



**Raport prasowy**

# **SCENA POLITYCZNA**

grudzień 2010

## 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>
<b>Rozdział IV - Trendy.....</b>	<b>19</b>

## Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w grudniu 2010 roku, a traktujących na temat partii politycznych i liderów ugrupowań, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Artykuły poddane analizie pochodzą z monitoringu ponad 1000 tytułów prasy ogólnopolskiej, regionalnej, branżowej i specjalistycznej.

Analiza medialna objęła pięć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL i PJN, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Grzegorza Napieralskiego, Waldemara Pawlaka oraz Joannę Kluzik-Rostkowską. 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. Ponadto analizie poddano aktywność medialną prezydentów 18 miast wojewódzkich (na podstawie 1000 tytułów).

**Raport składa się z czterech 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.

▣ **Rozdział IV – Trendy**

Podsumowanie informacji prasowych na temat partii, liderów oraz prezydentów miast wojewódzkich w kolejnych analizowanych miesiącach.

## Komentarz

### Mniej polityki w grudniu

Wszystkie partie polityczne zanotowały spadek zainteresowania mediów w grudniu względem listopada. Prawo i Sprawiedliwość po raz piąty z rzędu okazało się najczęściej wymienianym ugrupowaniem w przekazach prasowych w Polsce. Jednocześnie przewaga partii Jarosława Kaczyńskiego nad drugą w zestawieniu Platformą Obywatelską w ostatnim miesiącu znacznie stopniała.

Jeszcze przed miesiącem o PiS-ie ukazało się niemal 6,7 tys. tekstów. Tymczasem w grudniu było ich mniej o około 2 tysiące. Spadek dotyczył także Platformy Obywatelskiej, chociaż w mniejszym wymiarze. O PO napisano 4,2 tys. artykułów, wobec 5,1 tys. przed miesiącem. Wiąże się to z grudniowym okresem świątecznym i mniejszym zainteresowaniem mediów polityką w drugiej połowie miesiąca.

Trzeci w klasyfikacji najbardziej medialnych partii politycznych uplasował się Sojusz Lewicy Demokratycznej (2,8 tys. publikacji) przed Polskim Stronnictwem Ludowym (2,0 tys.). Po raz pierwszy **PRESS-SERVICE Monitoring Mediów poddał badaniu obecność w środkach masowego przekazu nowego ugrupowania na polskiej scenie politycznej – Polska Jest Najważniejsza**. Partia Joanny Kluzik-Rostkowskiej w grudniu zebrała zdecydowanie najmniej publikacji – 591 i zajęła ostatnie, piąte miejsce.

### Kaczyński traci siłę przebicia

Inaczej przedstawiała się sytuacja w zestawieniu monitorowanych liderów partyjnych. Na pierwszym miejscu znalazł się premier Donald Tusk (PO), który zdecydowanie wyprzedził Jarosława Kaczyńskiego (PiS). Przewodniczący Platformy Obywatelskiej zebrał ponad dwukrotnie więcej publikacji od swojego największego konkurenta. Tusk, mimo grudniowych spadków, sam zyskał w klasyfikacji obecności w mediach. Z kolei Jarosław Kaczyński zanotował duży spadek – aż o 37,9 proc.

Raport wskazuje na najniższą liczbę informacji na temat prezesa PiS-u od początku badania przez PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, czyli od września ubiegłego roku. Dotychczasowa średnia wynosiła 2043 publikacje miesięcznie. Tymczasem w grudniu było ich 1384. O Tusku traktowało w tym okresie 2836 publikacji.

Trzecie miejsce należało do Joanny Kluzik-Rostkowskiej (394) – liderki PJN, której udział w prasie był monitorowany po raz pierwszy. Dawna szefowa kampanii prezydenckiej

Jarosława Kaczyńskiego wyprzedziła zarówno wicepremiera i ministra gospodarki – Waldemara Pawlaka (lider PSL, 320), jak i przewodniczącego SLD – Grzegorza Napieralskiego (281).

### Dzienniki nie oszczędzają Tuska

Wraz ze spadkiem liczby publikacji o Jarosławie Kaczyńskim, spadł też udział tych o wydźwięku negatywnym na jego temat w dziennikach ogólnopolskich. W grudniu tylko 22,6 proc. w niekorzystnym świetle przedstawiało dawnego premiera. Przypomnijmy, że miesiąc wcześniej było to ponad 30 proc. W związku z tym największy udział informacji negatywnych wśród liderów partyjnych zanotował Donald Tusk – 24,7 proc. Mniej miał Waldemar Pawlak (8,8 proc.), Grzegorz Napieralski (6,5 proc.) i Joanna Kluzik-Rostkowska (1,3 proc.).

Tradycyjnie niemal wszystkie teksty na temat Donalda Tuska w „Naszym Dzienniku” zostały zaklasyfikowane jako negatywne. Dziennikarze gazety napisali w ciągu miesiąca 134 takie teksty, z czego 127 miało wydźwięk negatywny wobec premiera, a siedem było neutralnych. Poza tym nieprzychylnie wobec szefa rządu publikacje pojawiały się głównie w „Rzeczpospolitej”, „Fakcie” i „Super Expressie”.

Z kolei Jarosław Kaczyński najwięcej negatywnych publikacji na swój temat mógł znaleźć w „Fakcie”, „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczpospolitej” oraz „Polsce”. Przy okazji pozostałych liderów partyjnych żaden z tytułów nie wyróżnia się w kwestii publikacji negatywnych.

Interesująco przedstawia się relacja liczby tekstów na temat lidera do sumy publikacji o jego partii politycznej. Najniższy udział w kształtowaniu wizerunku partii ma Grzegorz Napieralski. Relacja liczby materiałów o nim do informacji o SLD wyniosła zaledwie nieco ponad 10 proc. Na przeciwnym biegunie znalazł się Donald Tusk, przy okazji którego współczynnik ten wyniósł aż 68,1 proc. Niewiele mniejszy dotyczył Joanny Kluzik-Rostkowskiej – 66,7 proc. Jarosław Kaczyński odnotował 29,6 proc., a Waldemar Pawlak 16,1 proc. W grudniu Tusk zanotował wzrost udziału w wizerunku swojej partii, a Kaczyński spadek.

### Tusk w liczbach

Tytułem prasowym najczęściej publikującym o Donaldzie Tusku była zdecydowanie „Rzeczpospolita” (229 tekstów). O ponad 60 materiałów mniej na jego temat przygotowała „Gazeta Wyborcza” (165). Na dalszych miejscach znalazły się „Polska” i bardzo nieprzychylny Tuskowi „Nasz Dziennik”. Szef rządu w ciągu miesiąca 175 razy gościł na pierwszych stronach gazet. Oznacza to średnio 5,6 takich publikacji dziennie. Jednocześnie 191 razy jego nazwisko znalazło się w tytule artykułu. Ekwiwalent

reklamowy wyniósł 70,2 mln zł. We wszystkich trzech klasyfikacjach Tusk zajął zdecydowanie pierwsze miejsce wśród pięciu badanych liderów partyjnych.

### Wizerunek liderów

Na mapie benchmarkingowej, a więc wykresie prezentującym w skonsolidowany sposób wizerunek medialny liderów partii, Donald Tusk zajął najbardziej niekorzystne miejsce. Największa liczba publikacji, które trafiły do bardzo szerokiego grona odbiorców, miała najgorszy, ujemny indeks kontekstu wizerunkowego. Publikacje o Tusku osiągnęły wskaźnik potencjalnego kontaktu z czytelnikami na poziomie bliskim 300 mln. Również ujemny, ale nieco lepszy indeks kontekstu wizerunkowego odnotował Jarosław Kaczyński. Mniejsza liczba publikacji na jego temat dotarła do mniejszej liczby czytelników. Wskaźnik potencjalnego kontaktu przekroczył 150 mln. W przypadku Joanny Kluzik-Rostkowskiej było to ponad 50 mln. Mniej miał zarówno Grzegorz Napieralski, jak i Waldemar Pawlak.

Zdecydowanie najlepszy indeks kontekstu wizerunkowego uzyskała Kluzik-Rostkowska. Warto jednak nadmienić, że również ona znalazła się poniżej osi 1, a więc tej oznaczającej wizerunek neutralny. W przypadku polityków jest to jednak zjawisko zupełnie naturalne.

### Kaczyński w liczbach

Z kolei o Jarosławie Kaczyńskim najczęściej pisała „Polska” (92), „Rzeczpospolita” (88) i „Gazeta Wyborcza” (85). Nieco mniej publikacji zamieszczono w „Fakcie” (65). Na pierwszych stronach gazet polityk ten znalazł się dokładnie o sto razy mniej niż Tusk, czyli w 75-ciu przypadkach. Natomiast jego nazwisko w tytułach tekstów znalazło się 112 razy. Wartość grudniowych publikacji oszacowano na 41 mln zł.

