



Raport prasowy

SCENA POLITYCZNA

marzec 2012

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 marcu 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

PiS wraca na prowadzenie

W marcowym zestawieniu medialności partii politycznych pierwsze miejsce zajęło Prawo i Sprawiedliwość. Posiadająca najliczniejszą reprezentację w parlamencie partia opozycyjna powróciła na czoło po miesięcznej przerwie, gdyż w lutym wyprzedziła ją Platforma Obywatelska. Pozwolił na to 21 proc. wzrost liczby publikacji przy jednoczesnym śladowym spadku doniesień dotyczących PO. Partia rządząca była w marcu jedynym ugrupowaniem, które zanotowało spadek medialności. Był on jednak bardzo niewielki i wyniósł 0,16 proc., co oznacza dokładnie pięć tekstów mniej.

Pozostałe partie osiągnęły pokaźne wzrosty. Największym poszczycić się może Ruch Palikota, o którym dziennikarze napisali o 31 proc. publikacji więcej w stosunku do lutego. Inne ugrupowania opozycyjne miały wzrost przekraczający 20 proc. SLD – 24 proc., PSL – 23 proc. oraz PiS – 21 proc.

Ruch Palikota pomimo najkorzystniejszej dynamiki, wciąż pozostaje najmniej medialną partią w Sejmie. Warto jednocześnie przypomnieć, że dysponuje większą liczbą posłów niż SLD i PSL. 31-proc. wzrost sprawił, że o partii pisało się w marcu najwięcej od listopada, czyli od okresu tuż po wyborach. Z kolei na temat PSL opublikowano w prasie najwięcej tekstów od czasu wyborów parlamentarnych.

Tusk nie schodzi z czołówek

Wśród liderów partii parlamentarnych nieprzerwanie na prowadzeniu znajduje się Donald Tusk. Szef rządu zdecydowanie wyprzedza pozostałych polityków. W marcu ukazało się na jego temat ponad dwukrotnie więcej informacji niż o drugim w zestawieniu Jarosławie Kaczyńskim. Premier aż 154 razy wystąpił na pierwszych stronach gazet. W ciągu 31 dni prasa wydrukowała o nim 2,7 tys. materiałów, natomiast o Kaczyńskim 1,2 tys. Prezes PiS-u po kilku miesiącach mniejszej aktywności medialnej, zaczął częściej pojawiać się w środkach masowego przekazu. Przypomnijmy, że w lutym zanotował najmniejszą liczbę publikacji od początku prowadzenia badania (wrzesień 2010). W marcu osiągnął gigantyczny wzrost - 96 proc., częściowo rekompensując cztery z rzędu poważne spadki. Obecna aktywność Kaczyńskiego jest na podobnym poziomie do tej z grudnia 2011.

Na trzecim miejscu znalazł się Janusz Palikot. Lider Ruchu spadł o jedną pozycję wyprzedzony przez prezesa PiS. O Palikocie (0,9 tys.) w marcu również pisało się więcej niż w lutym, a utrata pozycji wiąże się głównie ze znacznie częstszym informowaniem o Jarosławie Kaczyńskim. Pojawiło się na jego temat 26 proc. publikacji więcej niż w

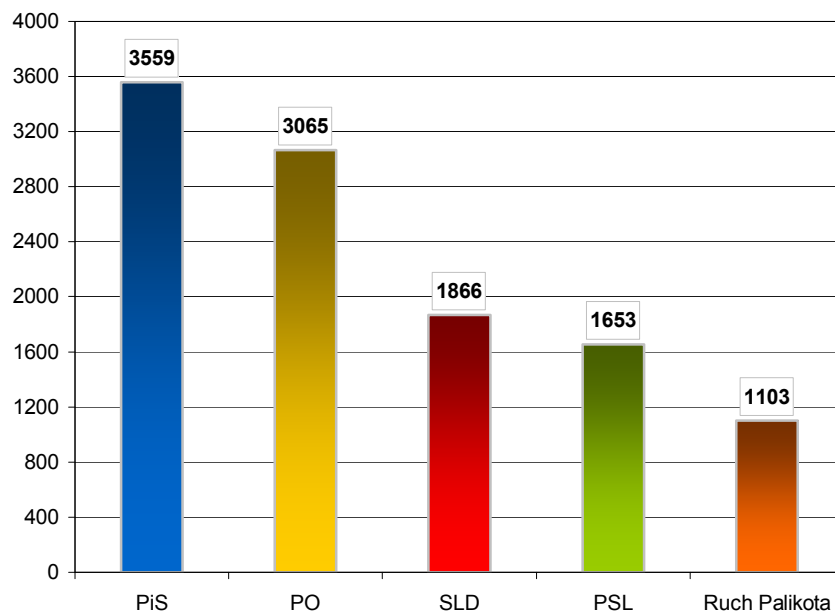
lutym. Co ciekawe, to najniższy wzrost w tym miesiącu wśród liderów. Jedyne Tusk zanotował 9-proc. spadek.

Na dalszych miejscach uplasowali się Waldemar Pawlak (0,7 tys.) i Leszek Miller (0,6 tys.). Ten drugi cieszył się znacznym wzrostem zainteresowania – o ponad 56 proc.

