



Raport prasowy

SCENA POLITYCZNA

kwiecień 2011

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	4
Rozdział I - Podsumowanie	7
Rozdział II - Partie polityczne	10
Rozdział III - Liderzy partii politycznych	13
Rozdział IV - Trendy.....	19

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w kwietniu 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 PjN, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Grzegorza Napieralskiego oraz Waldemara Pawlaka i 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 1100 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

Prasa zdecydowanie częściej o PiS

Prawo i Sprawiedliwość po raz ósmy z rzędu okazało się najbardziej medialną partią polityczną w Polsce. O ugrupowaniu Jarosława Kaczyńskiego opublikowano się w prasie od 1 do 30 kwietnia 4,2 tys. artykułów. To zdecydowanie więcej, aniżeli na temat Platformy Obywatelskiej (2,4 tys.). Przewaga PiS-u nad PO była największa od początku prowadzenia badania „Scena Polityczna”, czyli od września 2010. Jednocześnie Platforma uzyskała najmniejszą miesięczną liczbę publikacji.

Wzrost liczby informacji na temat PiS-u był śladowy i wyniósł niecałe 0,5 proc. Natomiast duża przewaga nad Platformą wiązała się z 16-proc. spadkiem względem marca liczby informacji na temat partii Tuska. Jej obecność w mediach systematycznie zmniejsza się od listopada ubiegłego roku. W kwietniu 2011 ukazało się aż o 54 proc. publikacji mniej niż w listopadzie 2010. Łącznie w ciągu ostatnich ośmiu miesięcy w prasie odnotowano 27,6 tys. publikacji o PO, przy czym o Prawie i Sprawiedliwości w tym samym okresie było ich 35,8 tys.

Polityka w dół, PiS żyje katastrofą

Spadek liczby informacji dotyczył w zeszłym miesiącu wszystkich partii parlamentarnych z wyjątkiem PiS-u. Wiązało się to z mniejszą liczbą tematów politycznych ogółem w kontekście obchodów rocznicowych katastrofy smoleńskiej, przy okazji której największy udział w medialnym torcie miało zdecydowanie Prawo i Sprawiedliwość. Warto zwrócić uwagę, że zarówno partia, jak i jej lider w dniach poprzedzających oraz bezpośrednio po 10 kwietnia zanotowali wyraźnie więcej publikacji niż ich konkurenci.

Z pozostałych partii najmniejszy - bo 13-proc. spadek - dotyczył Sojuszu Lewicy Demokratycznej. Pozostałe partie miały już zdecydowanie poważniejsze obniżki. O PJN pisało się o 23 proc. mniej niż w marcu, a o PSL wydrukowano aż o jedną czwartą tekstów mniej. Koalicjant również zanotował najmniejszą miesięczną liczbę publikacji prasowych od początku prowadzenia badania.

Prawo i Sprawiedliwość aż 556 razy znalazło się na pierwszych stronach gazet w kwietniu. To nieznacznie mniej niż w marcu, ale zdecydowanie więcej, niż Platforma Obywatelska (291) i SLD (271). PSL na czołówkach był obecny 120 razy, a PJN 54 razy. PiS uzyskał najwyższy ekwiwalent reklamowy publikacji od listopada. Wyniósł on 95,7

mln zł. Tytułem, w którym pojawiało się najwięcej materiałów o PiS-ie, okazała się „Rzeczpospolita”.

Tusk traci prym

Duże zmiany zaszły w kwietniowym zestawieniu medialności liderów największych partii politycznych. Po raz pierwszy od początku prowadzenia badania najbardziej medialnym liderem nie jest Donald Tusk. W zeszłym miesiącu wyprzedził go Jarosław Kaczyński. Przewaga lidera opozycji była bardzo niewielka. O takim układzie zdecydowały zwłaszcza kontrowersyjne wypowiedzi prezesa PiS-u na temat katastrofy, między innymi podczas wiecu w dniu rocznicy zdarzenia. Prasa szeroko komentowała jego słowa.

Kaczyński wyprzedził Tuska dzięki koincydencji dużego wzrostu informacji o nim samym z wyraźnym spadkiem zainteresowania mediów aktywnością premiera. O szefie PiS-u wydrukowano aż o 41 proc. tekstów więcej aniżeli w marcu, natomiast o prezesie rady ministrów o 22 proc. mniej. Co ciekawe, Tusk ciągle notuje więcej publikacji w dziennikach ogólnopolskich.

Na trzecie miejsce w zestawieniu awansował Waldemar Pawlak. Ta zmiana wiąże się przede wszystkim ze spadkiem aktywności Grzegorza Napieralskiego (-42 proc.), ponieważ liczba informacji o wicepremierze utrzymuje się na stabilnym poziomie (+5 proc.). Mniejszym zainteresowaniem dziennikarzy w kwietniu cieszyła się także Joanna Kluzik-Rostkowska, przewodnicząca PJN.

Kolejny krytyczny rekord

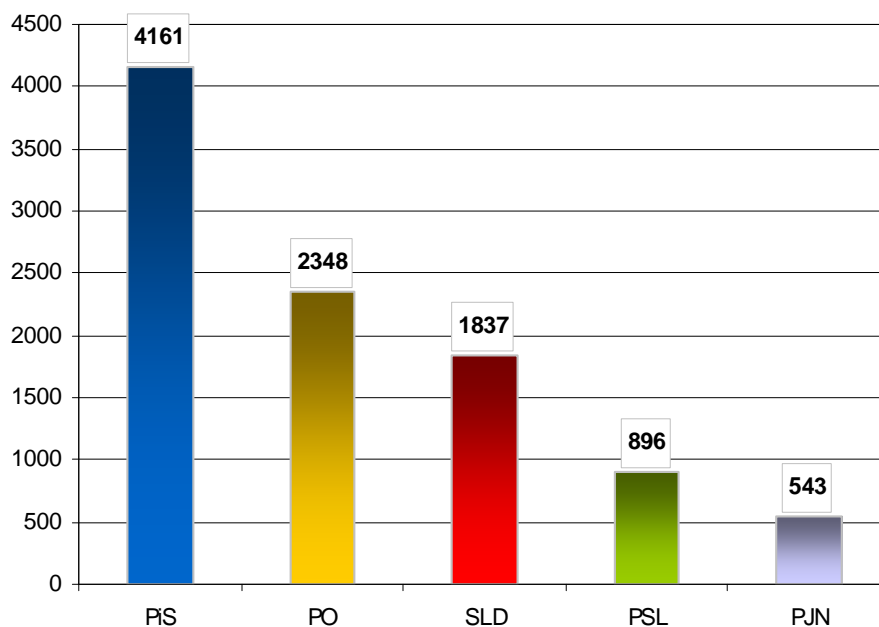
Jarosław Kaczyński wciąż jest najbardziej negatywnie opisywanym przez prasę politykiem, spośród objętych monitoringiem. Aż 43 proc. publikacji z dzienników ogólnopolskich miało wydźwięk negatywny. To rekordowo wysoki odsetek w tej kategorii. Najbardziej krytyczne wobec niego były „Super Express”, „Metro” i „Gazeta Wyborcza”. Poprzedni rekord padł w zeszłym miesiącu, gdy do osoby i działań Kaczyńskiego negatywnie dziennikarze odnieśli się w 41 proc. artykułów.

Drugim najczęściej krytykowanym politykiem był Tusk, który zanotował 36 proc. publikacji negatywnych. Głównie krytykował go tradycyjnie „Nasz Dziennik” (92 proc.), a także „Super Express” (52 proc.) i „Polska” (35 proc.). Pozostali liderzy odnotowali spadek. Najmniej negatywnych publikacji miał Waldemar Pawlak (9 proc.).

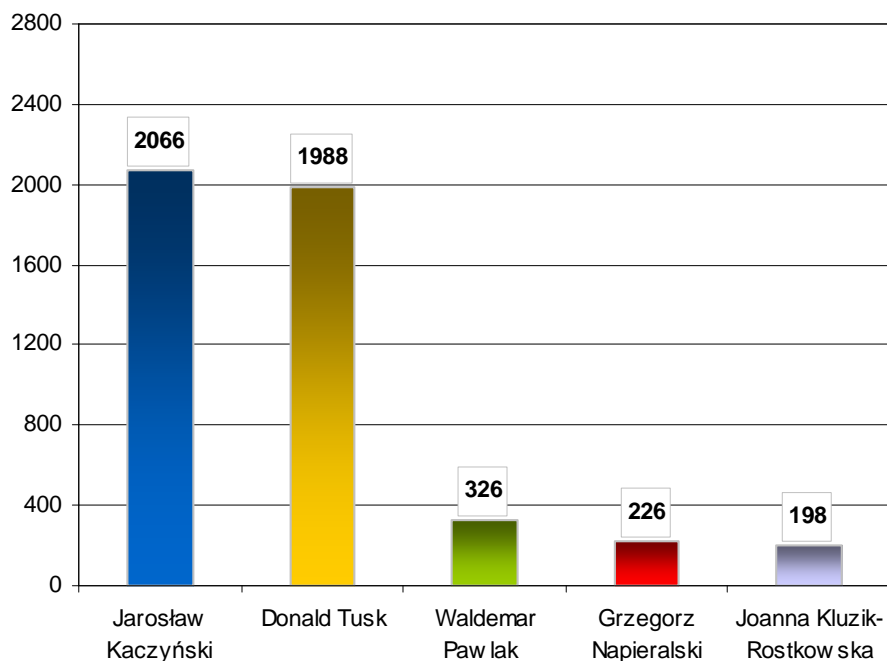
Prezydent stolicy na czele

Spośród wódatrzy miast wojewódzkich największym zainteresowaniem mediów cieszyła się prezydent Warszawy, Hanna Gronkiewicz-Waltz, która znalazła się przed Rafałem Bruskim (Bydgoszcz) i Ryszardem Grobelnym (Poznań). Na dalszych miejscach uplasowali się: Hanna Zdanowska (Łódź), Piotr Krzystek (Szczecin) i Jacek Majchrowski (Kraków). Najmniej medialnym prezydentem okazał się Ryszard Zembaczyński (Opole). Nieznacznie lepsi byli Piotr Grzymowicz (Olsztyn) i Tadeusz Truskolaski (Białystok).

