



**PRESS
SERVICE**
monitoring mediów

Raport prasowy
SCENA POLITYCZNA

listopad 2011

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	4
Rozdział I - Podsumowanie	6
Rozdział II - Partie polityczne	9
Rozdział III - Liderzy partii politycznych	12

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w listopadzie 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 wydźwięku artykułów prasowych w dziennikach ogólnopolskich dotyczy następujących tytułów: Dziennik Gazeta Prawna, Fakt, Gazeta Polska Codziennie, Gazeta Wyborcza, Metro, Nasz Dziennik, Polska the Times, Rzeczpospolita oraz Super Express. 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

Gdy emocje już opadną...

W miesiącu po wyborach liczba informacji medialnych na temat partii politycznych mocno spadła. To wynik zwłaszcza tego, że w poprzednich miesiącach zainteresowanie dziennikarzy tą tematyką było rekordowe. W samym październiku w prasie ukazało się przeszło 25 tys. publikacji – najwięcej od momentu rozpoczęcia badania. W listopadzie liczba ta spadła o ponad 50 proc. i była porównywalna do stanu z lipca, a więc okresu sprzed kampanii.

Najbardziej zmniejszyła się liczba publikacji na temat Ruchu Palikota. Najmniej medialna partia - spośród tych mających swoją reprezentację w parlamencie - zanotowała spadek aż o 62 proc. W październiku, gdy osiągnęła nadszpiekowanie dobry wynik w wyborach, redakcje opublikowały o niej aż 3,3 tys. tekstów. W listopadzie było ich jedynie 1,2 tys. Również o ponad 60 proc. zmniejszyło się zainteresowanie Sojuszem Lewicy Demokratycznej. Najmniejszy spadek zanotowało Prawo i Sprawiedliwość (-38 proc.), które niezmiennie okazuje się najbardziej medialną partią polityczną w kraju (4,2 tys. publikacji).

Drugie miejsce zajmuje Platforma Obywatelska, której nazwę często pomija się w artykułach prasowych, pisząc o działaniach rządu. Trzecie miejsce zajął SLD (1,9 tys.), a czwarte PSL (1,5 tys.). Na ostatniej pozycji uplasował się Ruch Palikota (1,2 tys.).

Napieralski w cieniu

Wśród liderów partii politycznych na zdecydowanym prowadzeniu znalazł się Donald Tusk. Jego przewaga nad pozostałymi była bardzo wyraźna. O premierze w listopadzie opublikowano o 18 proc. tekstów mniej niż w październiku, jednak spadki w przypadku pozostałych polityków były zdecydowanie większe. Liczba publikacji dotyczących prezesa PiS-u zmniejszyła się z 2,5 tys. do 1,6 tys. (-35 proc.), natomiast o Januszu Palikocie napisano aż o 80 proc. artykułów mniej. Niespodziewany lider poprzedniego zestawienia, polityk, który stał się w październiku bardziej medialny od premiera, w tym miesiącu wystąpił tylko w 1,2 tys. publikacji.

Najsłabiej wypadł w listopadzie Grzegorz Napieralski, który po nieudanych wyborach wycofał się z pierwszej linii SLD i zszedł ze świecznika także w mediach. W ciągu 30 poddanych analizie dni, jego nazwisko pojawiło się w prasie 208 razy, z czego zaledwie 55 razy w najbardziej poczytnych dziennikach ogólnopolskich. Jednocześnie 31 proc. z tych publikacji miało wydźwięk negatywny. To jednak wynik korzystniejszy aniżeli przed miesiącem, kiedy nieprzychylnie treści stanowiły aż 53 proc.

Najbardziej krytykowanym w dziennikach ogólnopolskich liderem politycznym okazał się Donald Tusk. Aż 43 proc. tekstów traktujących o premierze, niekorzystnie działało na jego wizerunek. To o pięć punktów procentowych więcej niż w październiku. Drugie miejsce wśród najbardziej krytykowanych liderów zajął Janusz Palikot (39 proc.), a trzecie Jarosław Kaczyński (32 proc.). Za nimi znalazł się wspomniany Napieralski, który wyprzedził Waldemara Pawlaka (15 proc.).

Ekwiwalent i jedynki dla PiS-u

O najczęściej wymienianej partii w Polsce – Prawie i Sprawiedliwości – najwięcej informacji publikowały „Gazeta Wyborcza” oraz „Rzeczpospolita”. W tytułach tych średnio dziennie można było przeczytać ponad siedem publikacji dotyczących PiS-u. Dla porównania na temat Ruchu Palikota w „Gazecie Wyborczej” pojawiała się ich przeciętnie nieco ponad dwa dziennie. Również PiS najczęściej występował na pierwszych stronach gazet. W listopadzie analitycy wyszukali 634 takich publikacji. Druga partia - PO - miała ich znacznie mniej – 388. Na dalszych miejscach znalazły się SLD (274), PSL (180) oraz RP (130).

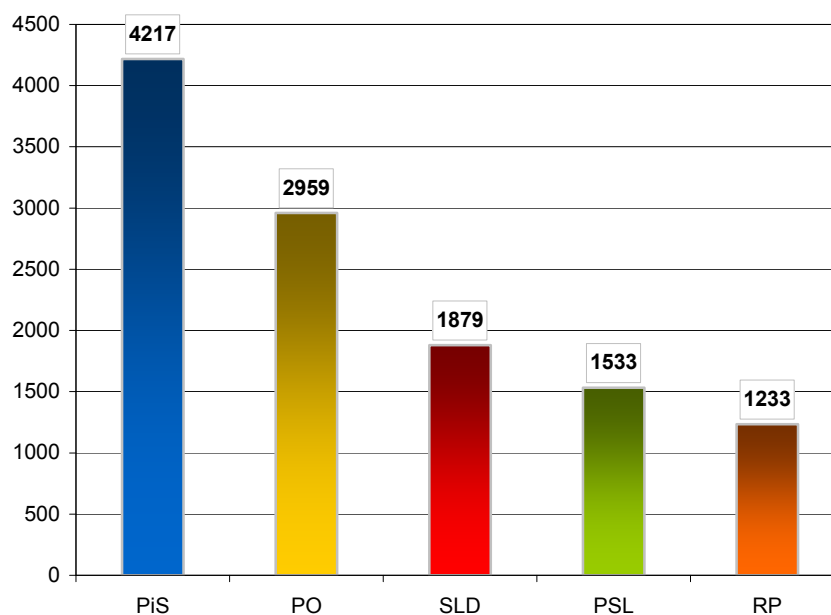
W klasyfikacji ekwiwalentu reklamowego PiS prowadzi zdecydowanie. Wartość publikacji na temat tej partii oszacowano na 95,3 mln zł. Dla SLD wyniosła ona 48,5 mln zł, natomiast w przypadku PO – 42,6 mln zł.