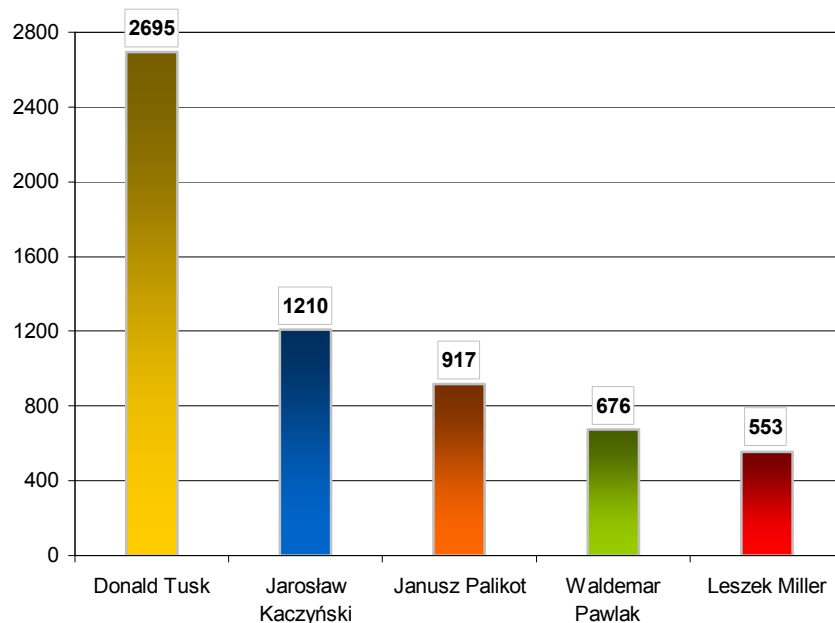
Koniec obstrzału Palikota

Inaczej niż w dwóch poprzednich miesiącach, najbardziej krytykowanym politykiem w marcu okazał się premier. Odsetek negatywnych publikacji z dziewięciu najbardziej poczytnych dzienników ogólnopolskich wyniósł 15 proc. W styczniu i lutym klasyfikacji tej przewodził Janusz Palikot. Tym razem uplasował się on na drugim miejscu z 11 proc. treści przedstawiającymi go w negatywnym świetle. Trzecia lokata przypadła liderowi SLD – Leszkowi Millerowi (10 proc.), a dopiero czwarta Jarosławowi Kaczyńskiemu (8 proc.). Najmniej krytykowany spośród pięciu badanych polityków był wicepremier Waldemar Pawlak.

