



SCENA POLITYCZNA

Raport medialny

Kwiecień 2015

METODOLOGIA

Na podstawie informacji medialnych zebranych w kwietniu 2015 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 oraz najpopularniejszych serwisów społecznościowych.

Analiza medialna objęła sześć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL, Twój Ruch i Solidarną Polskę, a także ich liderów: Ewę Kopacz, 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”.

Raport składa się z trzech podstawowych części:

▸ **Rozdział I - Podsumowanie**

Podsumowanie informacji na temat sześciu największych ugrupowań politycznych oraz ich liderów.

▸ **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 DO RAPORTU

PiS wyprzedziło PO

Zawirowania związane z wyborem prezydenta RP oraz dynamiczna kampania wyborcza kandydata PiS – Andrzeja Dudy sprawiły, że media zaczęły baczniej przyglądać się partii Prawo i Sprawiedliwość. Ugrupowanie to wyprzedziło dotychczasowego lidera w zestawieniu najbardziej medialnych partii - Platformę Obywatelską. Poza tym ugrupowanie Kaczyńskiego osiągnęło wysoką przewagę nad PO – prawie tysiąc publikacji!

W kwietniu dużym zainteresowaniem cieszyła się także partia Twój Ruch, która odnotowała wzrost liczby publikacji o 65,1 proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca. Przyrost doniesień medialnych dotyczył także Solidarnej Polski (o 16 proc. więcej informacji), Sojuszu Lewicy Demokratycznej (o 16 proc.) oraz Polskiego Stronnictwa Ludowego (0,7 proc.).

Liderem nadal Ewa Kopacz

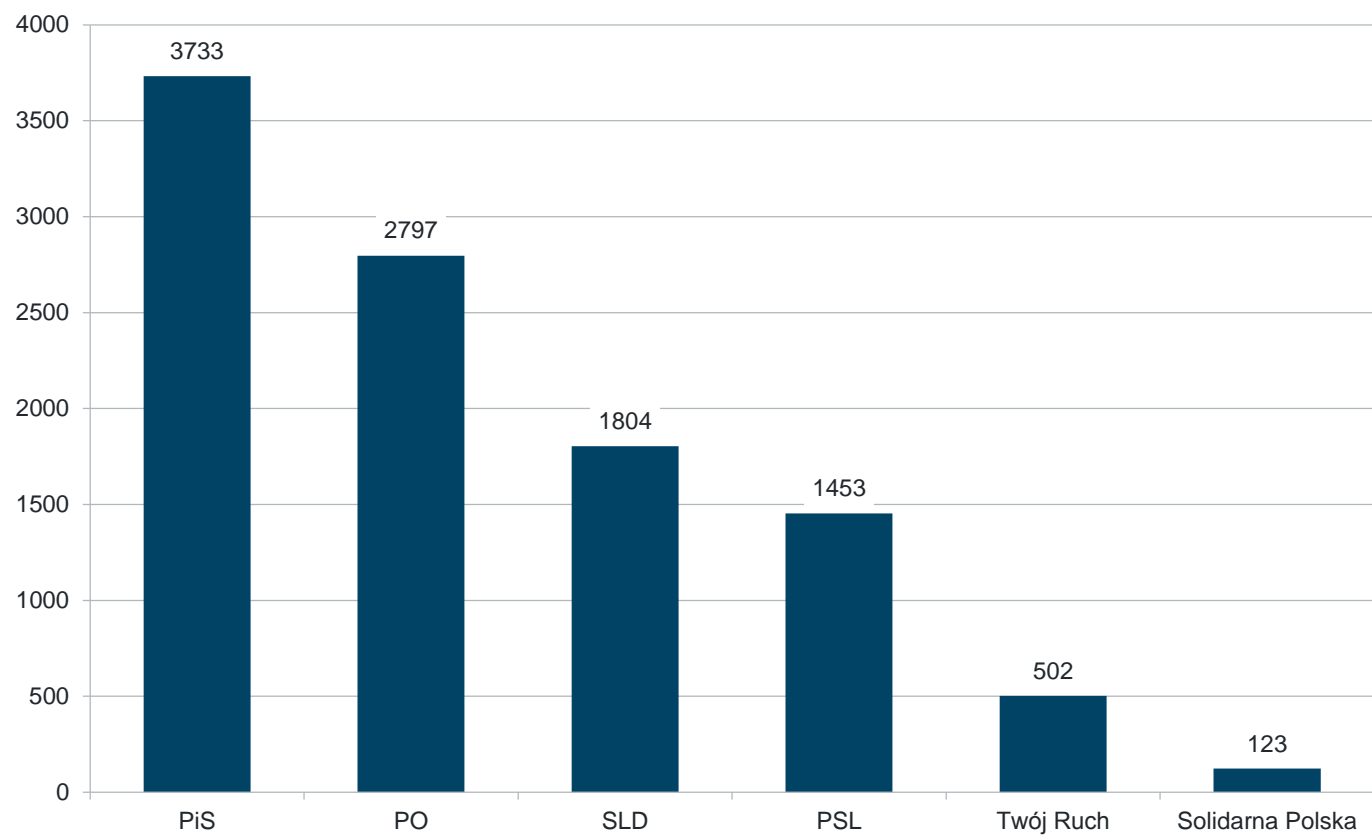
Pierwsze miejsce w rankingu publikacji, w których wystąpili liderzy ugrupowań zajęła Ewa Kopacz, wyprzedzając swojego rywala Jarosława Kaczyńskiego zaledwie o 24 materiały i osiągając wynik 1,1 tys. materiałów. Jednak odnotowała ona spadek w porównaniu do poprzedniego badania – o 11,8 proc. Z kolei na temat lidera Prawa i Sprawiedliwości ukazało się o 34,2 proc. więcej doniesień medialnych niż w ubiegłym, analizowanym miesiącu. Jednocześnie przywódca PO był najczęściej krytykowanym politykiem spośród analizowanych.

Natomiast Janusz Palikot po raz kolejny odniósł sukces w mediach społecznościowych, a swoich rywali pozostawił daleko w tyle. Na jego temat pojawiło się ponad 11 tys. wzmianek. Z wynikiem 5,4 tys. doniesień medialnych na drugim miejscu uplasował się Jarosław Kaczyński, a za nim Ewa Kopacz z zaledwie 2,6 tys. wyników. Zestawienie zamyka Zbigniew Ziobro (366).

