



Raport prasowy

# SCENA POLITYCZNA

maj 2013

## 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 maju 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 pięć 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 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 1000 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

### Więcej słońca - mniej polityków

Spadek zainteresowania mediów dotyczył w analizowanym miesiącu głównie liderów politycznych. Wprawdzie mniej pisało się także o partiach, ale różnica w stosunku do kwietnia była nieznaczna i wyniosła 0,4 proc. W przypadku liderów politycznych – liczba materiałów zmniejszyła się o ponad 15 proc. Stracili wszyscy oprócz Jarosława Kaczyńskiego. Były premier odnotował o 9 proc. publikacji więcej niż w kwietniu. Z najbardziej dotkliwą obniżką spotkali się Janusz Palikot -38 proc. i Janusz Piechociński -36 proc. Liczba publikacji na temat Leszka Millera zmniejszyła się o 23 proc., Donalda Tuska – 13 proc., a Zbigniewa Ziobro – 12 proc.

### Palikot mocno przegrywa z Kaczyńskim

Jeszcze w marcu Janusz Palikot znajdował się przed Jarosławem Kaczyńskim. Dwa miesiące z rzędu spadku, przy jednoczesnym systematycznym zwiększaniu się zainteresowania prezesem PiS, sprawiły, że obecnie szef Ruchu Palikota ma ponad dwukrotnie mniej publikacji niż były premier. Łącznie w ciągu miesiąca napisano o Kaczyńskim 1045 tekstów, przy czym o Palikocie jedynie 429. To i tak trzeci wynik w klasyfikacji liderów politycznych, jednak należy wspomnieć, że polityk ten odnotował pod tym względem najgorszy wynik od września ubiegłego roku. Co ciekawe, wraz ze spadkiem wolumenu informacji, zmniejsza się również w jego przypadku odsetek publikacji negatywnych.

Najwięcej dziennikarze w dalszym ciągu piszą o Donaldzie Tusku. W ciągu minionego miesiąca ukazało się ponad 2,2 tys. publikacji, w których padło jego nazwisko. Oznacza to, że średnio dziennie drukowano ich w prasie 71. Kaczyński wciąż pozostaje daleko w tyle, ale istnieje zauważalny trend, zgodnie z którym przywódca największej partii opozycyjnej stopniowo wychodzi z medialnego cienia, w jakim znajdował się od kilku miesięcy.

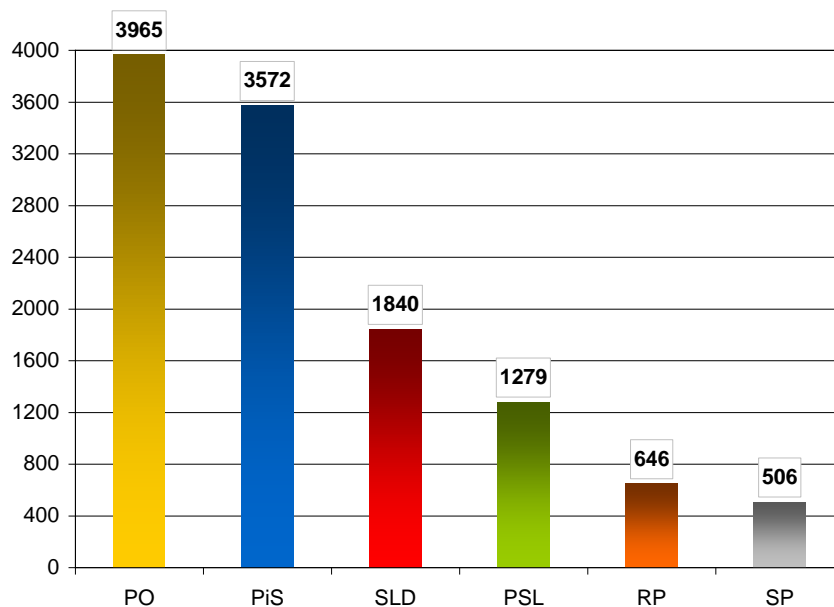
Czwarte miejsce – za Palikotem – zajął Leszek Miller. Pomimo faktu, że lider SLD jest nieco mniej popularny, jego partia w dalszym ciągu występuje w mediach zdecydowanie częściej. Pierwsze miejsce – od marca 2013 – zajmuje rządząca Platforma Obywatelska (w maju 4 tys. publikacji), która wyprzedza Prawo i Sprawiedliwość (3,6 tys.). Pomimo znaczącej straty do prowadzącej dwójki, trzecie miejsce zachowuje Sojusz Lewicy Demokratycznej (1,8 tys.). Kolejne lokaty zajęły Polskie Stronnictwo Ludowe (1,3 tys.) i Ruch Palikota (0,6 tys.). Najmniejszą medialnością cieszy się Solidarna Polska (0,5 tys.).

Warto odnotować, że w maju 2013 PO zanotowała największą liczbę publikacji od października 2011, a więc od miesiąca wyborów parlamentarnych. Wówczas pojawiło się na jej temat 6,7 tys. tekstów w samej prasie.

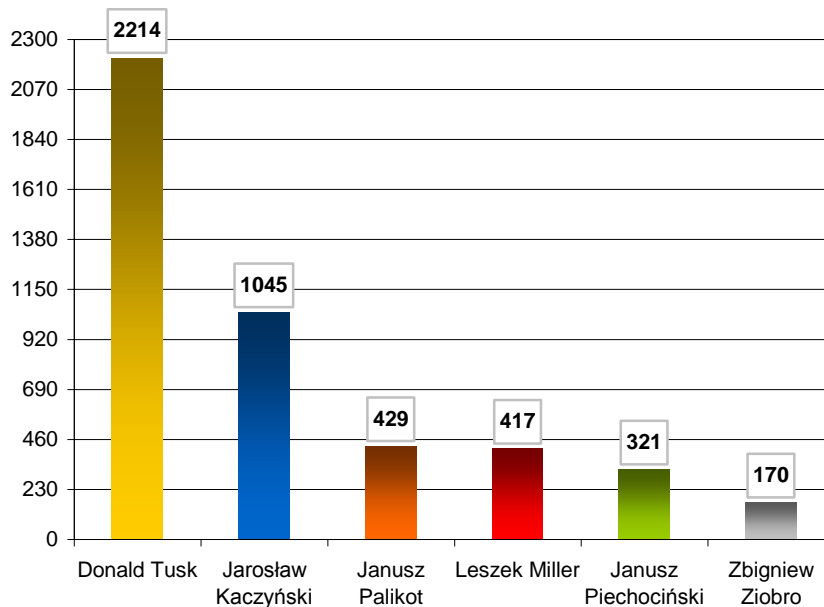
### **Kaczyński czysty jak łąza?**

Najczęściej krytykowany w ubiegłym miesiącu był premier Donald Tusk (27 proc.), który wyprzedził prowadzącego w kwietniu Janusza Palikota. Tym razem poseł z Biłgoraja znalazł się na drugim miejscu (20 proc.), przed Leszkiem Millerem (16 proc.) i Januszem Piechocińskim (10 proc.). Piąte miejsce uzyskał Zbigniew Ziobro (6 proc.), a szóste Jarosław Kaczyński (4 proc.).

