



Raport statystyczny

# SCENA POLITYCZNA

wrzesień 2014

## Spis treści

<b>Wstęp .....</b>	<b>3</b>
<b>Komentarz .....</b>	<b>4</b>
<b>Rozdział I - Podsumowanie .....</b>	<b>4</b>
<b>Rozdział II - Partie polityczne .....</b>	<b>9</b>
<b>Rozdział III - Liderzy partii politycznych .....</b>	<b>12</b>

## Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych we wrześniu 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.

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 wydziwku 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

### Tusk i Kopacz windują medialność PO

Zawirowania związane z wyborem Donalda Tuska na przewodniczącego Rady Europejskiej sprawiły, że polska polityka cieszyła się we wrześniu zdecydowanie większym zainteresowaniem niż w poprzednich miesiącach. Publikacji prasowych było znacznie więcej niż w okresie poprzedzającym wiosenne wybory do Parlamentu Europejskiego. Ostatnio dziennikarze tak dużo pisali na temat polskich partii trzy lata temu – w czasie wyborów parlamentarnych jesienią 2011 roku.

Odejście Tuska z krajowej polityki zainicjowało ciąg zdarzeń, który wygenerował tysiące publikacji. Wyłonienie nowego premiera i powołanie rządu w odświeżonym składzie spowodowało, że Platforma Obywatelska wyprzedziła Prawo i Sprawiedliwość na pozycji lidera zestawienia najbardziej medialnych partii. Mało tego – przewaga obozu rządzącego osiągnęła ponad 1,5 tys. publikacji - nienotowaną do tej pory wartość.

### Wszystkie partie zyskały

Co ciekawe, wzrost liczby publikacji dotyczył wszystkich badanych partii – w tym pozostawionego w pokonanym polu PiS. O ugrupowaniu Kaczyńskiego ukazało się 3,8 tys. (wzrost o 31 proc.) materiałów, w porównaniu do 5,3 tys. dotyczących PO. Jak zwykle – pozostałe partie miały znaczącą stratę. Trzecie w zestawieniu SLD uzyskało niecałe 2 tys. tekstów, a PSL 1,8 tys. Na dalszych pozycjach uplasował się – będący w coraz większych tarapatach - Twój Ruch (0,6 tys.) i Solidarna Polska (0,3 tys.).

Co ciekawe, dwa zamykające klasyfikację stronnictwa odnotowały nie tylko najmniejszą liczbę publikacji, ale także najniższą dynamikę wzrostu. Łącznie liczba wziętych pod uwagę przez analityków tekstów prasowych wzrosła wobec sierpnia aż o 57 proc.

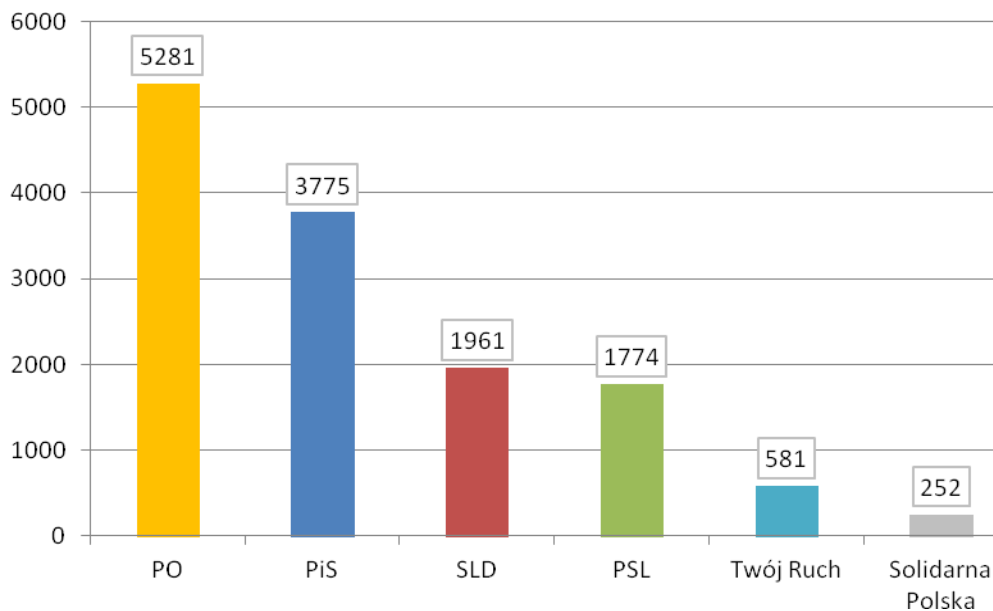
## O Tusku dwukrotnie częściej

Jeszcze większy wzrost pojawił się w zestawieniu liderów partii – 60 proc. Najpoważniejszym beneficjentem okazał się Tusk. To o nim dziennikarze prasowi opublikowali niemal dwukrotnie więcej treści niż przed miesiącem (dokładnie o 98 proc. więcej). Tak znaczącego przyrostu miesiąc do miesiąca w badaniu „Scena Polityczna” wcześniej nie odnotowano.

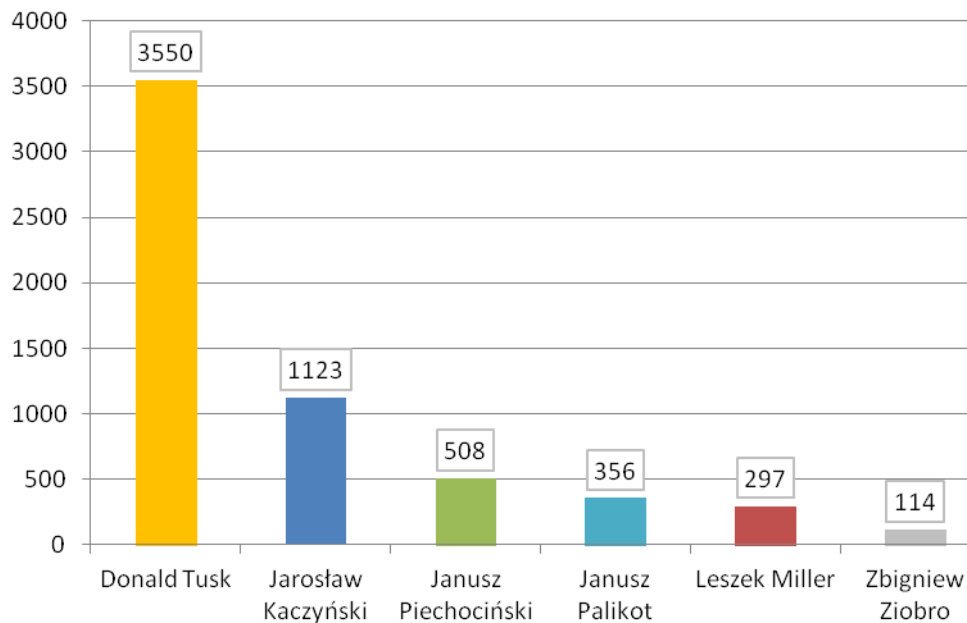
Tusk nie zajął też pierwszego miejsca w klasyfikacji najczęściej krytykowanych polityków. Wyprzedził go Janusz Palikot, o którym ukazało się 13 proc. publikacji negatywnych – biorąc pod uwagę publikacje z dzienników ogólnopolskich. W przypadku Tuska odsetek ten był o 3 punkty procentowe niższy. Na trzeciej pozycji znalazł się Zbigniew Ziobro.

