



# SCENA POLITYCZNA

## Raport medialny

---

Wrzesień 2015

# METODOLOGIA

**Na podstawie informacji medialnych zebranych we wrześniu 2015 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. Jako informację rozumiemy wszelkie doniesienia medialne na temat analizowanego zagadnienia (zarówno jednozdaniowe wzmianki, jak i kilkustronicowe artykuły).**

Analiza medialna objęła osiem partii politycznych: KORWiN, Kukiz'15, Nowoczesną, Partię Razem, PiS, PO, PSL i Zjednoczoną Lewicę, a także ich liderów: Janusza Korwin-Mikkego, Pawła Kukiza, Ryszarda Petru, Adriana Zandberga, Jarosława Kaczyńskiego, Ewę Kopacz, Janusza Palikota, Włodzimierza Czarzastego oraz Karola Jene. 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”.

**Raport składa się z trzech podstawowych części:**

**▢ Rozdział I - Podsumowanie**

Podsumowanie informacji na temat ośmiu największych ugrupowań politycznych oraz ich liderów.

**▢ 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 DO RAPORTU

## **Ewa Kopacz zdecydowaną faworytką mediów**

Ewa Kopacz stopniowo przestaje być obiektem ataków mediów. We wrześniu niekorzystne dla niej publikacje stanowiły tylko 5 proc. tekstów z dzienników ogólnopolskich. To niewiele w porównaniu do Janusza Korwin-Mikkego, który został najbardziej krytykowanym politykiem (39 proc.) i Pawła Kukiza (26 proc.). Tendencja ta nie jest związana ze spadkiem zainteresowania przywódcą PO, a wręcz przeciwnie. Ewa Kopacz została liderem zestawienia liczby publikacji.

Relatywnie często krytykowano także Jarosława Kaczyńskiego i Janusza Piechocińskiego. Media były neutralne względem Adriana Zandberga i Włodzimierza Czarzastego. Na temat Ryszarda Petru pojawiło się więcej doniesień medialnych pozytywnych niż negatywnych.

Drugim najczęściej przywoływanym przez prasę politykiem nadal pozostał Jarosław Kaczyński. Natomiast bardzo dynamiczny wzrost odnotował Ryszard Petru – ze 157 publikacji w sierpniu do 626 we wrześniu. Dzięki takiemu wynikowi uplasował się na czwartej pozycji, tuż za Pawłem Kukizem.

## **Dynamicznie w social media**

Media społecznościowe reagowały bardzo dynamicznie na działania każdego lidera. Jednak zdecydowanie największa liczba komentarzy dotyczyła Ewy Kopacz. We wrześniu na jej temat pojawiło się prawie 200 tys. wpisów i komentarzy. Na kolejnych miejscach uplasowali się Janusz Korwin-Mikke z wynikiem 89 tys. i Jarosław Kaczyński 59 tys. Najmniej uwagi internauci poświęcili Karolowi Jene – zaledwie 6 wzmianek.

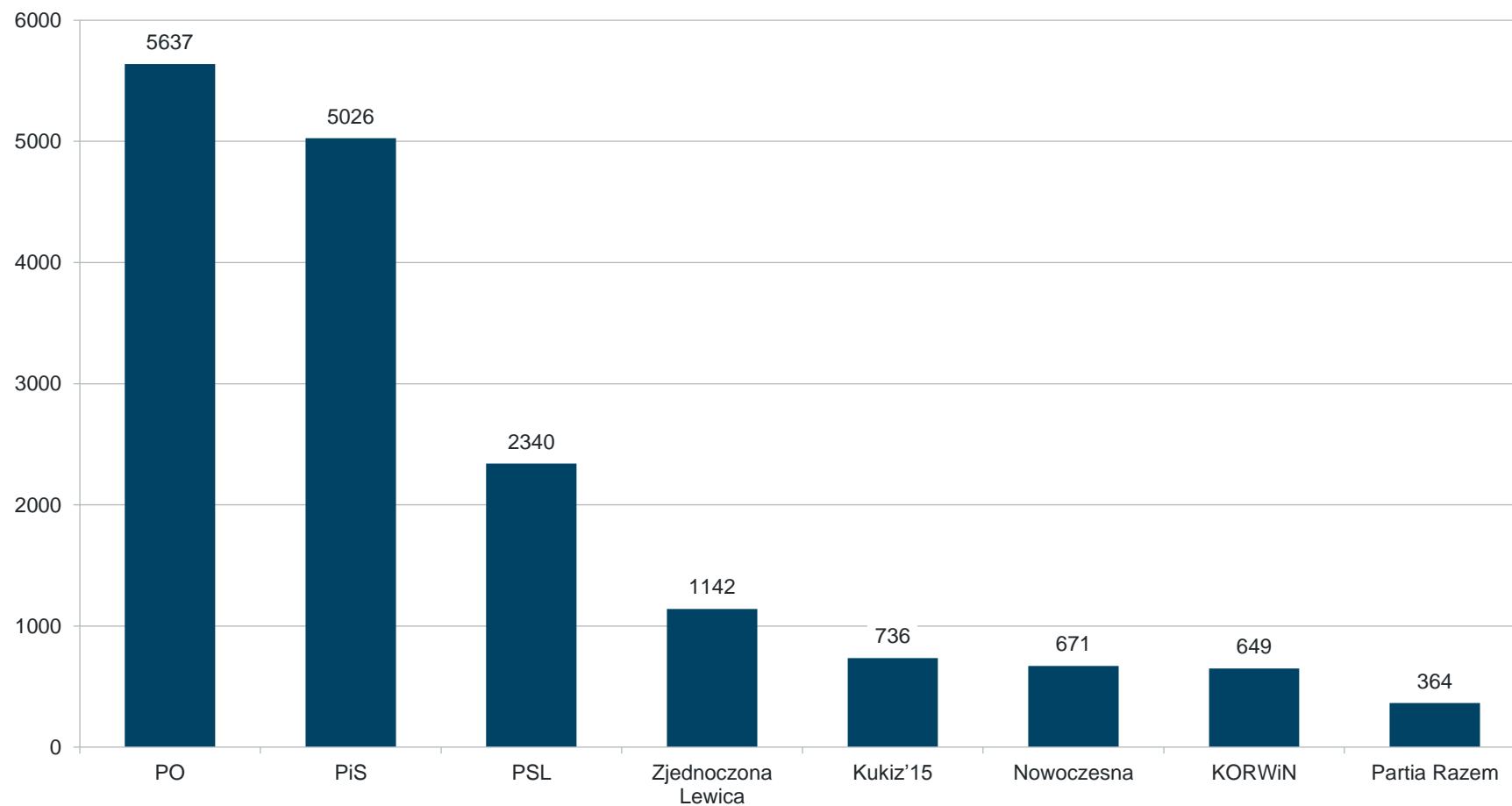
**PiS z największym ekwiwalentem**

Partia Jarosława Kaczyńskiego najwięcej zyskała w mediach. Ekwiwalent reklamowy materiałów o partii wyniósł 107 mln złotych. Opozycja osiągnęła wynik o 3 mln złotych mniejszy. Różnica pomiędzy partiami zmalała w stosunku do poprzedniego miesiąca.

