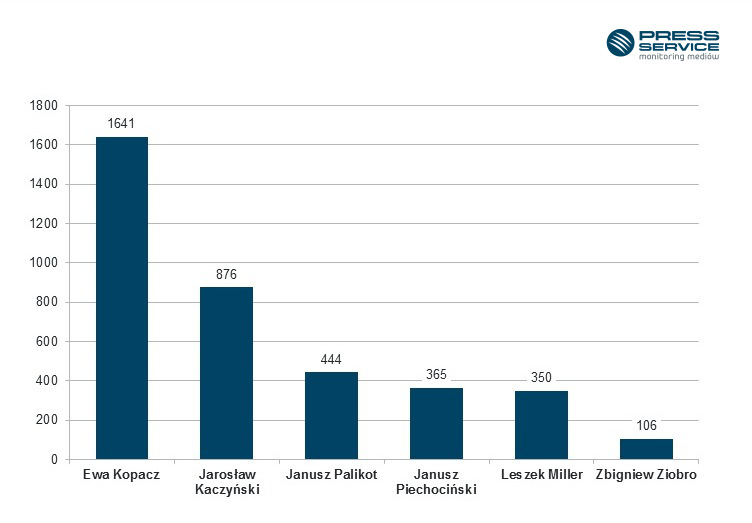
Poznań, 30 marca 2015 roku

INFORMACJA PRASOWA  
  
Zmniejsza się przewaga Ewy Kopacz

Raport PRESS-SERVICE Monitoring Mediów „Scena Polityczna”

**W lutym doszło do sporych zmian w medialnym obrazie polskiej sceny politycznej. Poważny spadek popularności dotyczył Ewy Kopacz, Leszka Millera oraz Janusza Piechocińskiego. Jednocześnie na temat lidera PSL pojawiło się najwięcej krytycznych materiałów.**

W styczniu rekordy popularności medialnej biła **Ewa Kopacz** – tym samym pozostawiła ona liderów innych partii daleko w tyle. Natomiast z najnowszego raportu „PRESS-SERVICE Monitoring” wynika, że w lutym dziennikarze pisali o niej zdecydowanie rzadziej **– o 625 publikacji mniej, co stanowi spadek liczby materiałów o 27,6 proc. w stosunku do poprzedniego miesiąca**. Nadal jednak Kopacz jest najchętniej wymienianym liderem ugrupowania w polskich mediach.



**Wykres 1. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - luty 2015**

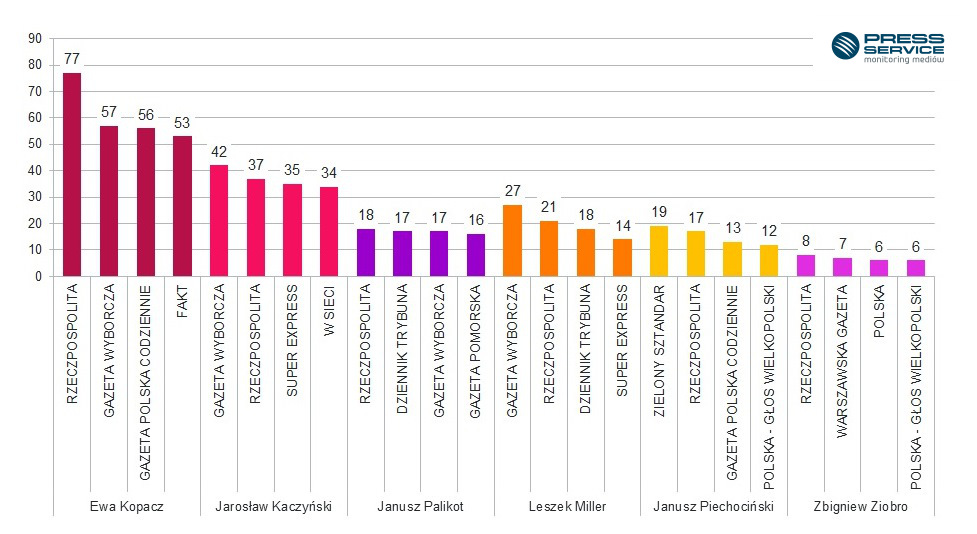
Drugie miejsce w zestawieniu ponownie zajął **Jarosław Kaczyński**, który odnotował **wzrost o 34,8 proc. w porównaniu do wyniku ze stycznia**. I choć różnica w liczbie publikacji między nim a liderką raportu wynosi aż 765 materiałów, to przewaga Kopacz z miesiąca na miesiąc maleje. Jeszcze w styczniu wynosiła 1616 doniesień medialnych.

Z piątego miejsca na trzecie awansował **Janusz Palikot**, a za podium znaleźli się **Janusz Piechociński**, **Leszek Miller** i **Zbigniew Ziobro**.

**Kopacz kontra Kaczyński**

Ekwiwalent reklamowy w przypadku lidera Platformy Obywatelskiej wyniósł 36,7 mln złotych, w kontekście przywódcy Prawa i Sprawiedliwości - 29,7 mln złotych. Różnica pomiędzy politykami zmalała w stosunku do poprzedniego miesiąca.

