



**CO TAM PANIE
W POLITYCE?**

RAPORT MEDIALNY | KWIECIEŃ 2018

METODOLOGIA

Na podstawie informacji medialnych zebranych w kwietniu 2018 roku, a traktujących na temat partii politycznych i liderów ugrupowań, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln źródeł internetowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych. Jako informacje rozumiemy wszelkie doniesienia medialne na temat analizowanego zagadnienia (zarówno jednozdaniowe wzmianki, jak i kilkunastuściem artykuły).

Analiza medialna objęła sześć partii politycznych: Kukiz'15, Mniejszość Niemiecką, Nowoczesną, PiS, PO oraz PSL, a także ich liderów: Pawła Kukiza, Ryszarda Gallę, Katarzynę Lubnauer, Jarosława Kaczyńskiego, Grzegorza Schetynę i Władysława Kosiniaka-Kamysza.

Raport składa się z trzech podstawowych części:

▸ Rozdział I - Podsumowanie

Podsumowanie informacji na temat sześciu partii politycznych, stowarzyszeń oraz ich liderów.

▸ Rozdział II – Partie polityczne

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych partii politycznych, stowarzyszeń.

▸ Rozdział III – Liderzy partii politycznych

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych liderów partii politycznych, stowarzyszeń.

KOMENTARZ DO RAPORTU

Ukłon w stronę wyborców

Prawo i Sprawiedliwość próbuje odzyskać zaufanie wyborców po aferze z nagrodami dla ministrów. Mimo że sprawa wyszła na jaw na początku roku, to wciąż powraca jak bumerang. Dlatego, aby zakończyć wszelkie spekulacje, Jarosław Kaczyński kazał oddać ministrom nagrody. Czy wyborcy docenią ten gest? To się okaże. Na razie dziennikarze nie odstępują posłów PiS ani na krok, co przekłada się na liczbę publikacji. O obozie rządzącym wspomniano aż w 63,6 tys. publikacji. To więcej niż w marcu. Platforma Obywatelska uzyskał trzy razy gorszy wynik.

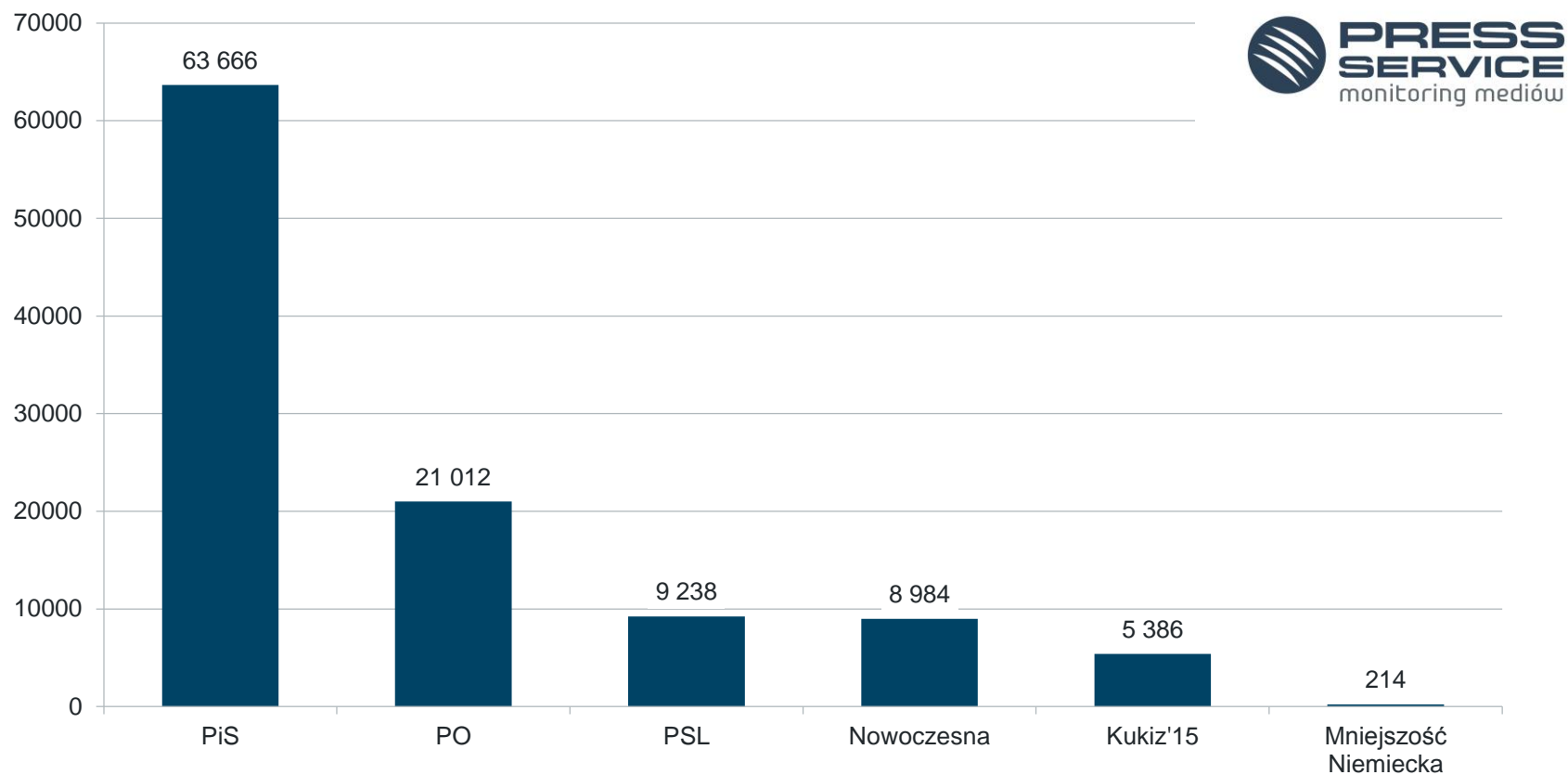
W Internecie tylko Kaczyński

PiS wywołymano do przysłowiowej tablicy nie tylko w Sejmie, ale i w mediach społecznościowych. To nazwisko Jarosława Kaczyńskiego najczęściej padało w postach. Ponad 265 tys. publikowanych informacji dotyczyło właśnie prezesa. To pięć razy lepszy wynik niż ten, którym może się pochwalić Grzegorz Schetyna (45 tys.).

