



SCENA POLITYCZNA

Raport medialny

Sierpień 2015

METODOLOGIA

Na podstawie informacji medialnych zebranych w sierpniu 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.

Analiza medialna objęła osiem partii politycznych: PO, PiS, PSL, SLD, Zjednoczoną Lewicę, Twój Ruch, Kukiz'15 i Nowoczesną, a także ich liderów: Ewę Kopacz, Jarosława Kaczyńskiego, Janusza Piechocińskiego, Leszka Millera, Włodzimierza Czarzastego oraz Karola Jene, Janusza Palikota, Pawła Kukiza i Ryszarda Petru. 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”.

W raporcie debiutują: Kukiz'15 (z Pawłem Kukizem) oraz Nowoczesna (z Ryszardem Petru). Natomiast dane dla partii SLD i Twój Ruch oraz ich liderów obejmują okres od 1 do 16 sierpnia (włącznie), a dla partii Zjednoczona Lewica i jej przywódców od 17 sierpnia do końca miesiąca.

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

PO wróciło na podium

W rankingu medialności partii politycznych, po miesiącach negatywnego trendu, Platforma Obywatelska powróciła na pozycję lidera. Partię opozycyjną dzieliło od PO zaledwie 319 materiałów. Trzecie w klasyfikacji uplasowało się Polskie Stronnictwo Ludowe. **Pierwszy raz w zestawieniu pojawiły się Kukiz'15, Zjednoczona Lewica i Nowoczesna.**

Kopacz - bez zmian

Najbardziej medialnym liderem partii politycznych została ponownie Ewa Kopacz z wynikiem 2,1 tys. publikacji. Wciąż przewaga szefa rządu w tej kategorii jest miażdżąca. W sierpniu w nawiązaniu do Jarosława Kaczyńskiego pojawiło się zaledwie 1,1 tys. materiałów. Trzecią lokatę zajął debiutujący w raporcie „Scena Polityczna” – Paweł Kukiz.

Ewa Kopacz jednocześnie została najbardziej krytykowanym politykiem. Prasa po raz kolejny nie szczędziła negatywnych słów w stosunku do premier. W sierpniu aż 12 proc. materiałów przedstawiało lidera PO w niekorzystnym świetle. Takie informacje pojawiały się głównie w „Gazecie Polskiej Codziennie” i „Naszym Dzienniku”.

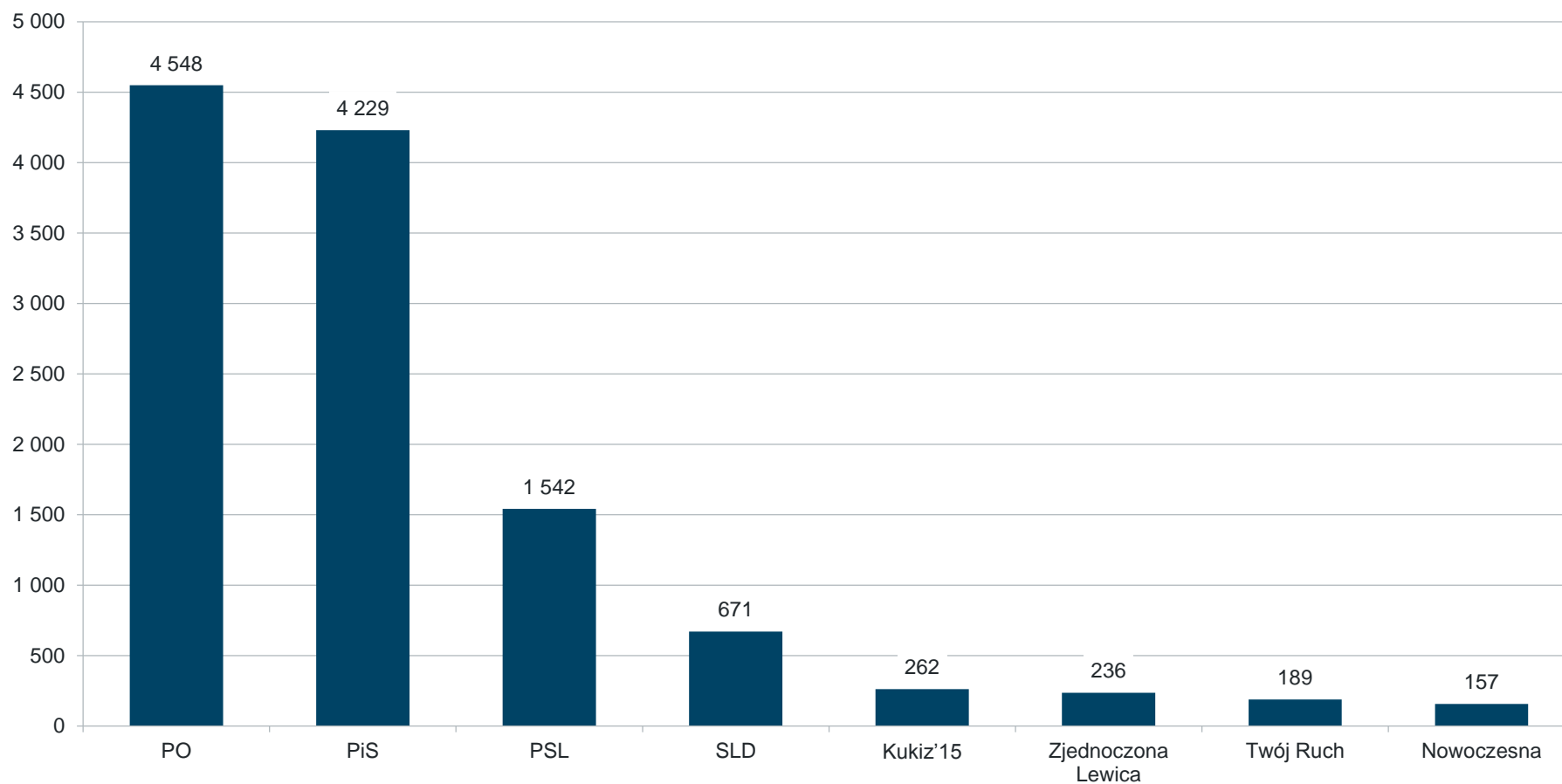
Promocyjnie najbardziej zyskał PiS

Ekwiwalent reklamowy tekstów zamieszczonych w sierpniu na temat partii Jarosława Kaczyńskiego wyniósł 103 mln złotych, czyli o 15,3 mln więcej niż AVE materiałów o Platformie Obywatelskiej. Partie debiutujące w raporcie uzyskały w analizowanym miesiącu promocję o wartości: Kukiz'15 – 4,4 mln złotych, Zjednoczona Lewica – 3,8 mln złotych i Nowoczesna – 3 mln złotych.