# ROZDZIAŁ I

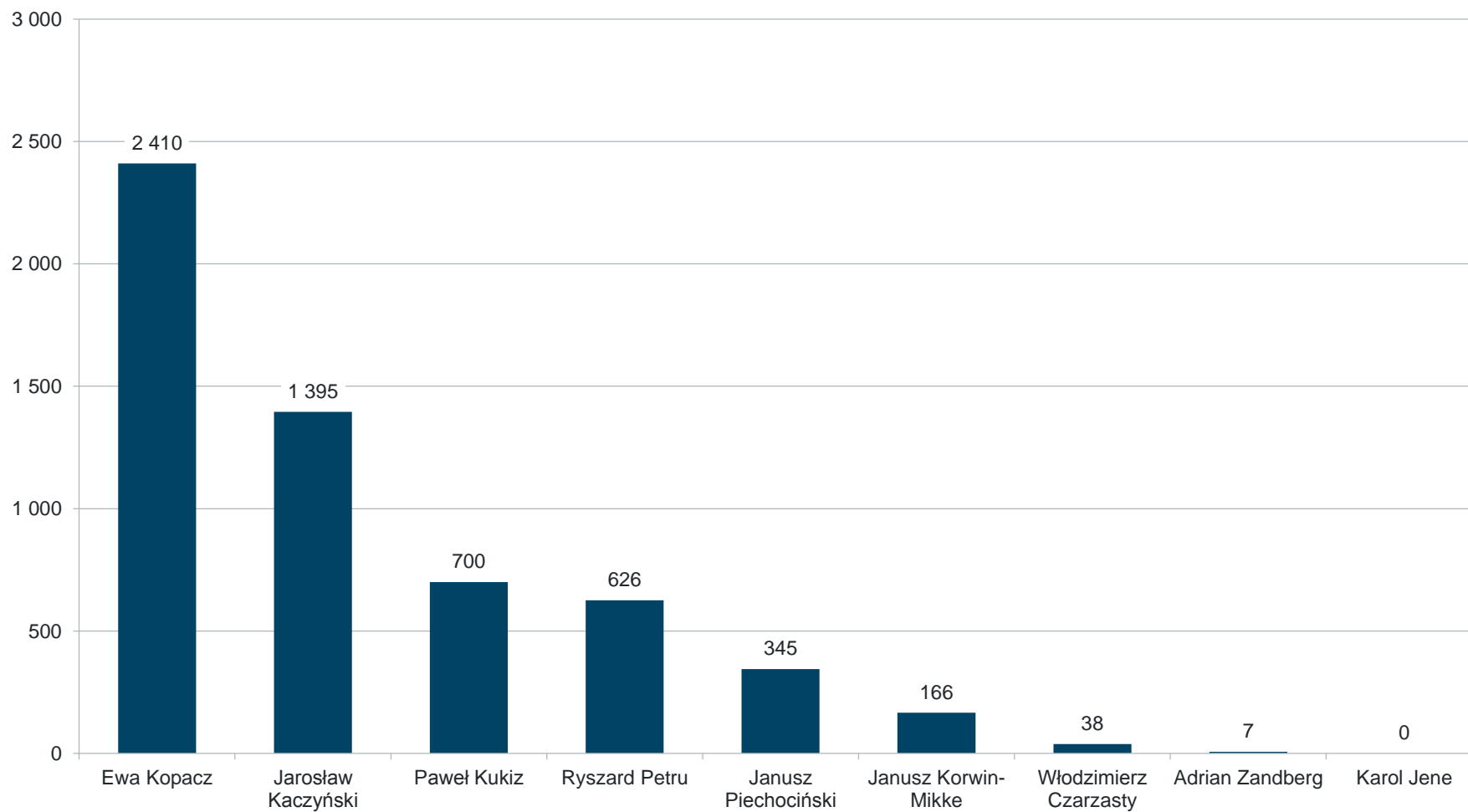
## Podsumowanie danych

## Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - wrzesień 2015 r.

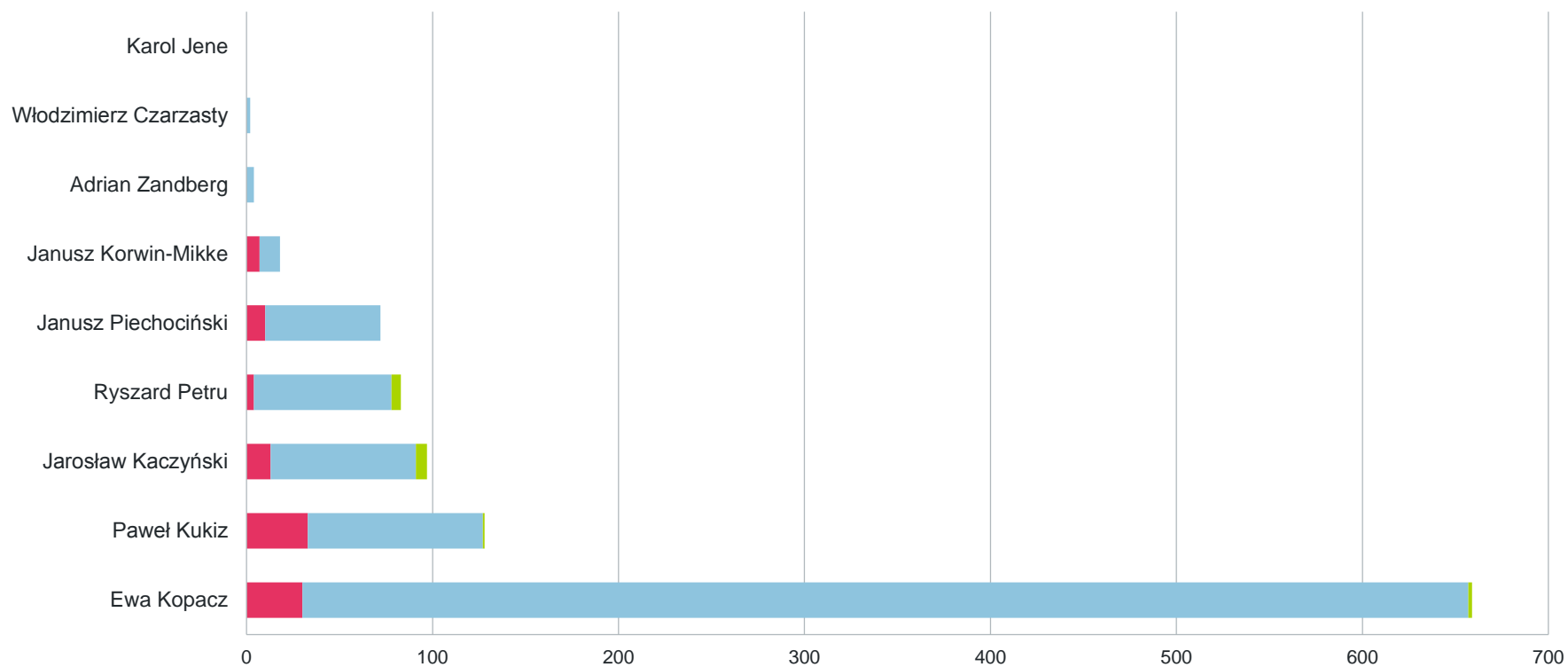




## Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - wrzesień 2015 r.