Najwięcej publikacji na temat premiera pojawiło się 18 i 19 listopada. Miało to ścisły związek z zaprzysiężeniem nowego rządu. Z kolei w pierwszej części miesiąca największą aktywność wykazywał Jarosław Kaczyński. Tylko 3 listopada prym wiódł Janusz Palikot. W tym czasie o politykach i polityce pisało się mniej, ze względu na zaangażowanie mediów w relacjonowanie wydarzeń związanych z awaryjnym lądowaniem na Okęciu.

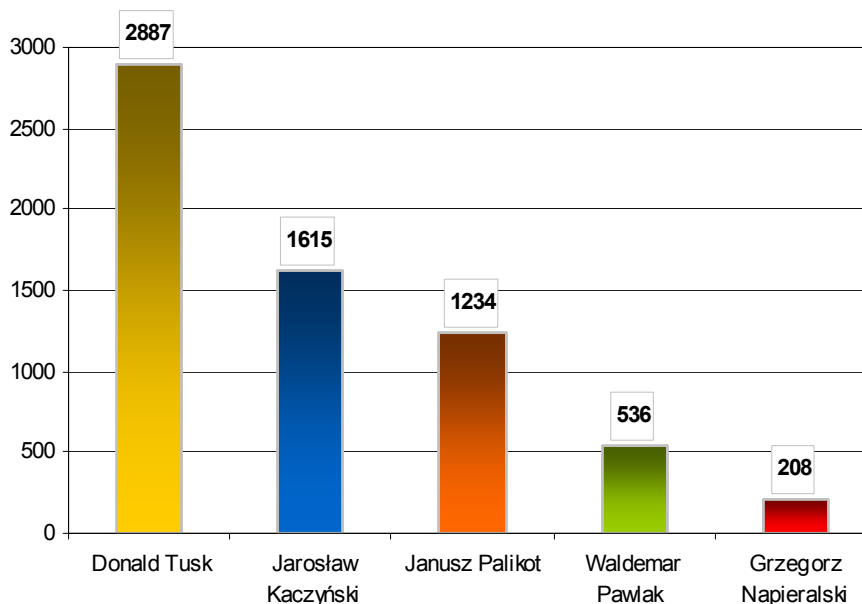
Żuk prześciga Dutkiewicza

Wśród prezydentów największych polskich miast najbardziej medialna pozostaje Hanna Gronkiewicz-Waltz. Tuż za nią uplasował się w ubiegłym miesiącu Krzysztof Żuk. Prezydent Lublina skupiał na sobie uwagę ze względu na konflikt z własnym zapleczem politycznym, o którym często donosiły regionalne i lokalne tytuły. Trzecie miejsce zajął Jacek Majchrowski (Kraków), a czwarte Ryszard Grobelny (Poznań). Niewiele w minionym miesiącu pisano o prezydencie Wrocławia, Rafale Dutkiewiczu oraz Gdańska - Pawle Adamowiczu. Najmniej medialnym prezydentem okazał się Ryszard Zembaczyński z Opoli.

