



**Raport prasowy**

# **SCENA POLITYCZNA**

marzec 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 informacji medialnych zebranych w marcu 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 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 1100 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 cały czas przed PO

Najbardziej medialną partią polityczną w marcu było Prawo i Sprawiedliwość. W ubiegłym miesiącu na jej temat opublikowano 4,1 tys. tekstów prasowych. Oznacza to wzrost o 16 proc. względem lutego i najwyższy wynik od grudnia ubiegłego roku. Ugrupowanie osiągnęło też najwyższy miesięczny wzrost spośród wszystkich partii parlamentarnych.

Jedynie o Platformie Obywatelskiej w porównaniu do lutego pisało się nieznacznie mniej, (2,8 tys.). Spadek o 2 proc. powiększył dystans do lidera. Pozostałe monitorowane ugrupowania uzyskały nieznaczny wzrost. Oznacza to także większą liczbę publikacji na temat partii politycznych łącznie. Warto również zwrócić uwagę na fakt, że monitorowana od grudnia Polska Jest Najważniejsza osiągnęła swój najwyższy wynik (ponad 0,7 tys.), ale w dalszym ciągu dzieli ją duży dystans do czwartego PSL (1,2 tys.) i trzeciego SLD (2,1 tys.).

PiS osiągnął w zeszłym miesiącu również najwyższy ekwiwalent reklamowy oraz najczęściej znajdował się na pierwszych stronach gazet – aż 587 razy. PO na czołówkach była 347 razy. Niewiele mniej – 270 jedynek – miał Sojusz Lewicy Demokratycznej. Czwarte było Polskie Stronnictwo Ludowe (161), a ostatnia Polska Jest Najważniejsza (50).

Gdyby partia Kaczyńskiego chciała wykupić w prasie taką powierzchnię, jaką zajęły materiały, w których opisywali ją dziennikarze, musiałaby za to zapłacić 87,4 mln zł. Wartość publikacji o SLD wyniosła 44,2 mln zł, natomiast o PO - 30,1 mln zł.

### Liderzy partii wkraczają do akcji

Wśród liderów politycznych widoczny jest wyraźny wzrost publikacji w prasie. Łącznie opublikowano o nich aż o 23 proc. tekstów więcej, aniżeli w poprzednim miesiącu. Jest to związane w dużej mierze z rozpoczynającą się kampanią wyborczą i organizowanymi przez polityków eventami, które bardzo mocno przyciągają uwagę dziennikarzy. Więcej na ten temat można przeczytać w marcowej analizie PRESS-SERVICE Monitoring Mediów pt. „Sklepowe show kontra śniadanie mistrzów”.

Jedynym liderem partii parlamentarnej, który stracił zainteresowanie mediów względem poprzedniego miesiąca była przewodnicząca PJN – Joanna Kluzik-Rostkowska. Był to jednak bardzo nieznaczny spadek, wynoszący 1 proc. Pozostali uzyskali dwucyfrowe zwwyżki – największą Jarosław Kaczyński, o którym opublikowano aż o 40 proc. informacji

więcej. Warto jednak przypomnieć, że w lutym o prezesie PiS pisało się najmniej od początku prowadzenia badania „Scena Polityczna” (czyli od września 2010). Niemniej jednak czterdziestoprocentowy wzrost oznacza największą liczbę publikacji od listopada ubiegłego roku.

Waldemar Pawlak był obecny w prasie o 23 proc. częściej, ale i tak uplasował się za Grzegorzem Napieralskim (wzrost o 13 proc.). Premier Donald Tusk zyskał 20 proc. względem lutego. We wszystkich 1100 tytułach prasowych najwięcej publikacji w miesiącu miał premier Tusk (2,5 tys.). Za nim znalazł się Jarosław Kaczyński (1,5 tys.), Grzegorz Napieralski (0,4 tys.), Waldemar Pawlak (0,3 tys.) i Joanna Kluzik-Rostkowska (0,2 tys.).

## Negatywny rekord Kaczyńskiego

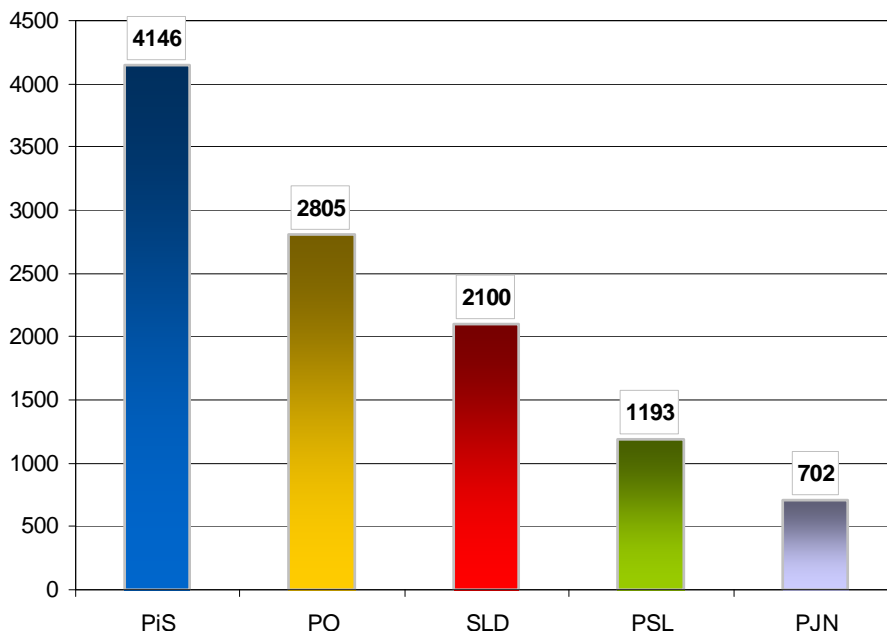
PRESS-SERVICE Monitoring Mediów - jak co miesiąc - zbadał również wydźwięk publikacji o przywódcach partii w dziennikach ogólnopolskich. Zdecydowanie największy odsetek informacji negatywnych w marcu odnotował Jarosław Kaczyński. 41 procent nieprzychylnych tekstów to rekordowy wynik nie tylko jego, ale i wszystkich liderów politycznych od początku prowadzenia badania. Poprzedni należał do Donalda Tuska, o którym w styczniu ukazało się 38 proc. negatywów.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że Kaczyńskiego z największą częstotliwością krytykowały tabloidy - Metro (67 proc.), Fakt (51 proc.) i Super Express (49 proc.). Przewodniczący Prawa i Sprawiedliwości ponownie - po trzech miesiącach przerwy - został liderem klasyfikacji najbardziej krytykowanych przywódców partyjnych. Od grudnia do lutego dziennikarze koncentrowali się na uderzaniu w rząd i Donalda Tuska. W tym czasie Kaczyński notował od 23 do 27 proc. publikacji negatywnych.

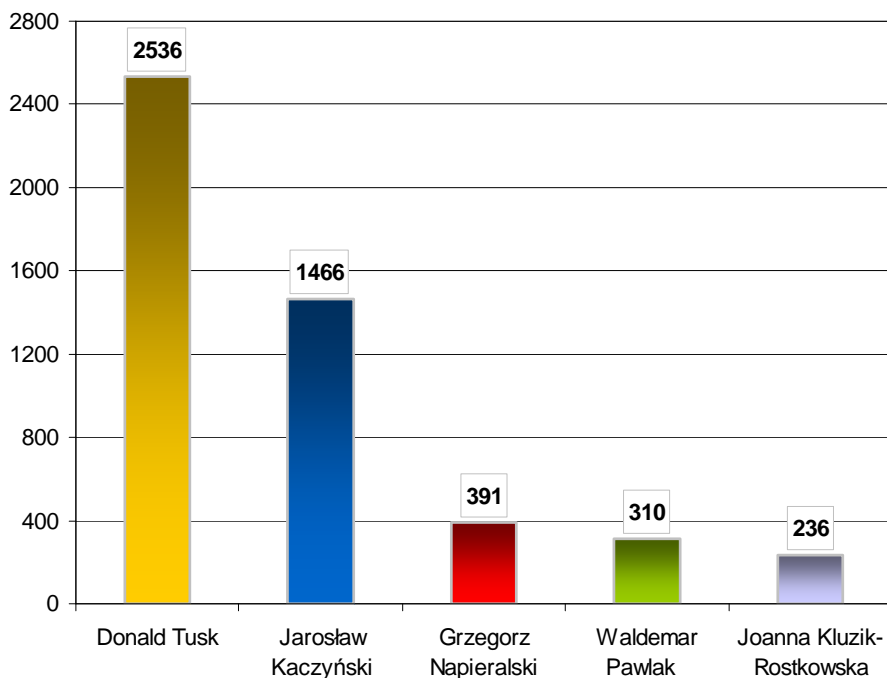
Liczba negatywnych publikacji wzrosła w marcu w przypadku wszystkich liderów partii parlamentarnych. Największy wzrost dotyczył Joanny Kluzik-Rostkowskiej - aż o 19 pkt. proc. W przypadku Grzegorza Napieralskiego było to 15 pkt. proc., Waldemara Pawlaka - 5, a Donalda Tuska - 3.

