



Raport statystyczny

SCENA POLITYCZNA

październik 2014

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	4
Rozdział I - Podsumowanie	6
Rozdział II - Partie polityczne	9
Rozdział III - Liderzy partii politycznych	12

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w październiku 2014 roku, a traktujących na temat partii politycznych i liderów ugrupowań, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Materiały poddane analizie pochodzą z monitoringu ponad 1100 tytułów prasy ogólnopolskiej, regionalnej, branżowej i specjalistycznej oraz najpopularniejszych mediów społecznościowych.

Analiza medialna objęła pięć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL, Twój Ruch i Solidarną Polskę, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Leszka Millera oraz Janusza Piechocińskiego, Janusza Palikota i Zbigniewa Ziobro. Badanie wydziwku 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

PO ponownie liderem

Platforma Obywatelska kolejny raz stanęła na podium rankingu pod względem liczby przekazów prasowych. W ciągu miesiąca na temat ugrupowania pojawiło się 5560 informacji, o 273 materiałów więcej niż we wrześniu. Drugie miejsce w kolejności zajęło Prawo i Sprawiedliwość – 4580 materiałów, które osiągnęło największy przyrost w porównaniu do ubiegłego miesiąca – o 805 przekazów prasowych więcej. Na trzecim miejscu uplasowało się SLD, a na czwartym PSL.

O partii rządzącej dziennikarze pisali w kontekście zmiany jej lidera. Media nazywają to zjawisko efektem Ewy Kopacz, która wpłynęła na ilość publikacji, ale także na wizerunek PO – dzięki niej wzrosła liczba zwolenników ugrupowania.

Ponadto media obiegła informacja o propozycji lewicy - 6-dniowego tygodnia pracy oraz spekulacje na temat rozmowy Donalda Tuska z Władimirem Putinem odnośnie podziału Ukrainy.

PiS nabiera tempa

Pierwszy zdecydowany wzrost liczby publikacji o Prawie i Sprawiedliwości związany był z ogłoszeniem informacji na temat ustąpienia Jarosława Kaczyńskiego z funkcji prezesa PiS w przypadku przegranych wyborów. Sporo uwagi media poświęciły także kwestii złożenia projektu ustawy, która miałaby przywrócić poprzedni wiek emerytalny.

Na temat Sojuszu Lewicy Demokratycznej dominowały materiały odnośnie kampanii samorządowej. Partia w październiku ogłosiła swoich kandydatów oraz zainaugurowała walkę o głosy wyborcze. Medialne zamieszanie wywołała także decyzja o starcie w wyborach Tomasza Leppera – syna Andrzeja Leppera.

O PiS-ie najwięcej materiałów ukazało się w „Gazecie Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”. Natomiast dziennikarze gazet „Echo Dnia” oraz „Polska – Dziennik Łódzki” napisali najwięcej doniesień na temat SLD.

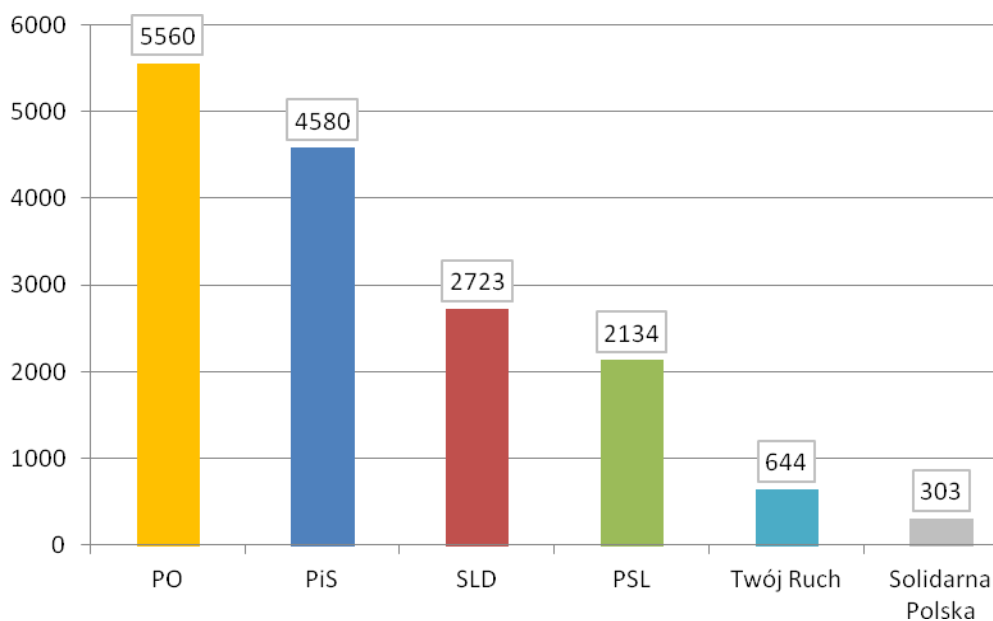
Stabilna medialność liderów

Ranking publikacji, w których wystąpili liderzy ugrupowań, niewiele się zmienił w porównaniu do poprzedniego miesiąca. Pewne, pierwsze miejsce zajął Donald Tusk, wyprzedzając swojego rywala Jarosława Kaczyńskiego o ponad 400 materiałów. Za liderem PiS-u uplasowali się Janusz Palikot, Janusz Piechociński i Leszek Miller.

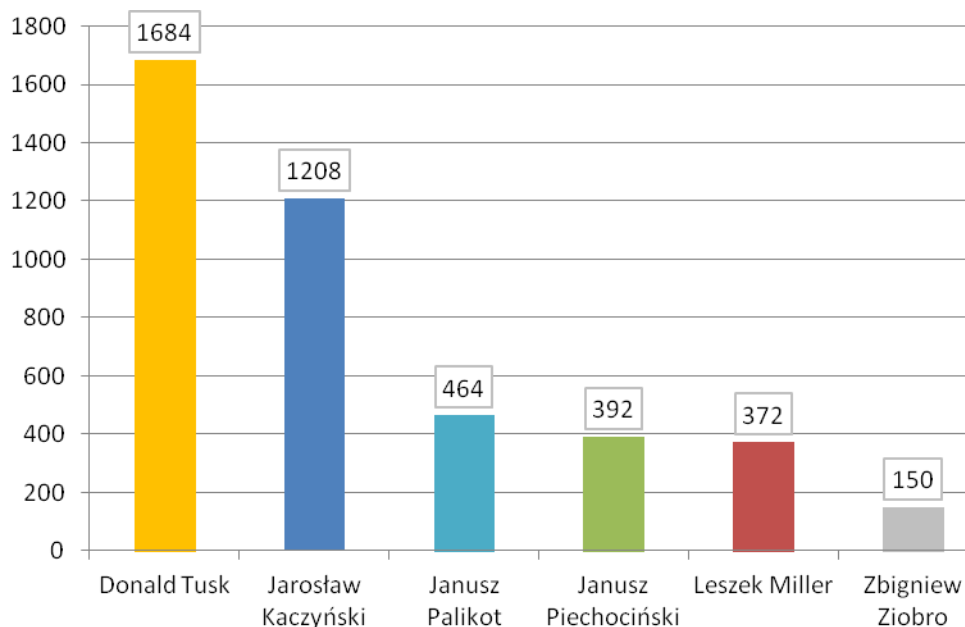
W raporcie uwzględniony został także wydźwięk artykułów. Największą przychylność mediów zyskali Donald Tusk oraz Jarosław Kaczyński. Jednocześnie o liderze PO opublikowano także najwięcej publikacji o wydźwięku negatywnym - 104. Procentowo gorzej wypadł Janusz Piechociński – 43 proc. ogółu materiałów było nieprzychylnych politykowi. Dla porównania o Kaczyńskim takich przekazów prasowych było 4 proc., a o Leszku Millerze 16 proc.

