



Raport prasowy
SCENA POLITYCZNA

listopad 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 listopadzie 2012 roku, a traktujących na temat partii politycznych, liderów ugrupowań oraz ministrów, 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 Piechocińskiego, Janusza Palikota i Zbigniewa Ziobro. Badanie wydźwięku 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 i ministrów.

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

PO zbliżyło się do PiS, obie partie tracą

Po raz dziewiąty z rzędu w rankingu medialności partii politycznych przewodzi Prawo i Sprawiedliwość. Jednak po trzech miesiącach niekorzystnego trendu, Platforma Obywatelska zbliżyła się do prowadzącej partii opozycyjnej. Oba największe ugrupowania straciły na medialności względem poprzedniego miesiąca – PO zanotowała jednak mniejszą stratę. Łącznie w 1100 tytułach prasowych w ciągu 30 dni listopada ukazało się 3,6 tys. tekstów dotyczących PiS-u i 3,3 tys. na temat PO. To odpowiednio o 14 i 6 proc. mniej, w porównaniu do wyników poprzedniego badania.

Tylko o dwóch partiach parlamentarnych pisało się więcej niż w poprzednim miesiącu, z czego wzrost medialności SLD był praktycznie niezauważalny i wyniósł zaledwie 1 proc. Najbardziej zyskało PSL. Wynikało to zwłaszcza z mnogości informacji dotyczących kongresu partii i wyboru nowego przewodniczącego. Dotychczasowego szefa ugrupowania Waldemara Pawlaka zastąpił Janusz Piechociński. Zmiana ta pociągnęła za sobą roszady na stanowiskach ministra gospodarki oraz wicepremiera, co jeszcze bardziej wzmogło zainteresowanie wydarzeniem. Ludowcy na jeden dzień (19 listopada 2012) stali się najbardziej medialną partią w kraju. Janusz Piechociński uzyskał ten status 19 i 20 listopada.

Pozostałe dwie partie – podobnie jak PiS i PO – także straciły zainteresowanie i to w jeszcze większym stopniu. Ruch Palikota zanotował o 18 proc. mniej publikacji, natomiast w przypadku Solidarnej Polski spadek ten wyniósł bagatela 46 proc. Łącznie w listopadzie zainteresowanie partiami politycznymi spadło średnio o 8 proc...

...a liderami politycznymi aż 21 proc.

Zainteresowanie pierwszym w klasyfikacji Donaldem Tuskiem zmniejszyło się o niemal 30 proc. W przypadku drugiego Jarosława Kaczyńskiego było to -13 proc. Wciąż jednak przewaga szefa rządu w tej kategorii jest miażdżąca. Także w listopadzie uzyskał on wyraźnie ponad dwukrotnie więcej publikacji niż Kaczyński. Co ciekawe, za plecami prezesa PiS-u uplasował się Janusz Piechociński. Nowy szef ludowców w swoim debiucie w zestawieniu uzyskał 0,5 tys. tekstów prasowych – znacząco więcej aniżeli Janusz Palikot (0,4 tys.).

Ci najgorsi

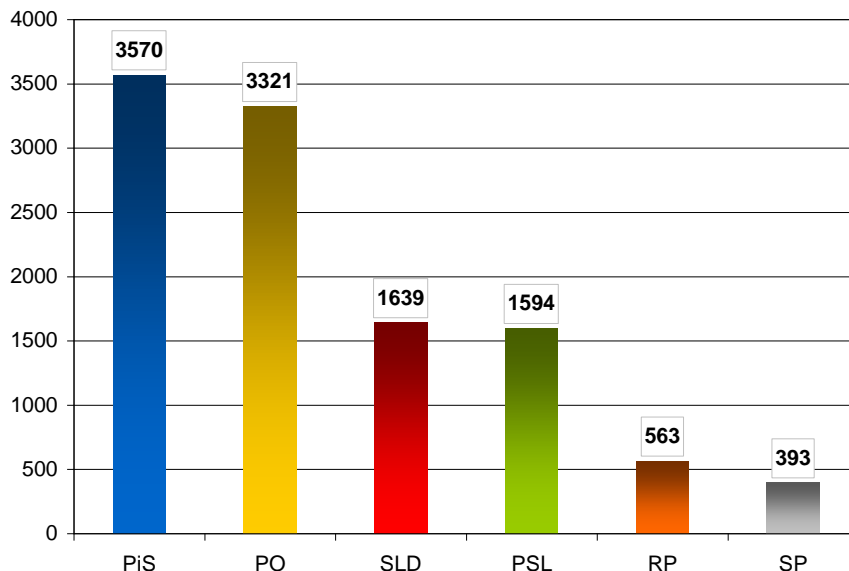
Wzrosła liczba krytycznych materiałów w dziennikach ogólnopolskich na temat Zbigniewa Ziobro – lidera Solidarnej Polski. Spośród 58 materiałów na jego temat aż 20 miało

niekorzystny wpływ na jego wizerunek. Pomimo, że liczby te nie są zbyt wysokie, Ziobro uzyskał najwyższy odsetek publikacji o wydźwięku negatywnym spośród badanych polityków (34 proc.). Drugie miejsce zajął Janusz Palikot (31 proc.), a trzecie Jarosław Kaczyński (28 proc.). Pierwszy dotychczas premier spadł na czwartą pozycję i z 26 proc. okazał się jedynym, o którym zmniejszył się wolumen publikacji niekorzystnych dla wizerunku.

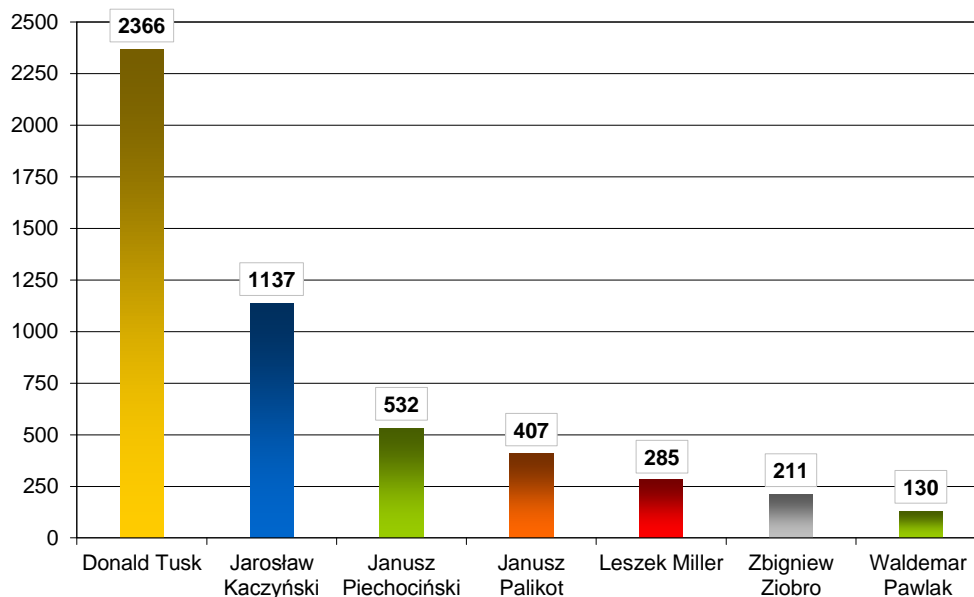
Agencja informacyjna „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów” w ramach cyklicznego raportu „Scena Polityczna” dokonała **dotodkowej analizy dotyczącej publikacji o ministrach w dziennikach ogólnopolskich**. Najczęściej w poddanych badaniu środkach masowego przekazu występował Jarosław Gowin. Minister sprawiedliwości uzyskał 321 publikacji w miesiącu, a więc więcej niż na przykład lider SLD – Leszek Miller. Drugi był Radosław Sikorski, a trzeci Sławomir Nowak. Tylko wymieniona trójka uzyskała wynik przekraczający dwieście publikacji.

