



# SCENA POLITYCZNA

## Raport medialny

---

Lipiec 2015

# METODOLOGIA

**Na podstawie informacji medialnych zebranych w lipcu 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 oraz najpopularniejszych serwisów społecznościowych.**

Analiza medialna objęła pięć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL, Twój Ruch i Solidarną Polskę, a także ich liderów: Ewę Kopacz, 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.

**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 w prasie.

**▢ Rozdział III – Liderzy partii politycznych**

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych liderów partii politycznych w prasie.

## KOMENTARZ DO RAPORTU

## Walka o pozycję lidera trwa

Partie w związku ze zbliżającymi się wyborami parlamentarnymi ciągle walczą o pozycję lidera. Tym razem najbardziej medialnym ugrupowaniem zostało Prawo i Sprawiedliwość, a tuż za prawicą uplasowała się Platforma Obywatelska. Ekwiwalent reklamowy tekstów zamieszczonych w lipcu wyniósł w przypadku partii rządzącej 88,5mln zł, a w przypadku PiS-u 102,6 mln zł.

Analizowany miesiąc przyniósł znaczący spadek liczby publikacji odnośnie polityki – z 13,8 tys. materiałów w czerwcu do 12 tys. w lipcu. Wyraźnie rzadziej dziennikarze pisali na temat PSL (-30 proc.) i SLD (-22 proc.).

## Liderzy bez zmian

W rankingu liderów partii politycznych na pierwszym miejscu pozostaje Ewa Kopacz, która utrzymuje zdecydowaną przewagę nad Jarosławem Kaczyńskim – o ponad tysiąc publikacji. O premier rządu w ciągu 31 dni ukazało się 2,2 tys. materiałów. Oznacza to, że liderka PO występowała w prasie przeciętnie 70 razy dziennie. Jarosław Kaczyński uzyskał w lipcu wynik 1,1 tys. materiałów, aczkolwiek wolumen doniesień medialnych na jego temat spadł o 13 proc.

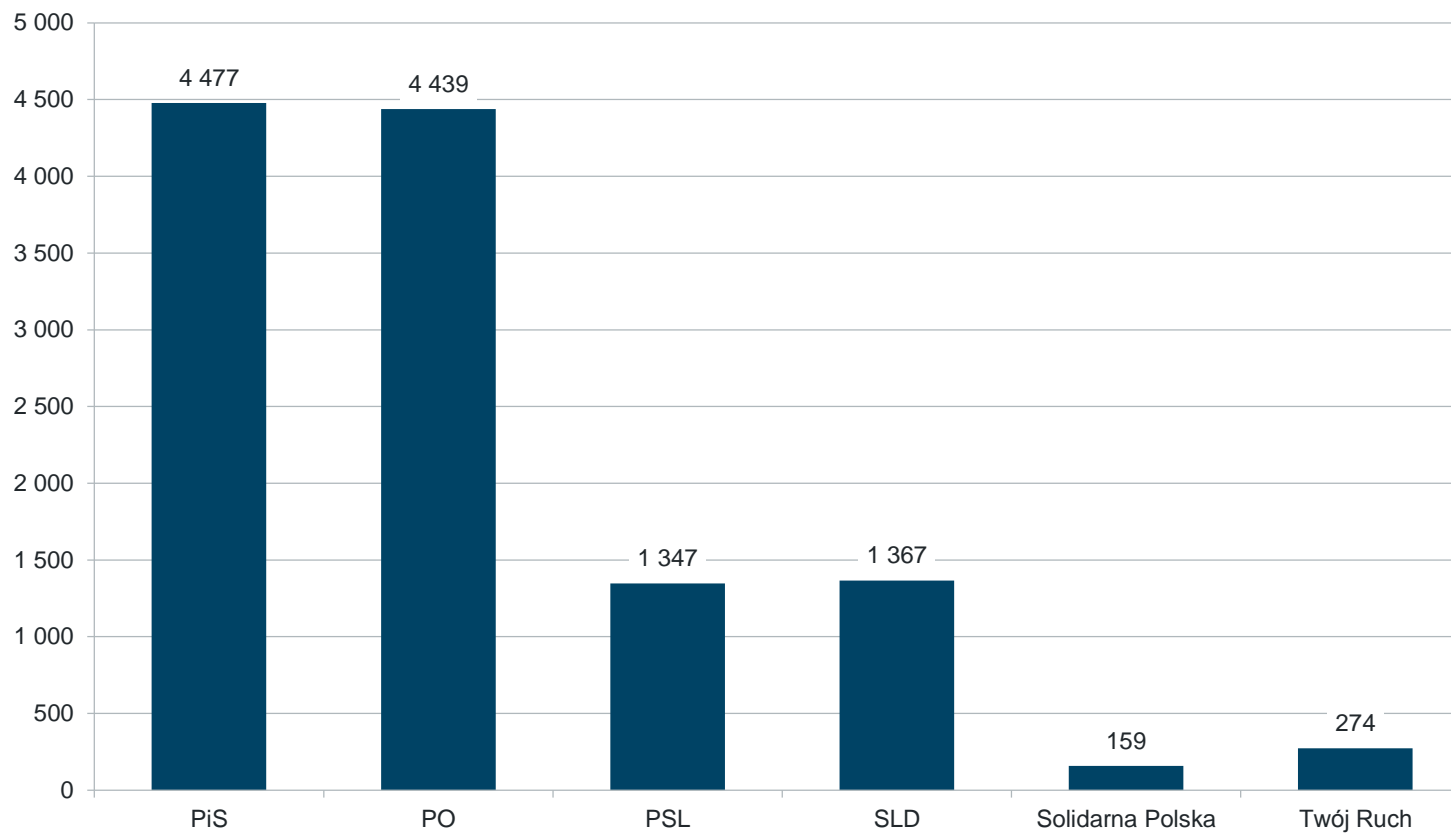
## Kopacz na celowniku mediów

Ewa Kopacz, mimo dużej liczby publikacji, została najbardziej krytykowanym politykiem. 36 proc. materiałów dotyczących premier rządu w dziennikach miało niekorzystny wpływ na jej wizerunek. Drugą pozycję zajął Janusz Palikot (32 proc.), a trzecią Leszek Miller (18 proc.).

