



Raport prasowy
SCENA POLITYCZNA
grudzień 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 grudniu 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, Janusza Piechocińskiego, 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

W grudniu odpoczęliśmy od polityki

Po listopadowym spadku liczby informacji na temat polityki w polskiej prasie, w grudniu sytuacja się powtórzyła. Tym razem tekstów dotyczących partii politycznych było mniej o 6 proc., natomiast o ich liderach – o 17 proc. Grudzień jest osobliwym miesiącem pod tym względem. Wyraźnie mniejsze zainteresowanie prasy tematyką polityczną obserwowaliśmy głównie w trzeciej dekadzie miesiąca. Święta i okres międzyświąteczny powodowały prymat innych tematów. Podobnie działo się również w poprzednich latach, kiedy spadki były nawet większe.

W grudniu 2012 zmniejszyło się zainteresowanie największymi partiami i ich liderami – Platformą Obywatelską oraz Prawem i Sprawiedliwością (odpowiednio o 13 i 7 proc.). Mniej pisało się także o współrządzającym PSL (-17 proc.). Część ugrupowań odnotowała jednak wzrost liczby publikacji. Materiałów dotyczących SLD było o 7 proc. więcej, o Solidarnej Polsce - 8 proc., natomiast największy przyrost zanotował Ruch Palikota – aż o 29 proc. Mimo tego w dalszym ciągu znajduje się on na piątym miejscu w klasyfikacji najbardziej medialnych partii z wyraźną stratą do PSL.

Duże spadki w skali roku, Kaczyński wycofany

Co ciekawe, liczba informacji o polityce i politykach zmniejszyła się w relacji rok do roku. Spadek jest znaczący i wynosi 21 proc., uwzględniając publikacje zawierające w sobie nazwę ugrupowań parlamentarnych oraz 17 proc. biorąc pod uwagę nazwiska ich liderów. Dla przykładu - Sojuszu Lewicy Demokratycznej zanotował aż 39 proc. tekstów mniej, natomiast o PiS opublikowano ich o jedną czwartą mniej.

Na przestrzeni 2012 roku, widoczna była znacząco mniejsza aktywność medialna Jarosława Kaczyńskiego. Prezes PiS-u dużą część obowiązków komunikacyjnych pozostawił partyjnym współpracownikom, czego konsekwencją było rzadsze występowanie w mediach. W 2011 roku jego nazwisko pojawiło się w prasie ponad 19 tys. razy, natomiast w 2012 było to już tylko niecałe 12 tys. Oznacza to spadek o 38 proc. Również premier Donald Tusk odnotował mniejszą liczbę publikacji. W 2011 roku pojawiło się 32 tys. takich materiałów, natomiast w 2012 - 28 tys. (-14 proc.).

Wpływ na tę statystykę miał z pewnością fakt, że rok 2012 upłynął w Polsce – po raz pierwszy od kilku lat - bez wyborów. W 2011 odbyły się wybory parlamentarne, w 2010 samorządowe i prezydenckie, a w 2009 - wybory do Parlamentu Europejskiego.

Premier najczęściej krytykowanym liderem

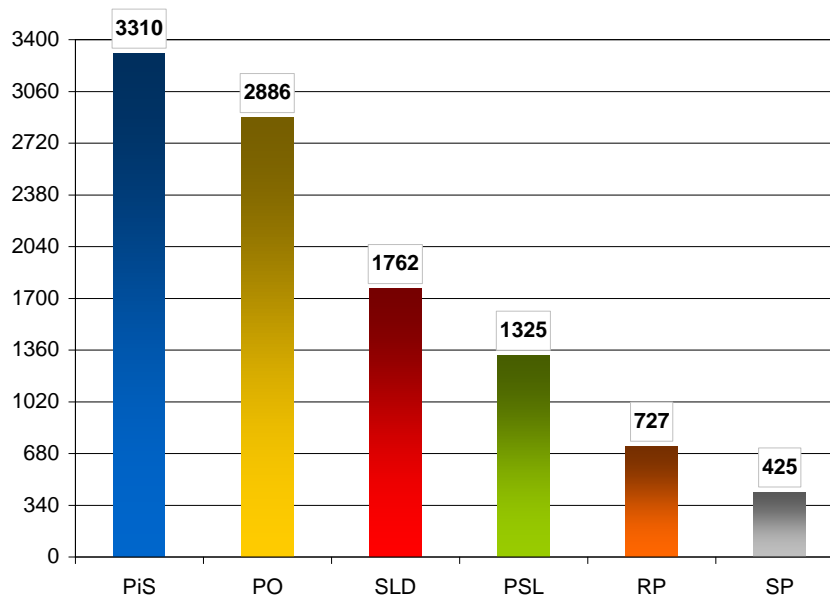
Uwzględniając materiały, jakie ukazały się w dziennikach ogólnopolskich w całym 2012 roku, najczęściej krytykowanym liderem politycznym był Donald Tusk. 38 proc. publikacji na jego temat miało niekorzystny wpływ na wizerunek – zaledwie o kilka dziesiątych procenta więcej niż w roku ubiegłym. Miał on jednak niewielką przewagę nad drugim w klasyfikacji Januszem Palikotem (36 proc.), który w maju uzyskał w tej kategorii rekordowy odsetek – 72 proc. publikacji negatywnych.

Zauważalny wpływ na tę statystykę zyskały publikacje na temat tych dwóch polityków w „Gazecie Polskiej Codziennie” i „Naszym Dzienniku”. Niejednokrotnie odsetek negatywnych treści sięgał 90 proc.

