



**PRESS  
SERVICE**  
monitoring mediów



**Raport prasowy**

# **SCENA POLITYCZNA**

grudzień 2011

## 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 grudniu 2011 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 pięć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL i RP, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Grzegorza Napieralskiego oraz Waldemara Pawlaka i Janusza Palikota. 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. 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

### Wszystkie partie notują spadki

Zainteresowanie polityką w grudniu ponownie zmniejszyło się. To już drugi taki miesiąc z rządu. W końcówce roku o partiach politycznych mających reprezentacje w parlamencie opublikowano 9,8 tys. materiałów prasowych, czyli o przeszło 17 proc. mniej w porównaniu do listopada. Warto przypomnieć, że w ubiegłym miesiącu spadek wynosił 53 proc., na co znaczący wpływ miało zakończenie kampanii wyborczej.

Dziennikarze mniej pisali o wszystkich partiach, a największy spadek odnotował Ruch Palikota. W ciągu 31 dni grudnia na temat tego ugrupowania pojawiło się 899 informacji, czyli średnio tylko 29 dziennie. Dla porównania o PiS-ie każdego dnia publikowano przeciętnie 115 materiałów, których łączna liczba wyniosła ponad 3,5 tys. Prawo i Sprawiedliwość po raz kolejny okazało się najczęściej wymienianą w prasie partią polityczną. Drugie miejsce zajęła Platforma Obywatelska (2,4 tys.), a trzecie Sojusz Lewicy Demokratycznej (1,8 tys.).

Z analizy po raz kolejny już wynika, że wielkość reprezentacji w parlamencie nie przekłada się na to, ile miejsca danej partii poświęcają media. Czwartą pozycję zajęło Polskie Stronnictwo Ludowe (1,2 tys.), a piątą wspomniany Ruch Palikota (0,9 tys.) – trzecie pod względem liczby posłów ugrupowanie w Sejmie.

### Tusk ponownie przed Kaczyńskim

Tymczasem sam Janusz Palikot generował wokół swojej osoby niemal tyle szumu, ile cała jego partia. Uplasował się też na trzecim miejscu wśród najbardziej medialnych liderów politycznych. Wyprzedzili go tylko premier Donald Tusk oraz Jarosław Kaczyński. Palikot zyskał sobie zdecydowaną przewagę nad przewodniczącym partii koalicyjnej - Waldemarem Pawlakiem, a także łącznie nad oboma liderami SLD – Grzegorzem Napieralskim (do 10 grudnia) i Leszkiem Millerem (od 10 grudnia).

Nierzadko zdarzało się również, że na temat Palikota pojawiało się więcej publikacji niż o Jarosławie Kaczyńskim. W grudniu zanotowano aż osiem takich dni. Z kolei 12 grudnia drugim najbardziej medialnym liderem politycznym w Polsce był Leszek Miller. Dwa dni wcześniej członkowie partii wybrali go na stanowisko przewodniczącego, natomiast dzień ten był pierwszym roboczym od tego momentu, stąd duża liczba publikacji akurat 12.

## Nazwiska przyciągające uwagę

Okazuje się, że nazwisko Janusza Palikota ponadprzeciętnie często pojawia się w tytułach publikacji prasowych. W grudniu analitycy wyszukali aż 173 takie materiały, a więc zaledwie o 17 mniej niż w przypadku premiera. Palikot wyprzedził pod tym względem Kaczyńskiego (96), Millera (80), Pawlaka (36) oraz Napieralskiego (14). Natomiast klasyfikacja występowania na pierwszych stronach tytułów prasowych jest już bardziej proporcjonalna do ogólnej liczby publikacji. Na pierwszym miejscu znalazł się ze zdecydowaną przewagą Tusk (149), na drugim Kaczyński (49), a dalej kolejno Palikot (41), Miller (20) i Pawlak (12).

O szefie rządu najczęściej pisała „Rzeczpospolita”, natomiast drugie miejsce w zestawieniu zajęła „Gazeta Wyborcza”. Podobna sytuacja dotyczy Janusza Palikota i Waldemara Pawlaka. Odwrotnie jest w przypadku Jarosława Kaczyńskiego i Leszka Millera. O tych dwóch politykach najczęściej pisała „Gazeta Wyborcza”, a druga była „Rzeczpospolita”.

## Pod ostrzałem, czyli kto kogo atakuje

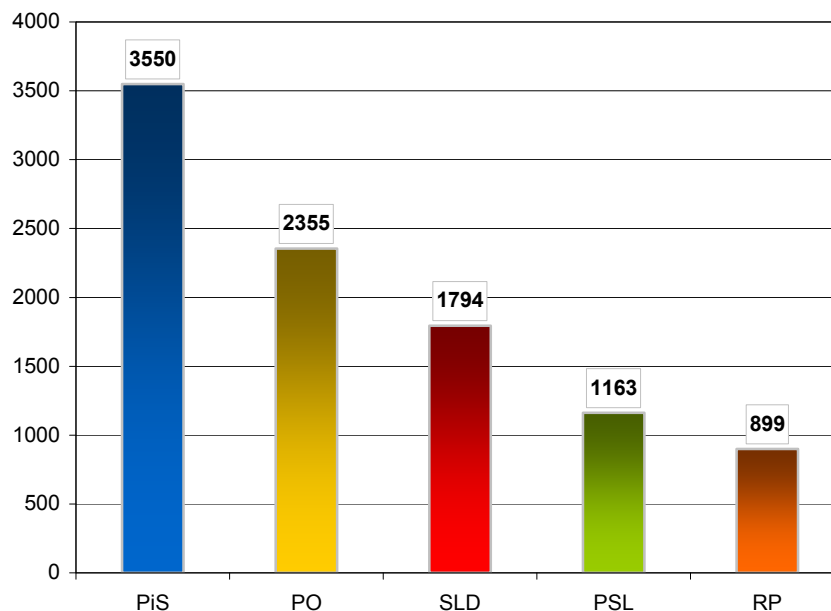
Najczęściej krytykowanym w grudniu politykiem drugi miesiąc z rzędu okazał się Donald Tusk. Odsetek publikacji w dziennikach ogólnopolskich negatywnie wpływających na jego wizerunek wyniósł 37 proc. To o sześć punktów procentowych mniej niż w listopadzie. Jak zwykle najmocniej na ten wynik wpłynęła krytyka „Naszego Dziennika” i „Gazety Polskiej Codziennie”. W tytułach tych odsetek znacznie przekraczał 90 proc. W grudniu premiera mocno krytykowano w trzeciej najbardziej poczytnej gazecie w kraju – „Super Expressie”, gdzie znalazło się aż 61 proc. nieprzychylnych treści.