Mniej medialnym politykiem od byłego premiera był Jarosław Kaczyński (1,1 tys.), który wyprzedził Janusza Piechocińskiego (0,5 tys.), Janusza Palikota (0,4 tys.), Leszka Millera (0,3 tys.) i Zbigniewa Ziobro (0,1 tys.).

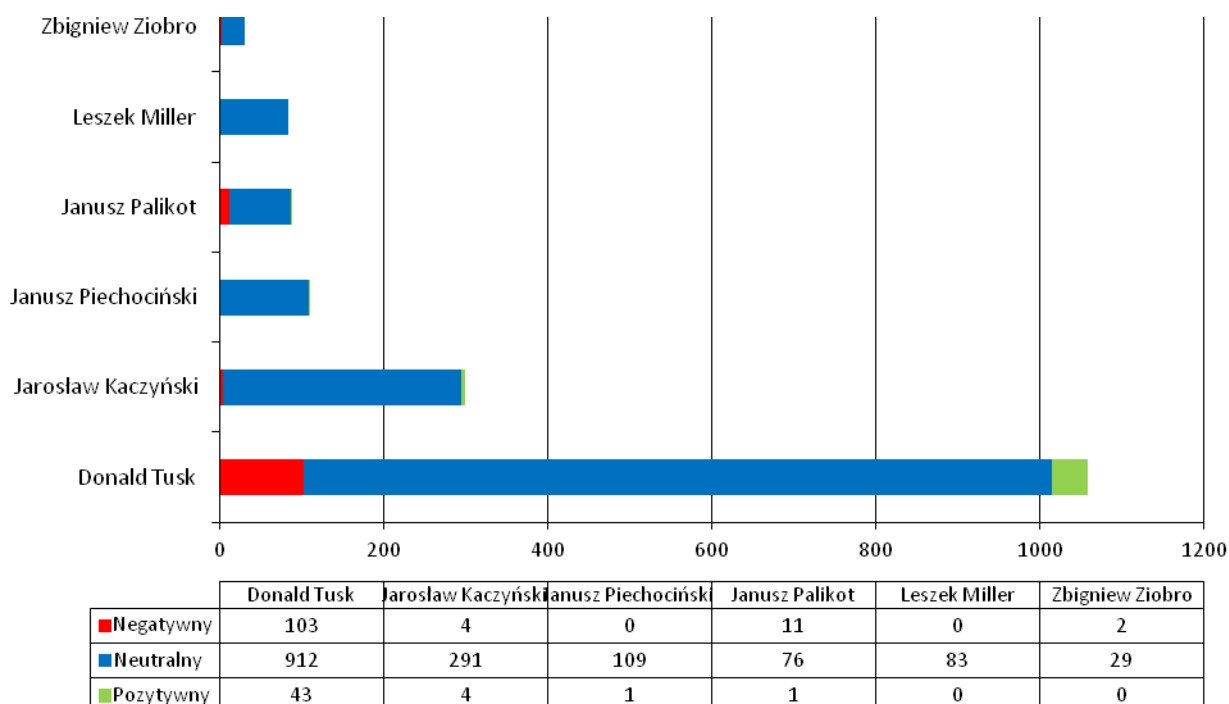
## Rozdział I - Podsumowanie



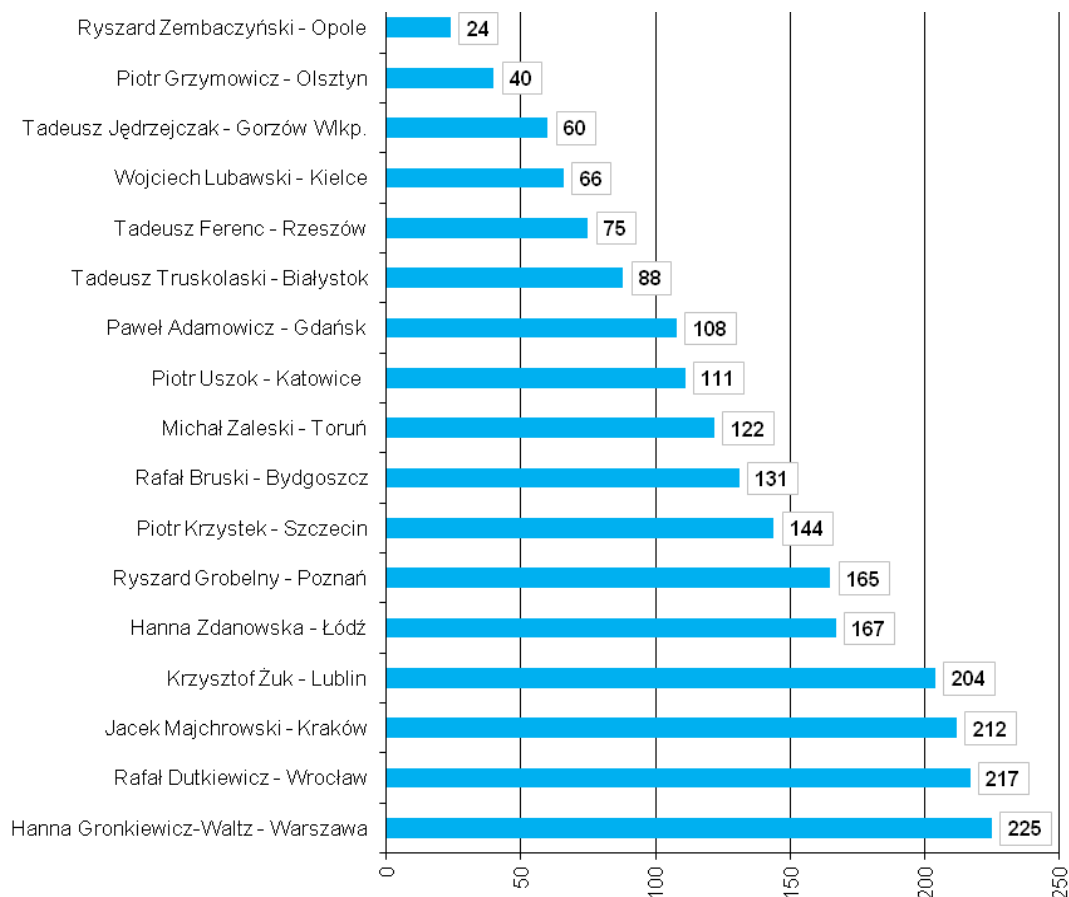
**Wykres 1. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - wrzesień 2014 r.**