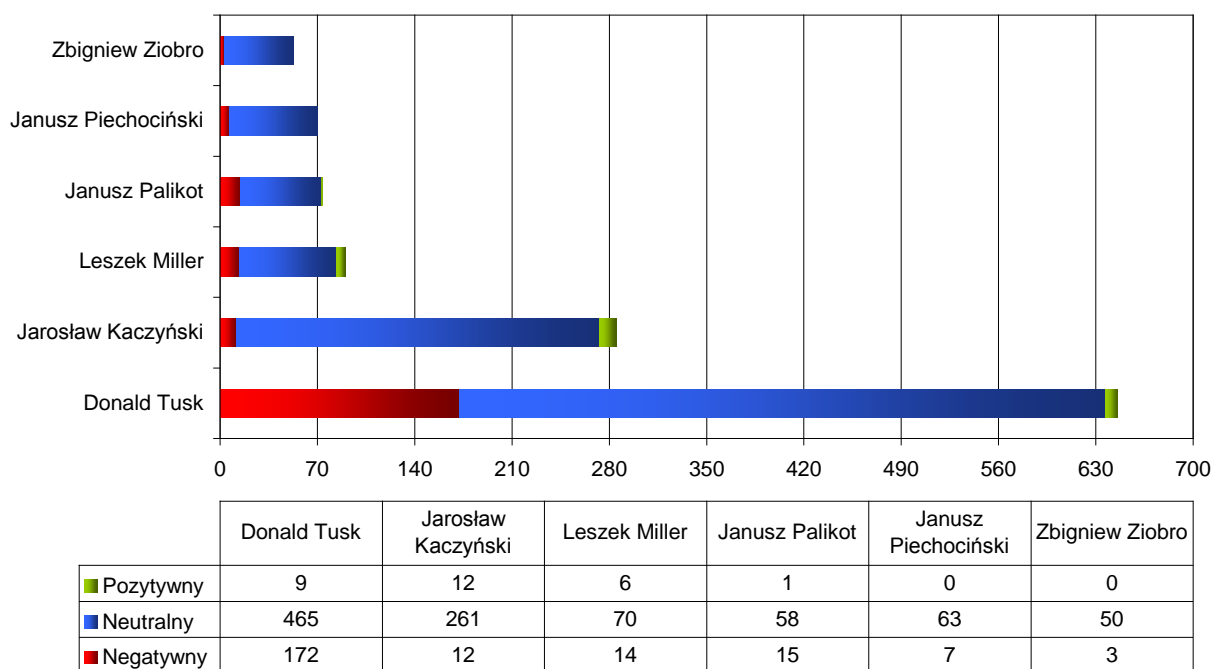
## Rozdział I - Podsumowanie



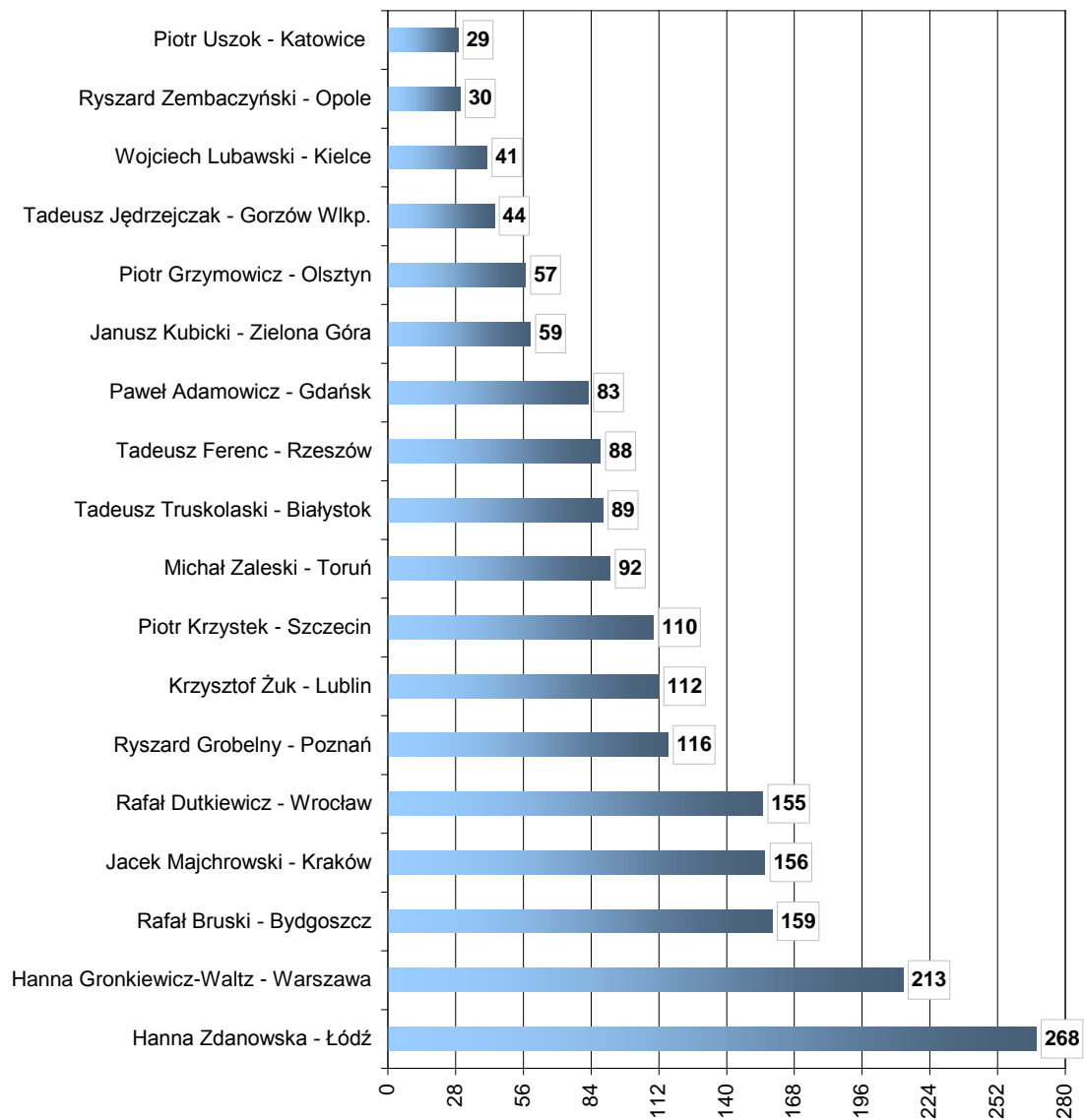
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w maju 2013 r.



