



SCENA POLITYCZNA

Raport medialny

Grudzień 2015

METODOLOGIA

Na podstawie informacji medialnych zebranych w grudniu 2015 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 informację rozumiemy wszelkie doniesienia medialne na temat analizowanego zagadnienia (zarówno jednozdaniowe wzmianki, jak i kilkunastokrotne artykuły).

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

Raport składa się z trzech podstawowych części:

▸ Rozdział I - Podsumowanie

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

▸ Rozdział II – Partie polityczne

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych partii politycznych.

▸ Rozdział III – Liderzy partii politycznych

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych liderów partii politycznych.

KOMENTARZ DO RAPORTU

PiS z przewagą

PiS zyskał zdecydowaną przewagę nad pozostałymi ugrupowaniami w zestawieniu medialności. Różnica między ugrupowaniem Kaczyńskiego a PO, które aktualnie zajmuje drugą lokatę, wynosi 48 tys. materiałów. Pierwszą trójkę zamyka Polskie Stronnictwo Ludowe, które wyprzedziło Nowoczesną i Kukiz'15.

Z informacjami o Prawie i Sprawiedliwości można było się zetknąć prawie 5 razy częściej na pierwszych stronach gazet niż z doniesieniami nawiązującymi do PO.

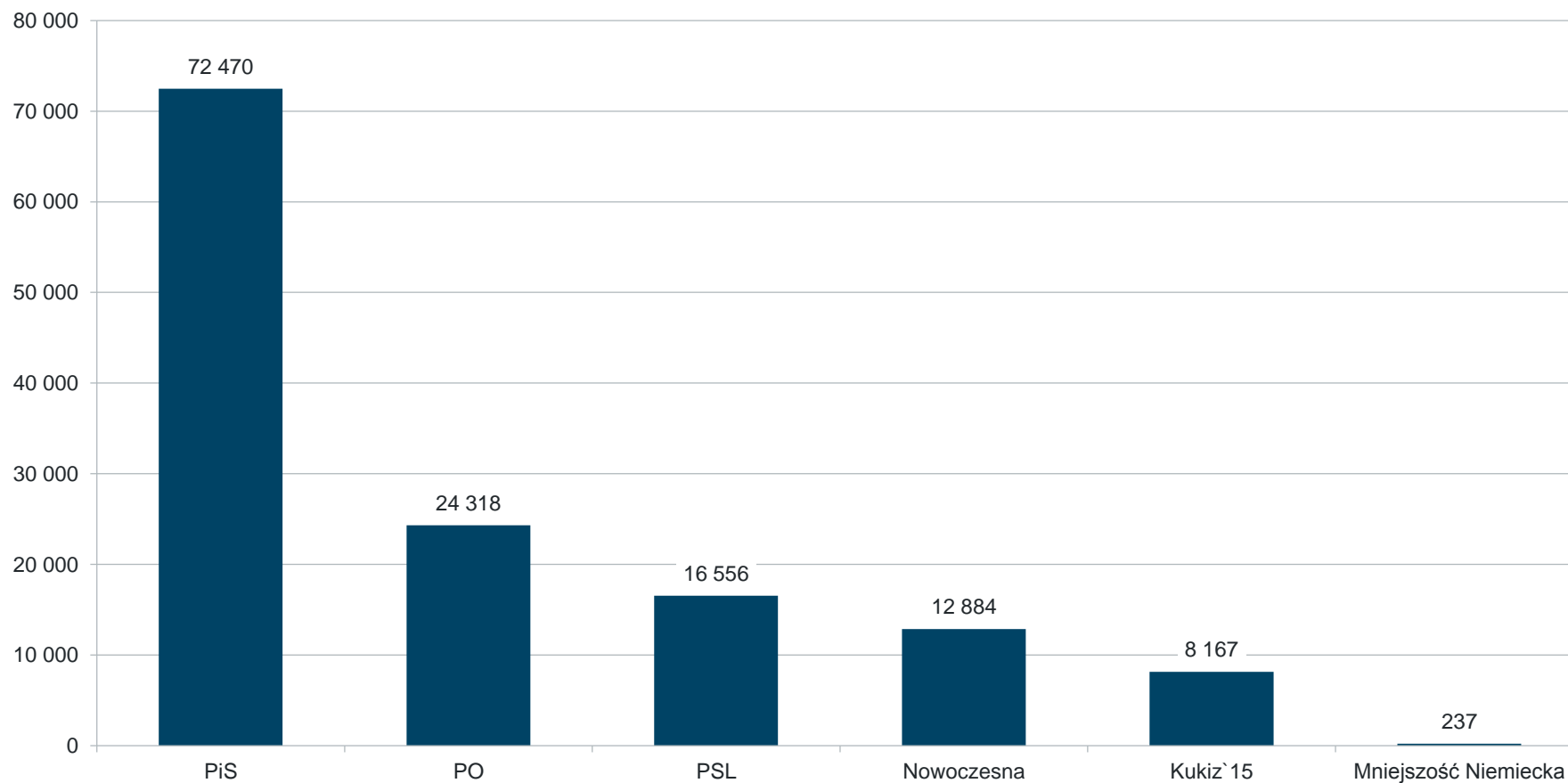
Petru wzmocnił pozycję medialną

Najbardziej medialny – biorąc pod uwagę internet, prasę i RTV – był Jarosław Kaczyński (12,7 tys. materiałów). Drugie miejsce należało do Ryszarda Petru (7,3 tys.), który znacząco odskoczył od liderów pozostałych partii. O Ewie Kopacz ukazało się w tym czasie 3,6 tys. publikacji, natomiast na temat Pawła Kukiza - 3,1 tys. Dalsze lokaty uzyskali Władysław Kosiniak-Kamysz i Ryszard Galla.

