



Raport prasowy

SCENA POLITYCZNA

kwiecień 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 kwietniu 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, Ruch Palikota i Solidarną Polskę, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Leszka Millera oraz Janusza Piechocińskiego, Janusza Palikota i Zbigniewa Ziobro. Badanie wydzwiku 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

Budzanowski i Gowin w centrum uwagi

Kwiecień upłynął pod znakiem wielu ważnych wydarzeń z punktu widzenia polityki wewnętrznej. Nie obyło się bez przetasowań w rządzie. Ministra skarbu – Mikołaja Budzanowskiego zastąpił Włodzimierz Karpiński, natomiast za Jarosława Gowina na stanowisku ministra sprawiedliwości pojawił się Marek Biernacki. Wcześniej Sejm głosował nad wotum nieufności dla Sławomira Nowaka. Dziennikarze spekulowali o problemach wewnątrz koalicji i samej Platformy Obywatelskiej. Liczba artykułów dotyczących sytuacji politycznej wzrosła. Na temat wszystkich partii łącznie – względem marca – pisało się o 4 proc. więcej, natomiast o liderach politycznych – o 16 proc.

Platforma Obywatelska po raz trzeci w ciągu ostatnich czterech miesięcy znalazła się na pierwszym miejscu rankingu najbardziej medialnych partii politycznych w Polsce. W kwietniu napisano o niej łącznie 3,9 tys. publikacji prasowych (średnio 129 materiałów dziennie). Media nie bez echa pozostawiły kwestie tarć w koalicji. Tusk na początku miesiąca postanowił zdyscyplinować szefa PSL, po tym jak trójka posłów stronnictwa zagłosowała za odwołaniem ministra transportu. Zastanawiano się, czy Janusz Piechociński – marginalizowany w roli wicepremiera – zdecyduje się na wyjście ludowców z rządu.

Opuszczenie koalicji? Plus 45 do medialności

Piechociński w ubiegłym miesiącu był tym liderem partii, który uzyskał największy wzrost liczby publikacji względem marca (aż o 45 proc.). Więcej niż w poprzednim miesiącu pisało się także o innych przywódcach – Leszku Millerze (33 proc.), Jarosławie Kaczyńskim (31 proc.), Zbigniewie Ziobro (14 proc.), czy Donaldzie Tusku (13 proc.). Spadek liczby materiałów zanotował tylko Janusz Palikot (-8 proc.).

Dużą liczbę materiałów na temat polityki odnotowano 10 i 11 kwietnia. W dzień trzeciej rocznicy katastrofy smoleńskiej, wyraźny pik na wykresie czasowym można zaobserwować nie tylko w przypadku PiS-u – który tego dnia pobił rekord (236) dziennej liczby publikacji – ale także Jarosława Kaczyńskiego i Donalda Tuska. Co ciekawe, na temat premiera pisało się tego dnia więcej niż o prezesie PiS-u.

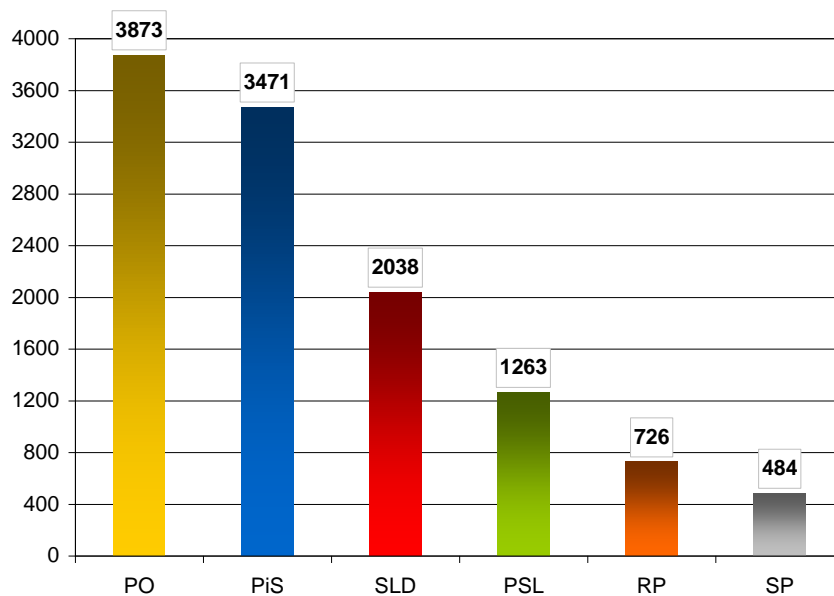
Uniknął tsunami?

Szef rządu spotkał się z ostrą krytyką po tym, jak 10 kwietnia poleciał z oficjalną wizytą do Nigerii. Pomimo tego w kwietniu spadł odsetek negatywnych publikacji o Tusku

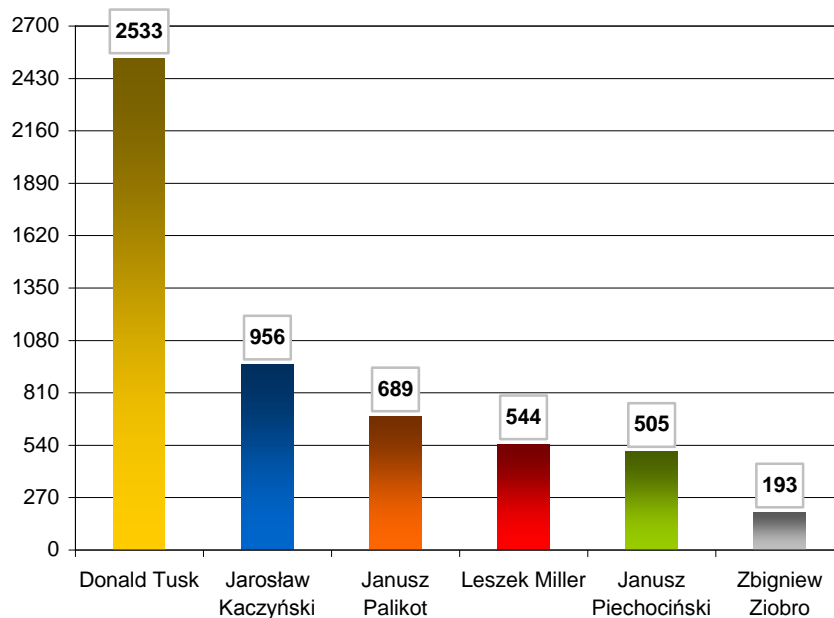
w dziennikach ogólnopolskich. Tym razem analitycy odnotowali ich 22 proc., w stosunku do 28 proc. w marcu. Największy procent publikacji negatywnych miał w kwietniu Janusz Palikot (28 proc.), który uplasował się przed Zbigniewem Ziobro (25 proc.). Dopiero na trzecim miejscu znalazł się Tusk (22 proc.). Z kolei Jarosław Kaczyński zanotował w minionym miesiącu zaledwie 7 proc. negatywnych tekstów w dziennikach.