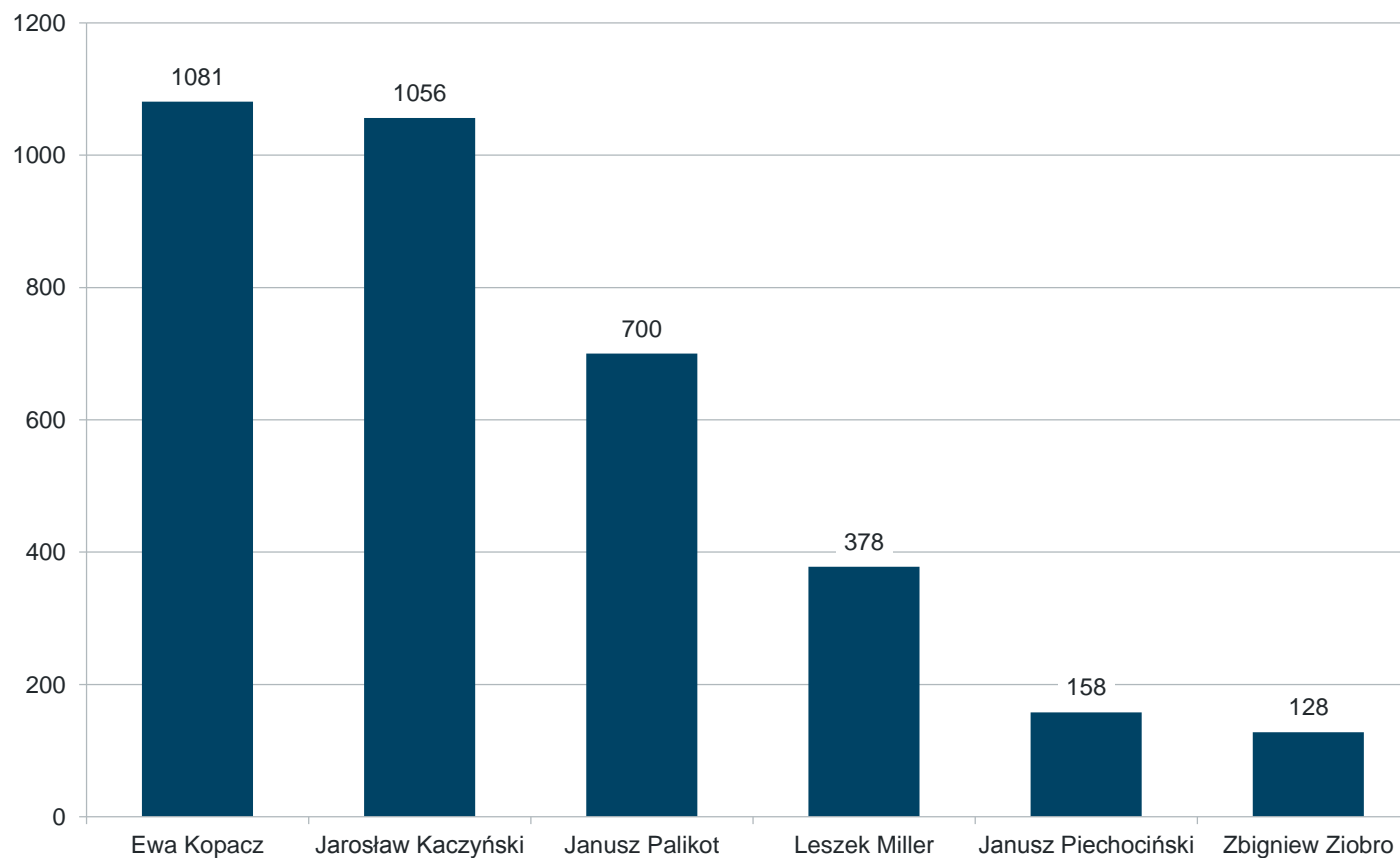
ROZDZIAŁ I

Podsumowanie danych

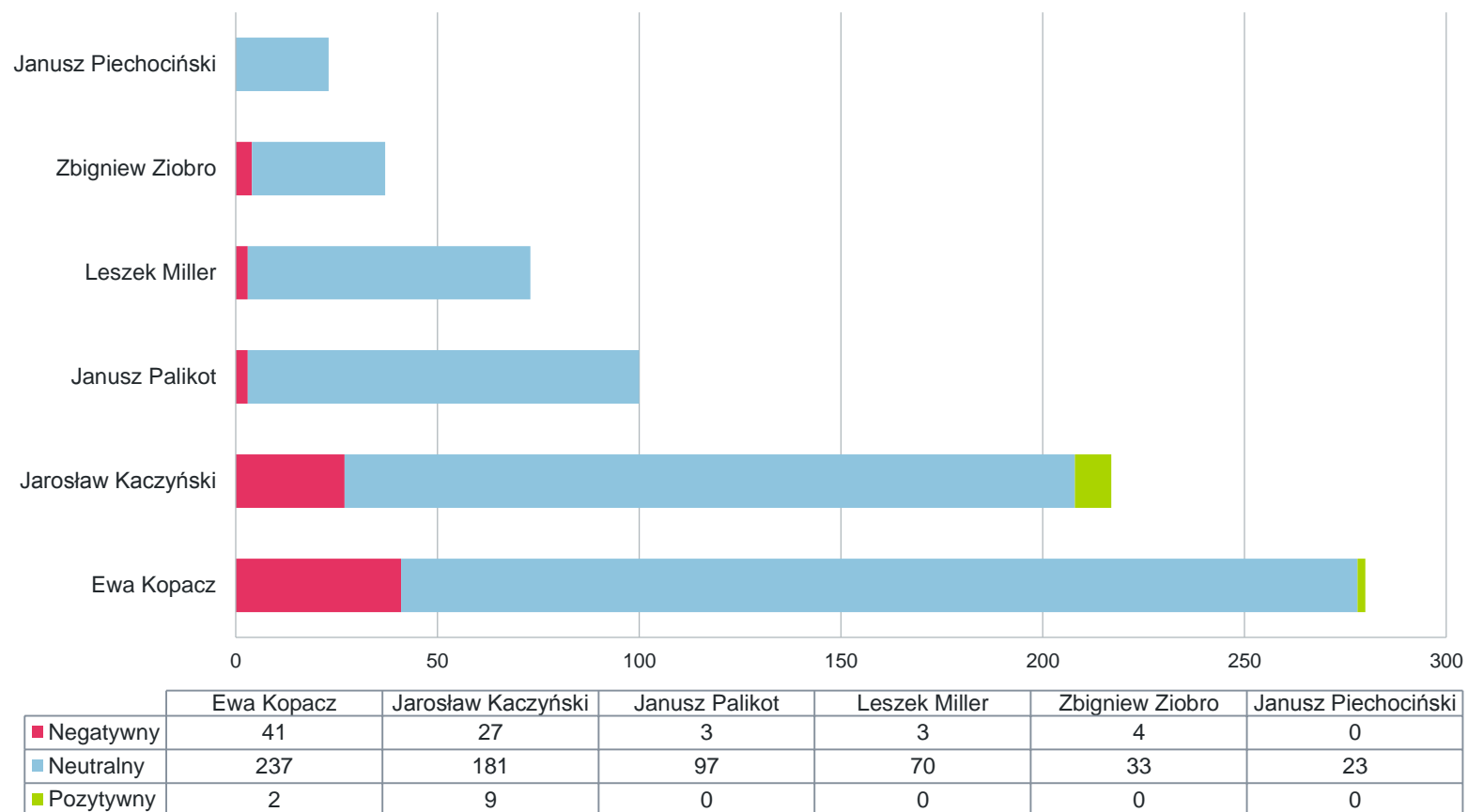
Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - kwiecień 2015 r.