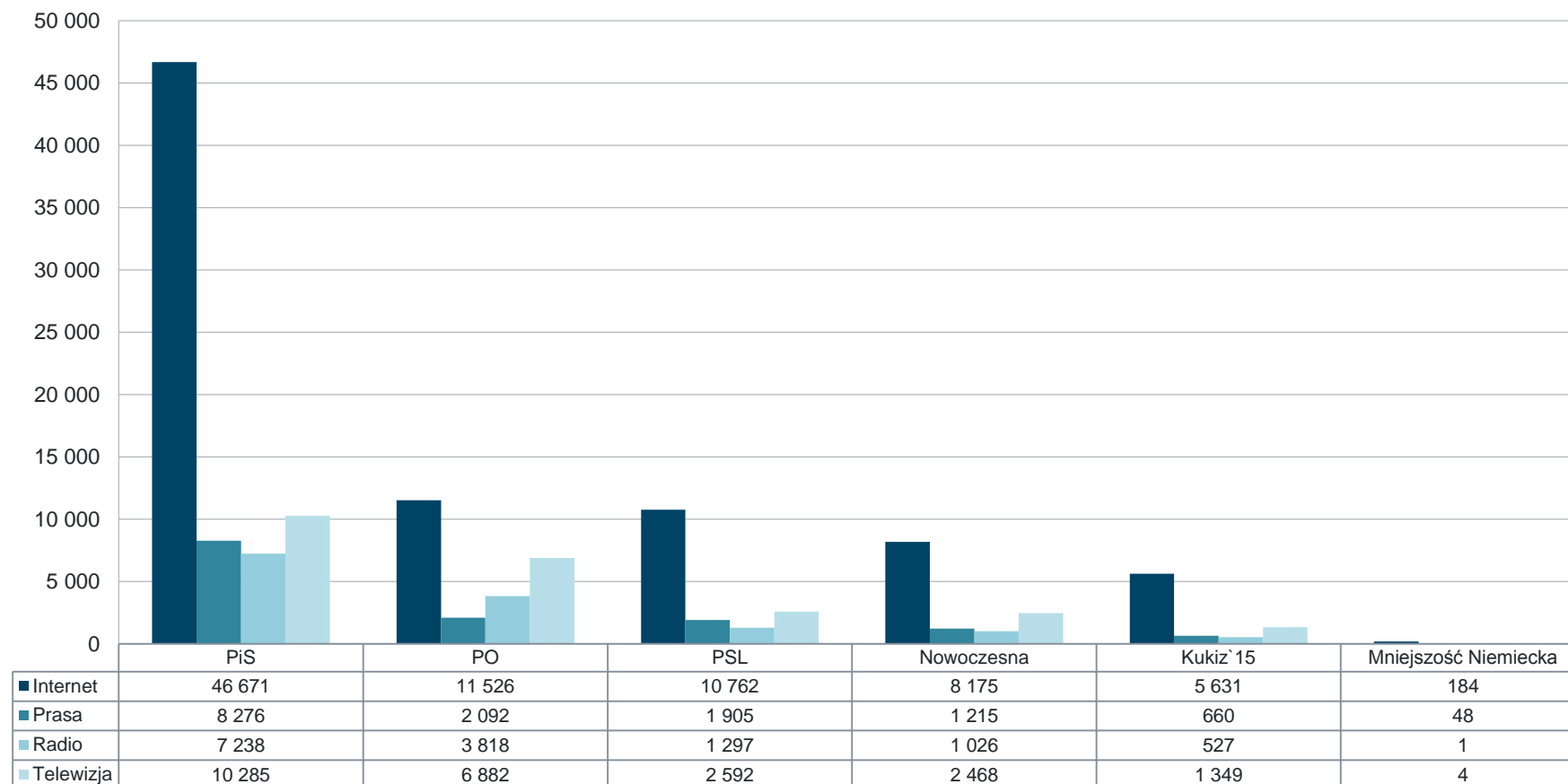
ROZDZIAŁ I

Podsumowanie danych

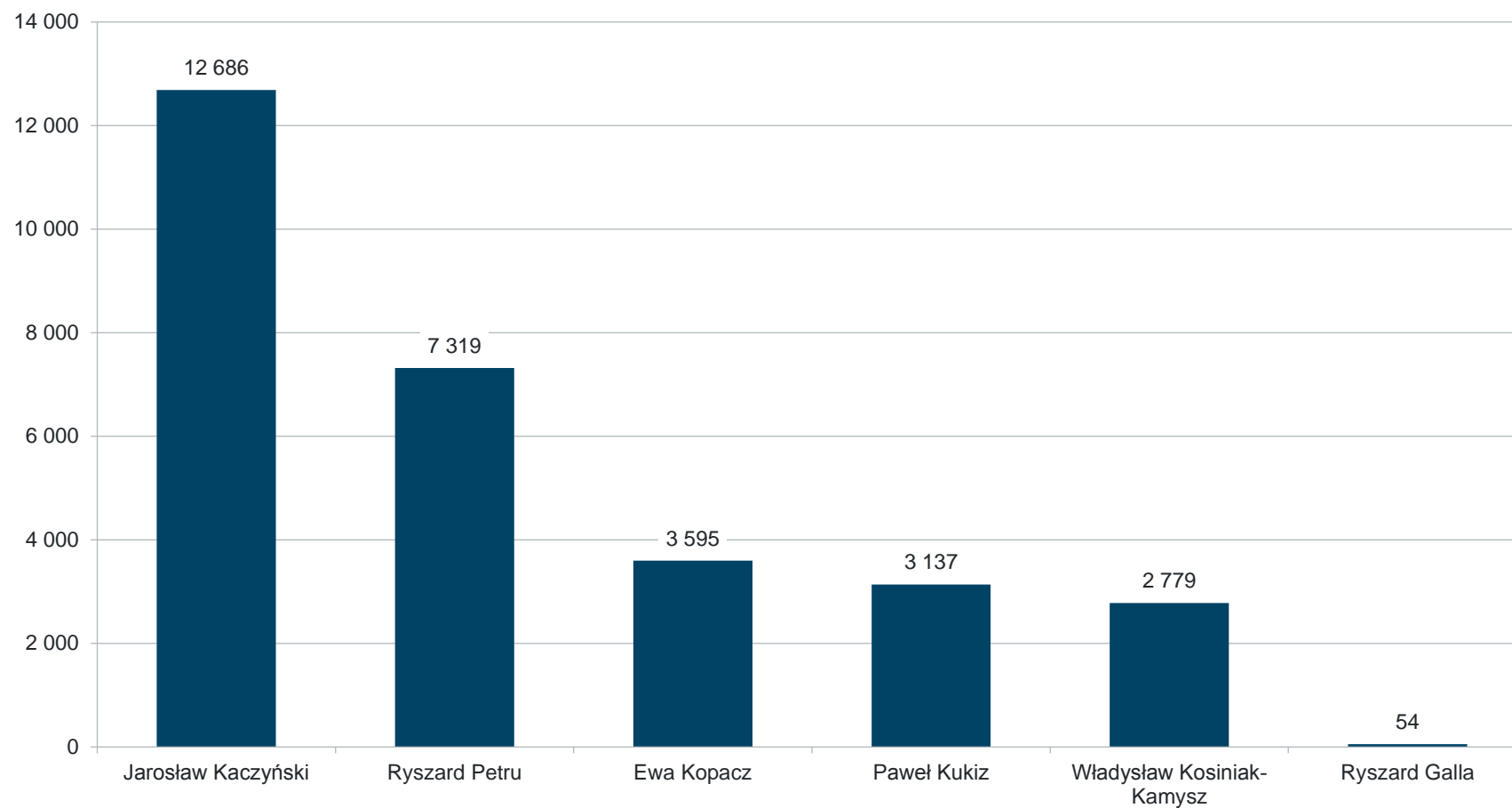
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



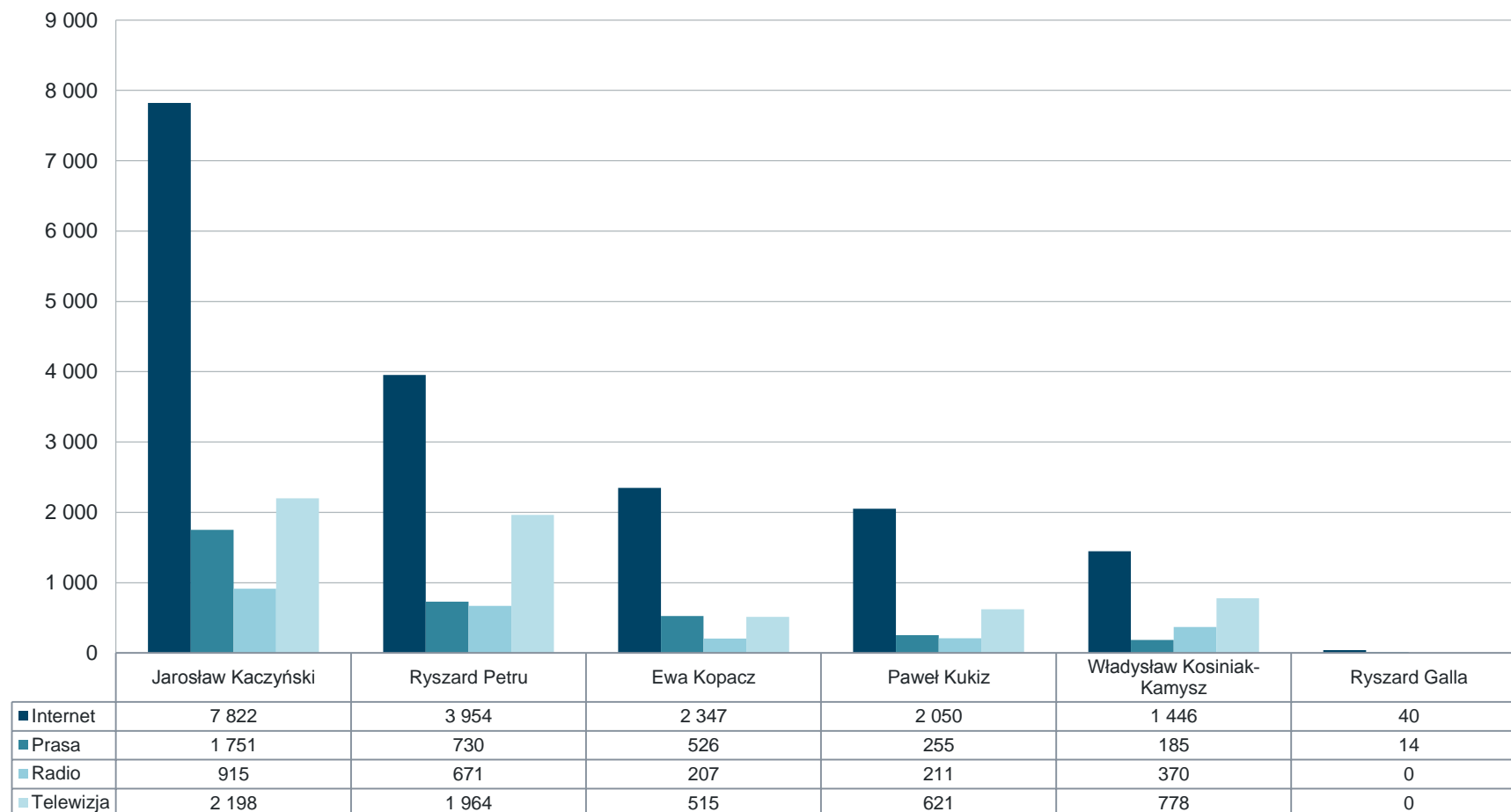
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne z podziałem na media - grudzień 2015 r.



