



**Raport prasowy**

# **SCENA POLITYCZNA**

**luty 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>
<b>Rozdział IV - Trendy.....</b>	<b>19</b>

## Wstęp

Na podstawie przekazów medialnych zebranych w lutym 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 1000 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 Joanny Kluzik-Rostkowskiej. 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 1000 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

### PiS jeszcze bardziej przed PO

Pogłębiła się różnica w liczbie artykułów prasowych na temat Prawa i Sprawiedliwości oraz Platformy Obywatelskiej. W dalszym ciągu prowadzi PiS, na temat którego dziennikarze w lutym pisali więcej niż w styczniu. Z kolei PO ponownie straciła względem poprzedniego miesiąca.

O PiS-ie wydrukowano łącznie 3,6 tys. materiałów, natomiast o PO 2,9 tys. Utrzymuje się trend wzrostowy w statystykach medialności Sojuszu Lewicy Demokratycznej (2,0 tys.). Obecność w prasie Polskiego Stronnictwa Ludowego pozostaje na niezmiennym poziomie (1,1 tys.). Jedyne 0,2 tys. tekstów prasa wydrukowała na temat ugrupowania Polska Jest Najważniejsza.

### Mniejsza siła przekazu o premierze

W rankingu liderów partii politycznych na czele w dalszym ciągu pozostaje Donald Tusk. Prezes Rady Ministrów zanotował wprawdzie poważny spadek liczby informacji na swój temat, ale ciągle ponad dwukrotnie wyprzedza Jarosława Kaczyńskiego, o którym pisano w lutym również mniej. O Tusku jeszcze w styczniu opublikowano 3,2 tys. materiałów, natomiast w lutym było ich 2,1 tys., co oznacza 33-procentowy spadek. W tym samym okresie o Kaczyńskim zamieszczono o 18 proc. mniej materiałów niż w styczniu.

Biorąc pod uwagę fakt, że od kilku miesięcy to premier odnotowywał największy odsetek negatywnych informacji w dziennikach ogólnopolskich, w których ukazuje się duża część tekstów spośród analizowanych 1000 tytułów prasowych, spadek zasięgu publikacji ogółem nie jest wcale złą sytuacją. Z punktu widzenia kształtowania wizerunku, jeżeli media w dużej mierze piszą nieprzychylnie, lepiej aby przekaz ten miał mniejsze dotarcie. W przypadku stanowiska szefa rządu usunięcie się w cień jest nierealne, natomiast zmniejszenie siły negatywnego przekazu w lutym, po fatalnym wizerunkowo styczniu, nastąpiło.

### Napieralski dystansuje Pawlaka

W dalszej części klasyfikacji zaszły poważne zmiany. Grzegorz Napieralski uaktywnił się w mediach i zdecydowanie wyprzedził wicepremiera Waldemara Pawlaka, lidera PSL. Napieralski zanotował wzrost o 65 proc. łącznie media napisały o nim prawie 350 tekstów. Z kolei Pawlak odnotował niewielki spadek (-5 proc.). W lutym znacznie częściej w prasie pojawiała się Joanna Kluzik-Rostkowska, przewodnicząca PJN.

O PiS-ie najczęściej pisało się 11 lutego, a więc dzień po dniu wspomnienia katastrofy smoleńskiej, jaka miała miejsce dziesięć miesięcy wcześniej. Z kolei o Platformie Obywatelskiej najgłośniejsze było 4 lutego. Tego dnia Donald Tusk upomniał Grzegorza Schetynę i wezwał go do lojalności wobec partii, czym wywołał szeroki oddźwięk w mediach. Gazety wyciągały wnioski z wydarzeń wewnątrz partii. Rozgorzała także dyskusja na temat możliwego rozłamu w PO. Niejasna zdaniem prasy była także przyszłość Jarosława Gowina. Spekulowano więc o jego możliwym odejściu przed wyborami.

Na pierwszych stronach gazet najczęściej spośród partii politycznych znajdowało się Prawo i Sprawiedliwość – aż 318 razy. Daje to bardzo wysoką średnią – ponad 11 jedynek dziennie. Platforma Obywatelska znalazła się w tym miejscu 269 razy, natomiast SLD 156.

Co ciekawe, Sojusz Lewicy Demokratycznej po raz kolejny zanotował wyraźnie wyższy ekwiwalent reklamowy od partii rządzącej. Platforma dzięki publikacjom zyskała równowartość 28,4 mln zł, a SLD 40,2 mln zł. Na czele bez zmian – Prawo i Sprawiedliwość 69,8 mln zł.

O Donaldzie Tusku najczęściej pisało się 1 i 4 lutego, a o Jarosławie Kaczyńskim 1 i 11 lutego. Warto zwrócić uwagę, że wykres obecności w prasie liderów politycznych i partii kształtuje się podobnie, jeśli chodzi o dzienne proporcje liczby artykułów. W lutym nie było ani jednego dnia, kiedy o którymkolwiek z liderów politycznych pisałoby się więcej, aniżeli o premierze. Jednocześnie Jarosława Kaczyńskiego ani razu nie wyprzedził żaden z pozostałych trzech monitorowanych polityków.

## Jeśli o politykach to tylko negatywnie

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów zbadał wydźwięk publikacji o liderach partii politycznych w dziennikach ogólnopolskich. Wśród tych publikacji dominują neutralne i negatywne. Pozytywne praktycznie nie pojawiają się. W lutym było ich... 15. Dwie trzecie z podanej liczby dotyczyło Grzegorza Napieralskiego. Jednocześnie opublikowano 332 publikacje negatywne. Z tego aż 227 traktowało o Donaldzie Tusku, a 78 o Jarosławie Kaczyńskim.

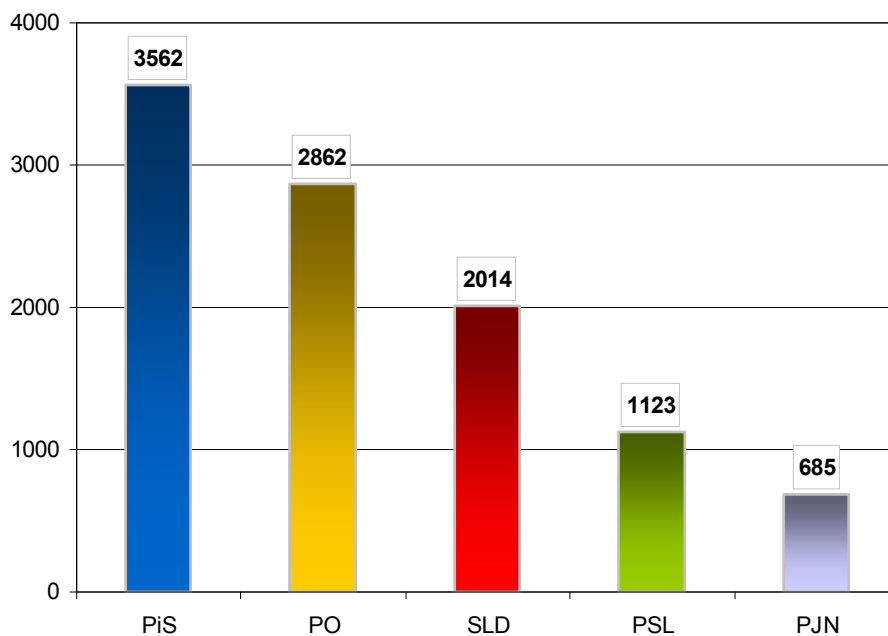
W stosunku do ogólnej liczby tekstów ilości te oznaczają, że o Tusku ukazało się aż 33 proc. publikacji negatywnych, natomiast o Kaczyńskim 24 proc. Aktualny Prezes Rady Ministrów zanotował ich liczby względem stycznia o 5 proc.

Trzeci w klasyfikacji odsetka negatywnych tekstów był Waldemar Pawlak, o którym 18 proc. artykułów w dziennikach ogólnopolskich było negatywnych. Joanna Kluzik-Rostkowska miała ich blisko 10 proc., a najmniej – Grzegorz Napieralski - 8 proc.

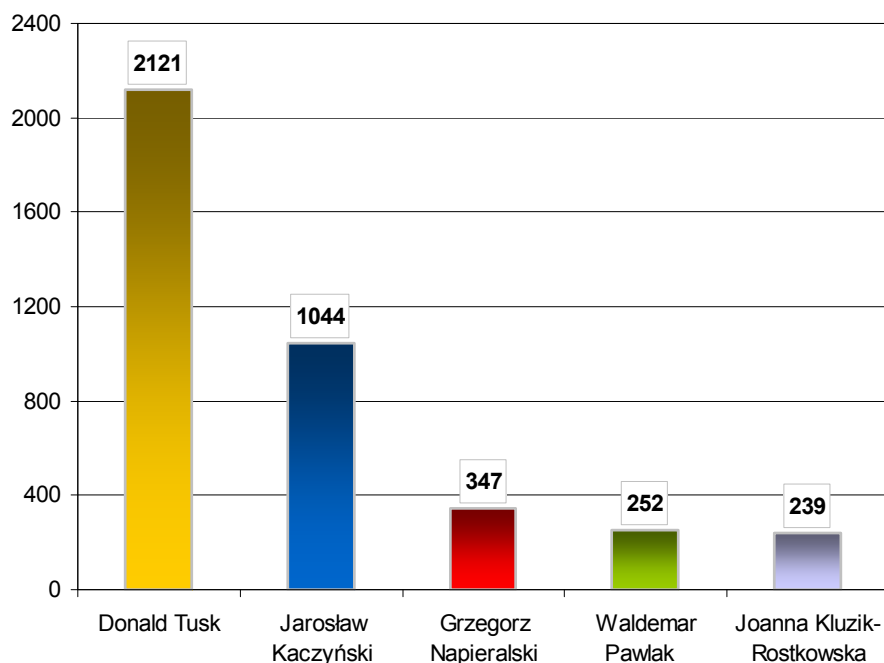
Wynika z tego, że jeżeli prasa dokonuje ocen działań polityków to przeważnie negatywnych lub neutralnych. Politycy nie mogą liczyć na publikacje jednoznacznie pozytywne. W ciągu trzech ostatnich miesięcy odnotowano ich łącznie 52, z czego najmniej właśnie w lutym 2011.