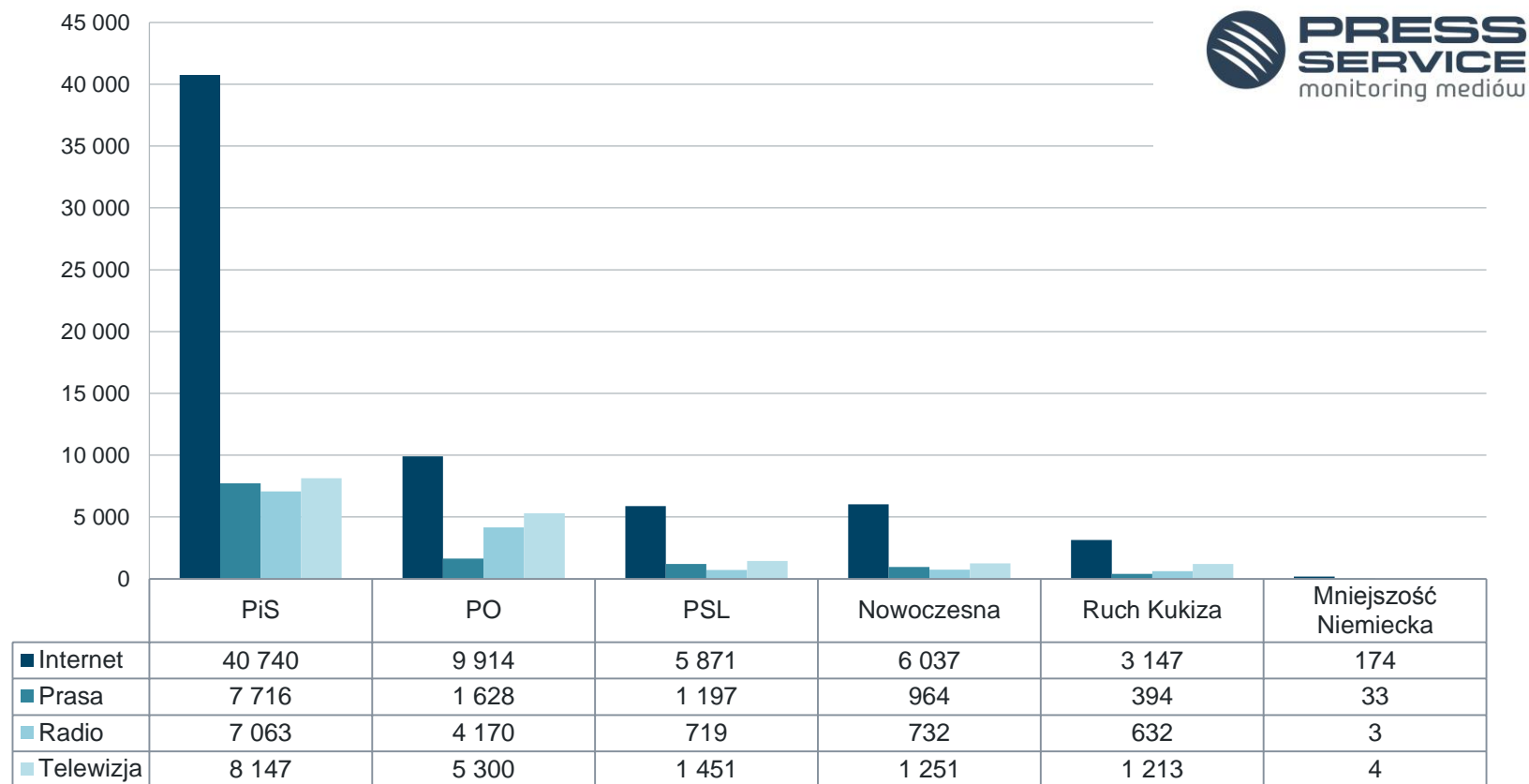
ROZDZIAŁ I

Podsumowanie danych

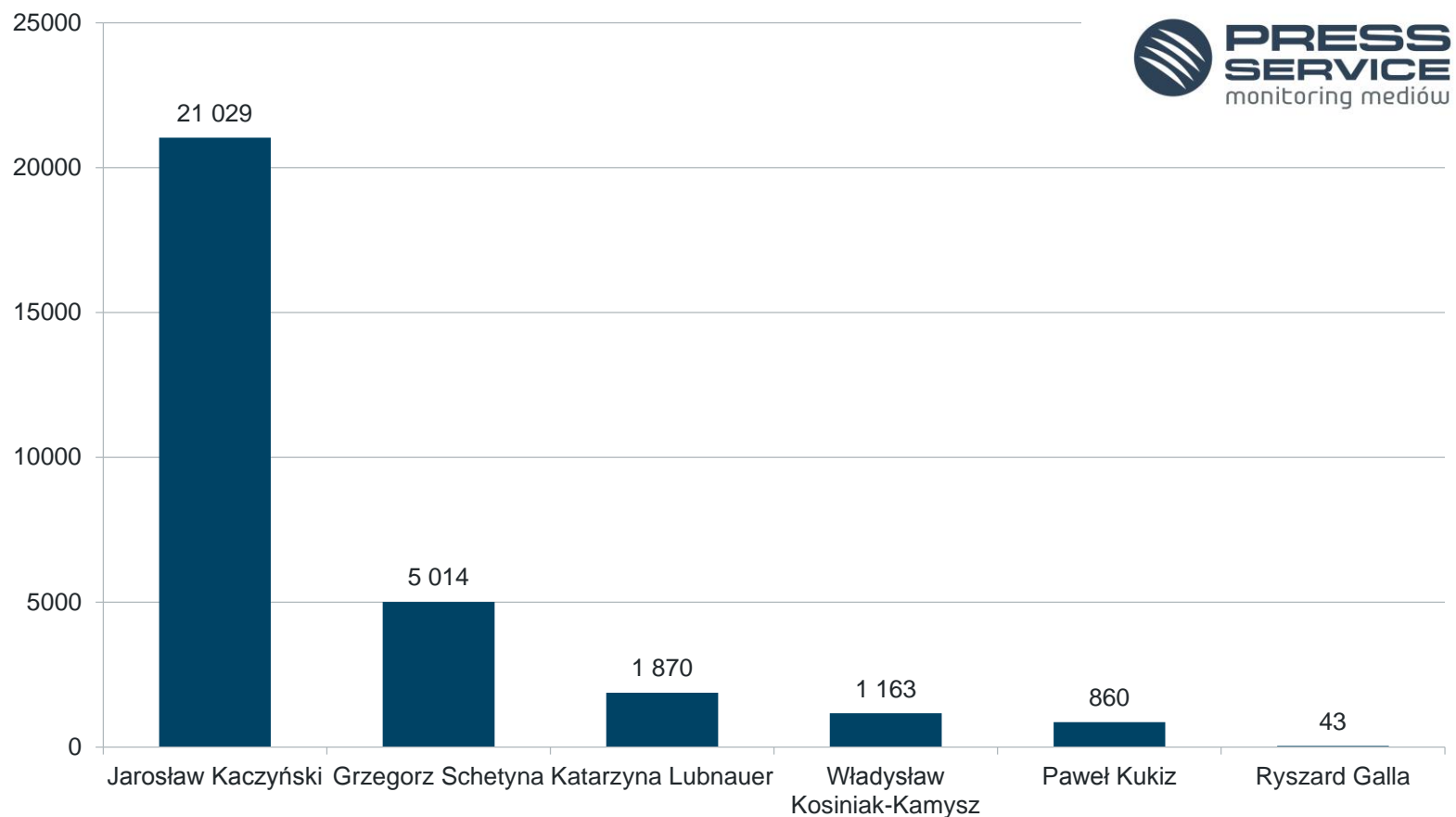
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne, stowarzyszenia - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



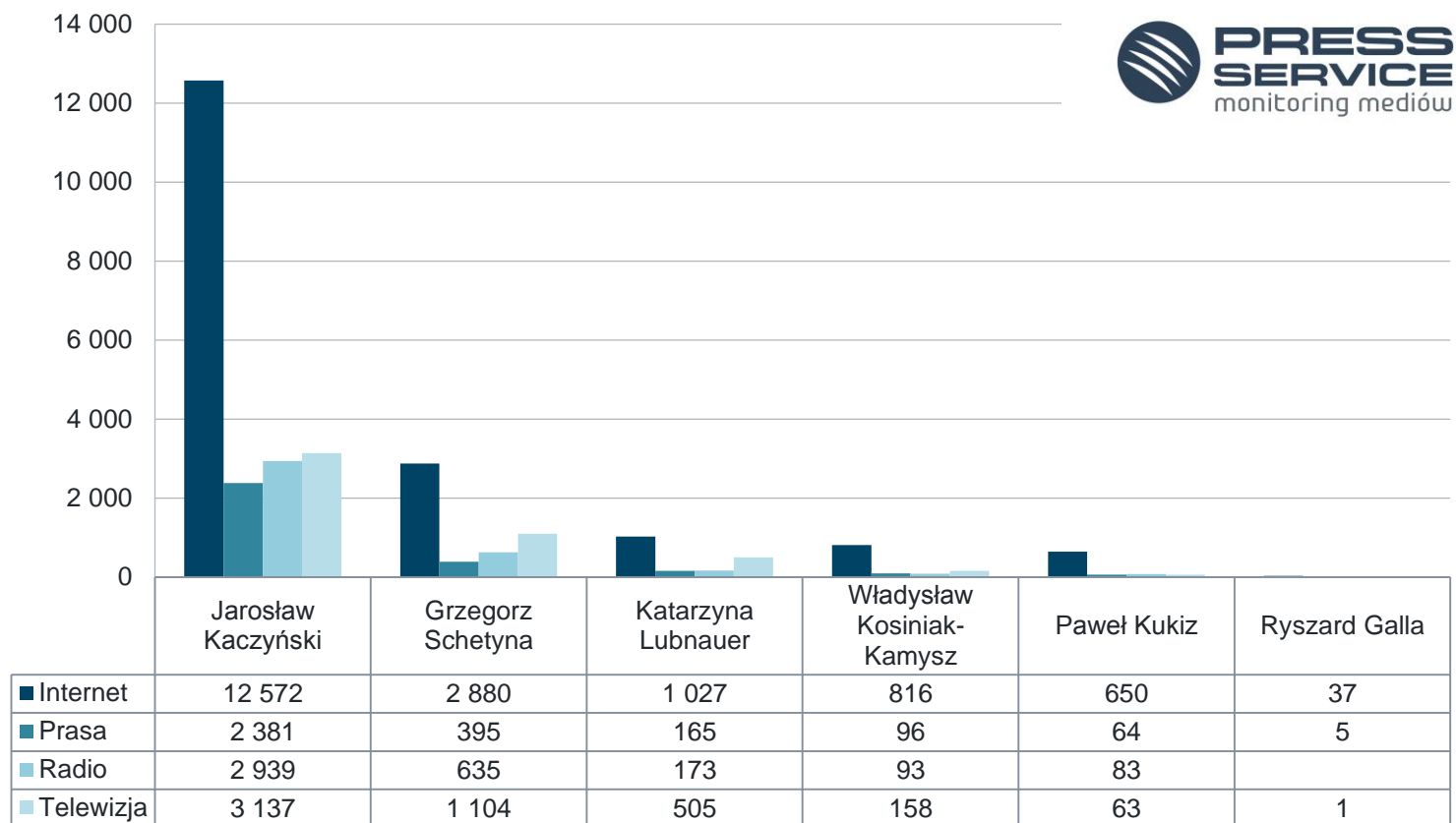
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne, stowarzyszenia z podziałem na media – kwiecień 2018 r.