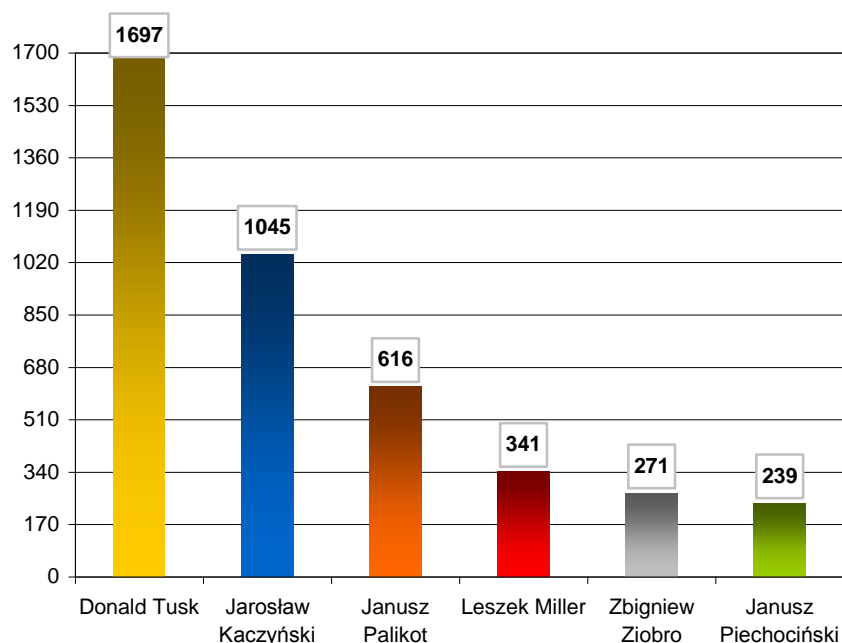
Z mniejszą aktywnością Jarosława Kaczyńskiego wiązało się także osłabienie wobec niego krytyki. Odsetek ten spadł aż o 12 proc., co w połączeniu z mocno zmniejszoną liczbą publikacji daje znaczący spadek publikacji negatywnych w liczbach bezwzględnych (800 w 2012 roku w kontekście 2 tys. przed rokiem).

W zestawieniu dotyczącym tylko grudnia najbardziej krytykowanym politykiem był Janusz Palikot (32 proc.), który wyprzedził Donalda Tuska (27 proc.) i Jarosława Kaczyńskiego (23 proc.). Na dalszych pozycjach znaleźli się Zbigniew Ziobro (20 proc.), Leszek Miller (8 proc.) i Janusz Piechociński (2 proc.).

