



**Raport prasowy**

# **SCENA POLITYCZNA**

**luty 2012**

## 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>

## Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w lutym 2012 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, Leszka Millera oraz Waldemara Pawlaka i Janusza Palikota. 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 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

### PO wyprzedza PiS

Platforma Obywatelska znalazła się przed Prawem i Sprawiedliwością w zestawieniu najbardziej medialnych ugrupowań politycznych w Polsce. Partia rządząca w lutym po raz pierwszy uplasowała się na czele od momentu rozpoczęcia badania we wrześniu 2010 roku. Przewaga okazała się niewielka i wyniosła nieco ponad sto publikacji. Na temat PO redakcje opublikowały 3,1 tys. tekstów. Tych dotyczących PiS było niecałe 3 tys. Obie partie – jak zwykle – mocno zdystansowały resztę stawki. Występowały około dwukrotnie częściej niż Sojusz Lewicy Demokratycznej, który znalazł się bezpośrednio za nimi. Czwarte miejsce należało do Polskiego Stronnictwa Ludowego, które wyprzedziło Ruch Palikota.

Wprawdzie partia Palikota okazała się najmniej medialna spośród zasiadających w polskim parlamencie, jednak sam jej lider figurował na drugim miejscu najbardziej medialnych liderów politycznych. Pierwszą lokatę w rankingu zajął z ogromną przewagą premier Donald Tusk, o którym napisano w minionym miesiącu aż 2969 tekstów (o prawie 12 proc. więcej niż w styczniu). W dodatku jego przewaga nad drugim politykiem w zestawieniu jeszcze wzrosła, ponieważ zarówno Jarosław Kaczyński, jak i Janusz Palikot zanotowali spadki.

### Kaczyński nadal traci

Ten Kaczyńskiego był najboleśniej, gdyż wyniósł aż 18 proc. Liczba publikacji o Palikocie spadła o 4 proc., ale mimo tego polityk zdołał awansować z trzeciej na drugą pozycję. Kaczyński zanotował już czwarty spadek z rządu. Wcześniejsze trzy, wyraźnie przekraczały trzydzieści procent, dlatego ten z lutego można uznać za wyhamowywanie trendu spadkowego. Największy wzrost liczby publikacji zanotował w minionym miesiącu Waldemar Pawlak (20 proc.) oraz Leszek Miller (17 proc.). Łącznie liczba publikacji o liderach wzrosła o niecałe 6 proc., natomiast o partiach o 0,65 proc.

### Luty dał odetchnąć

Istotną tendencją był spadek liczby krytycznych wobec polityków przekazów. Po „czerwonym” styczniu – miesiącu protestów, luty okazał się nieco łagodniejszy. O 7 pkt. proc. zmniejszył się odsetek negatywnych publikacji w dziennikach ogólnopolskich na temat szefa rządu. 35 proc. materiałów dotyczących Donalda Tuska miało niekorzystny wpływ na jego wizerunek (w styczniu 42 proc.). Pozwoliło to premierowi zachować drugą pozycję w klasyfikacji, za Januszem Palikotem, który również odnotował niewielki spadek (z 43 do 42 proc.) .

Trzecie miejsce w zestawieniu zajął Leszek Miller. Także o przewodniczącym SLD pisało się niewiele mniej w kontekście negatywnym (-1 pkt. proc.).

Z większą częstotliwością dziennikarze nieprzychylnie pisali tylko o Jarosławie Kaczyńskim, który miał 25 proc. publikacji negatywnych (wobec 20 proc. w styczniu). Najrzadziej krytykowano przewodniczącego PSL - Waldemara Pawlaka (zaledwie 13 proc.).

Premiera najczęściej z kolei krytykował w minionym miesiącu „Super Express” oraz „Nasz Dziennik”, publikując odpowiednio 55 i 50 proc. tekstów o negatywnych konotacjach. Sporo gorzkich słów na temat prezesa Rady Ministrów dotarło do czytelników „Metra” oraz „Gazety Polskiej Codziennie”.

Z kolei Kaczyńskiego najsurowiej potraktowały tradycyjnie dzienniki o największej sprzedaży w Polsce – „Fakt” i „Gazeta Wyborcza”. Odsetek negatywnych publikacji wyniósł odpowiednio 35 i 49 proc. Leszek Miller najczęściej nieprzychylnie teksty na swój temat znaleźć może w „Gazecie Polskiej Codziennie”, natomiast medialną kulą u nogi zarówno Pawlaka jak i Palikota stał się „Nasz Dziennik”.

## Tusk i... Pawlak na czołówkach

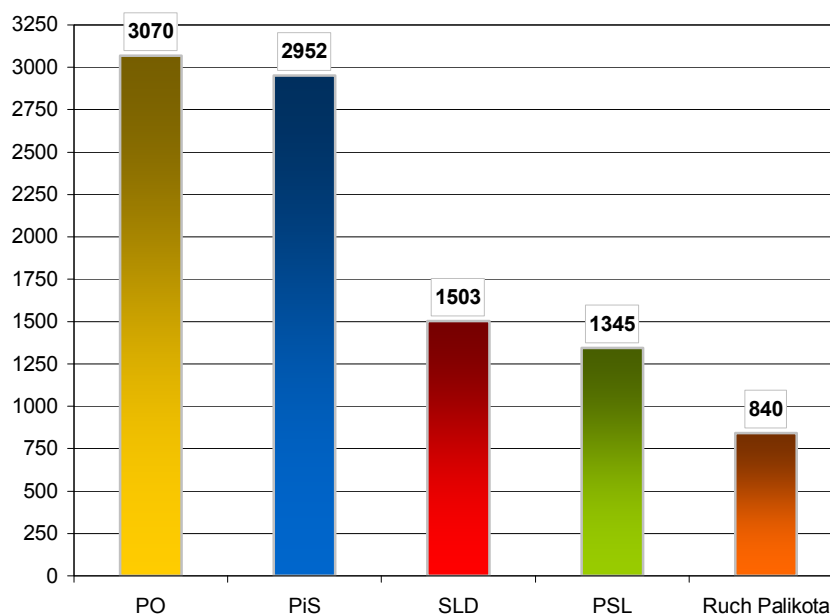
Jeżeli chodzi o występowanie na pierwszych stronach prasy, zdecydowanie najczęściej znajdował się tam Tusk. Wynika to w głównej mierze ze zdecydowanie większej liczby publikacji na jego temat, w porównaniu z innymi politykami. Pewnym zaskoczeniem może być natomiast, że drugie miejsce zajął Waldemar Pawlak. Wicepremier wyprzedził Jarosława Kaczyńskiego oraz Janusza Palikota. Znacznie rzadziej na jedynkach gościł Leszek Miller.