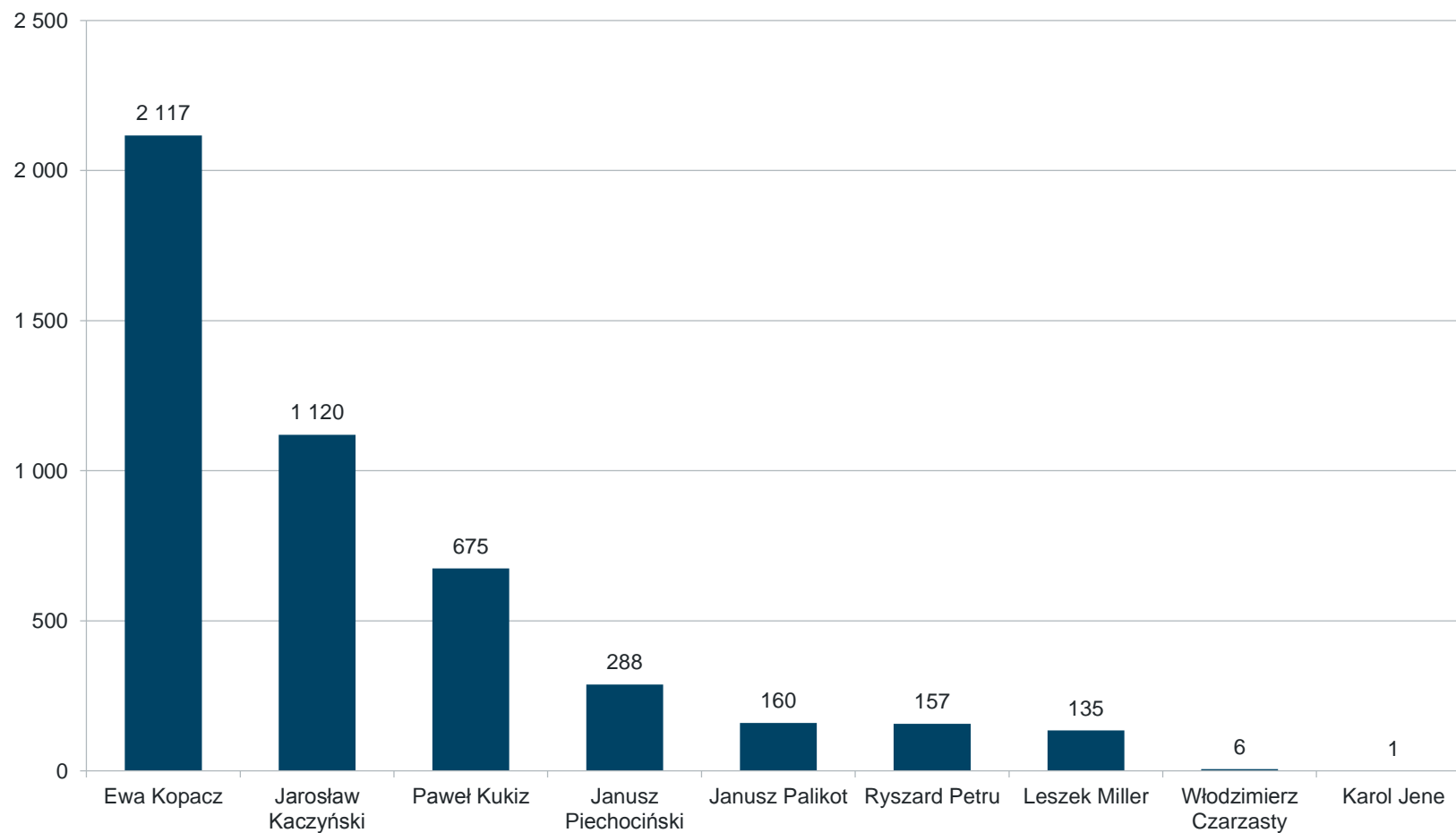
ROZDZIAŁ I

Podsumowanie danych

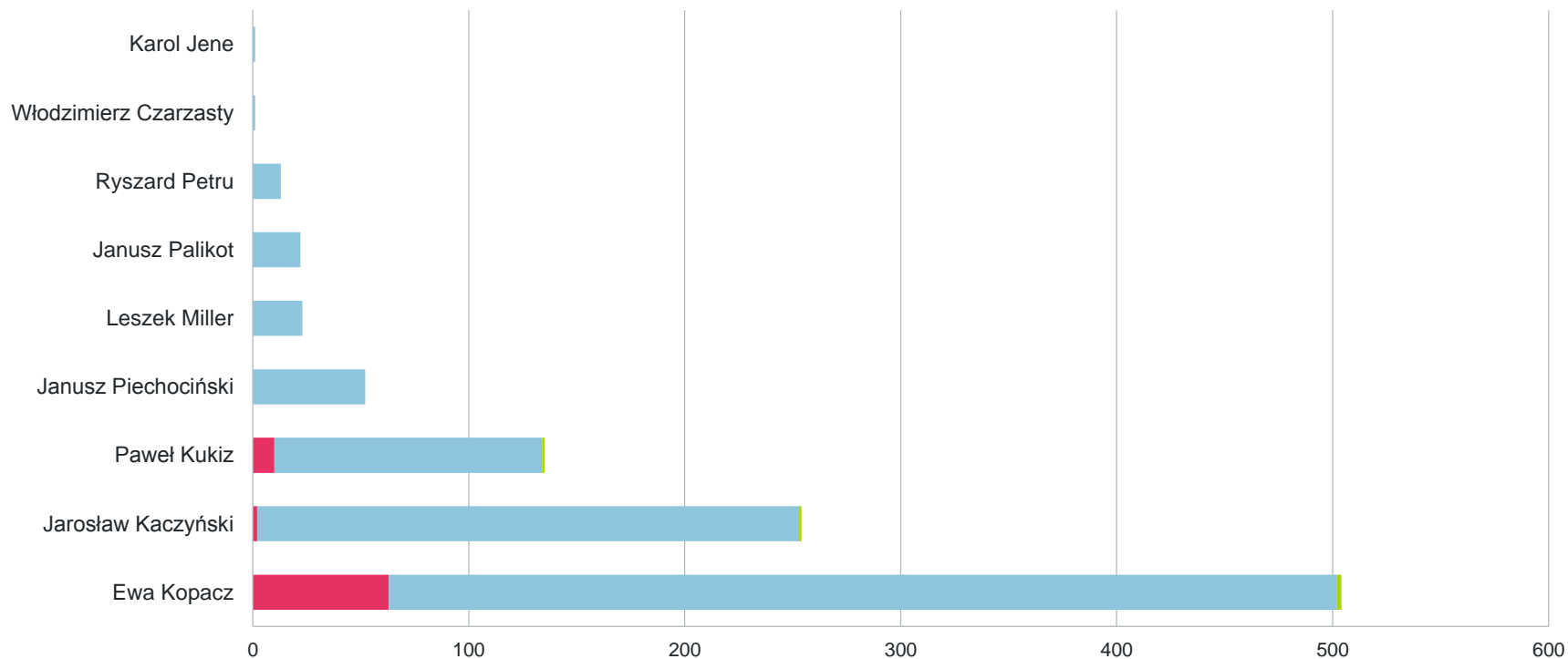
Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - sierpień 2015 r.



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

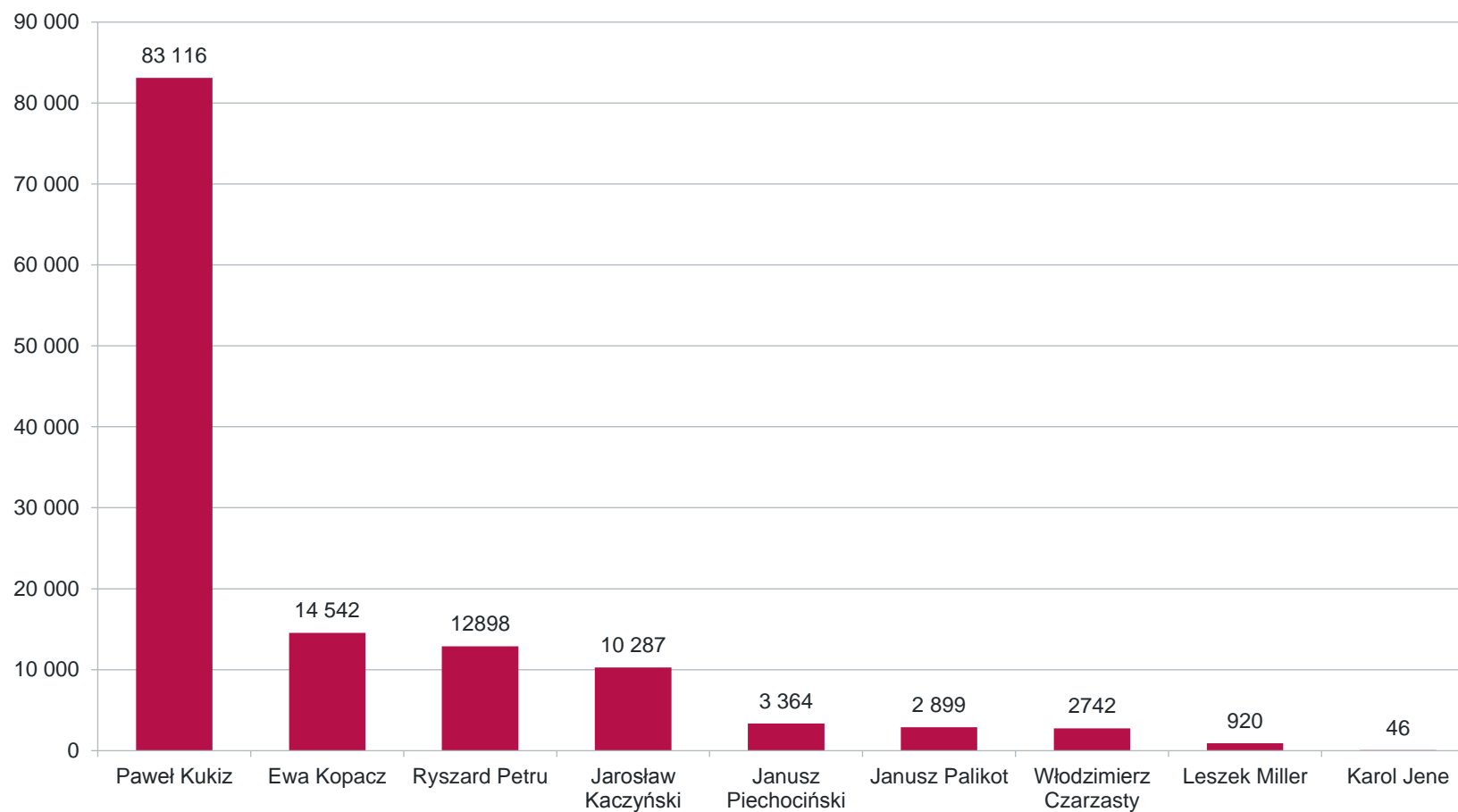


Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydziwki – sierpień 2015 r.