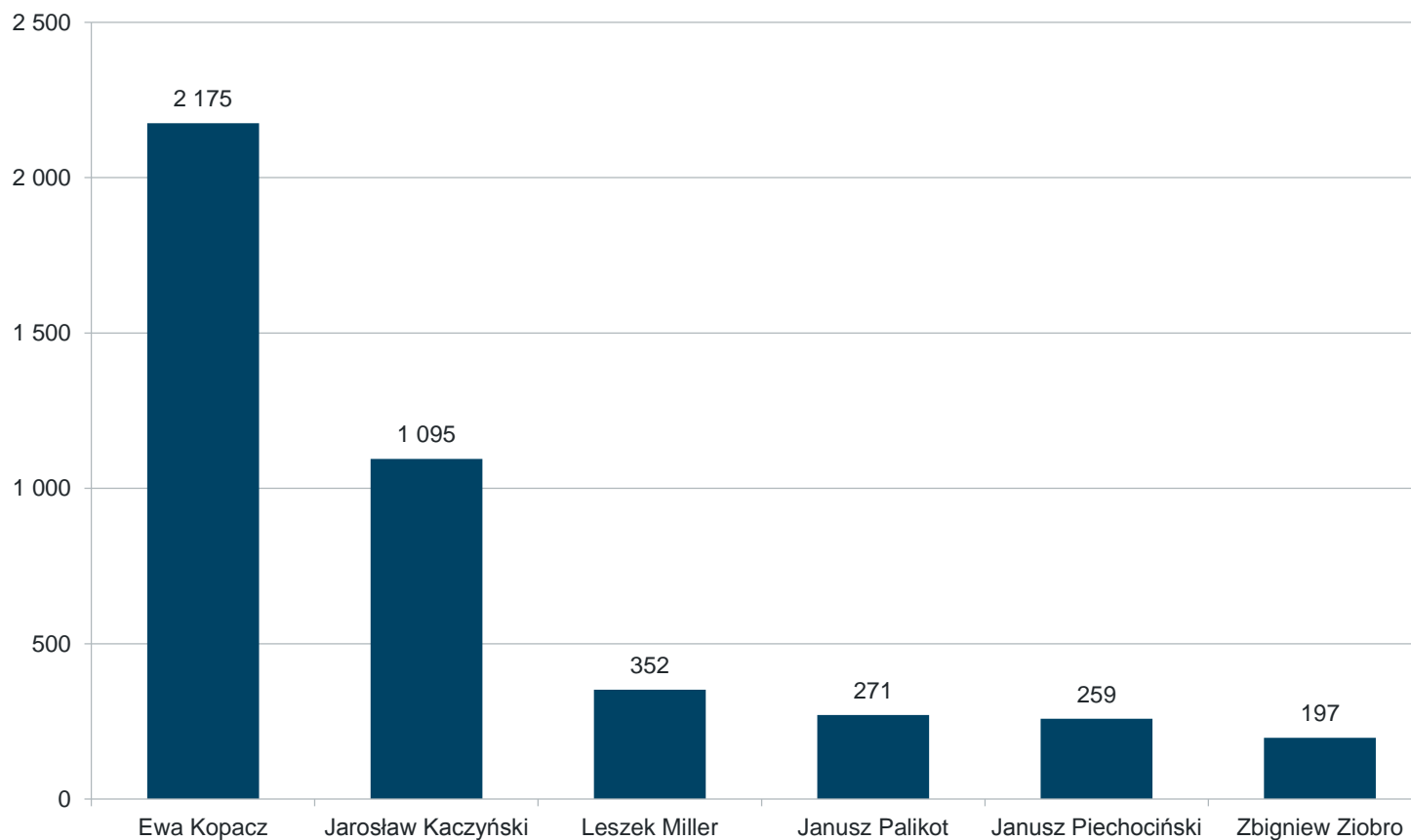
# ROZDZIAŁ I

## Podsumowanie danych

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

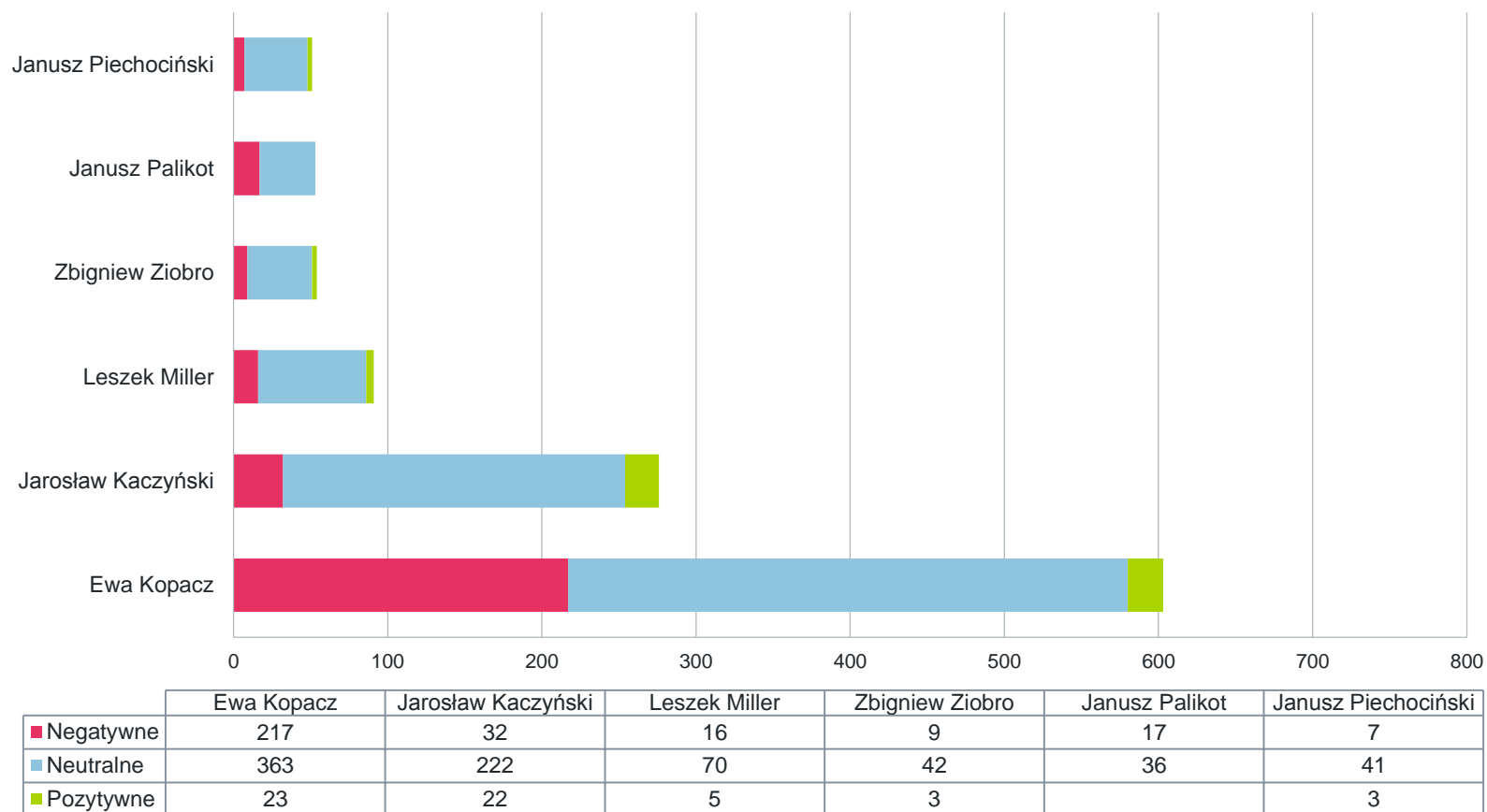


## Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - lipiec 2015 r.