Najbardziej krytyczne dla Tuska okazały się „Gazeta Polska Codziennie”, „Nasz Dziennik” oraz „Super Express”, z kolei dla lidera ludowców „Fakt” oraz tak jak w przypadku lidera PO – „Nasz Dziennik” i „Super Express”.

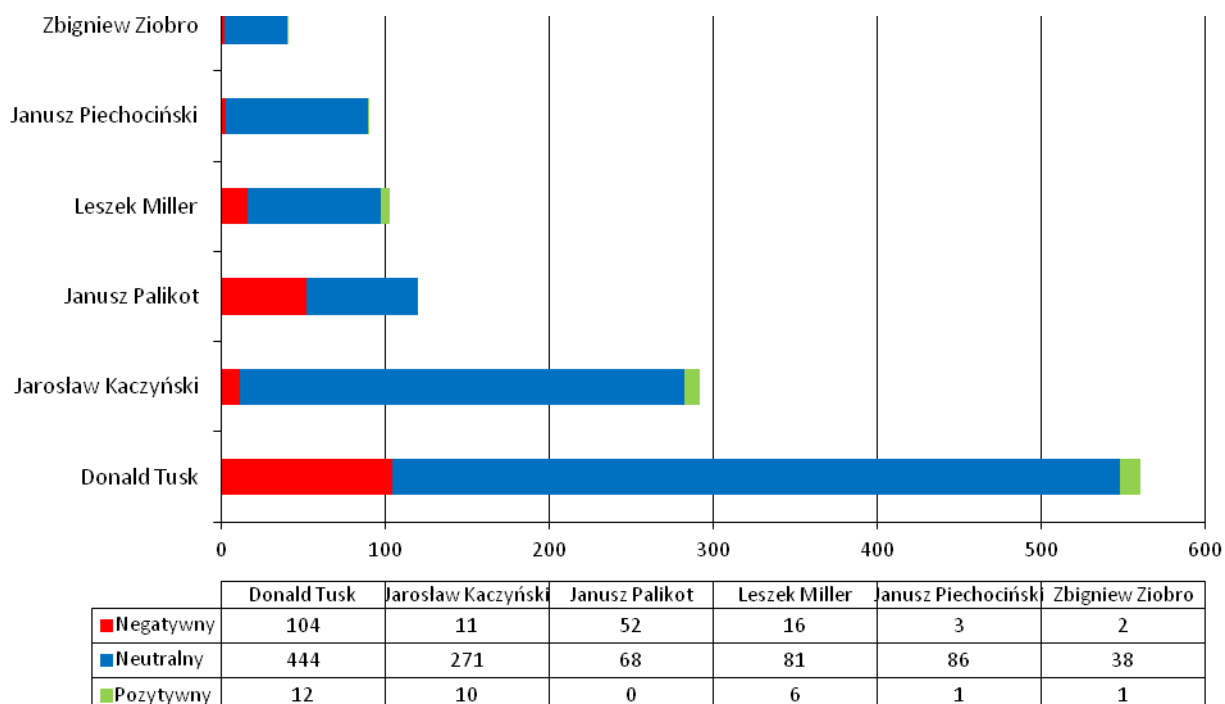
Rozdział I - Podsumowanie



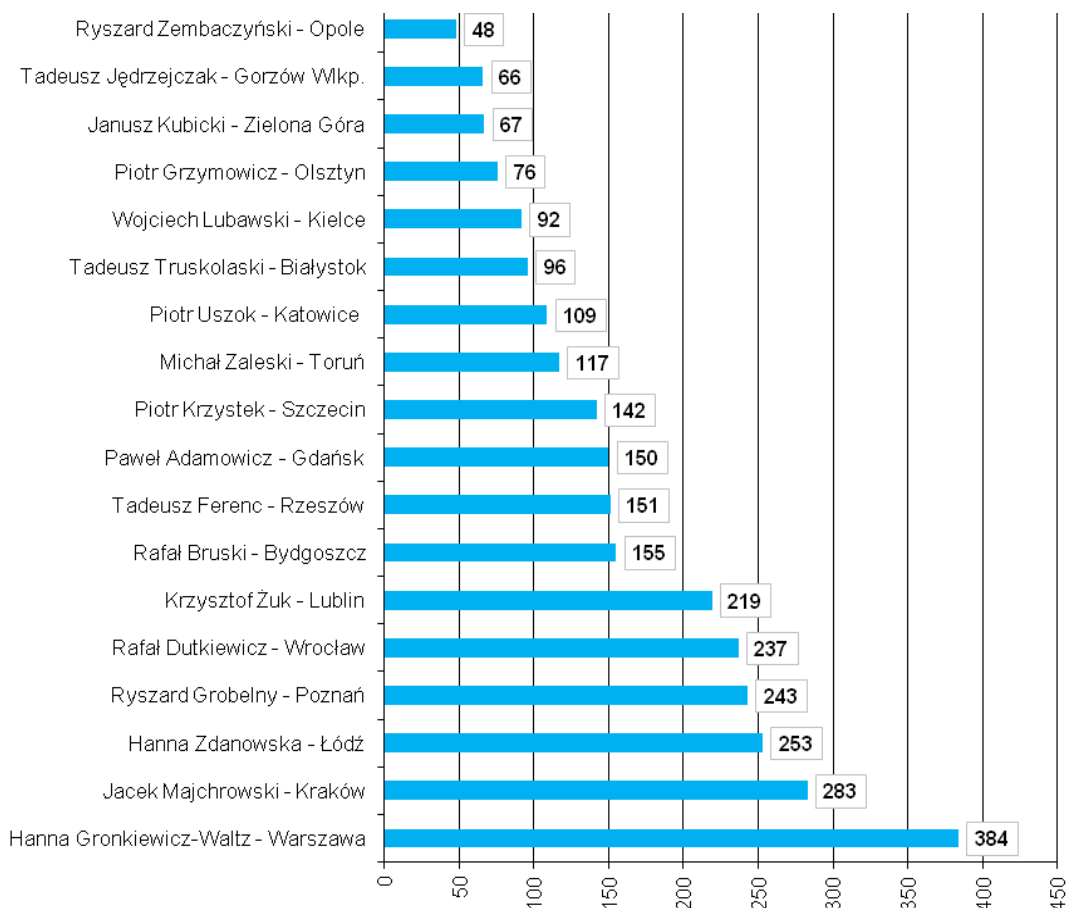
Wykres 1. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - październik 2014 r.