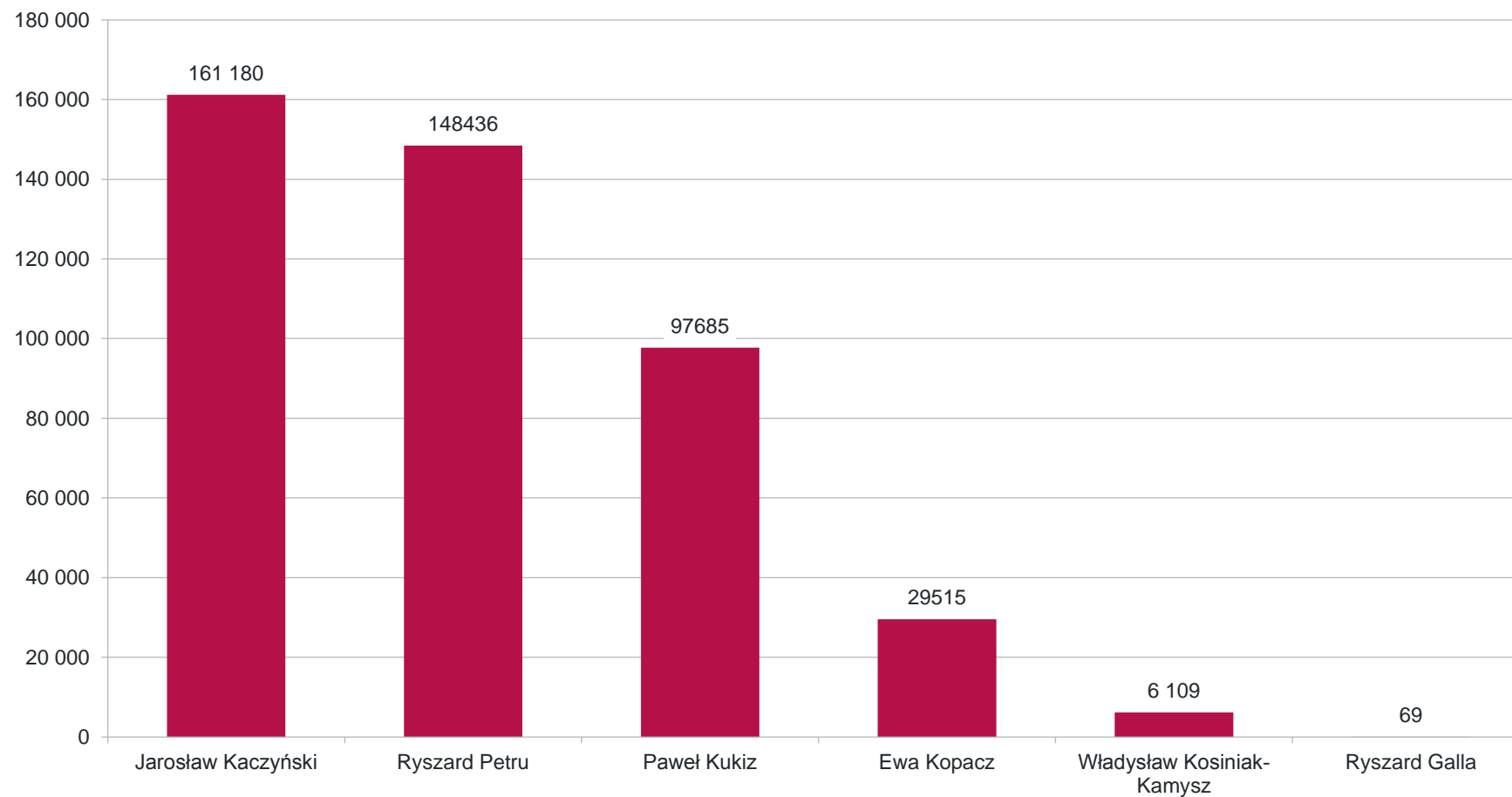
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych z podziałem na media - grudzień 2015 r.



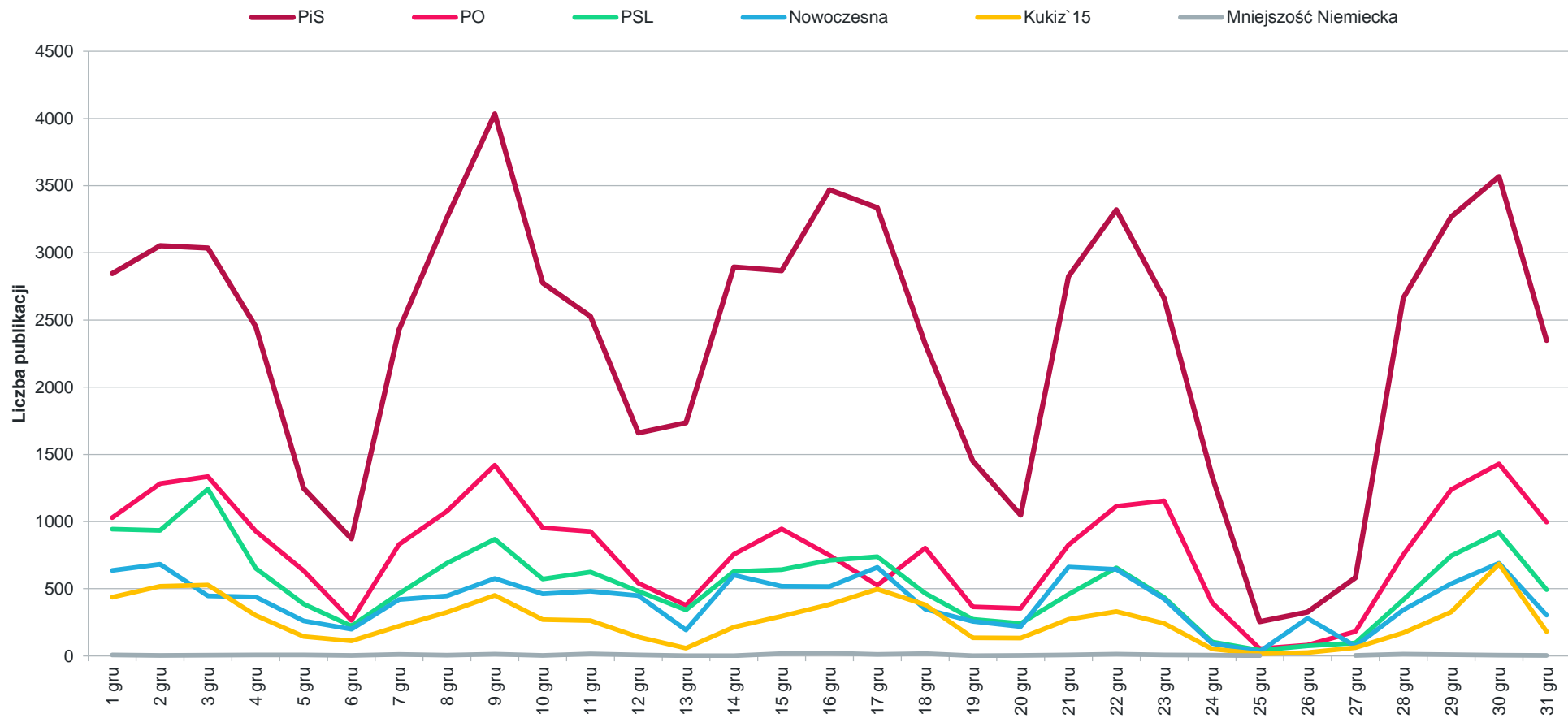
Liczba informacji na temat liderów partii politycznych w social media - grudzień 2015 r.