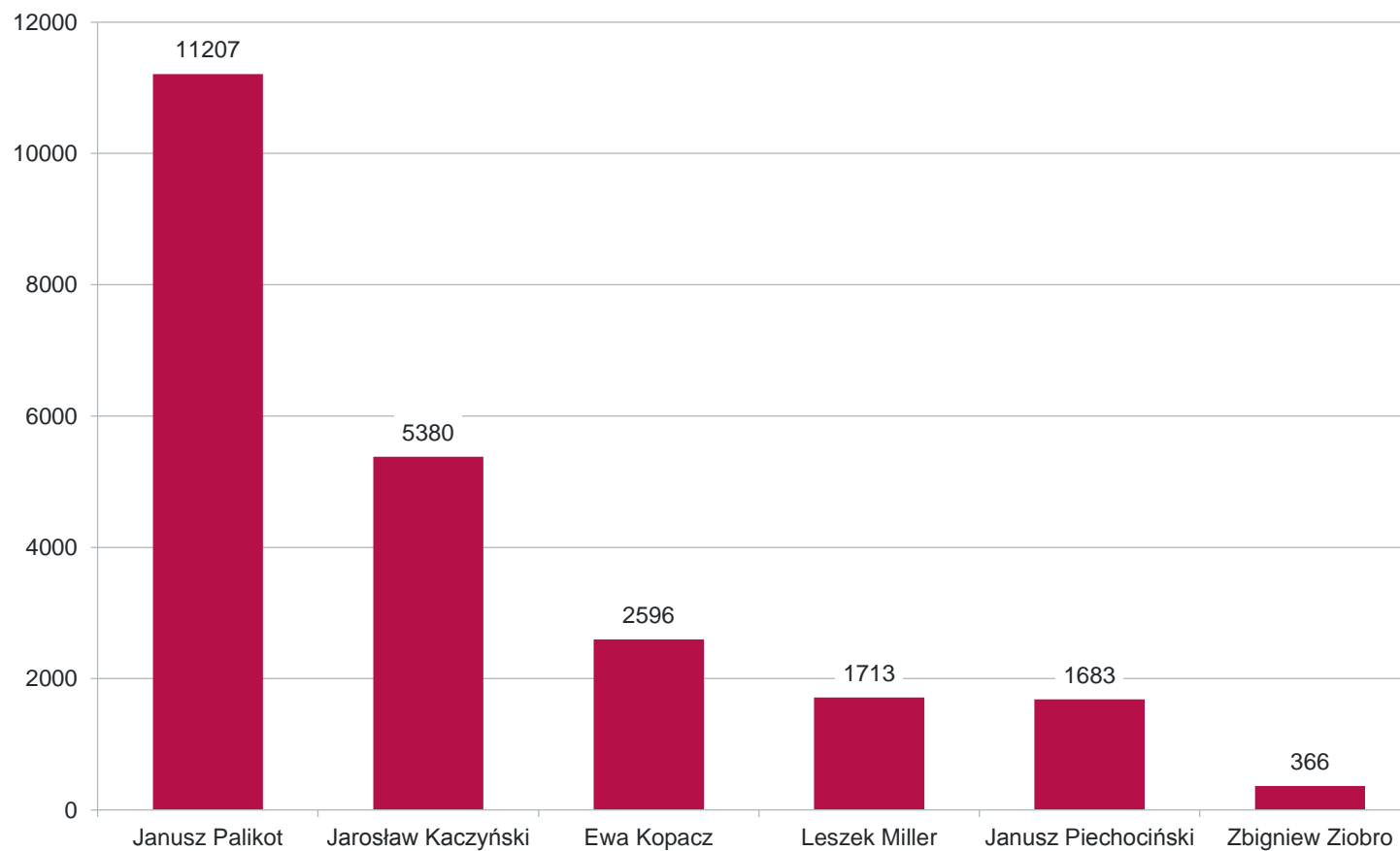
Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - kwiecień 2015 r.



Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – kwiecień 2015 r.

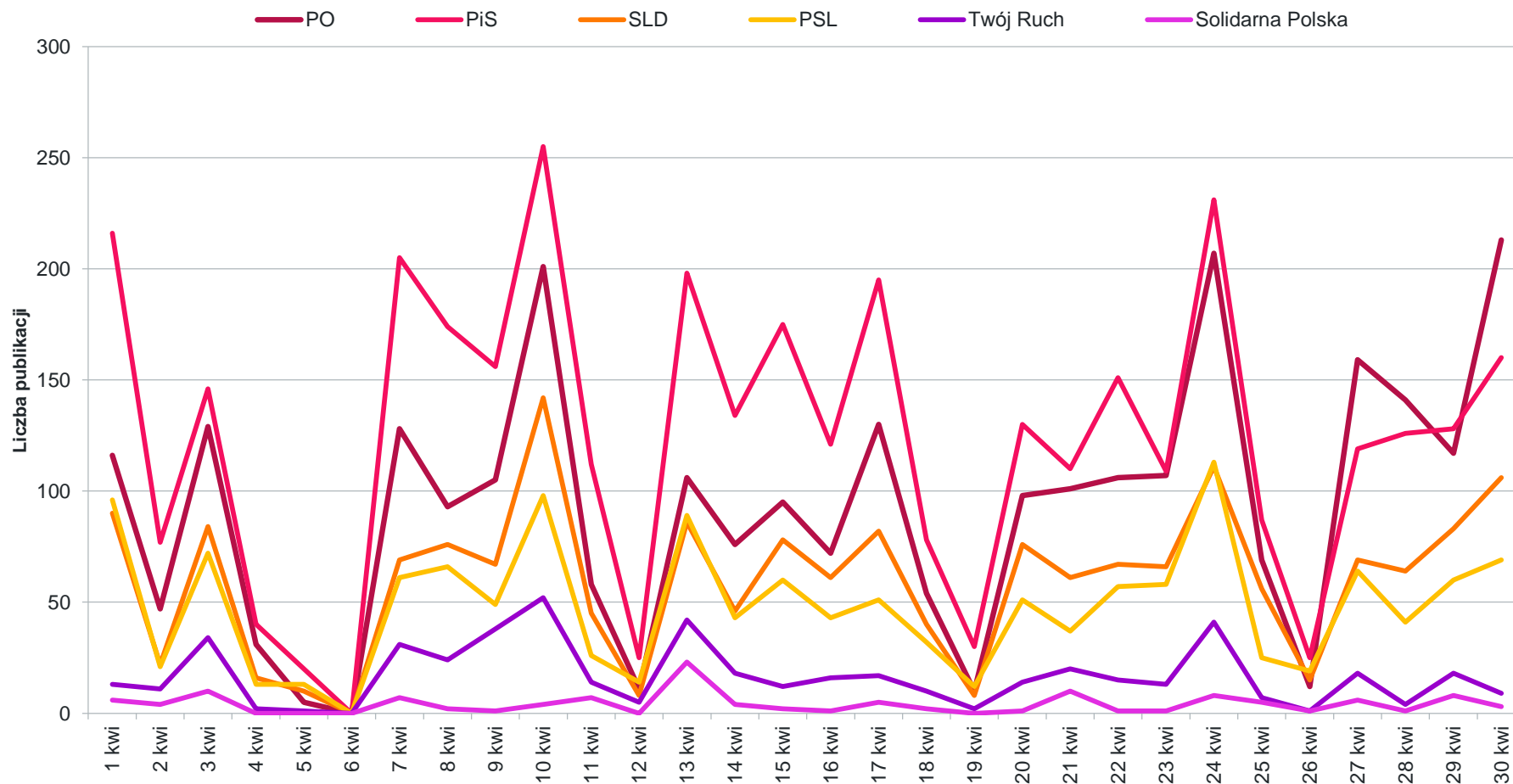


Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - kwiecień 2015 r.

