



**PRESS
SERVICE**
monitoring mediów



Raport prasowy

SCENA POLITYCZNA

lipiec 2012

Spis treści

| | |
|---|-----------|
| Wstęp | 3 |
| Komentarz | 4 |
| Rozdział I - Podsumowanie | 7 |
| Rozdział II - Partie polityczne | 10 |
| Rozdział III - Liderzy partii politycznych | 13 |

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w lipcu 2012 roku, a traktujących na temat partii politycznych i liderów ugrupowań, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Artykuły poddane analizie pochodzą z monitoringu ponad 1100 tytułów prasy ogólnopolskiej, regionalnej, branżowej i specjalistycznej.

Analiza medialna objęła sześć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL, Ruch Palikota i Solidarną Polskę, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Leszka Millera oraz Waldemara Pawlaka, Janusza Palikota i Zbigniewa Ziobro. Badanie wydziwisku artykułów prasowych w dziennikach ogólnopolskich dotyczy następujących tytułów: Dziennik Gazeta Prawna, Fakt, Gazeta Wyborcza, Metro, Nasz Dziennik, Polska the Times, Rzeczpospolita, Super Express oraz Gazeta Polska Codziennie. Ponadto analizie poddano aktywność medialną prezydentów 18 miast wojewódzkich (na podstawie 1100 tytułów).

Raport składa się z trzech podstawowych części:

Rozdział I - Podsumowanie

Podsumowanie informacji na temat sześciu największych ugrupowań politycznych oraz ich liderów, a także prezydentów miast wojewódzkich.

Rozdział II – Partie polityczne

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych partii politycznych w prasie.

Rozdział III – Liderzy partii politycznych

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych liderów partii politycznych w prasie.

Komentarz

Polityka zastąpiła sport

Po czerwcu, w którym wydarzenia polityczne zeszyły na dalszy plan, w lipcu mieliśmy do czynienia ze znaczącym przyrostem publikacji na temat partii i ich liderów. Na początku miesiąca bodźcem do tego było zakończenie mistrzostw Europy 2012 i podsumowywanie imprezy pod kątem organizacyjnym, co ściśle wiązało się z osobami najwyższych urzędników i polityków. Liczba publikacji dotyczących partii zwiększyła się o niemal jedną trzecią. W przypadku liderów politycznych było to 18 proc. To największe wzrosty od września 2011 roku, czyli ubiegłorocznego okresu przedwyborczego.

W połowie miesiąca liczbę przekazów dotyczących polityki zwiększył wybuch afery taśmowej, która uderzyła we współrządzący PSL. 17 lipca ugrupowanie ludowców stało się na tydzień najbardziej medialną partią polityczną w naszym kraju. Mówiło się o niej częściej niż na temat Platformy Obywatelskiej i PiS-u.

Czy nadal „nieważne jak - ważne, że piszą”?

W skali pełnego miesiąca pozycję lidera zachowało jednak Prawo i Sprawiedliwość (3,1 tys. materiałów), które o włos wyprzedziło Platformę Obywatelską (3 tys.). Na trzecim miejscu znalazło się PSL (2,2 tys.), wyprzedzając wszystkie pozostałe ugrupowania – SLD (1,5 tys.), Ruch Palikota (0,7 tys.) oraz Solidarną Polskę (0,5 tys.).

Taka liczba publikacji na temat PSL-u do tej pory była jednak bardzo rzadka. Zdarzała się tylko w okresach kampanii wyborczej. Względem czerwca podniosła się aż o 196 proc. Co więcej, ludowcy w lipcu najczęściej ze wszystkich partii pojawiali się na pierwszych stronach gazet – 331 razy. PO pojawiła się tam 321-krotnie, natomiast PiS – 312 razy.

Wszechobecny premier wszechstronnie krytykowany

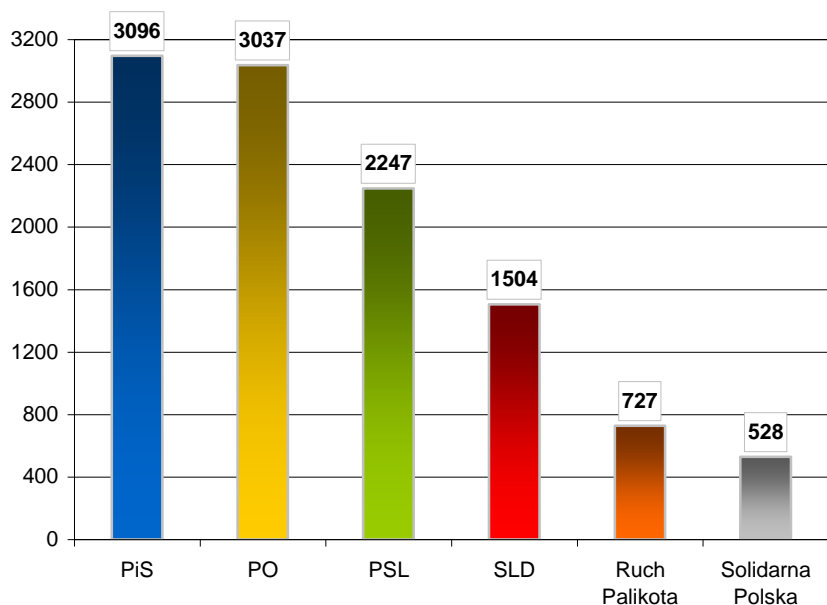
Wśród liderów politycznych niezmiennie pierwsze miejsce należy do premiera. Donald Tusk w ciągu 31 dni lipca pojawił się w prasie aż 2,1 tys. razy i znacząco wyprzedza pozostałych. Drugie miejsce utrzymał Jarosław Kaczyński (0,8 tys.), który nieznacznie wyprzedził znajdującego się pod medialnym ostrzałem szefa PSL.