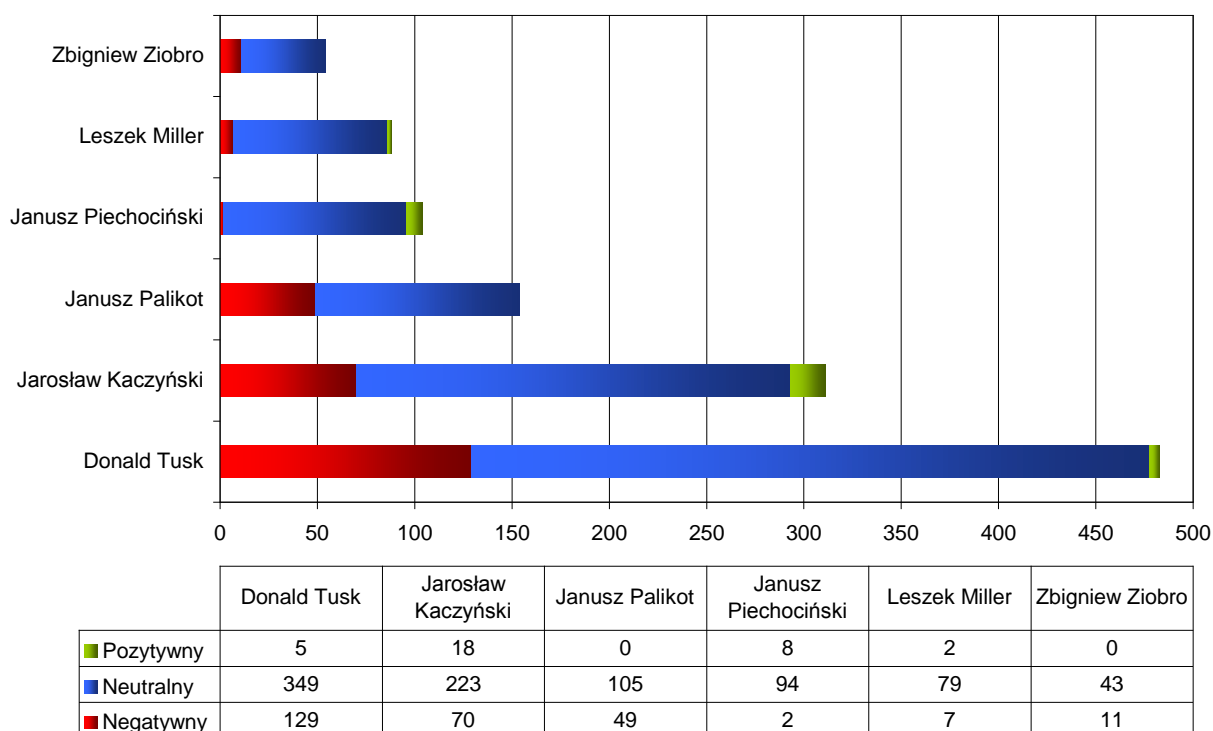
Rozdział I - Podsumowanie



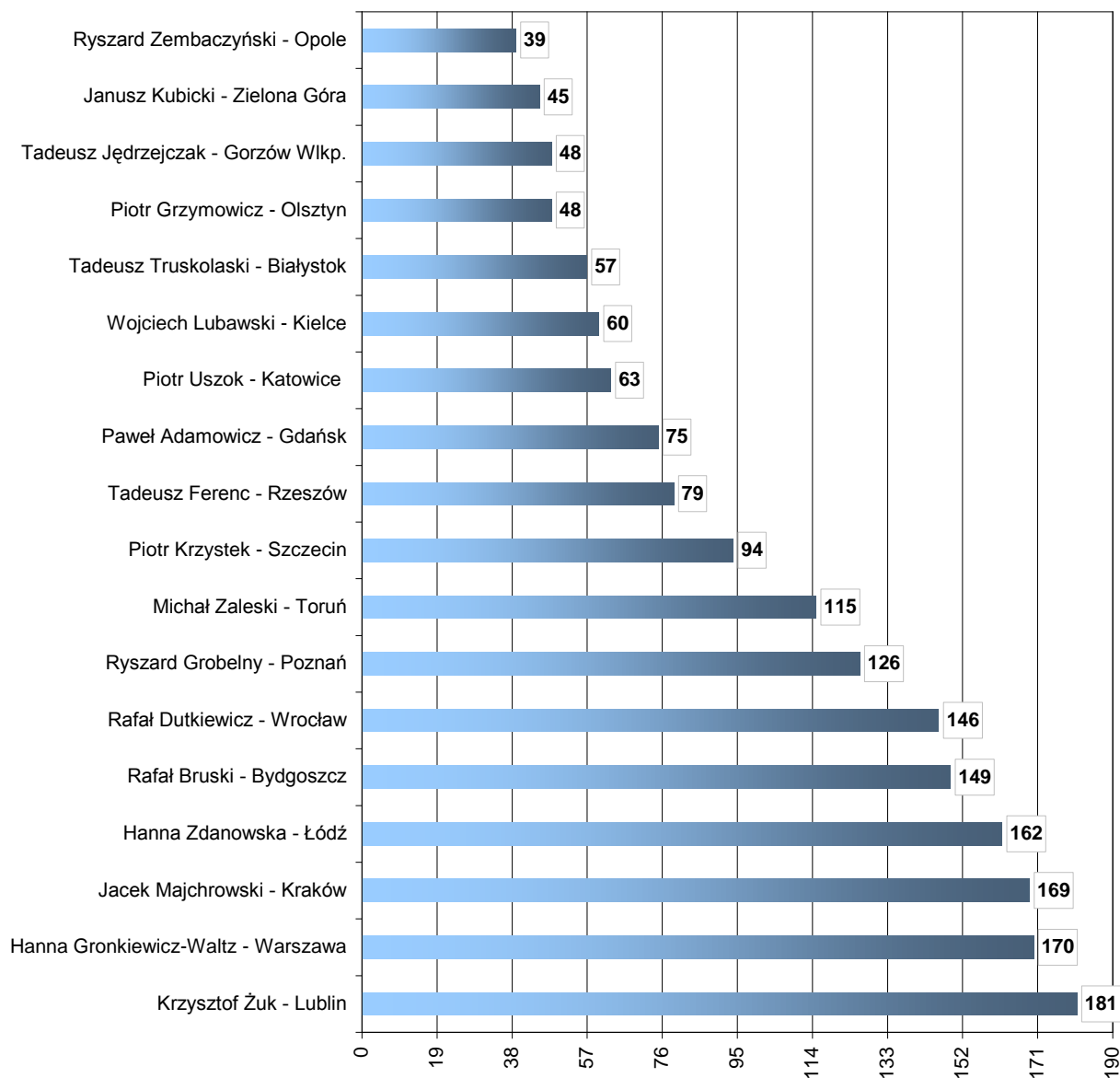
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w grudniu 2012 r.



