



SCENA POLITYCZNA

Raport medialny

Luty 2017

METODOLOGIA

Na podstawie informacji medialnych zebranych w lutym 2017 roku, a traktujących na temat partii politycznych i liderów ugrupowań, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln źródeł internetowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych. Jako informacje rozumiemy wszelkie doniesienia medialne na temat analizowanego zagadnienia (zarówno jednozdaniowe wzmianki, jak i kilkunastokrotne artykuły).

Analiza medialna objęła sześć partii politycznych: Kukiz'15, Mniejszość Niemiecką, Nowoczesną, PiS, PO oraz PSL, a także ich liderów: Pawła Kukiza, Ryszarda Gallę, Ryszarda Petru, Jarosława Kaczyńskiego, Grzegorza Schetynę i Władysława Kosiniaka-Kamysza.

Raport składa się z trzech podstawowych części:

▸ Rozdział I - Podsumowanie

Podsumowanie informacji na temat sześciu partii politycznych, stowarzyszeń oraz ich liderów.

▸ Rozdział II – Partie polityczne

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych partii politycznych, stowarzyszeń.

▸ Rozdział III – Liderzy partii politycznych

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych liderów partii politycznych, stowarzyszeń.

KOMENTARZ DO RAPORTU

Petru już nie jest na topie

Jeszcze w styczniu podbijał rankingi popularności, teraz przyszła pora na twarde lądowanie. O liderze Nowoczesnej pojawiło się w mediach tylko 2,3 tys. wzmianek. To pięć razy mniej niż jeszcze w ubiegłym miesiącu, kiedy to próbował atakować wciąż silnego Jarosława Kaczyńskiego. Pozycja Petru maluje się w czarnych kolorach również w social media, gdzie nie ma dla niego miejsca na podium. Polityka wyprzedził Paweł Kukiz i Grzegorz Schetyna. Szef Platformy Obywatelskiej powoli znów wyrasta na przywódcę opozycji.

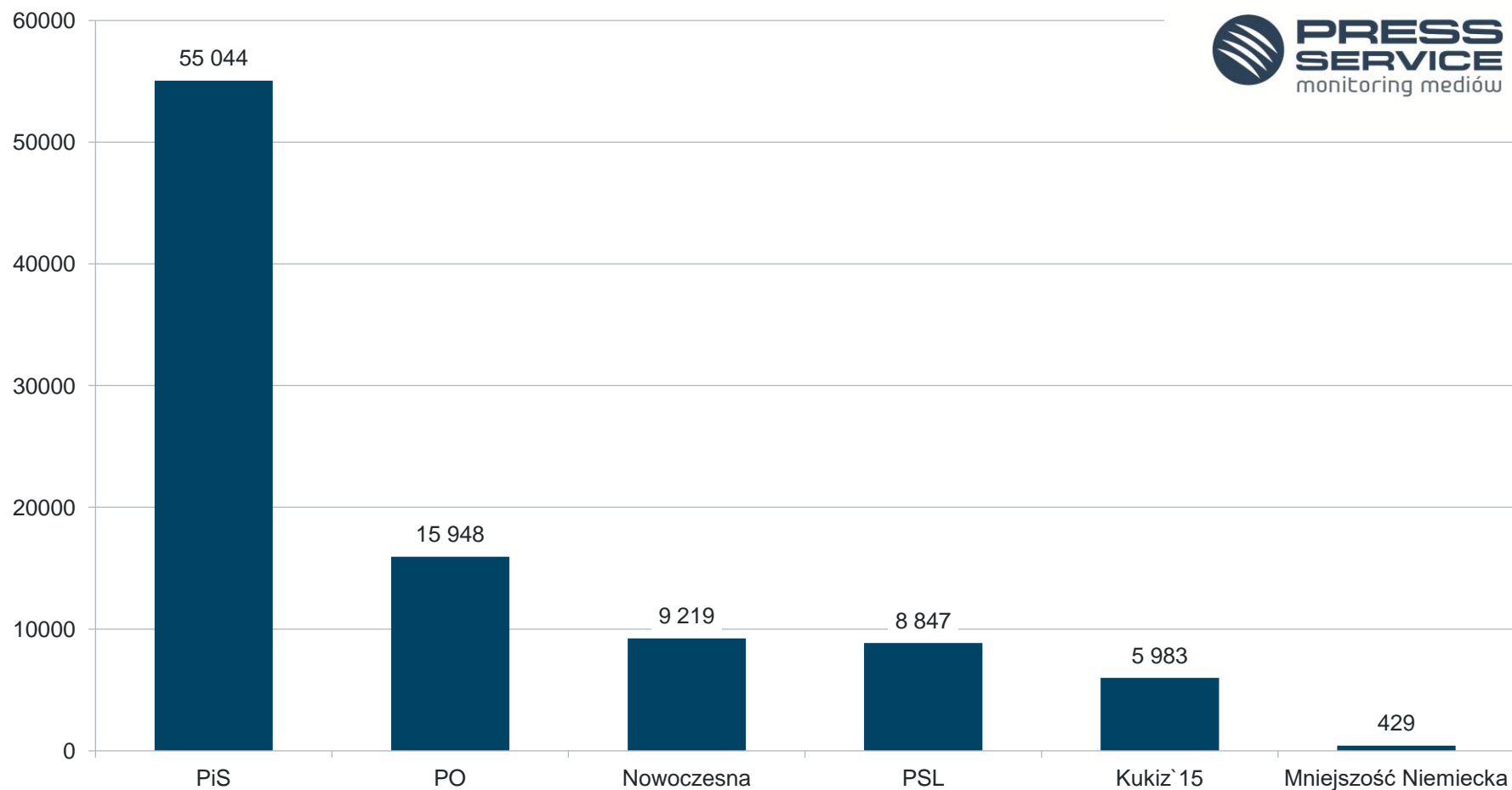
Kto dogoni Jarosława Kaczyńskiego?

Od wielu miesięcy prezes Prawa i Sprawiedliwości nie ma sobie równych. Regularnie zajmuje pierwsze miejsce w zestawieniach liczby przekazów medialnych oraz w social media. Mimo że w lutym pojawiło się mniej wzmianek o politykach Kaczyński nie stracił swojej pozycji i utrzymał wynik na podobnym poziomie. Walkę z prezesem PiS o pierwszą lokatę podejmują na zmianę: Grzegorz Schetyna, Paweł Kukiz i Ryszard Petru.