Drugie miejsce wśród najbardziej krytykowanych polityków należy do Jarosława Kaczyńskiego. 34 proc. publikacji na jego temat miało wydźwięk negatywny. Oznacza to wzrost względem listopada o dwa punkty procentowe. Rozkład materiałów negatywnych o dawnym premierze był jednak bardziej różnorodny. Najwięcej z nich znalazło się w dwóch najlepiej sprzedających się tytułach w kraju – „Gazecie Wyborczej” i „Fakcie”. Na przeciwnym biegunie znalazły się „Nasz Dziennik” oraz „Gazeta Polska Codziennie”, w których analitycy nie odnotowali żadnej negatywnej publikacji.

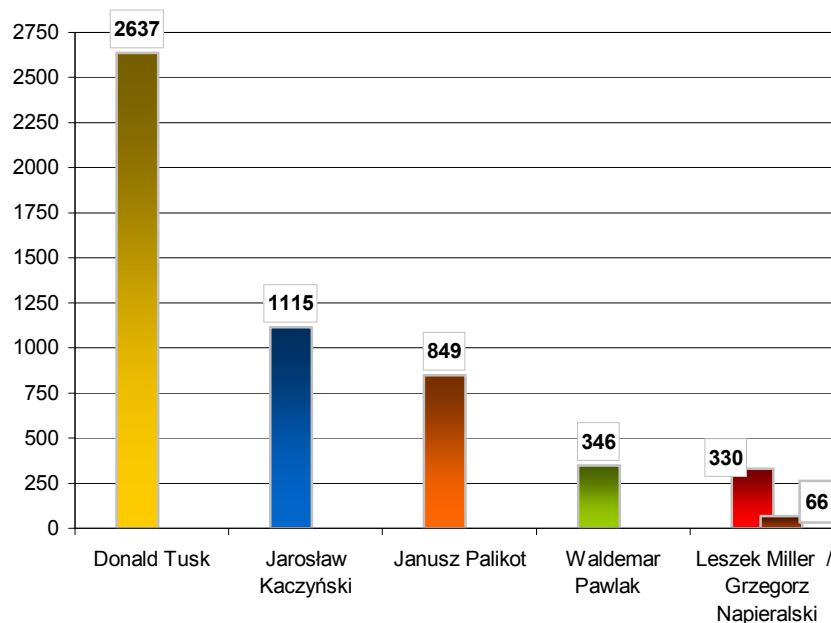
30 proc. krytycznych treści w dziennikach ogólnopolskich zanotował Janusz Palikot. Czwarte miejsce należało do Leszka Millera (23 proc.), a piąte do Waldemara Pawlaka (17 proc.). Ze znacznie mniejszą krytyką spotykał się Grzegorz Napieralski (15 proc.), który jeszcze niedawno, w trakcie oraz po nieudanej kampanii bił pod tym względem rekordy. Przypomnijmy, że w październiku aż 53 proc. tekstów w dziennikach

ogólnopolskich na jego temat miało charakter negatywny. Tym razem Napieralskiego krytykowały głównie tytuły, które jednocześnie poświęcały mu niewiele miejsce – „Gazeta Polska Codziennie”, „Super Express” i „Nasz Dziennik”.

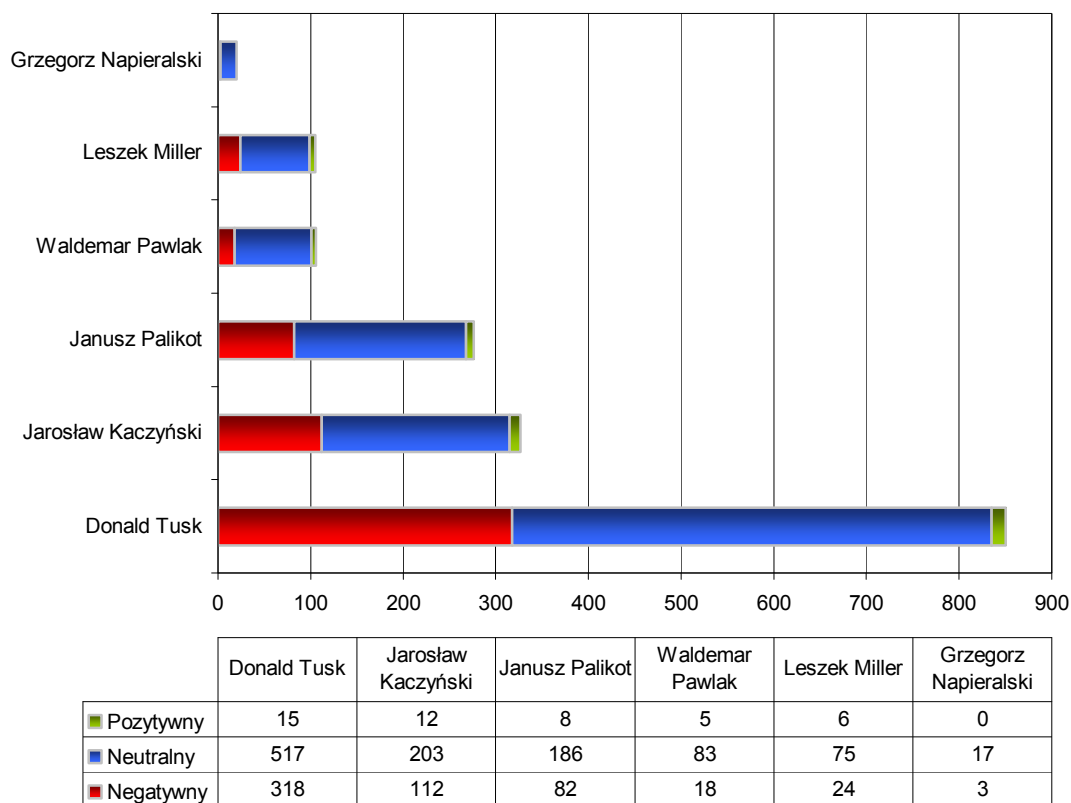
## Rozdział I - Podsumowanie



Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w grudniu 2011 r.