Różnica pomiędzy dwoma prowadzącymi była jednak astronomiczna. Tusk w ciągu 29 dni lutego zaistniał na pierwszych stronach 209 razy, Pawlak natomiast 29-krotnie.

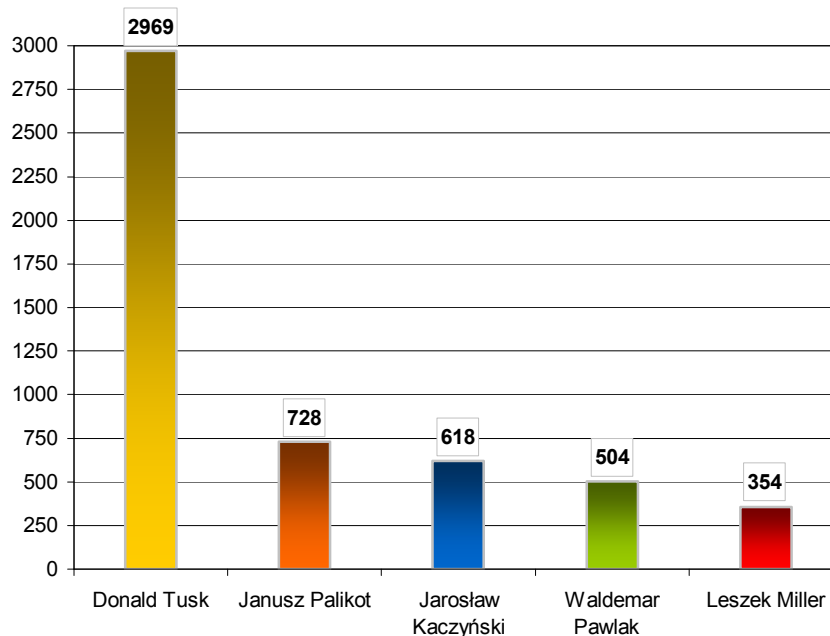
Również w tytułach publikacji najczęściej pojawiała się nazwisko Tuska (419), miejsce drugie zajął Janusz Palikot (142), a Waldemar Pawlak był dopiero trzeci (64). Czwarta pozycja należała do Leszka Millera (48), piąta do Jarosława Kaczyńskiego.

Z kolei w klasyfikacji pod względem uzyskanego ekwiwalentu reklamowego z publikacji Pawlak zajął ostatnie miejsce (13,7 mln zł). Zdecydowane prowadzenie uzyskał Donald Tusk (73,5 mln zł), który wyprzedził kolejno Palikota (25,9 mln zł), Kaczyńskiego (22,1 mln zł) i Millera (14,2 mln zł).

