

Raport prasowy

SCENA POLITYCZNA

grudzień 2013

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	4
Rozdział I - Podsumowanie	7
Rozdział II - Partie polityczne	10
Rozdział III - Liderzy partii politycznych	13

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w grudniu 2013 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 sześć 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 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 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

Partie z mniejszym przebicciem

Grudniowa analiza medialności partii politycznych pokazała poważne spadki liczby publikacji wśród największych partii. Średnia dynamika wyniosła -13 proc. Obniżka dotknęła przede wszystkich koalicję. W porównaniu do poprzedniego miesiąca, o PSL ukazało się o 32 proc. tekstów mniej – w przypadku Platformy Obywatelskiej było to 22 proc. mniej. Spadek partii rządzącej w liczbach bezwzględnych wyniósł niemal 900 publikacji, co musi robić wrażenie. Okres świąteczny jednak z reguły nie sprzyja medialności tematów politycznych – i jest to jeden z głównych powodów takich wyników.

Znacząco mniejsze zainteresowanie mediów PO sprawiło, że na pierwsze miejsce w klasyfikacji partii awansowało PiS. Partia Jarosława Kaczyńskiego po raz trzeci w tym roku osiągnęła pozycję lidera i to pomimo, że liczba publikacji o niej obniżyła się o 5 proc. Wcześniej pierwsze miejsce uzyskiwała w lutym i we wrześniu. W przekroju całego roku to jednak PO była bardziej medialna w przeciwieństwie do 2012, kiedy więcej pisało się o największym ugrupowaniu opozycyjnym.

W grudniu spadek zanotował także SLD. Liczba materiałów o Sojuszu zmniejszyła się o 10 proc. Jednak nie wszystkie partie odnotowały gorszy miesiąc pod względem medialności. Na spadku aktywności największych ugrupowań skorzystały te mniejsze. Dziennikarze więcej niż w poprzednim miesiącu pisali o wydarzeniach związanych z Twoim Ruchem oraz Solidarną Polską. Ta pierwsza partia odnotowała o 13 proc. artykułów więcej, natomiast druga o 6 proc.

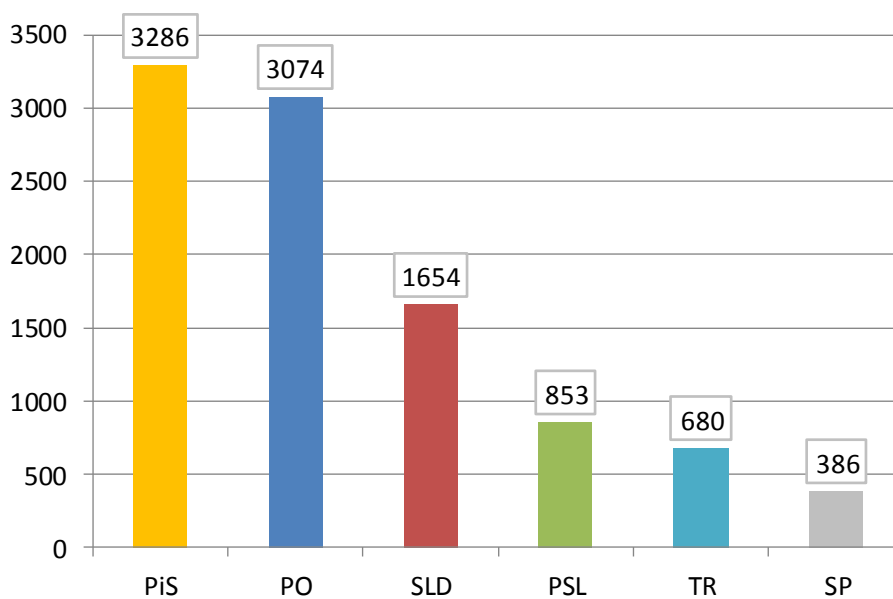
Powody zmniejszenia się zainteresowania mediów polityką najbardziej klarownie pokazuje wykres nr 5. Wyraźnie widać, że liczba tekstów w ostatnim tygodniu roku była zdecydowanie niższa niż zazwyczaj.

Palikot i Ziobro nie odpuszczają

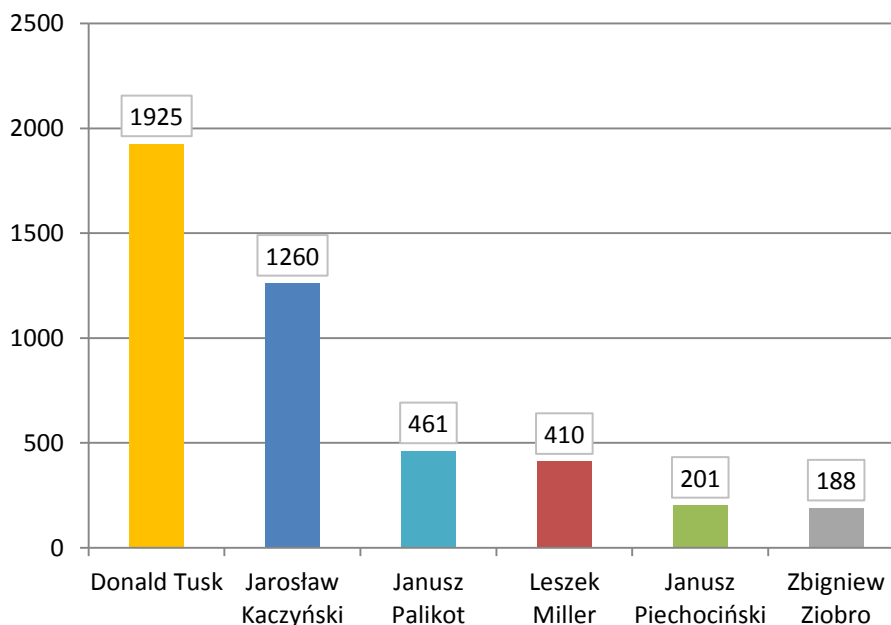
Nieco inaczej sytuacja wyglądała wśród liderów politycznych – chociaż o nich także pisało się w grudniu mniej (o 3 proc.) Tutaj prym we wzrostach wiodli Palikot i Ziobro, jednak pokaźny wynik udało się wypracować Kaczyńskiemu i Millerowi. Liczba publikacji dotyczących Tuska z kolei spadła o 21 proc., a Piechocińskiego – o 32 proc. Mimo tego na niezagrożonej pozycji najbardziej medialnego lidera utrzymuje się premier Tusk. Drugą pozycję zachował Kaczyński, natomiast na trzecią awansował Palikot, który zdystansował Millera.