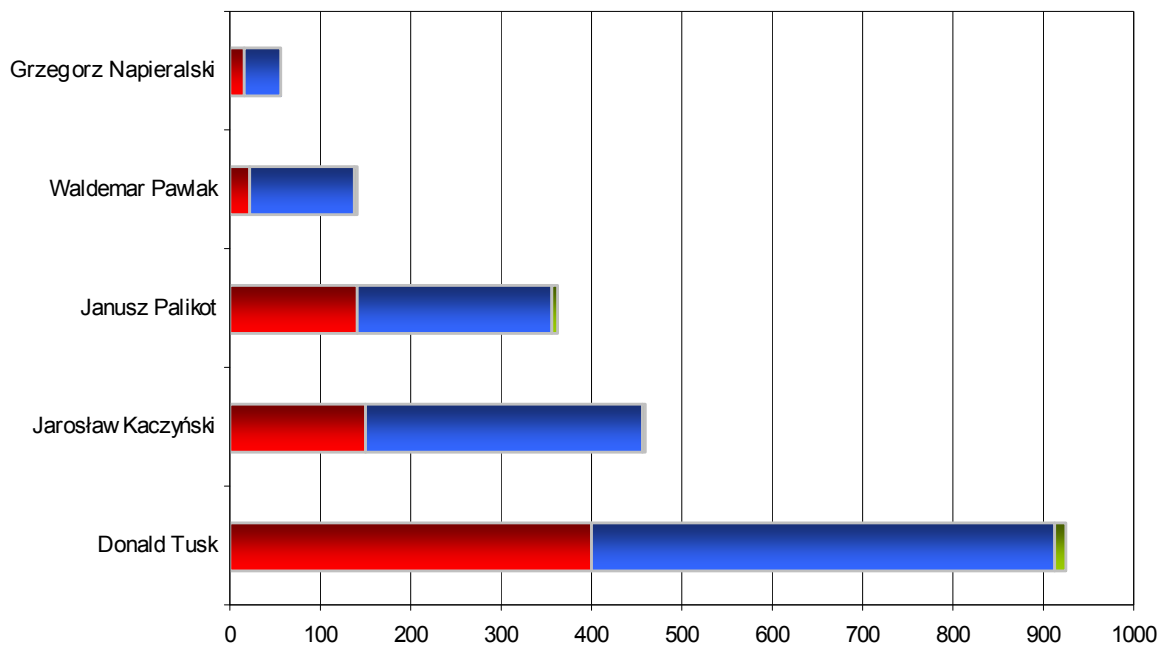
Rozdział I - Podsumowanie



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

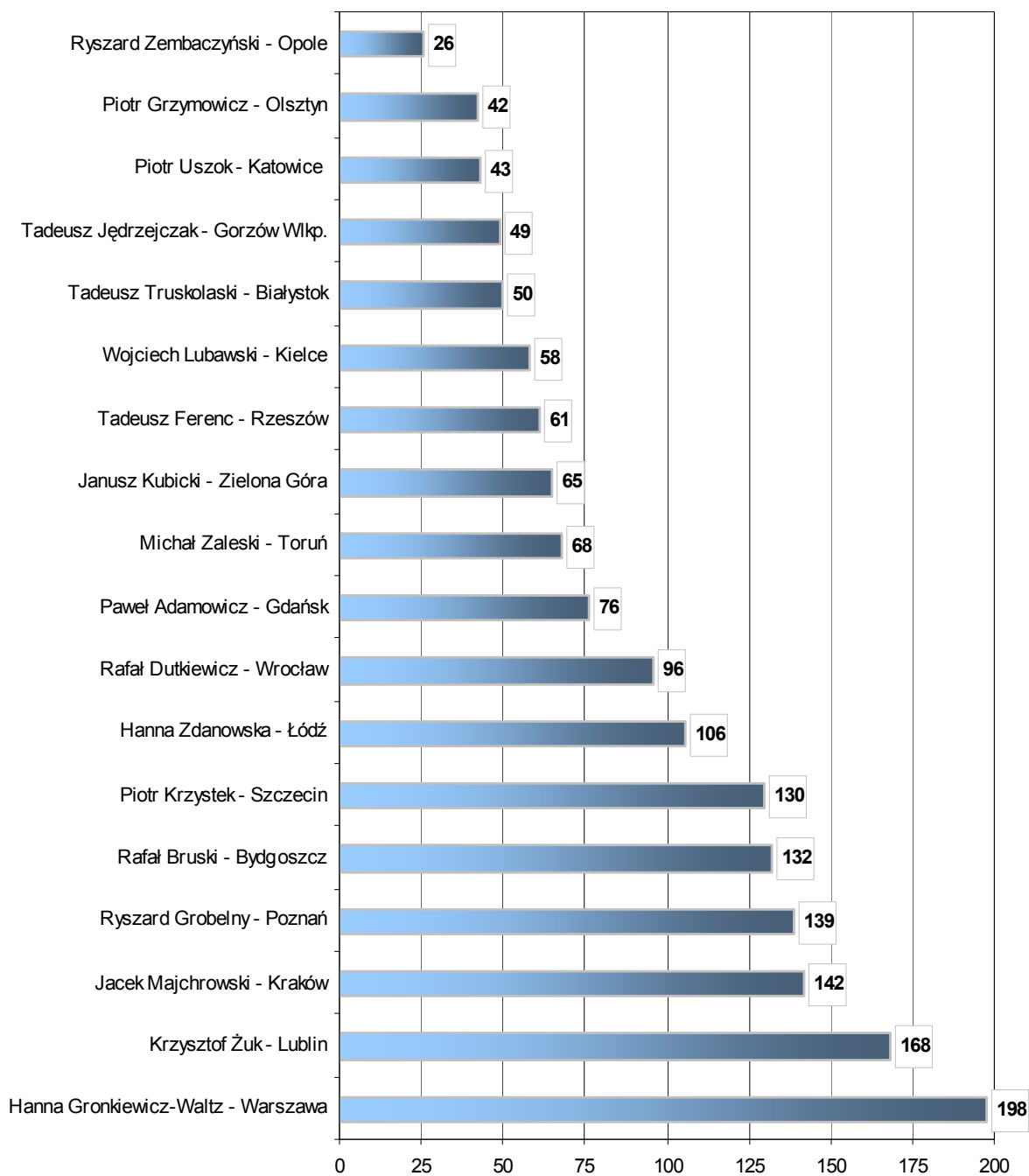


Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w listopadzie 2011 r.



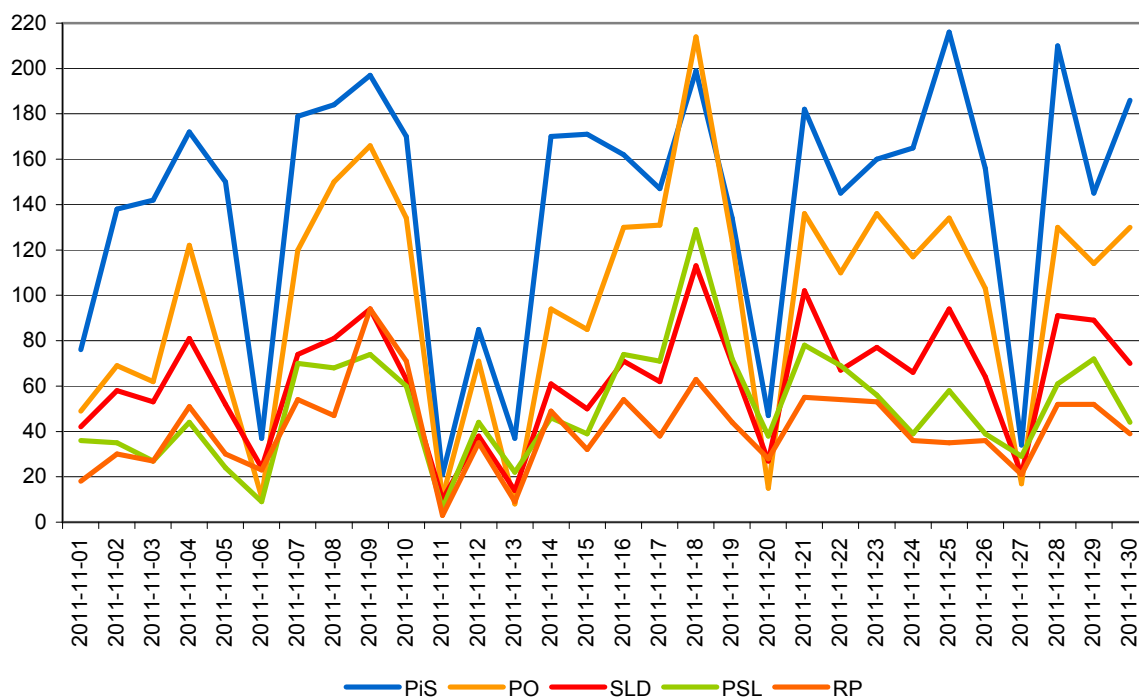
	Donald Tusk	Jarosław Kaczyński	Janusz Palikot	Waldemar Pawlak	Grzegorz Napieralski
■ Pozytywny	12	4	9	1	0
■ Neutralny	513	307	214	118	38
■ Negatywny	400	149	141	21	17