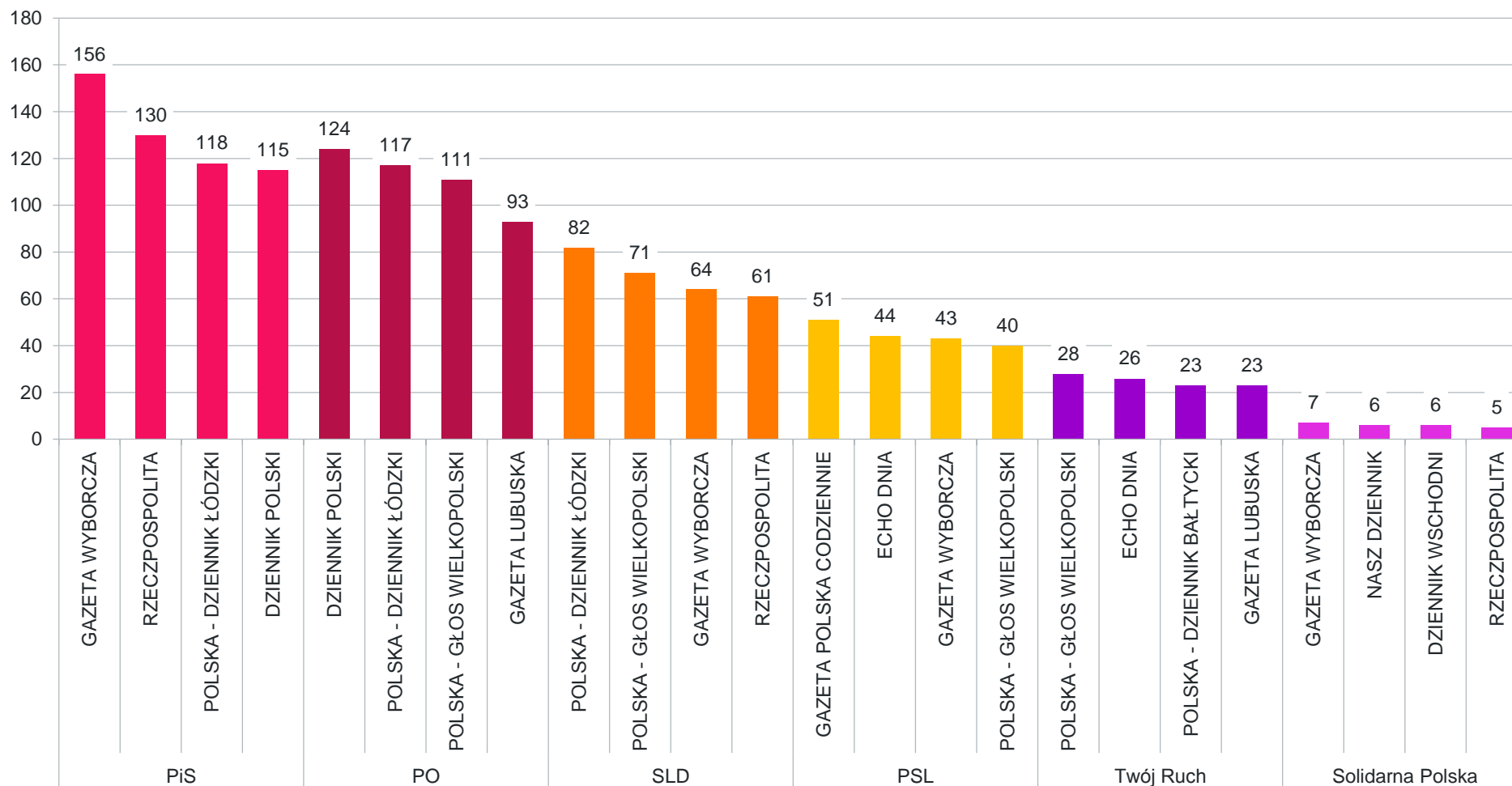


ROZDZIAŁ II Partie polityczne

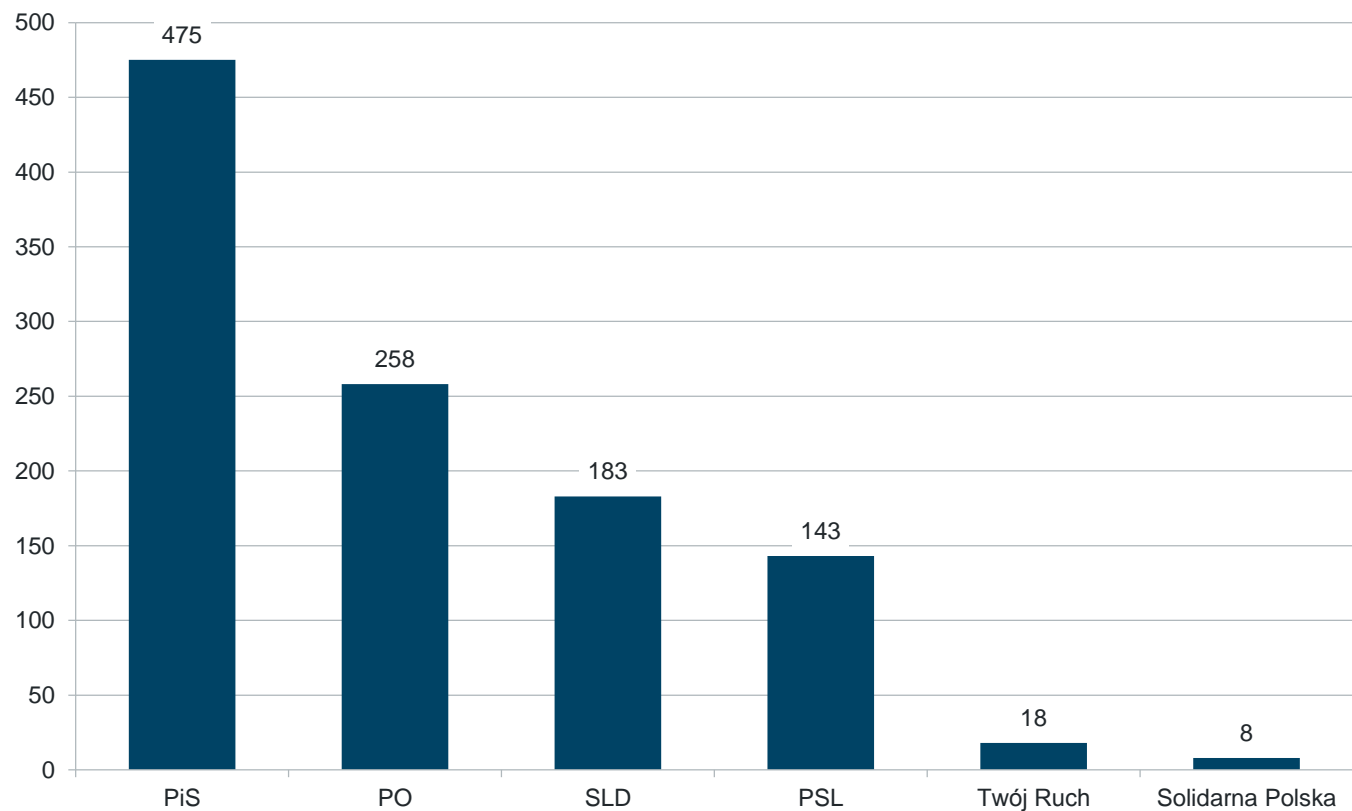
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych - kwiecień 2015 r.



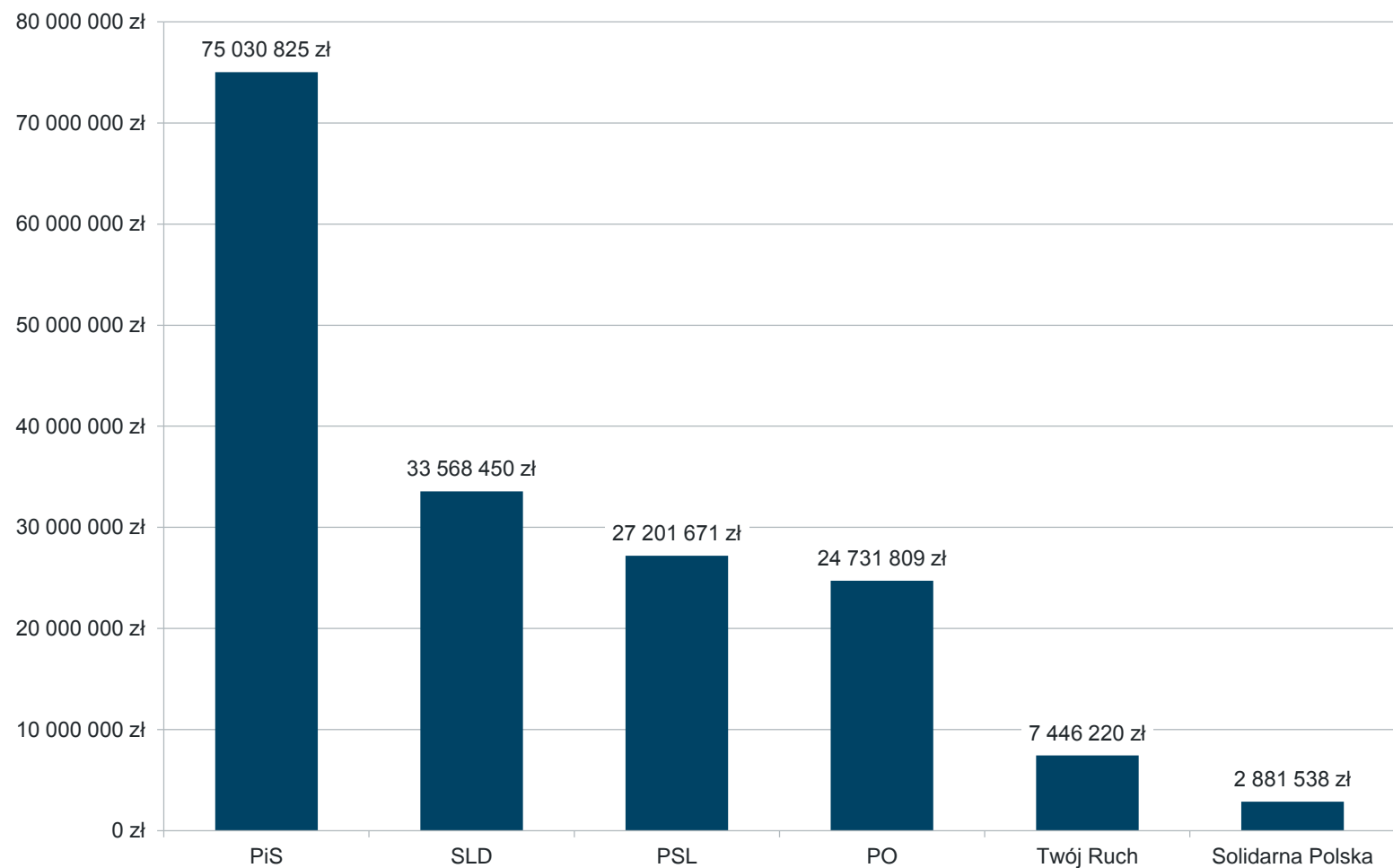
Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) - kwiecień 2015 r.



Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych - kwiecień 2015 r.



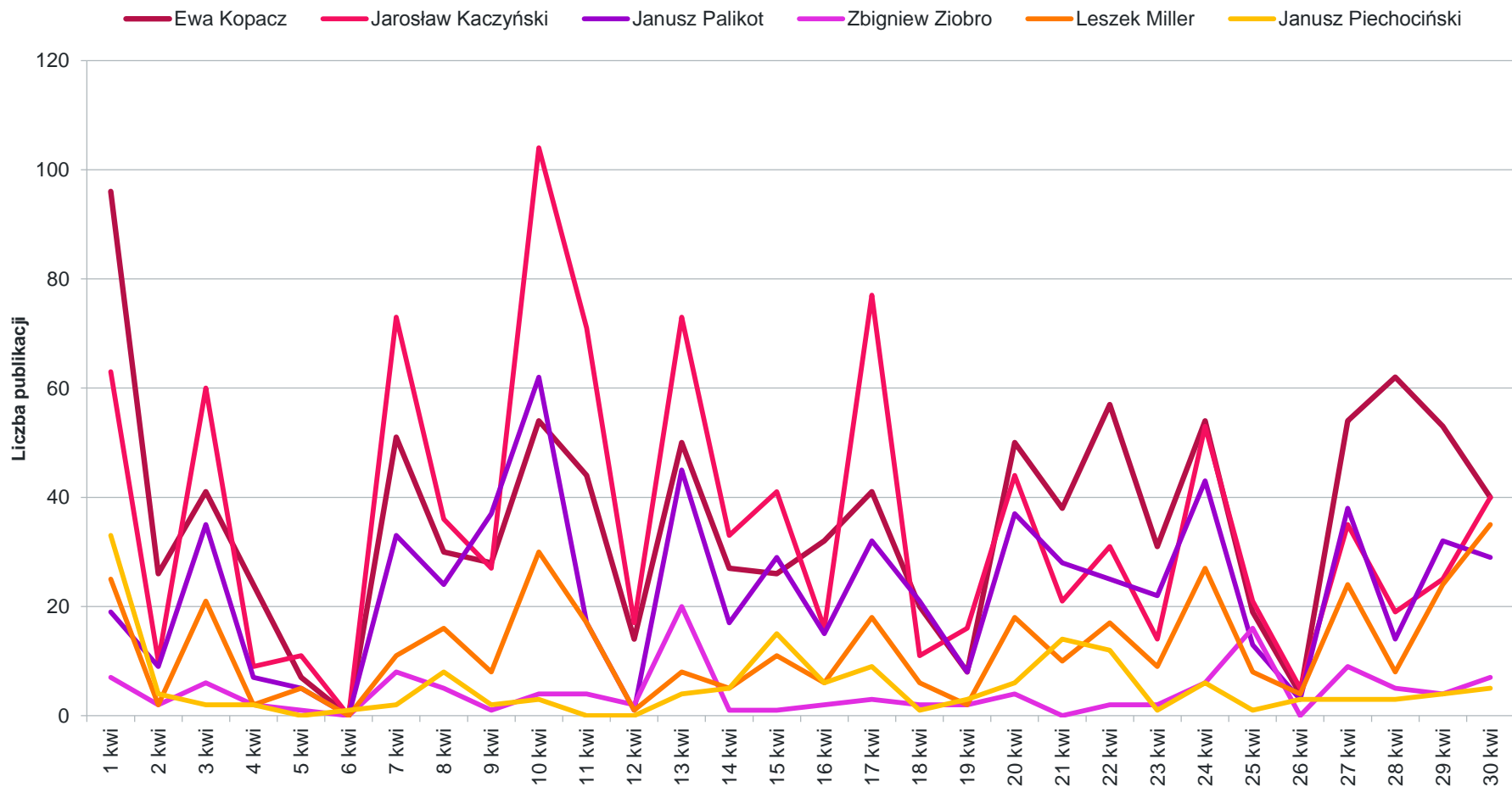
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w prasie - kwiecień 2015 r.