Wzrost szumu informacyjnego w prasie na temat Palikota pociągnął za sobą także zdecydowanie większy wolumen informacji o zabarwieniu negatywnym. Odsetek 11 proc. treści niekorzystnych wzrósł do poziomu 22 proc. (badanie wydźwiku informacji dotyczy wyselekcjonowanych dzienników ogólnopolskich). Przed Palikotem znalazł się jedynie Tusk. W jego przypadku wskaźnik wyniósł 28 proc. Podniósł się także odsetek materiałów negatywnych dotyczących Kaczyńskiego, jednak w dalszym ciągu znajduje się on na bardzo niskim pułapie 8 proc. Mniej niż w zeszłym miesiącu dziennikarze krytykowali Millera (6 proc.) i Piechocińskiego (5 proc.), natomiast więcej Ziobrę (7 proc.).

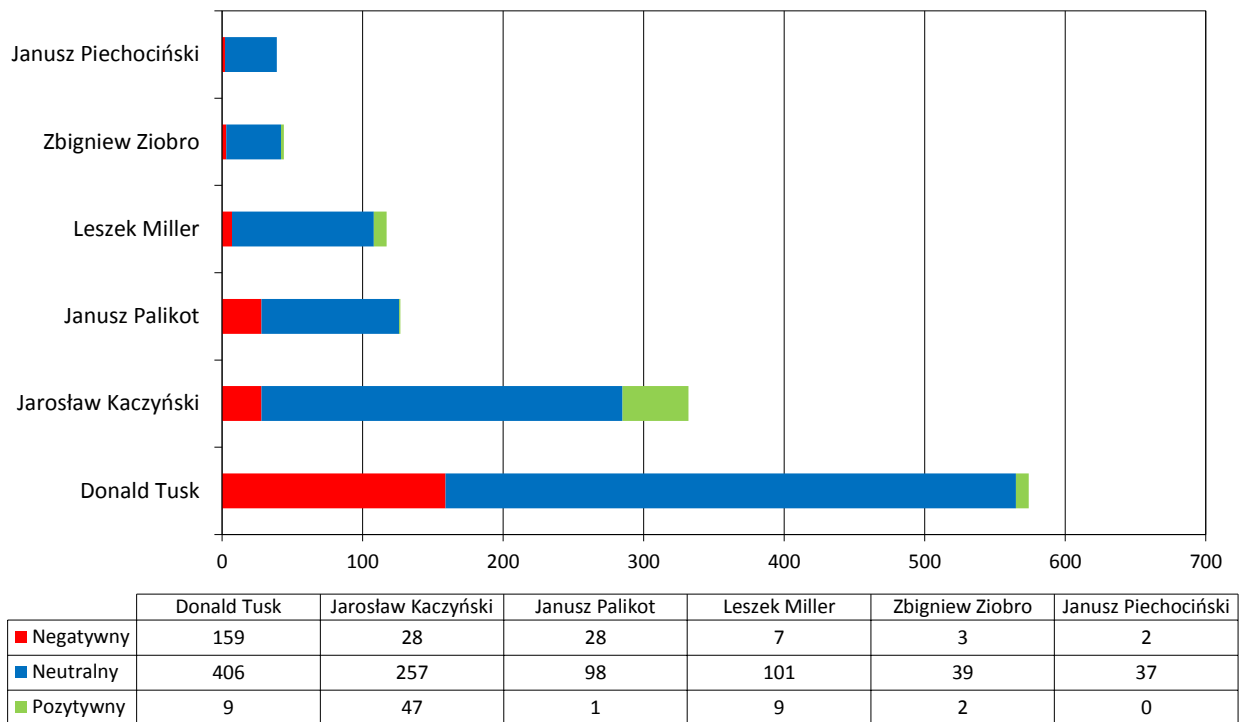
Rozdział I - Podsumowanie



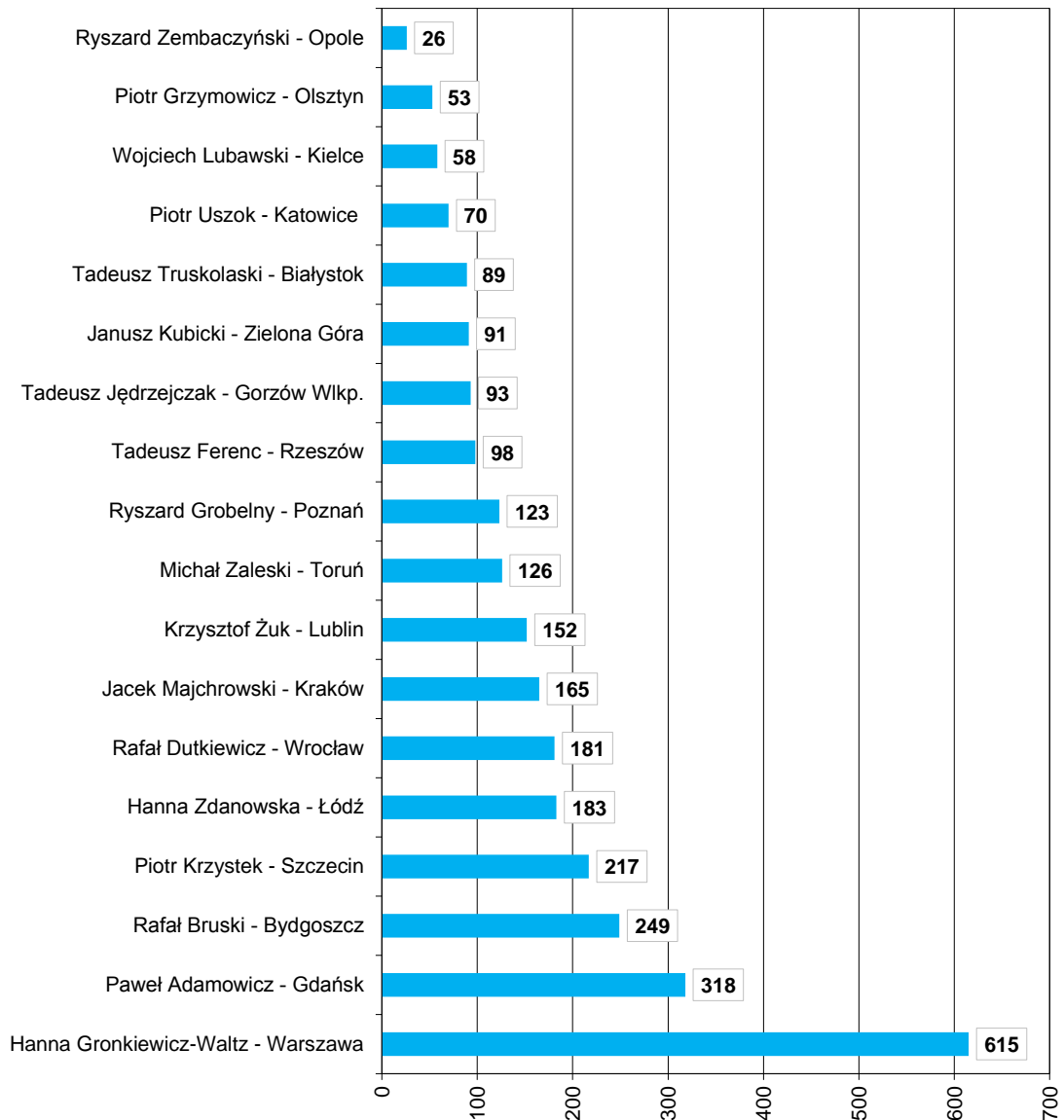
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne - grudzień 2013 r.



Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - grudzień 2013 r.

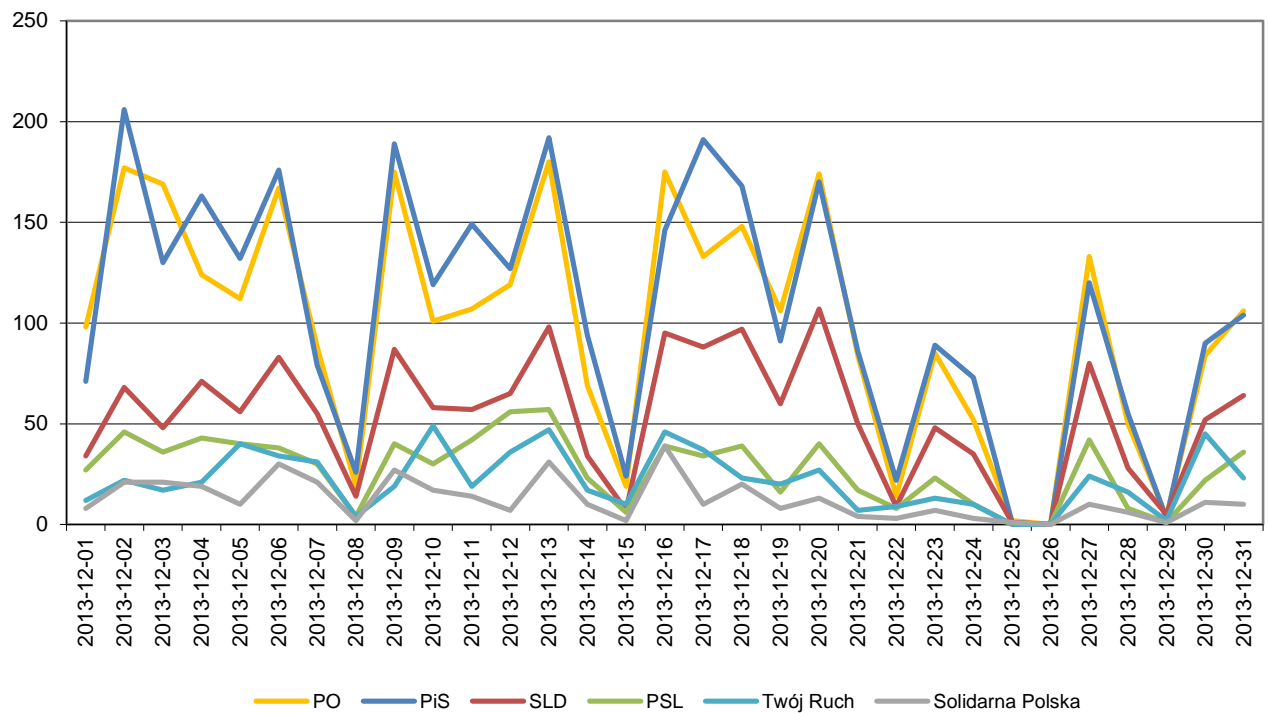


Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – grudzień 2013 r.

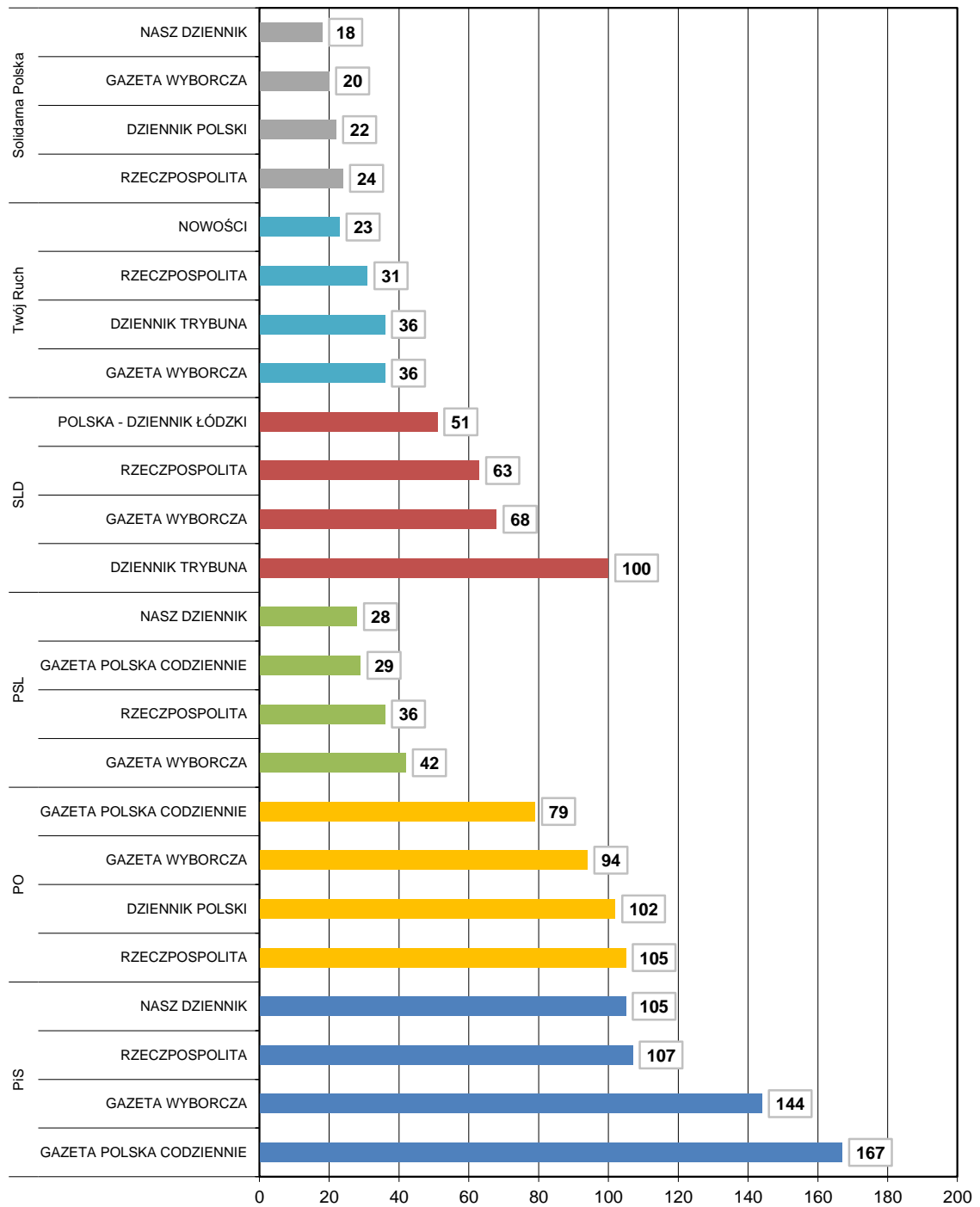


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich – grudzień 2013 r.

