



EUROWYBORY

Analiza medialności lokomotyw wyborczych

za okres 13-19 maja 2014

METODOLOGIA

Badanie dotyczy obecności medialnej kandydatów w wyborach do Parlamentu Europejskiego (kandydaci z pierwszych miejsc list wyborczych we wszystkich okręgach).

Analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln źródeł internetowych (w tym media społecznościowe) oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych.

Metoda: ilościowa analiza danych

Wyjaśnienie pojęć:

Dotarcie publikacji jest miarą określającą liczbę potencjalnych kontaktów odbiorców z przekazem medialnym. W prasie obliczany jest na podstawie sumy nakładów pisma, w Internecie wyrażany jest przez liczbę unikatowych użytkowników danego portalu. Natomiast w radiu i telewizji zasięgiem jest oglądalność bądź słuchalność danej stacji. Dotarcie wyraża liczbę potencjalnych kontaktów z informacją, a nie liczbę osób, które mogły zetknąć się z nią. Dotarcie wyższe niż liczba mieszkańców Polski oznacza, iż każda osoba mogła spotkać się z daną informacją kilkukrotnie.

Ekwiwalent reklamowy (ang. Advertising Value Equivalent, AVE) – w raporcie podano ekwiwalent szacunkowy publikacji, czyli wartość stanowiącą koszt umieszczenia w danym medium reklamy o takiej samej powierzchni jak zmonitorowana informacja.

Mapa benchmarkingowa jest narzędziem służącym do porównania ze sobą analizowanych podmiotów. W tym raporcie przedstawia ona jednocześnie dane dotyczące liczby publikacji na temat kandydatów, dotarcie (co jest wyrażane przez sumę nakładów) oraz wartość szacunkowego ekwiwalentu reklamowego.

PODSUMOWANIE DANYCH 10 NAJBARDZIEJ MEDIALNYCH KANDYDATÓW

KOMENTARZ EKSPERTA

dr Robert Potocki – politolog związany z lubuskim środowiskiem akademickim, współpracujący z Europejskim Centrum Analiz Geopolitycznych

Eurowybory mają twarz Janusza Korwin-Mikkego

Kolejny monitoring polskich mediów za okres 13-19 maja 2014 r. wykonany przez firmę PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, dotyczący przebiegu kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego, potwierdza w całej rozciągłości dotychczasowe strategie informacyjne stosowane przez poszczególnych wydawców i nadawców.

Zdecydowaną „jedyneką” – wśród dziesiątki pretendentów mediów tradycyjnych – jest w tym przypadku Janusz Korwin-Mikke – ekscentryk i eurosceptyk, „pierwszy liberał” III RP oraz człowiek o wyraźnie nakreślonym

profilu ideowym. Swoboda i kontrowersyjność jego wypowiedzi sprawiała, że był chętnie przywoływany jako „twarz eurowyborów”, co z kolei przełożyło się także i na wyniki badań sondażowych Kongresu Nowej Prawicy. Z kolei pozycję drugą zajmuje Jarosław Gowin, lider PR, zaś trzecią Zbigniew Ziobro z SP. Jednakże w tych przypadkach stonowane wypowiedzi wzmiankowanych polityków nie mają już przełożenia na sympatie potencjalnych wyborców. Pozycja pozostałej siódemki w zasadzie pozostaje porównywalna, w sytuacji, gdy masowy odbiorca zdążył już oswoić się z takimi „hitami wyborczymi”, jak rewelacje Pawła Piskorskiego, czy „niepoprawne politycznie” wypowiedzi Tomasza Adamka. Wspomniane różnice preferencji informacyjnych są jeszcze bardziej widoczne w badaniach mediów społecznościowych, gdzie lider KNP dosłownie „nokautuje” cały establishment polityczny. Różnica informacji na jego temat w stosunku do kolejnego przywoływanego polityka wynosi 5,4 tys. do 1,2 tys.

To niekwestionowany „medialny król” eurowyborów 2014 roku. Wspomniane badania pokazują także, iż polityka przenosi się do przestrzeni wirtualnej, kosztem innych środków masowej komunikacji – co oczywiście przekłada się na intensywność, ale i jakość debaty. Internet wymaga innego rodzaju aktywności i zdecydowanie większej wyrazistości polityczno-medialnej, w stosunku do tradycyjnie pojmowanej sfery publicznej. Gazety próbowały naśladować te trendy, gdyż i takie było nastawienie potencjalnego odbiorcy.

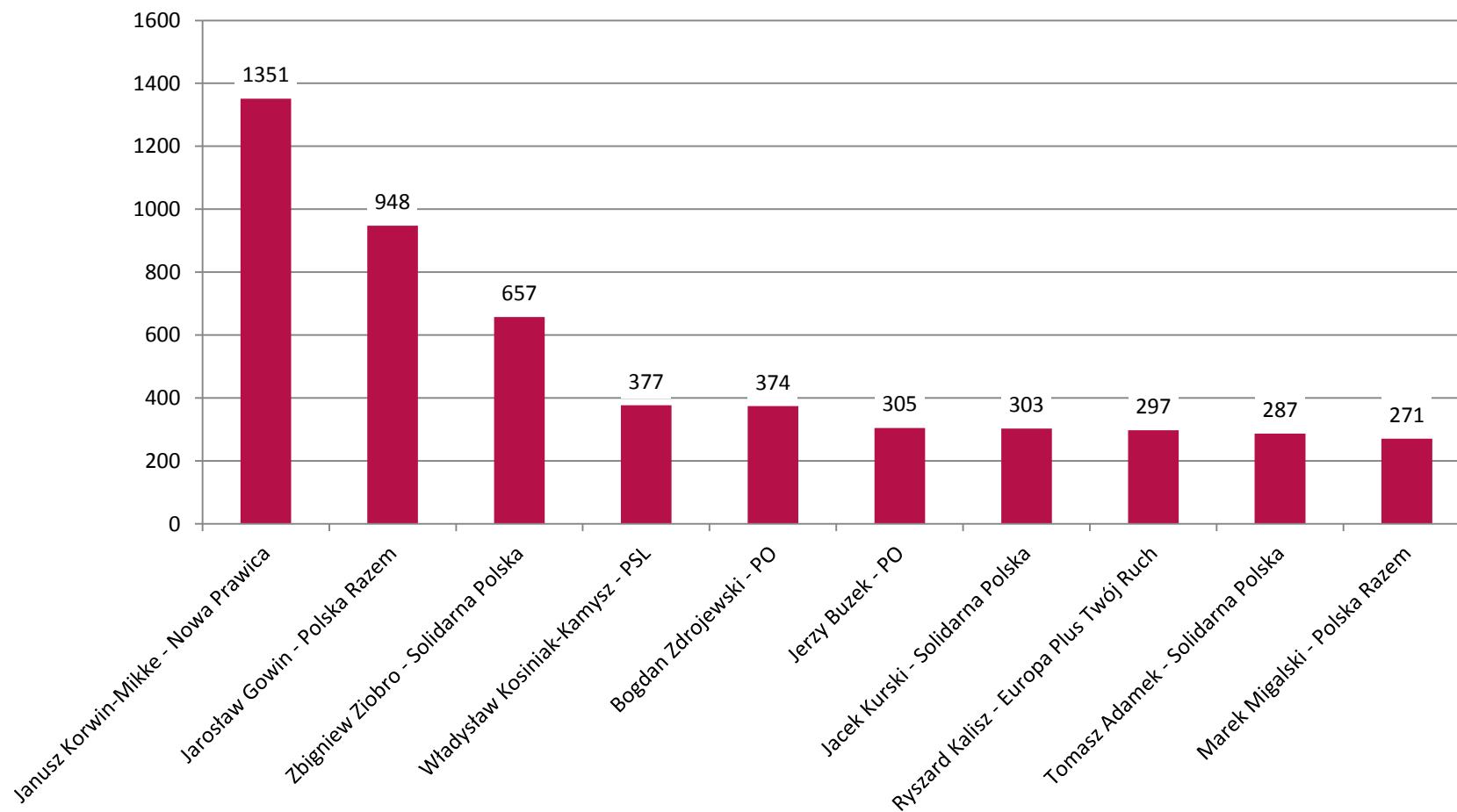
Nieco mniej zaskakująca jest natomiast analiza 13 list regionalnych. Tutaj przewodzą przede wszystkim partie posiadające swoją reprezentację parlamentarną, ugruntowany już rodowód polityczny i zaplecze społeczne. Platforma Obywatelska cieszyła się największą medialnością list: dolnośląskiej (B. Zdrojewski), kujawsko-pomorskiej (J. Rostowski), lubelskiej (M. Kamiński), mazowieckiej (J. Piłtera), pomorskiej (J. Lewandowski). Prawo

i Sprawiedliwość prym wiodło w przypadku listy podlaskiej (K. Karski) i wielkopolskiej (R. Czarnecki). SLD-UP zdominowało doniesienia medialne listy łódzkiej, Polska Razem – małopolskiej (J. Gowin), PSL – podkarpackiej (W Kosiniak-Kamysz), KNP – śląskiej (J. Korwin-Mikke), SP – warszawskiej (J. Kurski), Europa+TR – zachodniopomorskiej (P. Piskorski). Analiza medioznawcza poszczególnych list

