



Raport prasowy

# SCENA POLITYCZNA

styczeń 2014

## Spis treści

<b>Wstęp .....</b>	<b>3</b>
<b>Komentarz .....</b>	<b>4</b>
<b>Rozdział I - Podsumowanie .....</b>	<b>6</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 styczniu 2014 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, a także mediów społecznościowych.

Analiza medialna objęła sześć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL, Twój Ruch 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 1100 tytułów).

**Raport składa się z trzech podstawowych części:**

**▣ Rozdział I - Podsumowanie**

Podsumowanie informacji na temat sześciu 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 medialnie nadal przed Platformą

Wszystkie partie polityczne w styczniu odnotowały wzrost liczby publikacji na swój temat w prasie. Po raz ostatni taka sytuacja zdarzyła się po wakacjach. Analitycy zaobserwowali 10-proc. wzrost materiałów dotyczących partii - najwyższy od sierpnia – i 11-proc. wśród liderów politycznych. Najlepszy wynik pod tym względem osiągnęły Solidarna Polska, o której pisano aż o 52 proc. więcej i PSL – o 48 proc.

Pozycję najbardziej medialnej partii umocniło Prawo i Sprawiedliwość, które przed miesiącem wyprzedziło Platformę Obywatelską. Tym razem obie partie odnotowały wzrost, ale w przypadku PiS był on nieco większy. Łącznie o PiS ukazało się 3,4 tys. publikacji, a o PO 3,1 tys. Trzecie miejsce zachował Sojusz Lewicy Demokratycznej – 1,9 tys. publikacji. Na dalszych pozycjach uplasowały się kolejno PSL, Twój Ruch i Solidarna Polska.

### Kaczyński pod prąd

Wśród polityków swoją aktywność medialną zwiększyli wszyscy z wyjątkiem Jarosława Kaczyńskiego. Ten ostatni odnotował o 17 proc. publikacji mniej. Tak poważny spadek związany jest z wysoką grudniową bazą, gdy Kaczyński miał jeden ze swoich najlepszych wyników ubiegłego roku. Pozostali liderzy cieszyli się większym zainteresowaniem dziennikarzy. Relatywnie najbardziej do góry poszła liczba publikacji dotyczących Piechocińskiego – aż o 82 proc. Poważne wzrosty dotyczyły także Zbigniewa Ziobry (35 proc.) i Leszka Millera (26 proc.).

Mimo tego przewodzi w dalszym ciągu premier. Donald Tusk utrzymuje zdecydowaną przewagę nad pozostałymi politykami. Jest to ściśle związane z pełnioną przez niego funkcją publiczną. Jednak tak duży wolumen publikacji wiąże się również z wysokim odsetkiem publikacji negatywnych. Zauważalna jest bowiem niepisana reguła, że wraz ze wzrostem zainteresowania dziennikarzy politykiem, rośnie odsetek publikacji negatywnych na jego temat.

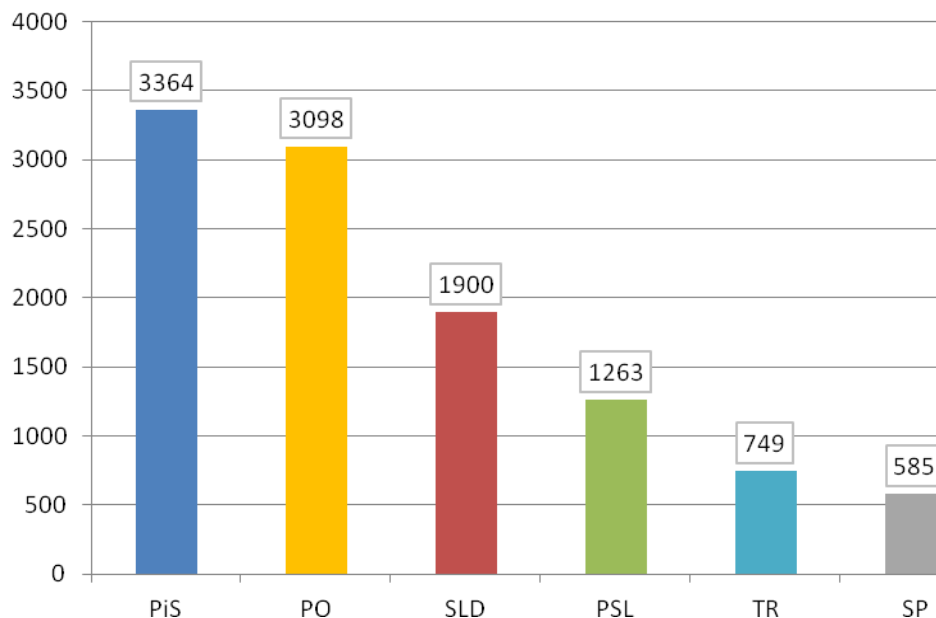
W tym przypadku jest podobnie, choć Tusk w styczniu uplasował się za Januszem Palikotem w zestawieniu najbardziej krytykowanych liderów politycznych w Polsce. Klasyfikacja ta obejmuje jednak tylko materiały zamieszczane w dziennikach ogólnopolskich. 25 proc. tekstów traktujących o Palikocie miała negatywny wpływ na jego wizerunek. Z kolei w przypadku Tuska odsetek ten wyniósł 24 proc. – o cztery

punkty procentowe mniej niż w grudniu. Palikot wrócił na pierwszą pozycję po pięciomiesięcznej przerwie.

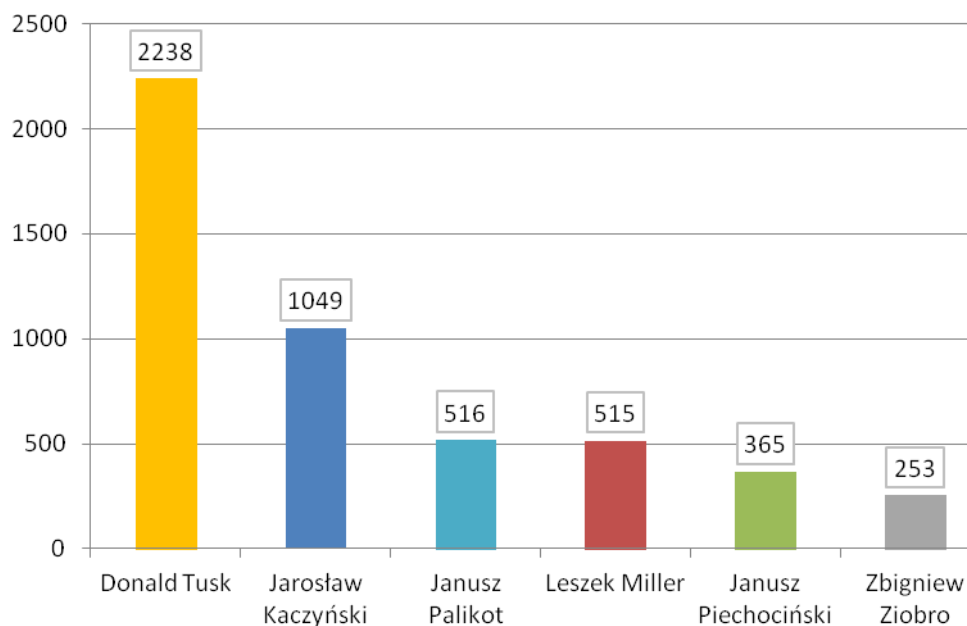
### **Opanowali też social media**

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów po raz pierwszy przygotował także ranking częstotliwości występowania nazwisk polityków w mediach społecznościowych. Tutaj również pierwszą pozycję uzyskał Donald Tusk, przed Jarosławem Kaczyńskim i Januszem Palikotem. Liczby postów robią jednak wrażenie. Premier w publicznych wpisach wystąpił ponad 10 tys. razy - a są to dane za 31 dni stycznia. W statystykę nie wliczają się informacje opublikowane tylko dla znajomych. W social media Tusk miał mniejszą przewagę nad Kaczyńskim niż w prasie. Również Palikot bardziej uciekł Millerowi. Na piątym i szóstym miejscu znaleźli się odpowiednio Piechociński i Ziobro.