Tuska najczęściej krytykowały tradycyjnie „Nasz Dziennik” i „Gazeta Polska Codziennie”. Na temat Kaczyńskiego najwięcej negatywnych treści pojawiało się w „Gazecie Wyborczej”, z kolei Leszek Miller najwięcej problemów miał z „Faktem”. Dla Janusza Palikota najmniej przychylna była „Rzeczpospolita”, natomiast dla Ziobro – „Gazeta Wyborcza”. O Januszu Piechocińskim krytycznie pisano w „Fakcie” i „Naszym Dzienniku”.

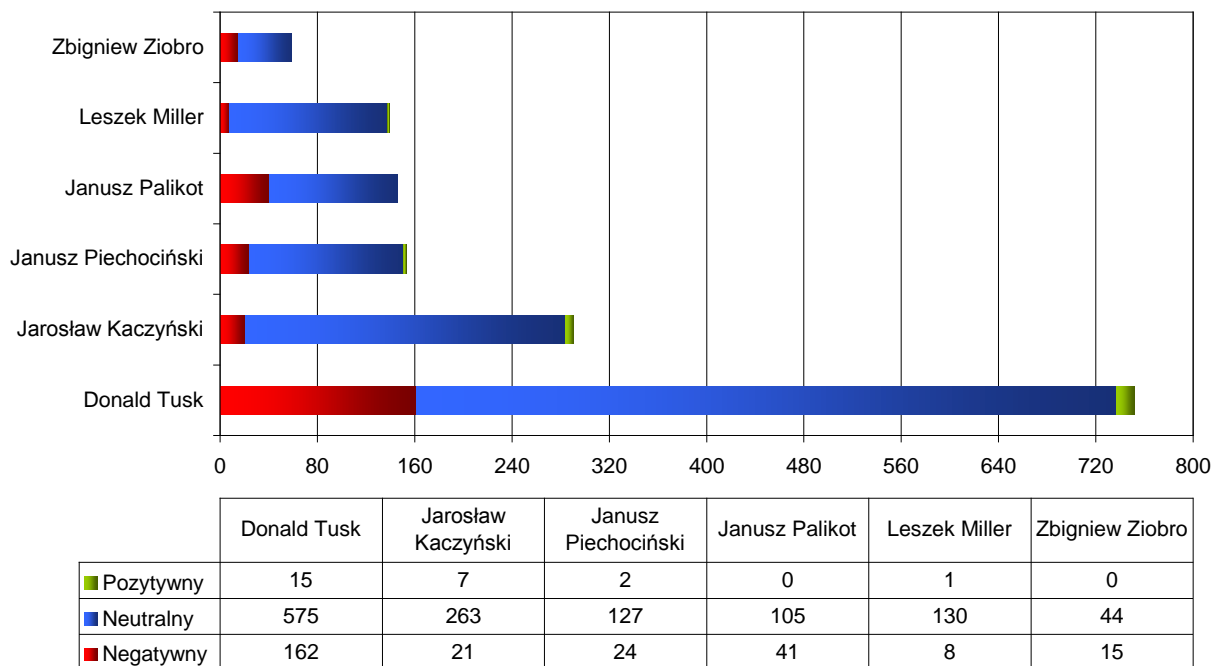
Rozdział I - Podsumowanie



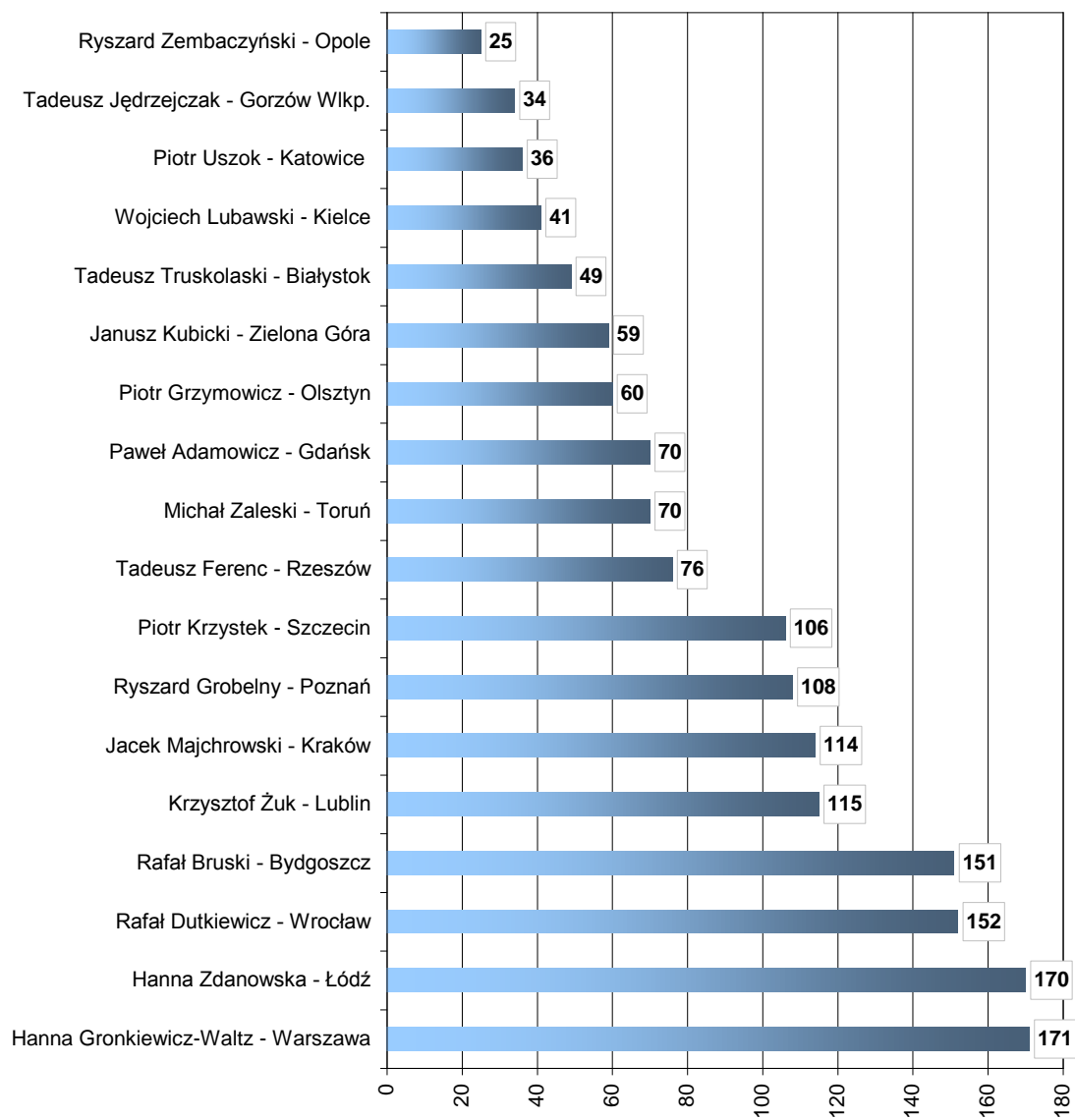
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w kwietniu 2013 r.