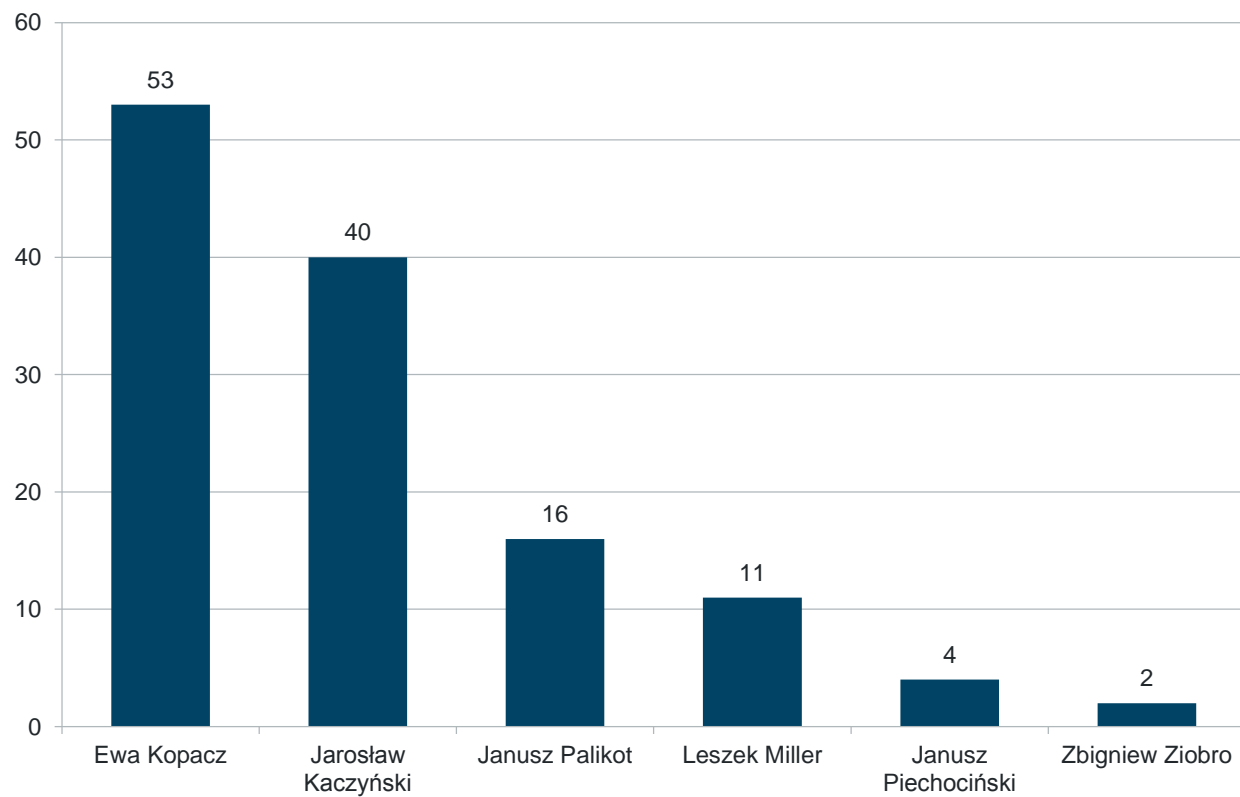
ROZDZIAŁ III

Liderzy partii politycznych

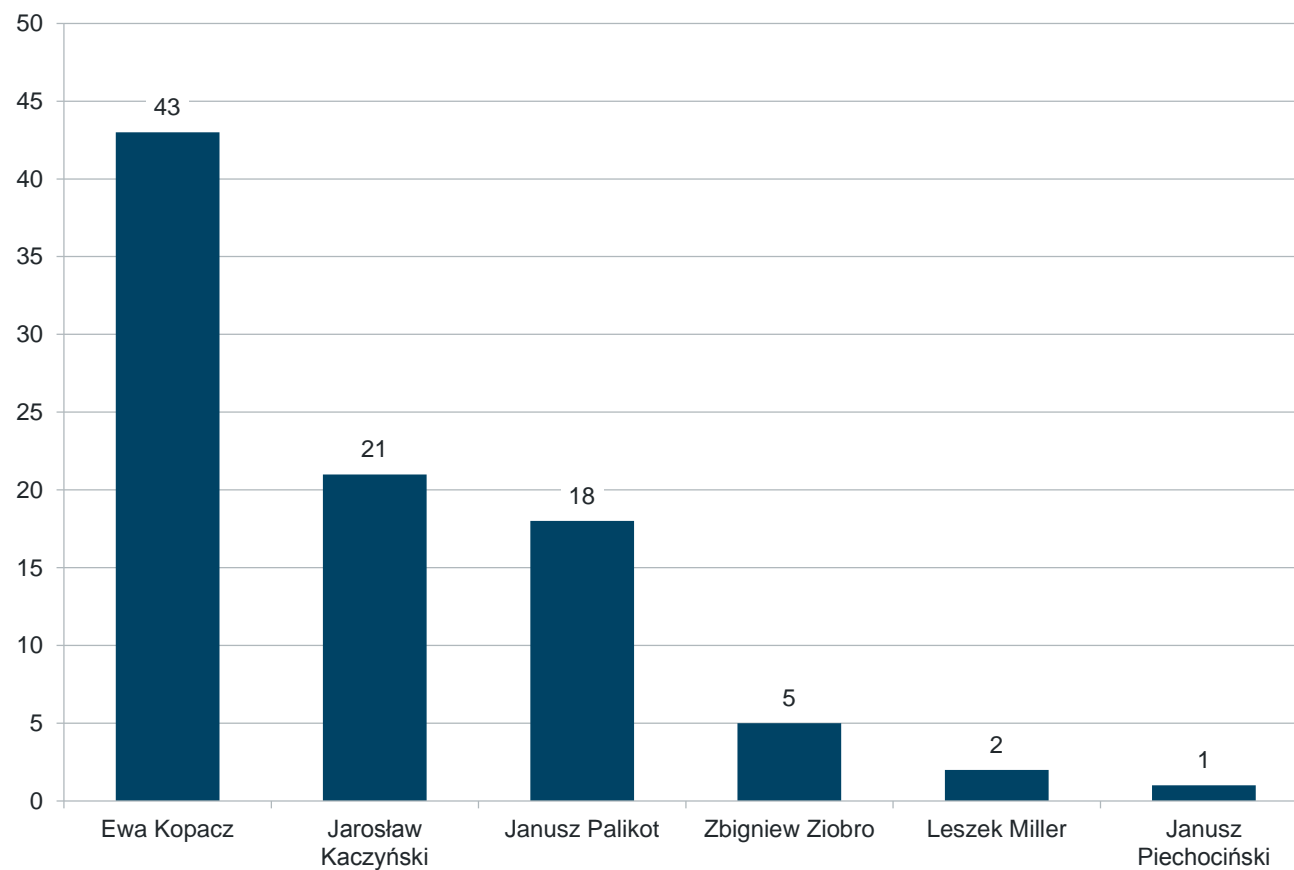
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych - kwiecień 2015 r.



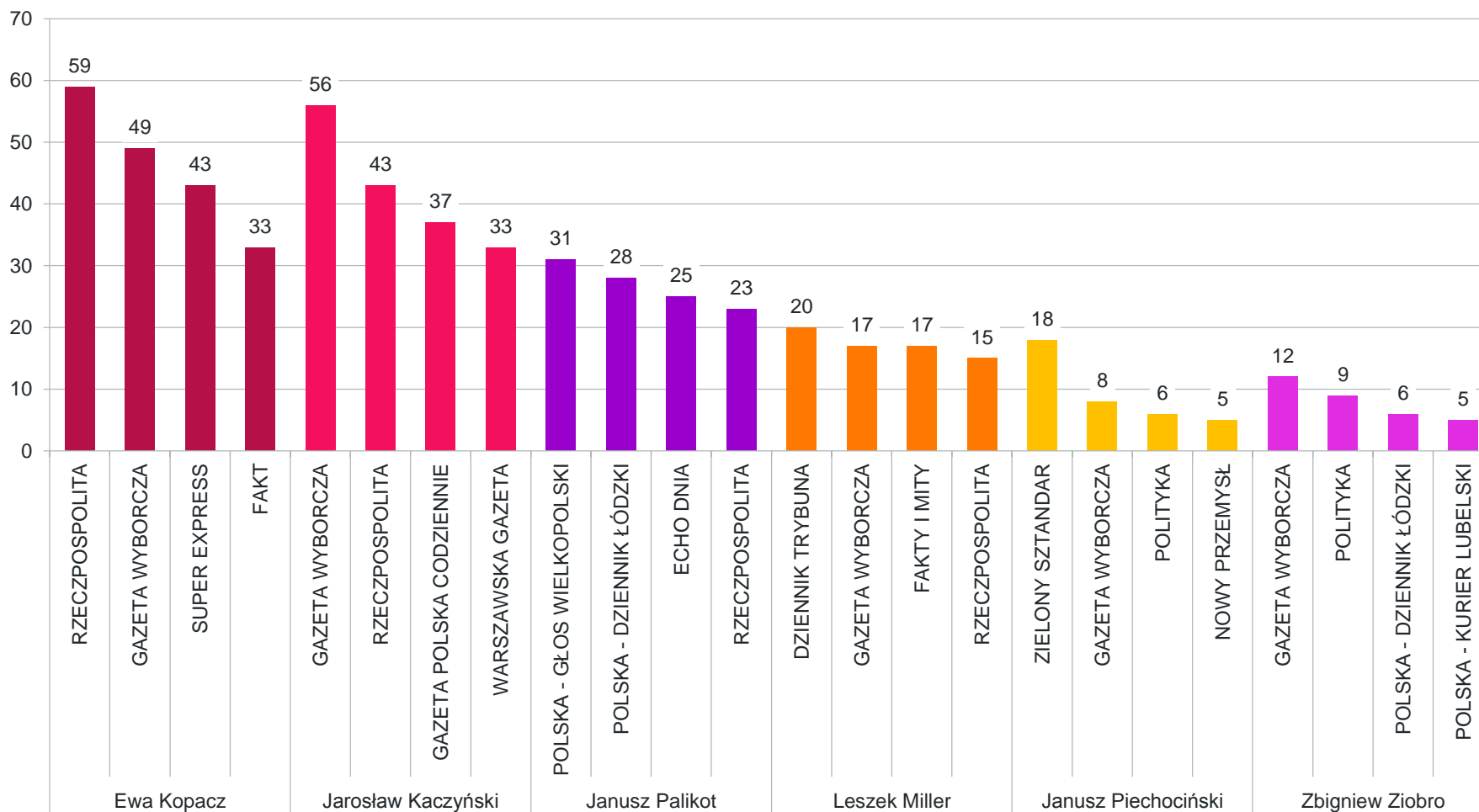
Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych - kwiecień 2015 r.