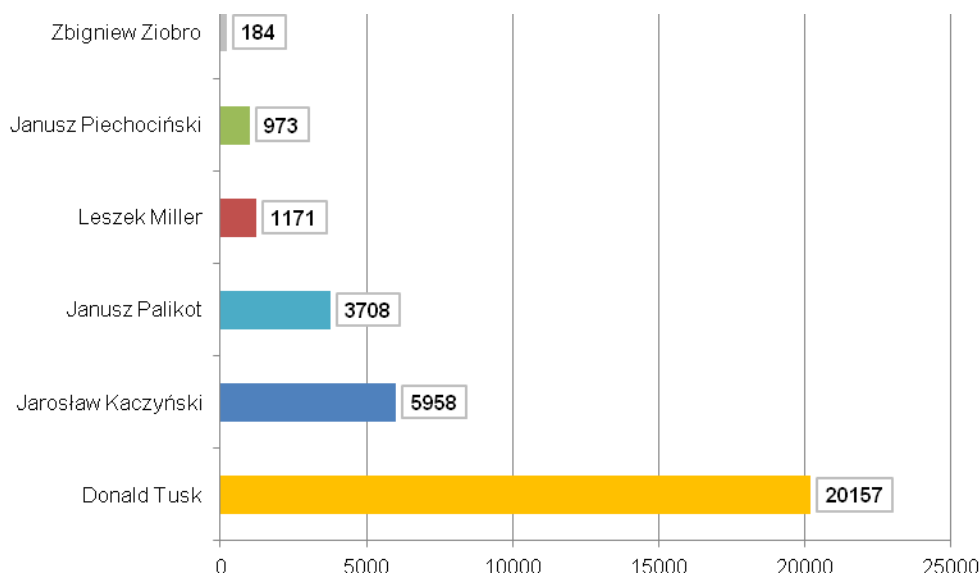
**Wykres 2. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - wrzesień 2014 r.**



**Wykres 3. Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – wrzesień 2014 r.**



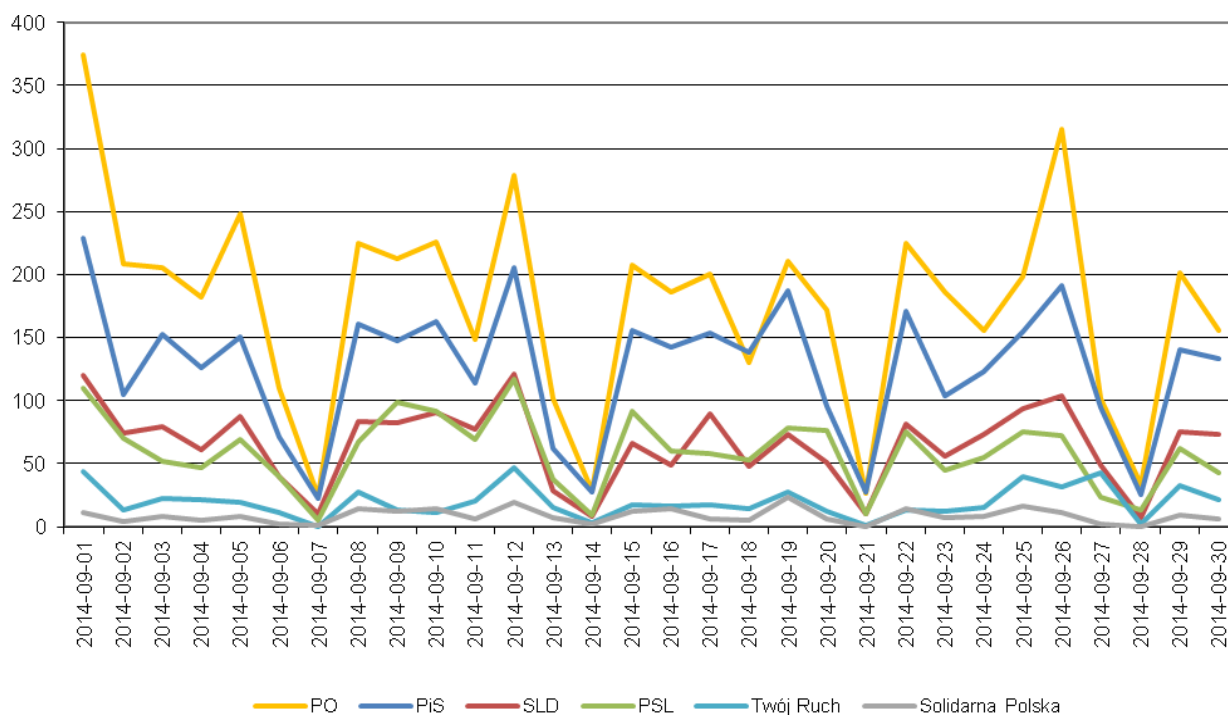
**Wykres 4. Liczba publikacji prasowych, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich – wrzesień 2014 r.**



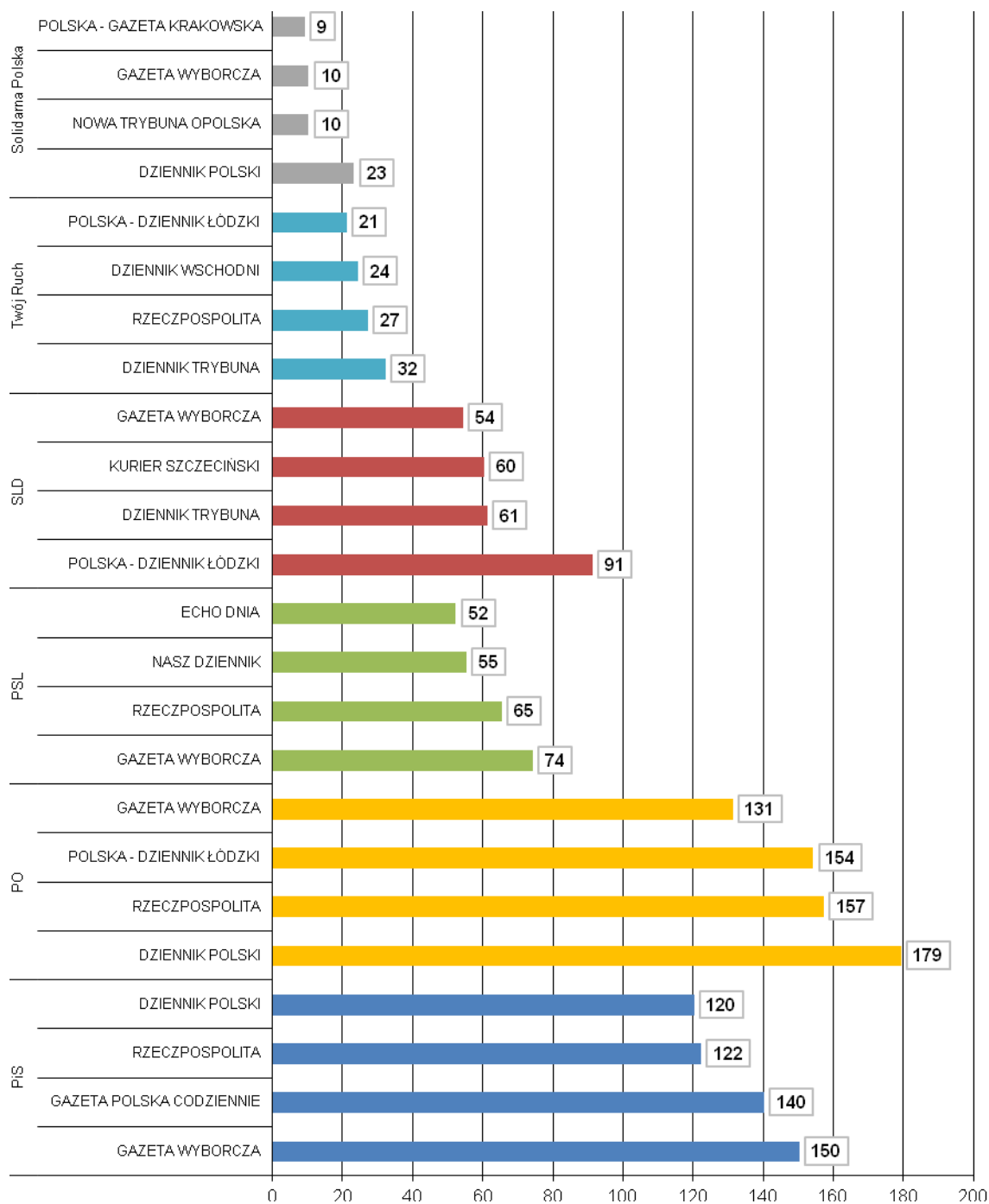
**Wykres 5. Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych – wrzesień 2014 r.**