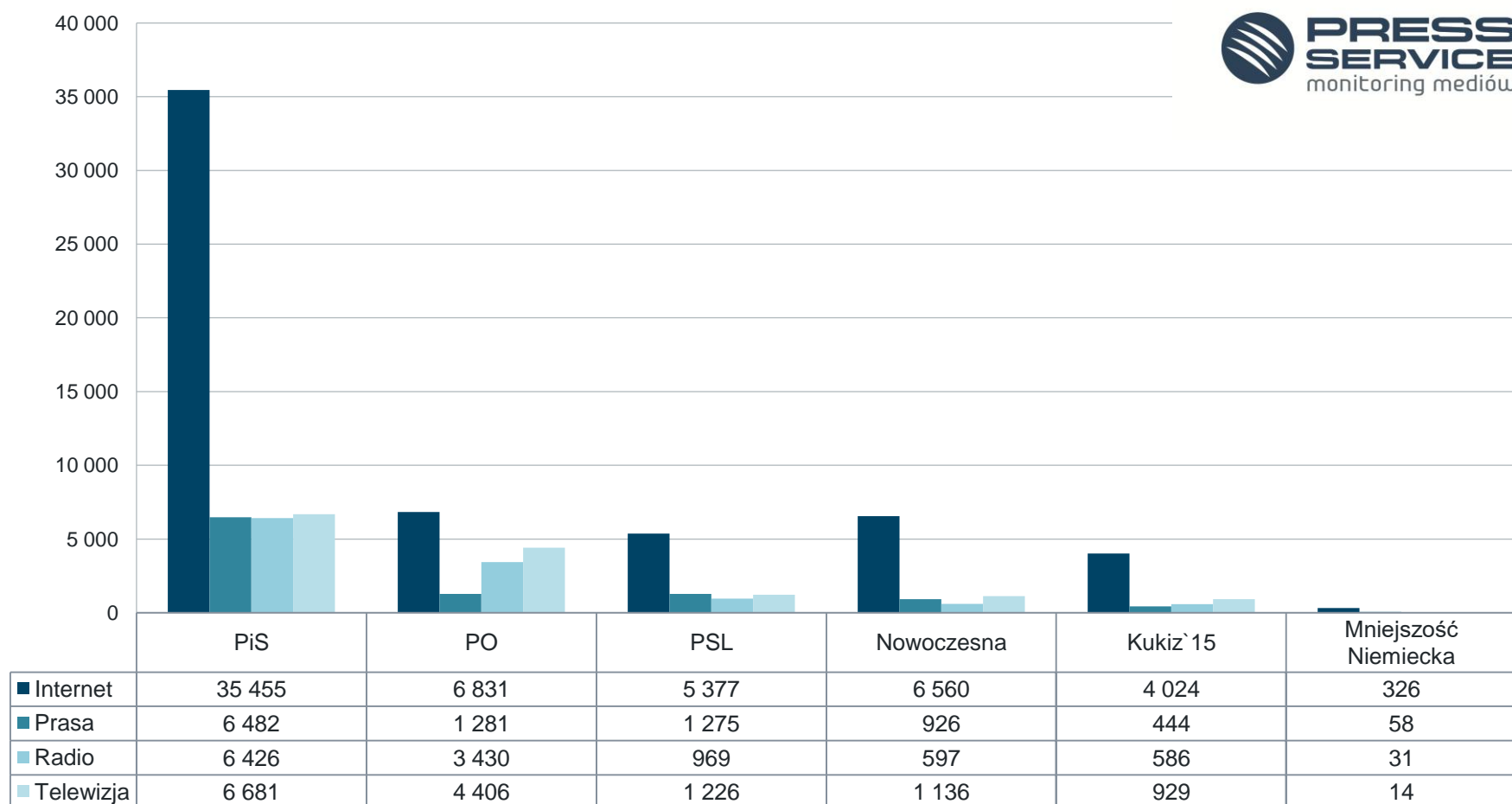
ROZDZIAŁ I

Podsumowanie danych

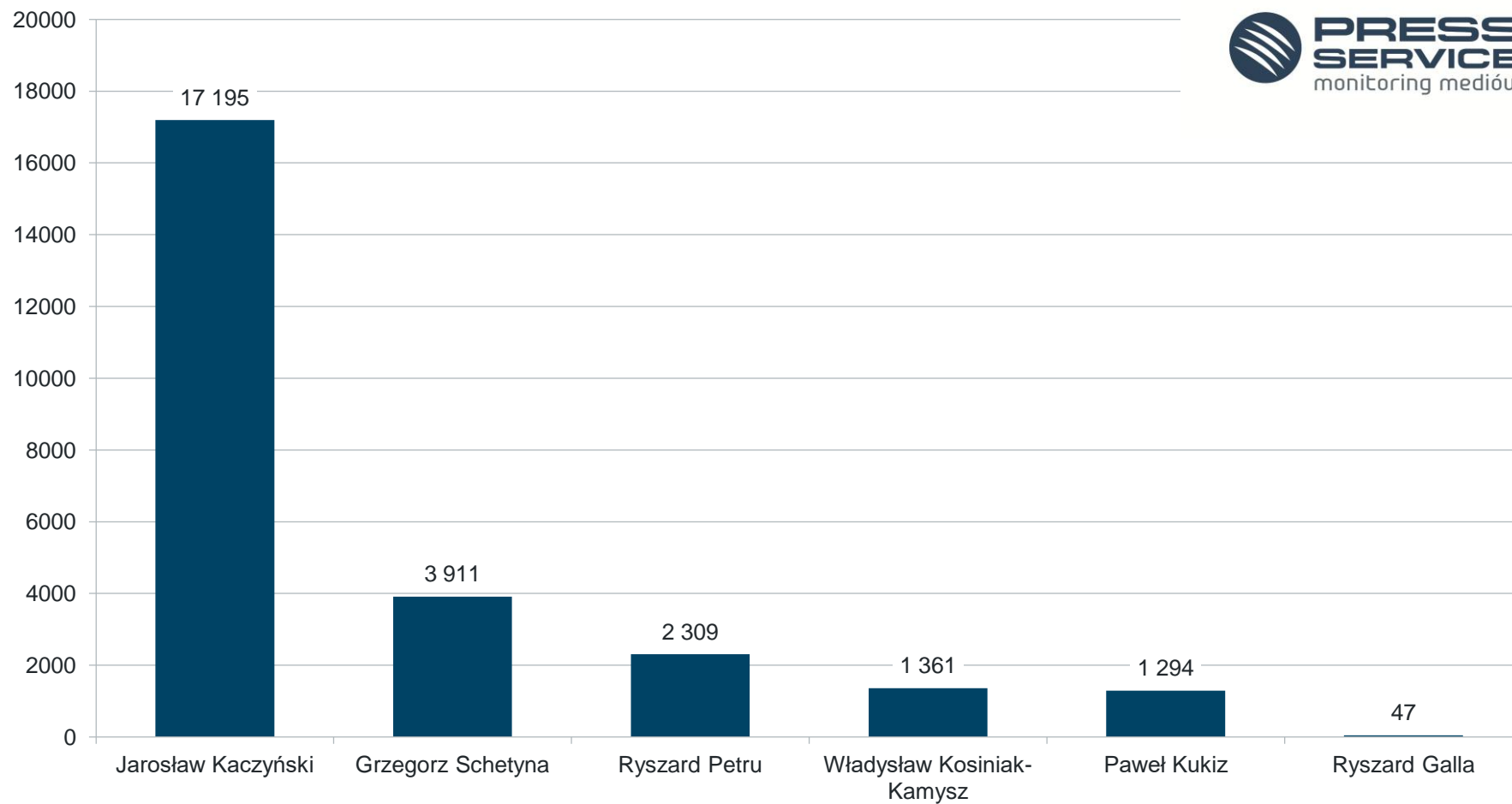
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne, stowarzyszenia - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