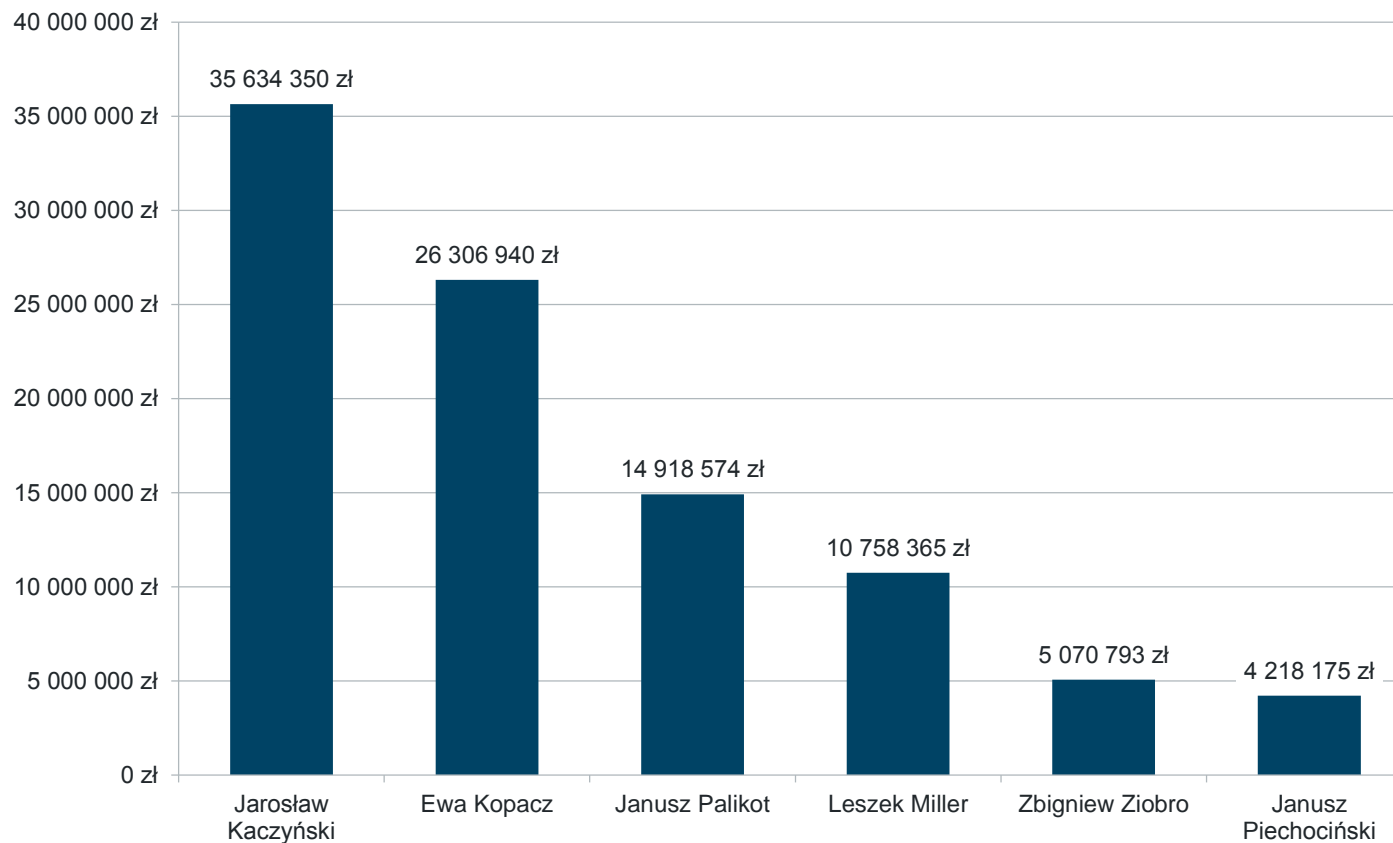
Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji - kwiecień 2015 r.



Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) - kwiecień 2015 r.

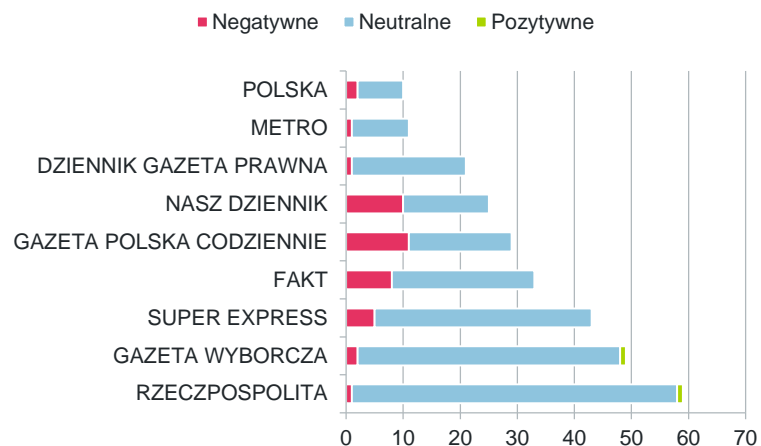


Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie - kwiecień 2015 r.

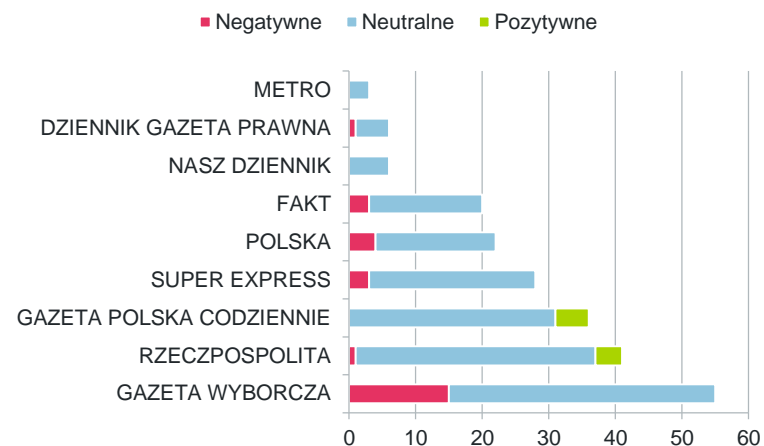


Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)