Medialność Gowina wynikała z zamieszania i protestów w kwestii reorganizacji sądów rejonowych. Jego nazwisko pojawiało się także w kontekście spotkania z Jarosławem Kaczyńskim w sprawie zmian w kodeksie karnym. Najbardziej krytykowanym ministrem był jednak Bartosz Arłukowicz. Na temat szefa resortu zdrowia ukazało się 138 tekstów, z czego aż 34 proc. miało dla niego wydźwięk negatywny. Gowin w tej klasyfikacji zajął miejsce czwarte, a negatywne publikacje stanowiły w jego przypadku 16 proc. Za plecami Arłukowicza znalazł się Waldemar Pawlak, który stracił stanowisko przewodniczącego PSL (29 proc. negatywnych treści) oraz Radosław Sikorski. Minister spraw zagranicznych uzyskał najwyższą bezwzględną liczbę tekstów negatywnych w analizowanych dziennikach (69).

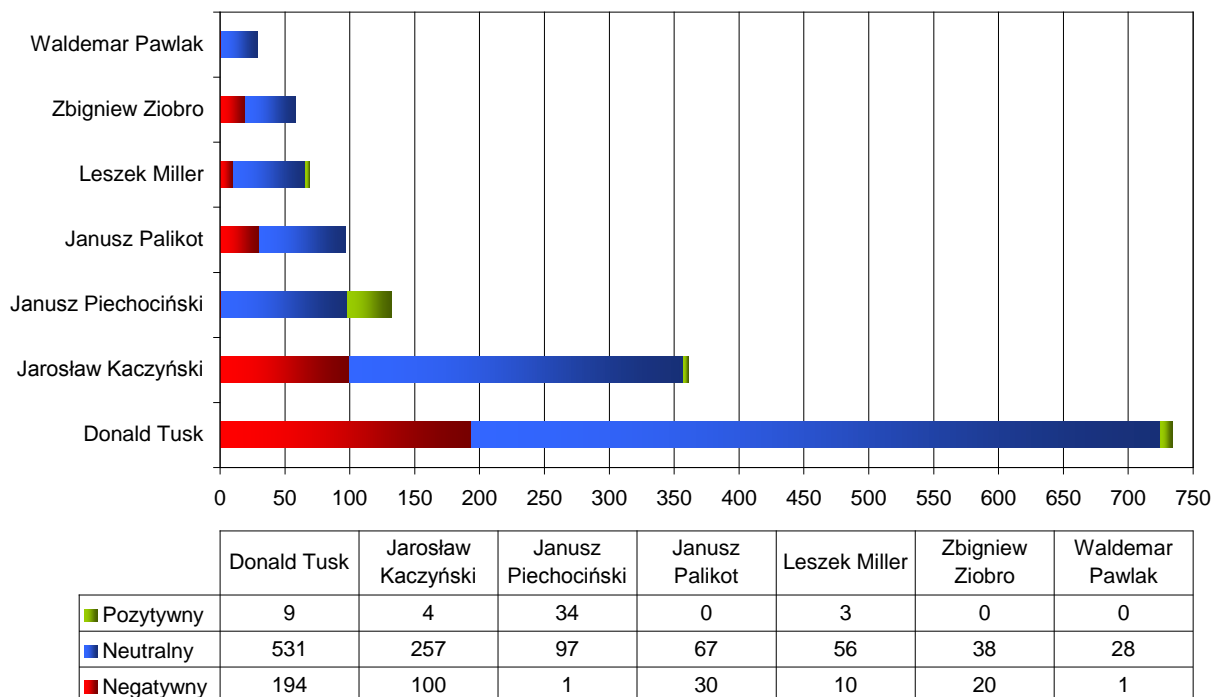
Rozdział I - Podsumowanie



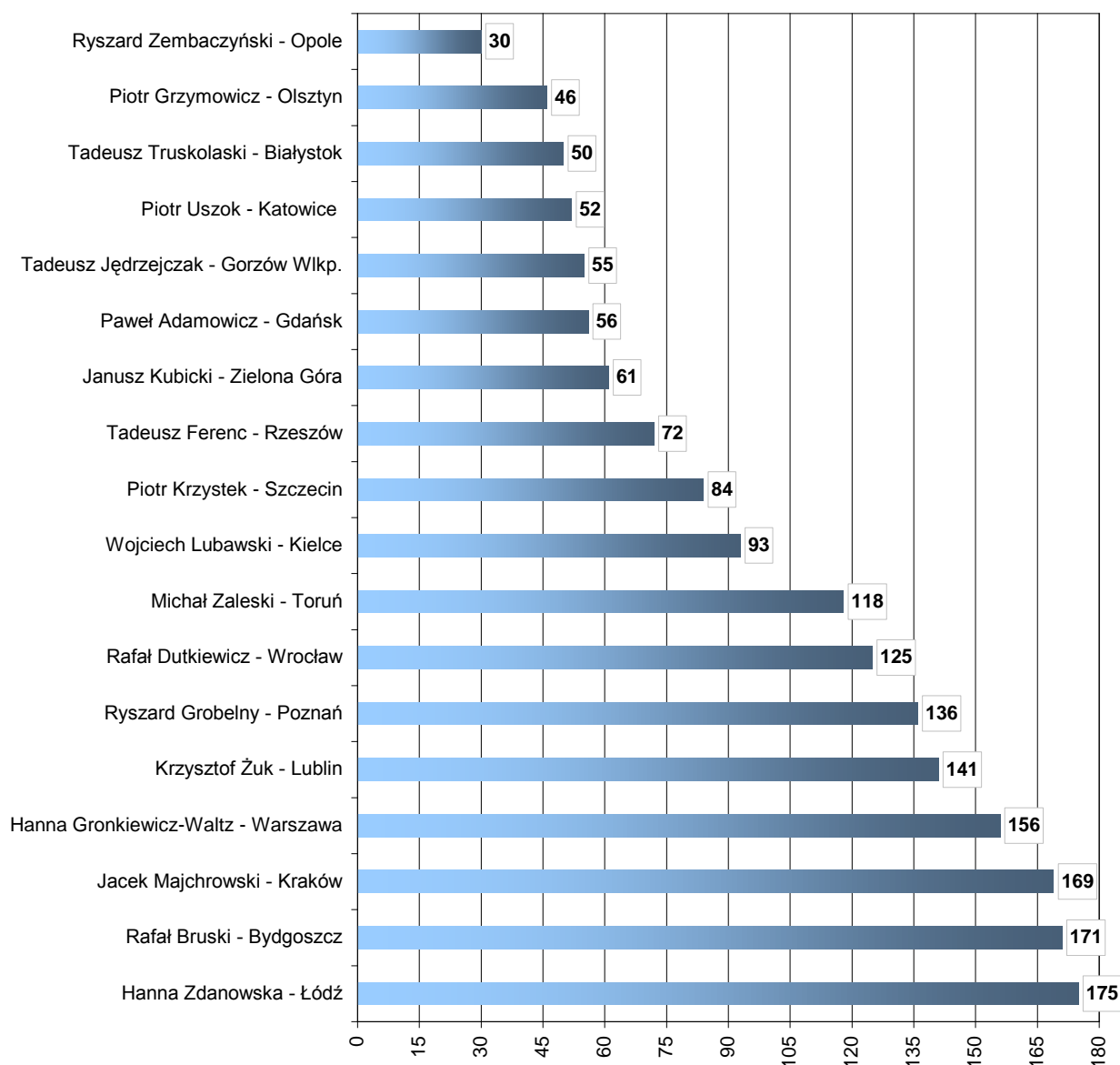
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w listopadzie 2012 r.