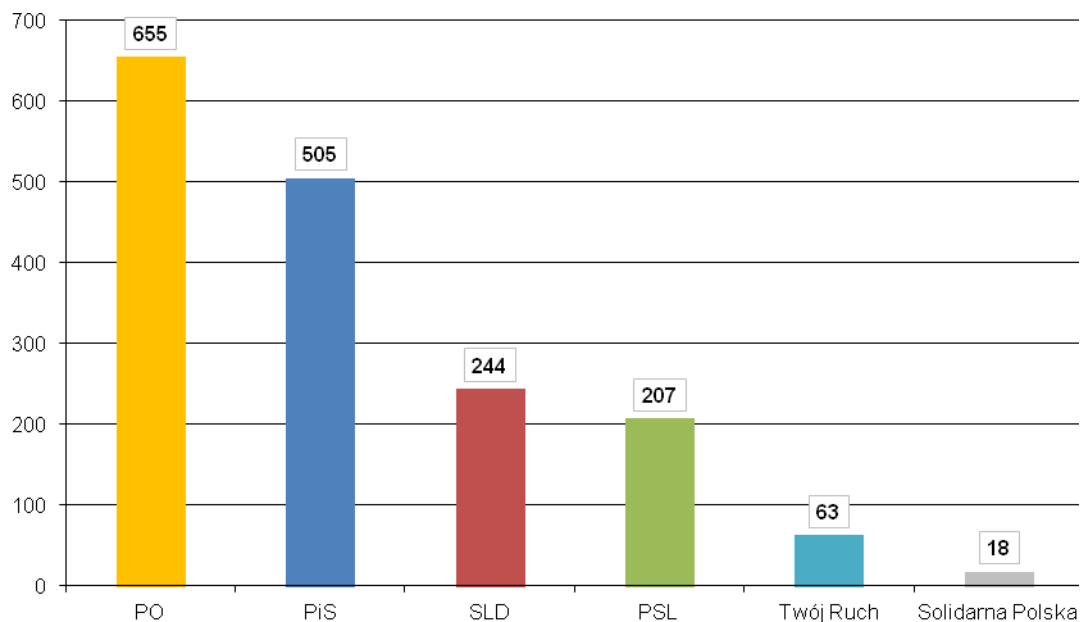
## Rozdział II - Partie polityczne



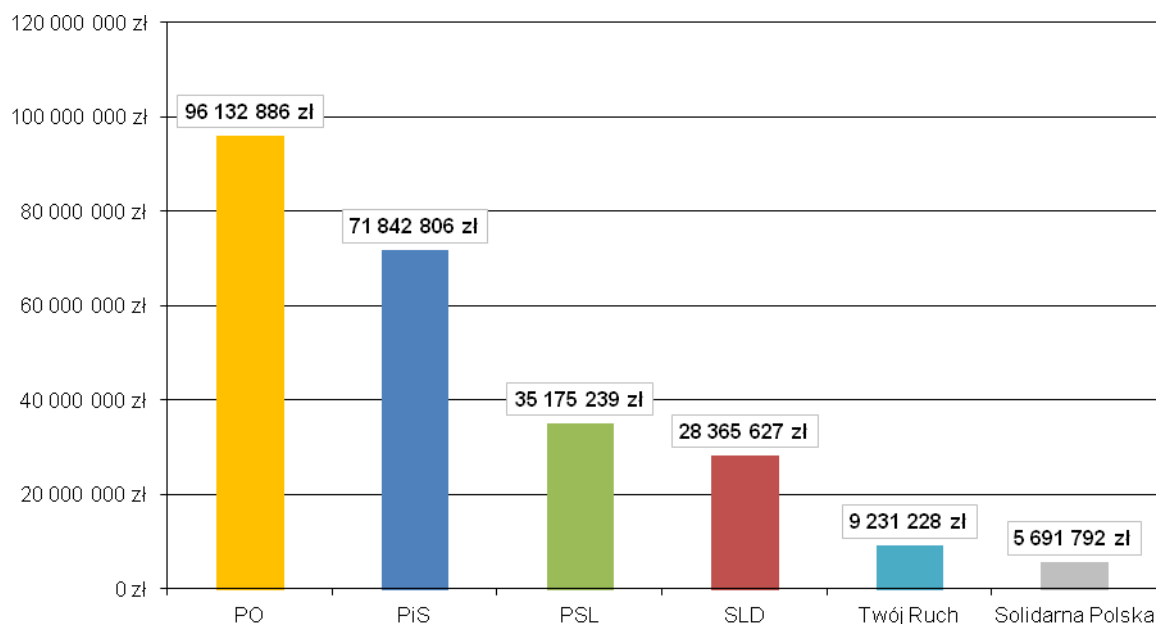
**Wykres 6. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych – wrzesień 2014 r.**



