

Spór o krzyż w Internecie okiem NewsPoint

Specjaliści NewsPoint przeanalizowali publikacje dotyczące konfliktu o krzyż przed Pałacem Prezydenckim. O ile portale stały się narzędziem relacjonowania kolejnych etapów konfliktu, social media służyły przede wszystkim wyrażaniu emocji.

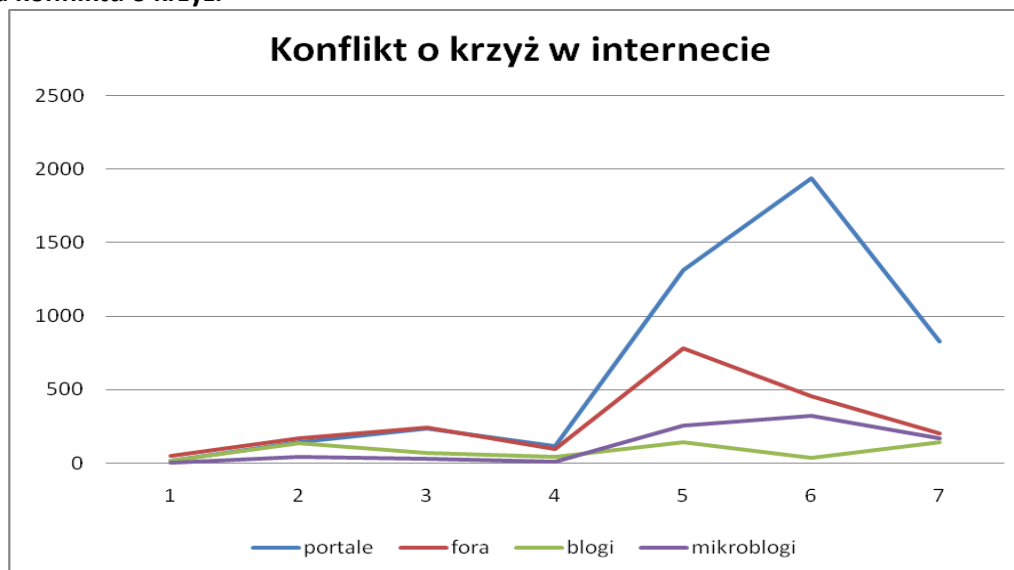
Krzyż przed pałacem prezydenckim został ustawiony przez harcerzy po katastrofie samolotu prezydenckiego pod Smoleńskiem, która miała miejsce 10 kwietnia b.r. W pierwszych dniach po katastrofie gromadziły się pod nim osoby chcące upamiętnić tragicznie zmarłych. 3 sierpnia miało się odbyć uroczyste przeniesienie krzyża do kościoła Św. Anny, co zostało uzgodnione między harcerzami, kurią, a politykami. Na przeniesienie krzyża nie pozwoliły jednak osoby nadal gromadzące się pod krzyżem, które żądały zbudowania w tym miejscu pomnika ofiar katastrofy. Wobec tego szef Kancelarii Prezydenta zdecydował o pozostawieniu krzyża na obecnym miejscu. Od tego momentu chodnik przed pałacem prezydenckim stał się miejscem spotkań zwolenników i przeciwników pozostawienia tam krzyża.

W mediach rozgorzała debata o zasadność roszczeń zwolenników pozostawienia krzyża przed pałacem. W dniach 2-8 sierpnia czyli tygodniu, w którym krzyż miał być przeniesiony, portale pisały o sprawie aż 1315 razy. W kolejnym tygodniu, 9-15 sierpnia, liczba publikacji wzrosła do 1937. Demonstracje przeciwników pozostawienia krzyża stały się idealnym pretekstem do rozpoczęcia debaty o miejsce symboli religijnych oraz miejsce Kościoła katolickiego w polskim życiu publicznym. W kolejnym tygodniu, 16-22 sierpnia, temat cieszył się mniejszym zainteresowaniem portali, na forach i na mikroblogach, za to pojawiło się więcej komentarzy na blogach.

Tabela - Liczby publikacji na portalach, forach, blogach i mikroblogach w kolejnych tygodniach trwania konfliktu o krzyż

	5-11 VII	12-18 VII	19-25 VII	26 VII - 1 VIII	2-8 VIII	9-15 VIII	16-21 VIII
portale	15	142	234	115	1315	1937	827
fora	47	172	244	99	781	456	205
blogi	17	133	68	40	142	38	144
mikroblogi	5	44	30	10	256	324	166

Wykres – Liczby publikacji na portalach, forach, blogach i mikroblogach w kolejnych tygodniach trwania konfliktu o krzyż.