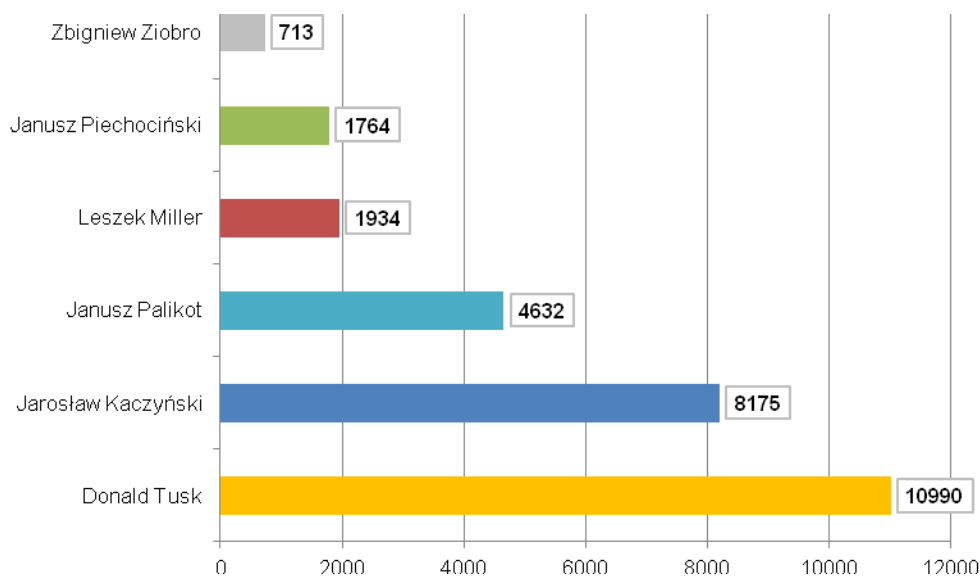
Wykres 2. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - październik 2014 r.



Wykres 3. Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – październik 2014 r.

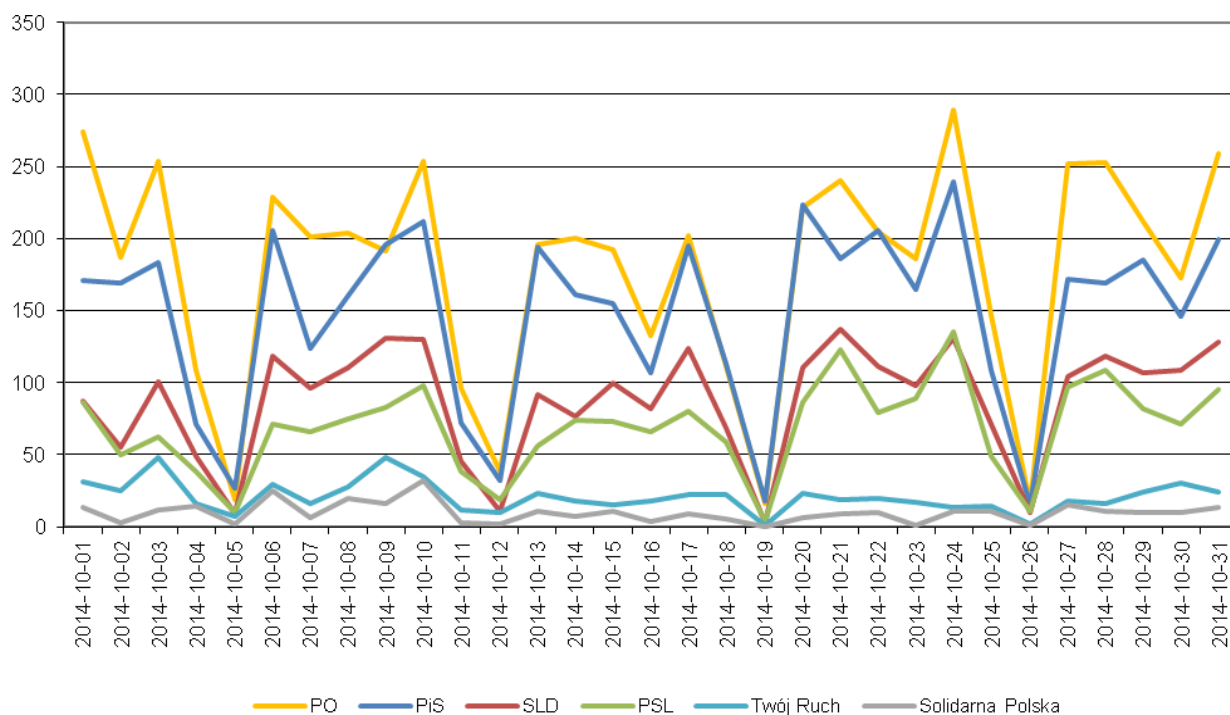


Wykres 4. Liczba publikacji prasowych, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich – październik 2014 r.