Waldemar Pawlak zanotował w minionym miesiącu największy wzrost odsetka publikacji negatywnych, spośród wszystkich objętych badaniem polityków. Publikacje negatywne

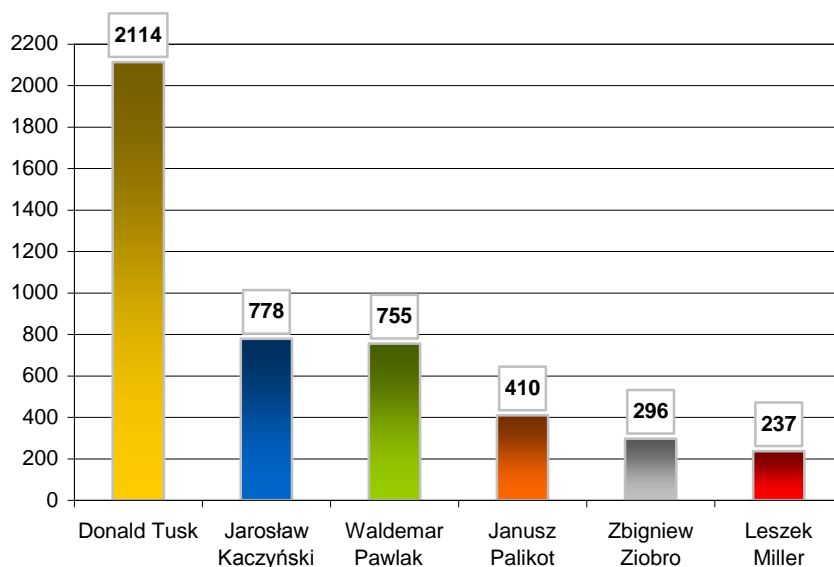
w najpopularniejszych dziennikach ogólnopolskich stanowiły 38 proc. całości przekazu. To o 15 punktów procentowych więcej w porównaniu do czerwca. Mimo tego najwięcej krytyki spadło na barki Donalda Tuska. W jego przypadku odsetek publikacji negatywnych wyniósł 49 proc. W kontekście mniejszego zainteresowania Januszem Palikotem, sprawiło to, że awansował na pierwsze miejsce niechlubnego rankingu.

Na drugą lokatę wskoczył Leszek Miller (48 proc.). O przewodniczącym SLD pisało się jednak w lipcu niewiele. Trzecie miejsce należało do wspomnianego Palikota (43 proc.), którego jeszcze przed miesiącem w niekorzystnym świetle stawiało przeszło dwie trzecie publikacji.

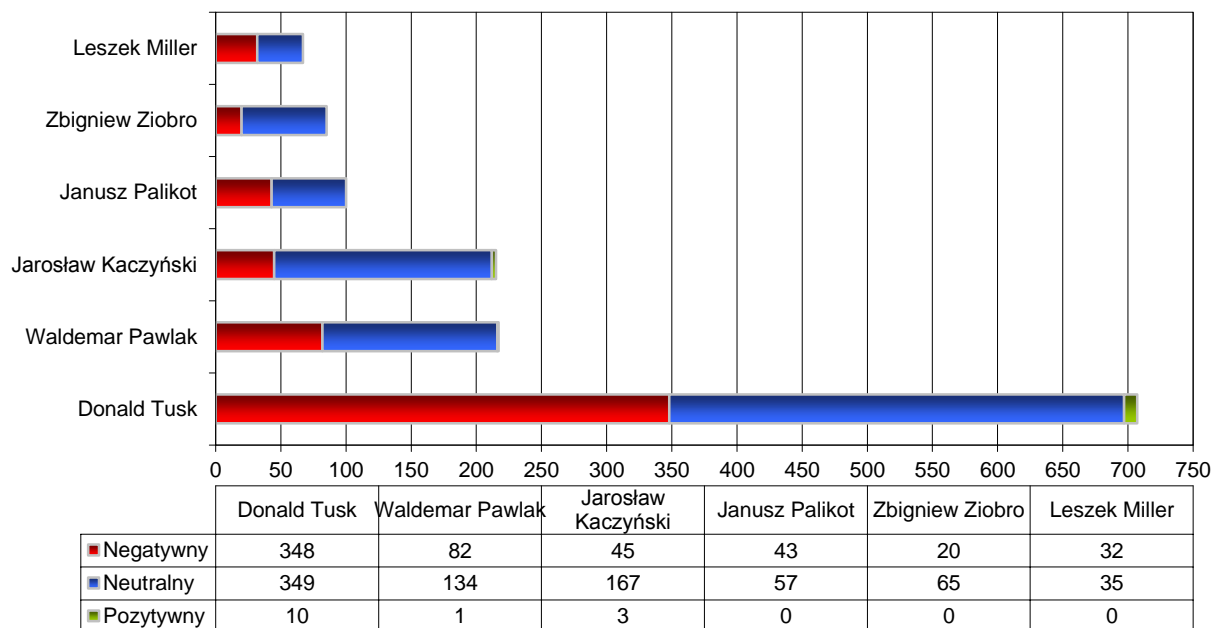
Rozdział I - Podsumowanie



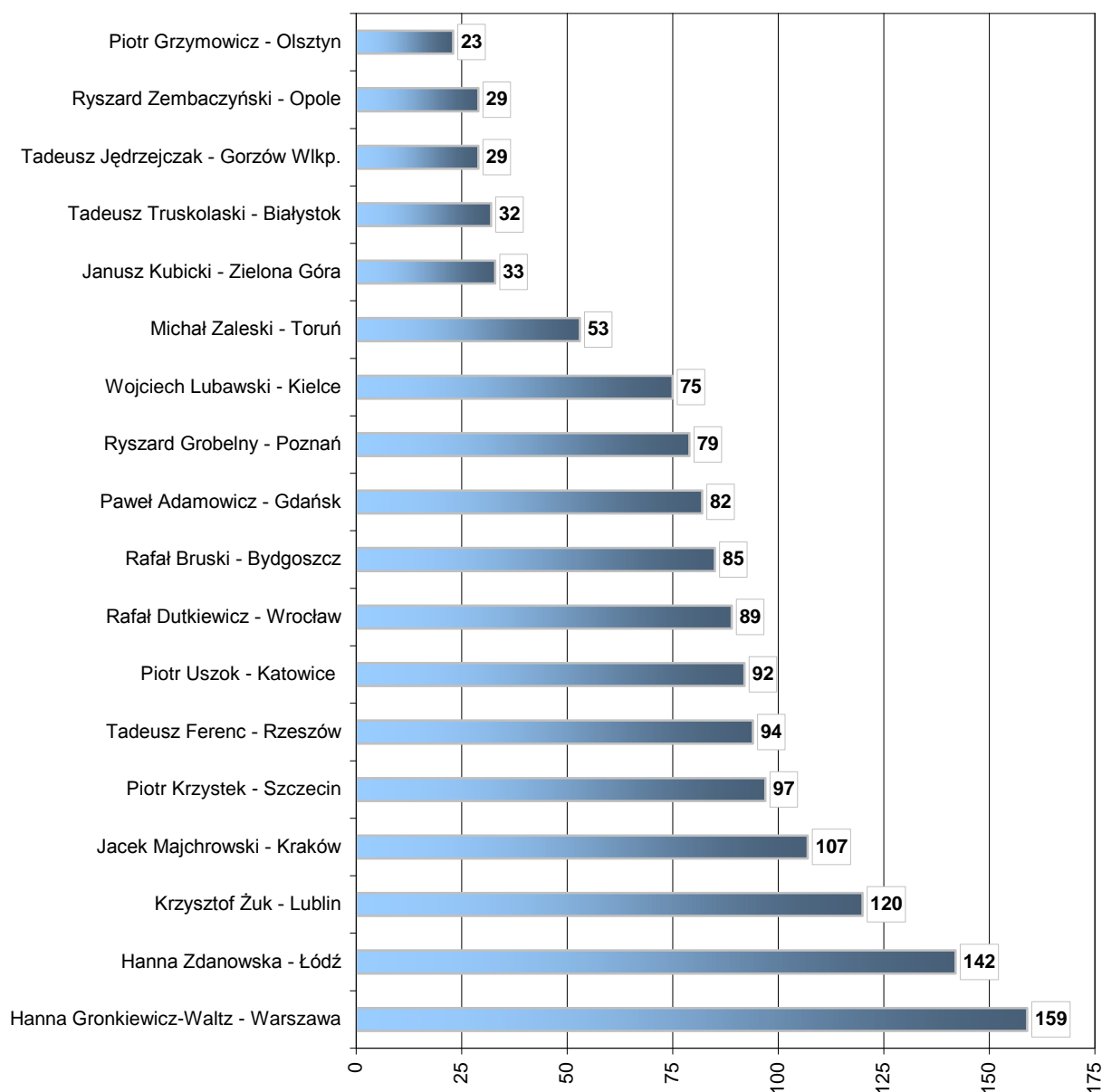
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w lipcu 2012 r.



Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w lipcu 2012 r.

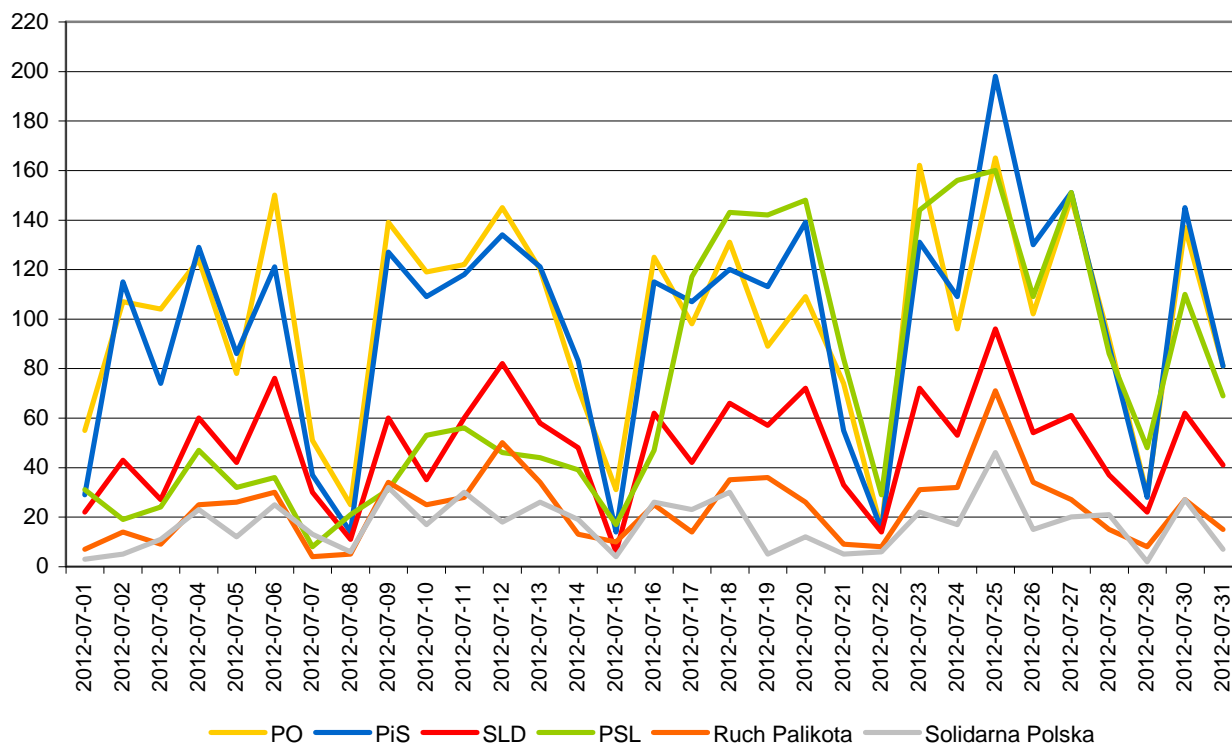


Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku

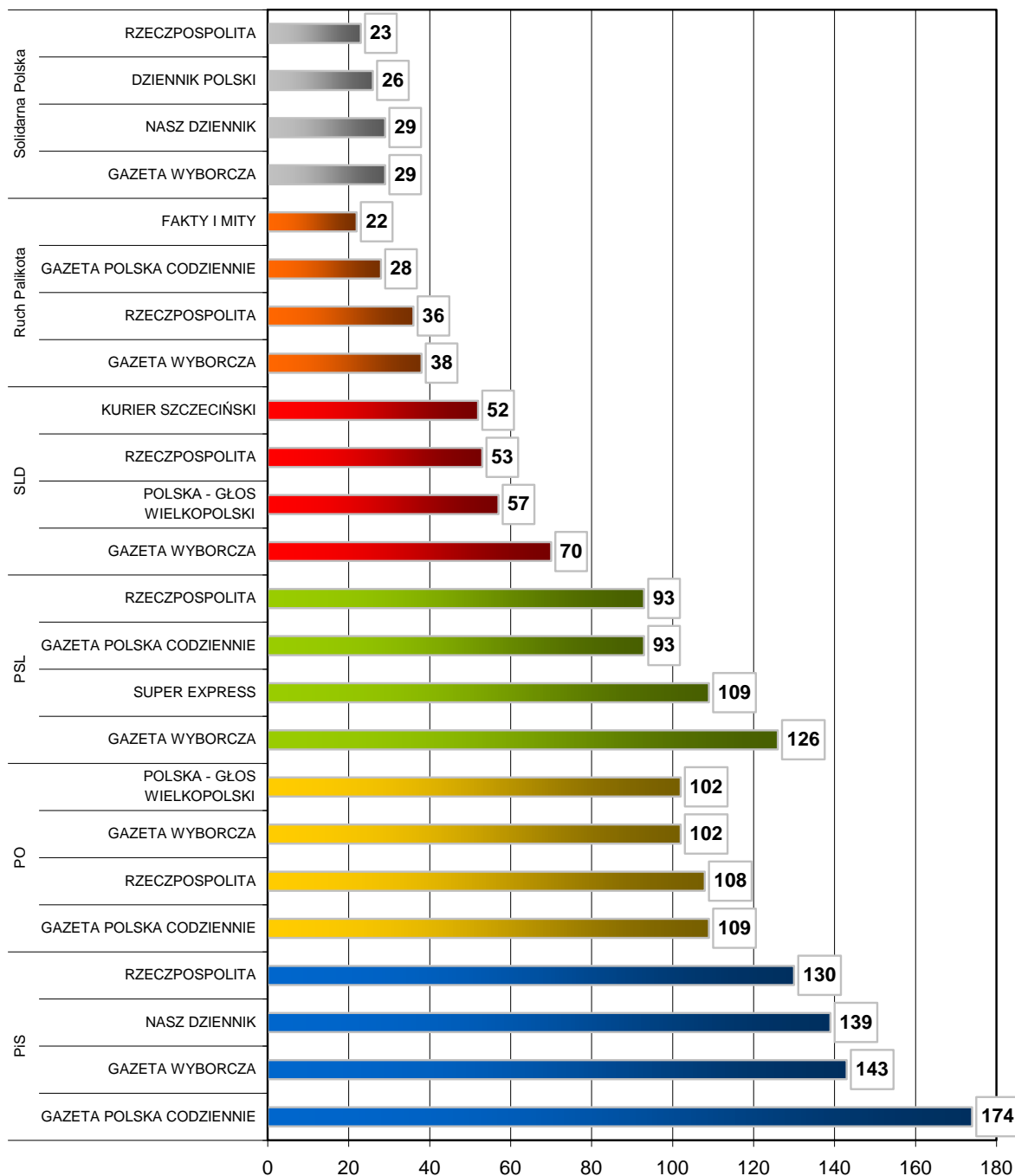


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich