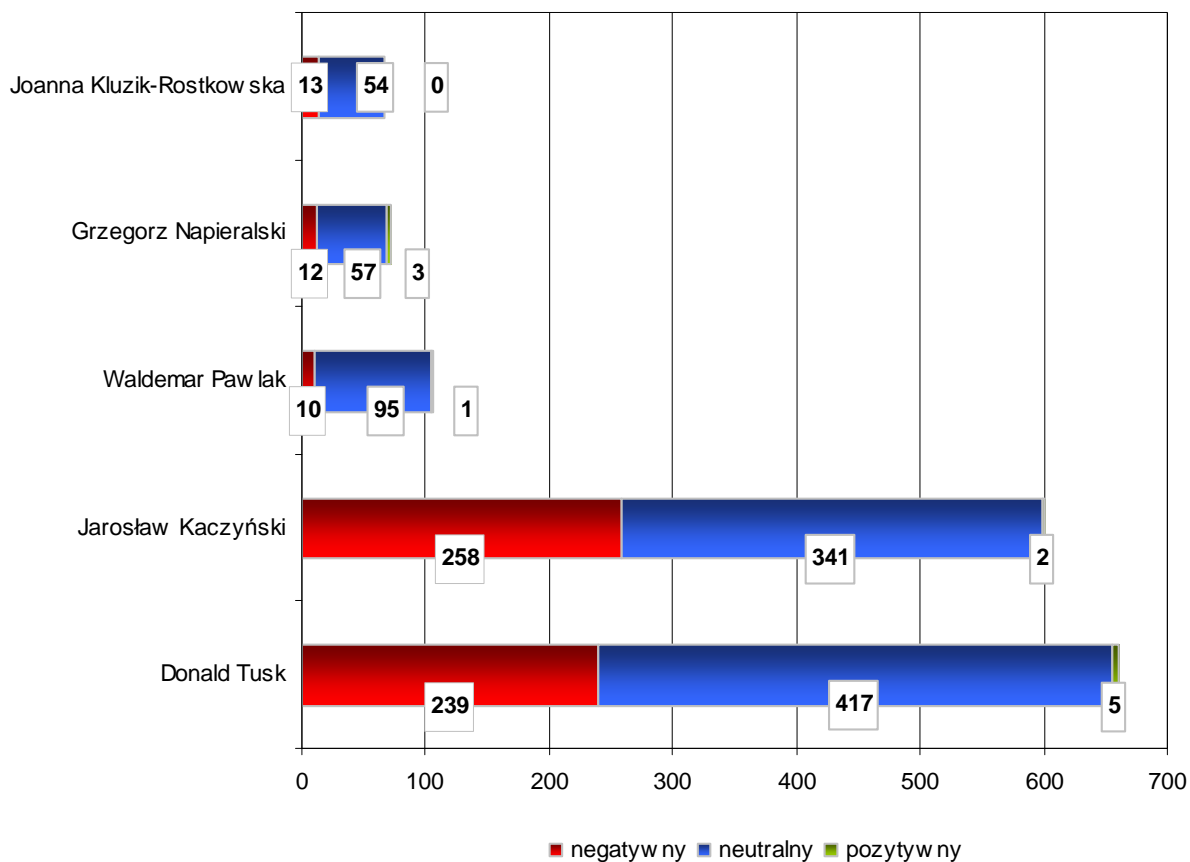
Rozdział I - Podsumowanie



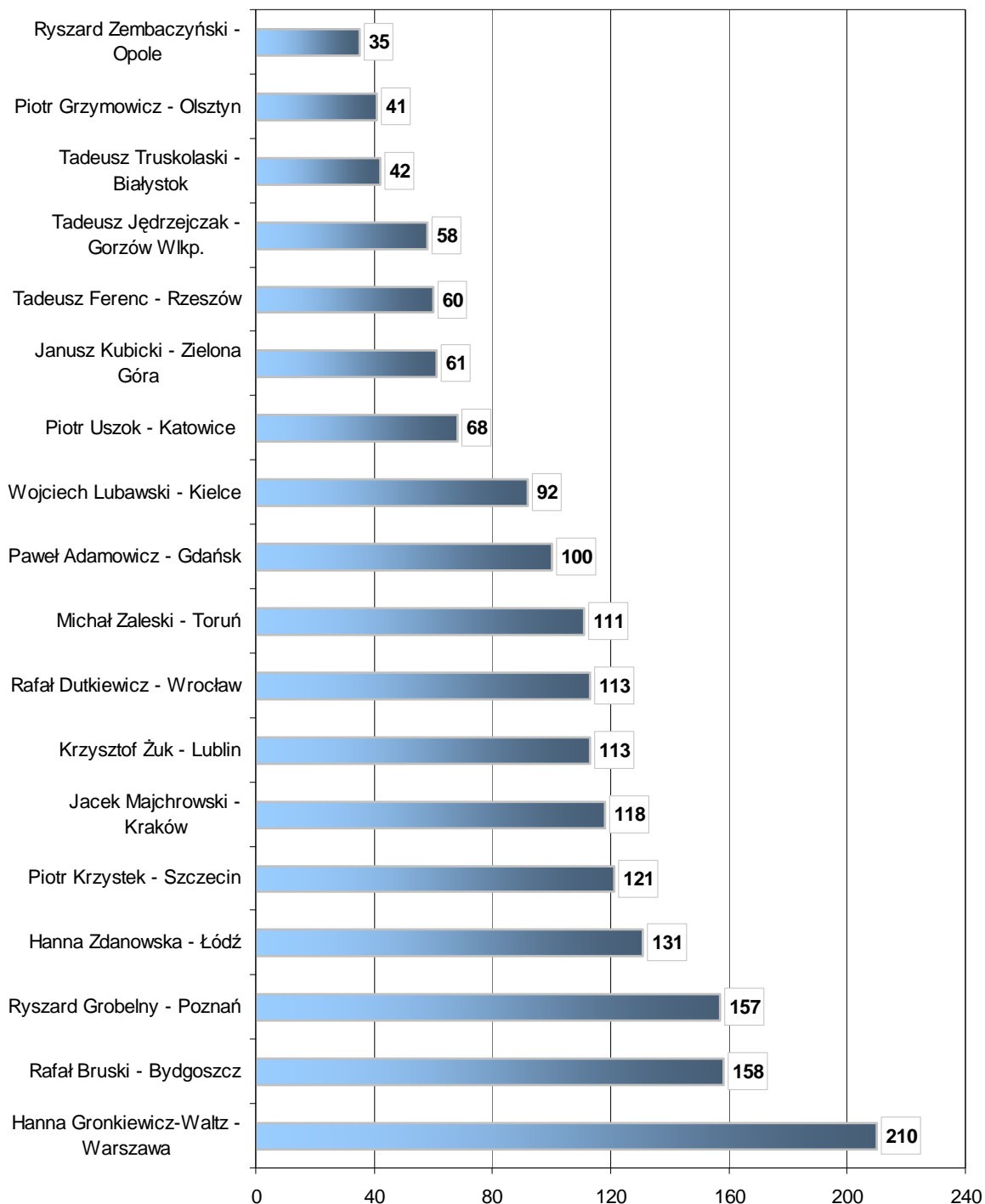
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w kwietniu 2011 r.