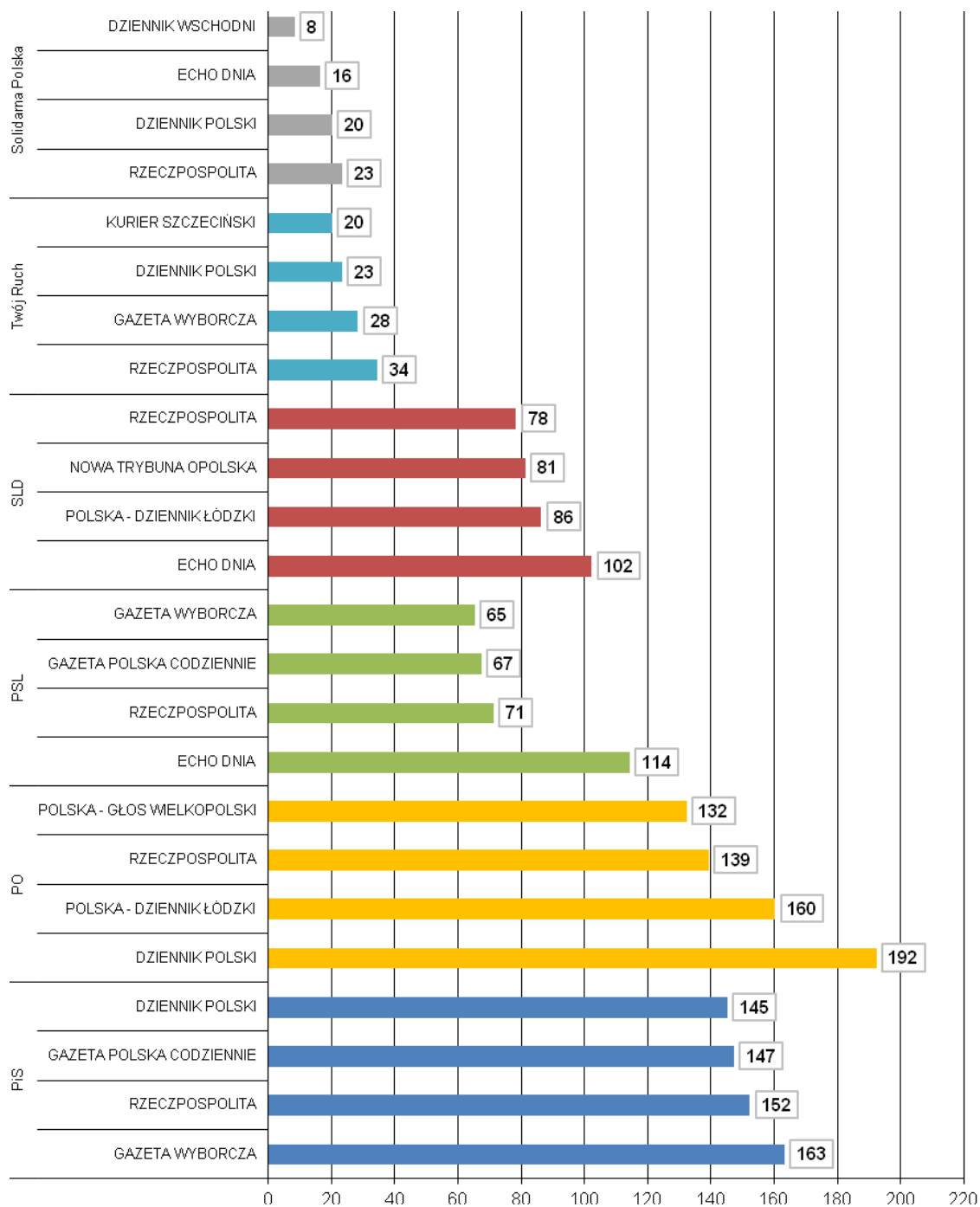


Wykres 5. Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych – październik 2014 r.

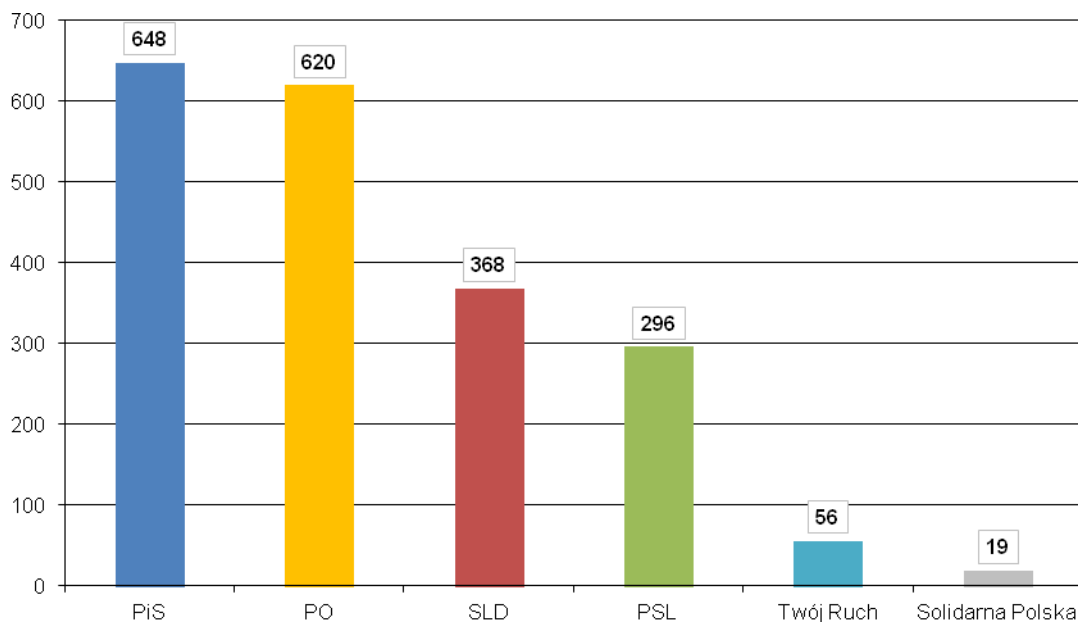
Rozdział II - Partie polityczne



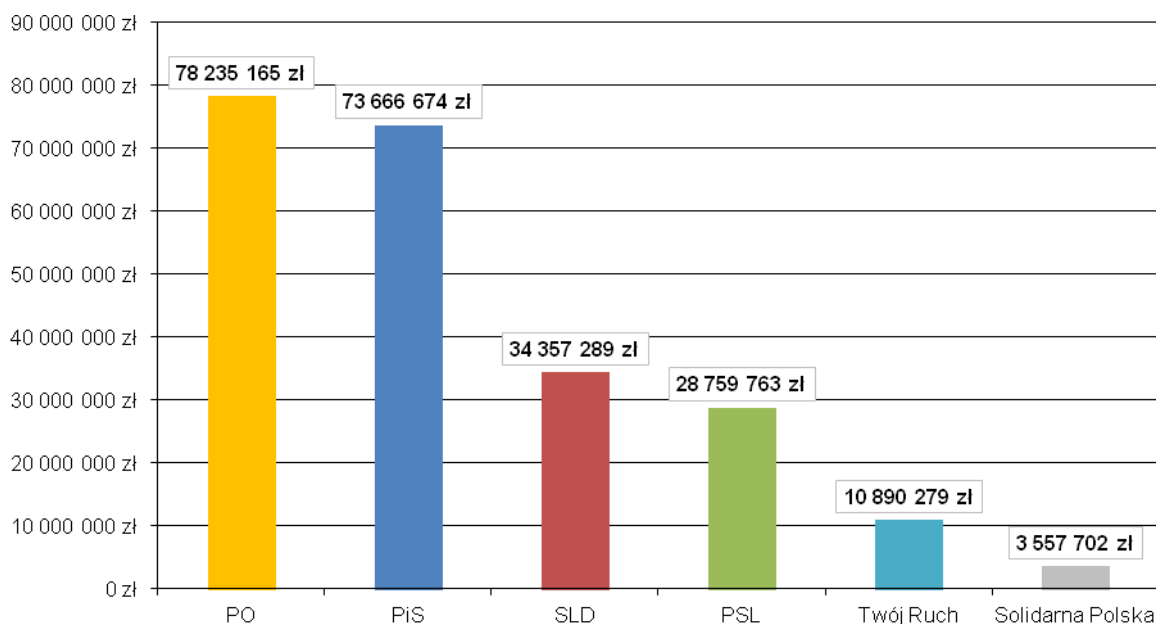
Wykres 6. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych – październik 2014 r.