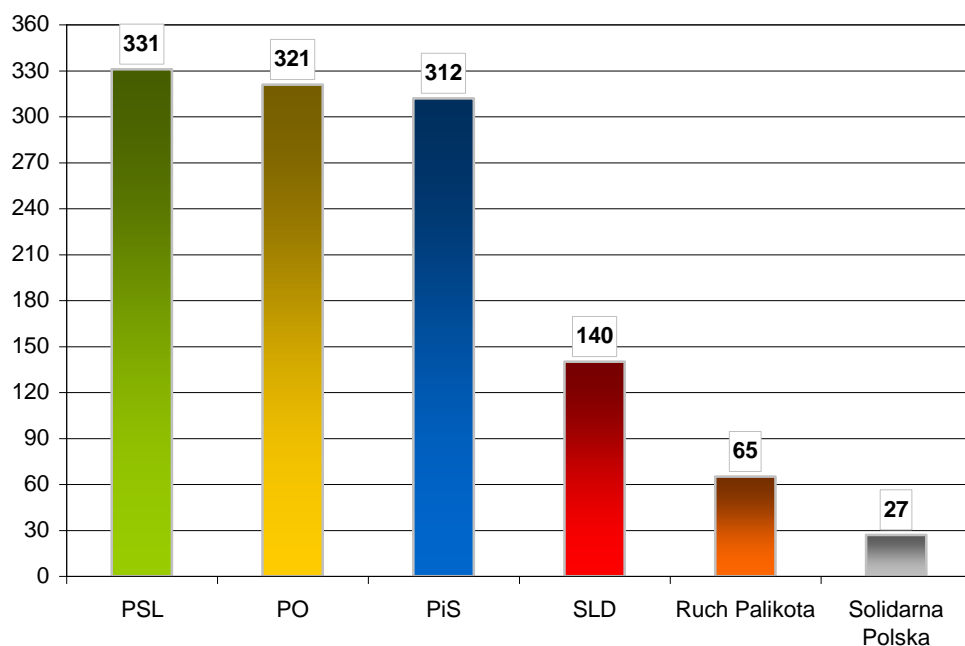
Rozdział II - Partie polityczne



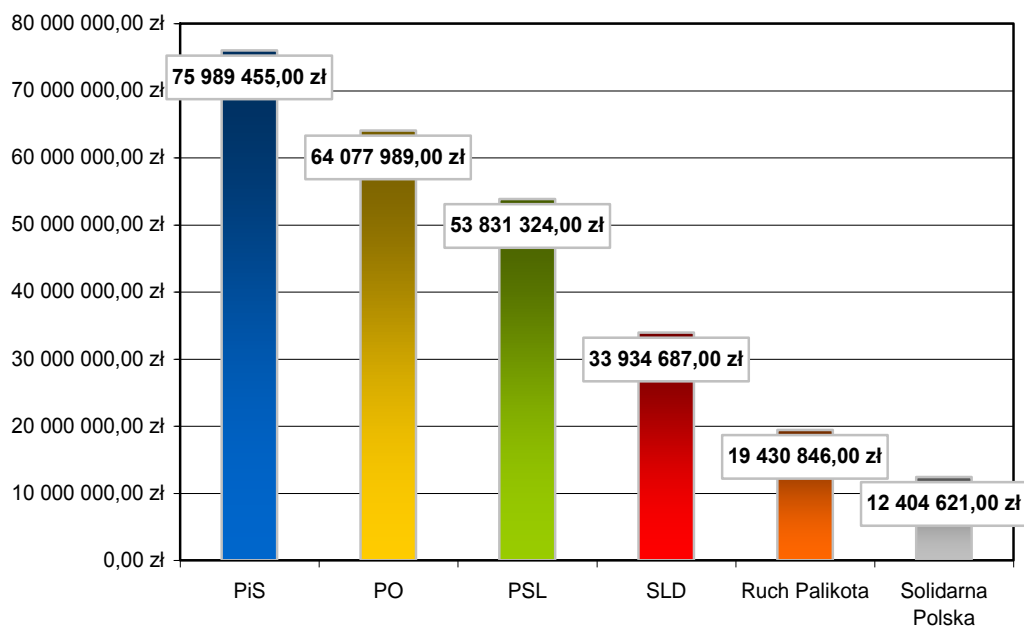
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



Wykres 6. Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)