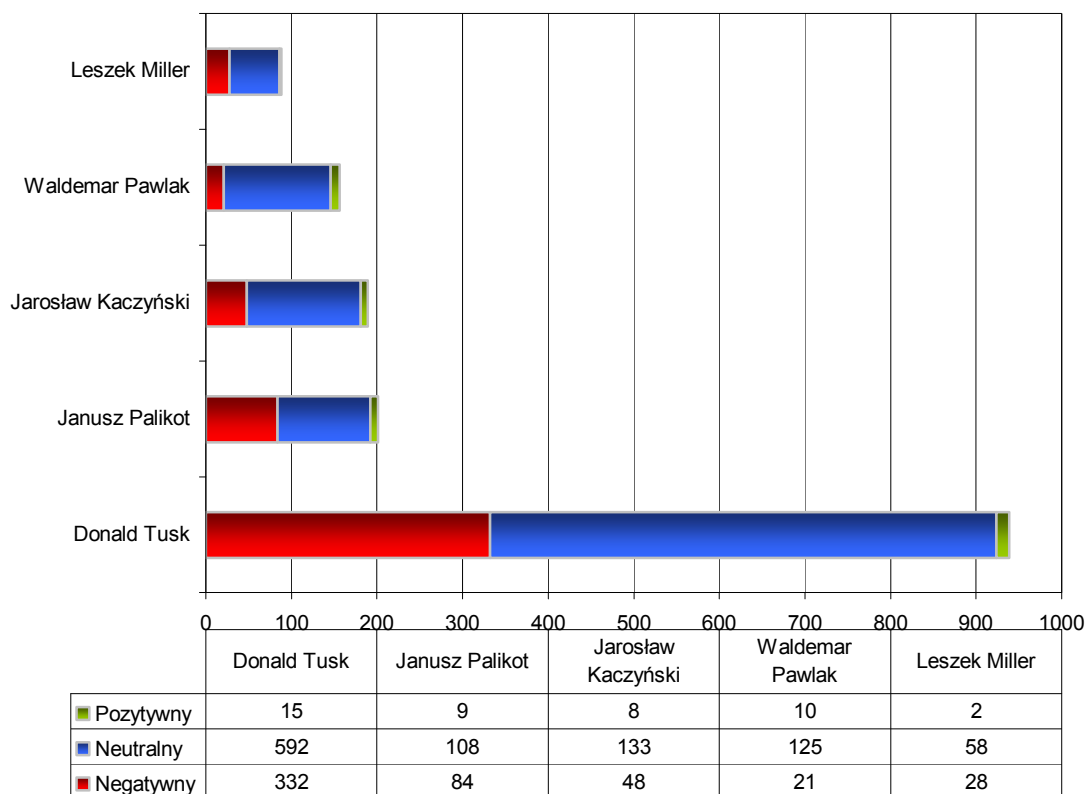
## Rozdział I - Podsumowanie



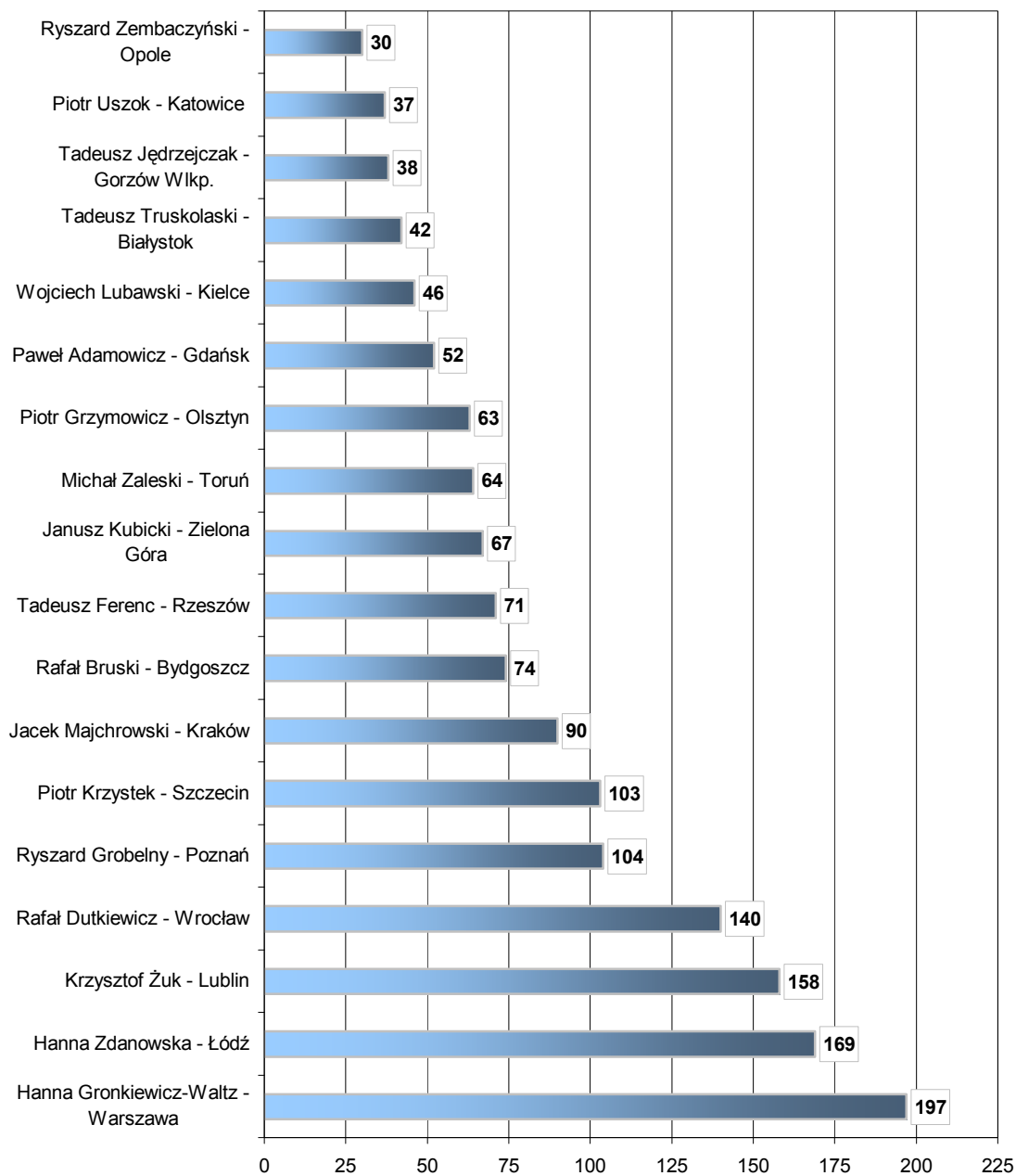
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w lutym 2012 r.



Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w lutym 2012 r.



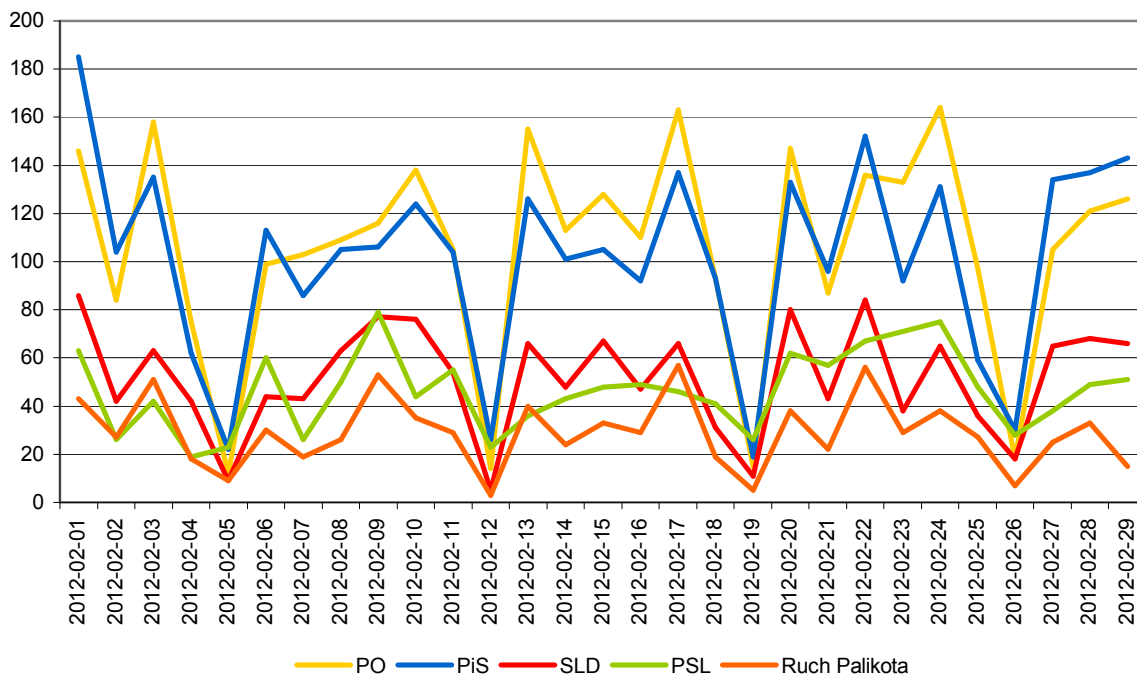
**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku**