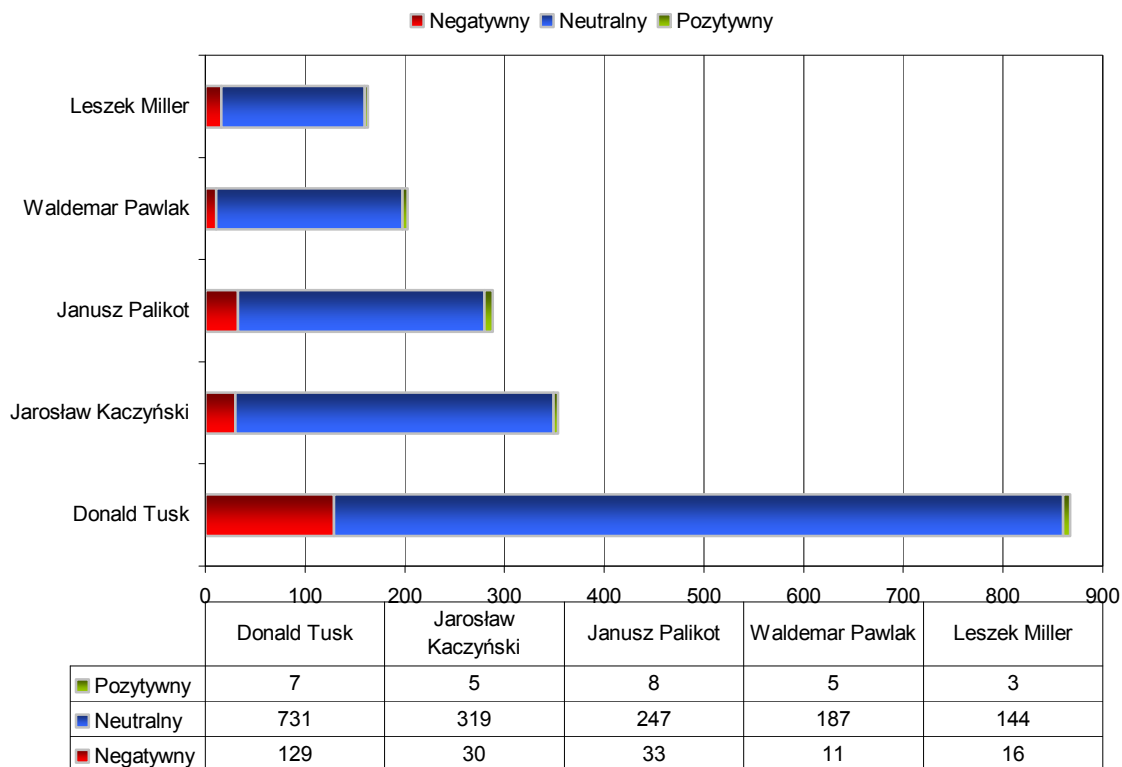
Rozdział I - Podsumowanie



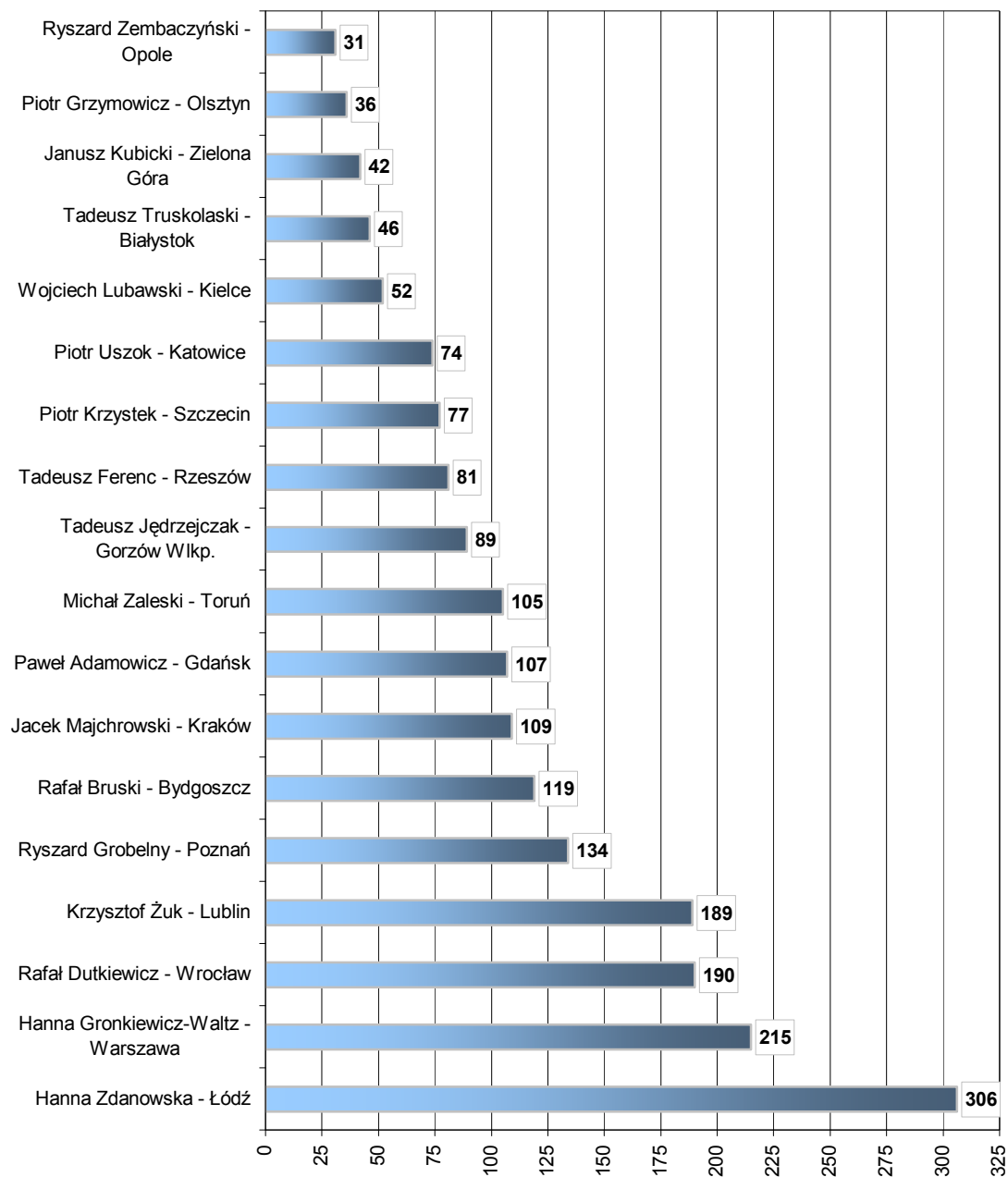
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w marcu 2012 r.