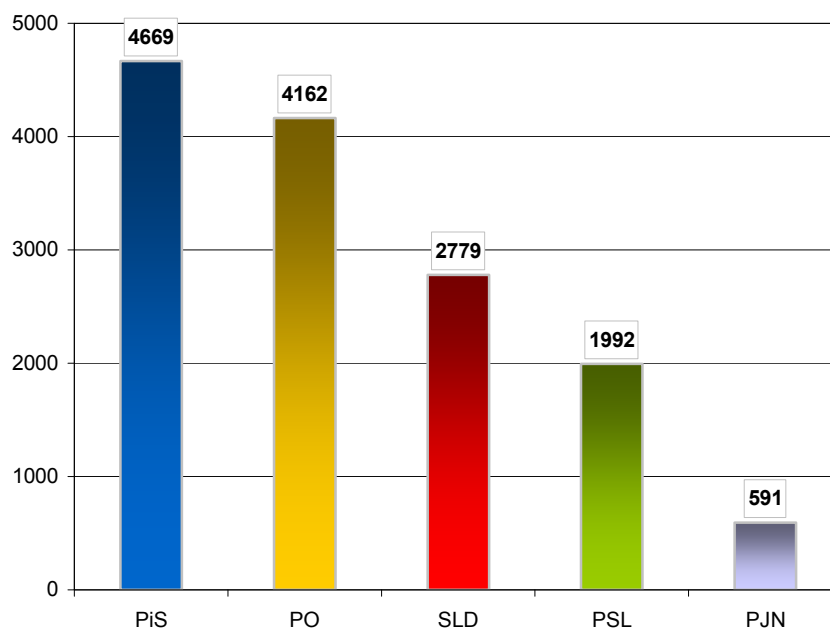
### Prezydent stolicy na czele

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów przeprowadził również badanie obecności w mediach prezydentów największych polskich miast. Analizie poddano nazwiska nowych władarzy 18 administracyjnych stolic województw.

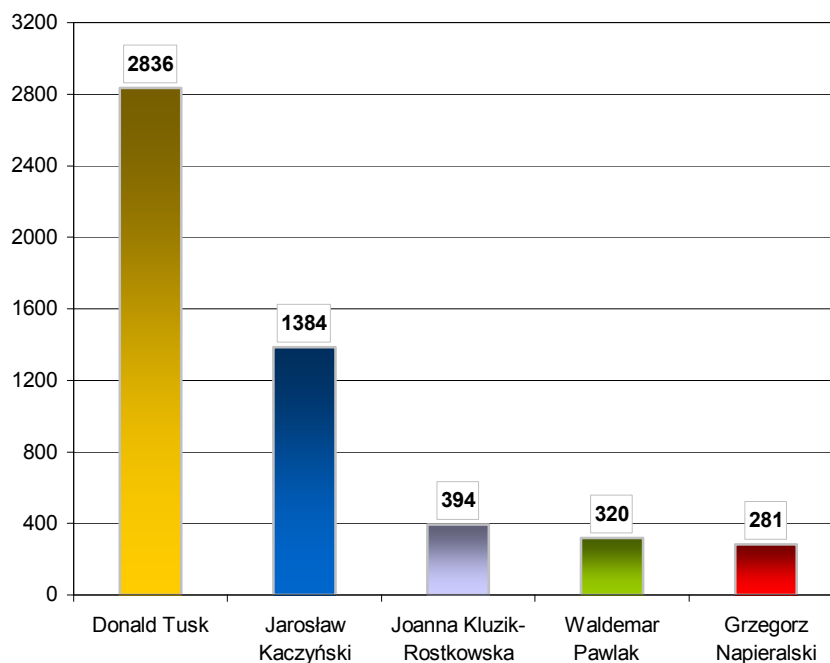
Najbardziej medialną w grudniu okazała się prezydent stolicy – Hanna Gronkiewicz-Waltz, która nieznacznie wyprzedziła Jacka Majchrowskiego (Kraków). Za tą dwójką znaleźli się nowo wybrani prezydenci – Lublina oraz Łodzi. O Krzysztofie Żuku napisano 280 tekstów, natomiast o Hannie Zdanowskiej 268. Oboje zostawili w tyle Ryszarda Grobelnego (Poznań) i Rafała Bruskiego (nowy prezydent Bydgoszczy). Dopiero na

ósmym miejscu znalazł się Rafał Dutkiewicz (Wrocław), a na dziesiątym Paweł Adamowicz (Gdańsk). Najmniej medialnymi prezydentami okazali się Piotr Uszok (Katowice) i Tadeusz Ferenc (Rzeszów).

## Rozdział I - Podsumowanie

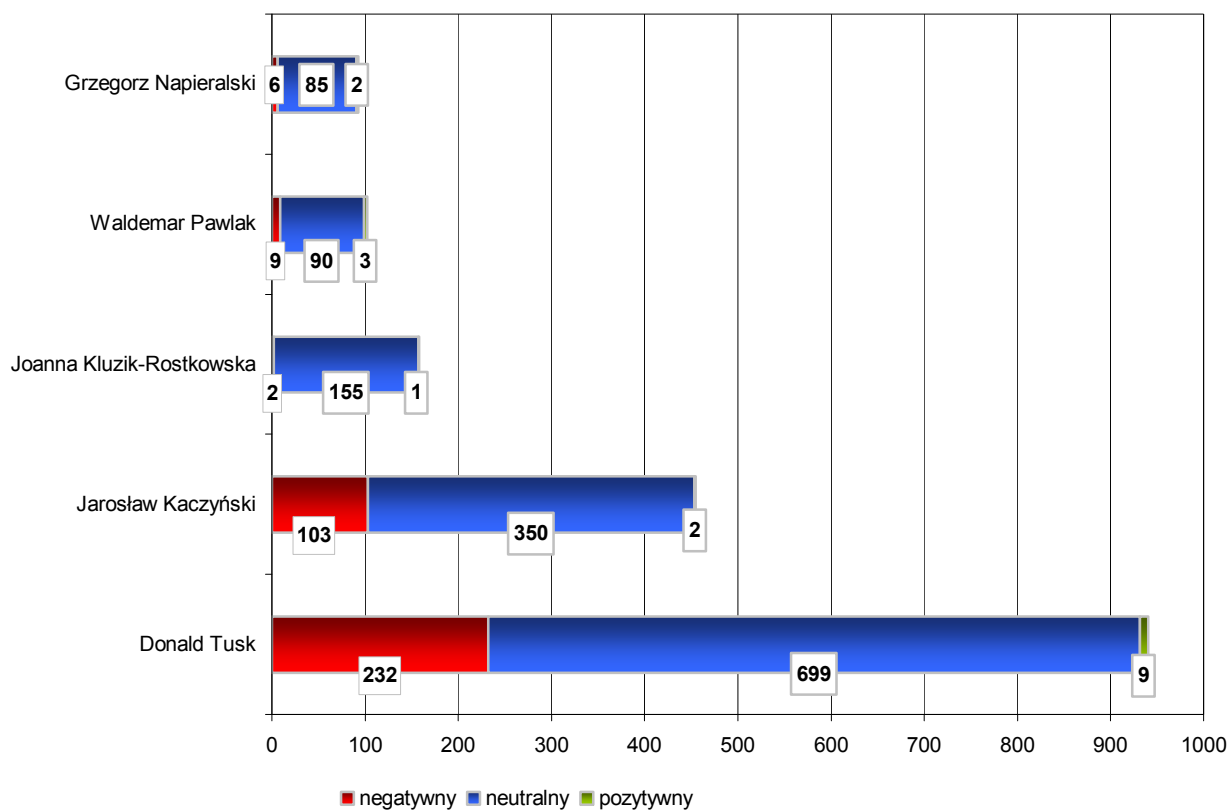


Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w grudniu 2010 r.

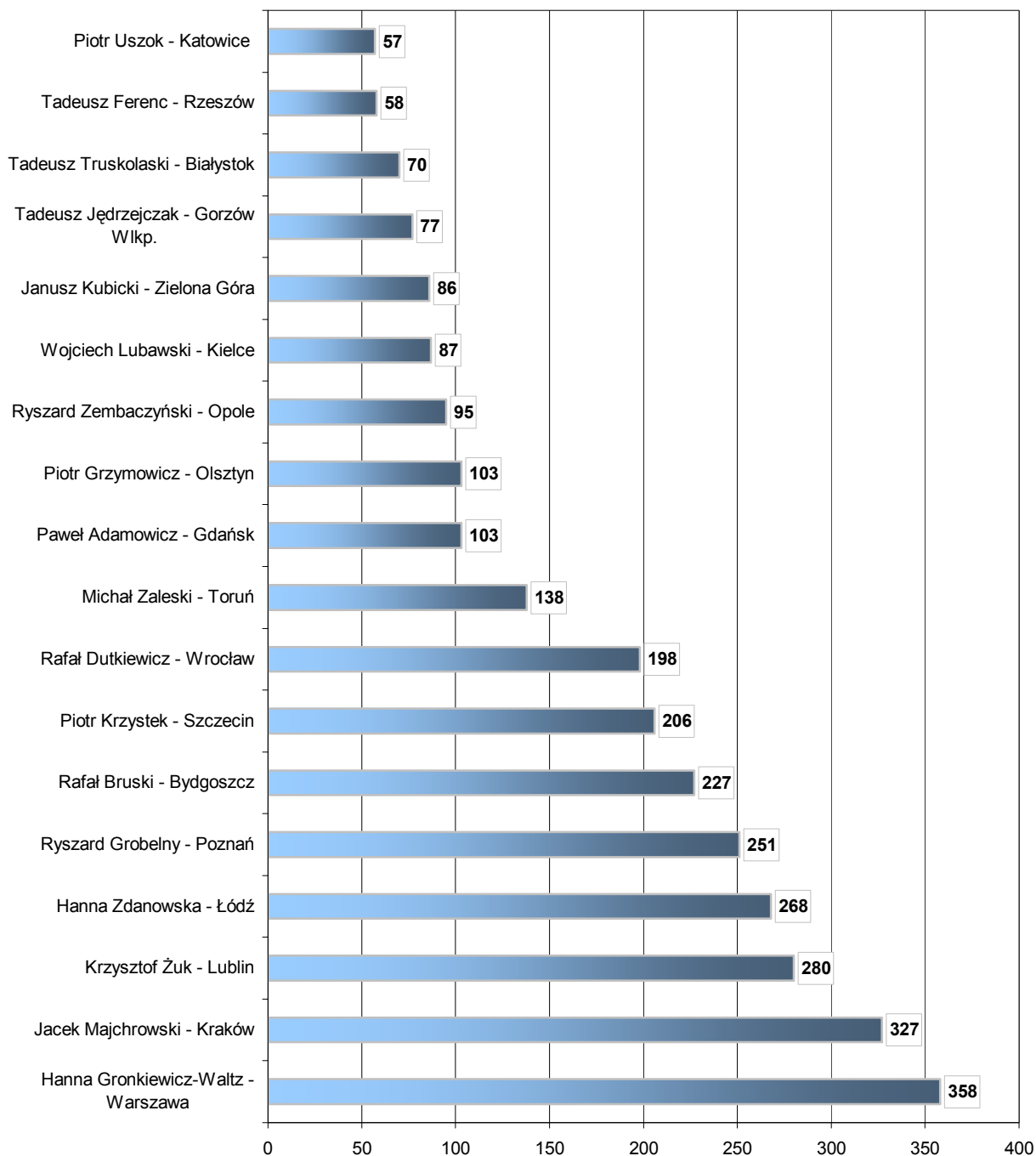


Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w grudniu 2010 r.