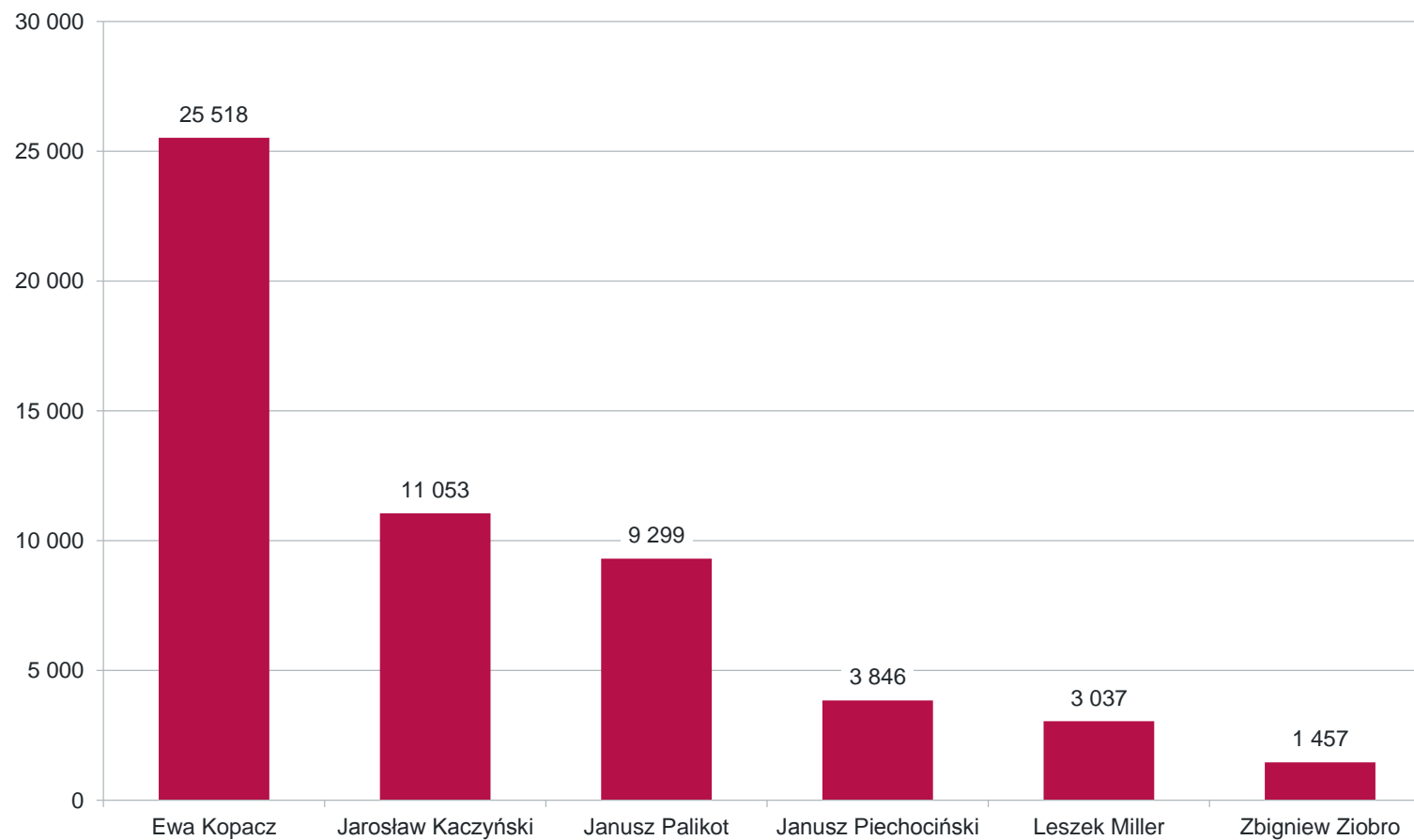




**Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – lipiec 2015 r.**



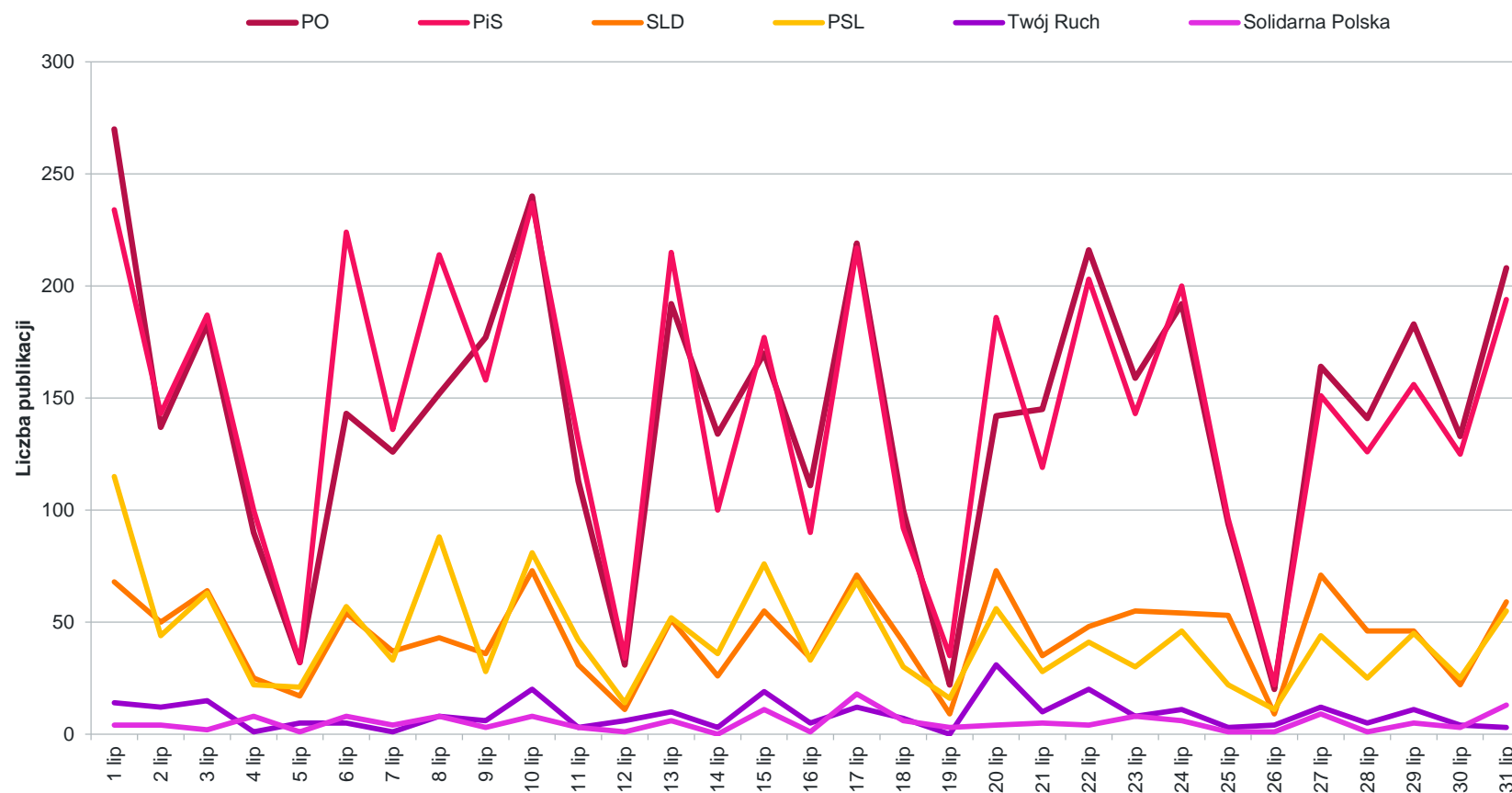
## Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - lipiec 2015 r.



