



Raport statystyczny

SCENA POLITYCZNA

sierpień 2014

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	4
Rozdział I - Podsumowanie	6
Rozdział II - Partie polityczne	9
Rozdział III - Liderzy partii politycznych	12

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w sierpień 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 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

Sierpień nie był miesiącem polityków

Wyniki badania w tym miesiącu pokazały wyraźny spadek liczby materiałów prasowych oraz postów w social media na temat liderów partii politycznych. To efekt silnej bazy z lipca, kiedy to wolumen publikacji wywindowany został do wysokiego poziomu ze względu na wszechobecne wiadomości dotyczące afery taśmowej. Politycy znaleźli się na świeczniku zwłaszcza w pierwszej połowie miesiąca, natomiast w sierpniu sprawa przycichła, a obecność polityków została częściowo przykryta innymi tematami.

W rezultacie w sierpniu mieliśmy do czynienia z liczbą materiałów prasowych o prawie jedną czwartą mniejszą niż poprzednio. W social media ten spadek był jeszcze wyraźniejszy i osiągnął 36 proc. Rządziej w mediach pojawiały się także nazwy partii. Tych było łącznie o 27 proc. mniej.

Najwięcej straciła Solidarna Polska. Na temat tej partii ukazało się o 63 proc. materiałów prasowych mniej, natomiast jej lidera o 60 proc.. Ziobro jeszcze więcej stracił w social media, gdzie rezultat wyniósł -76 proc.

Kto stracił najmniej?

Spadki odnotowali wszyscy poddani badaniu politycy i wszystkie partie. W większości różnica procentowa była dwucyfrowa, w przypadku Donalda Tuska wyjątkowo jedynie - 1,8 proc. Wpływ na to miał wybór polskiego premiera na stanowisko szefa Rady Europejskiej. Pik na wykresie codziennej aktywności medialnej polityków jest bardzo wyraźny w końcówce miesiąca. Szef PO znalazł się też na celowniku dziennikarzy, gdy okazało się, że Prokuratura Okręgowa w Warszawie wszczęła postępowanie w sprawie przekroczenia uprawnień przez premiera, a także Bartłomieja Sienkiewicza i Marka Belkę. Wydarzenie to miało związek z aferą podsłuchową.

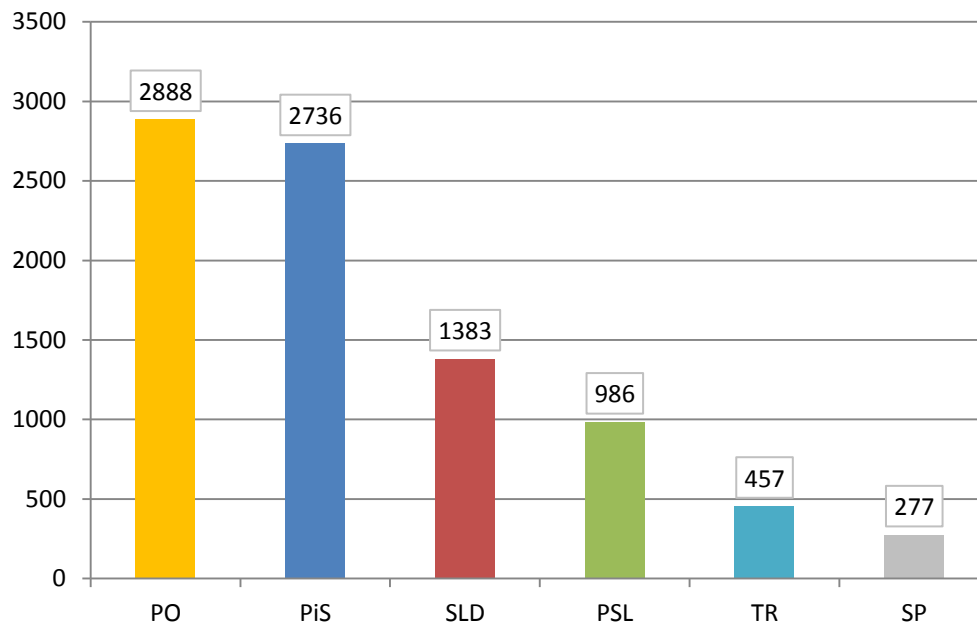
Tusk najmniej stracił w klasyfikacji pod względem liczby materiałów prasowych – nieco gorzej wyglądały wyniki dotyczące social media. Tam ukazało się o 24 proc. postów mniej. Wprawdzie Janusz Piechociński stracił tylko 16 proc. wpisów względem lipca, jednak w polskich mediach społecznościowych bezapelacyjnie prowadzi Tusk z wynikiem 13 tys. publicznych postów na swój temat.

Bez zmian wśród najczęściej krytykowanych

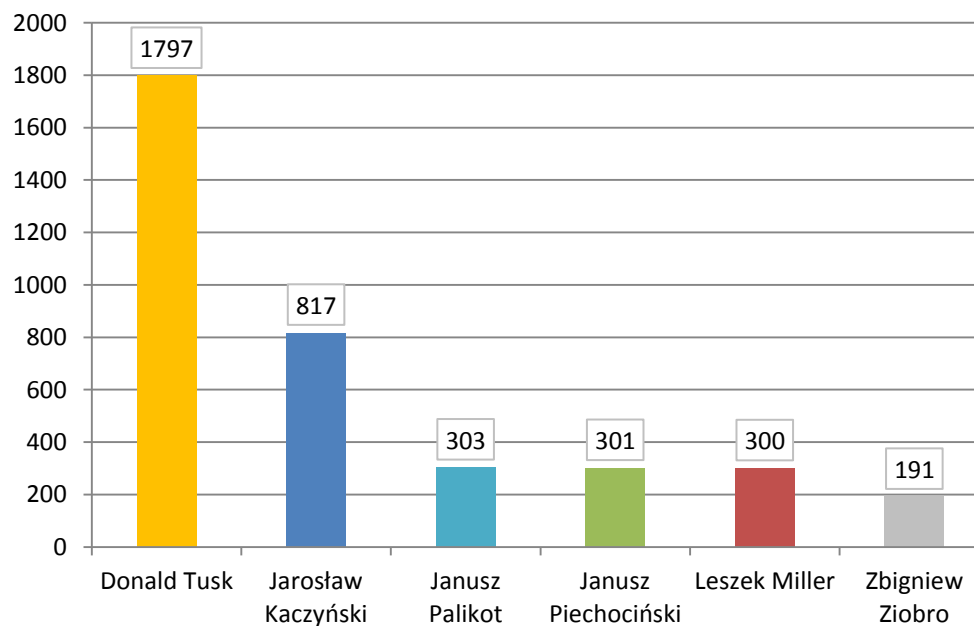
Już drugi miesiąc z rzędu Donald Tusk nie prowadzi z kolei w zestawieniu najczęściej krytykowanych liderów politycznych w dziennikach ogólnopolskich. Tutaj na wyraźne prowadzenie wysunął się Janusz Palikot. Klasyfikacja odnosi się do odsetka publikacji negatywnych, nie zaś to liczb bezwzględnych. Aż 34 proc. treści w tych mediach na temat Palikota niekorzystnie wpływało na jego wizerunek. W przypadku Tuska było to 20 proc. Trzecie miejsce objął Piechociński (14 proc.), który wyprzedził Millera (6 proc.) i Kaczyńskiego (5 proc.).