	Ewa Kopacz	Jarosław Kaczyński	Paweł Kukiz	Janusz Piechociński	Leszek Miller	Janusz Palikot	Ryszard Petru	Włodzimierz Czarzasty	Karol Jene
■ Negatywne	63	2	10	0	0	0	0	0	0
■ Neutralne	439	251	124	52	23	22	13	1	1
■ Pozytywne	2	1	1	0	0	0	0	0	0

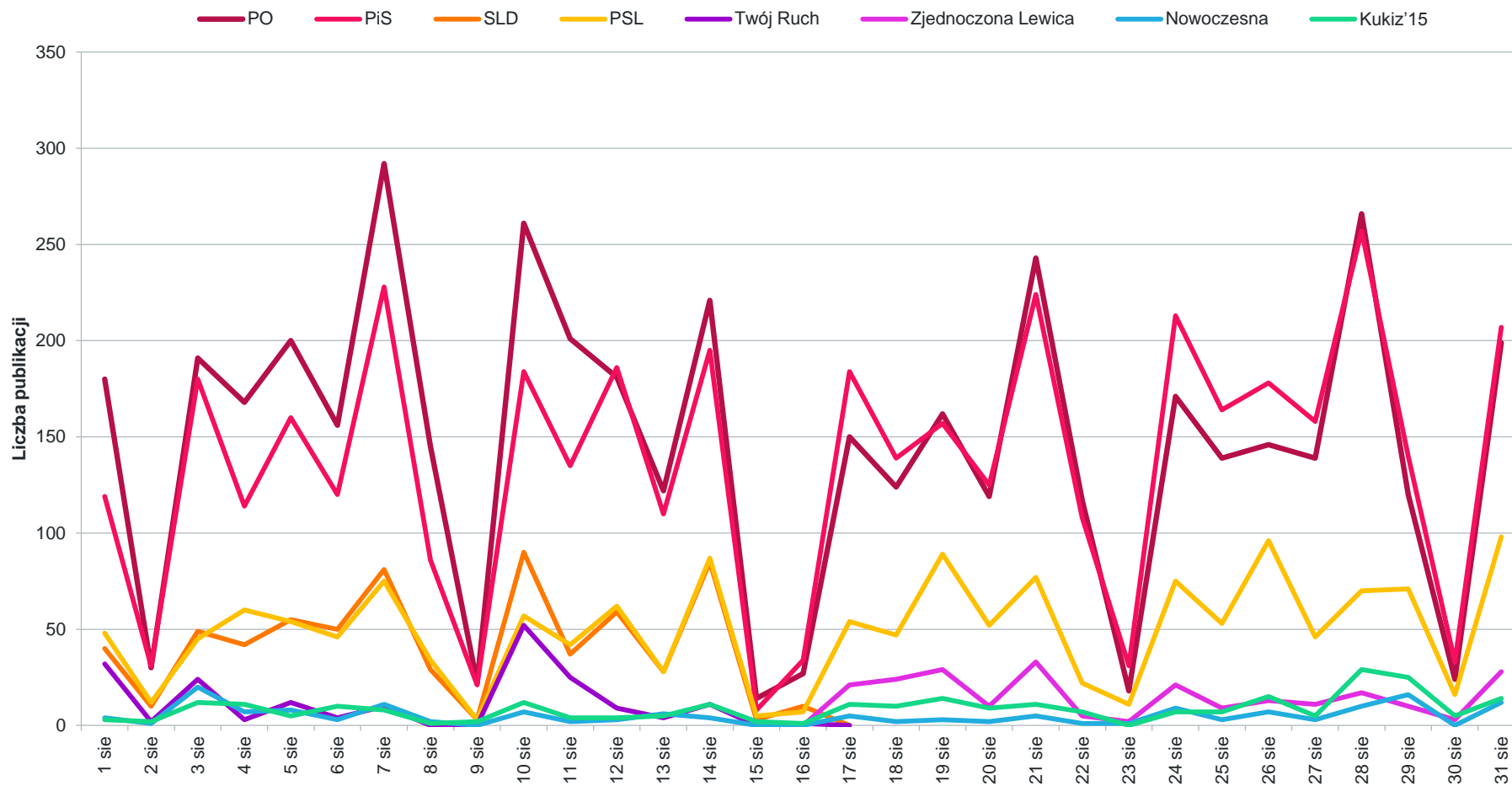
Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - sierpień 2015 r.