Wykres 7. Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) – październik 2014 r.

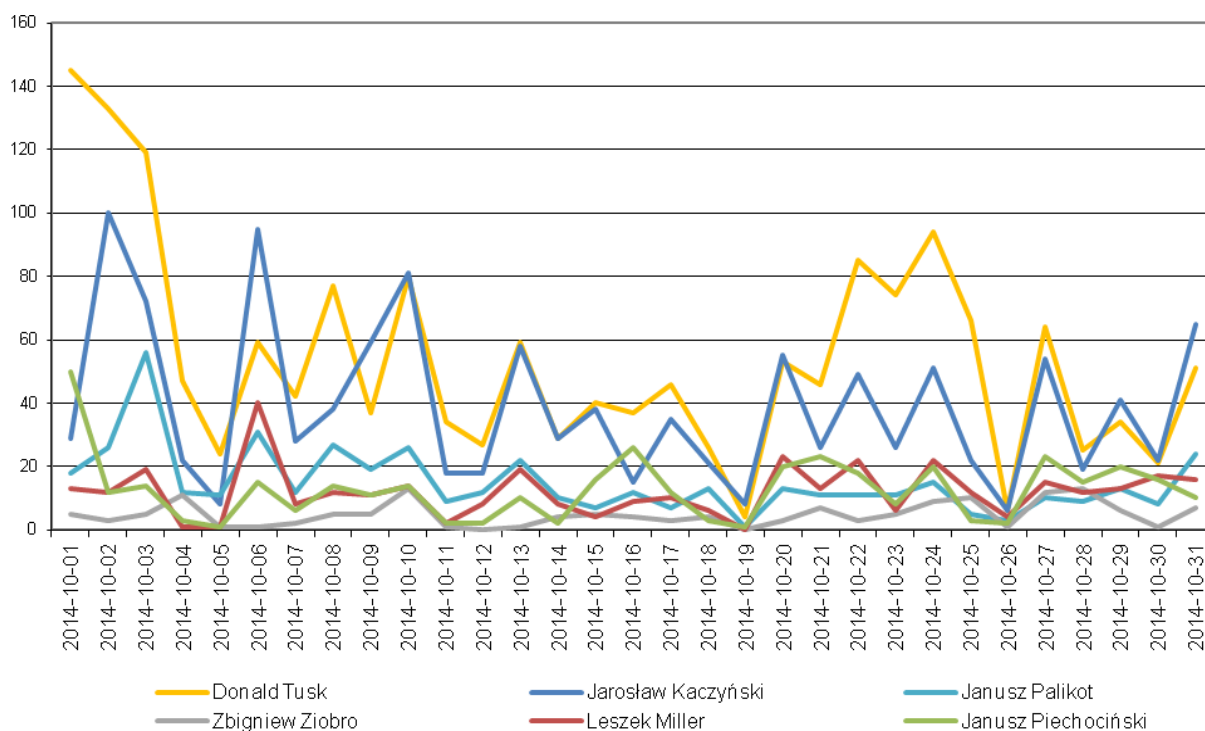


Wykres 8. Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych – październik 2014 r.

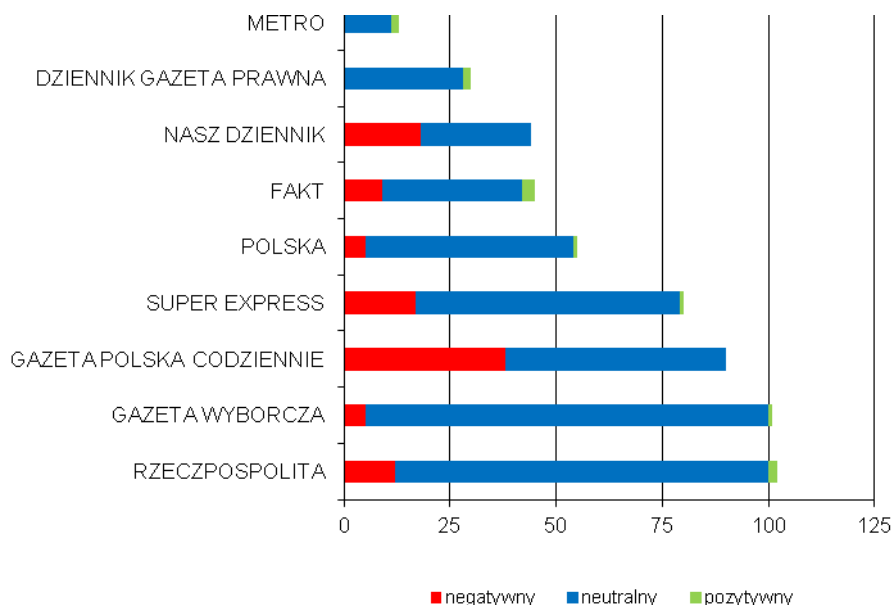


Wykres 9. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w prasie – październik 2014 r.

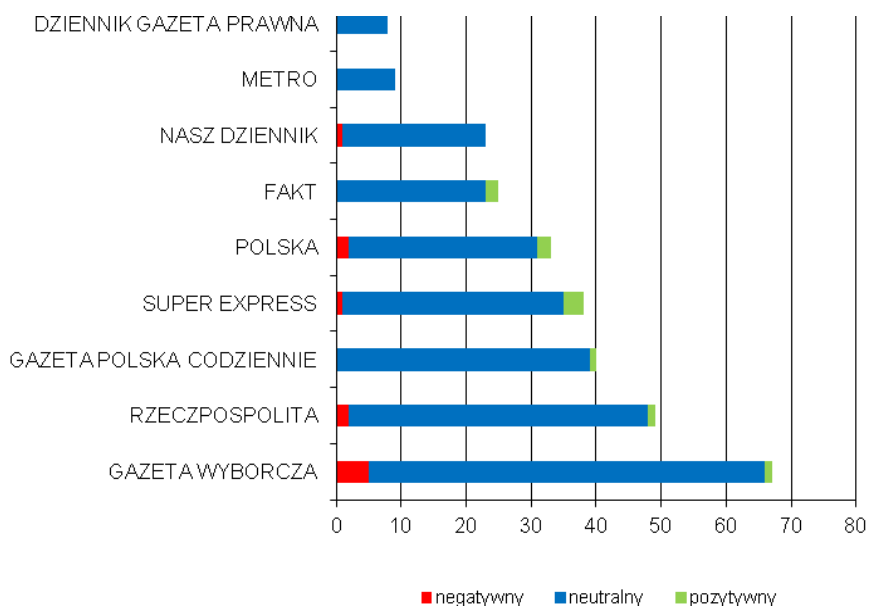
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