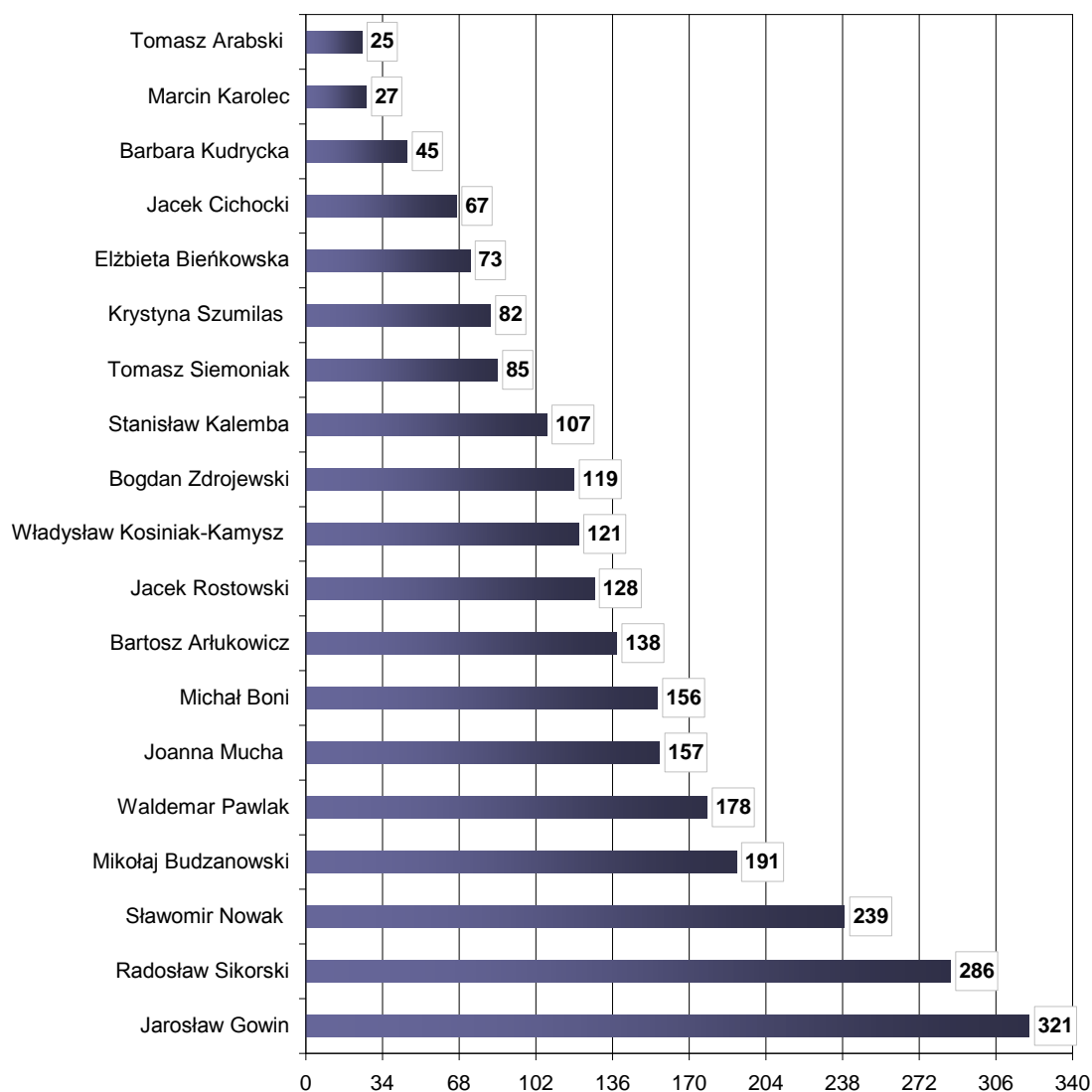
Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w listopadzie 2012 r. (Waldemar Pawlak w okresie od 1 do 16 listopada włącznie, Janusz Piechociński od 17 do 30 listopada)



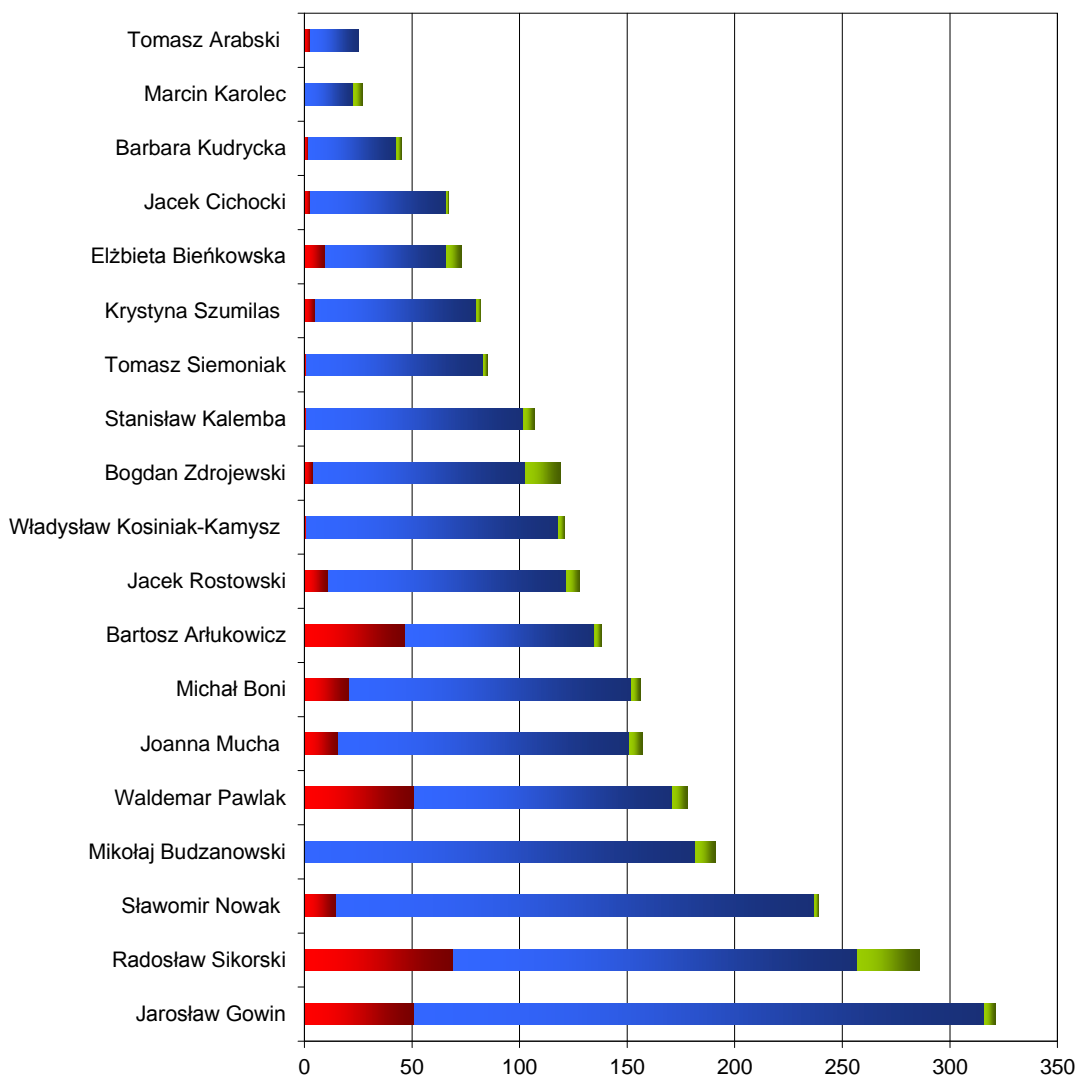
Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku (Waldemar Pawlak w okresie od 1 do 16 listopada włącznie, Janusz Piechociński od 17 do 30 listopada)



