



**Raport prasowy**

# **SCENA POLITYCZNA**

**październik 2010**

## 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 październiku 2010 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 cztery partie polityczne: PO, PiS, SLD i PSL, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Grzegorza Napieralskiego oraz Waldemara Pawlaka. Badanie wydzwiku 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 czterech 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

### Opozycja ponownie na topie

Prasa w październiku wolała informować o wydarzeniach związanych z największą partią opozycyjną niż o partii rządzącej. Taka sytuacja ma miejsce już drugi raz z rzędu. Z raportu „Scena Polityczna” obejmującego wrześniowe publikacje, również można było wysnuć podobny wniosek. Zdecydowanie największy wpływ na tę sytuację miał szum medialny związany z atakiem Ryszarda C. na biuro Prawa i Sprawiedliwości w Łodzi, podczas którego zginął asystent europosła tej partii – Marek Rosiak.

Przed 20 października średnia liczba informacji o wszystkich partiach politycznych uwzględnionych w badaniu (PO, PiS, SLD i PSL) wyniosła niecałe 380 dziennie. Po 20 października było to już ponad 550 na dzień. Największy skok zanotowało PiS, o którym dziennie pojawiała się nawet ponad 300 publikacji w prasie.

### Wzrost zainteresowania polityką

Łącznie w ciągu miesiąca Prawo i Sprawiedliwość 5214 razy znalazło się w artykułach w polskiej prasie. Badanie objęło 1000 tytułów prasy ogólnopolskiej i regionalnej. W październiku ukazało się o nim aż o 34% więcej tekstów niż we wrześniu. Z kolei Platforma Obywatelska była obecna 4116 razy – o 28% częściej niż przed miesiącem.

Na trzecim miejscu uplasował się SLD. O partii Grzegorza Napieralskiego dziennikarze napisali 2824 tekstów (o 56% więcej). 1671 dotyczyło PSL-u, aż o 81% więcej niż we wrześniu. W październiku odnotowano zdecydowanie większe zainteresowanie mediów tematami politycznymi związanymi z polskimi partiami parlamentarnymi. Łącznie analitycy przebadali około 11,5 tys. materiałów, ponad dwa tysiące więcej niż miesiąc wcześniej.

### Liderzy w ogniu krytyki

Więcej pisało się też o liderach poszczególnych obozów politycznych – Donaldzie Tusku, Jarosławie Kaczyńskim czy Grzegorzu Napieralskim. Znaczący spadek zanotował tylko wicepremier i przewodniczący PSL Waldemar Pawlak. We wrześniu to Napieralski był najrzadziej pojawiającym się w prasie liderem partii parlamentarnej. W tym miesiącu polityk ze Szczecina wyprzedził Pawlaka.

Analitycy szczegółowo przebadali materiały pojawiające się o liderach partii w dziennikach ogólnopolskich. Najwięcej publikacji o wydźwięku negatywnym miał Donald Tusk. 251 takich artykułów stanowiło 28% całości. O Jarosławie Kaczyńskim napisano mniej negatywnych tekstów (220), ale ich odsetek osiągnął aż 36%. To więcej niż w ubiegłym miesiącu. Wtedy o prezesie PiS-u 34% tekstów miało wydźwięk negatywny. Tymczasem analitycy jako pozytywne dla lidera opozycji określili 1% materiałów, czyli dokładnie 8. Pozostałe publikacje były neutralne dla jego wizerunku.

O Donaldzie Tusku pojawiło się 2% materiałów pozytywnych (20). Największy odsetek takich tekstów zanotował Grzegorz Napieralski (5%), jednak i o nim dziennikarze częściej pisali negatywnie (16%). Najmniej emocji budził Waldemar Pawlak, którego dotyczyło aż 92% tekstów neutralnych.

Politycy ze strony rządowej – Donald Tusk i Waldemar Pawlak - często pojawiali się w kontekście tematu umowy gazowej z Rosją. Angażowali się także w kampanię samorządową. Wypowiedzi Prezesa Rady Ministrów dotyczyły kwestii ataku na siedzibę PiS w Łodzi oraz agresji w języku polityki. Do przełomowego momentu miesiąca – 20 października – Tusk był zdecydowanie najbardziej medialnym liderem politycznym w Polsce. W ostatnich 12 dniach zainteresowanie na podobnym poziomie zyskał Jarosław Kaczyński.

### Znacząca dysproporcja „Naszego Dziennika”

Najwięcej negatywnych artykułów na temat Donalda Tuska publikował „Nasz Dziennik”. W gazecie tej 67% tekstów, w których pojawiło się nazwisko premiera, miało dla niego wydźwięk negatywny. Dla porównania o Jarosławie Kaczyńskim ukazało się tam jedynie 3% negatywnych materiałów. Drugim najbardziej krytycznym dziennikiem ogólnopolskim w stosunku do szefa rządu okazał się „Super Express”, w którym ponad 30% materiałów było negatywnych.

Wobec Jarosława Kaczyńskiego relatywnie najbardziej krytyczne były „Super Express”, „Fakt” i „Gazeta Wyborcza”, a więc trzy najbardziej poczytne gazety w naszym kraju. Zamieściły one na swoich łamach odpowiednio 52, 48 i 40 procent tekstów o wydźwięku negatywnym.

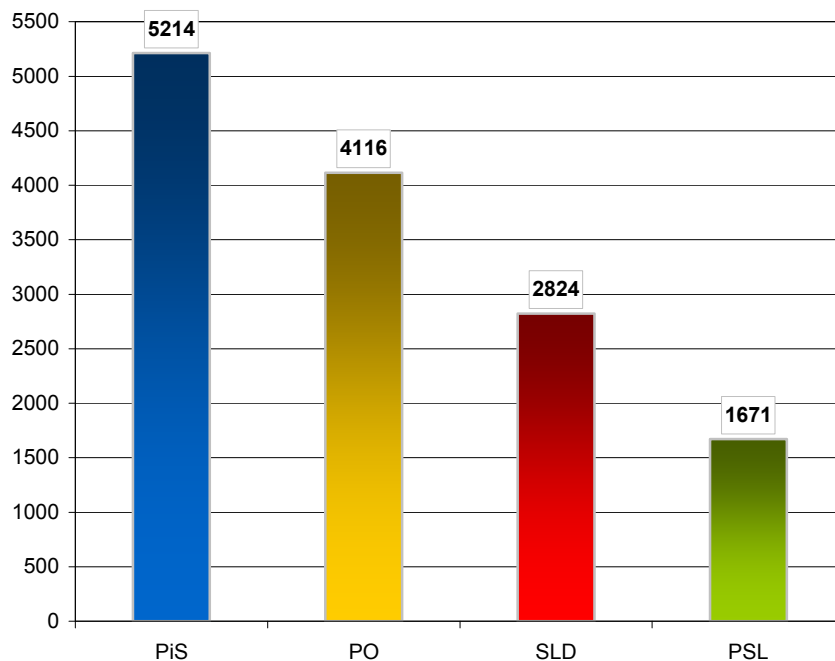
Ekwiwalent reklamowy publikacji na temat Donalda Tuska wyniósł 70,5 mln zł, natomiast o Jarosławie Kaczyńskim 54,8 mln zł. Wartość publikacji o Grzegorz Napieralskim została wyceniona na 12,3 mln zł, a o Waldemarze Pawlaku - 7,3 mln zł.

## Medialny ranking prezydentów miast

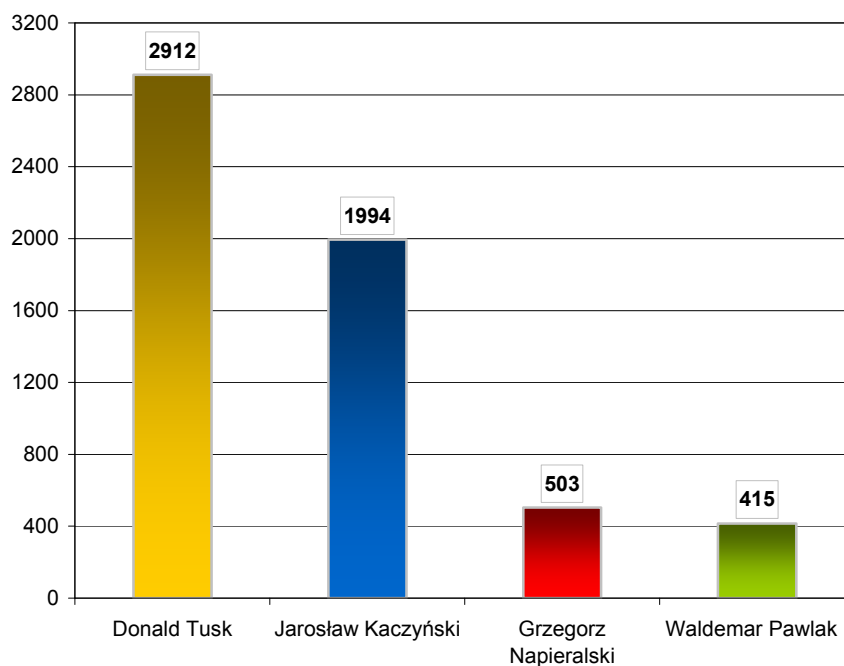
Analitycy sprawdzili także częstotliwość pojawiania się w mediach prezydentów 18 polskich stolic regionów. Najbardziej medialnym włodarzem pozostaje – jak przed miesiącem – prezydent Warszawy Hanna Gronkiewicz-Waltz (385 publikacji). Daleko za nią znalazł się Rafał Dudkiewicz (Wrocław), o którym prasa napisała 195 razy. Podobny poziom zainteresowania budzi Ryszard Grobelny (Poznań) – 189 materiałów. Na czwartym miejscu uplasował się niespodziewanie prezydent Bydgoszczy - Konstanty Dombrowicz, który wyprzedził między innymi Jacka Majchrowskiego (Kraków), Piotra Krzystka (Szczecin) i Pawła Adamowicza (Gdańsk).