**Wykres 7. Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) – wrzesień 2014 r.**

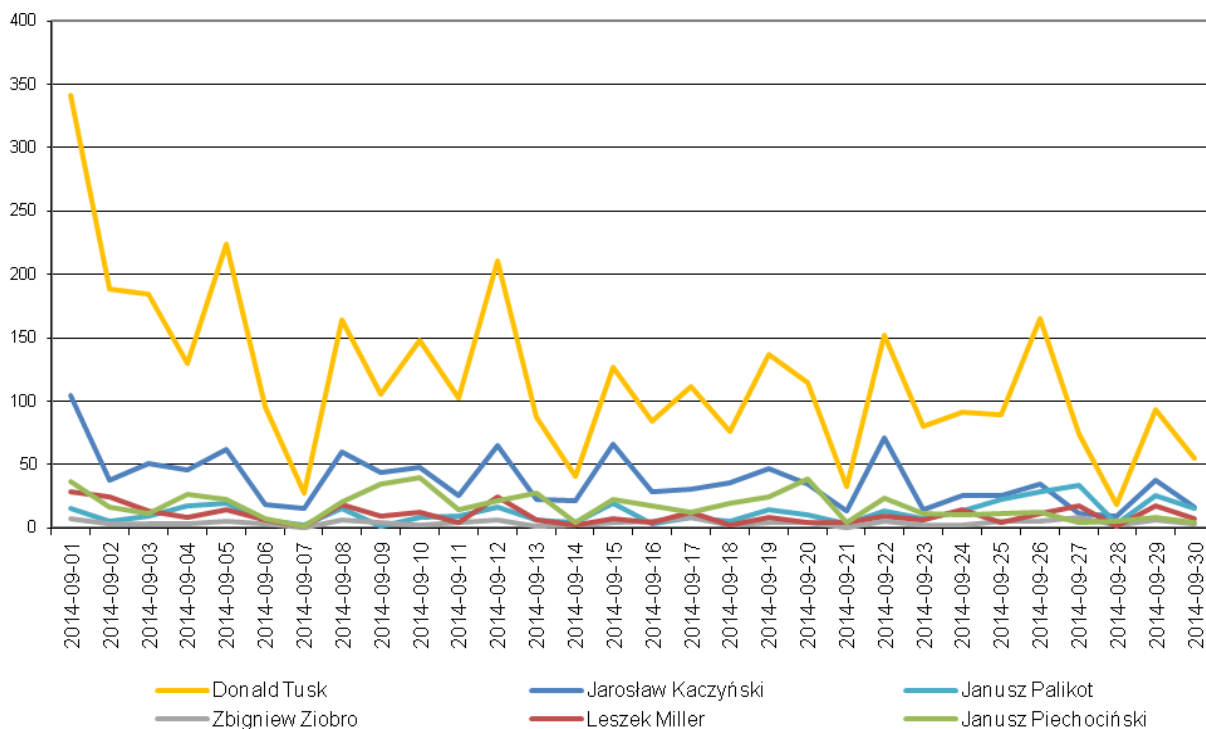


**Wykres 8. Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych – wrzesień 2014 r.**

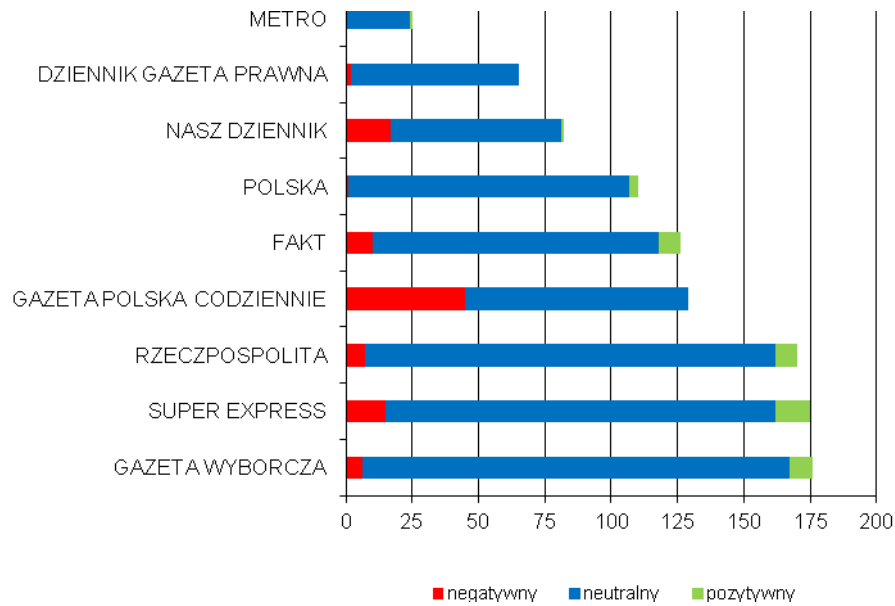


**Wykres 9. Ekwiwalent reklamy dla partii politycznych w prasie – wrzesień 2014 r.**

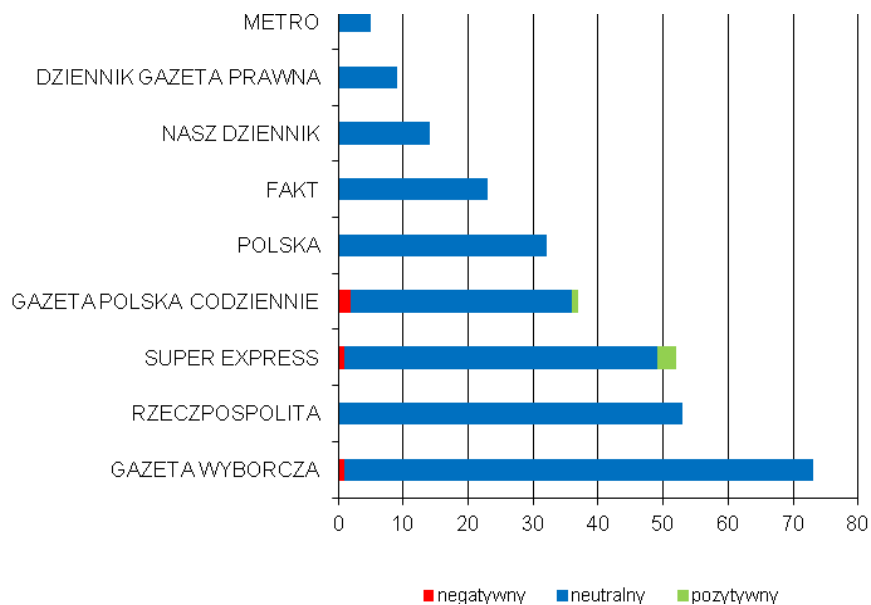
## Rozdział III - Liderzy partii politycznych