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

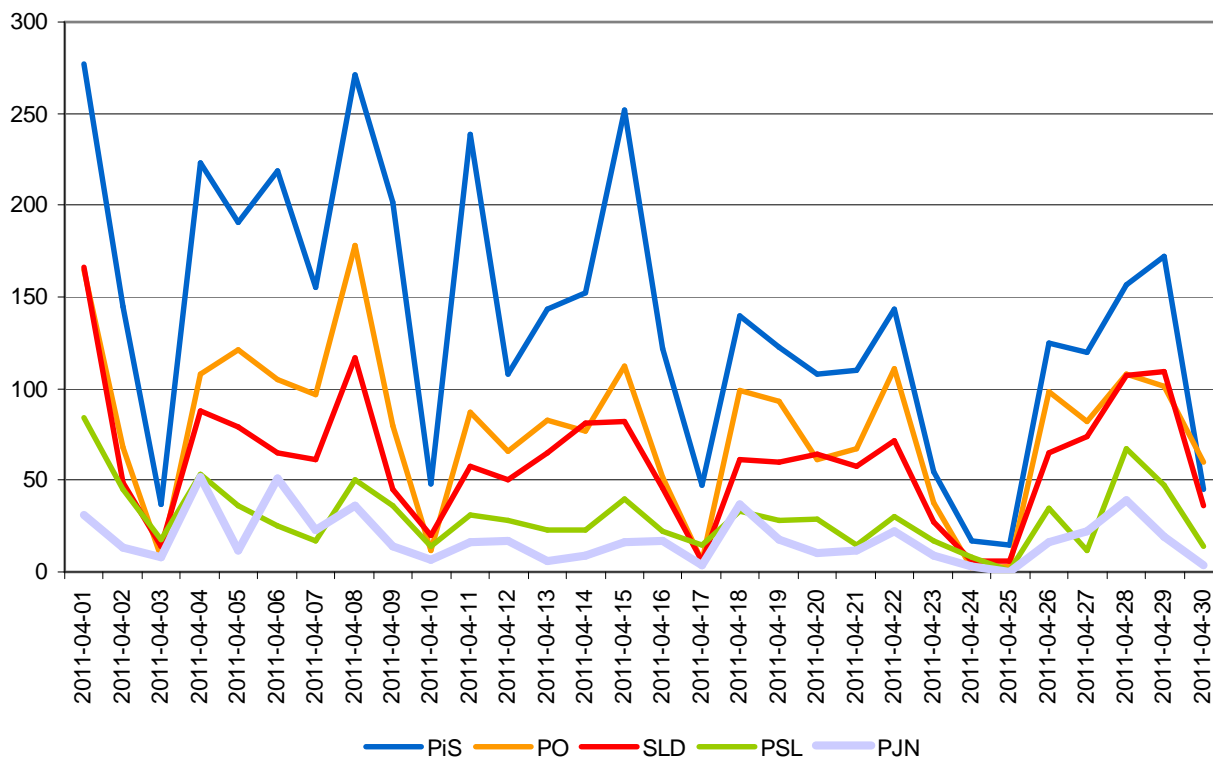


Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych w kwietniu 2011 r. z uwzględnieniem wydziwki.

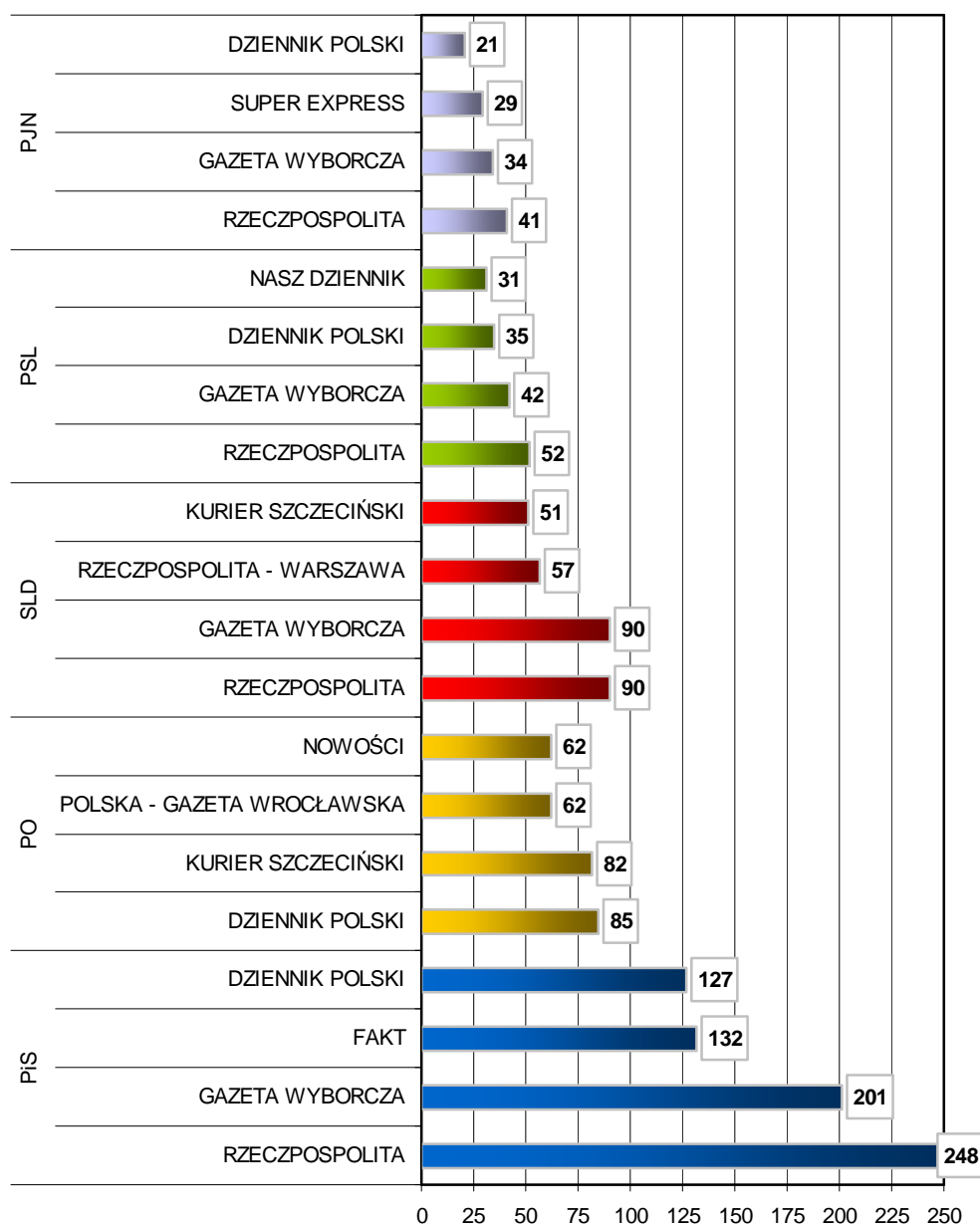


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich w kwietniu 2011 r.

