



**PRESS
SERVICE**
monitoring mediów

Raport prasowy
SCENA POLITYCZNA
styczeń 2012

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	4
Rozdział I - Podsumowanie	7
Rozdział II - Partie polityczne	10
Rozdział III - Liderzy partii politycznych	13

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w styczniu 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, Grzegorza Napieralskiego 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

Jedyną partią, o której w styczniu prasa pisała więcej w porównaniu do grudnia był Platforma Obywatelska. Wzrost liczby publikacji wyniósł blisko 30 proc., jednak w dużej mierze wiązał się z krytyką decyzji i planów rządu.

Rok rozpoczął się od protestów lekarzy i farmaceutów, które przyniosły wiele negatywnych komentarzy i gorzkich słów dotyczących działalności rządu. Oberwało się nie tylko obecnemu ministrowi zdrowia Bartoszowi Arłukowiczowi, ale i jego poprzedniczce – Ewie Kopacz. Tak zwany „protest pieczętkowy” był jednym z dominujących tematów pierwszej połowy stycznia. Początek roku był dla rządzących gorącym okresem, co miało swoje poważne odzwierciedlenie w mediach. Dymisję ze stanowiska wiceministra MSW złożył Adam Rapacki. Do poważnego konfliktu doszło na linii prokuratura cywilna a wojskowa.

Platforma w negatywnym kontekście wymieniana była przy okazji problemów w szkolnictwie. Nie bez echa przeszły plany likwidacji i łączenia szkół. Istotnym tematem, który przybierał na sile, okazało się podwyższenie i zrównanie wieku emerytalnego. Swoje niezadowolenie manifestowali też kierowcy i internauci. Pierwsi żądali wpłynięcia na obniżenie cen paliw. Drudzy protestowali przeciwko ratyfikacji przez Polskę porozumienia ACTA. W prasie wiele publikacji opisywało lub wzmiankowało temat ataków hakerskich na strony rządowe, a także demonstracji ulicznych. To właśnie ACTA zdominowała przekaz medialny w końcówce stycznia.

W pierwszym miesiącu 2012 roku partia rządząca zyskała rozgłos również dzięki zapowiedzi premiera Donalda Tuska, że Polska w dłuższej perspektywie czasowej przystąpi do strefy euro, o ile wspólna waluta przetrwa kryzys. Mimo prawie 30-procentowego wzrostu liczby publikacji to jednak Prawo i Sprawiedliwość utrzymało się na pozycji najbardziej medialnej partii politycznej. O PiS-ie w styczniu napisano aż o 11 proc. publikacji mniej aniżeli w lutym, ale nie przeszkodziło to ugrupowaniu utrzymać przewagi. Łącznie w 1100 tytułach prasowych znalazło się 3149 tekstów dotyczących PiS-u i 3050 Platformy.

Partie opozycyjne wykorzystywały niekomfortowe dla rządu wydarzenia do recenzowania i krytykowania premiera oraz ministrów, zajmując najczęściej dokładnie przeciwstawne pozycje. Tak było przy okazji ACTA, protestów lekarzy czy problemów w szkolnictwie.

W połowie stycznia media obiegła informacja o podważeniu jednej z kluczowych tez raportów MAK i Komisji Millera w sprawie katastrofy smoleńskiej. Biegli ustalili, że głos przypisywany dotychczas generałowi Andrzejowi Błasikowi, należał w rzeczywistości do

drugiego pilota – majora Roberta Grzywny. Temat nie schodził z czołówek przez kilka dni. Dziennikarze informowali o ustaleniach w tej sprawie, cytowali wypowiedzi polityków, a także wdowy – Ewy Błasik, która skonstatowała całość stwierdzeniem o „wielkim zwycięstwie prawdy”. Media próbowały ustalić również, kto odpowiada za rozpoznanie w pierwszej analizie głosu i przypisanie go gen. Błasikowi. Na temat kolejnych doniesień i informacji w dużej mierze wypowiadali się politycy PiS-u, częstokroć krytykując dotychczasowe działania w kierunku wyjaśnienia przyczyn katastrofy.

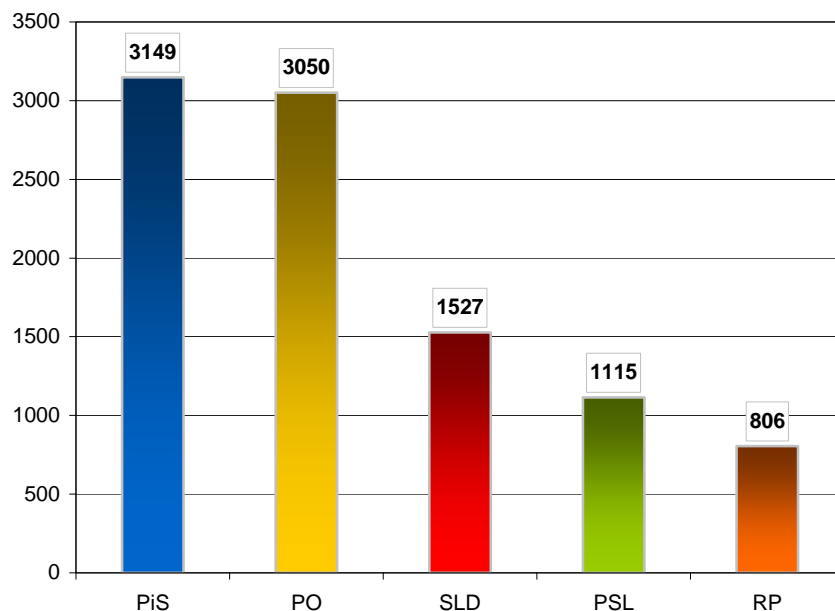
Na dalszych miejscach pod względem medialności znalazł się SLD i PSL, a ostatnie miejsce wśród ugrupowań posiadających reprezentację w parlamencie zajął Ruch Palikota. Należy jednak podkreślić, że prasa pisała niemal dokładnie dwukrotnie mniej o SLD niż o wyprzedzającej go PO. Zsumowanie wyników PiS-u oraz PO i porównanie go z sumą publikacji o pozostałych trzech partiach, wyraźnie pokazuje, że przekaz jest mocno zdominowany informacjami o dwóch głównych partiach.