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

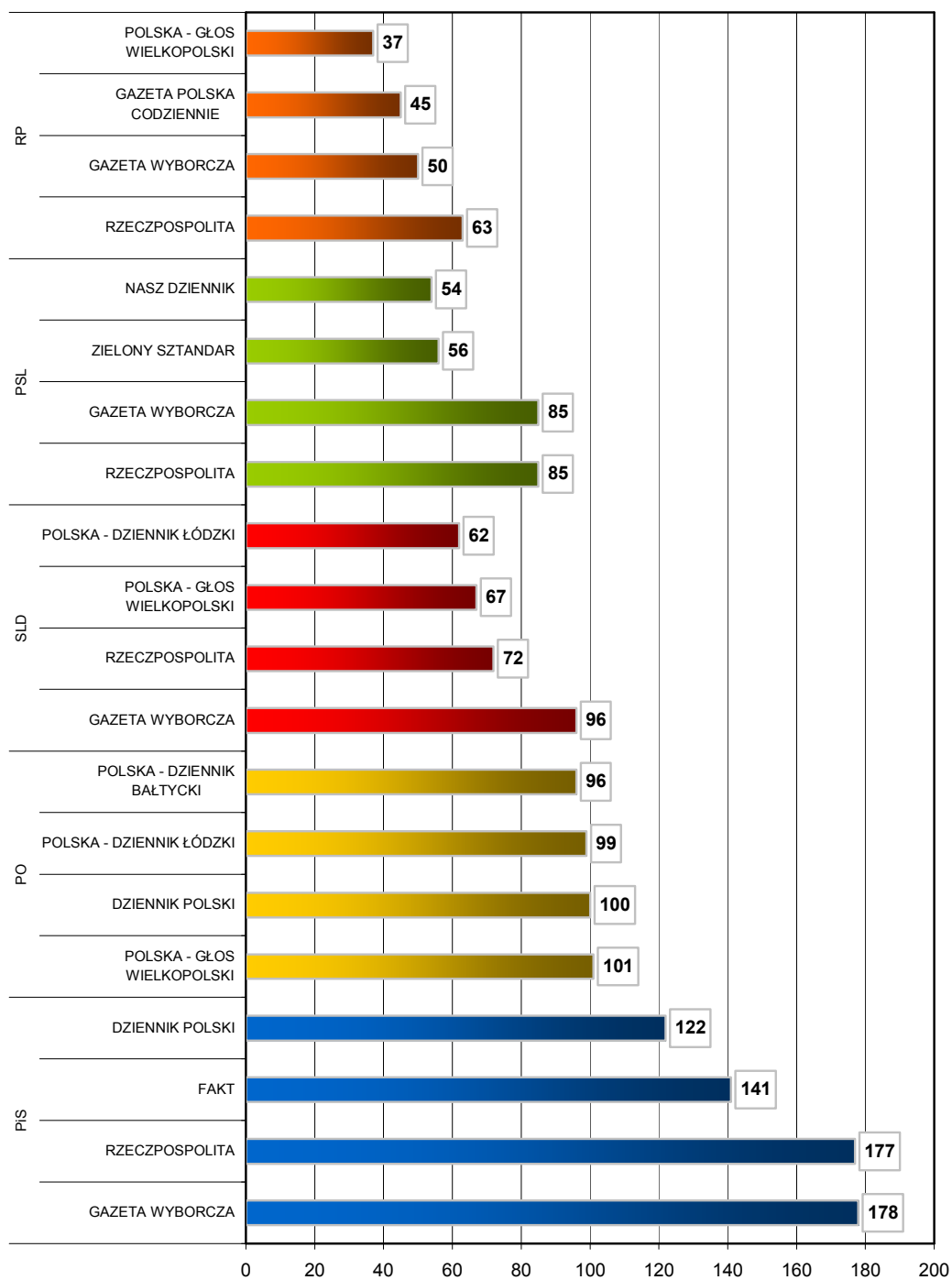


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich

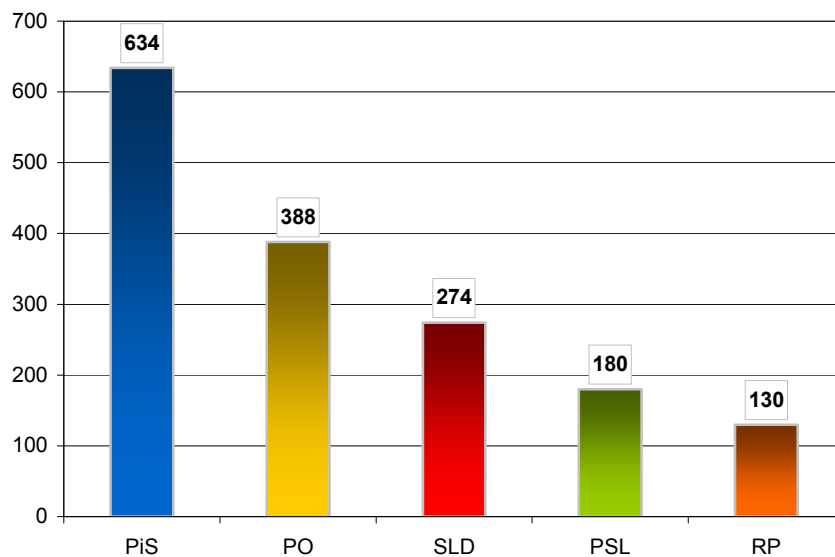
Rozdział II - Partie polityczne



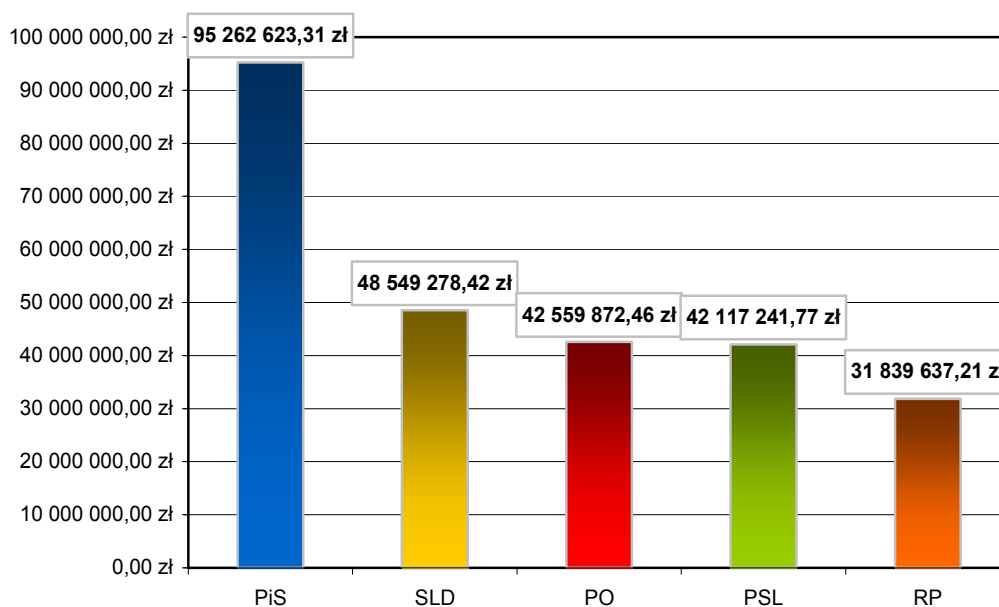
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