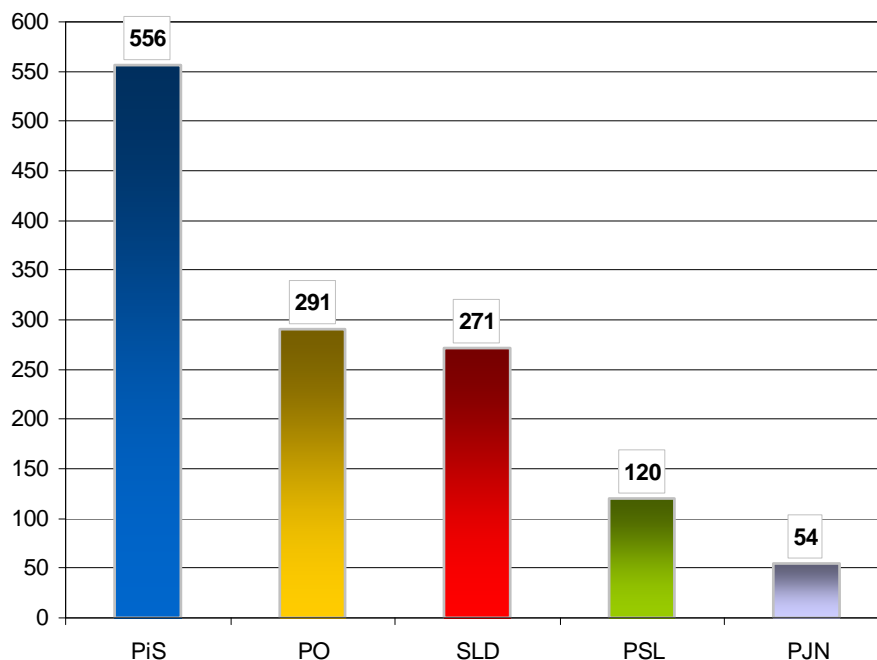
Rozdział II - Partie polityczne



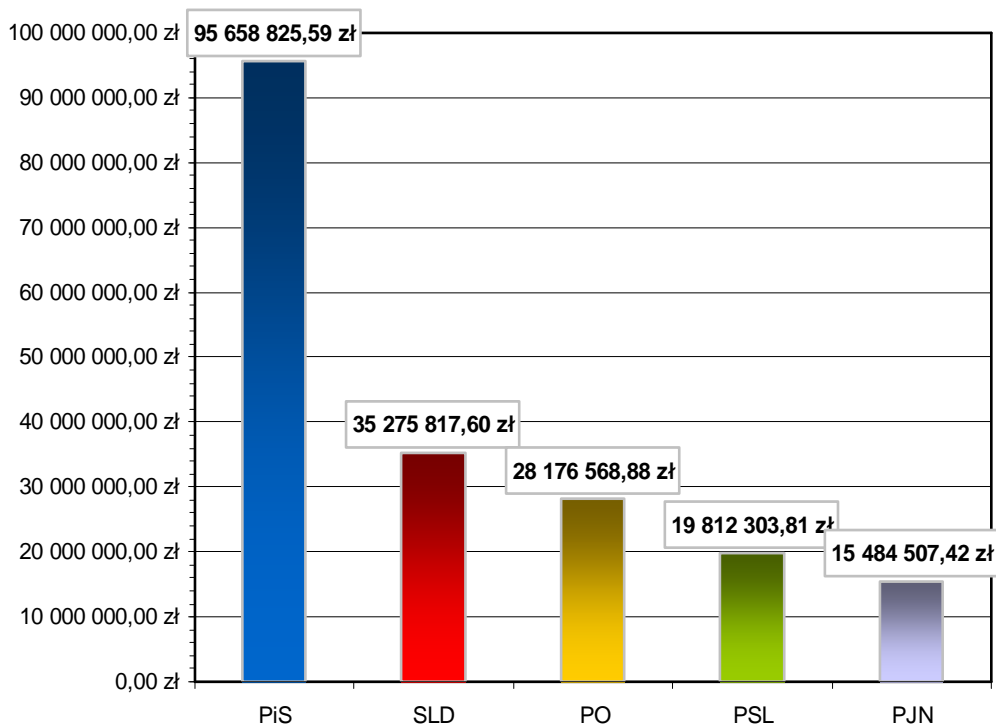
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

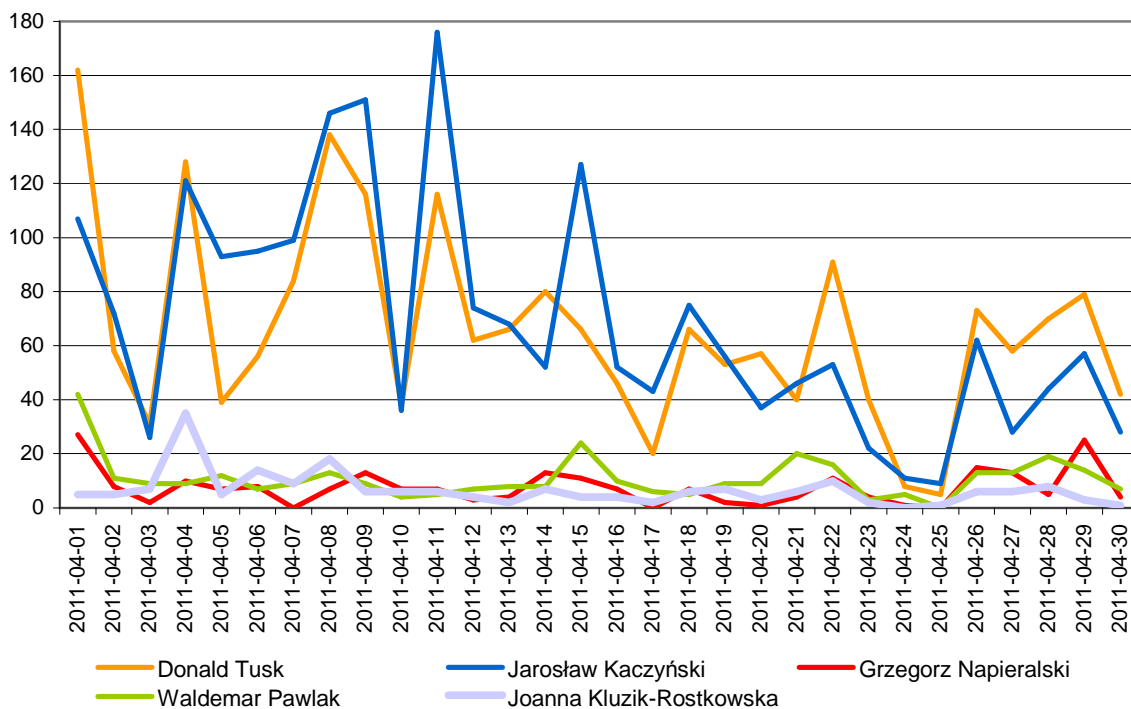


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

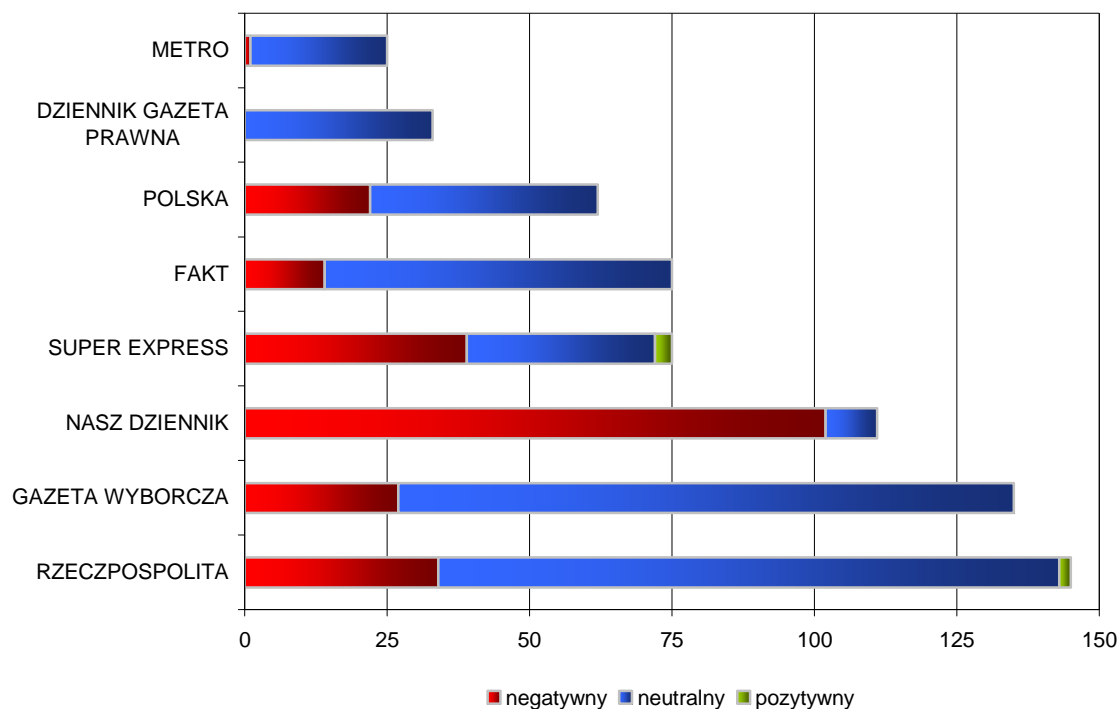


Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – kwiecień 2011 r.

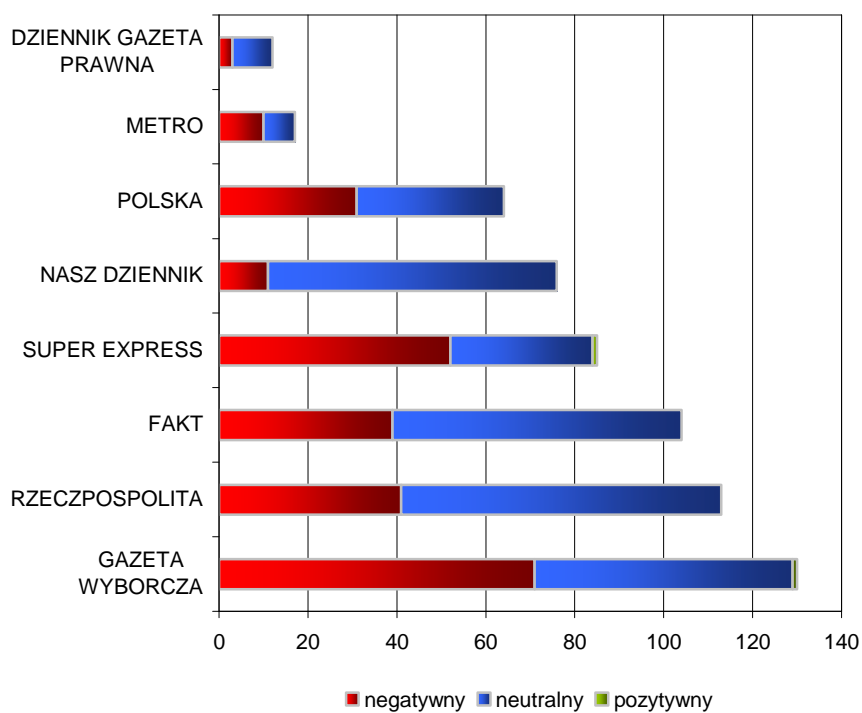
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