Jednak to premier jest tuż za Kaczyńskim, jeżeli chodzi o odsetek tych publikacji, notując ich aż 36 proc. Trzecia jest Joanna Kluzik-Rostkowska (29 proc.), czwarty Grzegorz Napieralski (ponad 23 proc.), a piąty Waldemar Pawlak (niecałe 23 proc.).

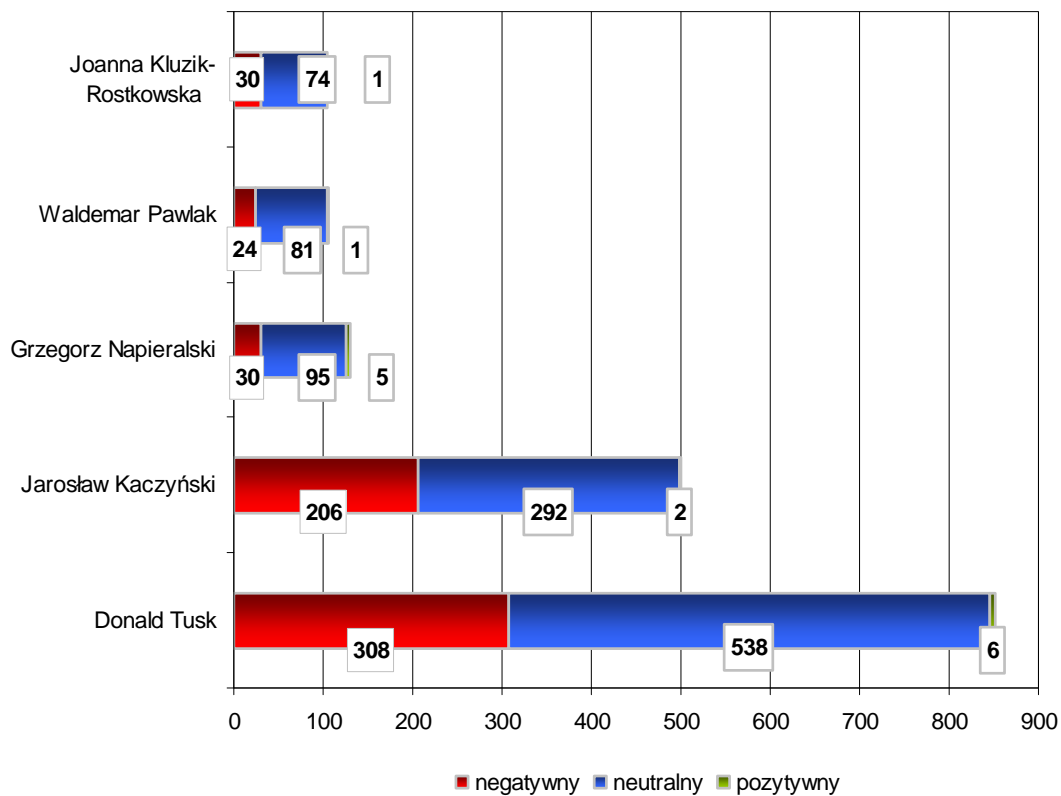
## Rozdział I - Podsumowanie



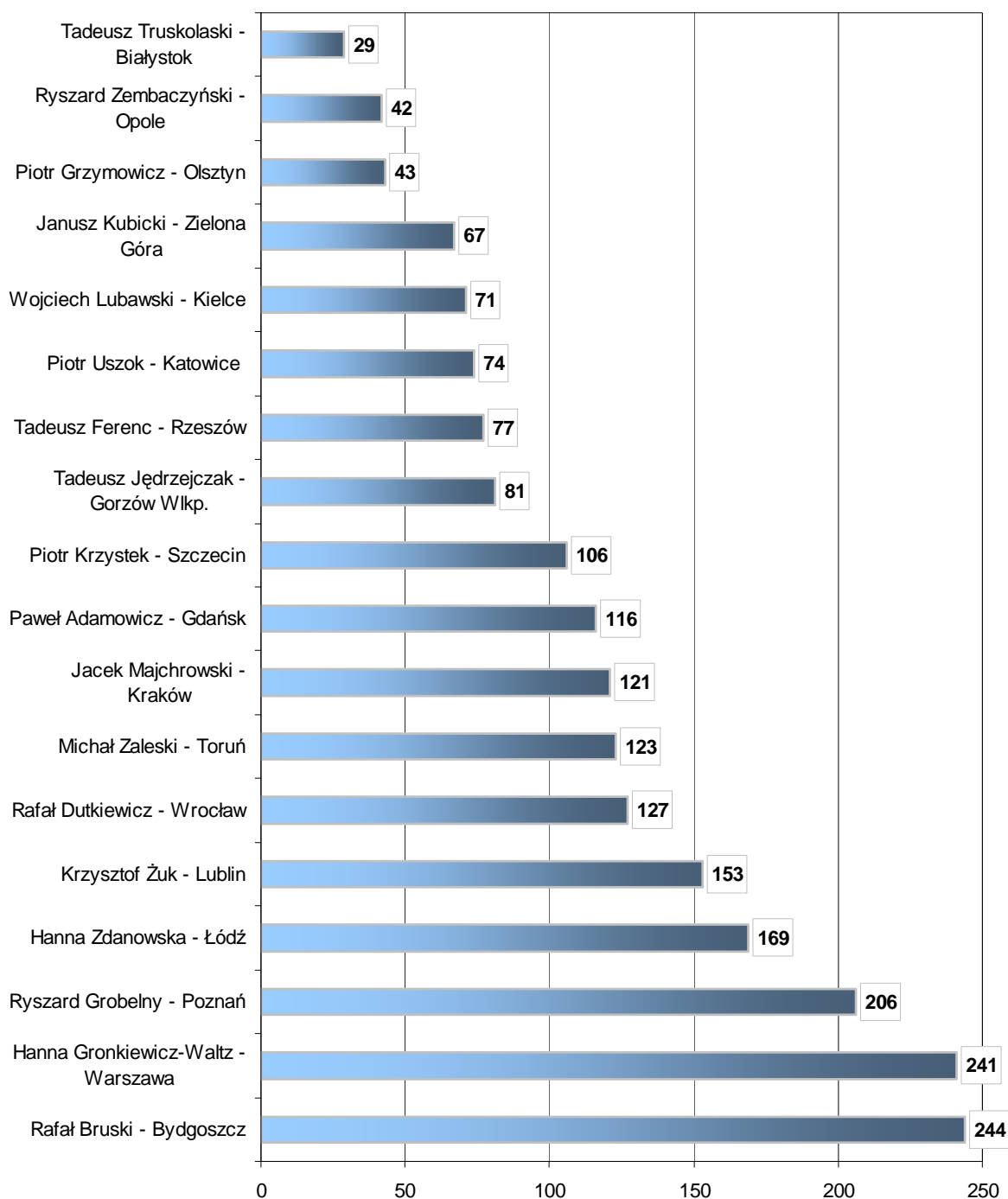
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w marcu 2011 r.



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



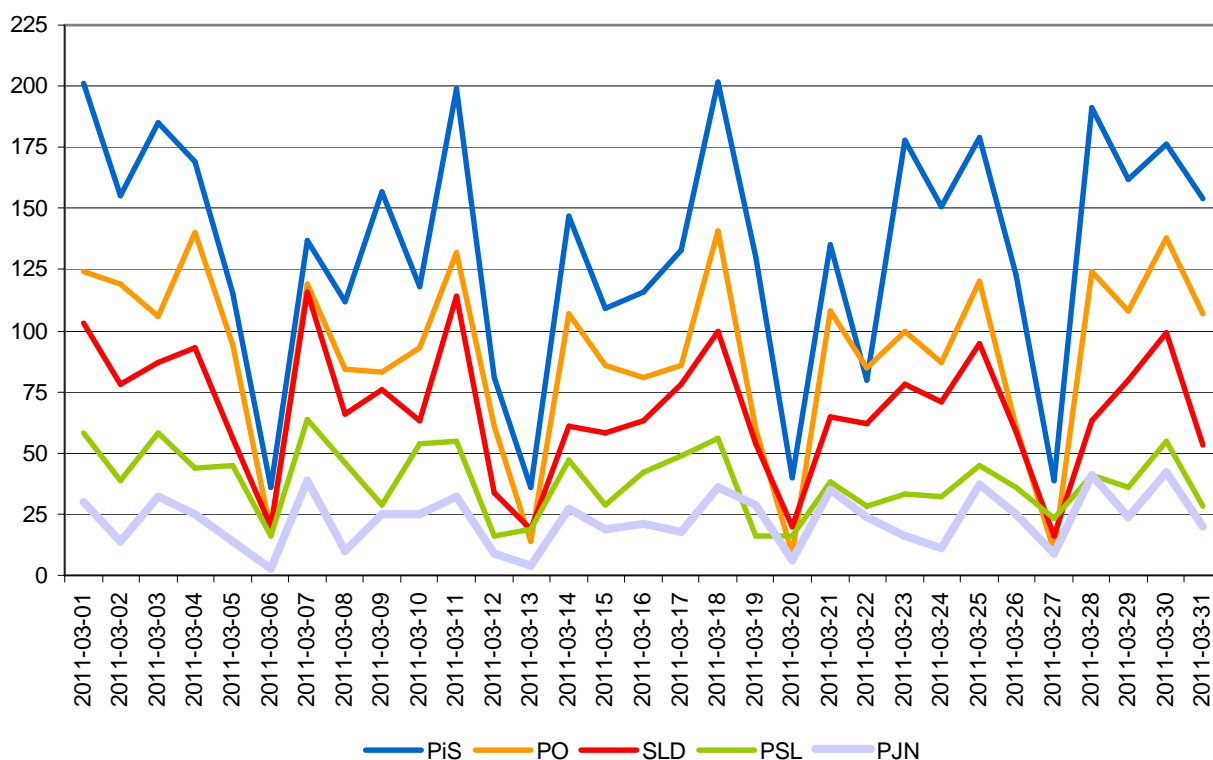
**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych w marcu 2011 r. z uwzględnieniem wydźwięku**