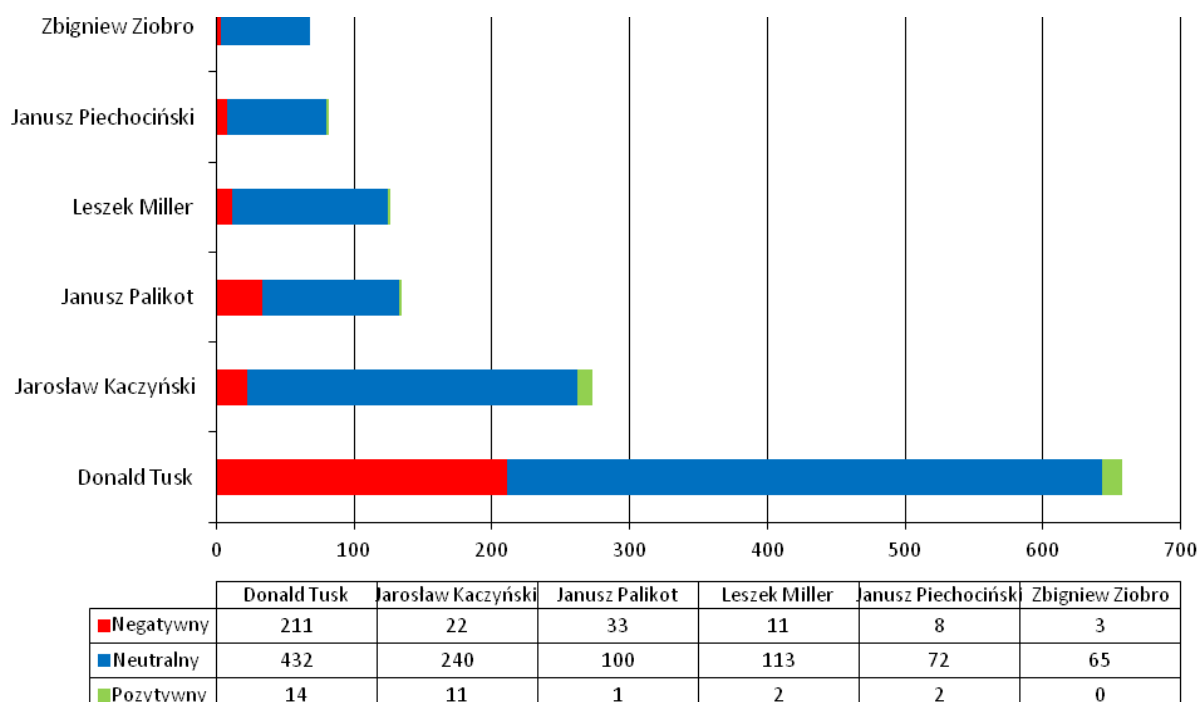
## Rozdział I - Podsumowanie



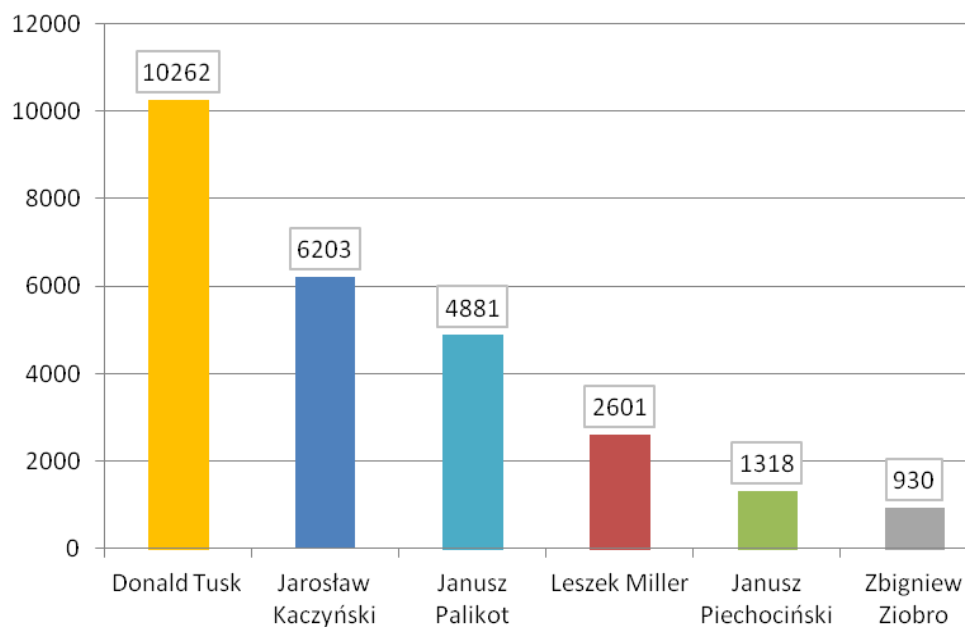
**Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne - styczeń 2014 r.**