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

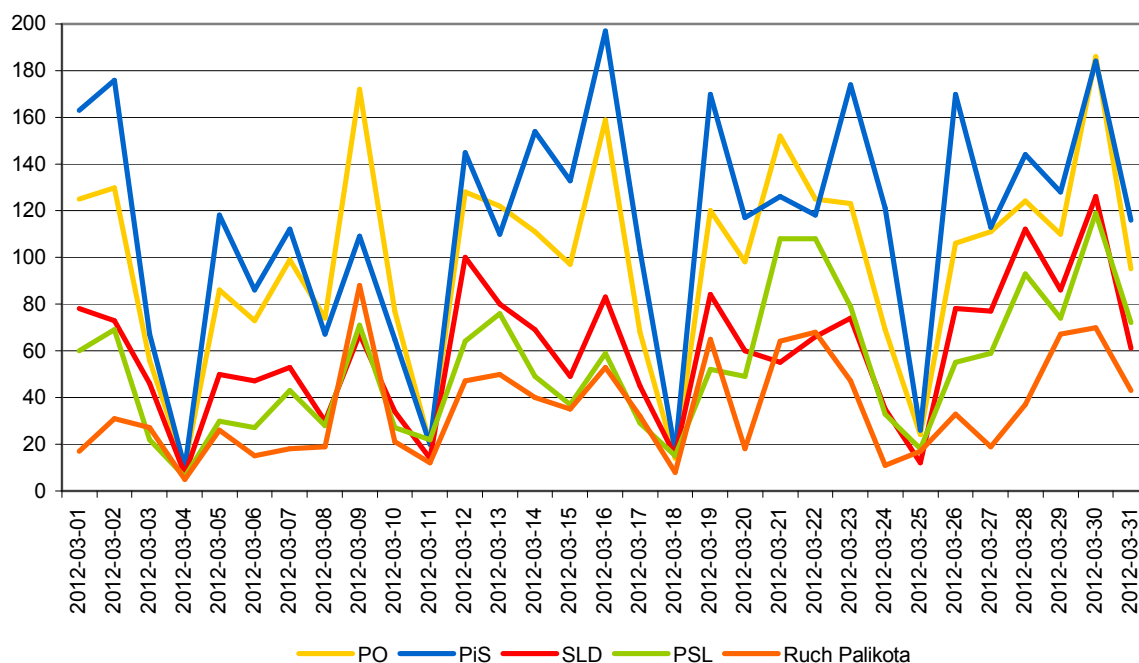


Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku

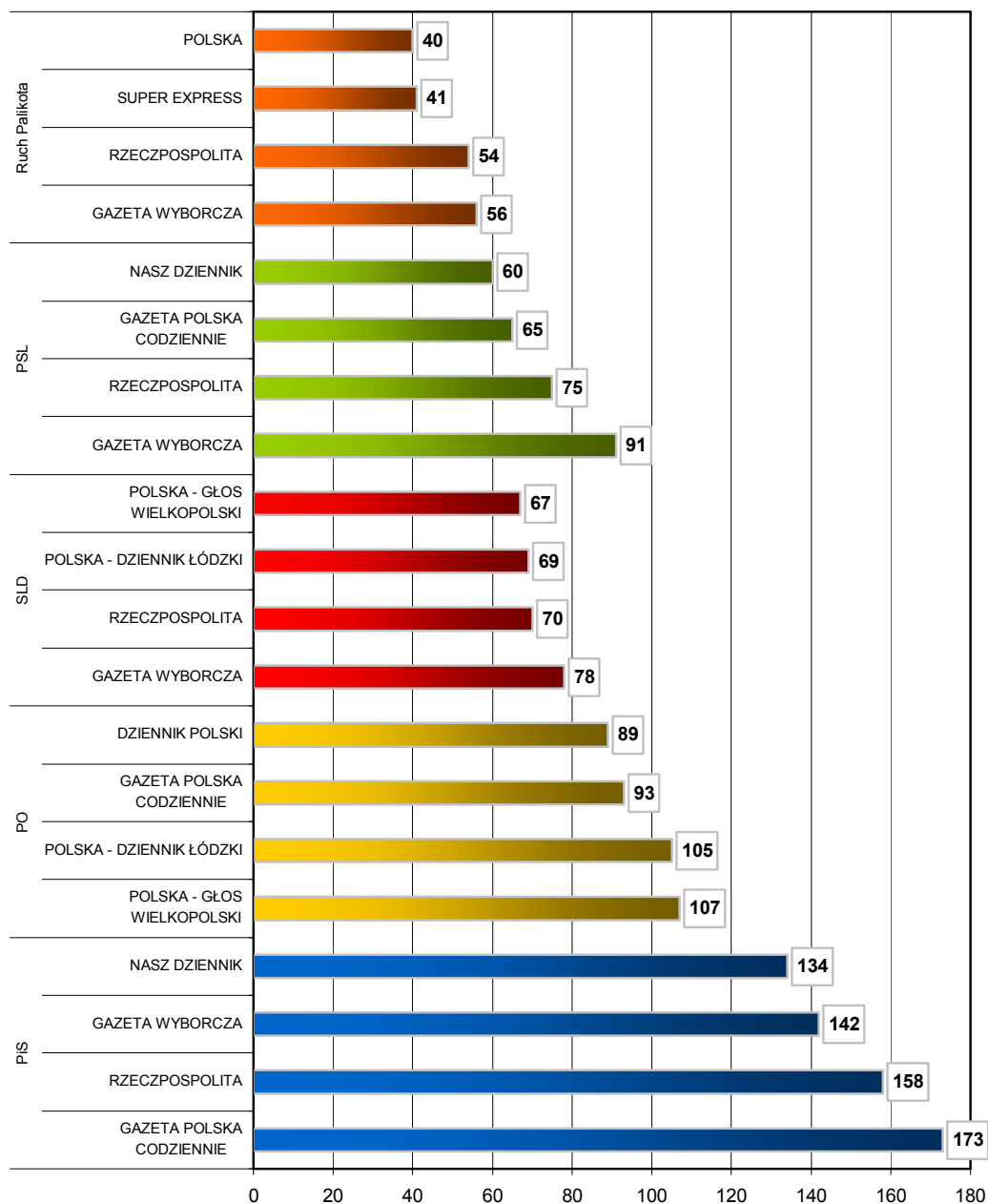


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich

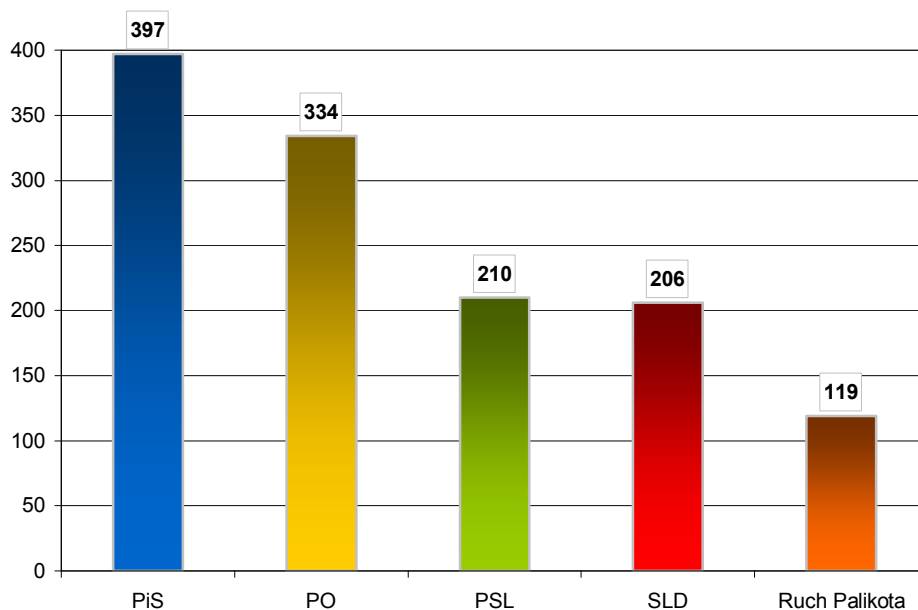
Rozdział II - Partie polityczne



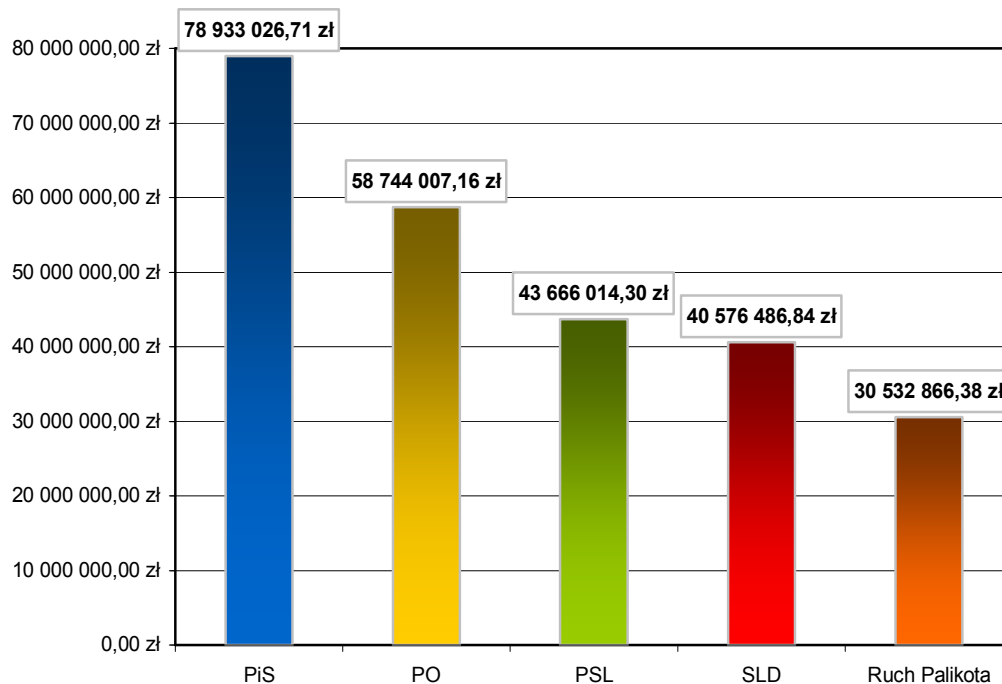
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