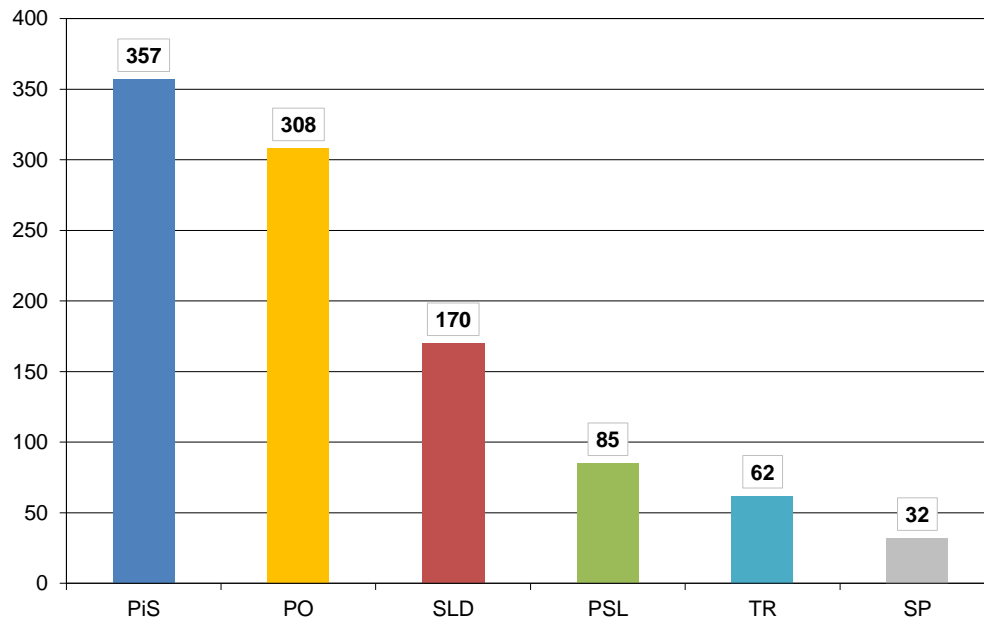
Rozdział II - Partie polityczne



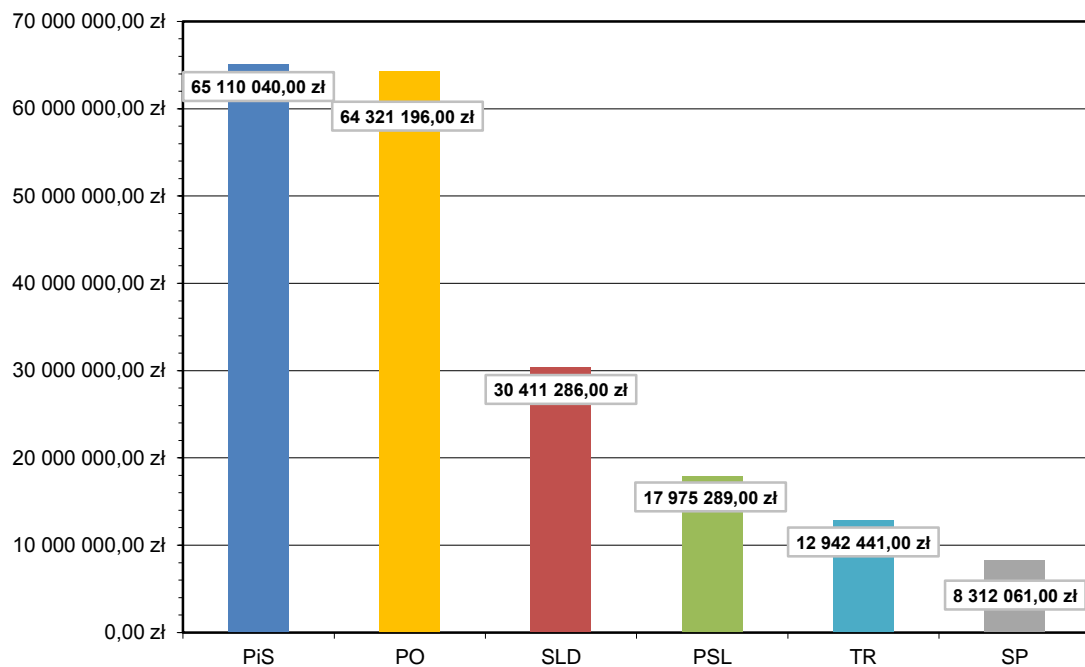
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych – grudzień 2013 r.



Wykres 6. Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) – grudzień 2013 r.

