



SCENA POLITYCZNA

Raport medialny

Listopad 2015

METODOLOGIA

Na podstawie informacji medialnych zebranych w listopadzie 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 Piechocińskiego i Barbarę Nowacką. 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.

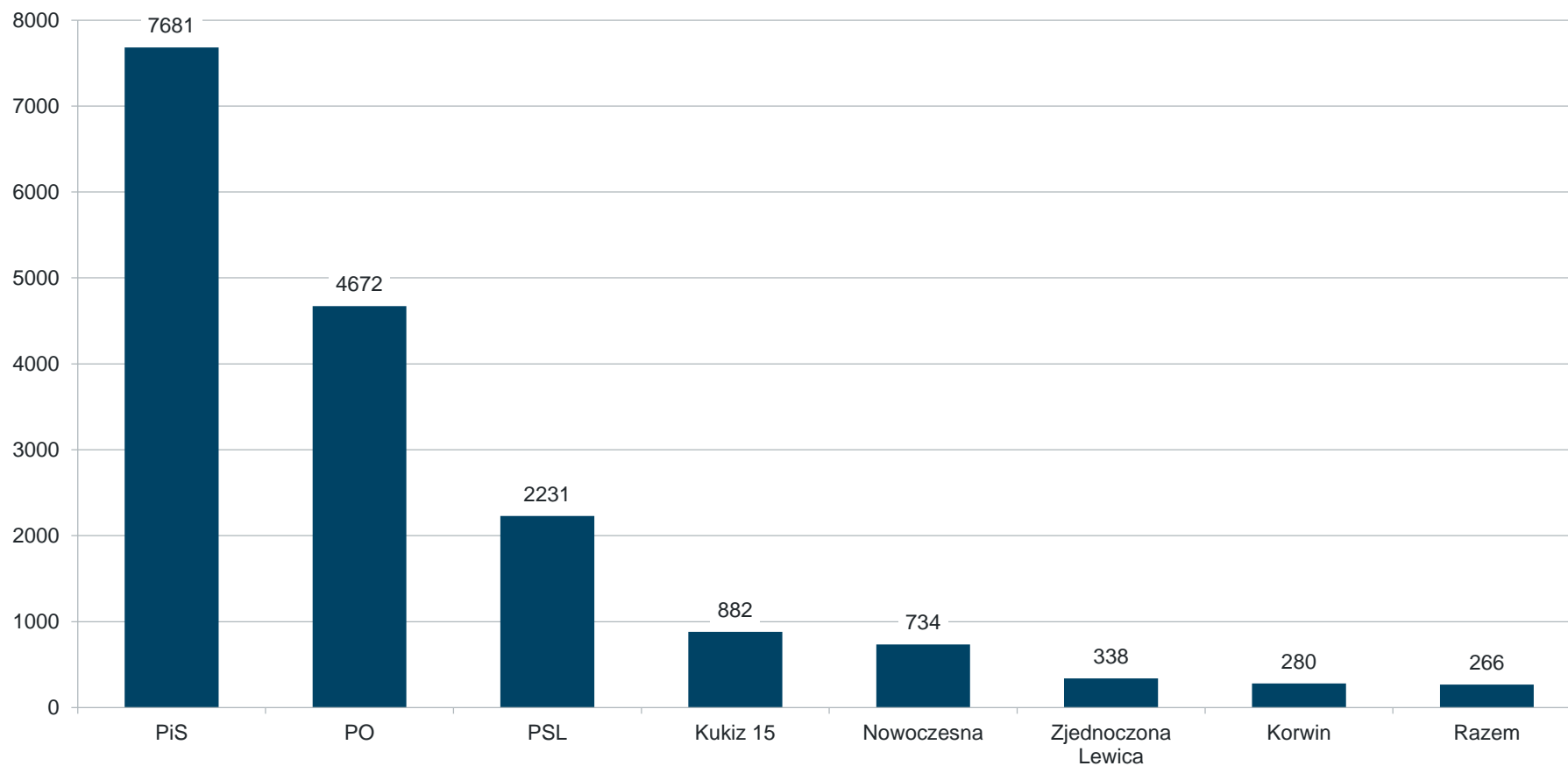
▣ **Rozdział III – Liderzy partii politycznych**

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych liderów partii politycznych w prasie.

