



**Raport prasowy**

# **SCENA POLITYCZNA**

**maj 2012**

## Spis treści

<b>Wstęp .....</b>	<b>3</b>
<b>Komentarz .....</b>	<b>4</b>
<b>Rozdział I - Podsumowanie .....</b>	<b>7</b>
<b>Rozdział II - Partie polityczne .....</b>	<b>10</b>
<b>Rozdział III - Liderzy partii politycznych .....</b>	<b>13</b>

## Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w maju 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 oraz Waldemara Pawlaka, 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 pięciu 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

### PiS oddala się od Platformy

Prawo i Sprawiedliwość umocniło się w maju na pozycji najbardziej medialnej partii politycznej w naszym kraju. Największa partia opozycyjna po raz trzeci z rzędu znalazła się na pierwszym miejscu zestawienia, w którym badano występowanie ugrupowań w prasie. Platforma wyprzedziła w rankingu rywala tylko raz – w lutym 2012. Wcześniej także PiS dominował w klasyfikacji. Przy analizie danych należy wziąć pod uwagę specyfikę przekazów dotyczących PO, która jest partią rządzącą. Powoduje to, że wiele informacji na temat jej członków opisywanych jest jako działania rządu.

Nie zmienia to jednak faktu, że przewaga PiS-u w maju wzrosła i obecnie wynosi przeszło 500 publikacji. W ciągu 31 dni maja na temat ugrupowania pojawiło się 3,4 tys. publikacji, w kontekście 2,9 tys. dotyczących PO. PiS zanotował 9-proc. wzrost zainteresowania prasy, z kolei partia rządząca utrzymała je na prawie niezmiennym poziomie. Rośnie również przewaga w komunikacji dwóch największych partii parlamentarnych nad pozostałymi czterema. SLD i PSL odnotowały spadki odpowiednio o 4 i 11 proc., co w efekcie sprawia, że na temat Sojuszu pojawiło się zdecydowanie ponad dwukrotnie mniej publikacji niż o PO i 2,5-krotnie mniej niż o PiS-ie. Ta różnica odzwierciedla jednak poziom poparcia społecznego. Partie o większym poparciu mają szerszy dostęp do mediów. W tym miejscu pojawia się jednak wieczne i kontrowersyjne pytanie – który ze wskaźników jest przyczyną, a który skutkiem.

### PSL schodzi do cienia

Czwartą najbardziej medialną partią w maju był PSL (0,9 tys.), który wyprzedził Ruch Palikota (0,8 tys.) i Solidarną Polskę (0,6 tys.). Warto zwrócić uwagę, że PSL osiągnął najwyższy spadek liczby publikacji, zupełnie odwrotnie względem miesięcznego trendu publikacji dotyczących partii. Prasa pisała na temat polityki o 8 proc. więcej, natomiast PSL zanotował 11 proc. spadek liczby publikacji. Oznacza to wyraźne zmniejszenie zainteresowania partią, które może wynikać z mniejszej aktywności medialnej jej lidera.

Waldemar Pawlak w maju pojawiał się aż o 31 proc. rzadziej, aniżeli w kwietniu (w kontekście jeszcze wyższego – 9-proc. wzrostu zainteresowania liderami politycznymi). Czy więc lider ma tak ogromny wpływ na komunikację całej partii i jego zastąpienie jest niemożliwe? Niezależnie od tego, faktem jest, że PSL w maju cieszył się najmniejszym zainteresowaniem od lutego 2011 roku, a więc od przeszło roku.

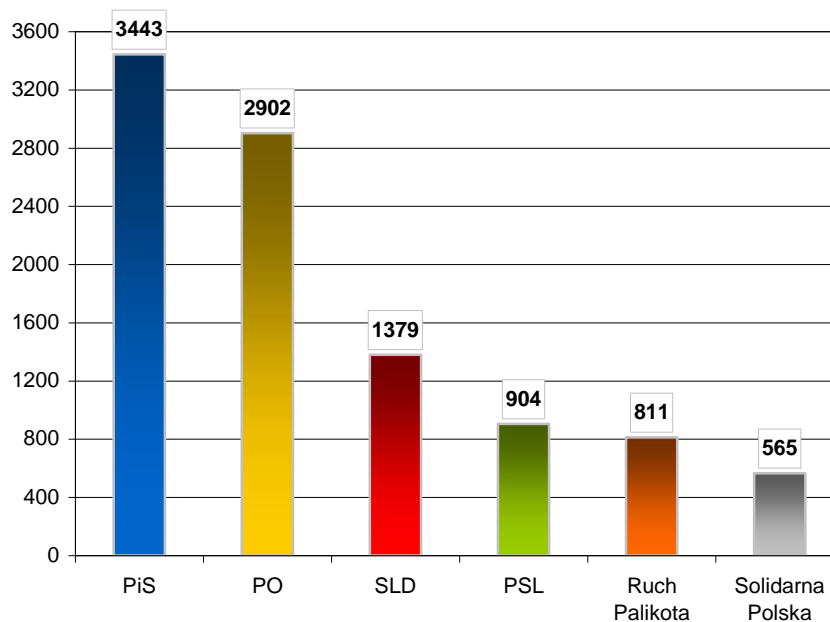
## Ciężkie czasy dla liderów

Wśród liderów politycznych zdecydowany prym w dalszym ciągu wiedzie premier Donald Tusk. Jego medialność w porównaniu do poprzedniego miesiąca wzrosła o 5 proc. Większą dynamikę miał jedynie wzrost Janusza Palikota (7 proc.). W tym samym czasie spadła liczba publikacji na temat Jarosława Kaczyńskiego, Leszka Millera i wspomnianego Waldemara Pawlaka. Na temat Tuska pojawiło się 2,1 tys. publikacji, natomiast o drugim w klasyfikacji Kaczyńskim 1,2 tys. Za jego plecami znaleźli się - Janusz Palikot (0,8 tys.) oraz Zbigniew Ziobro (0,5 tys.). Miejsce piąte należało w maju do lidera SLD Leszka Millera (0,4 tys.), a na ostatnim uplasował się Waldemar Pawlak (0,3 tys.).