Jeżeli chodzi o liderów politycznych – tutaj sytuacja jest nieco inna i warto podkreślić, że w ostatnich tygodniach mocno się zmieniła. Nieustannie prowadzi premier, ale po kampanii wyborczej wyraźniej mniej aktywny jest Jarosław Kaczyński, przez co jego strata w stosunku do prowadzącego powiększyła się do niespotykanych dotąd rozmiarów. W styczniu Tusk pojawił się w 2,7 tys. tekstów, a Kaczyński w 0,8 tys., czyli niemal w tylu, w ilu trzeci Janusz Palikot (różnica dokładnie dwóch publikacji).

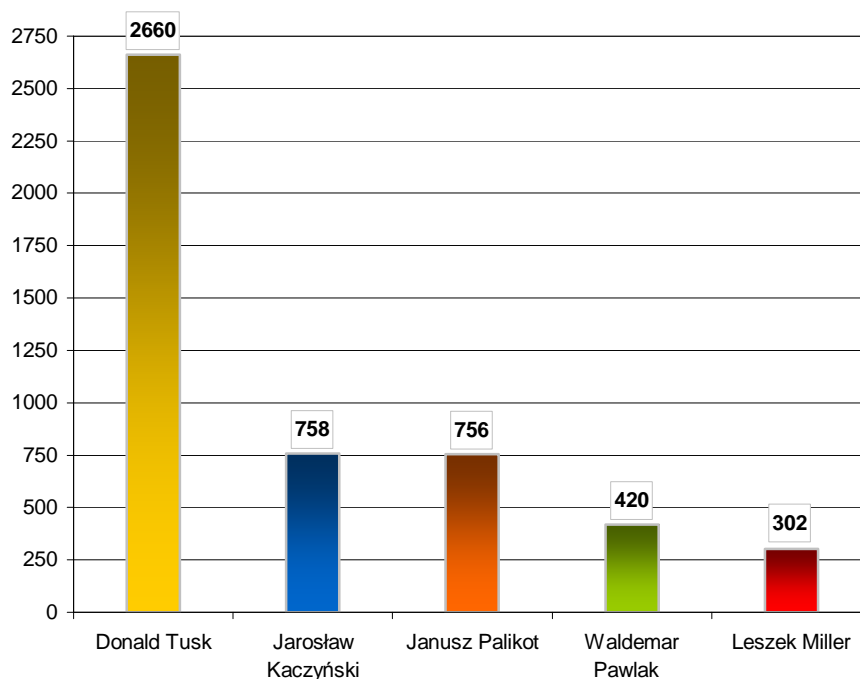
Medialność Kaczyńskiego spadła w prasie prawie o jedną trzecią. Wynika to ze spadku jego aktywności i zmniejszonej liczby wypowiedzi dla dziennikarzy. Liczba publikacji na temat Tuska utrzymała się praktycznie na takim samym poziomie, z kolei poważny wzrost zanotował Waldemar Pawlak. Nazwisko wicepremiera wystąpiło w prawie o 21 proc. tekstów więcej. Spadło zainteresowanie liderem SLD – Leszkiem Millerem. Należy jednak wziąć pod uwagę, że miesiącem odniesienia był ten, w którym został wybrany na nowego przewodniczącego partii.

Najbardziej krytykowanym liderem politycznym w styczniu był Janusz Palikot. Negatywne publikacje stanowiły 43 proc. (biorąc pod uwagę same dzienniki ogólnopolskie), czyli o jeden procent więcej aniżeli w przypadku Donalda Tuska (42 proc.). Trzecie miejsce należało do Leszka Millera (33 proc.), a czwarte do Waldemara Pawlaka (22 proc.). Co ciekawe, najmniej krytykowanym spośród liderów partii parlamentarnych był Jarosław Kaczyński – tylko co piąta negatywna publikacja. To pierwszy taki wynik Kaczyńskiego od początku prowadzenia badania (wrzesień 2010 r.).