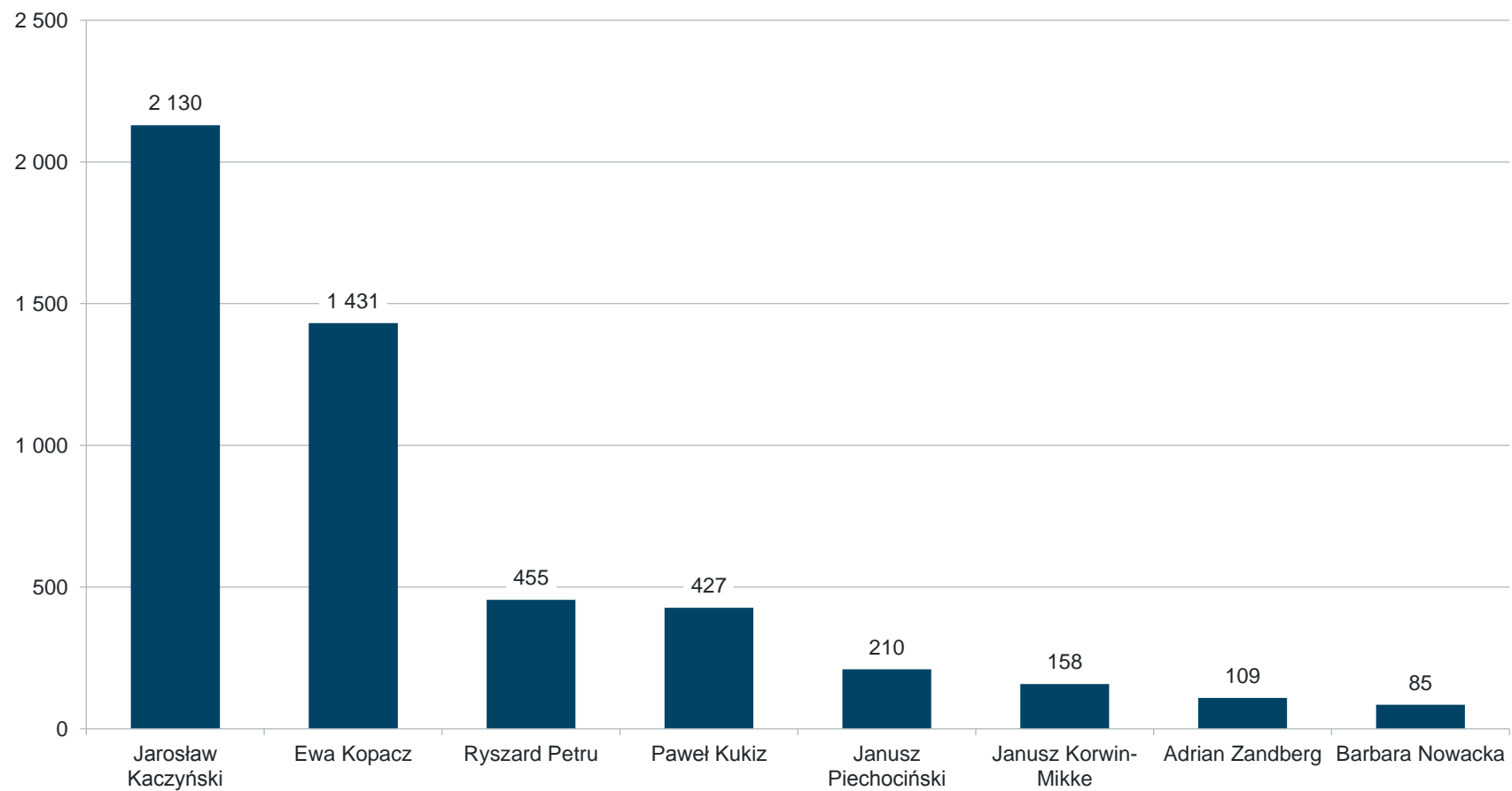
ROZDZIAŁ I

Podsumowanie danych

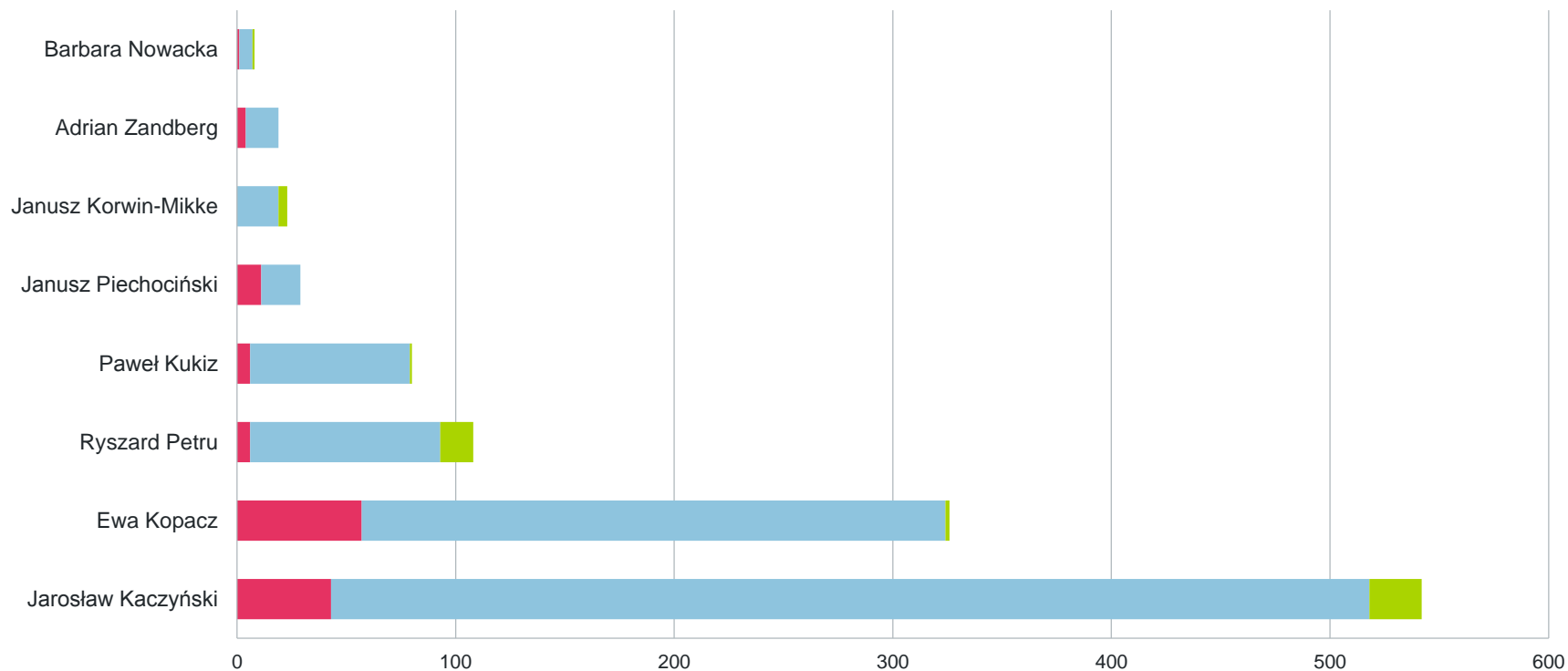
Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - listopad 2015 r.



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



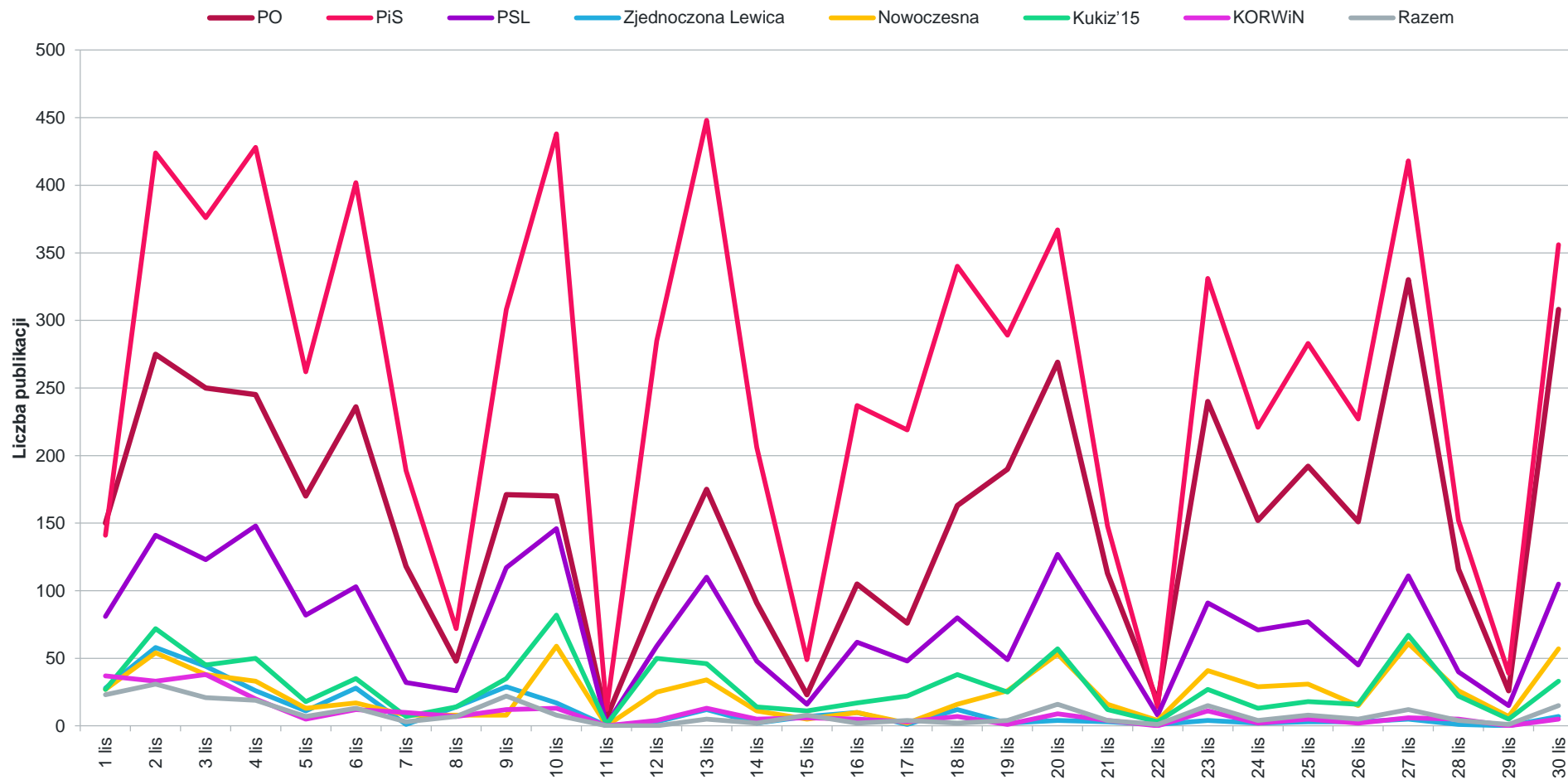
Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydziwki – listopad 2015 r.