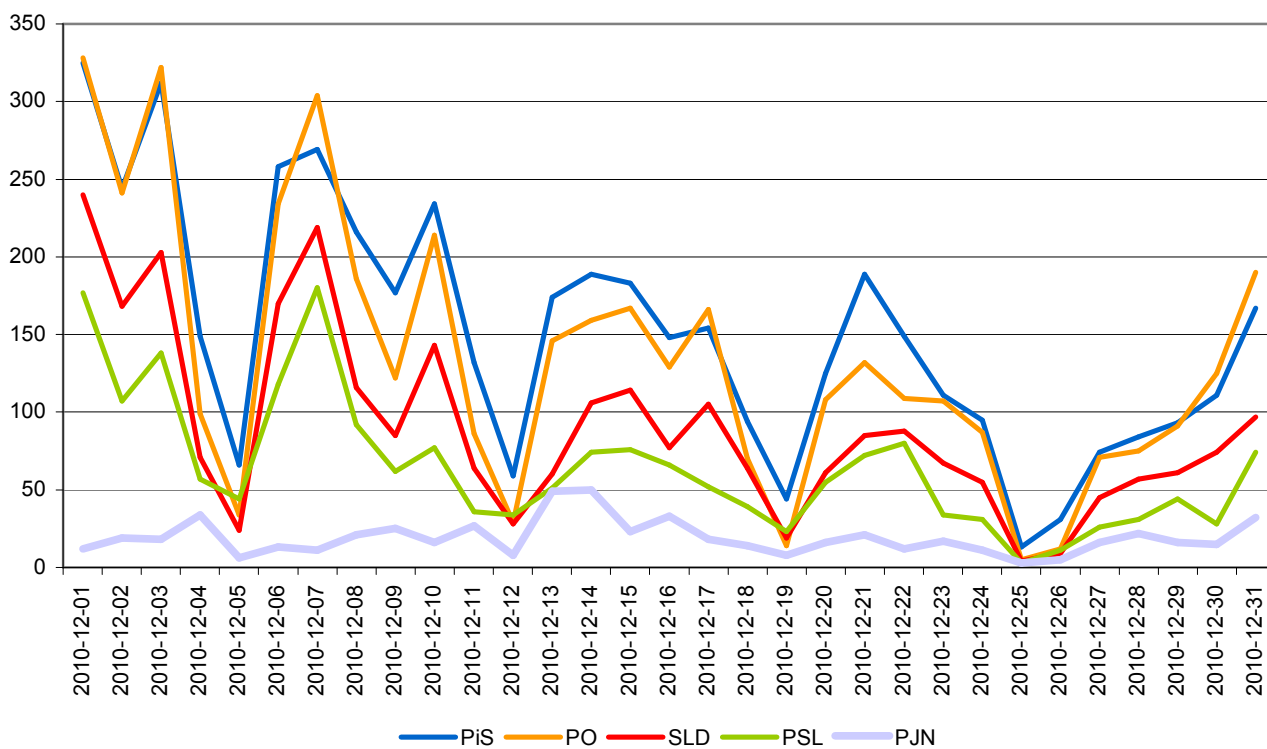


**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych w grudniu 2010 r. z uwzględnieniem wydźwięku**

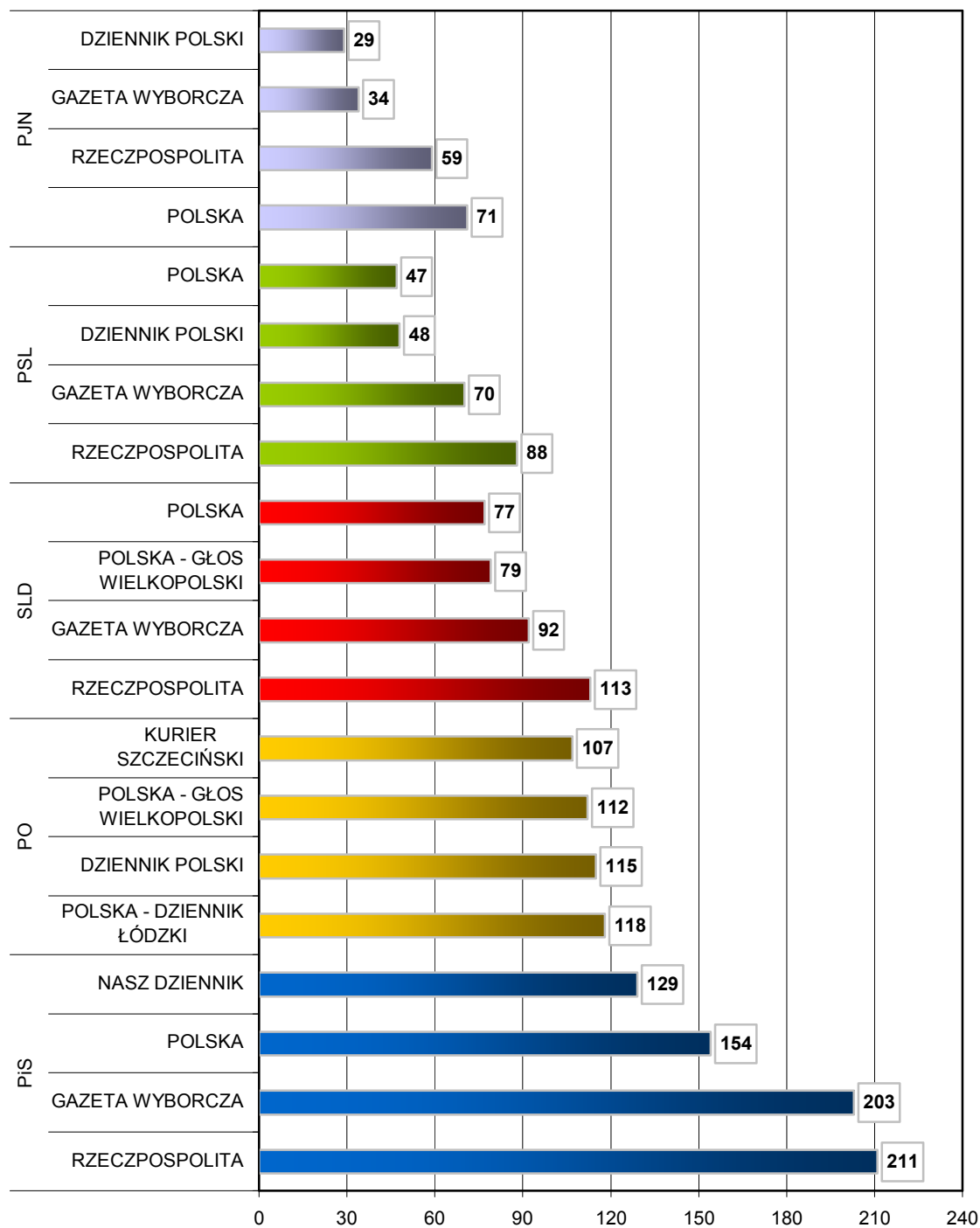


**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich w grudniu 2010 r.**

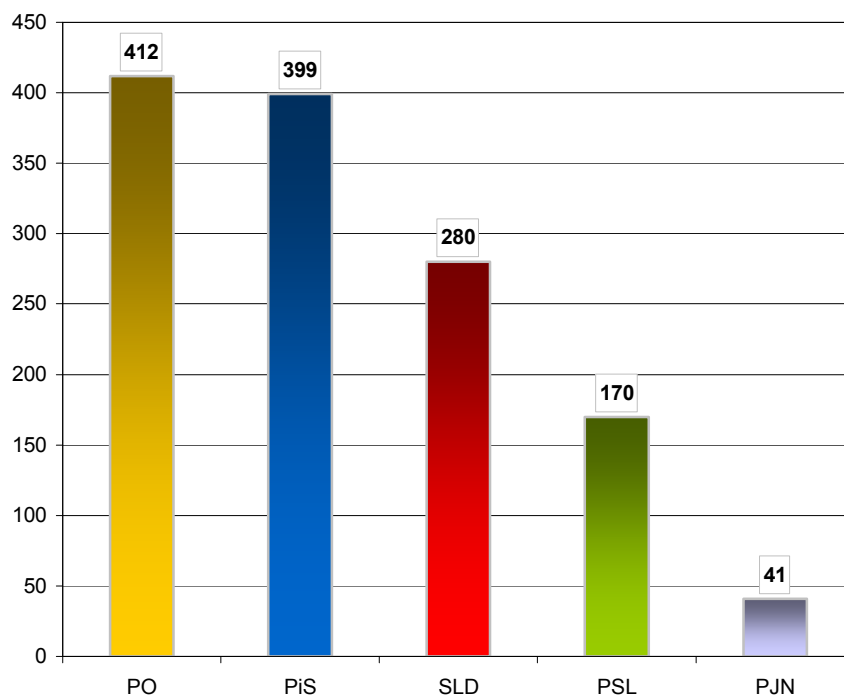
## Rozdział II - Partie polityczne



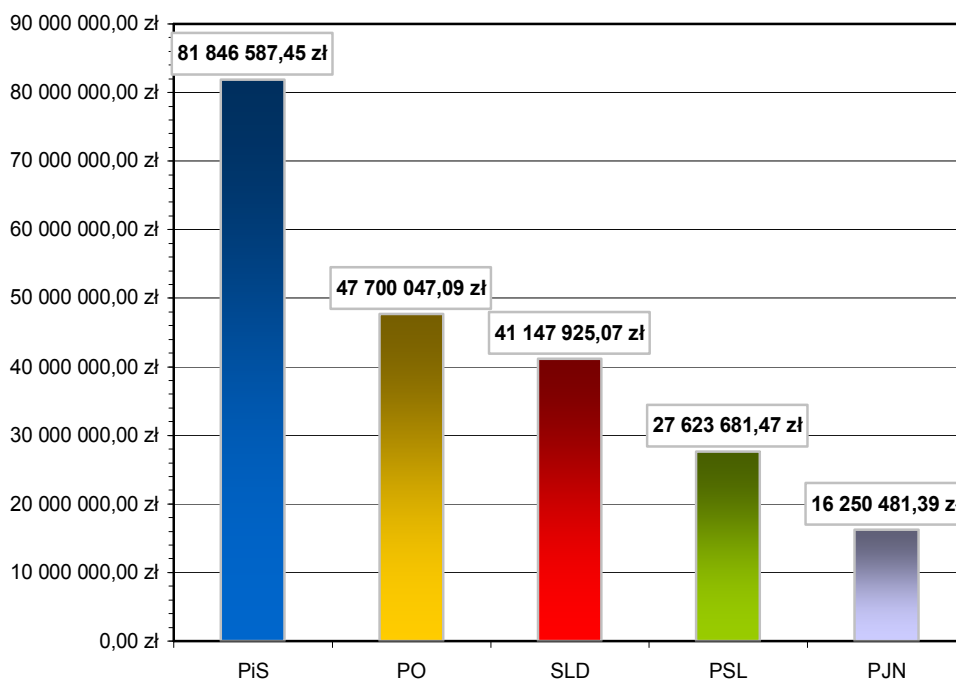