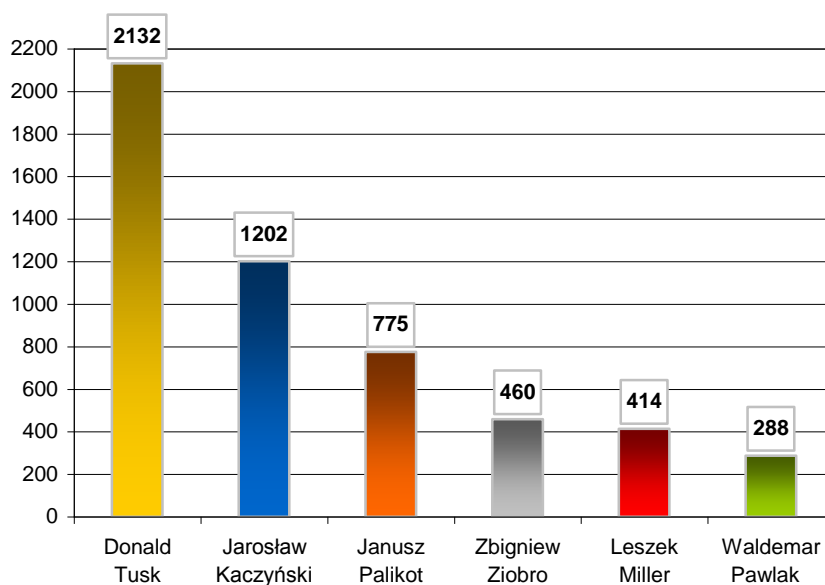
Nie można jednak nie zwrócić uwagi na znaczący wzrost publikacji negatywnych o wszystkich liderach partyjnych. Największy odnotował Janusz Palikot, o którym niemal trzy czwarte majowych publikacji w największych dziennikach ogólnopolskich miało wydźwięk negatywny. Spowodowane było to między innymi opublikowaniem wywiadu z byłą żoną polityka, komentarzami dotyczącymi publicznego palenia marihuany, czy postulatami uproszczenia procedury rozwodowej.

W efekcie o Palikocie ukazało się aż 72 proc. publikacji negatywnych. W dodatku zasięg przekazu o pośle okazał się większy w porównaniu do kwietnia. Palikot pod względem odsetka niekorzystnych dla swojego wizerunku publikacji, wyprzedził znajdującego się pod ostrzałem Donalda Tuska. Premier krytykowany był głównie w związku z przygotowaniem do Mistrzostw Europy 2012. Procent publikacji negatywnych w jego przypadku wyniósł aż 65 proc. Na dalszych pozycjach znaleźli się Jarosław Kaczyński i Zbigniew Ziobro (po 44 proc.), Leszek Miller (42 proc.) i Waldemar Pawlak (38 proc.).