Ostatni raz tak wysoki odsetek publikacji negatywnych - jak w sierpniu Palikot – odnotował Tusk w październiku 2013 roku. Przypomnijmy, że rekordowa wartość w tym zestawieniu należy właśnie do Palikota, który w maju 2012 roku odnotował 72 proc. takich materiałów.

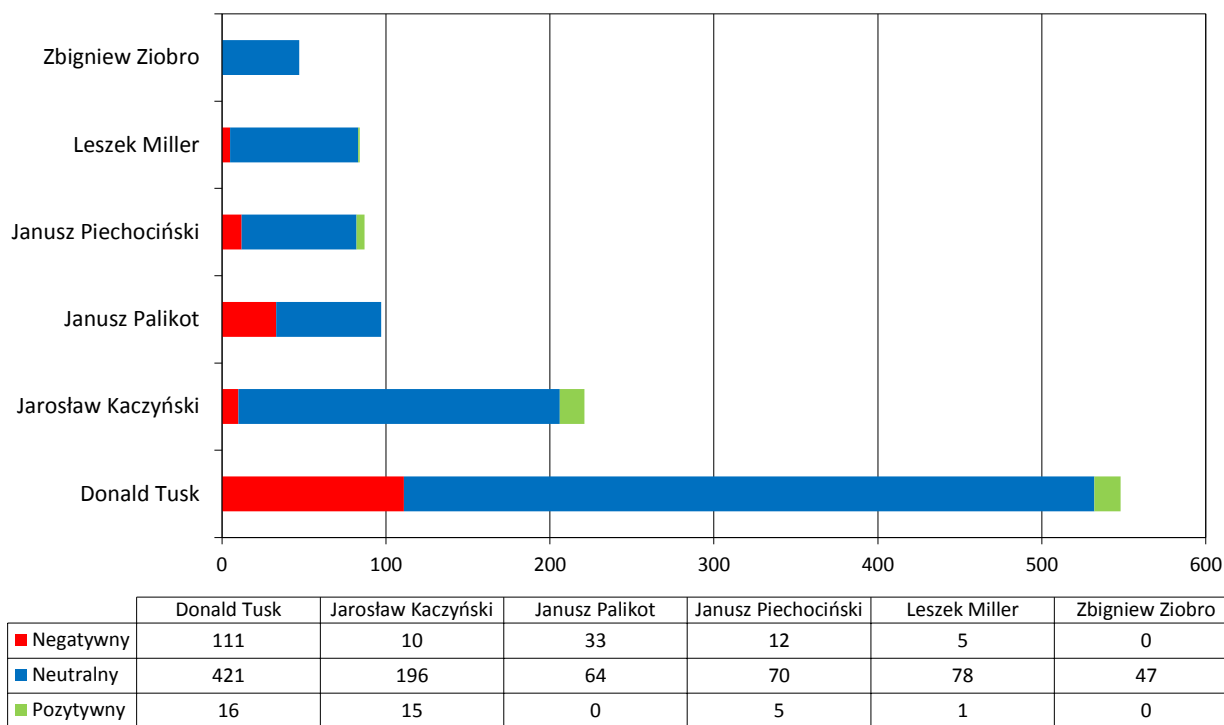
Rozdział I - Podsumowanie



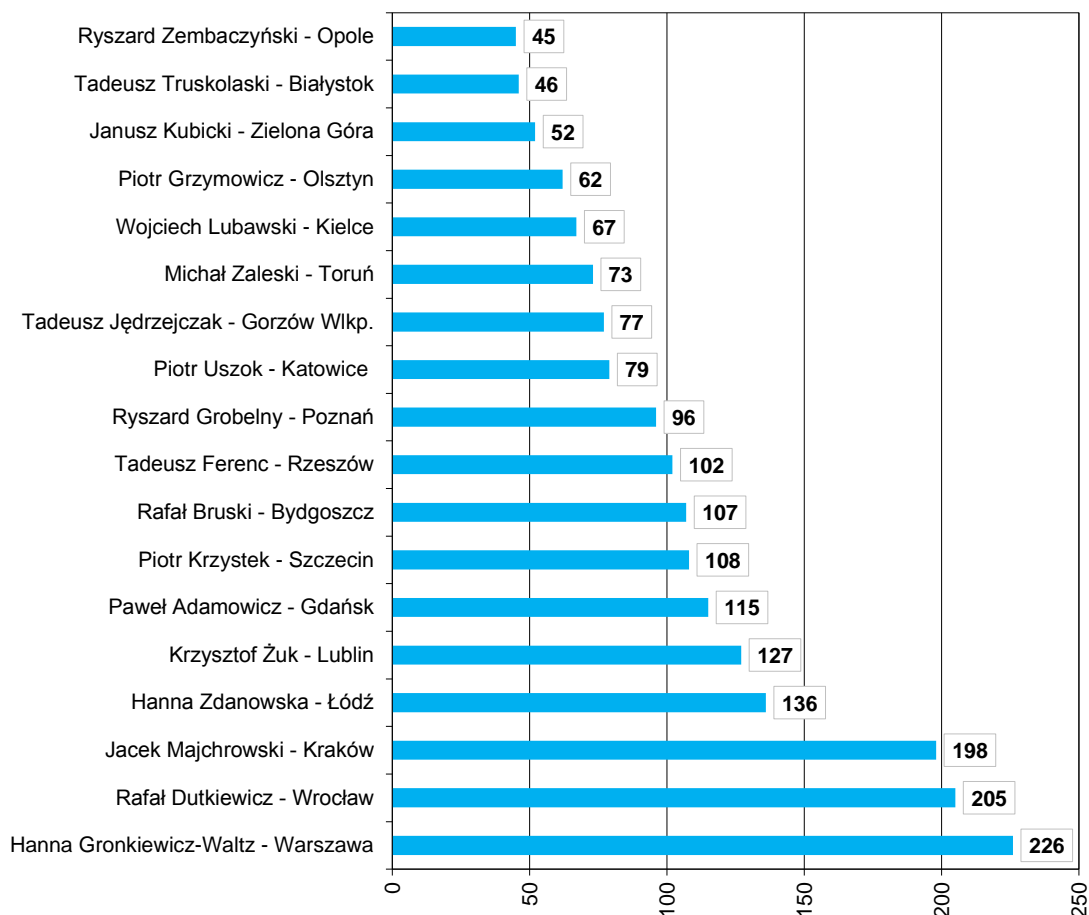
Wykres 1. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - sierpień 2014 r.