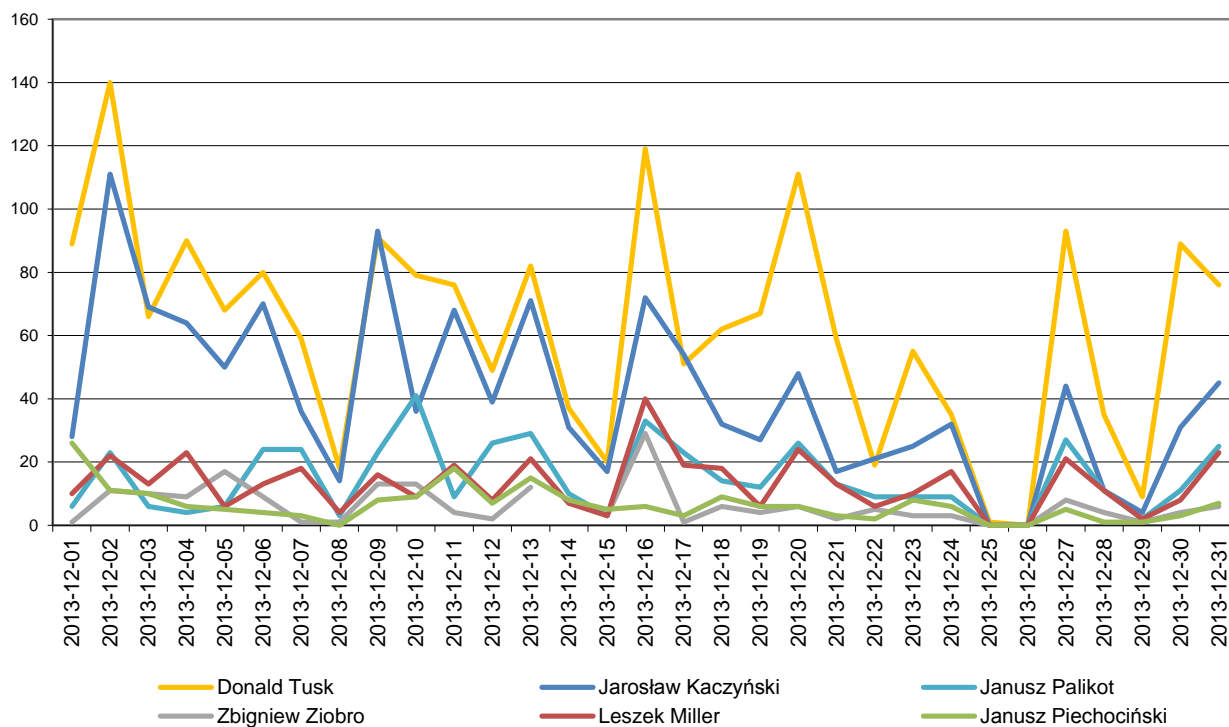


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych – grudzień 2013 r.

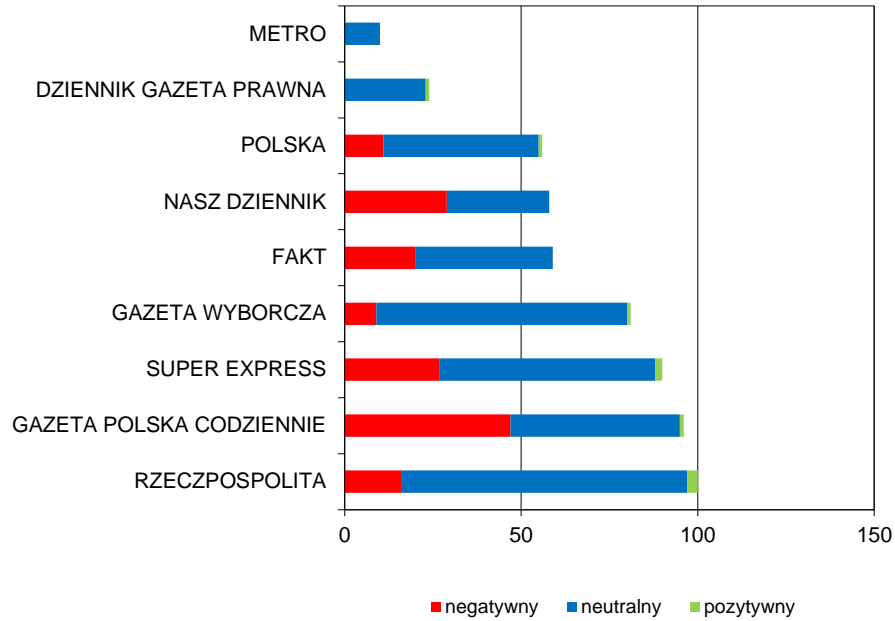


Wykres 8. Ekwiwalent reklamy dla partii politycznych – grudzień 2013 r.

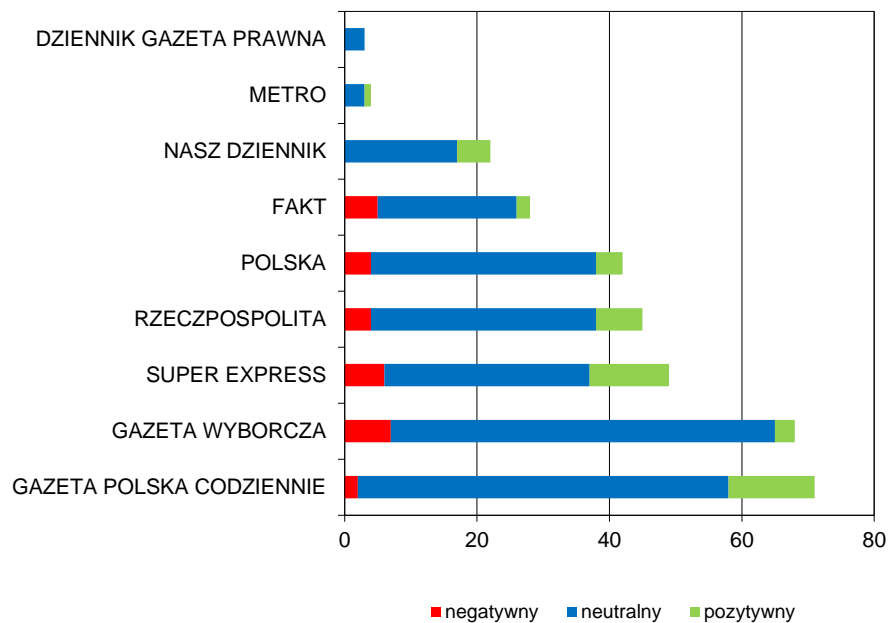
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



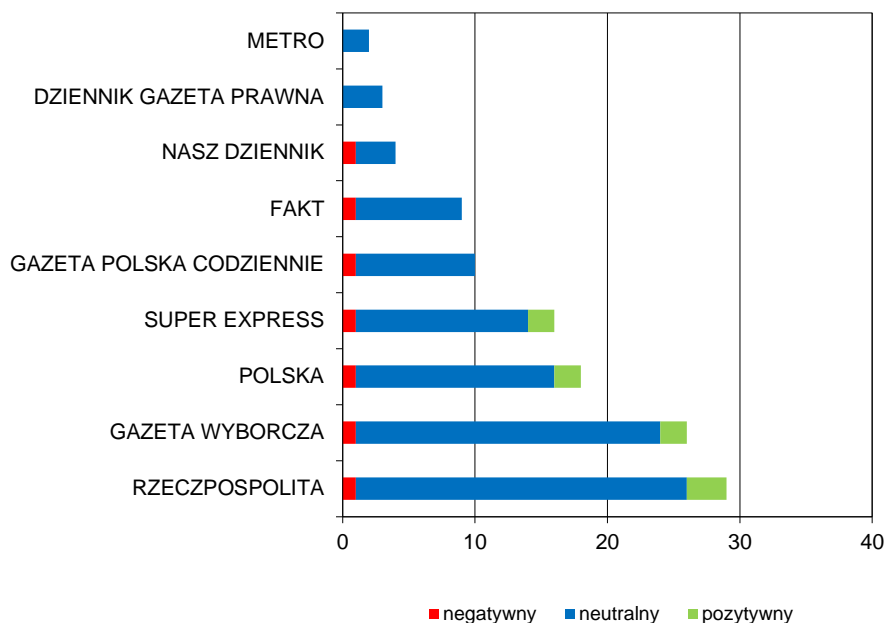
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych – grudzień 2013 r.