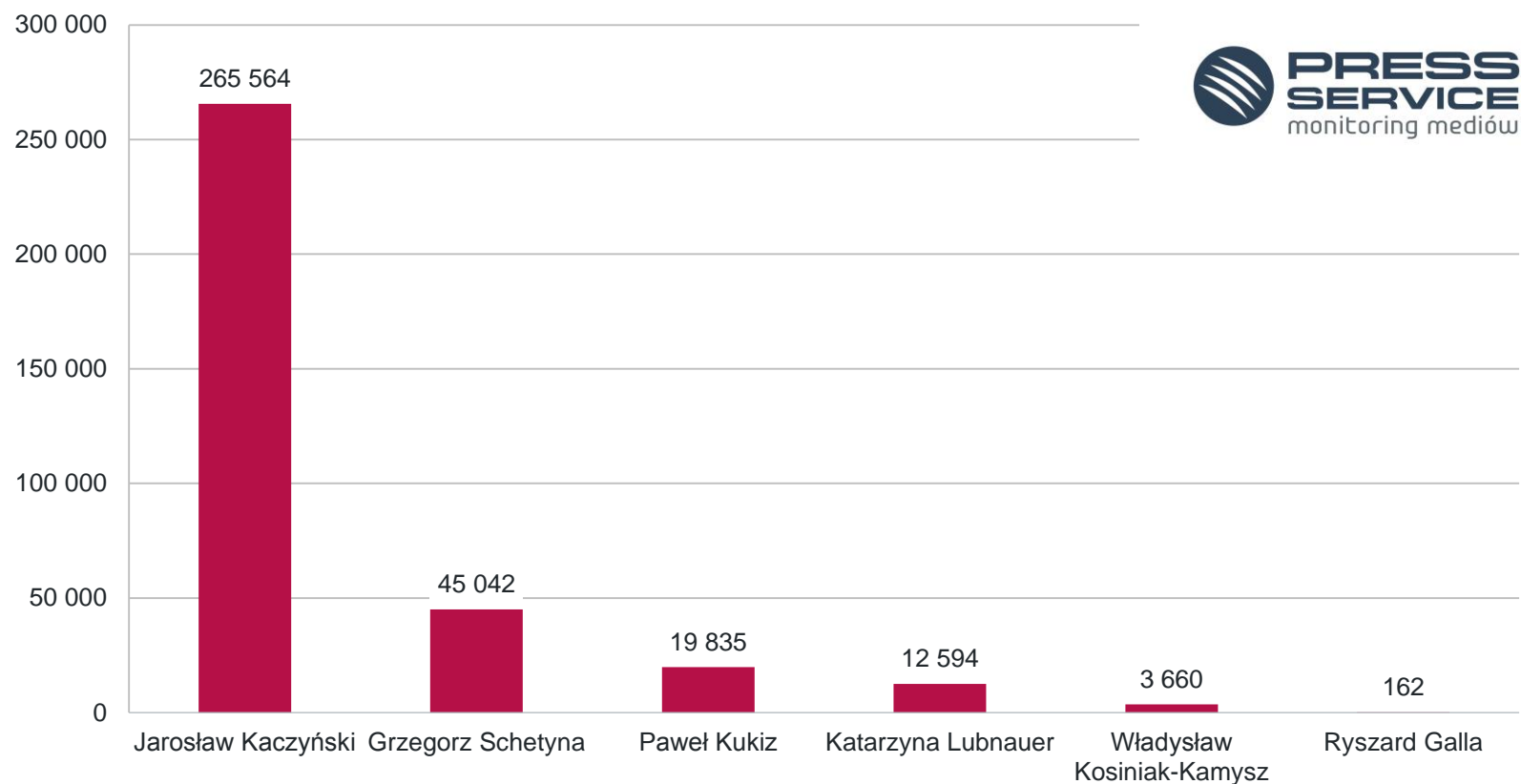
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych, stowarzyszeń - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych, stowarzyszeń z podziałem na media - kwiecień 2018 r.



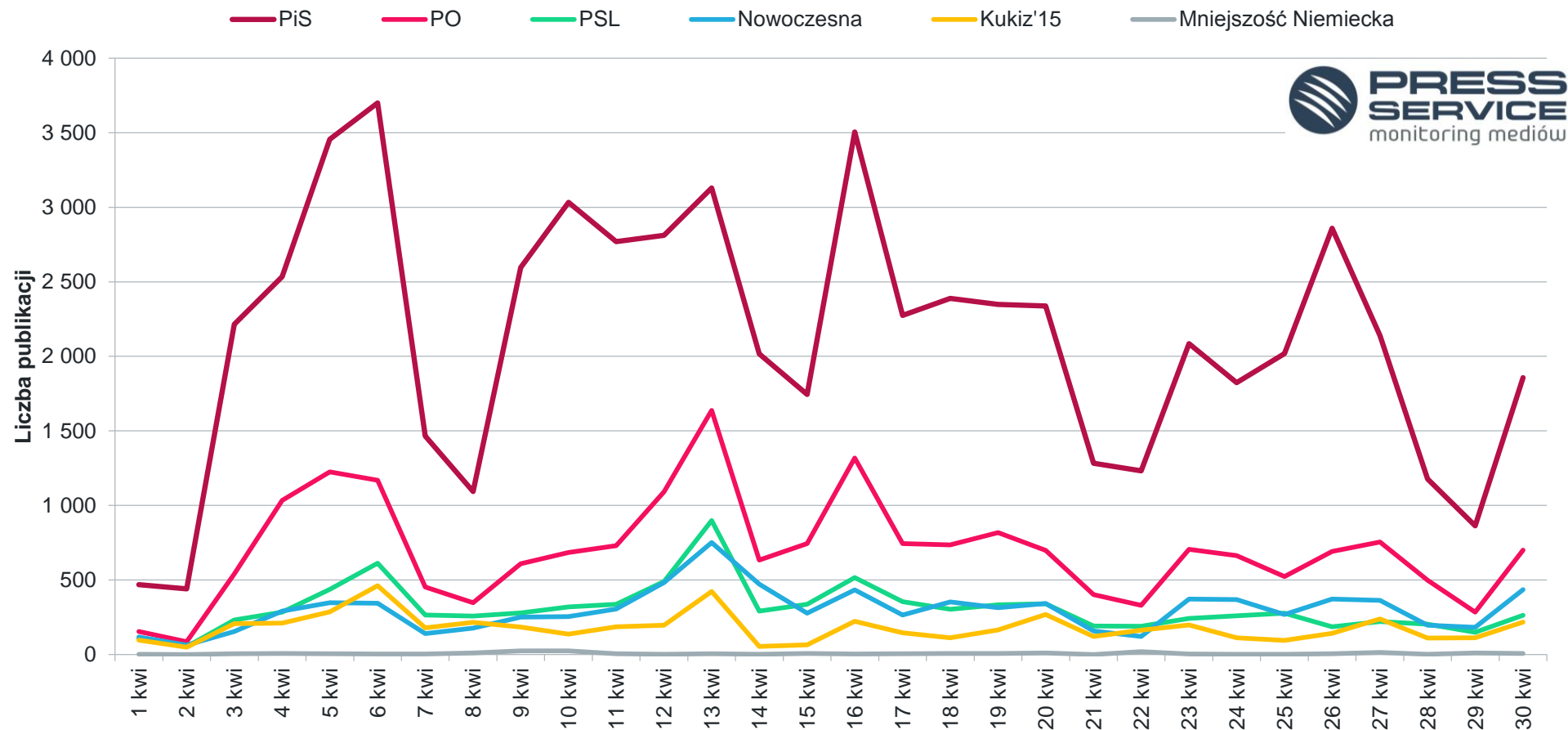
Liczba informacji na temat liderów partii politycznych, stowarzyszeń w social media - kwiecień 2018 r.