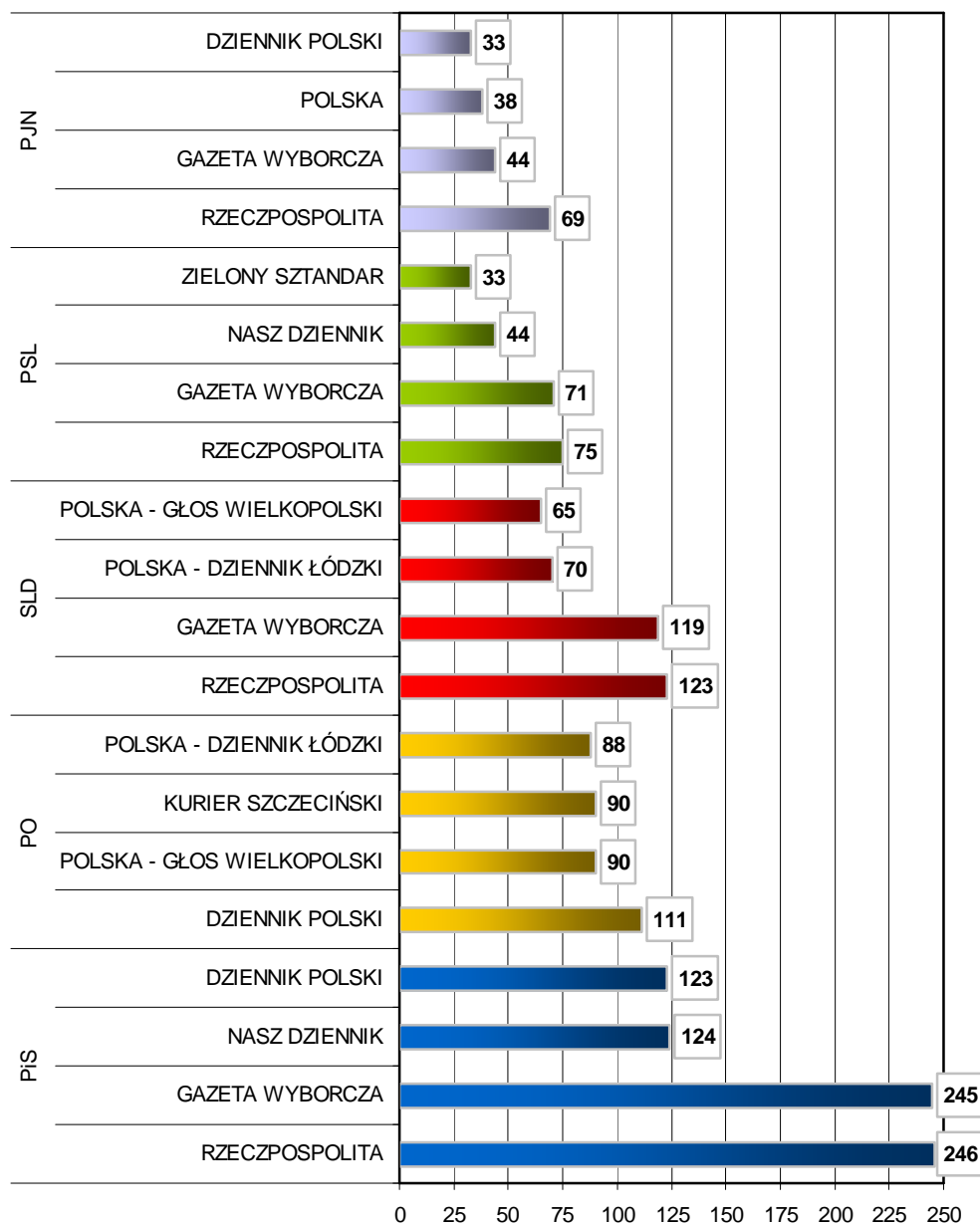
**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich w marcu 2011 r.**



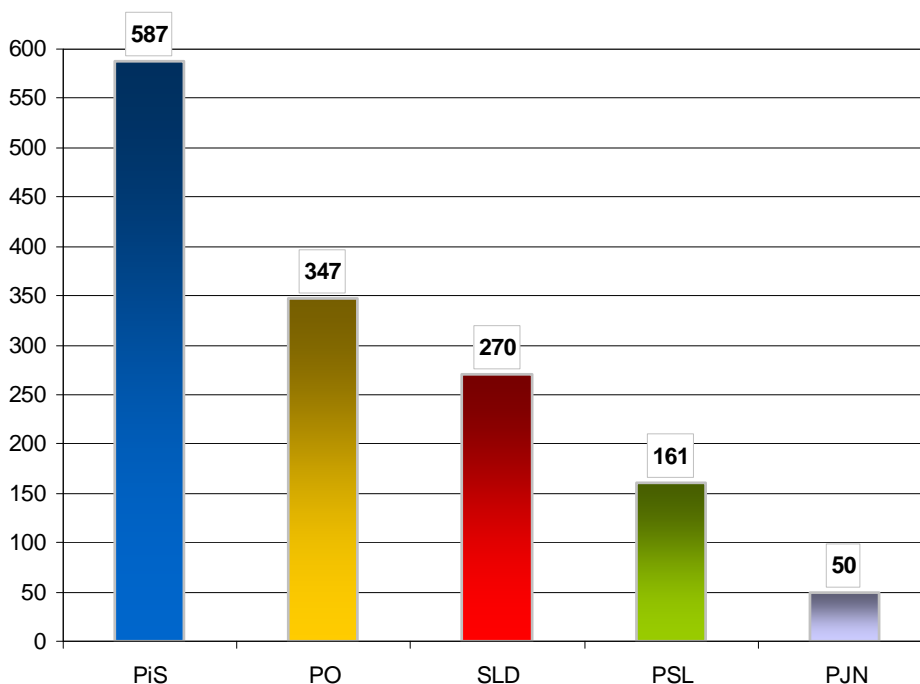
## Rozdział II - Partie polityczne



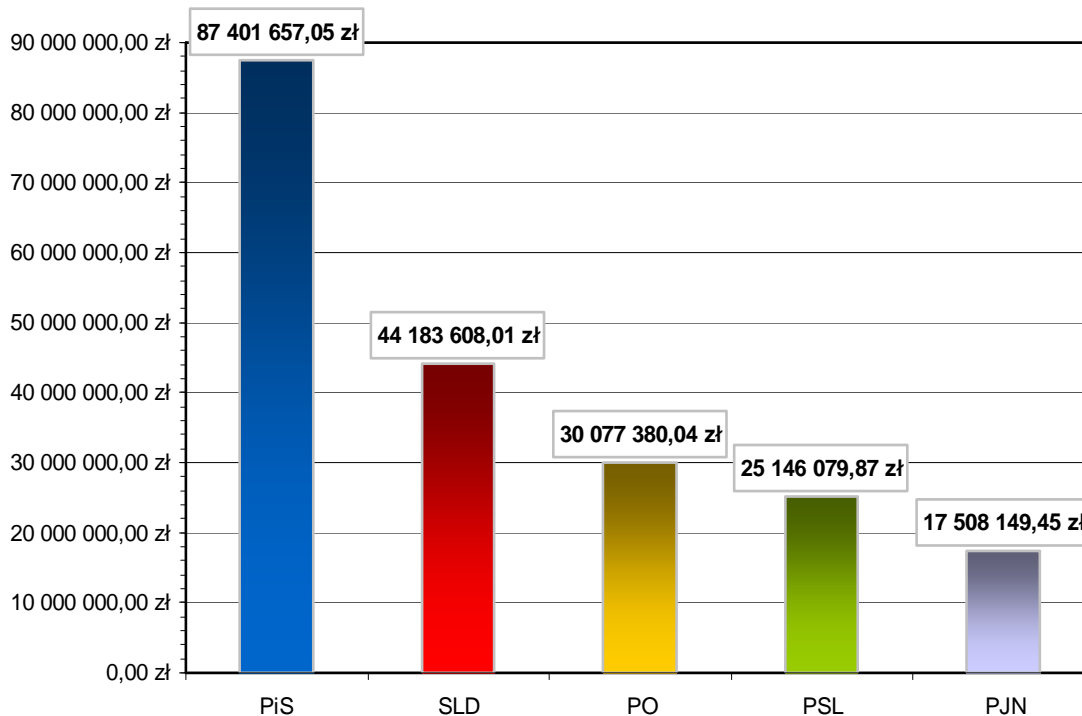
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