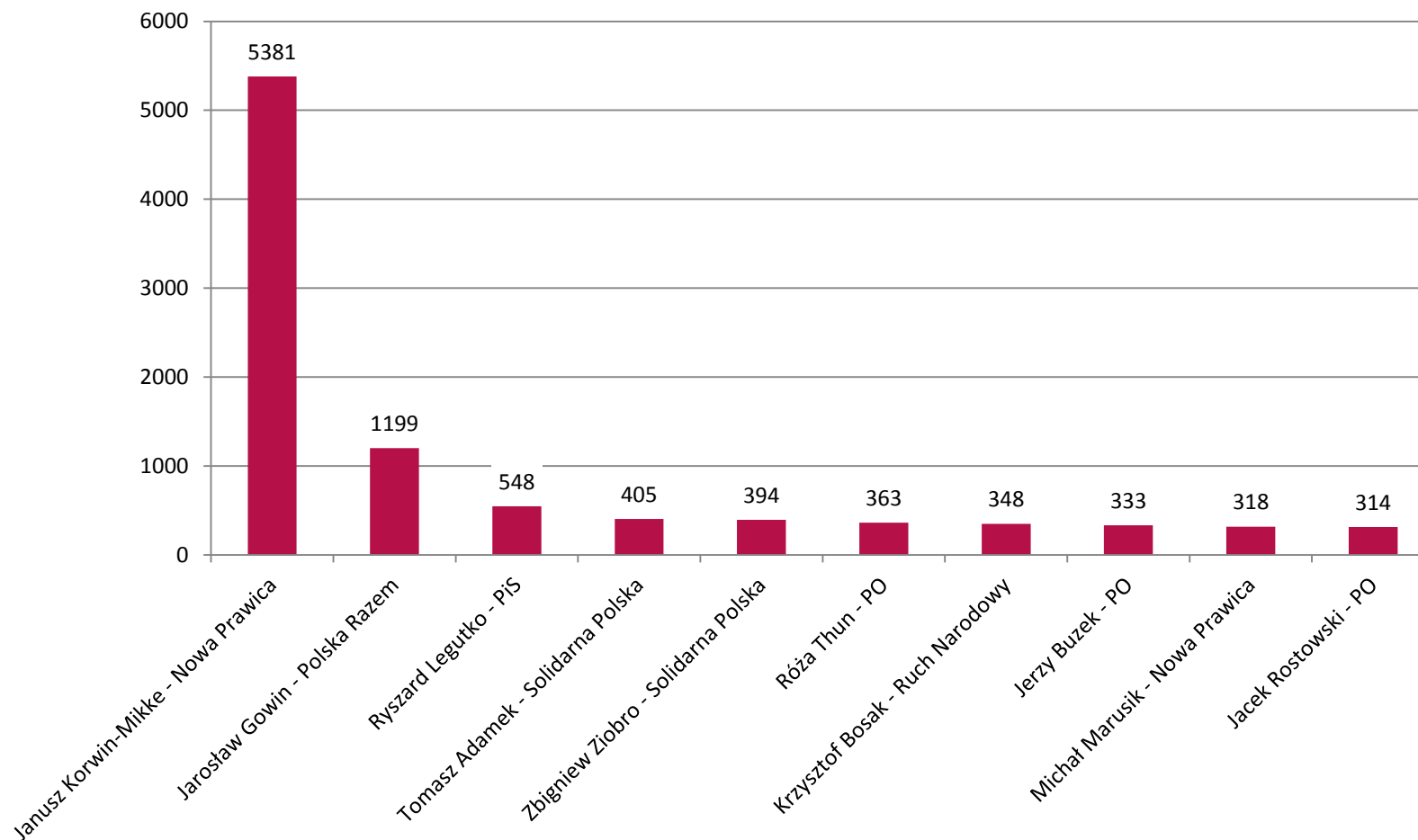
pokazuje, że rywalizacja wyborcza posiada charakter personalny, a nie społeczno-ideowy, czy też międzypartyjny. Media przede wszystkim starały się wychwycić „dobre nazwiska”, „nieszablonowe wypowiedzi”, czy też zdarzenia mogące przykuć uwagę odbiorcy. Porównanie wskaźników mediów ogólnopolskich i regionalnych oraz aktywności na portalach społecznościowych w zasadzie pokazuje

podobne tendencje, różniące się nieco skalą badanego zjawiska. Natomiast sympatie i preferencje polityczne mediów zasadniczo mieściły się po stronie liberalno-lewicowej, poza przypadkami list śląskiej i warszawskiej, gdzie na portalach społecznościowych dominowała retoryka narodowo-konserwatywna.

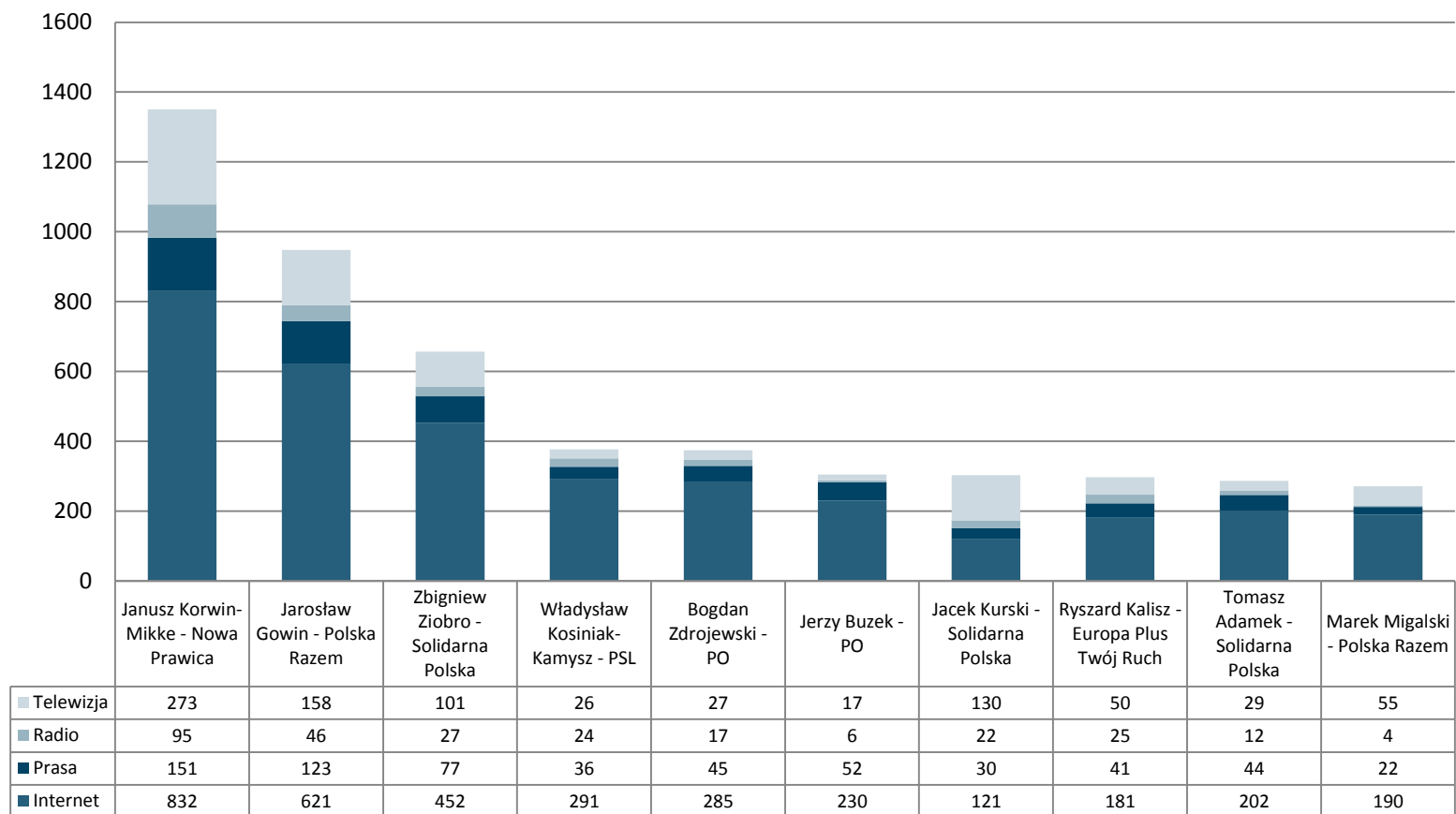
LICZBA INFORMACJI NA TEMAT KANDYDATÓW DO PE W MEDIACH TRADYCYJNYCH – TOP 10 KANDYDATÓW