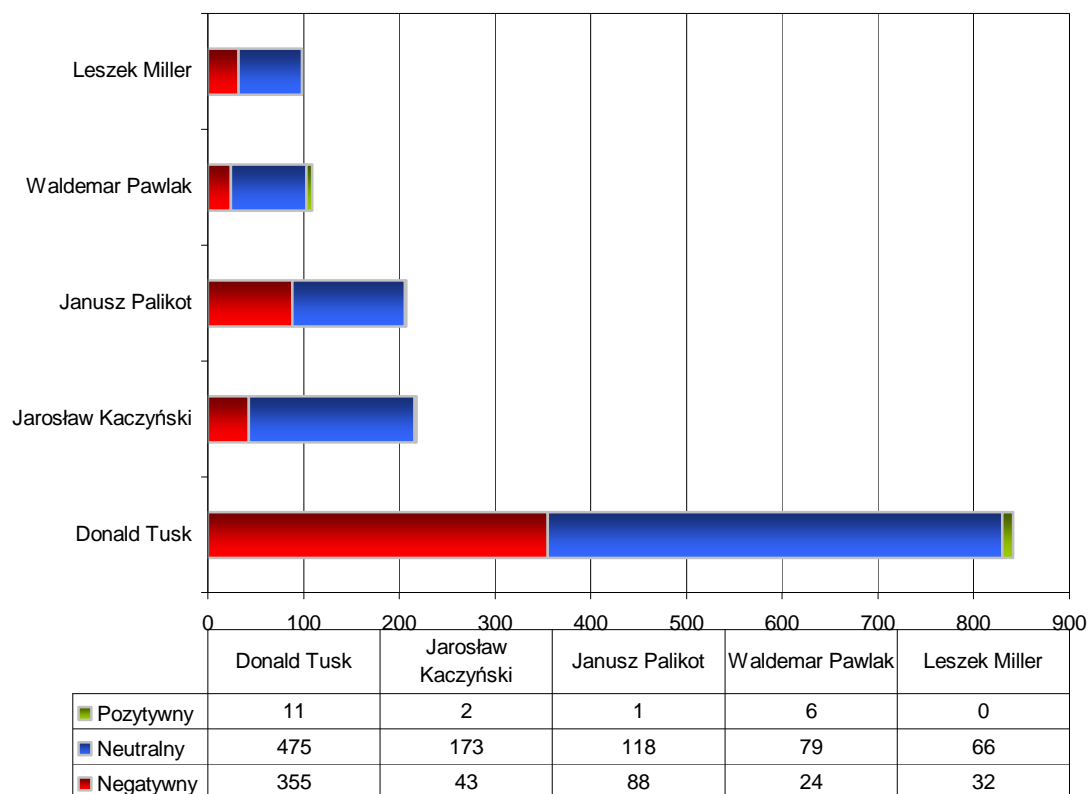
Rozdział I - Podsumowanie



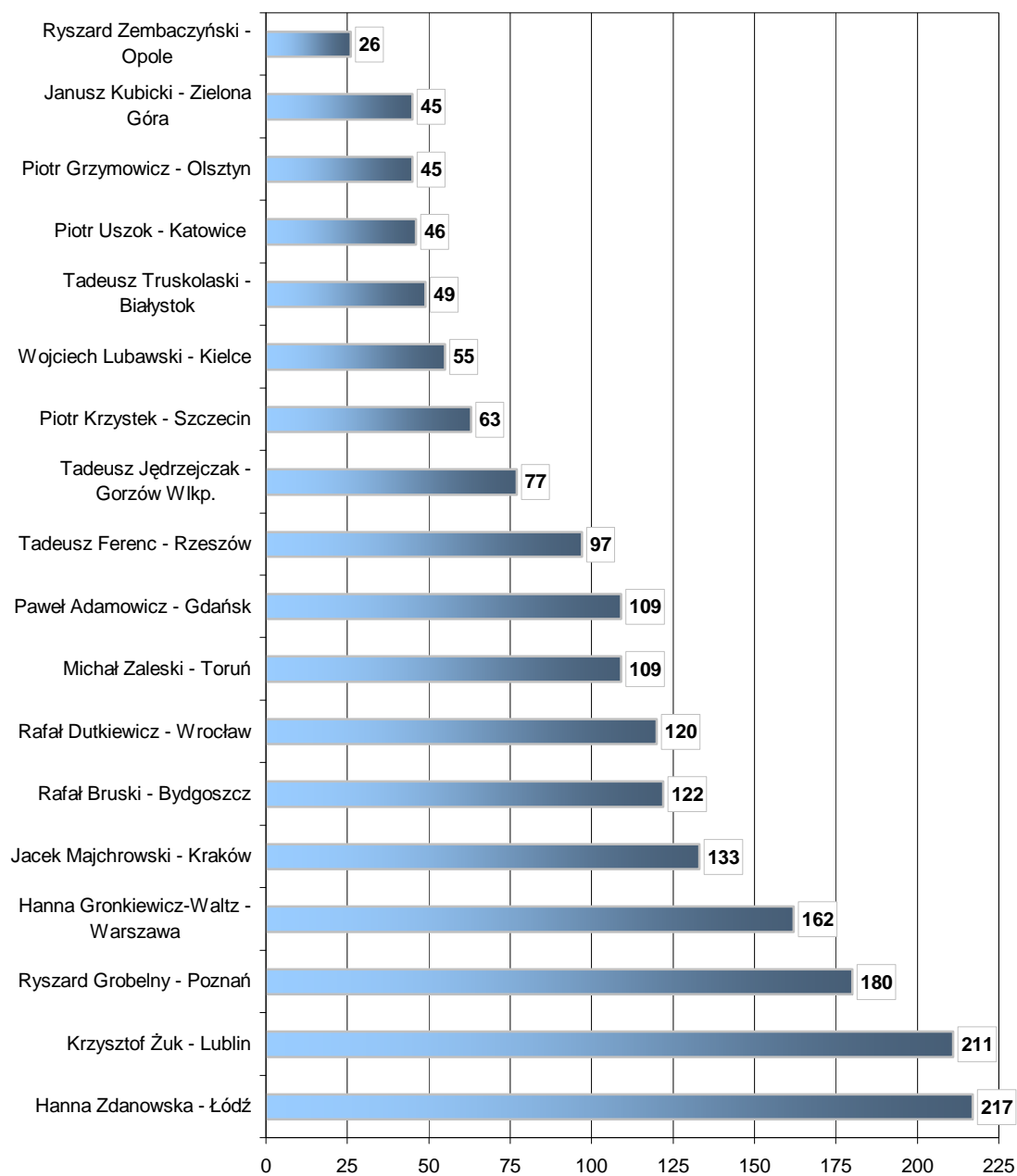
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne w styczniu 2012 r.