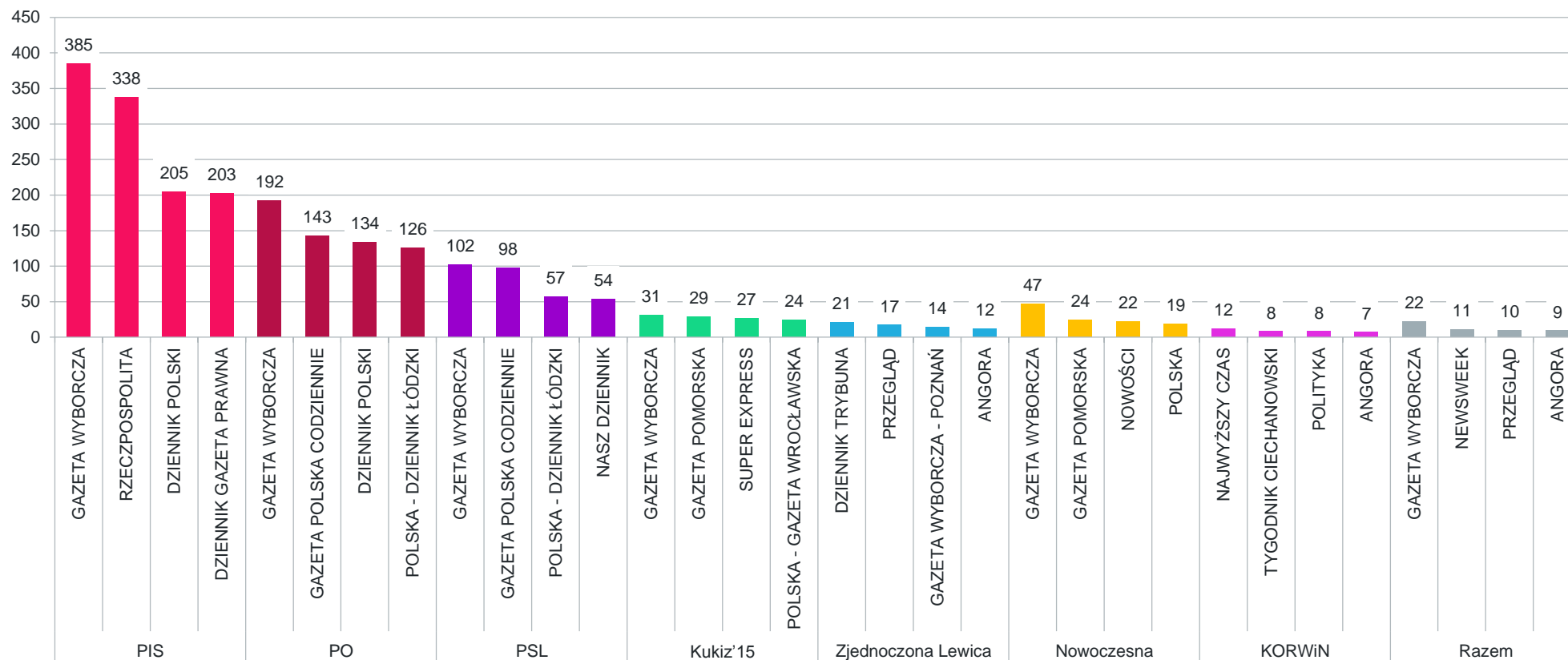
	Jarosław Kaczyński	Ewa Kopacz	Ryszard Petru	Paweł Kukiz	Janusz Piechociński	Janusz Korwin-Mikke	Adrian Zandberg	Barbara Nowacka
■ Negatywne	43	57	6	6	11	0	4	1
■ Neutralne	475	267	87	73	18	19	15	6
■ Pozytywne	24	2	15	1	0	4	0	1

ROZDZIAŁ II Partie polityczne

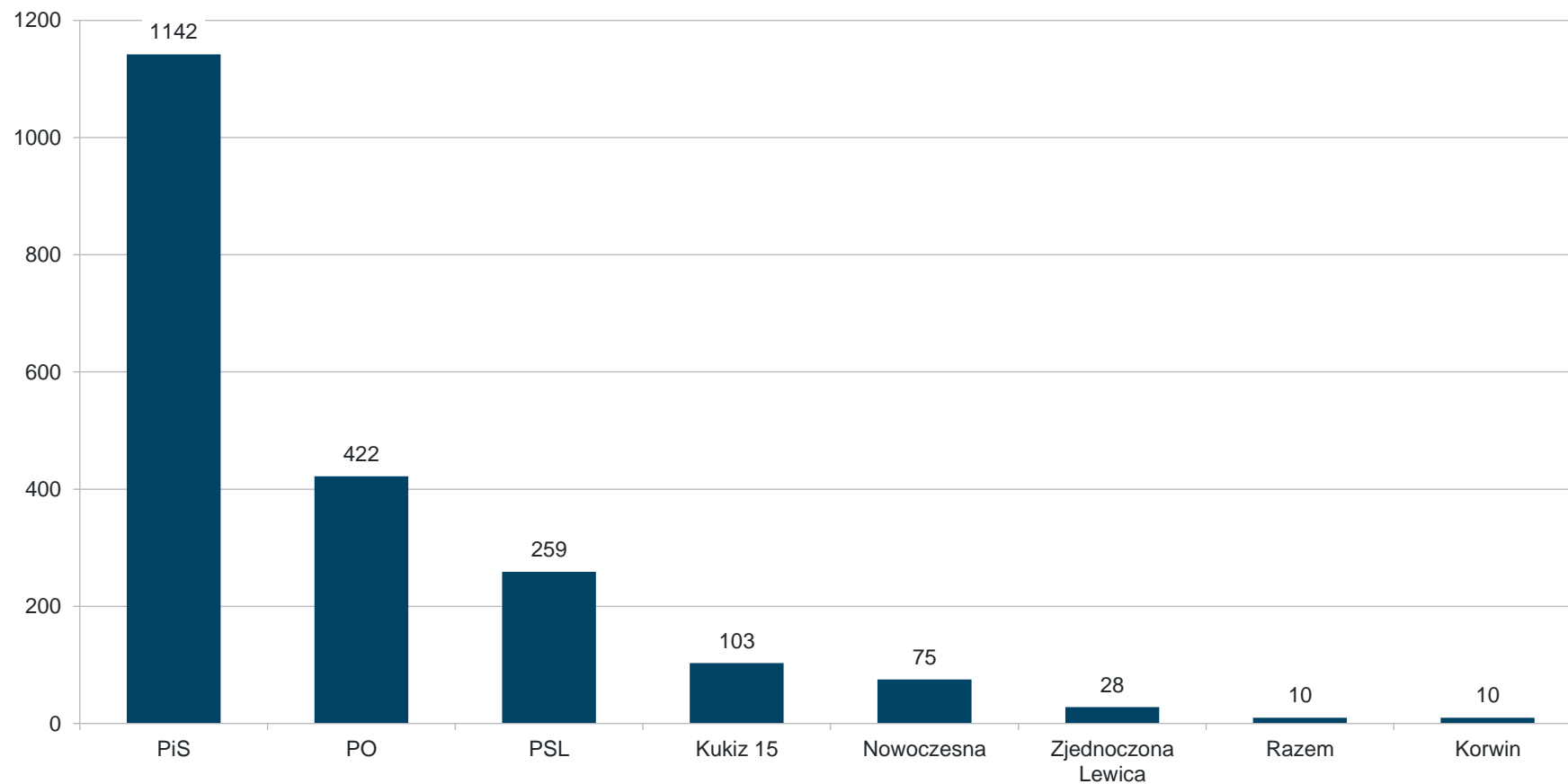
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych - listopad 2015 r.