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

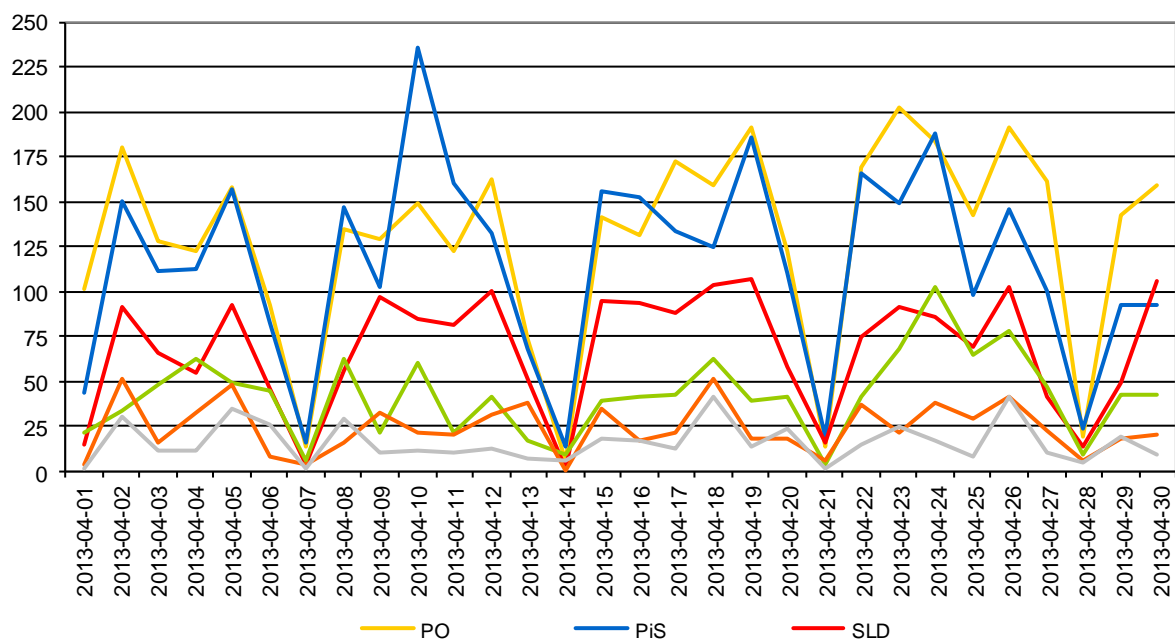


Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku

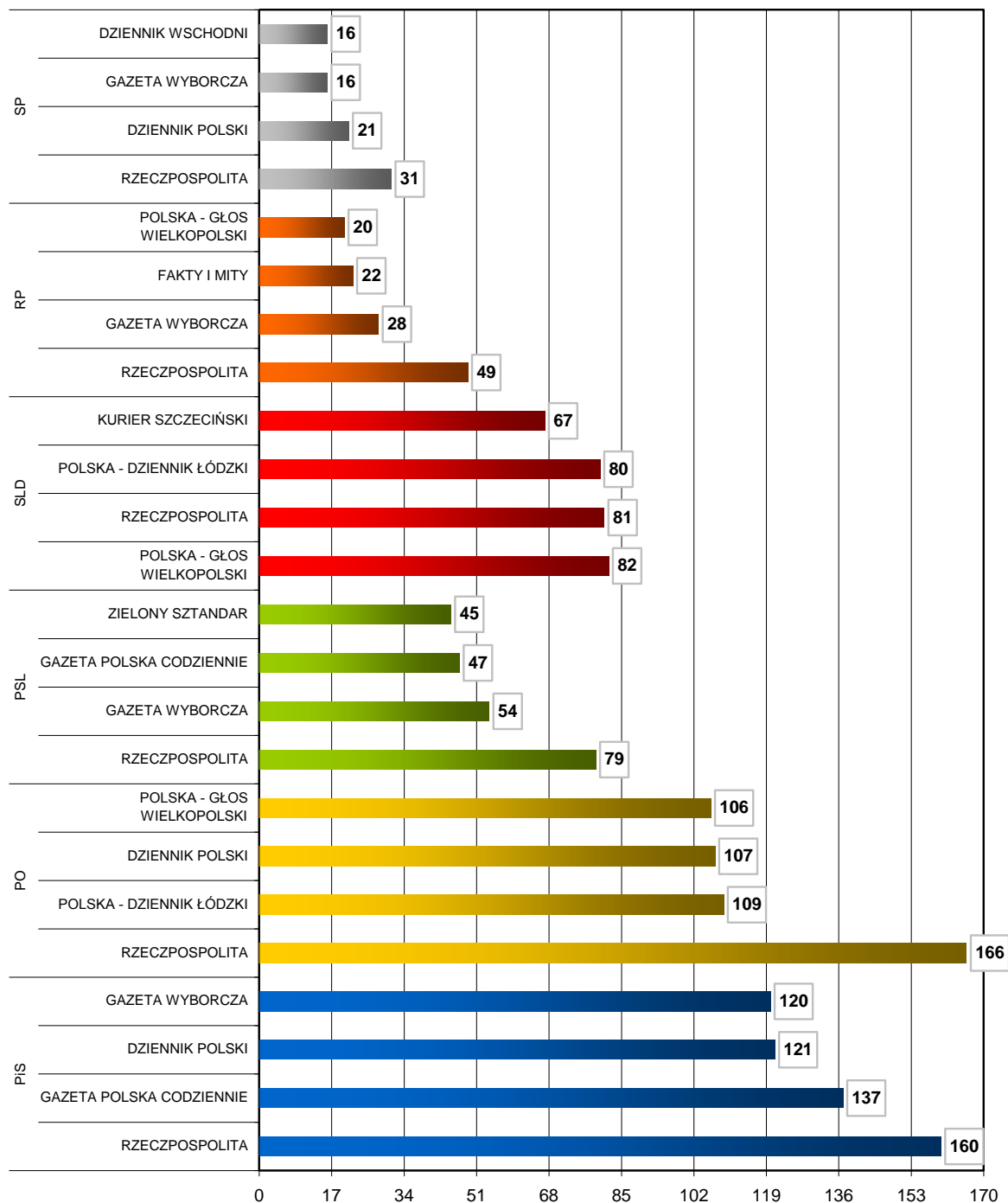