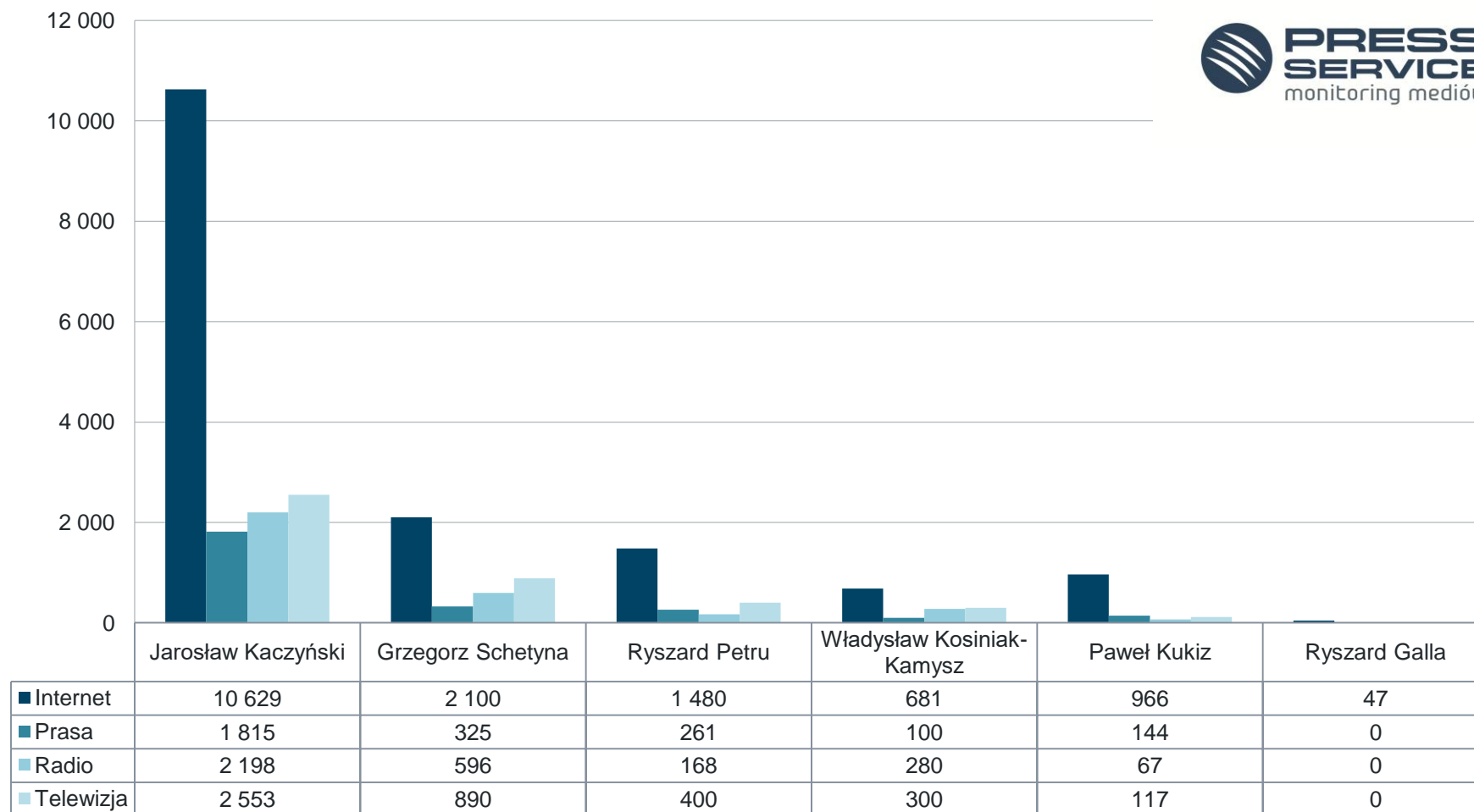
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpiły partie polityczne, stowarzyszenia z podziałem na media – luty 2017 r.