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

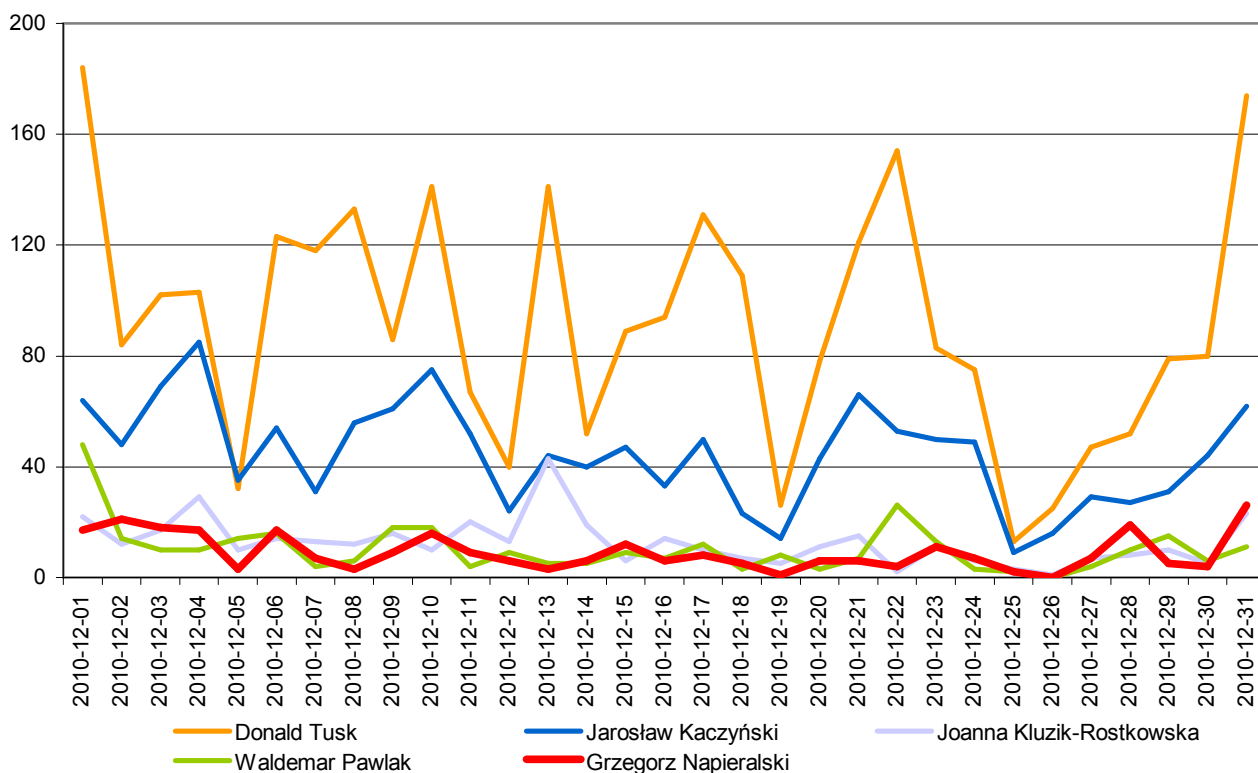


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

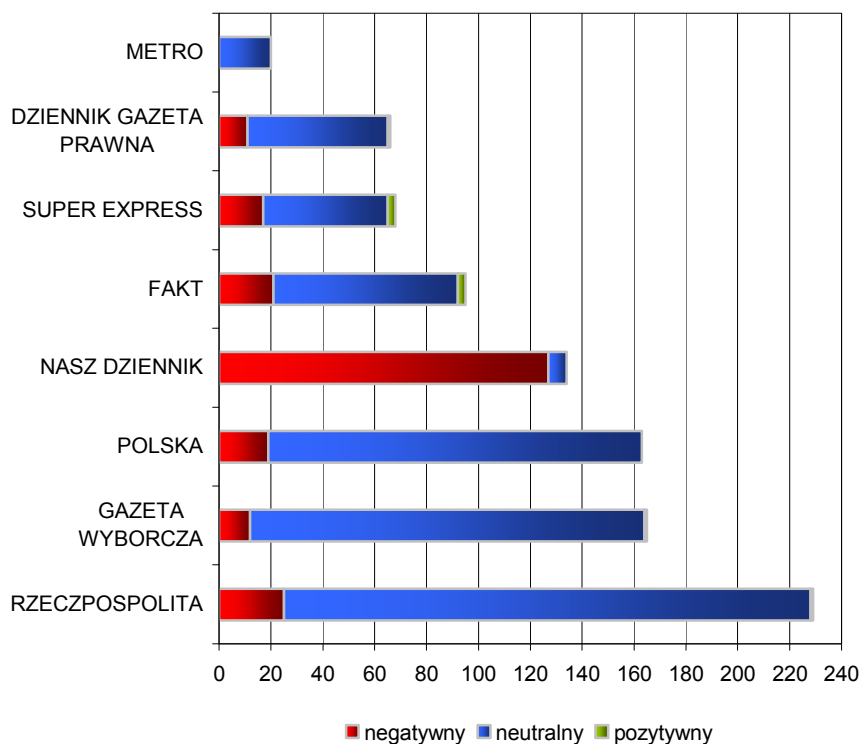


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – grudzień 2010 r.**

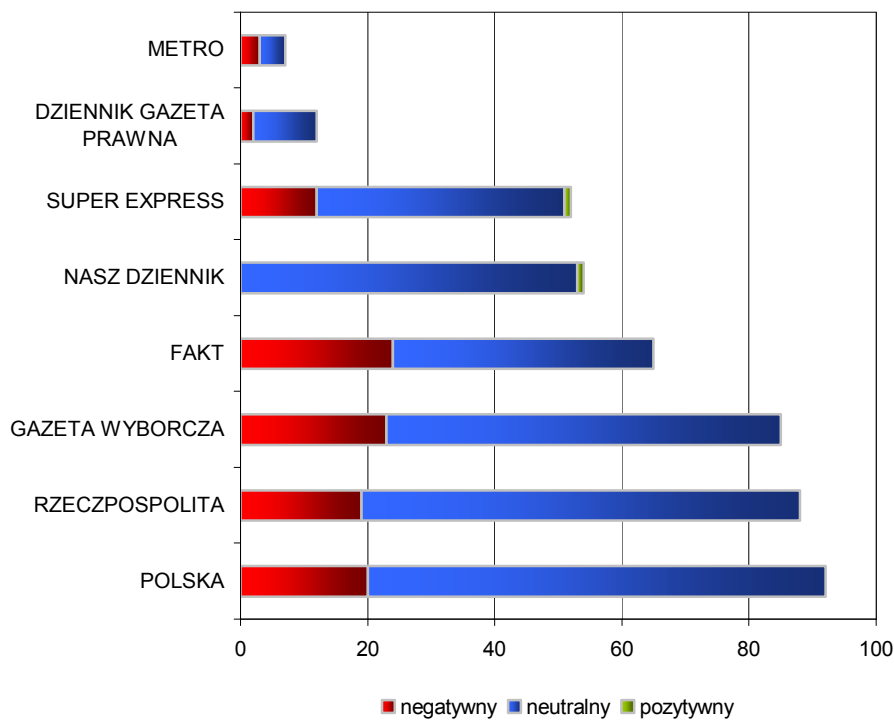
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