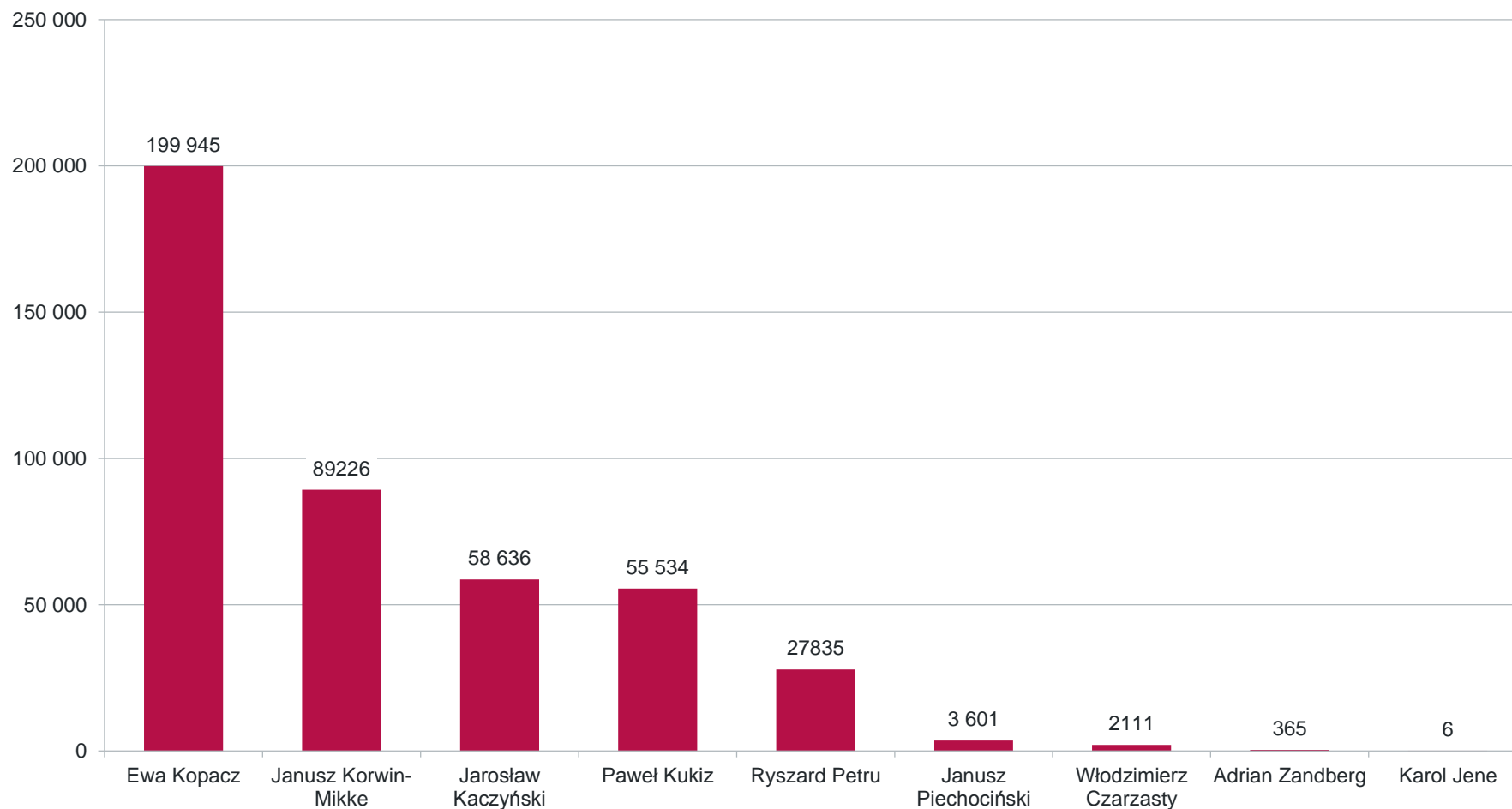


## Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – wrzesień 2015 r.



	Ewa Kopacz	Paweł Kukiz	Jarosław Kaczyński	Ryszard Petru	Janusz Piechociński	Janusz Korwin-Mikke	Adrian Zandberg	Włodzimierz Czarzasty	Karol Jene
■ Negatywne	30	33	13	4	10	7	0	0	0
■ Neutralne	627	94	78	74	62	11	4	2	0
■ Pozytywne	2	1	6	5	0	0	0	0	0

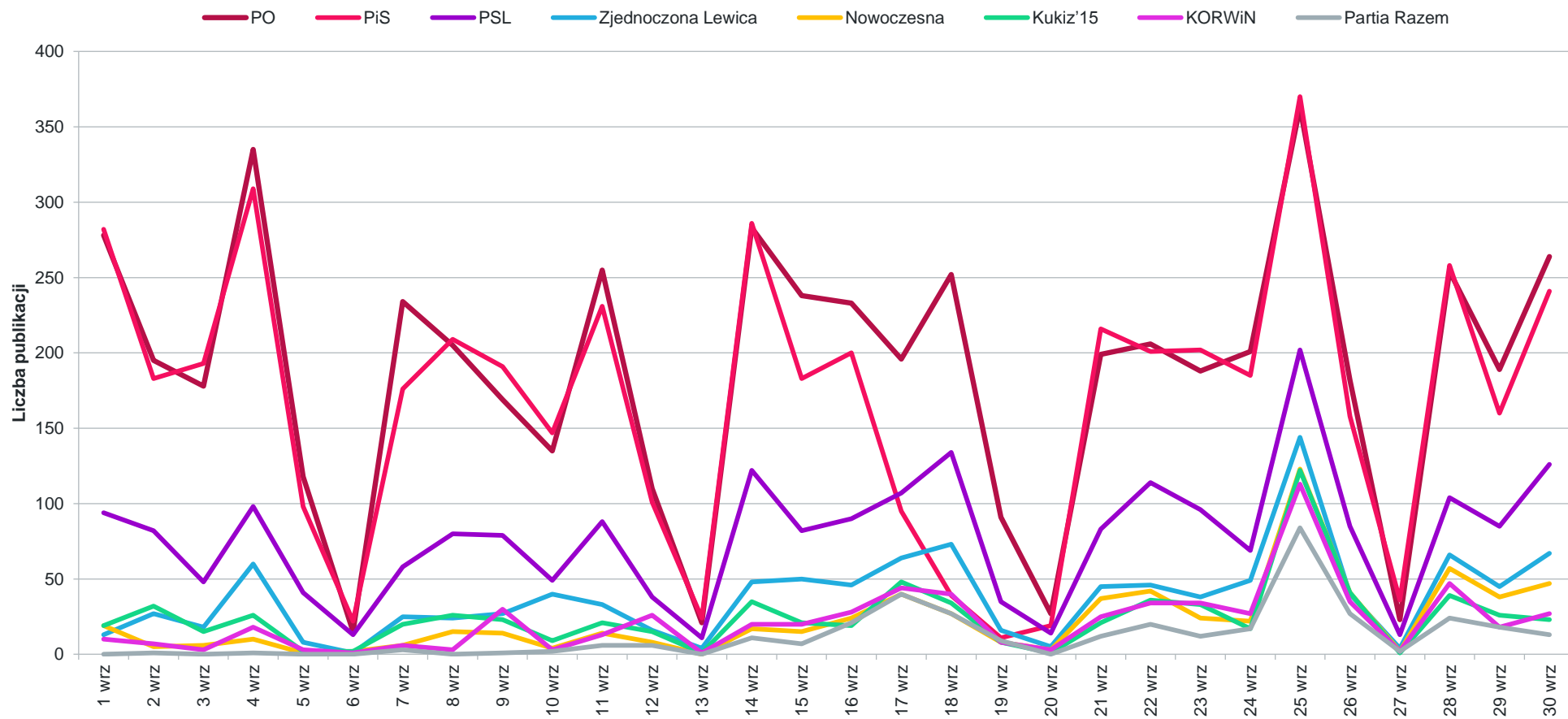
**Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - wrzesień 2015 r.**