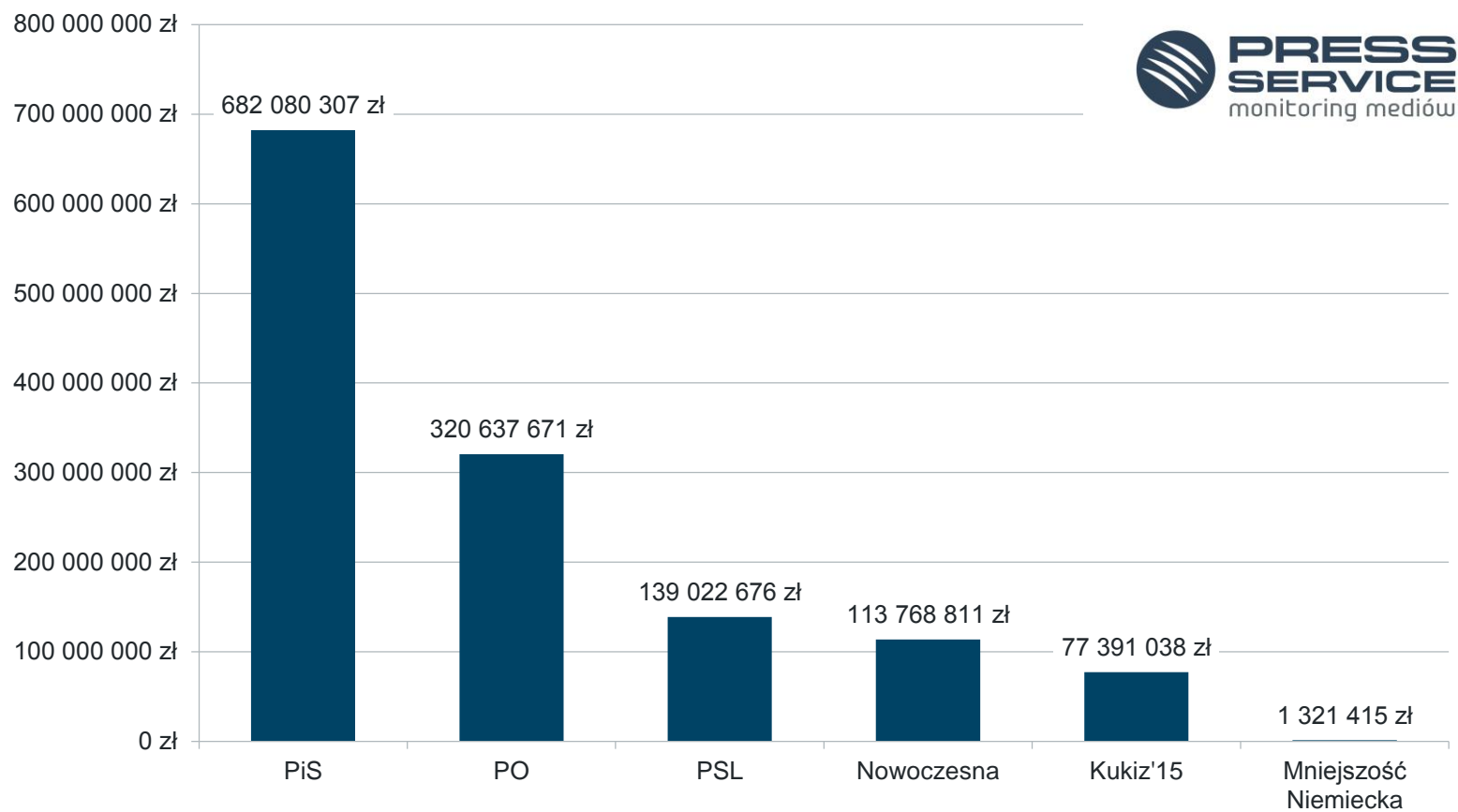
ROZDZIAŁ II

Partie polityczne

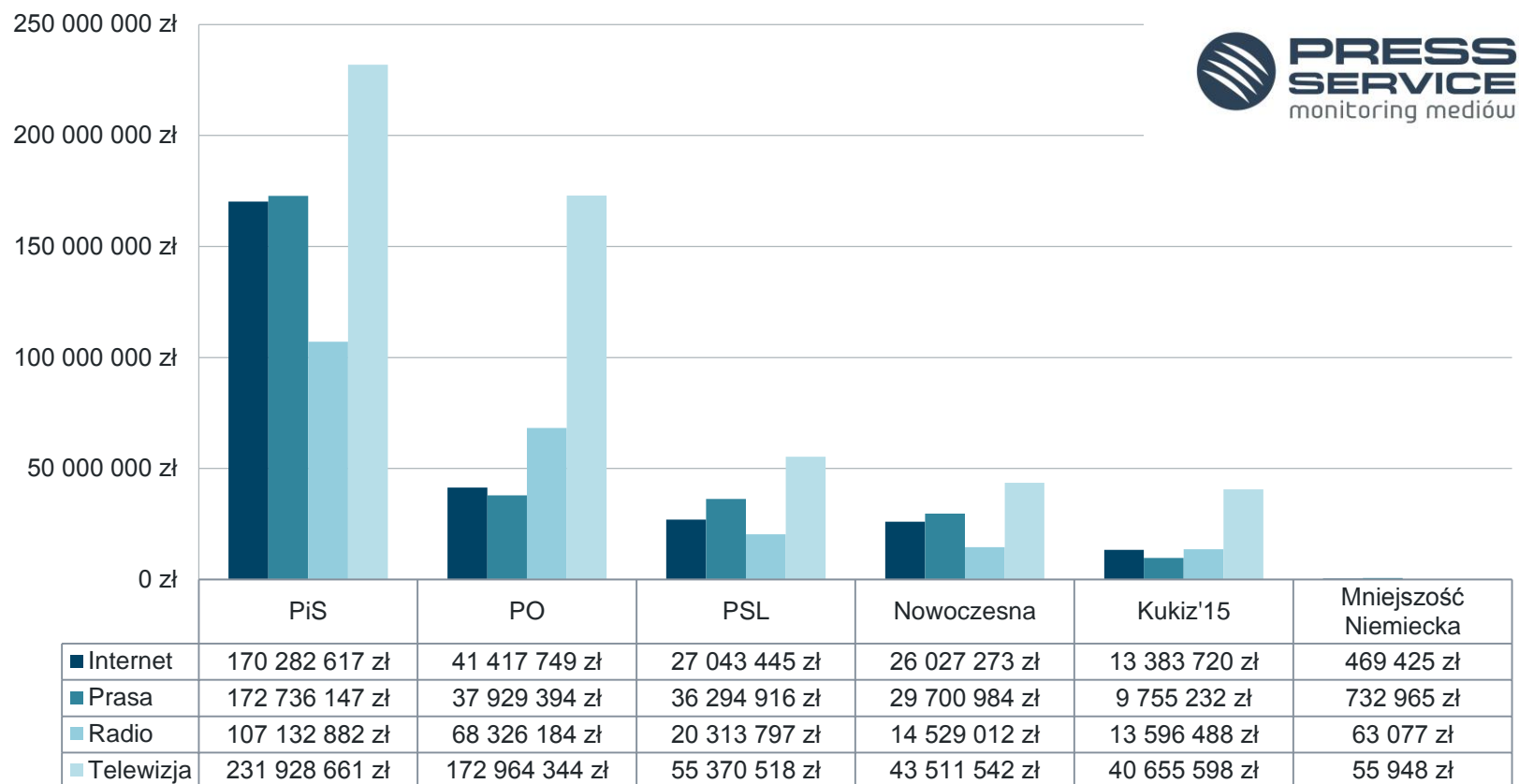
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych, stowarzyszeń - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