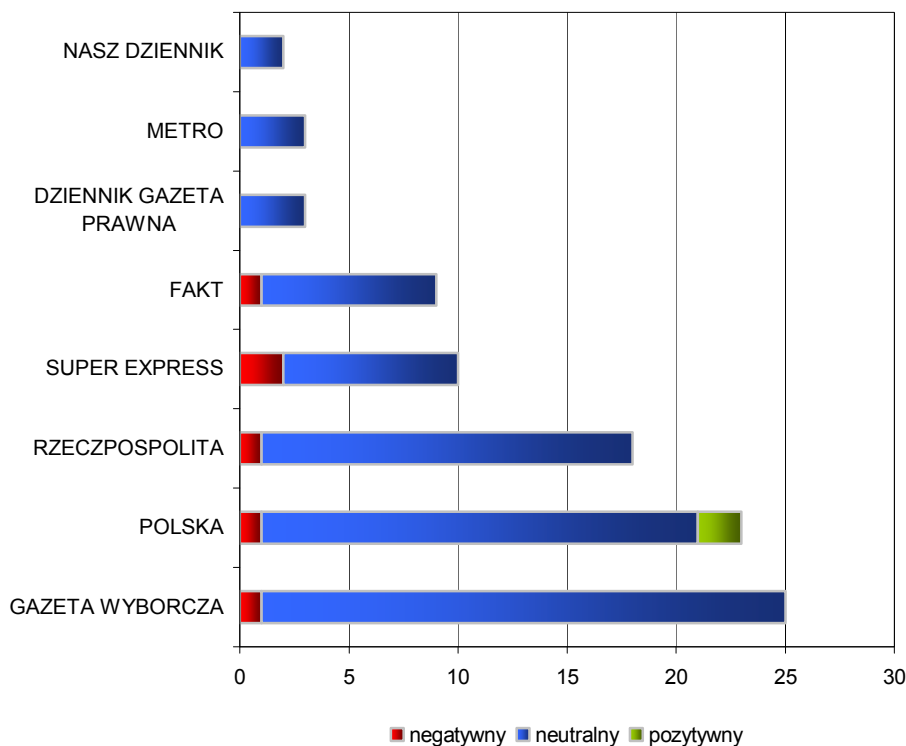
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



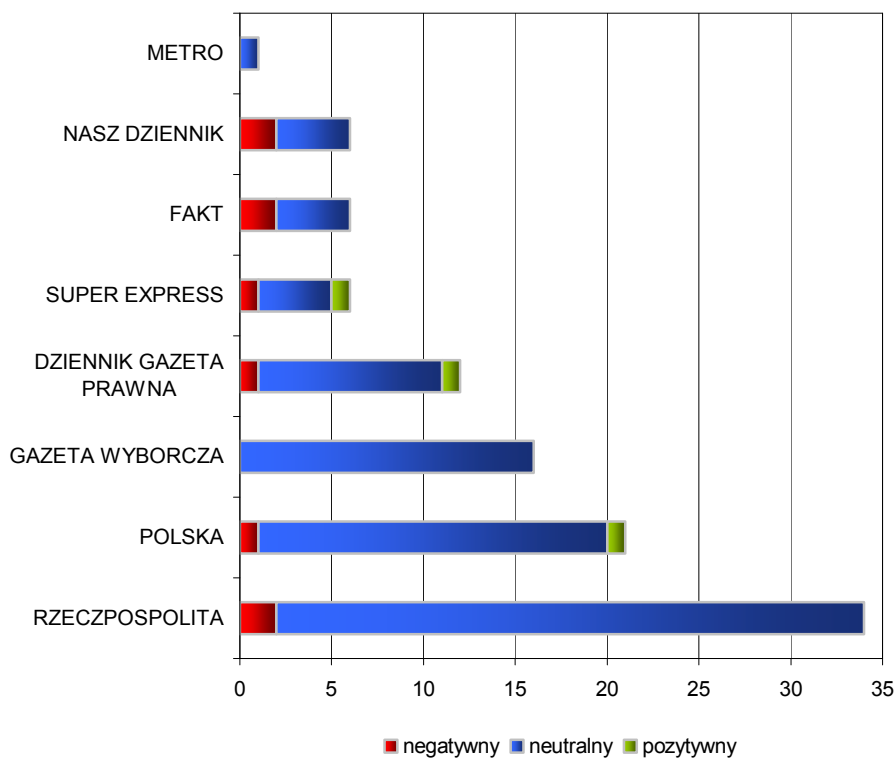
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



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

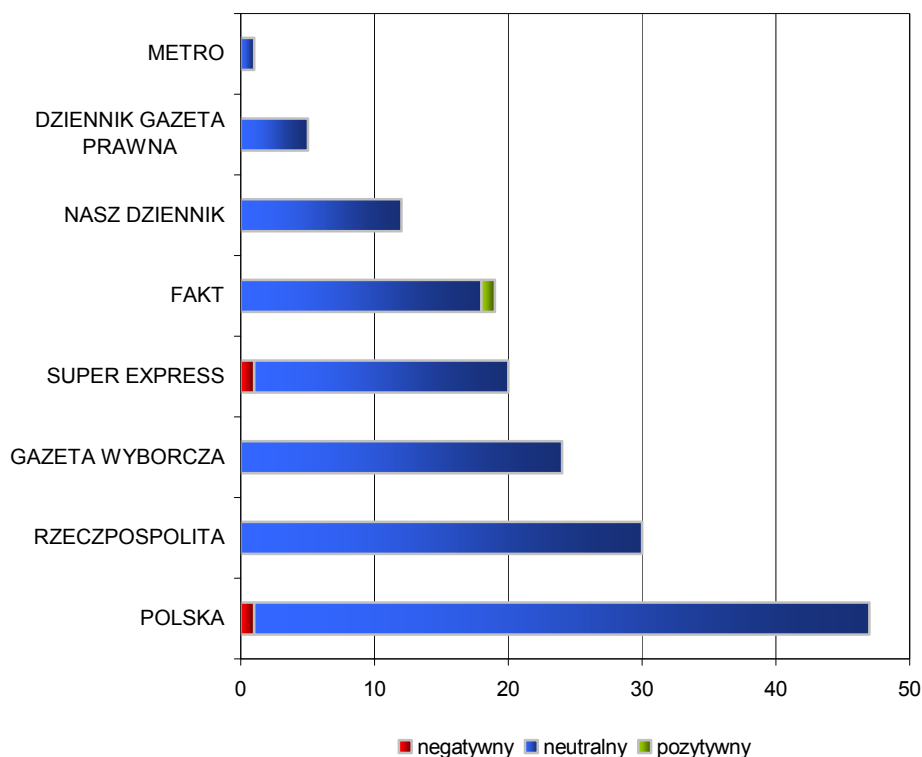


**Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Grzegorz Napieralski z uwzględnieniem wydziwku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