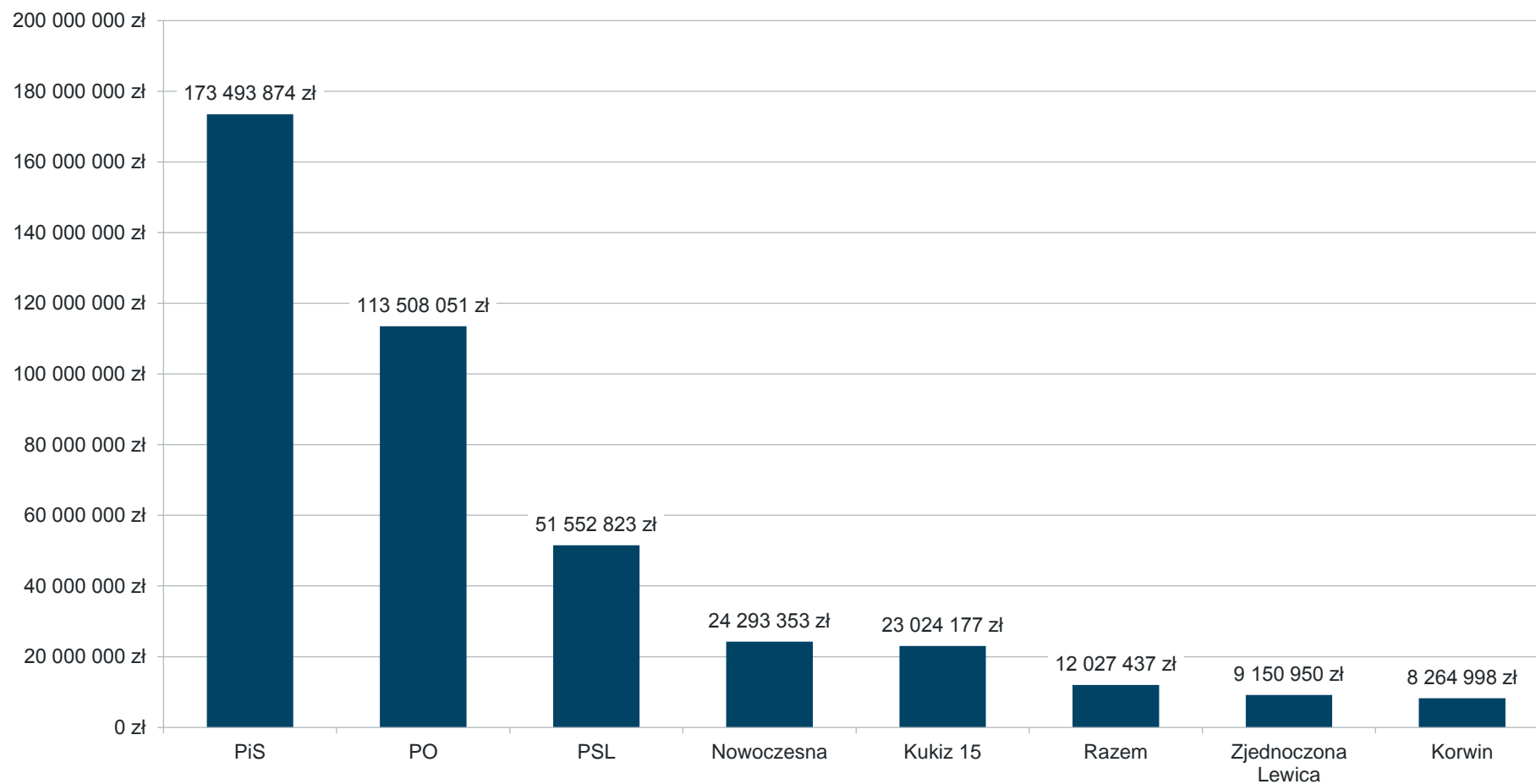
Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) - listopad 2015 r.



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



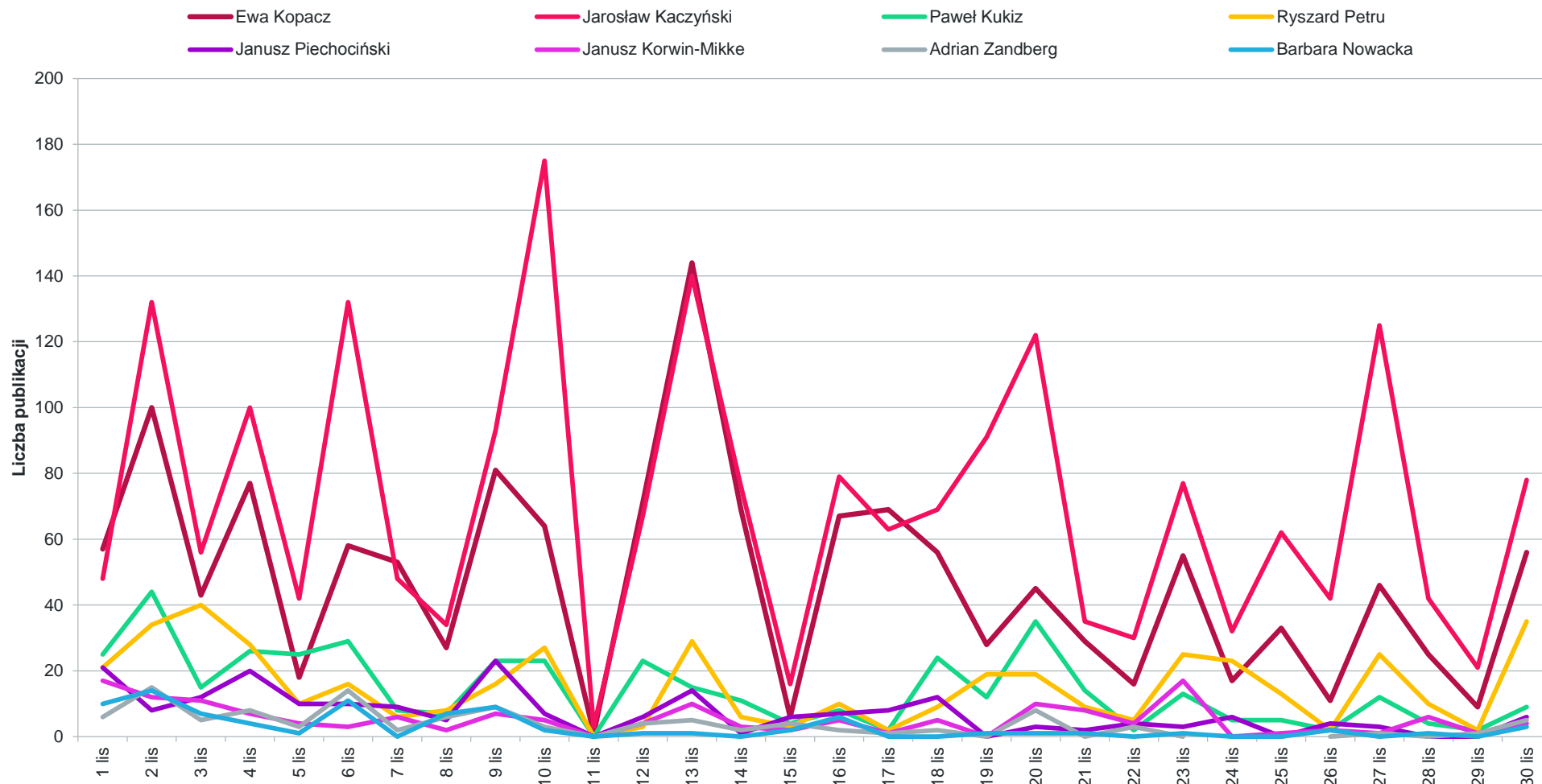
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w prasie - listopad 2015 r.