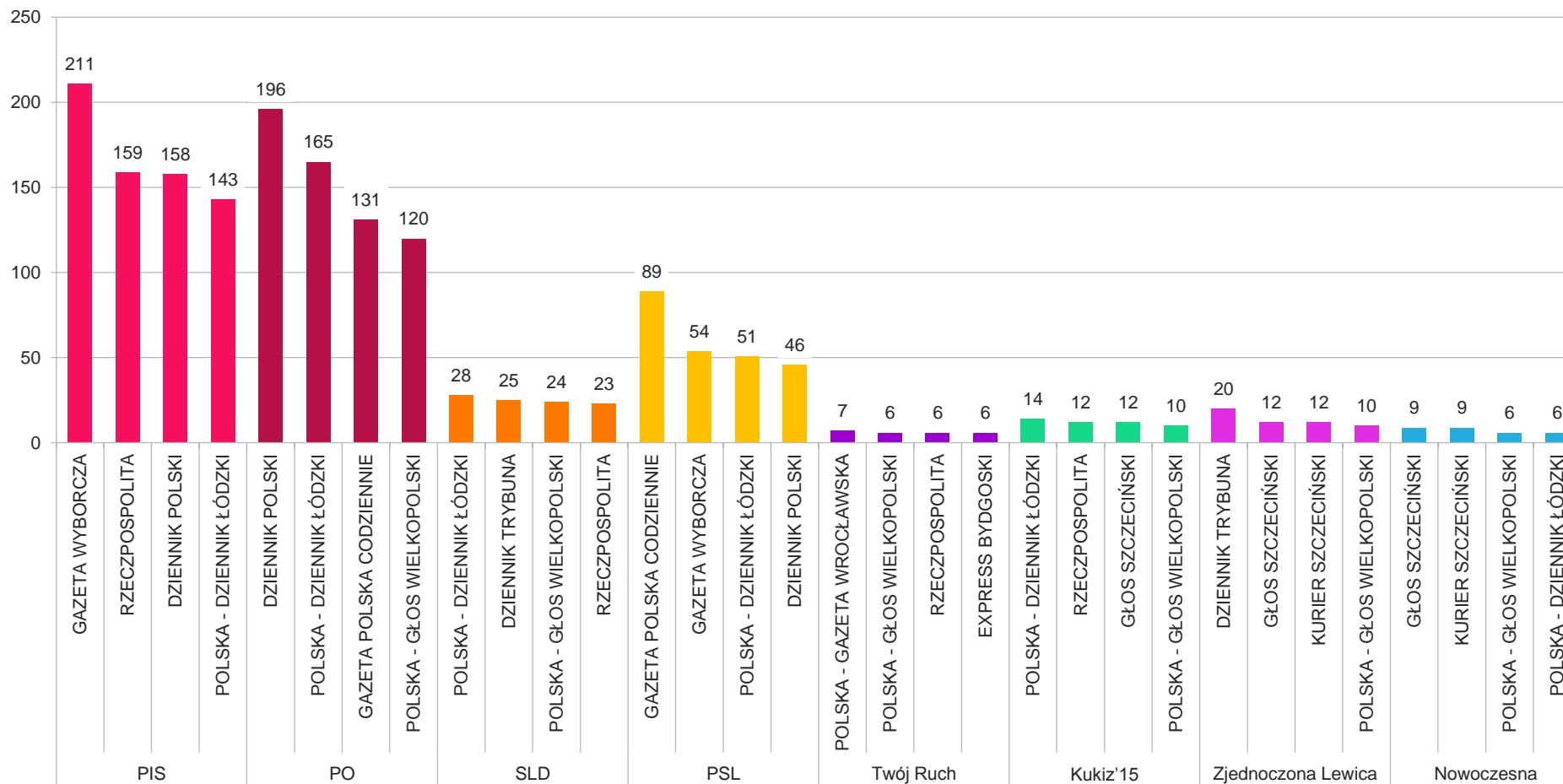
ROZDZIAŁ II

Partie polityczne

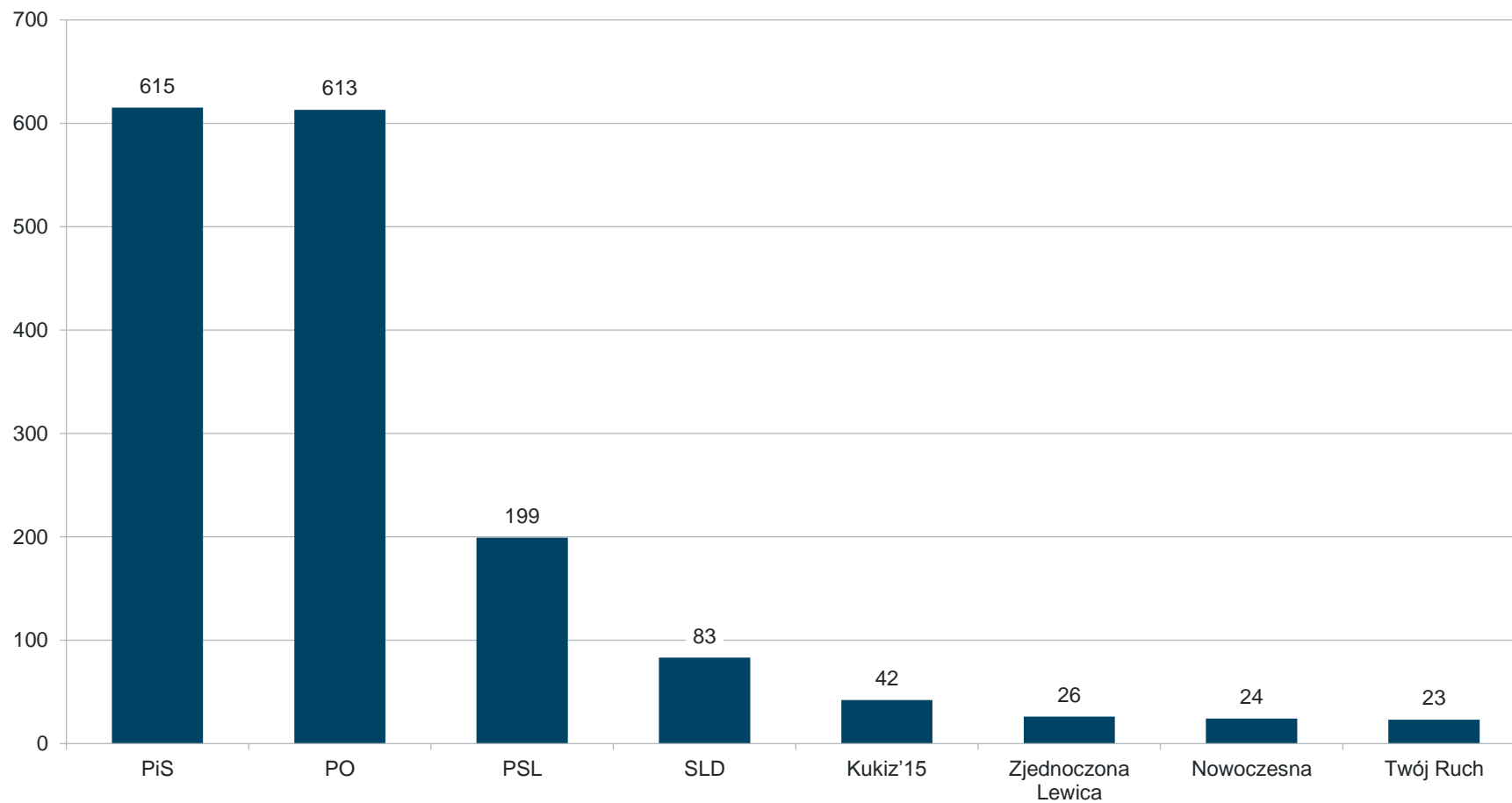
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych - sierpień 2015 r.



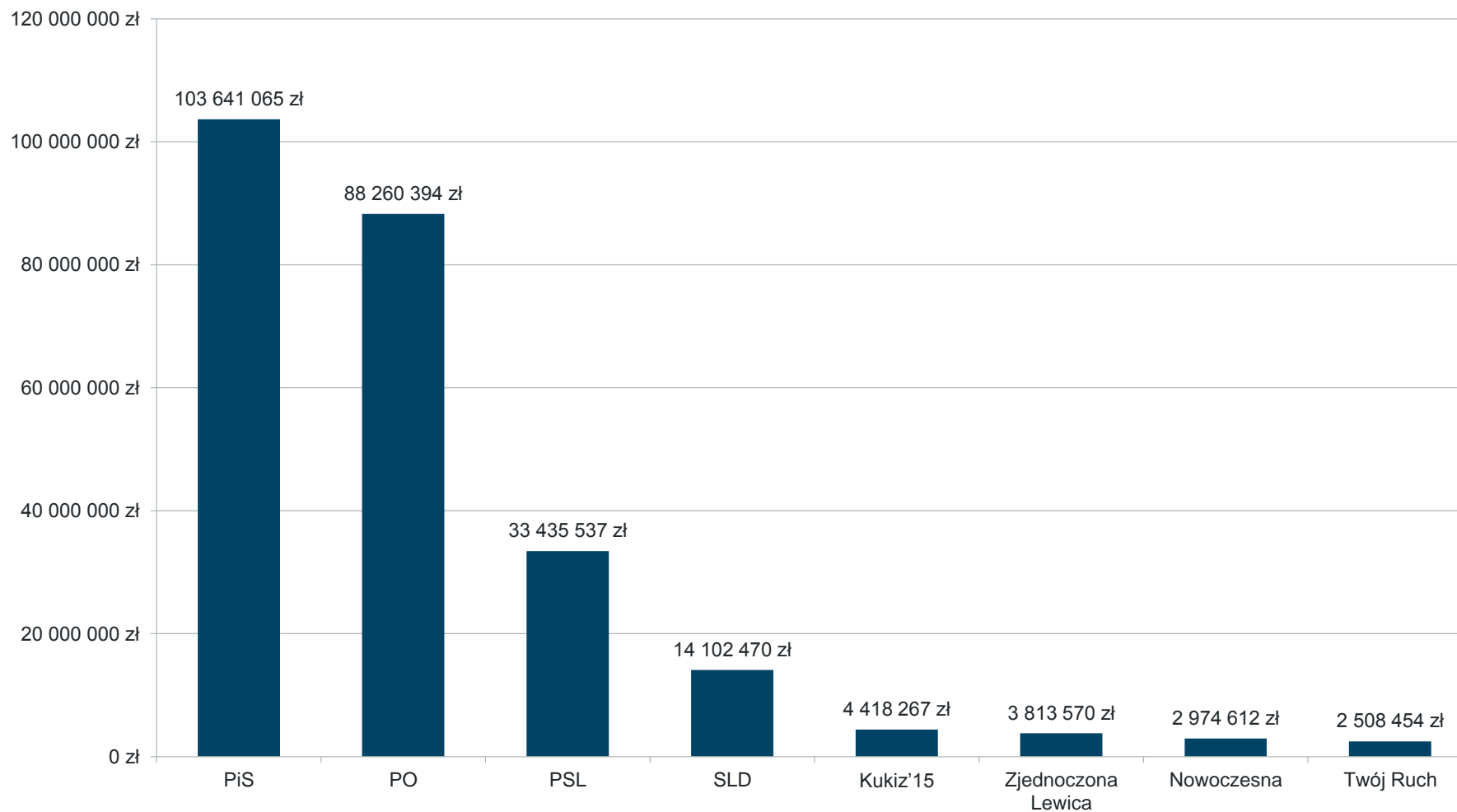
Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) - sierpień 2015 r.



