niezwykle udanego przemówienia kandydata Demokratów.** Jednocześnie umożliwiło McCainowi zwiększenie poparcia konserwatystów obyczajowych i religijnych, a także zebranie więcej głosów kobiet m.in. wśród tych rozczarowanych przegraną Hillary Clinton.

We wrześniu w publikacjach o kampanii amerykańskiej z uwagi na kryzys na pierwszy plan wysunęły się kwestie ekonomiczne. John McCain postanowił zawiesić kampanię na czas kryzysu i zaapelował do konkurenta o odłożenie pierwszej debaty telewizyjnej w Missisipi do momentu porozumienia między Kongresem i prezydentem w sprawie tzw. planu Paulsona - ratowania amerykańskiego systemu finansowego. Apel spotkał się z odmową i wbrew intencjom Johna McCaina został odebrany jako tchórzostwo. Ponadto, **gorliwie popierany przez Johna McCaina plan został odrzucony przez Kongres, i to właśnie głosami Republikanów. To wydarzenie ostatecznie pogrzyżyło wizerunkowo Johna McCaina, zwłaszcza, że tuż przed wybuchem kryzysu mówił o stabilnych podstawach amerykańskiej gospodarki.** Od tego momentu w serwisach internetowych coraz częściej pojawiały się głosy komentatorów, określających to jako największy strategiczny błąd republikańskiego kandydata.

Wygląda na to, że w amerykańskich wyborach nastąpiła powtórka sytuacji sprzed 16 lat. W kampanii w 1992 roku George Bush wydawał się niezwyciężony. Jednakże dokuczliwa recesja, która dotknęła Stany tuż przed wyborami, przyczyniła się do zwycięstwa Clintona, który prowadził kampanię pod hasłem „*It's the economy, stupid*” („Liczy się gospodarka, głupcze”).

Do wyszukiwania zastosowano frazy "Barack Obama" i „John McCain” wraz z ich odmianami. Analiza objęła okres 4 maja 2008 r. – 4 listopada 2008 r.

NewsPoint to usługa monitorowania komunikacji w internecie, wprowadzona przez NetSprint.pl - dostawcę zaawansowanych rozwiązań wyszukiwawczych. System monitoruje ponad 1900 polskich i ponad 9000 serwisów zagranicznych, w tym portale, wortale oraz blogi. NewsPoint co kilka minut sprawdza obecność nowych publikacji w mediach online. Oprócz monitorowania mediów usługa umożliwia również łatwe zarządzanie pozyskanymi informacjami. Aplikacja automatycznie generuje wykresy i tabele, pozwala również na publikację znalezionych w sieci informacji na temat firmy na stronie WWW, intranecie lub kanale RSS.

NewsPoint jest narzędziem przydatnym podczas:

- . badania efektywności działań marketingowych i PR,
- . planowania marketingowego,
- . monitorowania działań konkurencji,
- . planowania kampanii reklamowych,
- . tworzenia strategii przedsiębiorstwa.

Dane kontaktowe:

Olga Kamińska
Specjalista ds. public relations
NetSprint.pl Sp. z o.o.
Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa
tel. 022 8 444 990 w. 404
e-mail: olga.kaminska@netsprint.pl

Anna Miotk
Dyrektor pionu monitoringu internetu
NetSprint.pl Sp. z o.o.
Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa
tel. (22) 8 444 990 w. 401
e-mail: anna.miotk@netsprint.pl