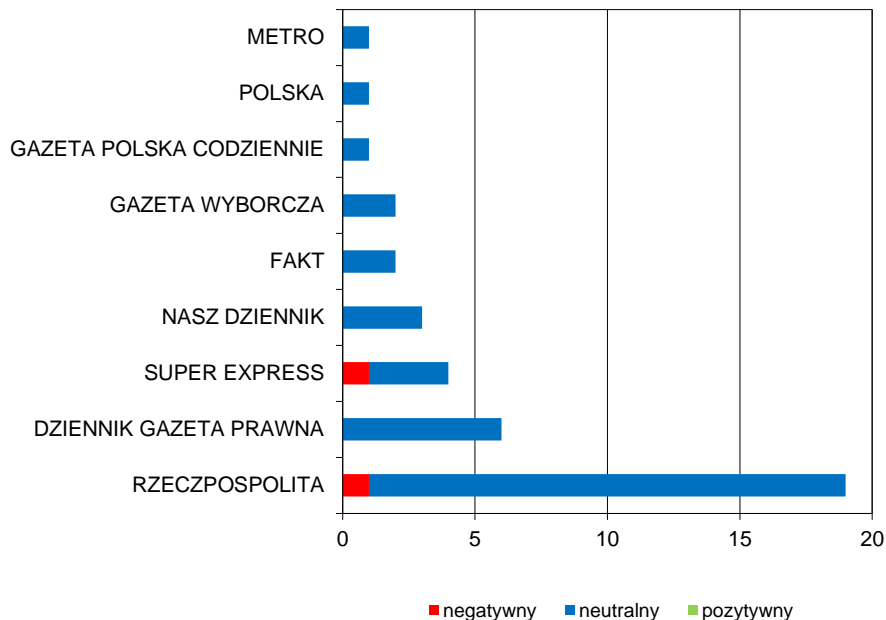
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – grudzień 2013 r.



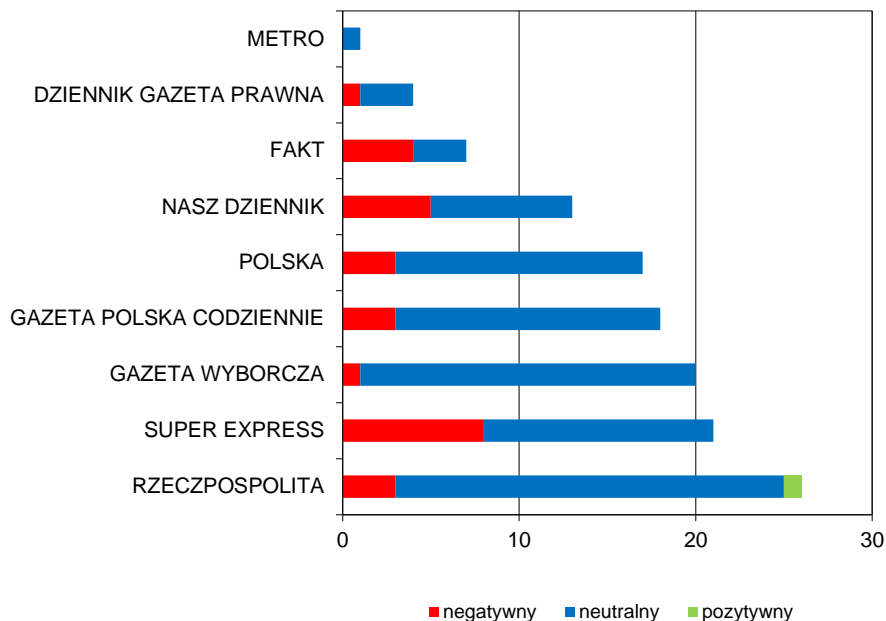
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – grudzień 2013 r.



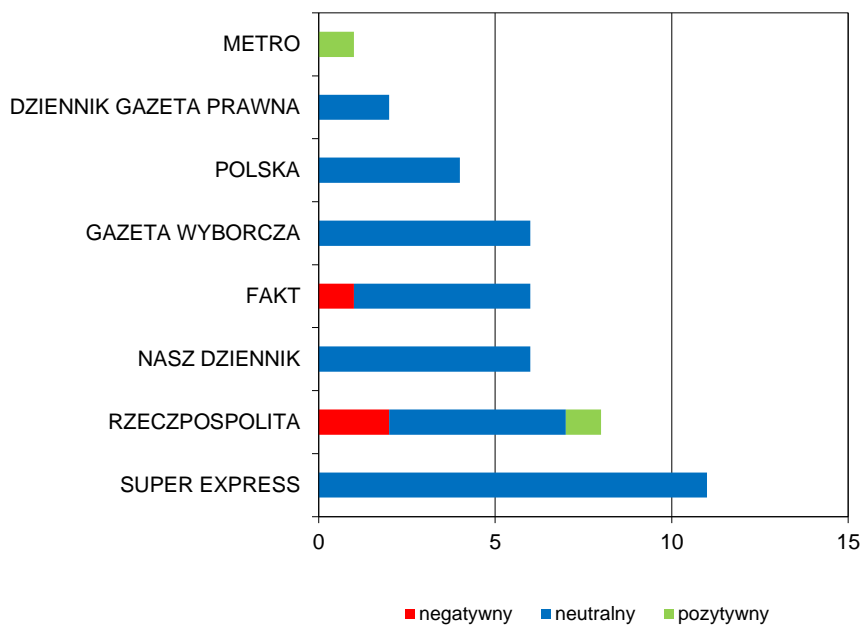
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – grudzień 2013 r.