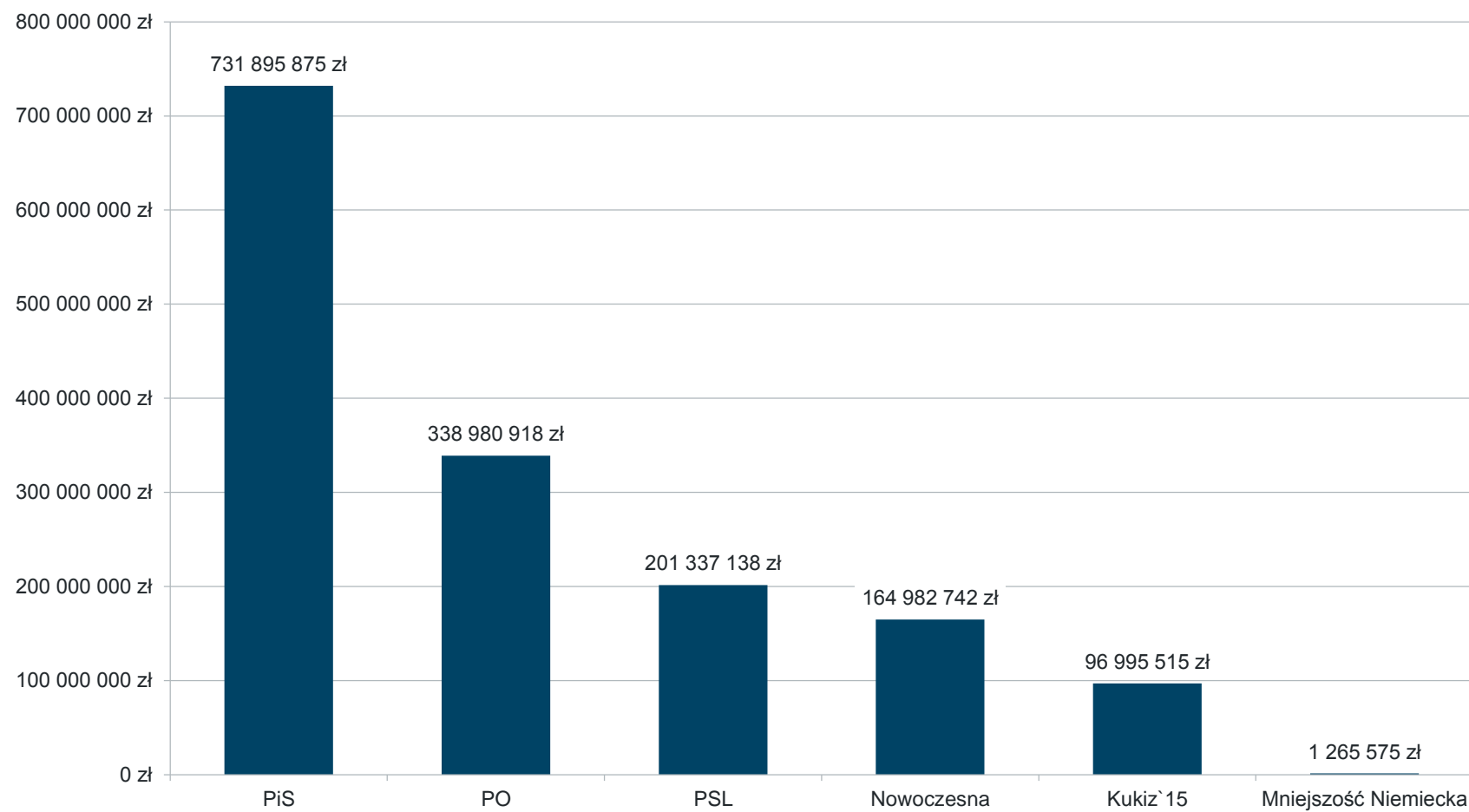
ROZDZIAŁ II

Partie polityczne

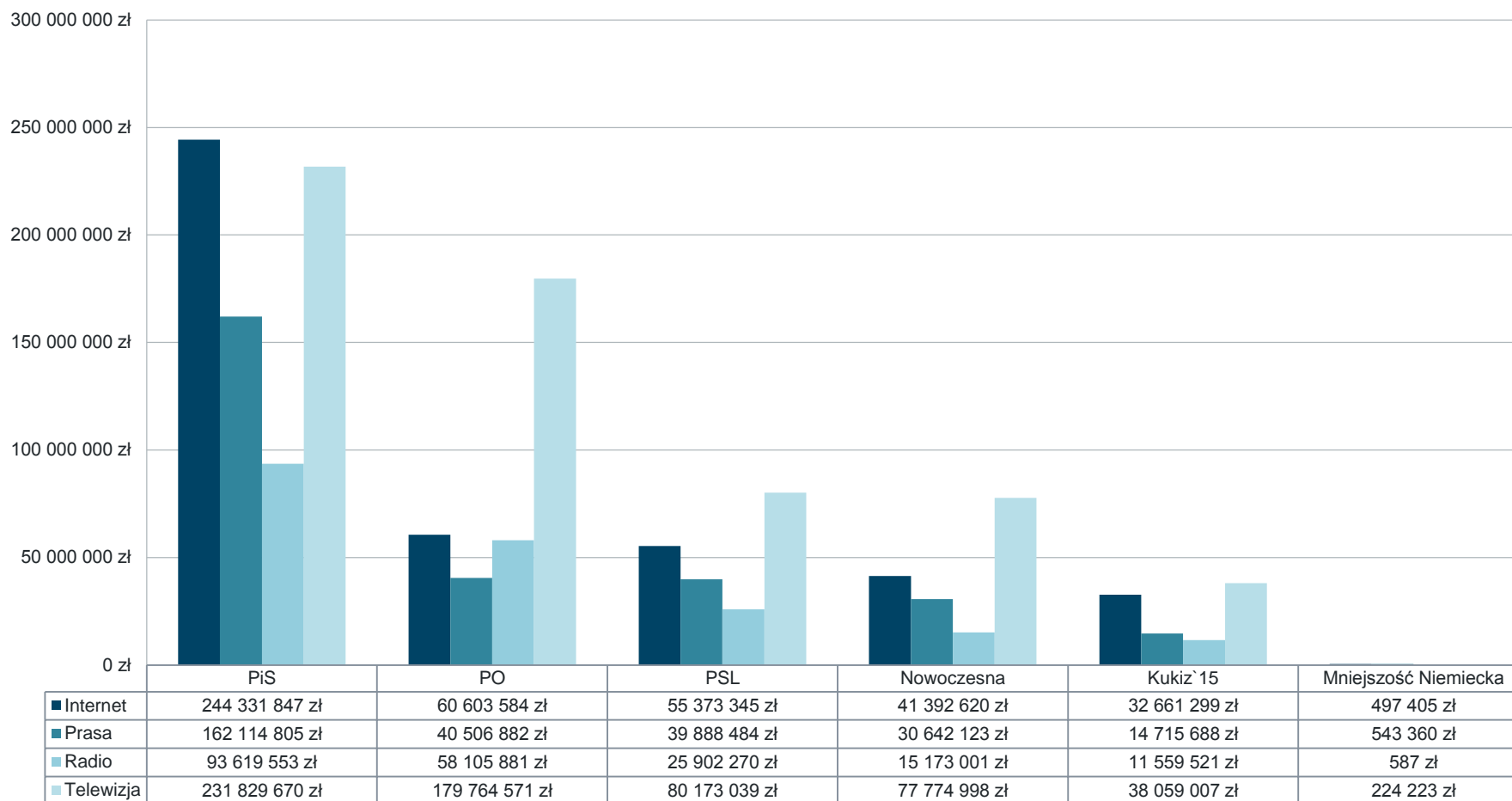
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