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



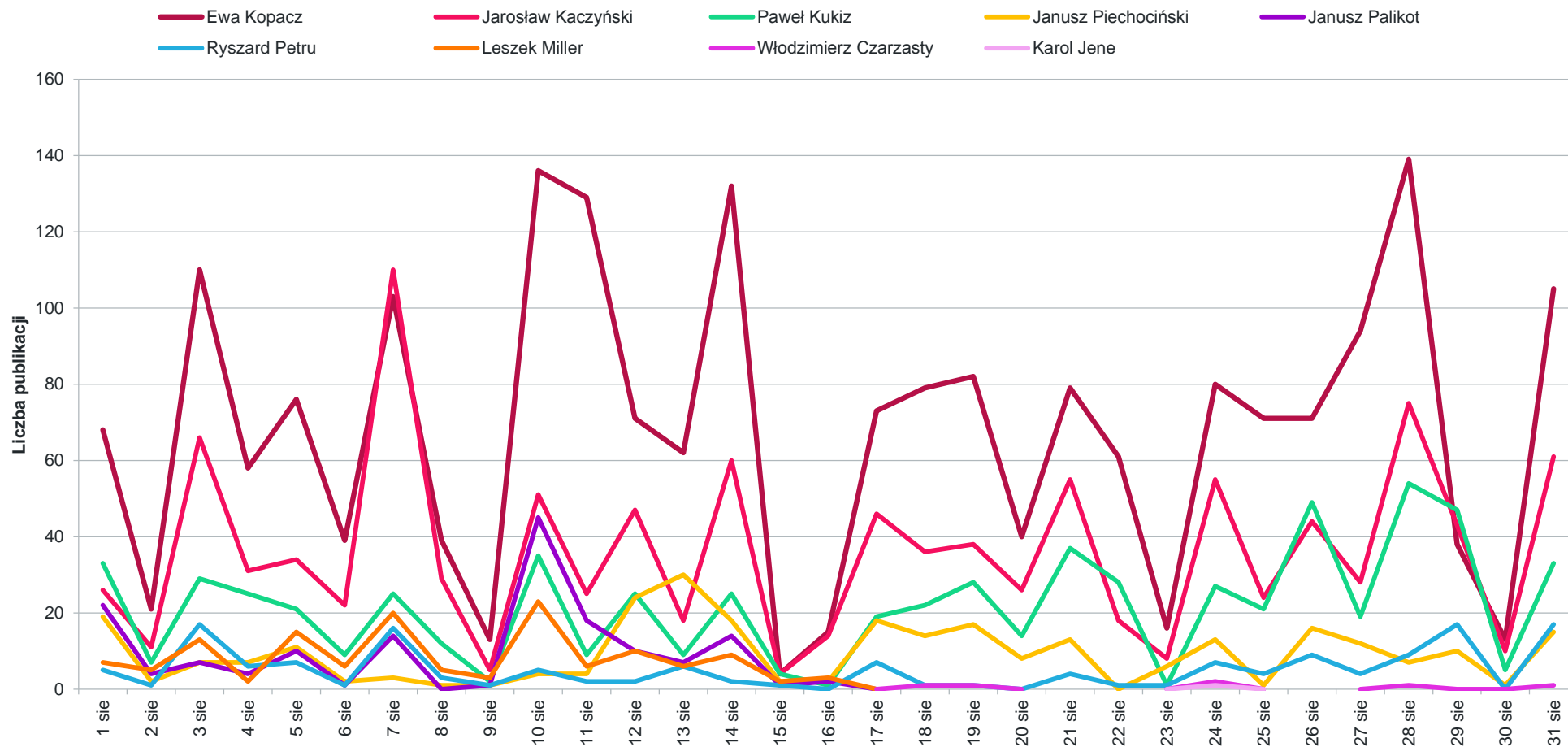
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w prasie - sierpień 2015 r.