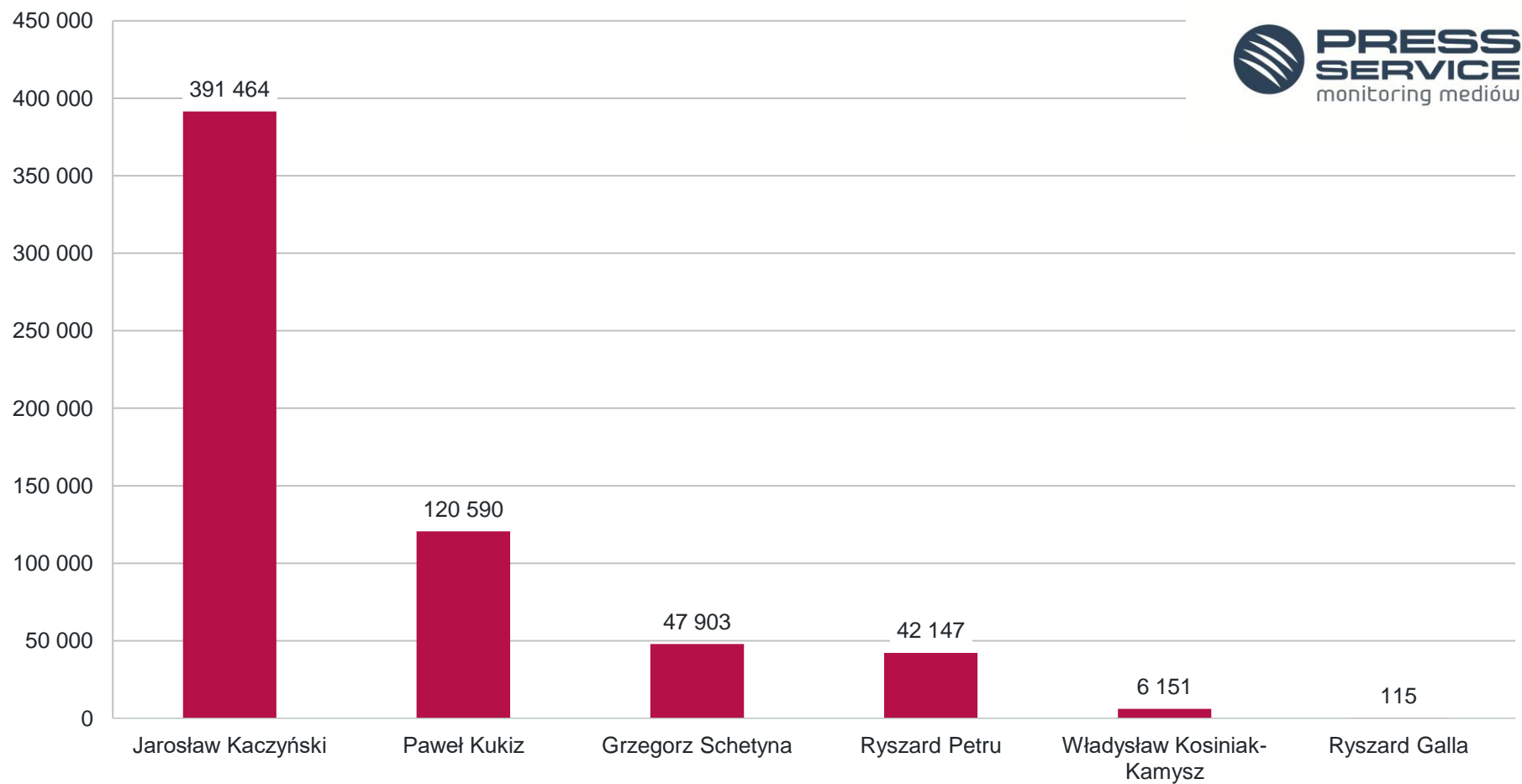
Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych, stowarzyszeń - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili liderzy partii politycznych, stowarzyszeń z podziałem na media - luty 2017 r.



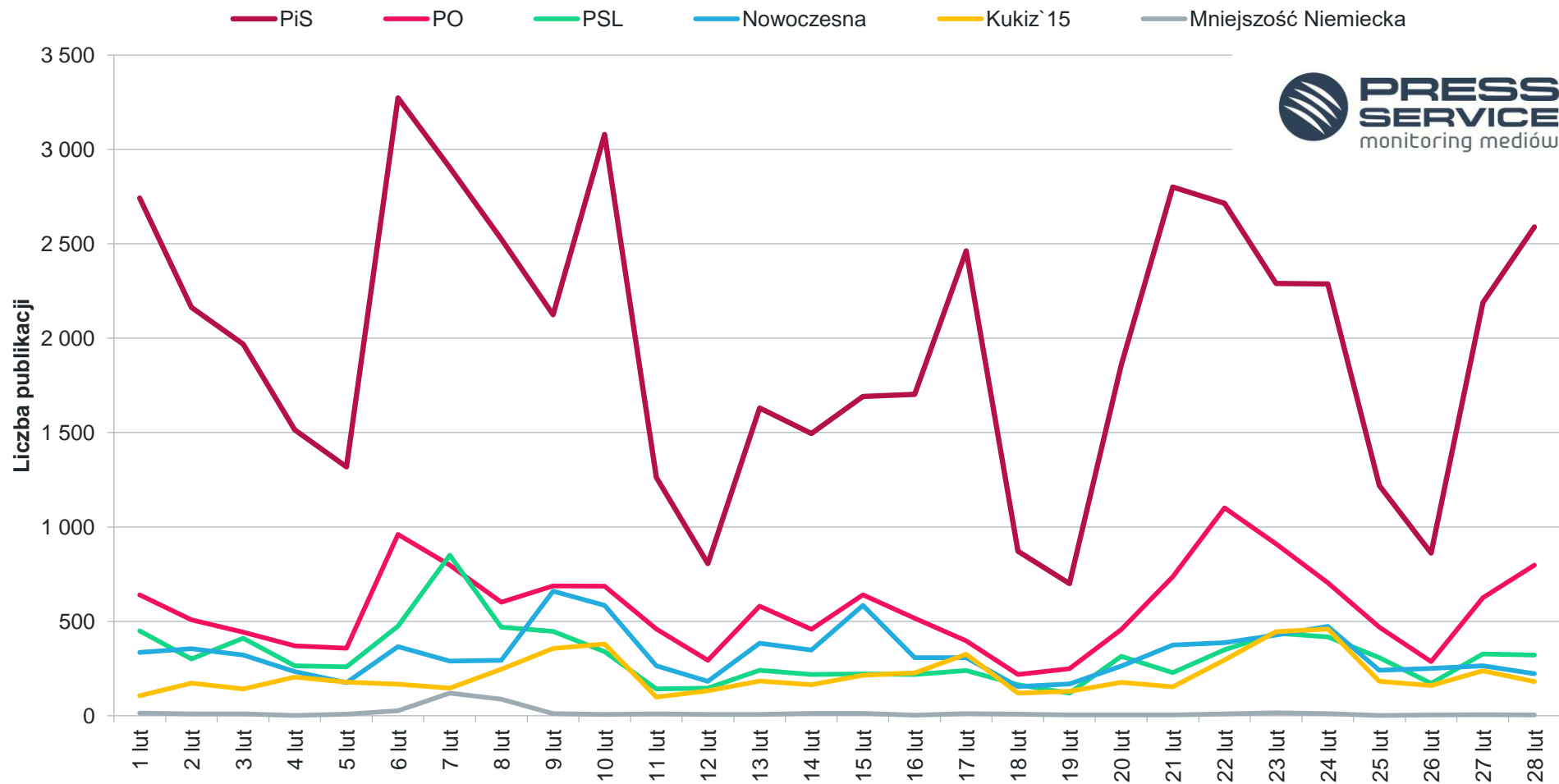
Liczba informacji na temat liderów partii politycznych, stowarzyszeń w social media - luty 2017 r.