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

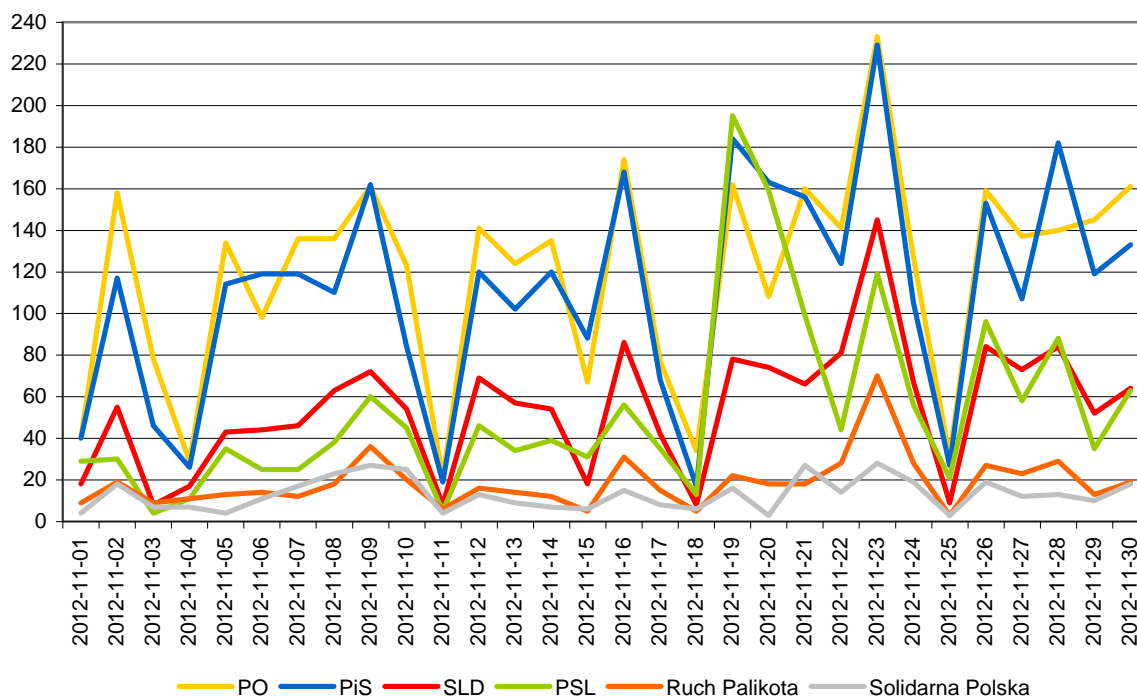


Wykres 5. Liczba publikacji, w których wystąpili ministrowie rządu Donalda Tuska

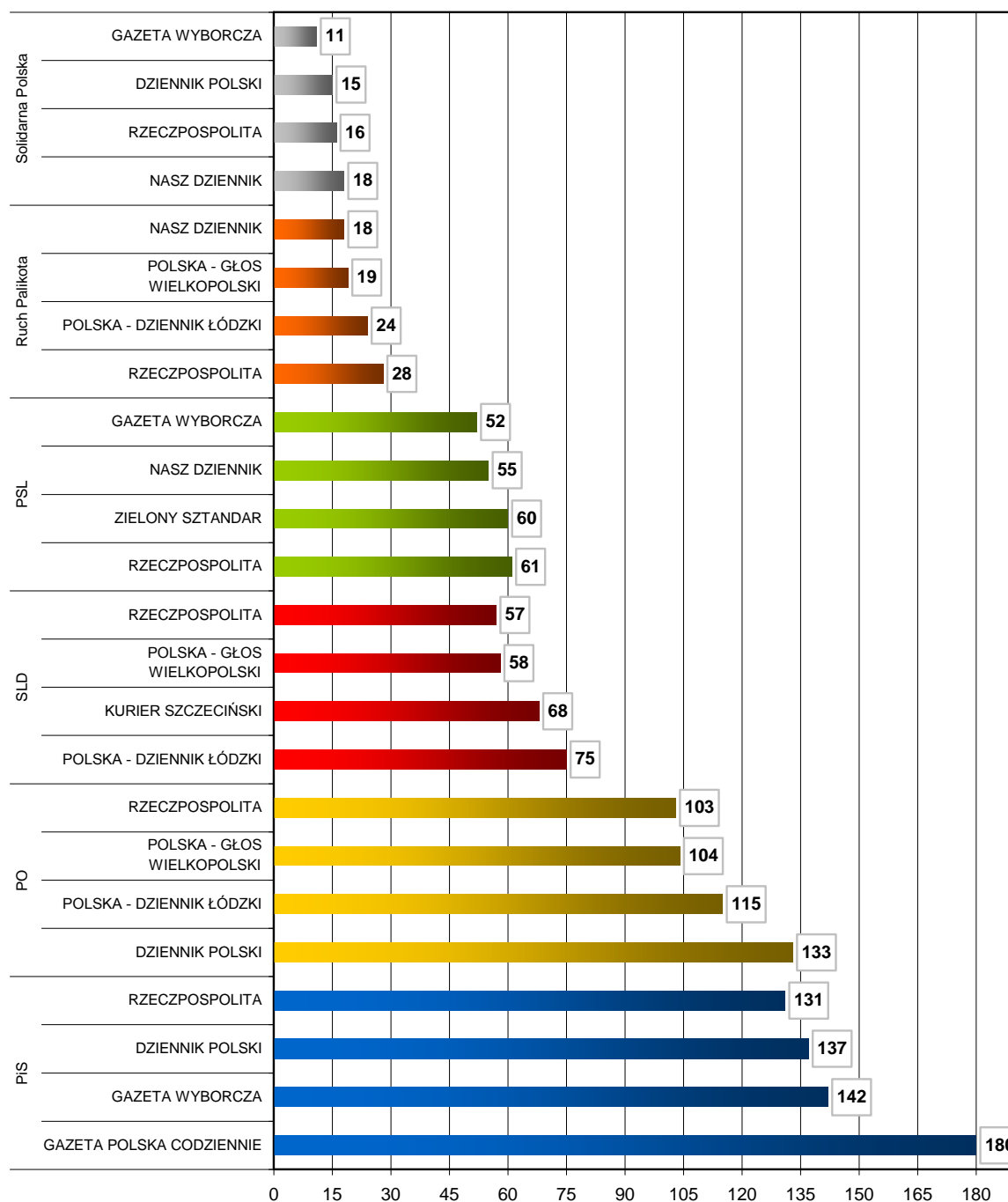


Wykres 6. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili ministrowie rządu Donalda Tuska z uwzględnieniem wydźwięku