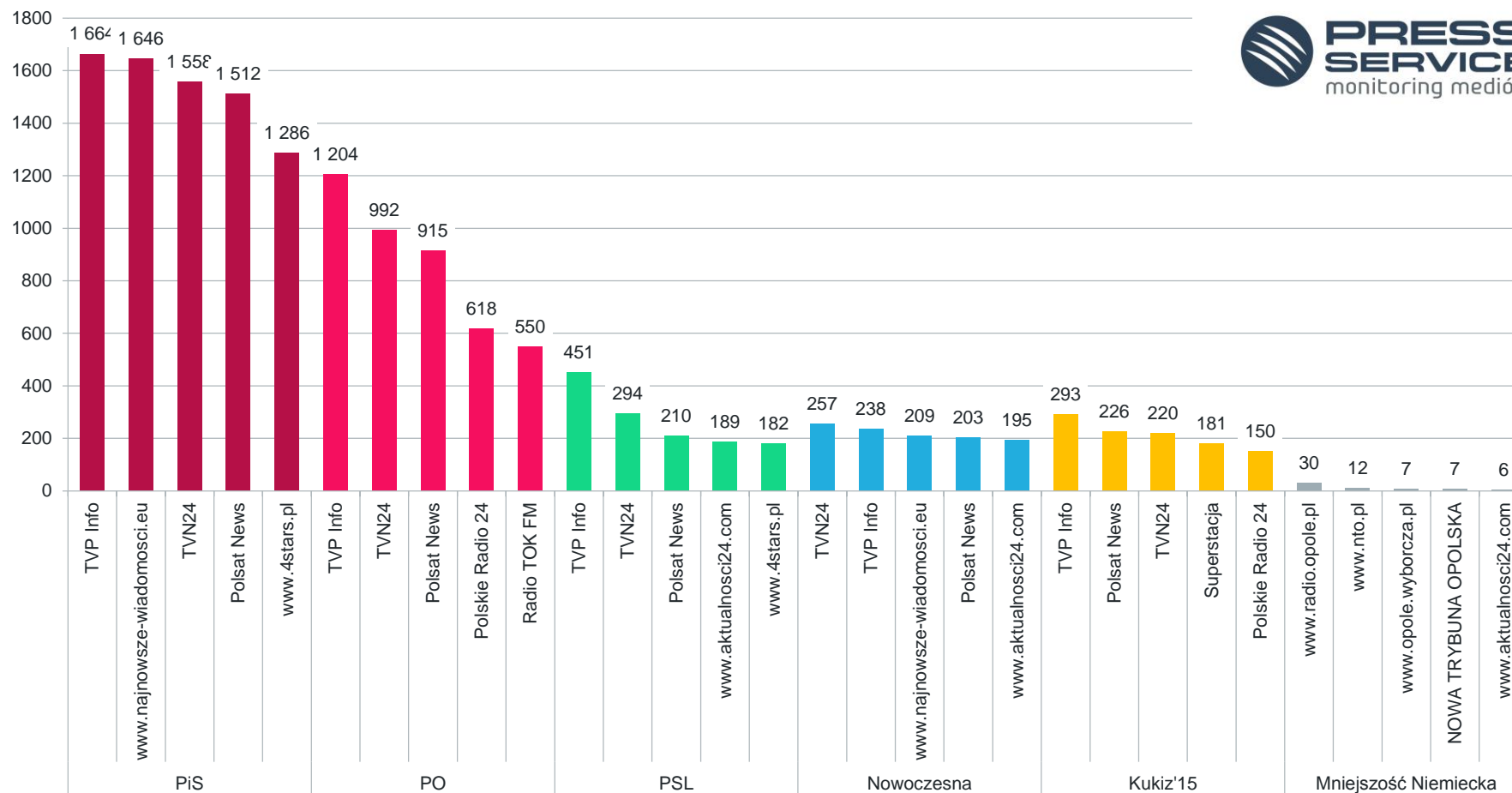
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych, stowarzyszeń - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



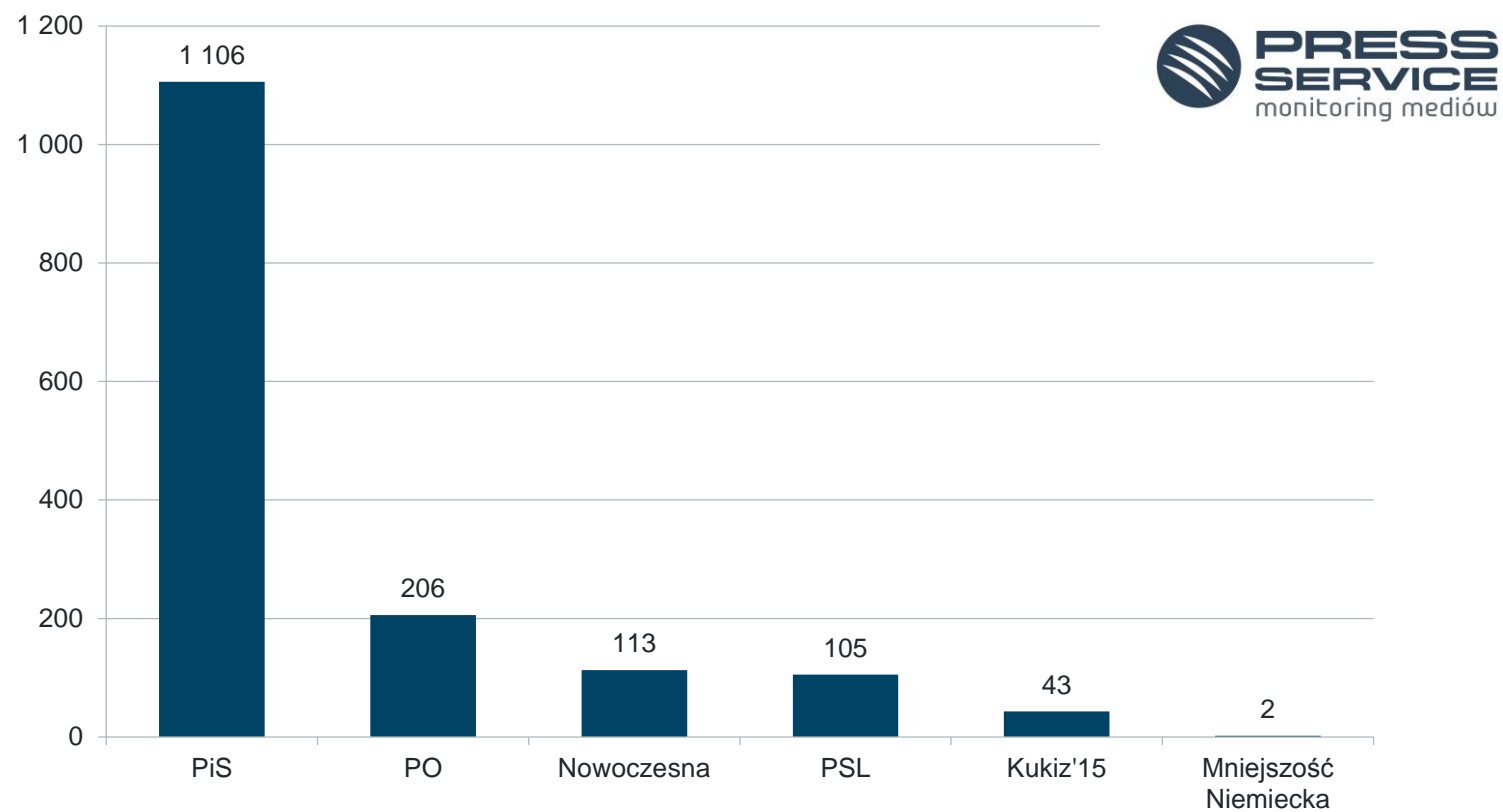
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych, stowarzyszeń w poszczególnych mediach - kwiecień 2018 r.



Liczba wystąpień partii politycznych, stowarzyszeń w mediach (TOP 5 najaktywniejszych źródeł) - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



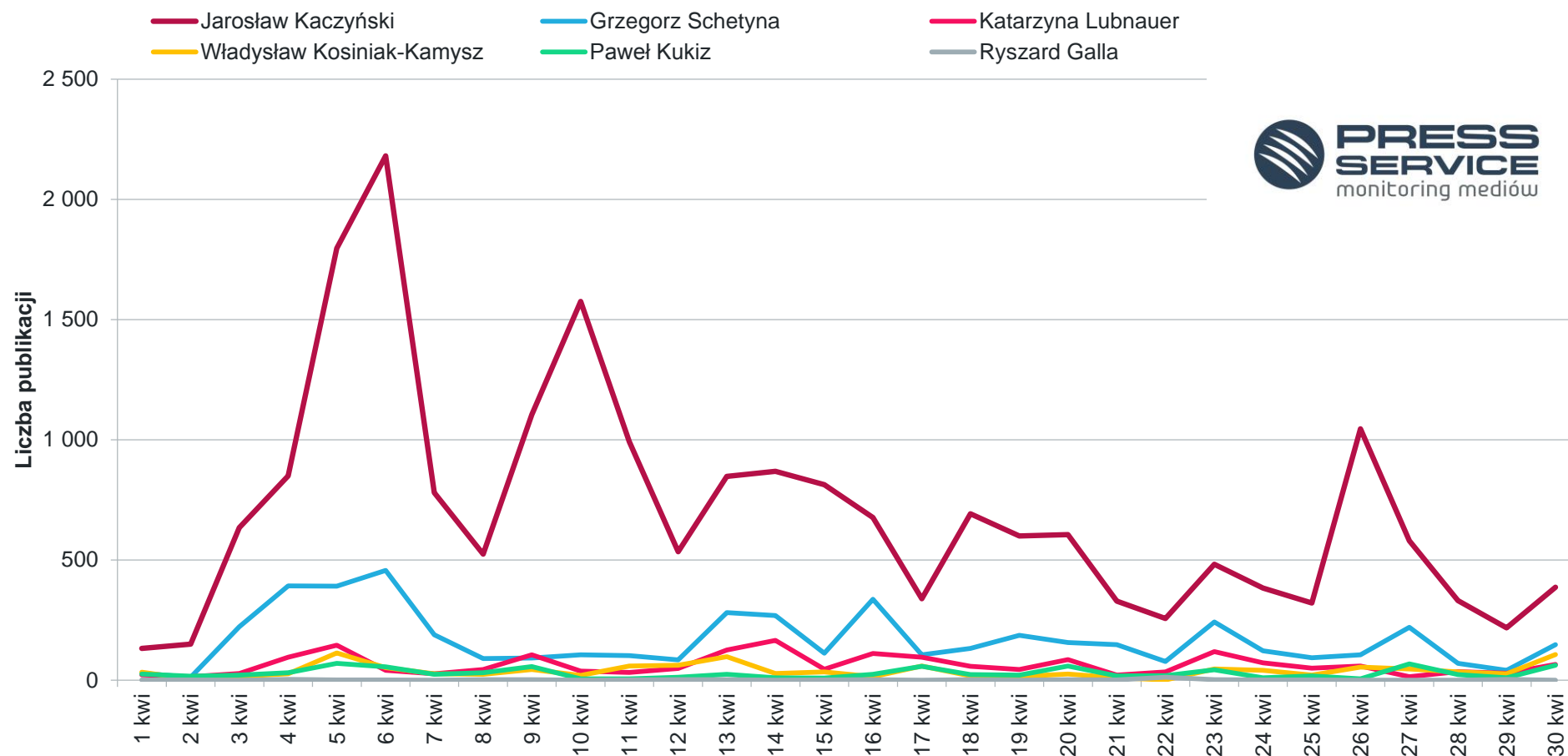
Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne, stowarzyszenia obecne były na pierwszych stronach - kwiecień 2018 r.