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich

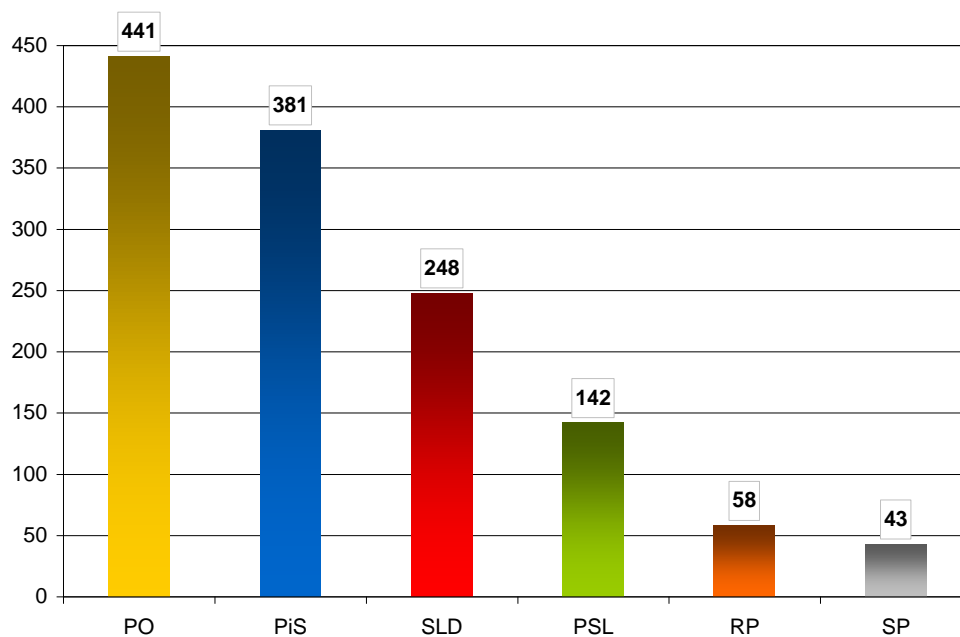
Rozdział II - Partie polityczne



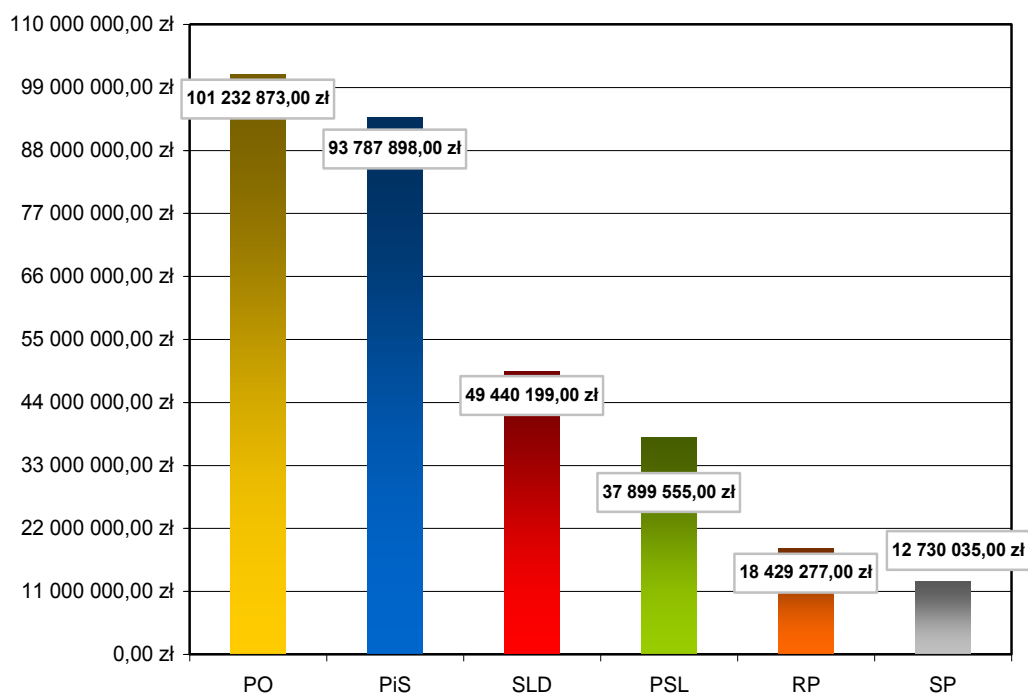
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