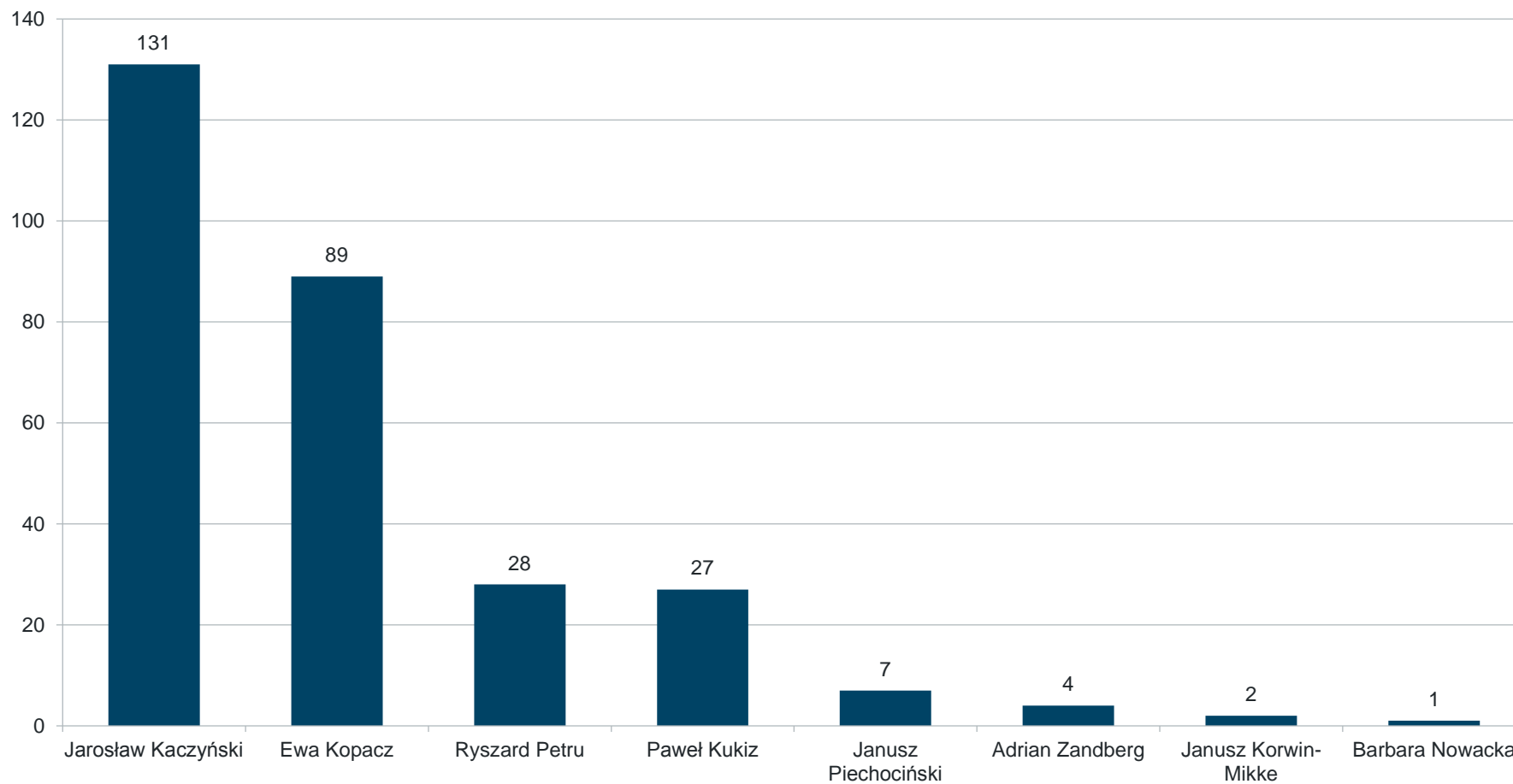
ROZDZIAŁ III

Liderzy partii politycznych

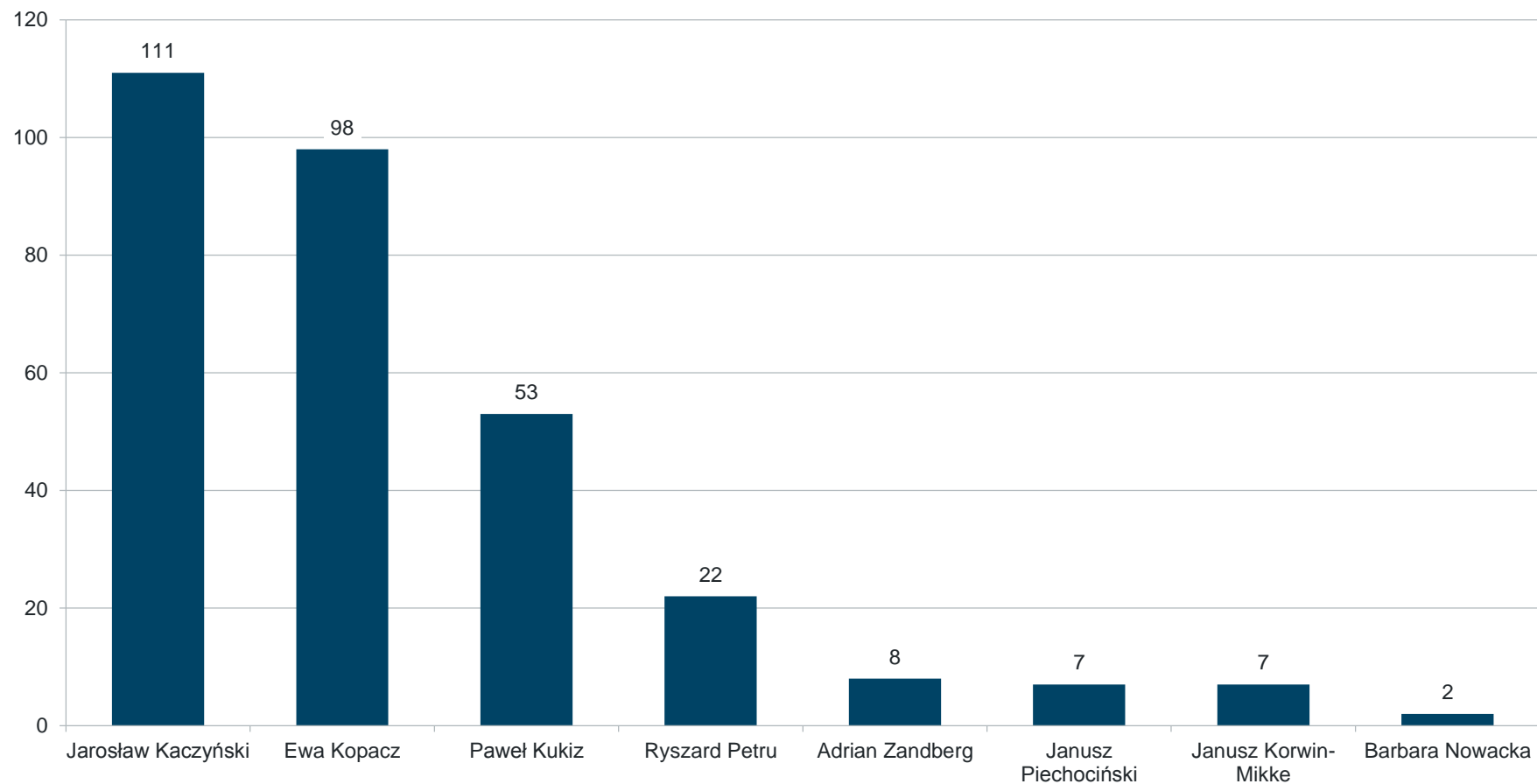
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych - listopad 2015 r.