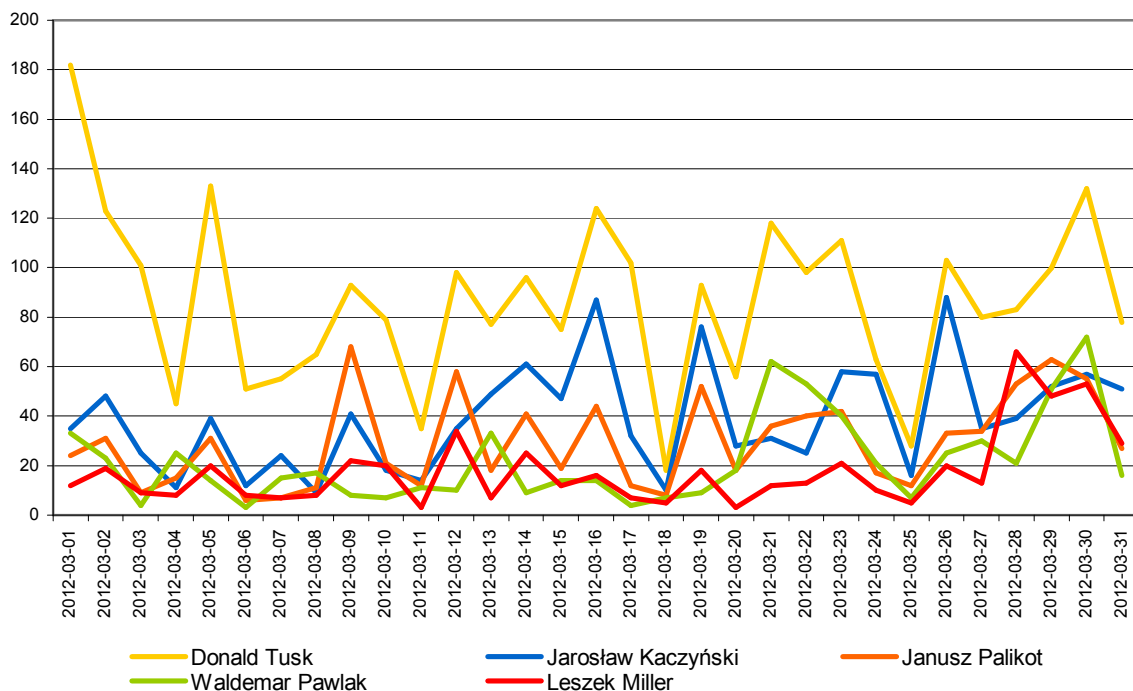


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

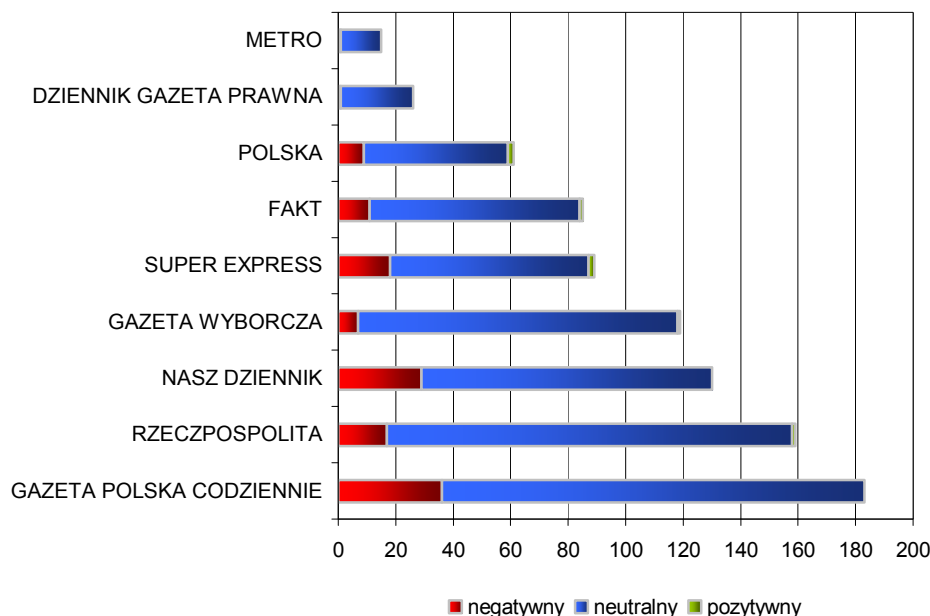


Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – marzec 2012 r.

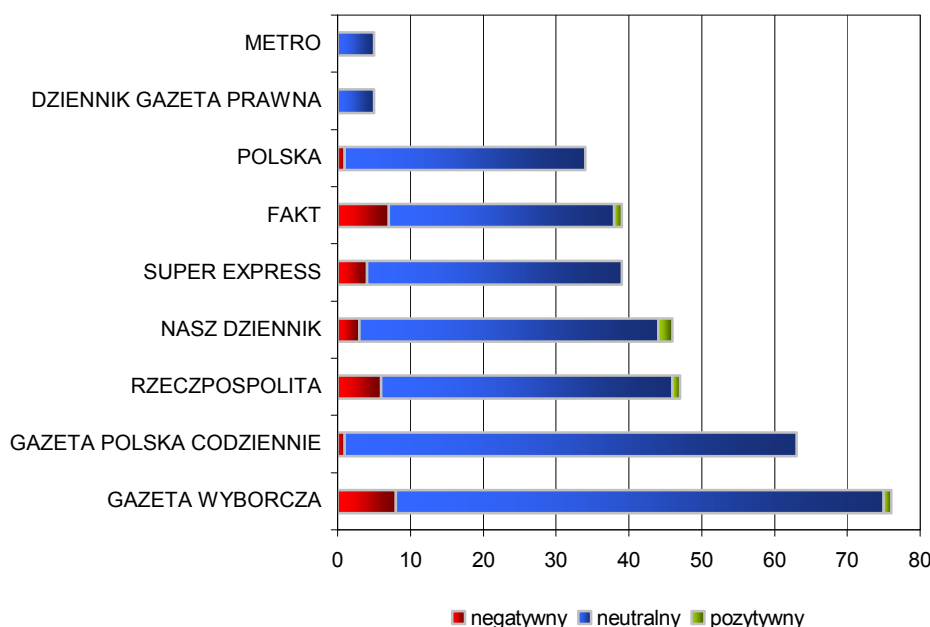
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