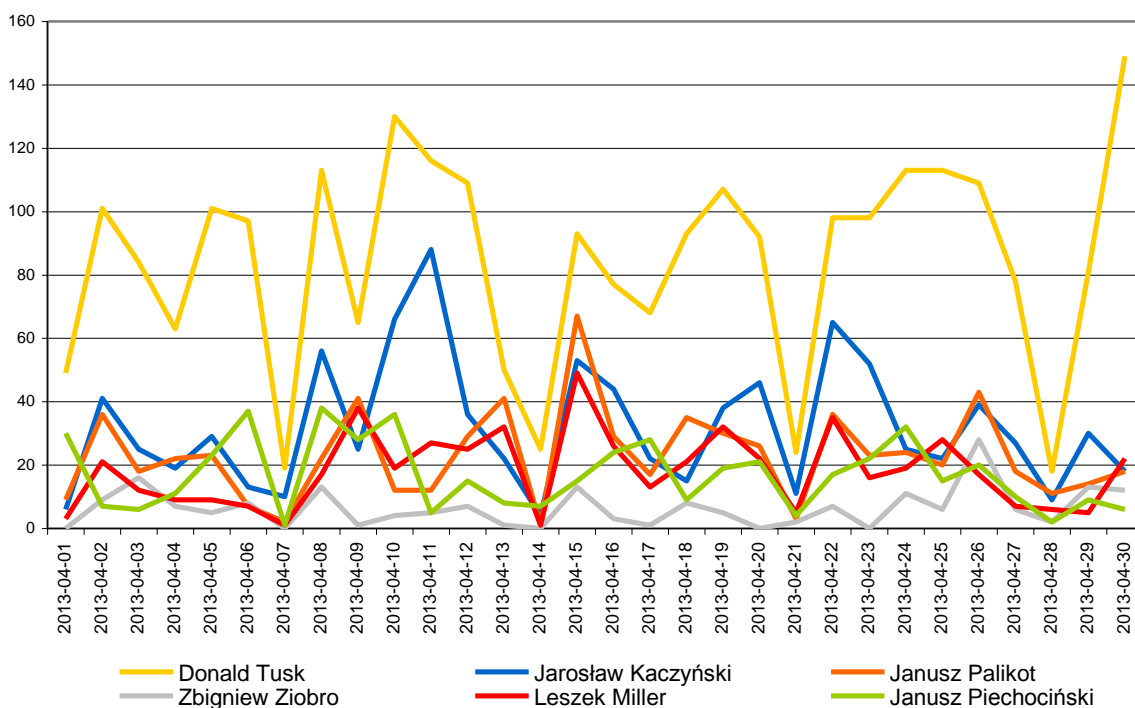


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

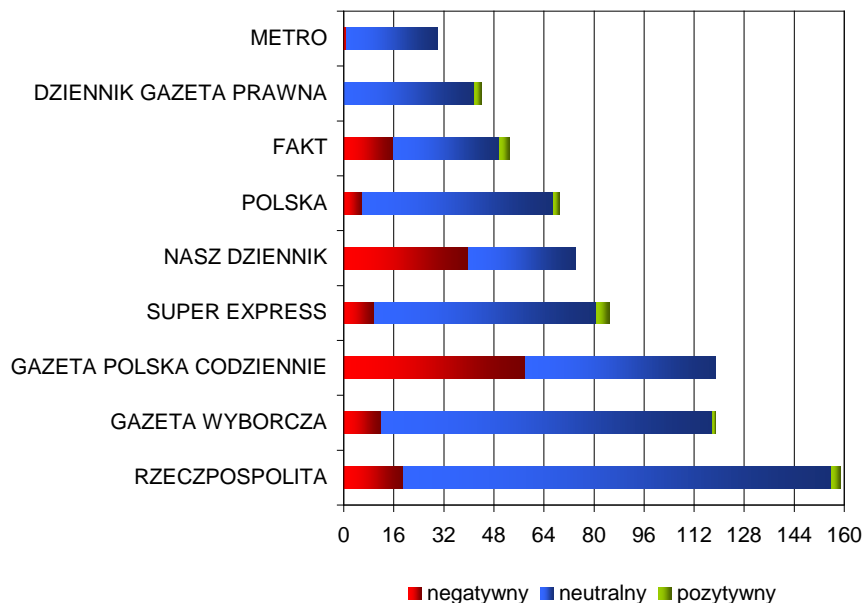


Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych - kwiecień 2013 r.

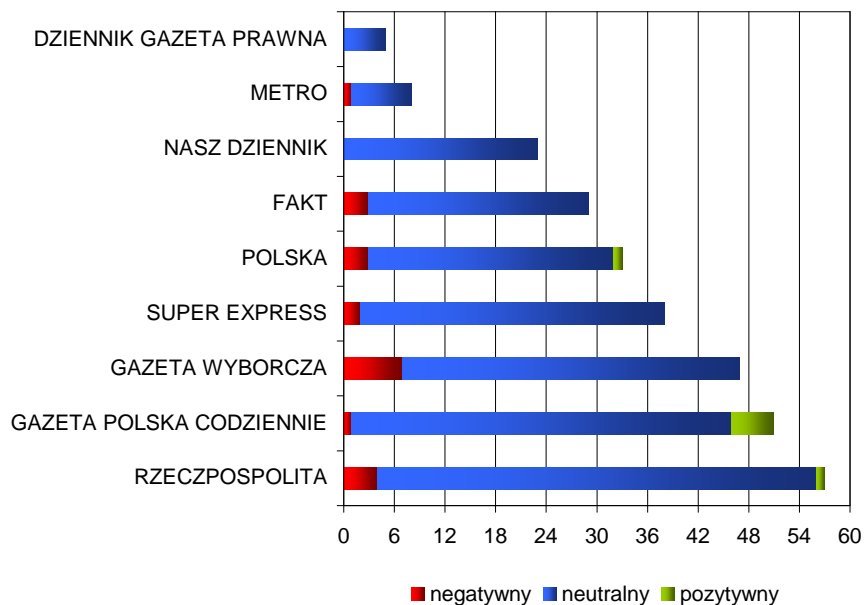
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