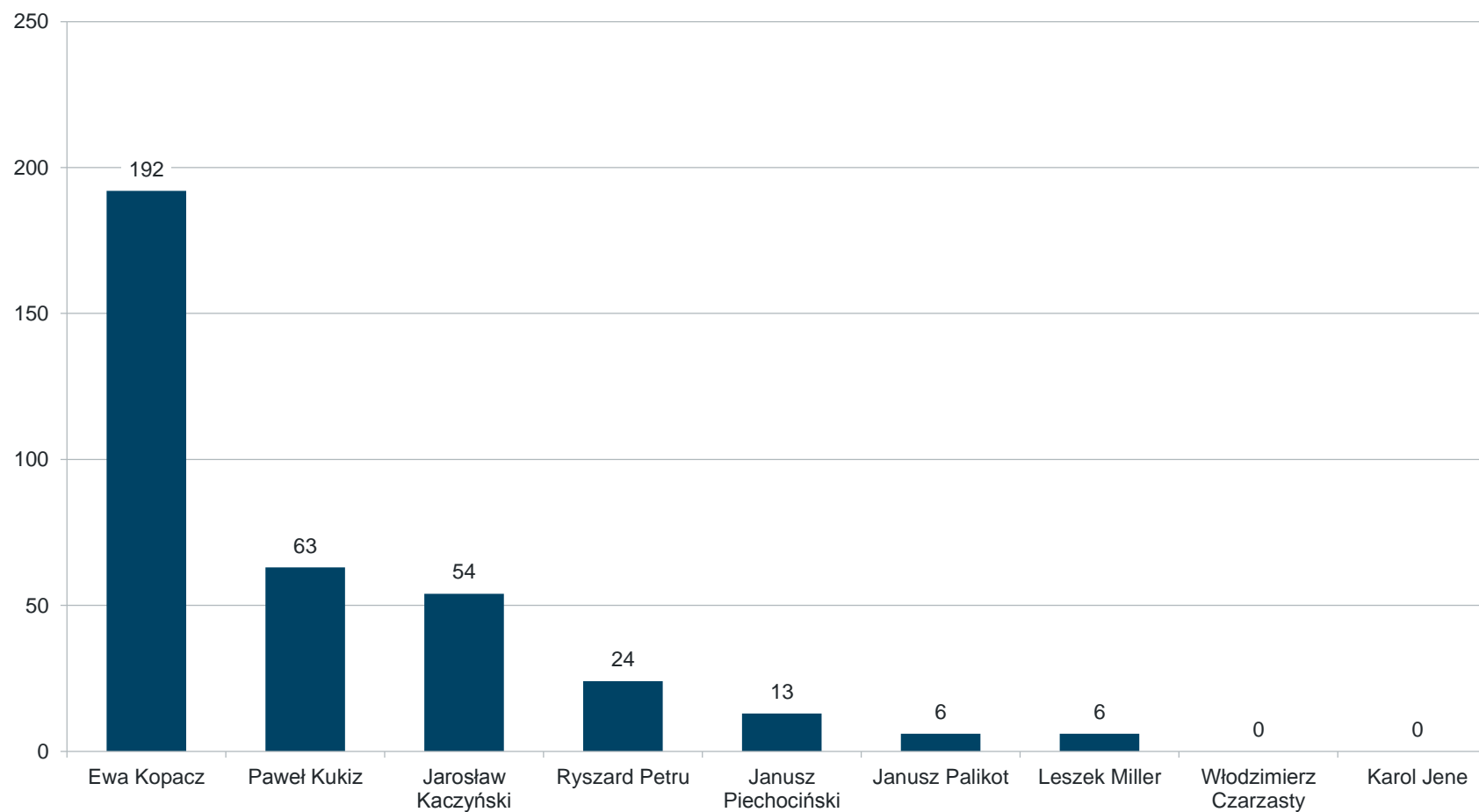
ROZDZIAŁ III

Liderzy partii politycznych

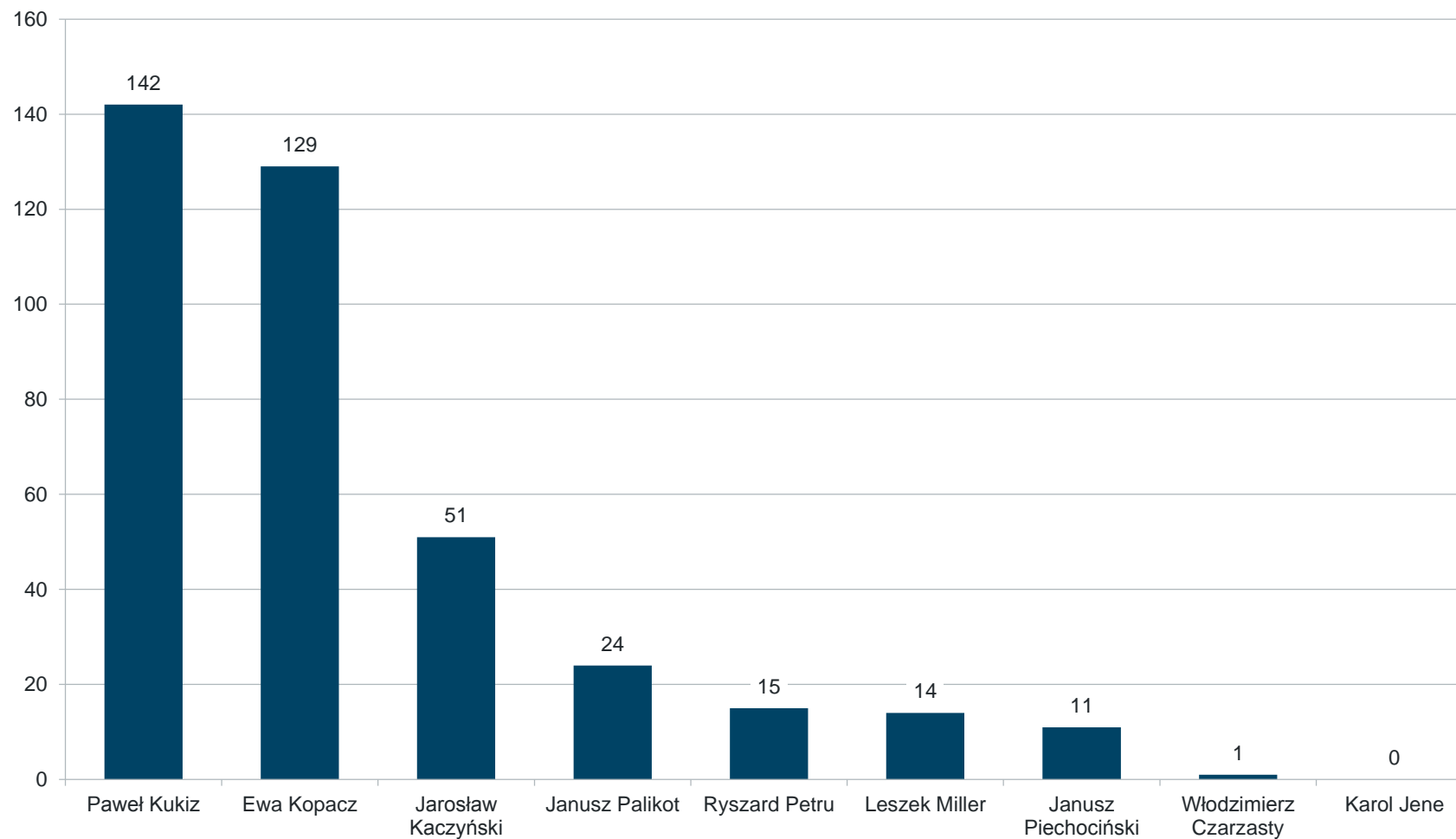
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych - sierpień 2015 r.



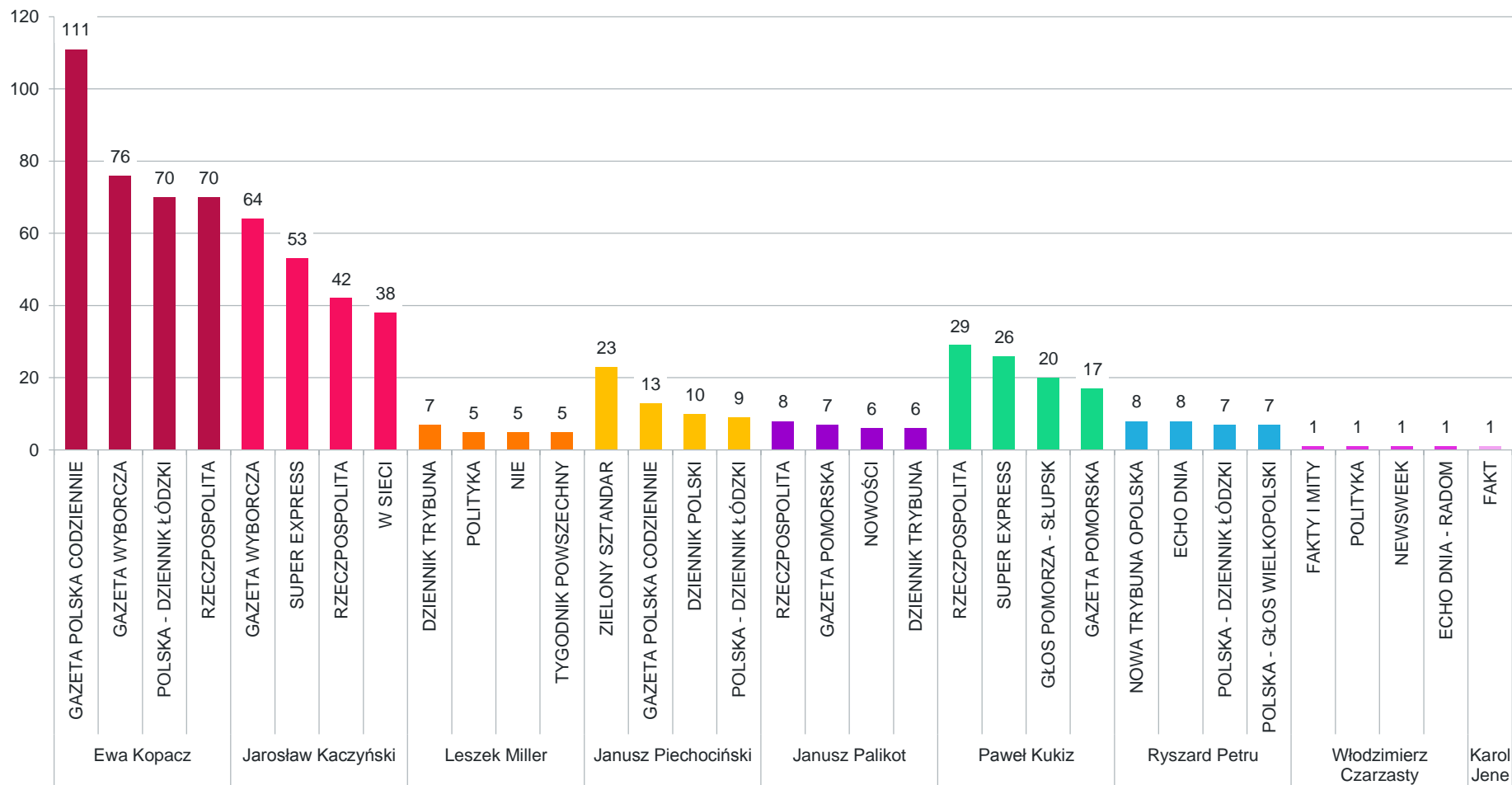
Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych - sierpień 2015 r.