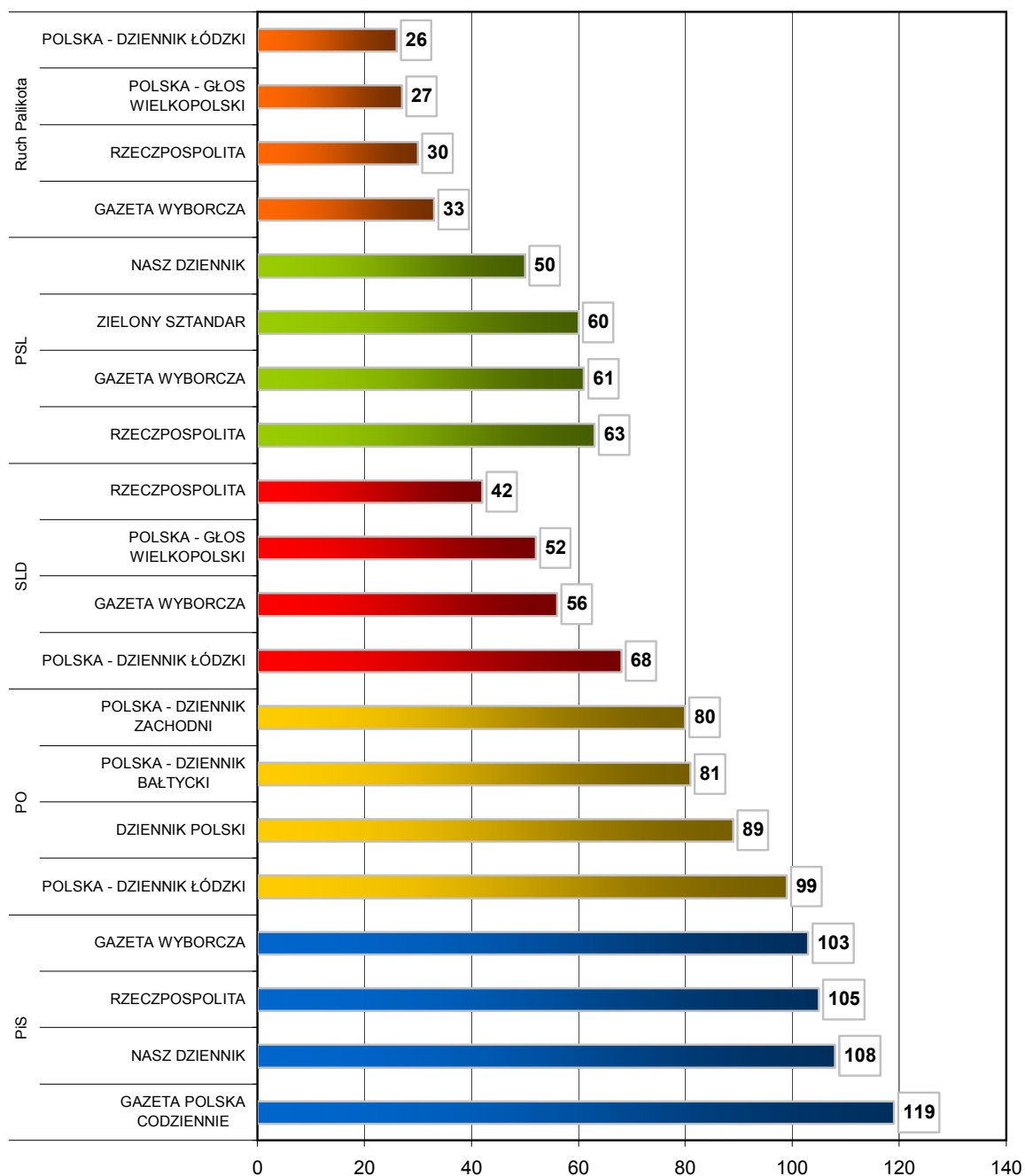
**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich**



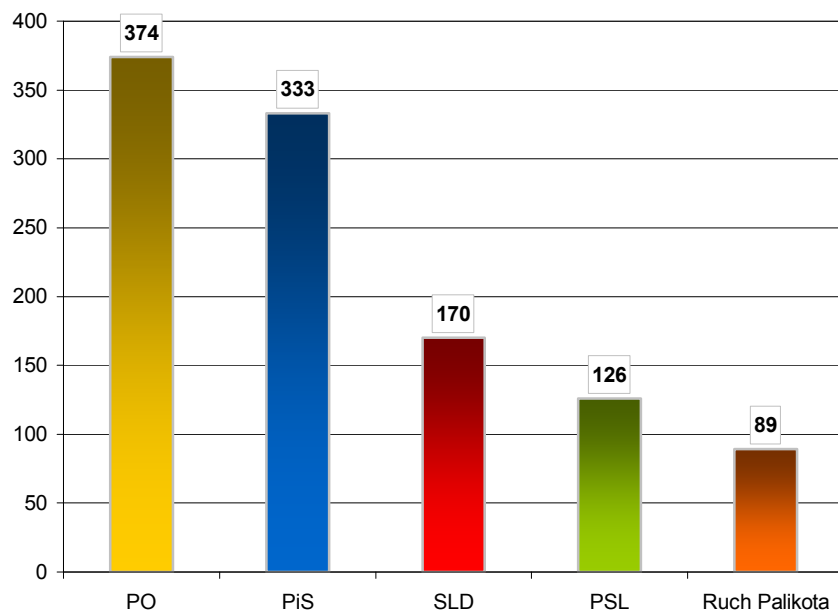
## Rozdział II - Partie polityczne



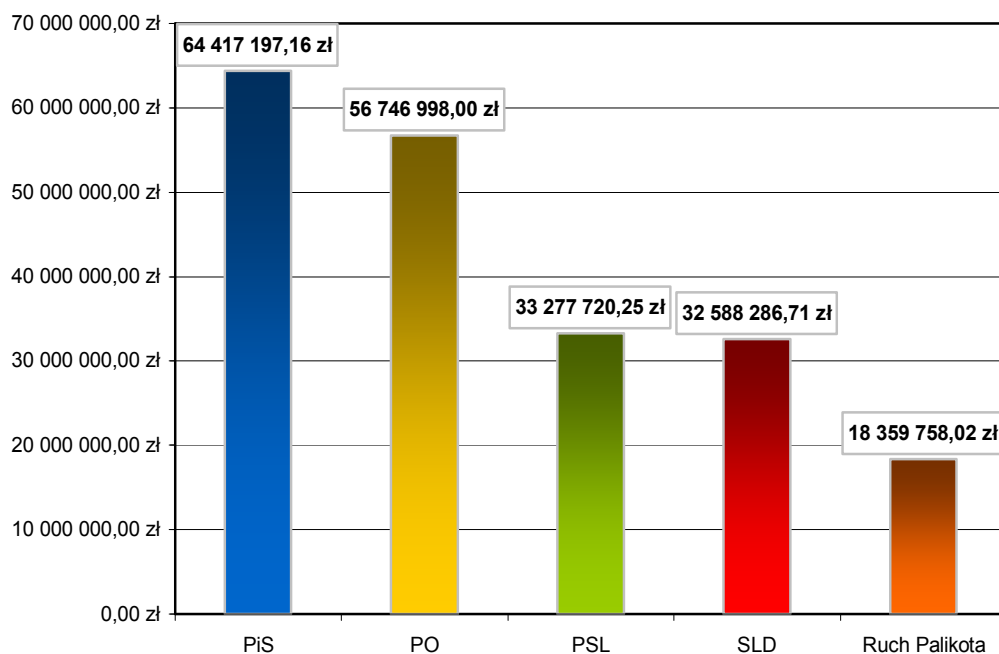
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