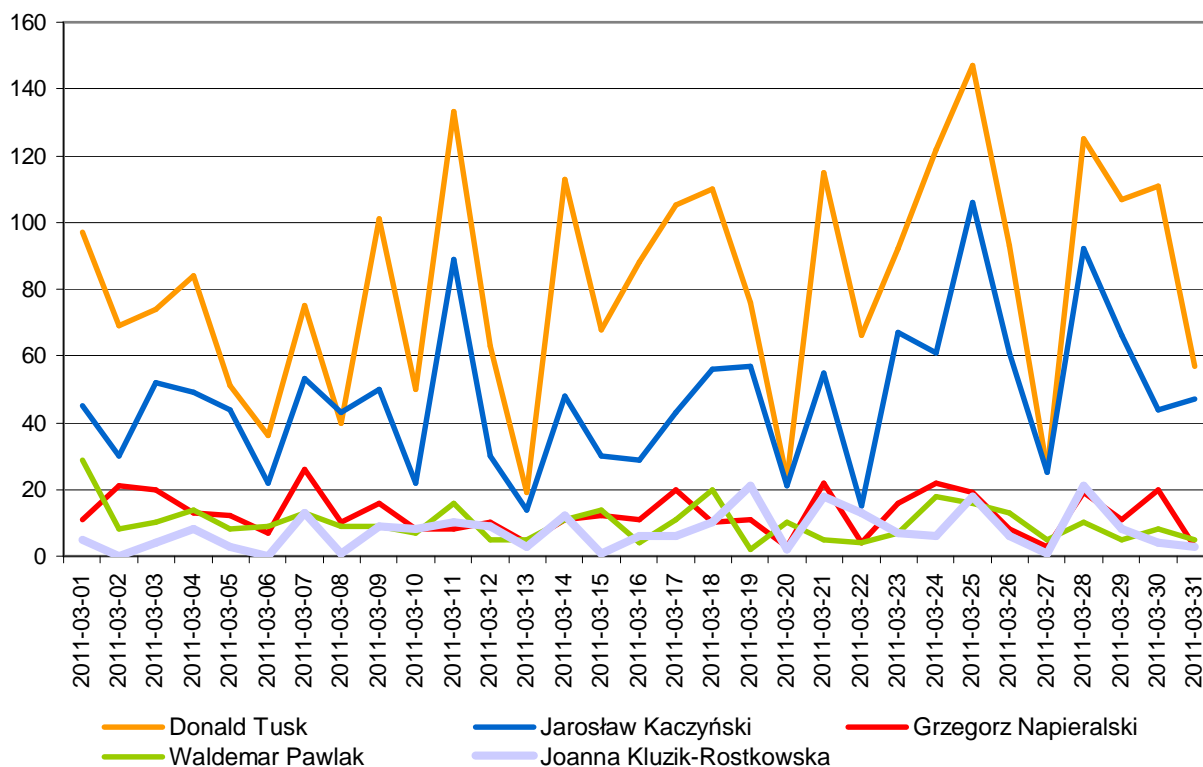


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

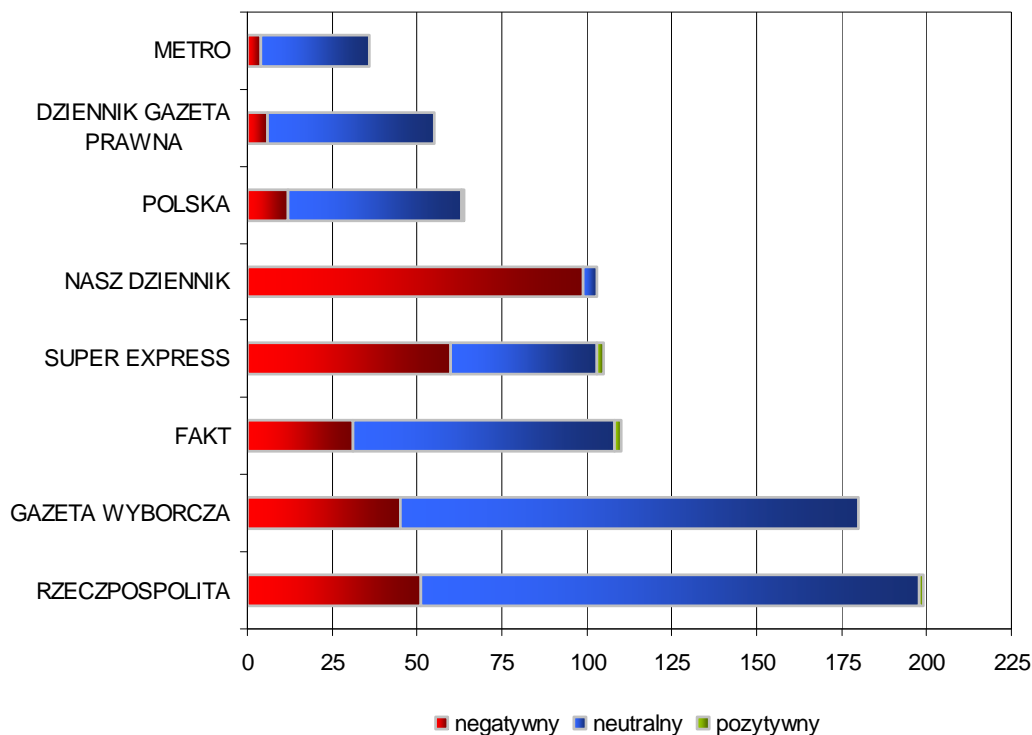


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – marzec 2011 r.**

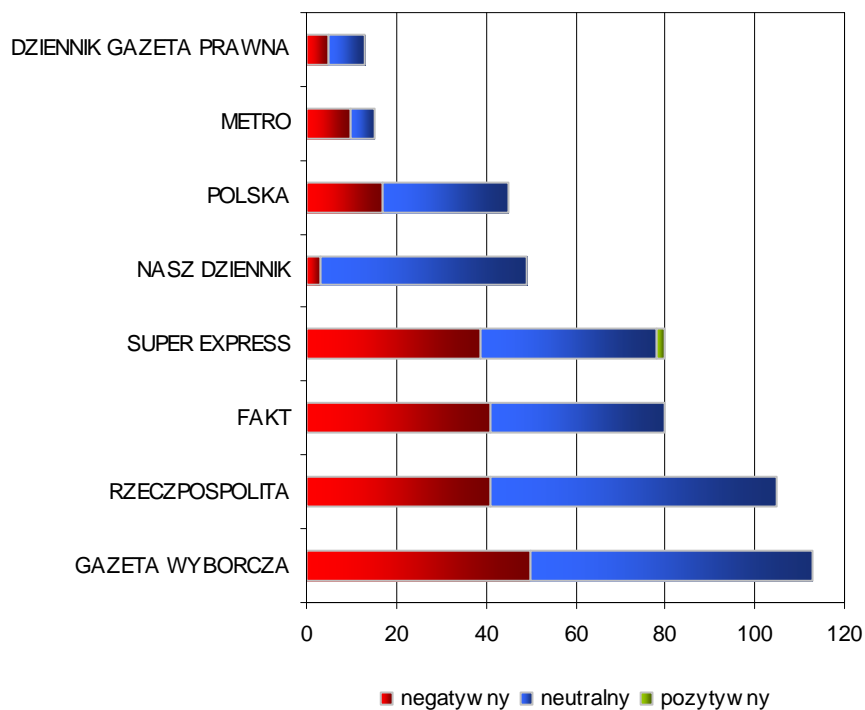
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