O Tusku najczęściej negatywnie pisał „Nasz Dziennik”, który ponownie niemal całemu swojemu przekazowi na temat premiera nadał krytyczny charakter. Często w złym świetle przedstawiały Donalda Tuska również tabloidy – zwłaszcza „Super Express”, ale także „Fakt”. Jarosław Kaczyński był krytykowany przede wszystkim na łamach „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej”. Co interesujące byłego premiera – odwrotnie niż obecnego – częściej krytykował „Fakt”, a rządziej „Super Express”. W tym ostatnim miał on także dwie publikacje pozytywne, które traktowały o liście wysłanym do Roberta Kubicy po wypadku w rajdzie Ronde di Andora.

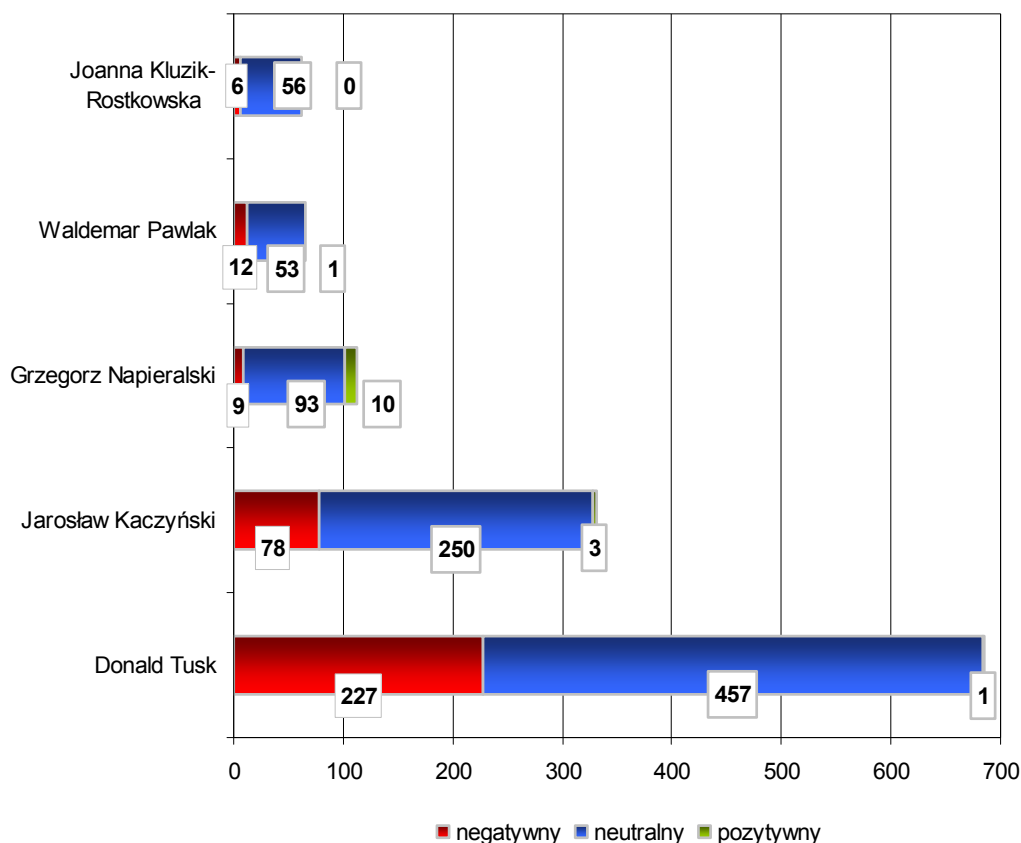
## Rozdział I - Podsumowanie



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

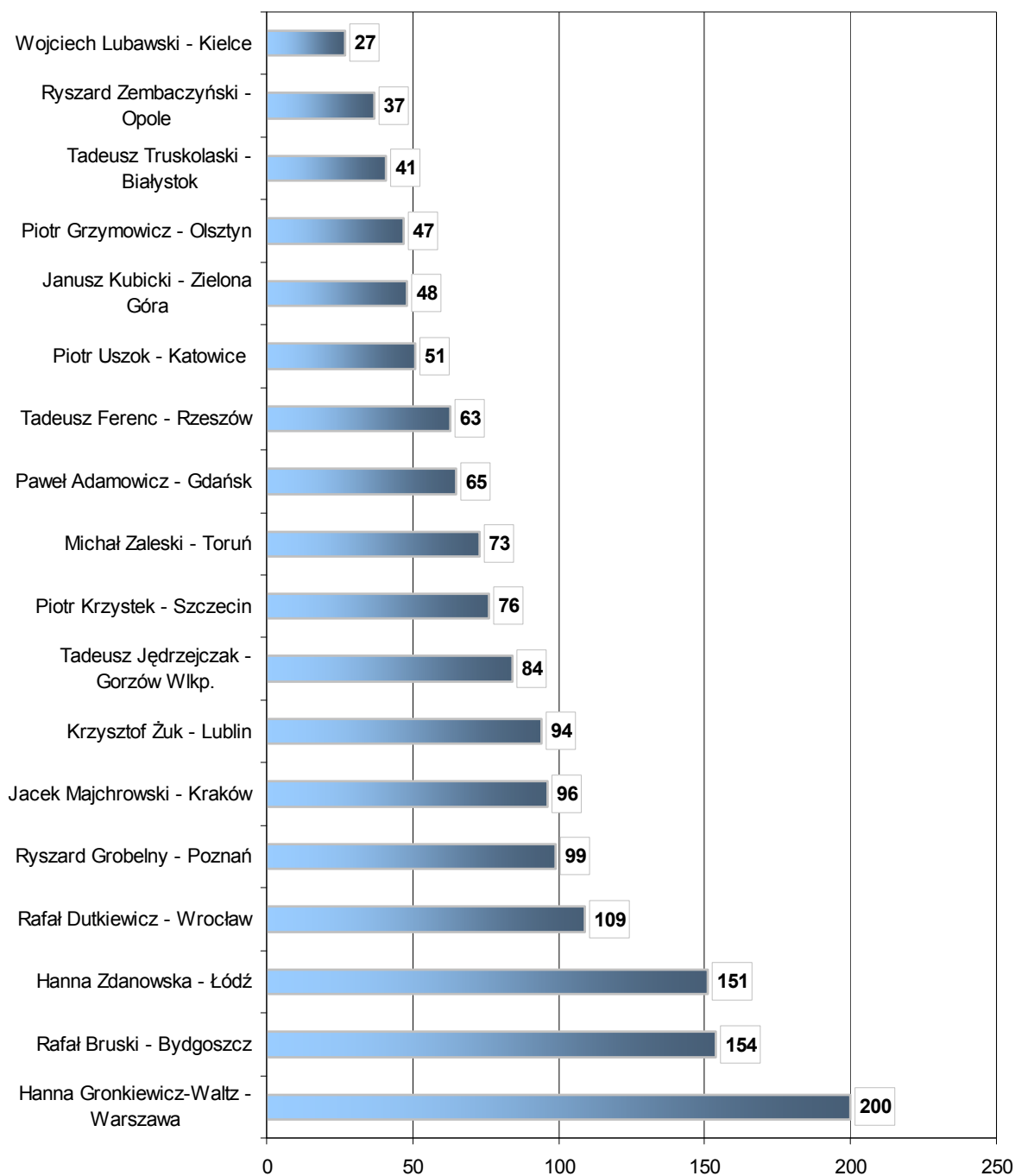


Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w lutym 2011 r.