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

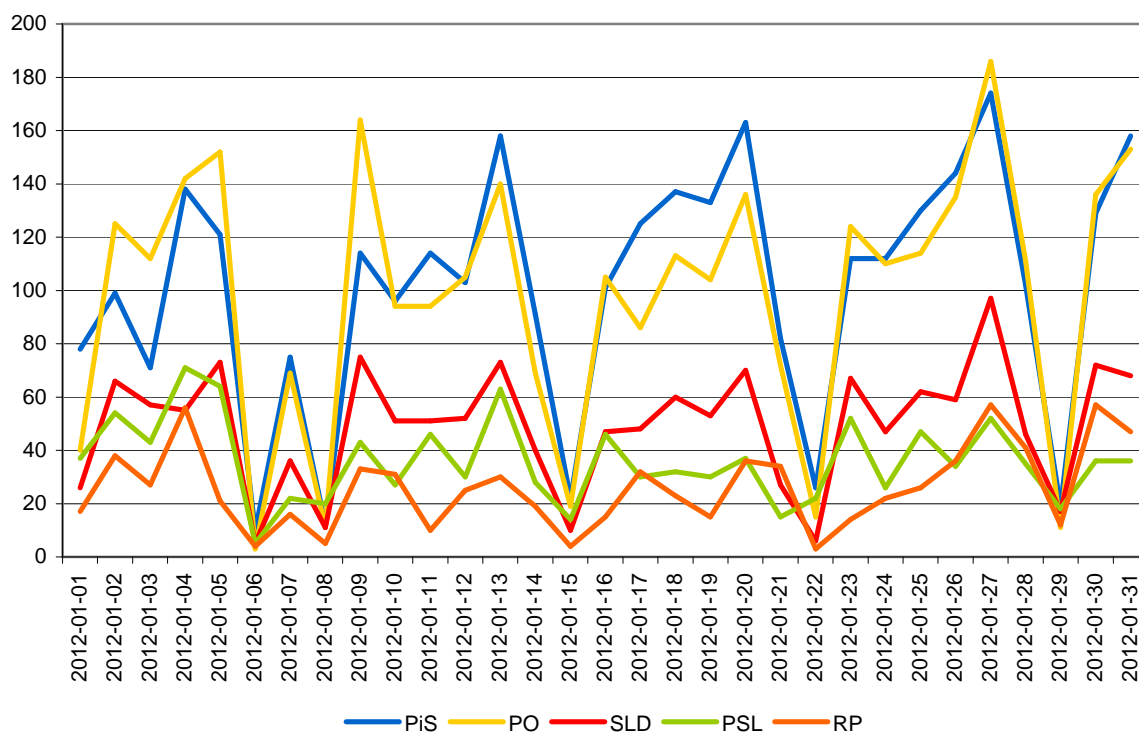


Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku

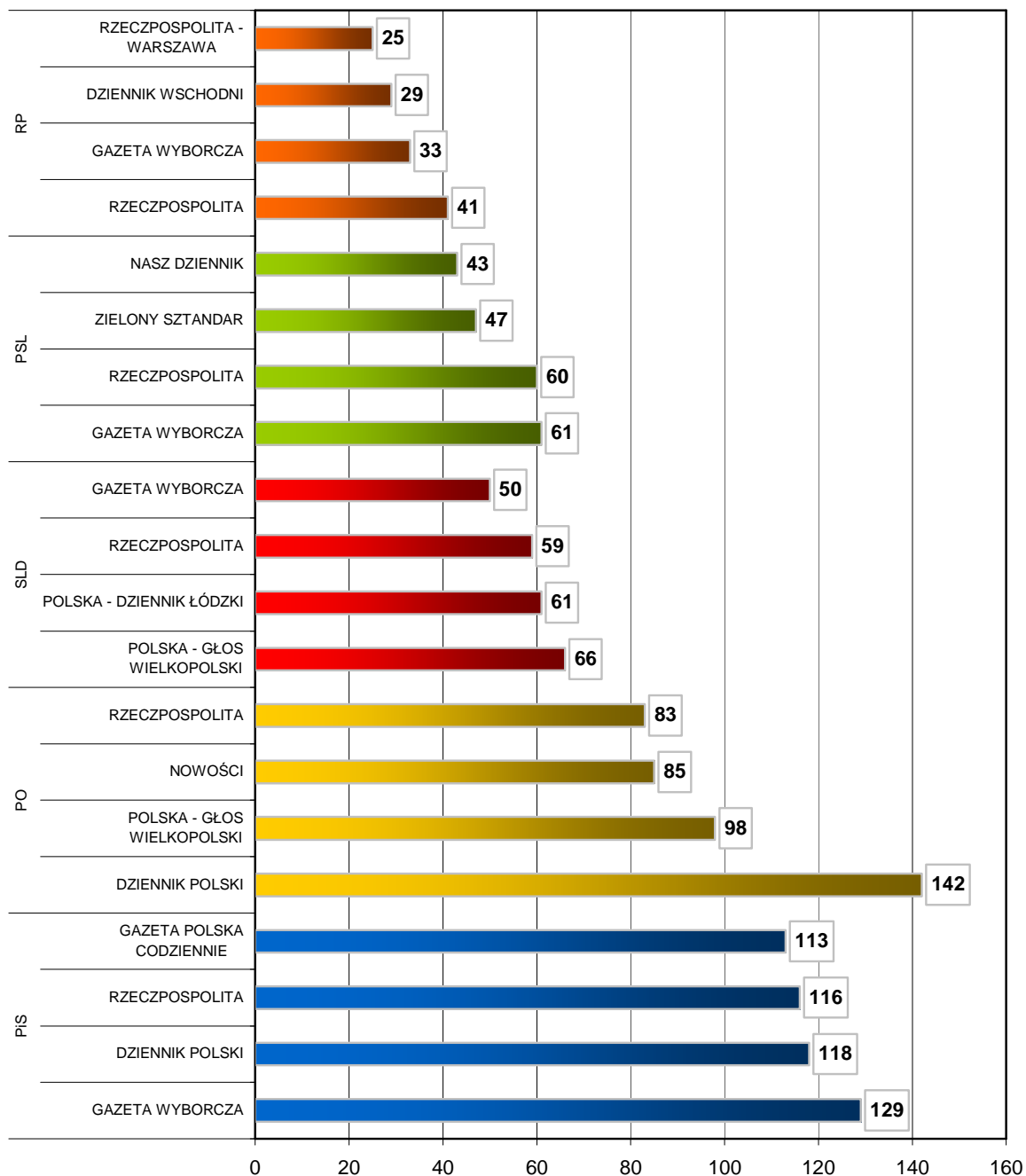


Wykres 4. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich

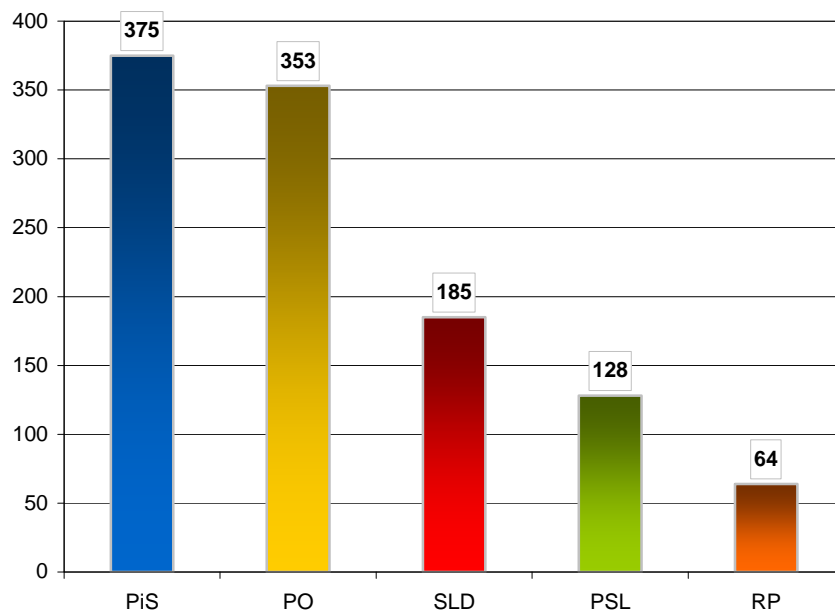
Rozdział II - Partie polityczne



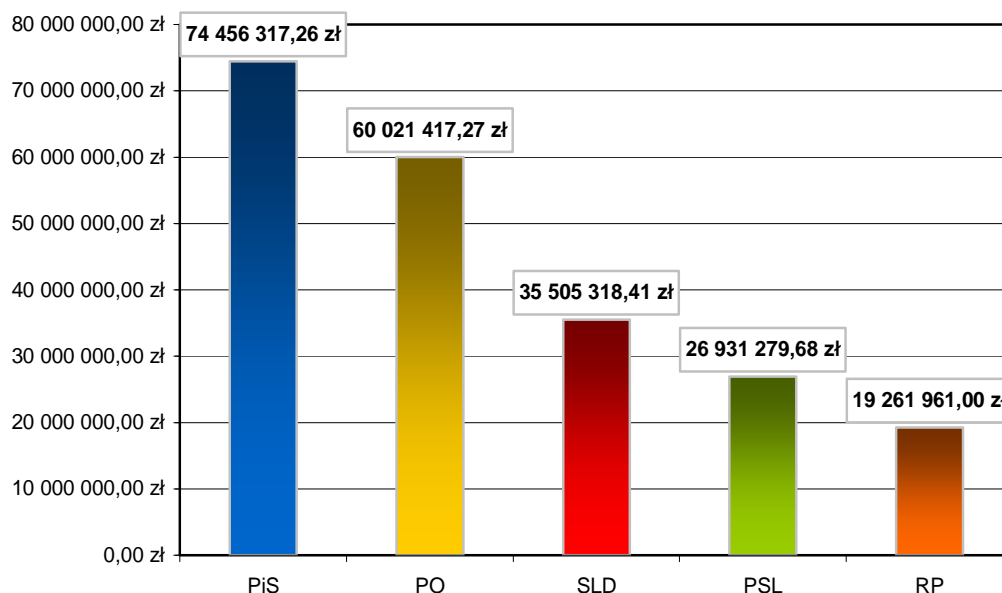