Po raz kolejny bardzo mało pisało się o Tadeuszu Truskołaskim, który z ramienia PO stara się o reelekcję w Białymstoku oraz Ryszardzie Zembaczyńskim, prezydencie Opola. Zaledwie niecałe 70 tekstów dotyczyło Janusza Kubickiego (Zielona Góra), Tadeusza Jędrzejczaka (Gorzów Wielkopolski) i Tomasza Sadzyńskiego (komisarza Łodzi).

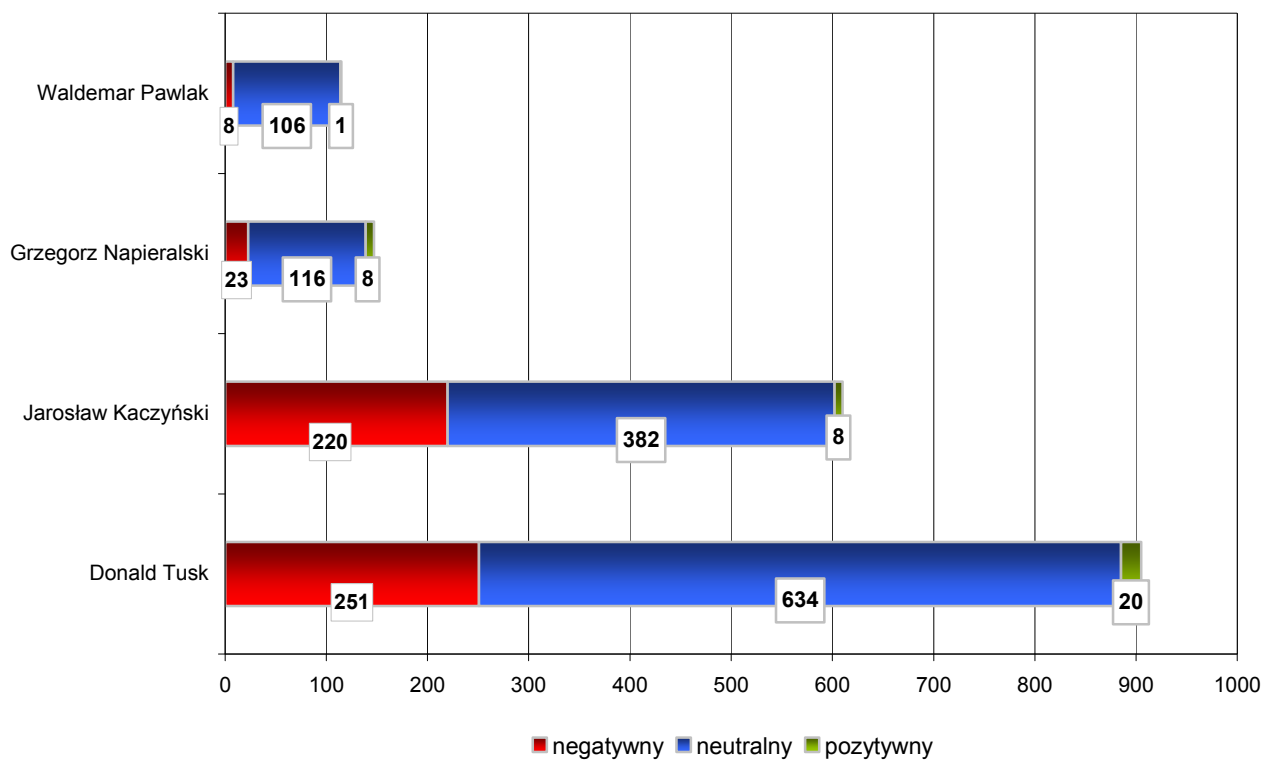
## Rozdział I - Podsumowanie



Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w październiku 2010 r.

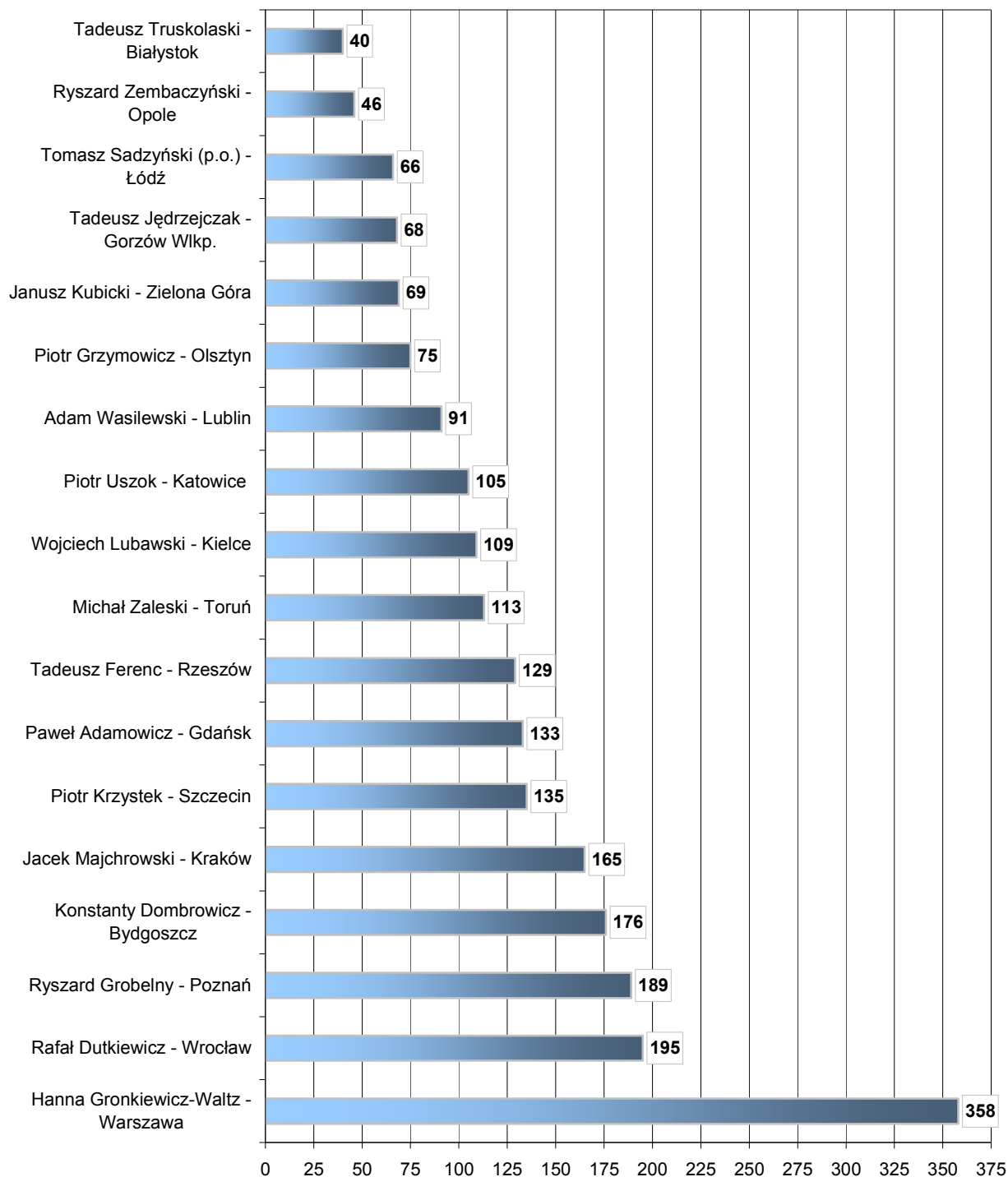


Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych w październiku 2010 r.