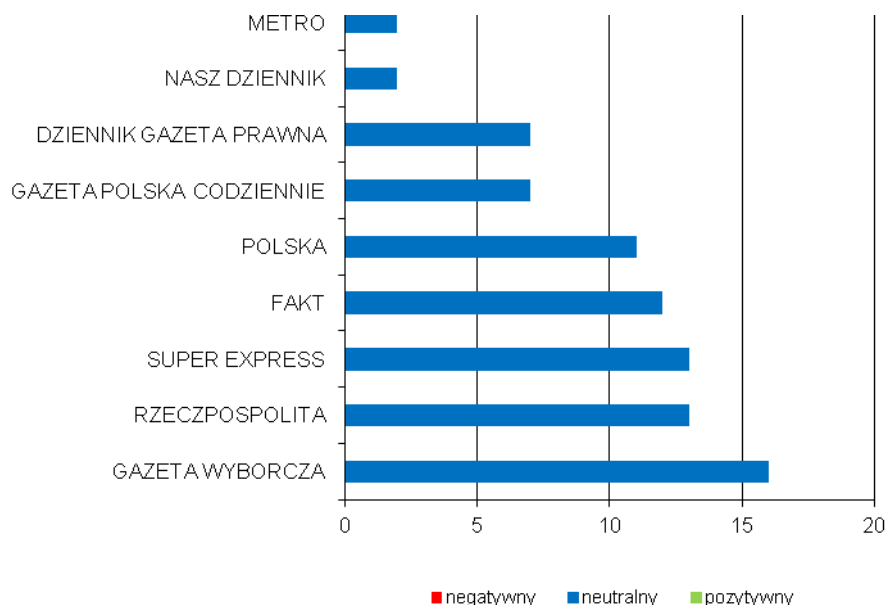
**Wykres 10. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych – wrzesień 2014 r.**



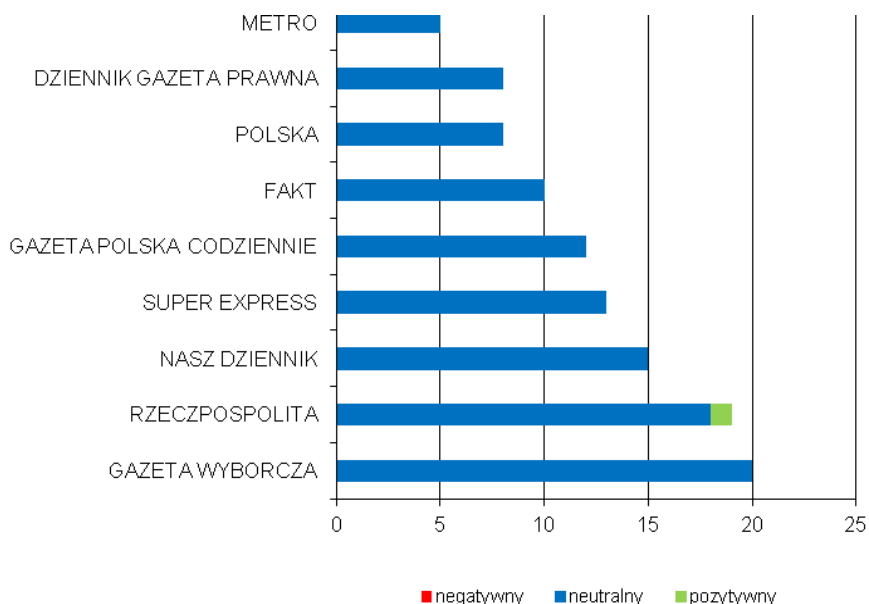
**Wykres 11. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – wrzesień 2014 r.**



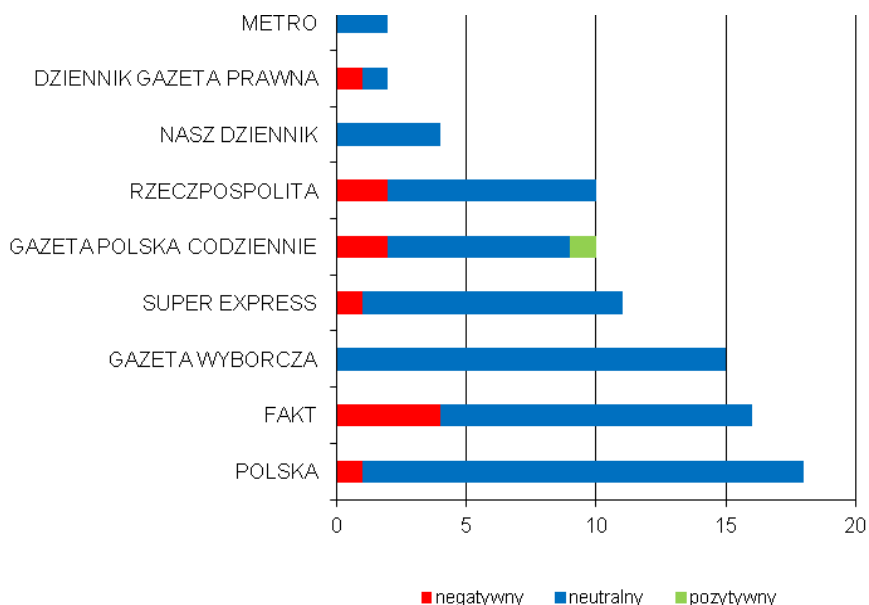
**Wykres 12. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – wrzesień 2014 r.**



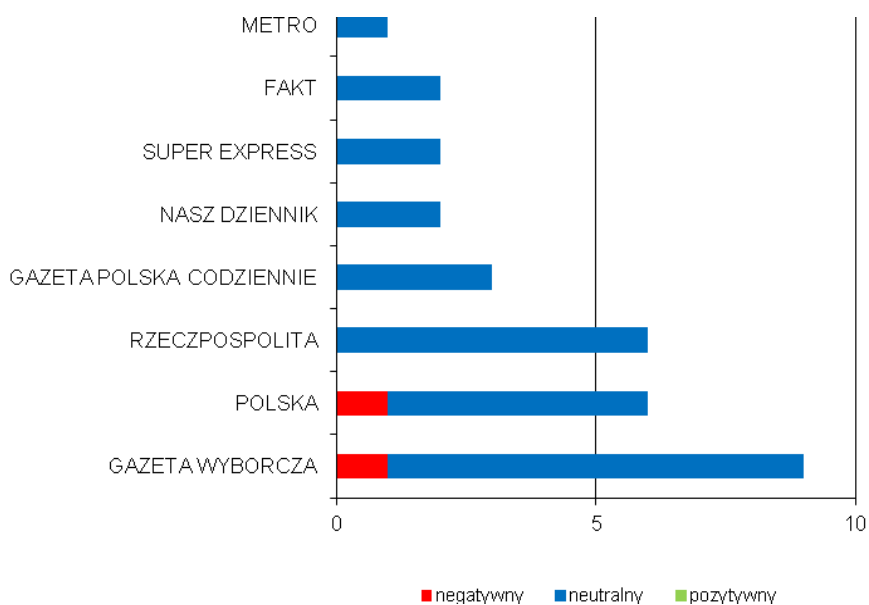
**Wykres 13. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – wrzesień 2014 r.**