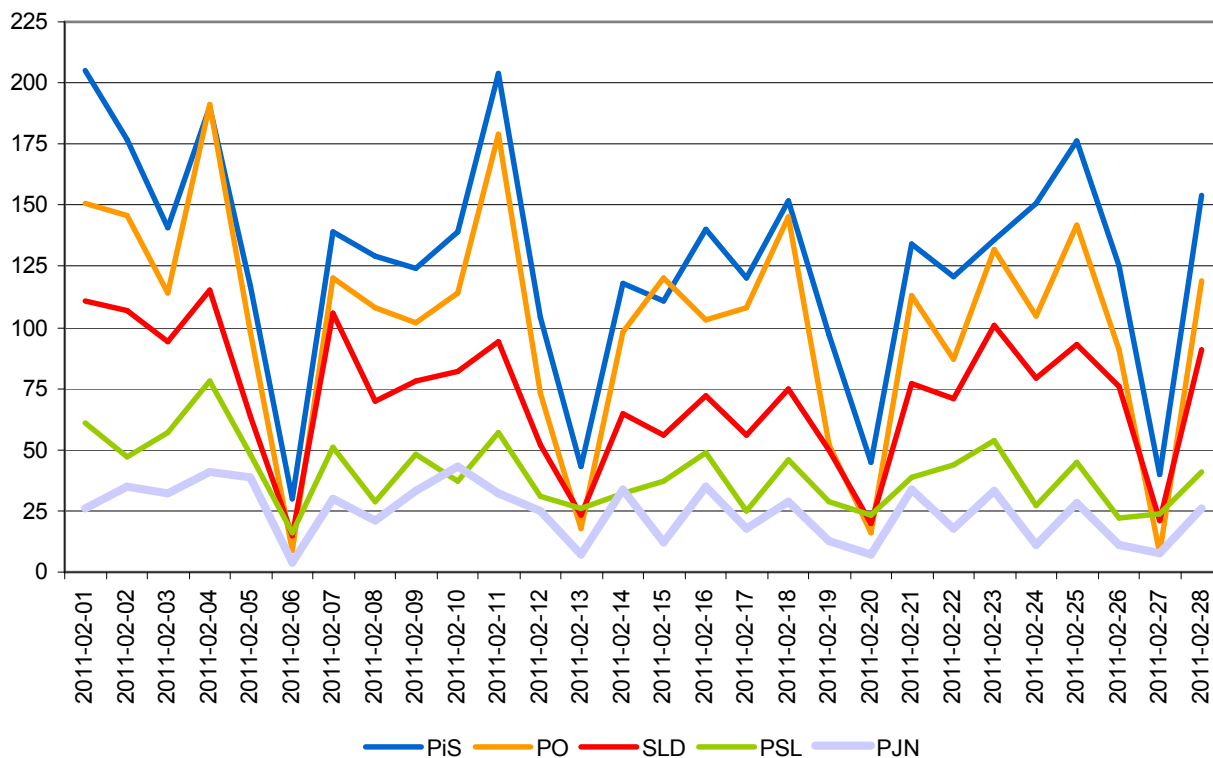
**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w gazetach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych w lutym 2011 r. z uwzględnieniem wydźwięku**