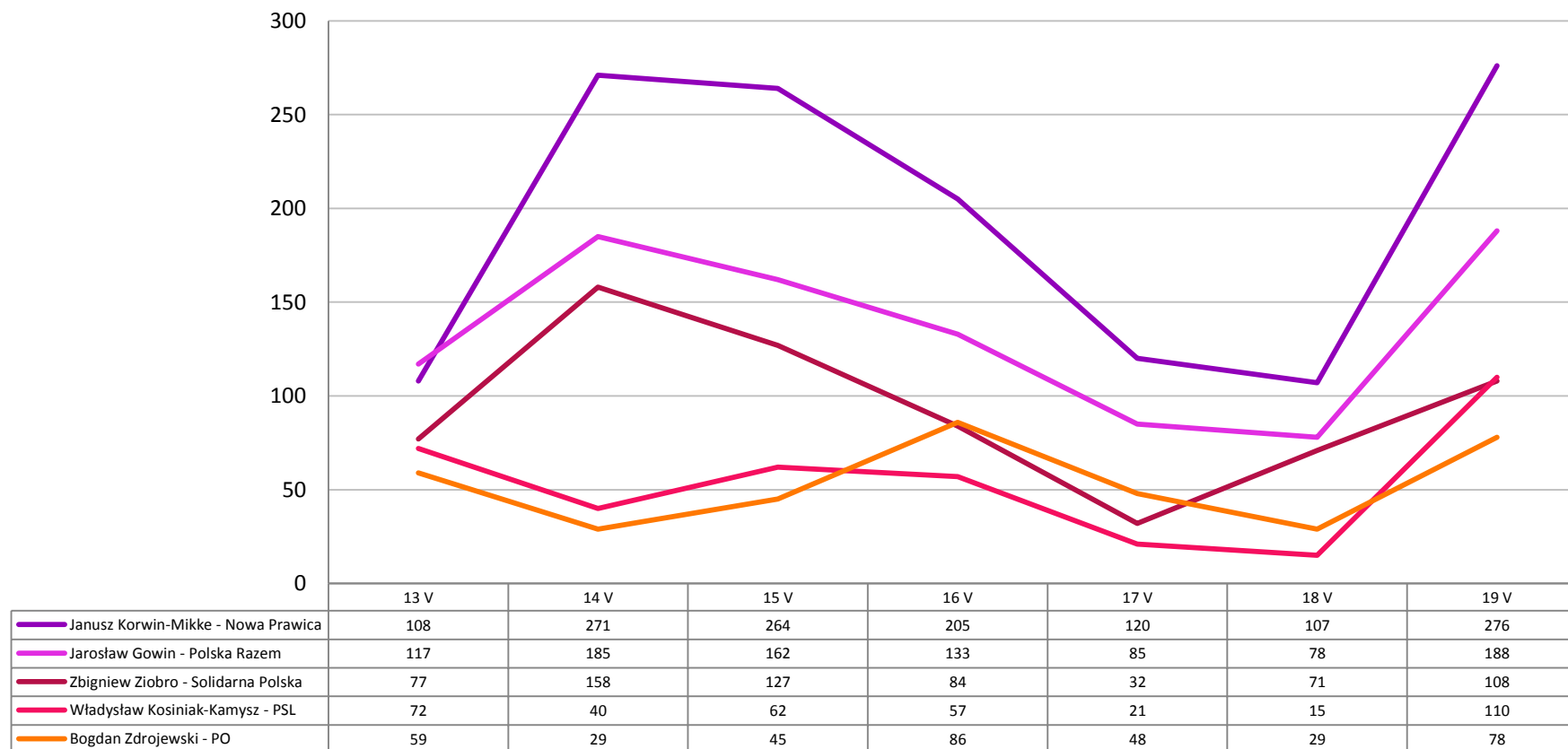
LICZBA INFORMACJI NA TEMAT KANDYDATÓW DO PE W SOCIAL MEDIA – TOP 10 KANDYDATÓW



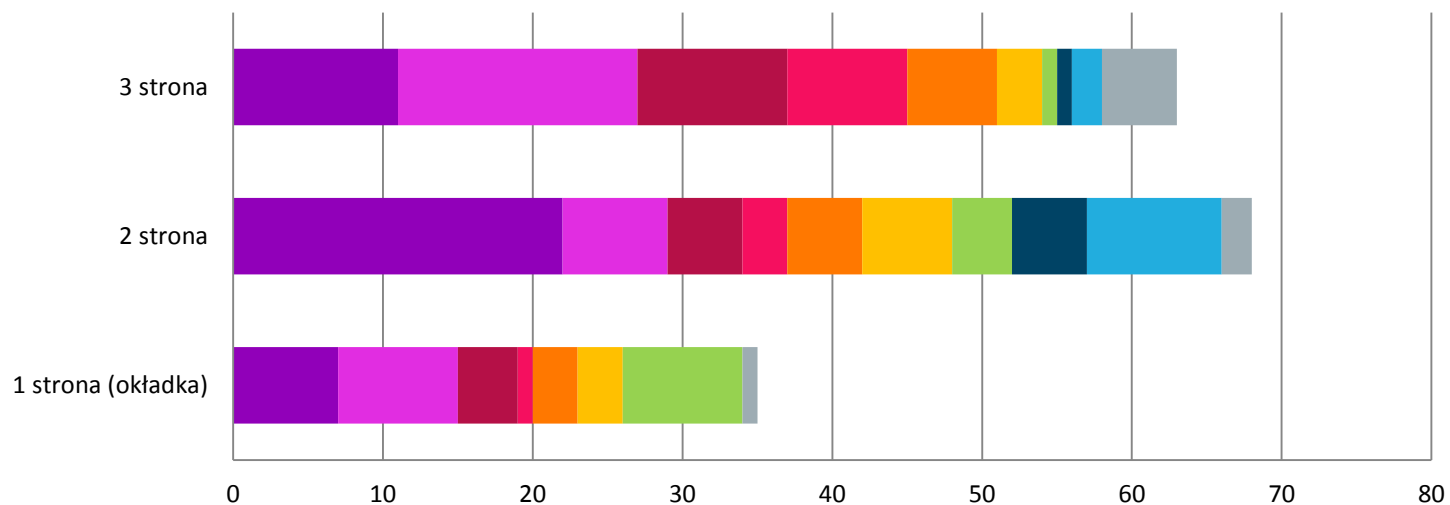
LICZBA INFORMACJI NA TEMAT KANDYDATÓW DO PE W PODZIALE NA MEDIA



LICZBA INFORMACJI NA TEMAT 5 NAJBARDZIEJ MEDIALNYCH KANDYDATÓW DO PE – TRENDY

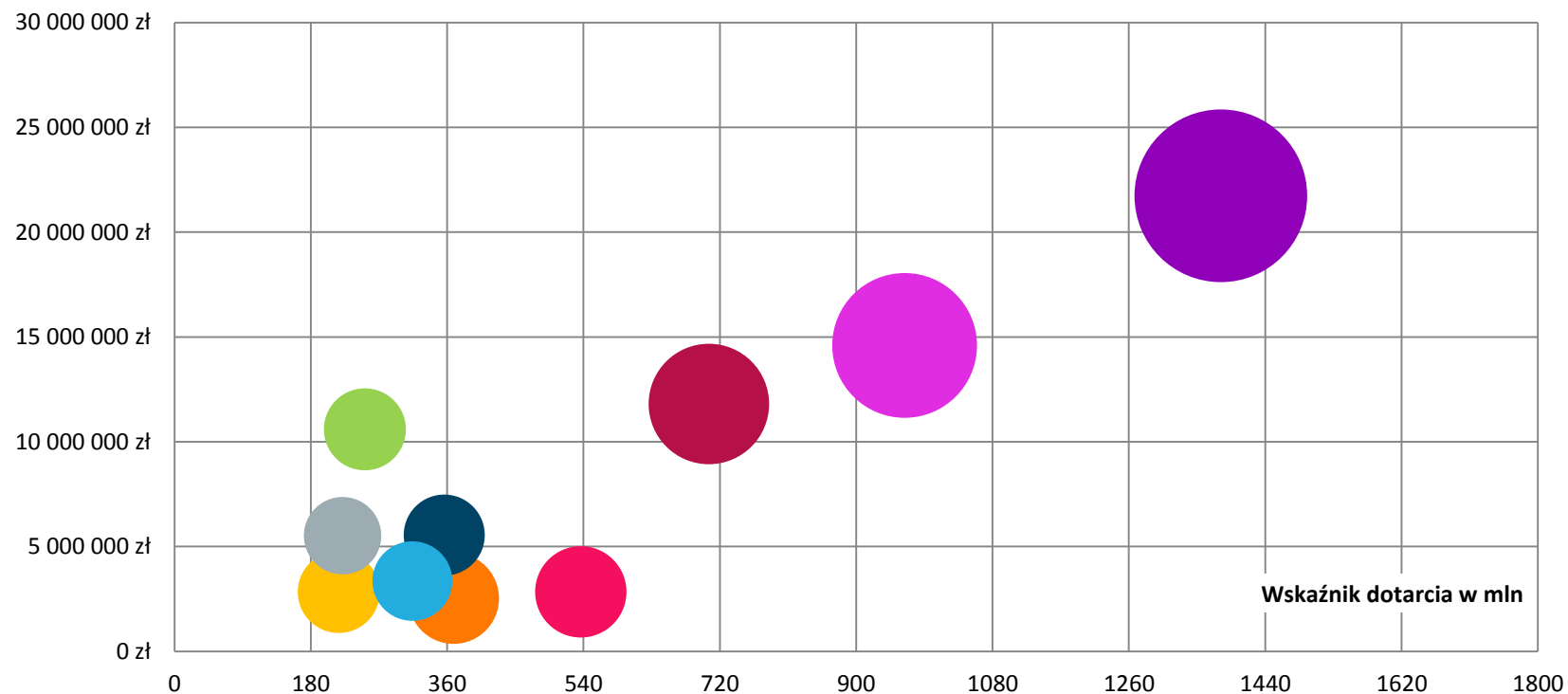


LICZBA INFORMACJI NA TEMAT 10 NAJBARDZIEJ MEDIALNYCH KANDYDATÓW DO PE – PIERWSZE STRONY GAZET



	1 strona (okładka)	2 strona	3 strona
■ Janusz Korwin-Mikke - Nowa Prawica	7	22	11
■ Jarosław Gowin - Polska Razem	8	7	16
■ Zbigniew Ziobro - Solidarna Polska	4	5	10
■ Jerzy Buzek - PO	1	3	8
■ Bogdan Zdrojewski - PO	3	5	6
■ Tomasz Adamek - Solidarna Polska	3	6	3
■ Michał Kamiński - PO	8	4	1
■ Jacek Rostowski - PO	0	5	1
■ Ryszard Kalisz - Europa Plus Twój Ruch	0	9	2
■ Władysław Kosiniak-Kamysz - PSL	1	2	5

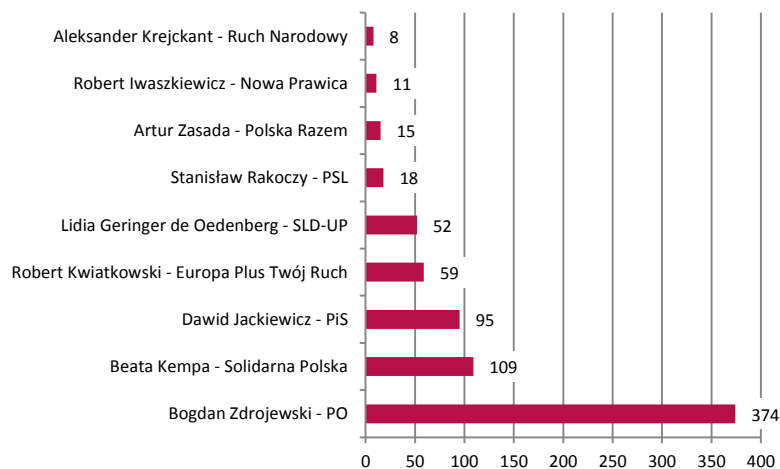
10 NAJBARDZIEJ MEDIALNYCH KANDYDATÓW DO PE – MAPA BENCHMARKINGOWA



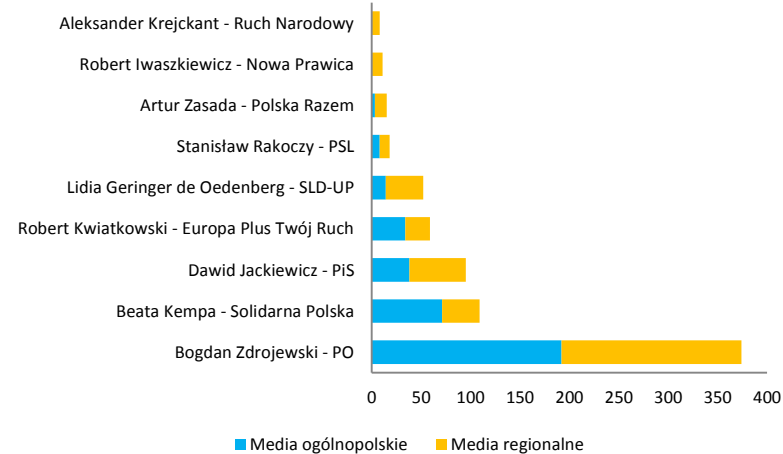
- Janusz Korwin-Mikke - Nowa Prawica
- Jarosław Gowin - Polska Razem
- Zbigniew Ziobro - Solidarna Polska
- Władysław Kosiniak-Kamysz - PSL
- Bogdan Zdrojewski - PO
- Jerzy Buzek - PO
- Jacek Kurski - Solidarna Polska
- Ryszard Kalisz - Europa Plus Twój Ruch
- Tomasz Adamek - Solidarna Polska
- Marek Migalski - Polska Razem

PODSUMOWANIE DANYCH KANDYDACI Z POSZCZEGÓLNYCH LIST WYBORCZYCH

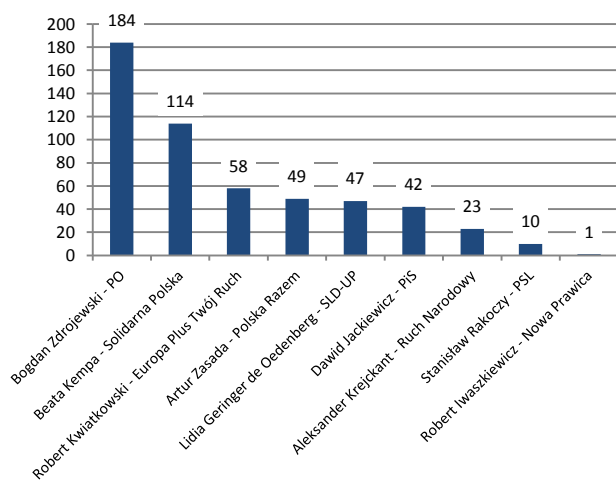
LISTA DOLNOŚLĄSKA



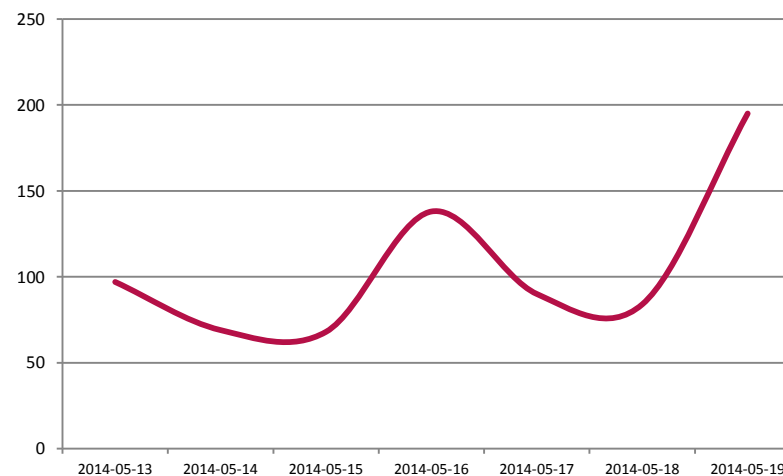
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