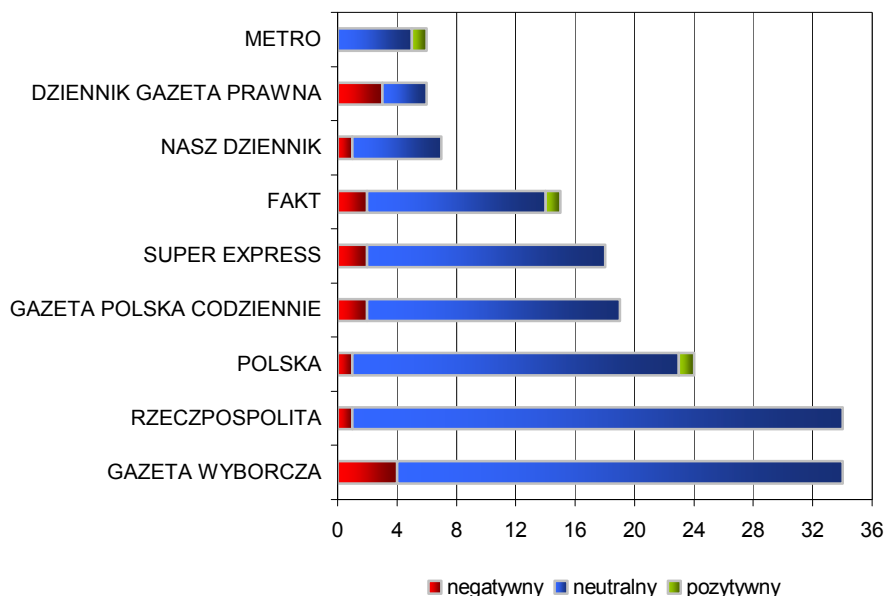
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



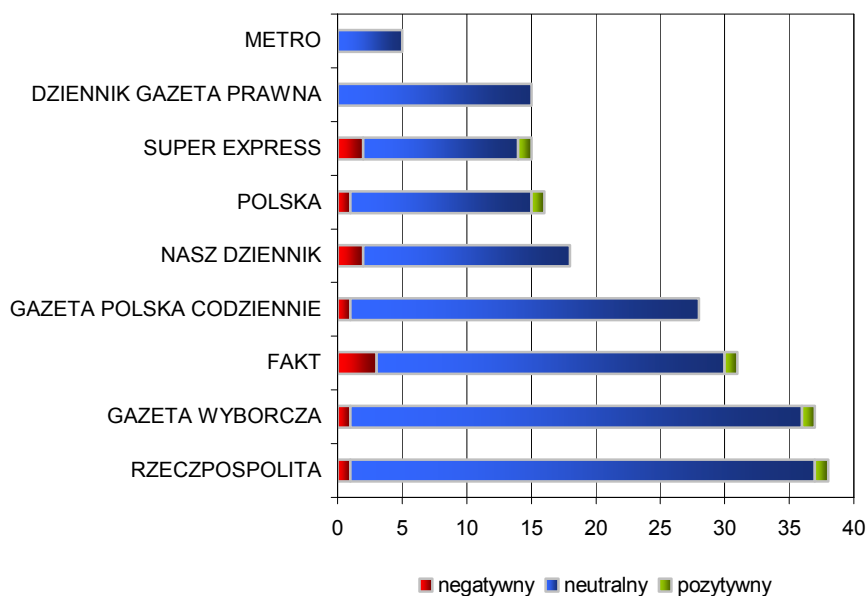
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



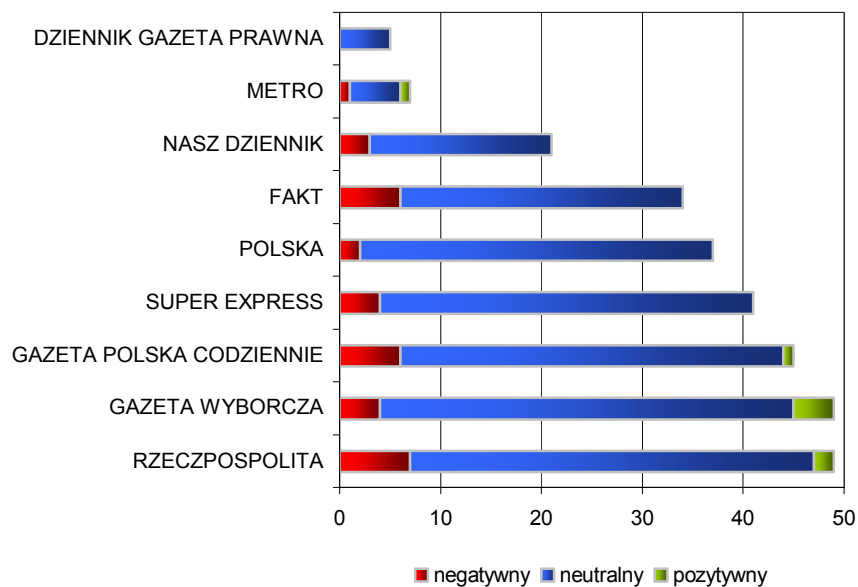
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