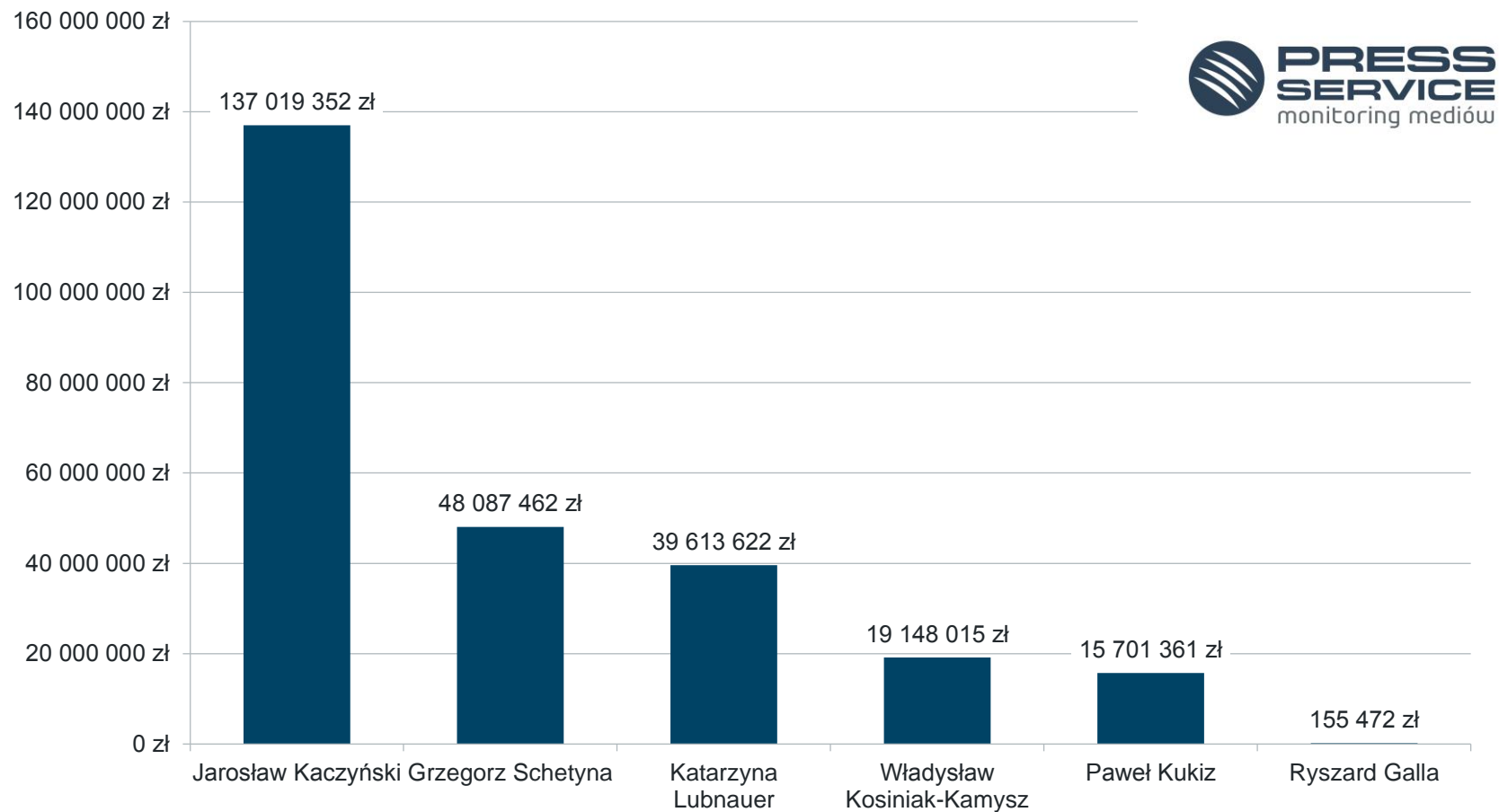
ROZDZIAŁ III

Liderzy partii politycznych, stowarzyszeń

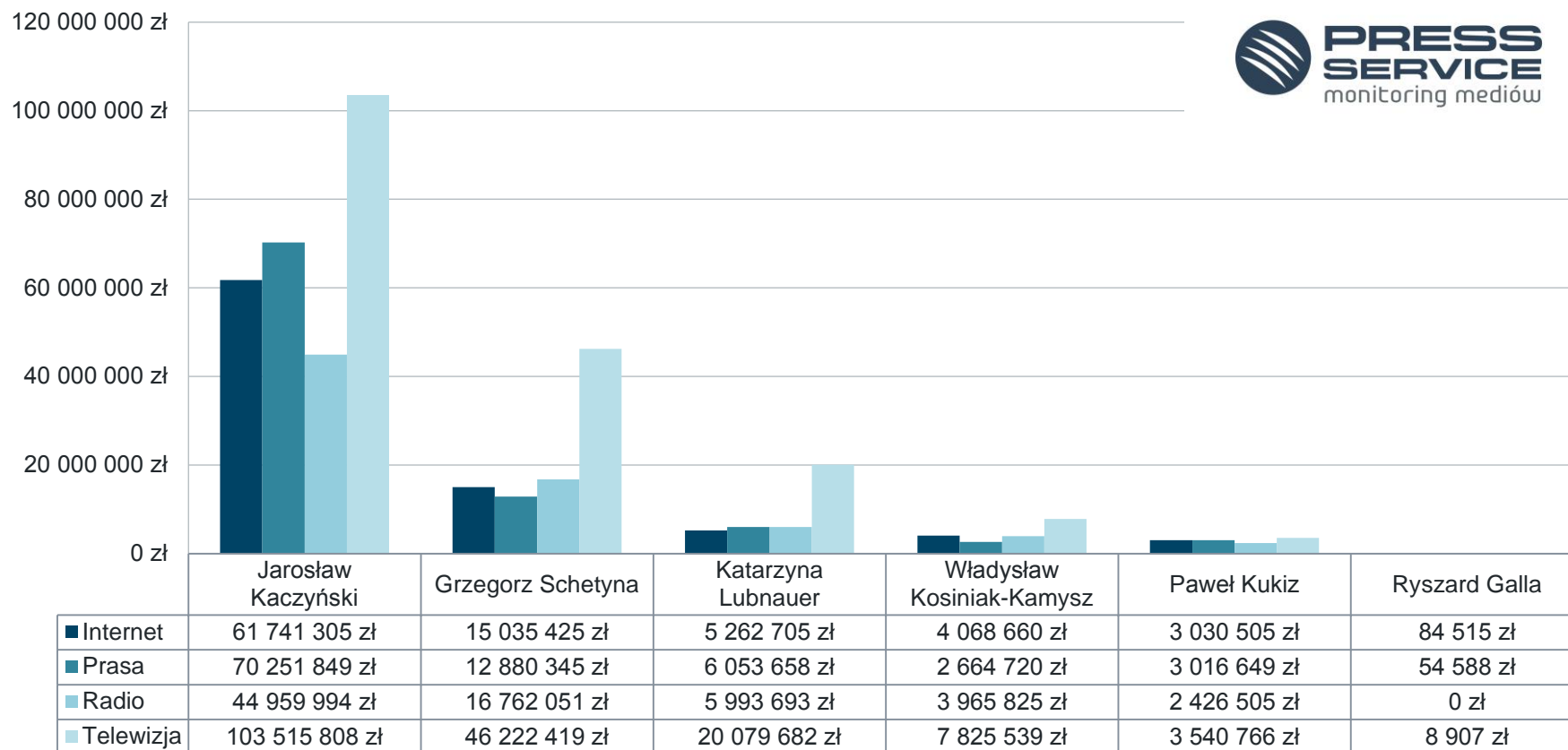
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych, stowarzyszeń - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