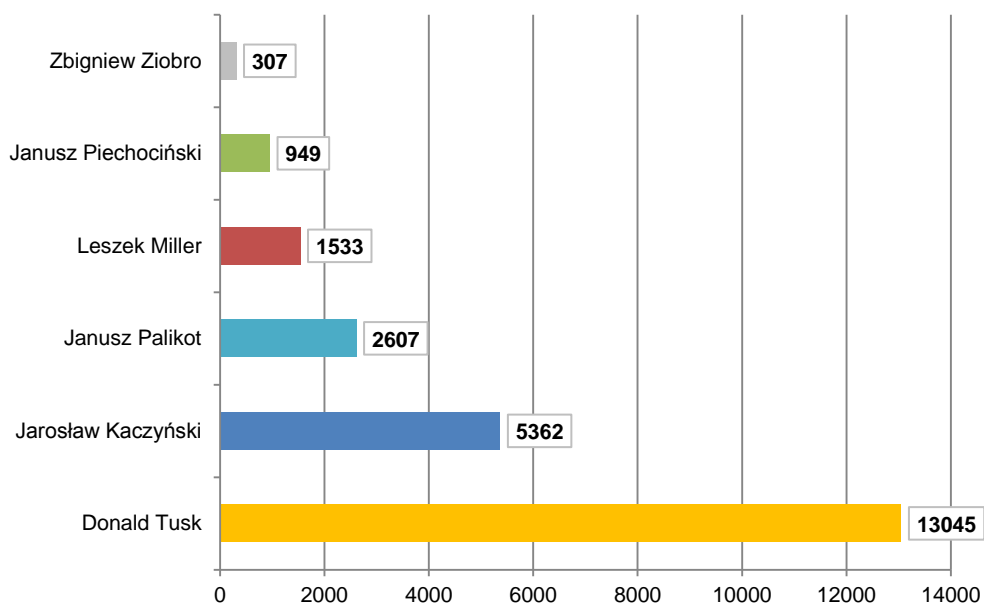
Wykres 2. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - sierpień 2014 r.



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

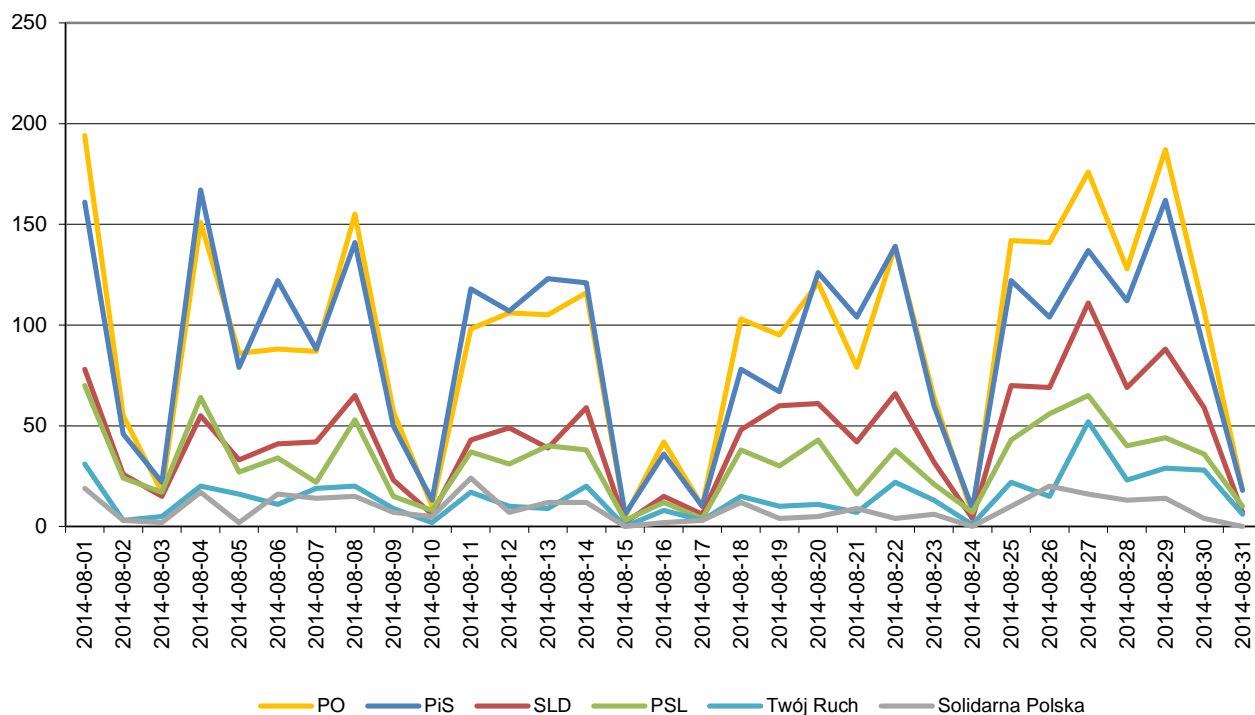


Wykres 4. Liczba publikacji prasowych, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich – sierpień 2014 r.