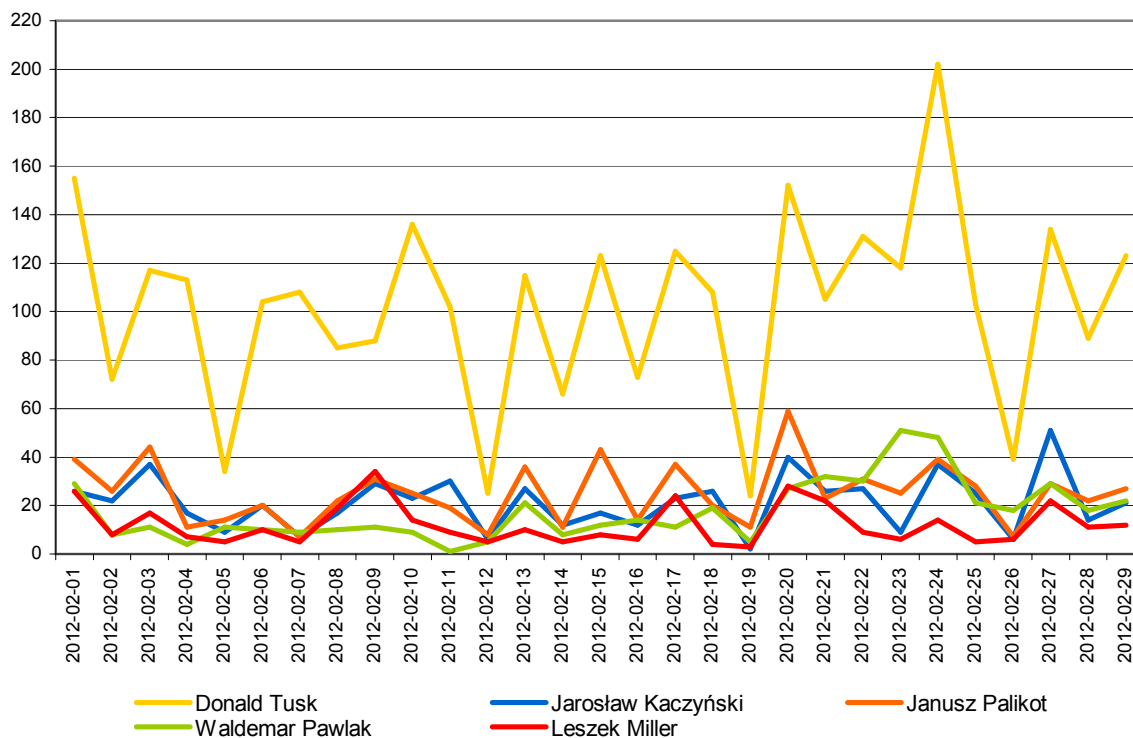


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

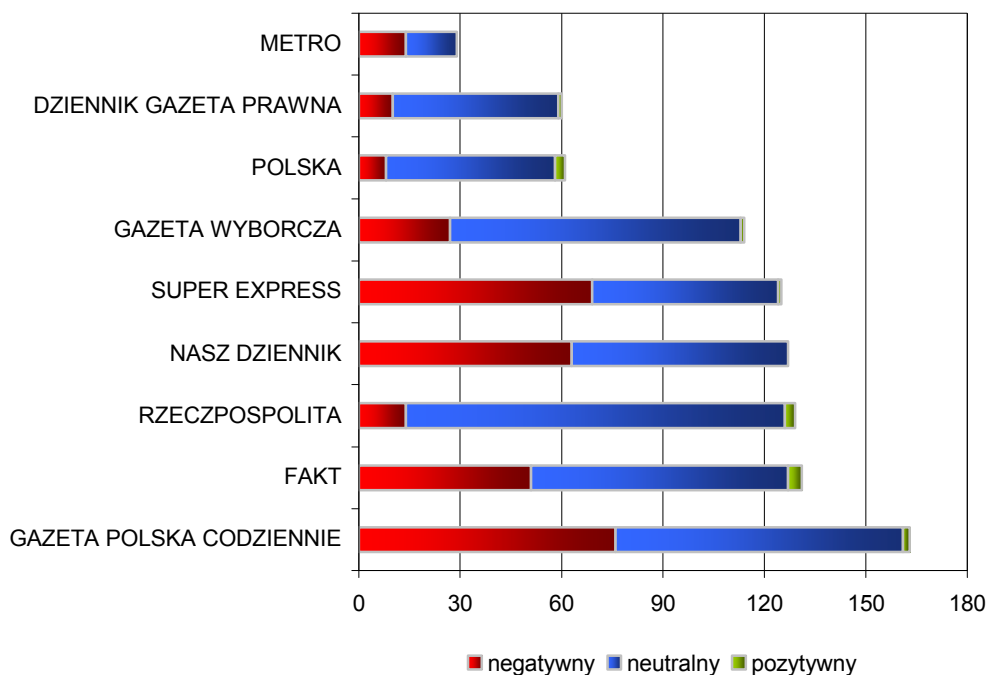


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – luty 2012 r.**

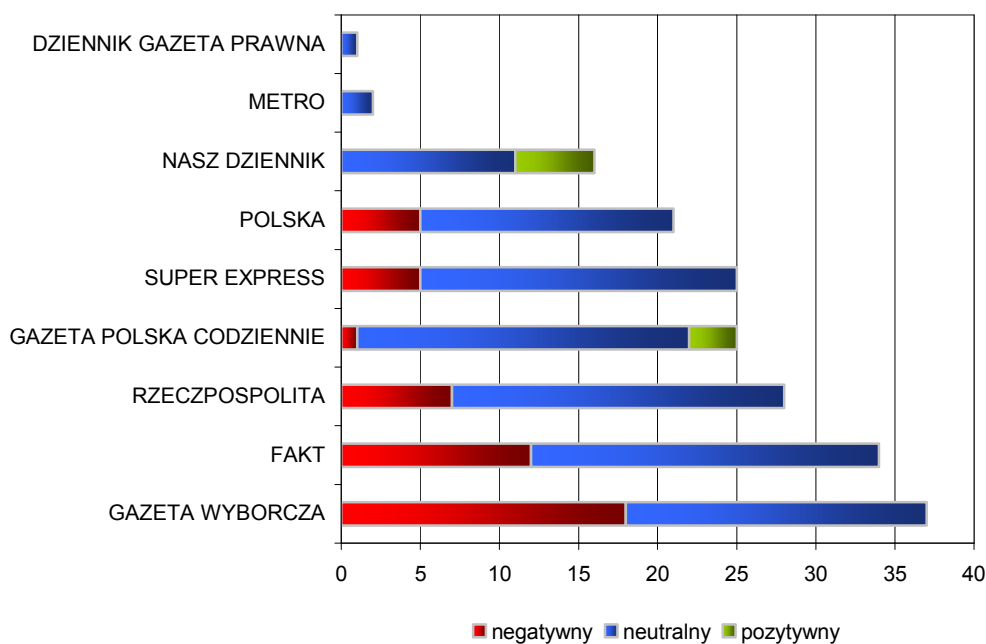
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