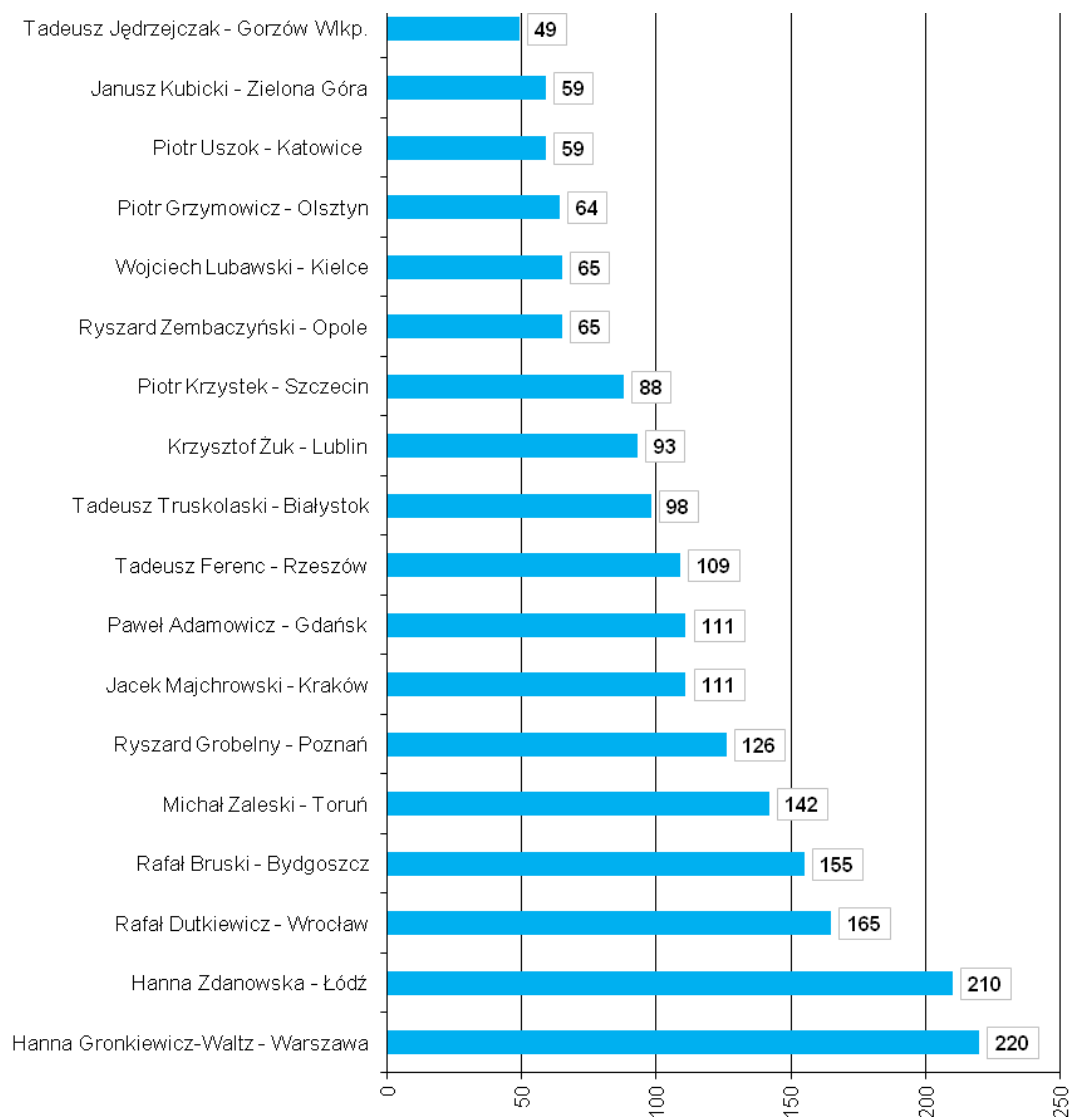
**Wykres 2. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - styczeń 2014 r.**



**Wykres 3. Liczba przekazów medialnych w gazetach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – styczeń 2014 r.**

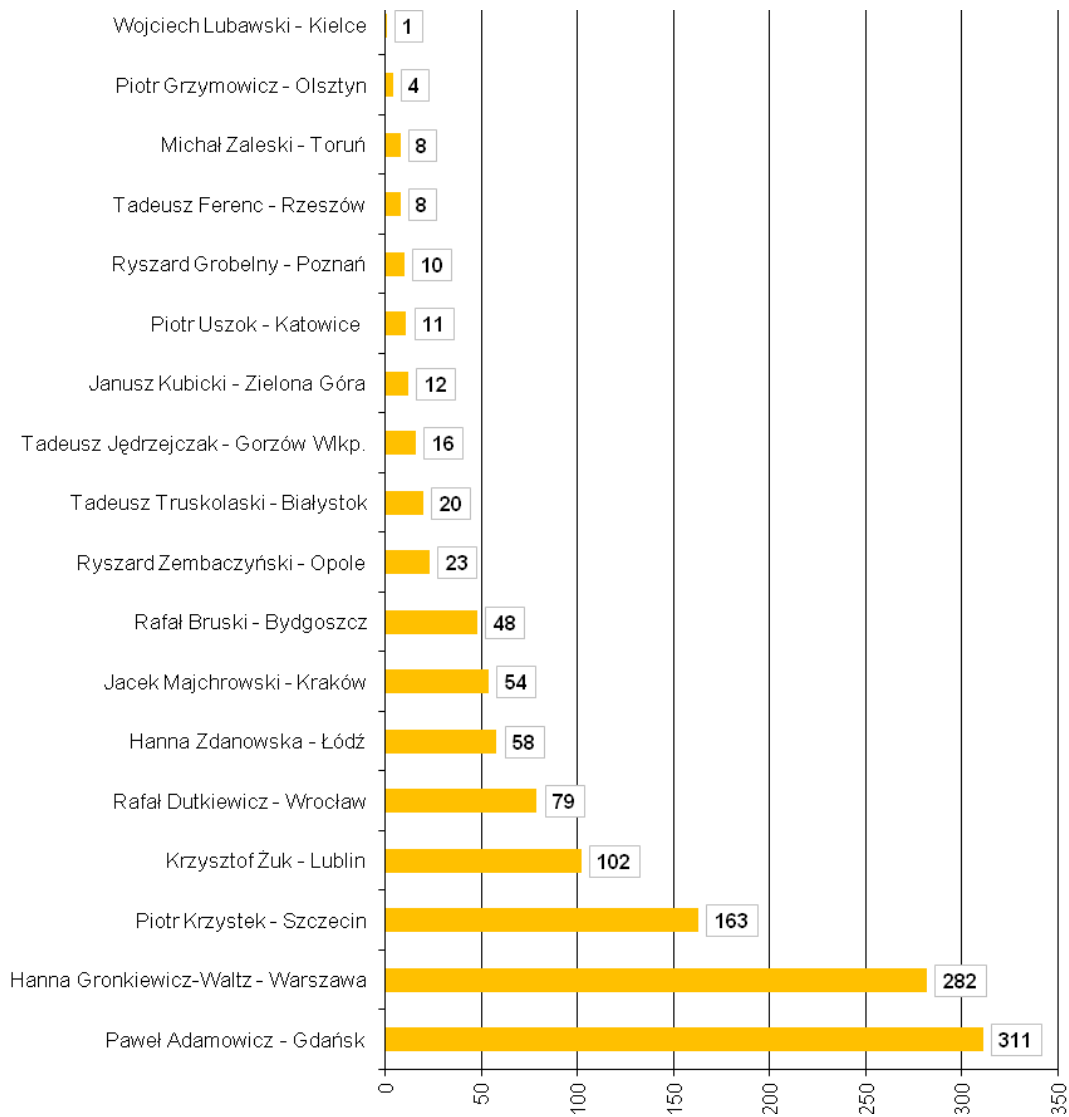


**Wykres 4. Liczba publikacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - styczeń 2014 r.**



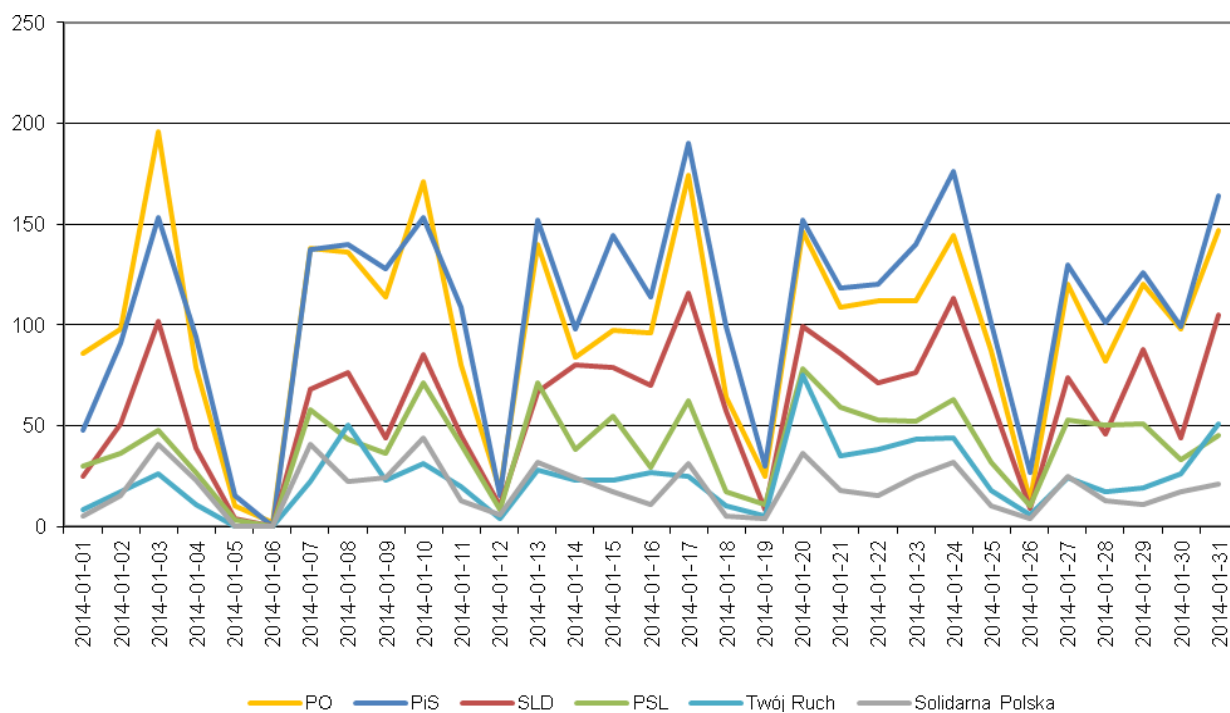
**Wykres 5. Liczba publikacji, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich – styczeń 2014 r.**