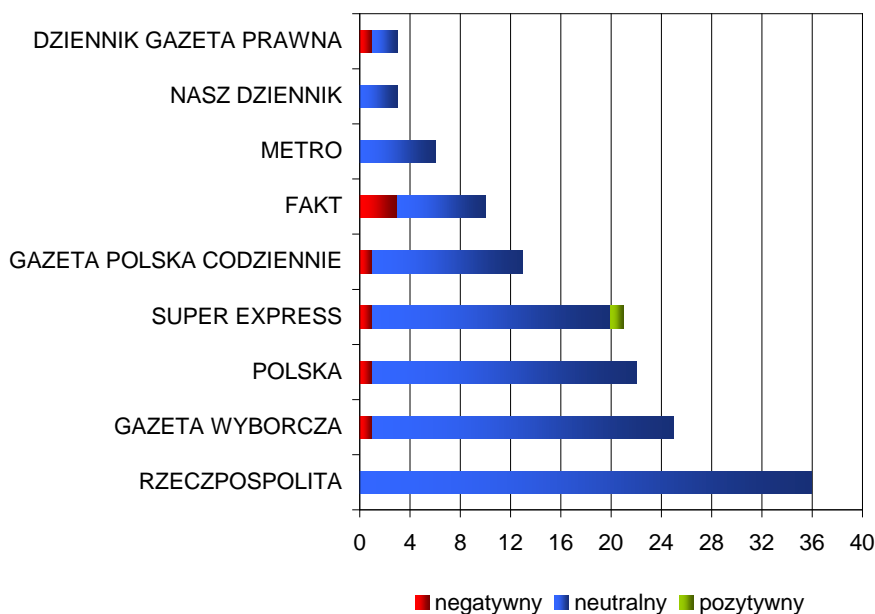
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



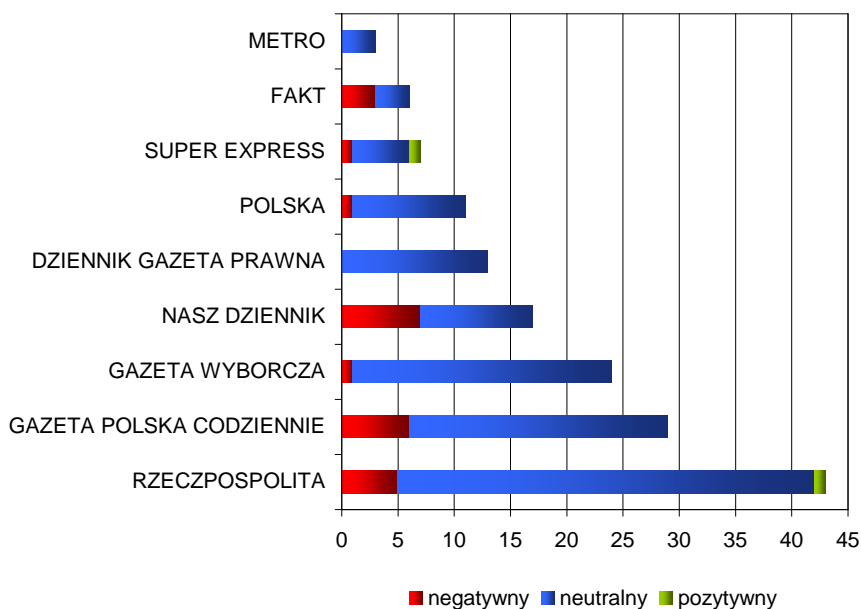
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



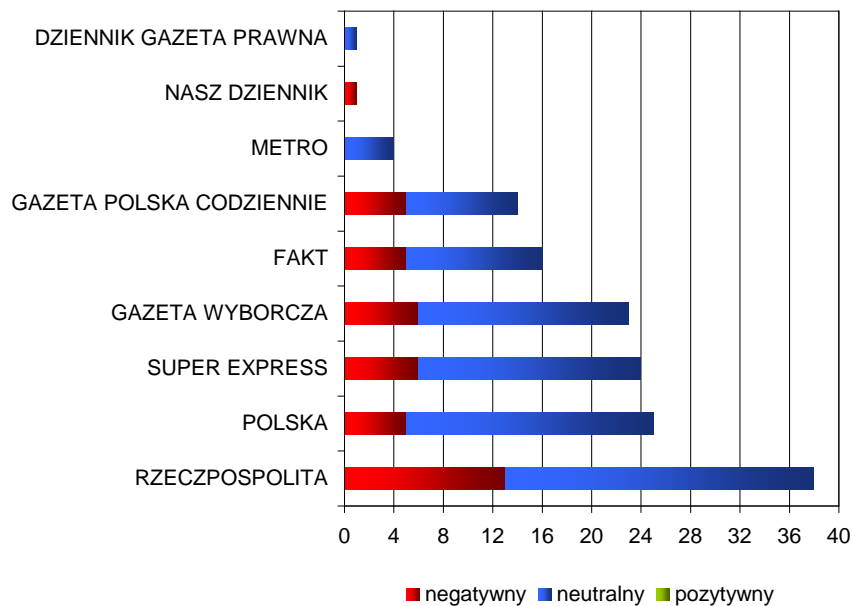
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



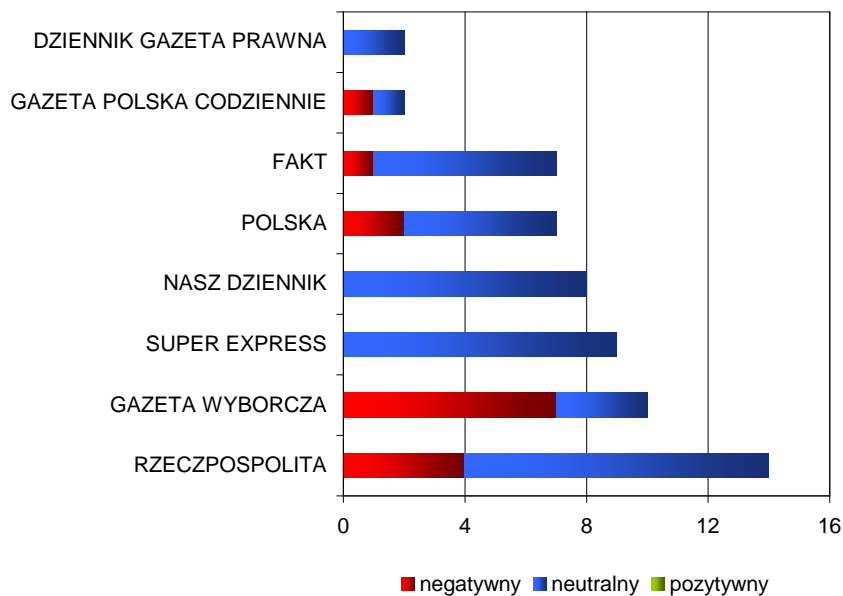
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