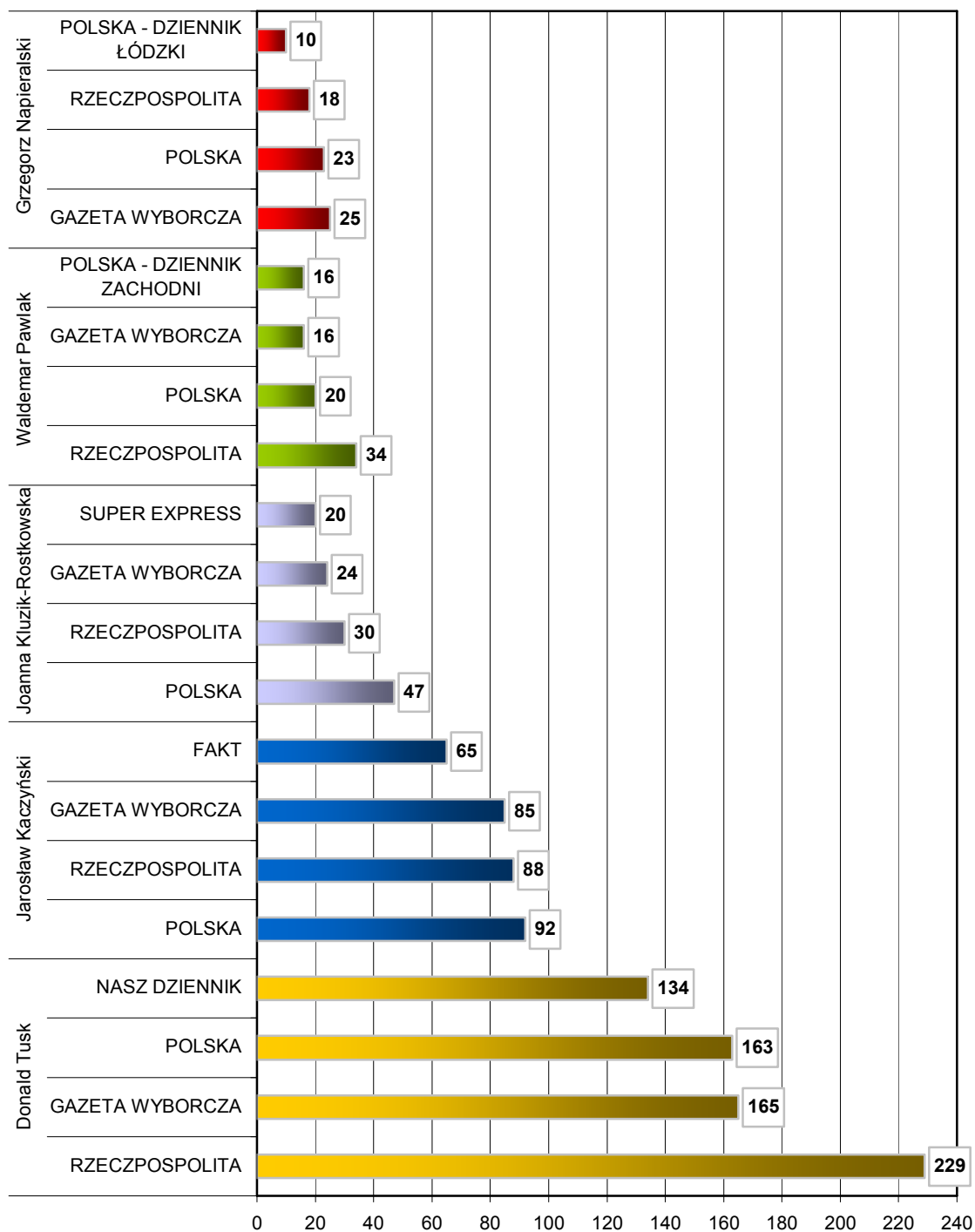


**Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydziwku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

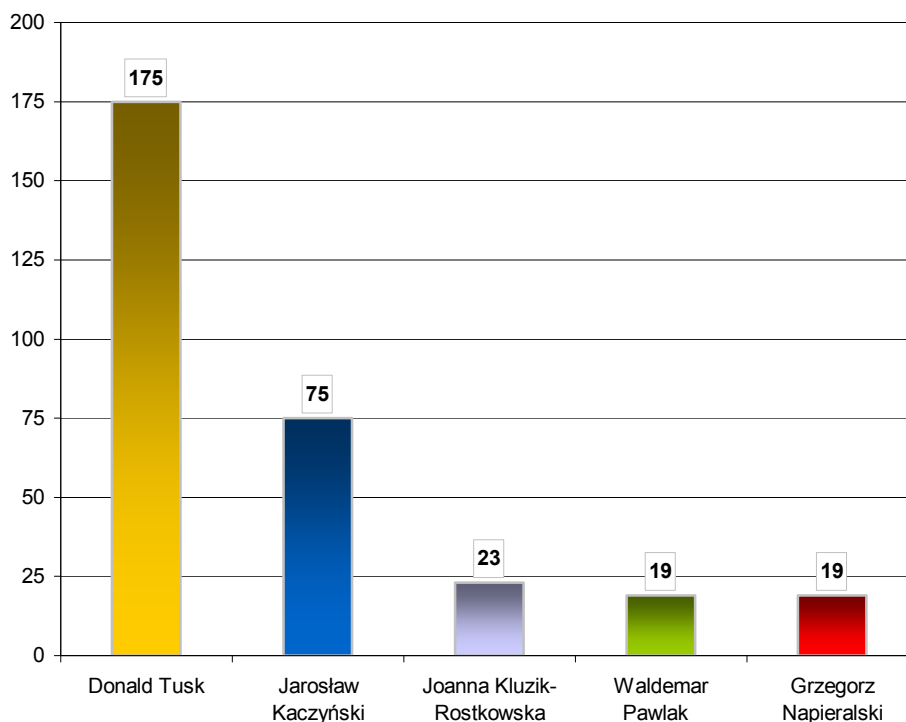




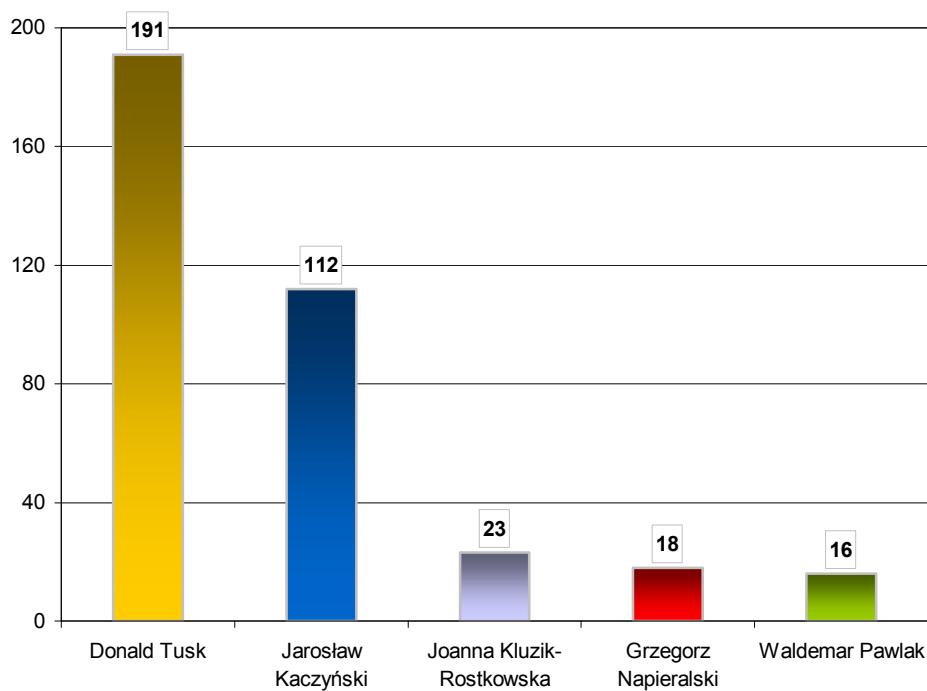
**Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiła Joanna Kluzik-Rostkowska z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



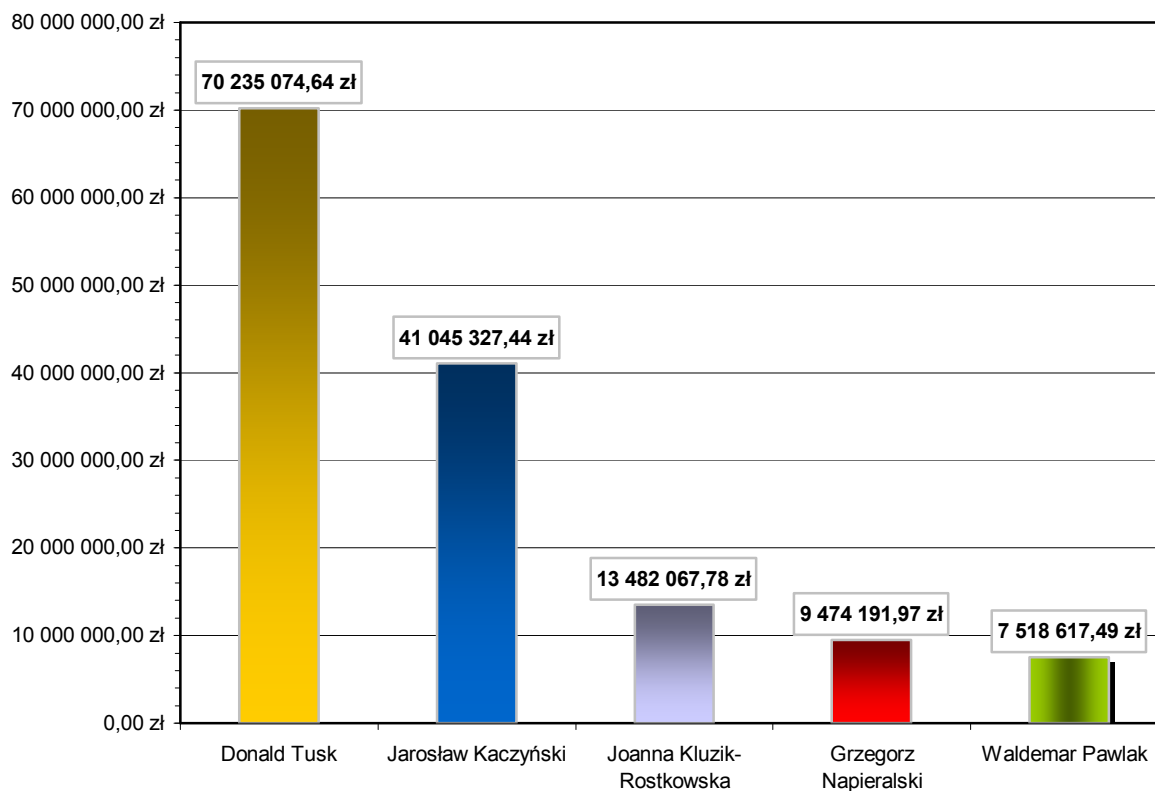
Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