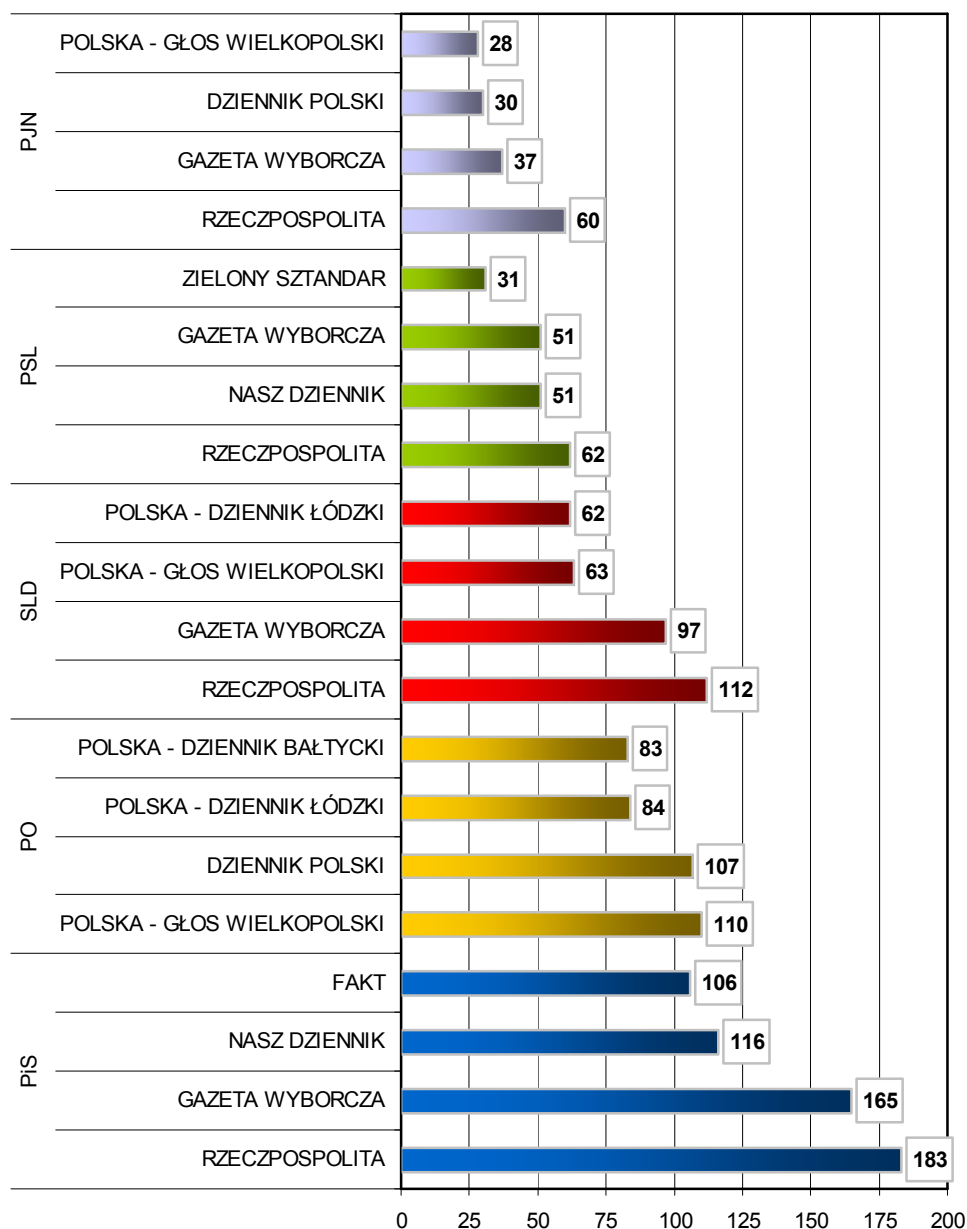


**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich w lutym 2011 r.**

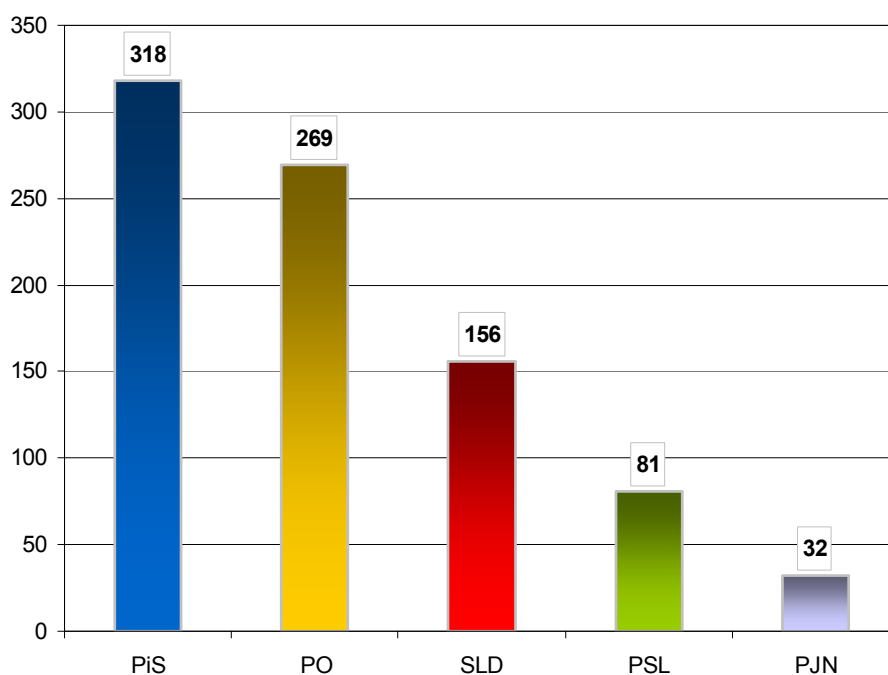
## Rozdział II - Partie polityczne



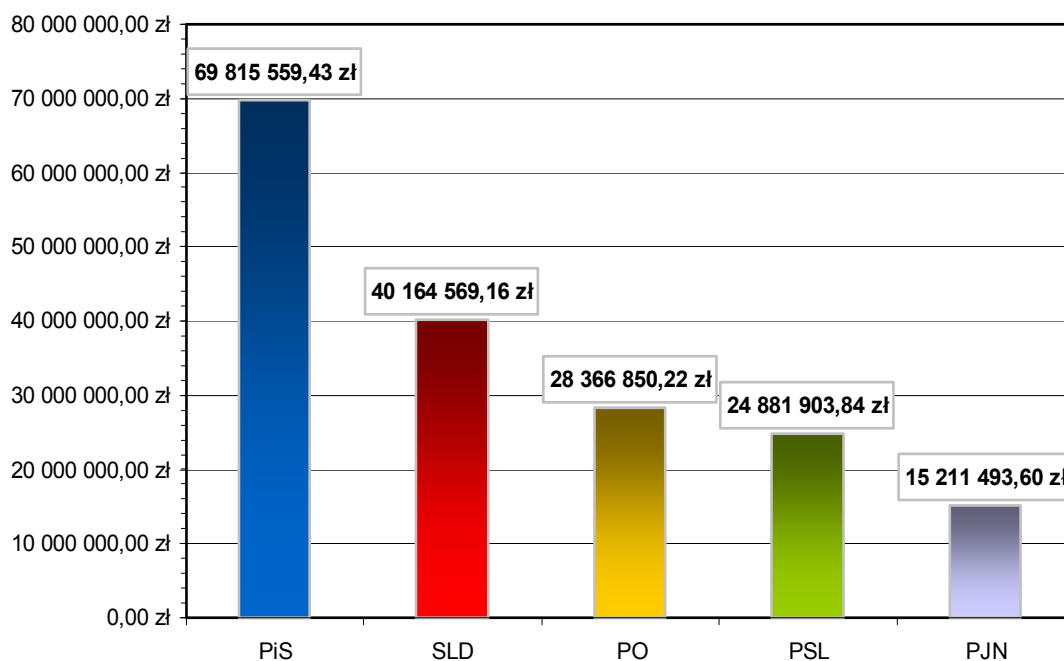
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

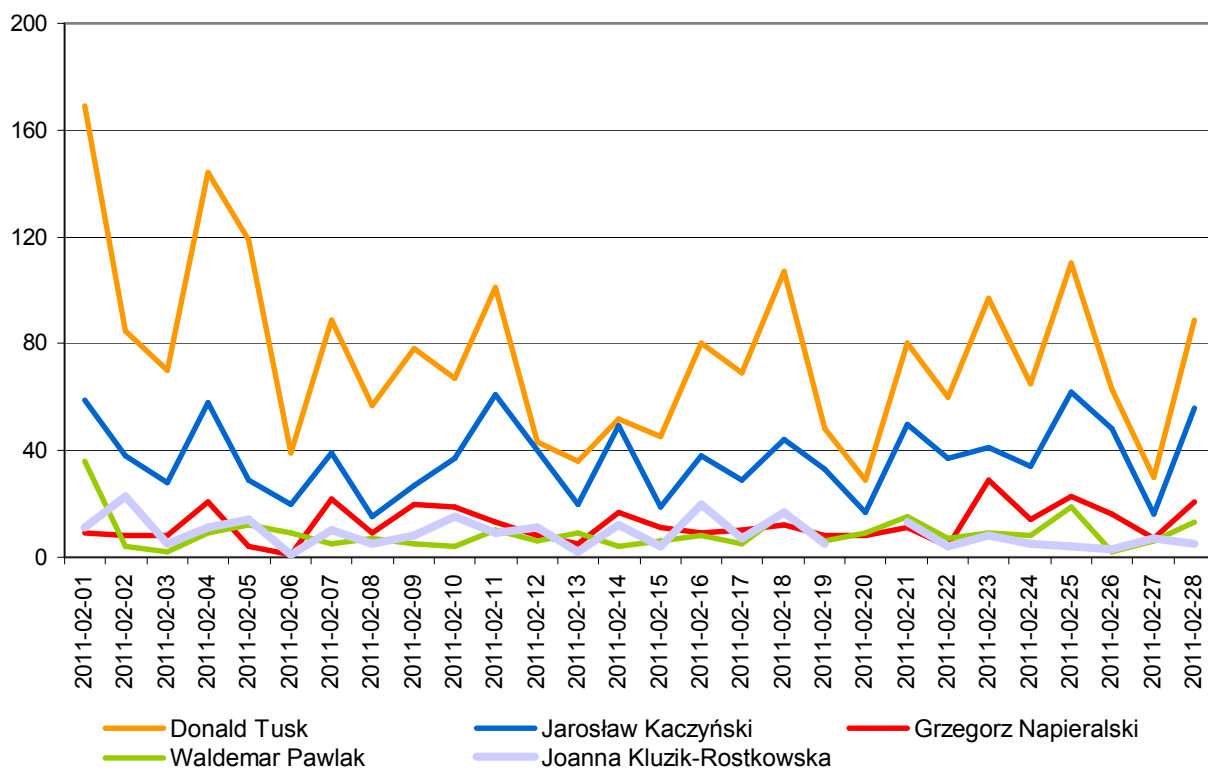


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

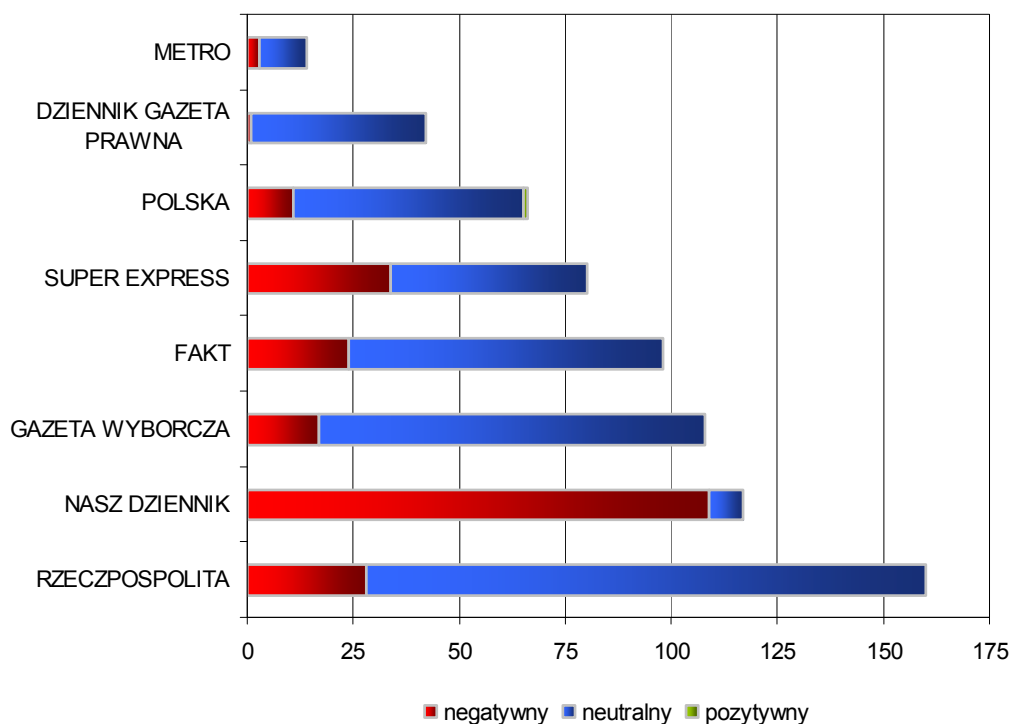


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy informacji o partiach politycznych – luty 2011 r.**

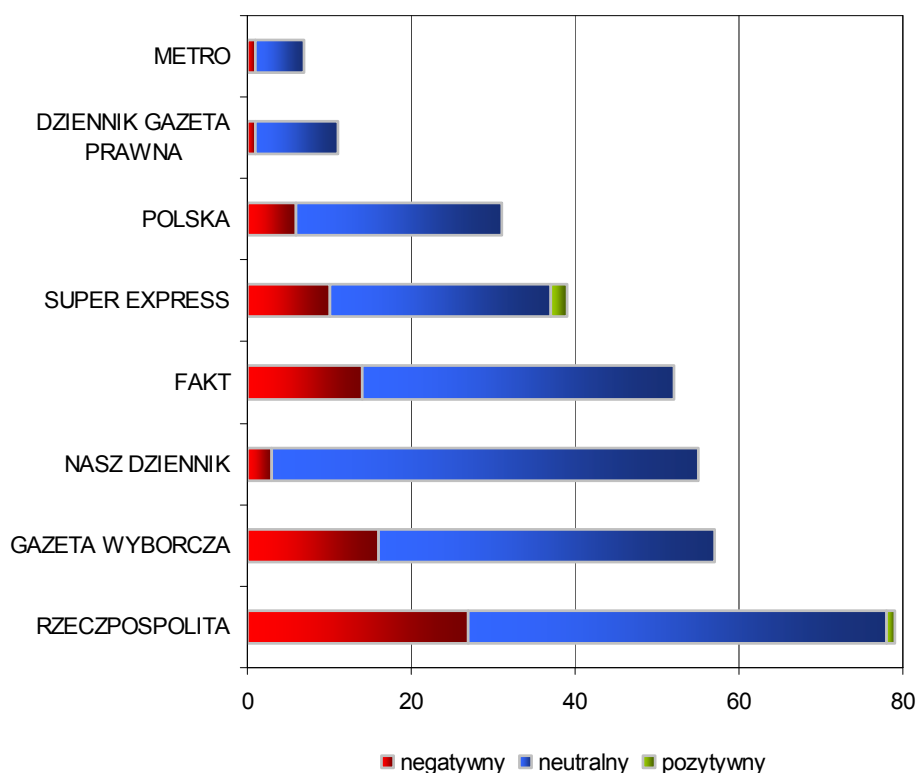
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