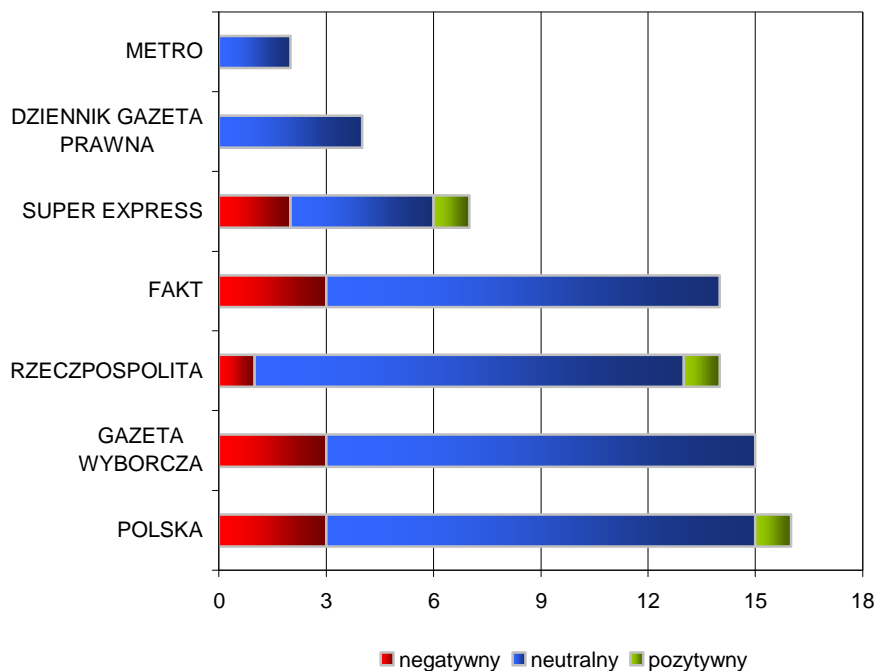
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



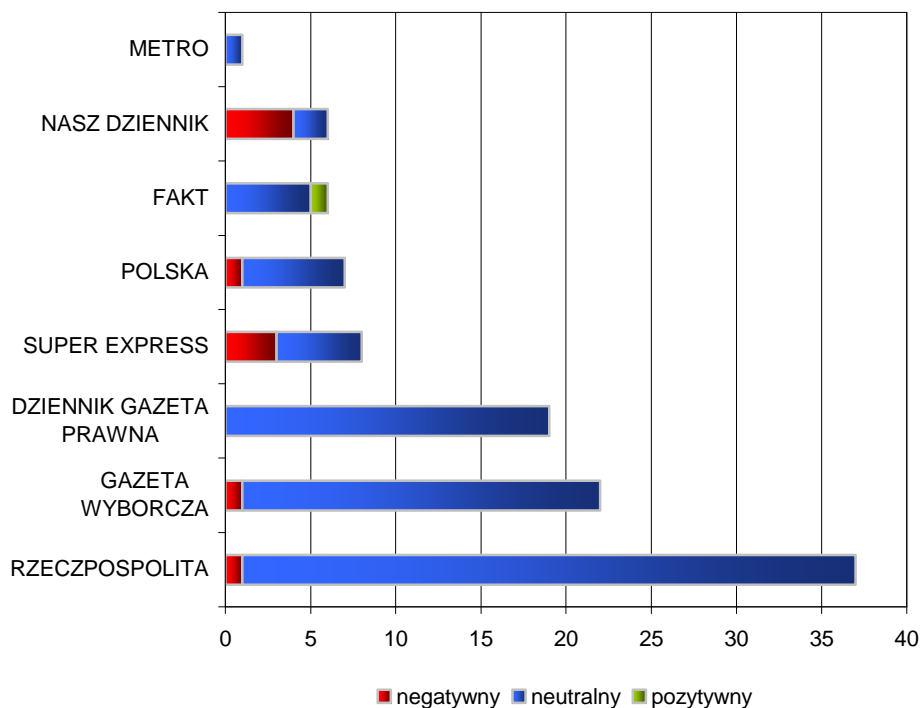
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



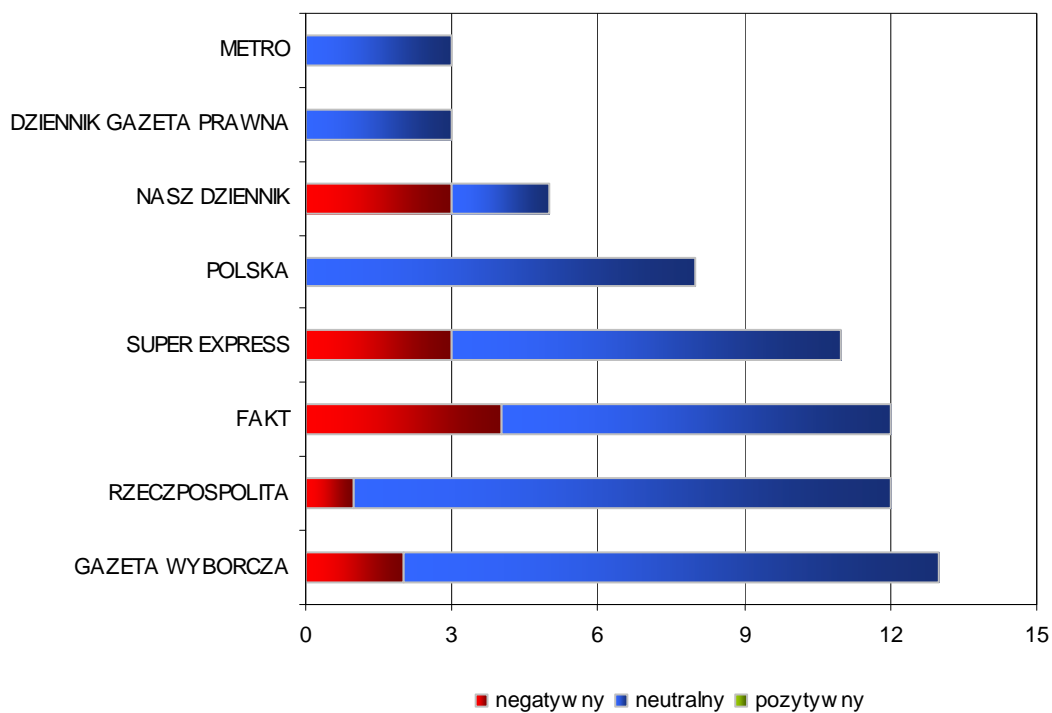
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



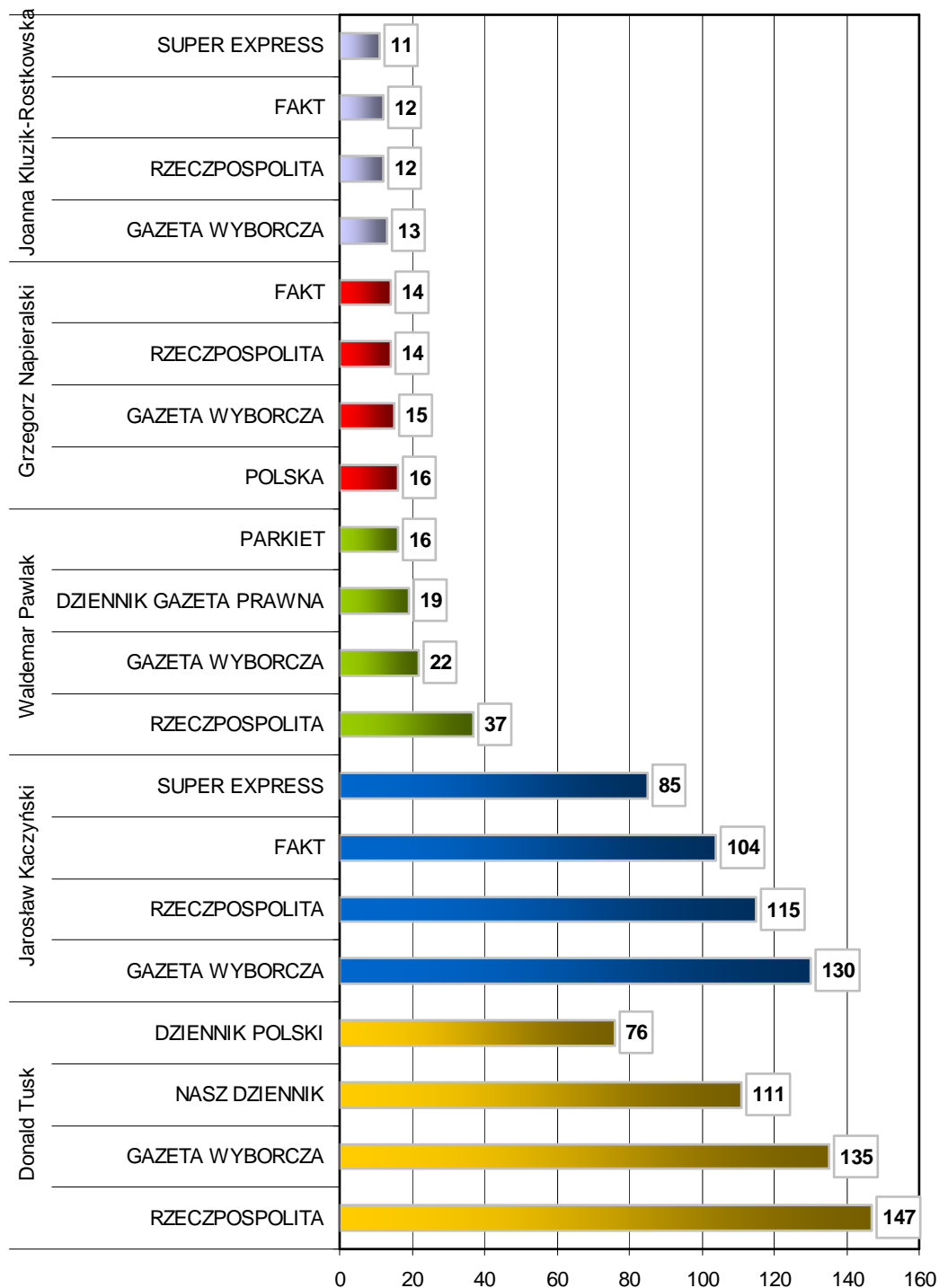
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Grzegorz Napieralski z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