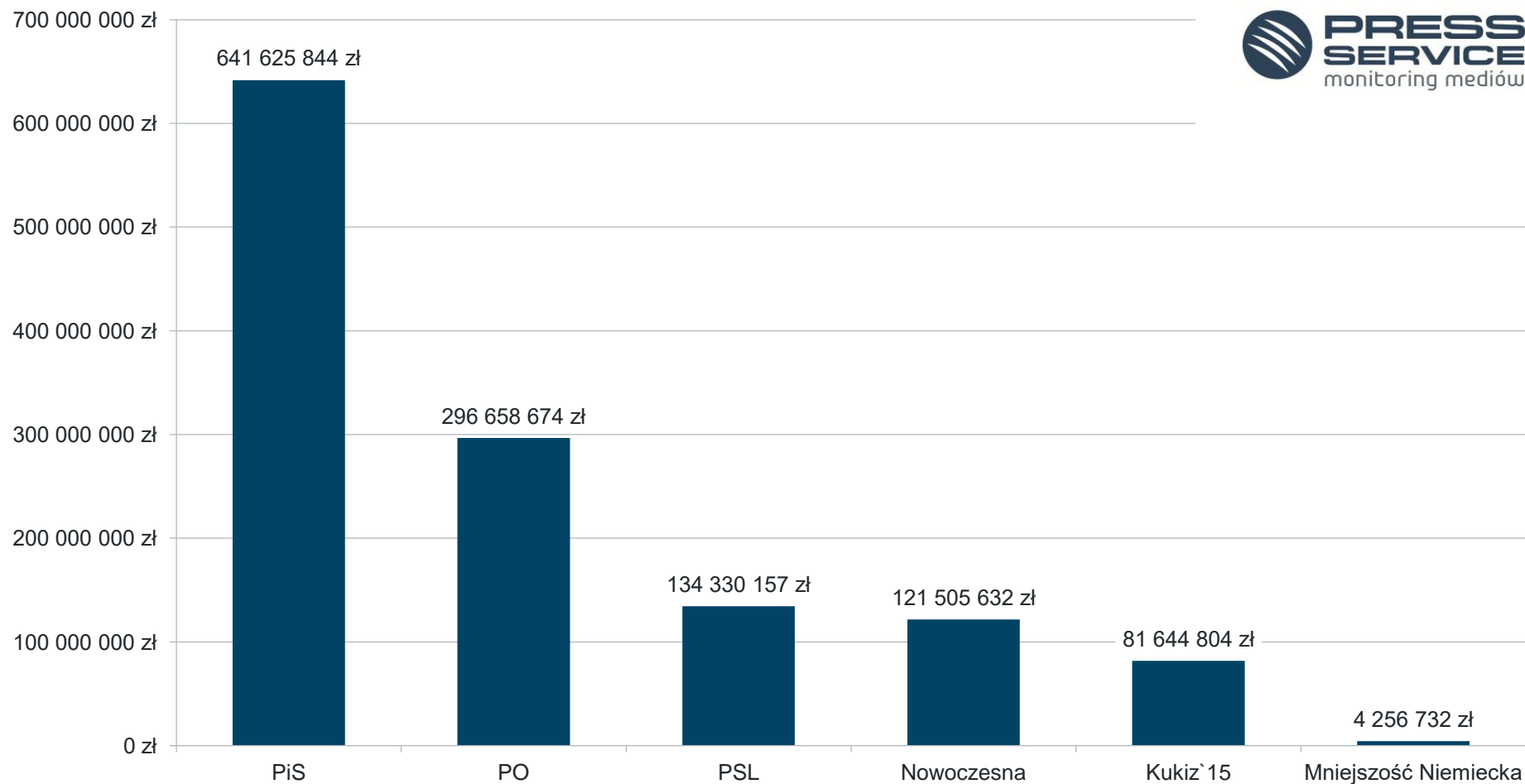
ROZDZIAŁ II

Partie polityczne

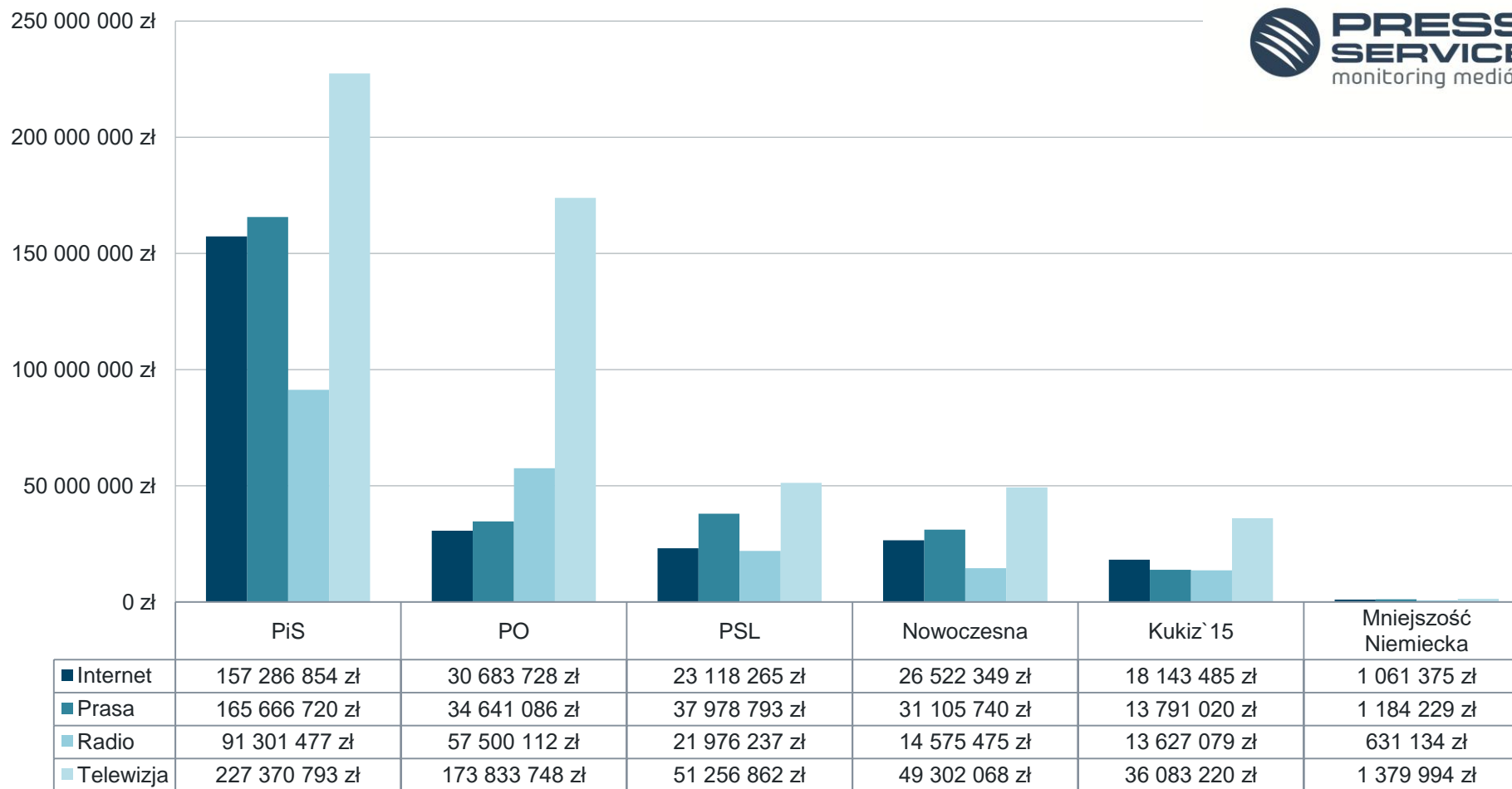
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat partii politycznych, stowarzyszeń - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