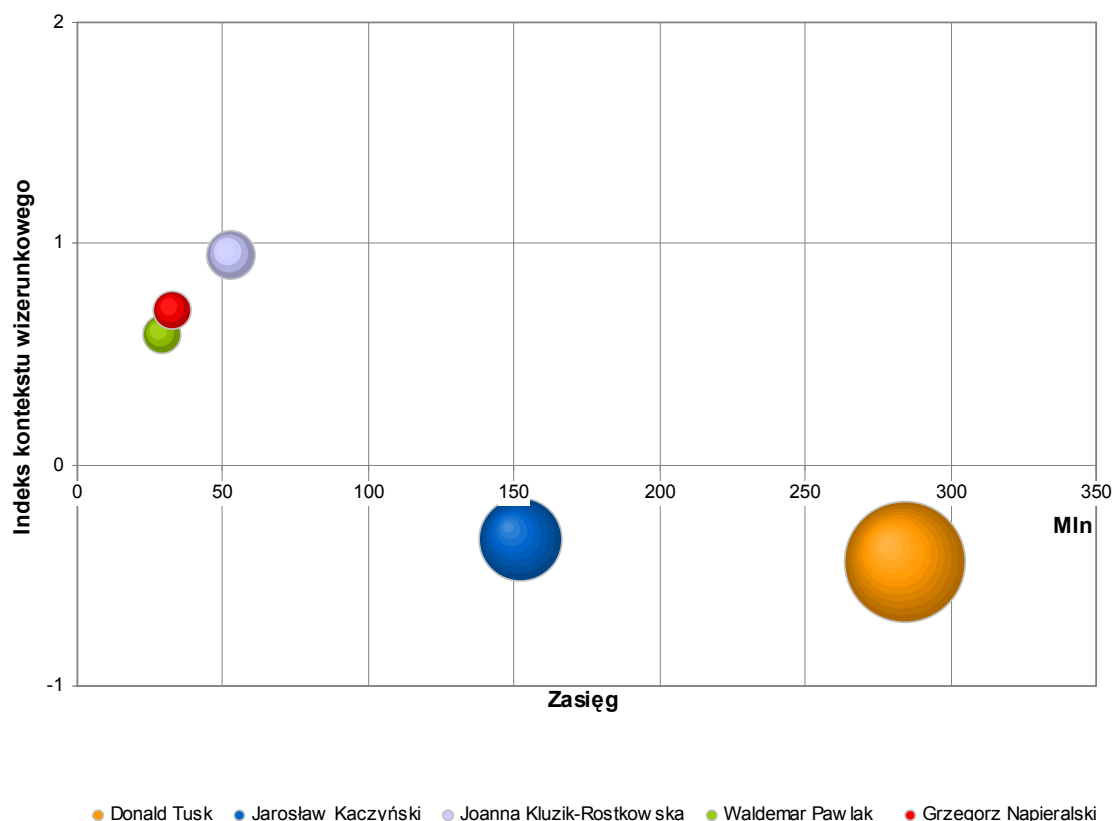
**Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**



**Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji**



**Wykres 18. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych – grudzień 2010 r.**



**Wykres 19. Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

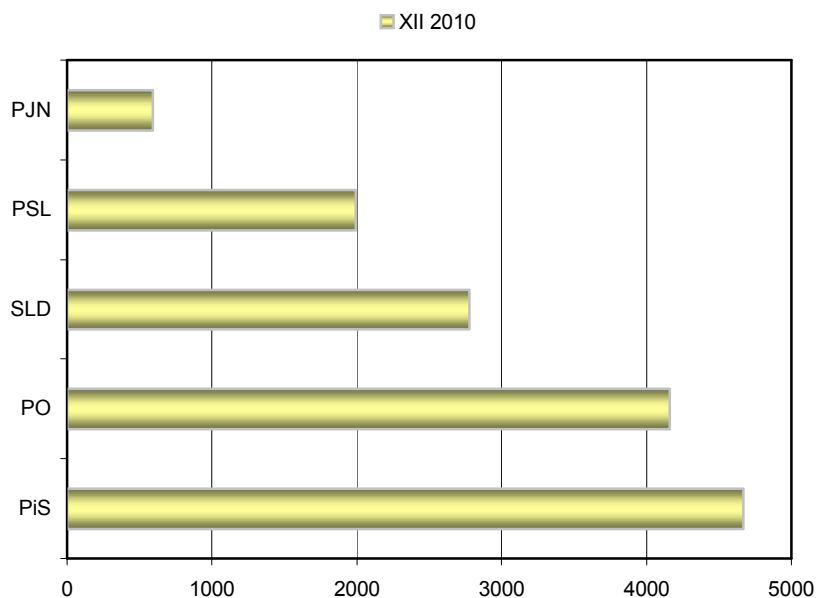
**Favorability** - indeks kontekstu wizerunkowego. Wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału negatywnego) do 5 (dla materiału pozytywnego). Wartość 1 przyjmują informacje o kontekście neutralnym.

**Range** - zasięg informacji wyrażony jest w potencjalnej liczbie kontaktów z czytelnikami.

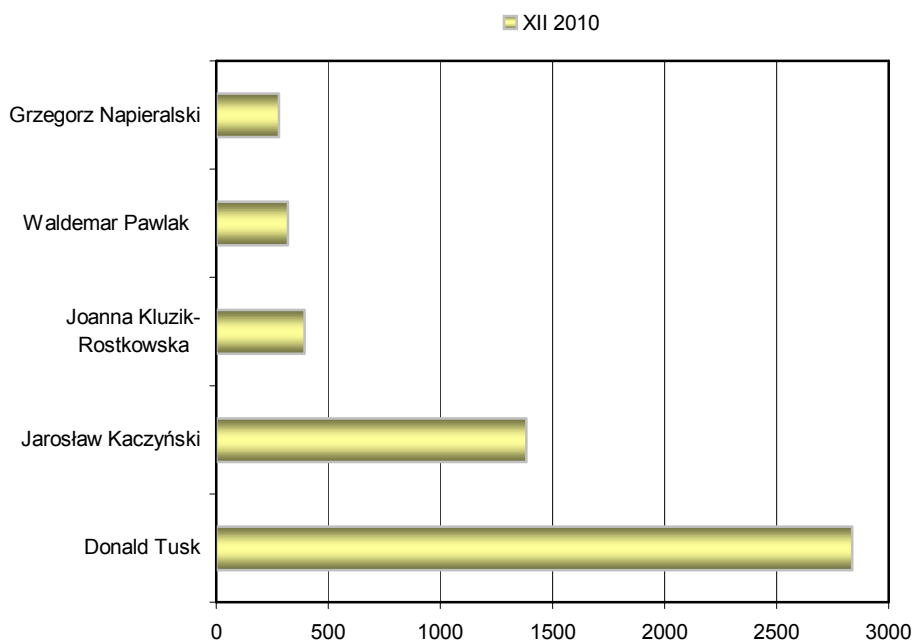
**Wielkość kuli** - oznacza liczbę publikacji.

**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).

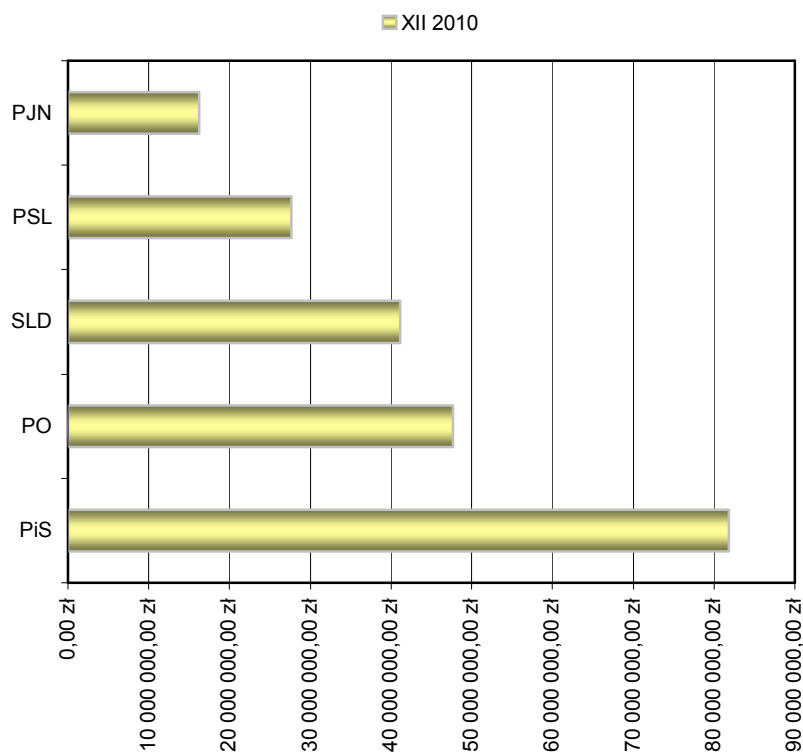
## Rozdział IV - Trendy



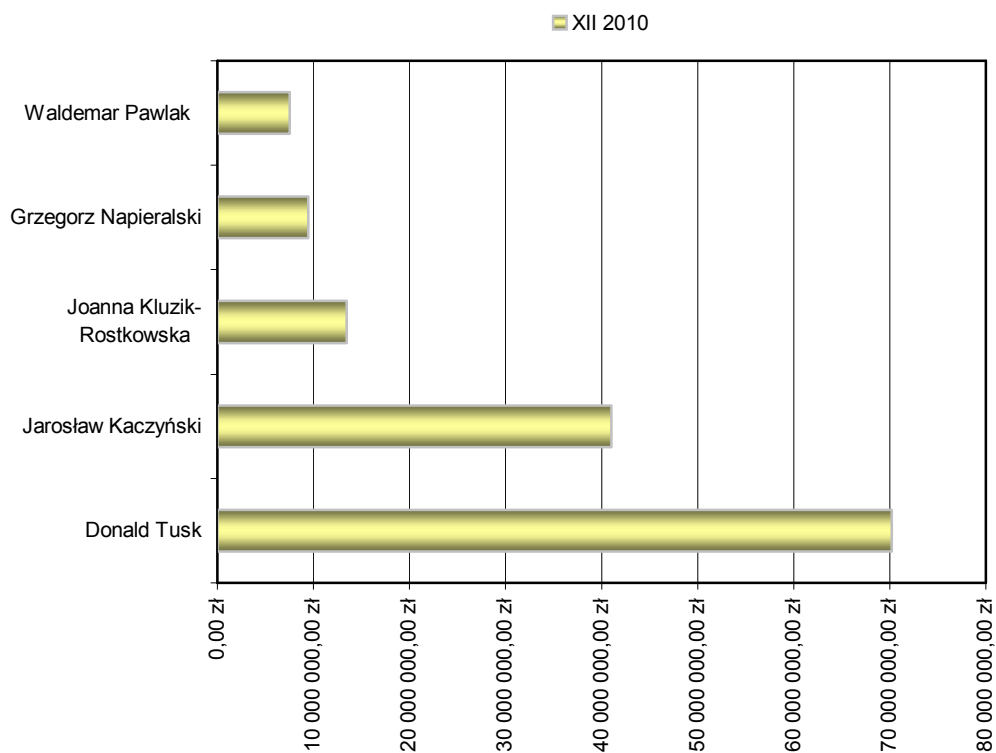
**Wykres 20. Suma publikacji prasowych na temat partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