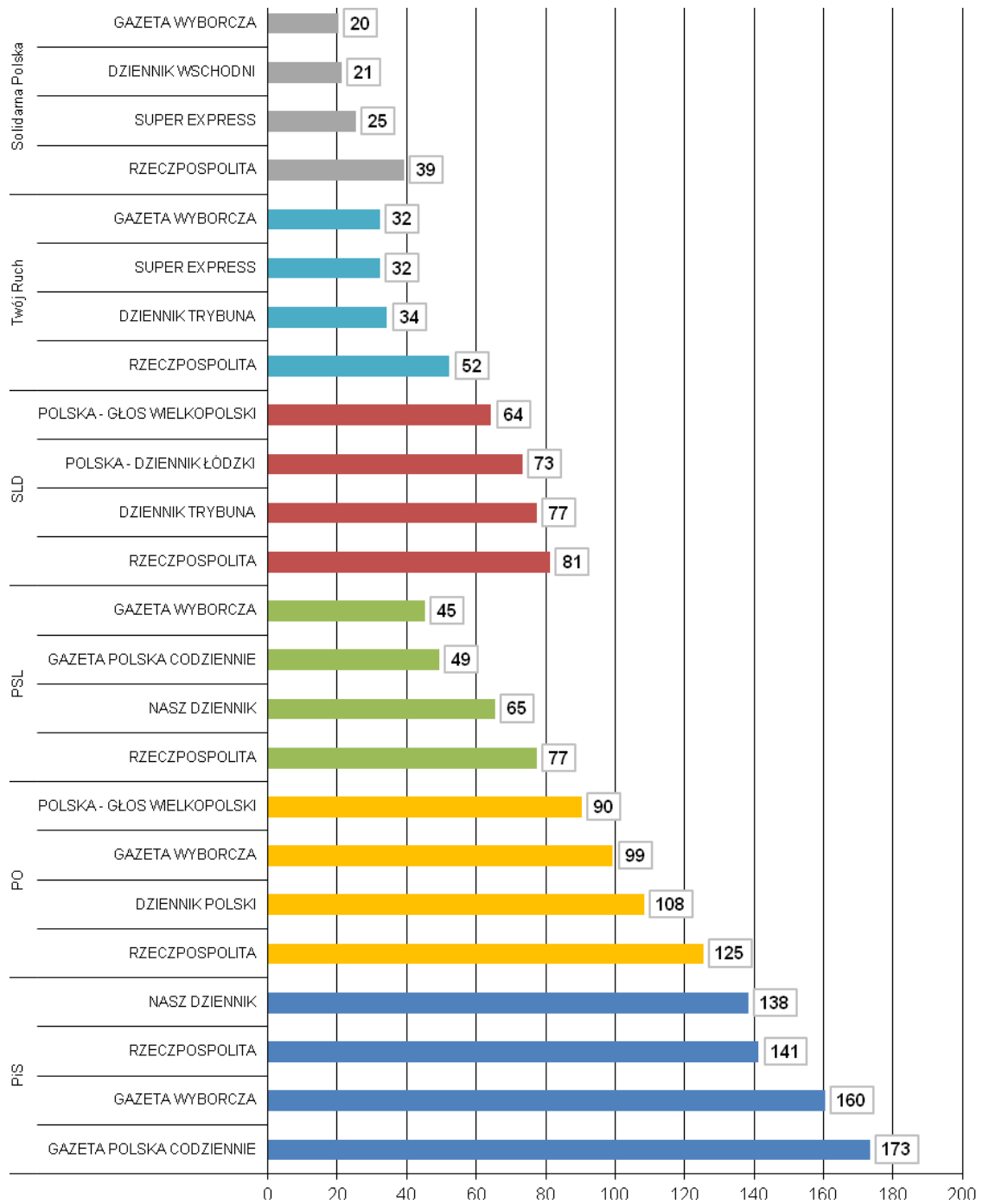


**Wykres 6. Liczba publikacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich – styczeń 2014 r.**

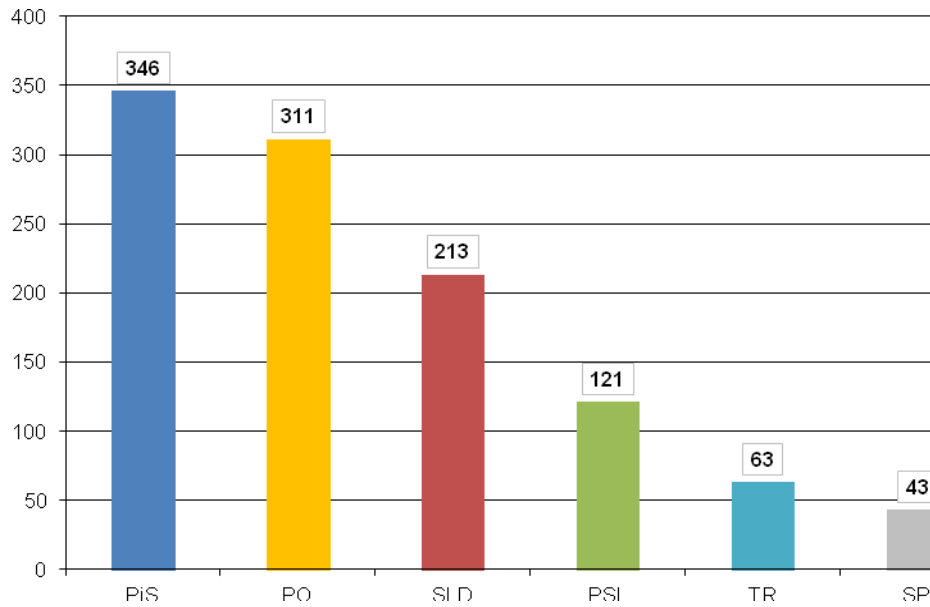
## Rozdział II - Partie polityczne



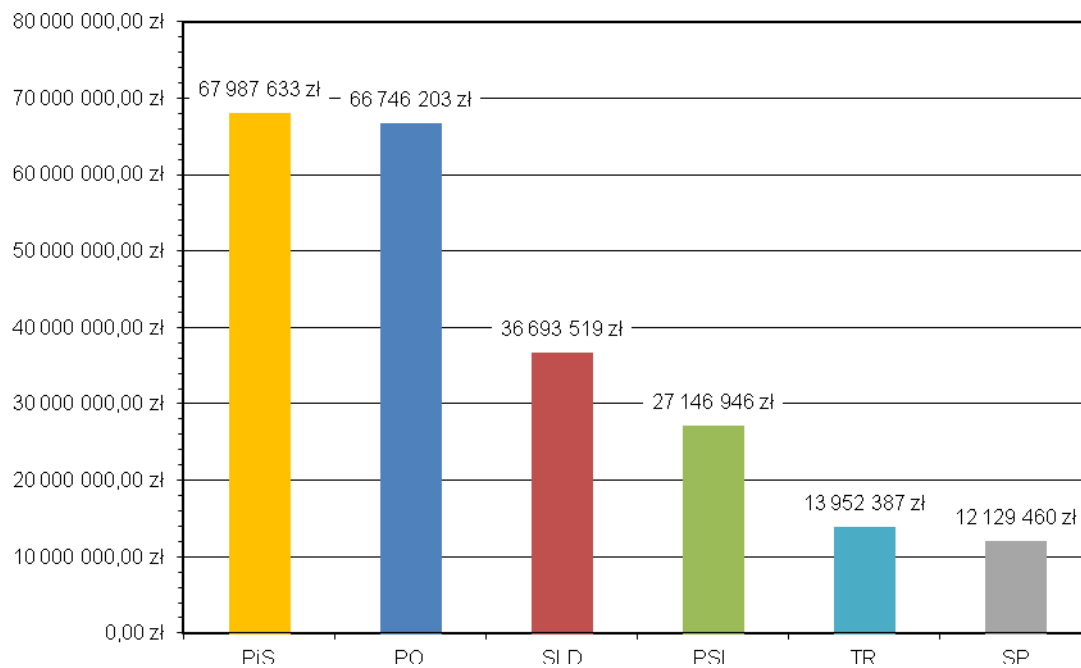
Wykres 7. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych – styczeń 2014 r.