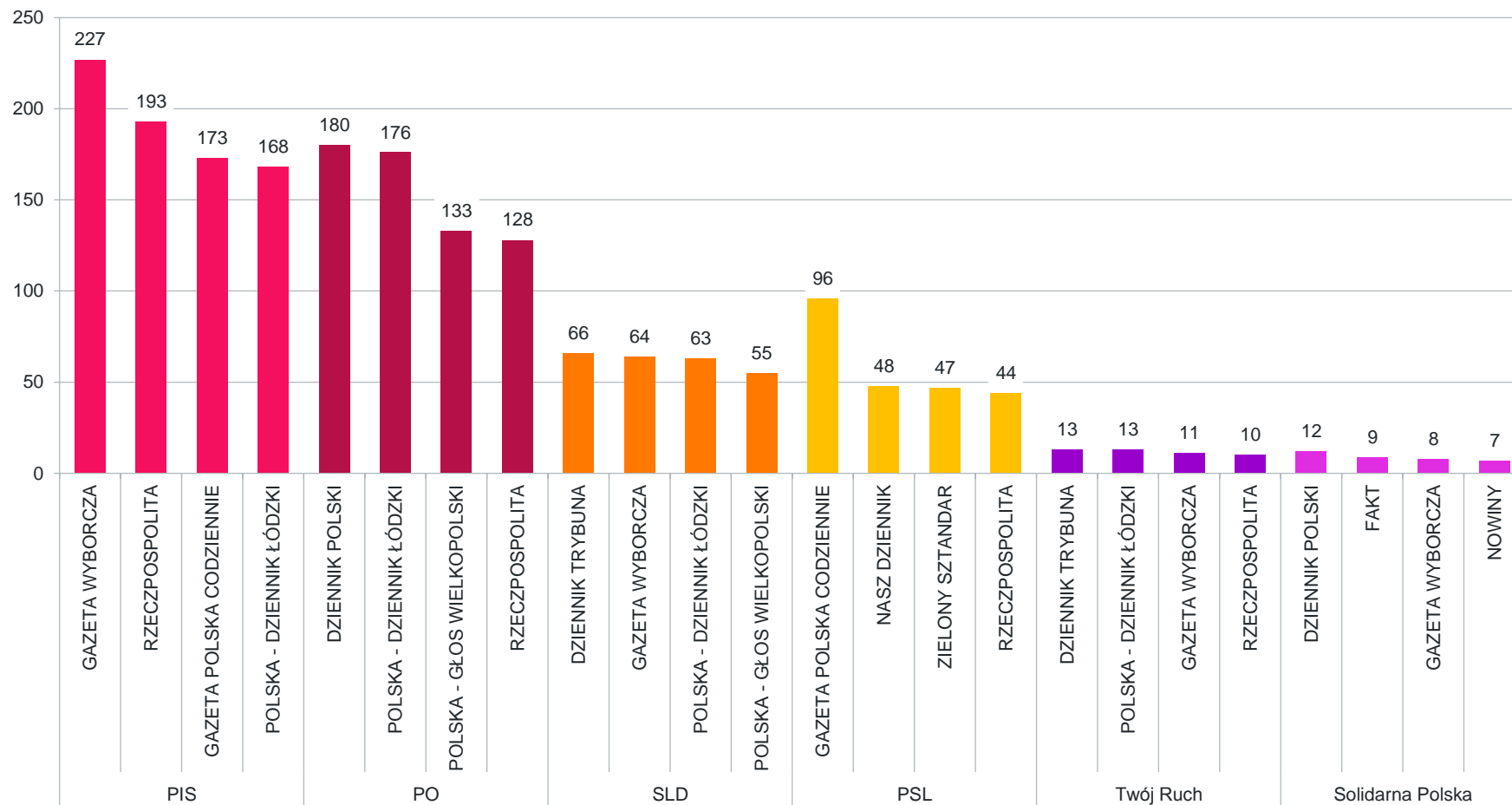
## ROZDZIAŁ II

### Partie polityczne

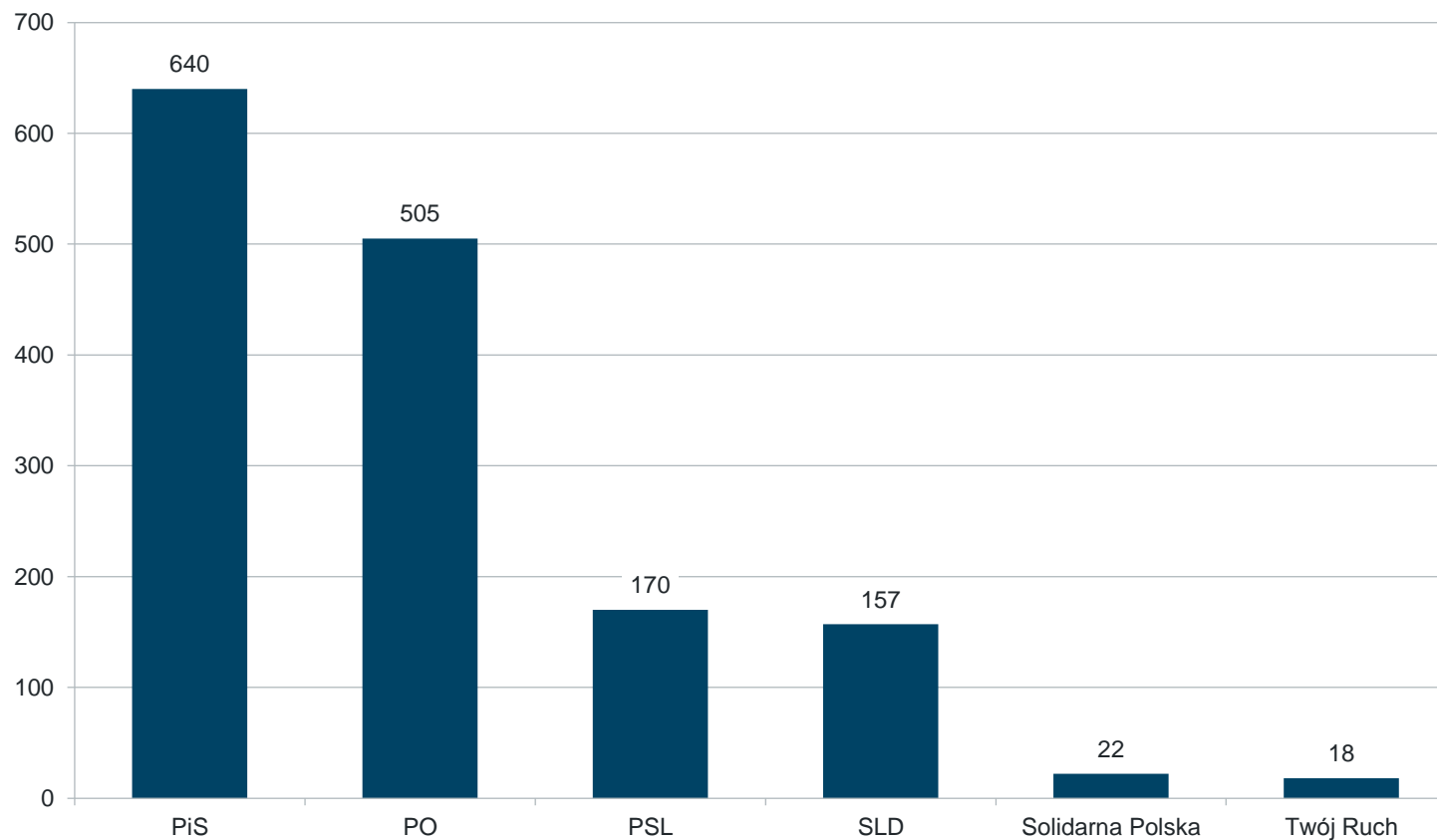
## Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych - lipiec 2015 r.



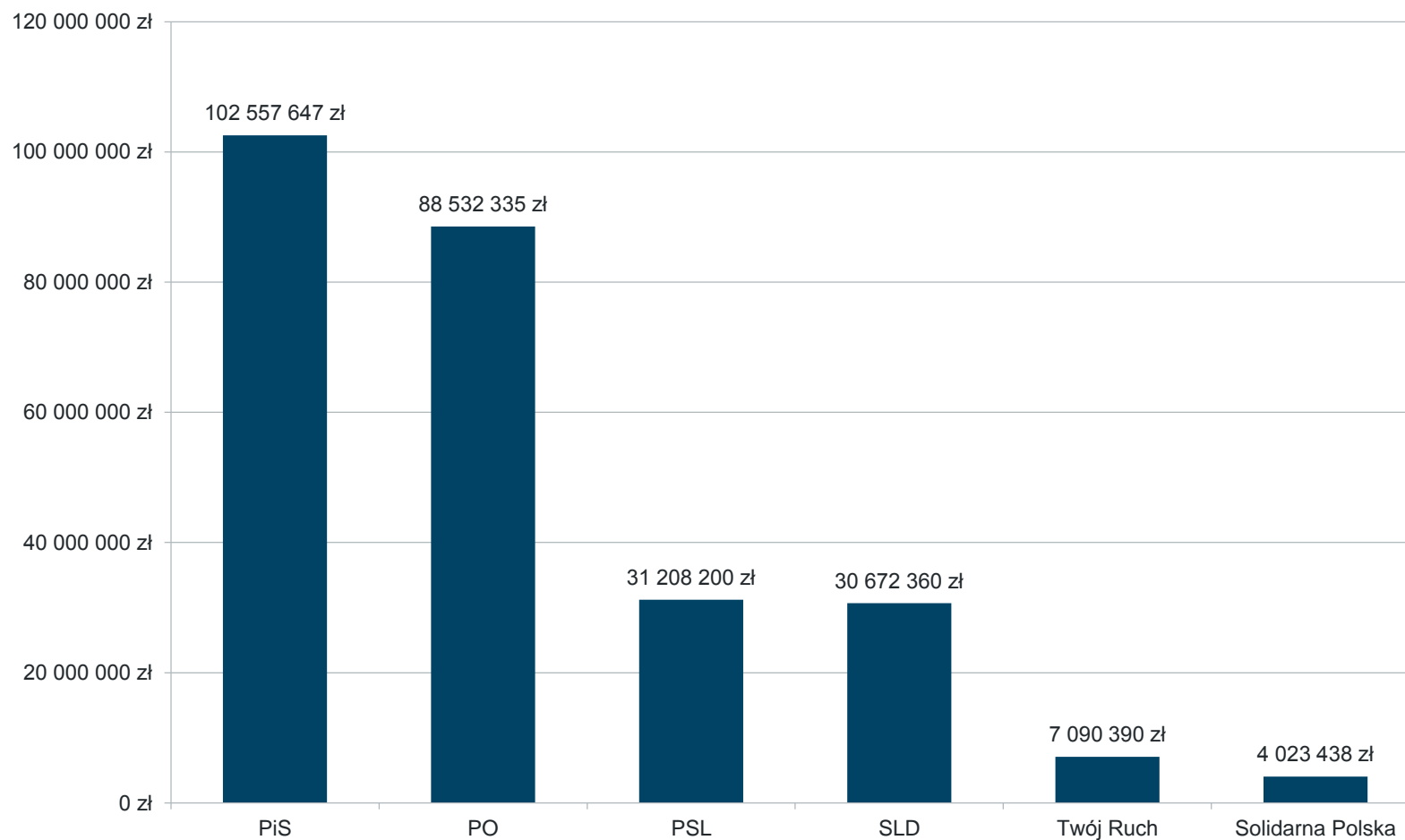
Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) - lipiec 2015 r.