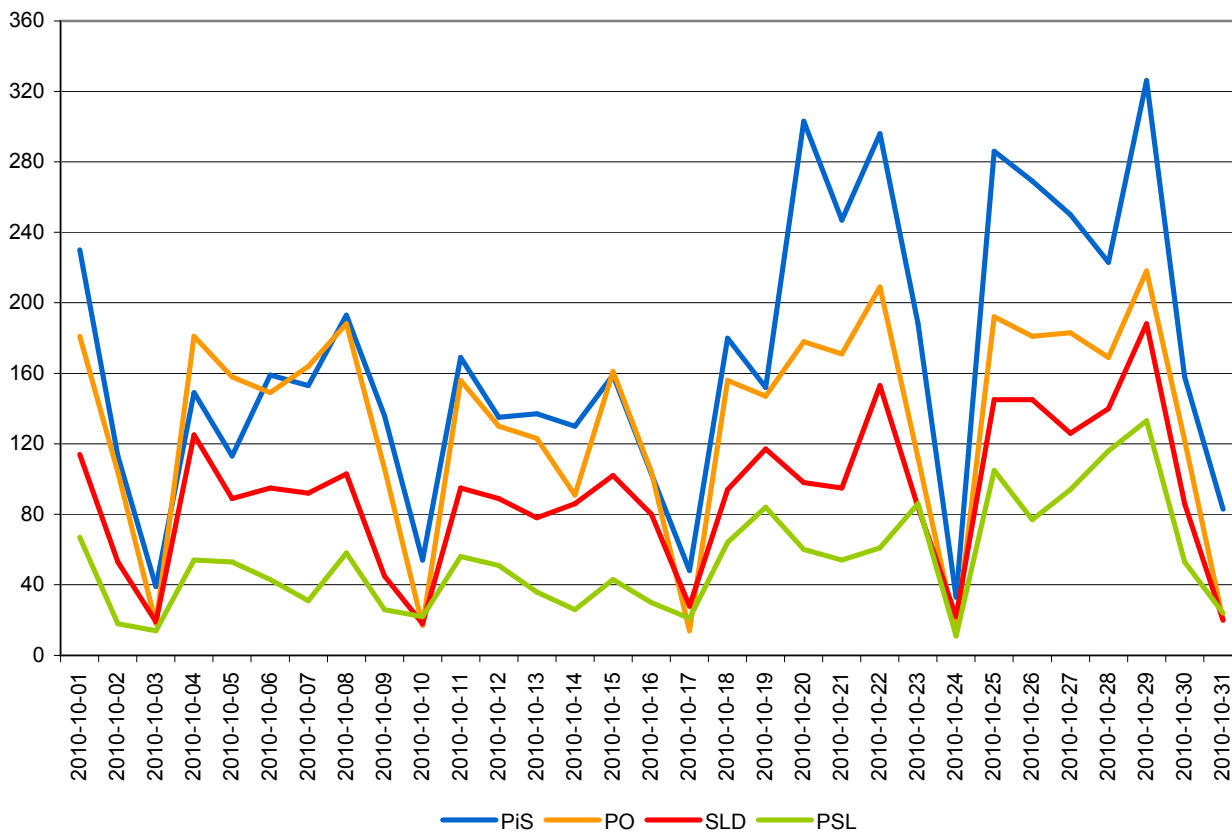
**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych w październiku 2010 r. z uwzględnieniem wydźwięku**