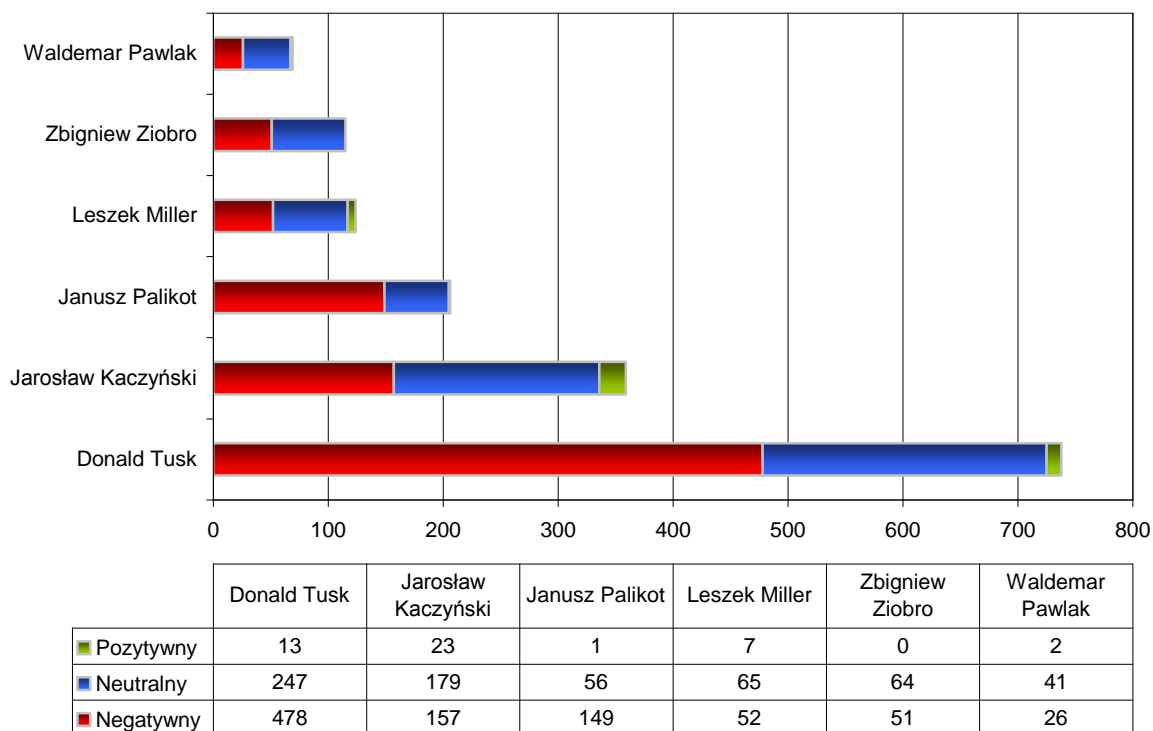
## Rozdział I - Podsumowanie



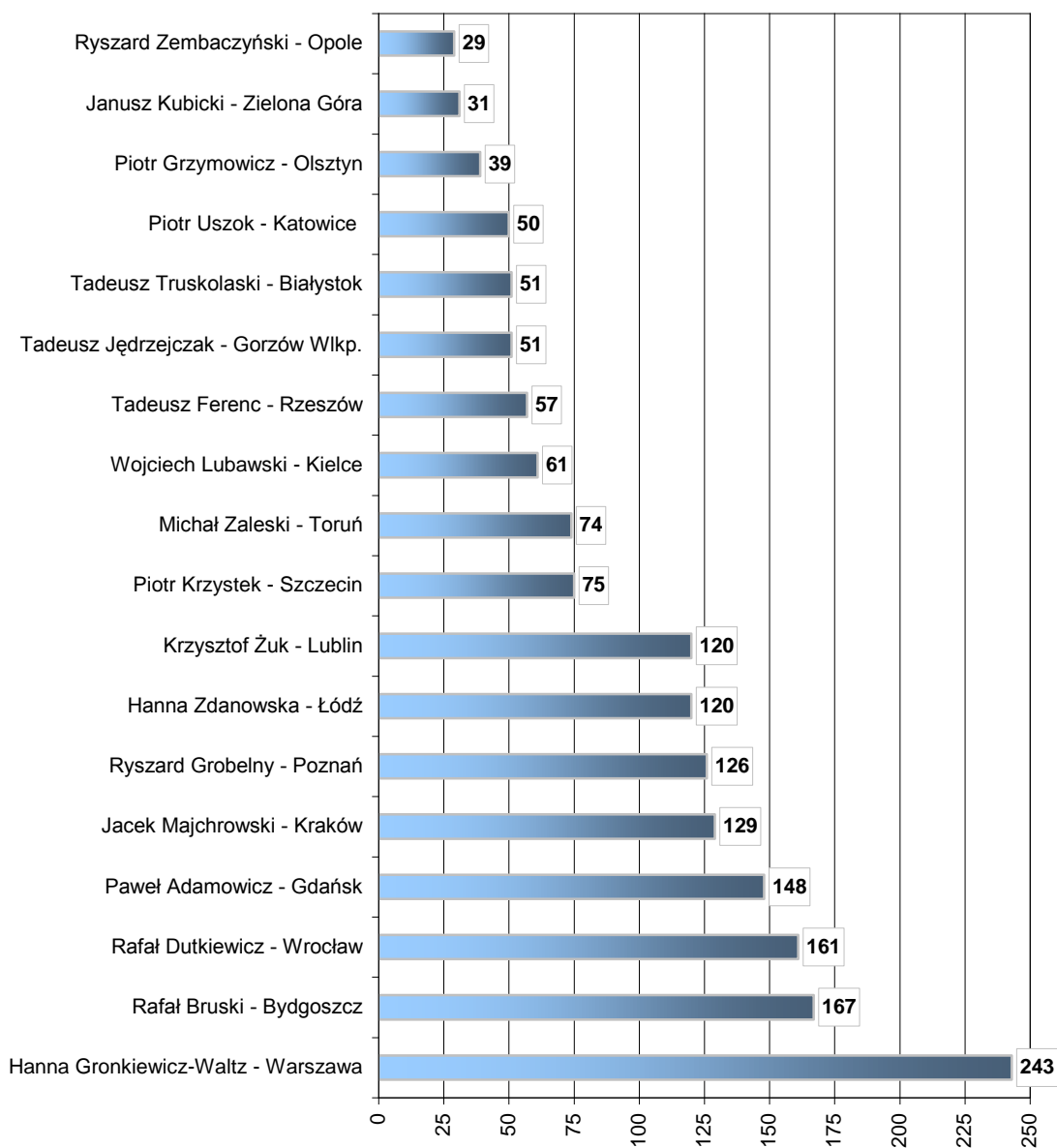
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w maju 2012 r.



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



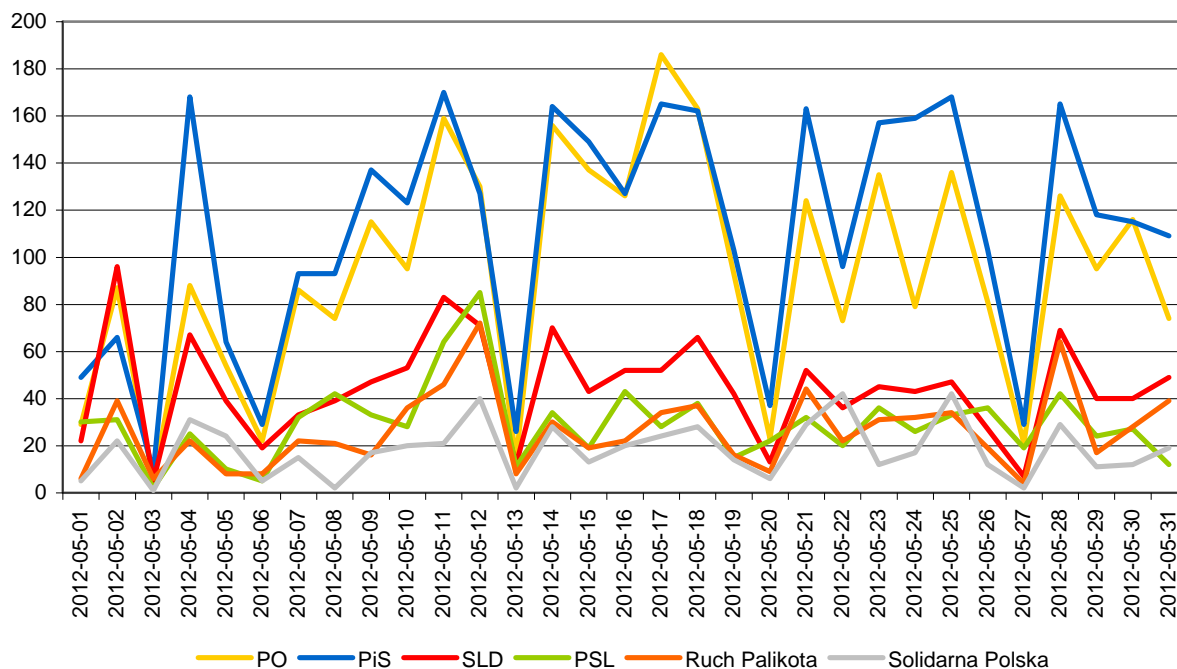
**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku**