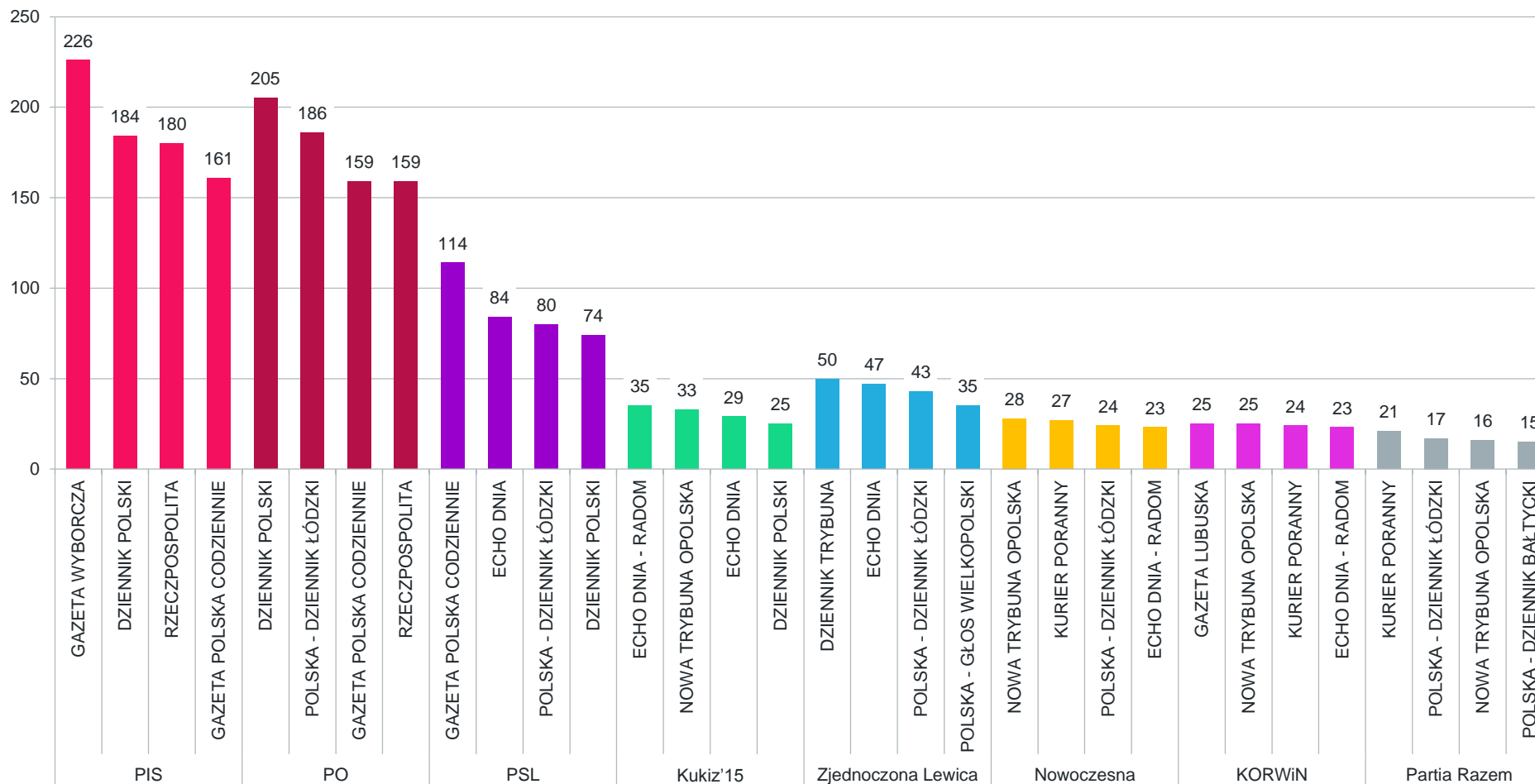
## ROZDZIAŁ II

### Partie polityczne

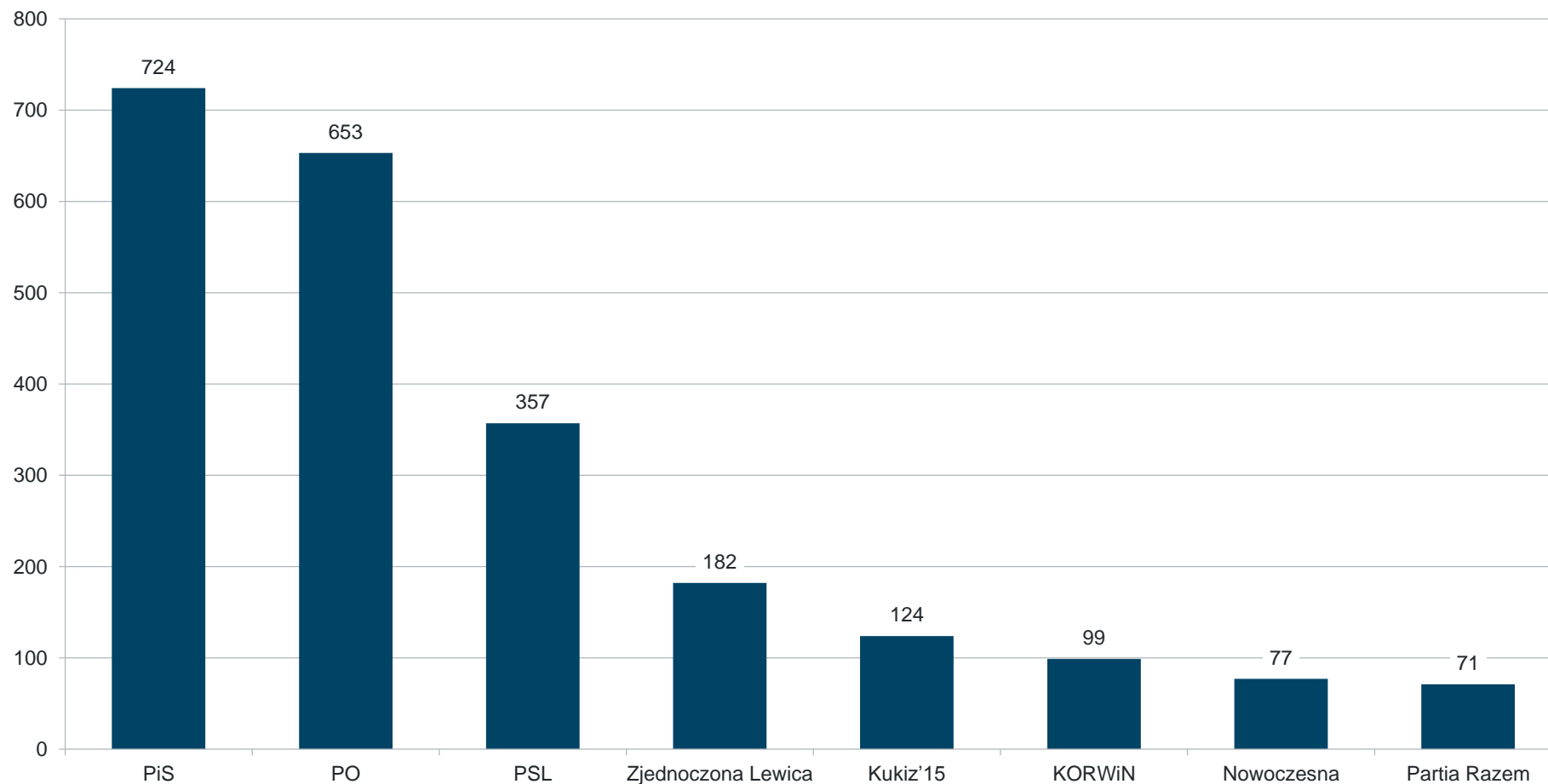
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych - wrzesień 2015 r.



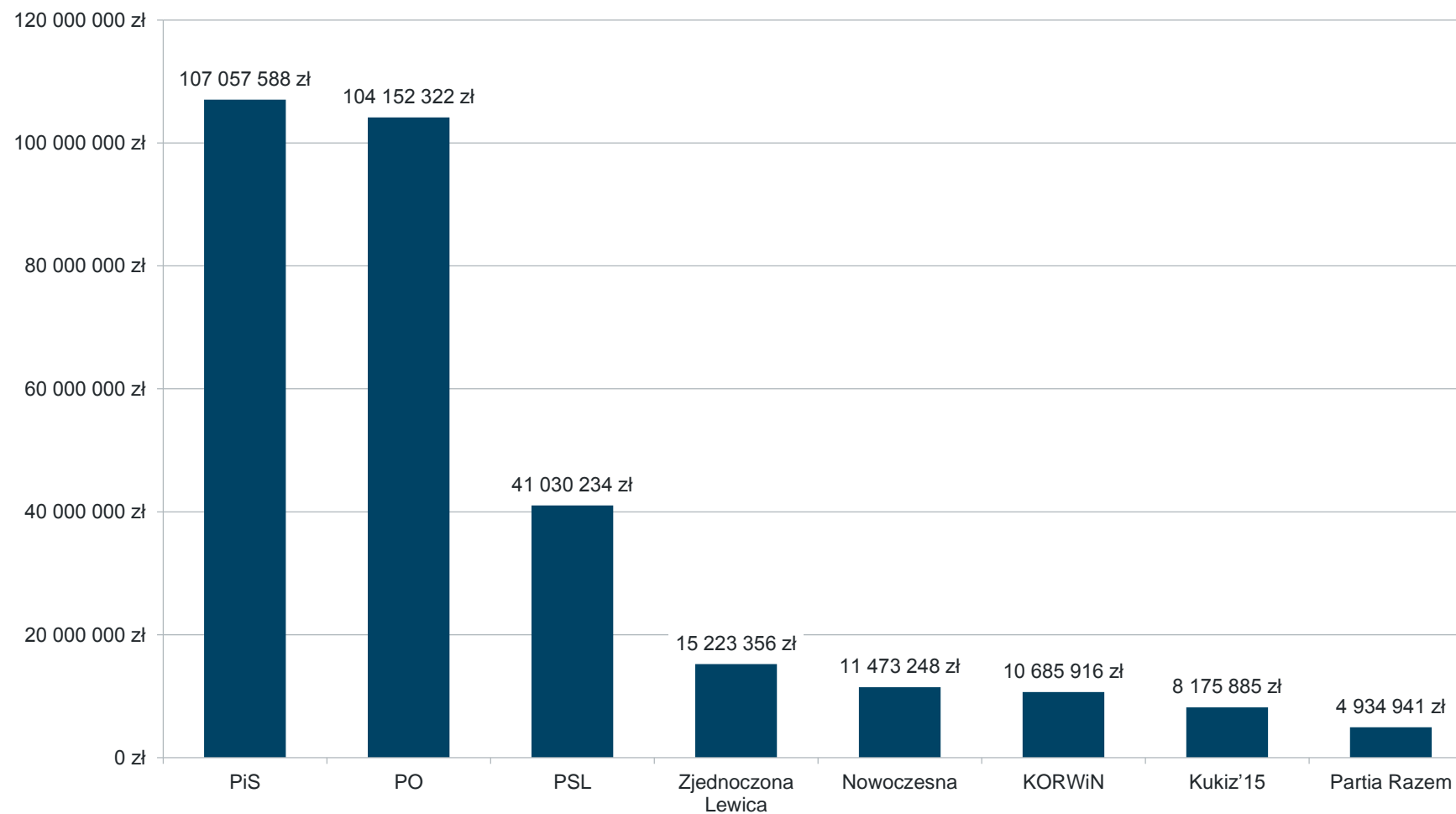
Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) - wrzesień 2015 r.



**Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych - wrzesień 2015 r.**



## Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w prasie - wrzesień 2015 r.

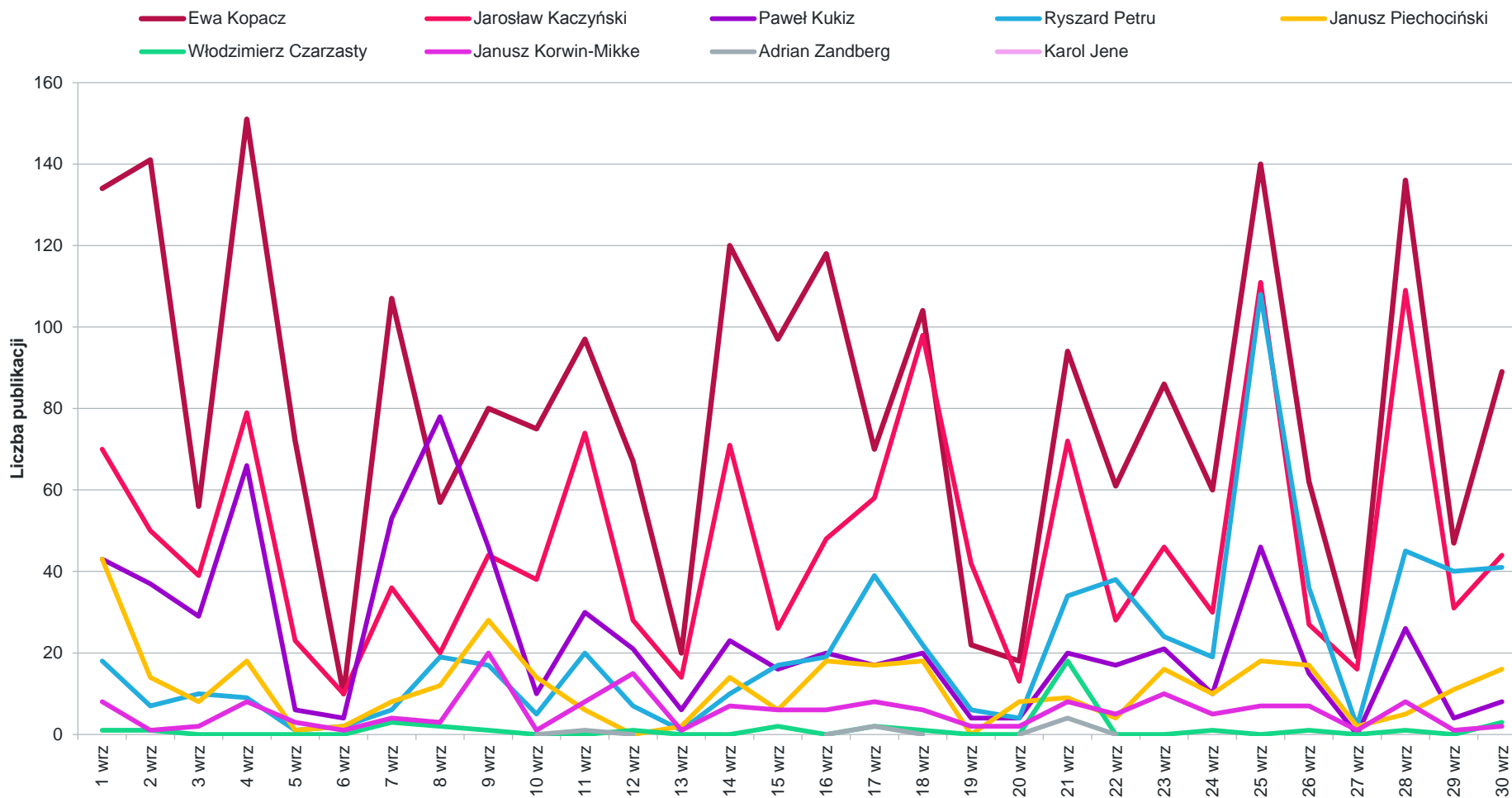




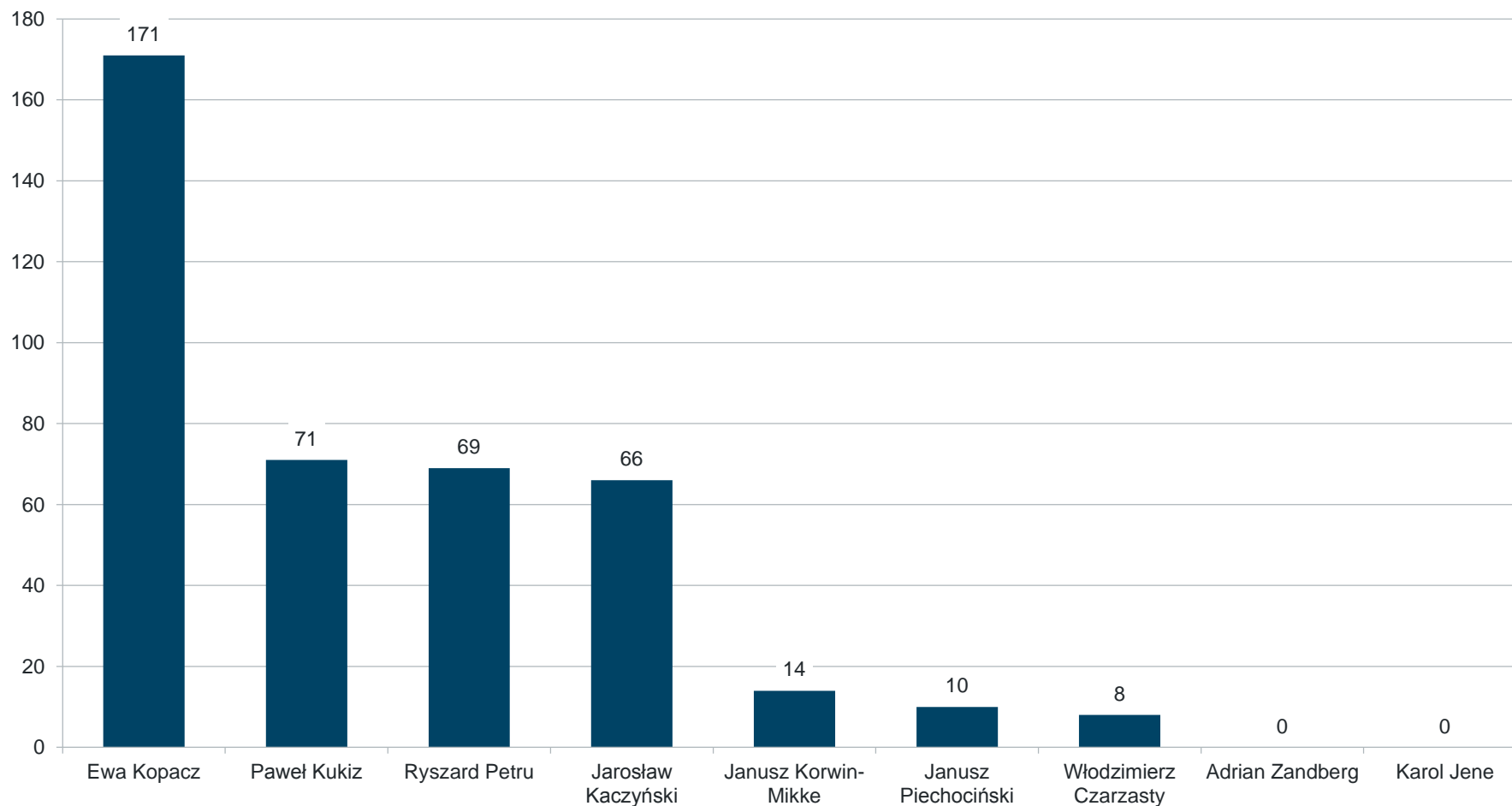