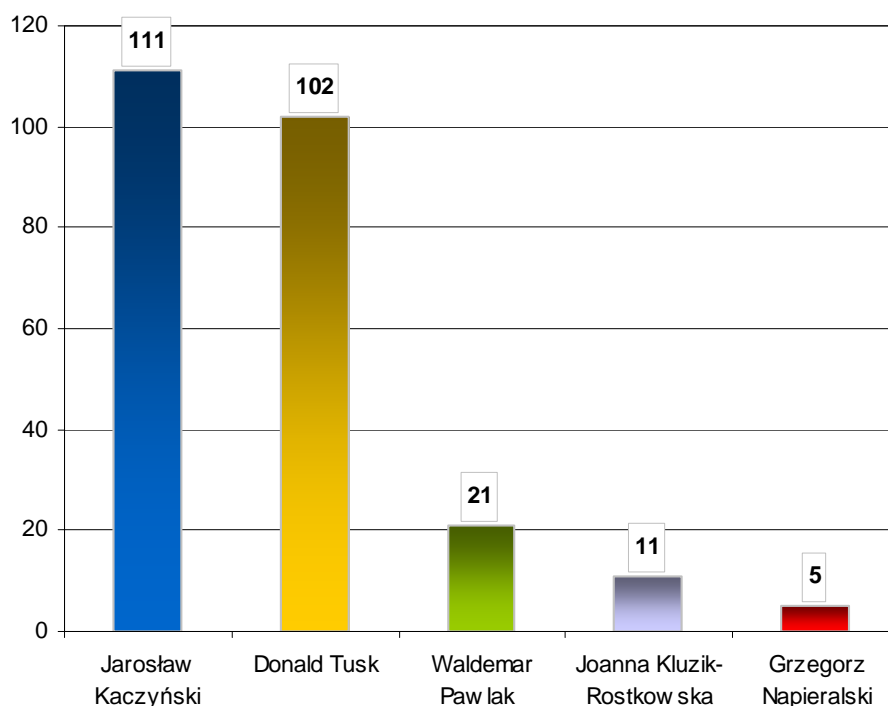
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



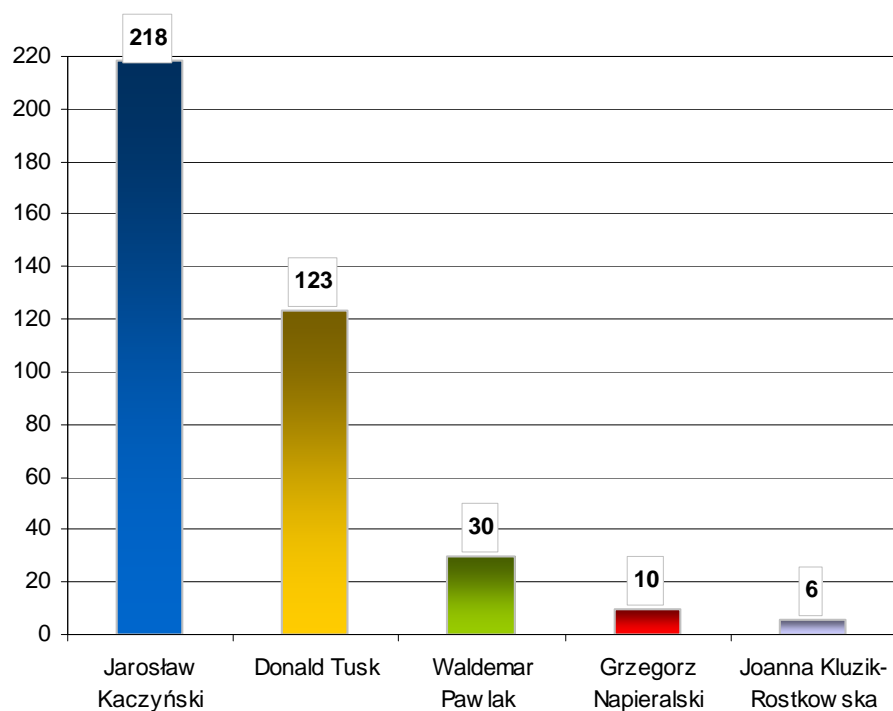
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiła Joanna Kluzik-Rostkowska z uwzględnieniem wydziwku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



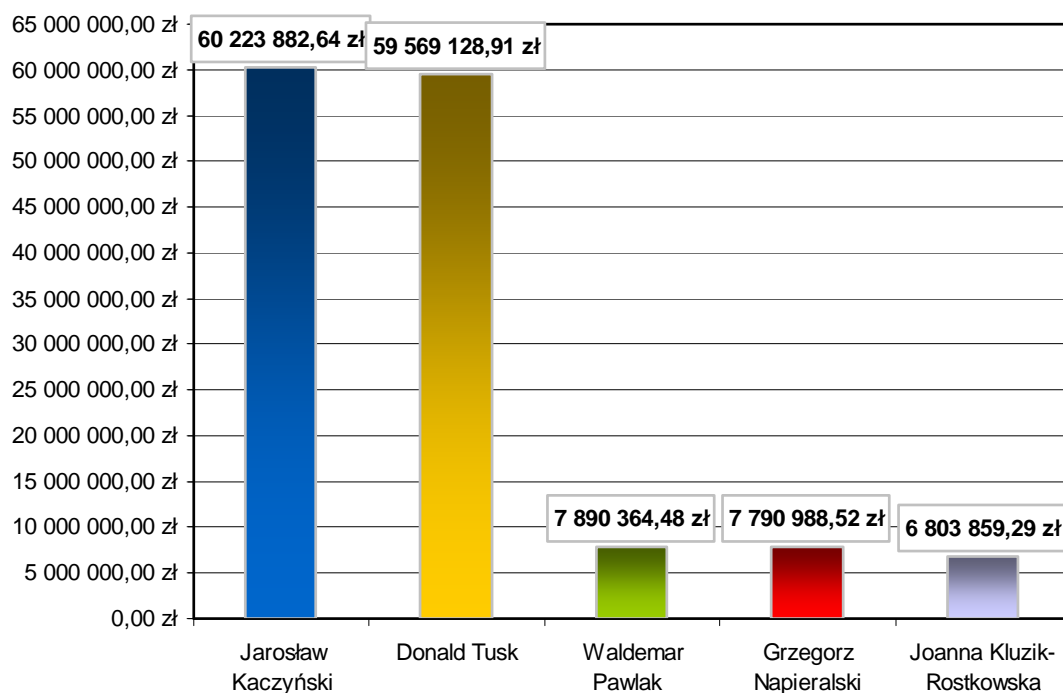
Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