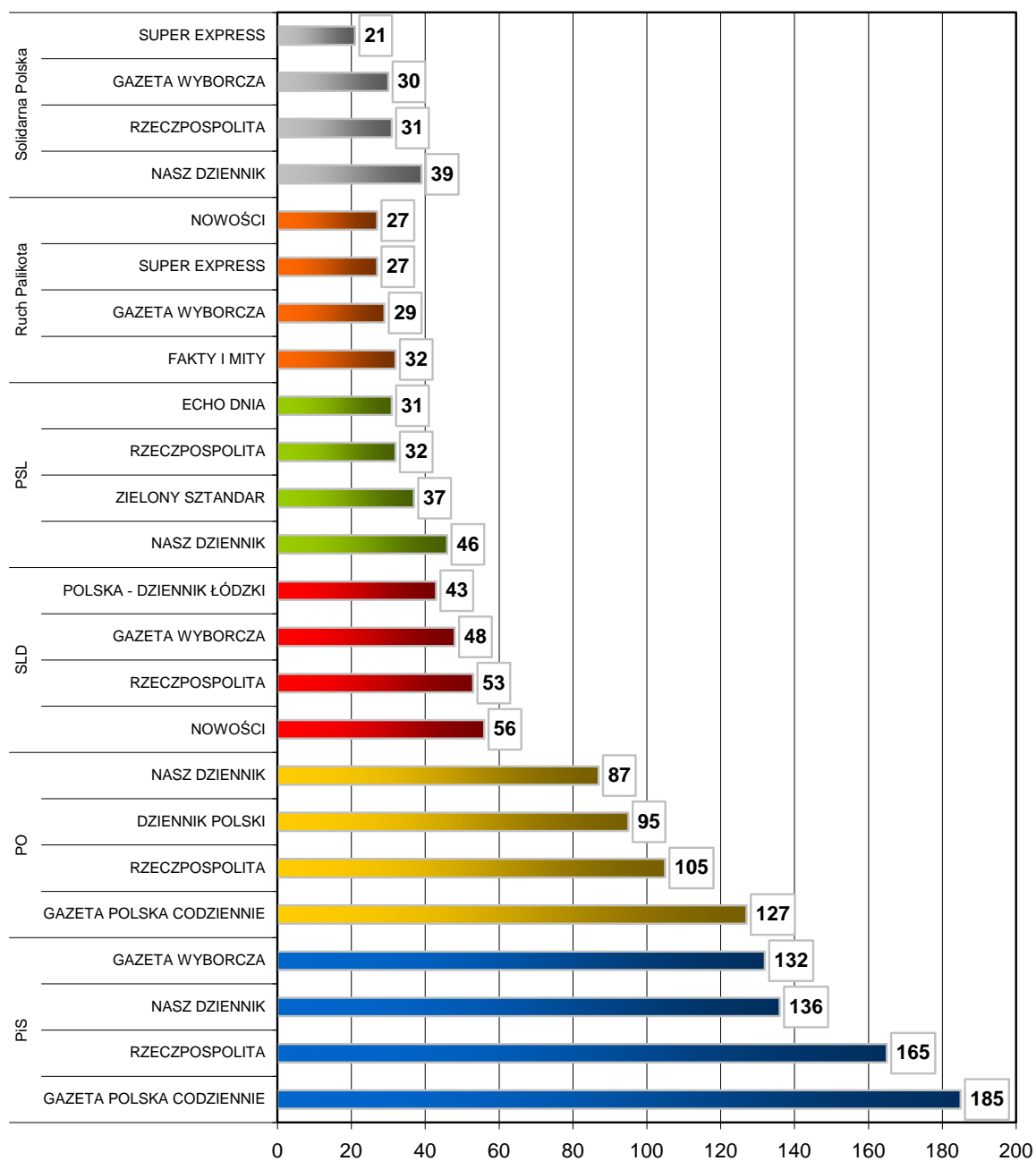
**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich**



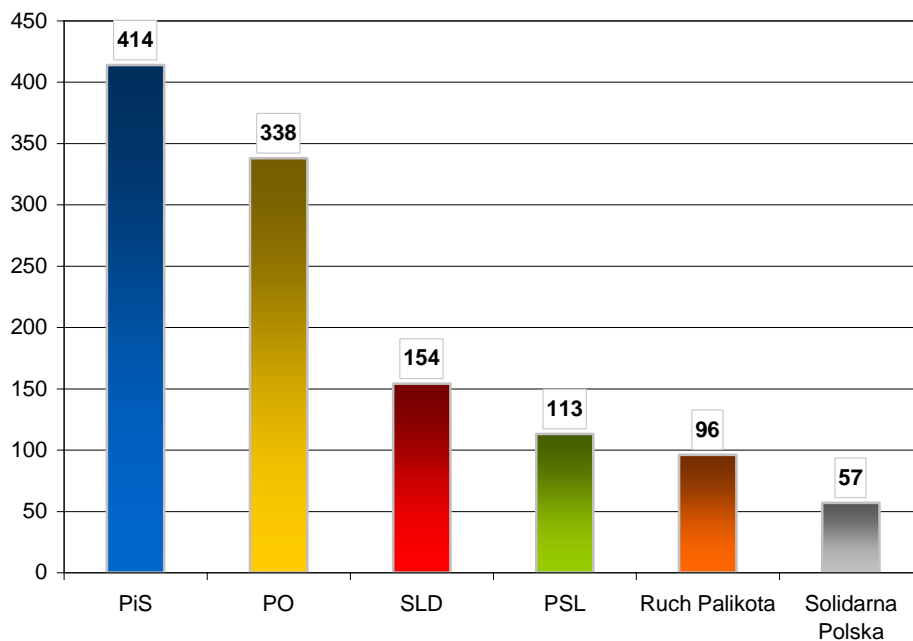
## Rozdział II - Partie polityczne



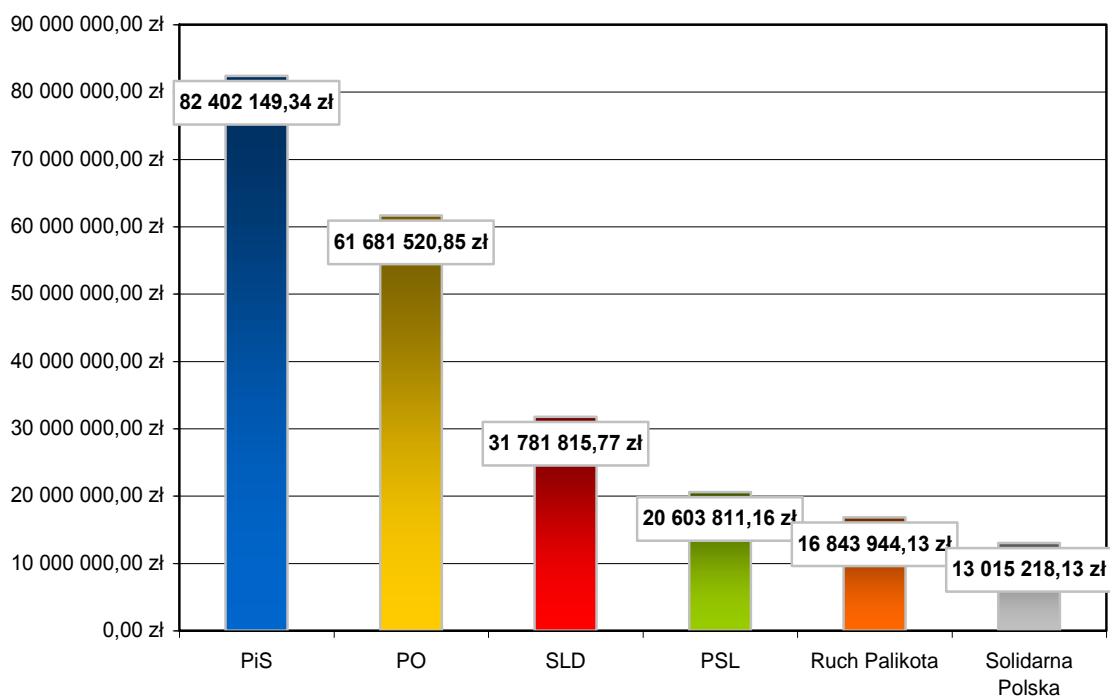
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