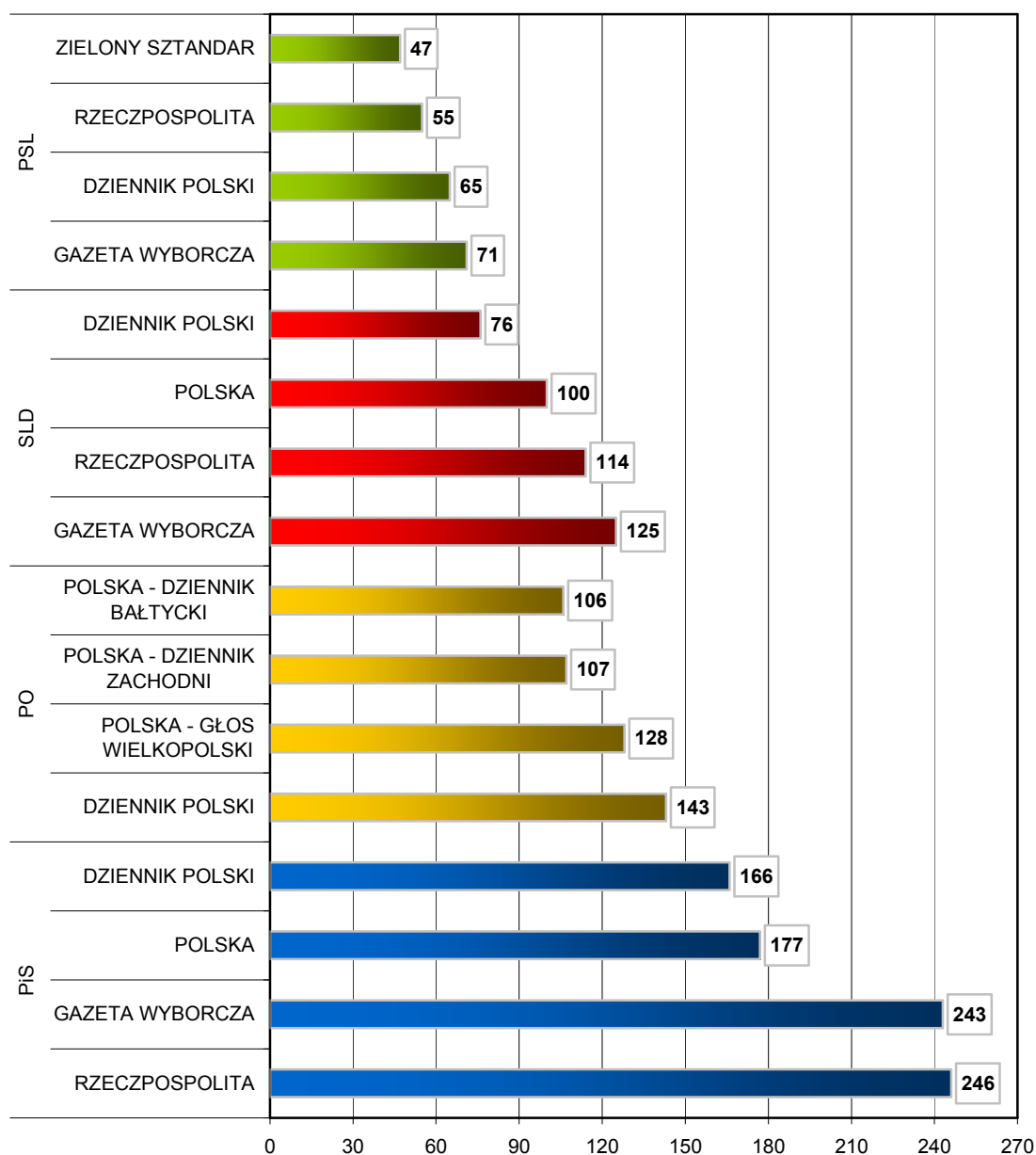


**Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich w październiku 2010 r.**

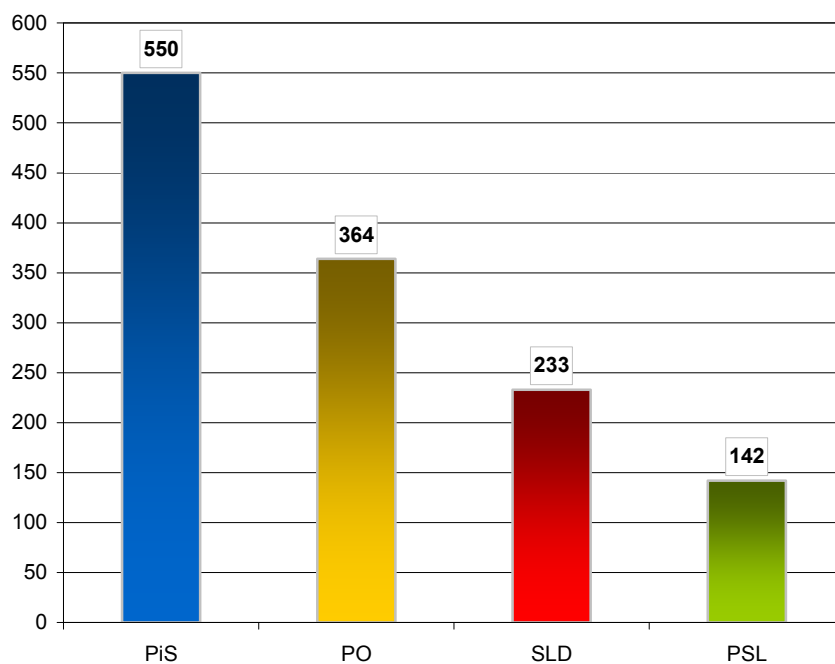
## Rozdział II - Partie polityczne



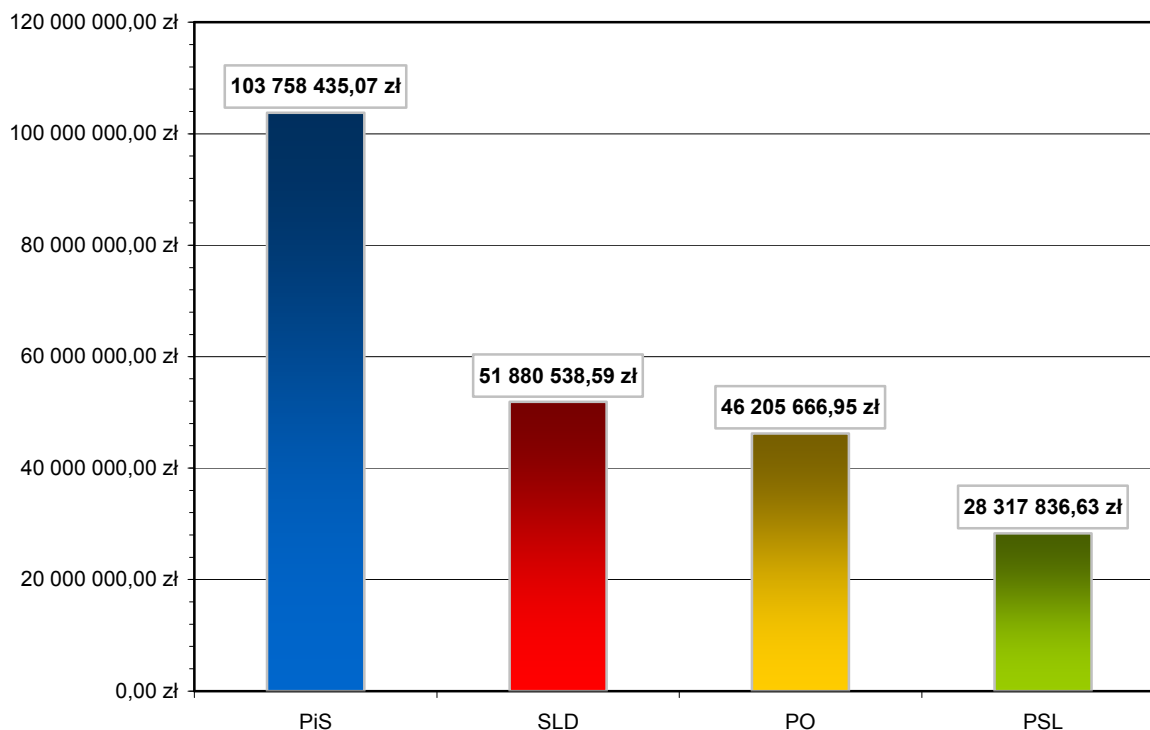
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