Wykres 5. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych



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

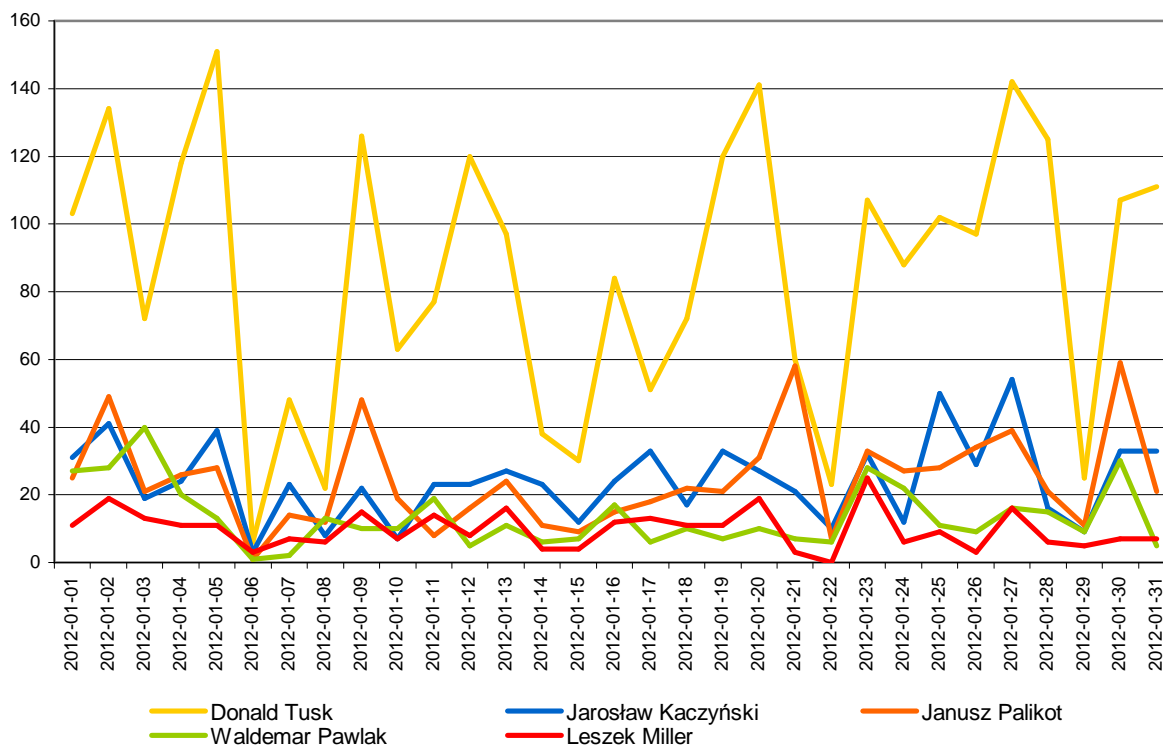


Wykres 7. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych

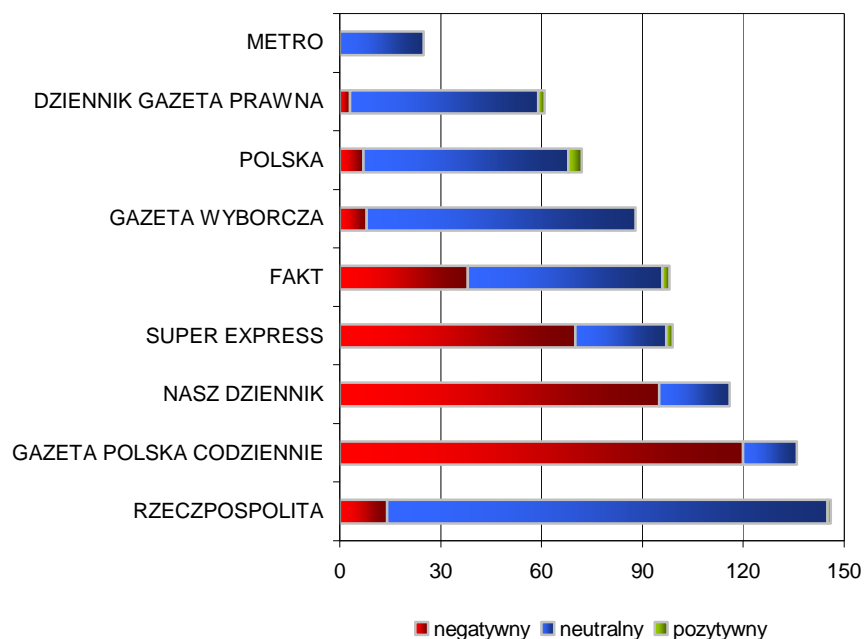


Wykres 8. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – styczeń 2012 r.