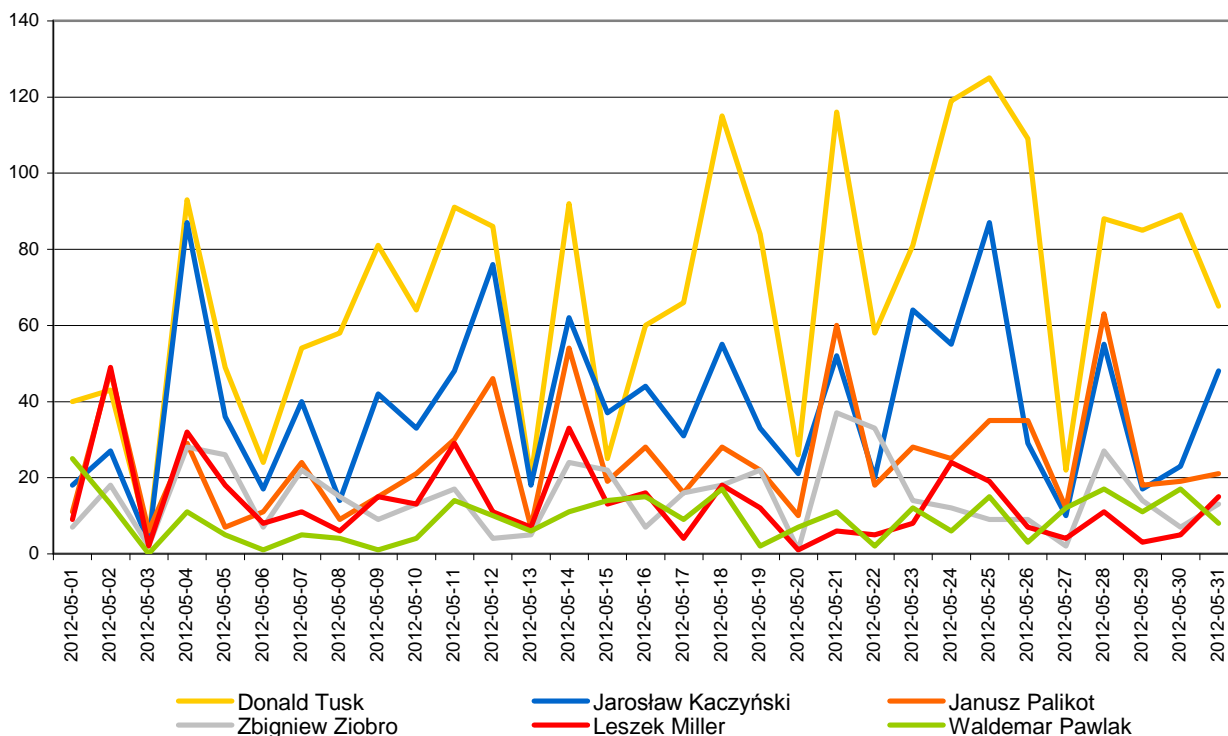


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

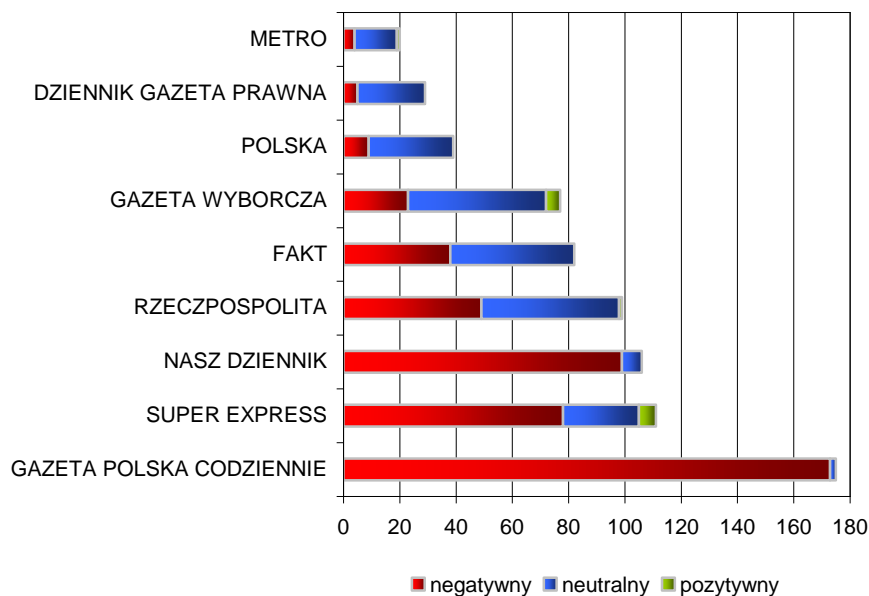


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – maj 2012 r.**

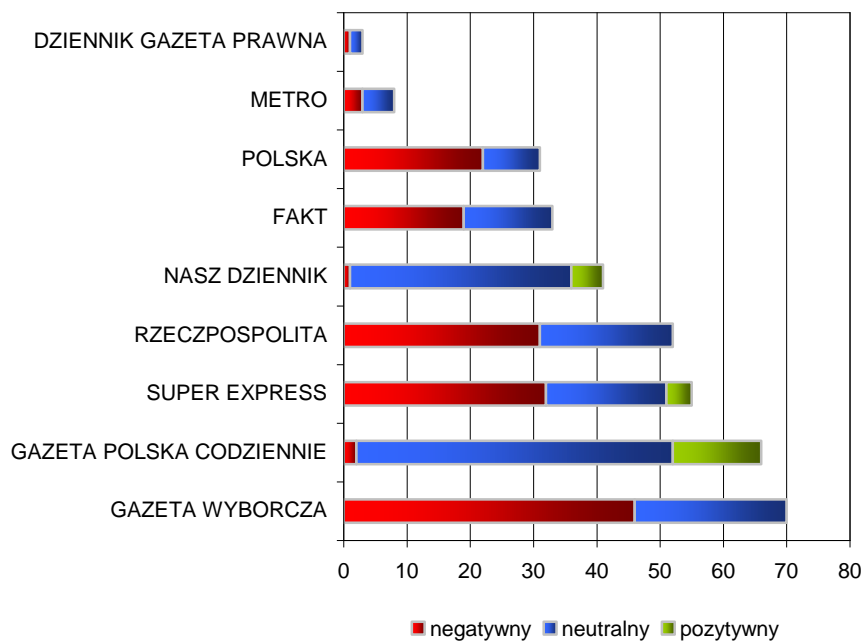
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