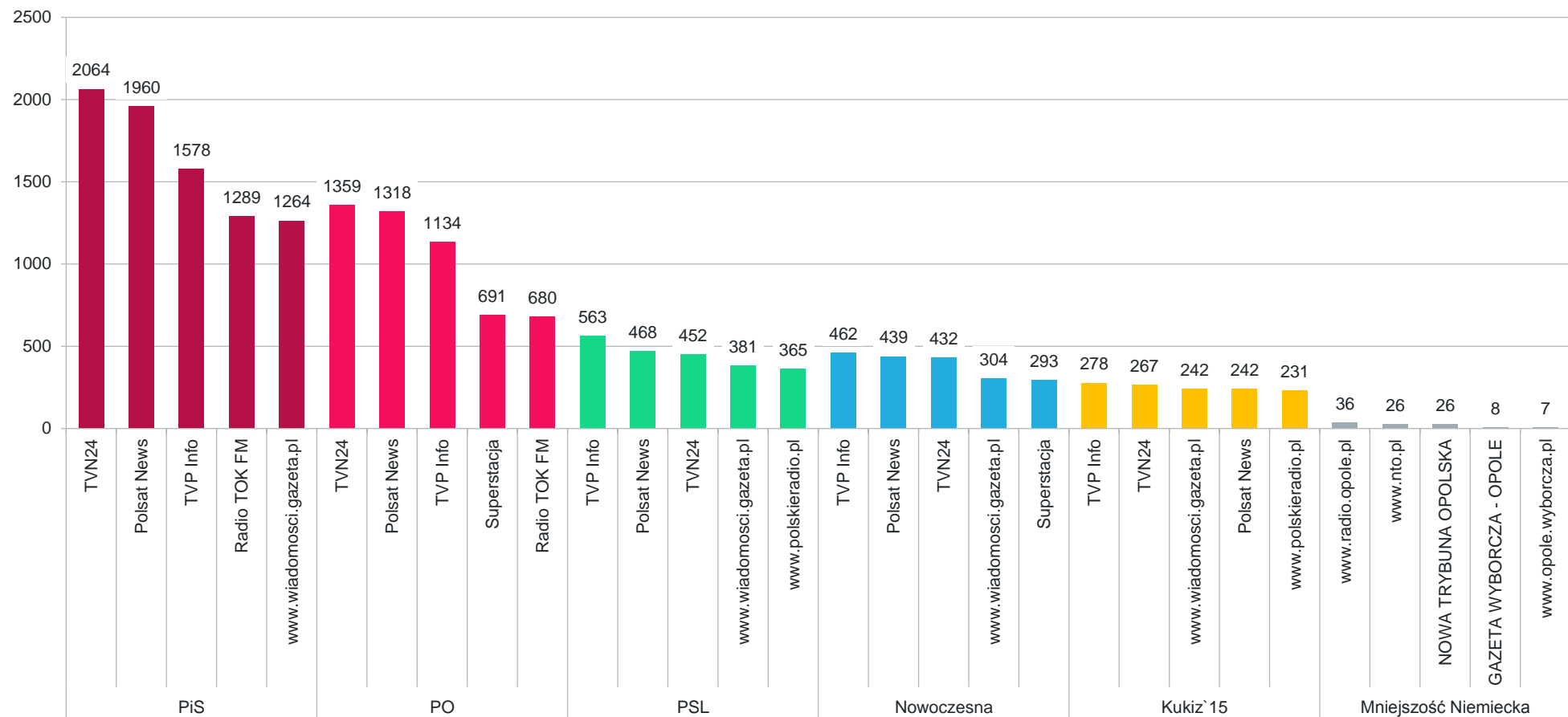
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



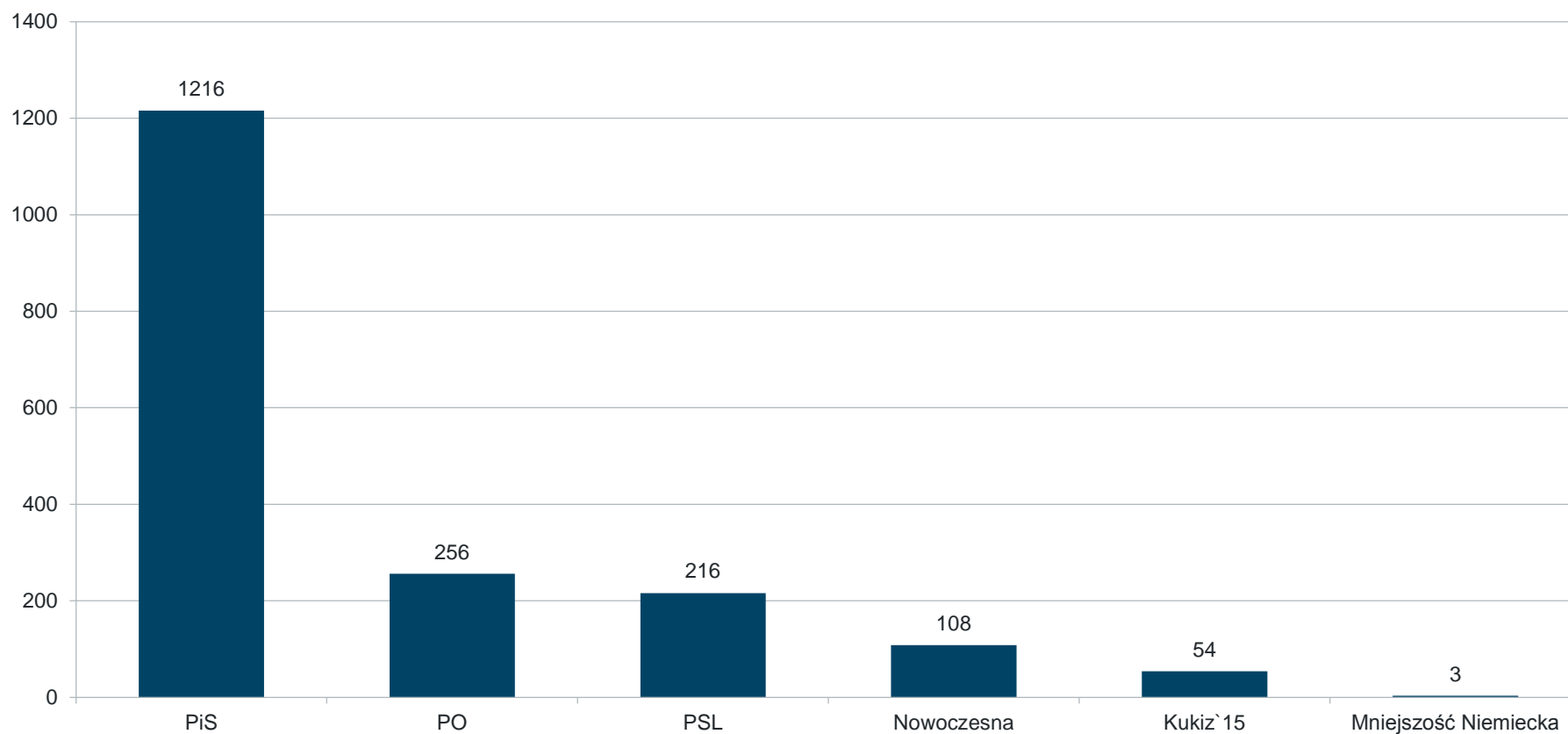
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w poszczególnych mediach - grudzień 2015 r.



Liczba wystąpień partii politycznych w mediach (TOP 5 najaktywniejszych źródeł) - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