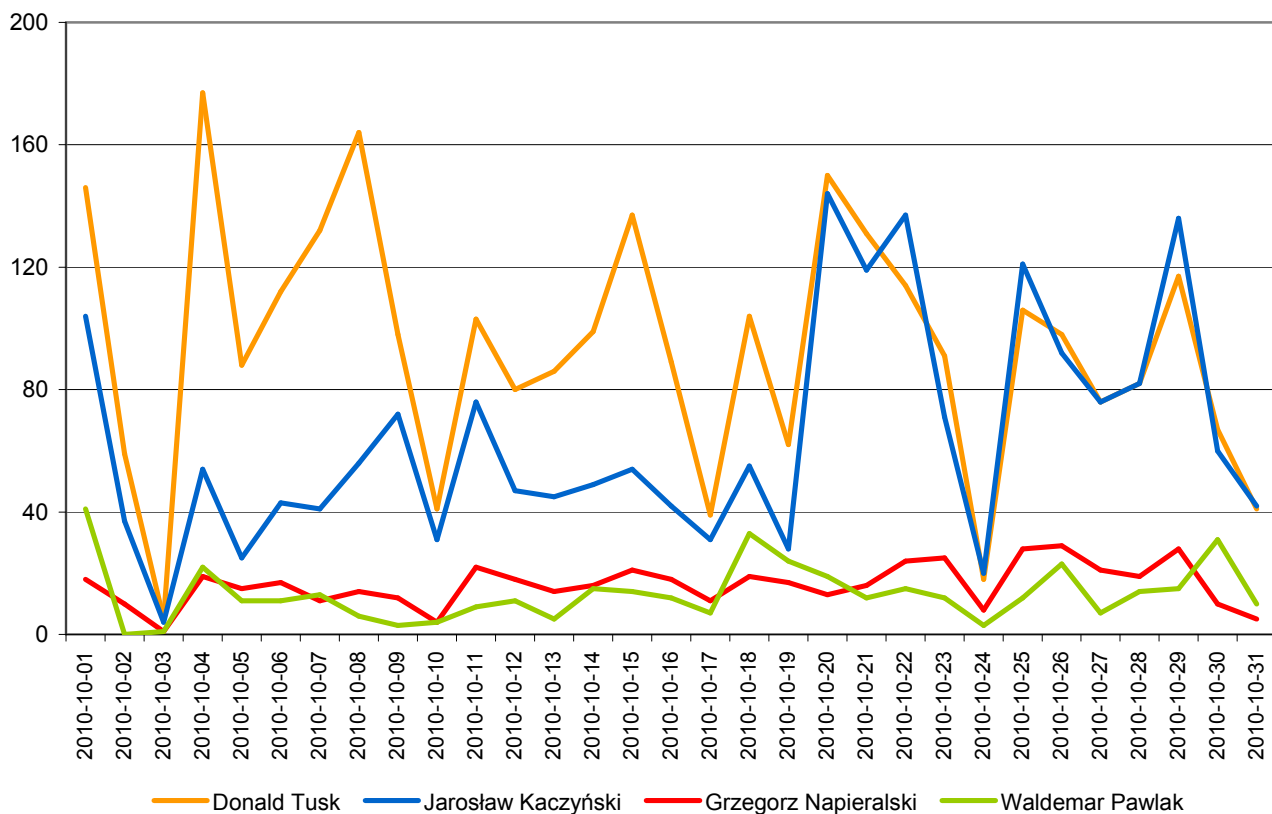


**Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych**

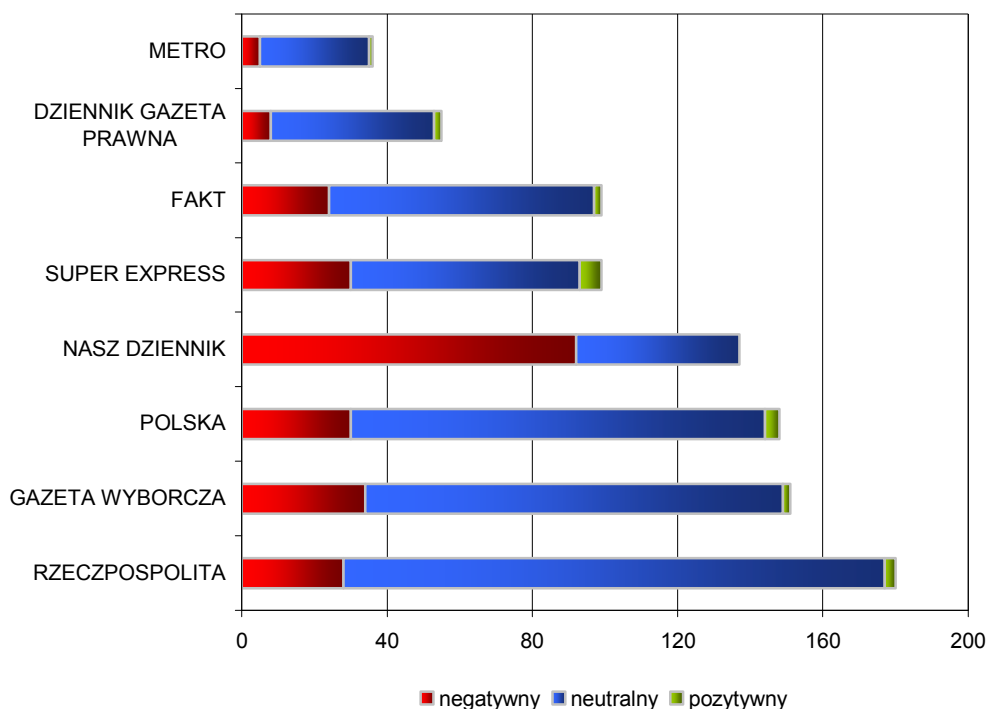


**Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – październik 2010 r.**

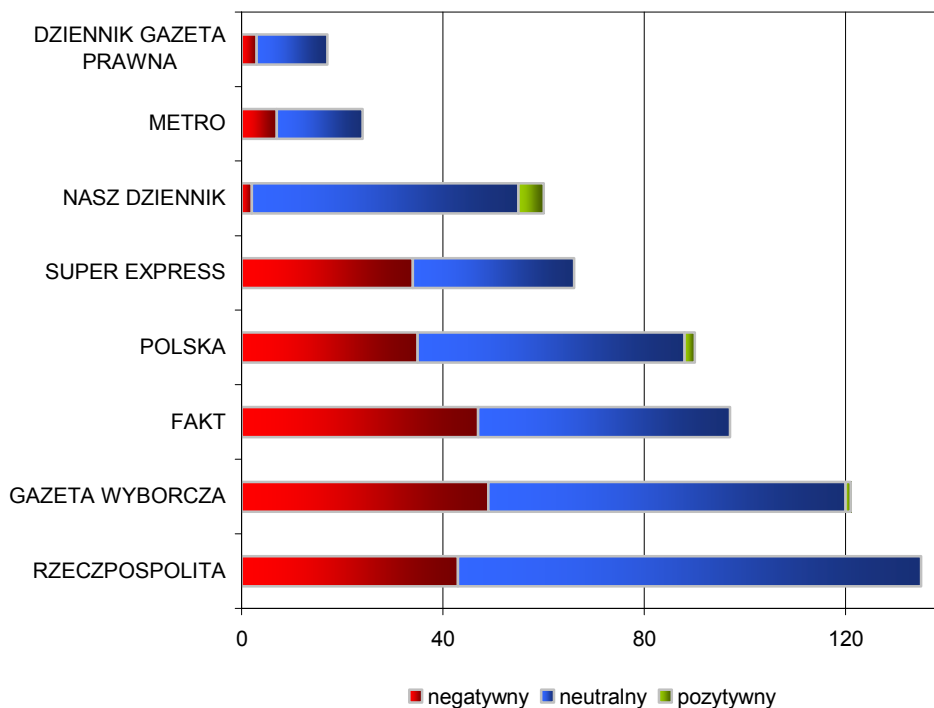
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



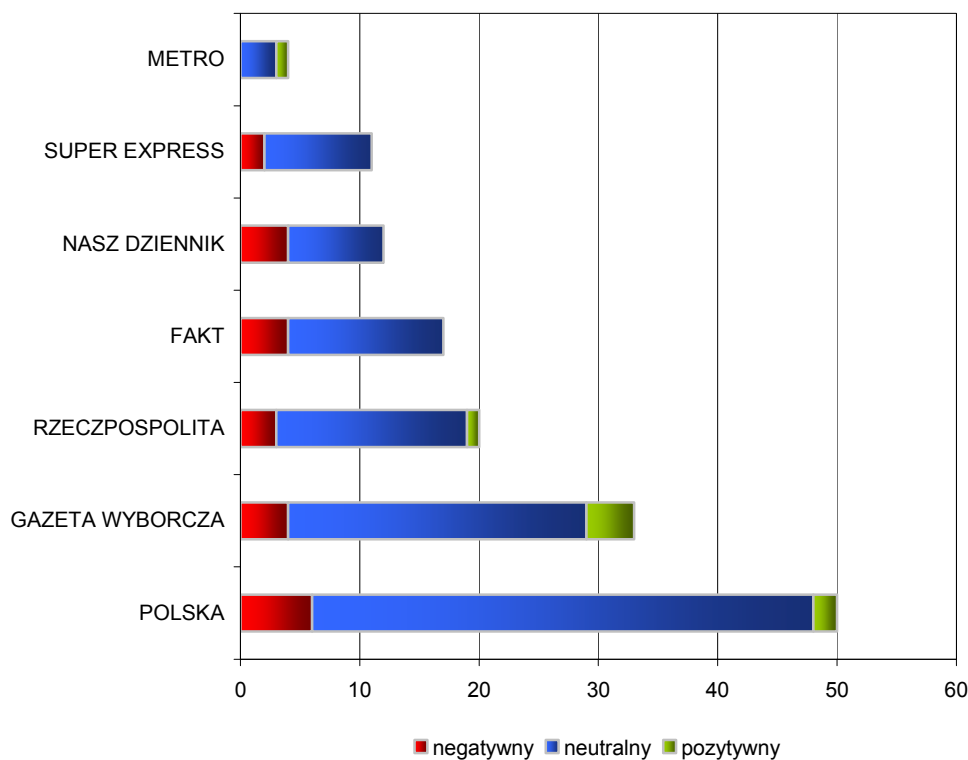
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



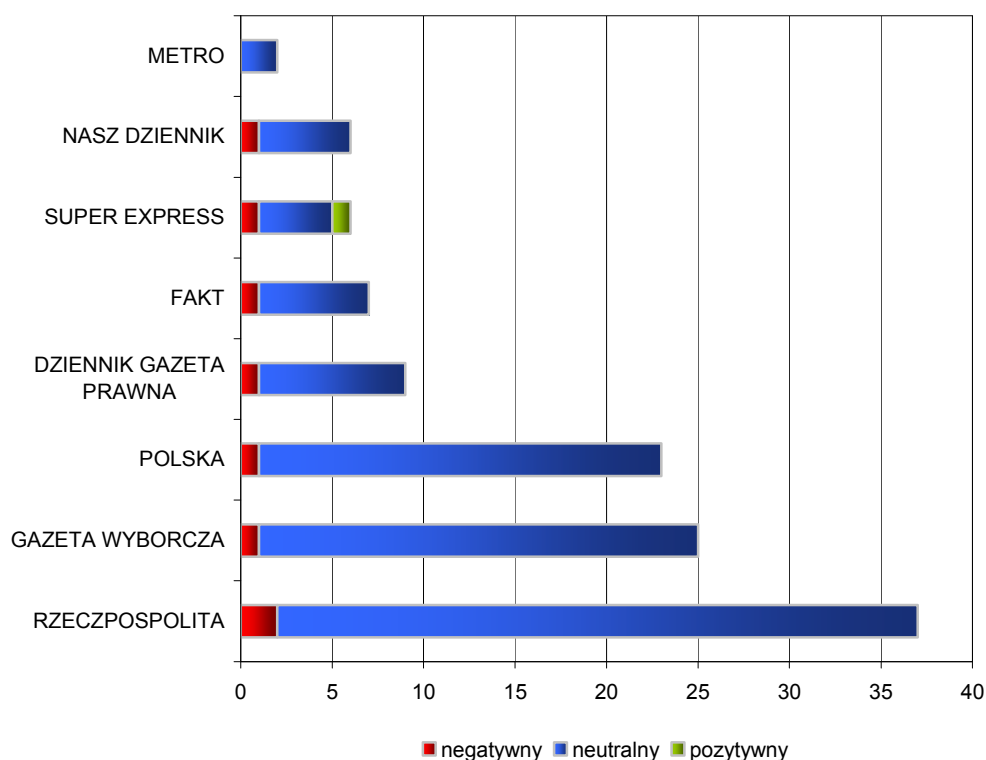
**Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