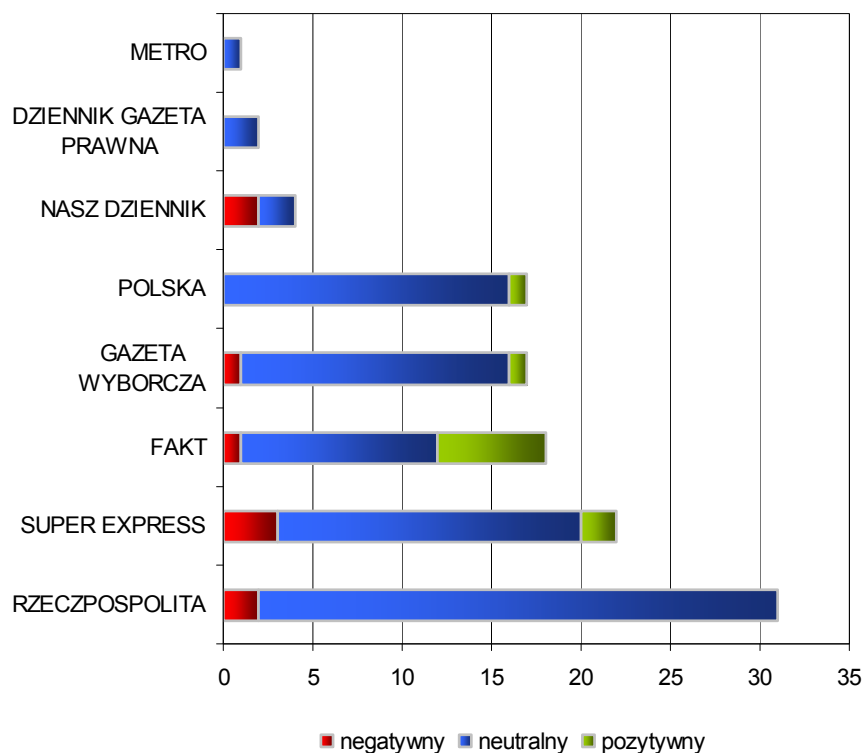
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



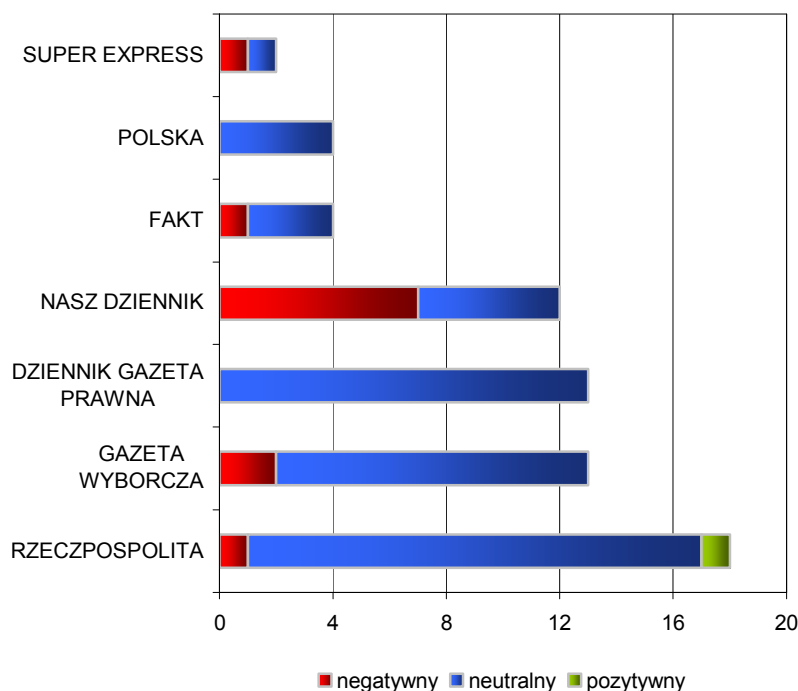
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



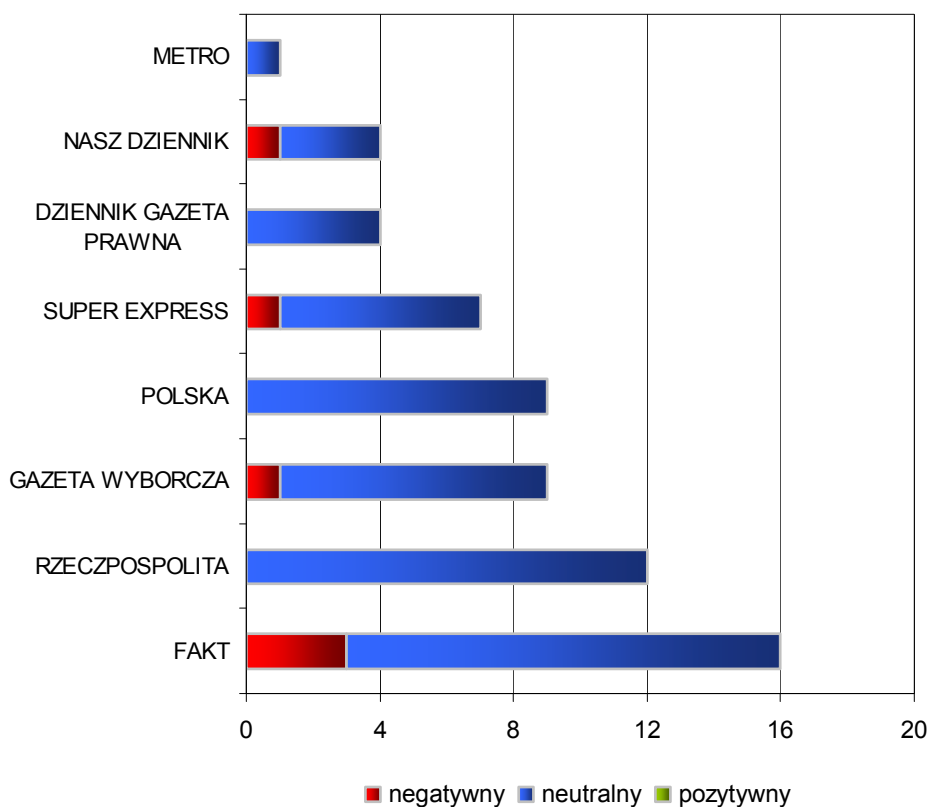
**Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