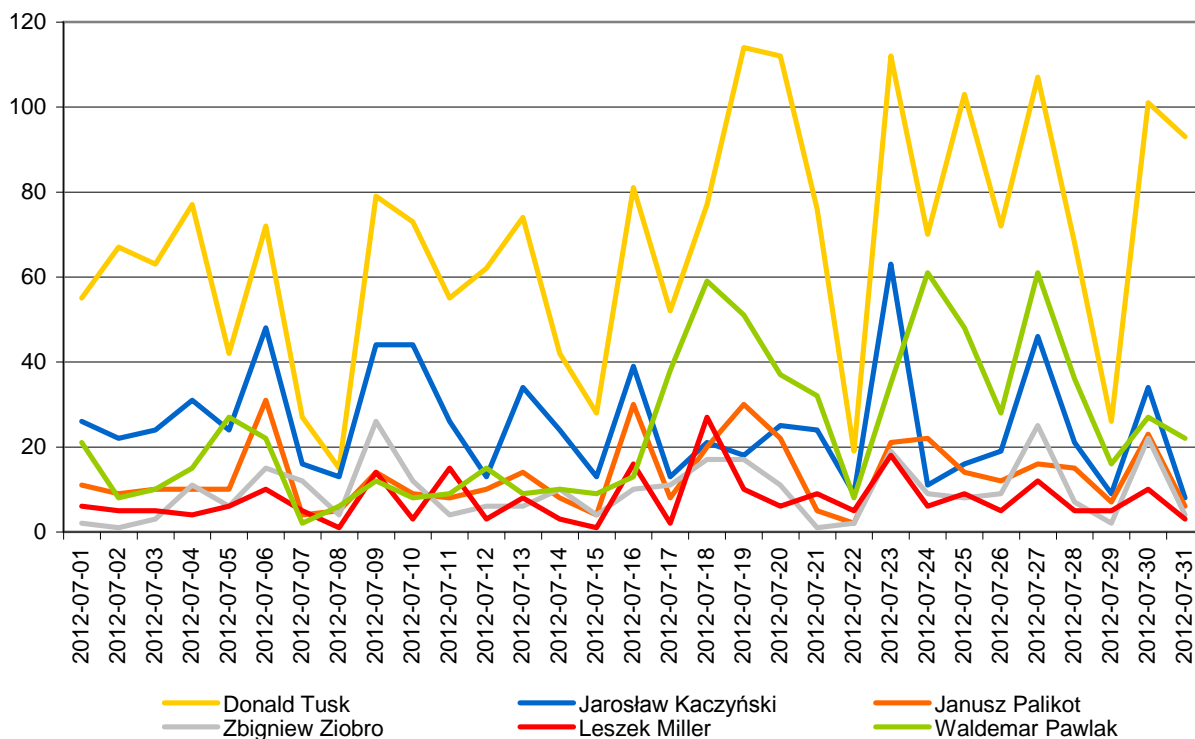


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

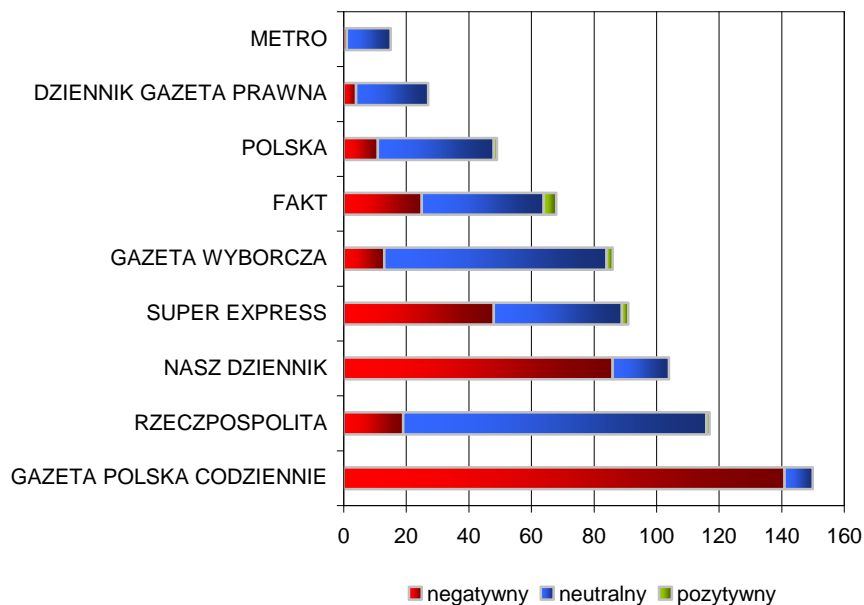


Wykres 8. Ekwivalent reklamowy dla partii politycznych - lipiec 2012 r.

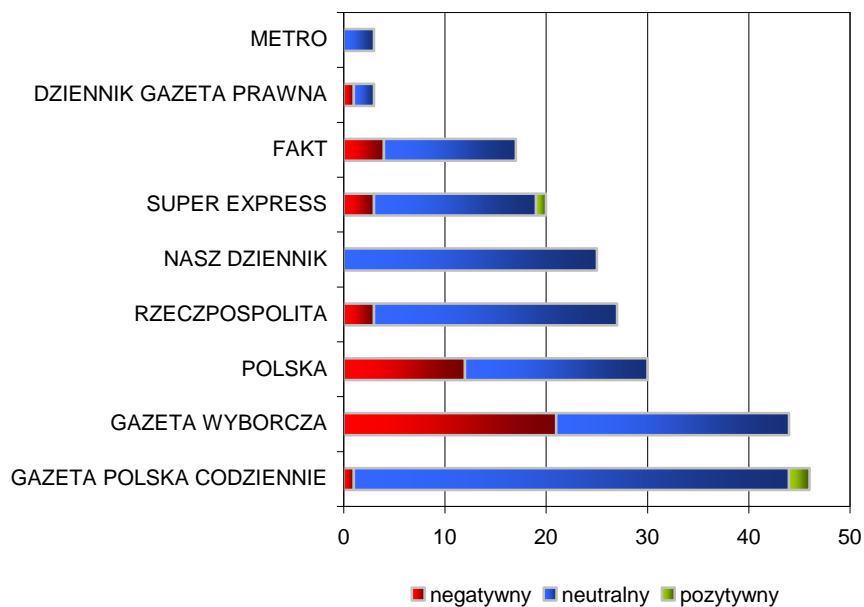
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



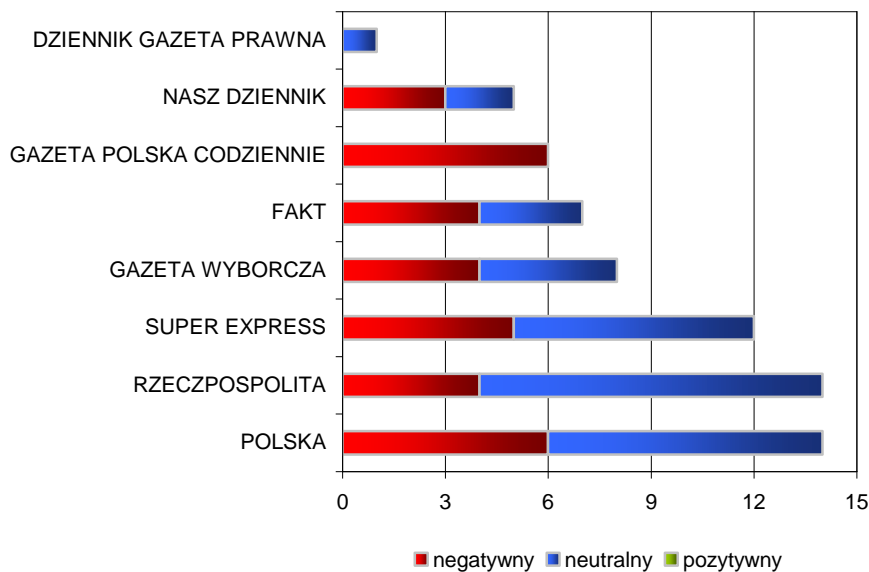
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