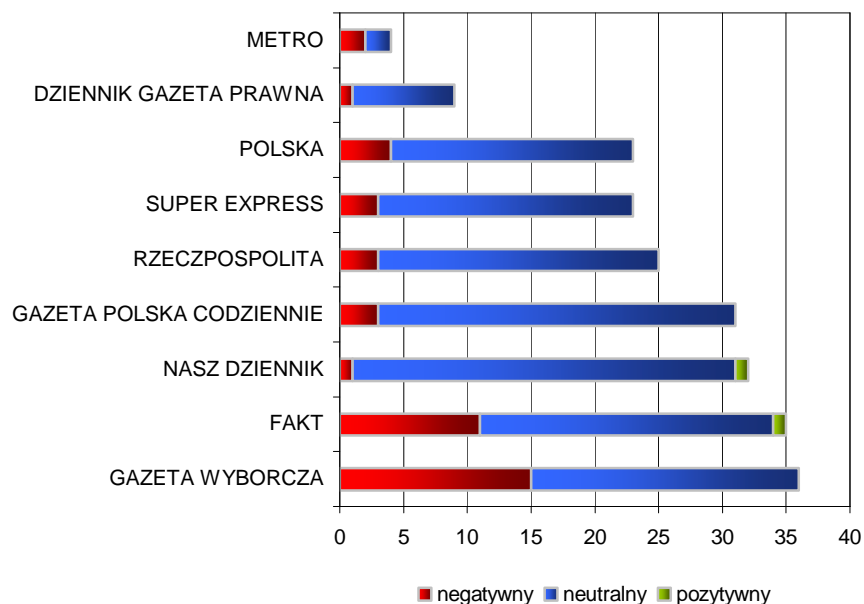
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



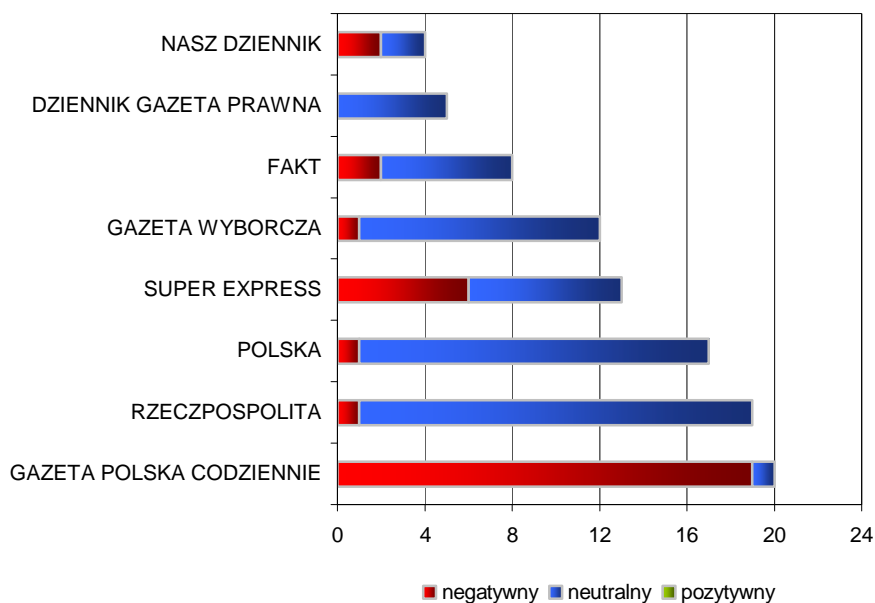
Wykres 9. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych



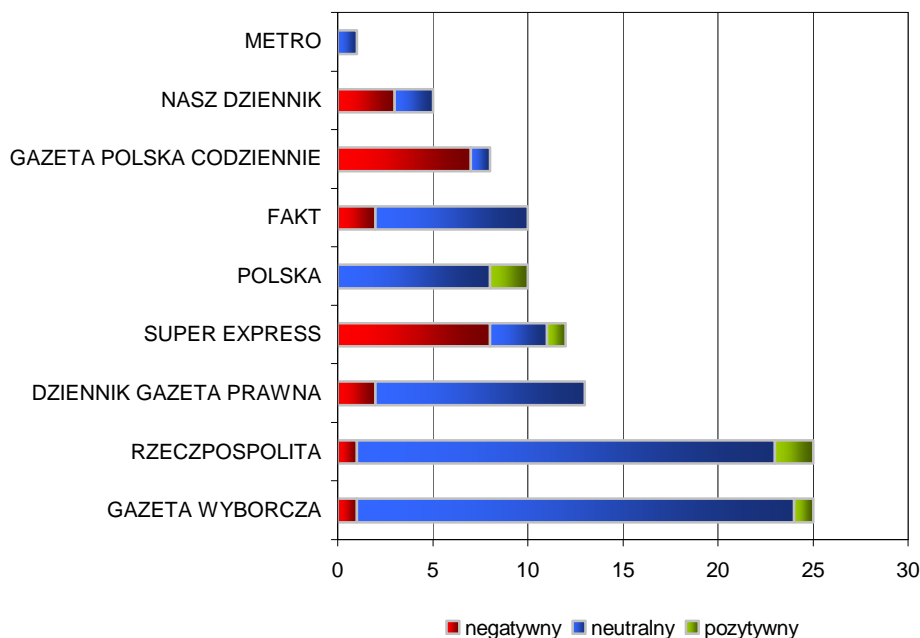
Wykres 10. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



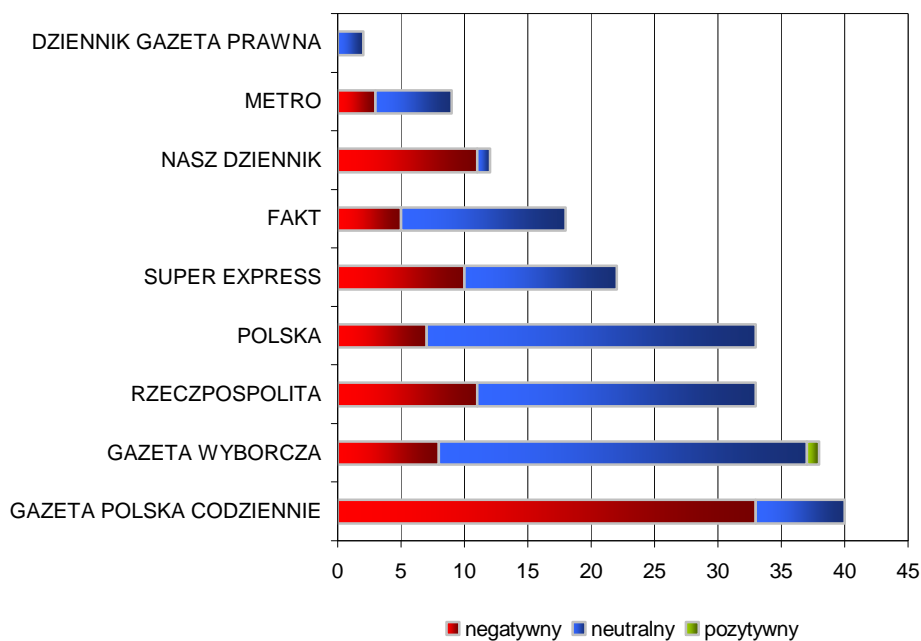
Wykres 11. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