Konflikt o krzyż stał się również interesujący dla social media – forów, blogów i mikroblogów. Na forach i blogach debata najbardziej przybrała na sile w tygodniu, w którym miała miejsce nieudana próba przeniesienia krzyża. Z kolei na mikroblogach najwięcej postów pojawiło się w kolejnym tygodniu, gdy odbywały się demonstracje przeciwników pozostawienia krzyża pod Pałacem Prezydenckim – był to okres, w którym sprawa krzyża budziła najgorętsze emocje. W tym mikroblogi zbliżyły się do portali – wynika to z dwóch czynników: są one najszybszym narzędziem do dzielenia się aktualnościami przez internautów a ponadto są często używane przez redakcje portali internetowych do popularyzowania umieszczonych w nich artykułów.

Social media stały się istotnym narzędziem debaty publicznej, służącym wyrażeniu emocji związanych konfliktem. Szczególnie aktywni są w nich przeciwnicy pozostawienia krzyża, co widać po przykładowych treściach: filmiki tworzone przez internautów a następnie upowszechniane za pomocą mikroblogów (np. miksy z samplami krzyków obrońców, parodie reklam Plus - taryfa Bezendu czy Danone – Mały Głód), ogłoszeniu pewnego zakładu stolarskiego w Dzienniku Łódzkim, promującego sprzedaż drewnianych krzyży za pomocą aluzji do sporu o krzyż, komentarzy rysunkowych tworzonych przez znanych rysowników (Andrzej Pągowski, Marek Raczkowski) czy samych internautów (projekty pomnika, który miałby stanąć na Krakowskim Przedmieściu w miejsce krzyża, przeróbka Pałacu Kultury i Nauki, parodia Naszej-Klasy dla obrońców krzyża), nie wspominając o organizowaniu się przeciwników pozostawienia krzyża za pomocą Facebooka. „Obrońcy krzyża” nie byli w social media aż tak aktywni. Prawdopodobnie wynika to z faktu, że większość z nich, jako przedstawiciele starszej grupy wiekowej, korzysta z innych mediów niż internet.

Metodologia:

W analizie zostały uwzględnione teksty, które ukazały się we wszystkich portalach monitorowanych przez NewsPoint oraz na blogach, forach i mikroblogach monitorowanych przez NewsPoint Social Media, w dniach 1 lipca – 21 sierpnia 2010. Zawierały one przynajmniej jedną z następujących fraz: "krzyż przed pałacem prezydenckim", "bitwa o krzyż" "spór o krzyż" "wojna o krzyż", "obrońcy krzyża", "walczący z krzyżem", "przeciwnicy krzyża", "zwolennicy krzyża".

=====

***Raporty NewsPoint** to pogłębione analizy medialne materiałów pochodzących z portali internetowych i social media. Obrazują one działania komunikacyjne firmy, marki lub usługi prowadzone w mediach w dowolnym czasie. Umożliwiają też porównanie obecności w mediach organizacji oraz jej konkurentów. Raporty pozwalają również na przyjrzenie się, jak media czy internauci traktują wybrane zagadnienia czy też na wyłonienie internetowych liderów opinii. Analizy NewsPoint mogą być również pomocne w działaniach sprzedażowych i badawczo-rozwojowych.*

Podczas przygotowywania raportów specjaliści NewsPoint stosują się do standardów badawczych, przyjętych dla analizy treści przez ośrodki akademickie oraz międzynarodowe organizacje branżowe (Międzynarodowe Stowarzyszenie Pomiaru i Oceny Komunikacji - AMEC). Wysoką jakość analiz zapewnia również doświadczenie w PR i wiedza ekspercka zespołu dotycząca badań komunikacji.

Dodatkowe informacje:

Olga Kamińska, PR Manager, NetSprint.pl Sp. z o.o.

e-mail: olga.kaminska@netsprint.pl

Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa

tel. 022 844 49 90 w. 404

tel. kom: 0 600 917 124

Anna Miotk, dyrektor rozwoju biznesu NewsPoint, NetSprint.pl

e-mail: anna.miotk@netsprint.pl

Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa

tel. 022 844 49 90