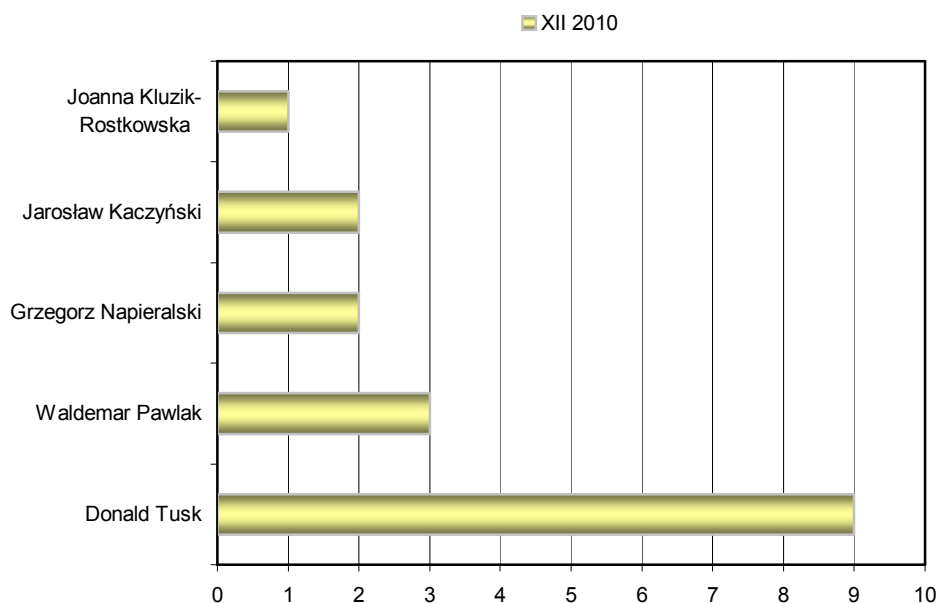
**Wykres 21. Suma publikacji prasowych na temat liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



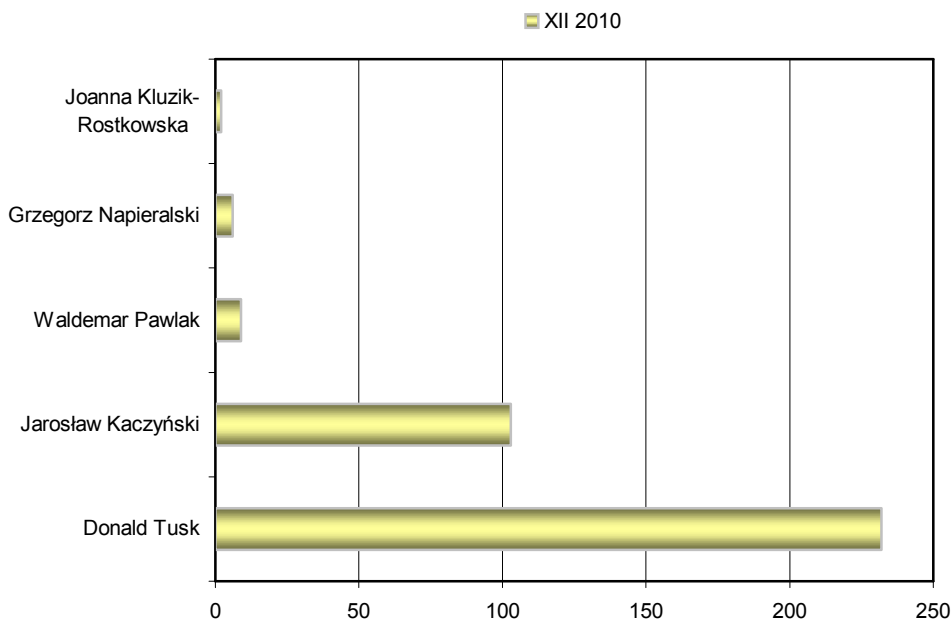
**Wykres 22. Suma ekwiwalentu reklamowego dla partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**Wykres 23. Suma ekwiwalentu reklamowego dla liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)

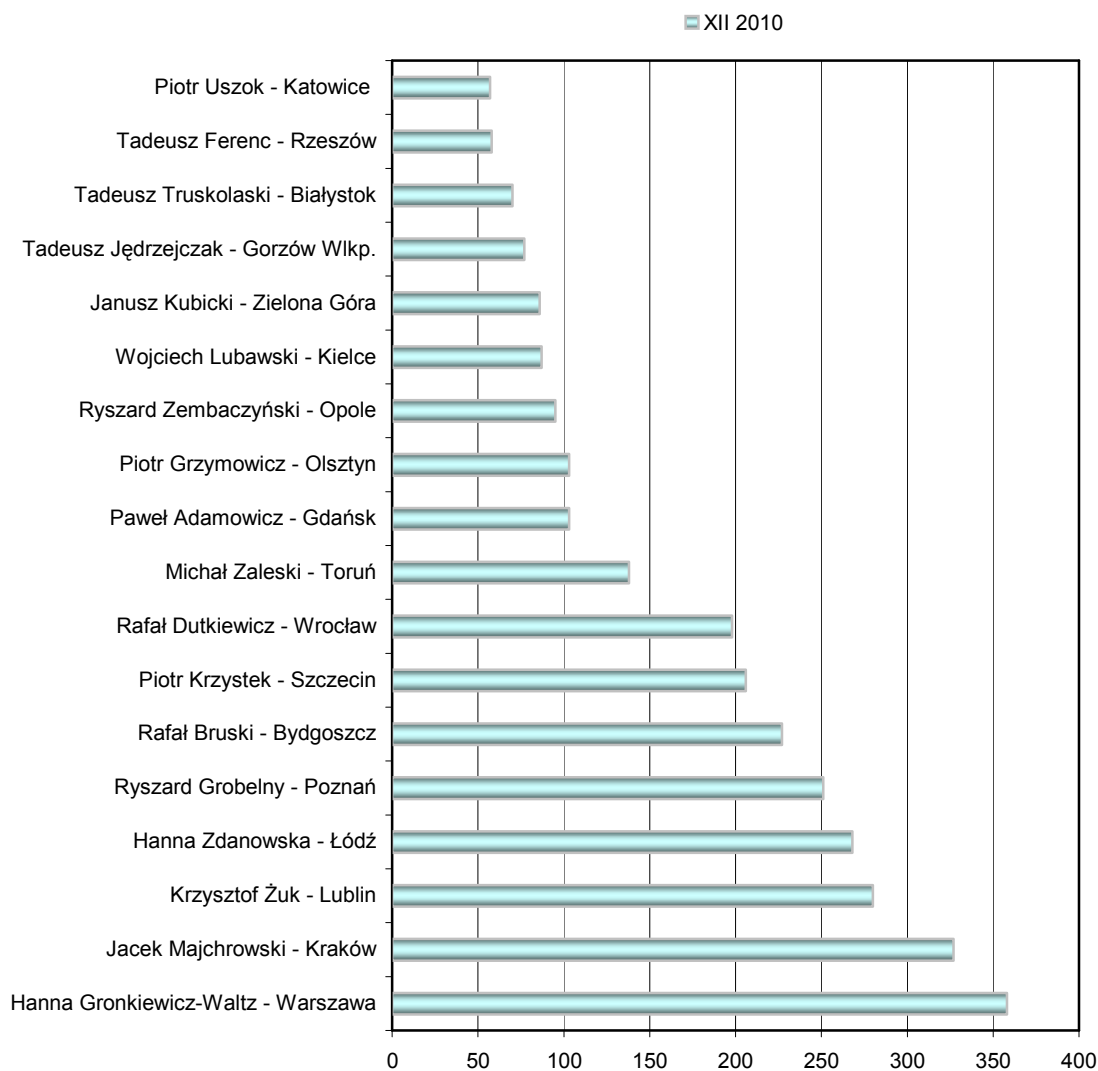


**Wykres 24. Suma publikacji o wydźwięku pozytywnym na temat liderów partii politycznych w najpopularniejszych dziennikach ogólnoinformacyjnych** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**Wykres 25. Suma publikacji o wydźwięku negatywnym na temat liderów partii politycznych w najpopularniejszych dziennikach ogólnoinformacyjnych** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)





**Wykres 26. Suma publikacji prasowych na temat prezydentów 18 miast wojewódzkich** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**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)