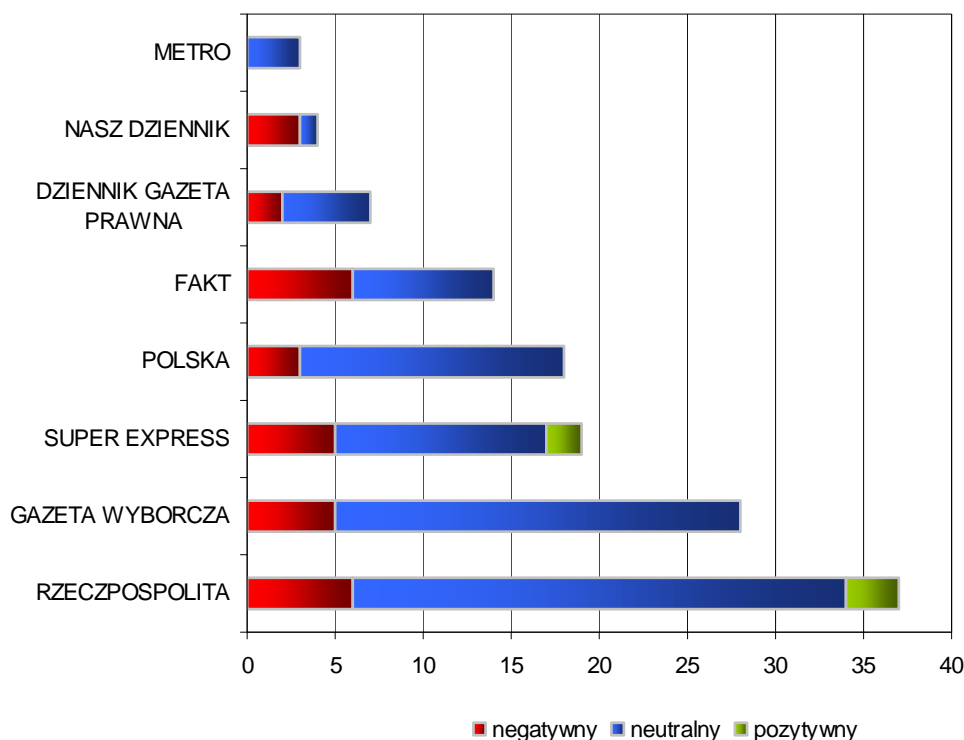
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



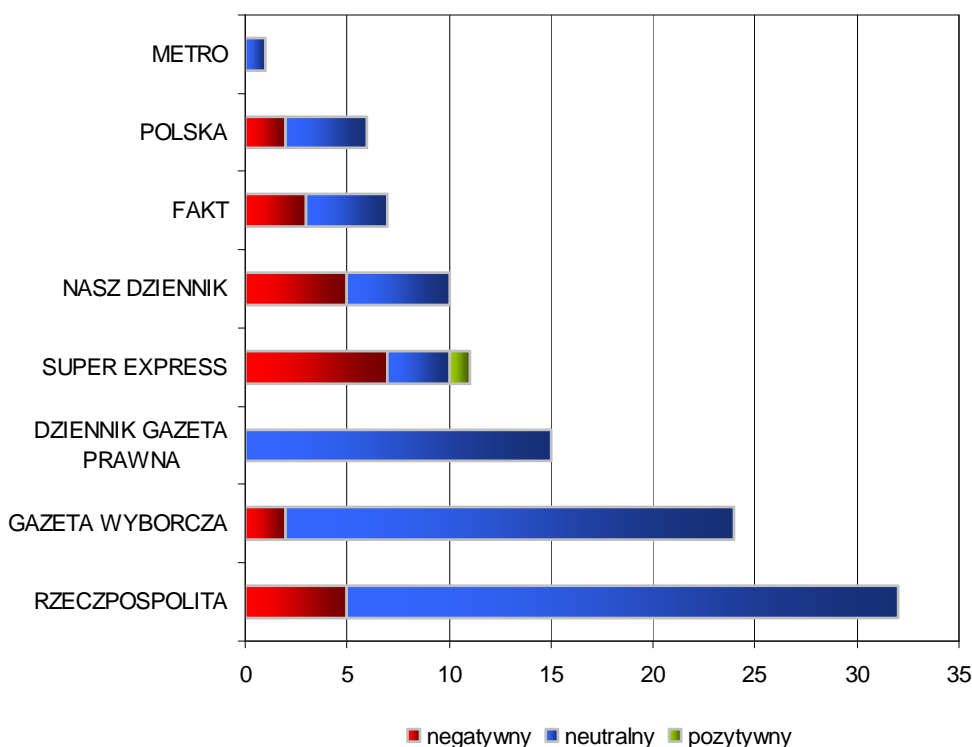
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



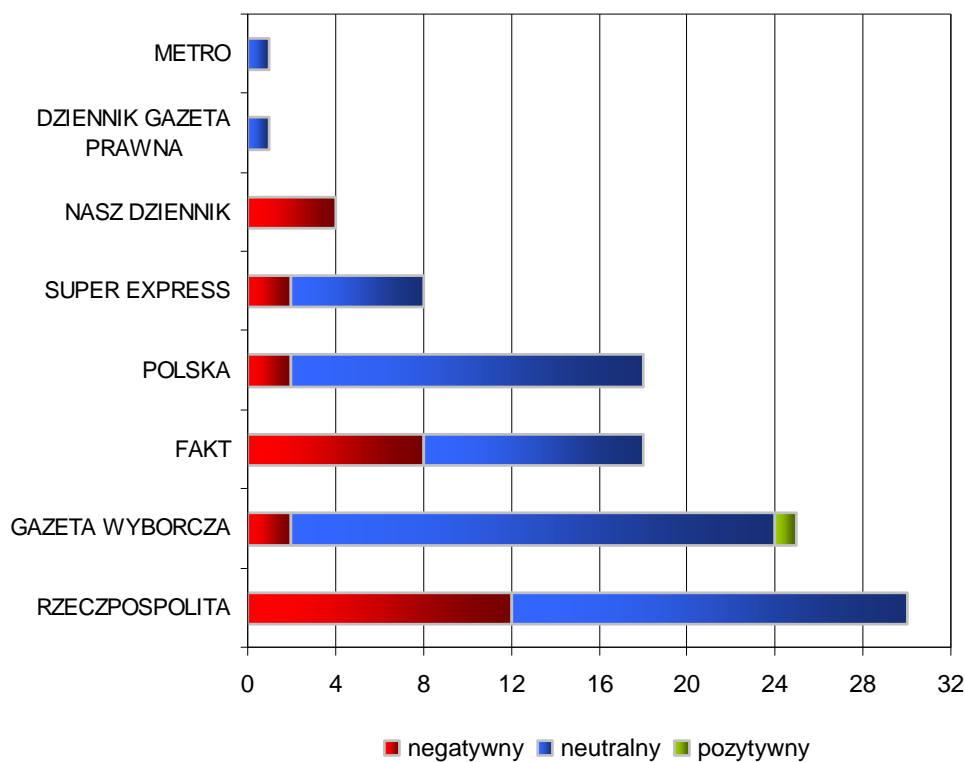
**Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



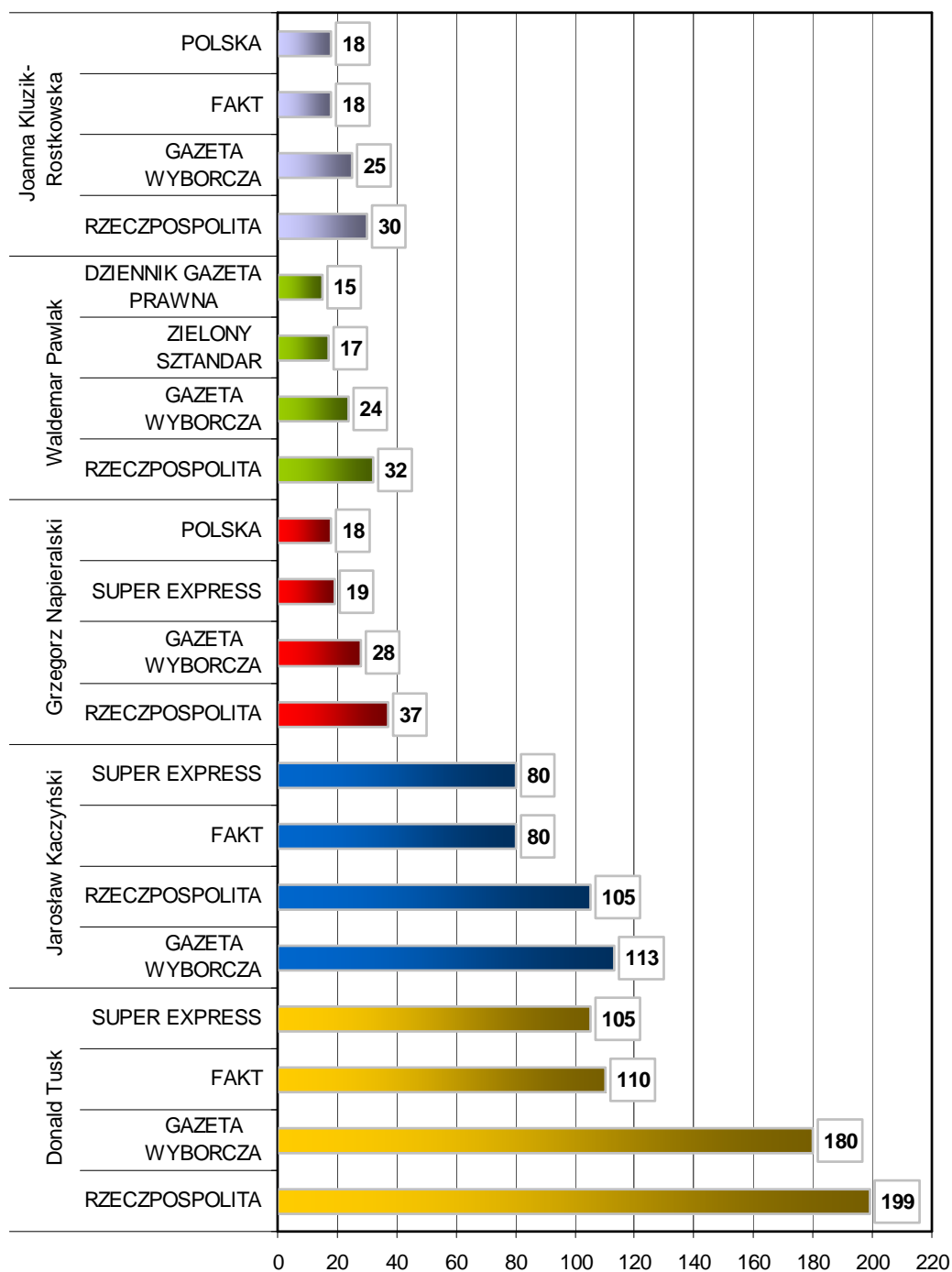
**Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Grzegorz Napieralski z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