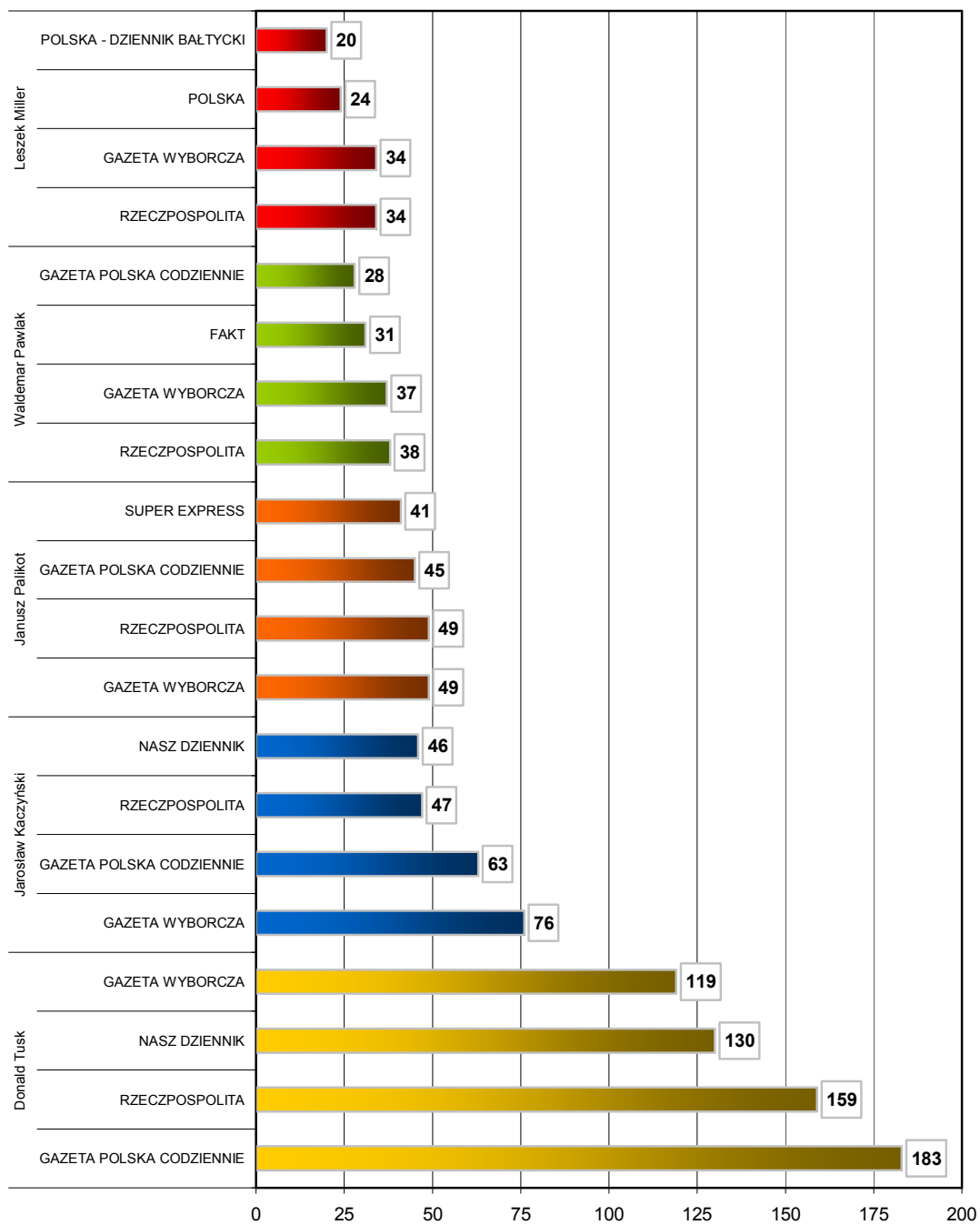
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



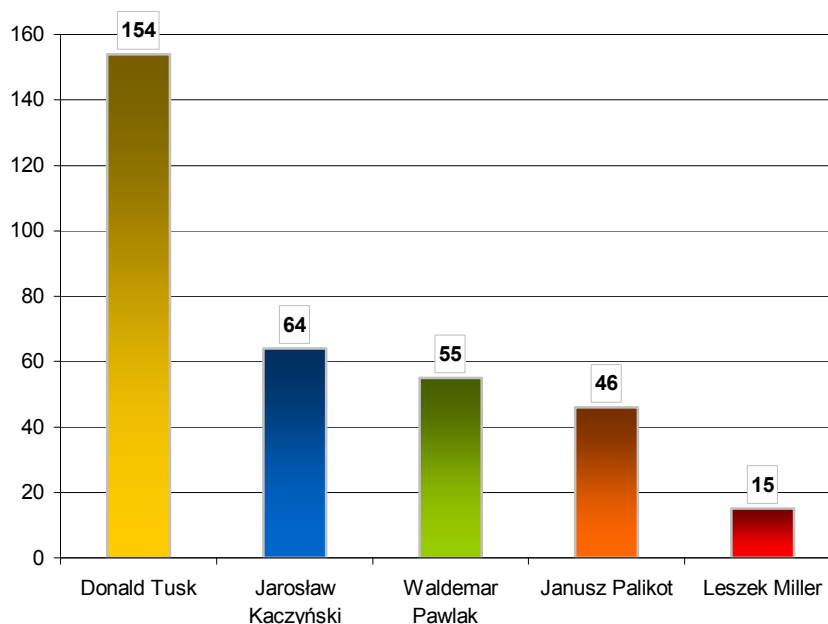
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



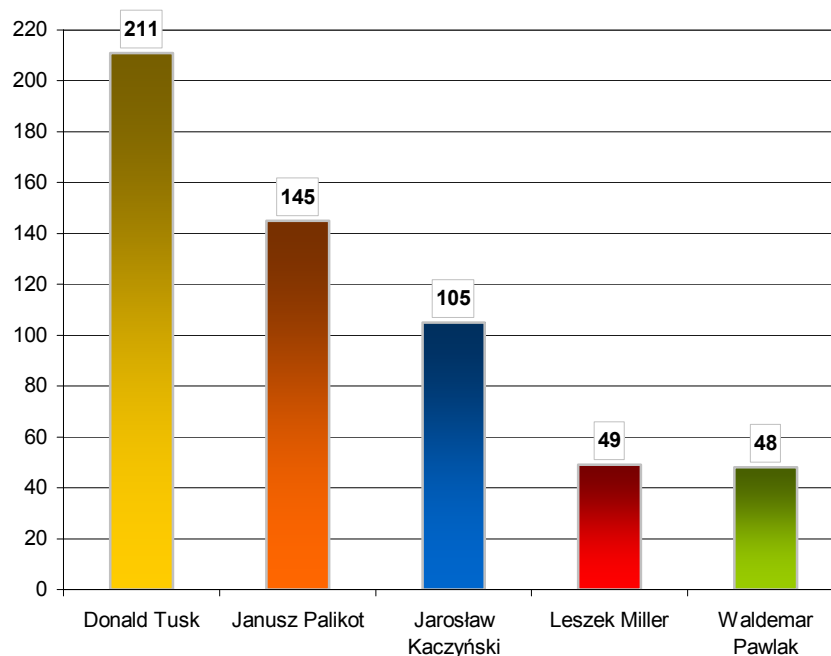
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