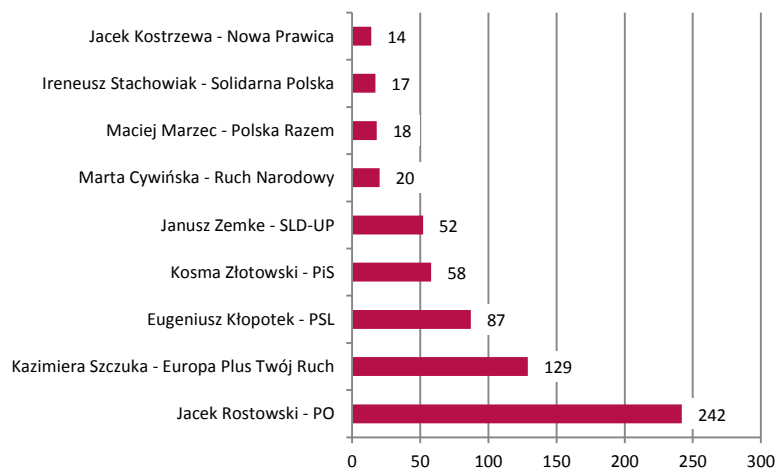


Suma informacji w mediach społecznościowych

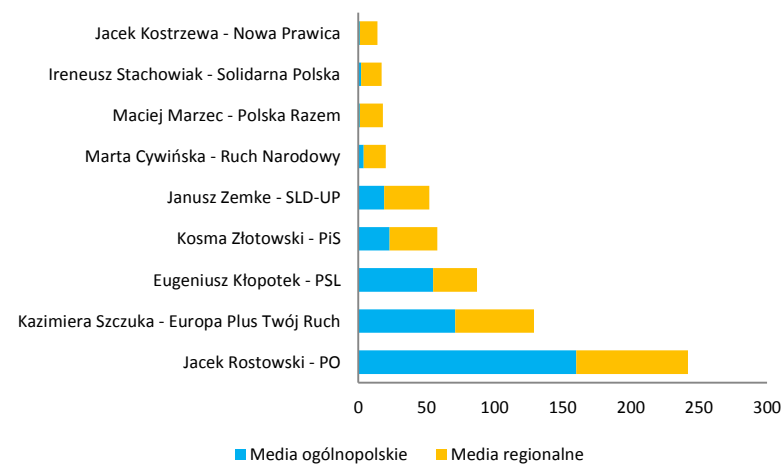


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

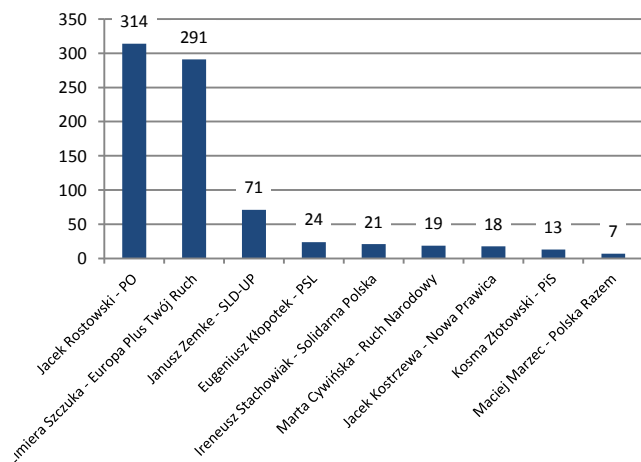
LISTA KUJAWSKO-POMORSKA



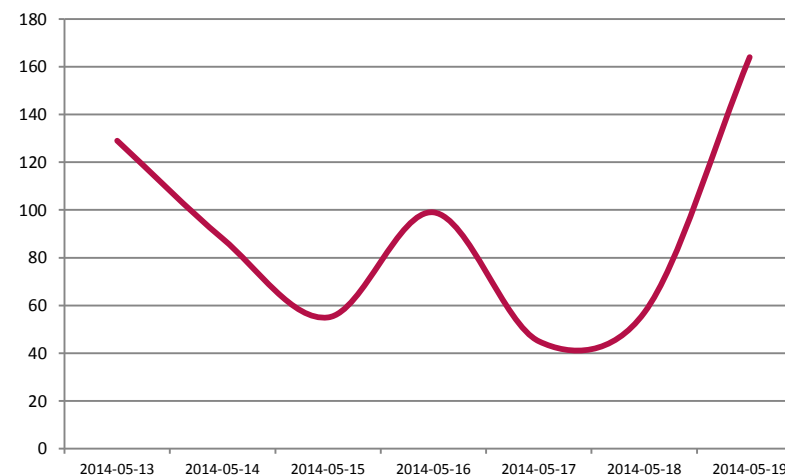
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

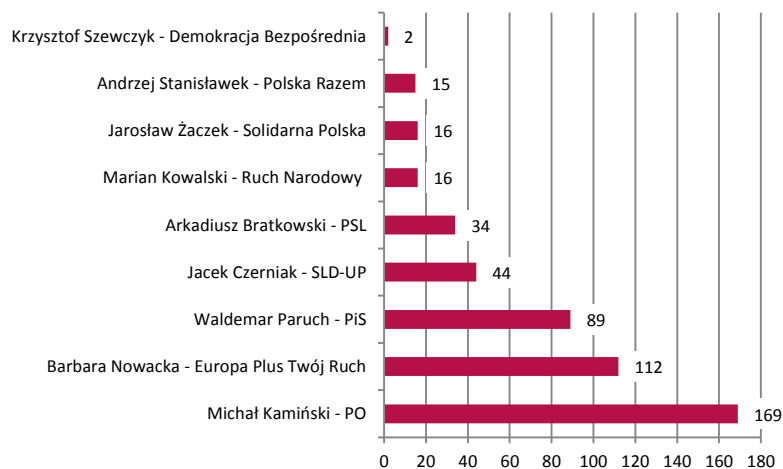


Suma informacji w mediach społecznościowych

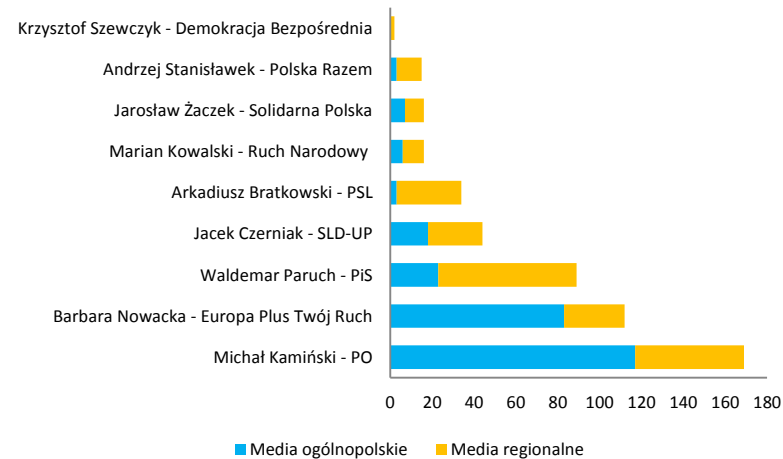


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

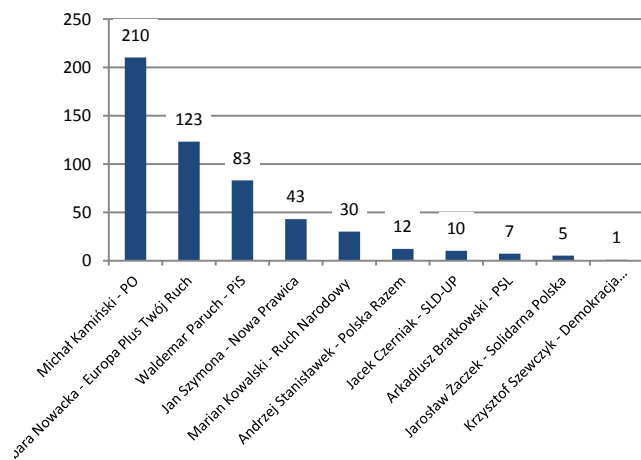
LISTA LUBELSKA



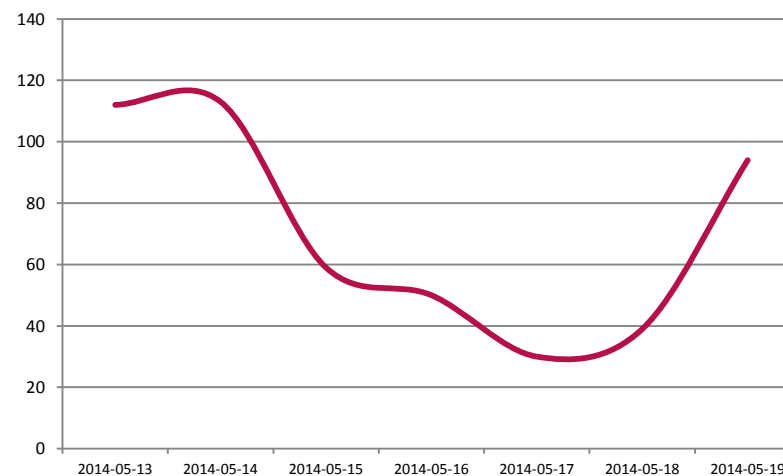
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