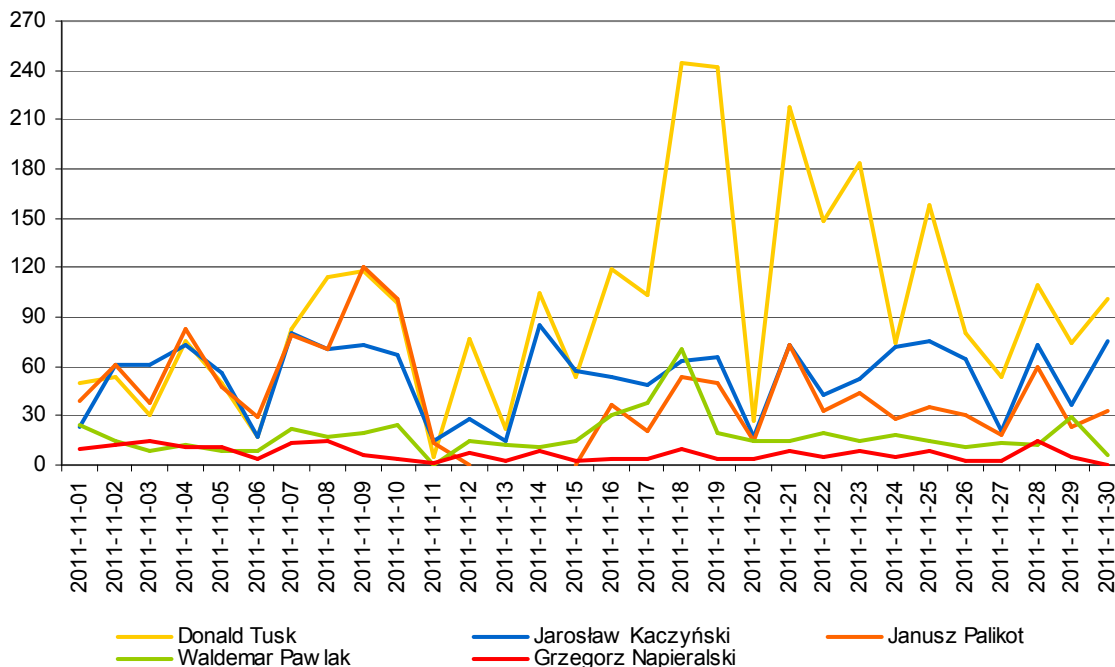


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

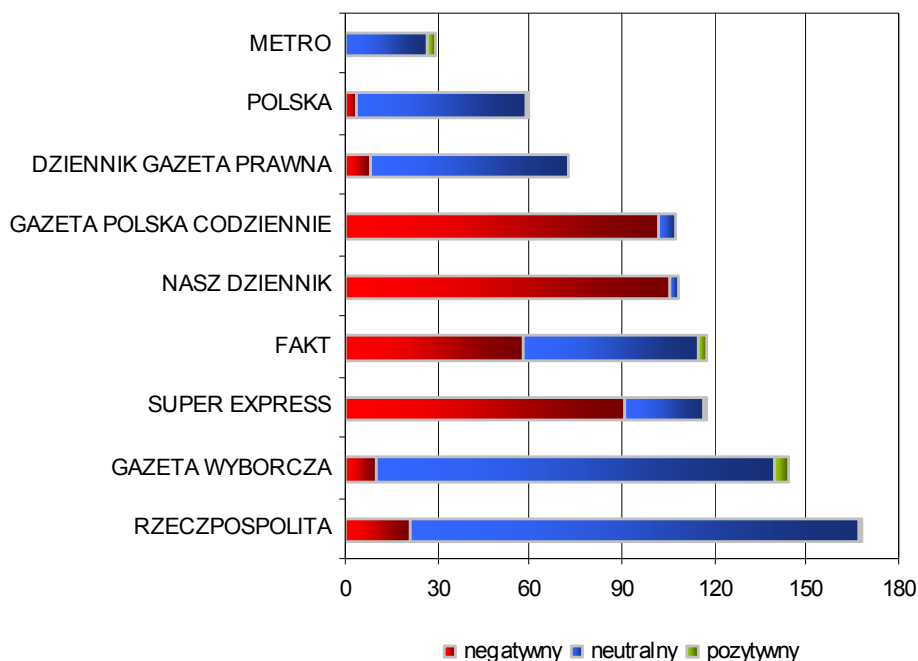


Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – listopad 2011 r.

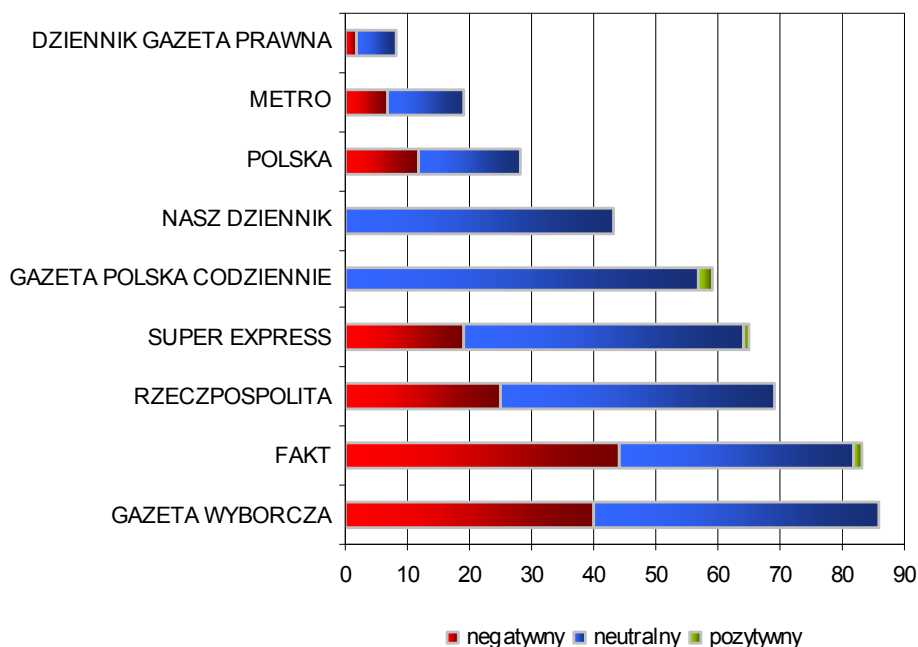
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