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

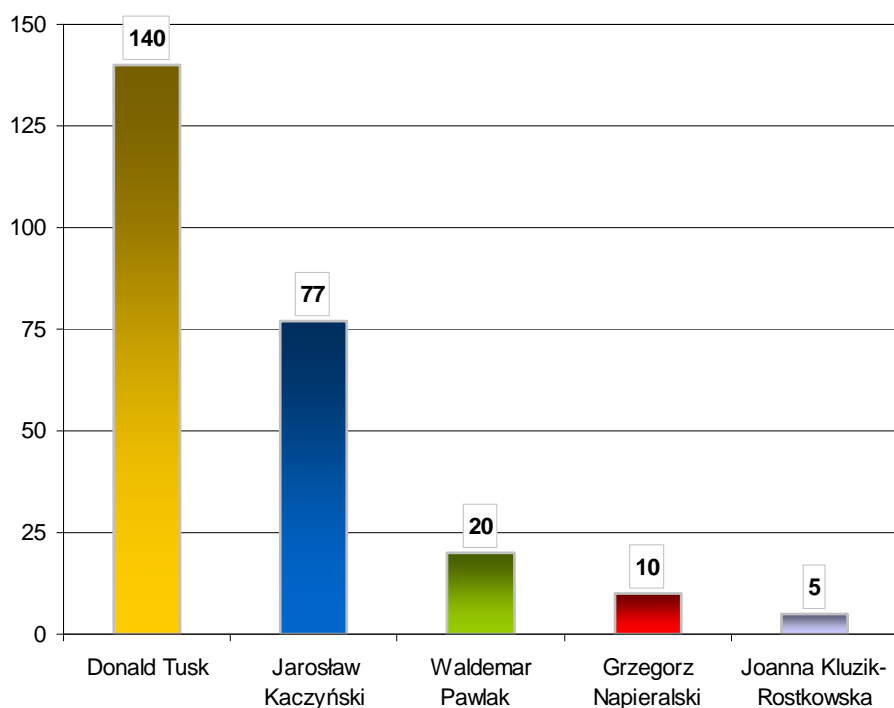


**Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiła Joanna Kluzik-Rostkowska z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

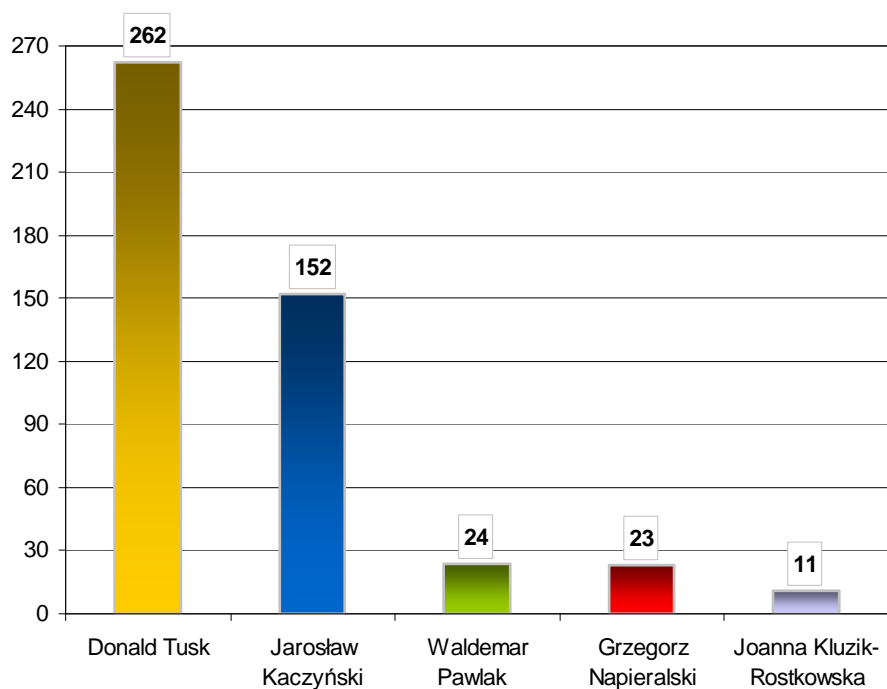


Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)