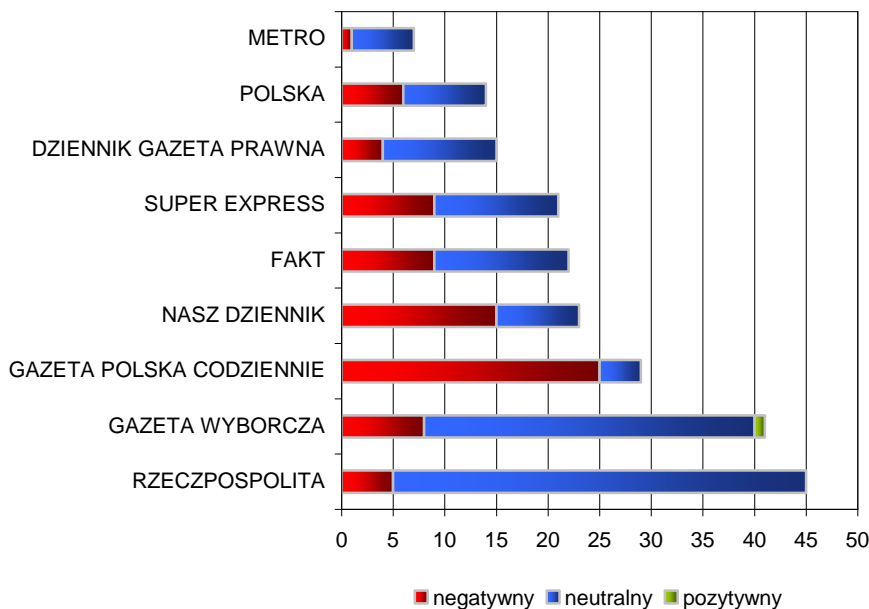
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



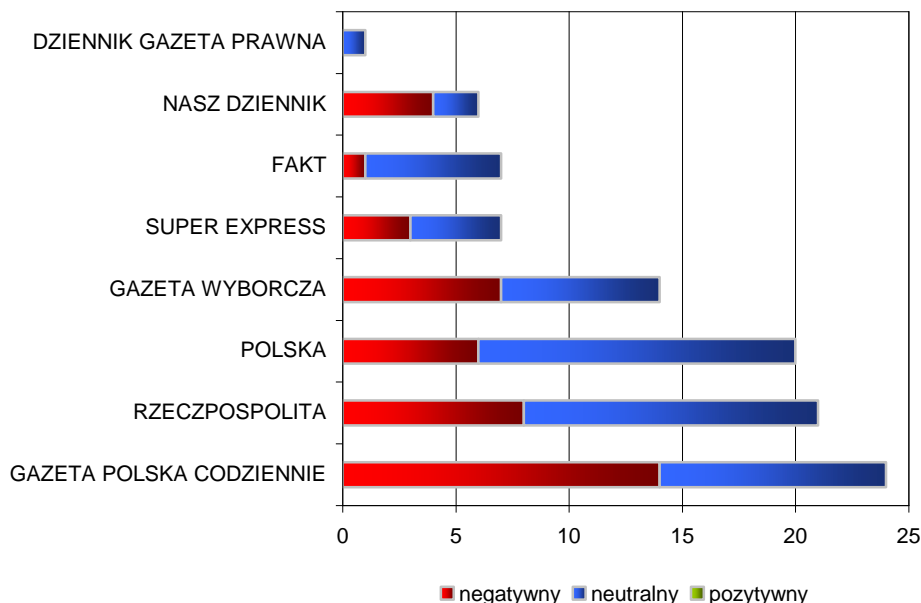
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



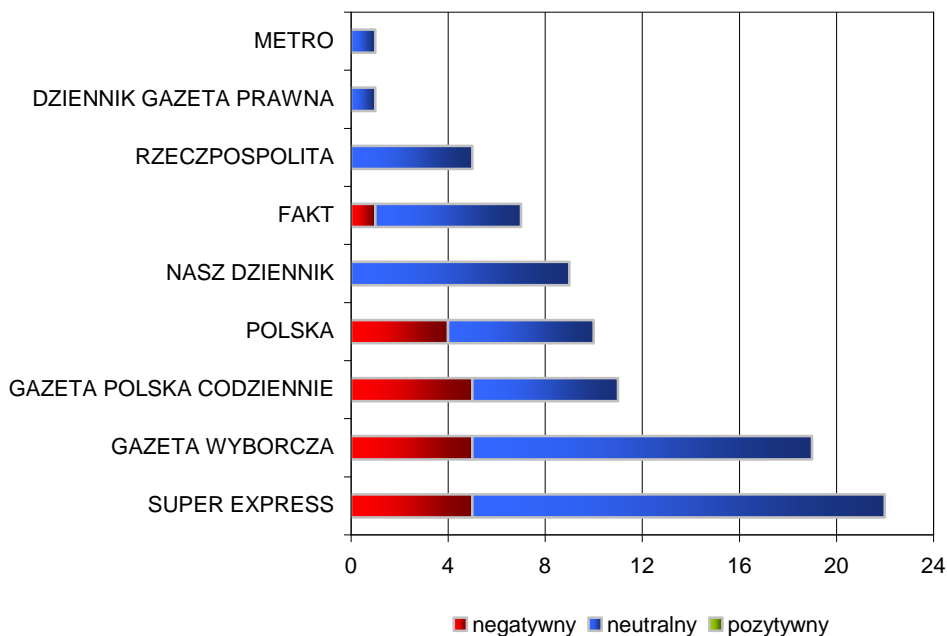
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