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

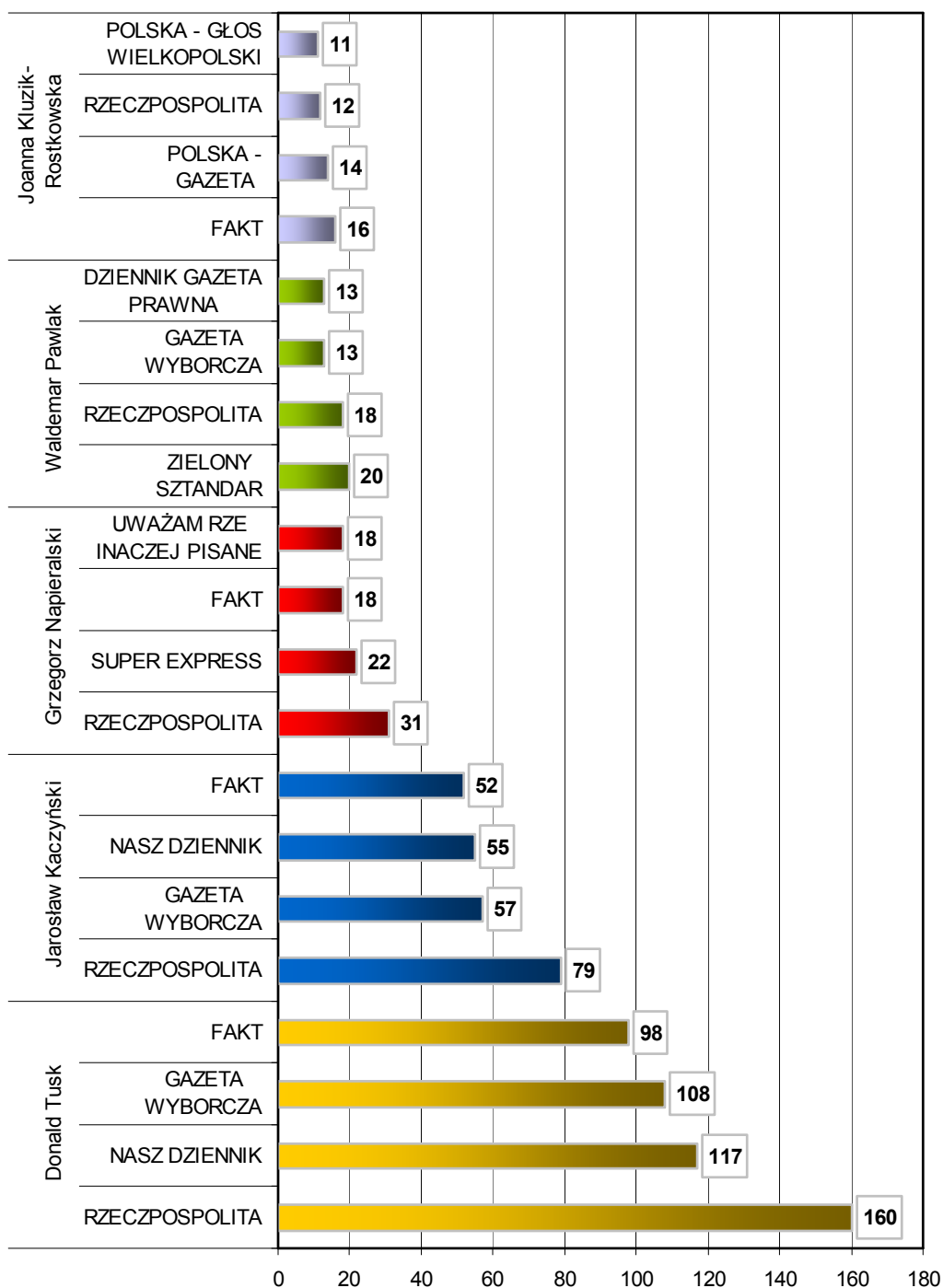


**Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydzwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

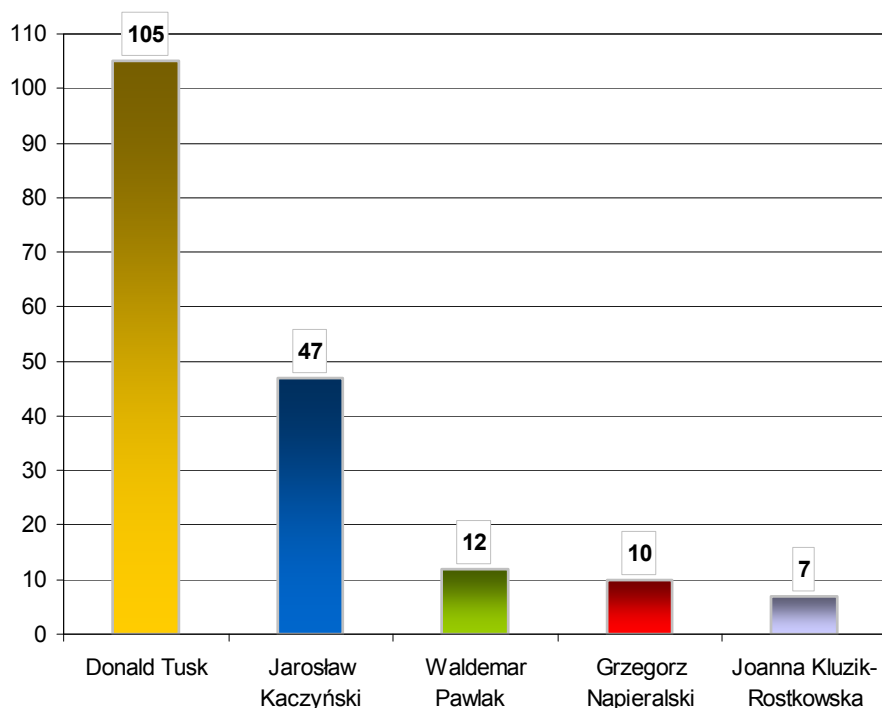


**Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiła Joanna Kluzik-Rostkowska z uwzględnieniem wydziwku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

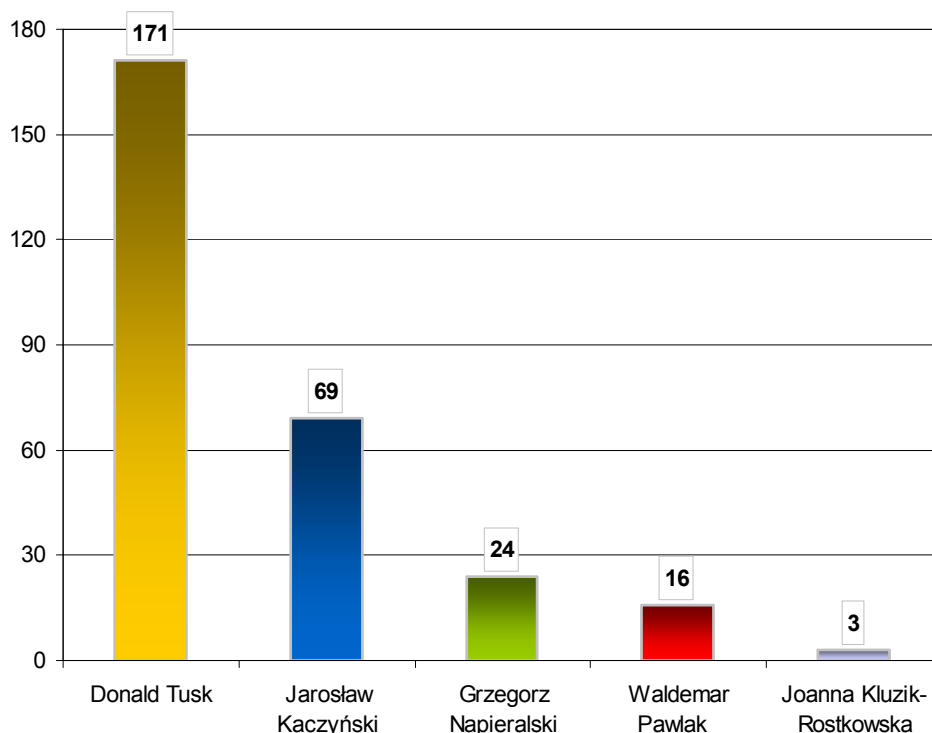




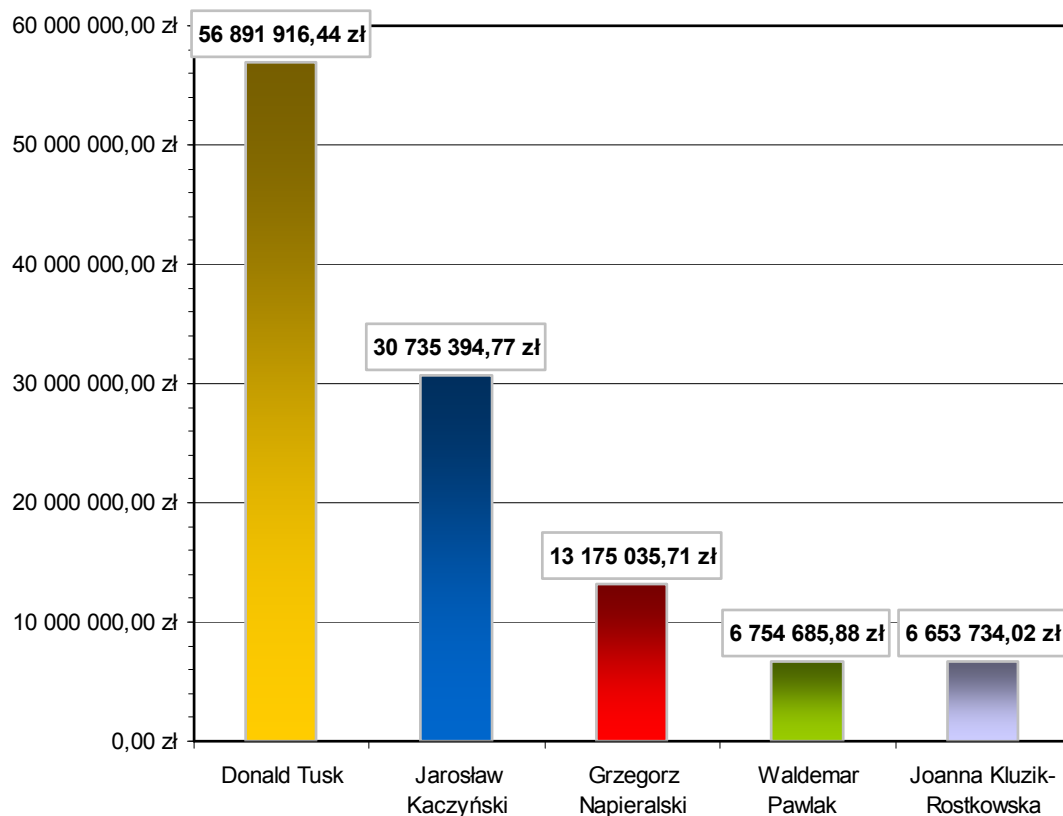
Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