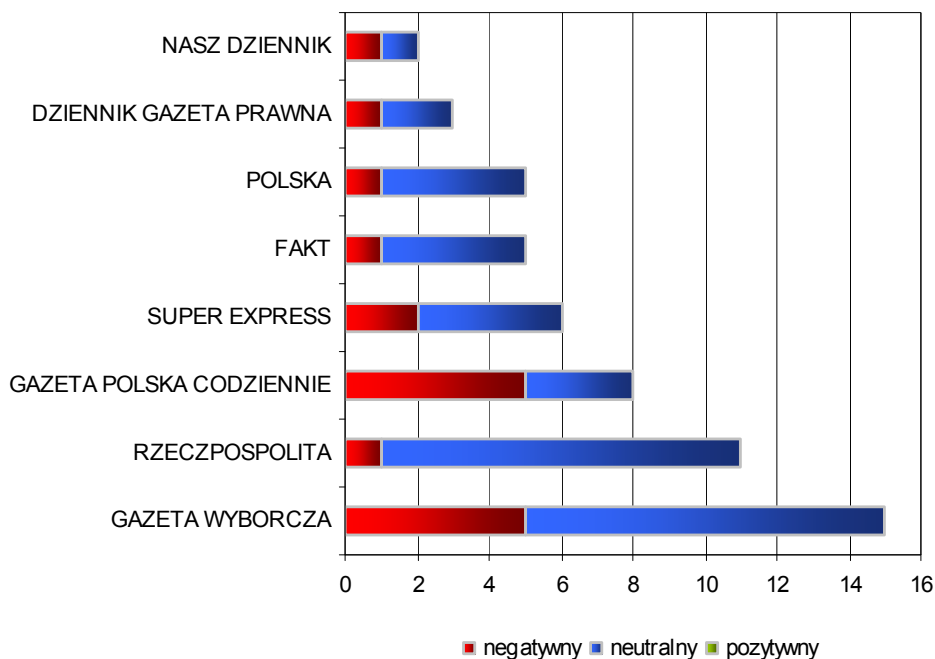
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



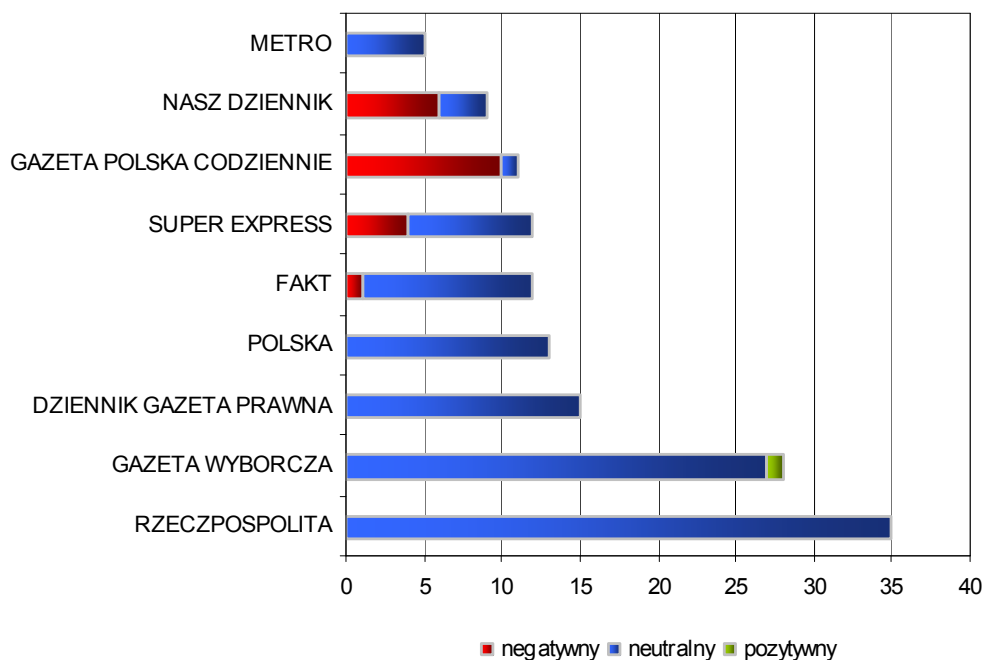
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



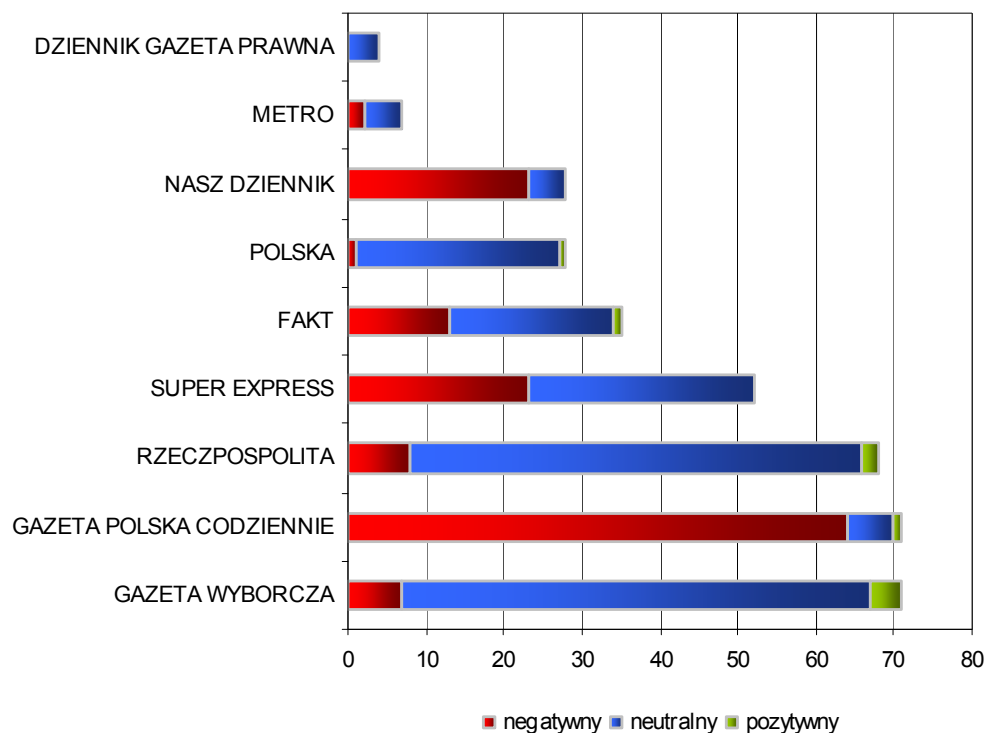
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