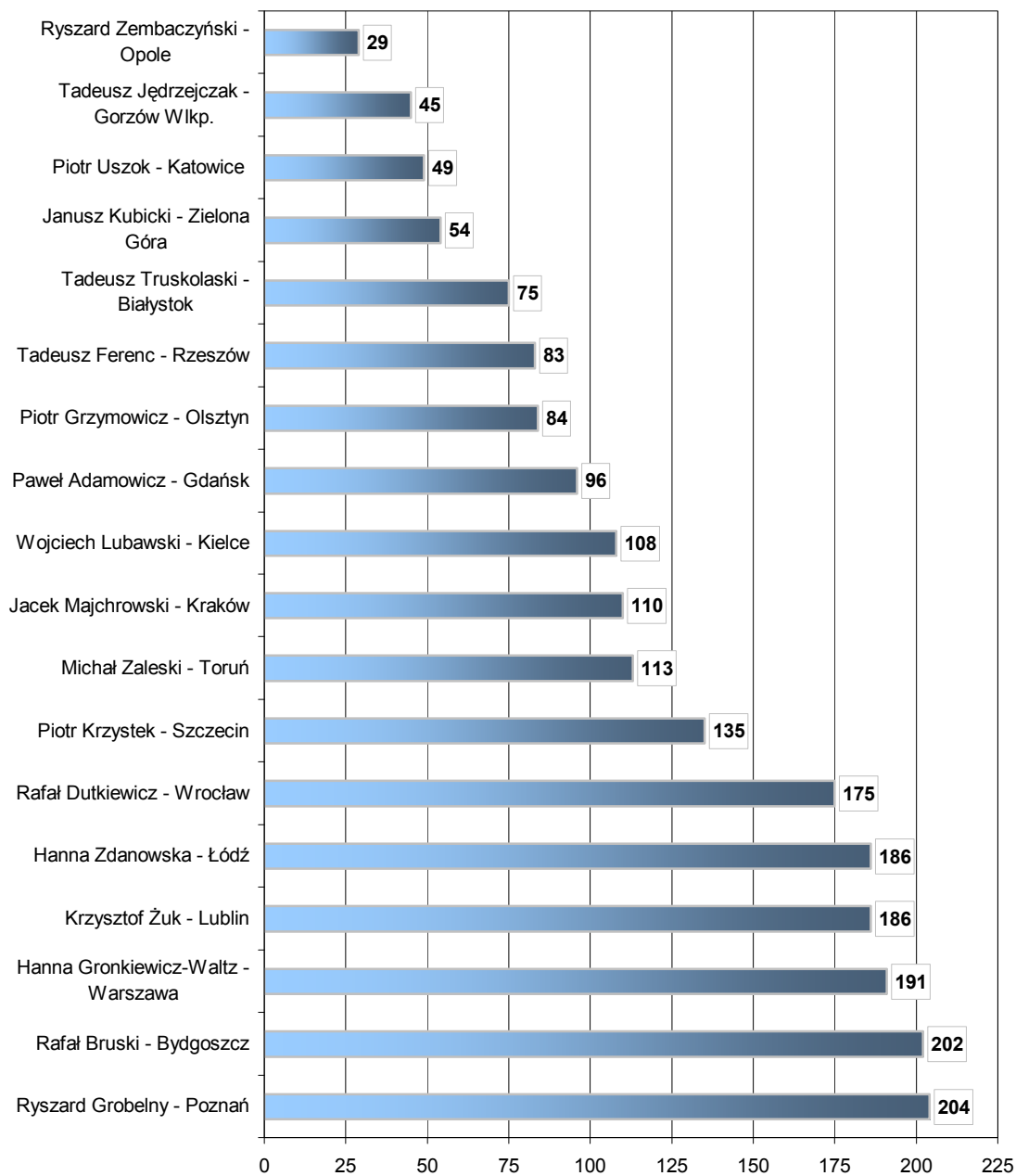


Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w grudniu 2011 r.



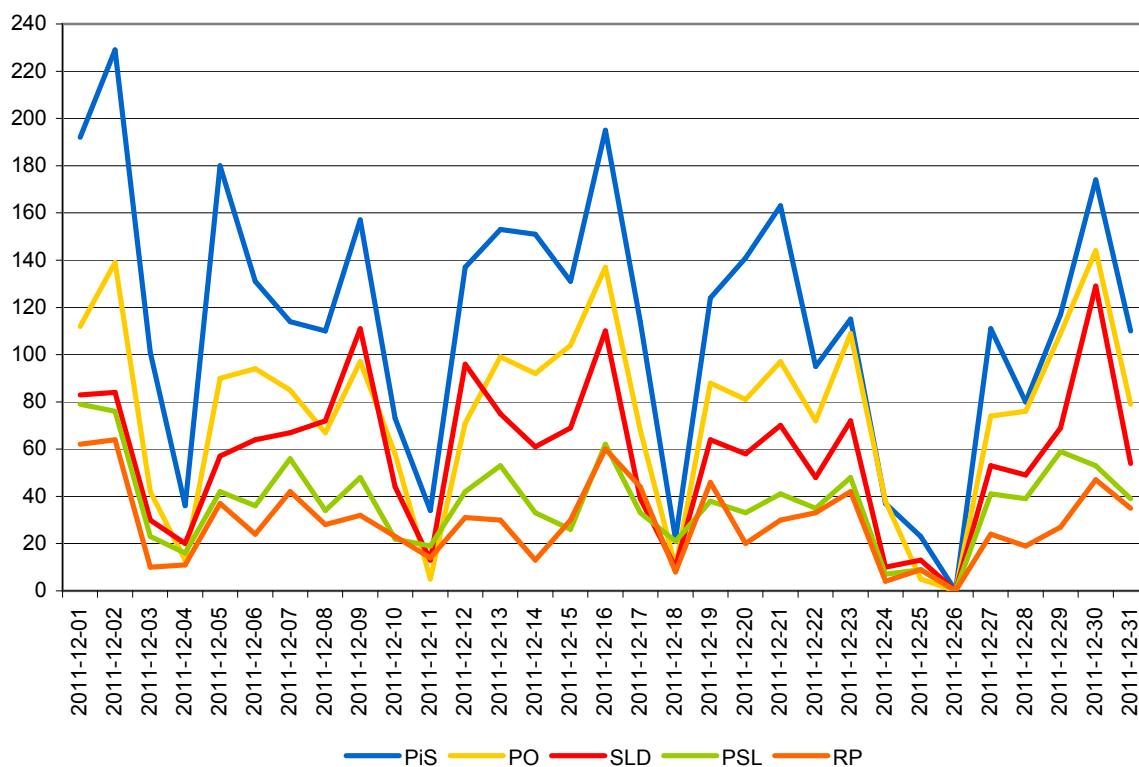
**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku**