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



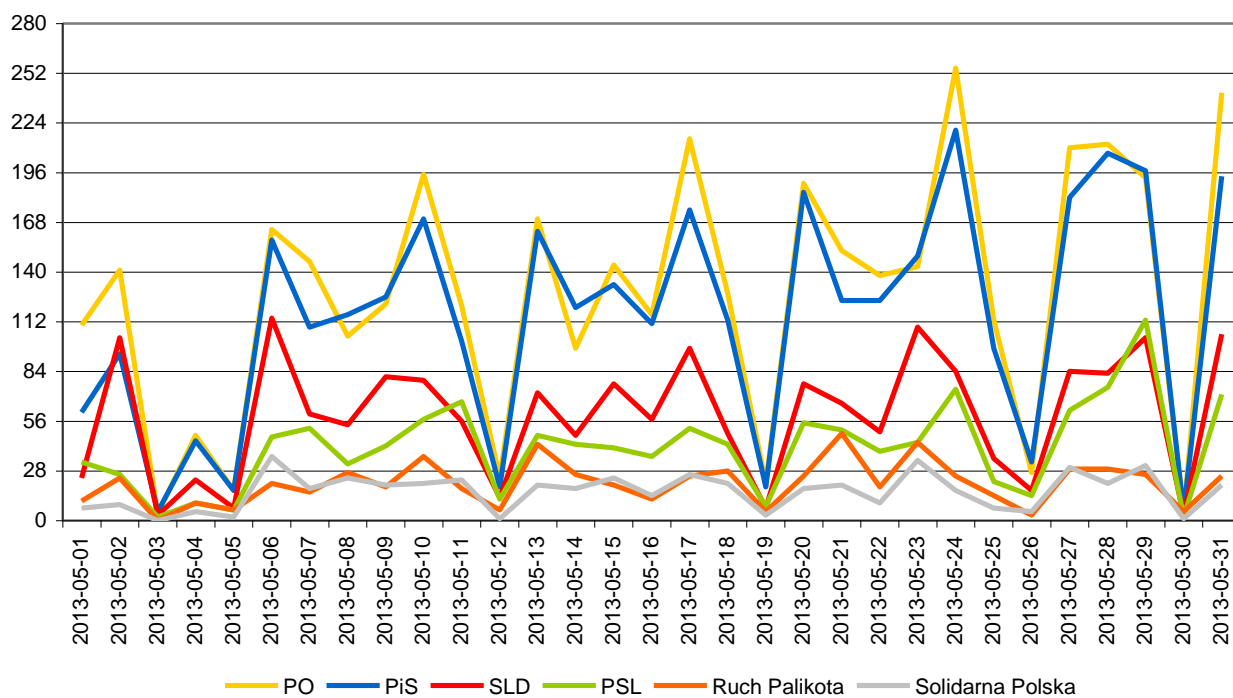
**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku**



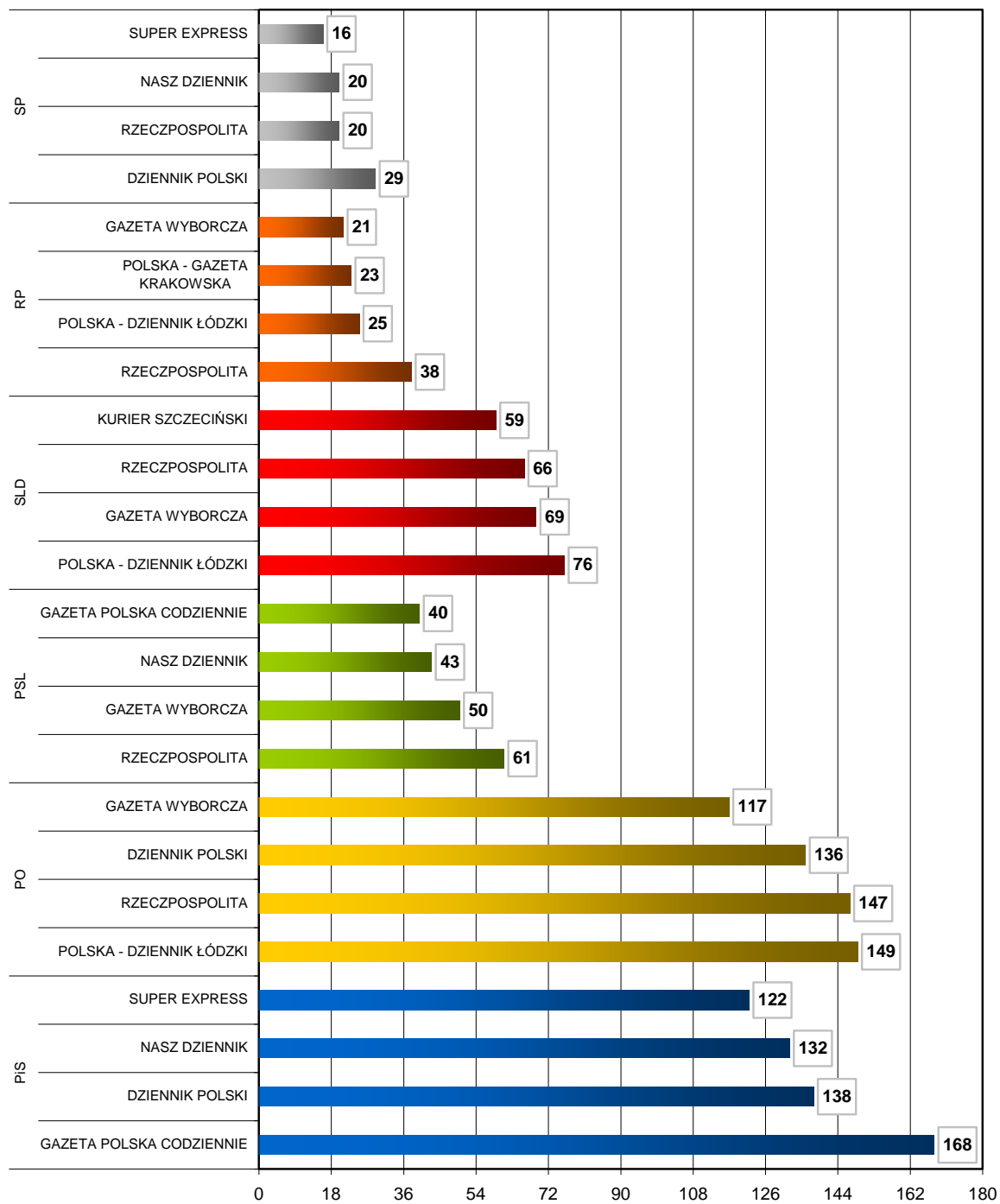
**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich**