## ROZDZIAŁ III

### Liderzy partii politycznych

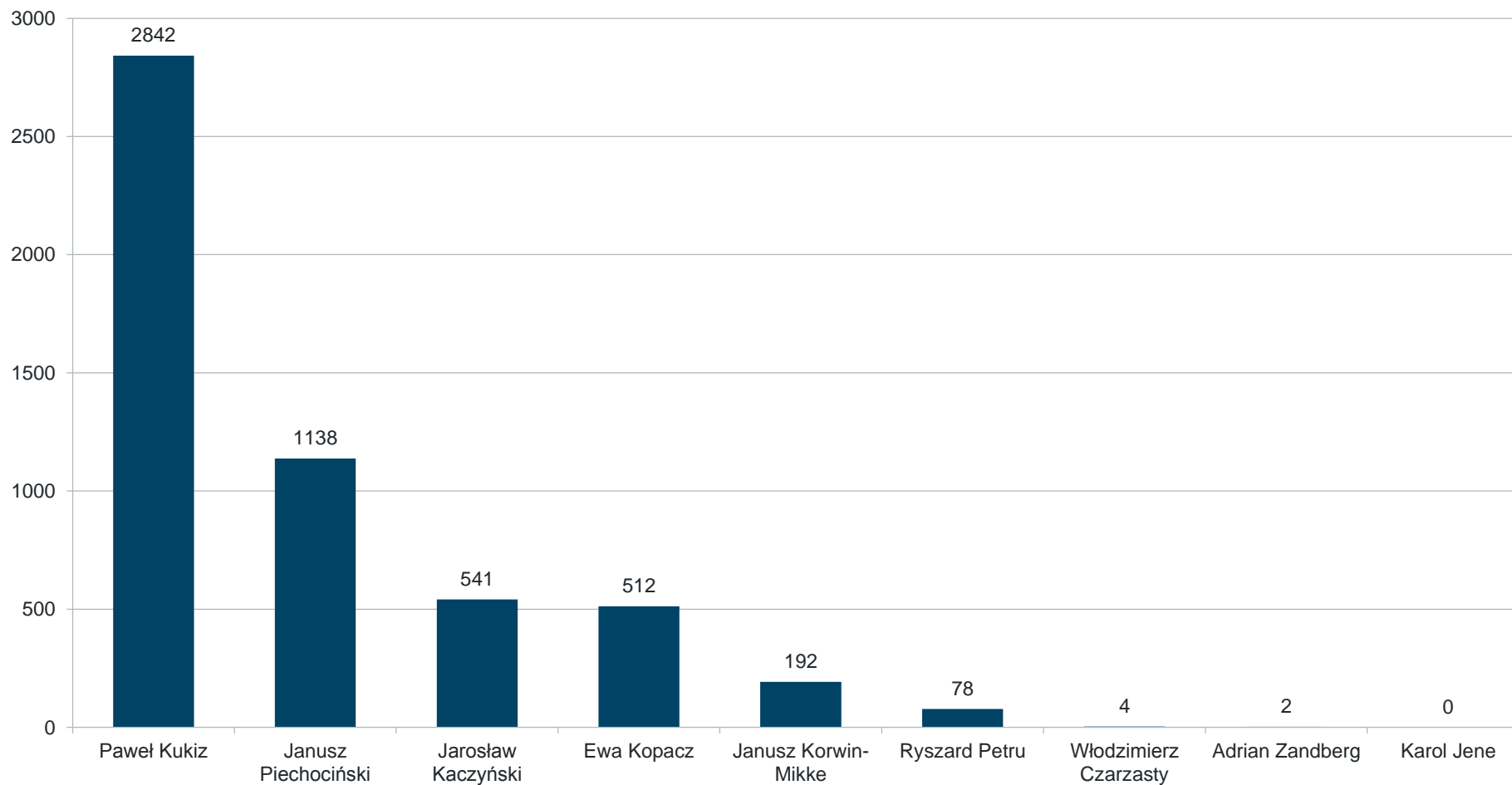
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych - wrzesień 2015 r.



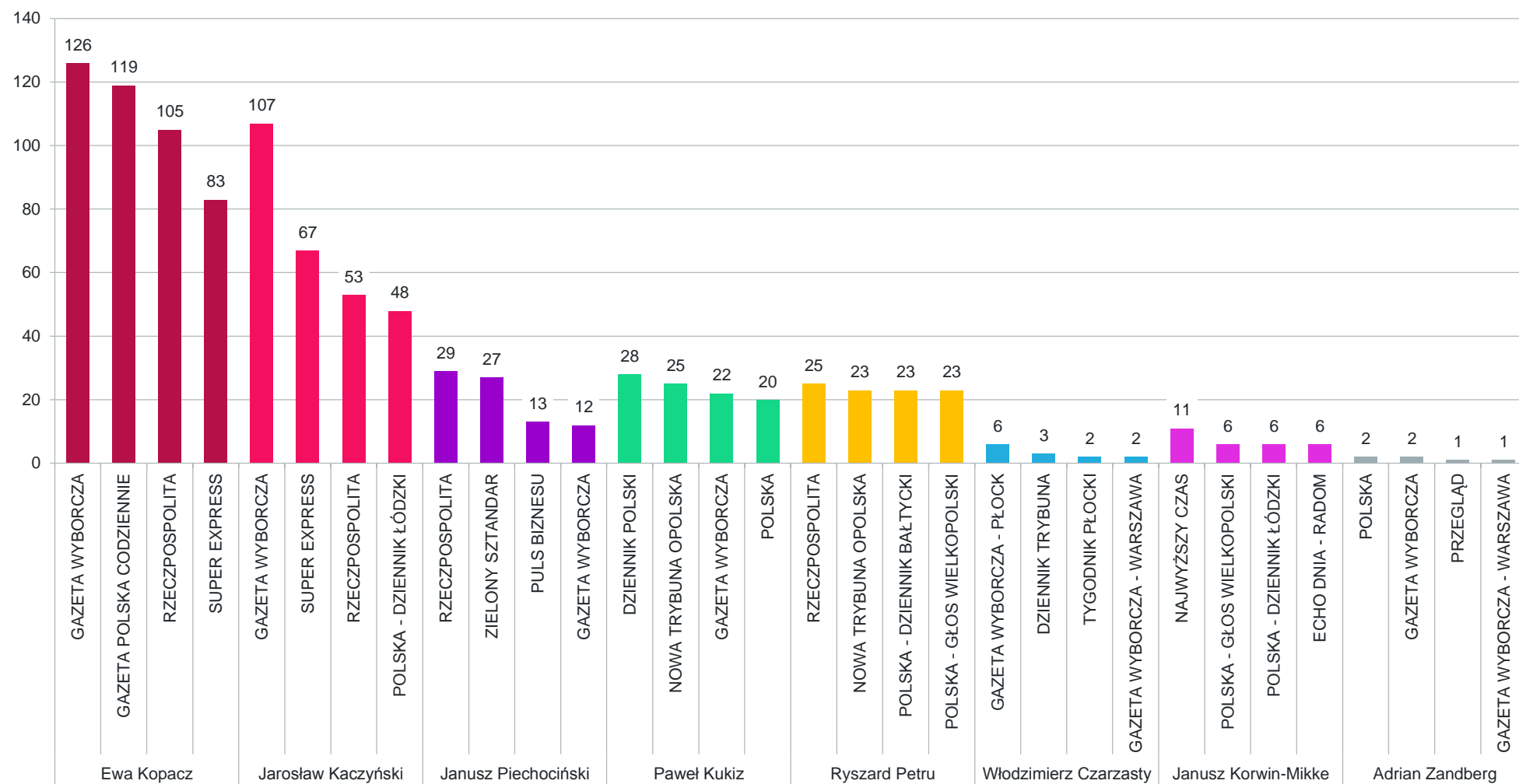
**Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych - wrzesień 2015 r.**