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



## Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w prasie - lipiec 2015 r.

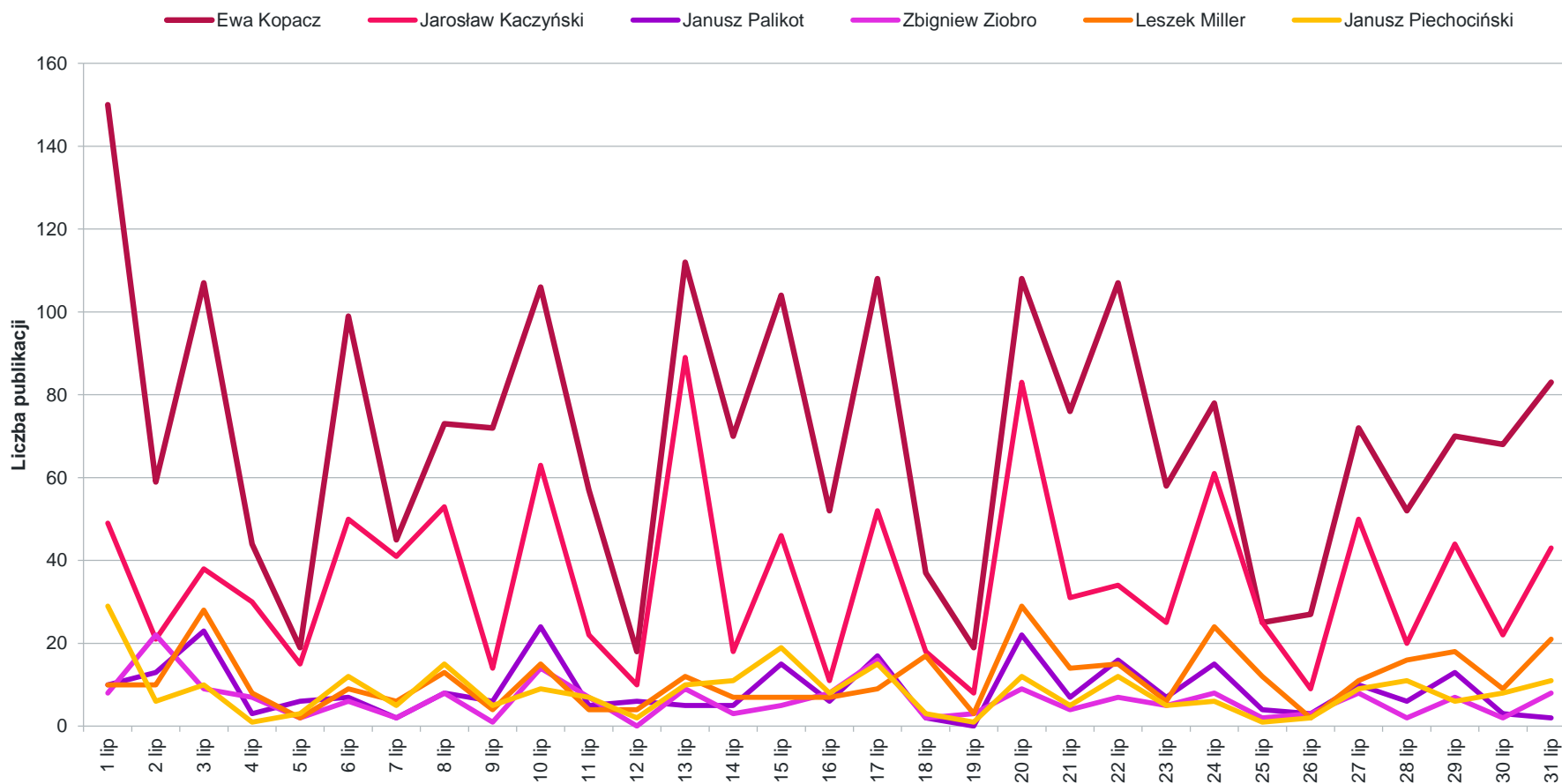


## ROZDZIAŁ III

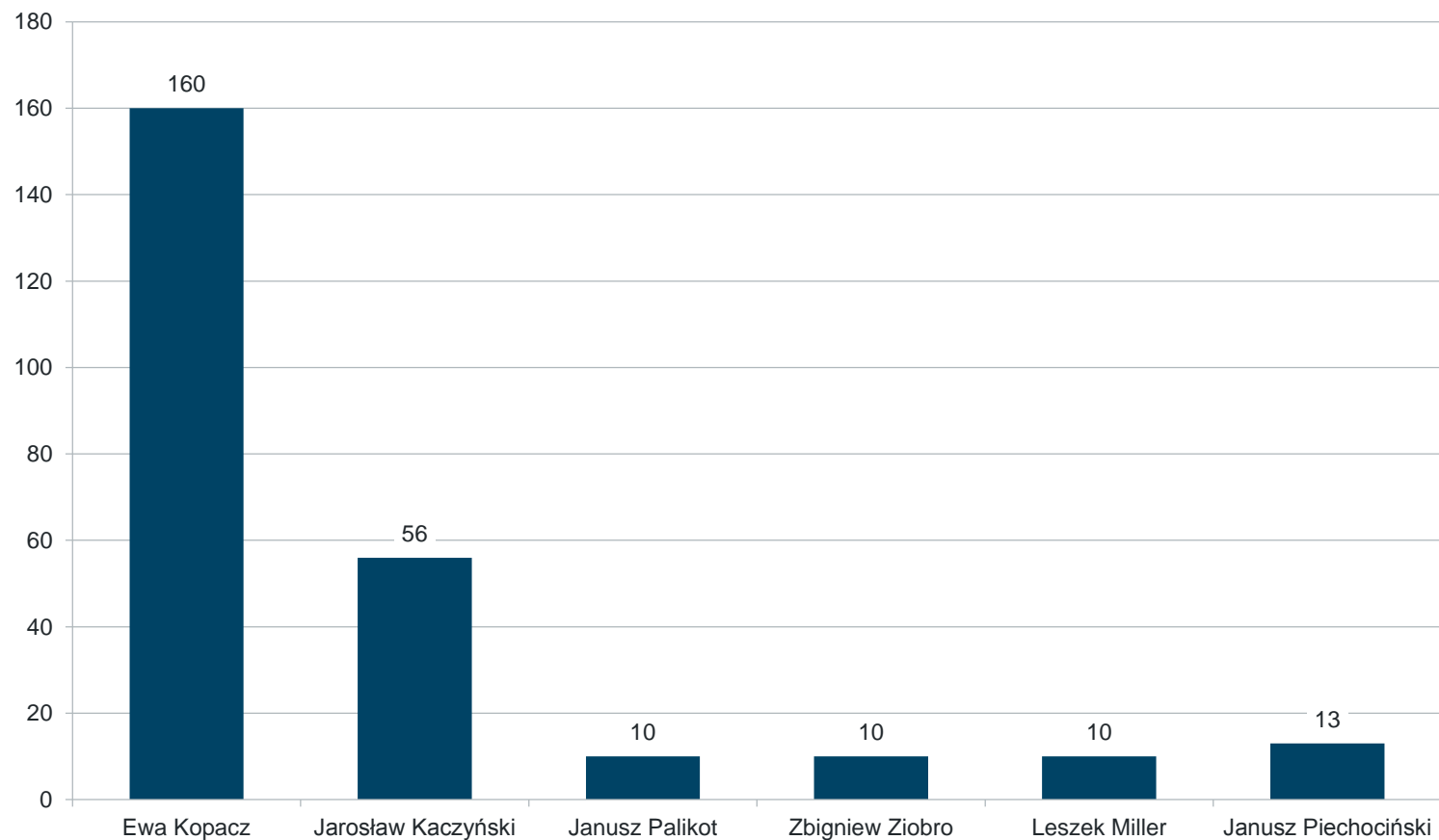