**Wykres 8. Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) – styczeń 2014 r.**

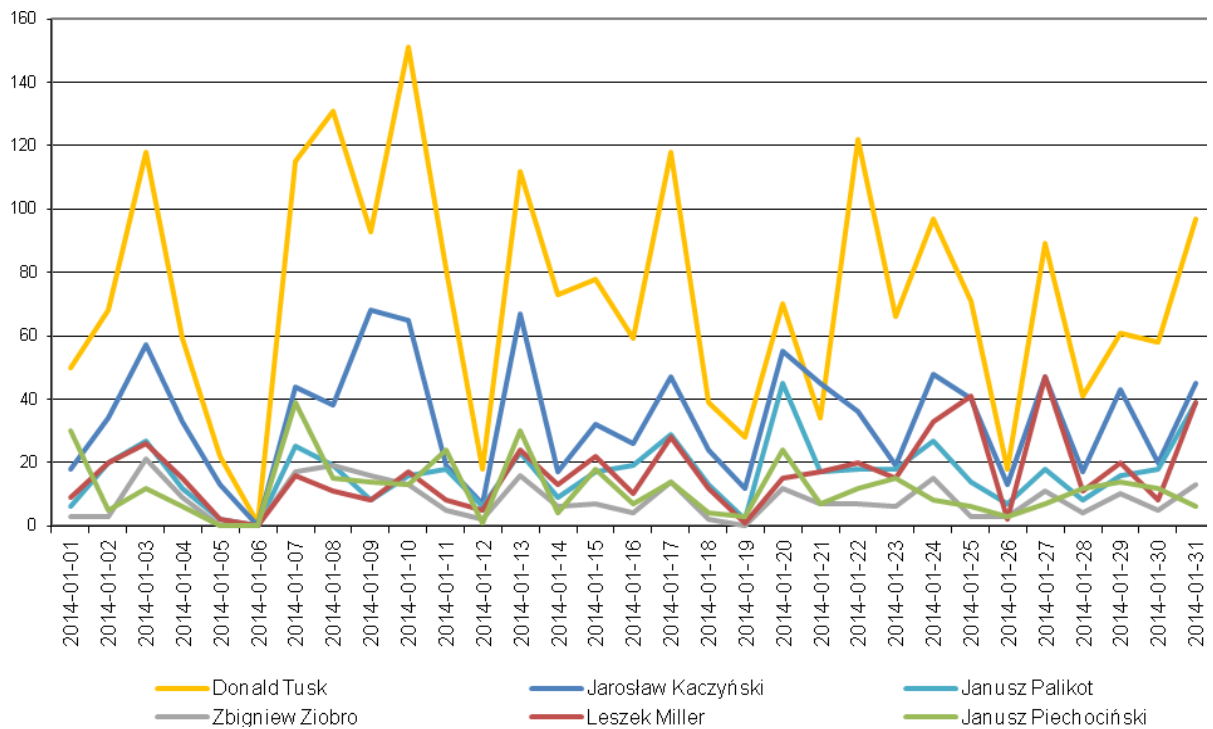


**Wykres 9. Liczba przekazów medialnych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych – styczeń 2014 r.**

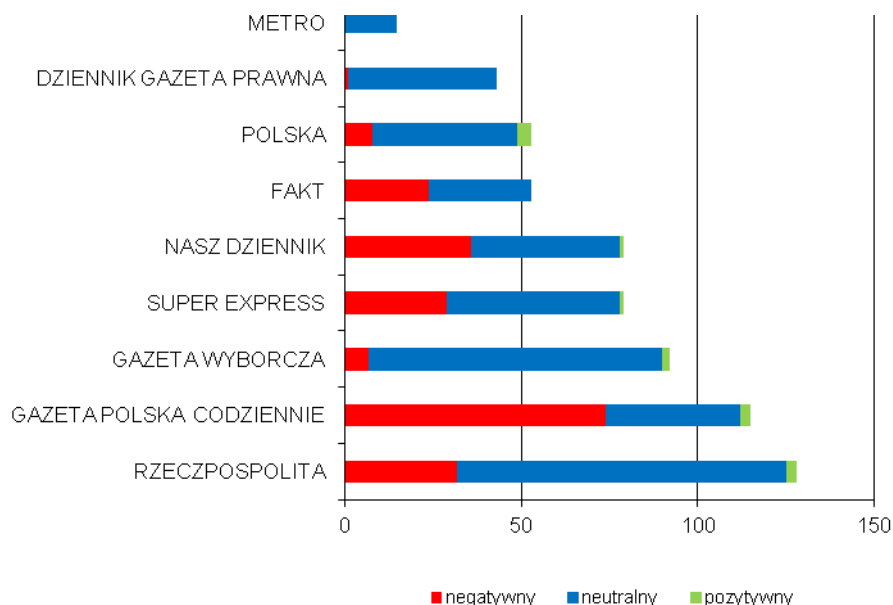


**Wykres 10. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych – styczeń 2014 r.**

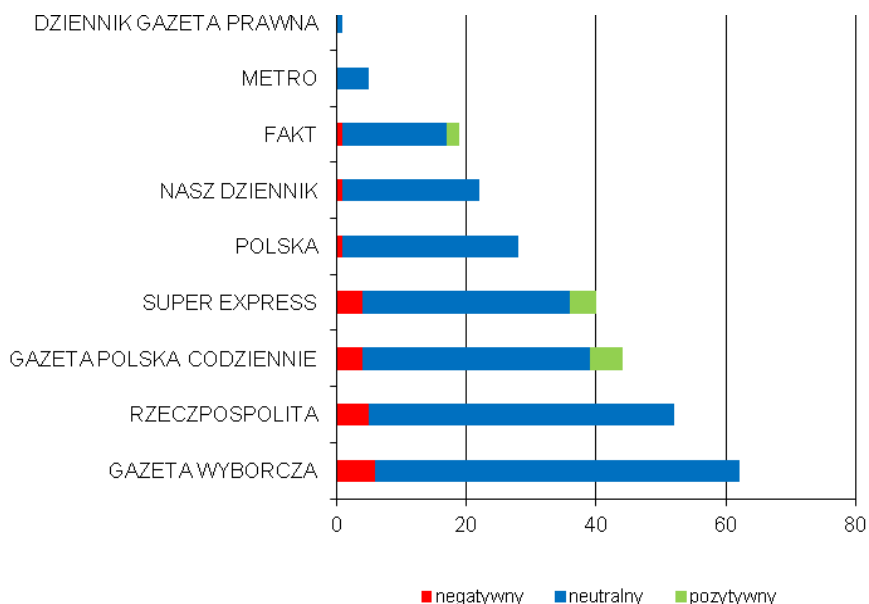
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



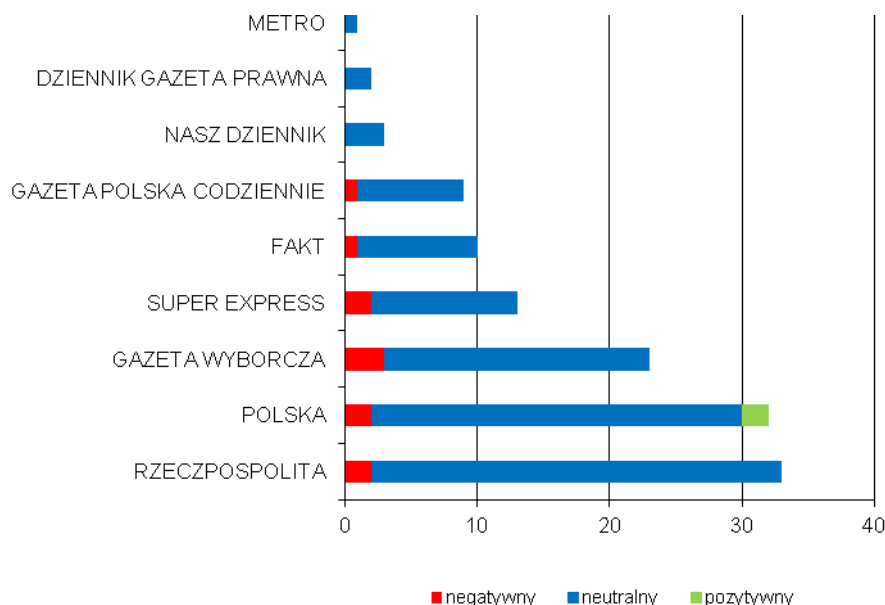
**Wykres 11. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych – styczeń 2014 r.**



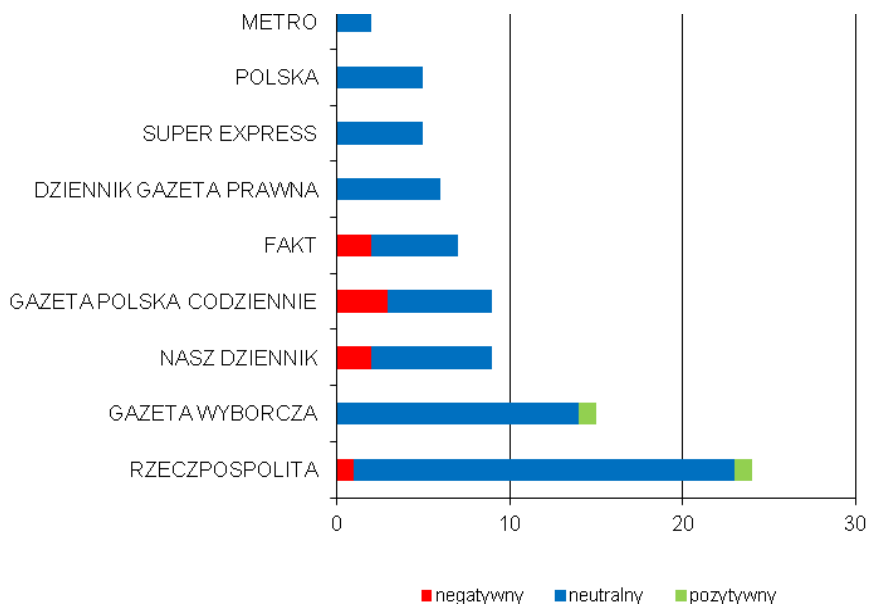
**Wykres 12. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – styczeń 2014 r.**



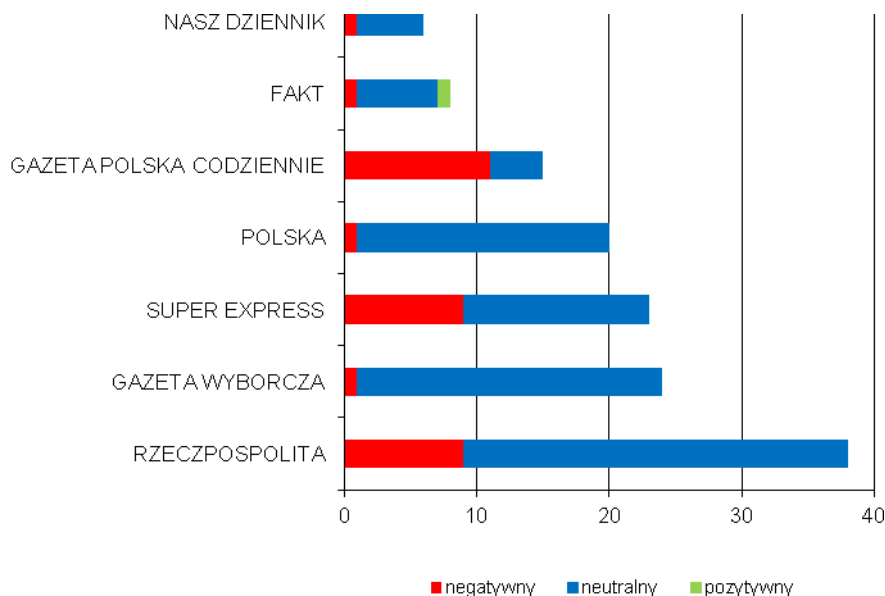
**Wykres 13. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – styczeń 2014 r.**