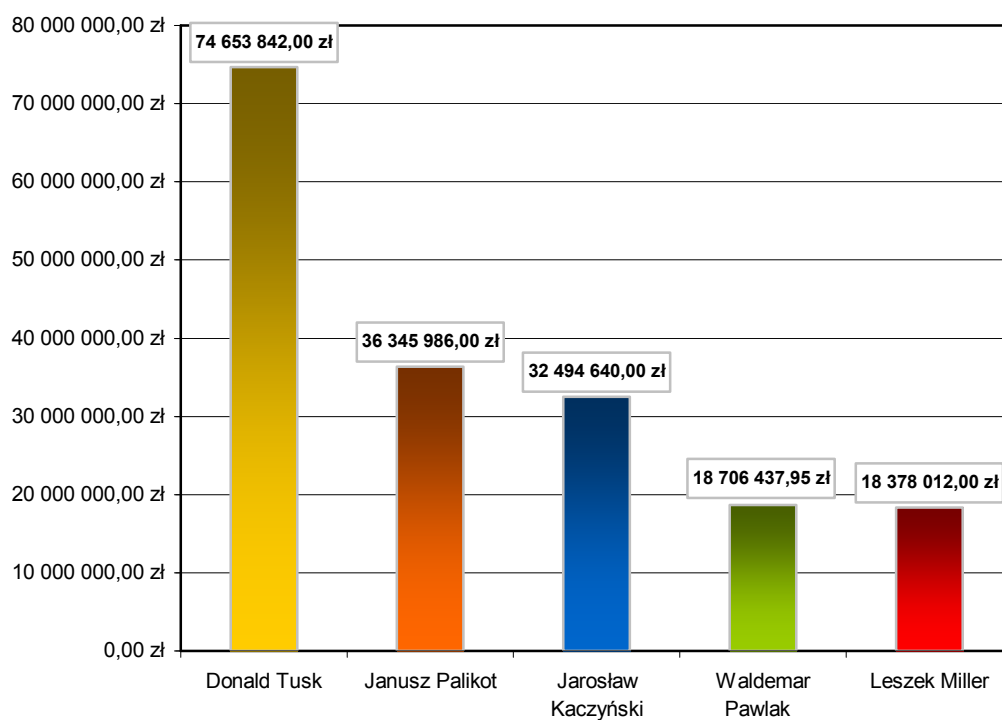
Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



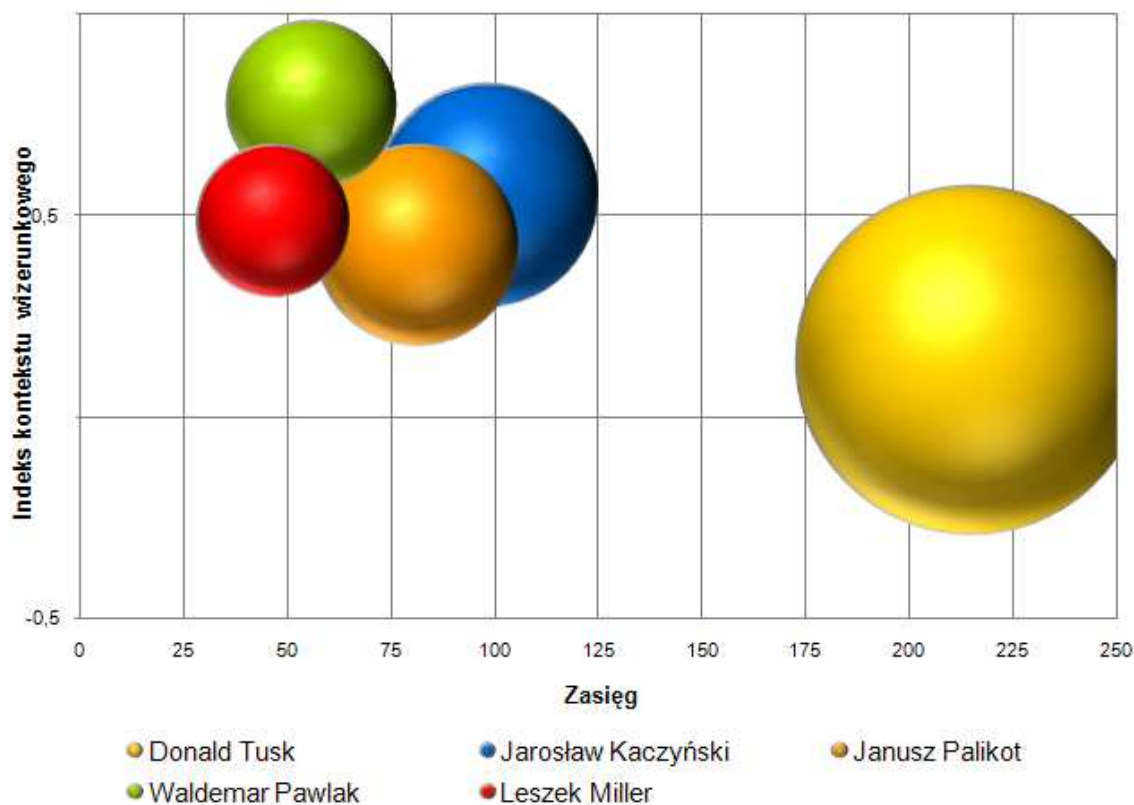
Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



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 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

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