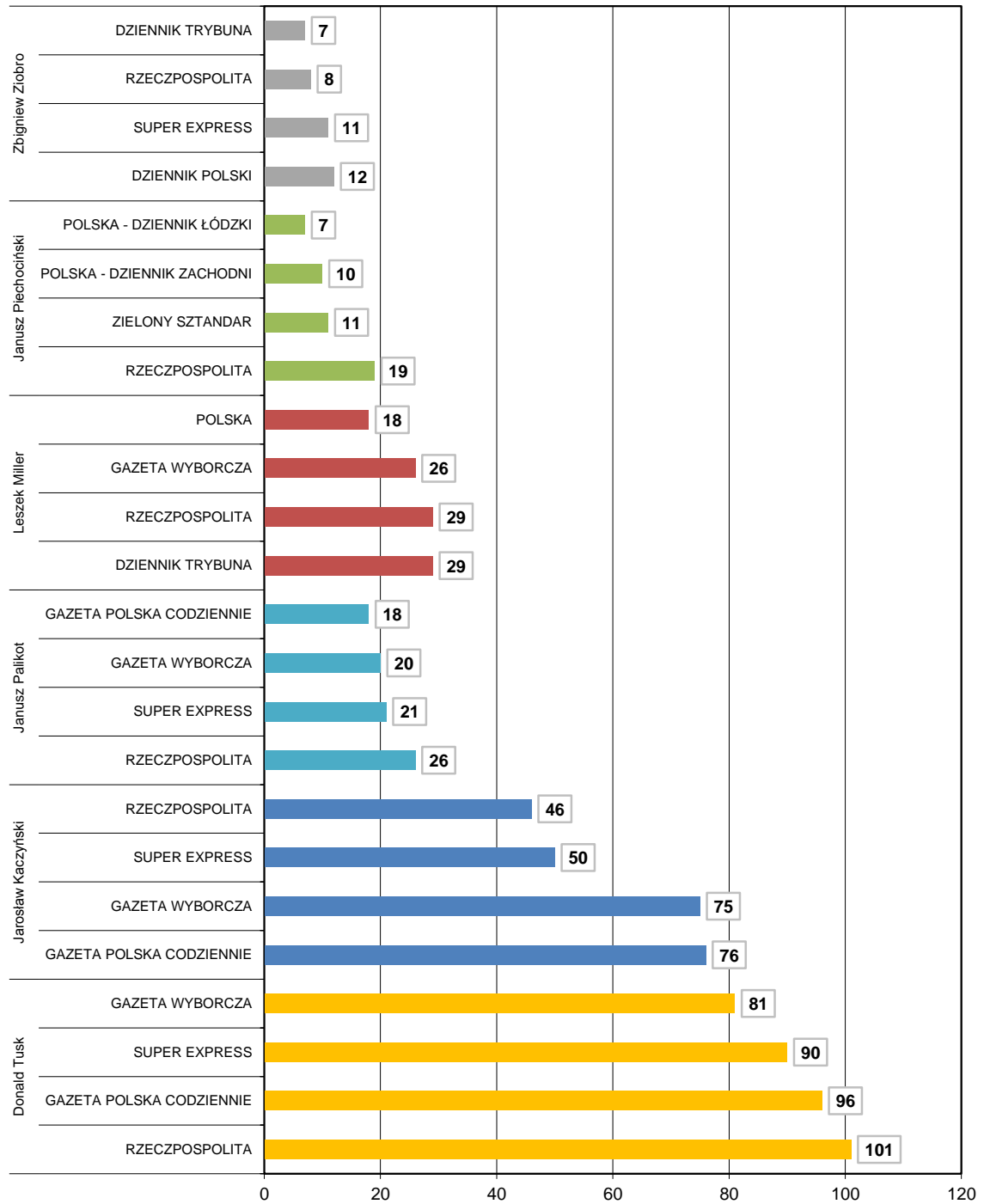
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – grudzień 2013 r.



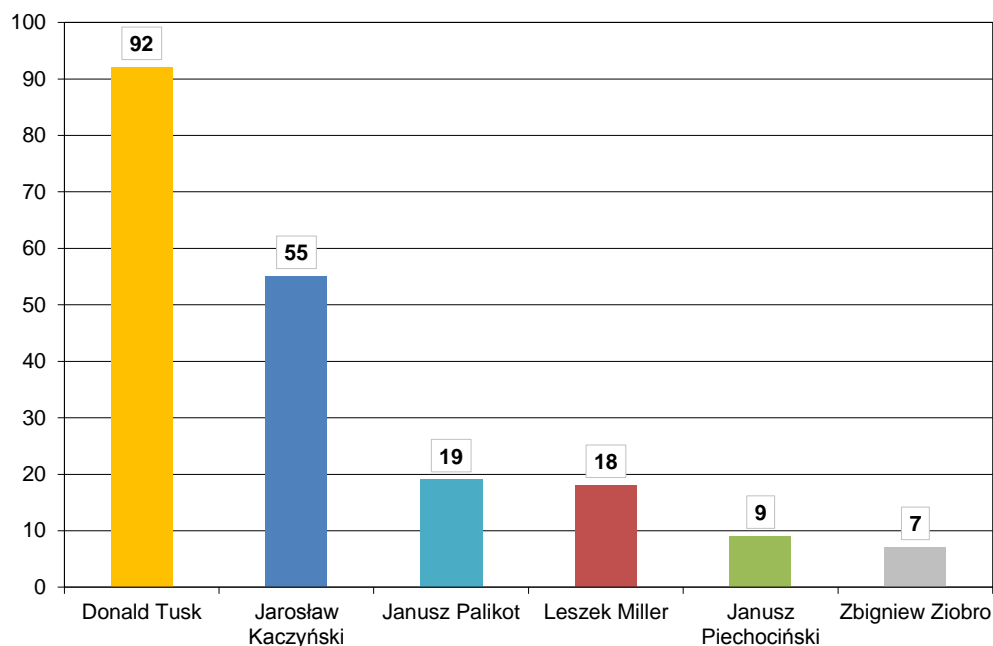
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – grudzień 2013 r.



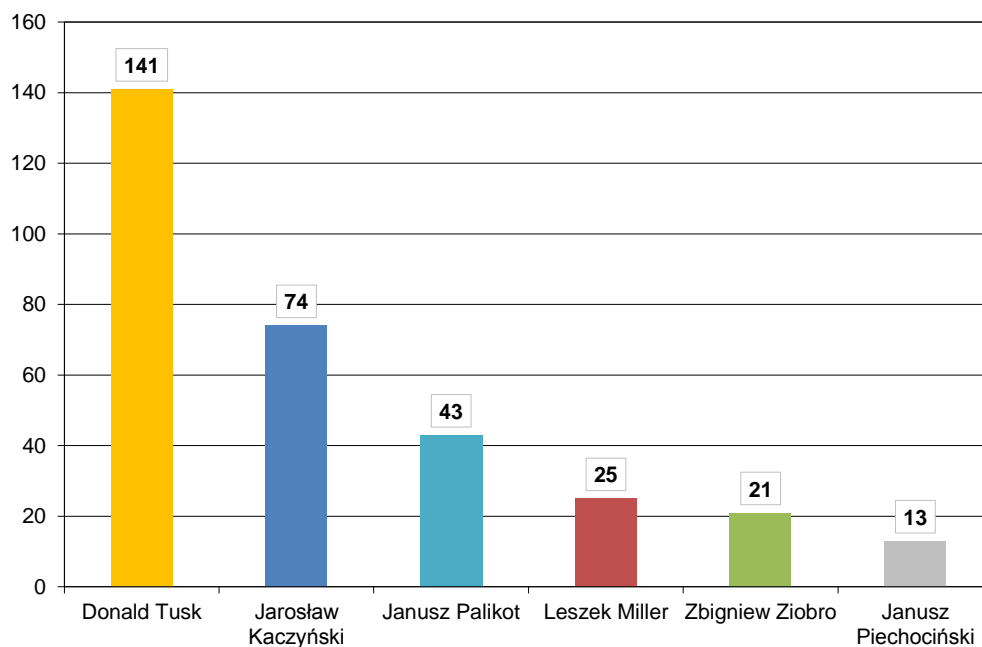
Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – grudzień 2013 r.