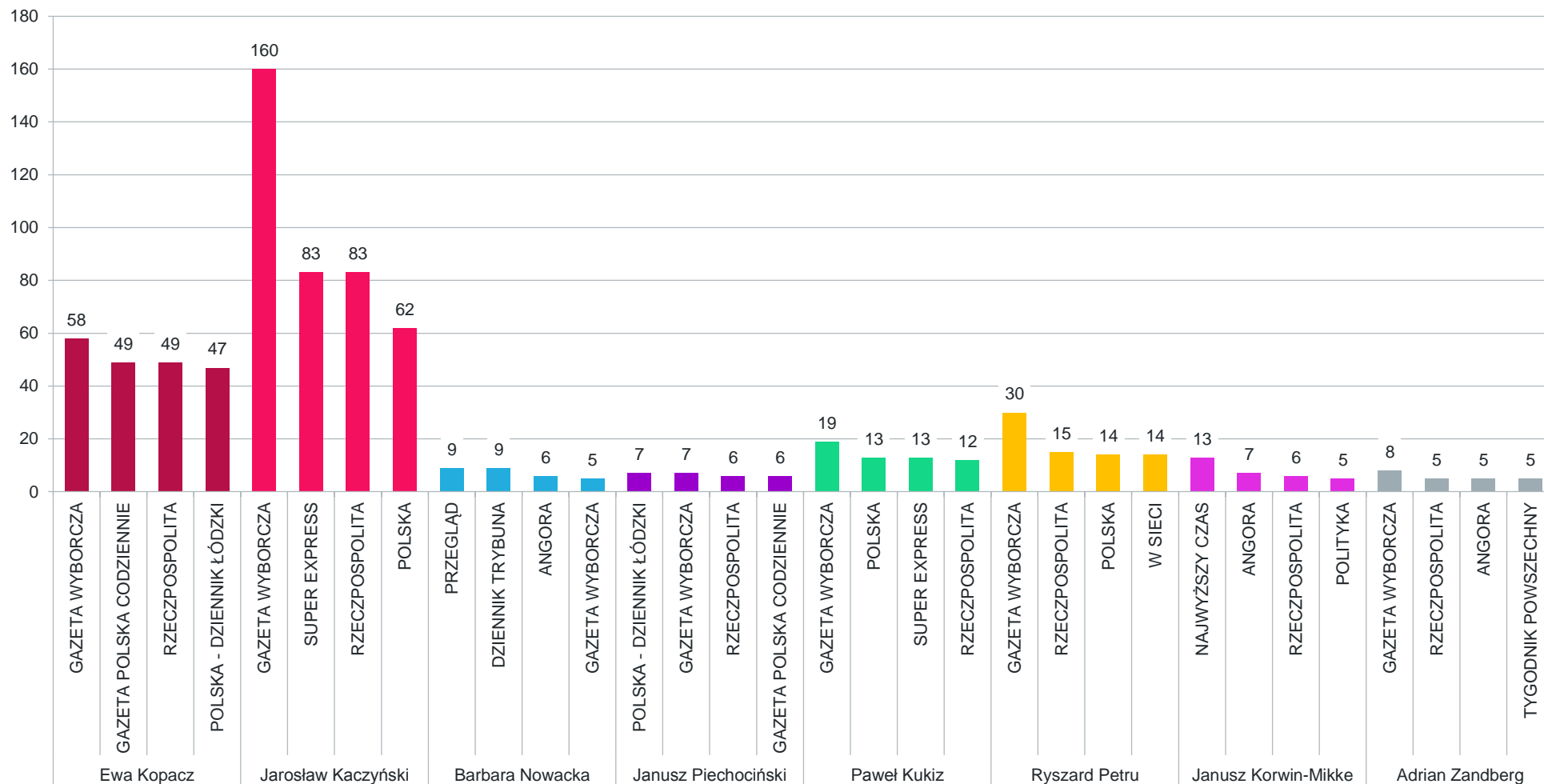
Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych - listopad 2015 r.