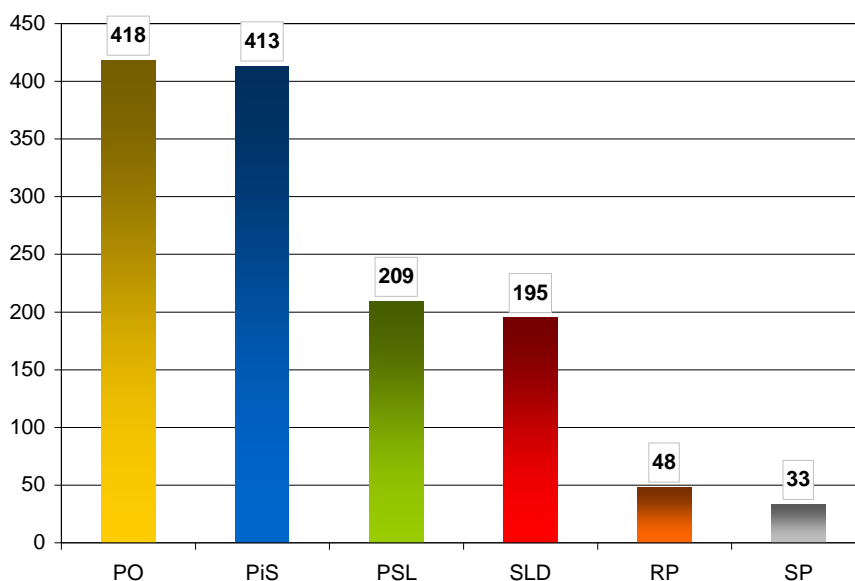
Rozdział II - Partie polityczne



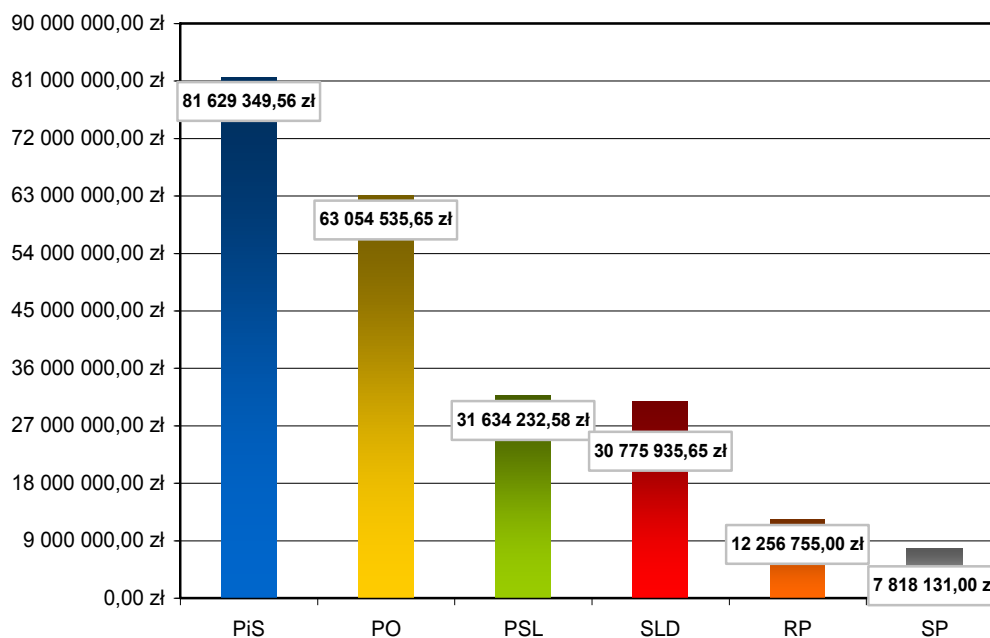
Wykres 7. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



Wykres 8. Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)

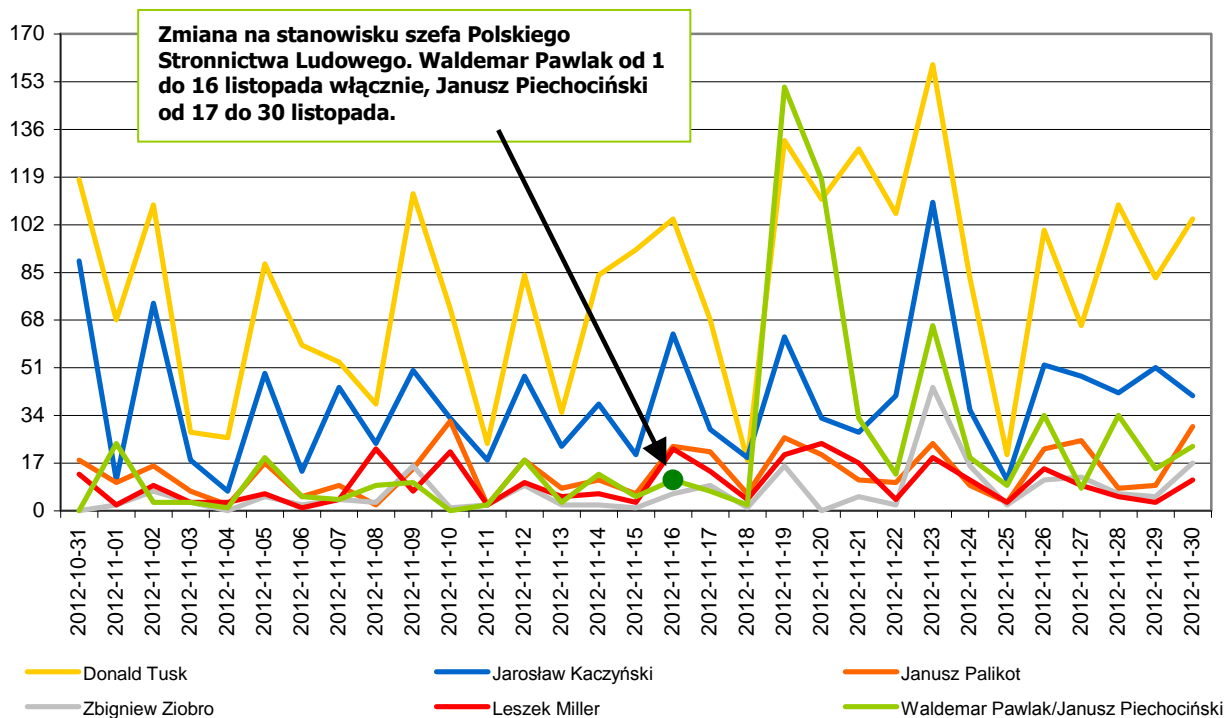


Wykres 9. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

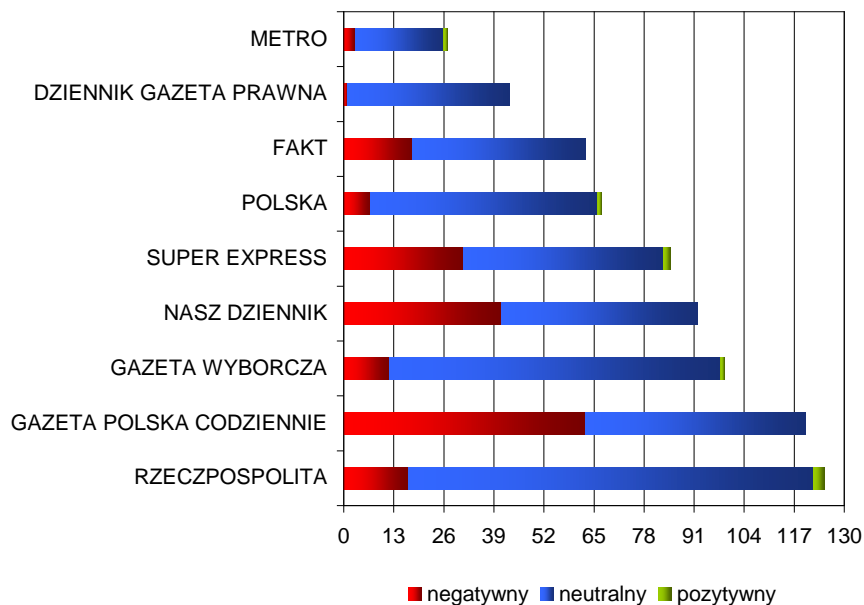


Wykres 10. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych - listopad 2012 r.