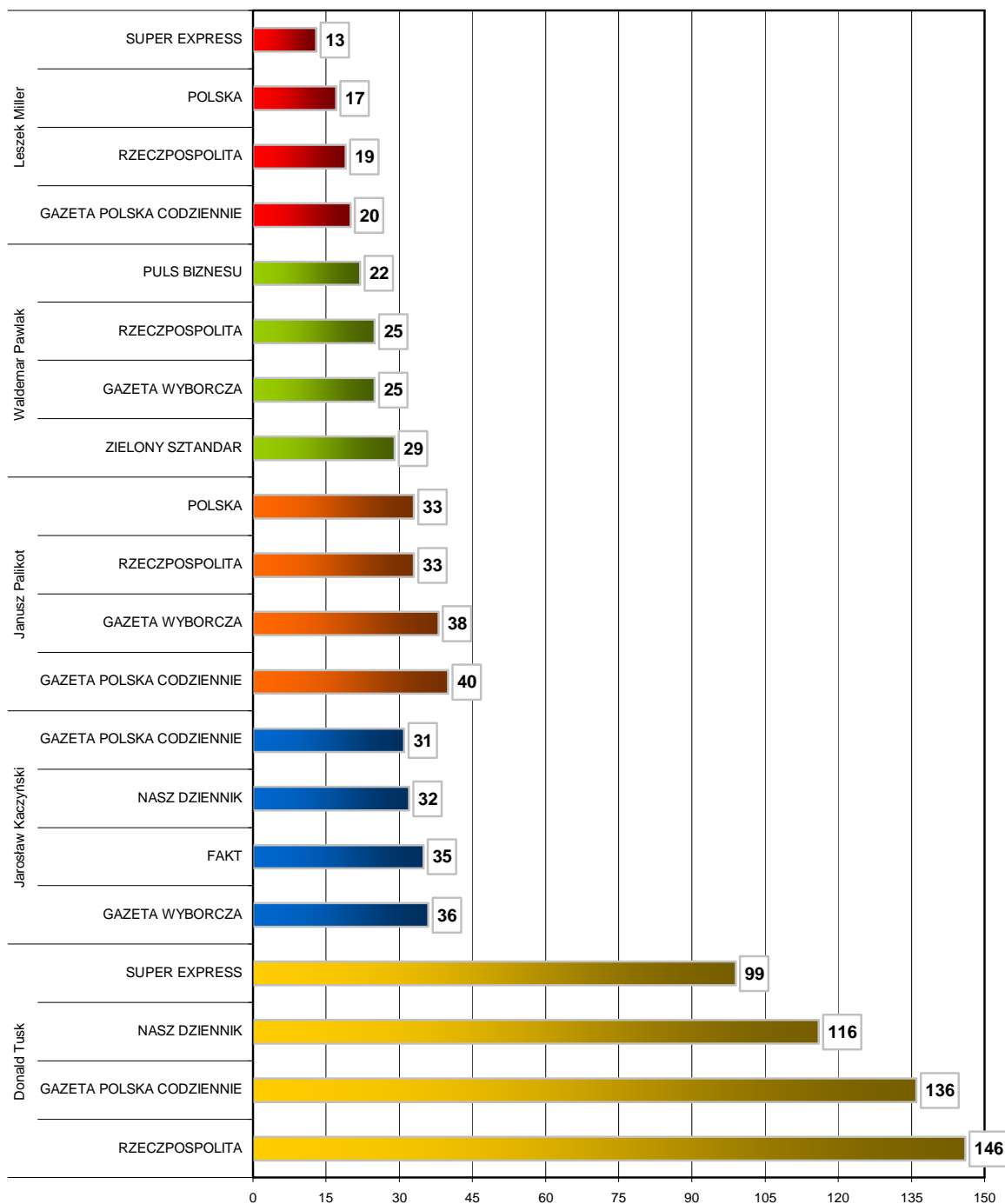
Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



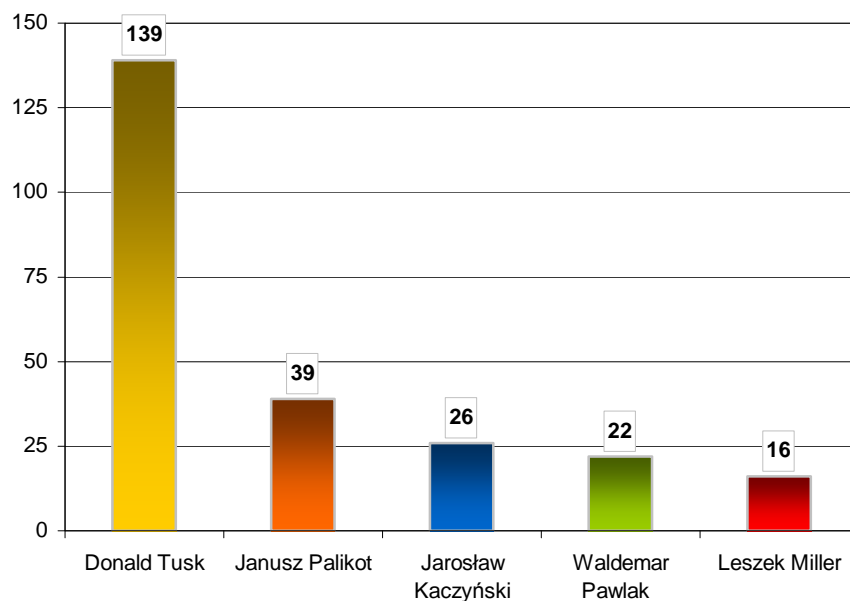
Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Waldemar Pawlak z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