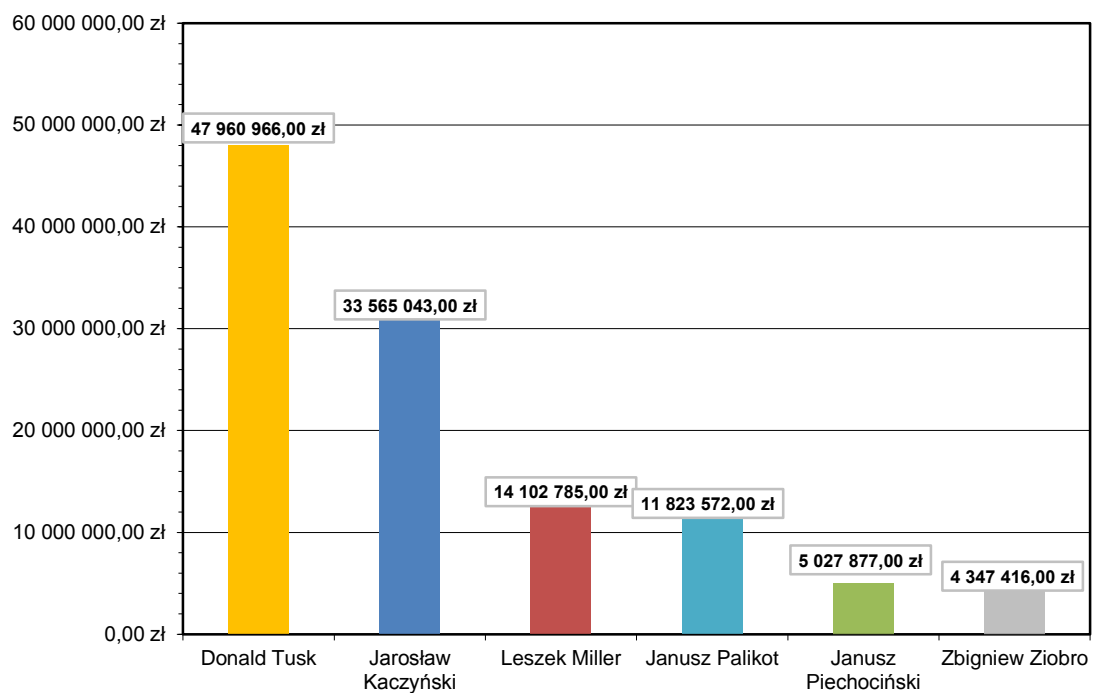
Wykres 16. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) – grudzień 2013 r.



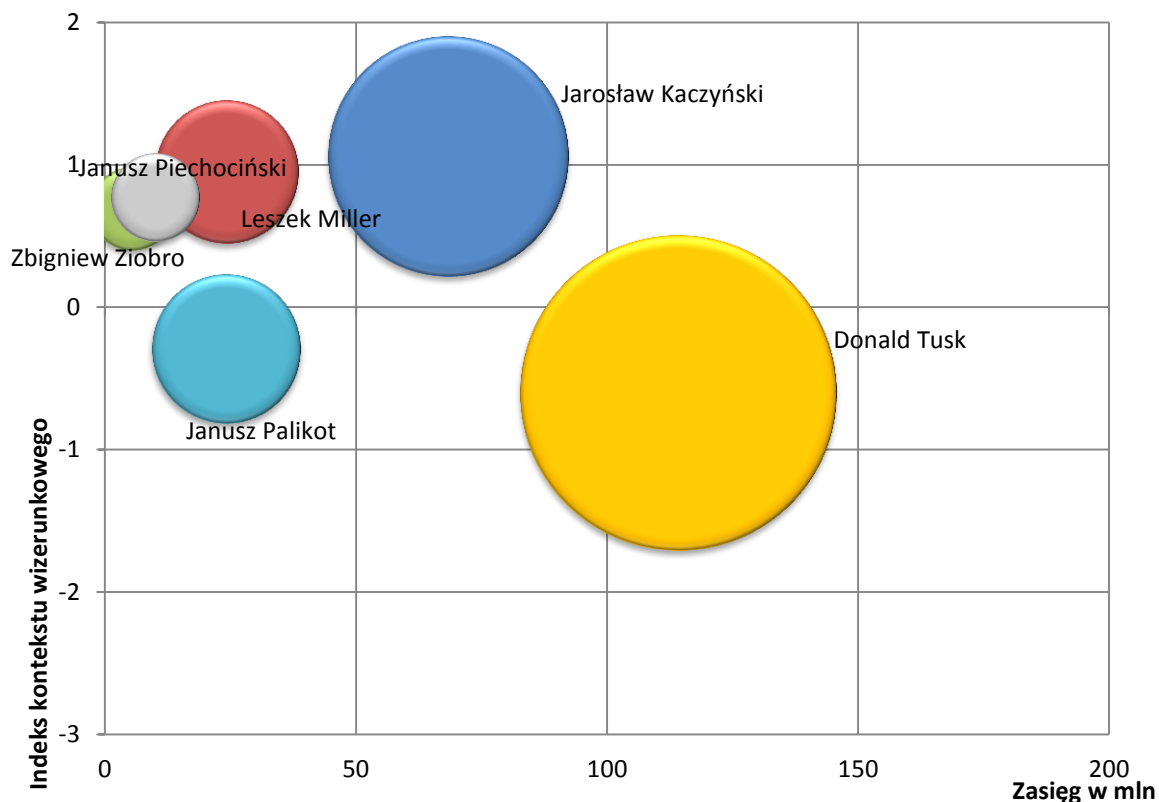
Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych – grudzień 2013 r.



Wykres 18. Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji – grudzień 2013 r.



Wykres 19. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych – grudzień 2013 r.



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

ul. Grunwaldzka 19
60-782 Poznań
tel. +48 61 66 26 005; fax wew. 115
biuro@press-service.com.pl
www.press-service.com.pl

Oddział Warszawa
ul. Polna 40
00-635 Warszawa
tel. +48 22 31 30 180/182; fax wew. 20