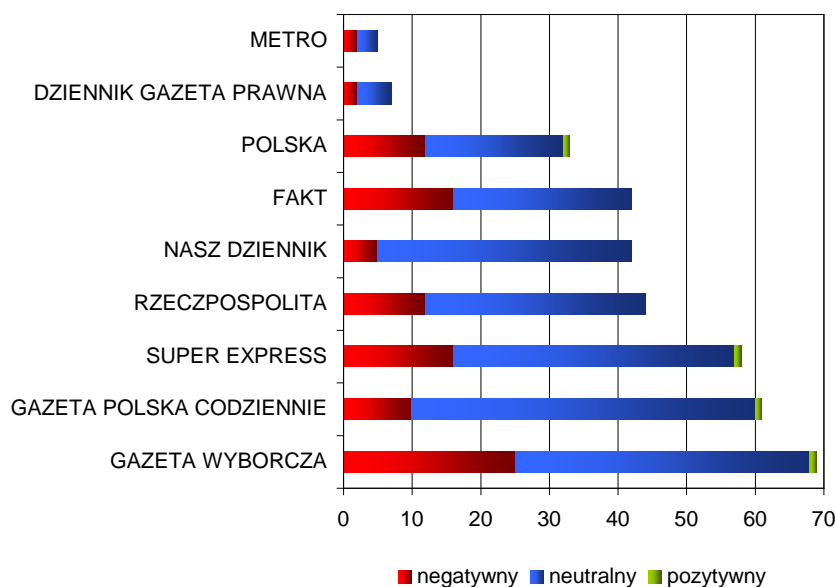
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



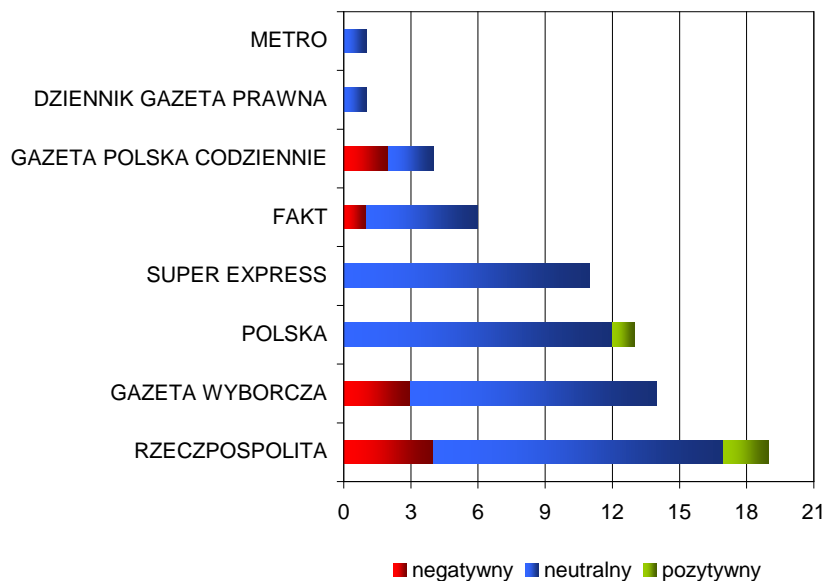
Wykres 11. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



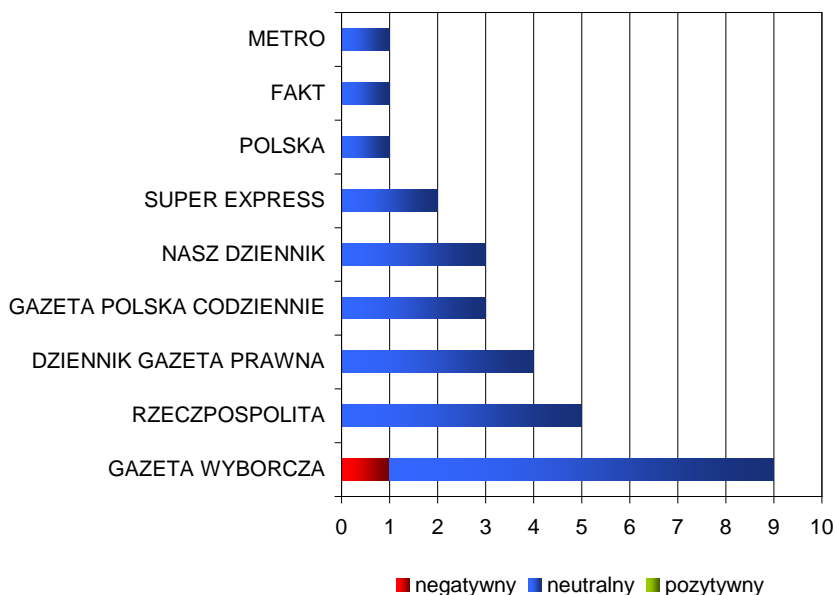
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



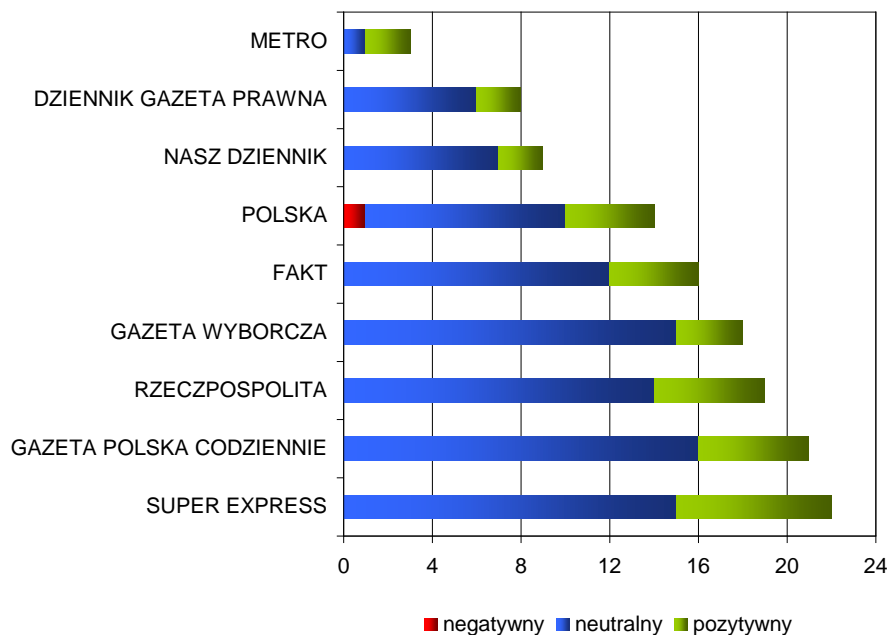
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



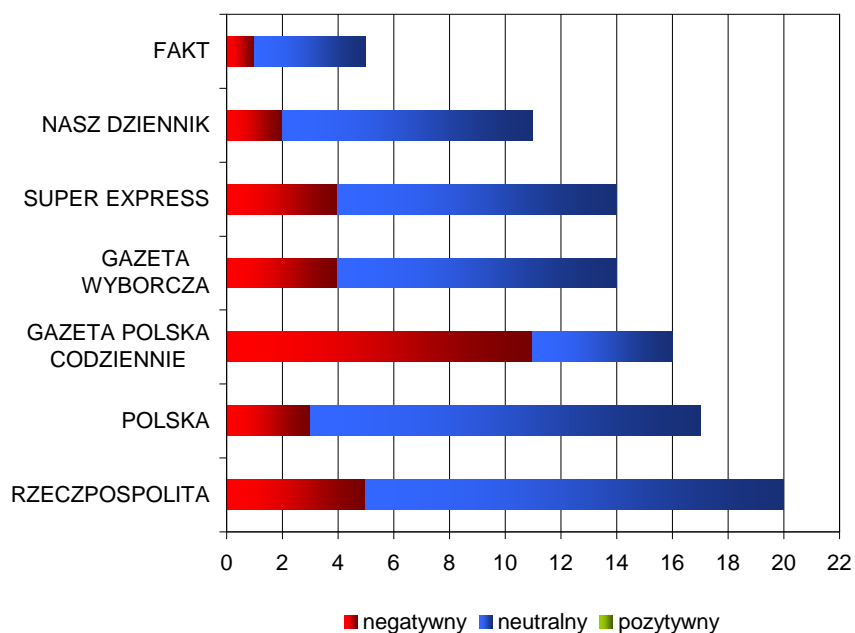
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