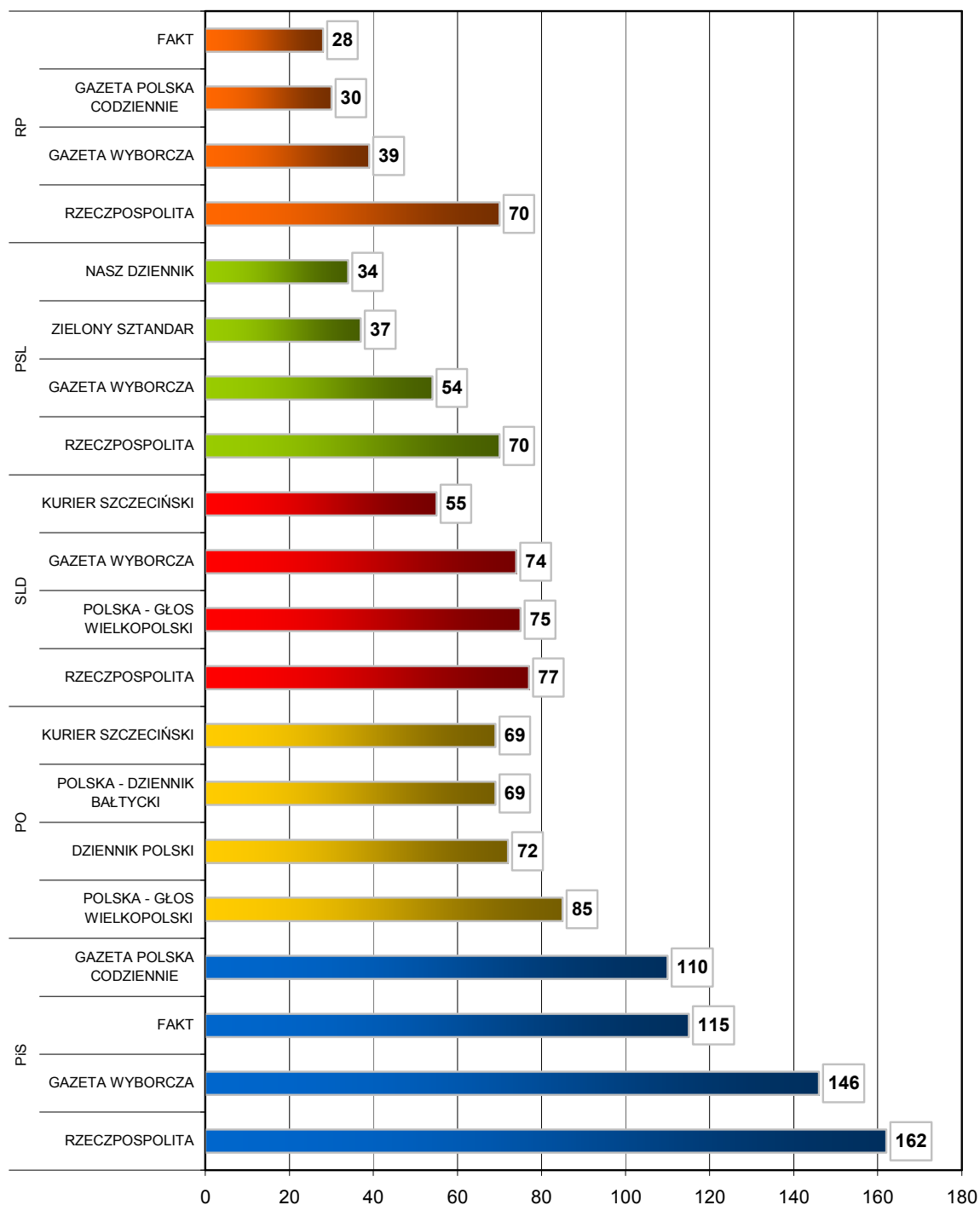


**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich**

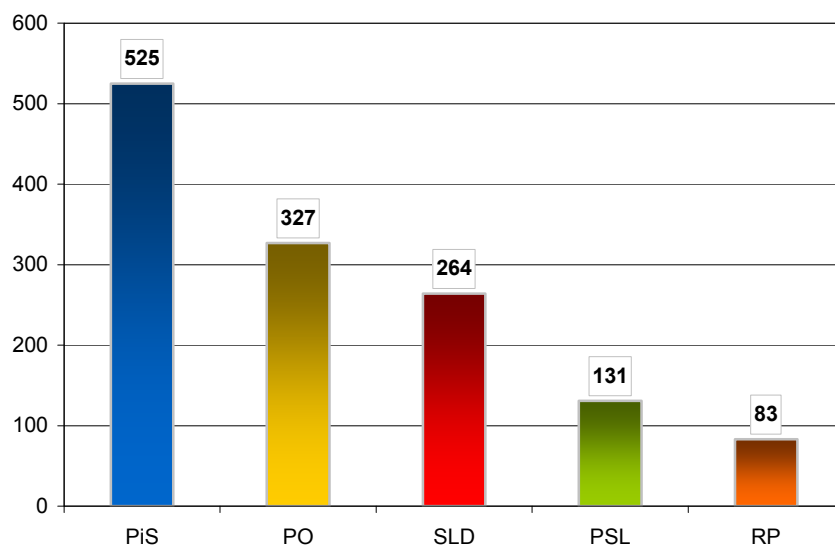
## Rozdział II - Partie polityczne



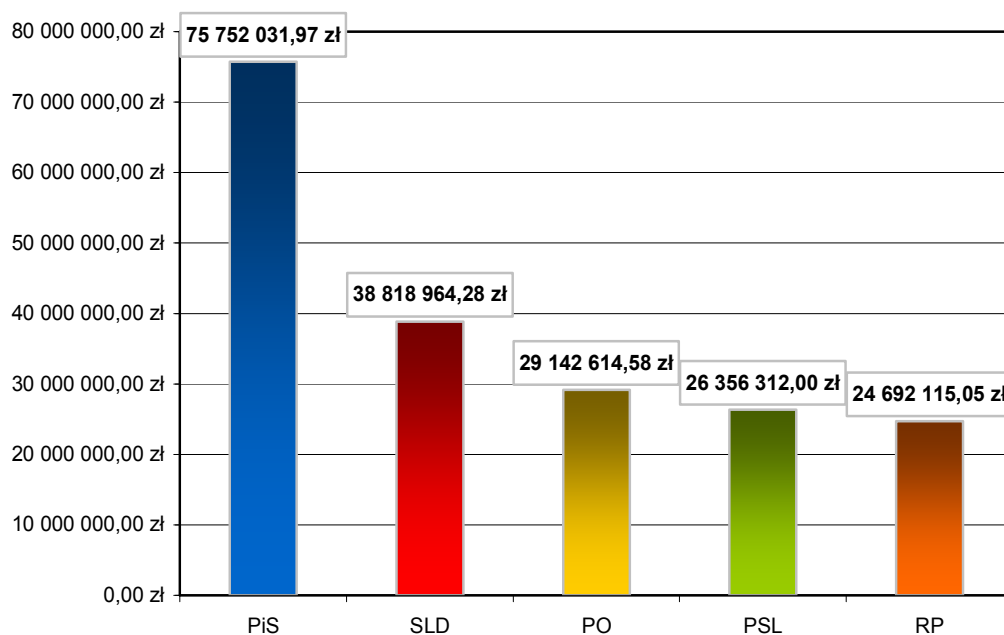
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