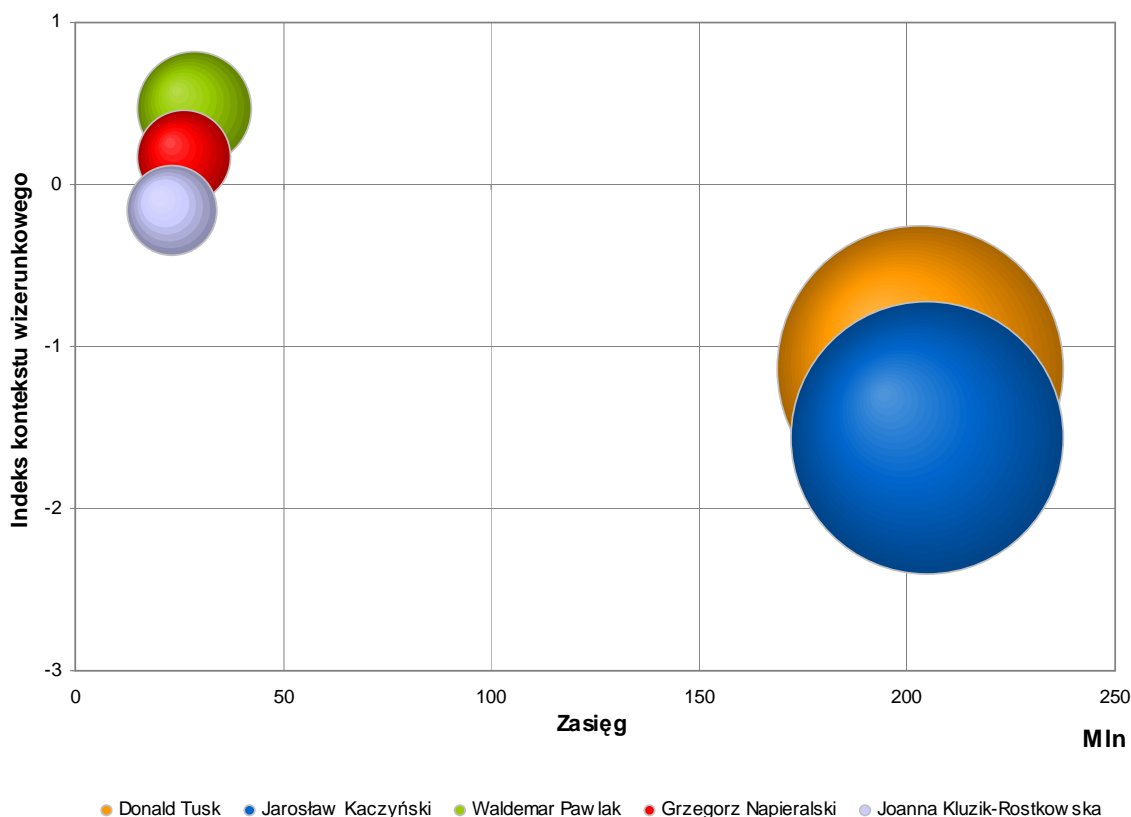
Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



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



Wykres 18. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych – kwiecień 2011 r.



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

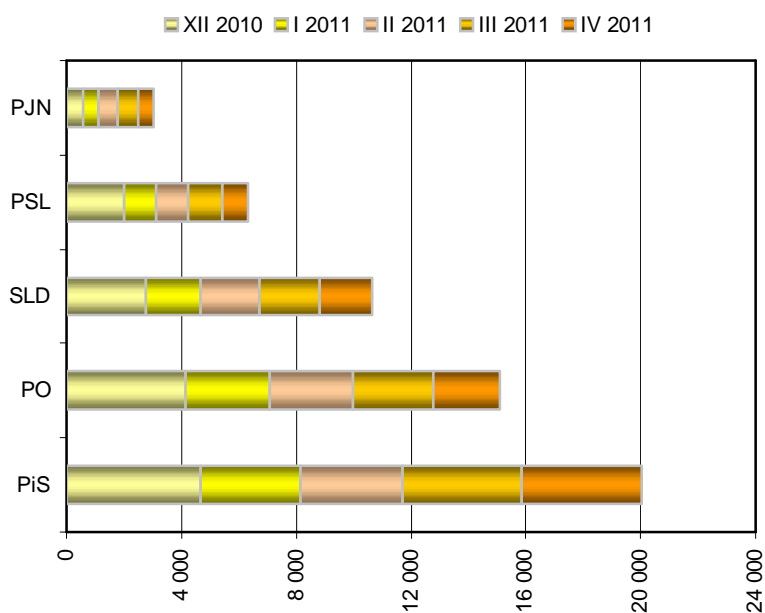
Favorability - indeks kontekstu wizerunkowego. Wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału negatywnego) do 5 (dla materiału pozytywnego). Wartość 1 przyjmują informacje o kontekście neutralnym.

Range – oznacza zasięg informacji wyrażony w potencjalnej liczbie kontaktów z czytelnikami.

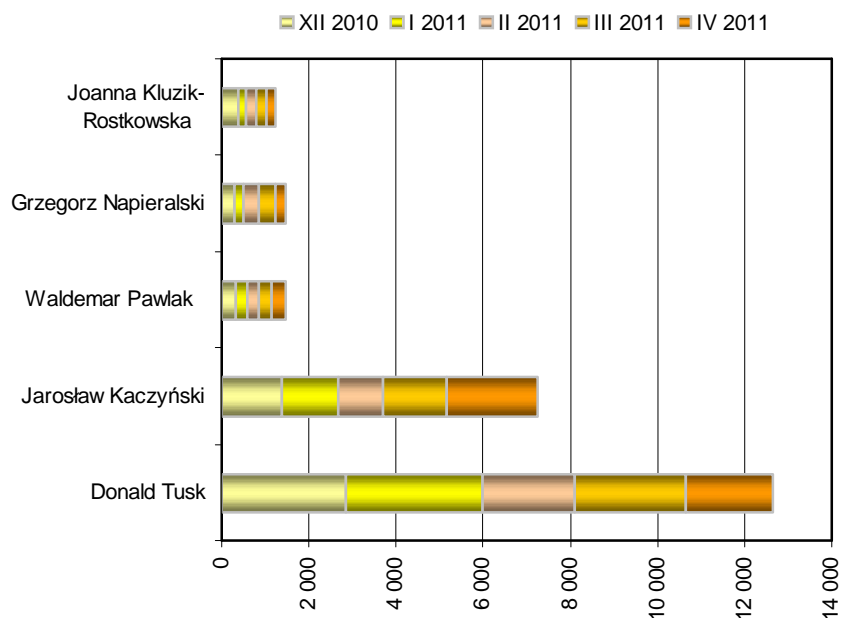
Wielkość kuli - oznacza liczbę publikacji.

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 (oznacza, że negatywny przekaz, dotarł do bardzo szerokiego grona odbiorców).

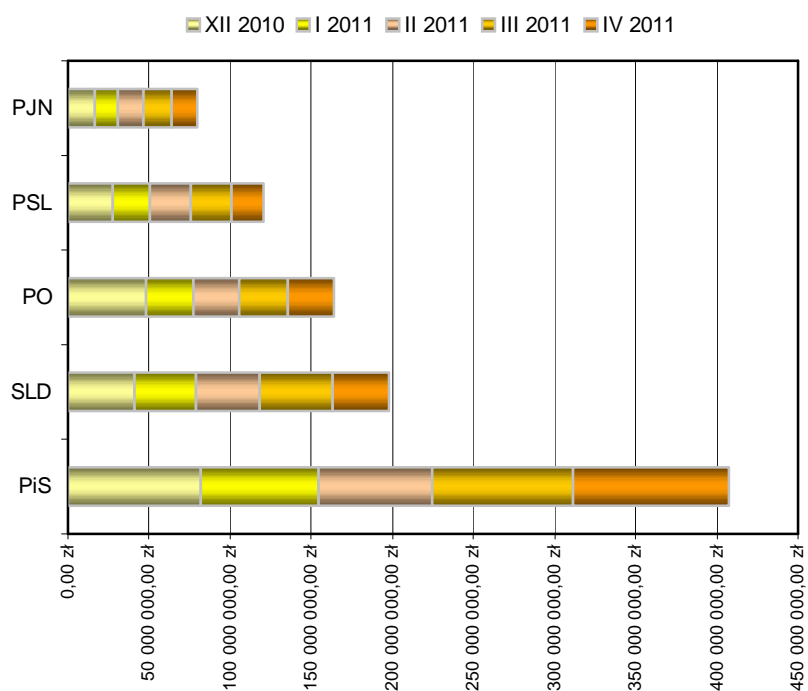
Rozdział IV - Trendy



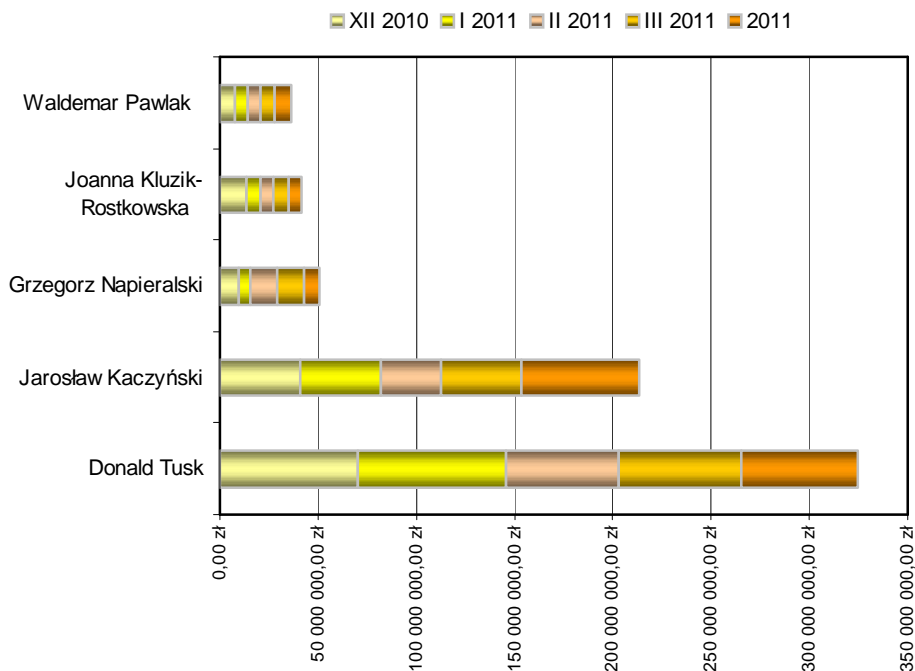
Wykres 20. Suma publikacji prasowych na temat partii politycznych w podziale na miesiące (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