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

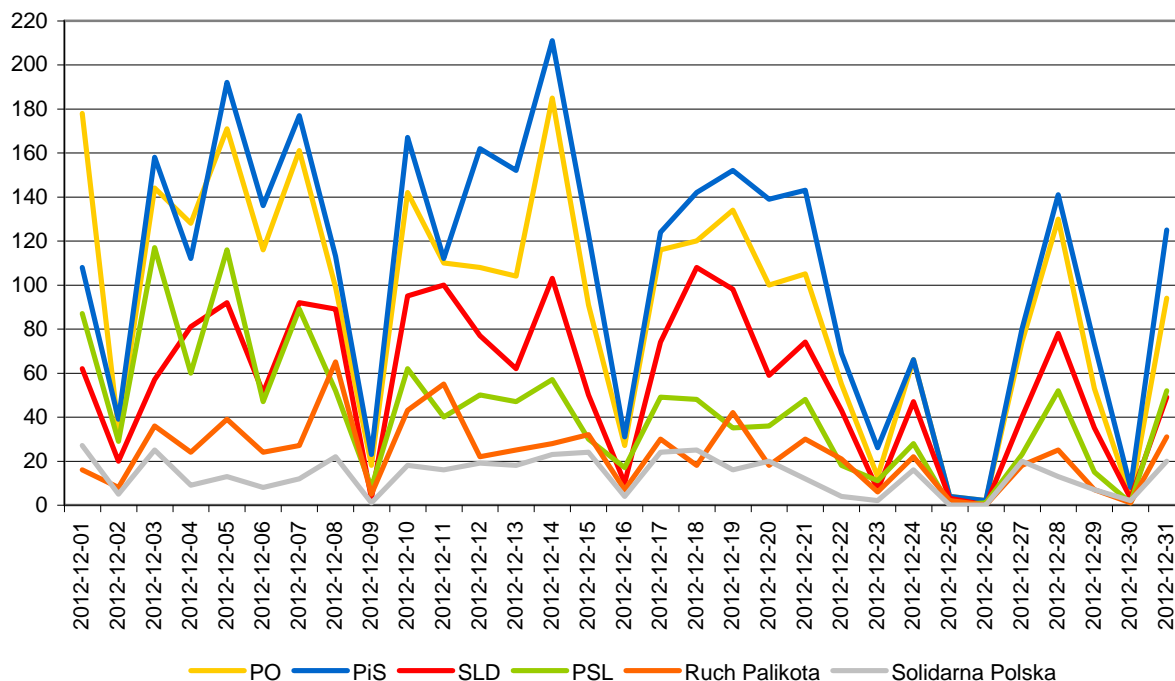


Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku

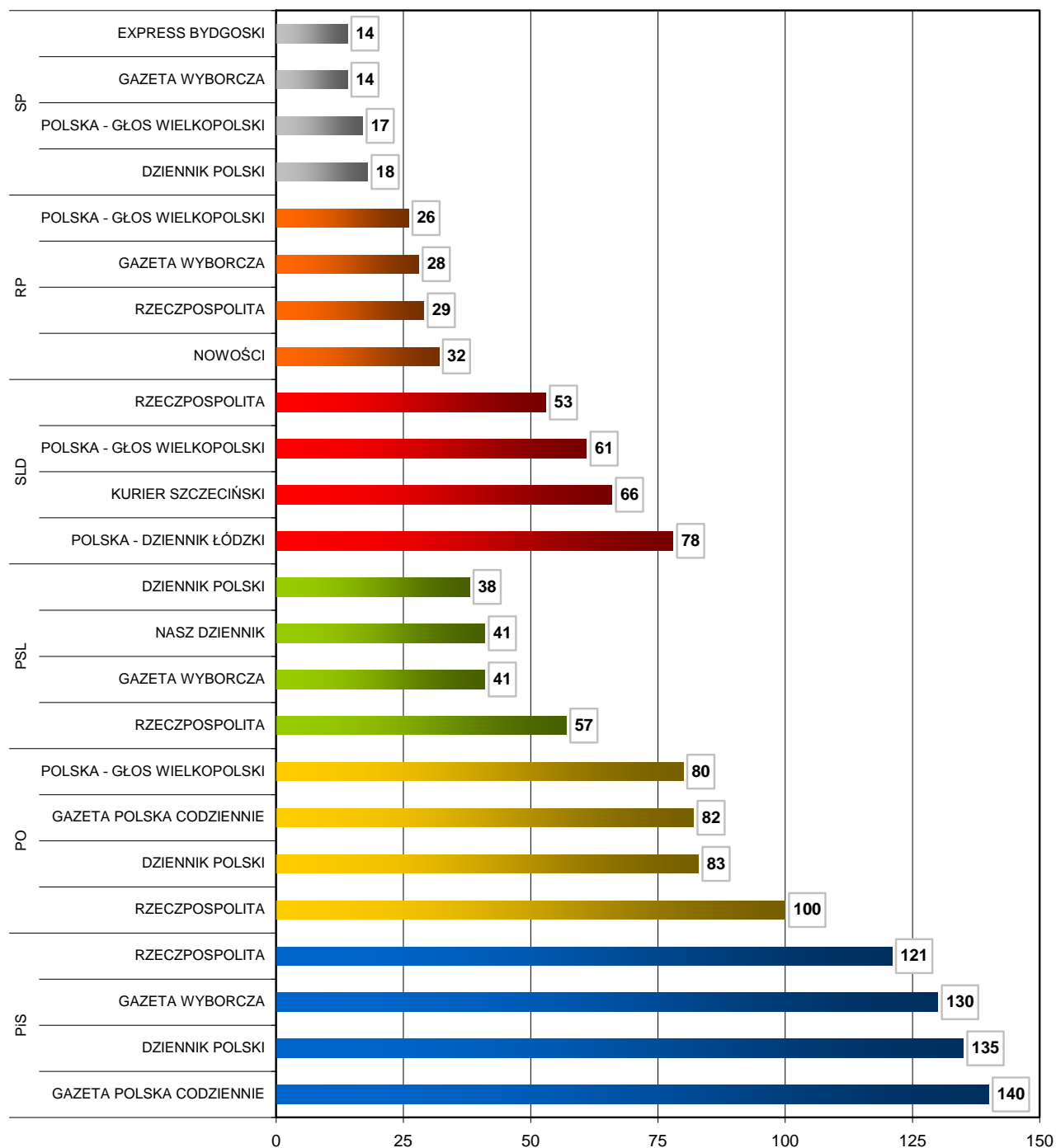


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich

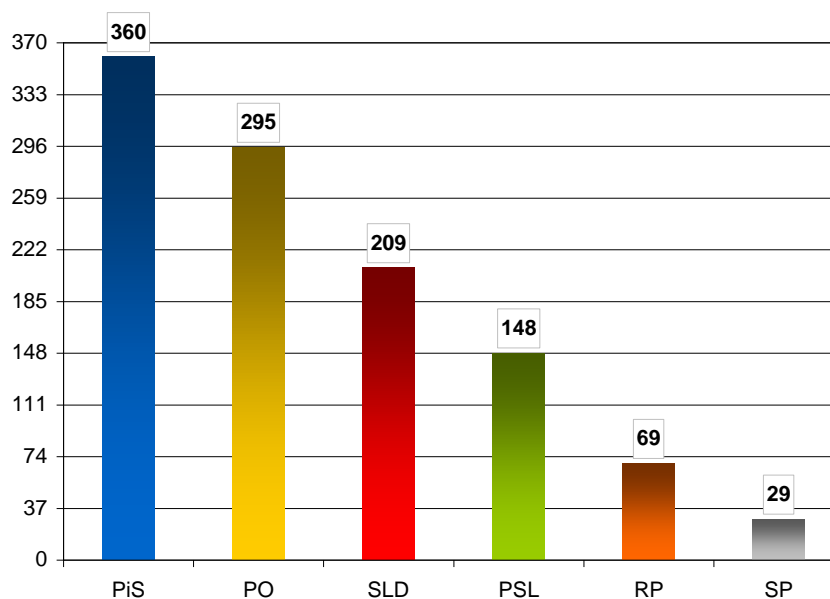
Rozdział II - Partie polityczne



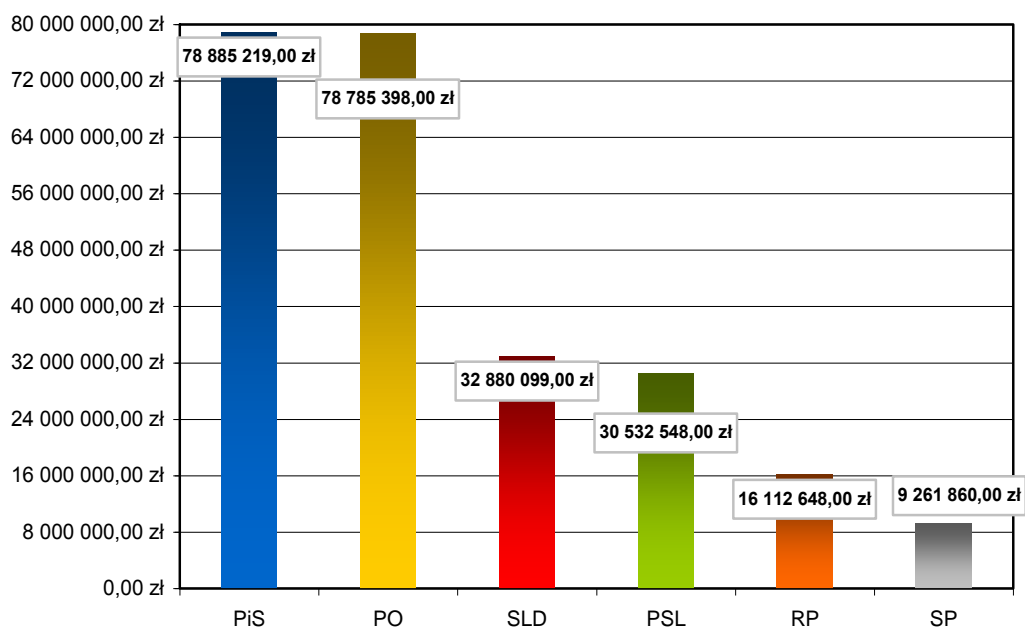
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