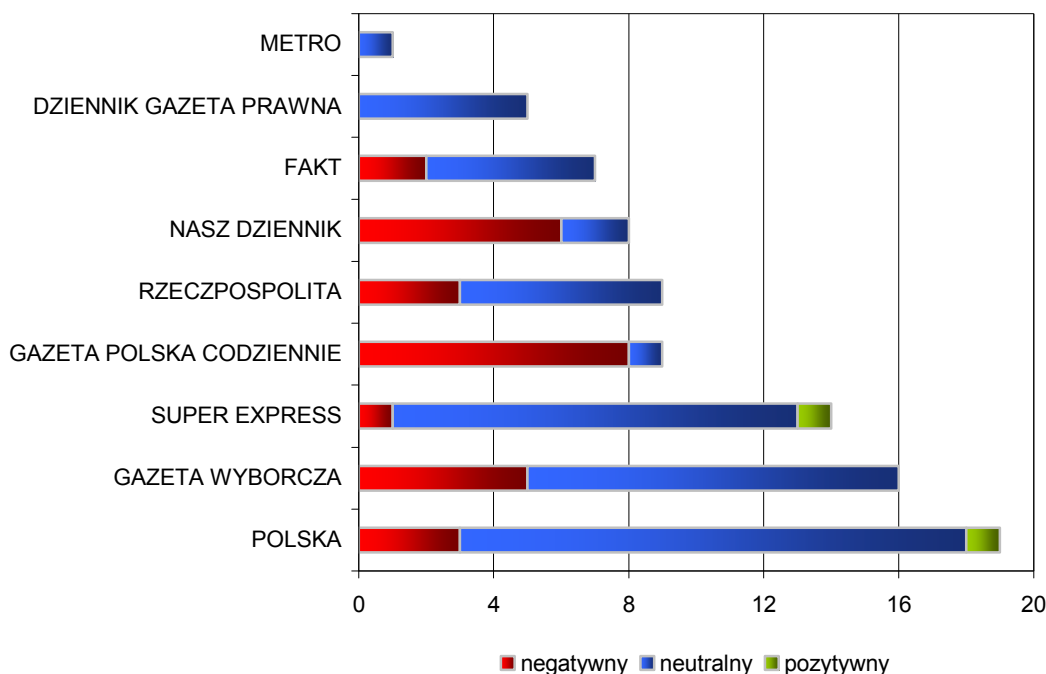
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



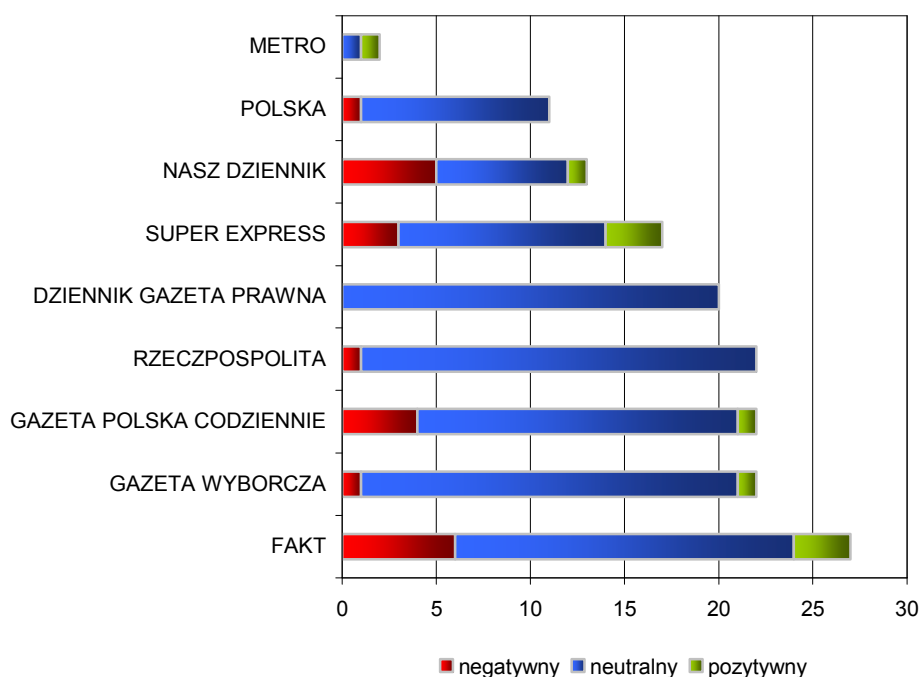
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



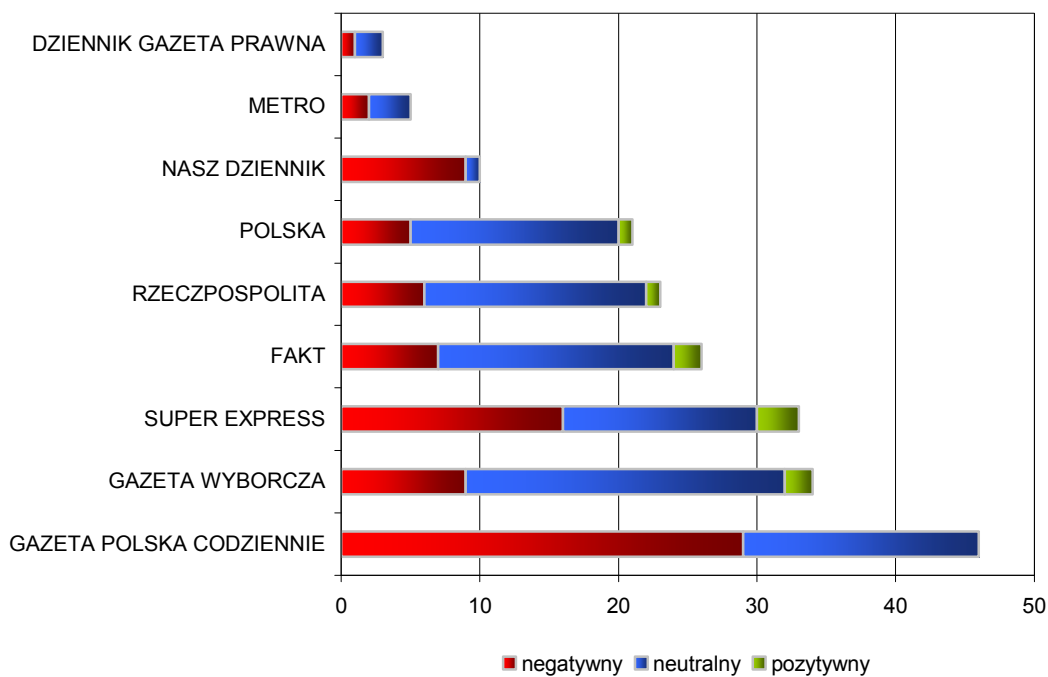
**Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