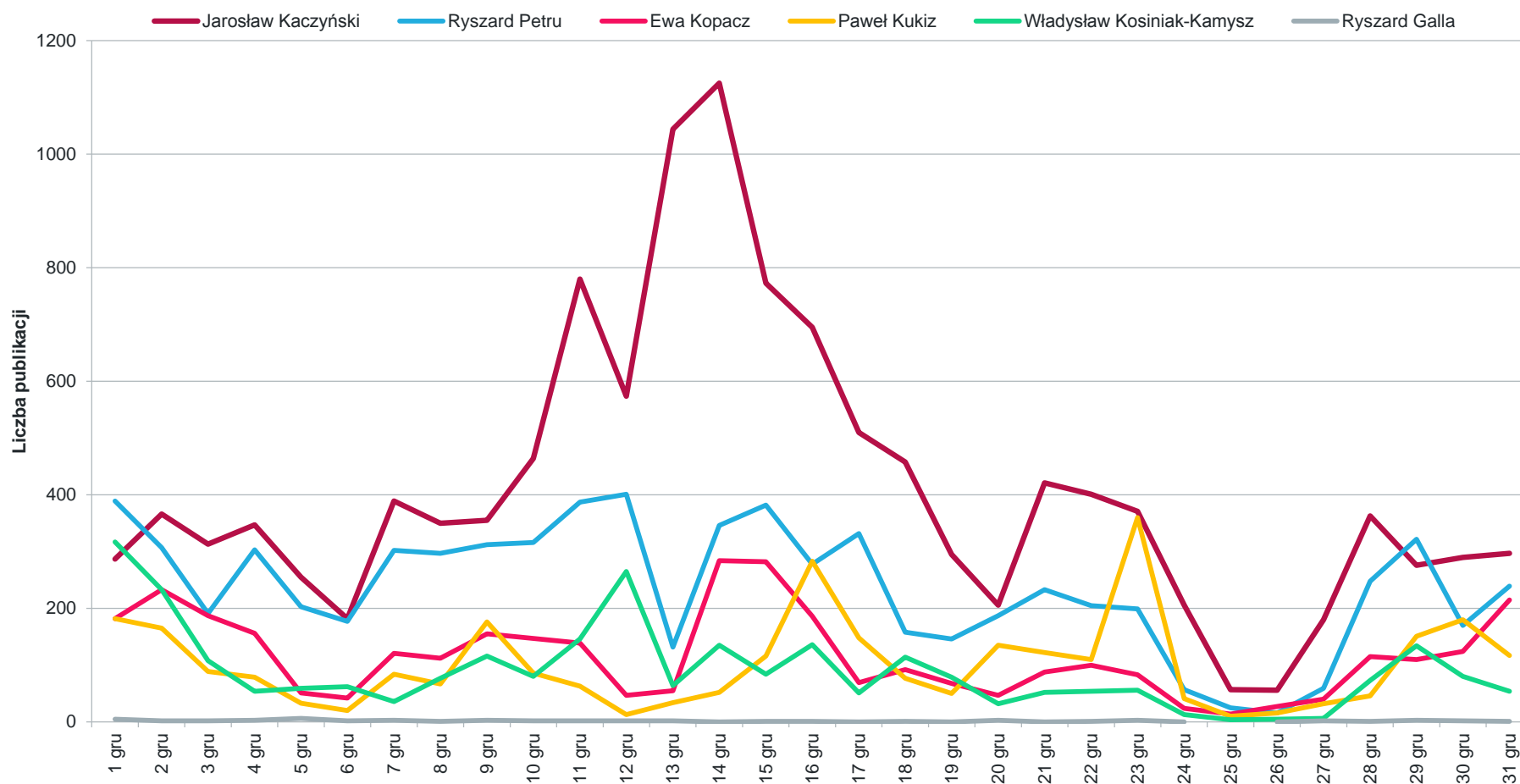
Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach - grudzień 2015 r.



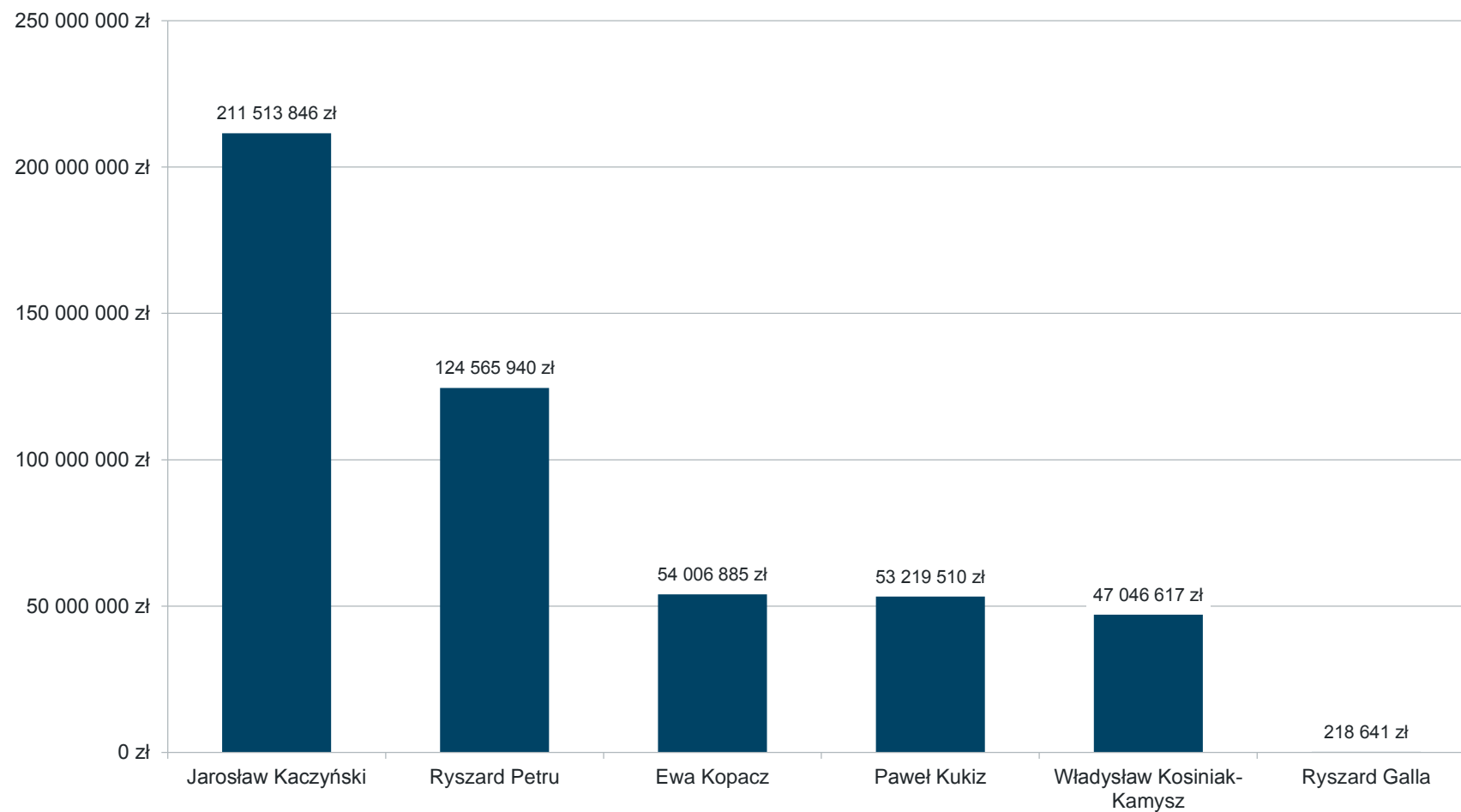
ROZDZIAŁ III

Liderzy partii politycznych

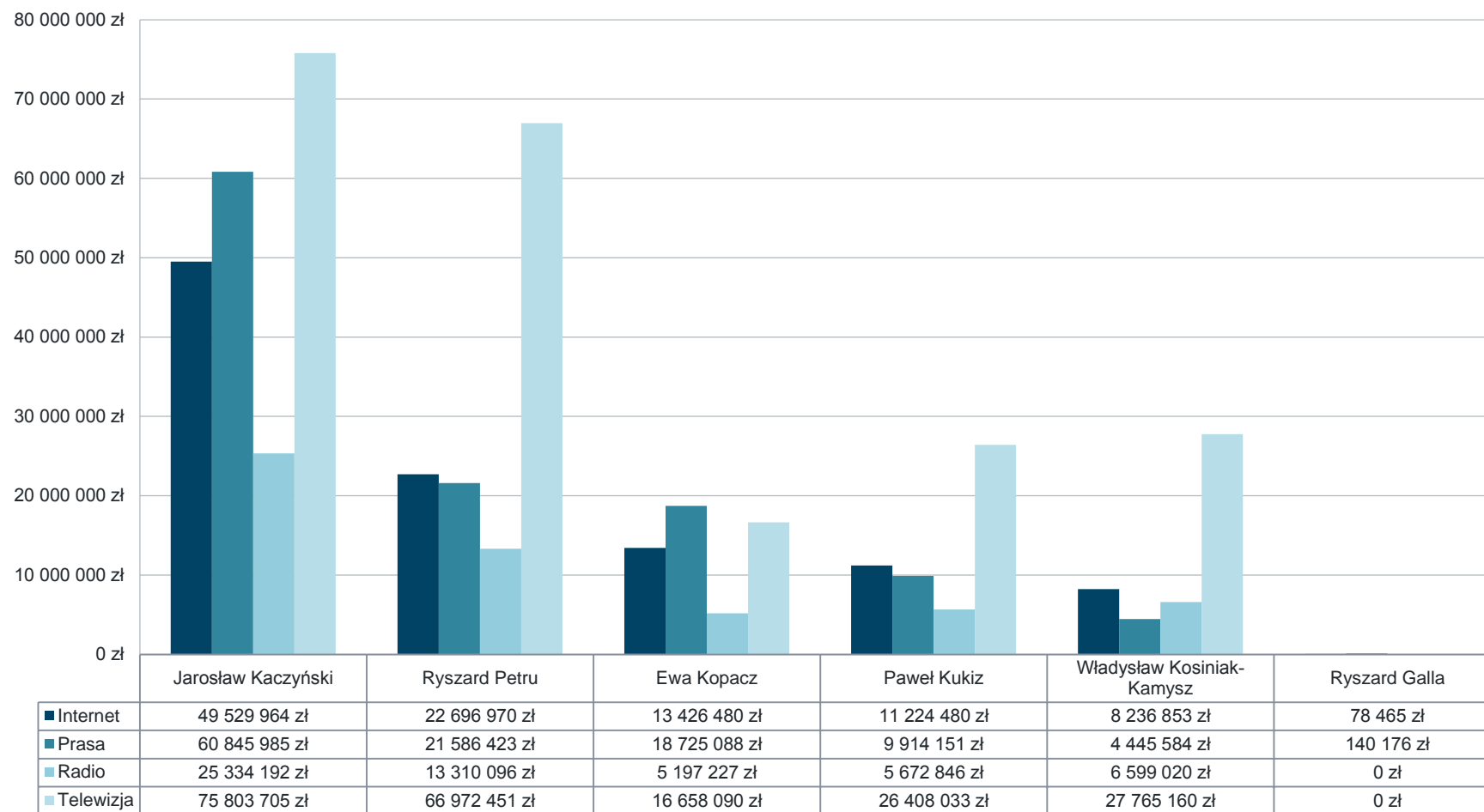
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