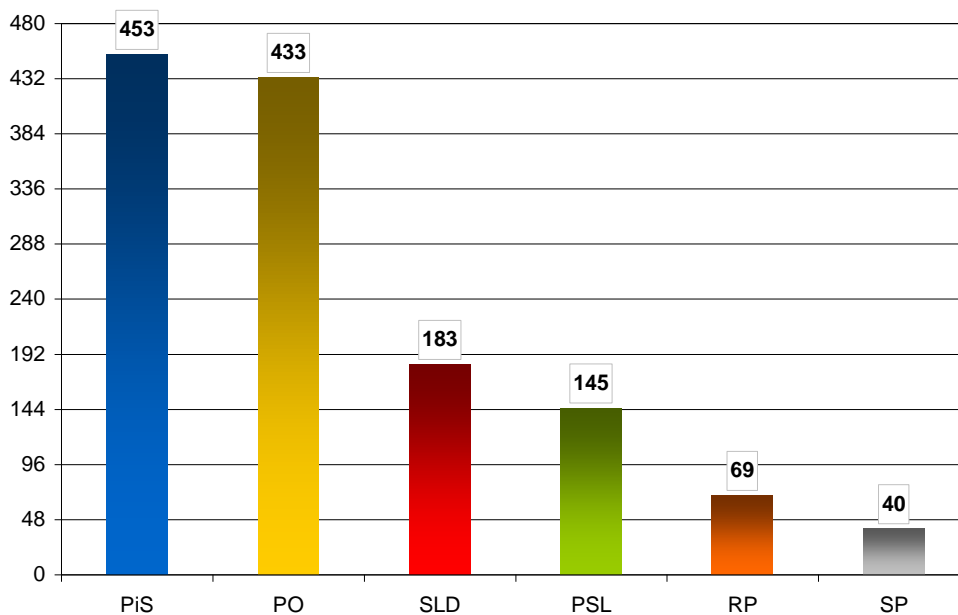
## Rozdział II - Partie polityczne



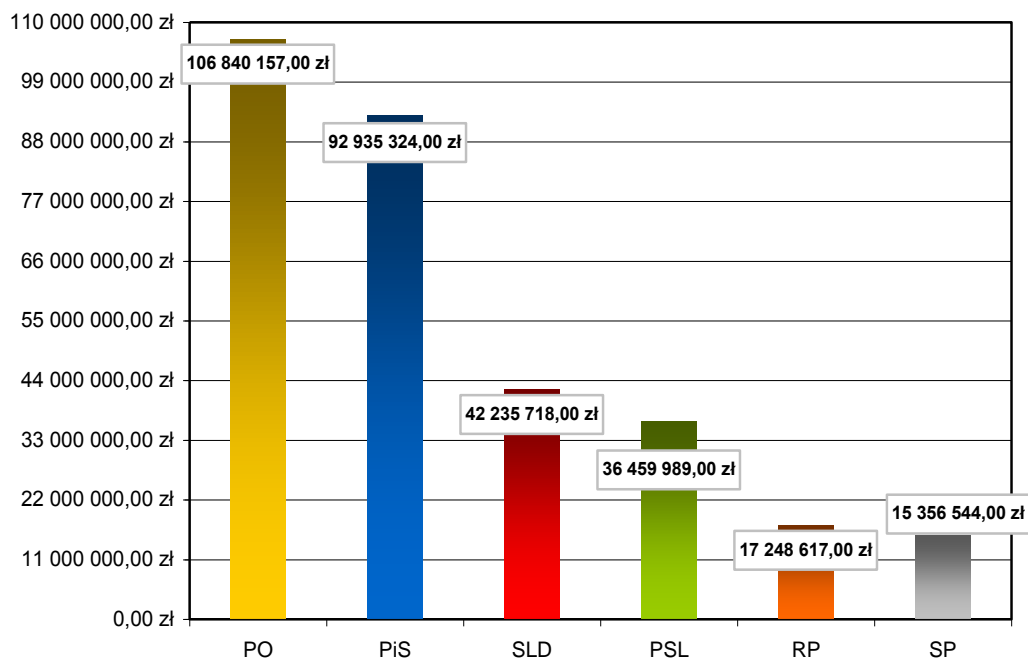
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