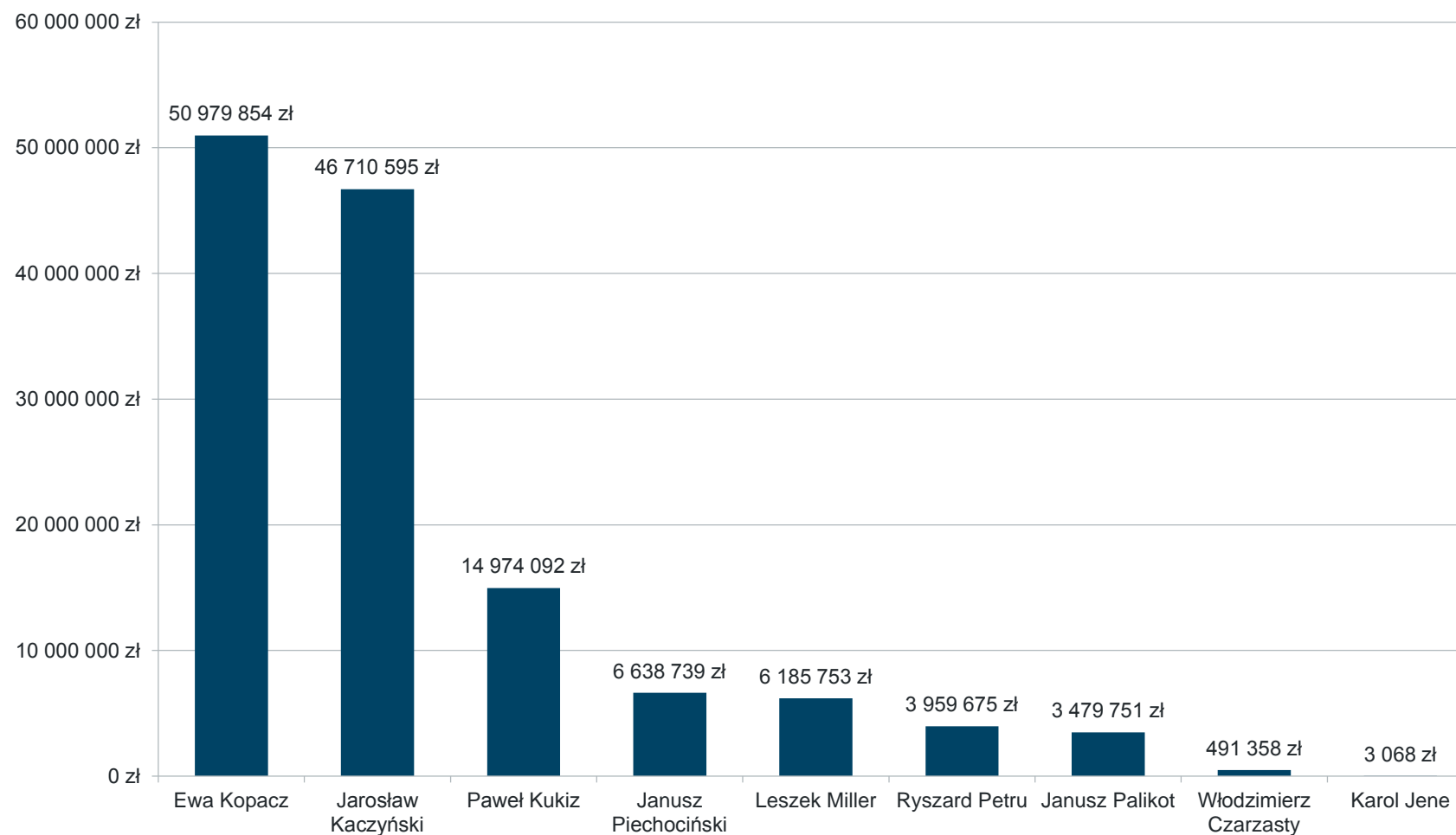
Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji - sierpień 2015 r.



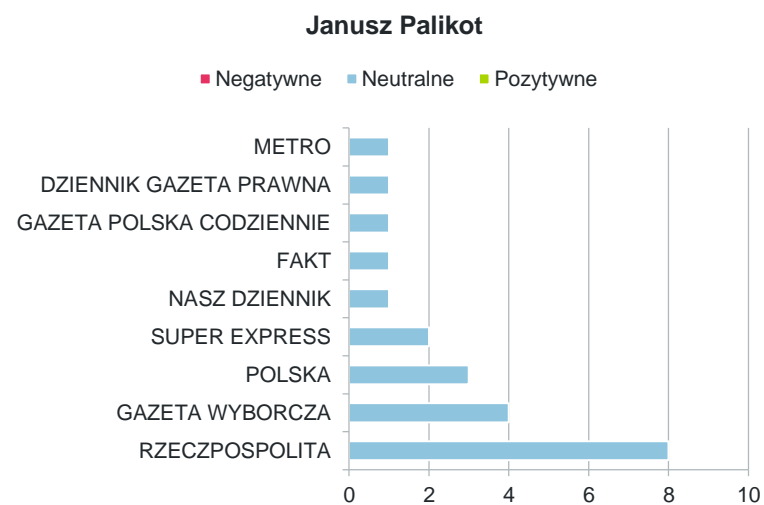
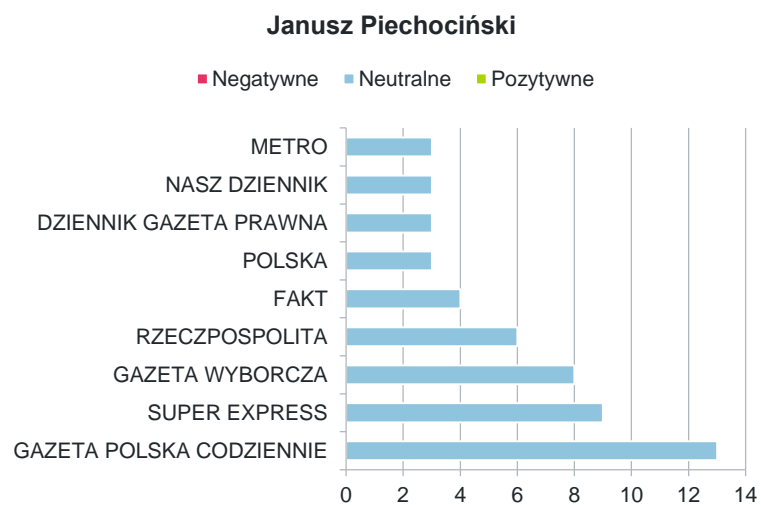
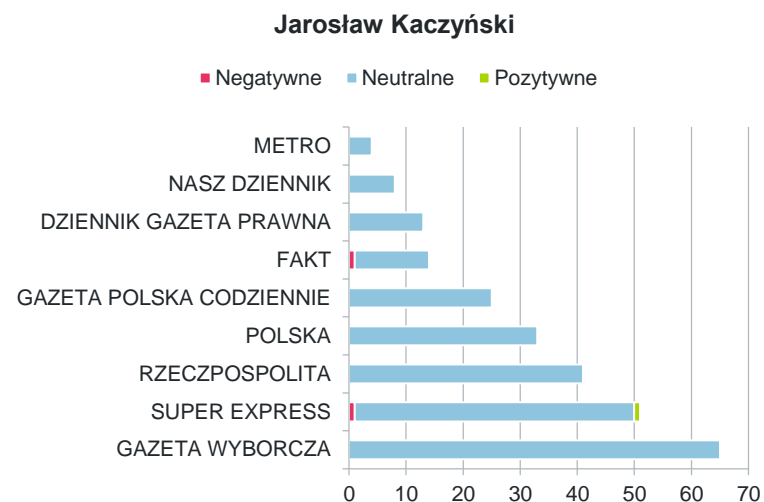
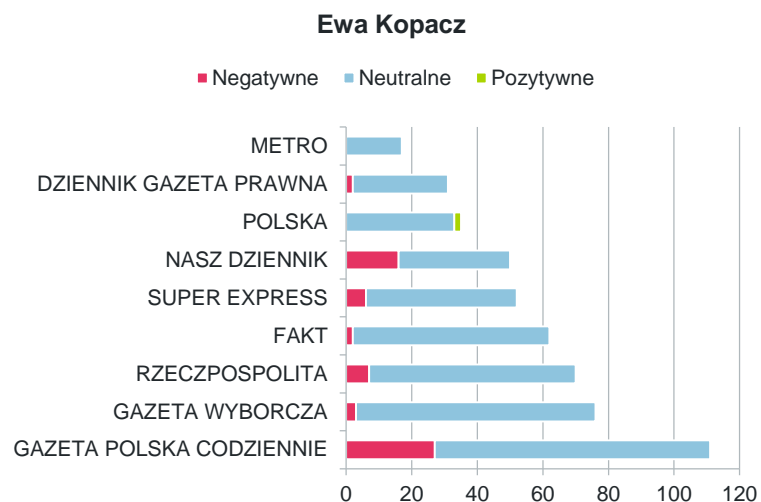
Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) - sierpień 2015 r.