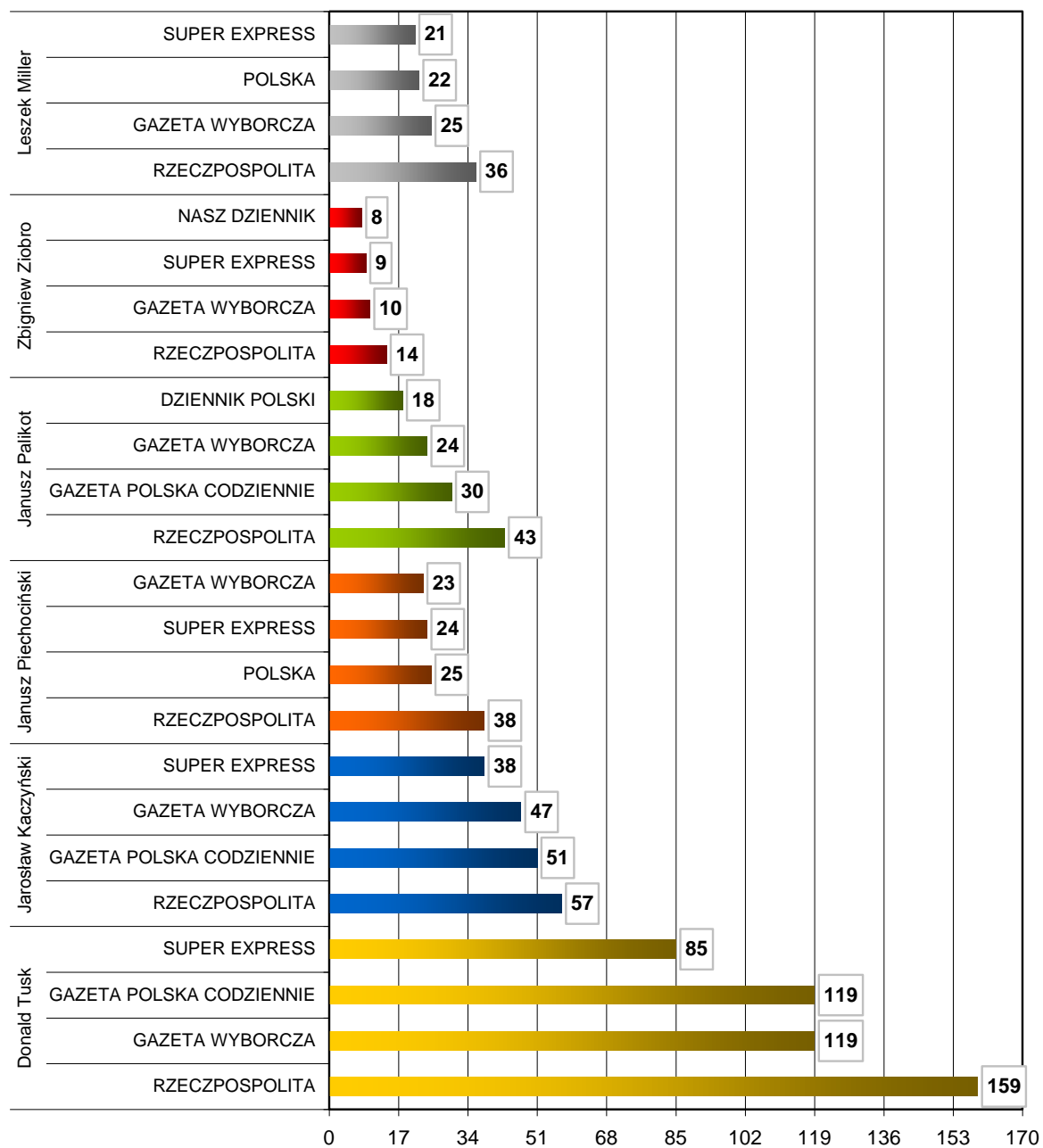
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



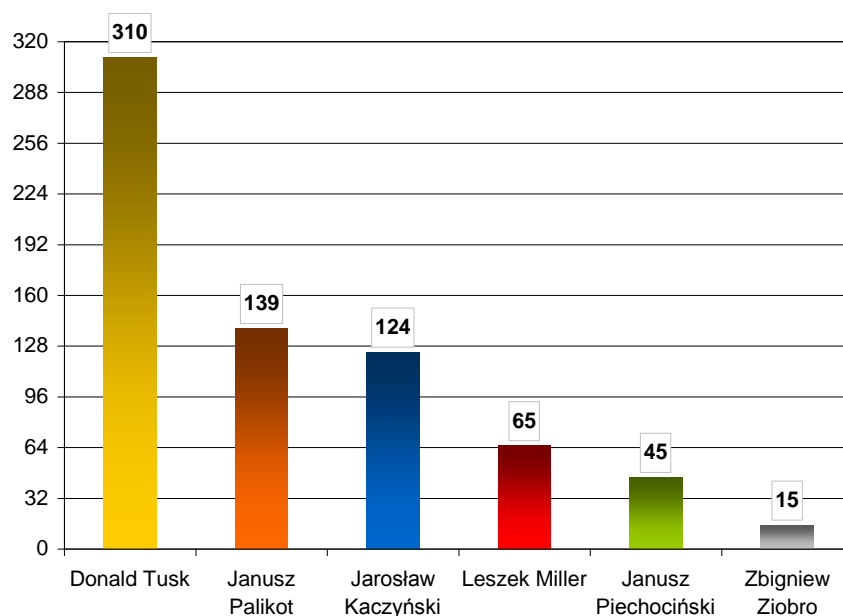
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