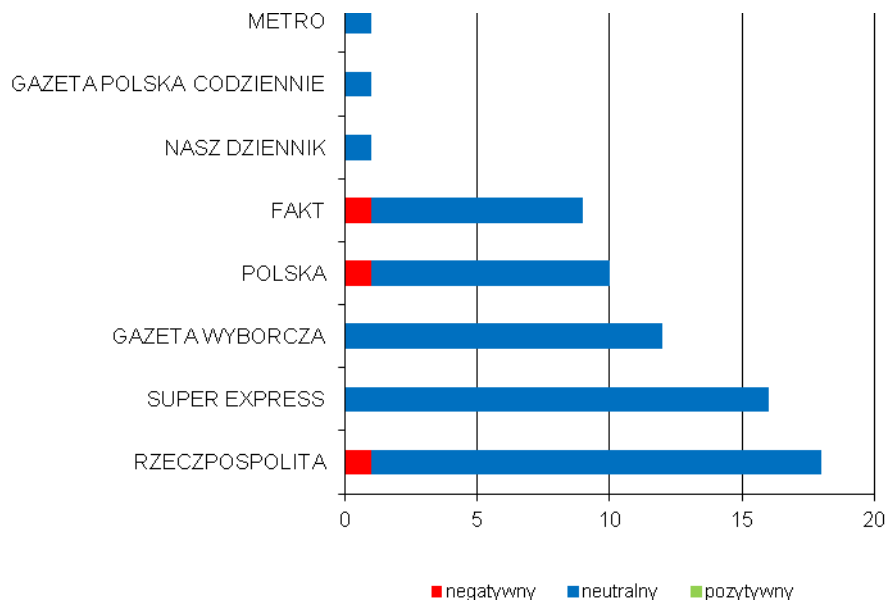
**Wykres 14. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – styczeń 2014 r.**