O Kopacz najczęściej pisały „Rzeczpospolita”, „Gazeta Wyborcza” oraz „Gazeta Polska Codziennie”. Poza tym premier rządu pojawiła się w 104 informacjach na pierwszych stronach gazet. Doniesienia o Kaczyńskim najczęściej można było spotkać w „Gazecie Wyborczej”, „Rzeczpospolitej” i „Super Expressie”. Z kolei na okładkach widniał on w 29 materiałach.



**Wykres 2. Liczba wystąpień** **liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) - luty 2015 r.**

**Pozytywnie o liderach badania**

Z analizy wydźwięku publikacji odnośnie przywódców partii politycznych w dziennikach ogólnopolskich\* wynika, że w lutym dziennikarze najczęściej pozytywnie wypowiadali się o liderach raportu – Ewie Kopacz (2,1 proc.) oraz Jarosławie Kaczyńskim (2,3 proc.). Z kolei najbardziej krytykowanym politykiem okazał się Janusz Piechociński. Aż 21 proc. spośród wszystkich wzmianek, jakie ukazały się na jego temat w analizowanych mediach, miało wydźwięk negatywny. To aż o 5 punktów procentowych więcej niż w przypadku sklasyfikowanego na drugiej pozycji Janusza Palikota. Dziennikarze w lutym praktycznie nie krytykowali Zbigniewa Ziobro i lidera PiS.

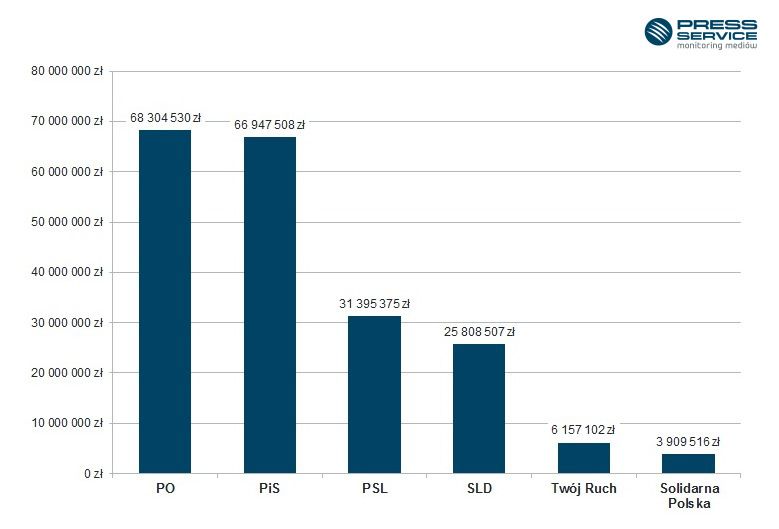
**Zmiany w social media**

Z analizy lutowych publikacji w najpopularniejszych serwisach społecznościowych wynika, że Palikot wyraźnie wyprzedza w tym obszarze lidera poprzedniego raportu – Ewę Kopacz. Na jego temat w social media pojawiło się 9 tys. materiałów. Premier rządu zajęła dopiero trzecie miejsce z wynikiem 5,3 tys. doniesień, co oznacza, że liczba publikacji o niej w ciągu miesiąca spadła o 51 proc.! Na drugim miejscu uplasował się Kaczyński (6,4 tys.) ze wzrostem informacji o 32 proc.

**SLD odnotowuje spadek**

Liczba opublikowanych materiałów odnośnie partii politycznych okazała się niższa niż w poprzednim miesiącu. Jednak wolumen informacji o wszystkich ugrupowaniach poddanych analizie – z wyjątkiem SLD – delikatnie wzrósł. Sojusz Lewicy Demokratycznej odnotował spadek o 22,9 proc. Prawo i Sprawiedliwość dzieli od Platformy Obywatelskiej zaledwie 350 publikacji.

Partia dominująca w przekazach prasowych osiągnęła ekwiwalent reklamowy w wysokości 68,3 mln złotych. Dla Prawa i Sprawiedliwość AVE było mniejsze zaledwie o 1,4 mln złotych.



**Wykres 3. Ekwiwalent reklamowy publikacji na temat liderów partii politycznych w prasie – luty 2015**

Badanie „Scena Polityczna” realizowane jest na podstawie monitoringu 1100 tytułów prasy ogólnopolskiej i regionalnej. Od września 2010 roku „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów” co miesiąc publikuje raport zawierający wyniki aktywności prasy w sferze politycznej. Od stycznia 2014 roku zawiera on analizę obecności polityków w social media.

\* 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 „Scena Polityczna”, luty 2015](http://psmm.pl/sites/default/files/scena_polityczna_-_raport_medialny_-_ii_2015.pdf)

Osoba do kontaktu:  
**Alicja Dahlke**   
specjalista ds. marketingu i PR  
mobile: +48 691 630 190  
tel. +48 61 66 26 005 wew. 128  
[adahlke@psmm.pl](mailto:adahlke@psmm.pl)

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów  
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14  
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)