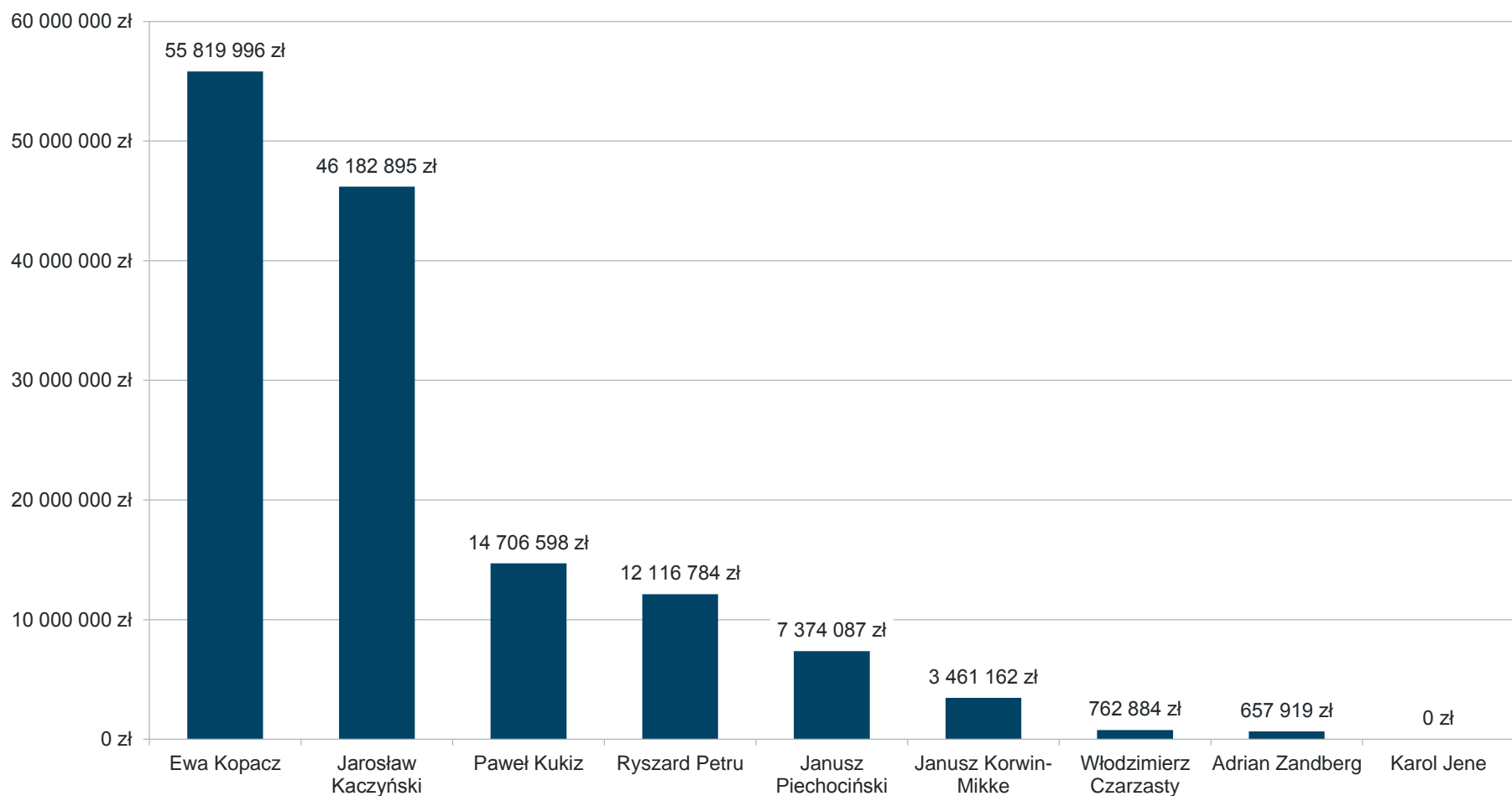
**Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji - wrzesień 2015 r.**



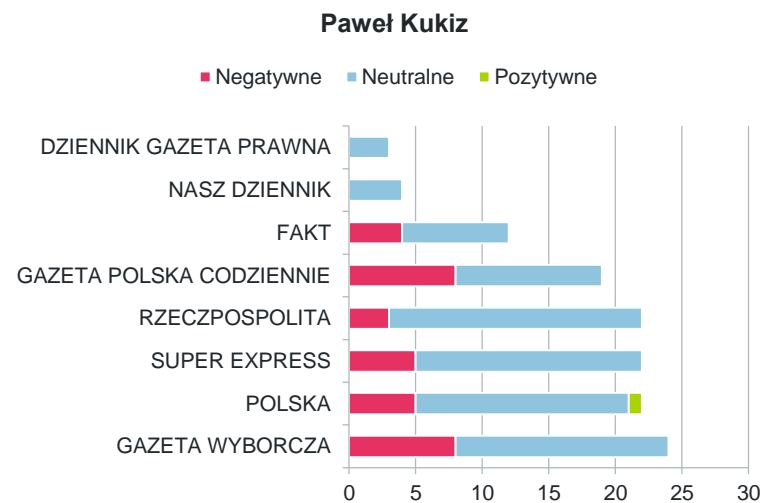
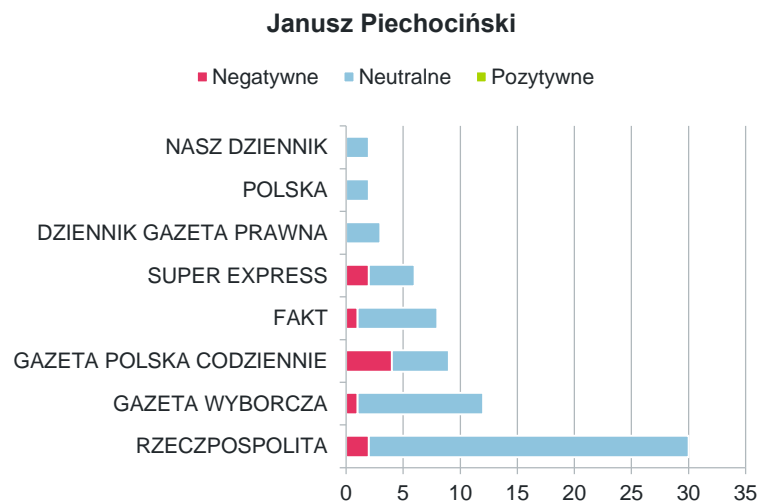
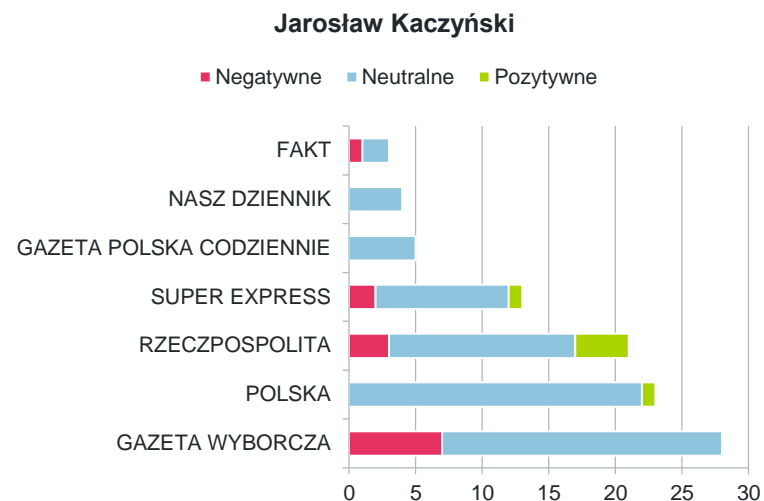
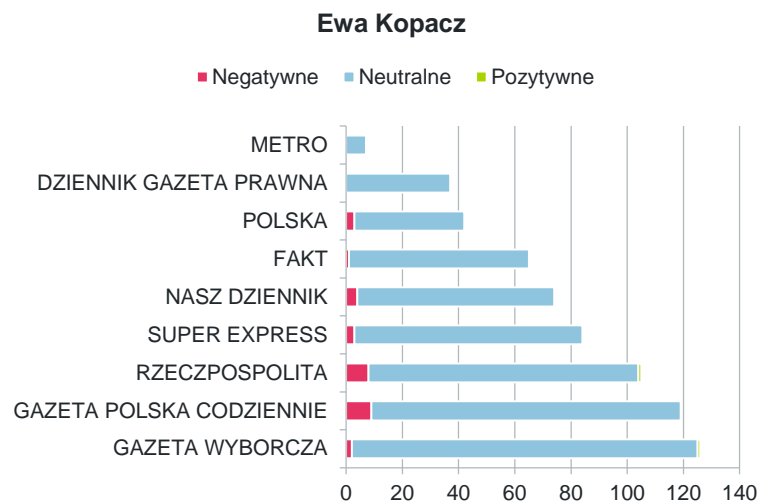
## Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) - wrzesień 2015 r.



## Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie - wrzesień 2015 r.

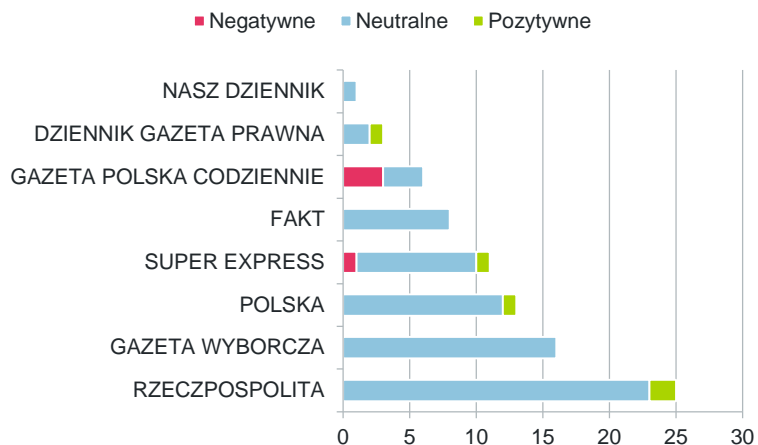


**Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

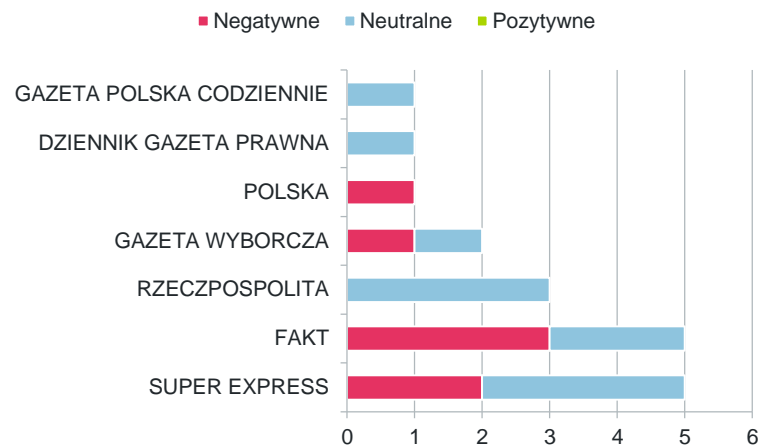


**Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) cd.**

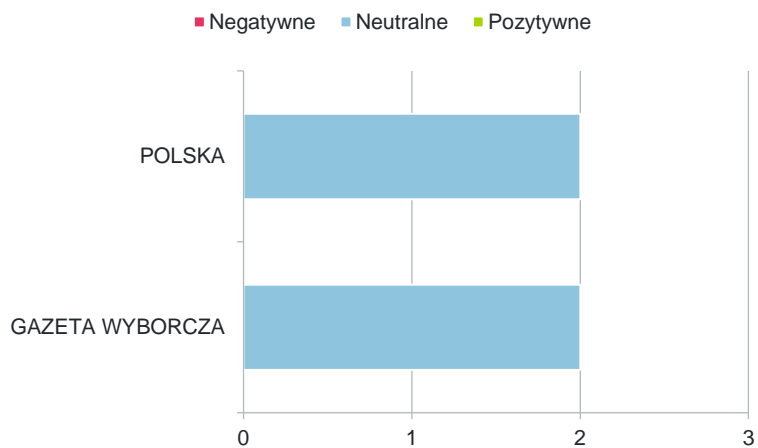
**Ryszard Petru**



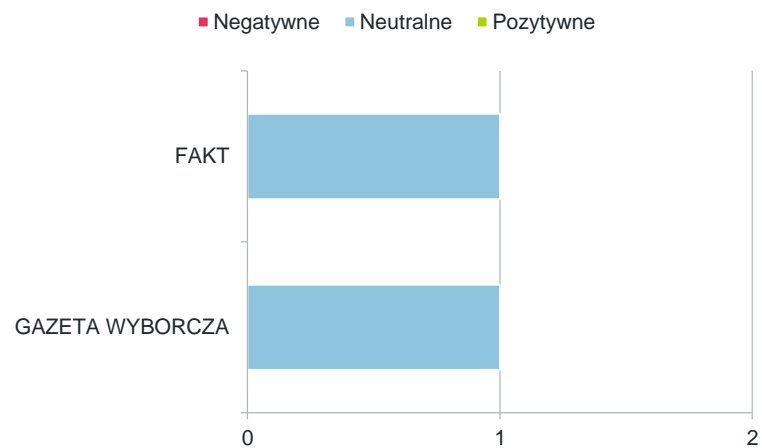
**Janusz Korwin-Mikke**



**Adrian Zandberg**

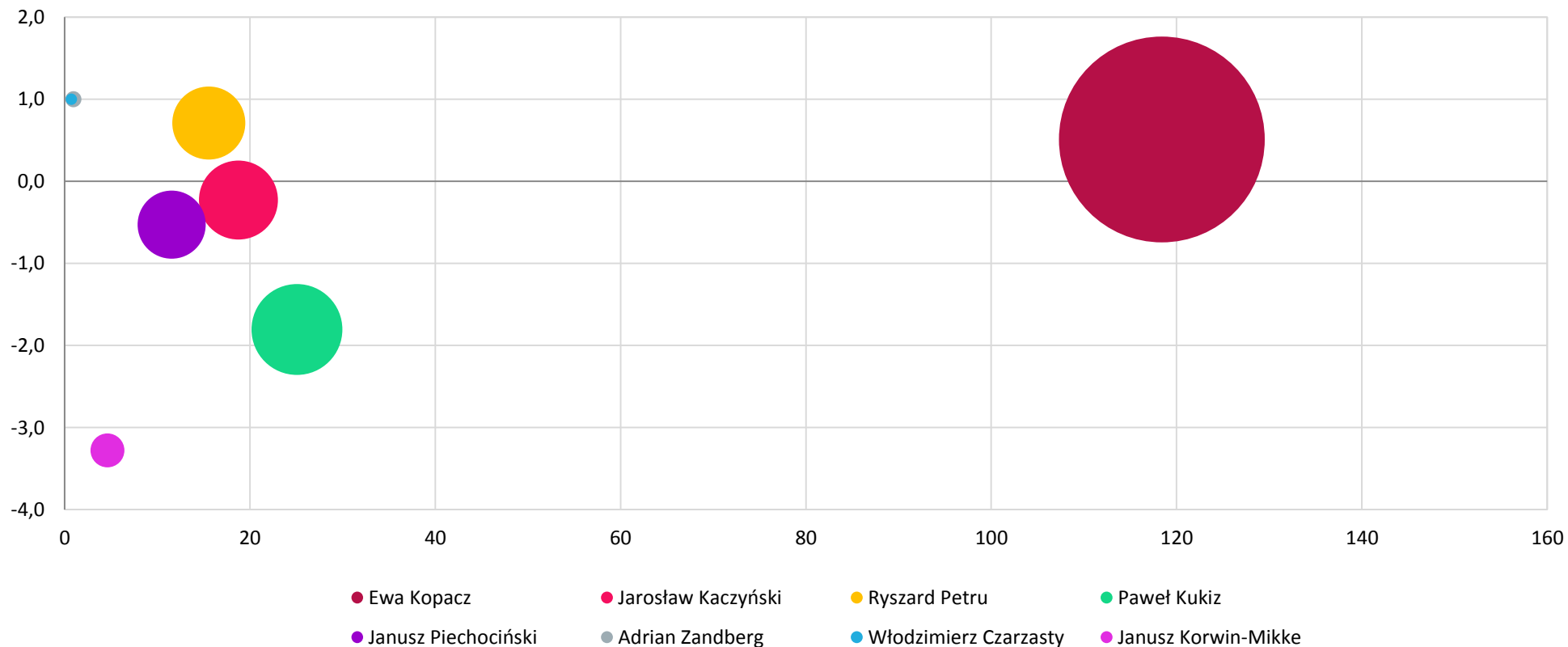


**Włodzimierz Czarzasty**





### Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



**Favorability** – oś pionowa; 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** – oś pozioma; 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 Sp. z o.o.** | ul. Marcelińska 14, 60-801 Poznań | tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115  
**Oddział Warszawa** | ul. Polna 40, 00-635 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20  
**biuro@psmm.pl** | **www.psmm.pl**