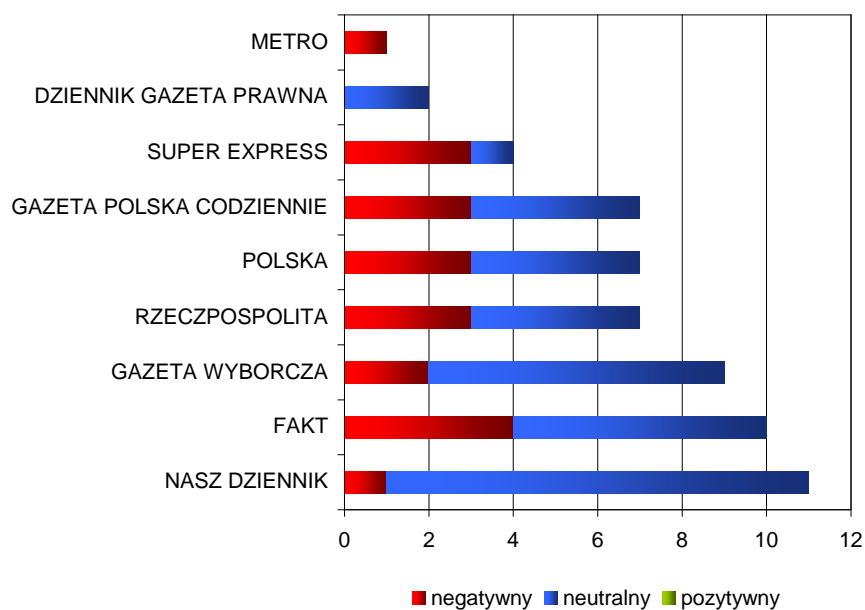
Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne). Dane od 1 do 16 listopada włącznie.



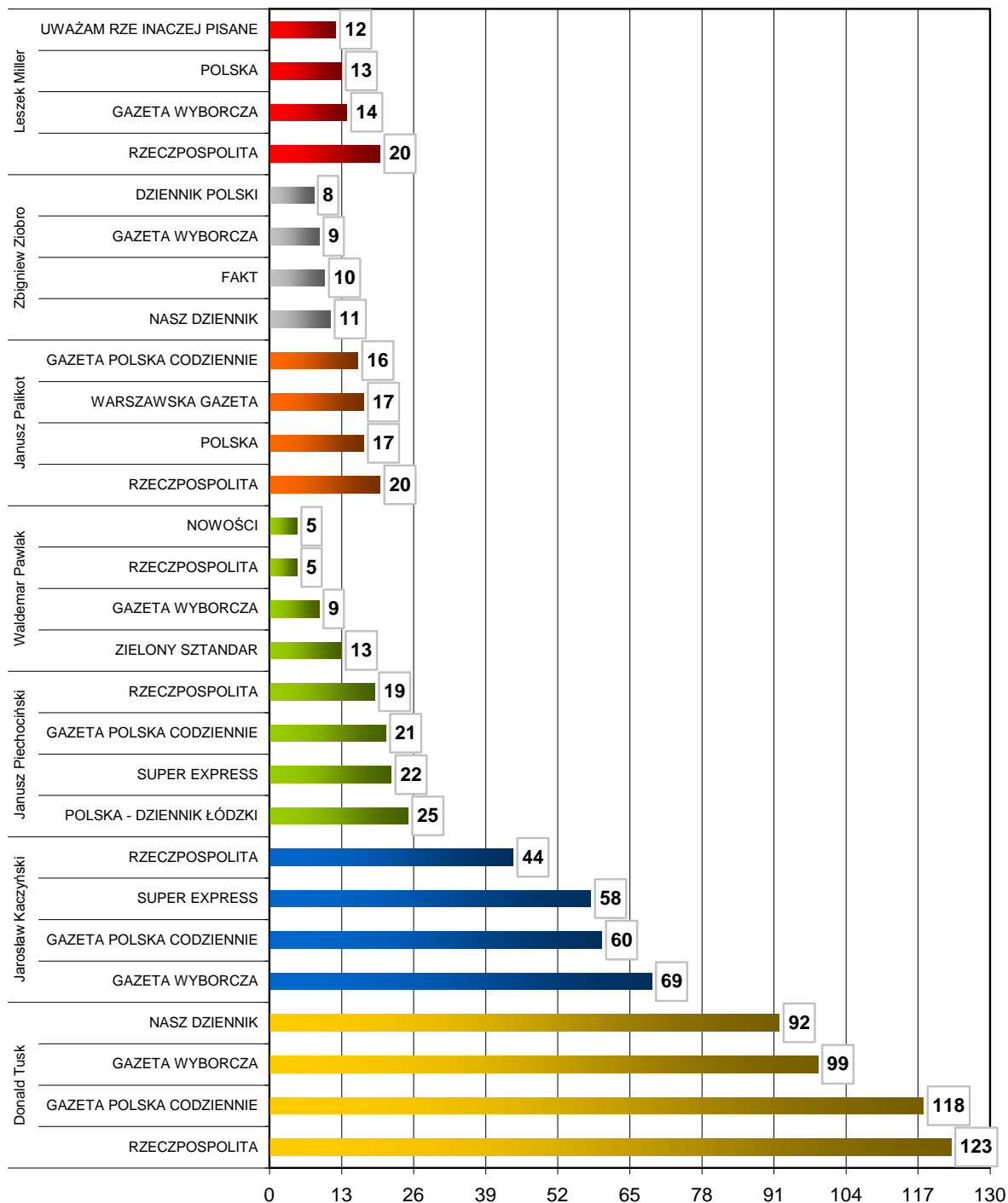
Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne). Dane od 17 do 30 listopada.



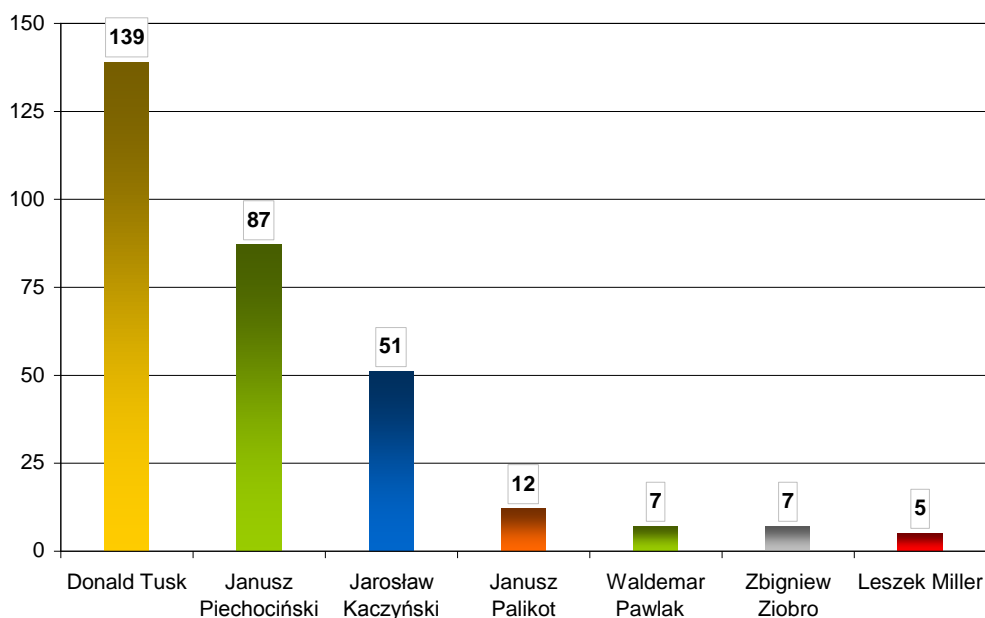
Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