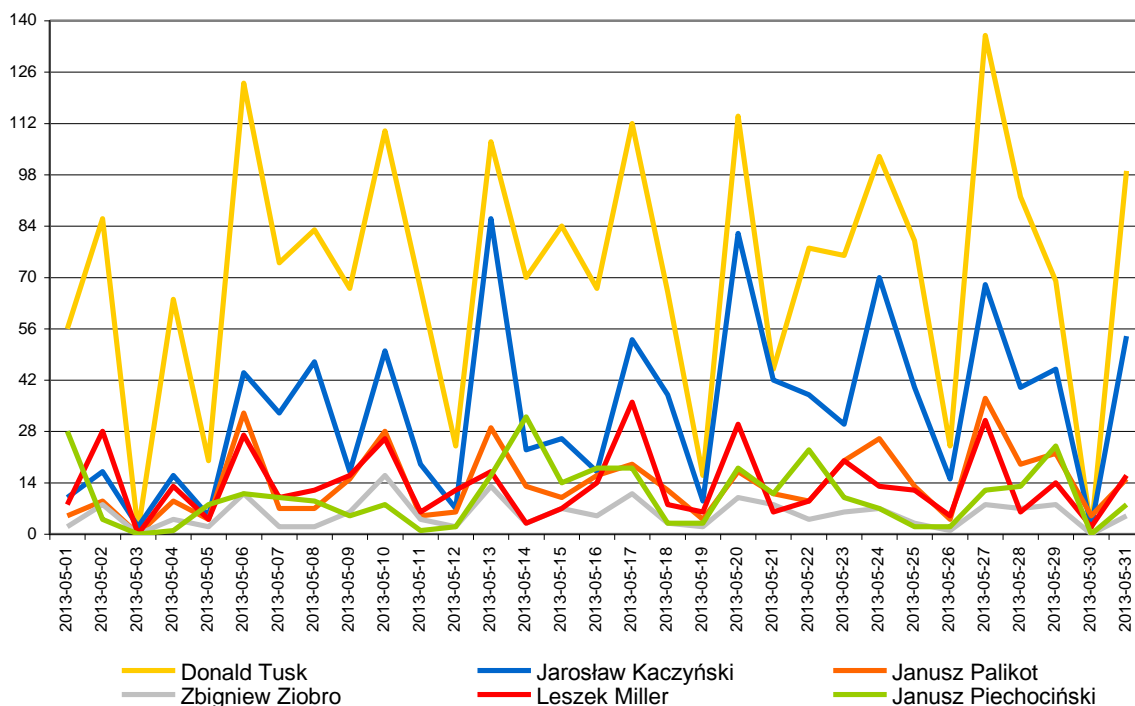


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

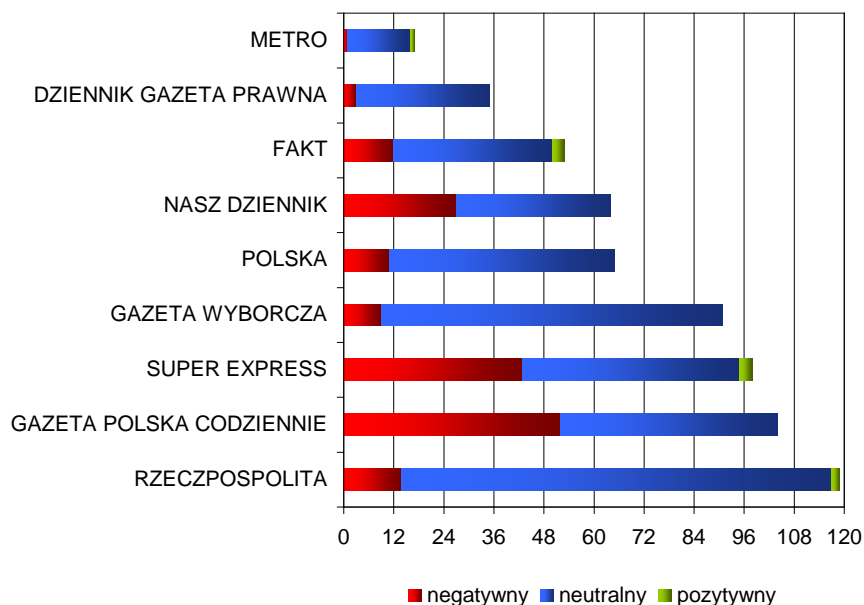


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych - maj 2013 r.**

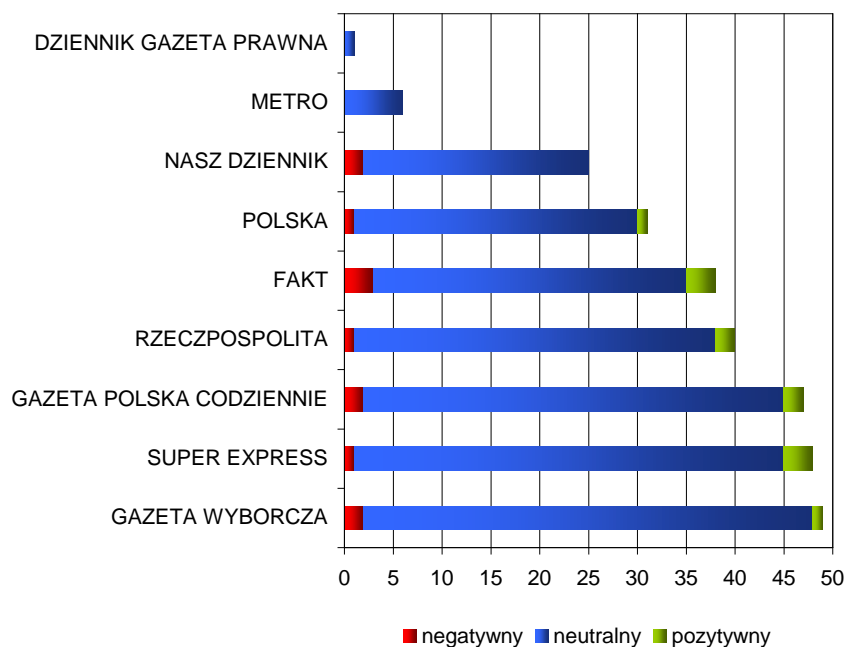
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