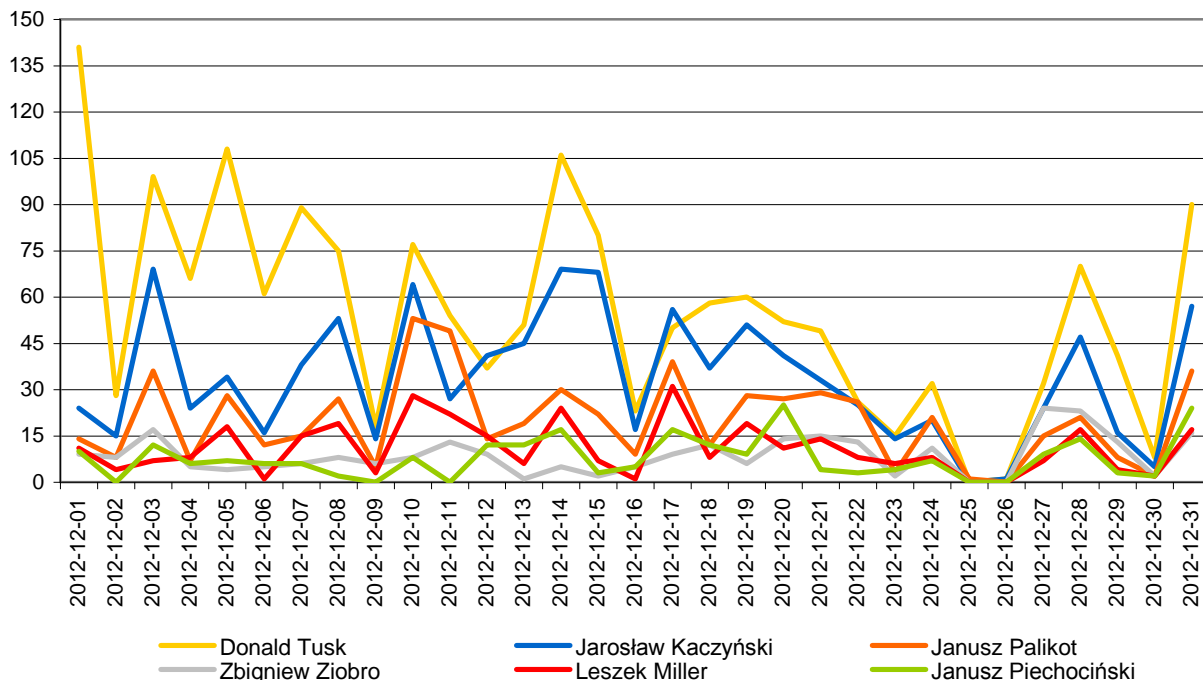


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

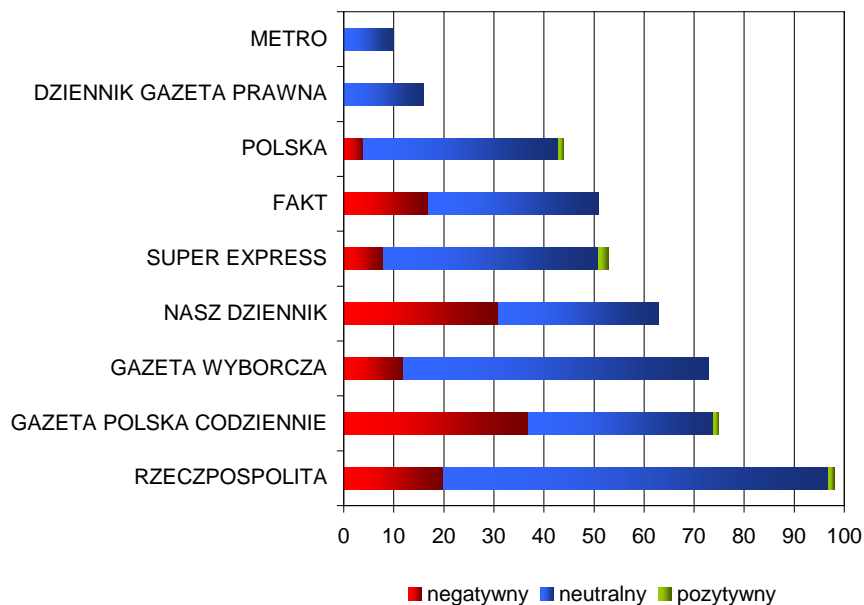


Wykres 8. Ekwivalent reklamowy dla partii politycznych - grudzień 2012 r.

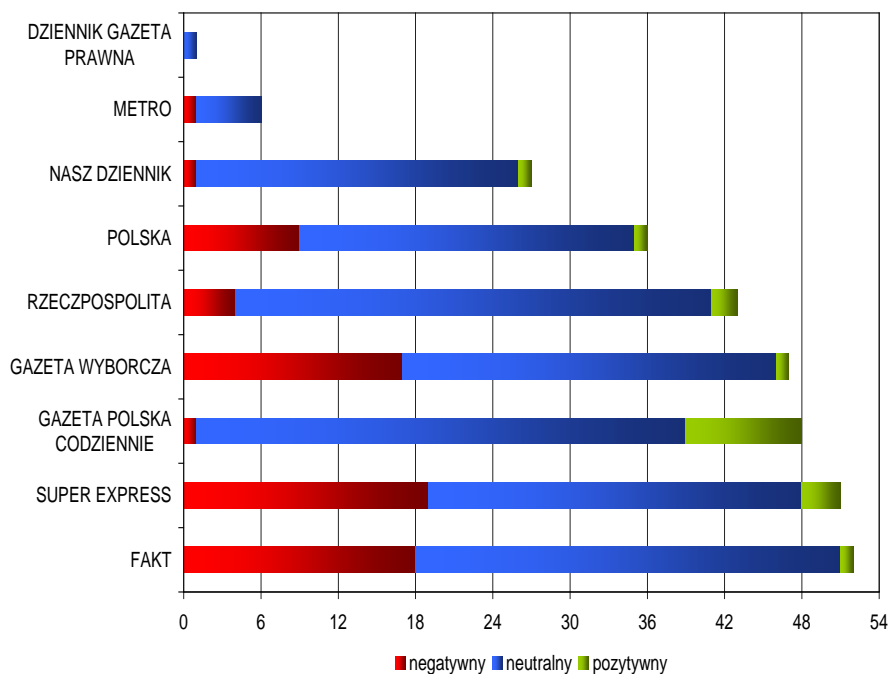
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