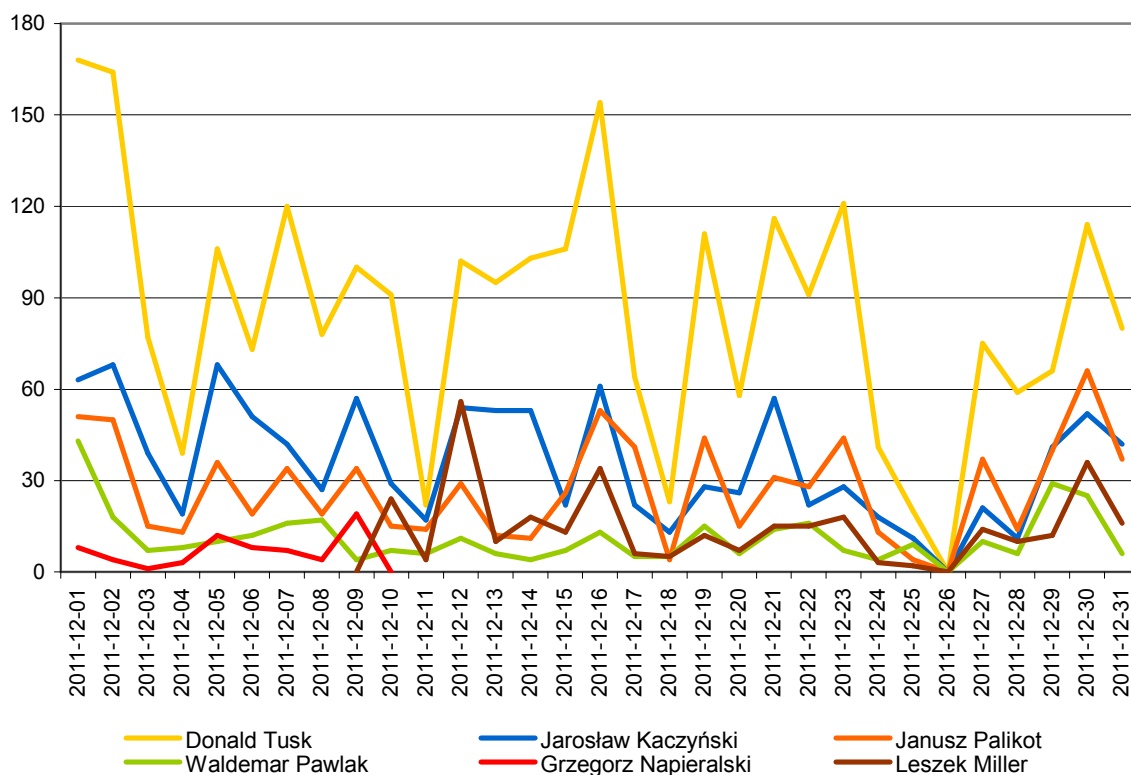


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

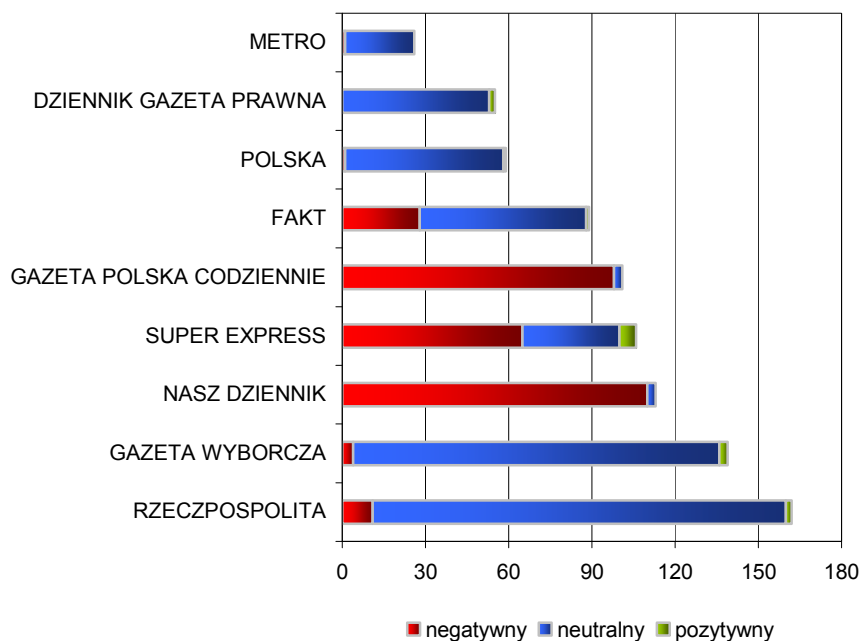


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – grudzień 2011 r.**

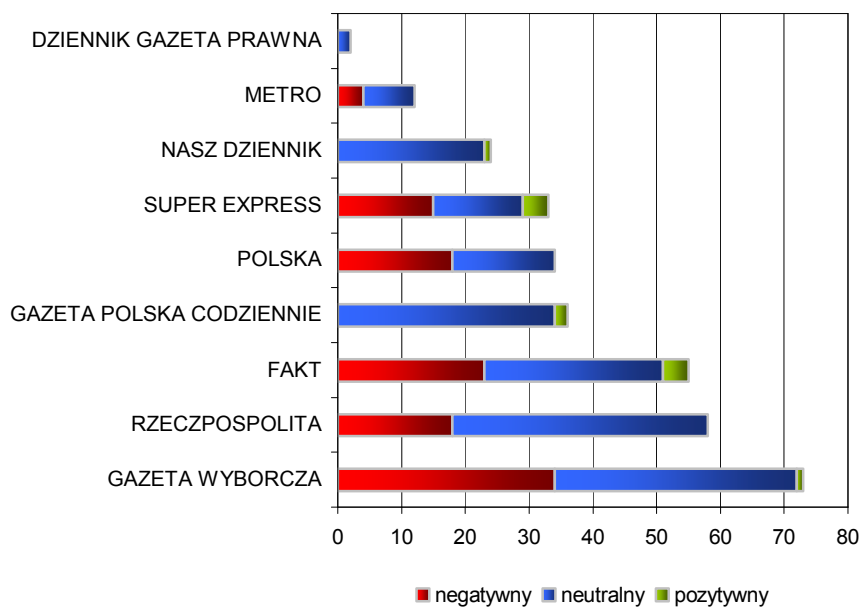
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