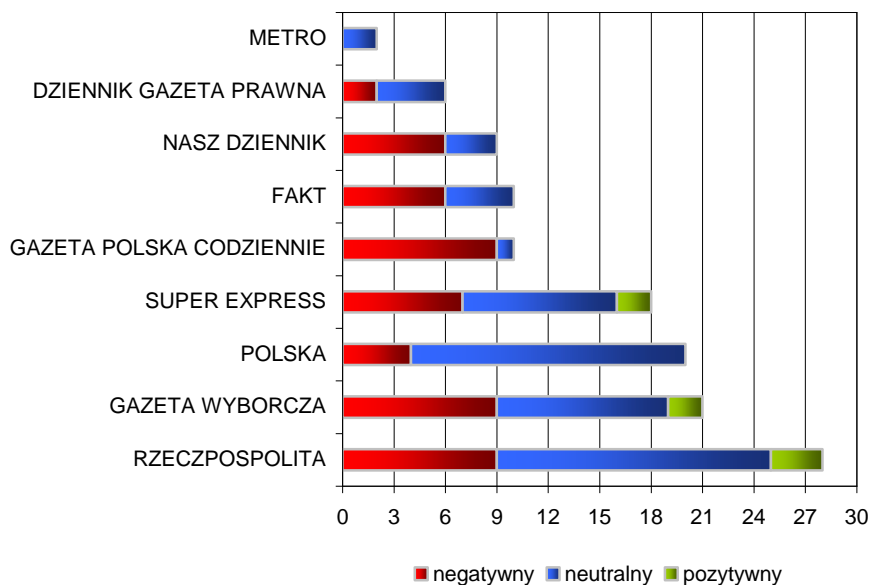
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



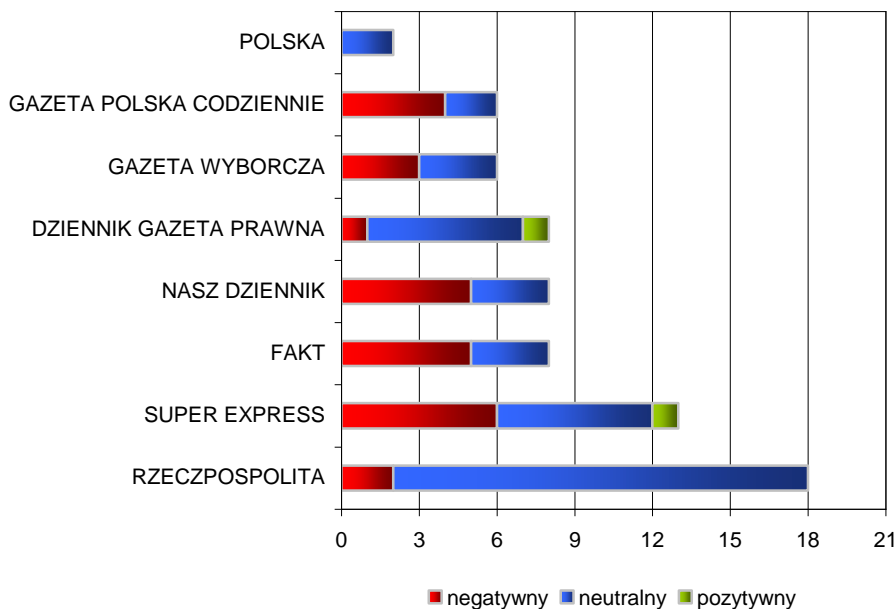
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



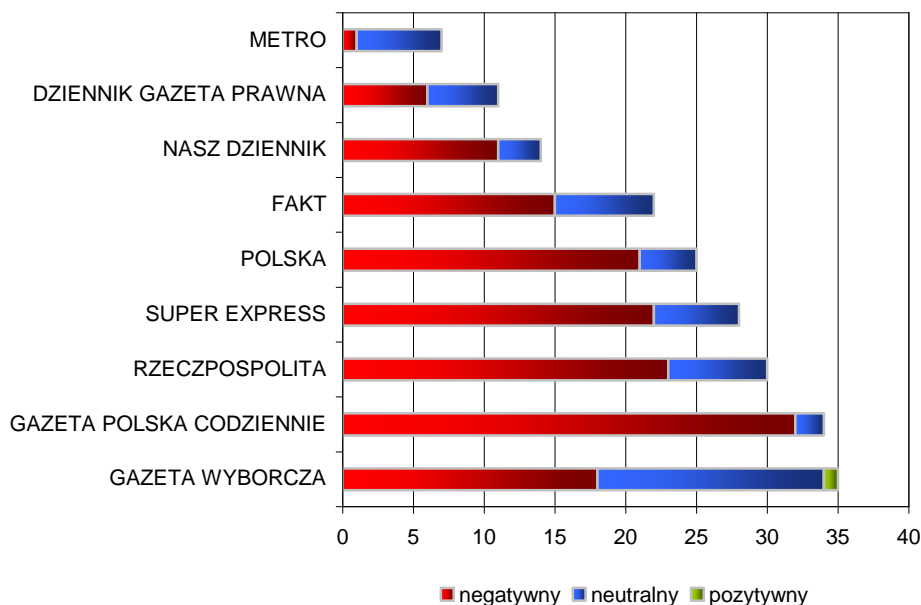
**Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



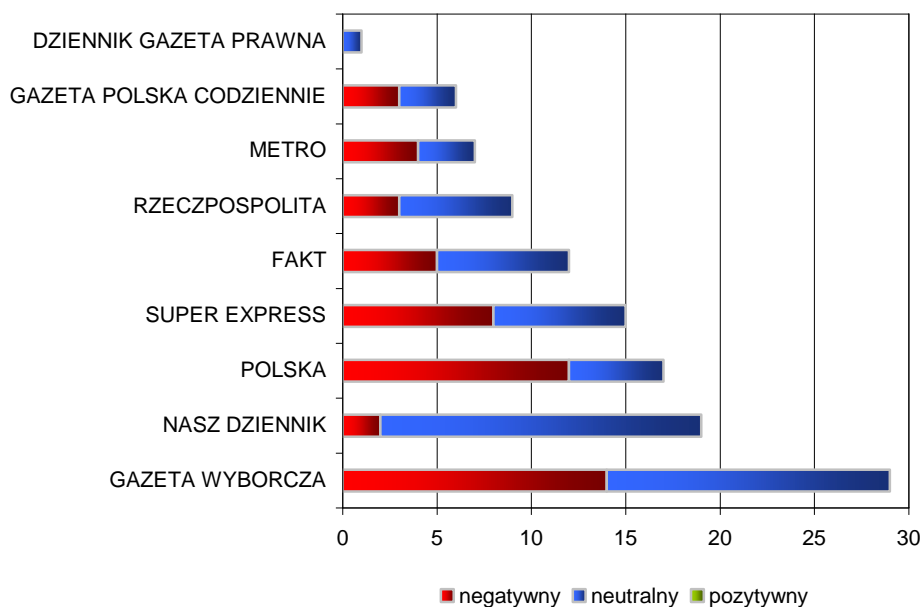
**Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