### Liderzy partii politycznych



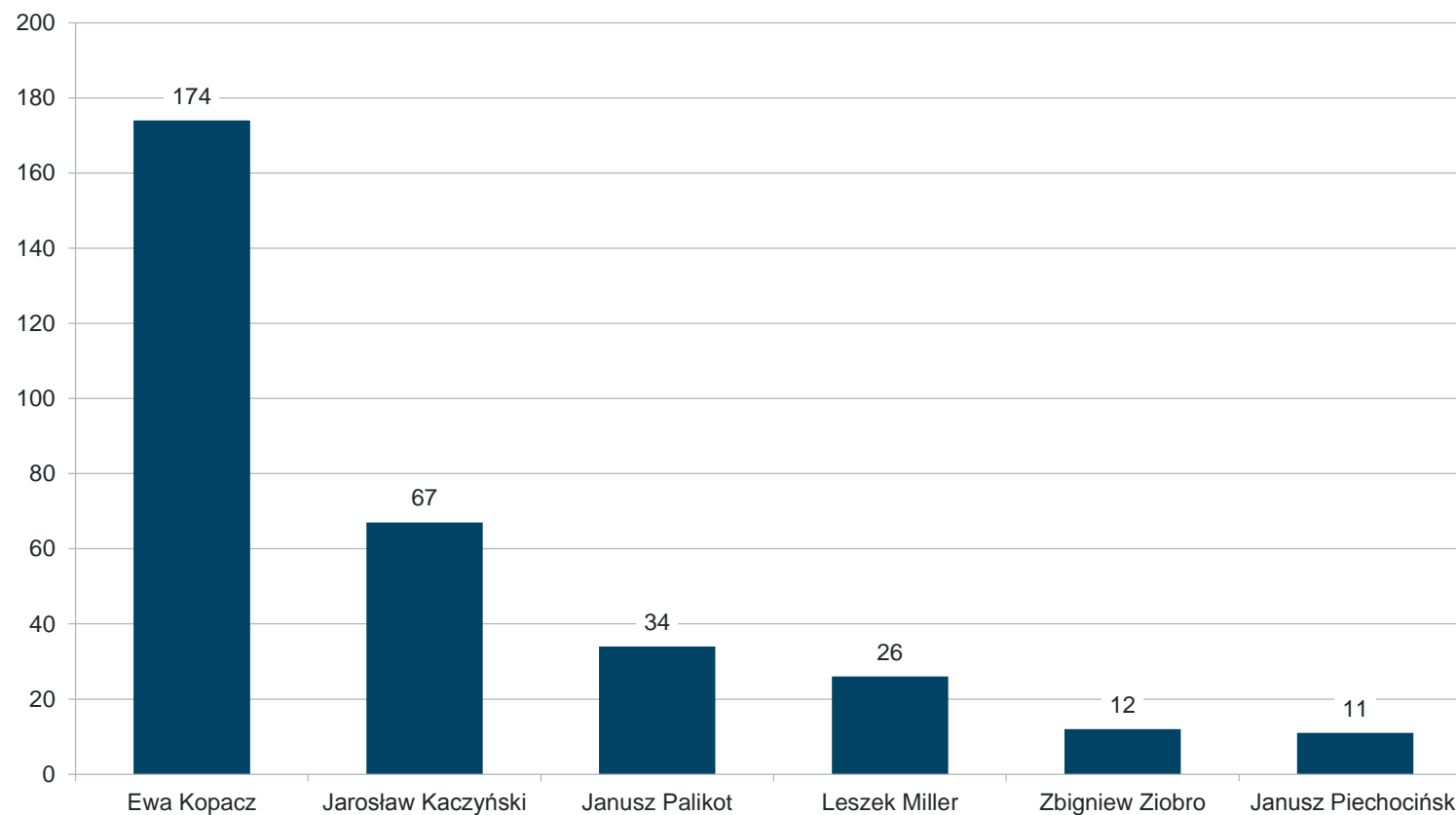
## Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych - lipiec 2015 r.



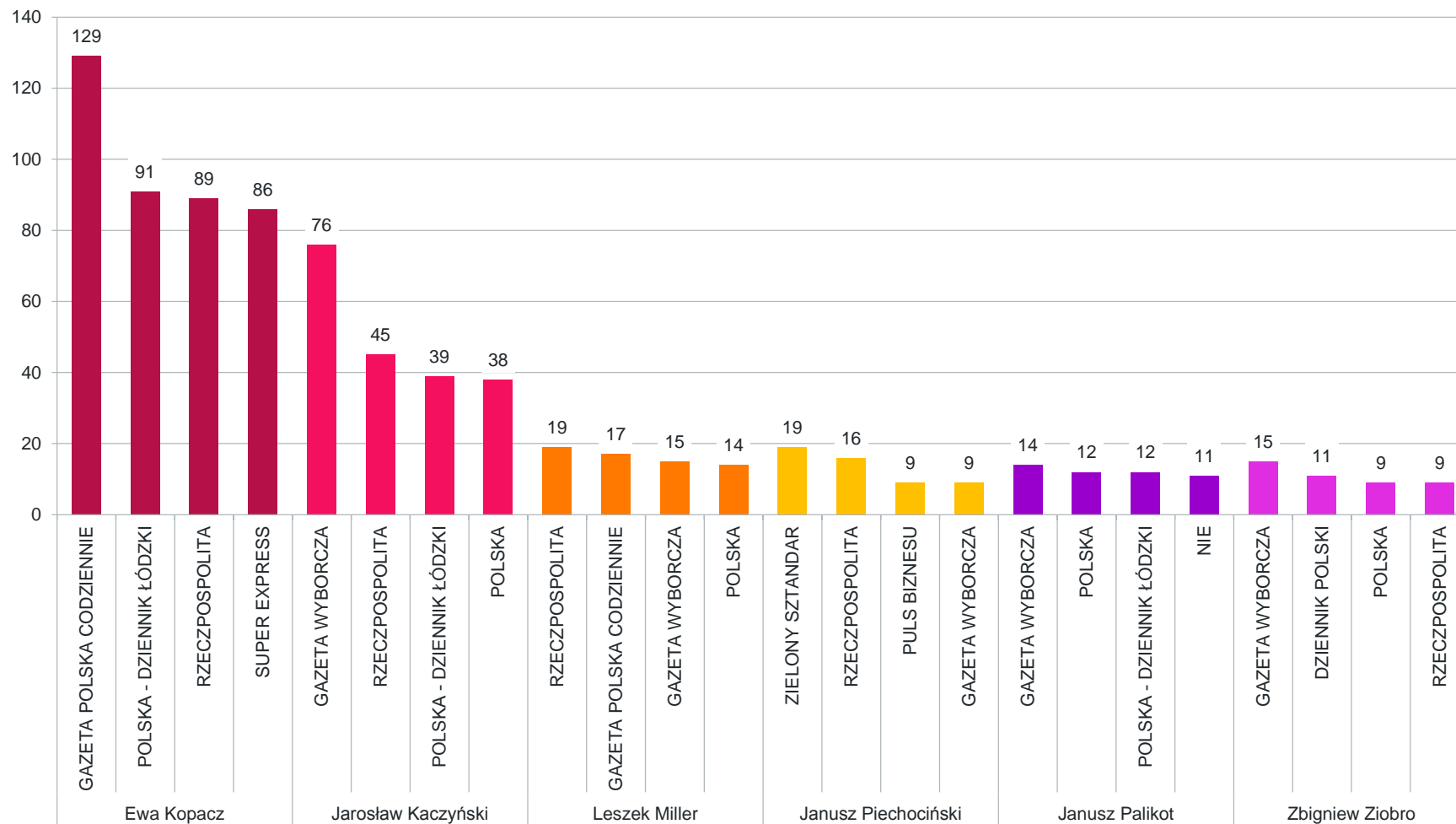
**Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych - lipiec 2015 r.**