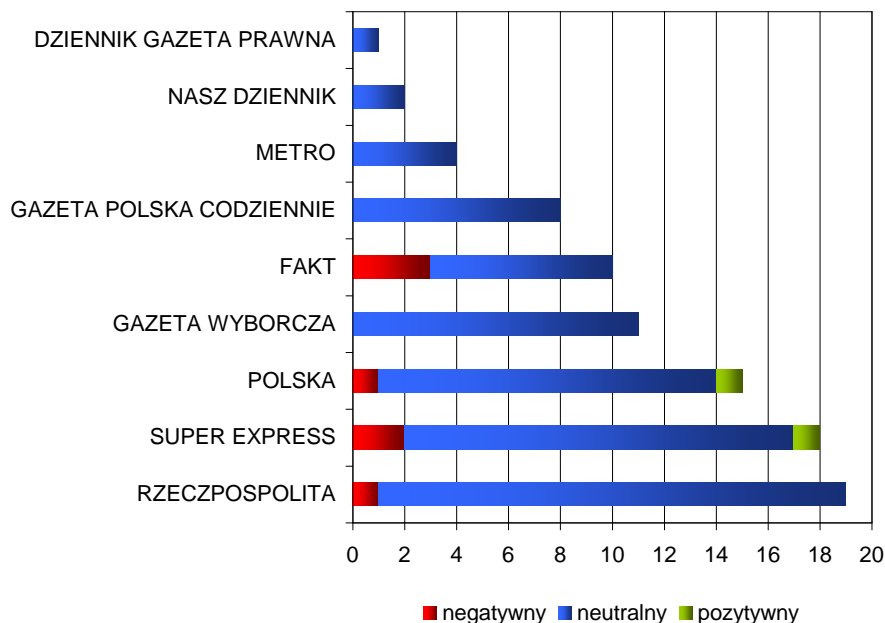
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



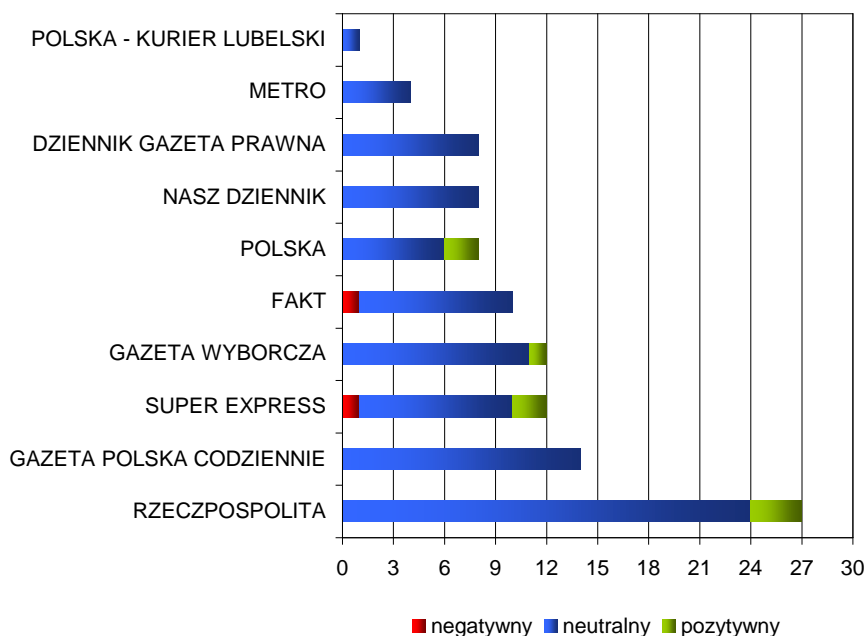
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



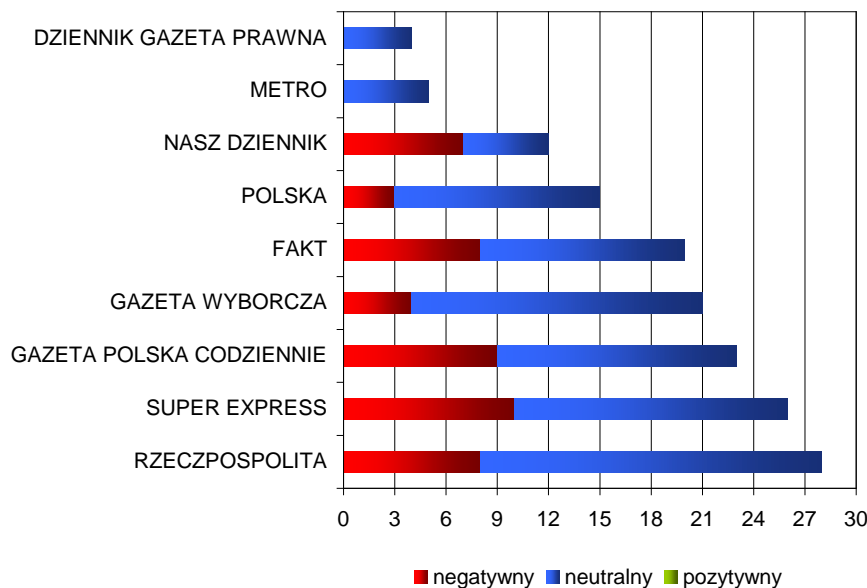
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



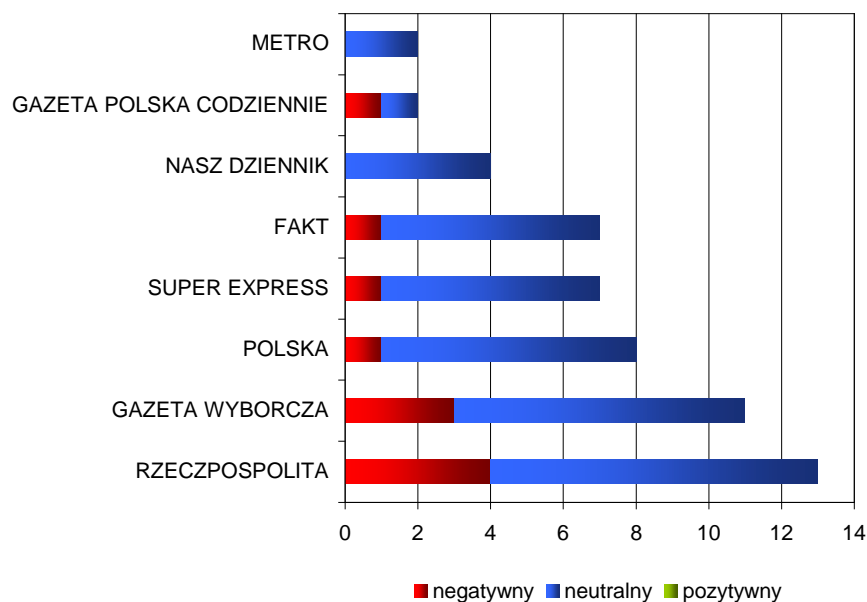
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