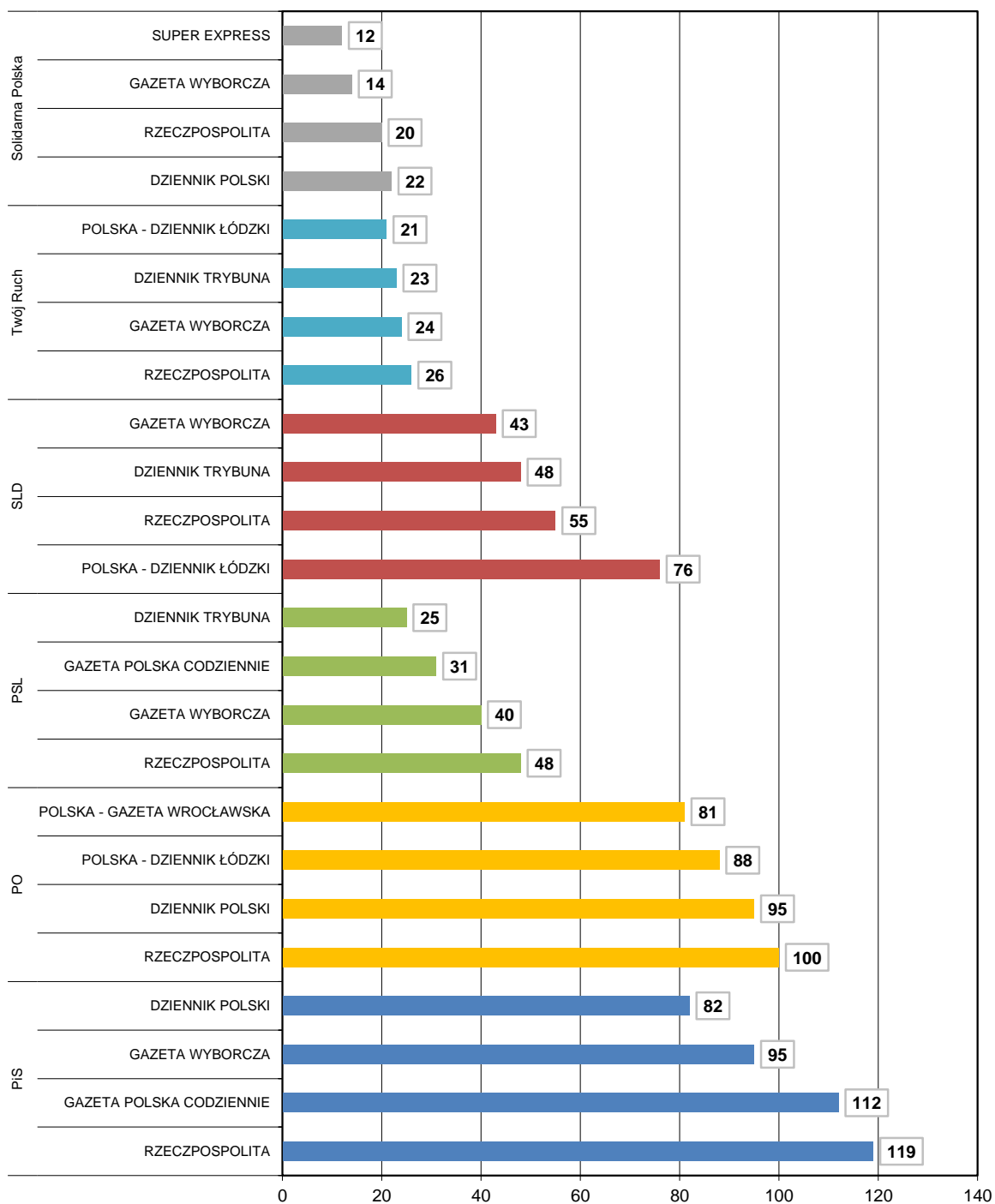


Wykres 5. Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych – sierpień 2014 r.

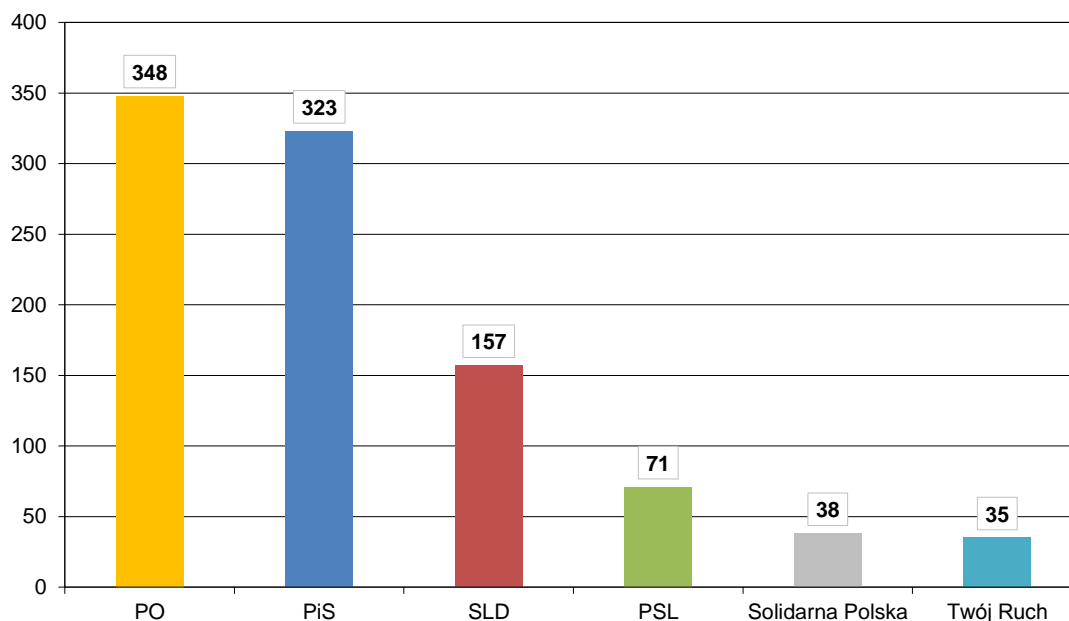
Rozdział II - Partie polityczne



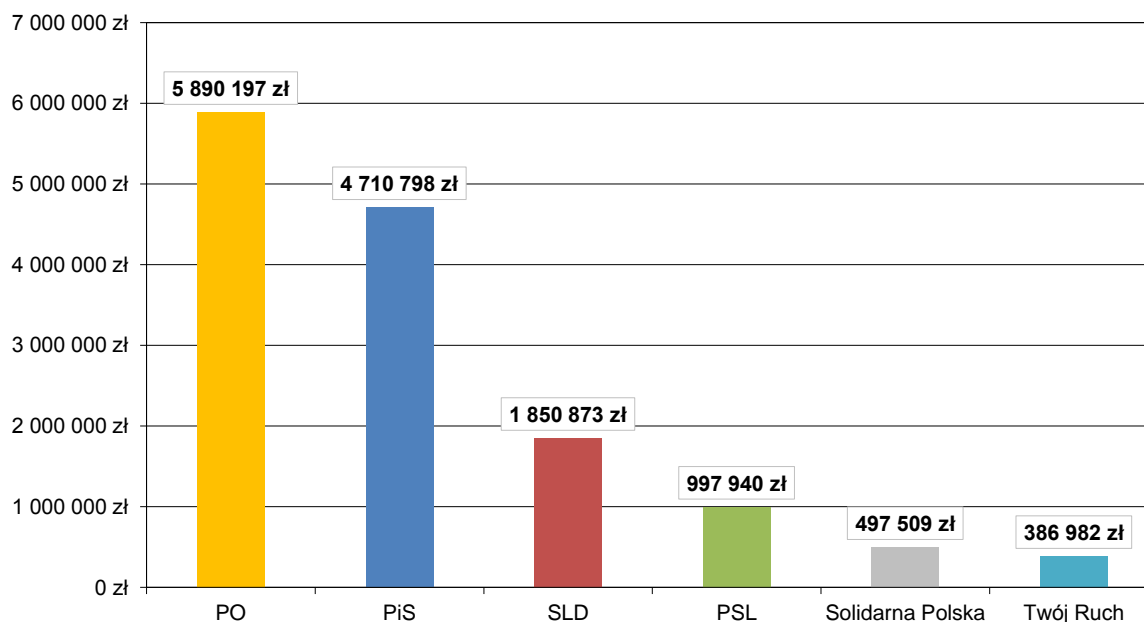
Wykres 6. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych – sierpień 2014 r.