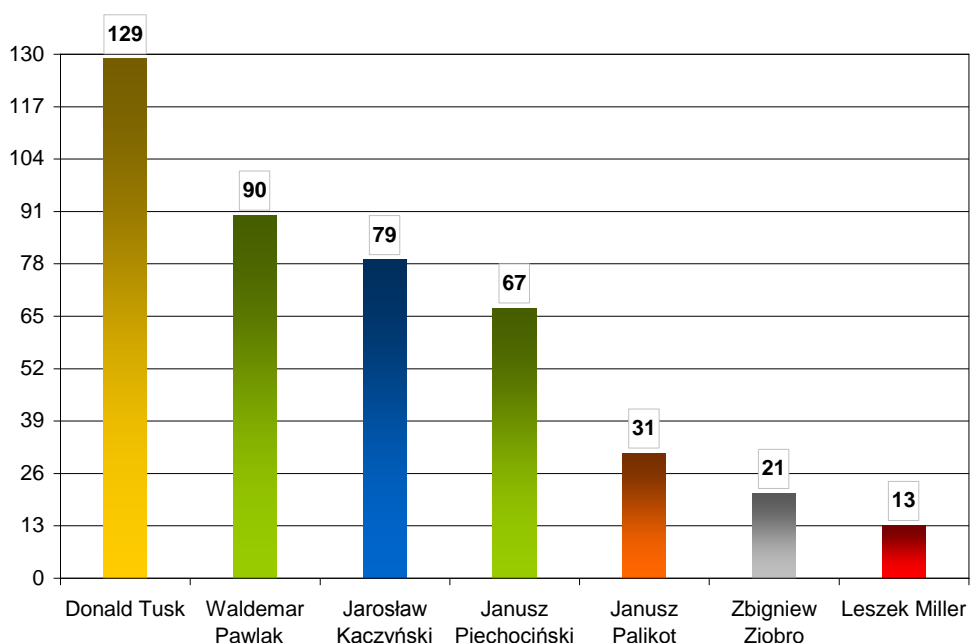
Wykres 18. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



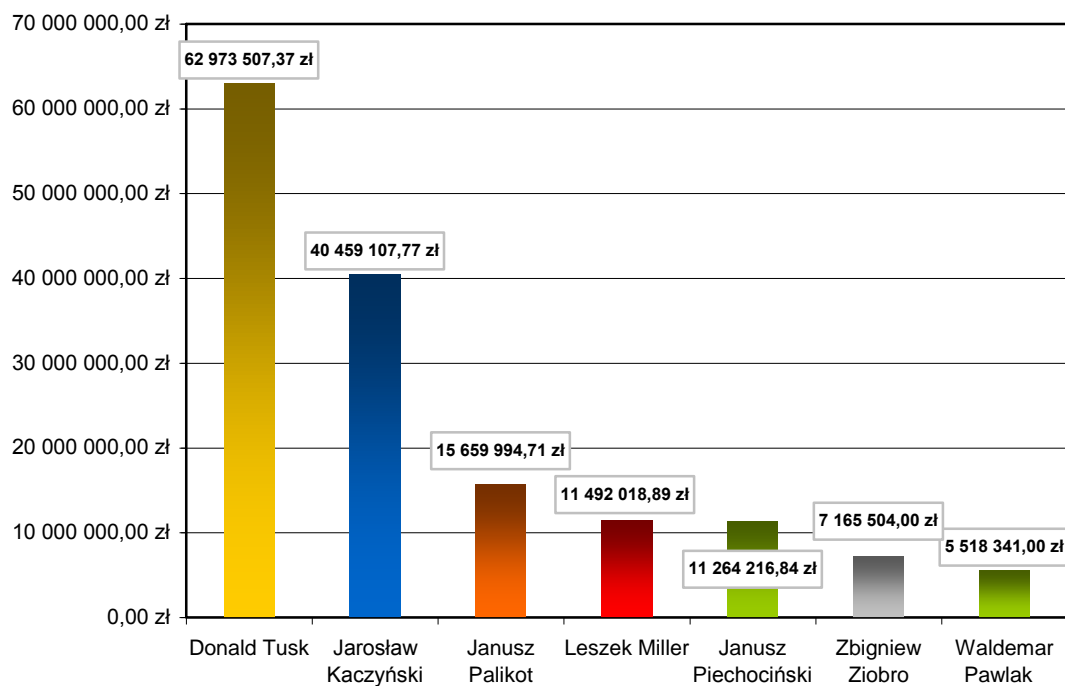
Wykres 12. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów). (Waldemar Pawlak w okresie od 1 do 16 listopada włącznie, Janusz Piechociński od 17 do 30 listopada)



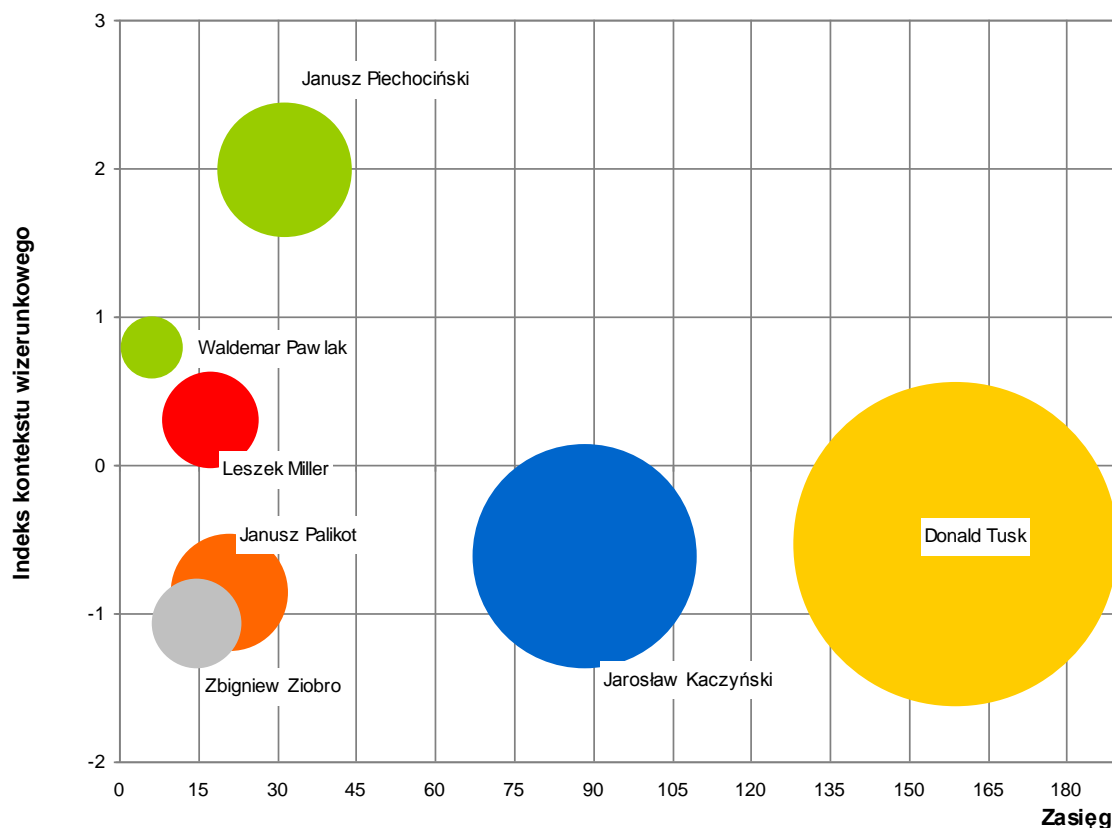
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji



Wykres 15. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych



Wykres 16. 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