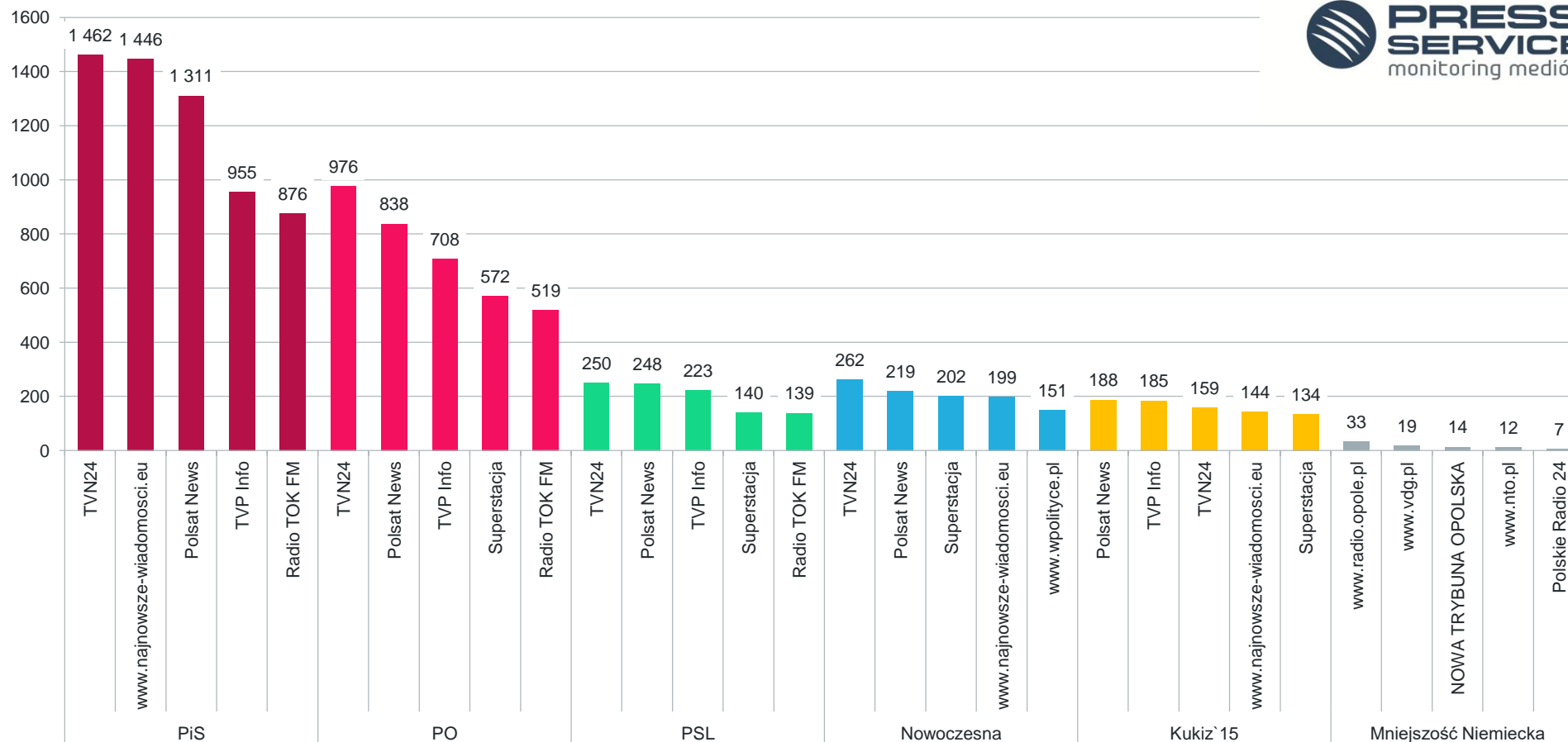
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych, stowarzyszeń - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



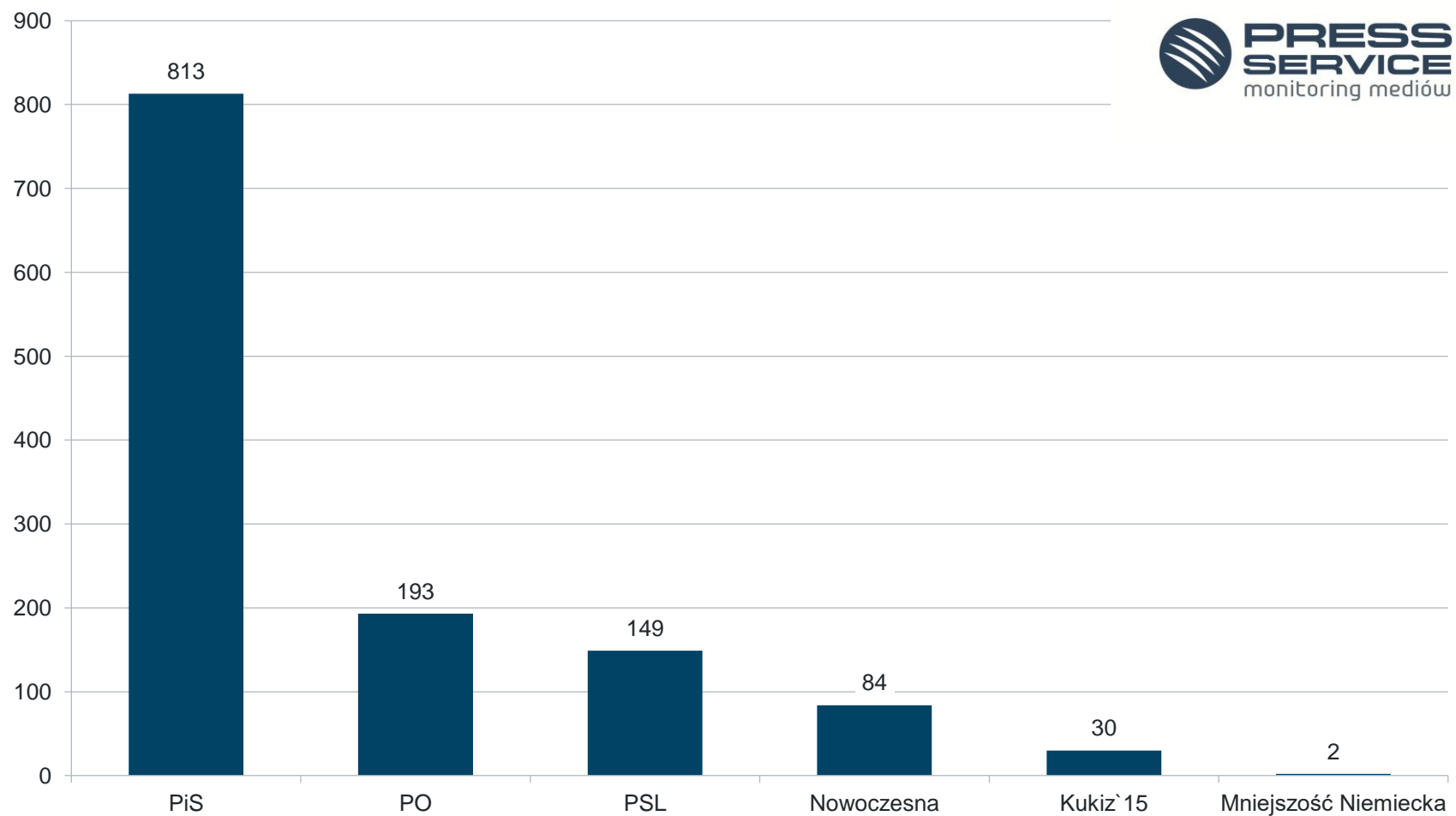
Ekwiwalent reklamowy dla partii politycznych, stowarzyszeń w poszczególnych mediach - luty 2017 r.