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

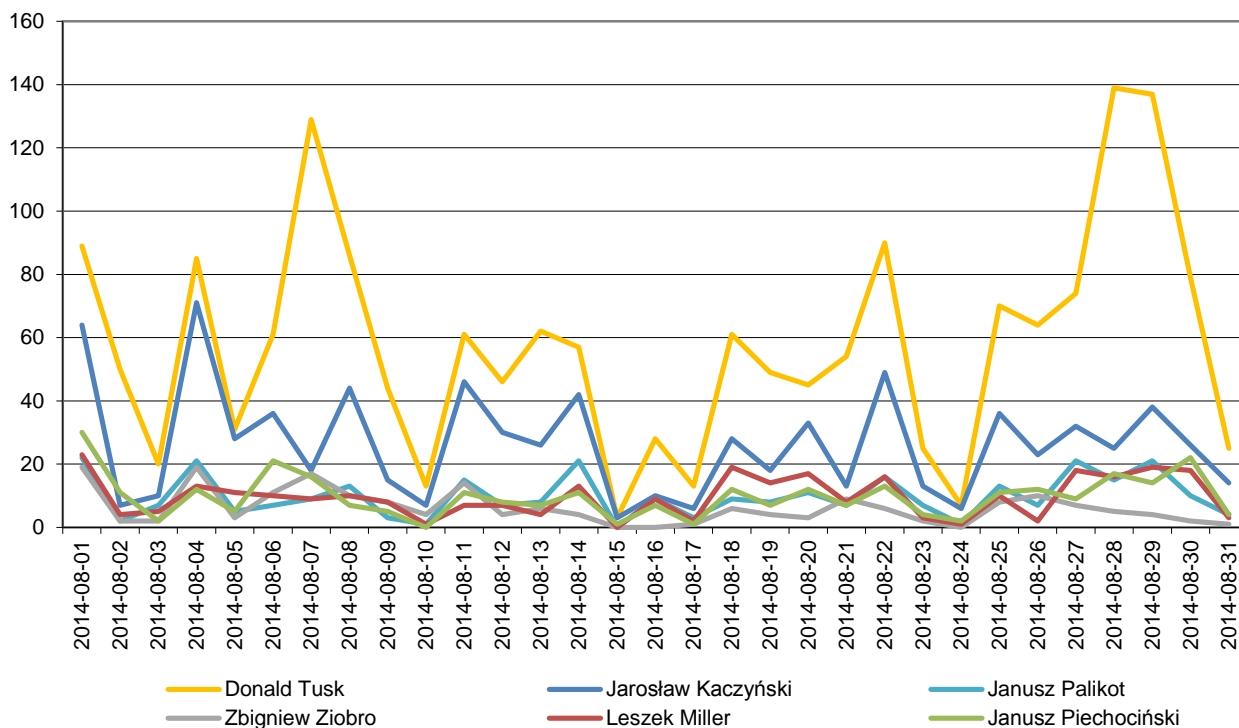


Wykres 8. Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych – sierpień 2014 r.

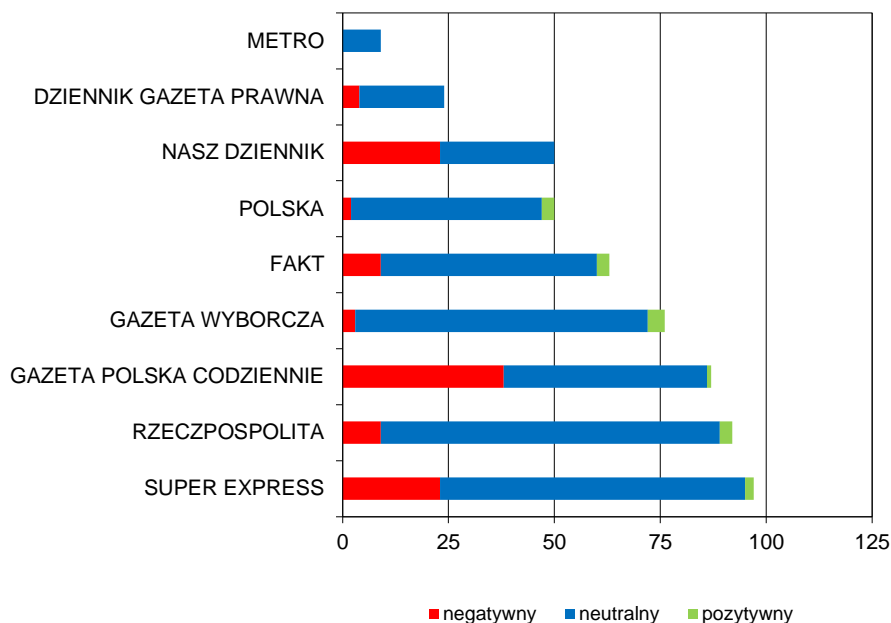


Wykres 9. Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych w prasie – sierpień 2014 r.

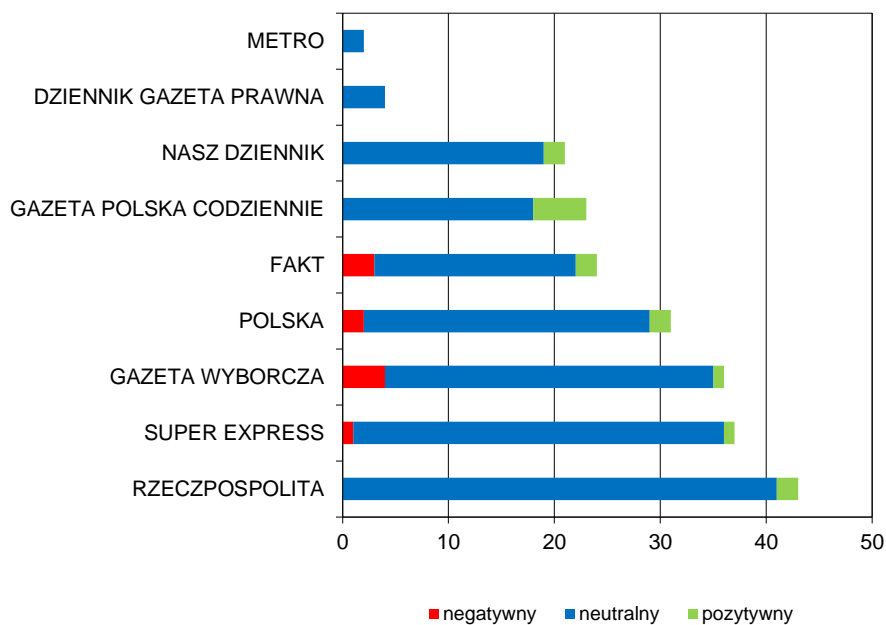
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