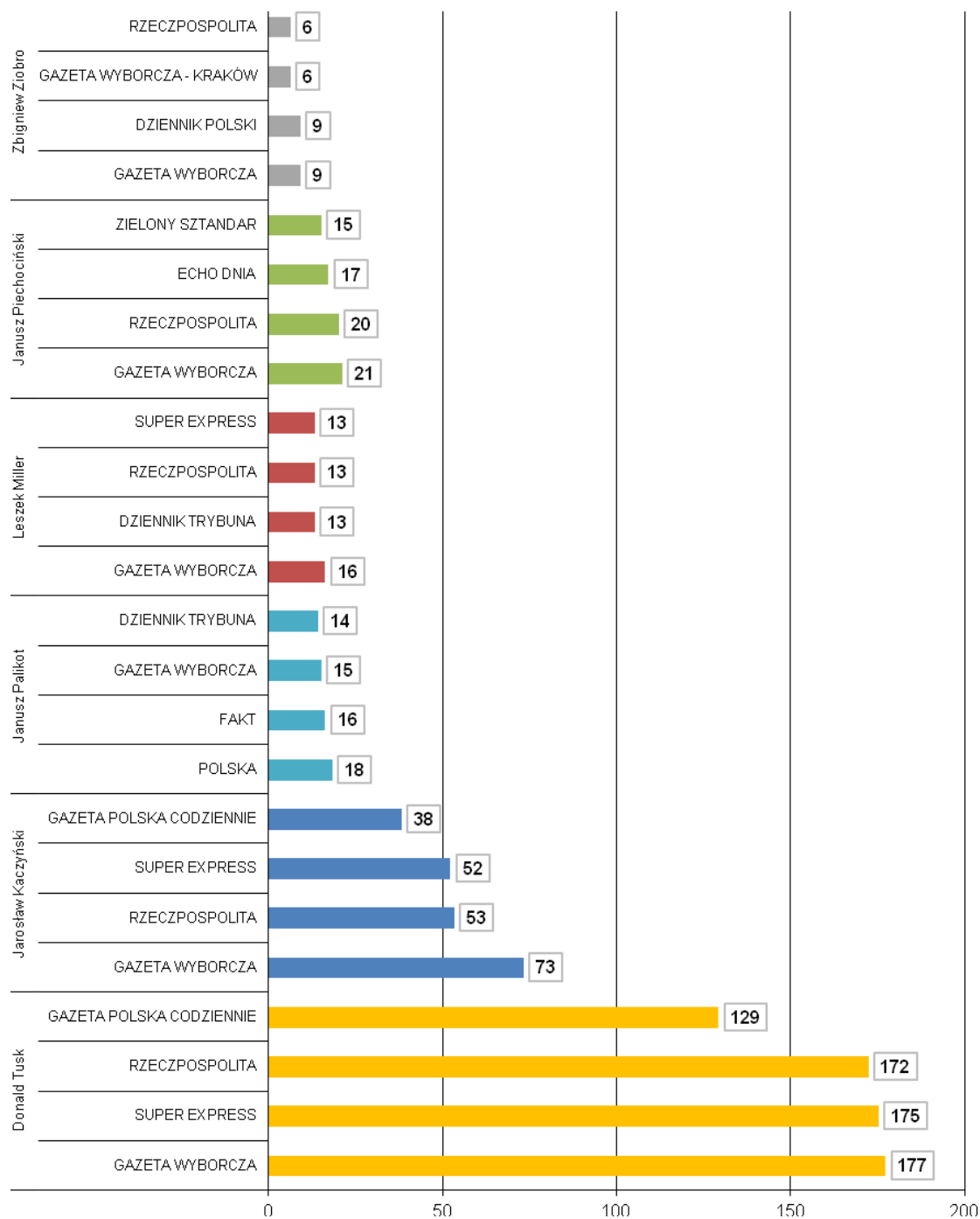
**Wykres 14. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzwieku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – wrzesień 2014 r.**