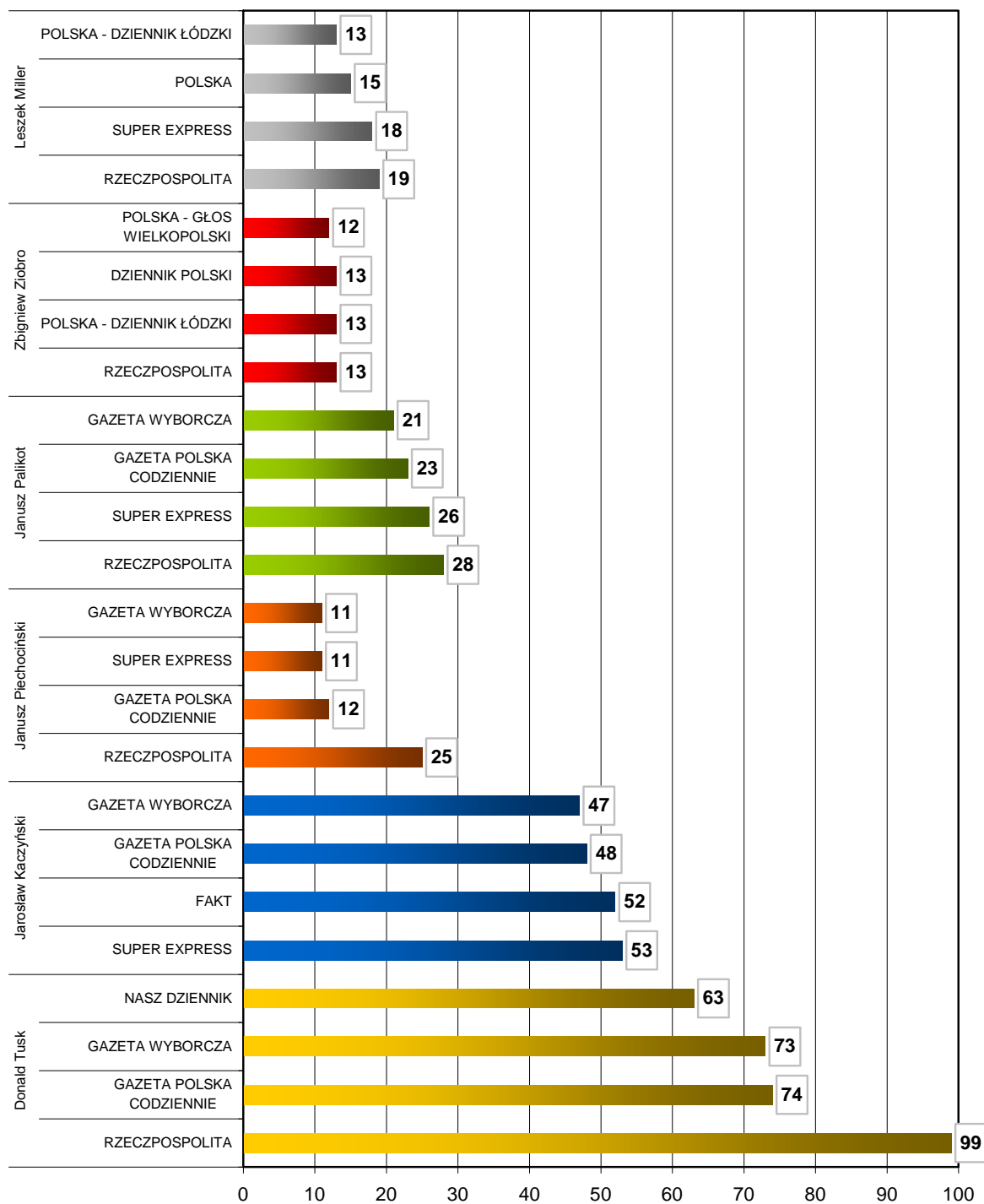
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



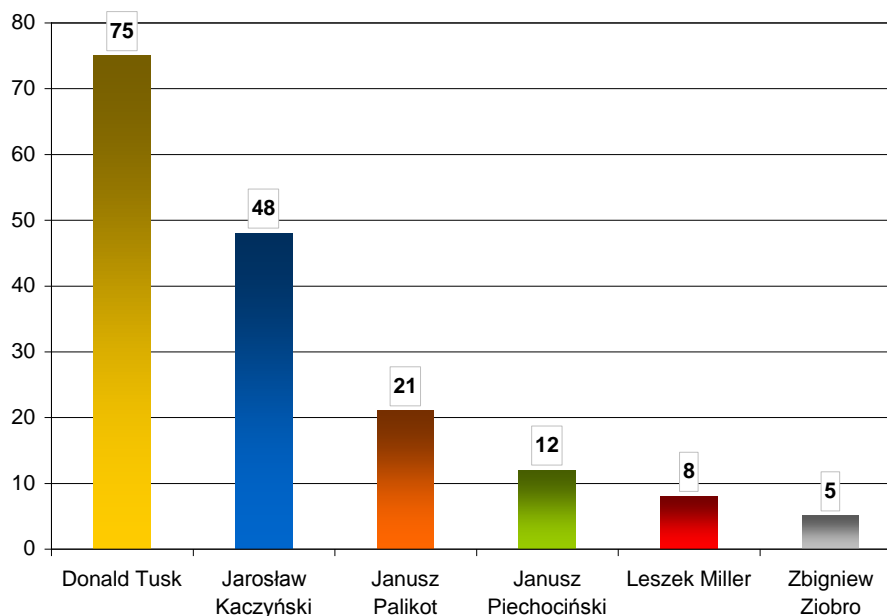
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