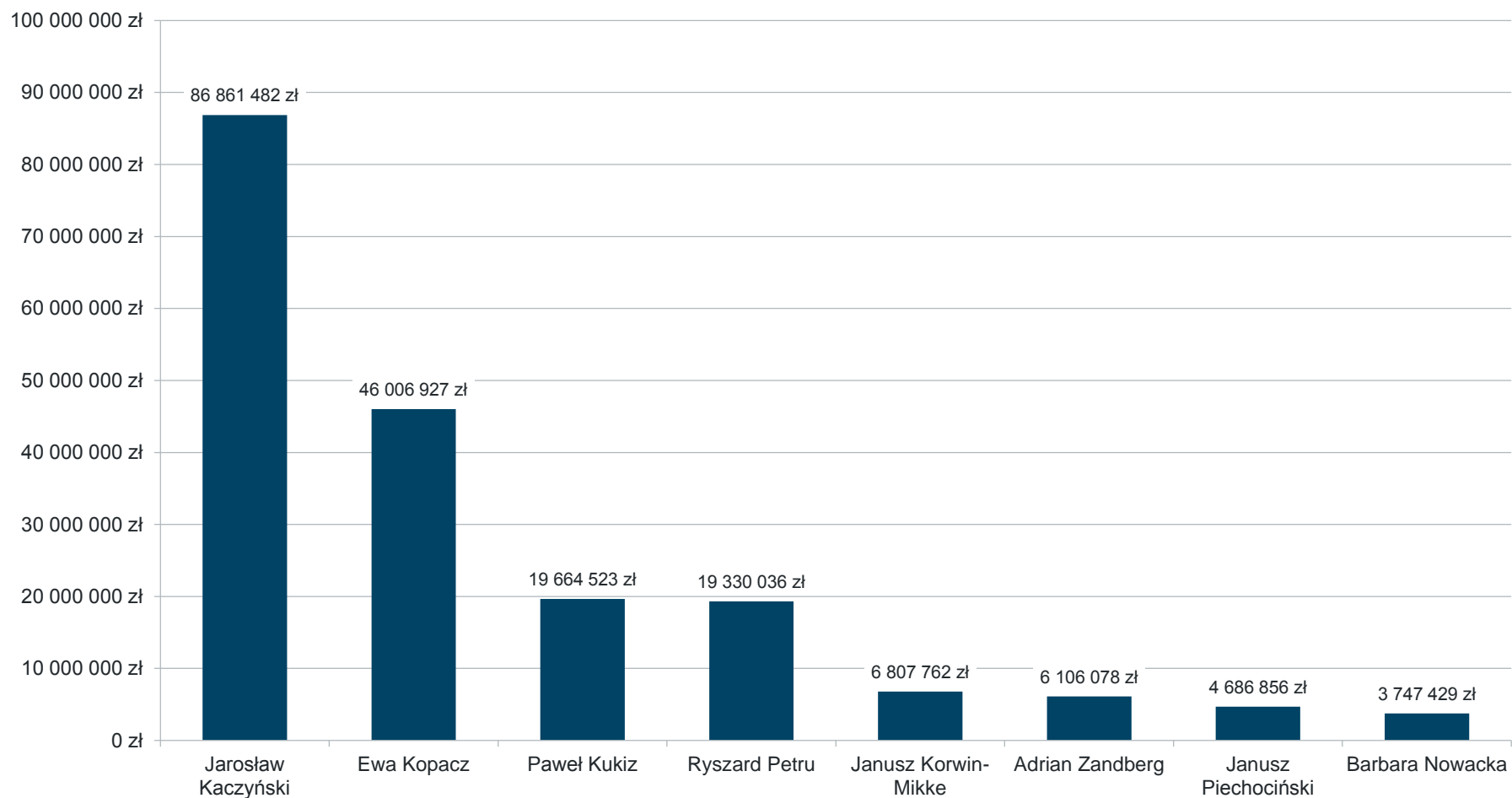
Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji - listopad 2015 r.



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

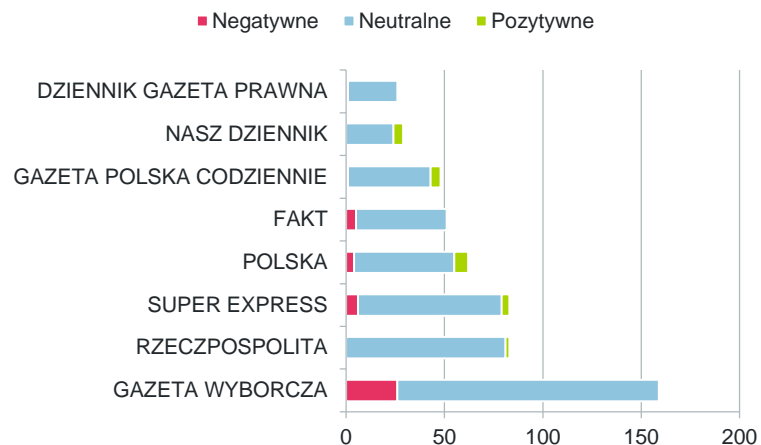


Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie - listopad 2015 r.

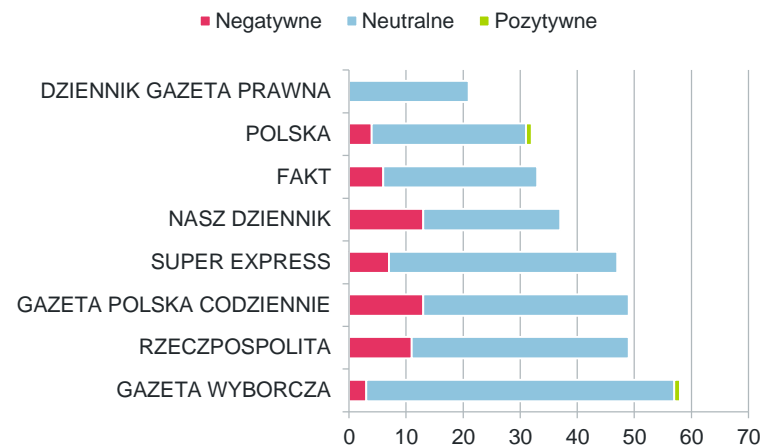


Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)