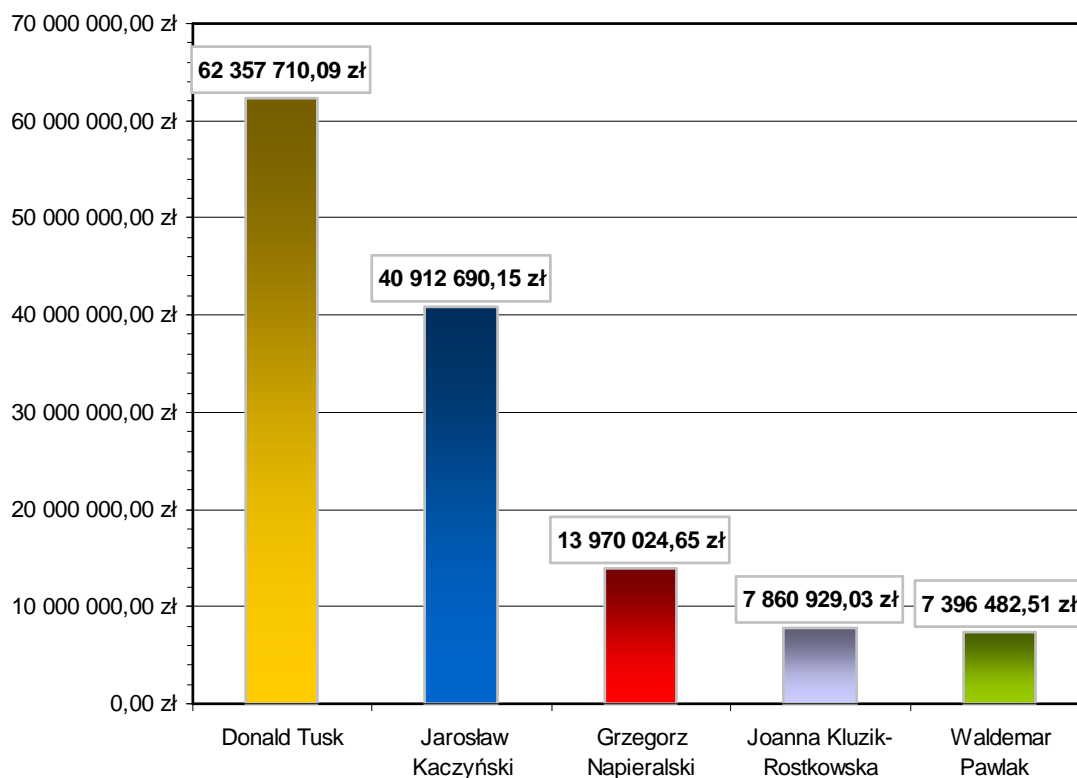




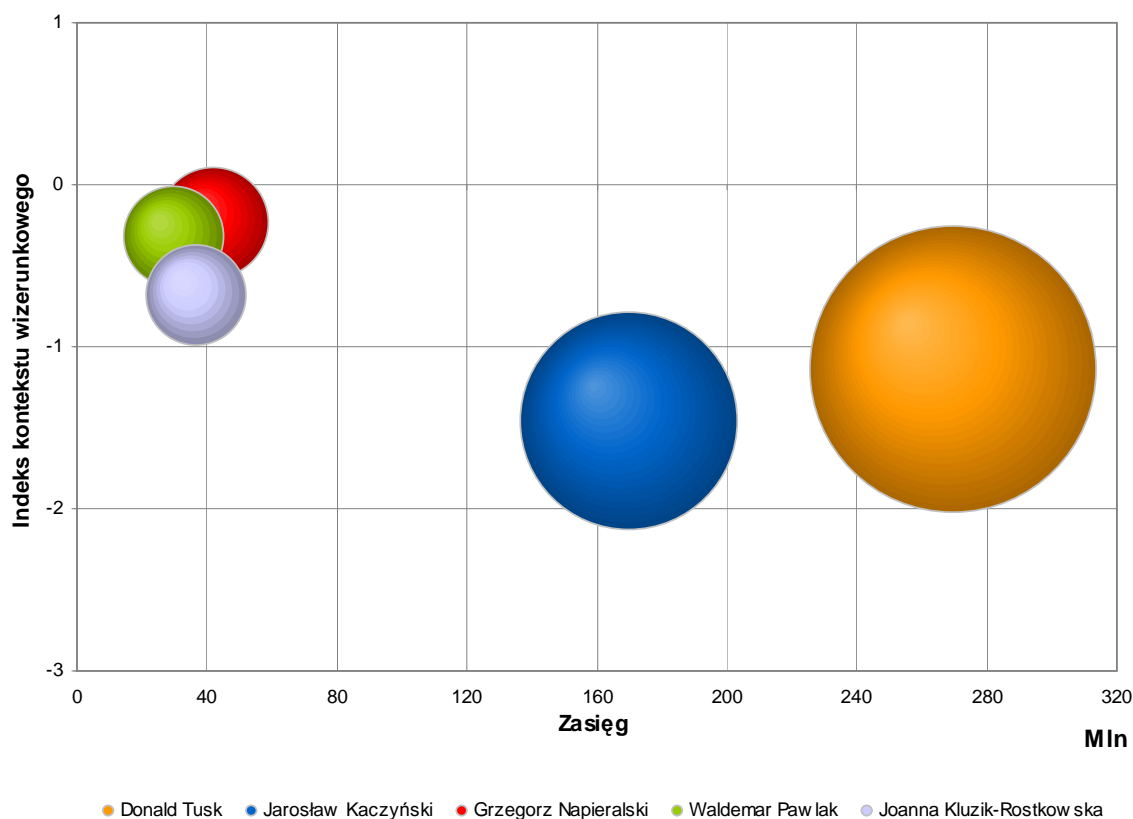
**Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**



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



**Wykres 18. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych – marzec 2011 r.**



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

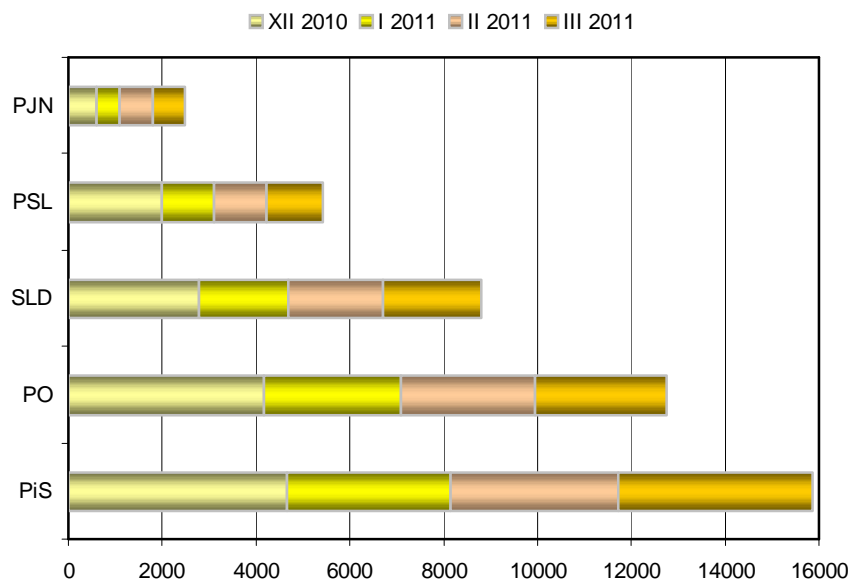
**Favorability** - indeks kontekstu wizerunkowego. Wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału negatywnego) do 5 (dla materiału pozytywnego). Wartość 1 przyjmują informacje o kontekście neutralnym.

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

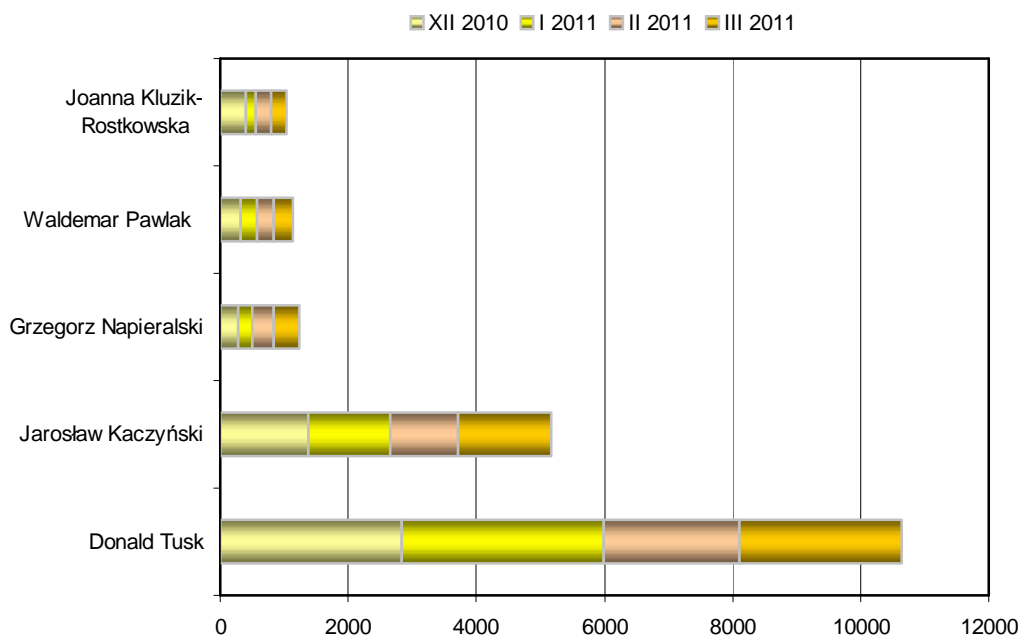
**Wielkość kuli** - oznacza liczbę publikacji.

**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).

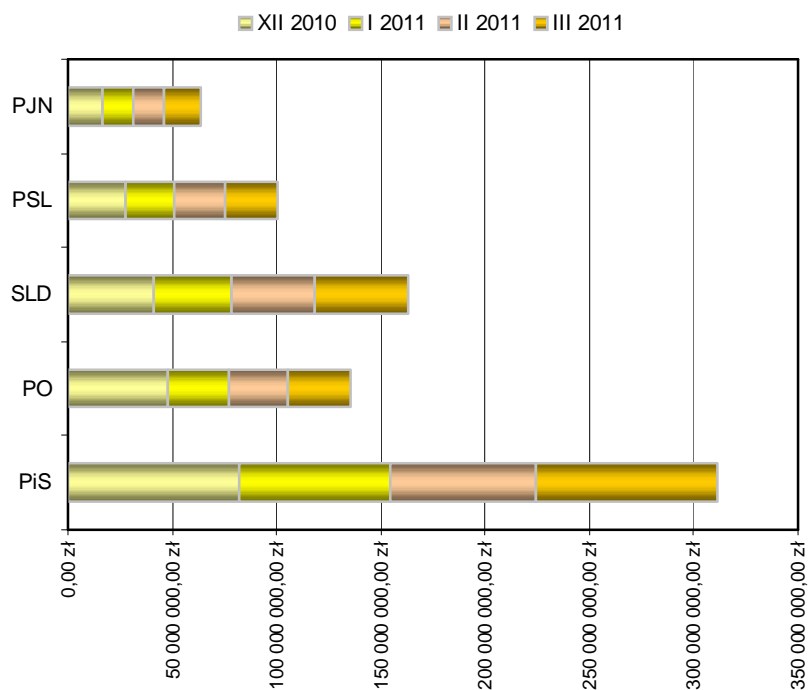
## Rozdział IV - Trendy



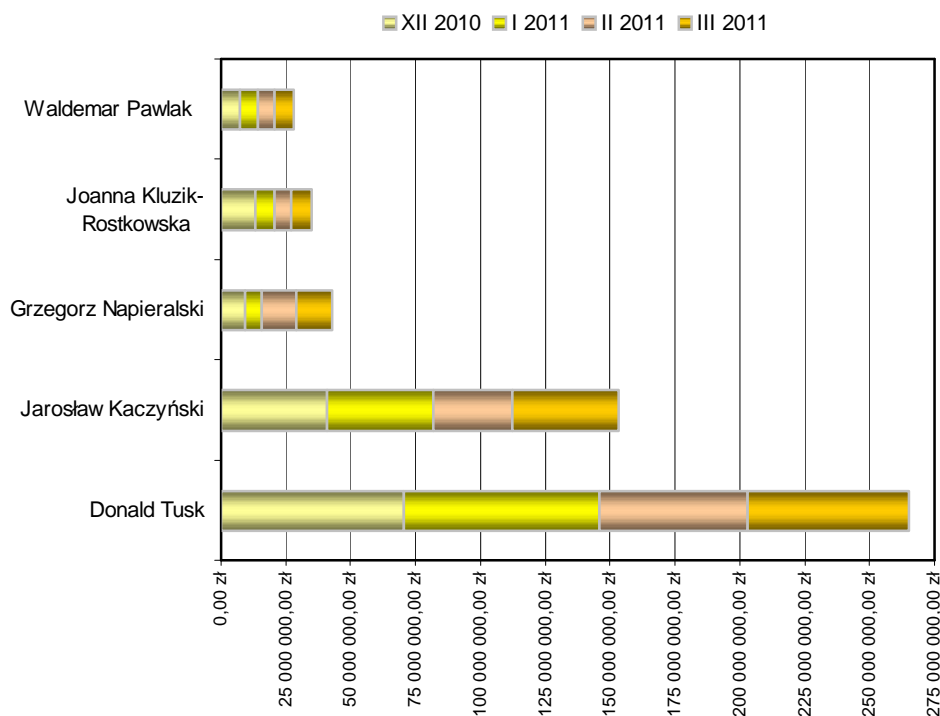
**Wykres 20. Suma publikacji prasowych na temat partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