**Wykres 15. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – styczeń 2014 r.**

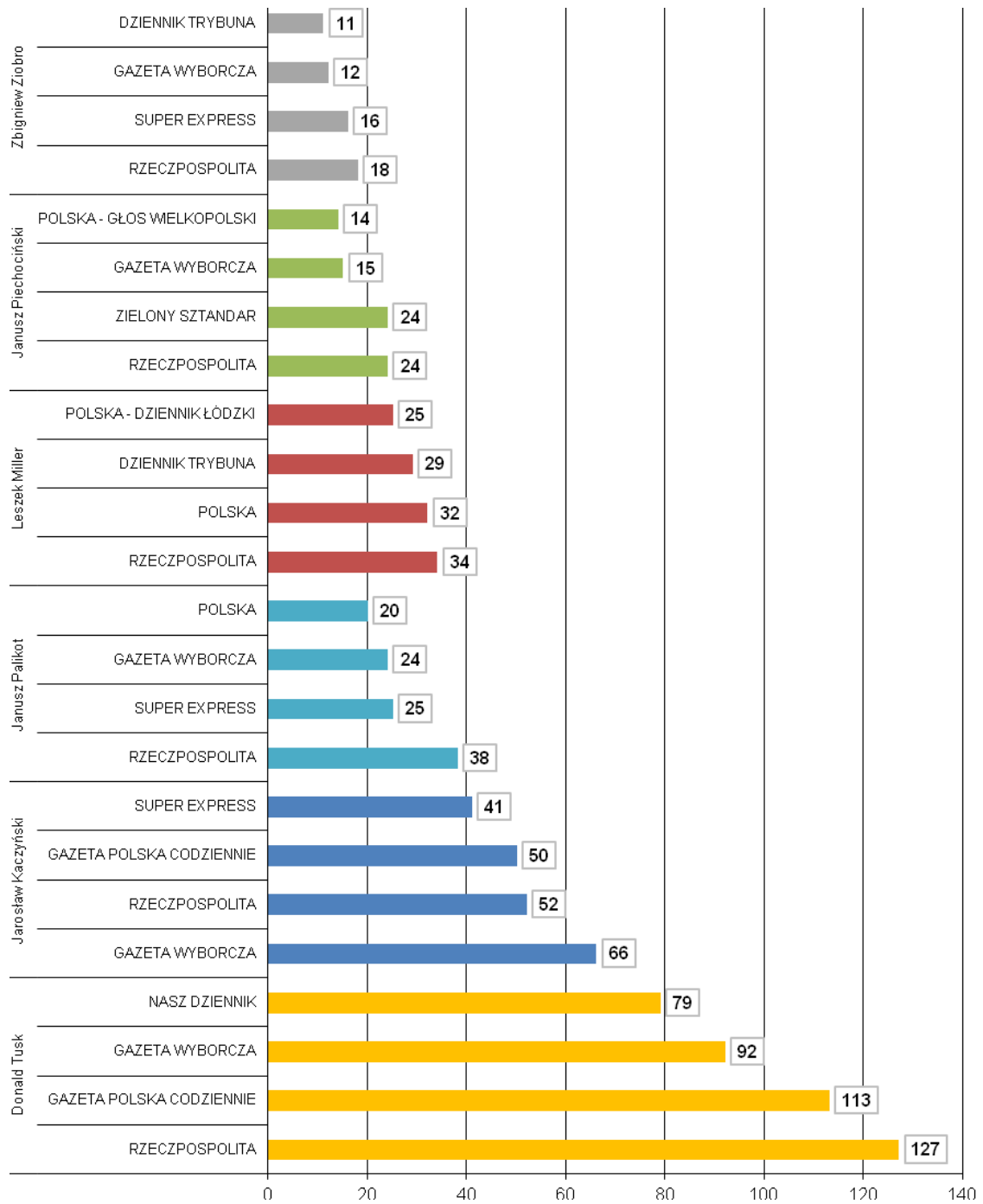


**Wykres 16. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – styczeń 2014 r.**

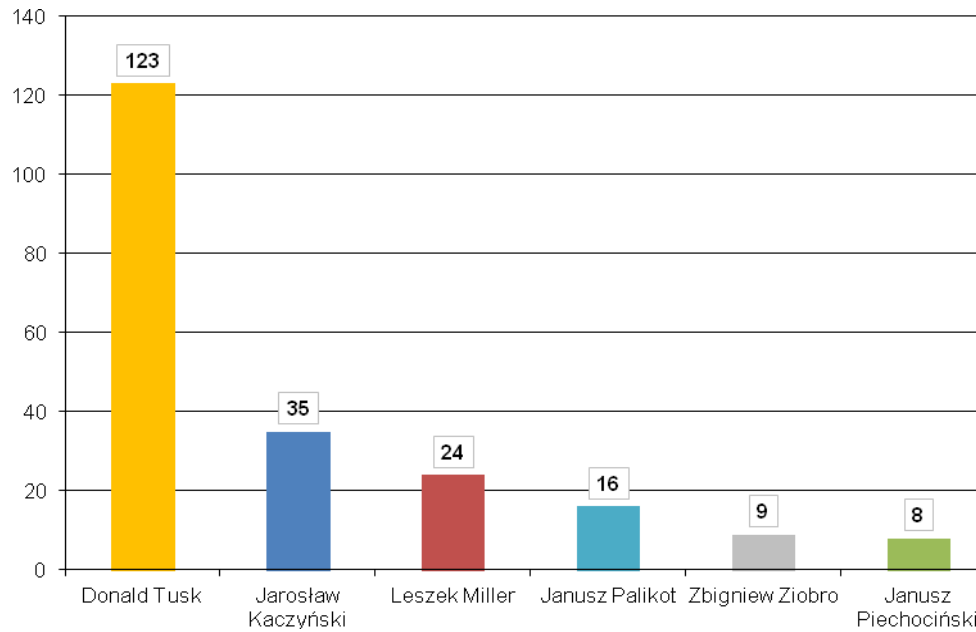


**Wykres 17. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – styczeń 2014 r.**

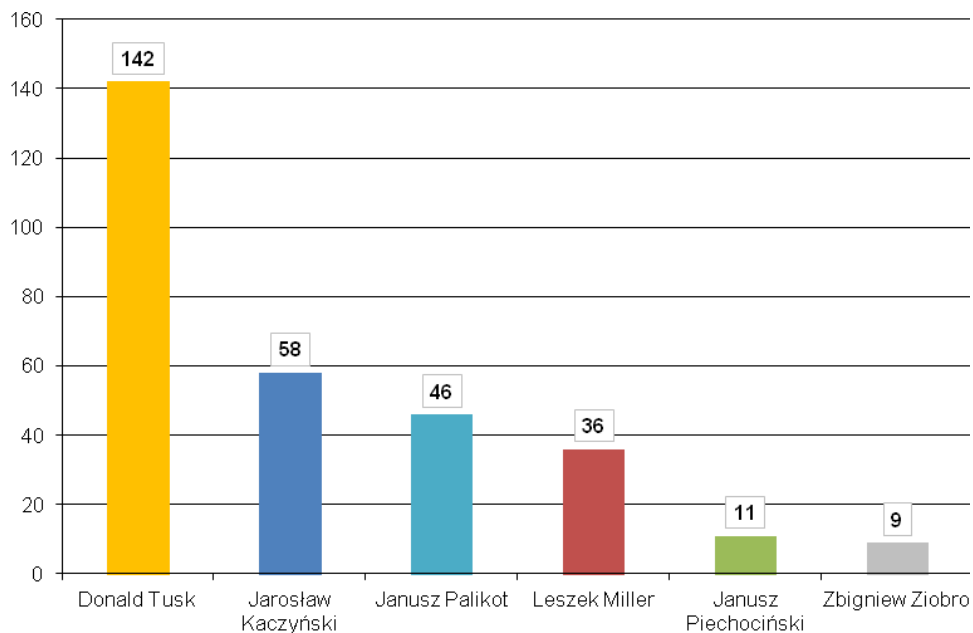




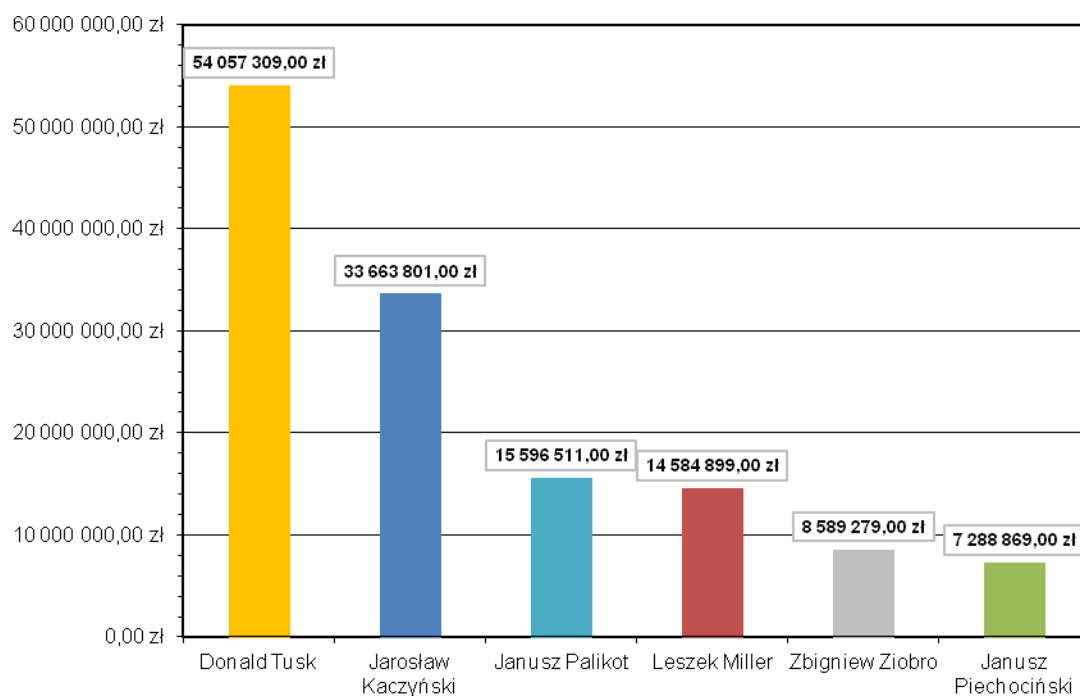
**Wykres 18. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) – styczeń 2014 r.**



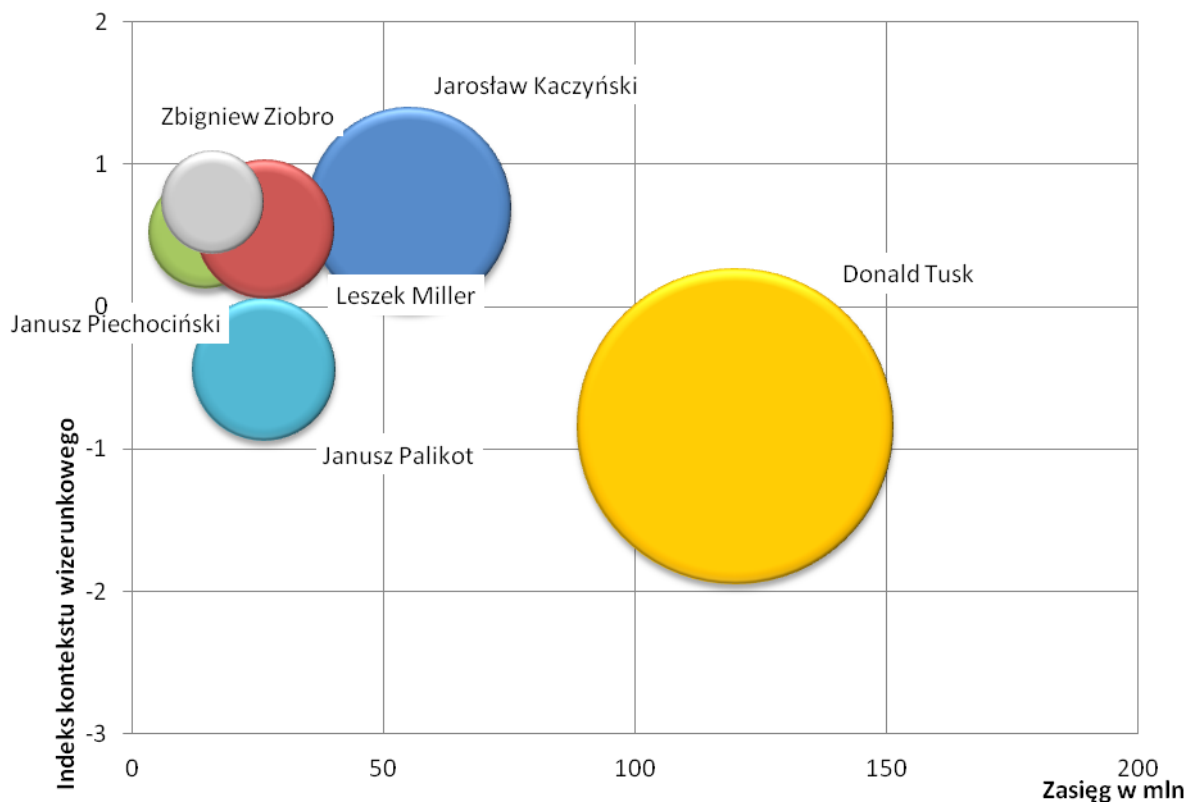
**Wykres 19. Liczba przekazów medialnych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych – styczeń 2014 r.**



**Wykres 20. Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji – styczeń 2014 r.**



**Wykres 21. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych – styczeń 2014 r.**



**Wykres 22. 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 wydzwieku 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