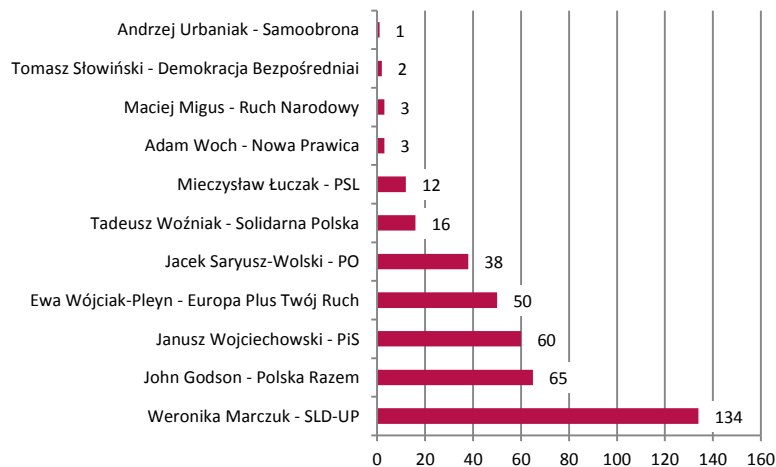


Suma informacji w mediach społecznościowych

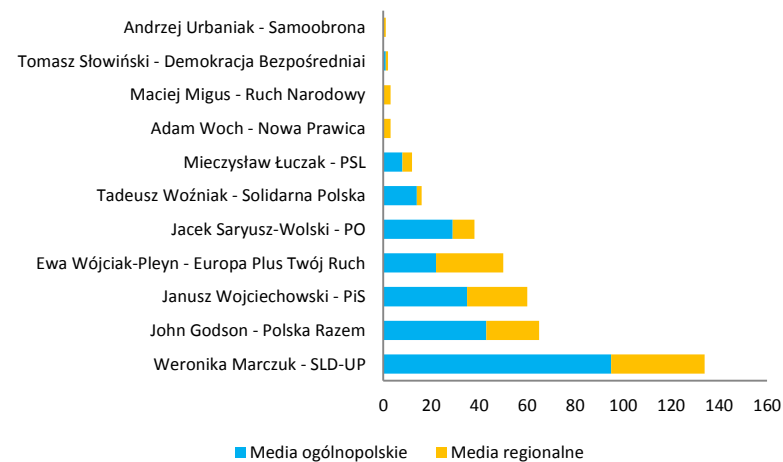


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

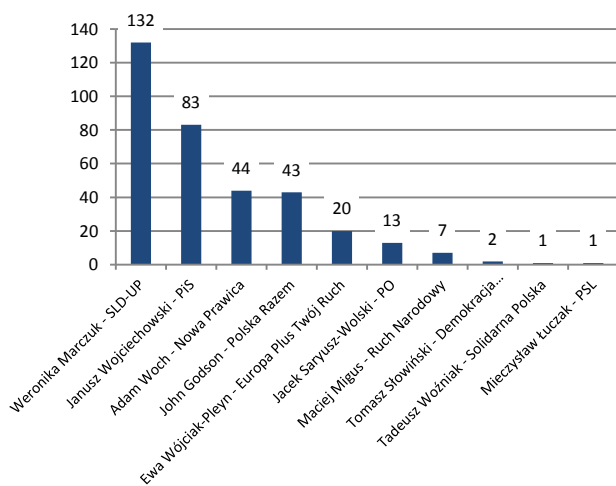
LISTA ŁÓDZKA



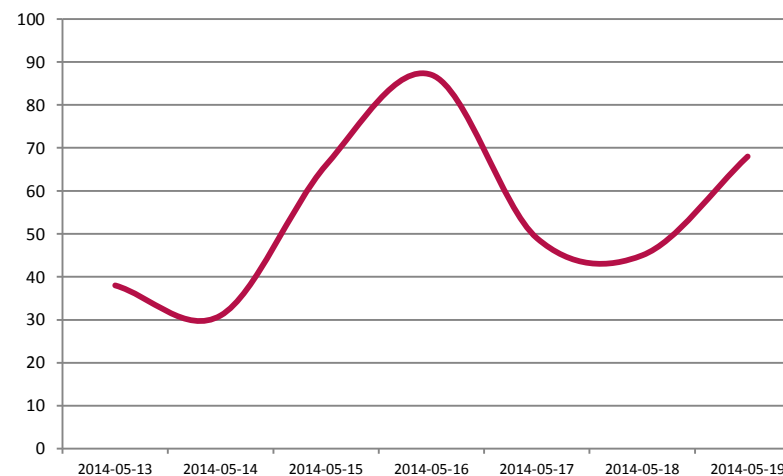
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

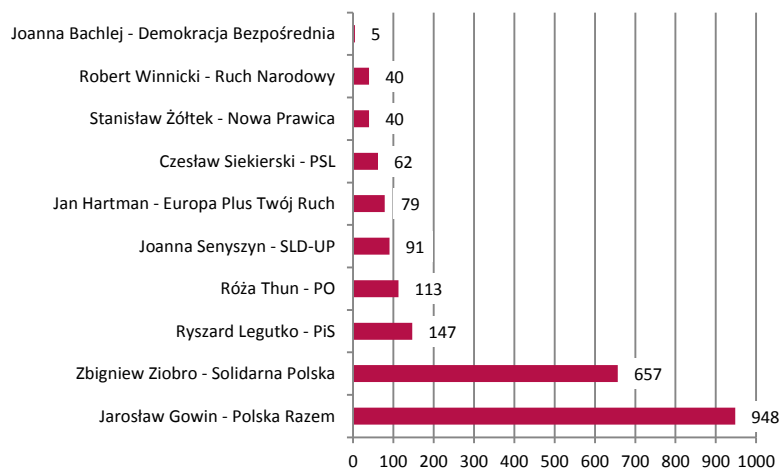


Suma informacji w mediach społecznościowych

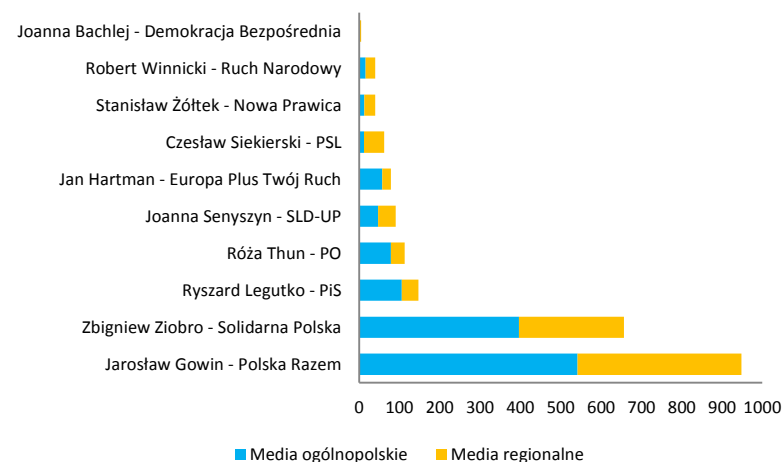


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

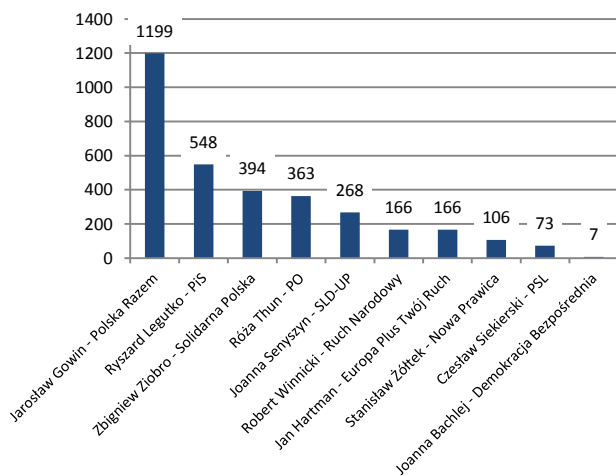
LISTA MAŁOPOLSKA/ŚWIĘTOKRZYSKA



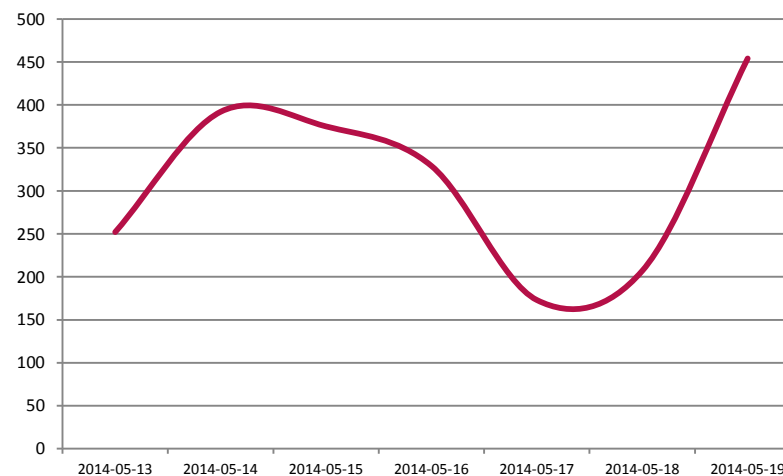
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

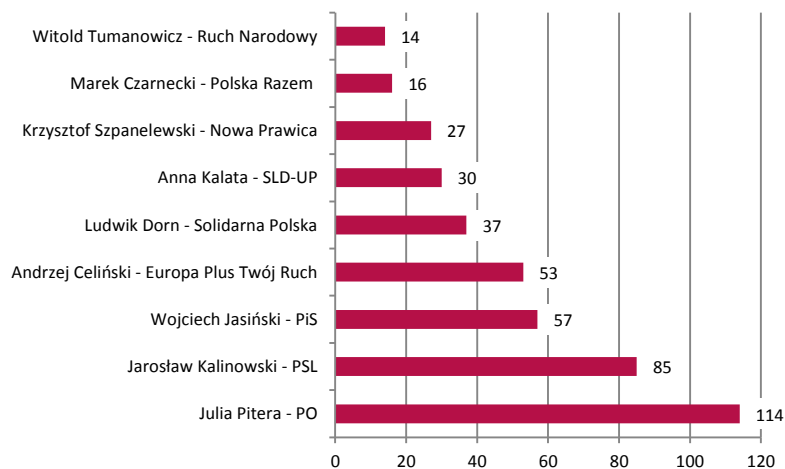


Suma informacji w mediach społecznościowych

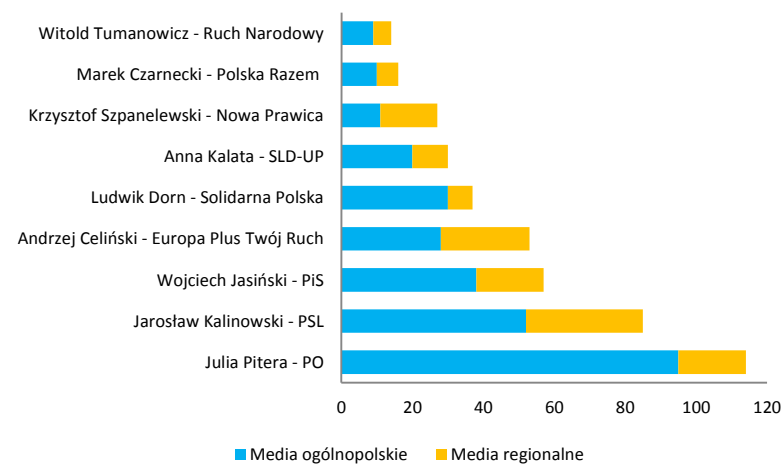


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

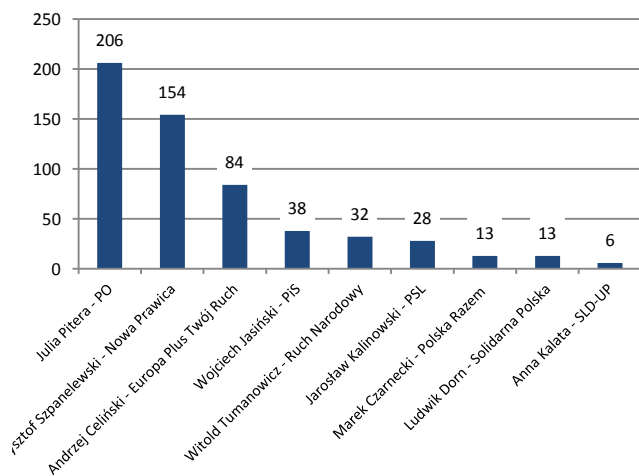
LISTA MAZOWIECKA



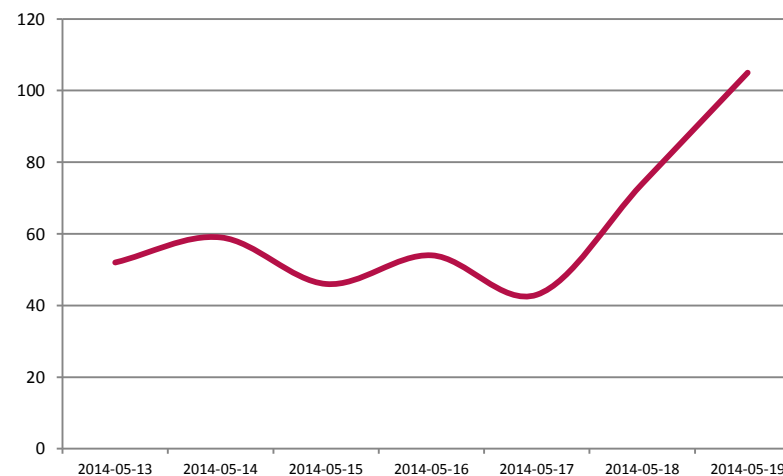
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