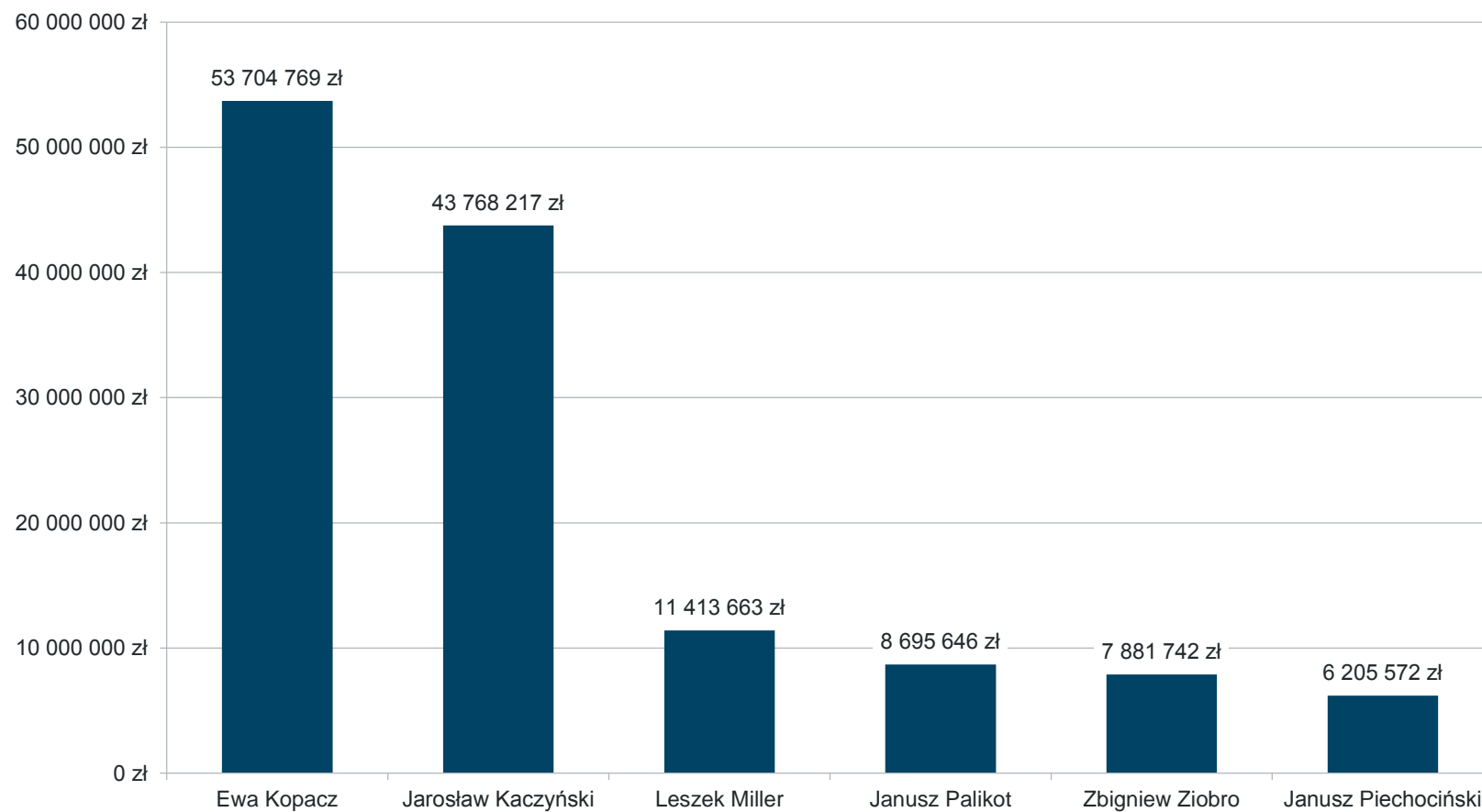
**Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji - lipiec 2015 r.**



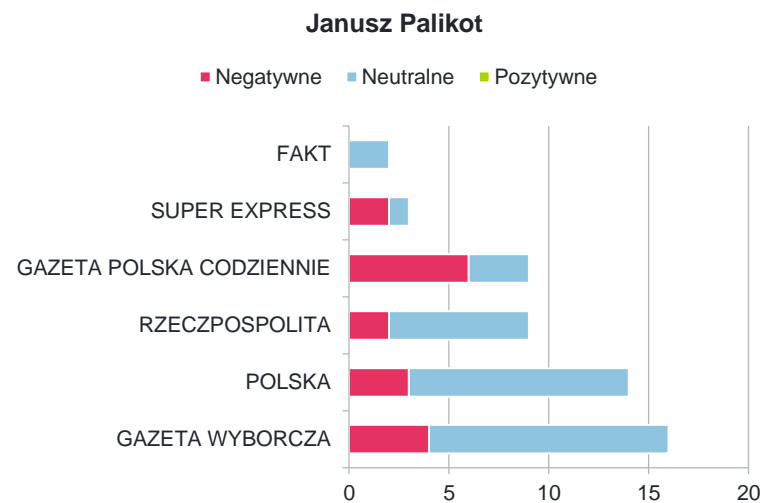
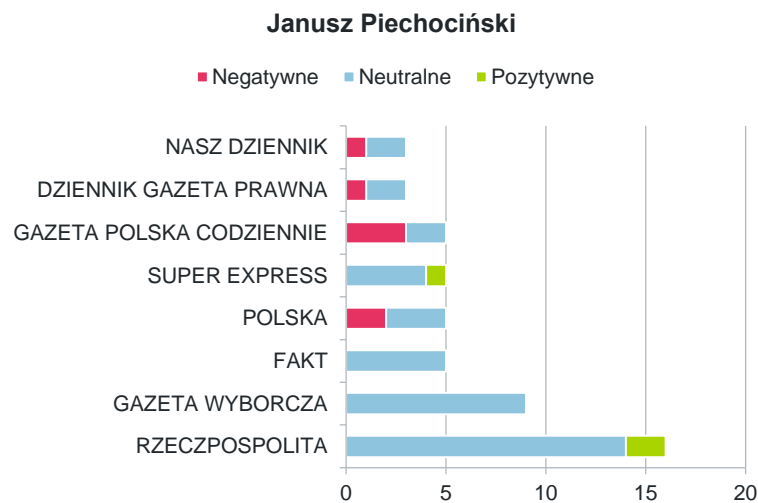
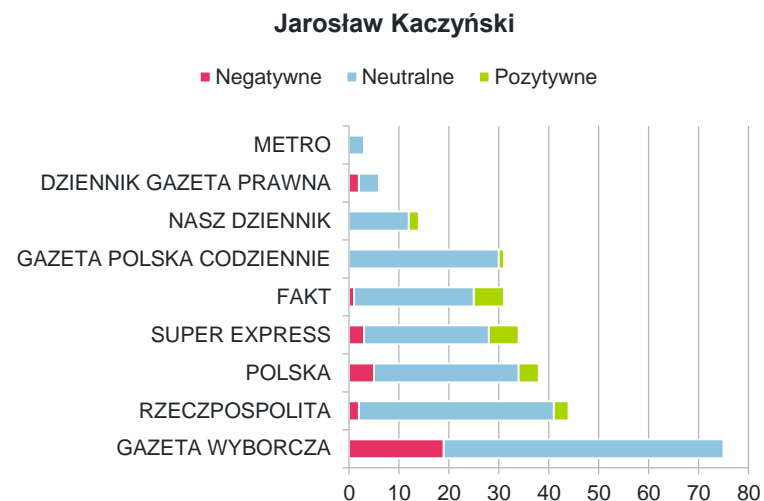
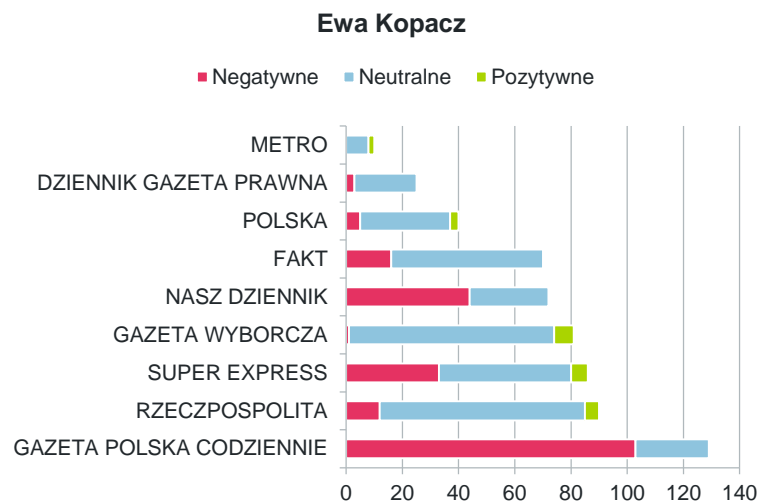
Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) - lipiec 2015 r.