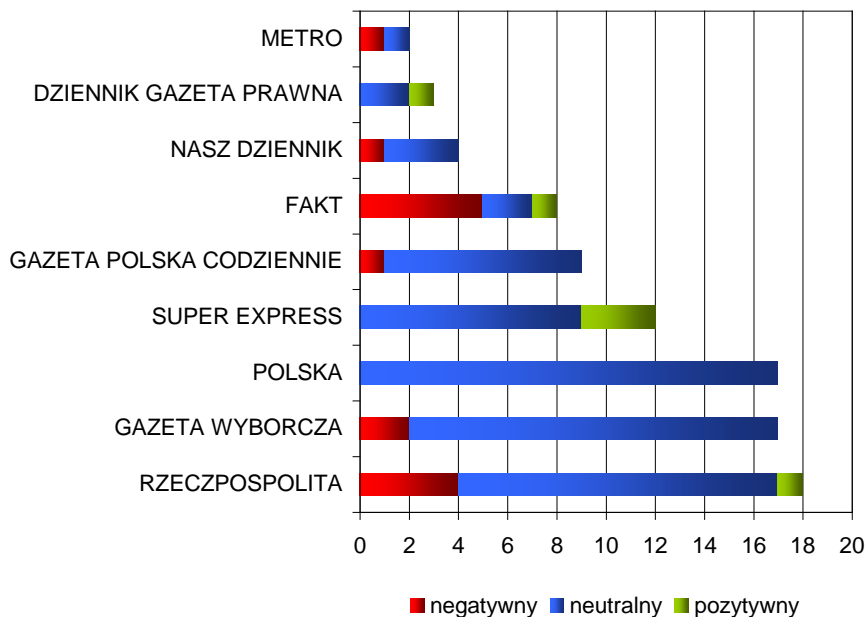
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



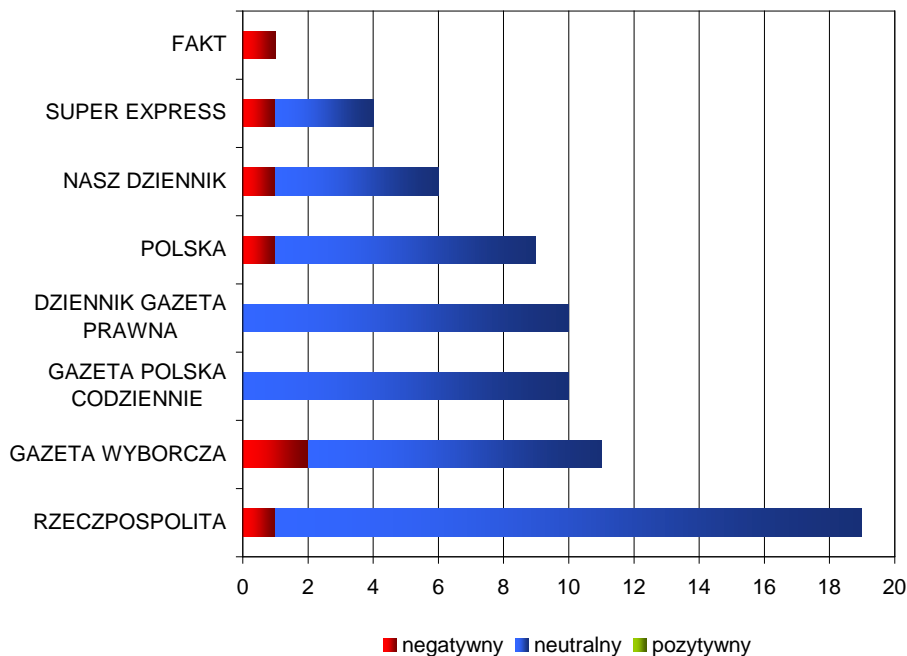
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



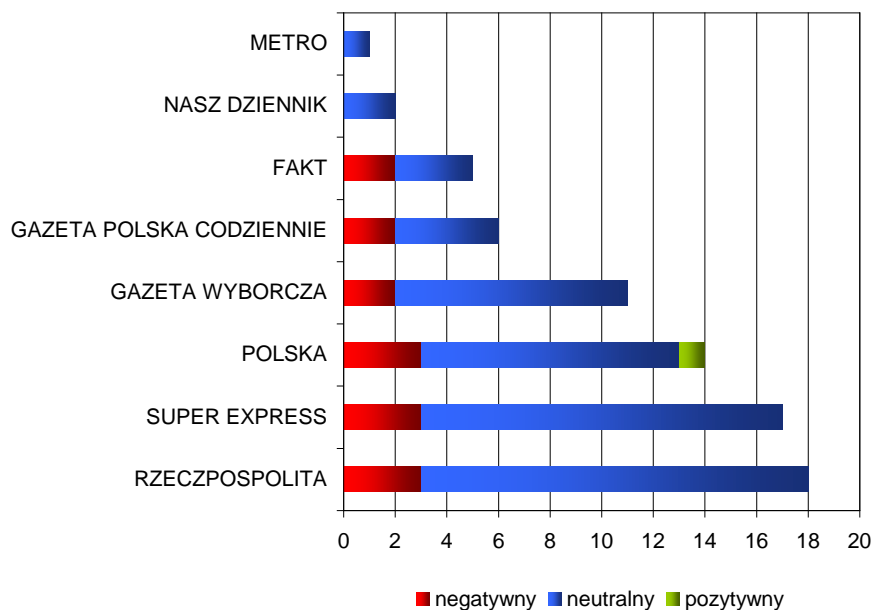
**Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



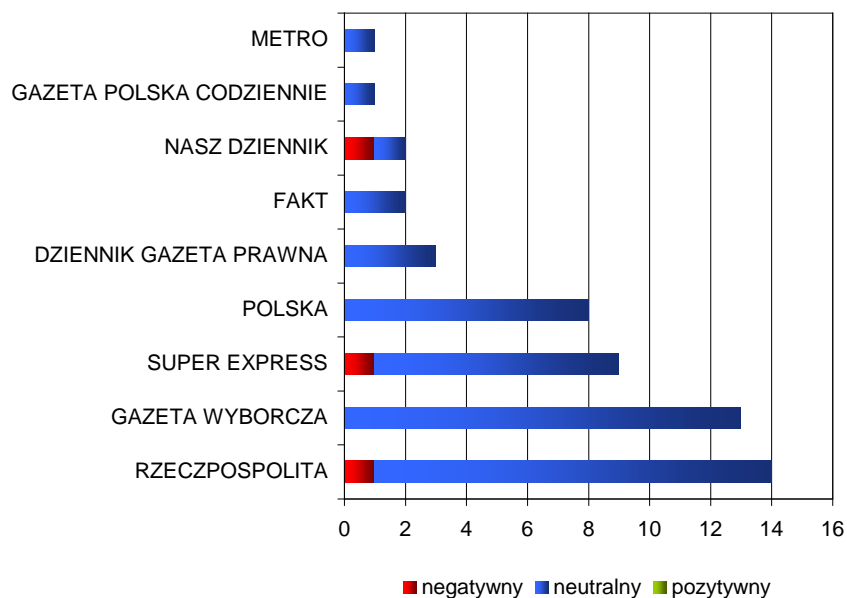
**Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