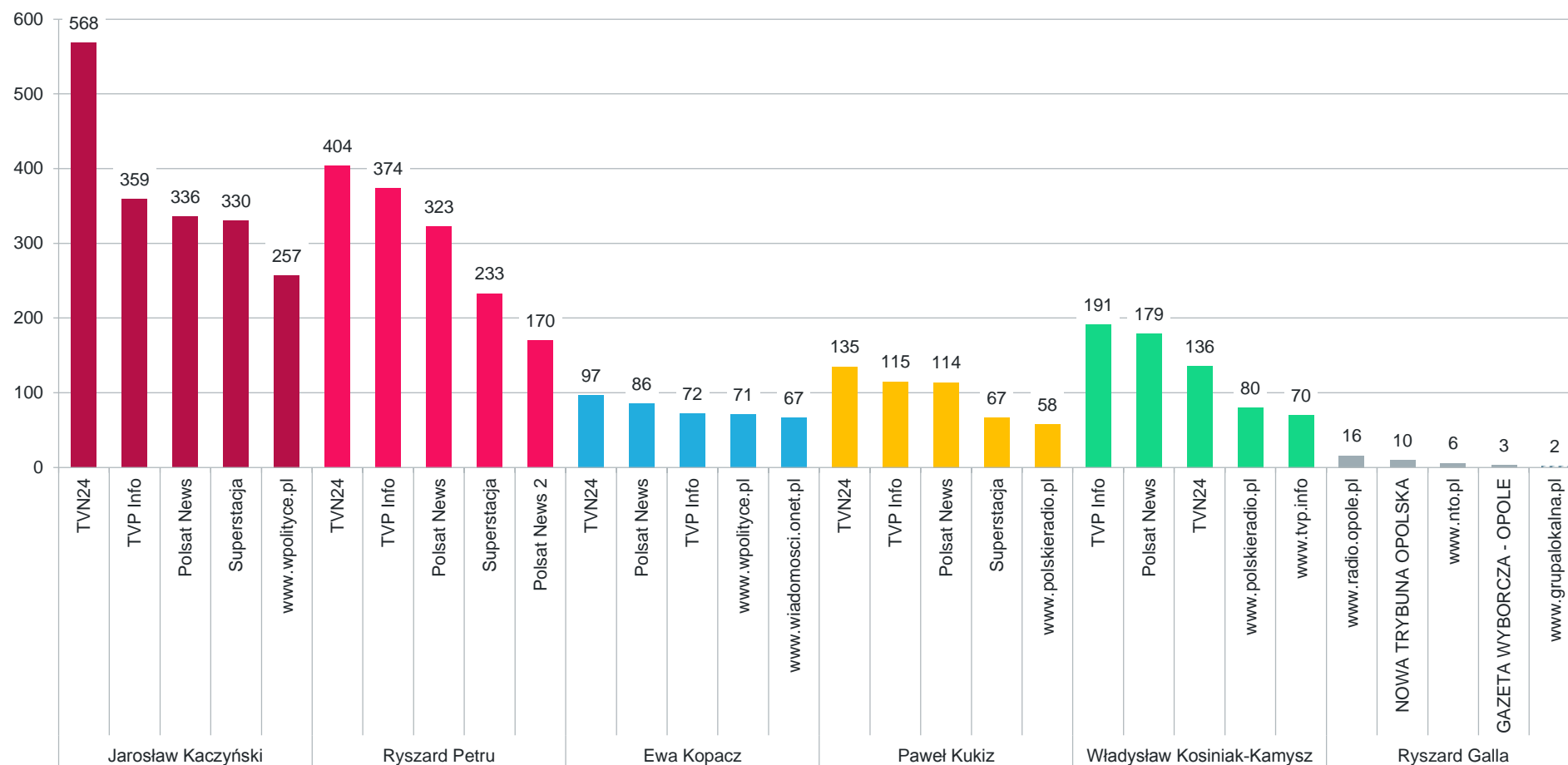
Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w mediach - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



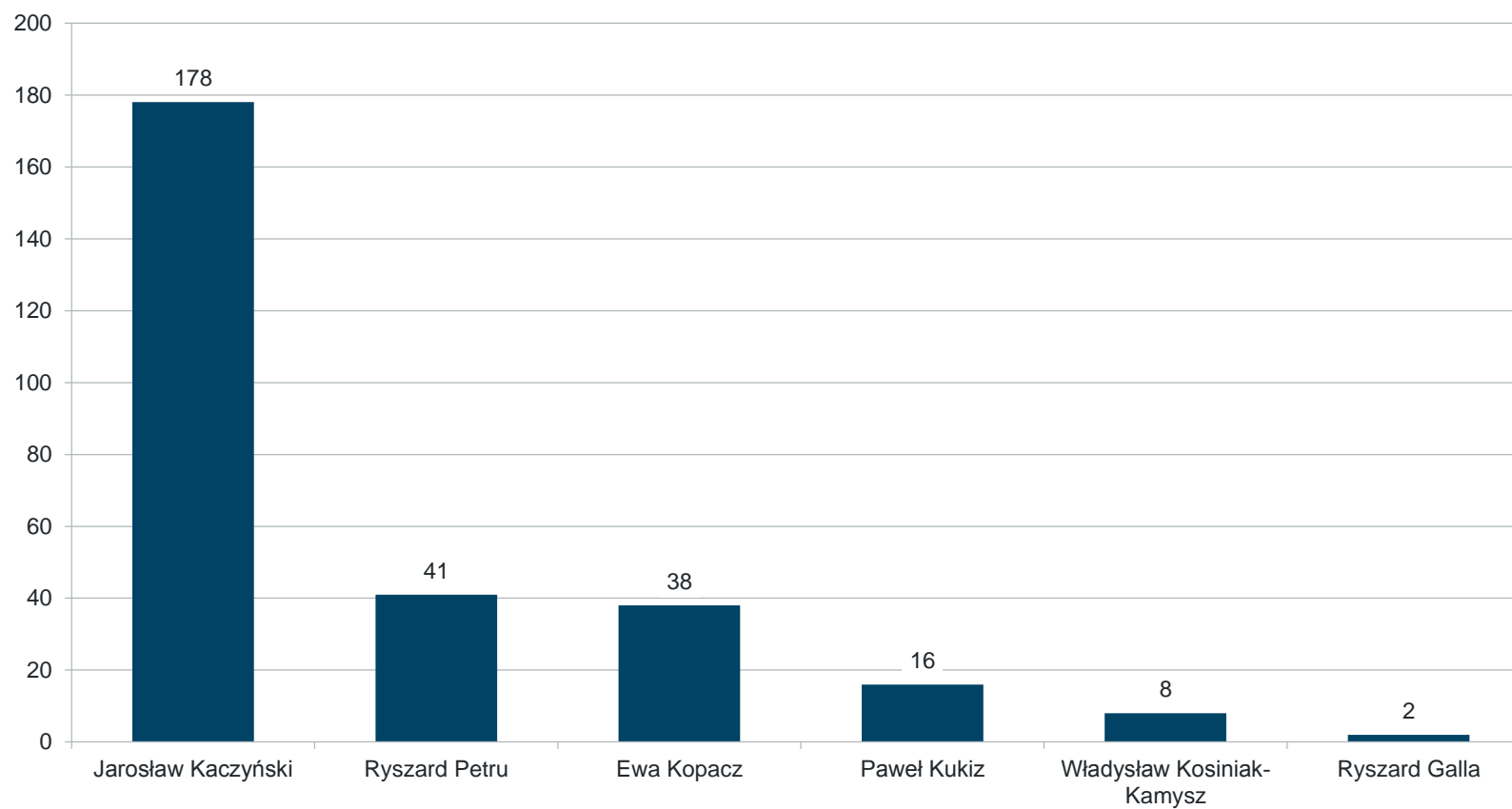
Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w poszczególnych mediach - grudzień 2015 r.