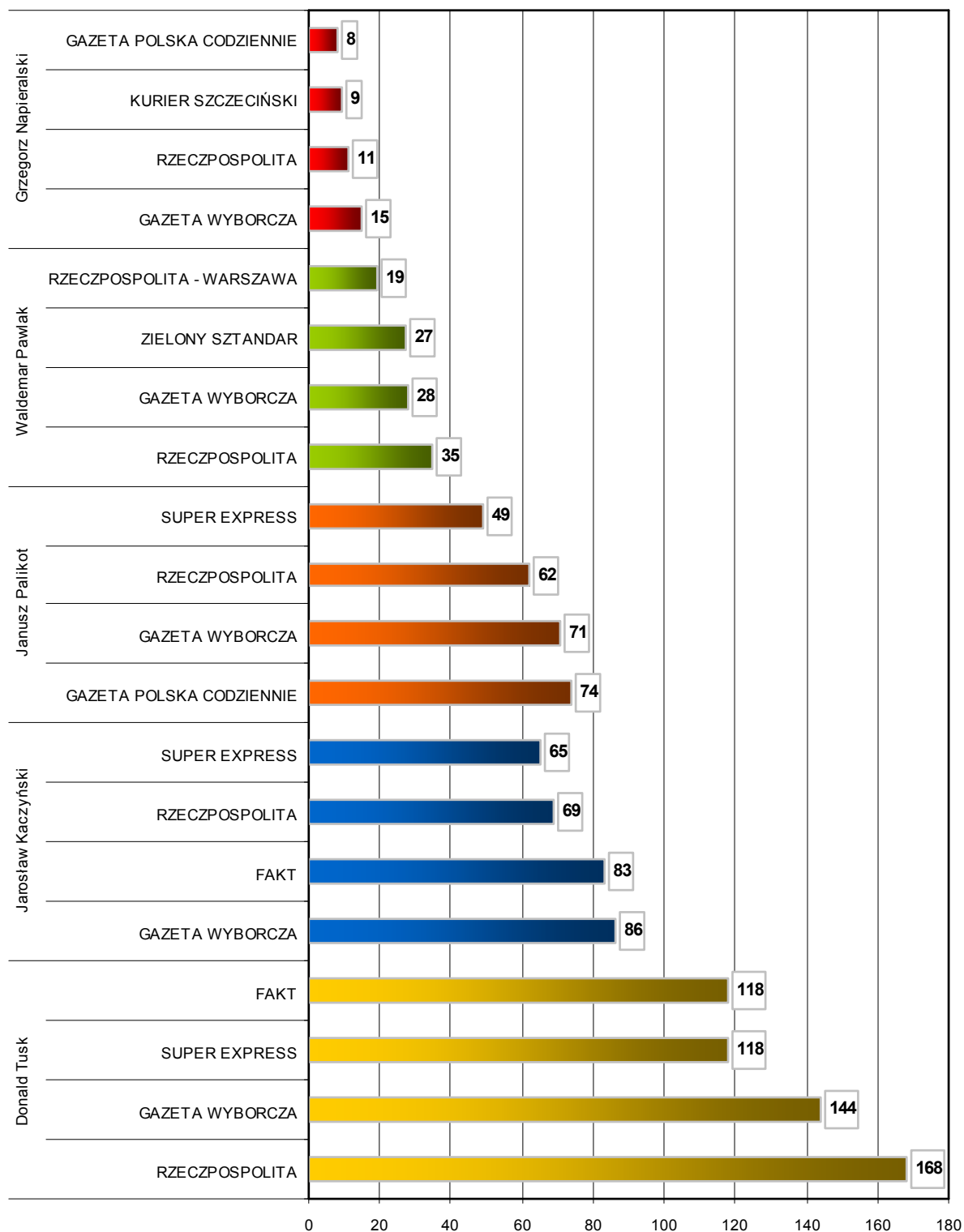
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Grzegorz Napieralski z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



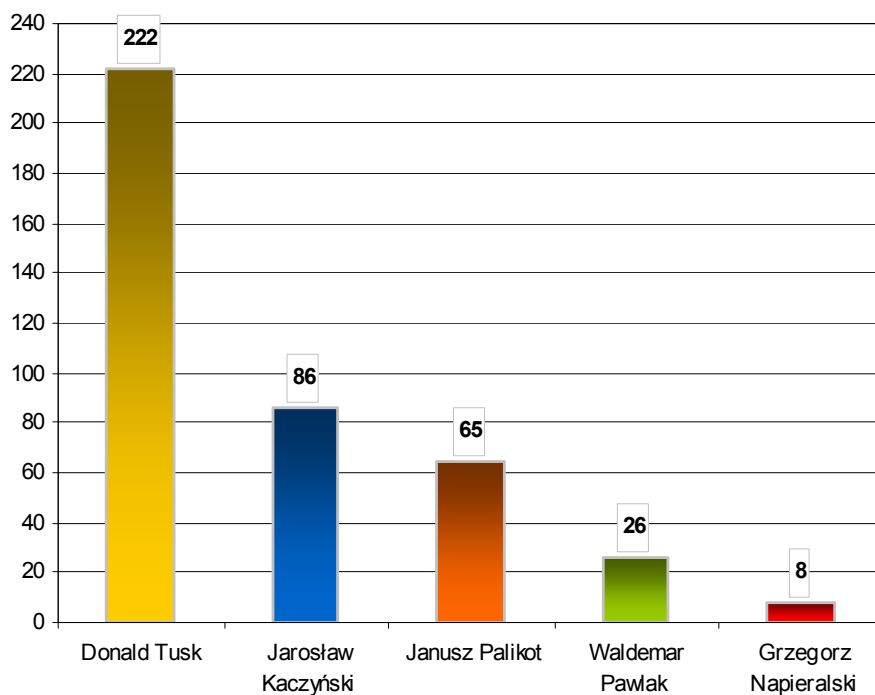
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