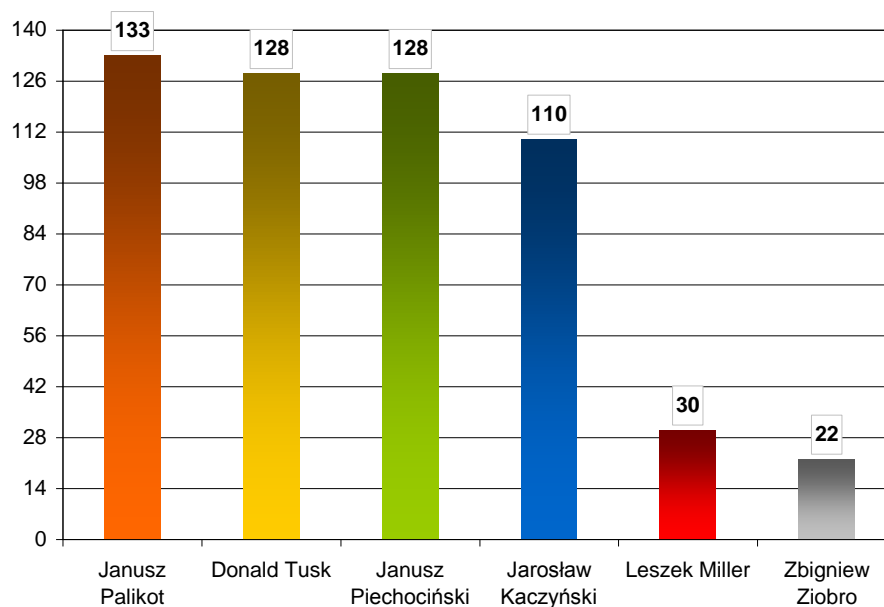
Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



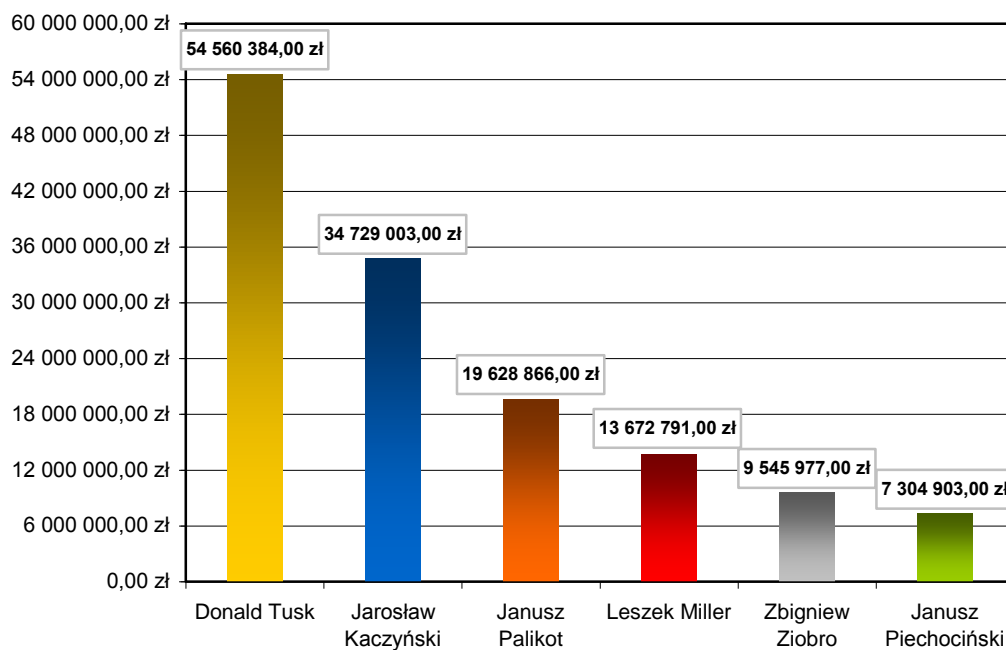
Wykres 16. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



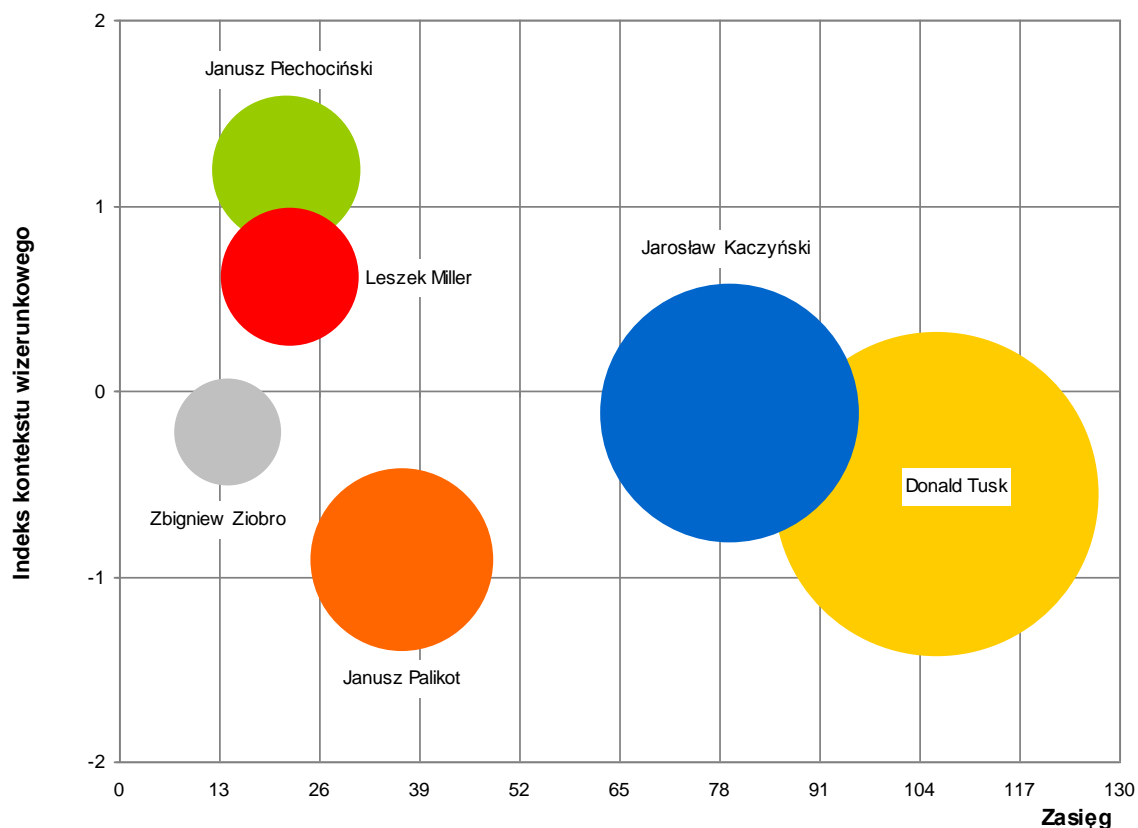
Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



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