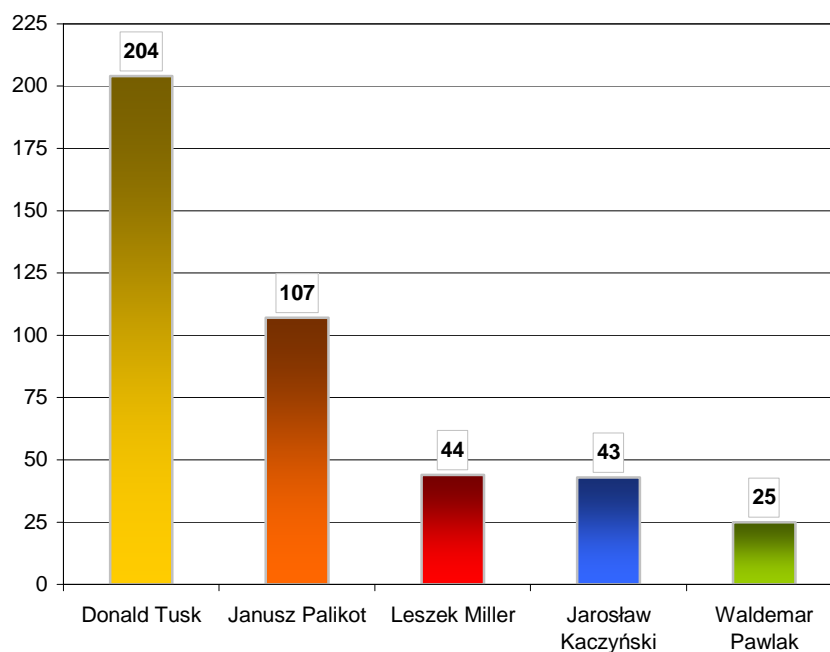
Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



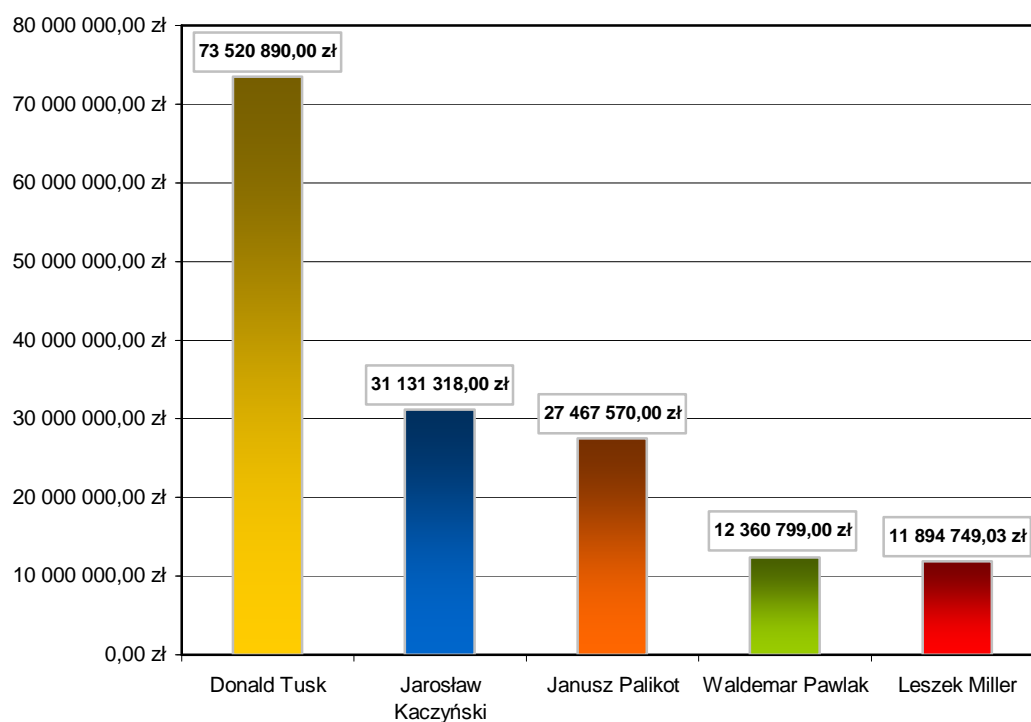
Wykres 15. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów)



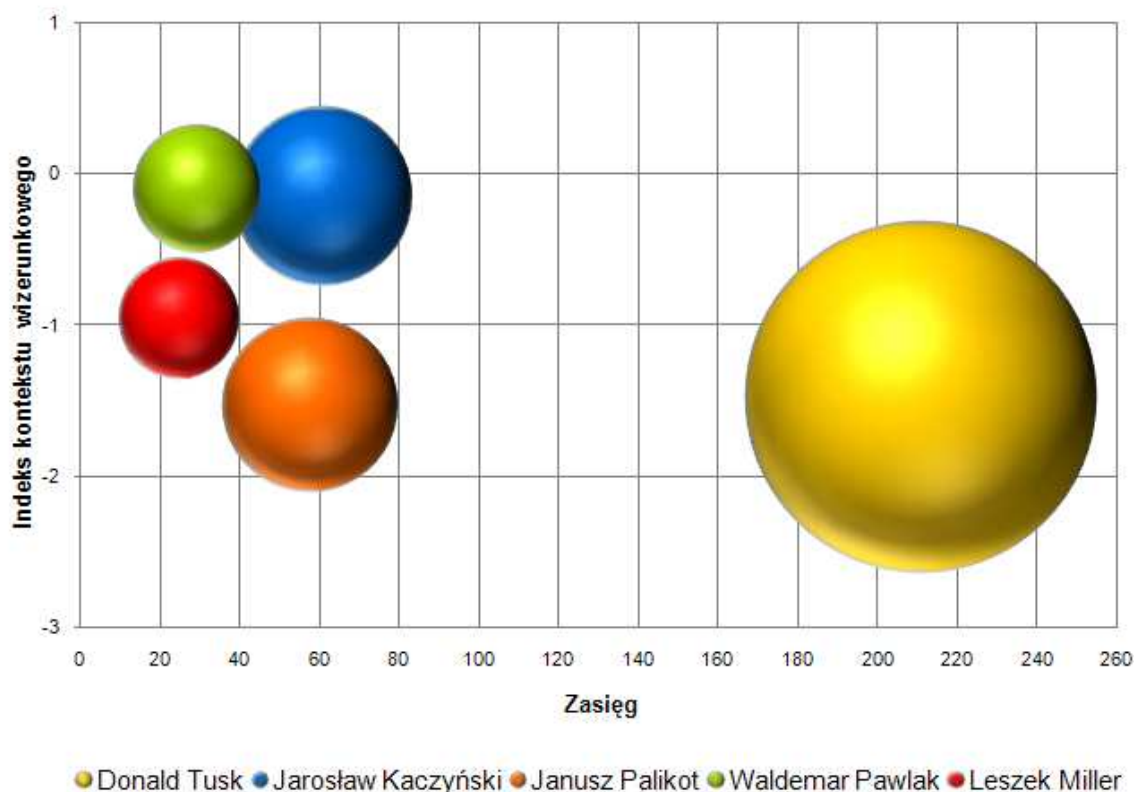
Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych



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