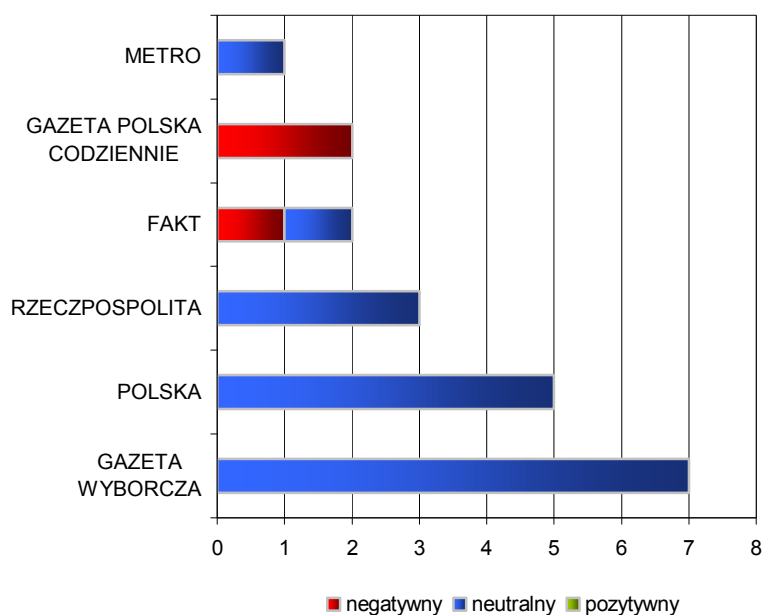
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



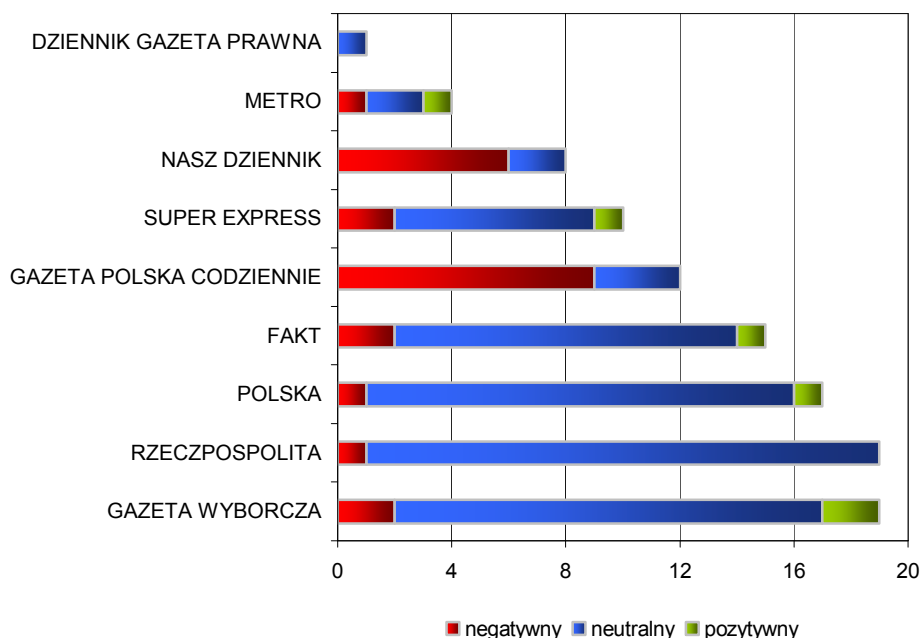
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



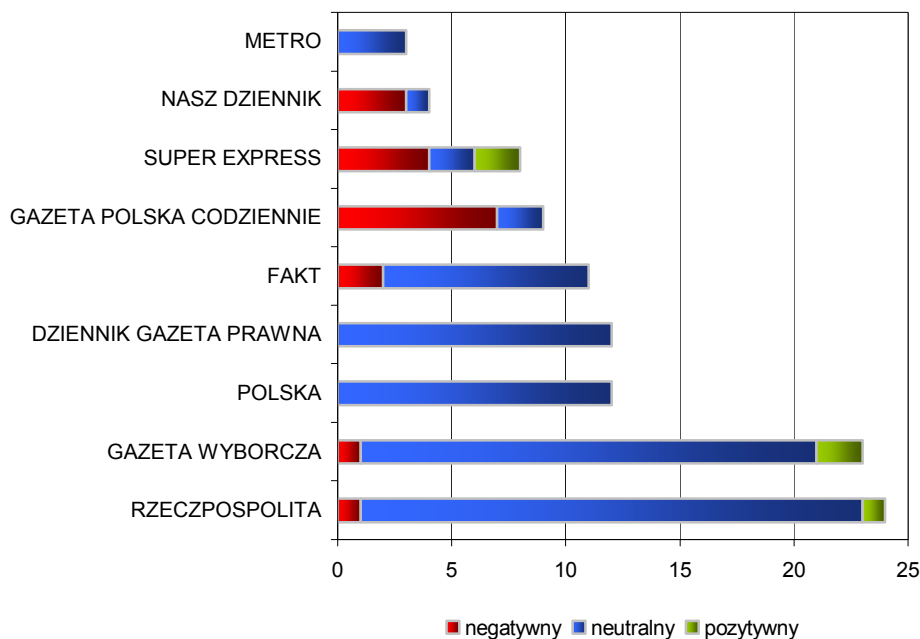
**Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



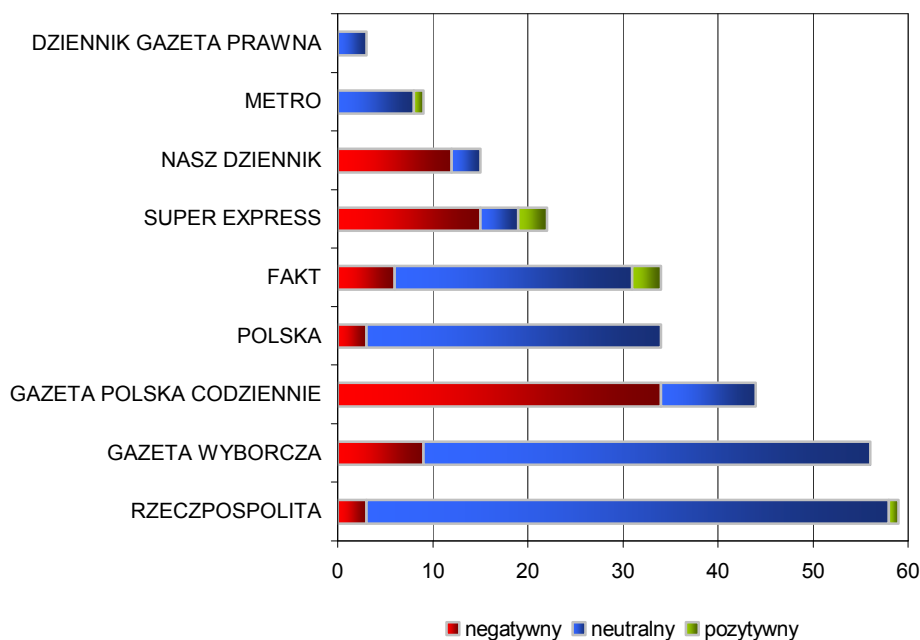
**Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Grzegorz Napieralski z uwzględnieniem wydziwki (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



**Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydziwki (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

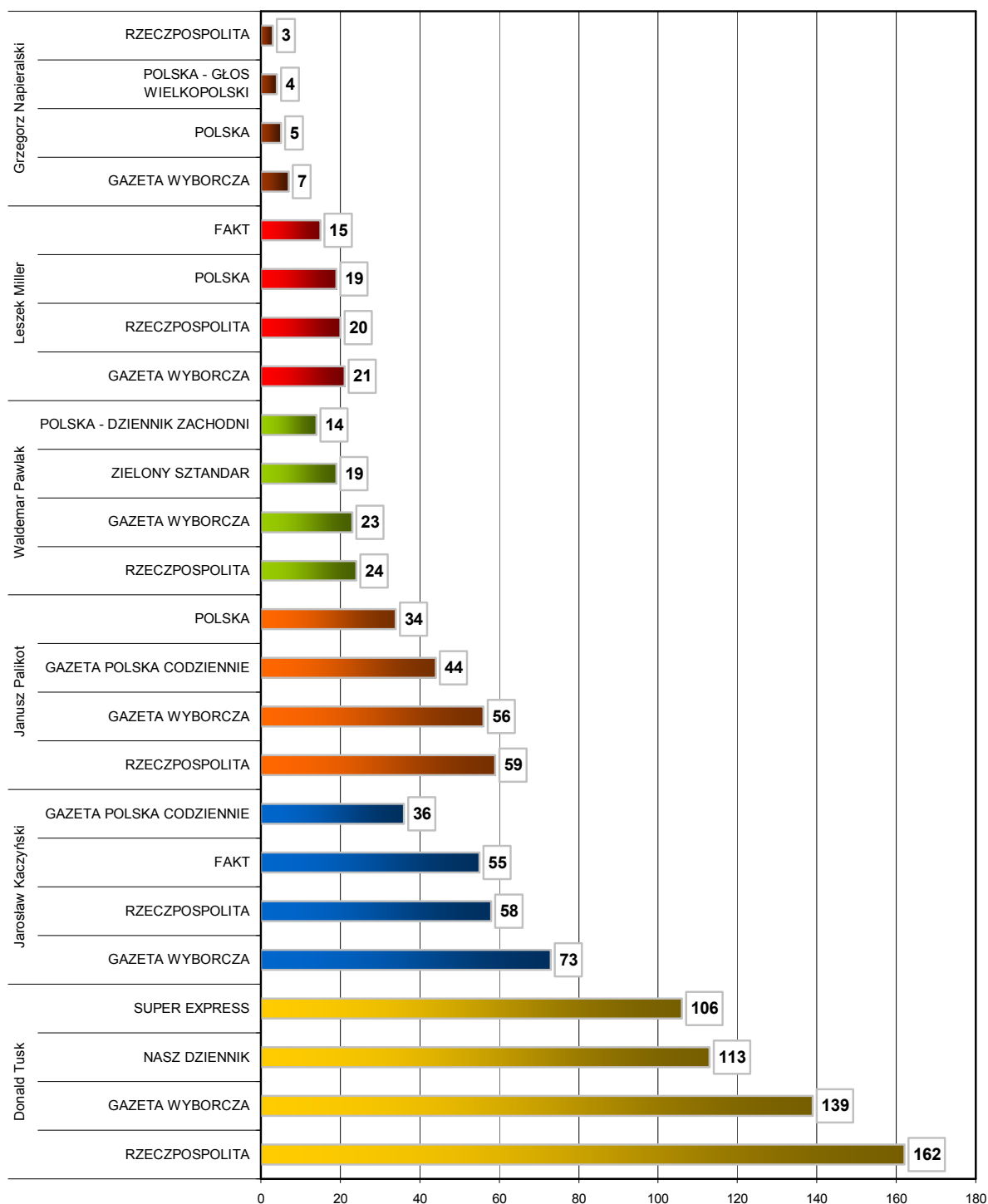


**Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

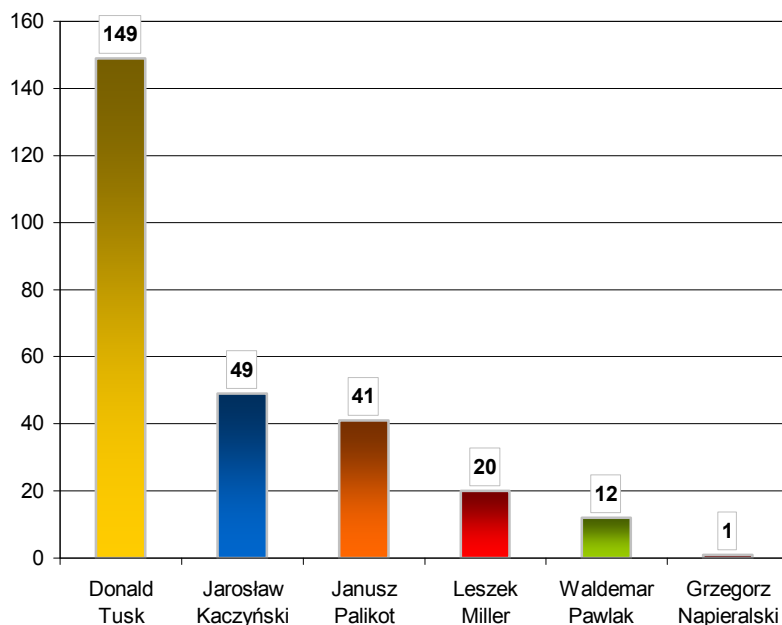


**Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

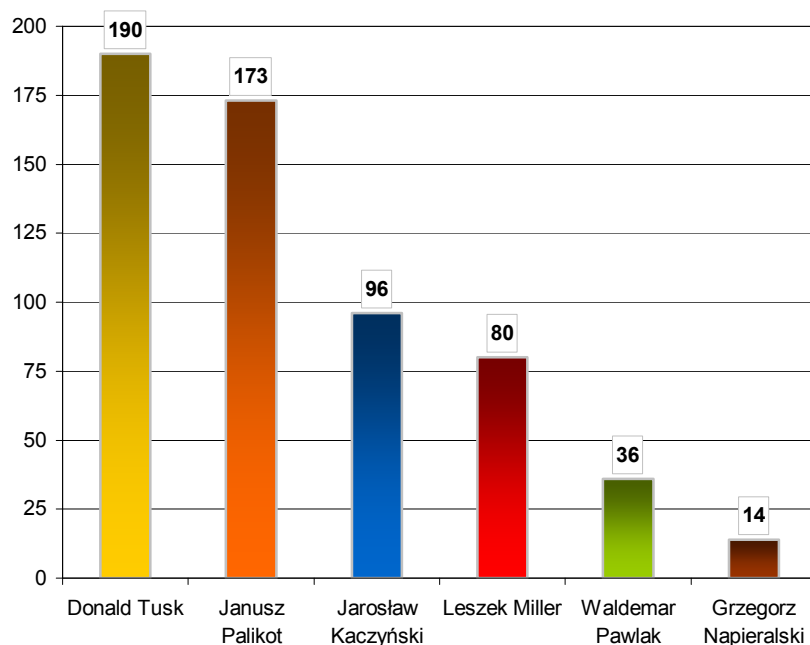