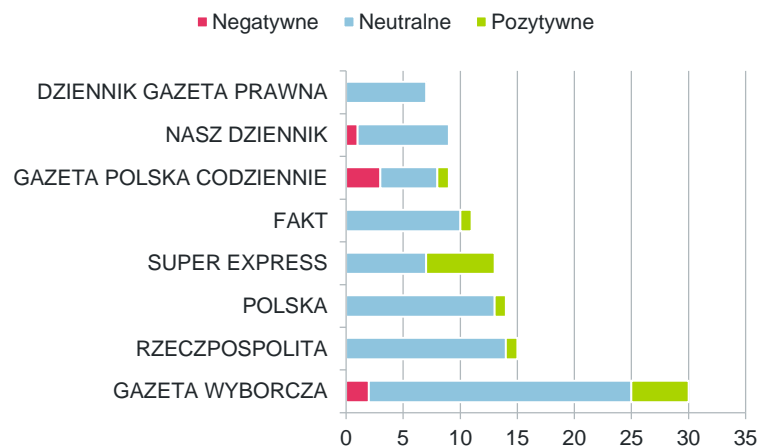
Jarosław Kaczyński



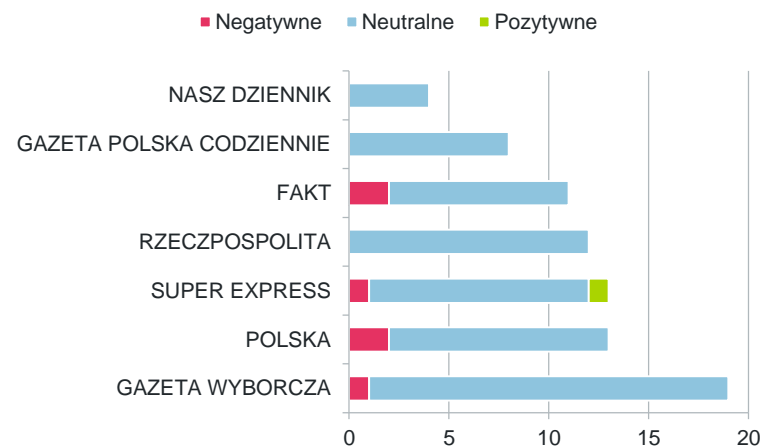
Ewa Kopacz



Ryszard Petru

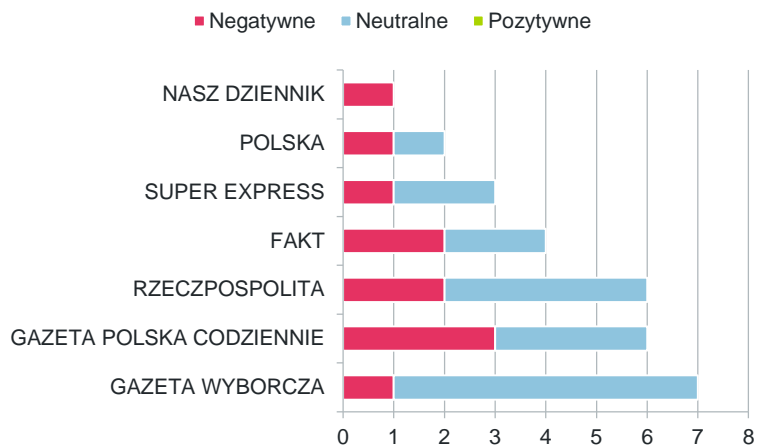


Paweł Kukiz

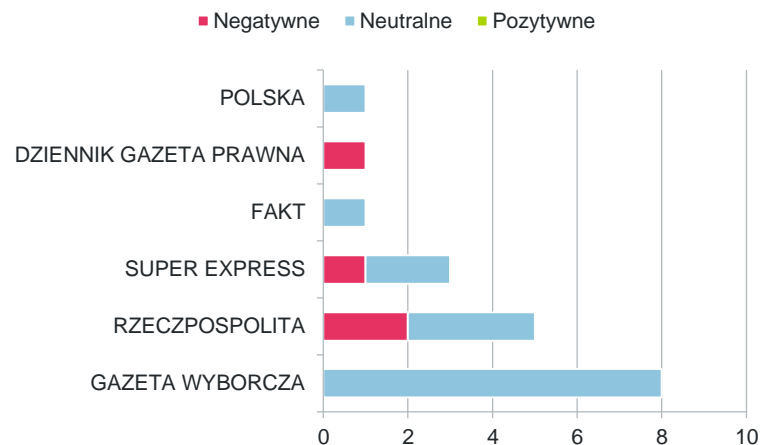


Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydziwku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) cd.

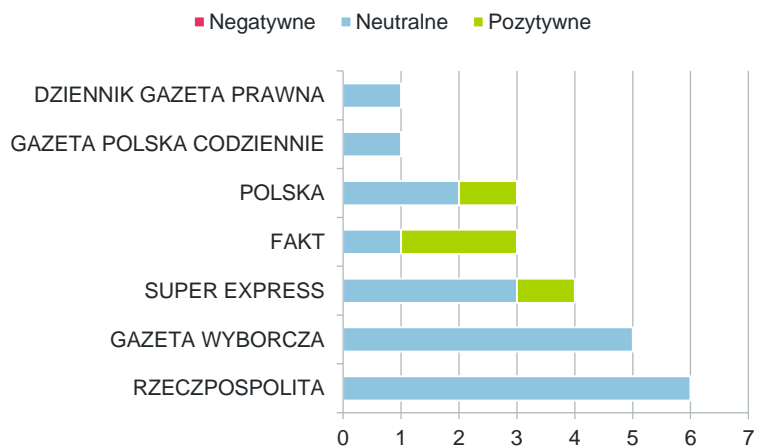
Janusz Piechociński



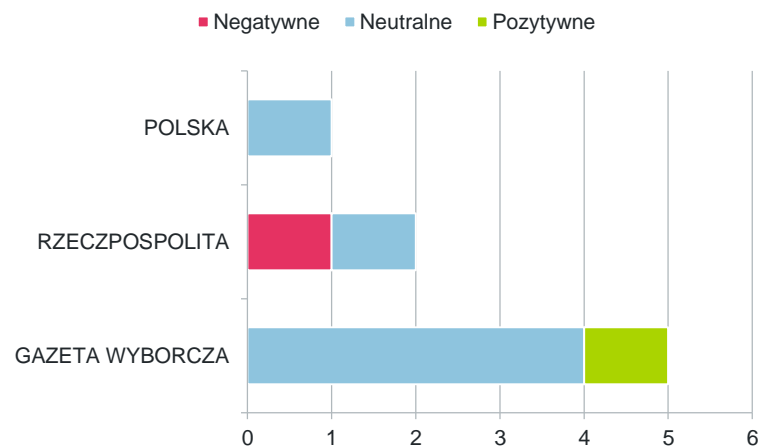
Adrian Zandberg



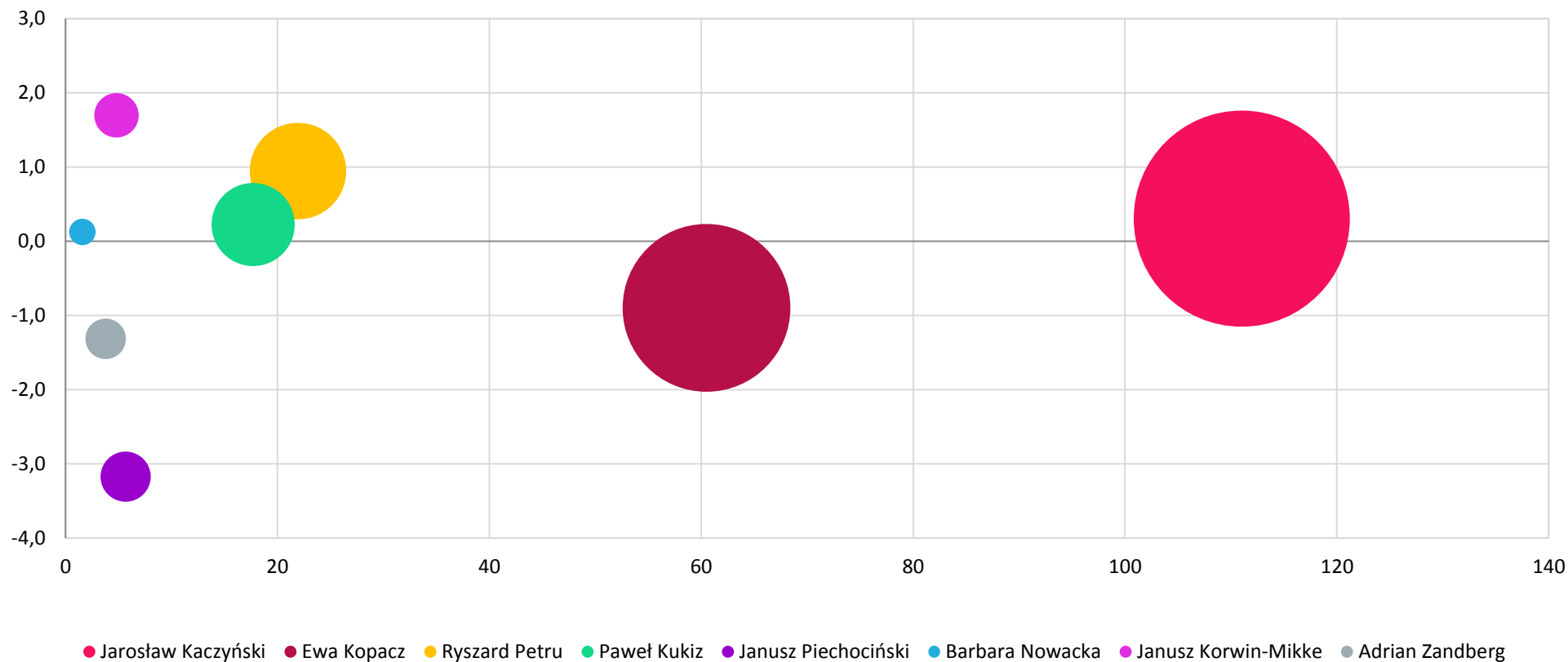
Janusz Korwin-Mikke



Barbara Nowacka



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**