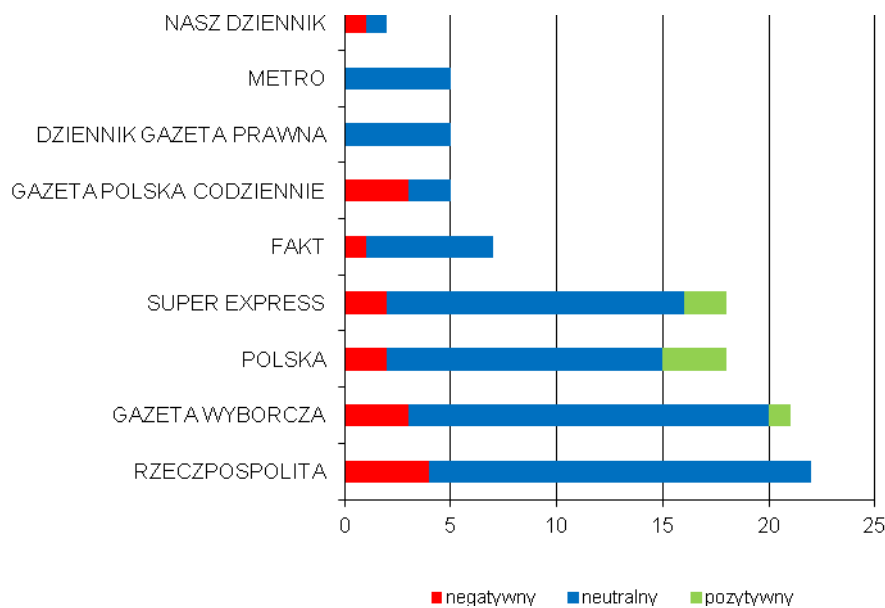
Wykres 10. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych – październik 2014 r.



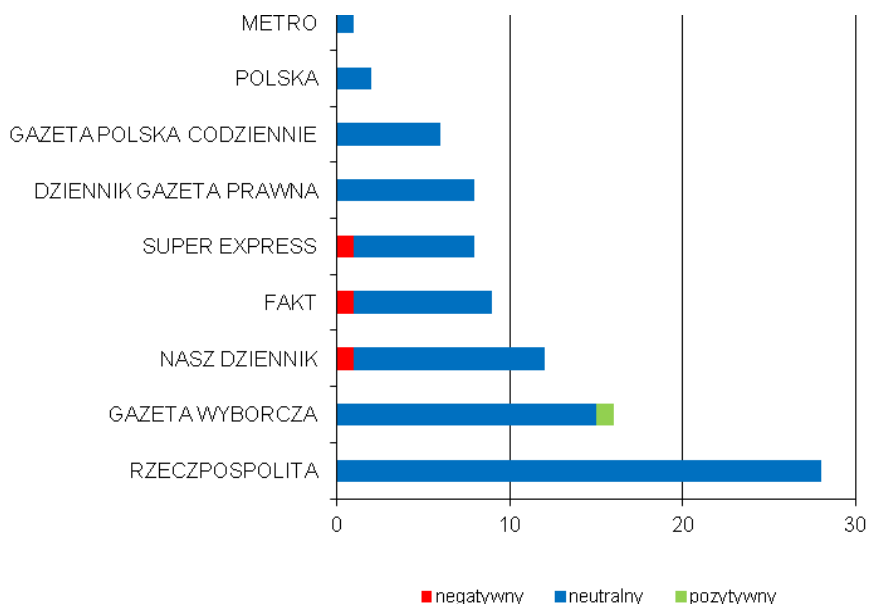
Wykres 11. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – październik 2014 r.



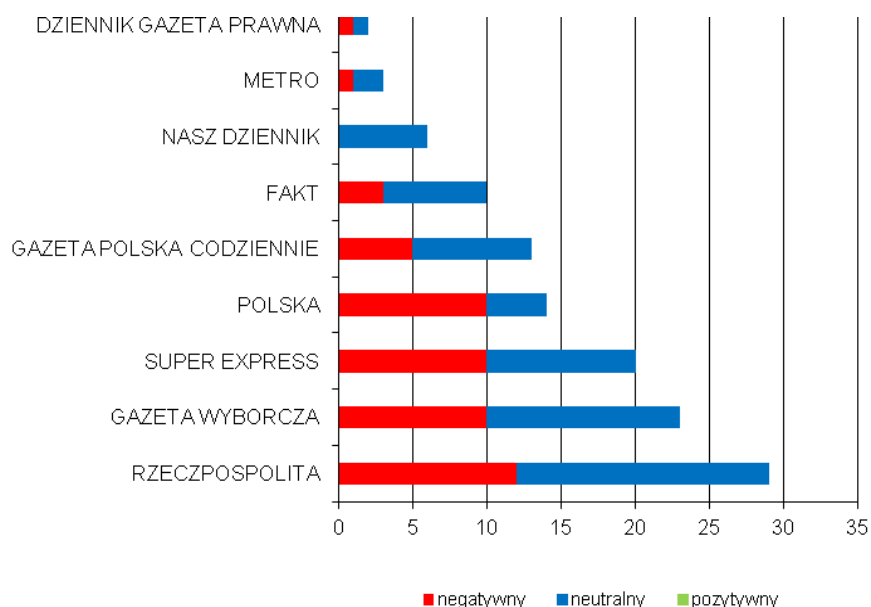
Wykres 12. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – październik 2014 r.



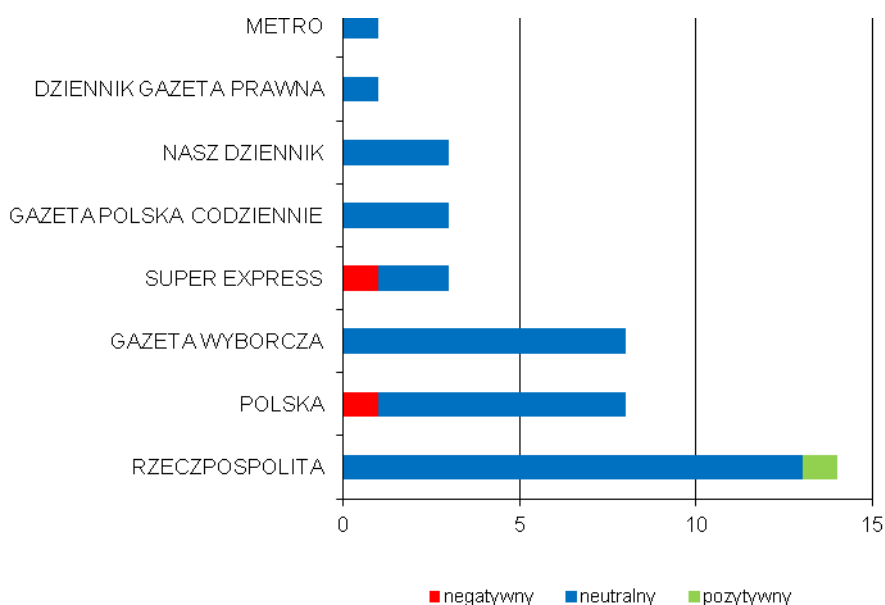
Wykres 13. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – październik 2014 r.