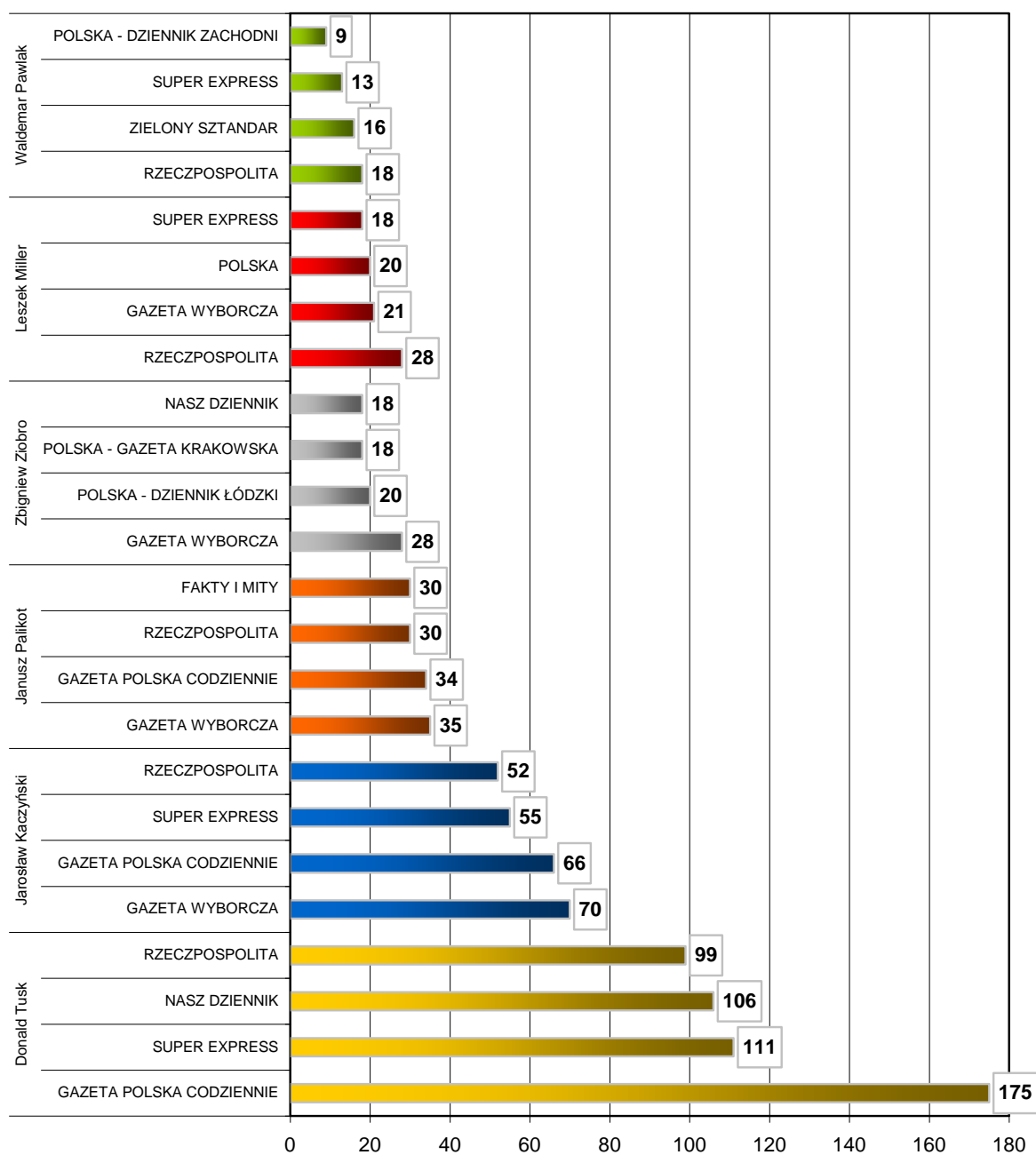
**Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