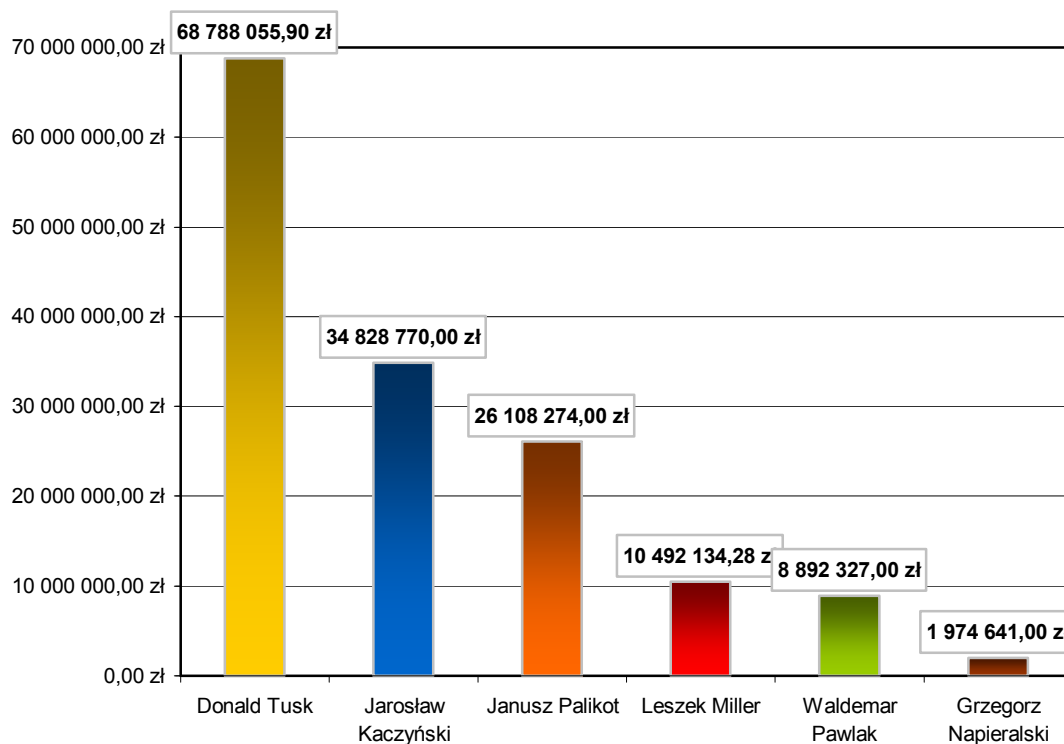
Wykres 16. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



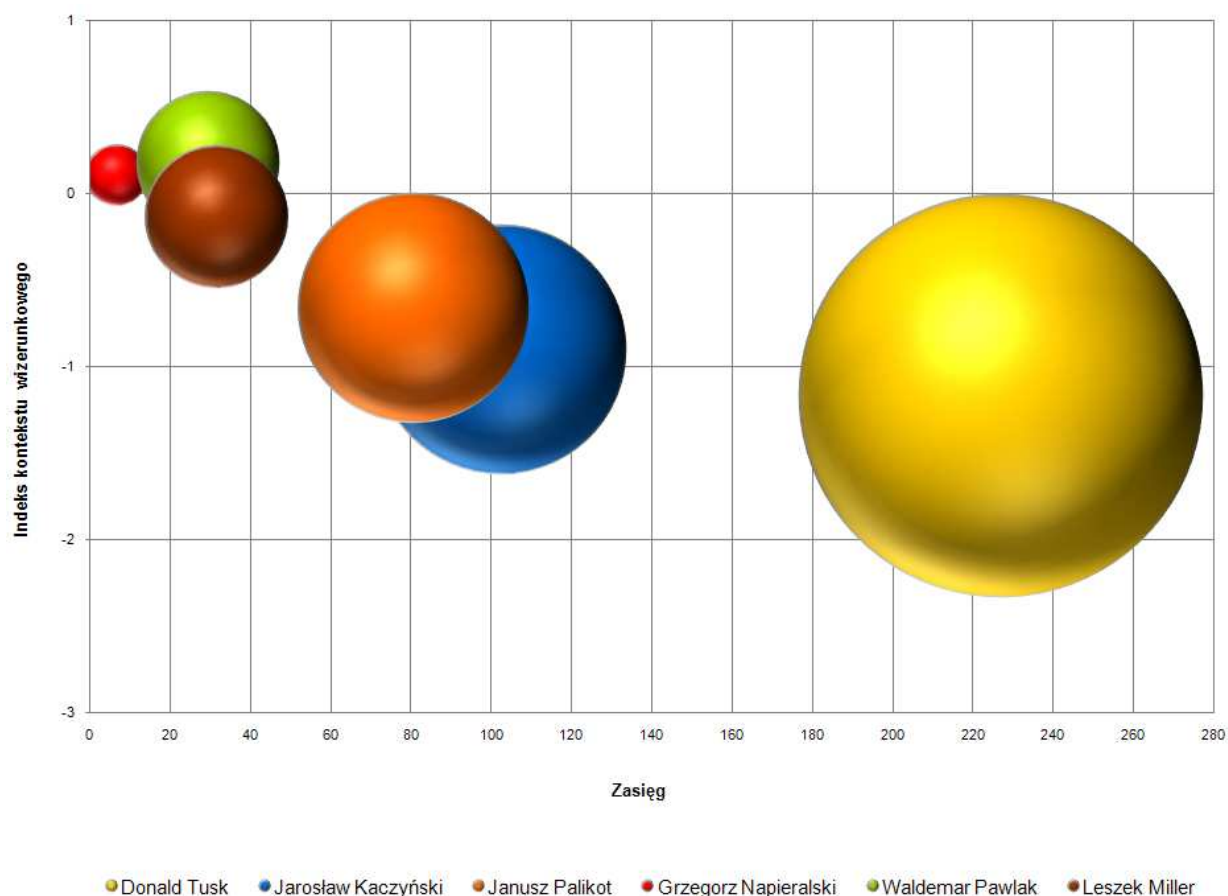
**Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**



**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 wydzwieku 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)