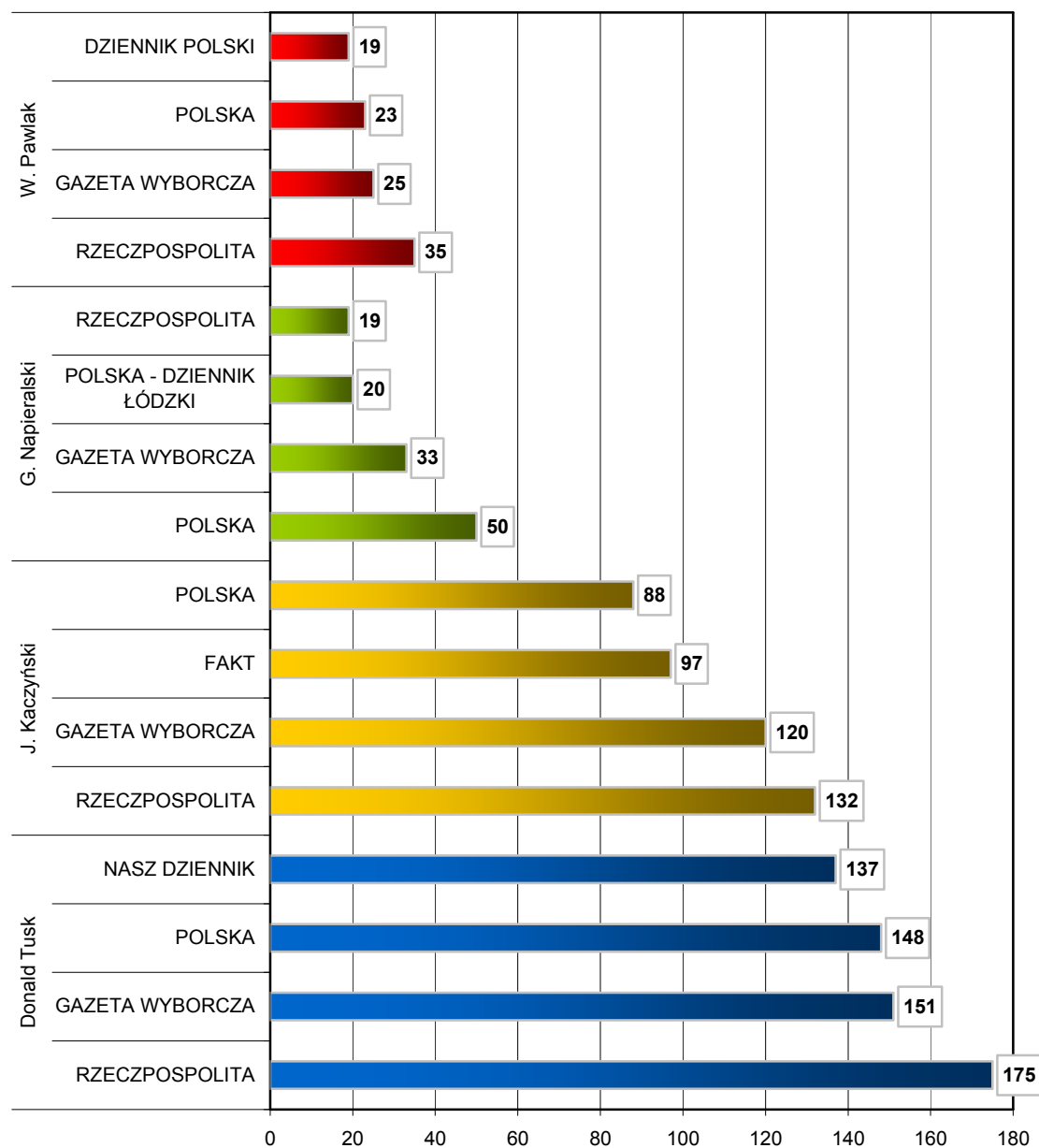
**Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**



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

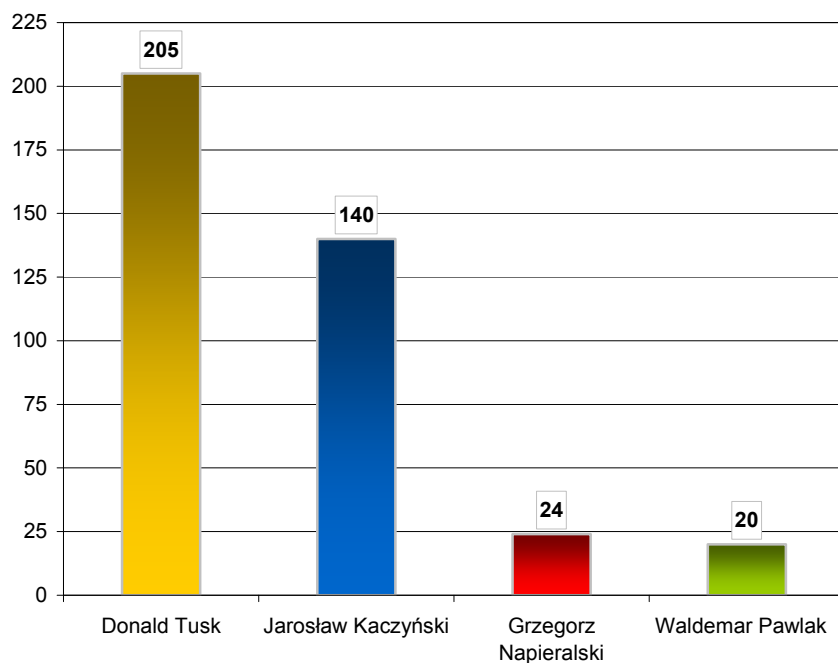


**Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)**

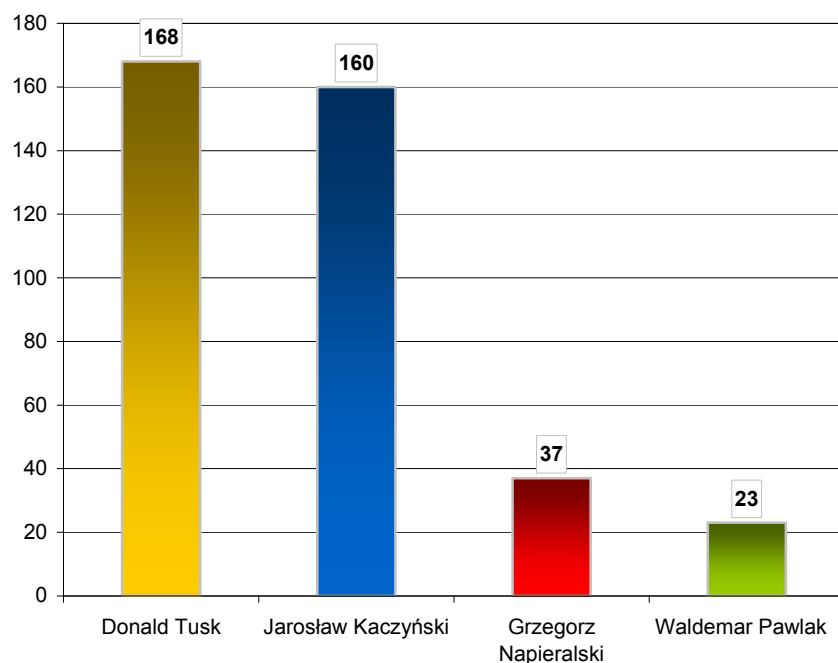


Wykres 14. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)