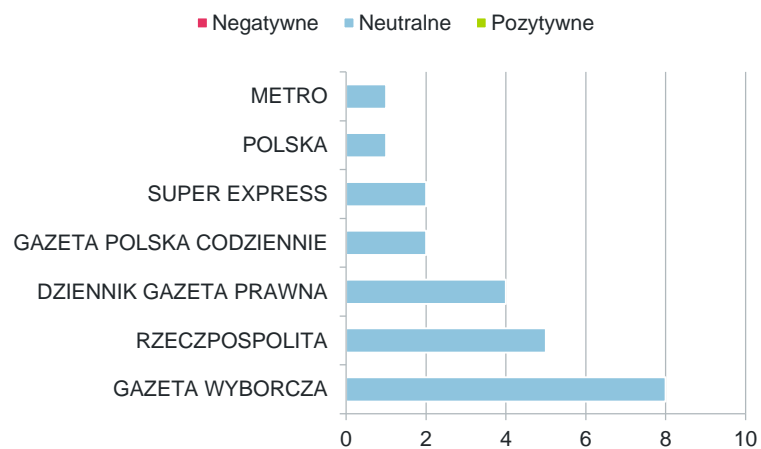
Ewa Kopacz



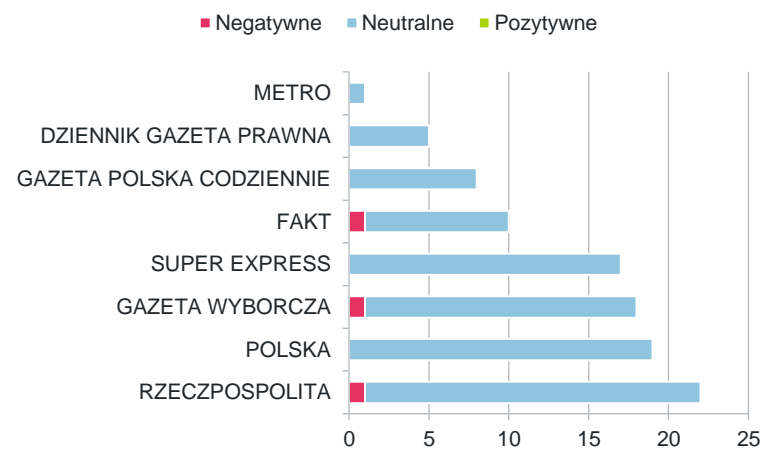
Jarosław Kaczyński



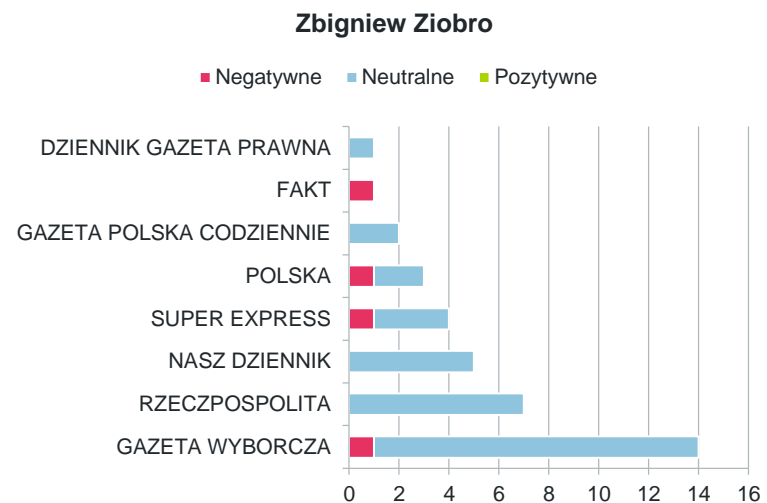
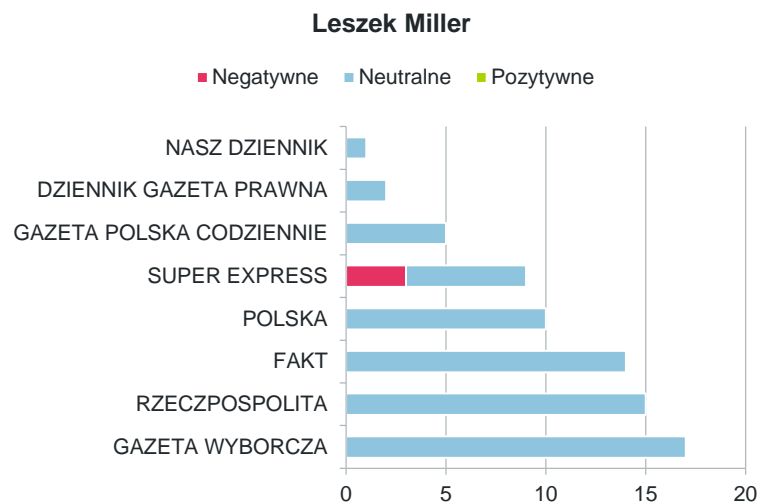
Janusz Piechociński



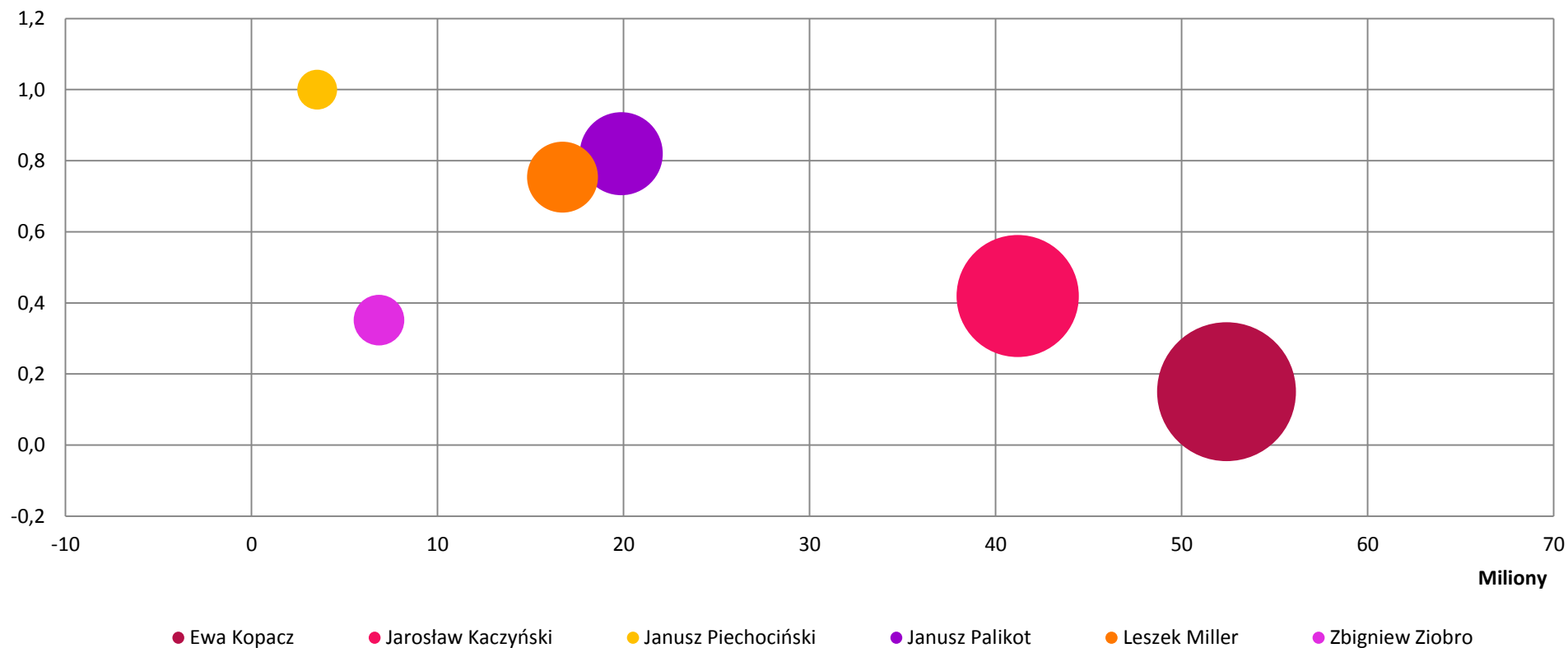
Janusz Palikot



Liczba przekazów prasowych, w których obecni byli liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) cd.



Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)



Favorability – oś pionowa; 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 – oś pozioma; 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. Marcelińska 14, 60-801 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**