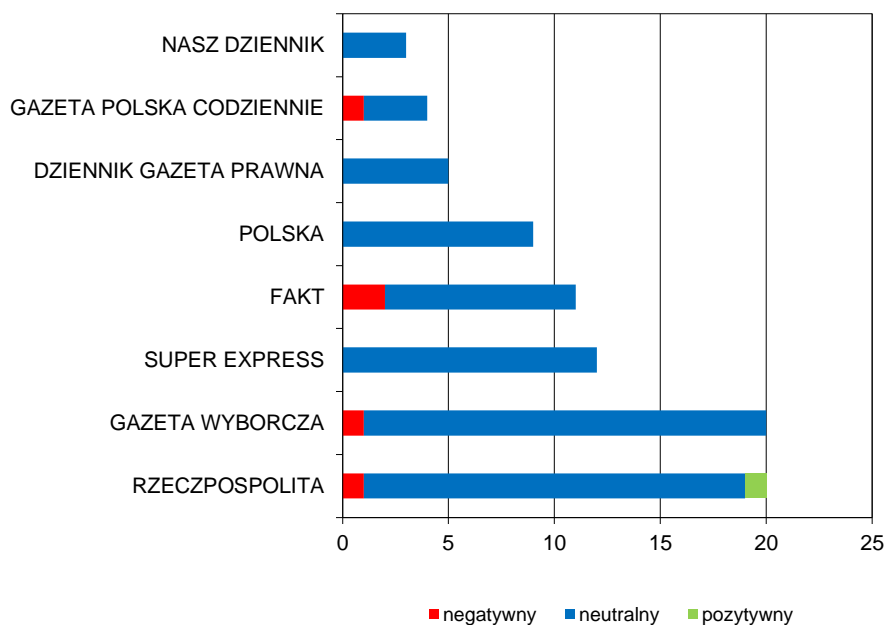
Wykres 10. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych – sierpień 2014 r.



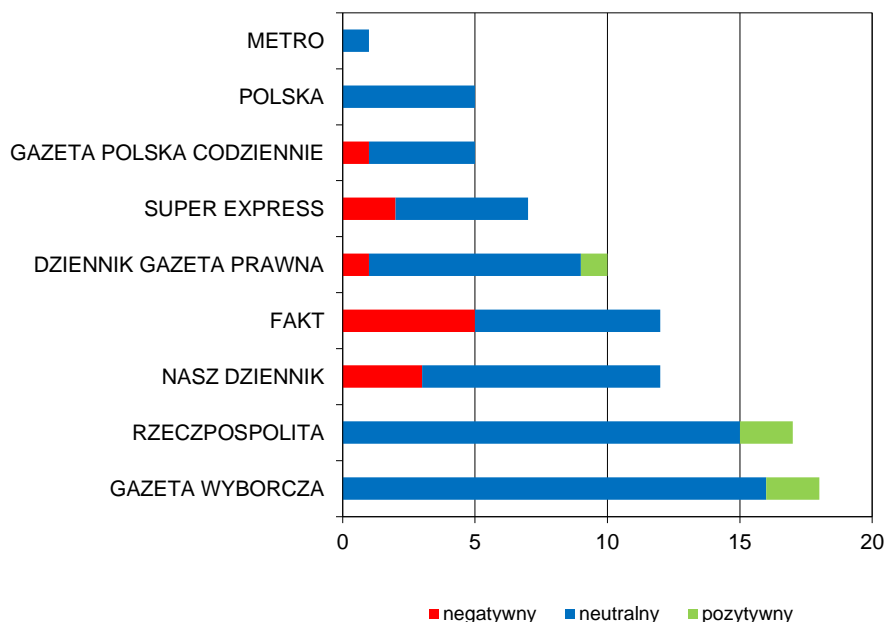
Wykres 11. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – sierpień 2014 r.



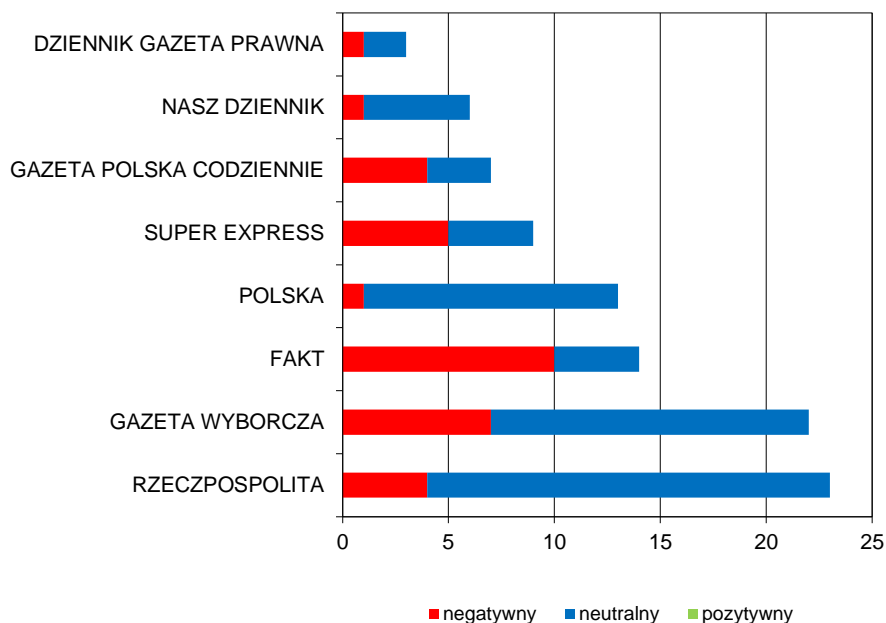
Wykres 12. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – sierpień 2014 r.



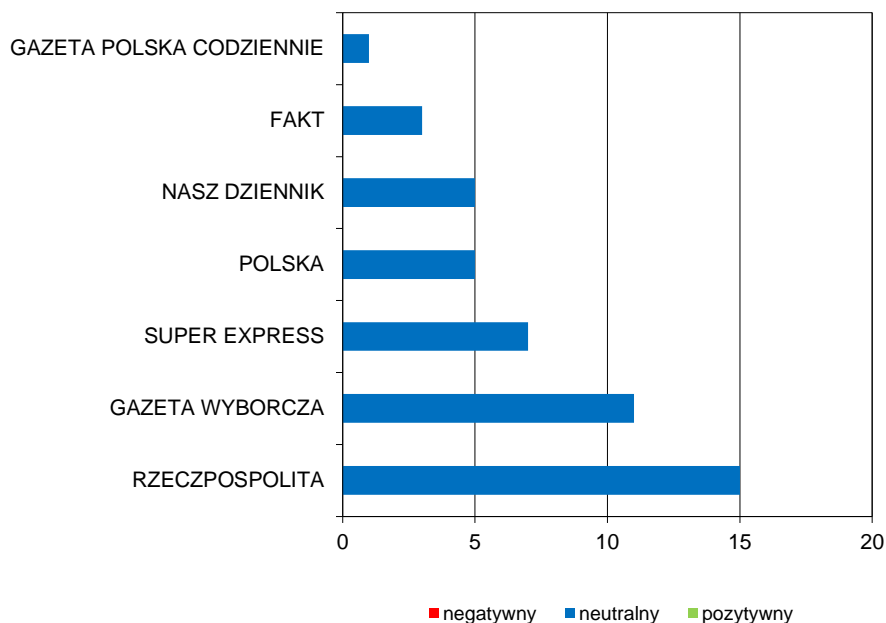
Wykres 13. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – sierpień 2014 r.