Liczba wystąpień partii politycznych, stowarzyszeń w mediach (TOP 5 najaktywniejszych źródeł) - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



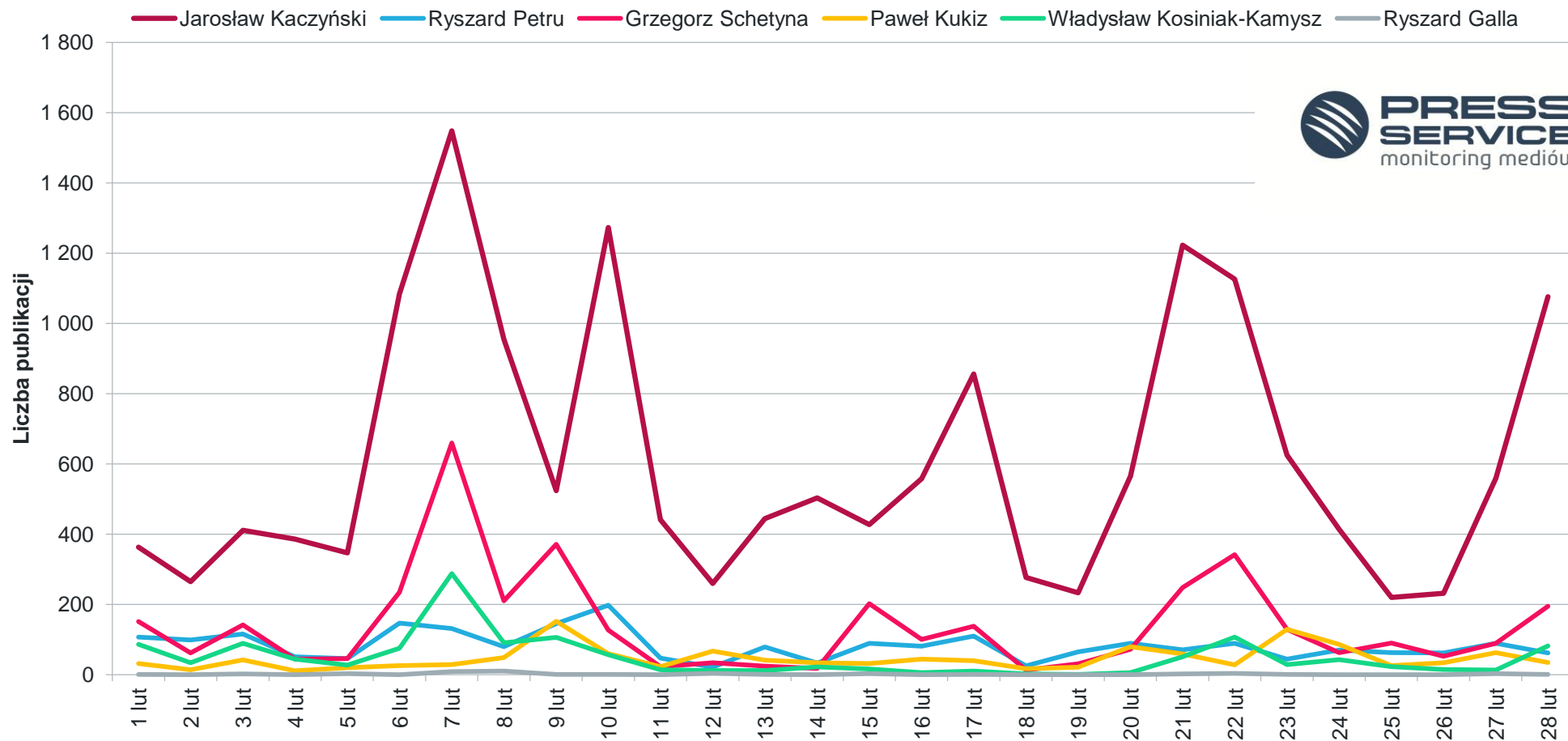
Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne, stowarzyszenia obecne były na pierwszych stronach - luty 2017 r.