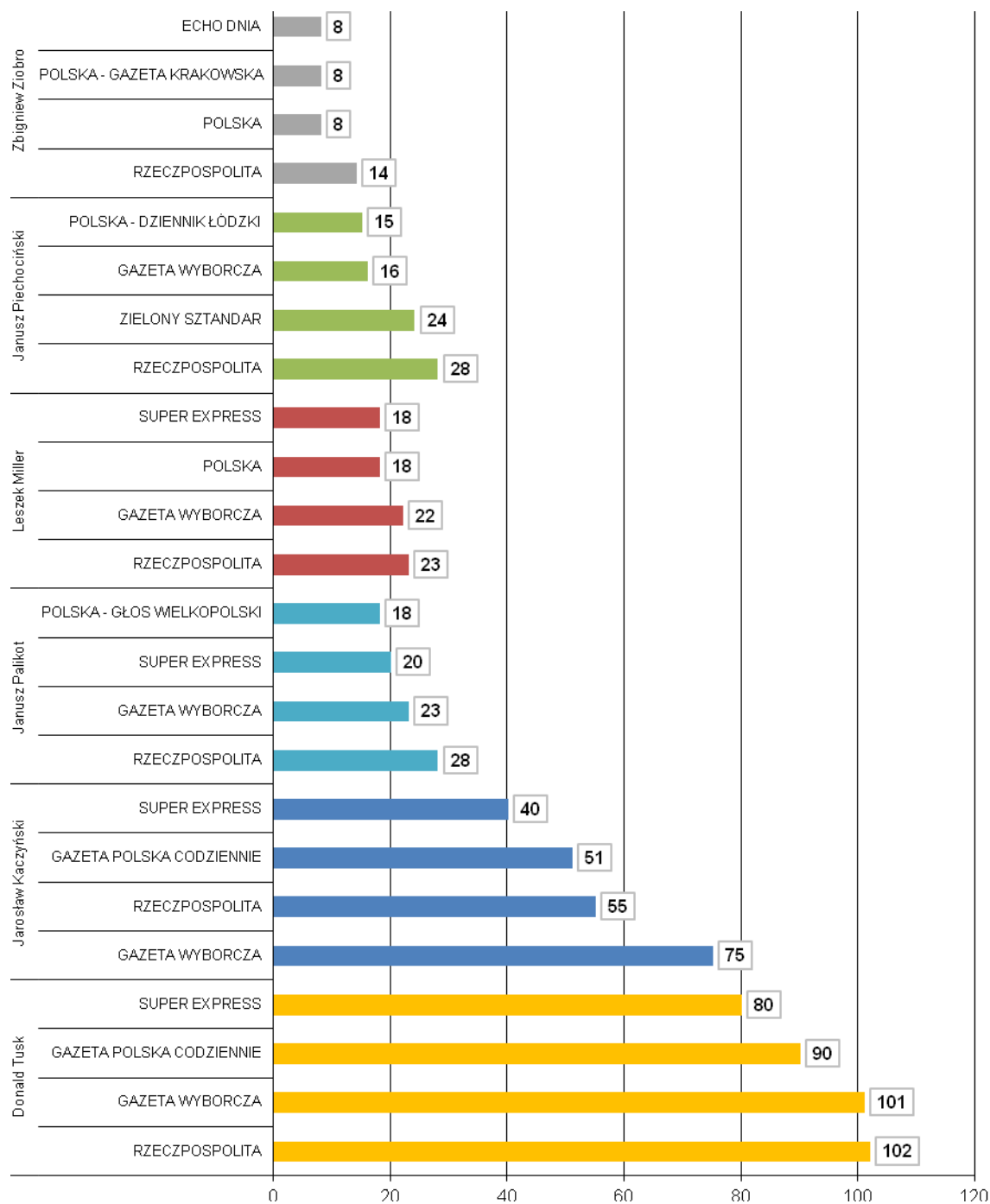
Wykres 14. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – październik 2014 r.



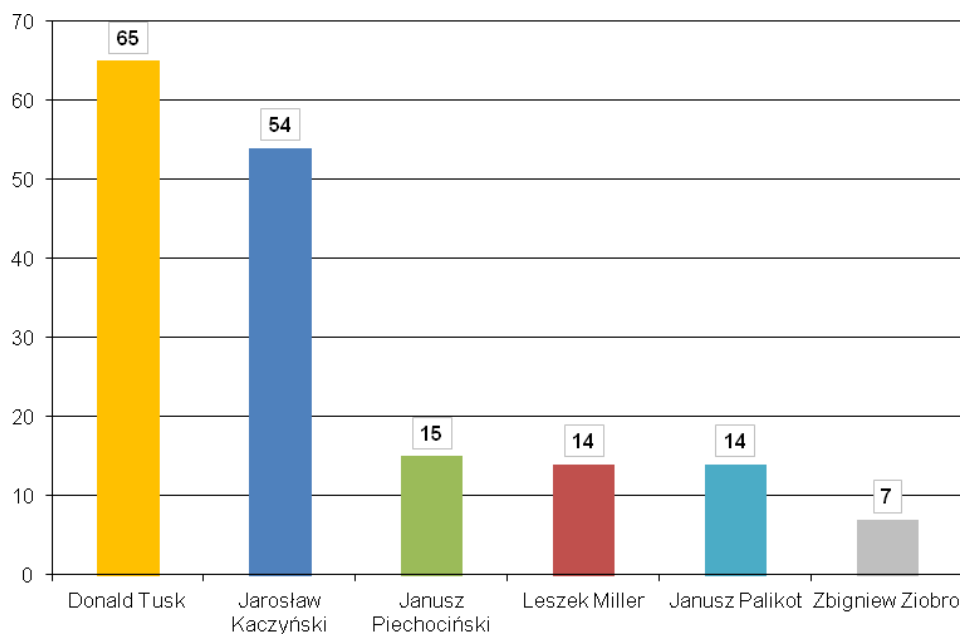
Wykres 15. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – październik 2014 r.