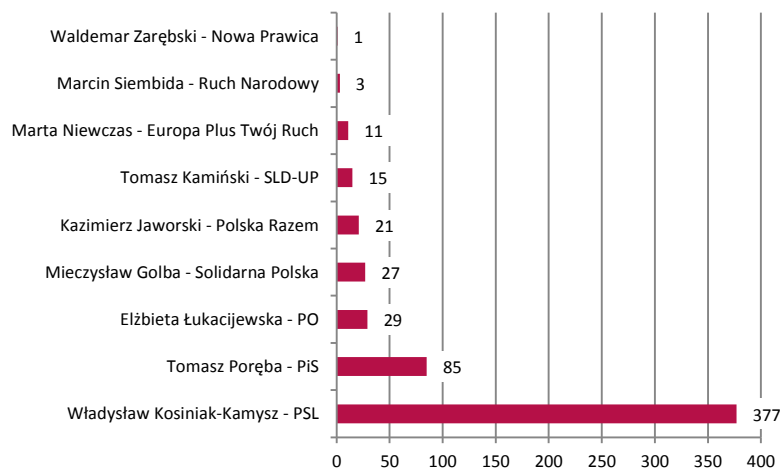


Suma informacji w mediach społecznościowych

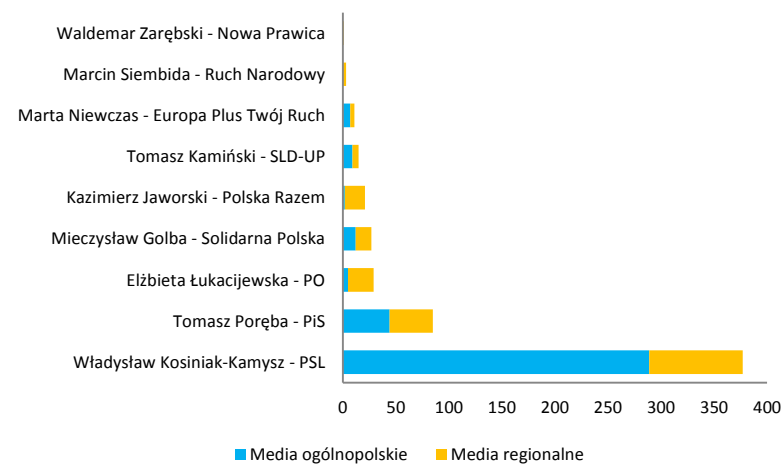


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

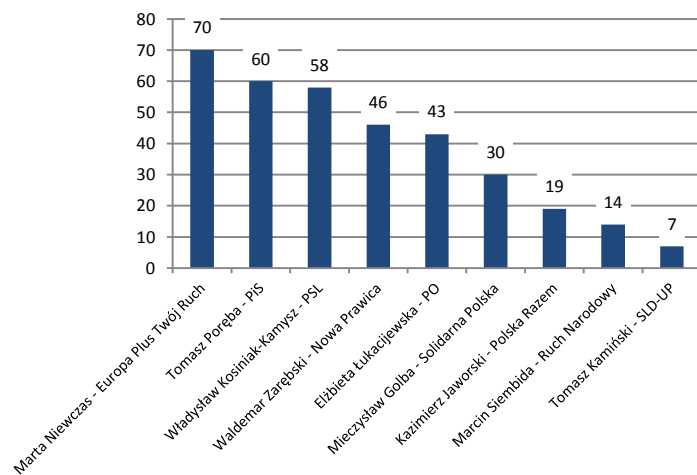
LISTA PODKARPACKA



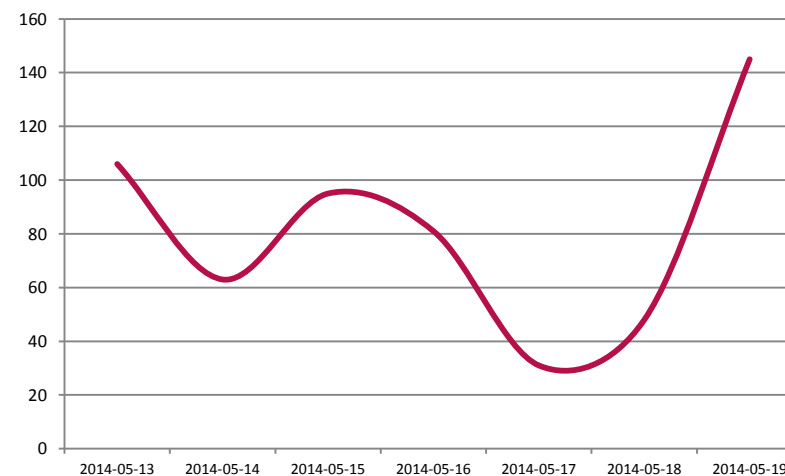
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

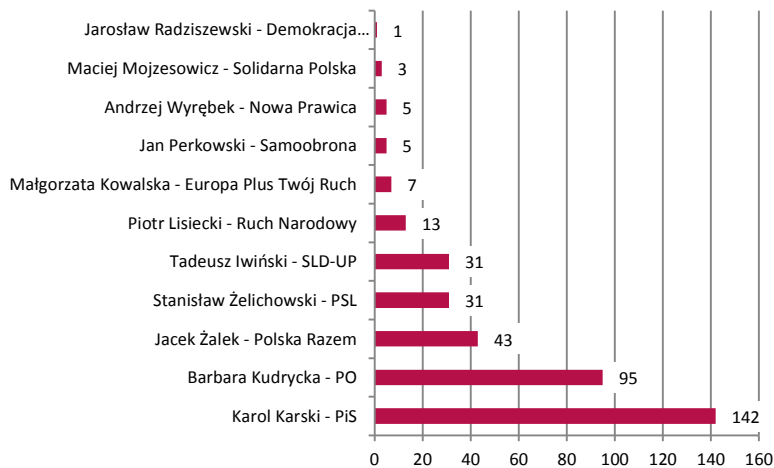


Suma informacji w mediach społecznościowych

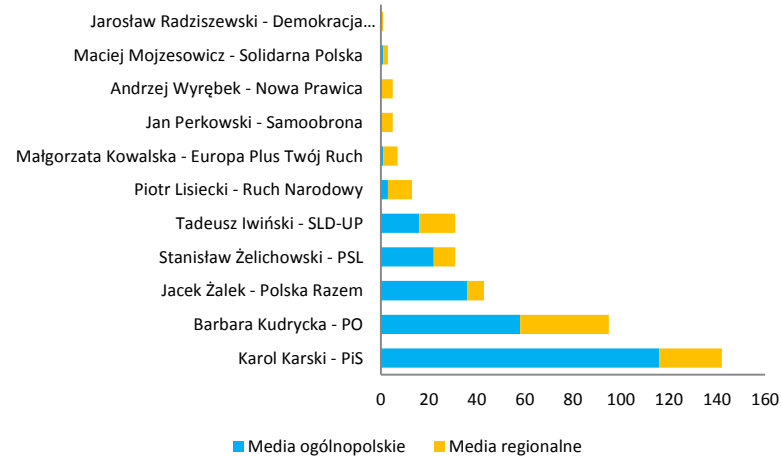


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

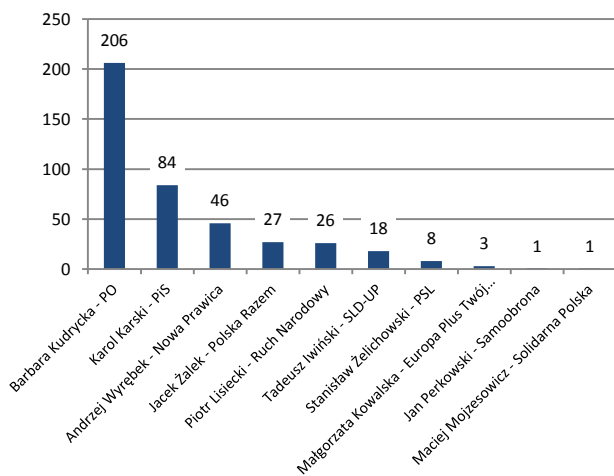
LISTA PODLASKA / WARMIŃSKO-MAZURSKA



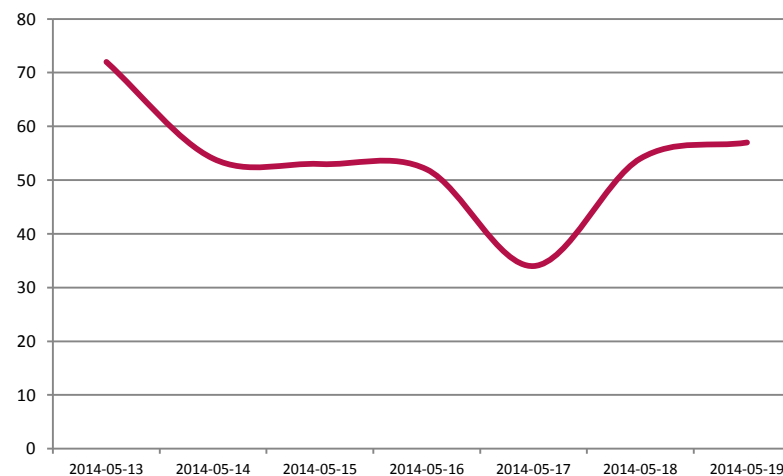
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