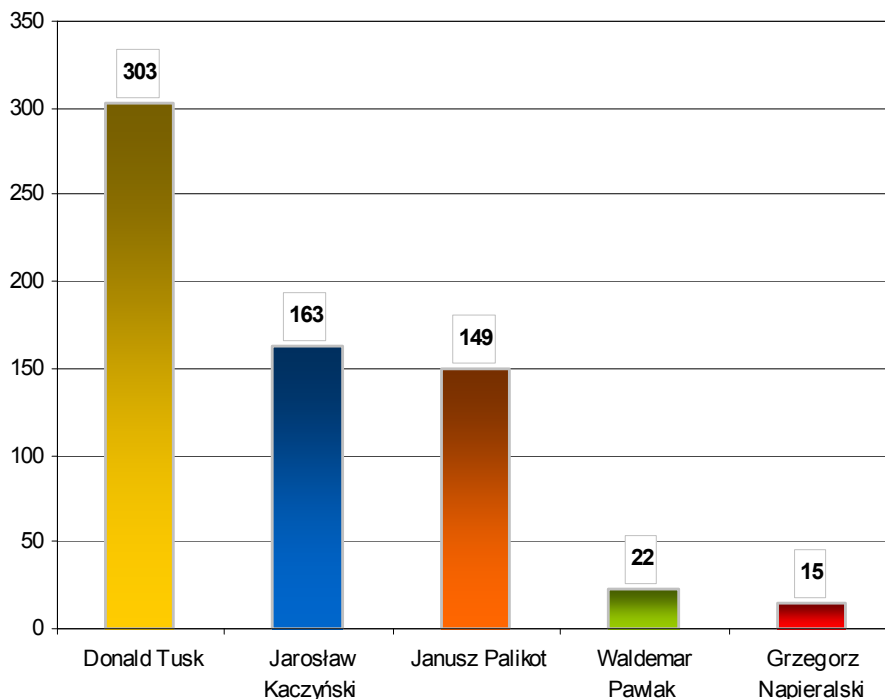
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



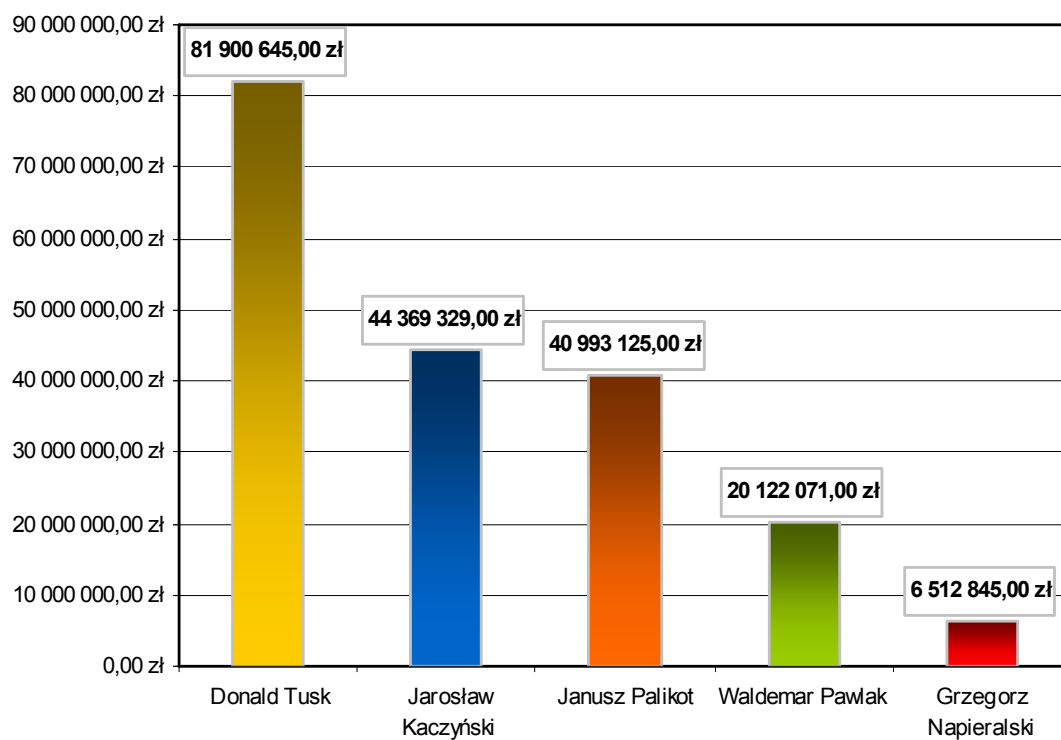
Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



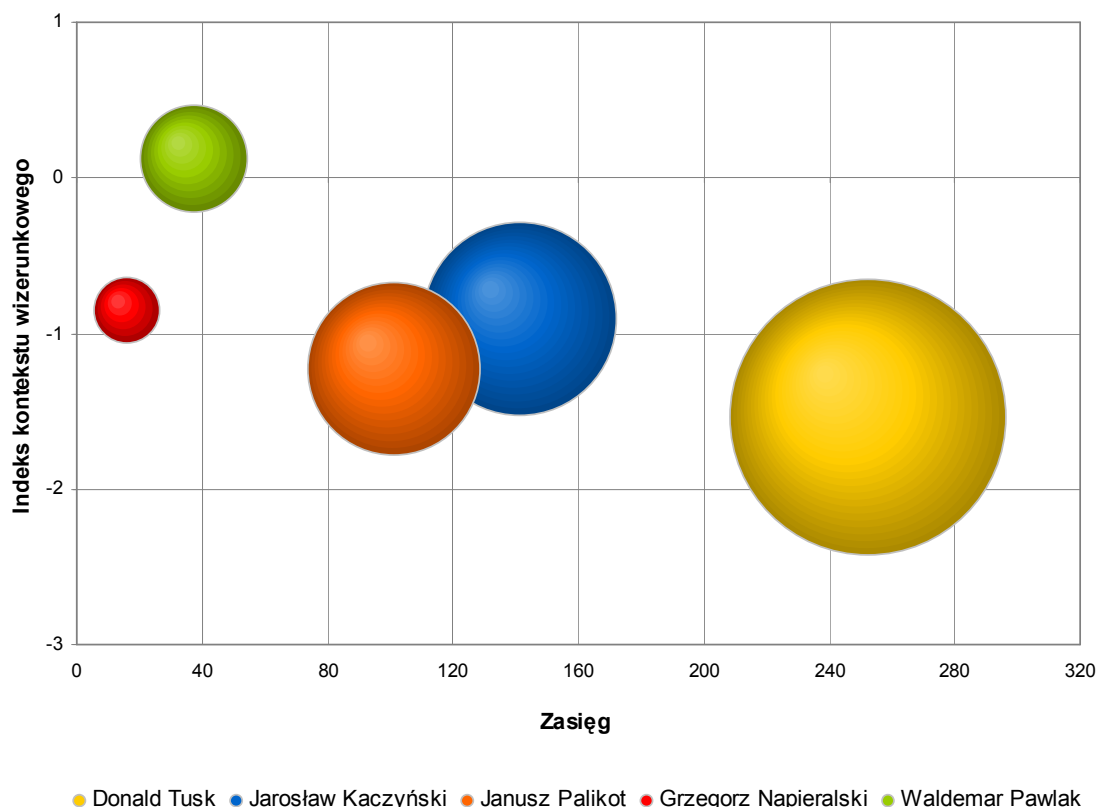
Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



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



Wykres 18. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych



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 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
www.press-service.com.pl