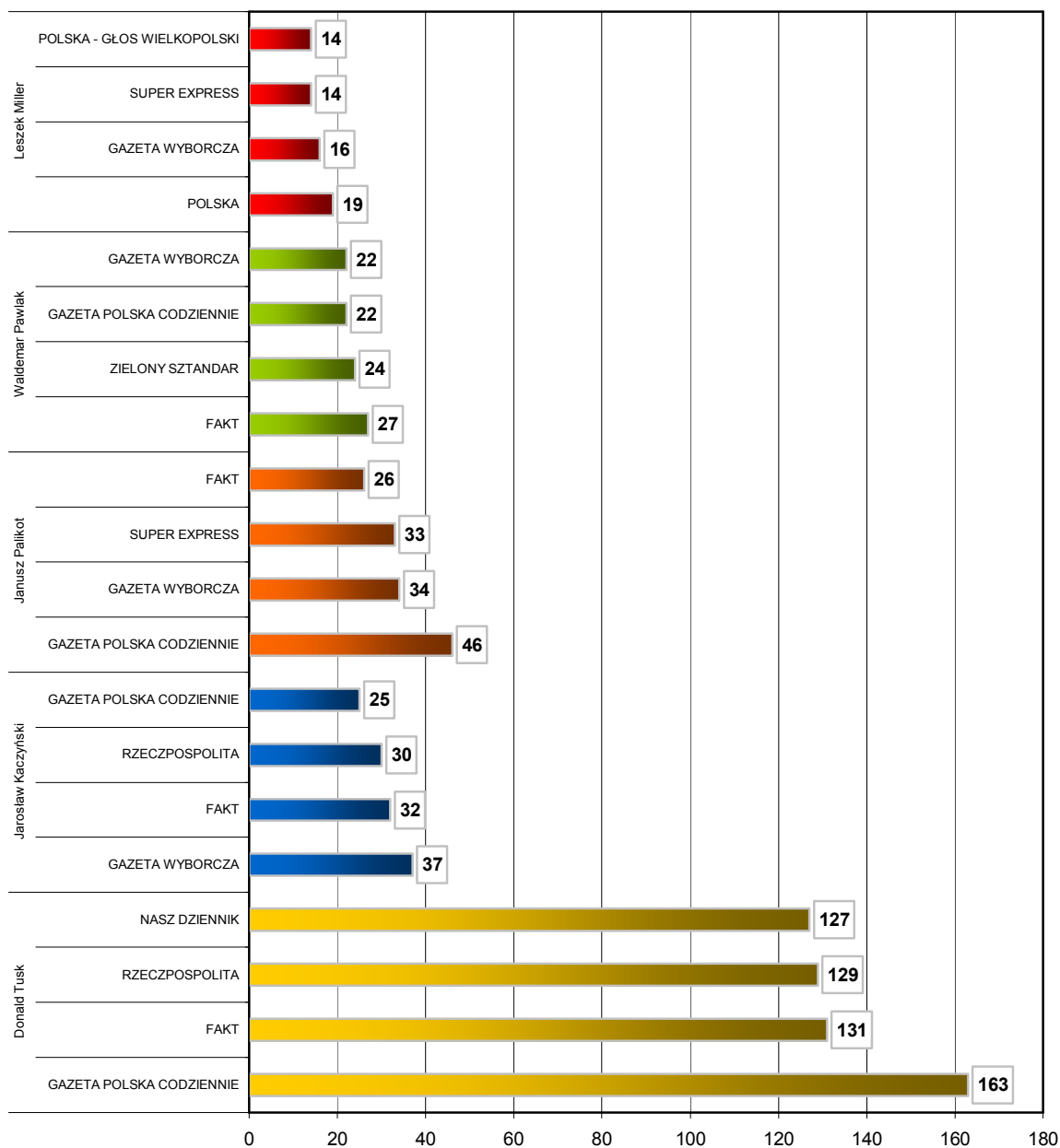
**Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



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

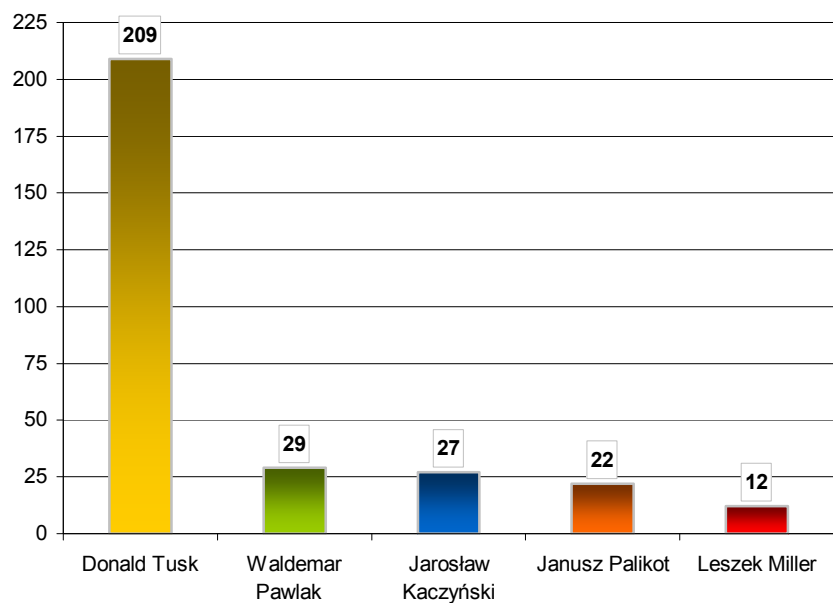


**Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydziwku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

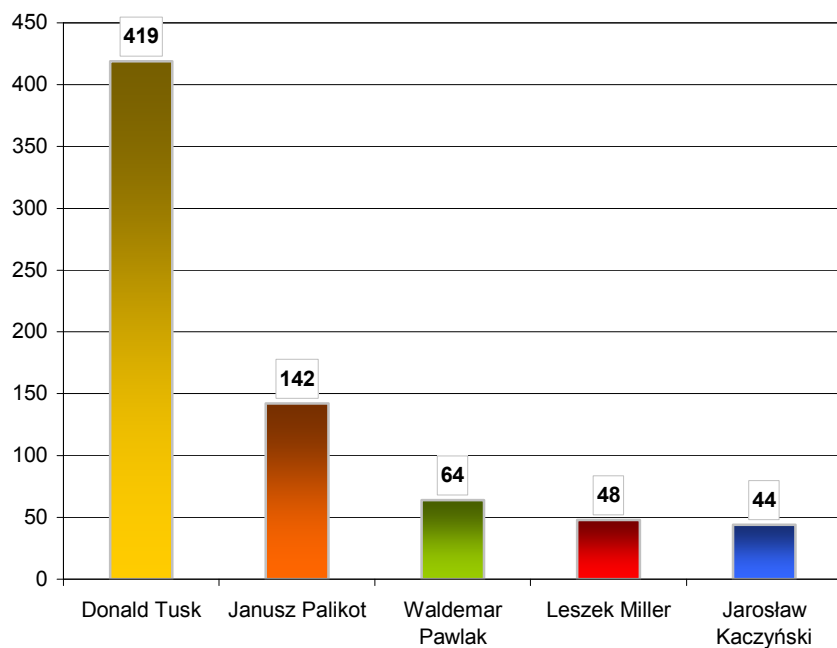


Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)