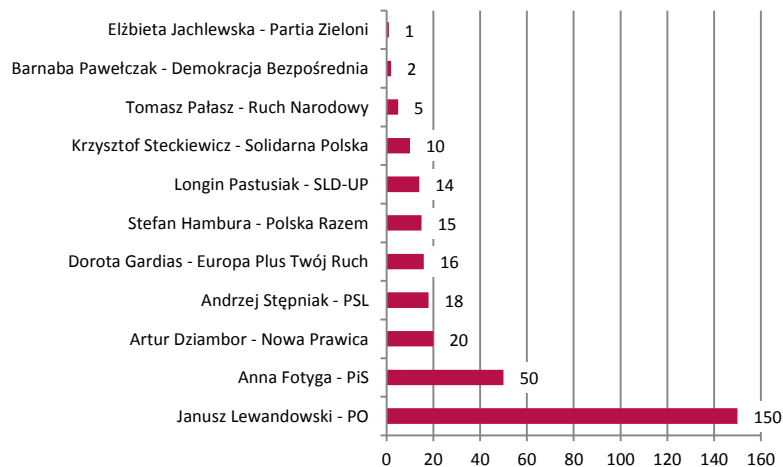


Suma informacji w mediach społecznościowych

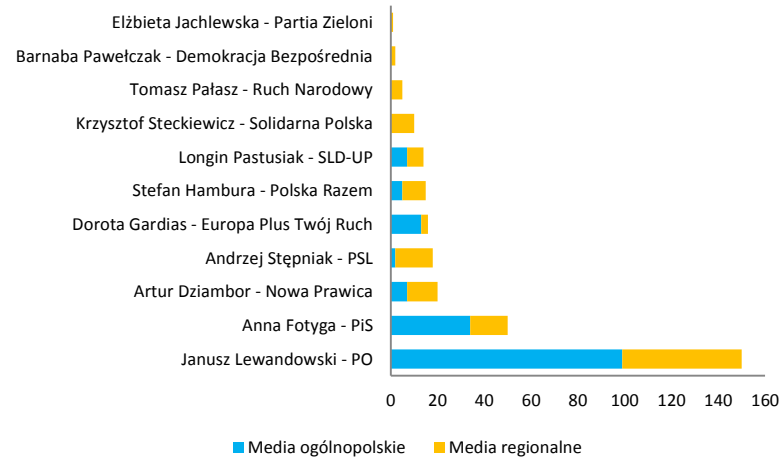


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

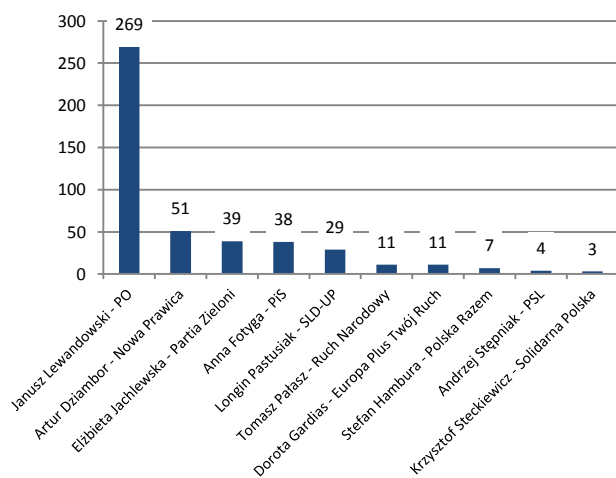
LISTA POMORSKA



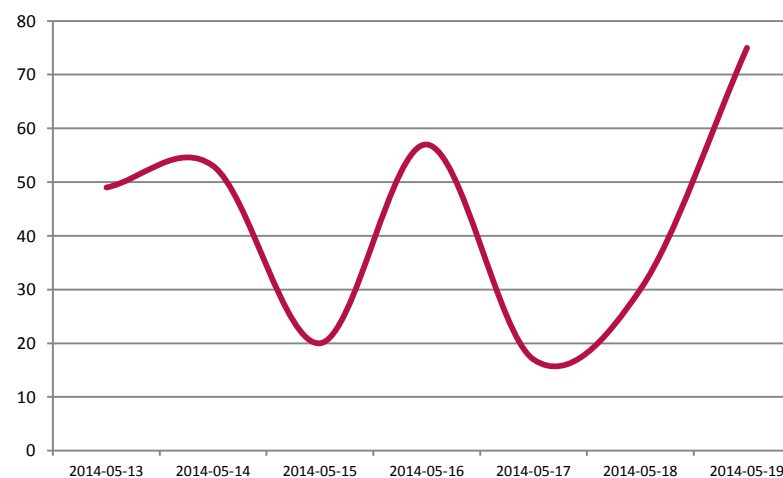
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

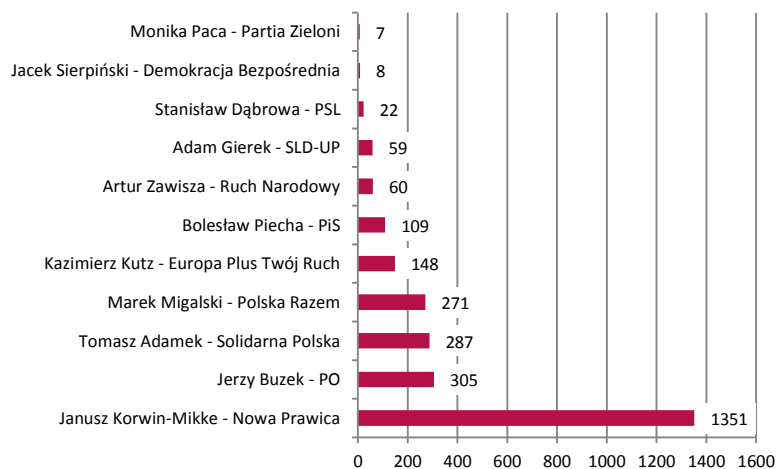


Suma informacji w mediach społecznościowych

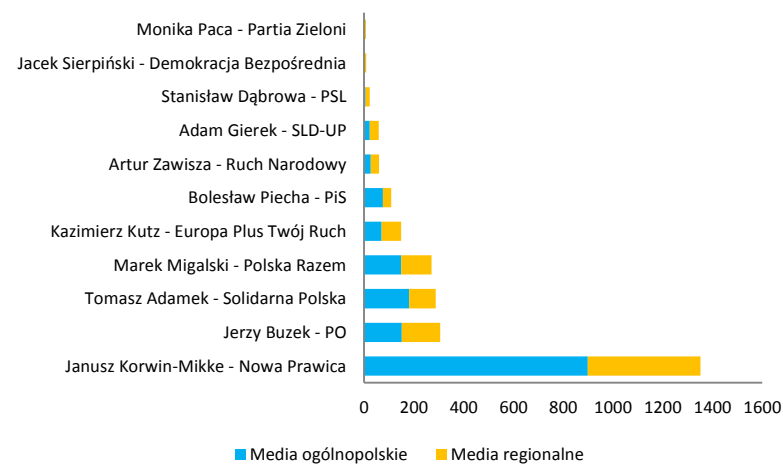


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

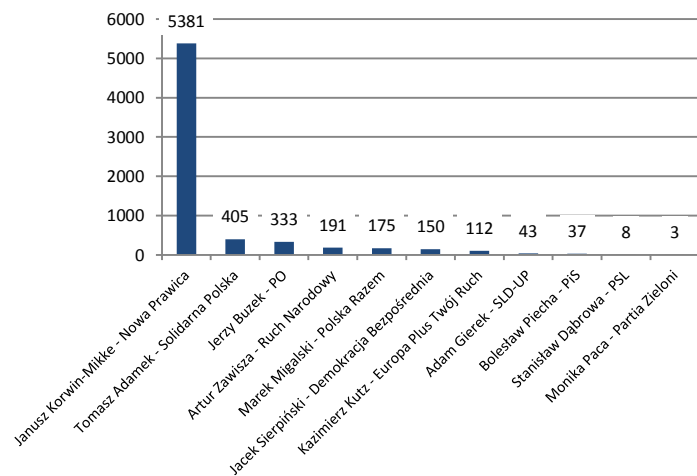
LISTA ŚLĄSKA



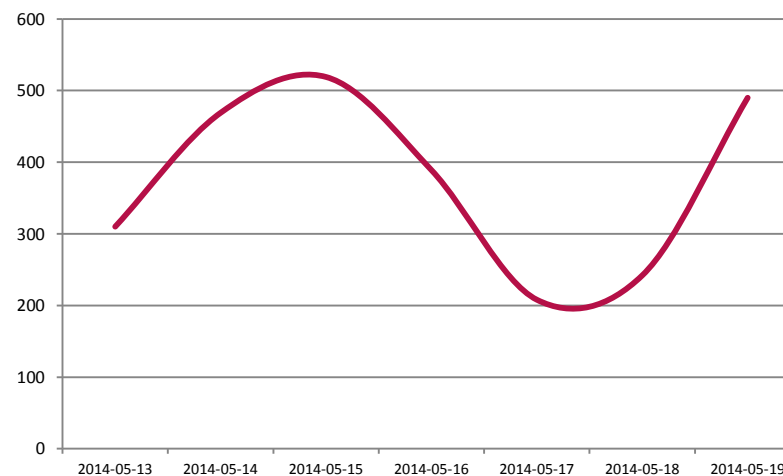
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

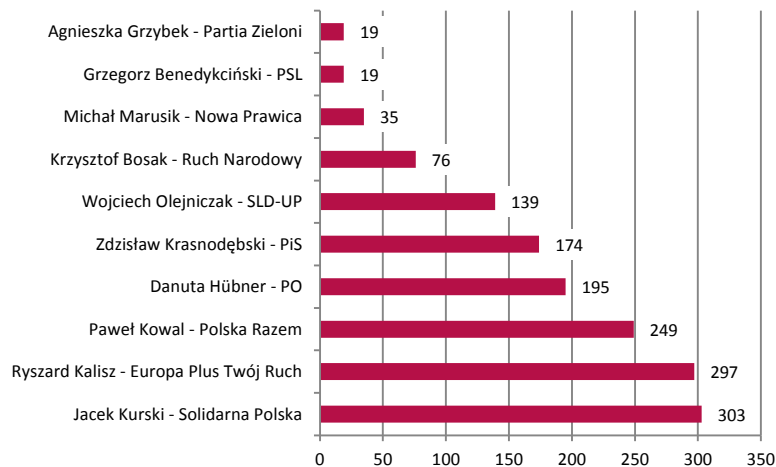


Suma informacji w mediach społecznościowych

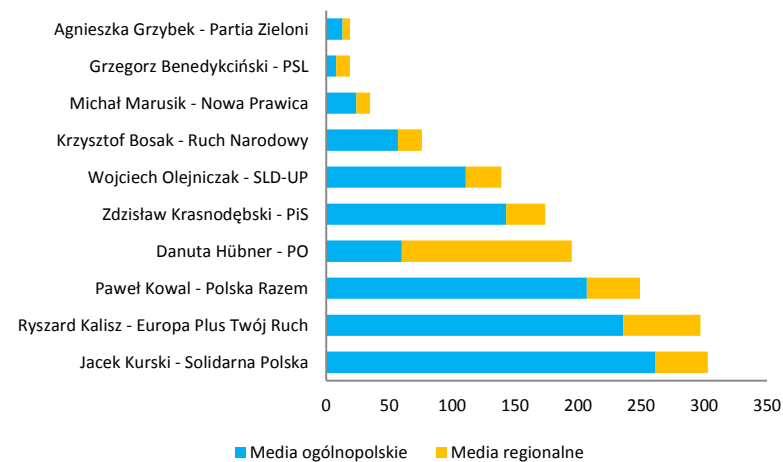


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

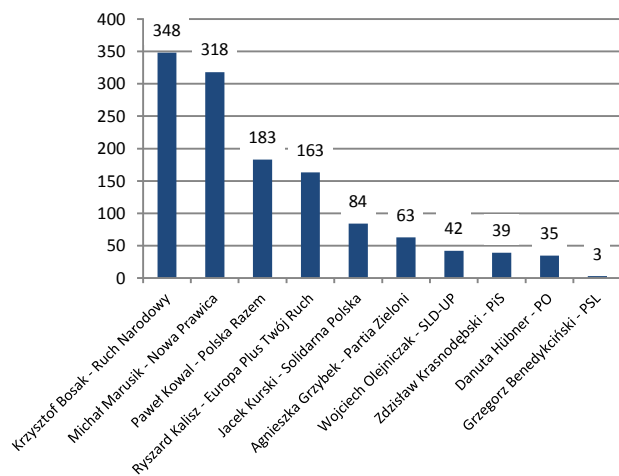
LISTA WARSZAWSKA



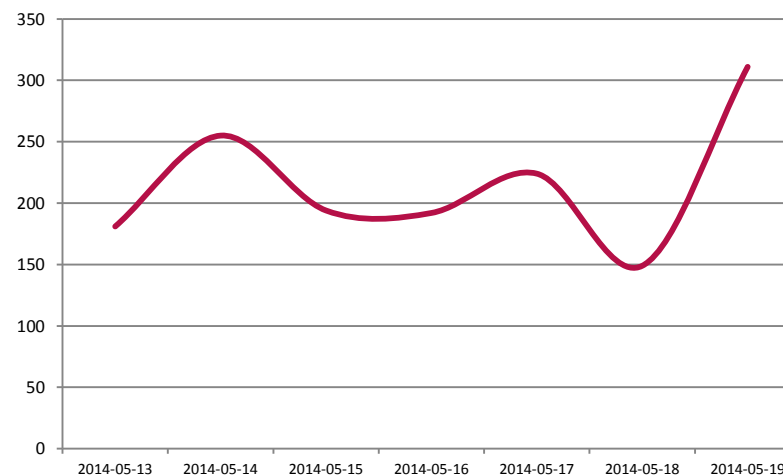
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