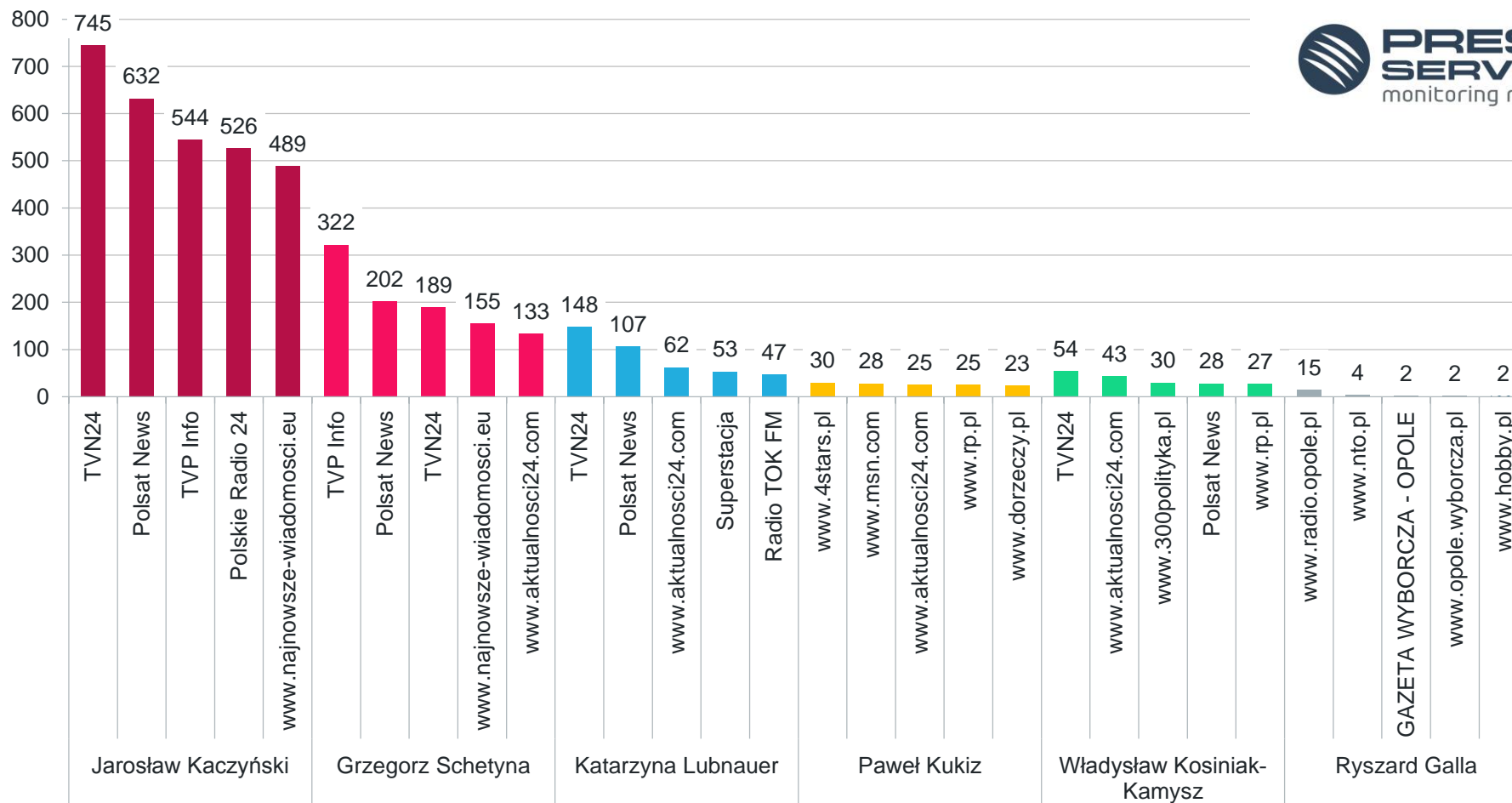
Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych, stowarzyszeń w mediach - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



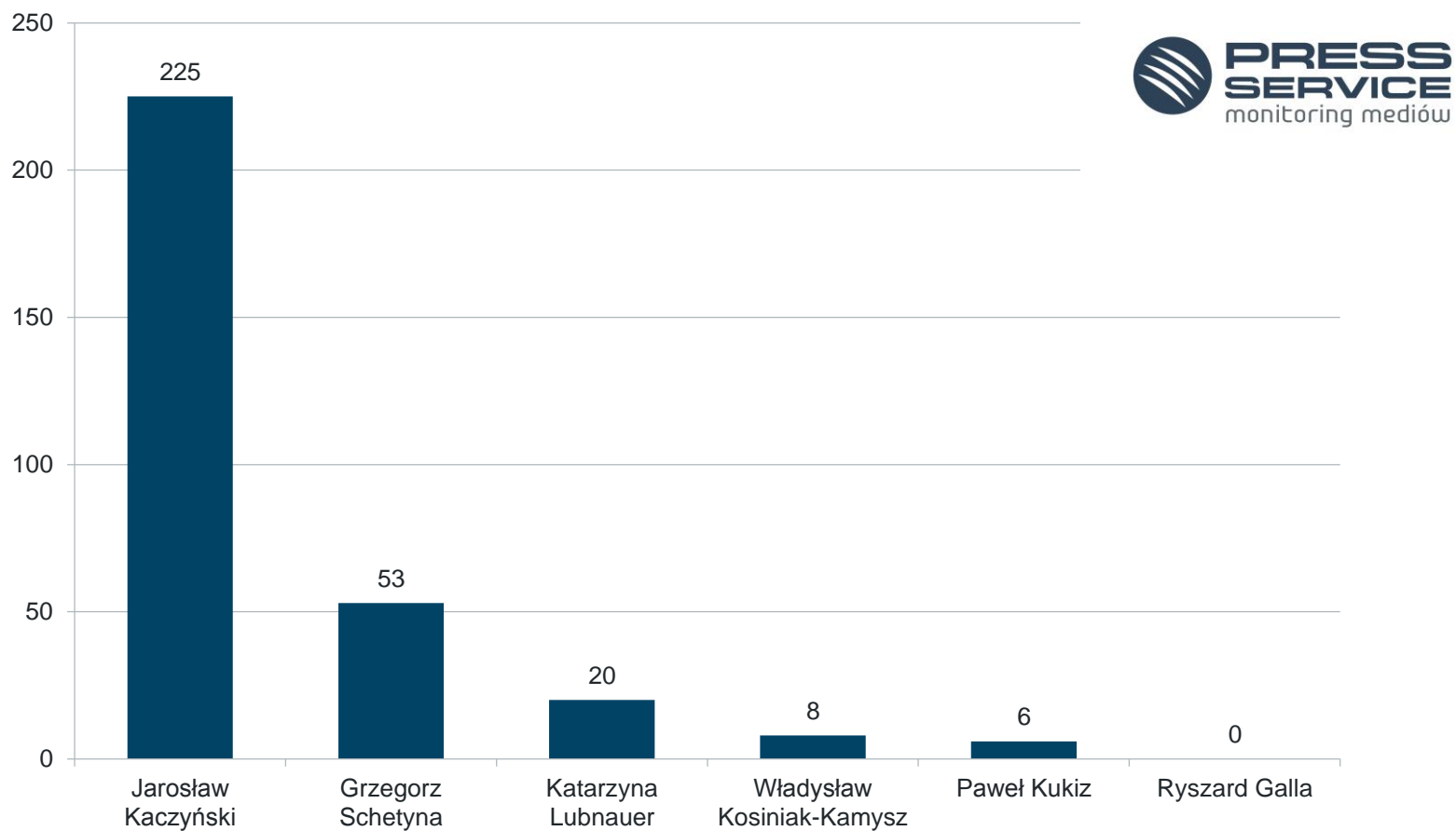
Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych, stowarzyszeń w poszczególnych mediach - kwiecień 2018 r.