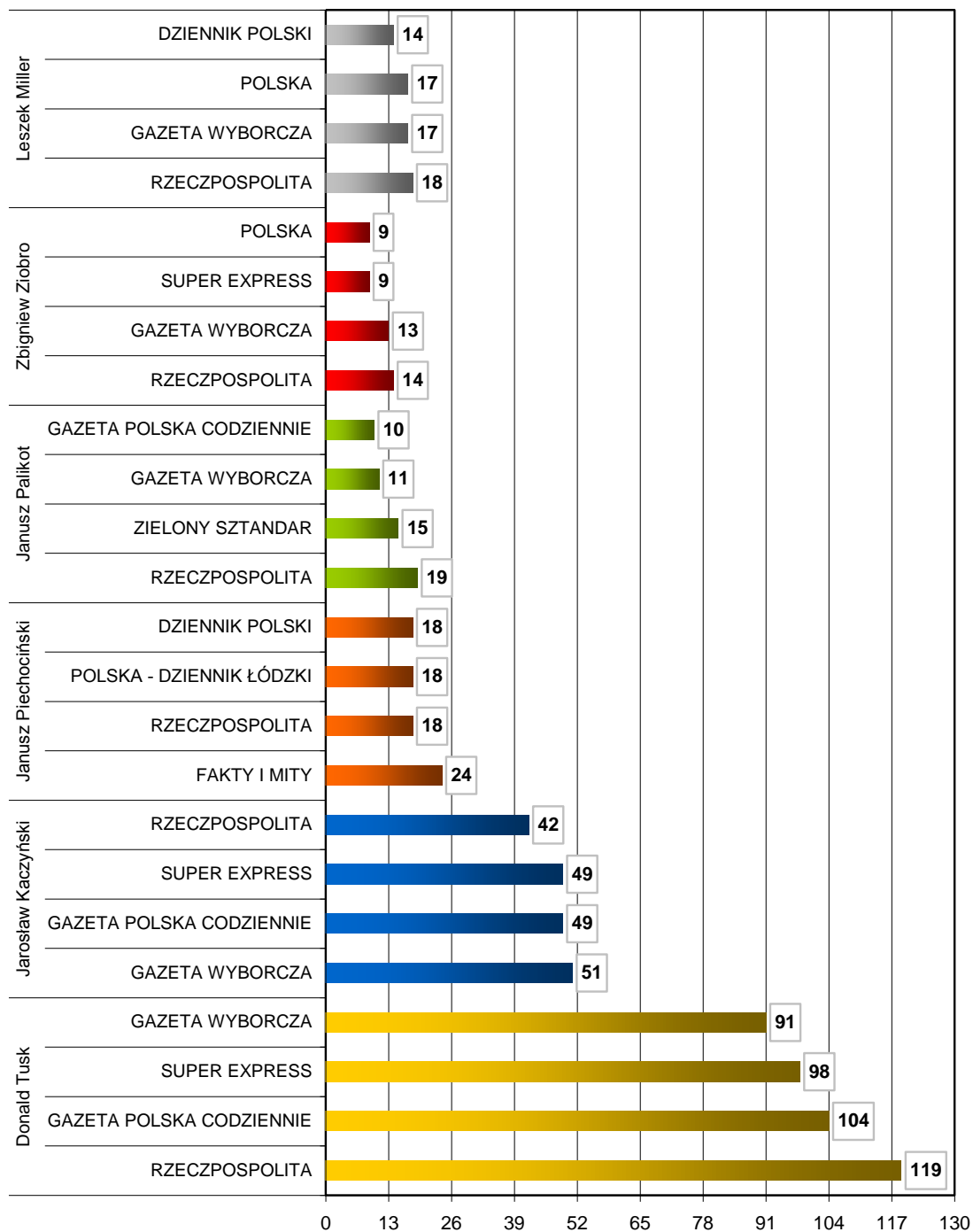
**Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