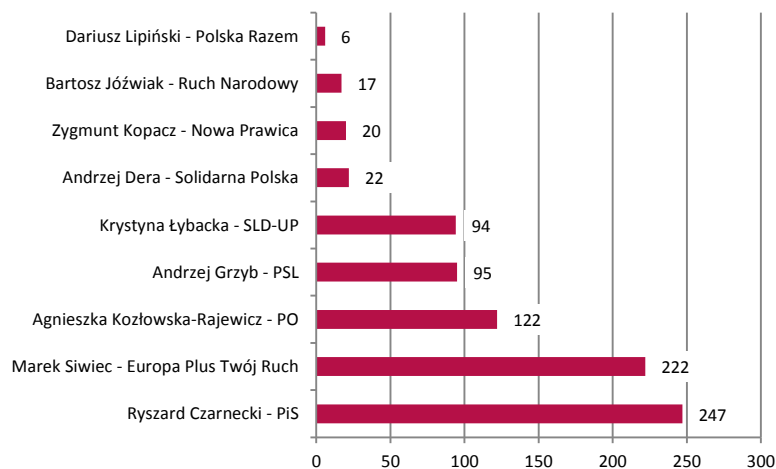


Suma informacji w mediach społecznościowych

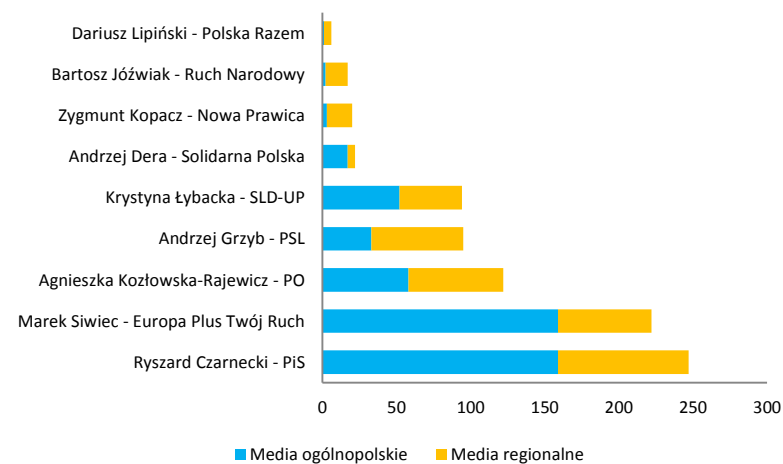


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

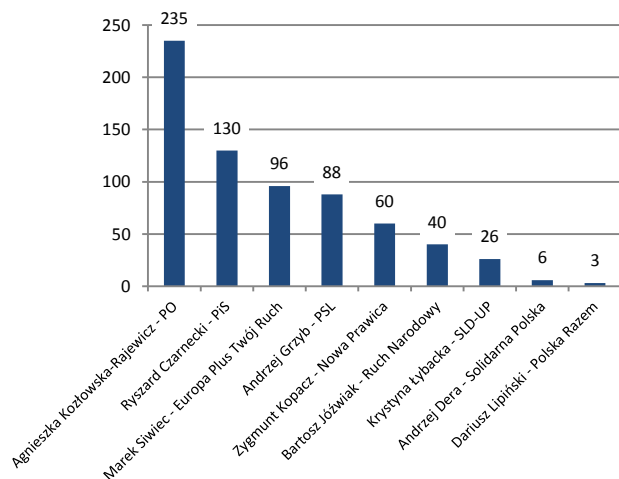
LISTA WIELKOPOLSKA



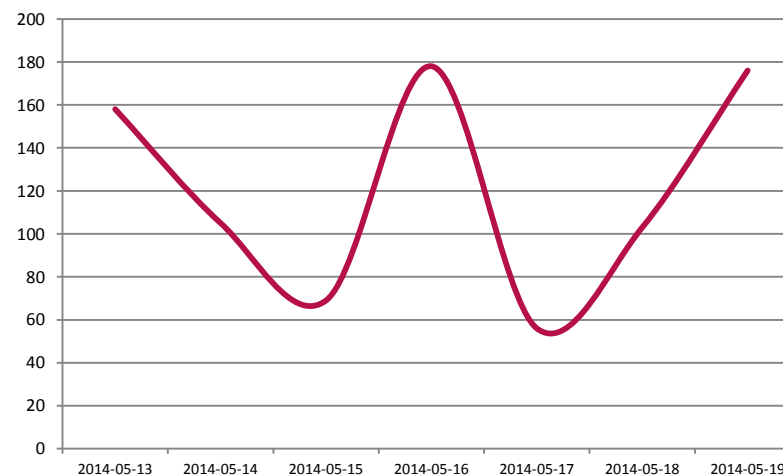
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów

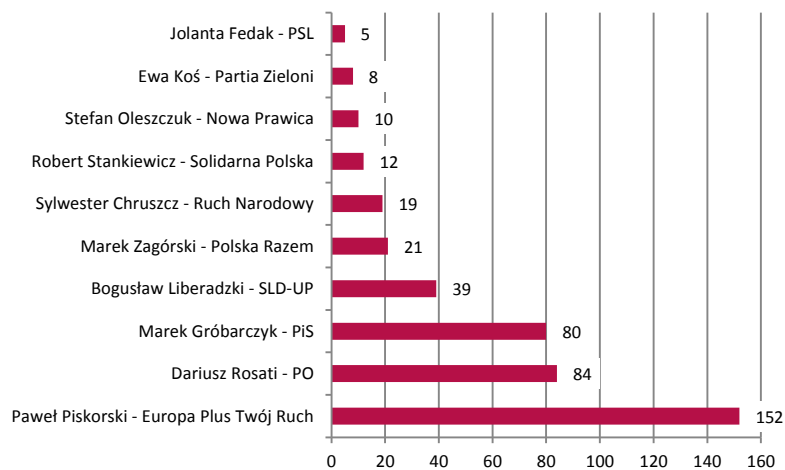


Suma informacji w mediach społecznościowych

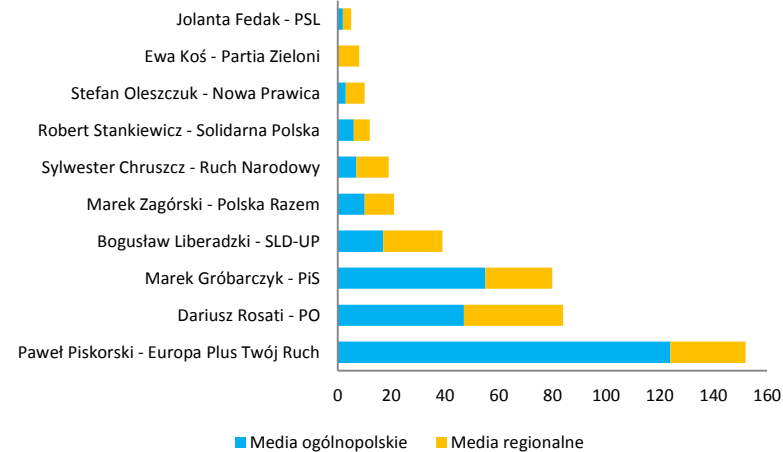


Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie

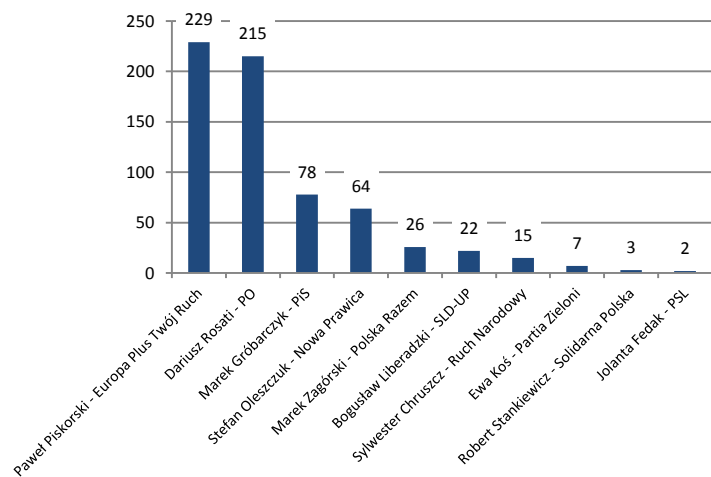
LISTA ZACHODNIOPOMORSKA



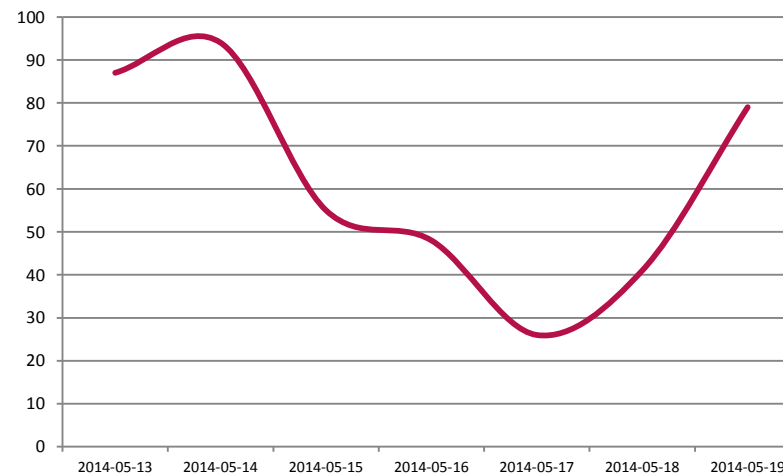
Suma informacji na temat kandydatów



Suma informacji na temat kandydatów – zasięg mediów



Suma informacji w mediach społecznościowych



Suma unikalnych informacji na temat kandydatów z listy w analizowanym okresie



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 | **www.psmm.pl**