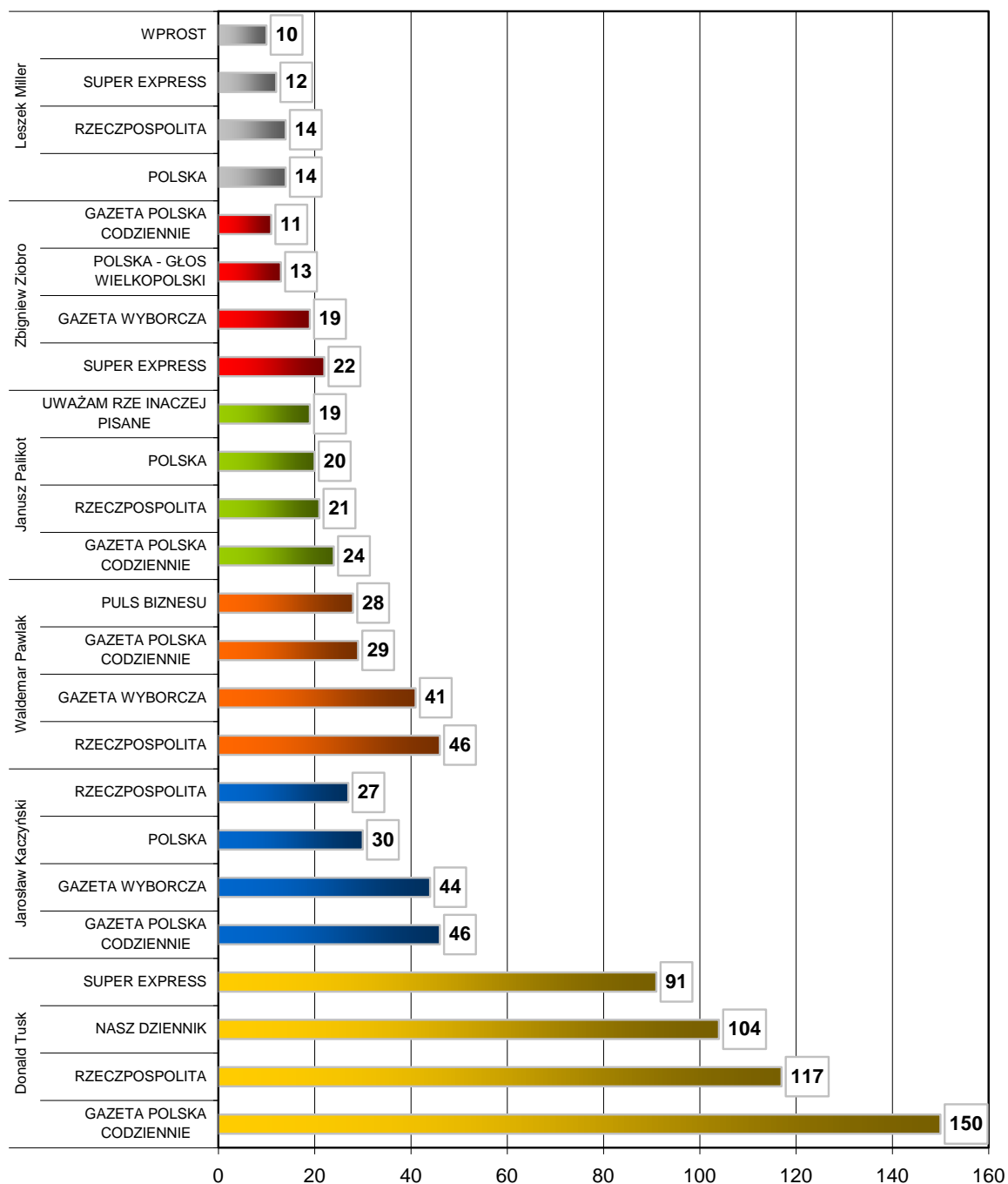
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



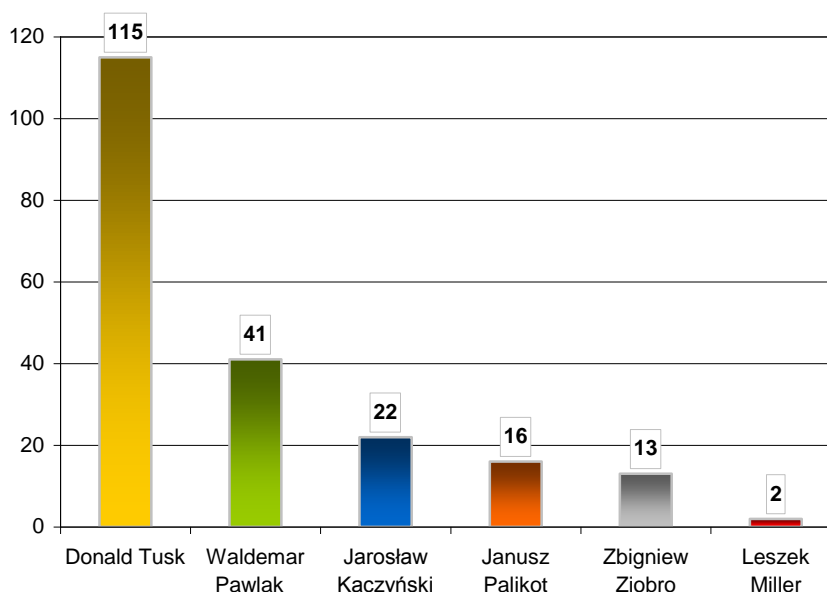
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



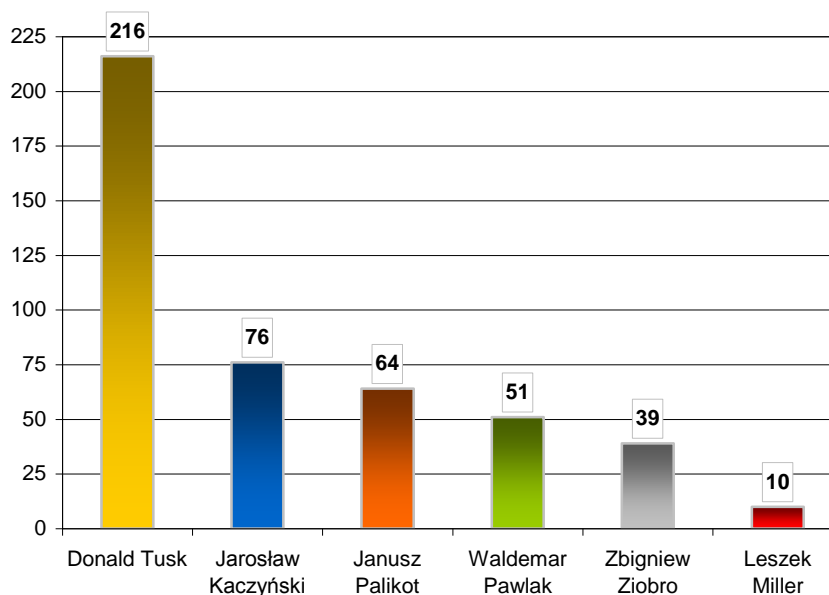
Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