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

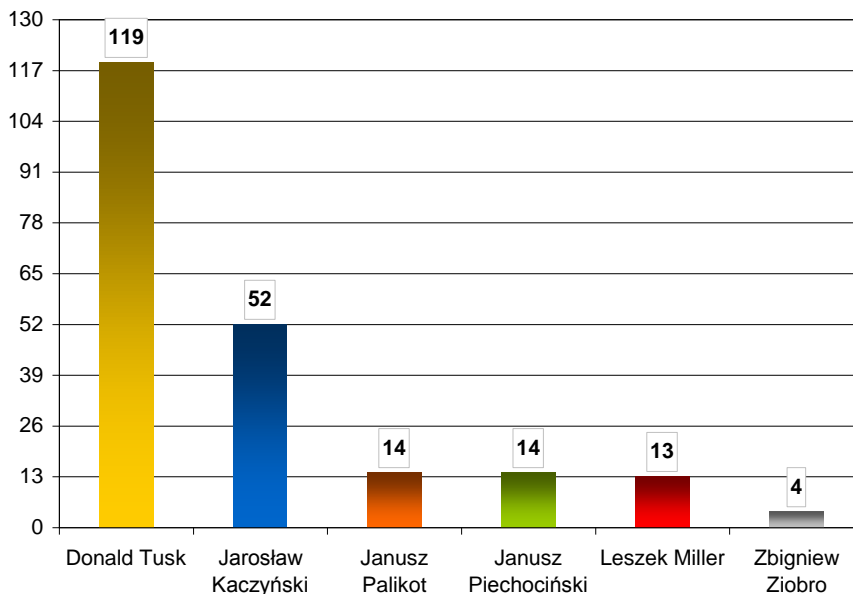


**Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

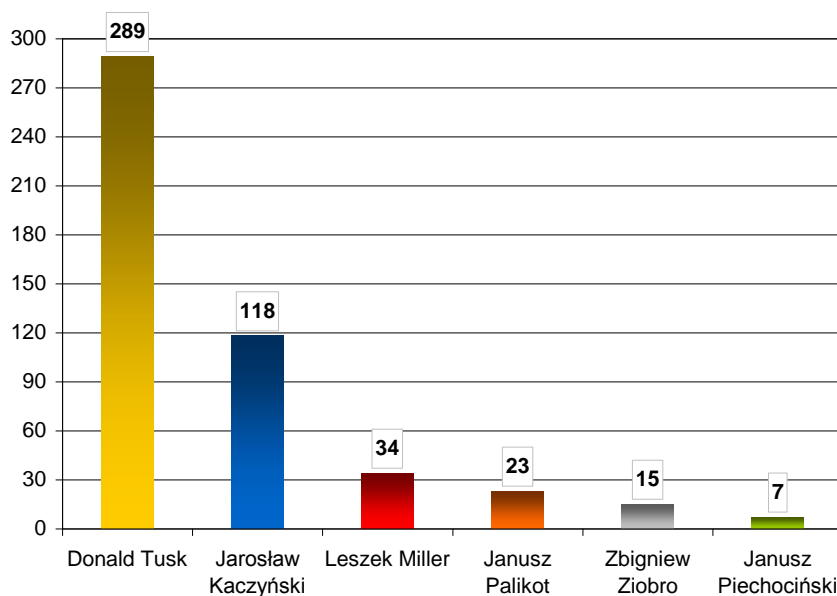


**Wykres 16. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)**

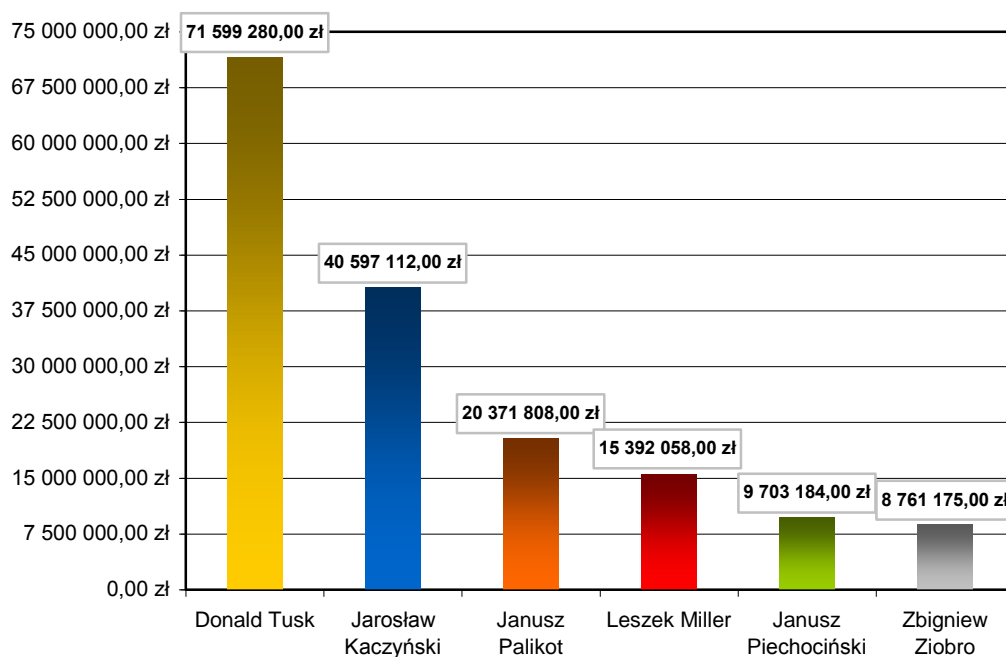




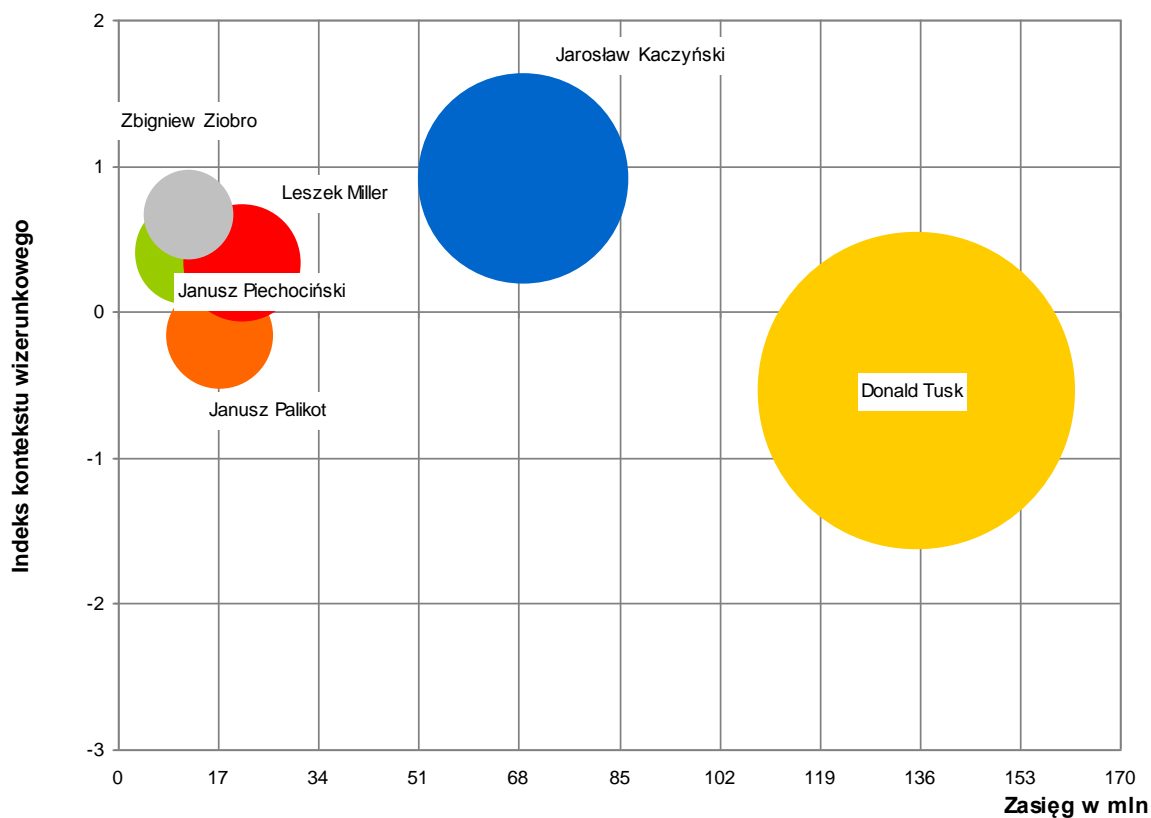
**Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**



**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