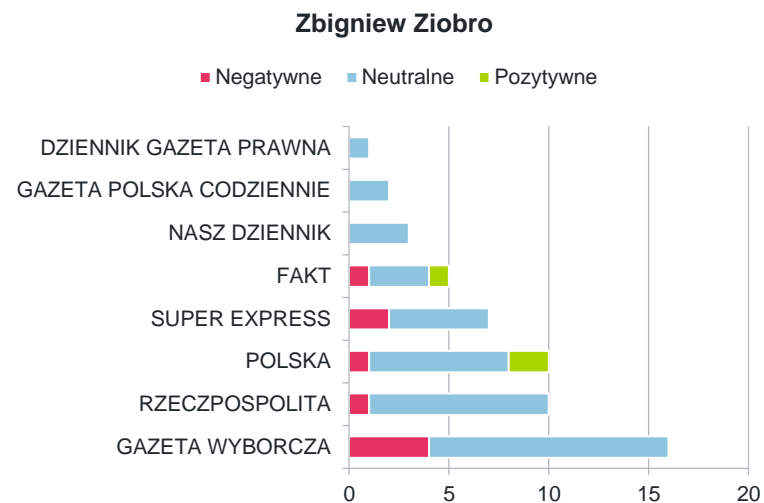
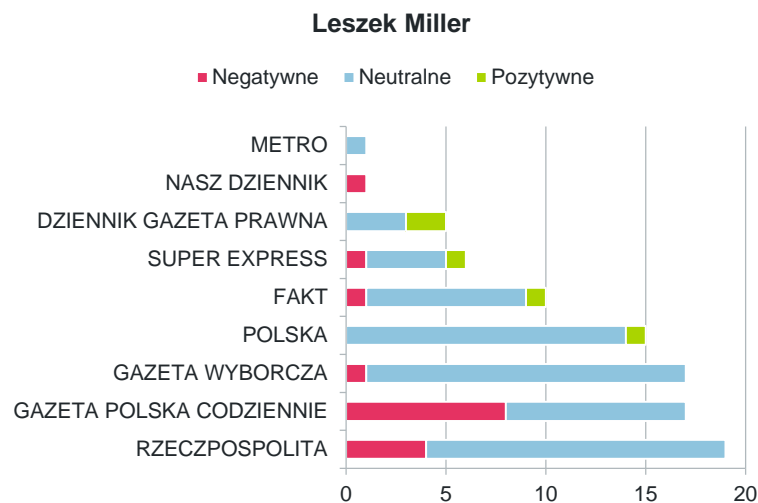
## Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie - lipiec 2015 r.



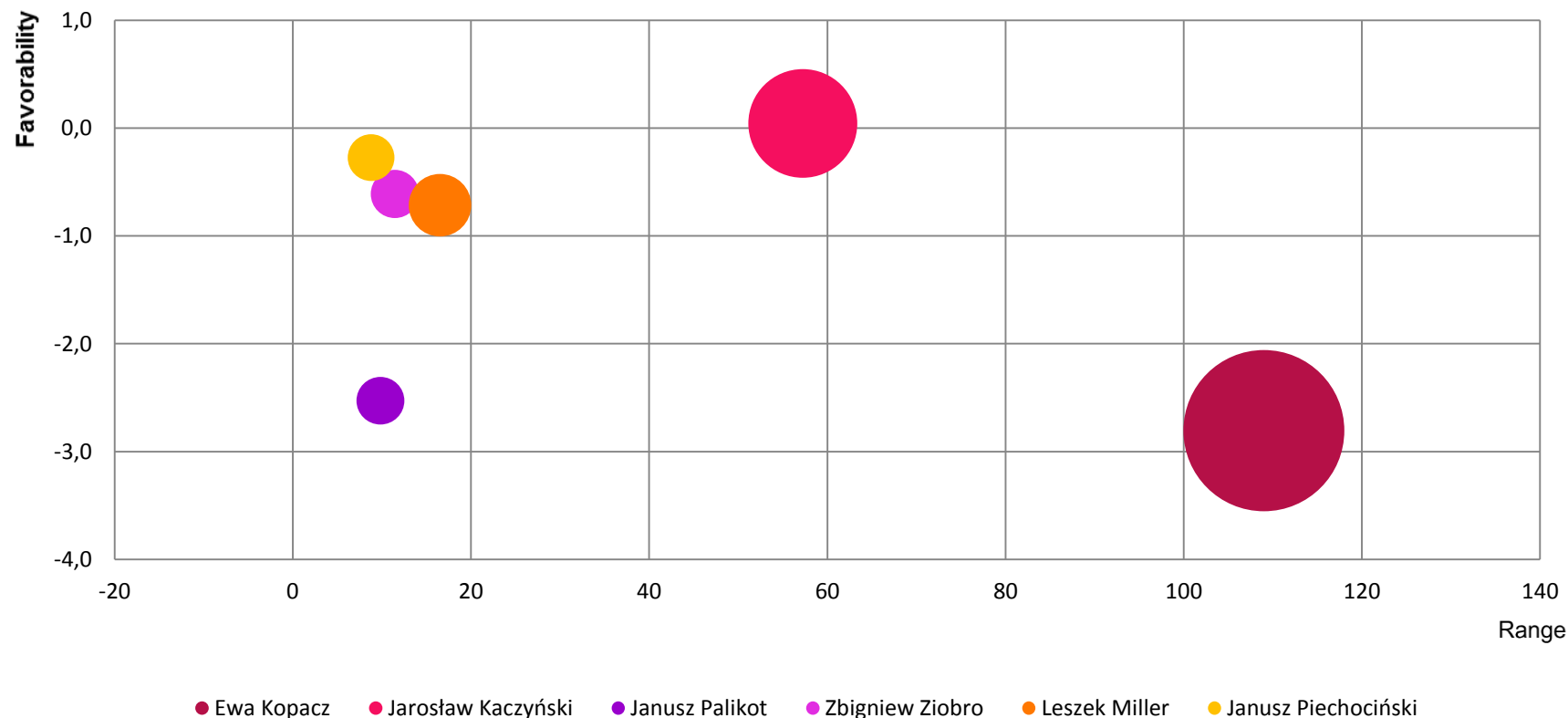
## Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



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



## 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**