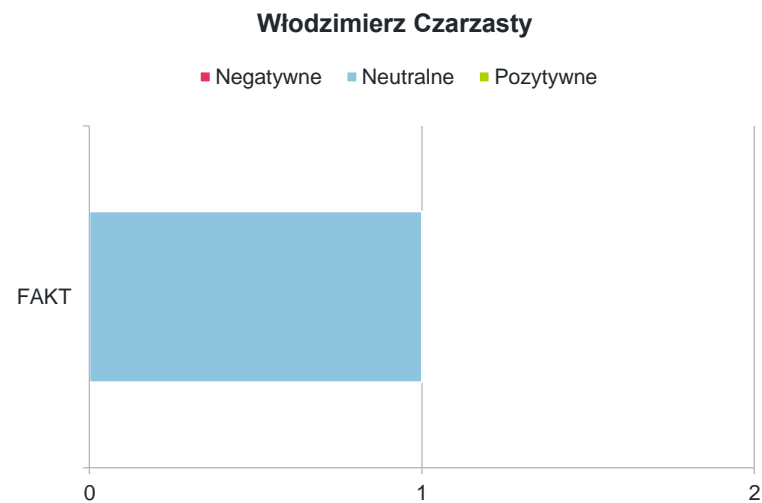
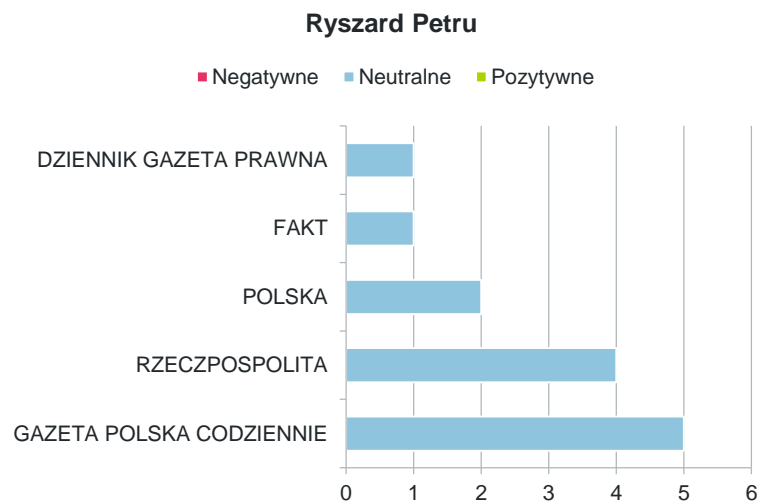
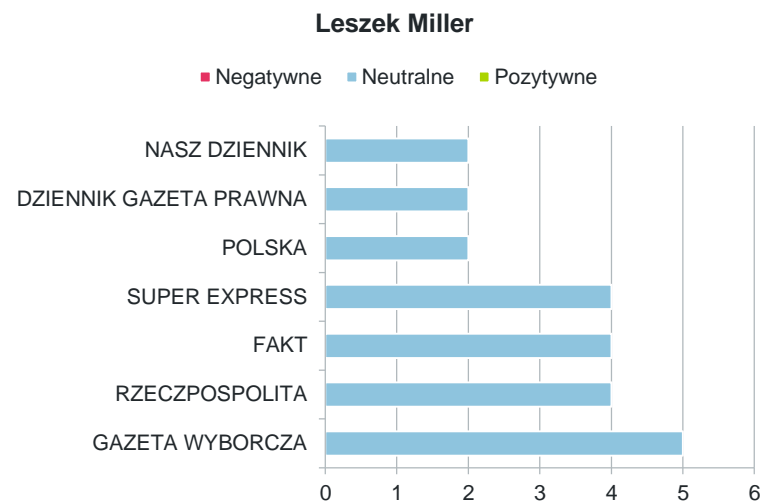
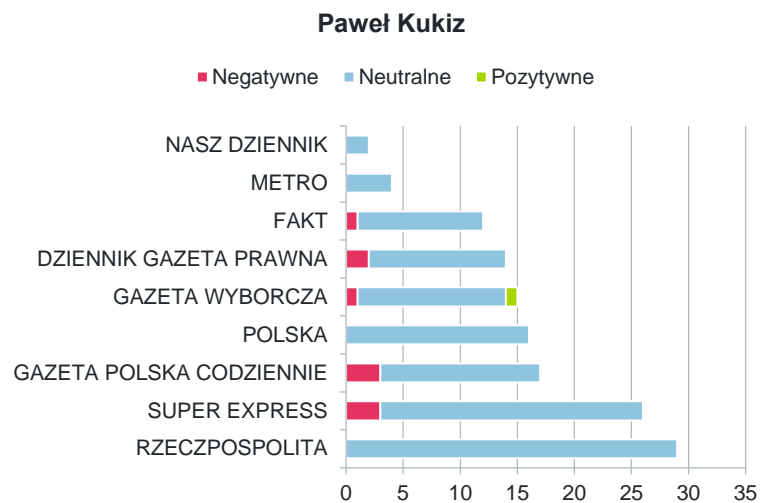
Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie - sierpień 2015 r.



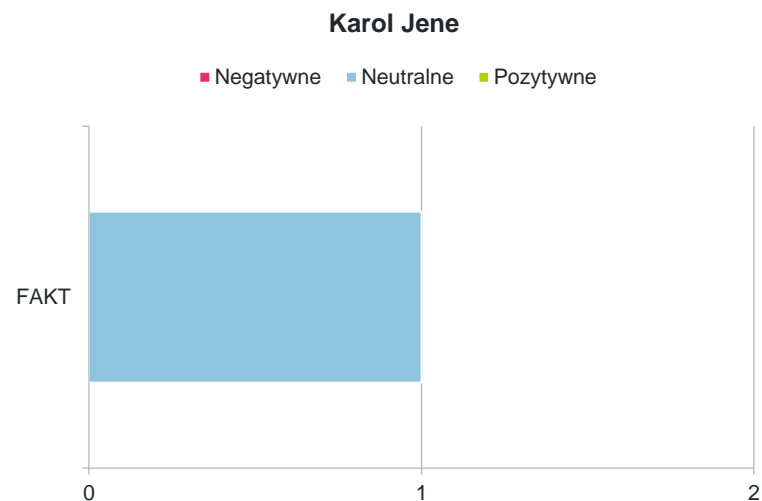
Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



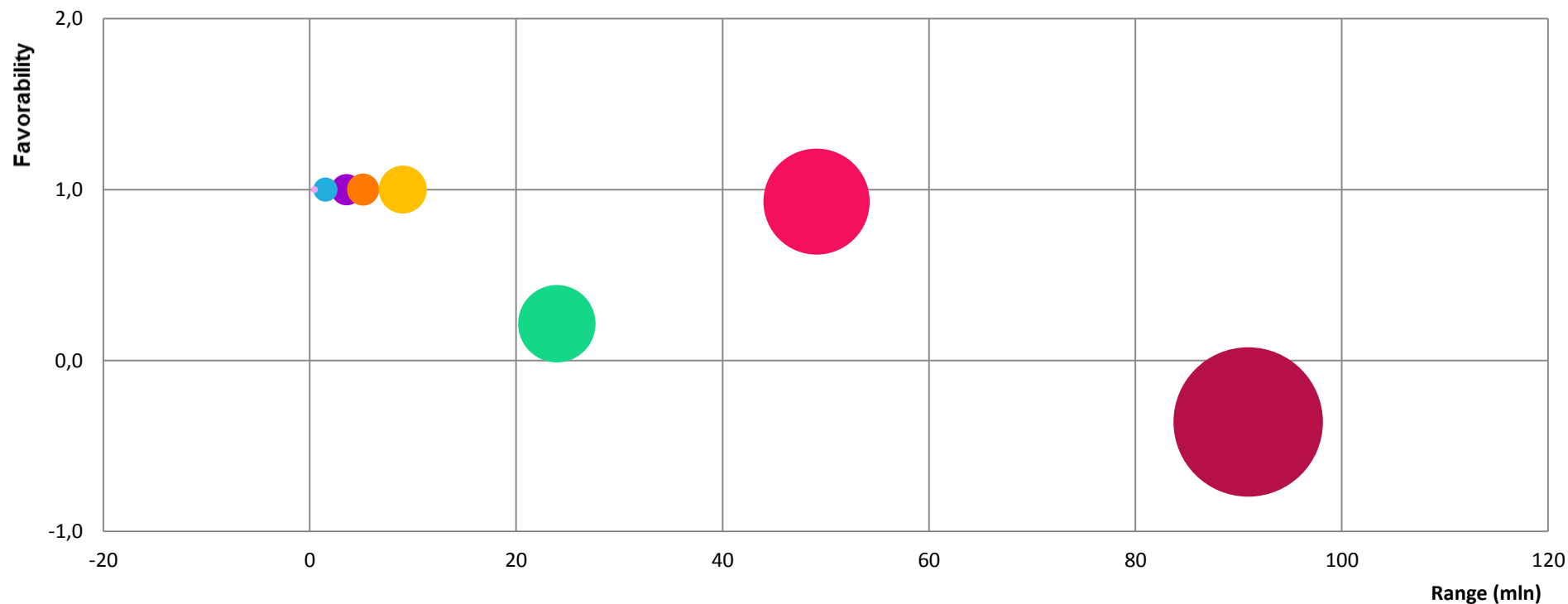
Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) cd.



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)



● Ewa Kopacz ● Jarosław Kaczyński ● Janusz Palikot ● Leszek Miller ● Janusz Piechociński ● Włodzimierz Czarzasty ● Ryszard Petru ● Paweł Kukiz ● Karol Jene

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**