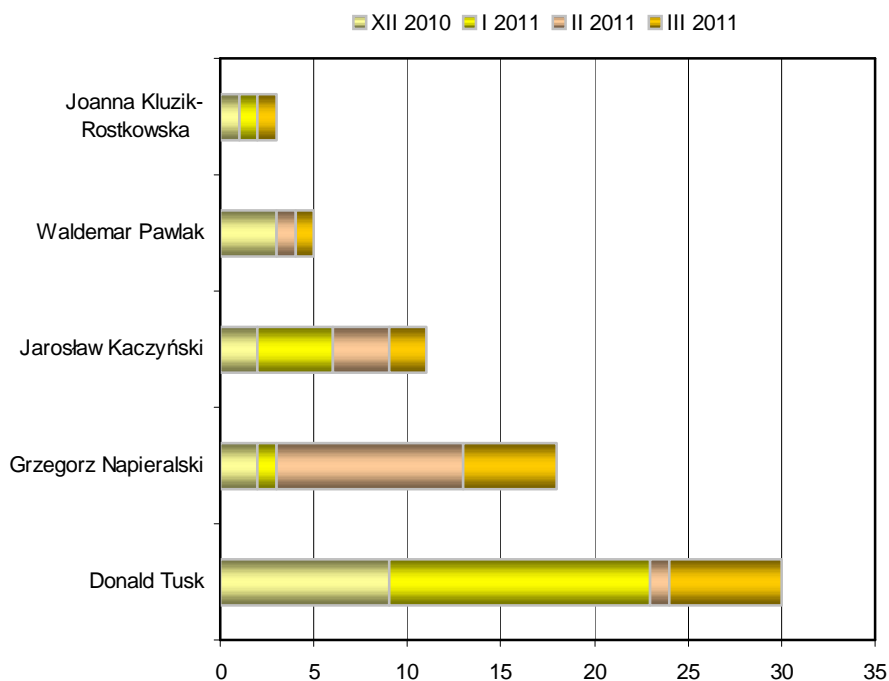
**Wykres 21. Suma publikacji prasowych na temat liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



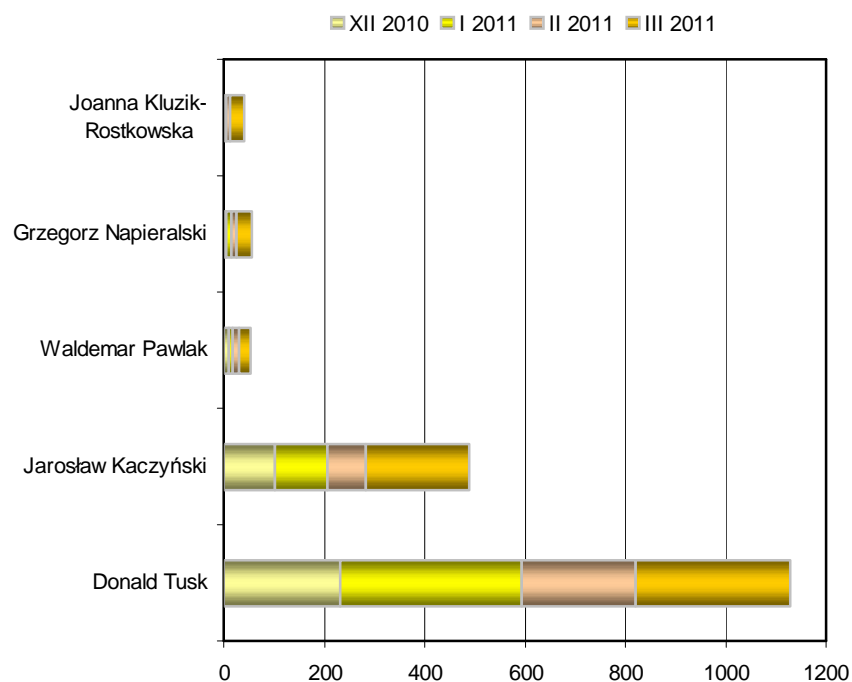
**Wykres 22. Suma ekwiwalentu reklamowego dla partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



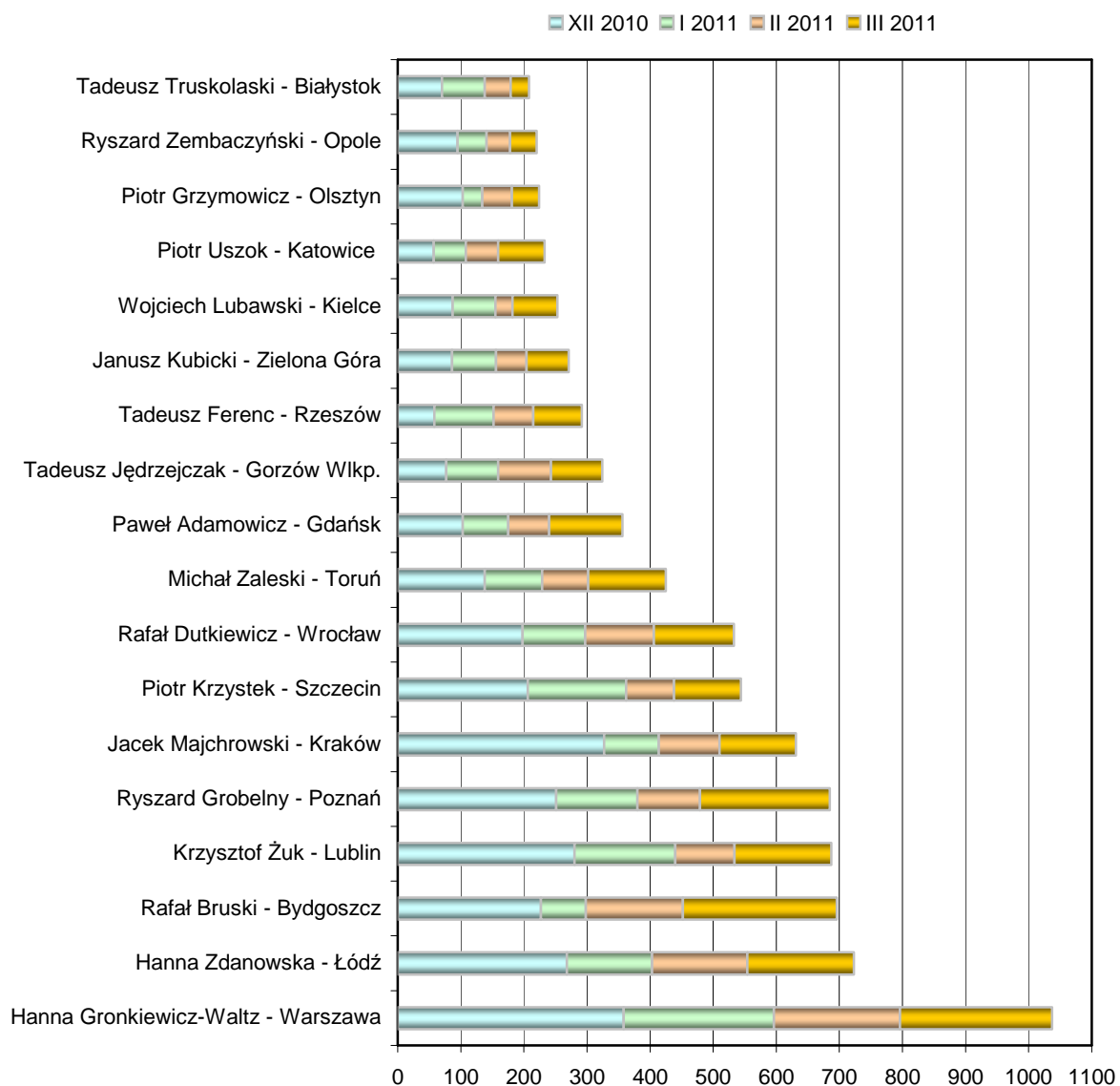
**Wykres 23. Suma ekwiwalentu reklamowego dla liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**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 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)