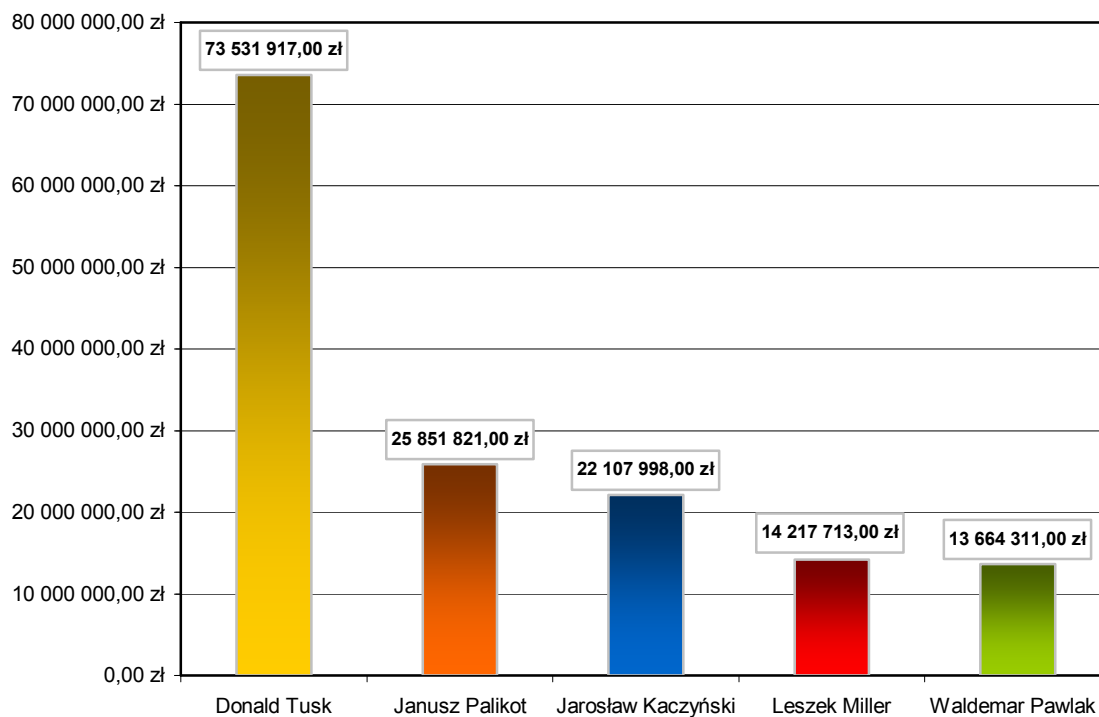




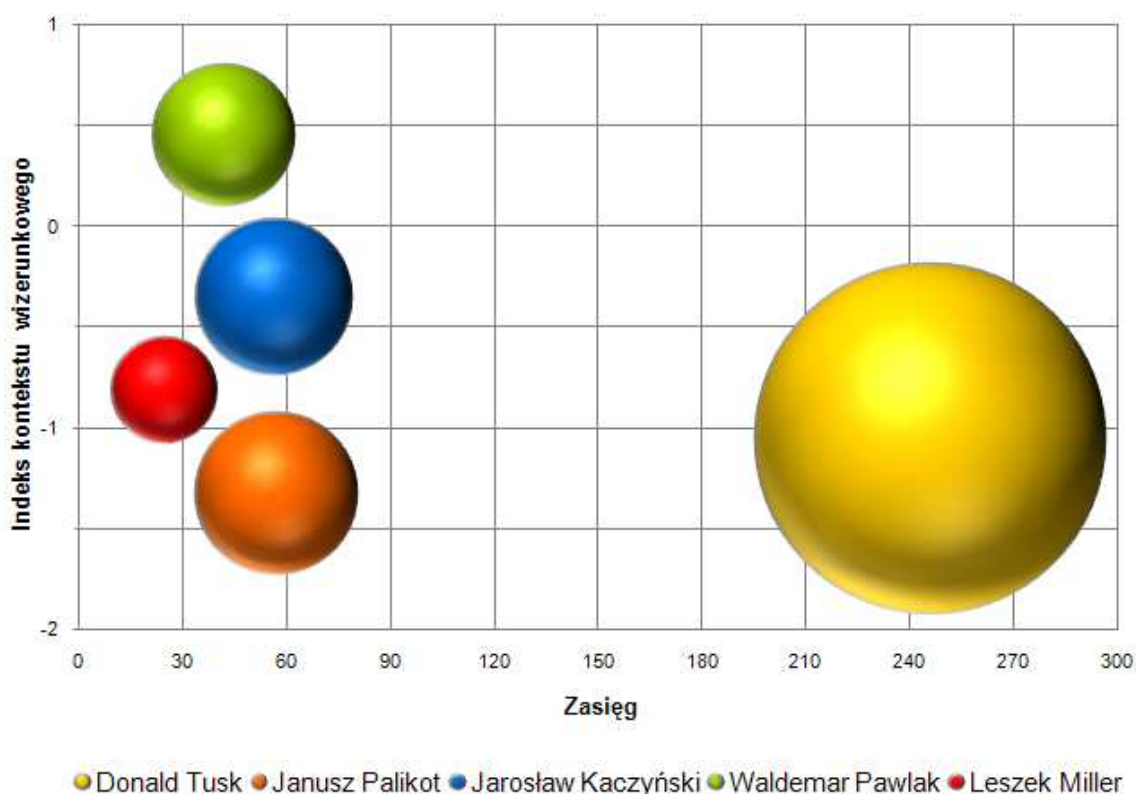
**Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**



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



**Wykres 18. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych**



**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](mailto:biuro@press-service.com.pl)  
[www.press-service.com.pl](http://www.press-service.com.pl)