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

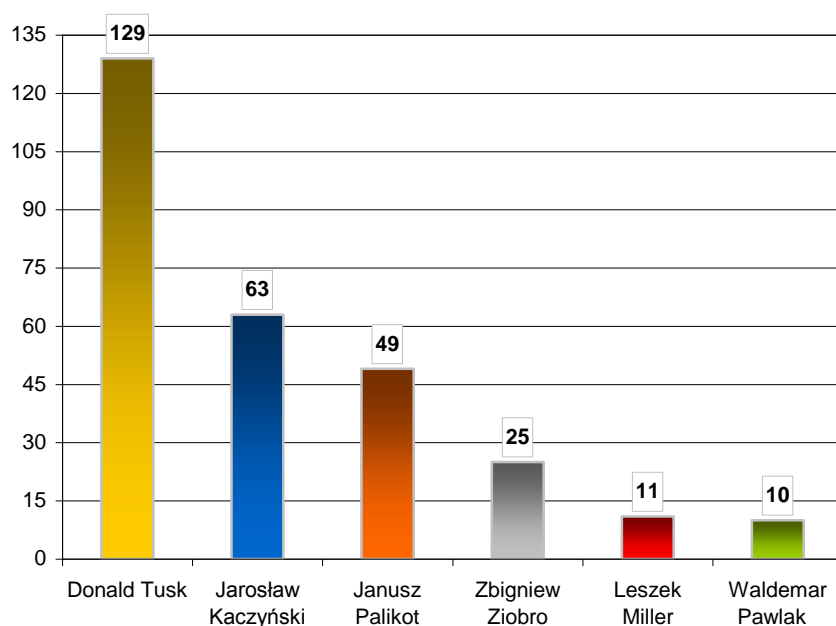


**Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

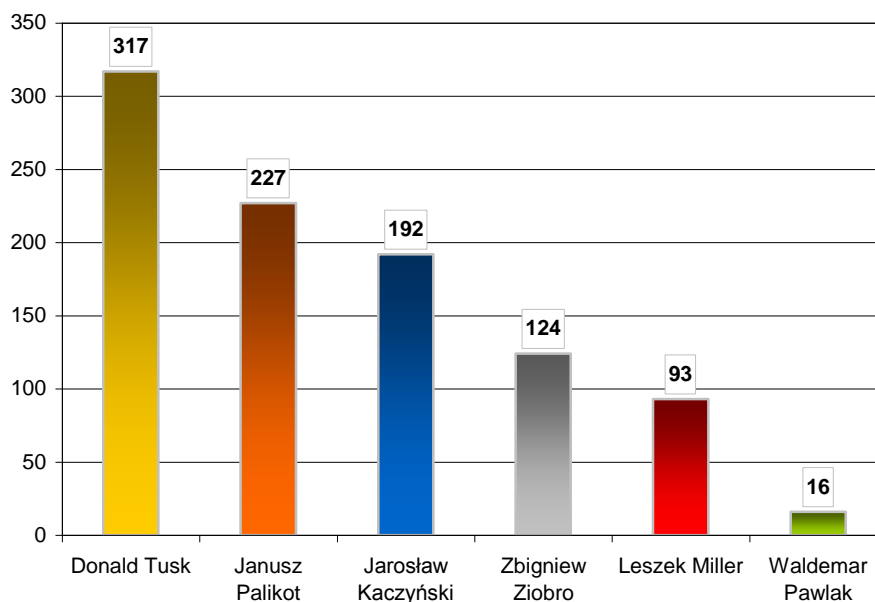


Wykres 16. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)

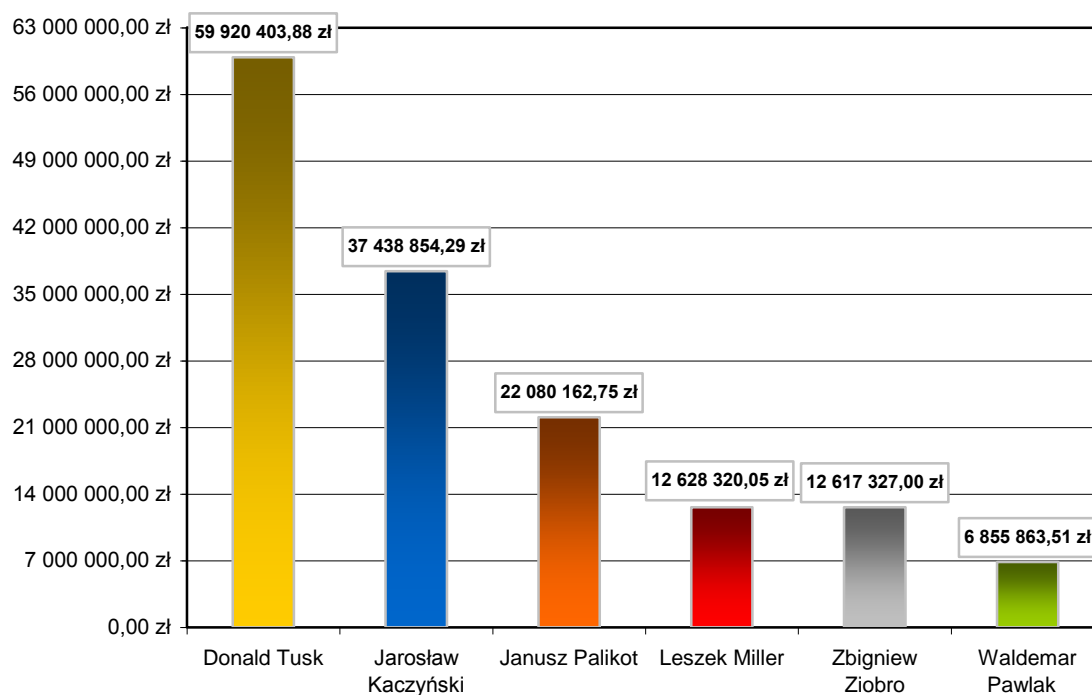




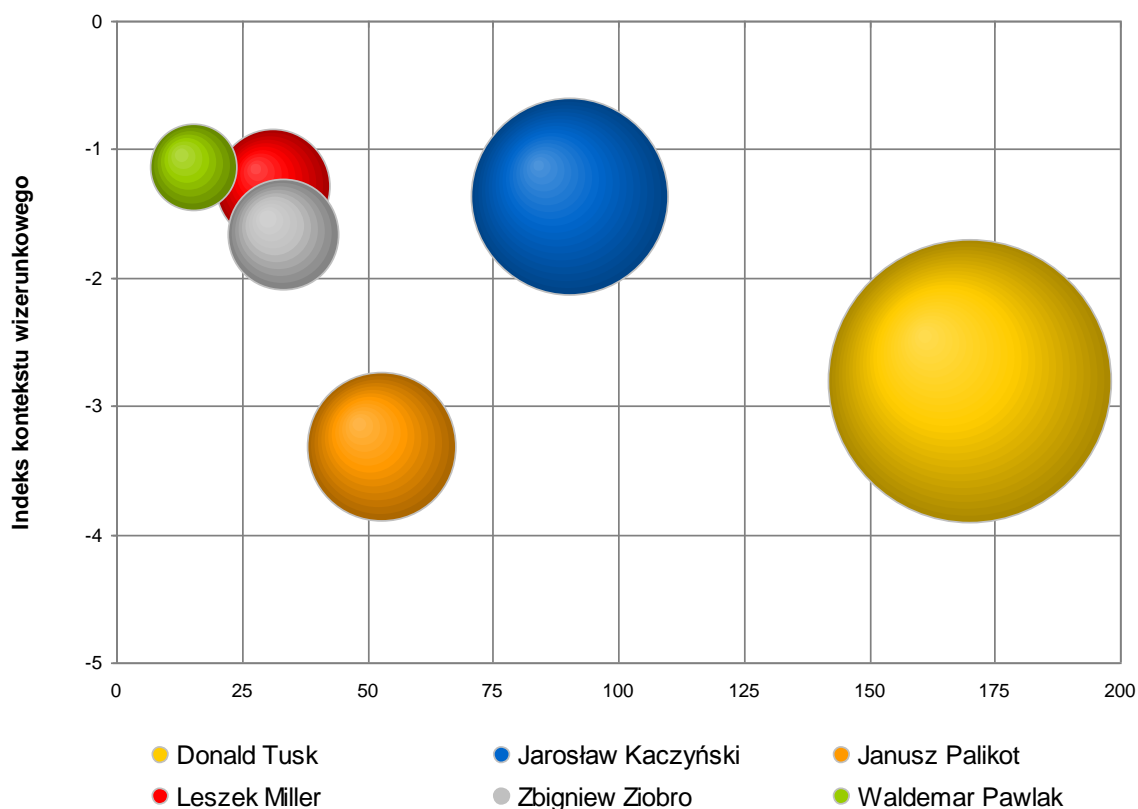
**Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**



**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](mailto:biuro@press-service.com.pl)  
[www.press-service.com.pl](http://www.press-service.com.pl)