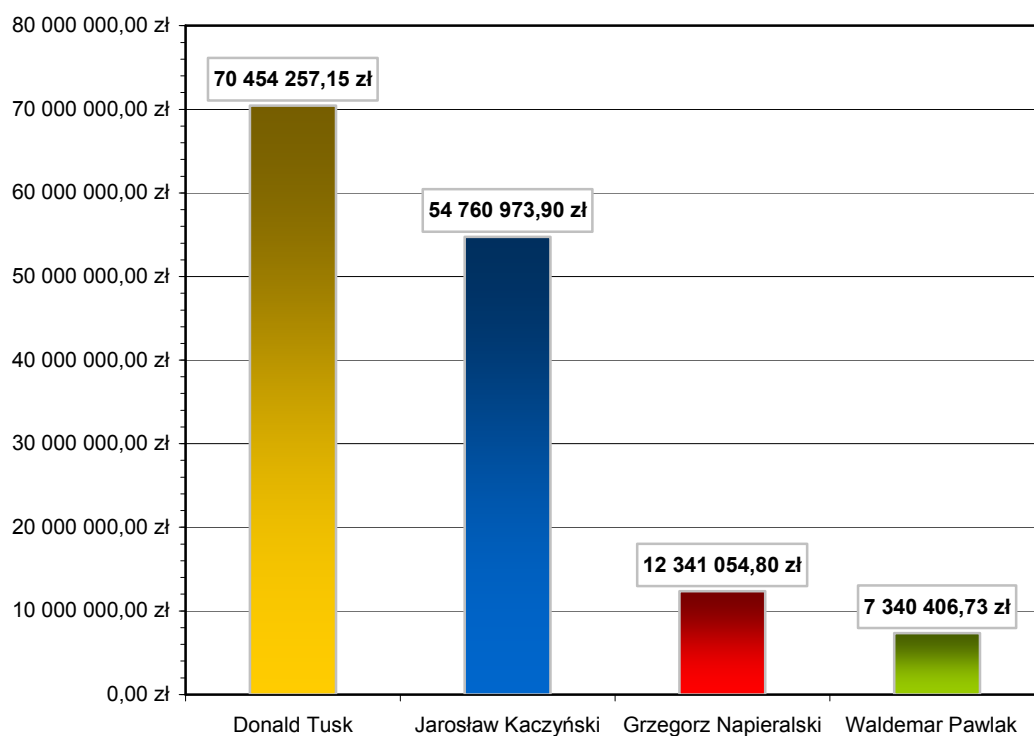




**Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych**

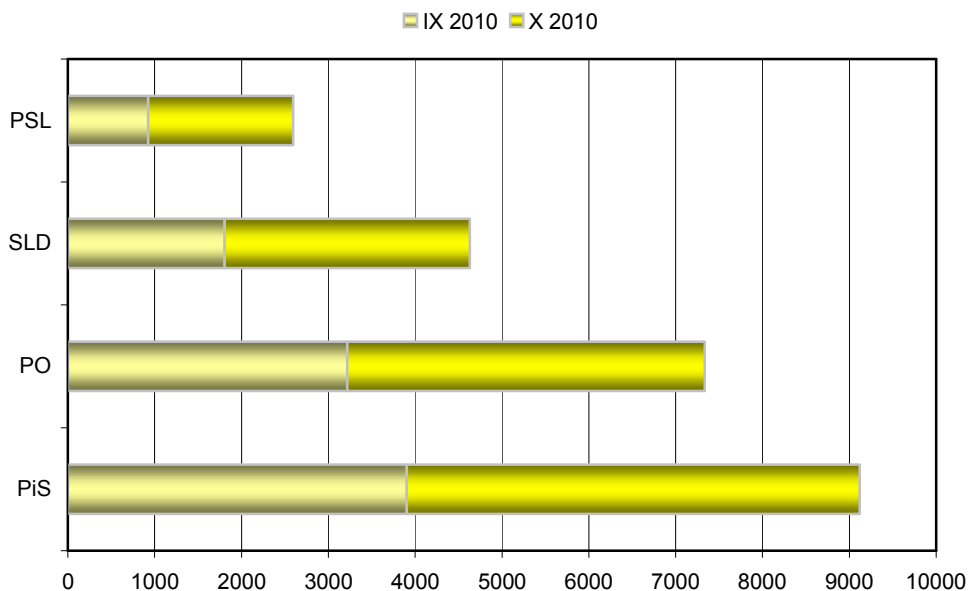


**Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji**

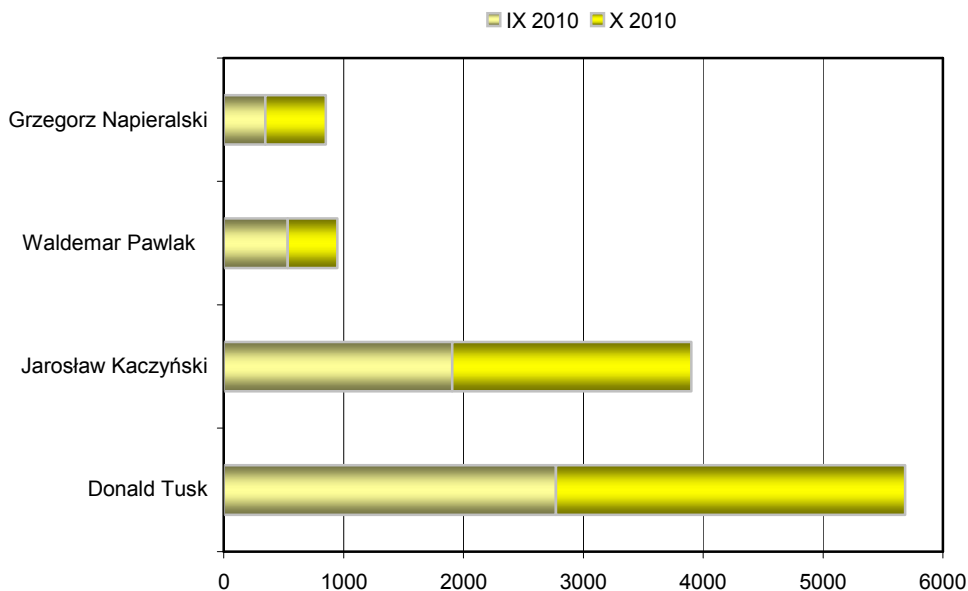


**Wykres 17. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych – październik 2010 r.**

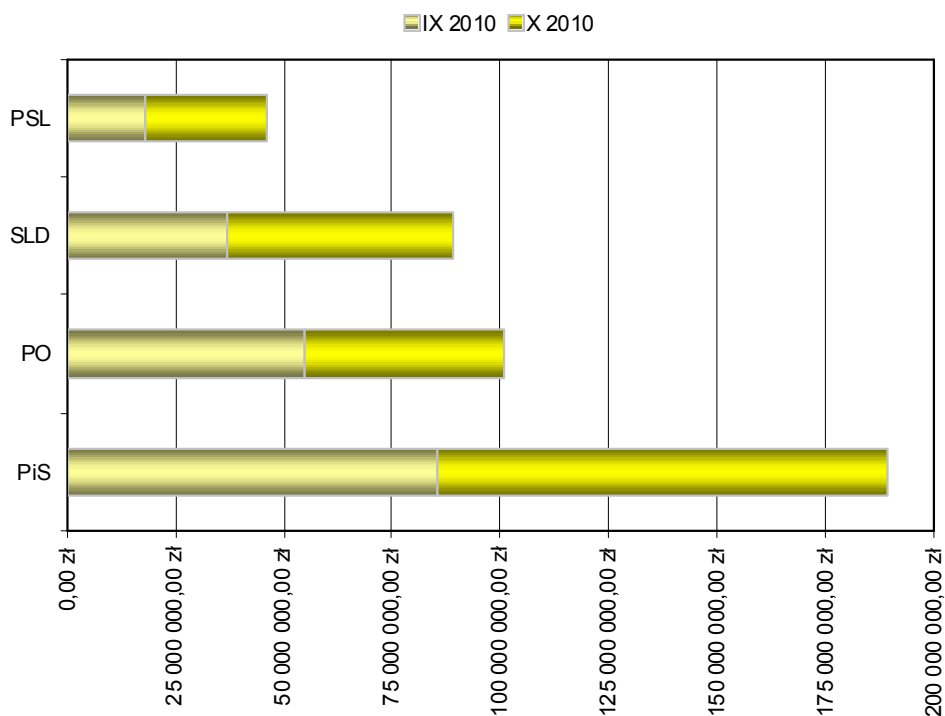
## Rozdział IV - Trendy



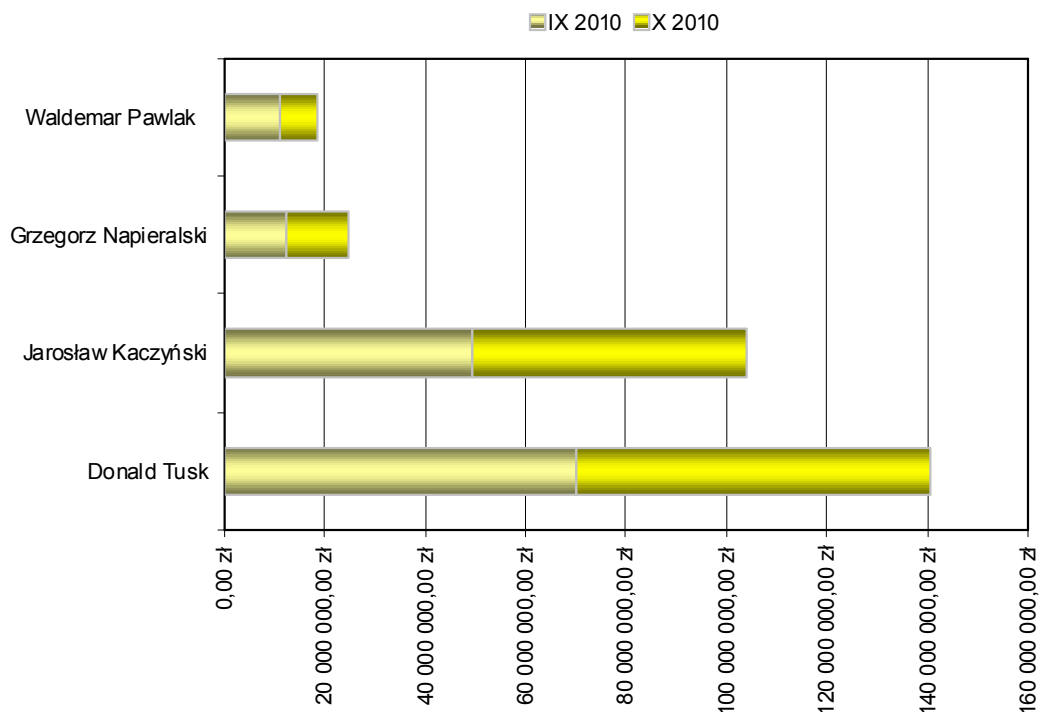
**Wykres 18. Suma publikacji prasowych na temat partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