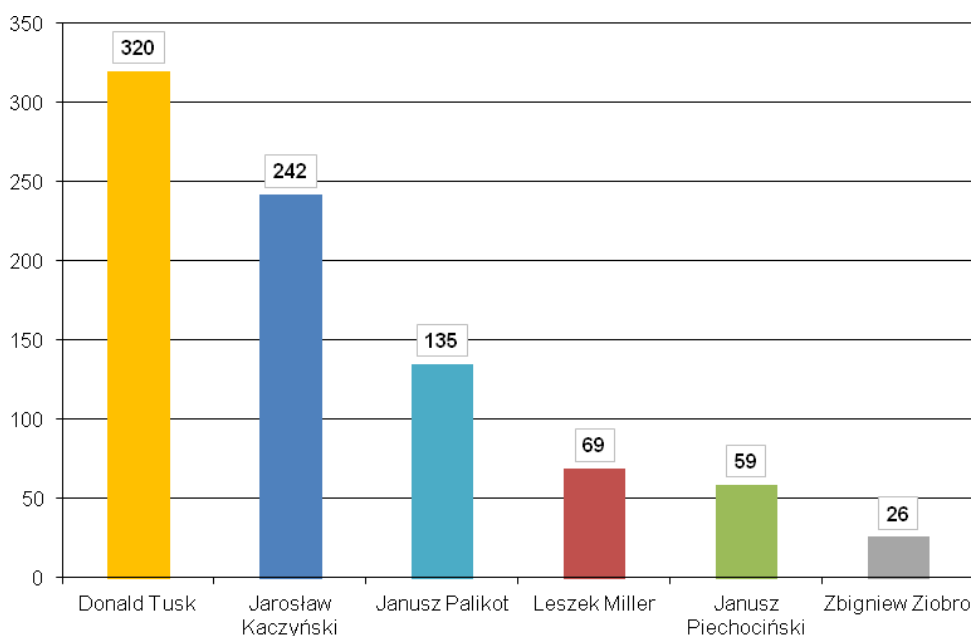
Wykres 16. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – październik 2014 r.



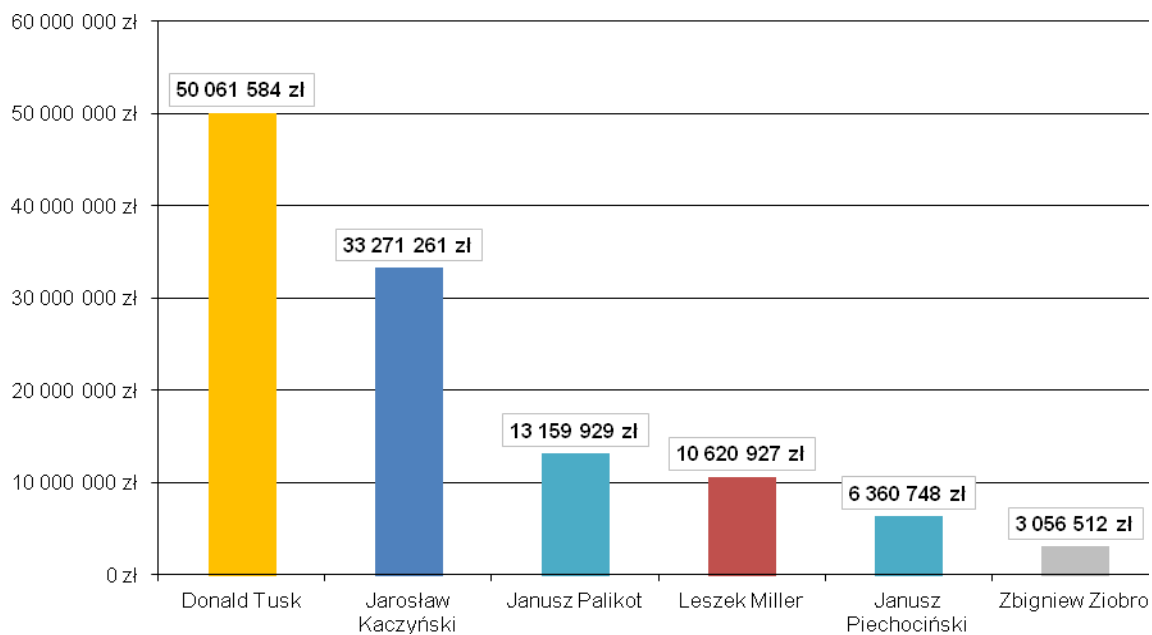
Wykres 17. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) – październik 2014 r.



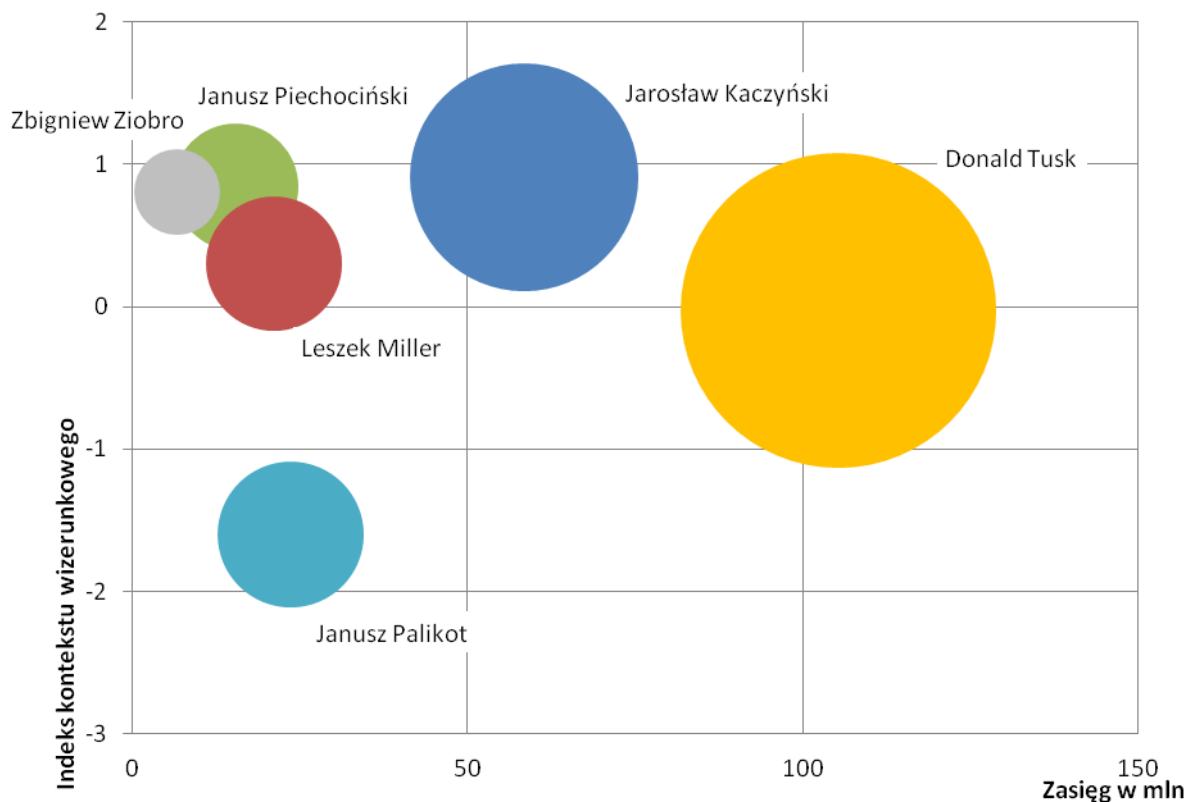
Wykres 18. Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych – październik 2014 r.



Wykres 19. Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji – październik 2014 r.



Wykres 20. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie – październik 2014 r.



Wykres 21. 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 | 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