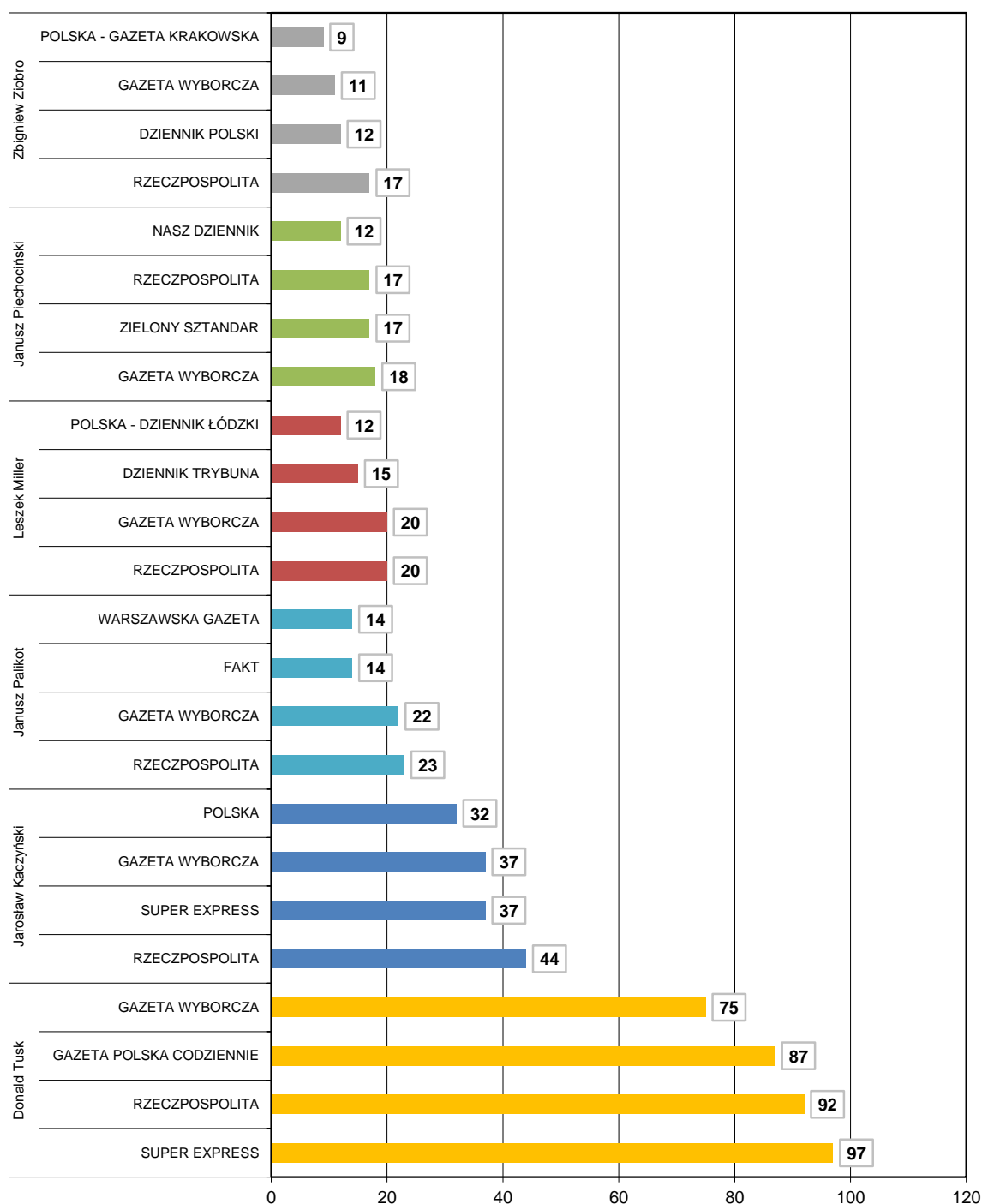
Wykres 14. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – sierpień 2014 r.



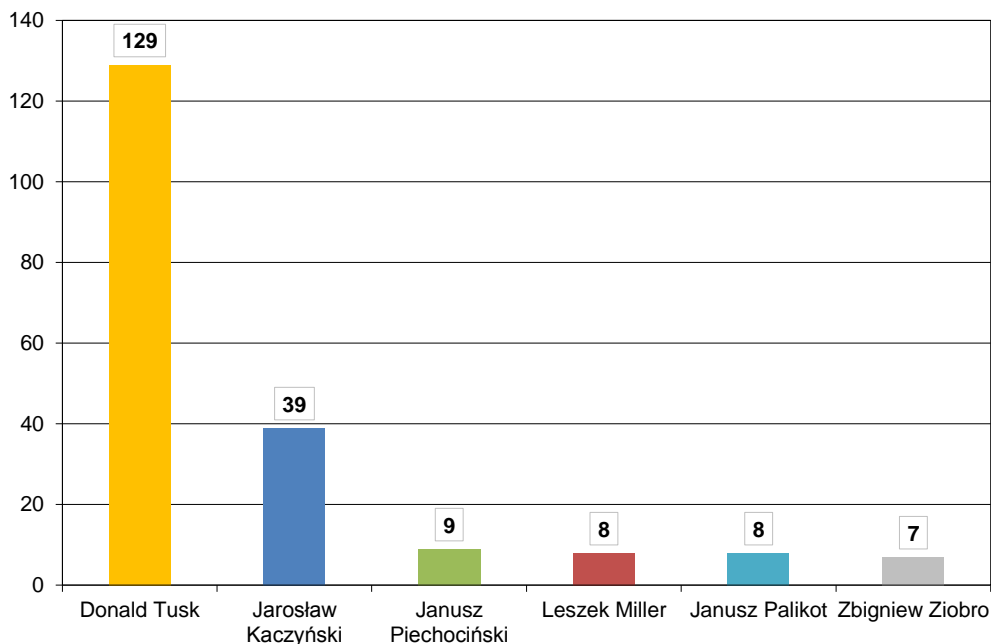
Wykres 15. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – sierpień 2014 r.