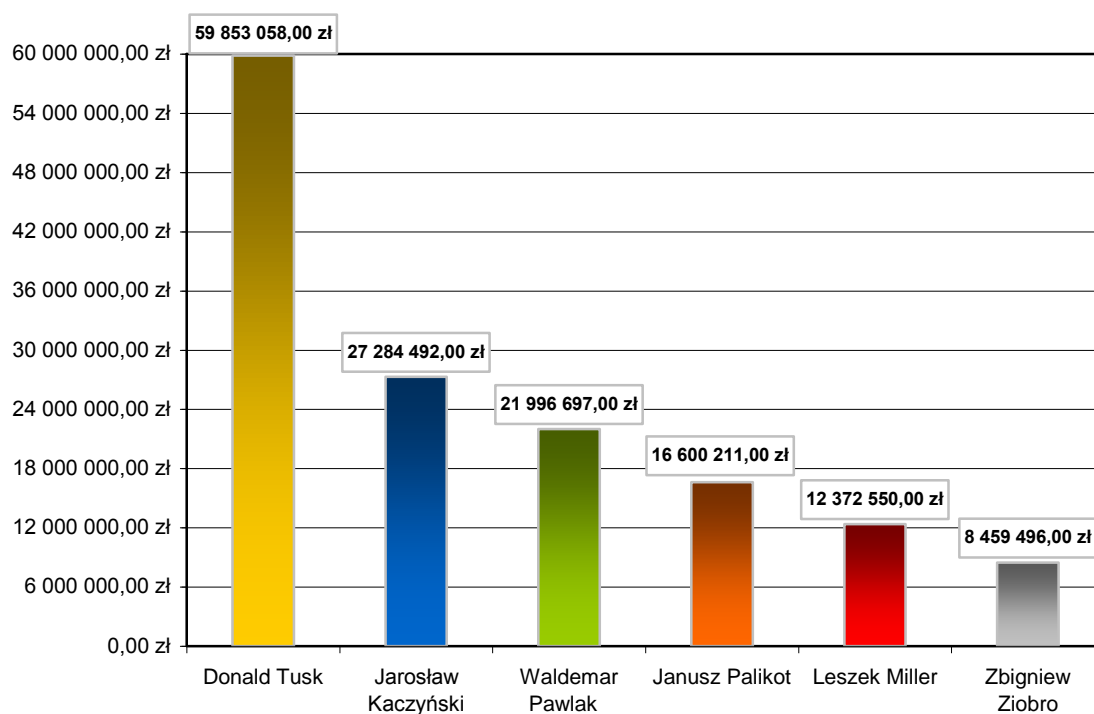
Wykres 16. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



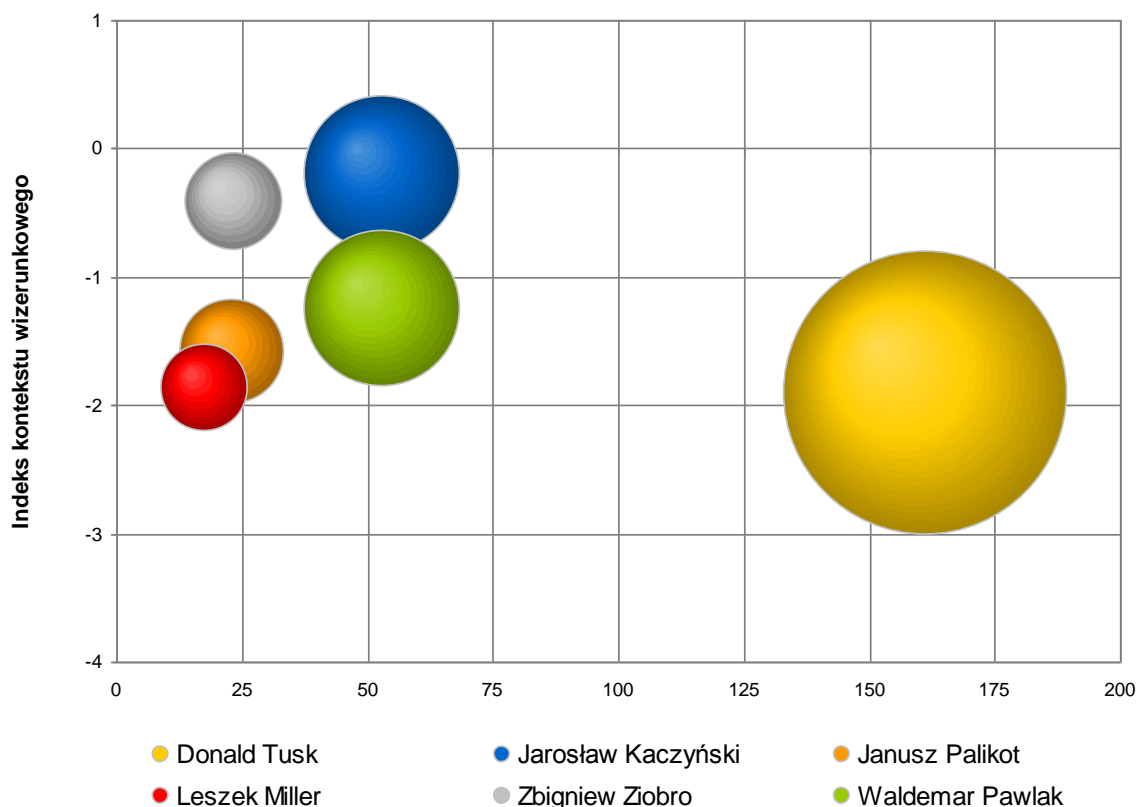
Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



Wykres 18. Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji



Wykres 19. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych



Wykres 20. Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)

Favorability - indeks kontekstu wizerunkowego. Wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału negatywnego) do 5 (dla materiału pozytywnego). Wartość 1 przyjmują informacje o wydźwięku neutralnym.

Range - zasięg informacji wyrażony jest w potencjalnej liczbie kontaktów z czytelnikami (w mln).

Wielkość kuli - oznacza liczbę publikacji.

Położenie kuli ukazuje zarówno średni kontekst przekazów medialnych, a także ich zasięg, osiągnięty za sprawą danej liczby publikacji. Najlepsza pozycja na wykresie to prawy górny róg (oznacza, że pozytywne informacje miały bardzo duży zasięg), najgorsza pozycja to prawy dolny róg (negatywny przekaz, który dotarł do bardzo szerokiego grona odbiorców).



**PRESS
SERVICE**
monitoring mediów

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

ul. Grunwaldzka 19
60-782 Poznań, Polska
tel./fax: +48 61 66 26 005
e-mail: biuro@press-service.com.pl
www.press-service.com.pl