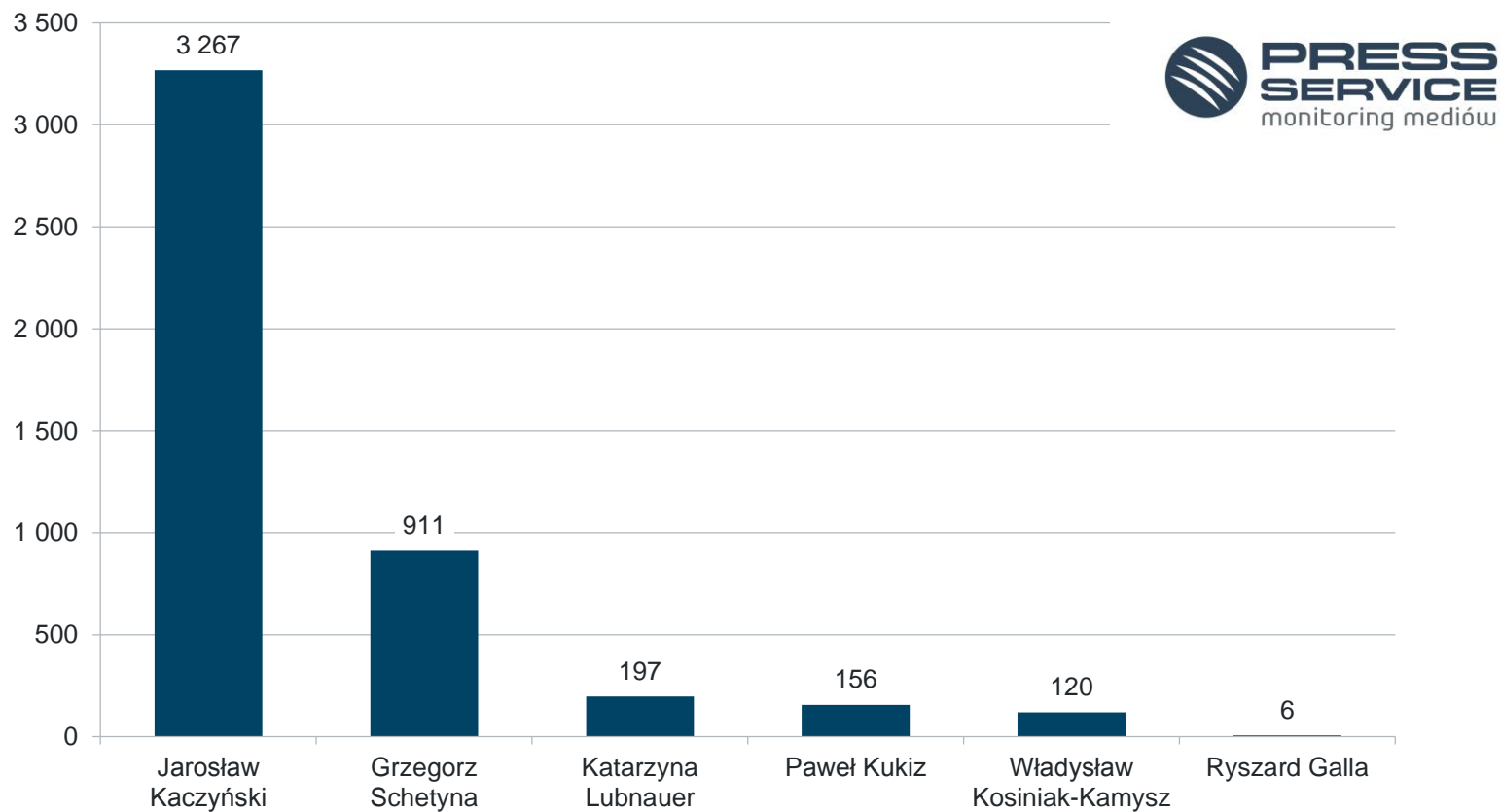
Liczba wystąpień liderów partii politycznych, stowarzyszeń w mediach (TOP 5 najaktywniejszych źródeł) - kwiecień 2018 r. (internet, prasa, RTV)



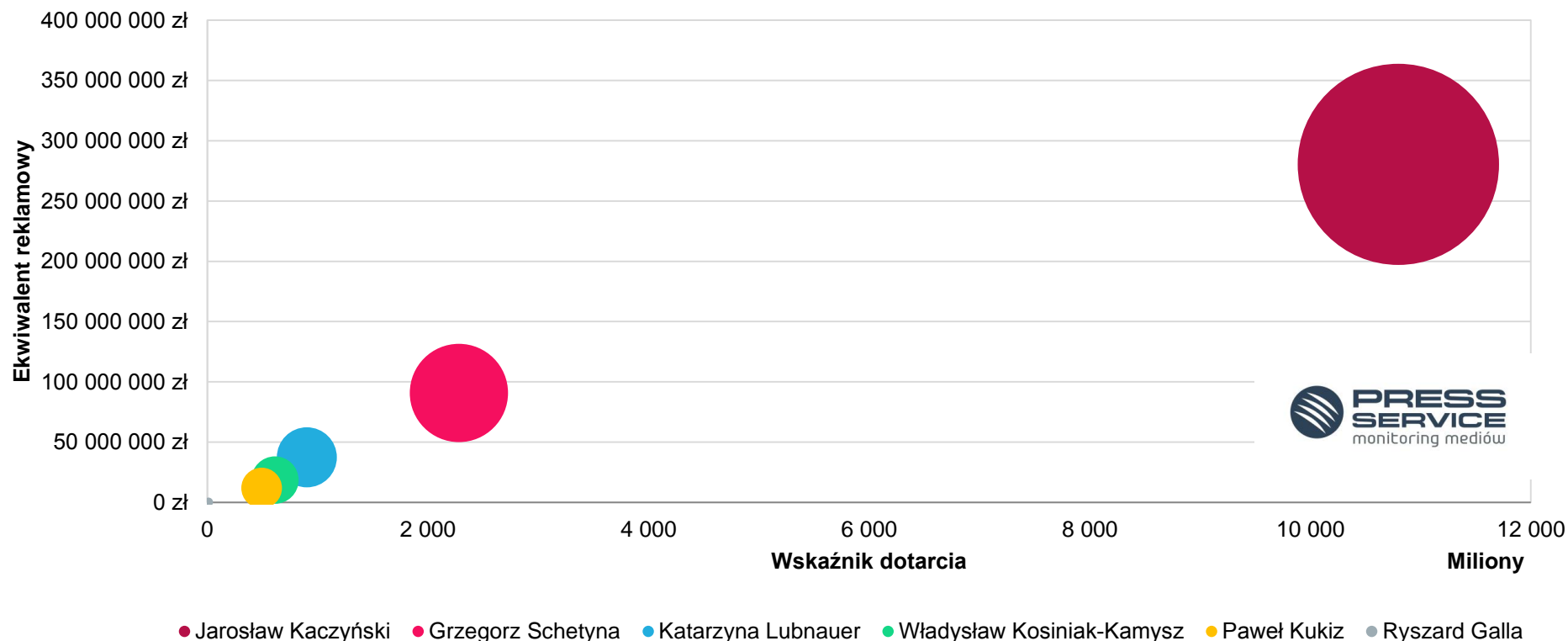
Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych, stowarzyszeń obecni byli na pierwszych stronach - kwiecień 2018 r.



Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych, stowarzyszeń obecne były w tytułach - kwiecień 2018 r. (internet, prasa)



Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych, stowarzyszeń dla informacji z prasy i internetu (bez social media)



Wielkość kuli - oznacza liczbę publikacji.

Dotarcie publikacji - jest miarą określającą liczbę potencjalnych kontaktów odbiorców z przekazem medialnym. W prasie obliczany jest na podstawie sumy nakładów pisma, w internecie wyrażany jest przez sumę liczby unikatowych użytkowników danego portalu. Natomiast w radiu i telewizji zasięgiem jest suma oglądalności bądź słuchalności danej stacji.

Ekwiwalent reklamowy – szacunkowa wartość publikacji określana względem aktualnych cenników reklamowych gazet, portali internetowych oraz radia i telewizji.

Położenie kuli ukazuje wypadkową dwóch zmiennych – wysokości ekwiwalentu reklamowego (oś pionowa) oraz wskaźnika dotarcia (oś pozioma). Najlepsza pozycja na wykresie to prawy górny róg (oznacza, że informacje o wysokim AVE miały bardzo duży zasięg).



PRESS SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o. | ul. Marcelińska 14, 60-801 Poznań | tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115
Oddział Warszawa | Warta Tower, ul. Chmielna 85/87, 00-805 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20
biuro@psmm.pl | **www.psmm.pl**