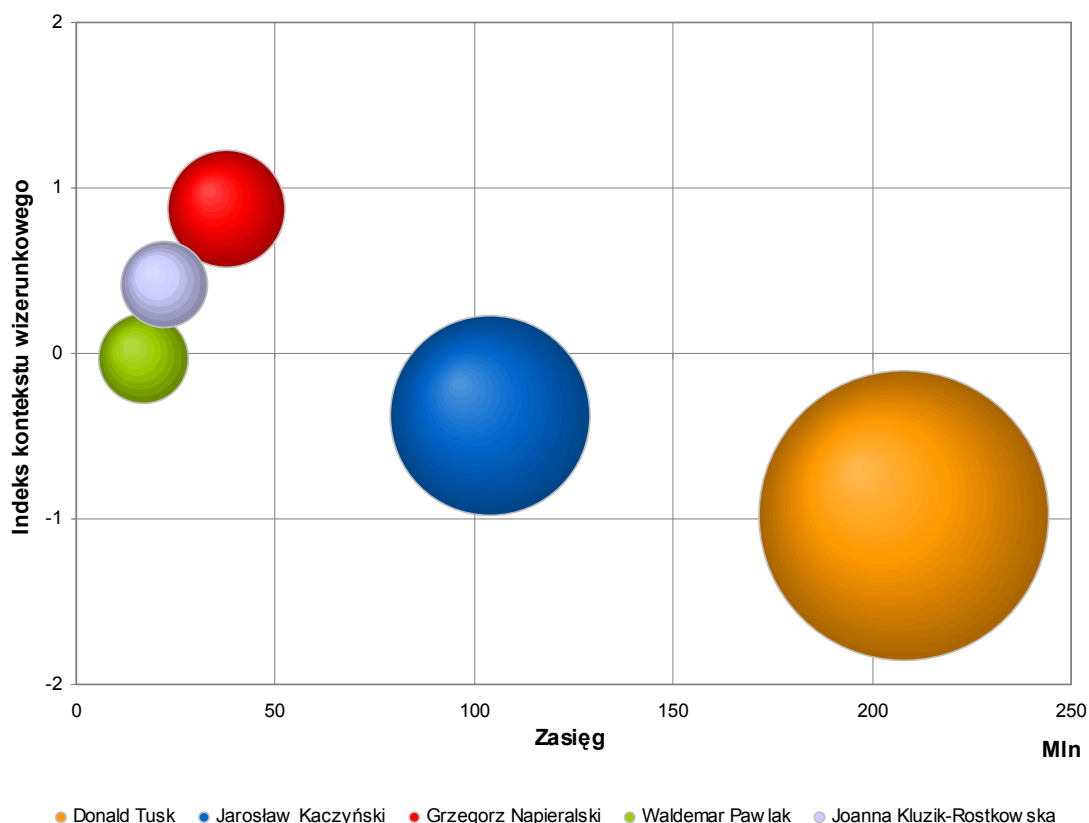
**Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**



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



**Wykres 18. Ekwiwalent reklamowy informacji o liderach partii politycznych – luty 2011 r.**



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

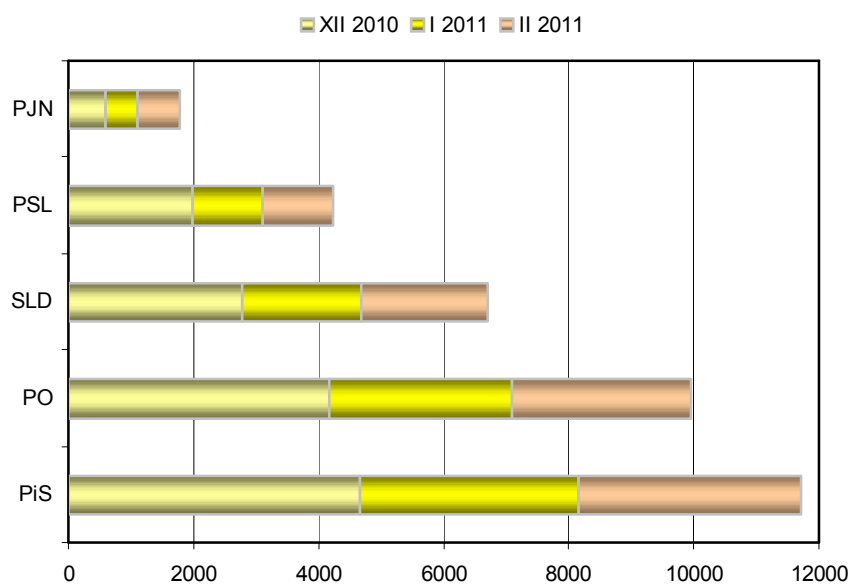
**Favorability** - indeks kontekstu wizerunkowego. Wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału negatywnego) do 5 (dla materiału pozytywnego). Wartość 1 przyjmują informacje o kontekście neutralnym.

**Range** - zasięg informacji wyrażony jest w potencjalnej liczbie kontaktów z czytelnikami.

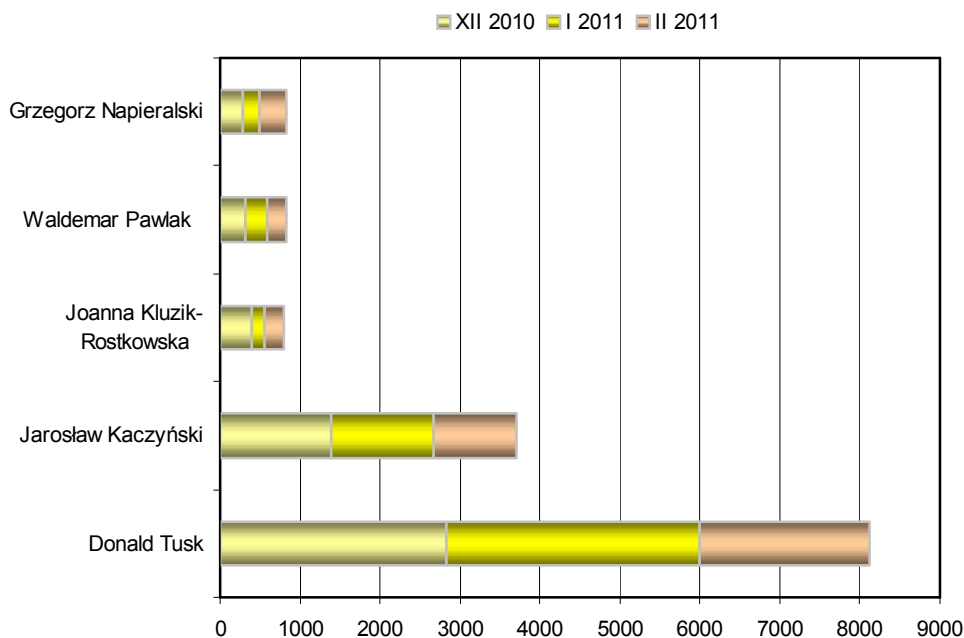
**Wielkość kuli** - oznacza liczbę publikacji.

**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 (negatywny przekaz, który dotarł do bardzo szerokiego grona odbiorców).