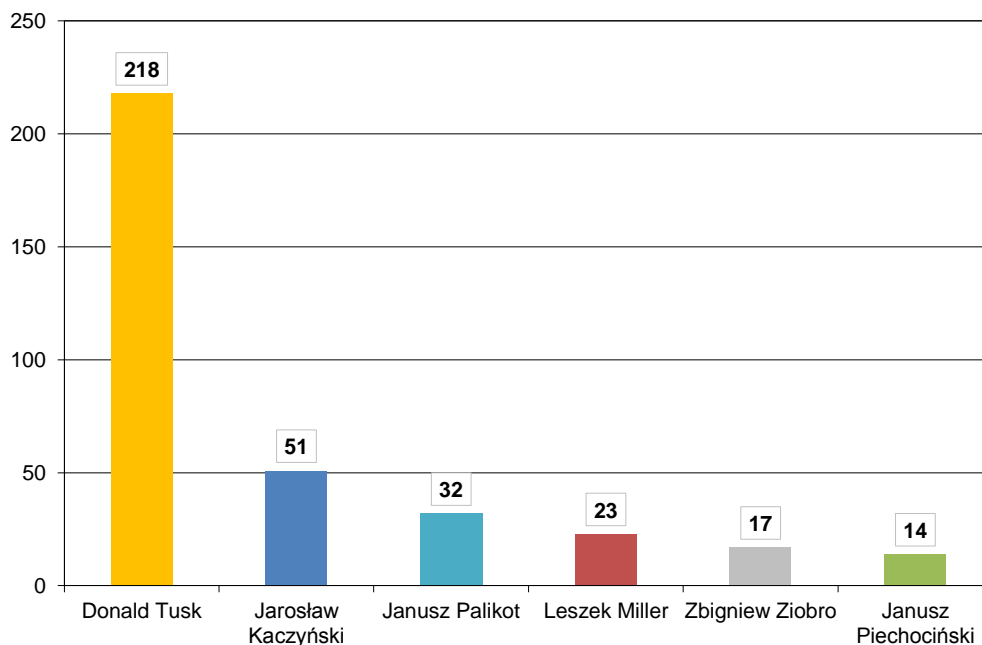
Wykres 16. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – sierpień 2014 r.



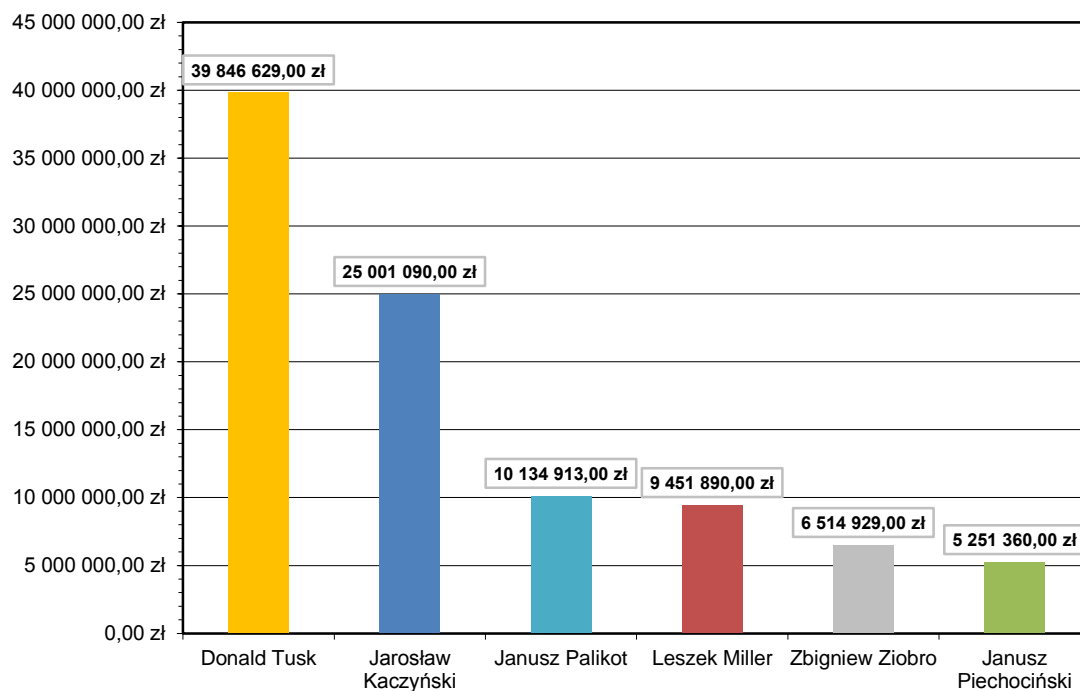
Wykres 17. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) – sierpień 2014 r.



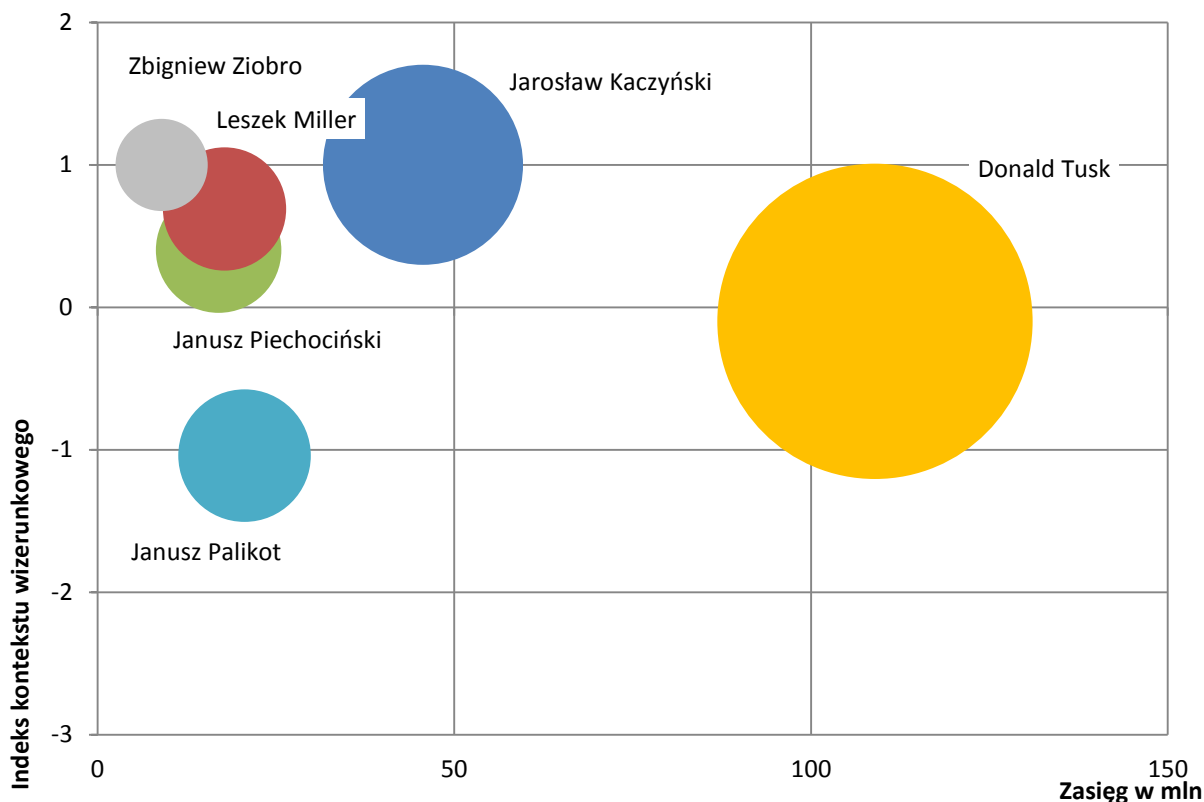
Wykres 18. Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych – sierpień 2014 r.



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



Wykres 20. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie – sierpień 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 | **www.psmm.pl**