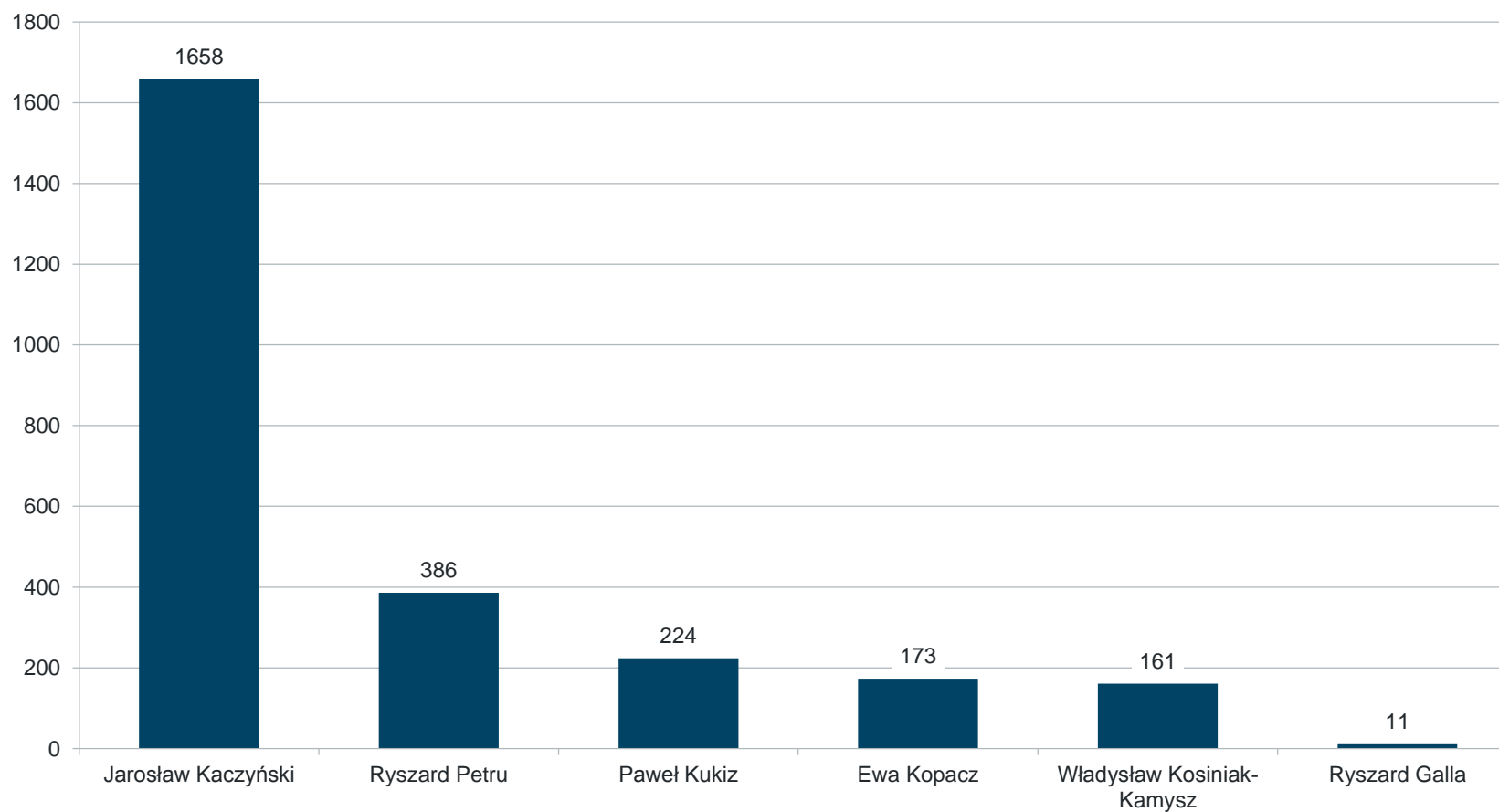
Liczba wystąpień liderów partii politycznych w mediach (TOP 5 najaktywniejszych źródeł) - grudzień 2015 r. (internet, prasa, RTV)



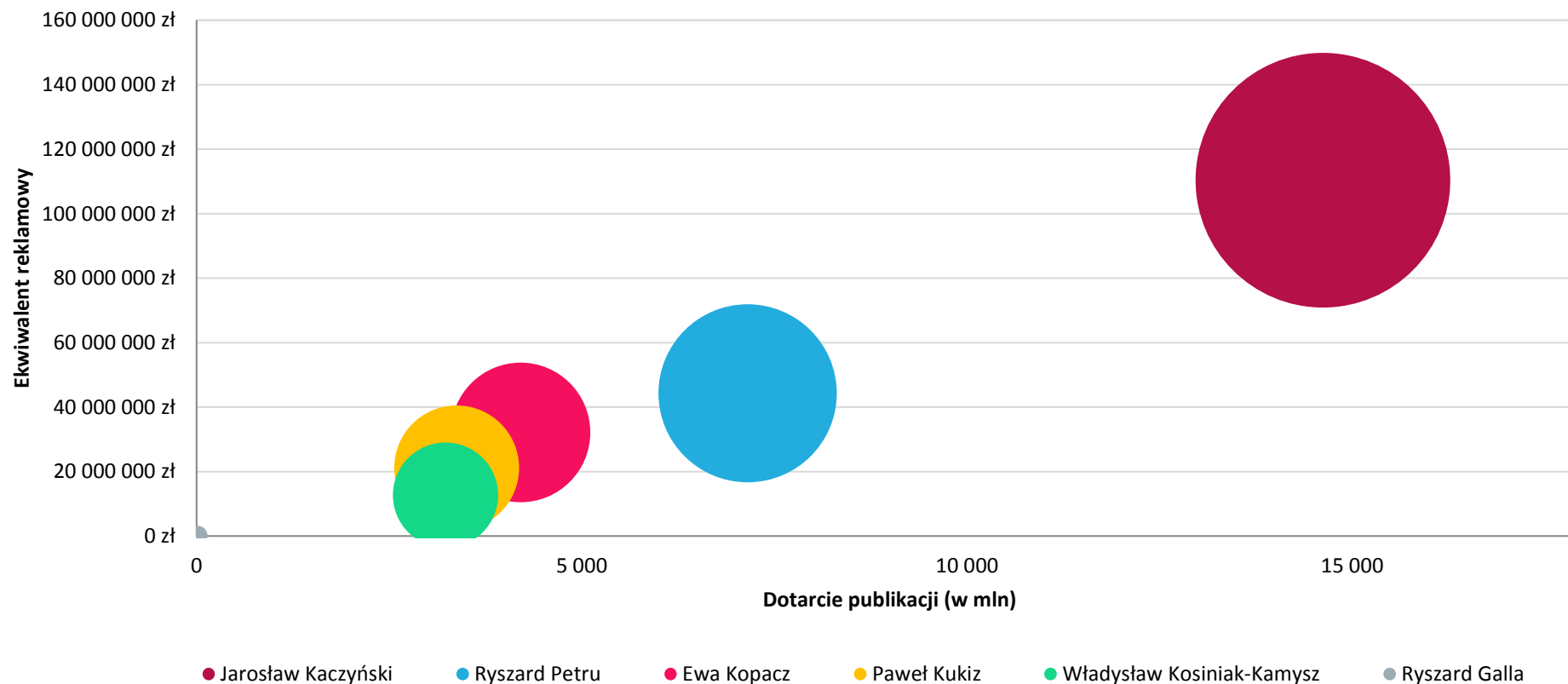
Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach - grudzień 2015 r.



Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach - grudzień 2015 r. (internet, prasa)



Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych dla informacji z internetu i prasy (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 | ul. Polna 40, 00-635 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20
biuro@psmm.pl | **www.psmm.pl**