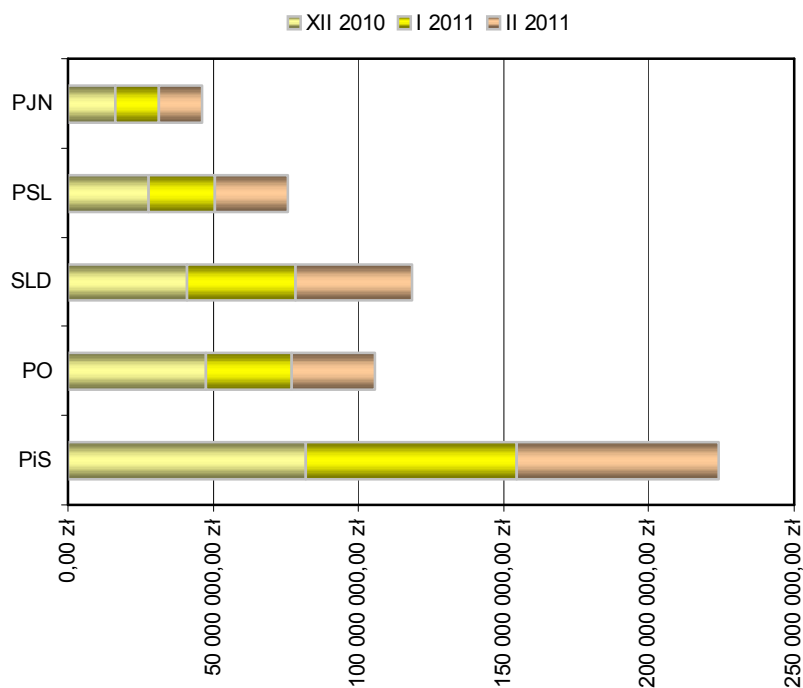
## Rozdział IV - Trendy



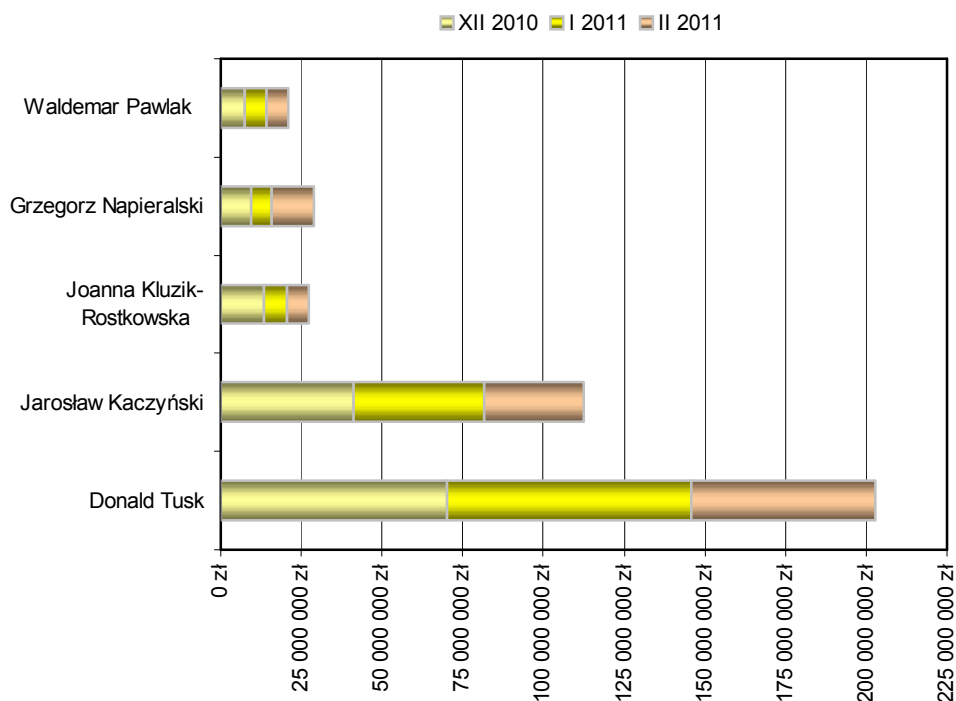
**Wykres 20. Suma publikacji prasowych na temat partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



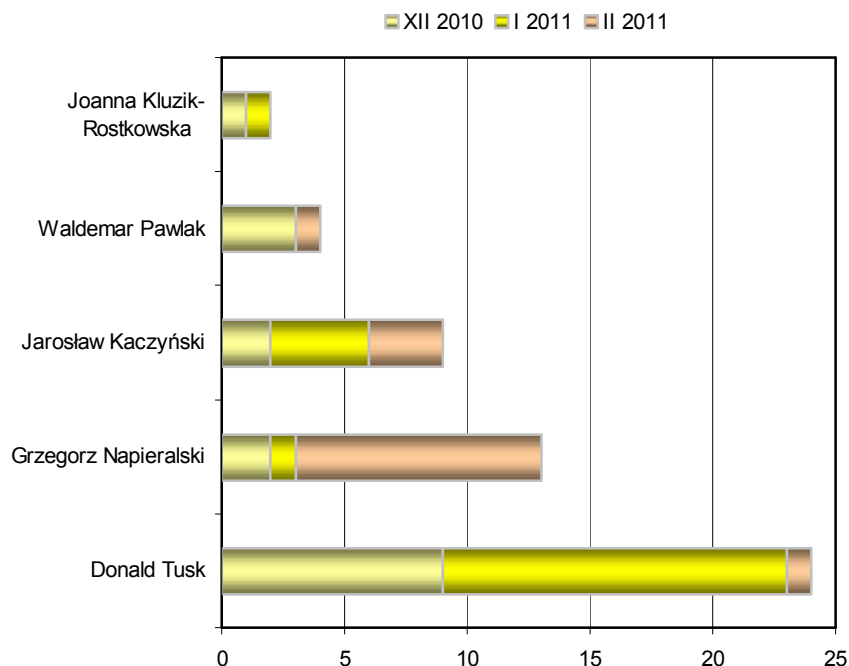
**Wykres 21. Suma publikacji prasowych na temat liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



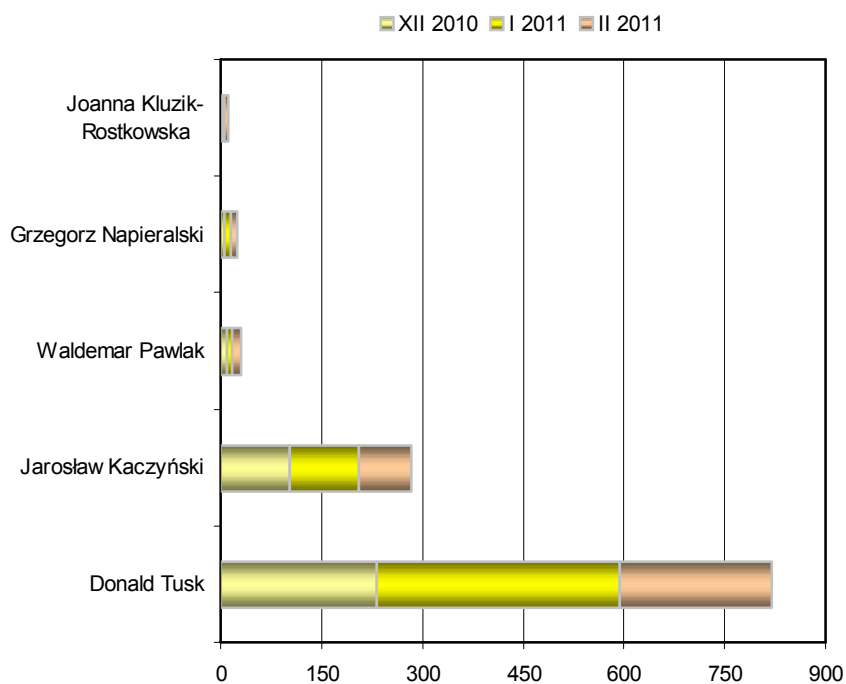
**Wykres 22. Suma ekwiwalentu reklamowego dla partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



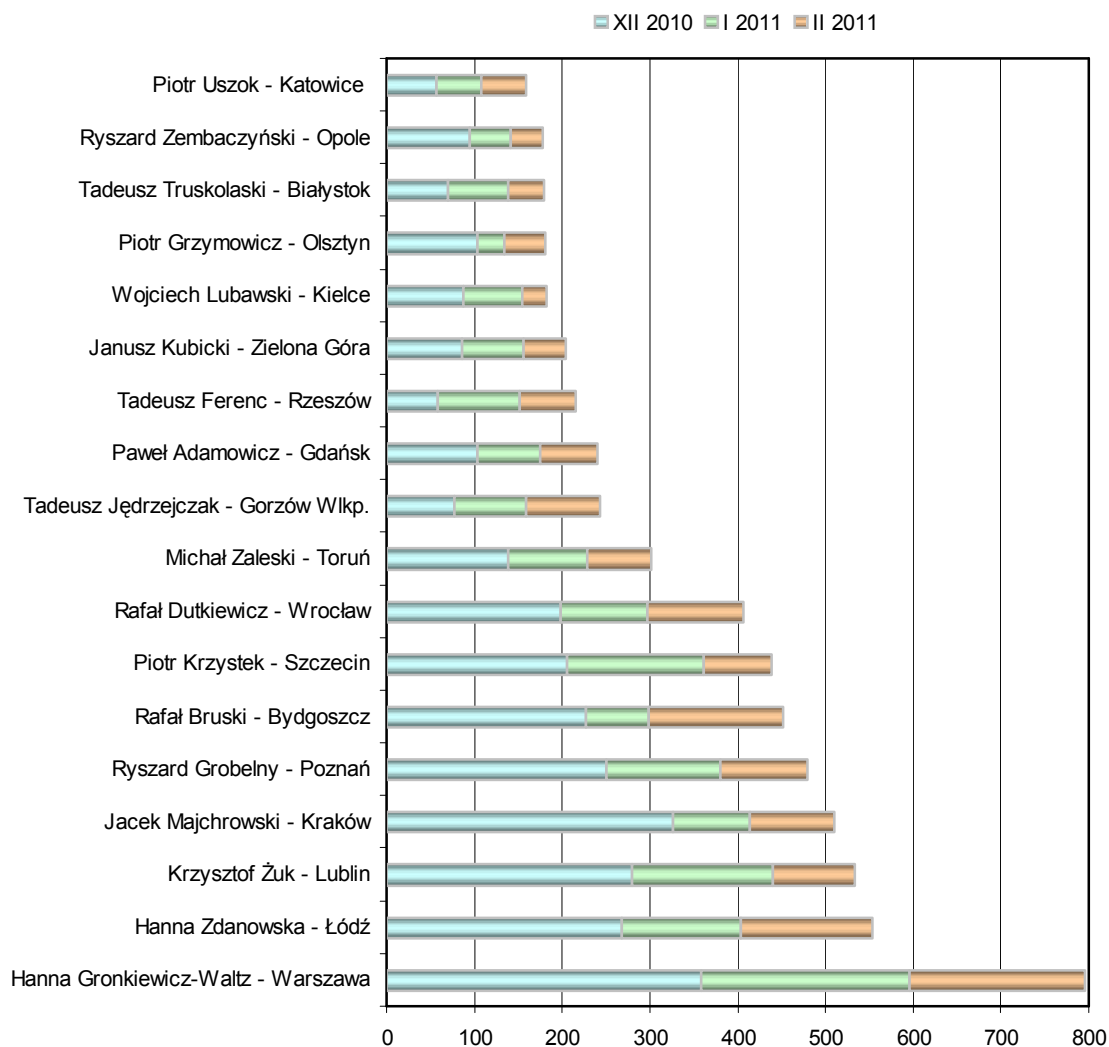
**Wykres 23. Suma ekwiwalentu reklamowego dla liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**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 6166 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)