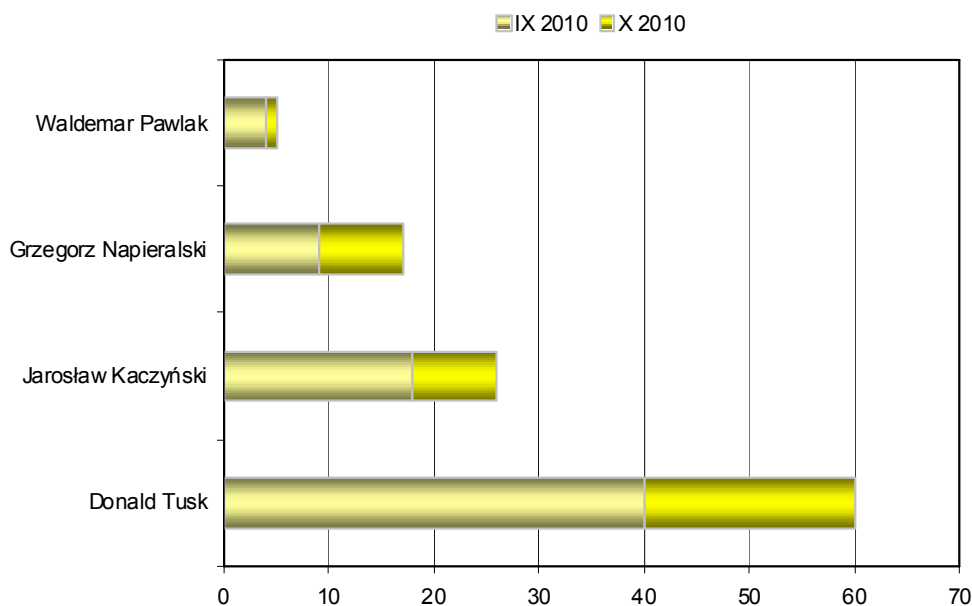
**Wykres 19. Suma publikacji prasowych na temat liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



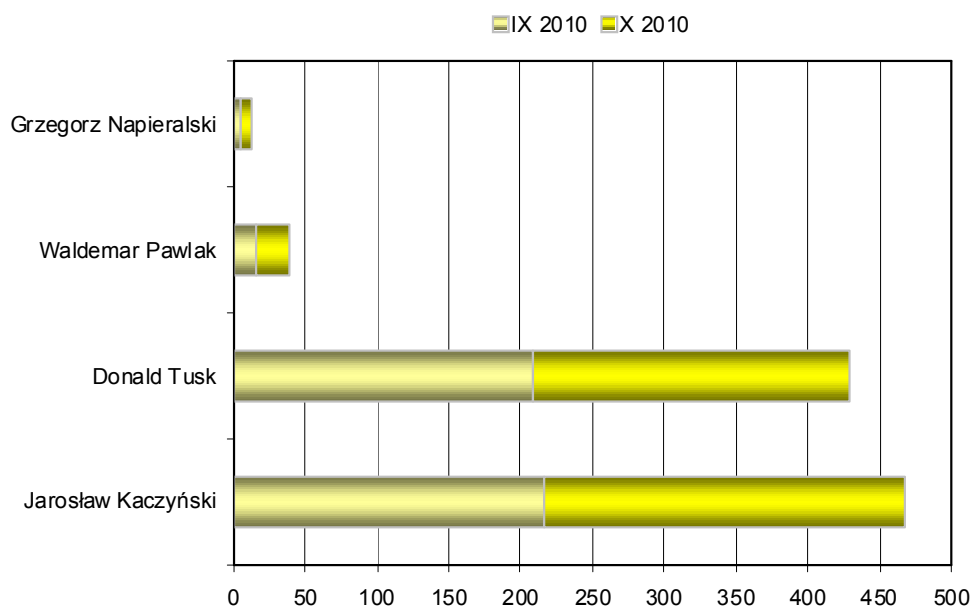
**Wykres 20. Suma ekwiwalentu reklamowego dla partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



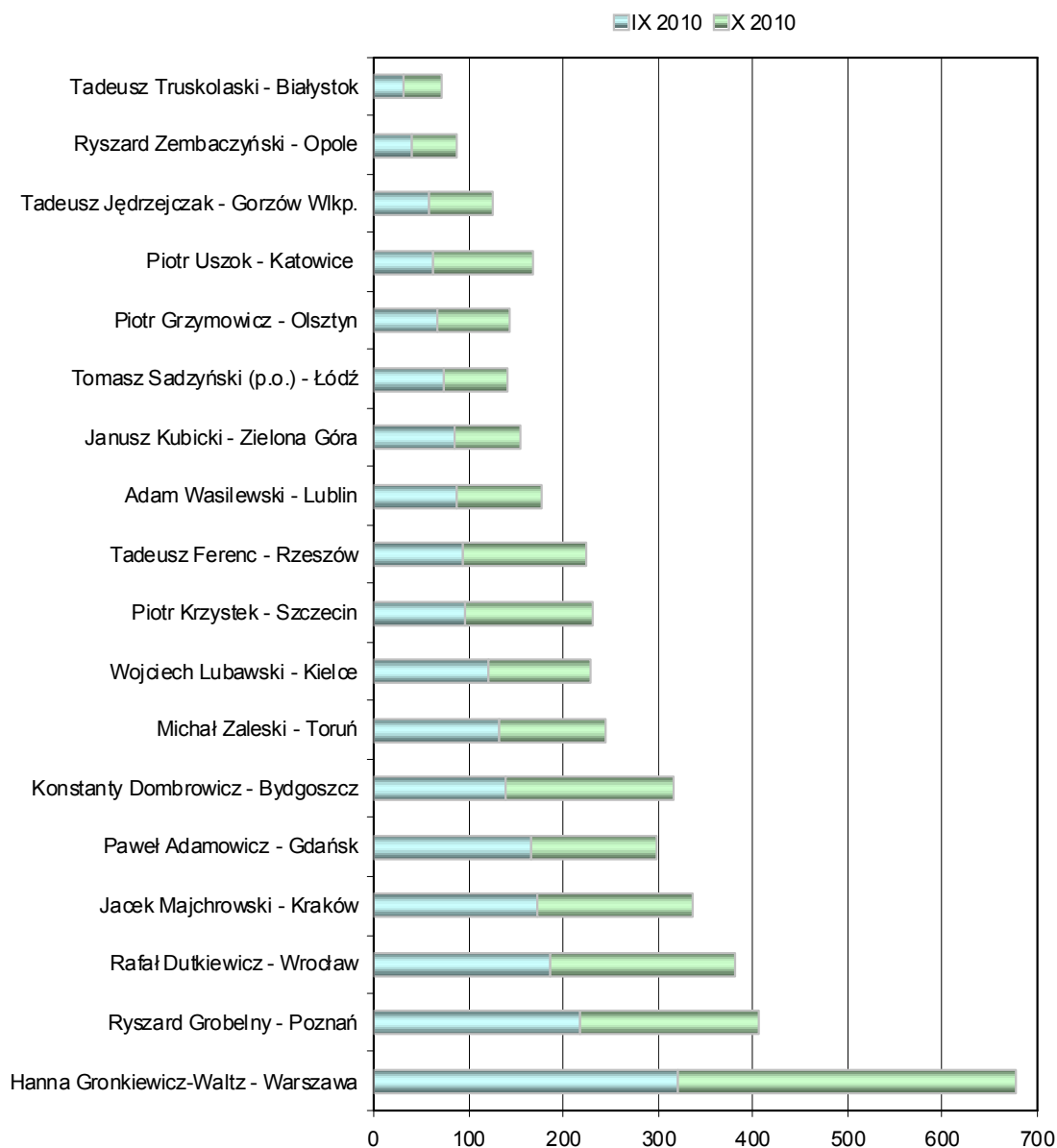
**Wykres 21. Suma ekwiwalentu reklamowego dla liderów partii politycznych w podziale na miesiące** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**Wykres 22. Suma publikacji o wydźwięku pozytywnym na temat liderów partii politycznych w najpopularniejszych dziennikach ogólnoinformacyjnych** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**Wykres 23. Suma publikacji o wydźwięku negatywnym na temat liderów partii politycznych w najpopularniejszych dziennikach ogólnoinformacyjnych** (kolejne raporty będą uzupełniane o wartości z danego miesiąca)



**Wykres 24. 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)