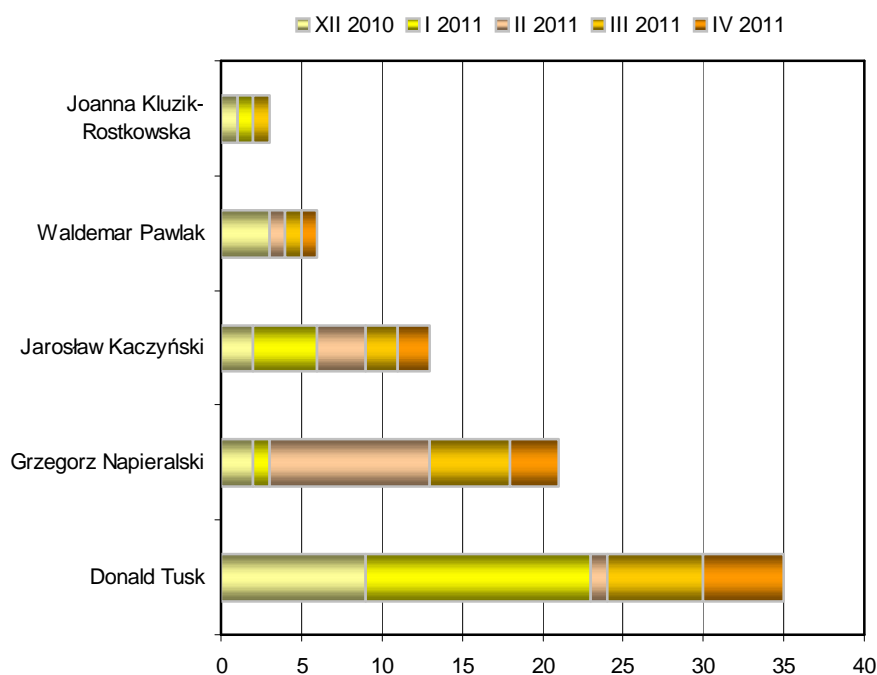
Wykres 21. Suma publikacji prasowych na temat liderów partii politycznych w podziale na miesiące (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



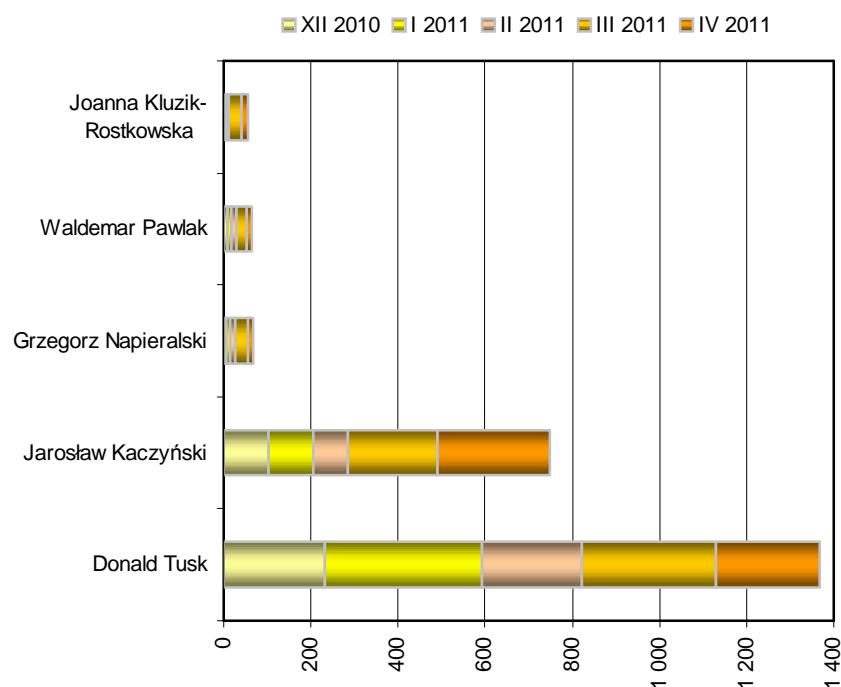
Wykres 22. Suma ekwiwalentu reklamowego dla partii politycznych w podziale na miesiące (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



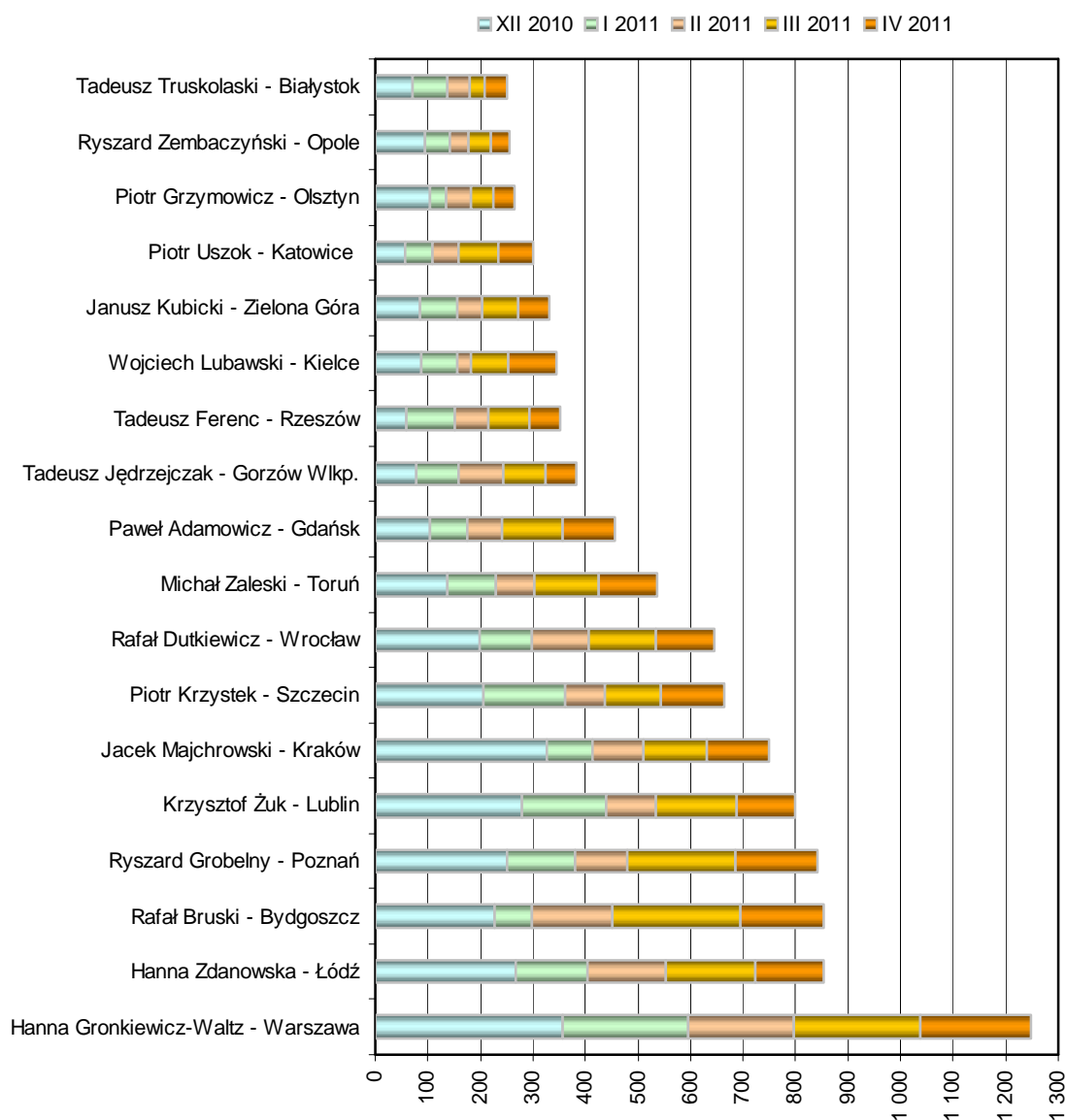
Wykres 23. Suma ekwiwalentu reklamowego dla liderów partii politycznych w podziale na miesiące (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



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
www.press-service.com.pl