**Wykres 15. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – wrzesień 2014 r.**

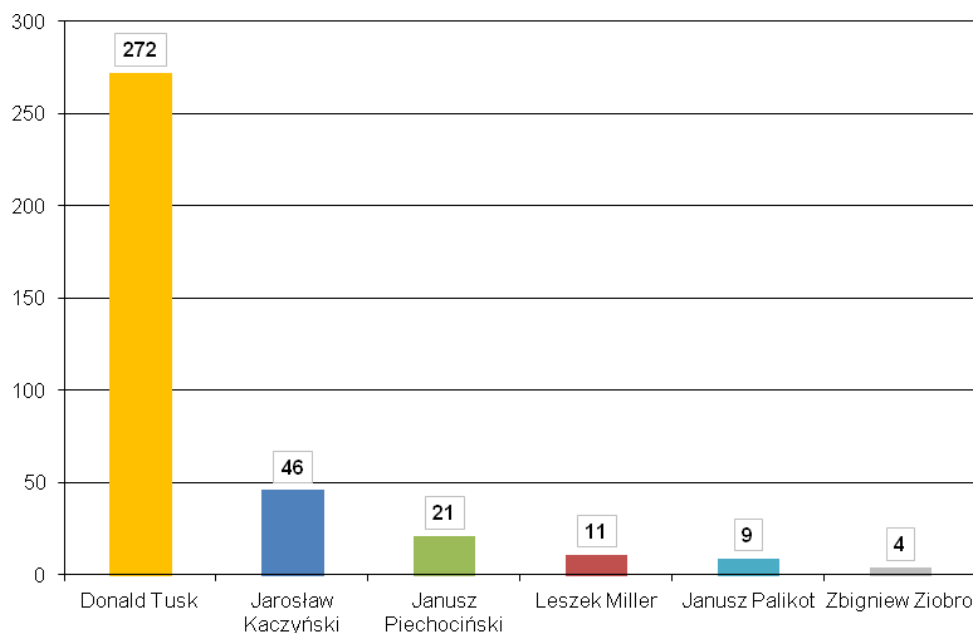


**Wykres 16. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – wrzesień 2014 r.**

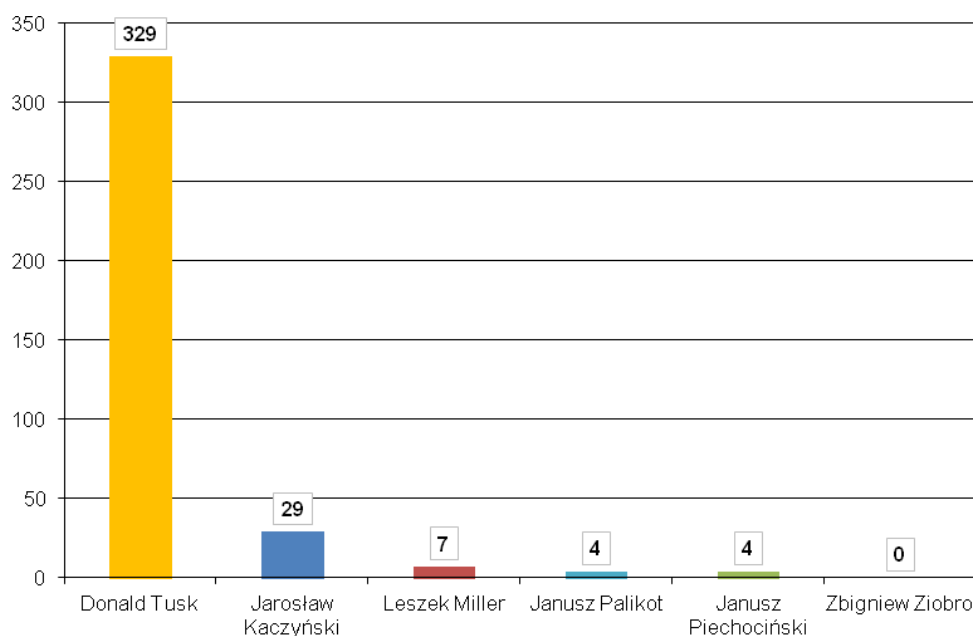


**Wykres 17. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) – wrzesień 2014 r.**

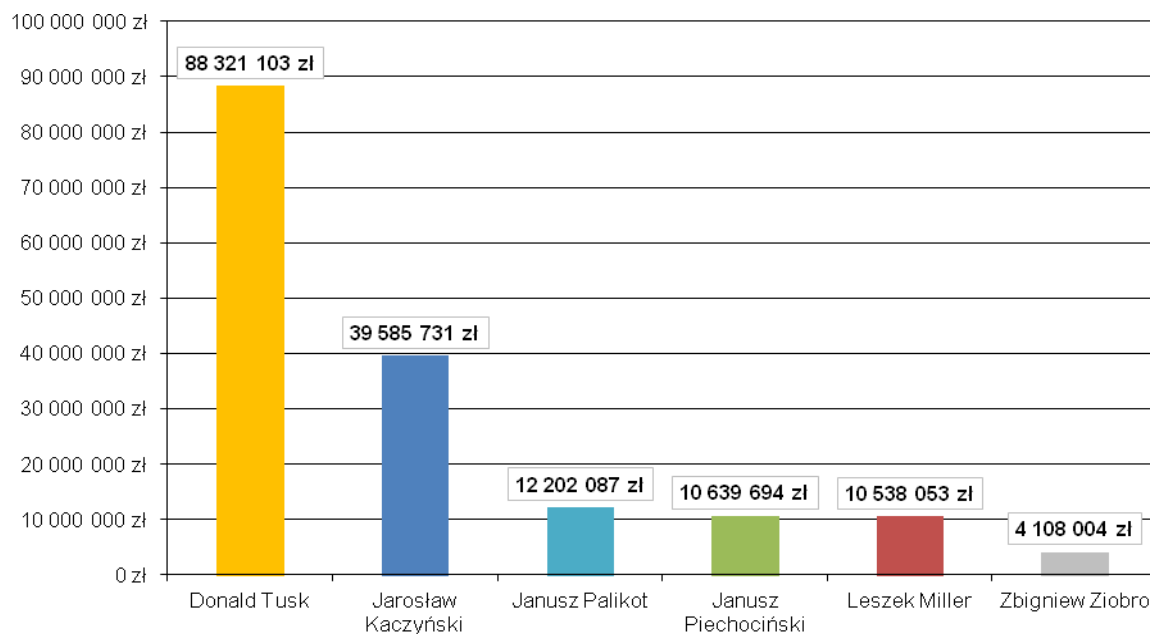




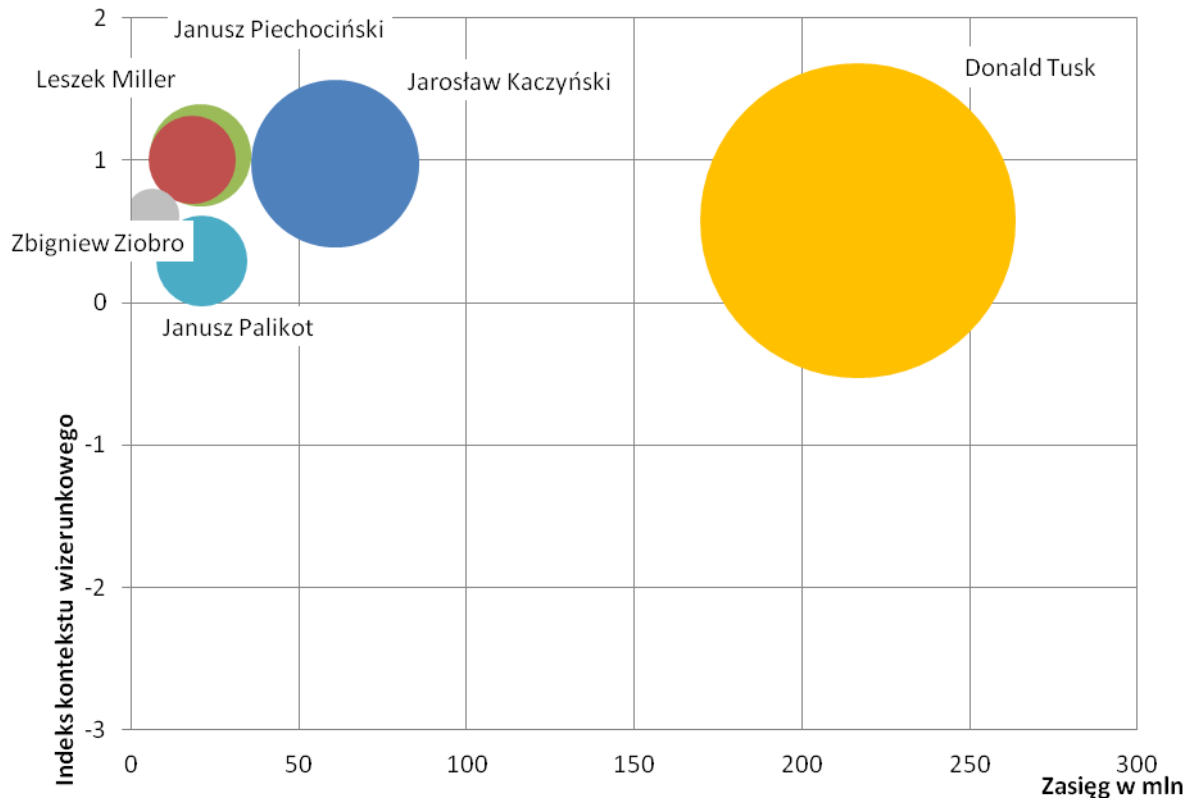
**Wykres 18. Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych – wrzesień 2014 r.**



**Wykres 19. Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji – wrzesień 2014 r.**



**Wykres 20. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie – wrzesień 2014 r.**



**Wykres 21. 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 Sp. z o.o.** | ul. Grunwaldzka 19, 60-782 Poznań | tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115  
**Oddział Warszawa** | ul. Polna 40, 00-635 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20  
[biuro@psmm.pl](mailto:biuro@psmm.pl) | [www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)