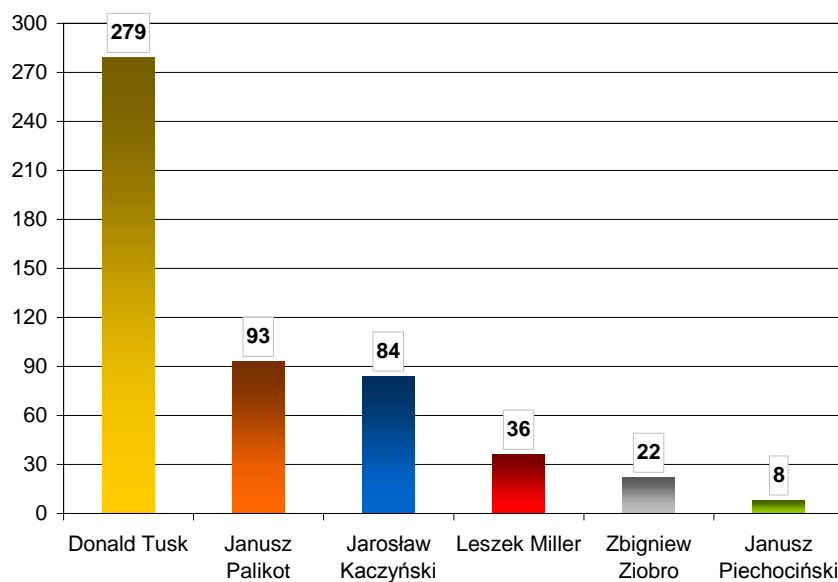
Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



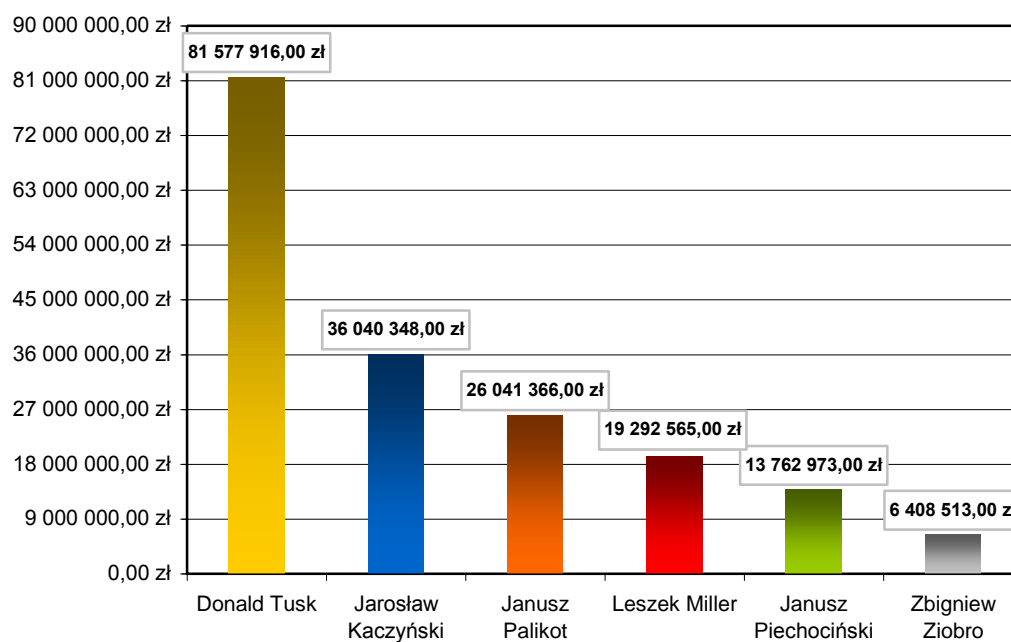
Wykres 16. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



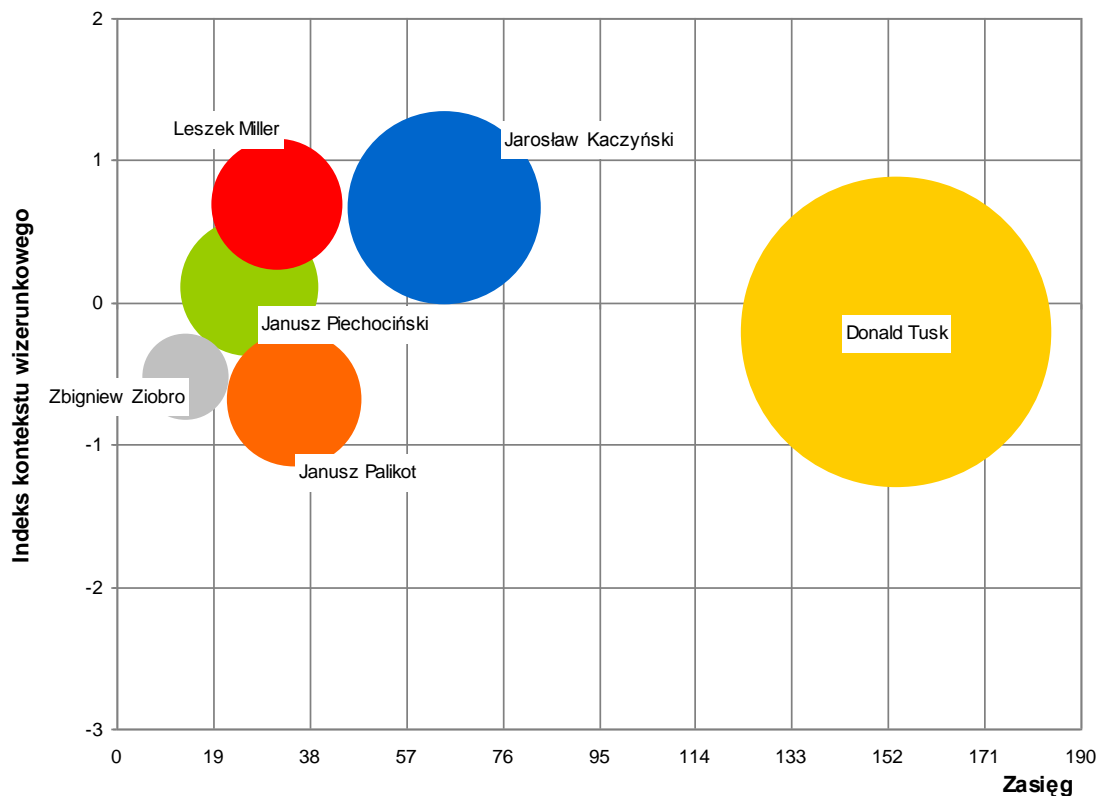
Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



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 wydźwięku 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