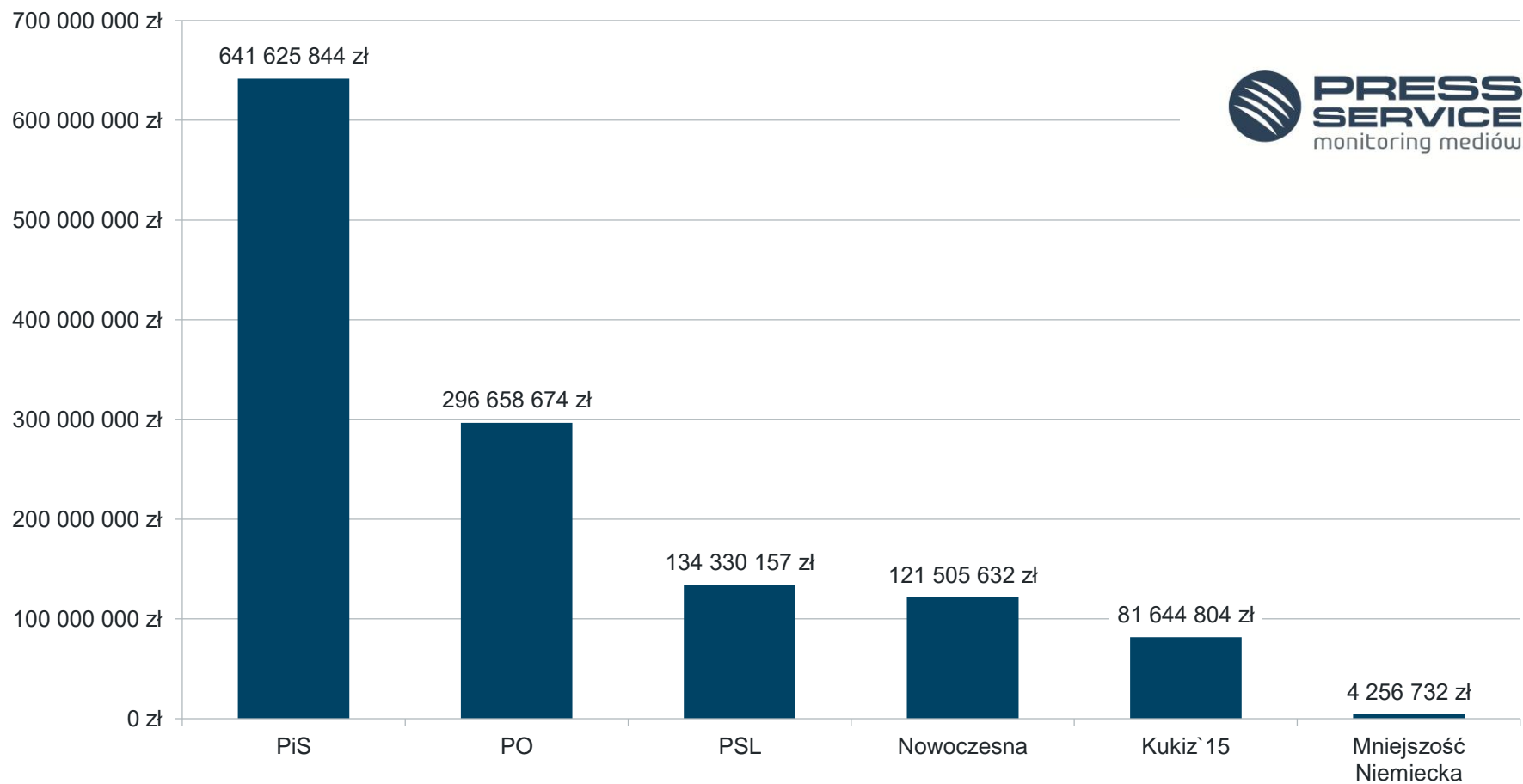
ROZDZIAŁ III

Liderzy partii politycznych, stowarzyszeń

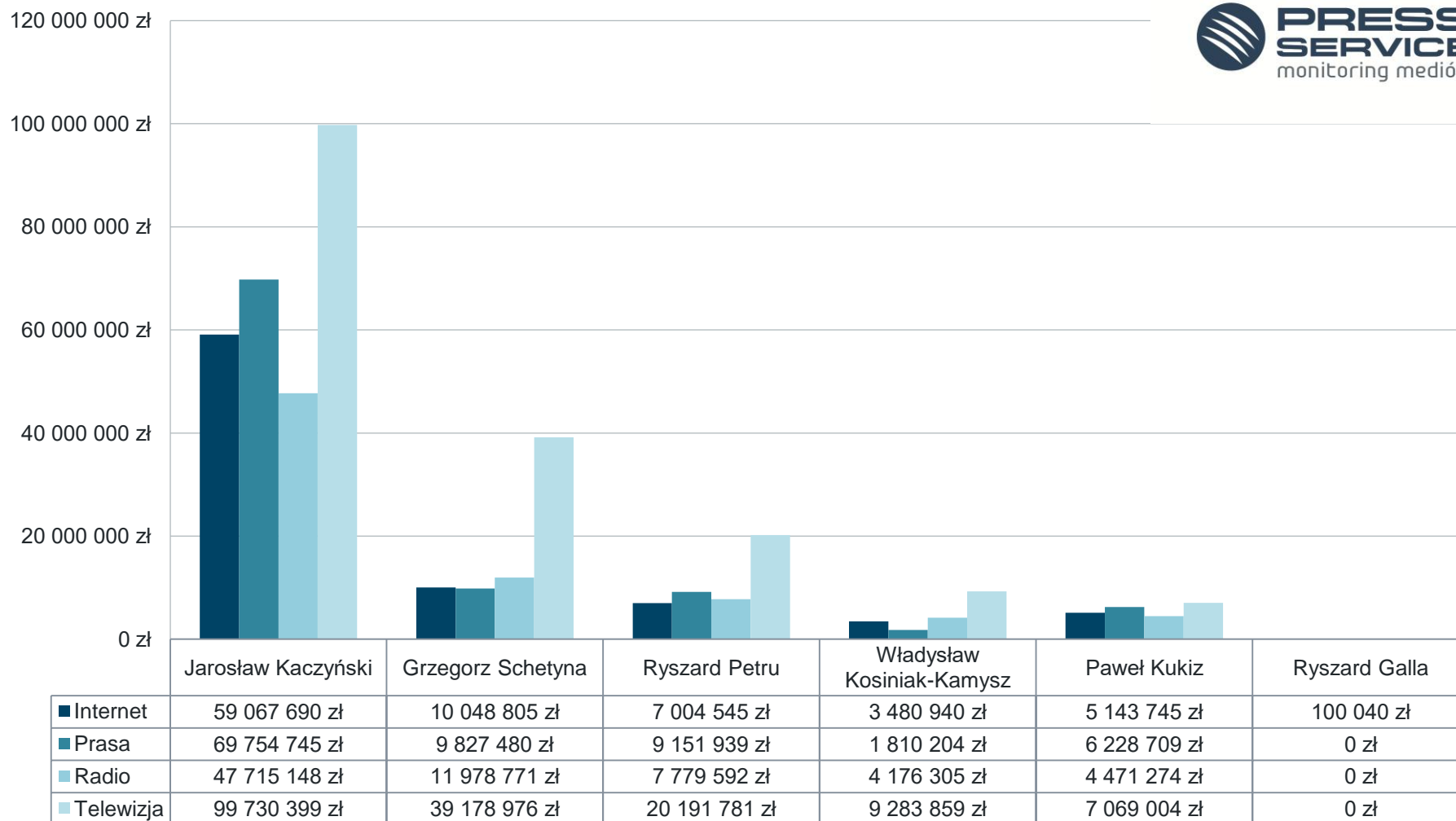
Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat liderów partii politycznych, stowarzyszeń - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



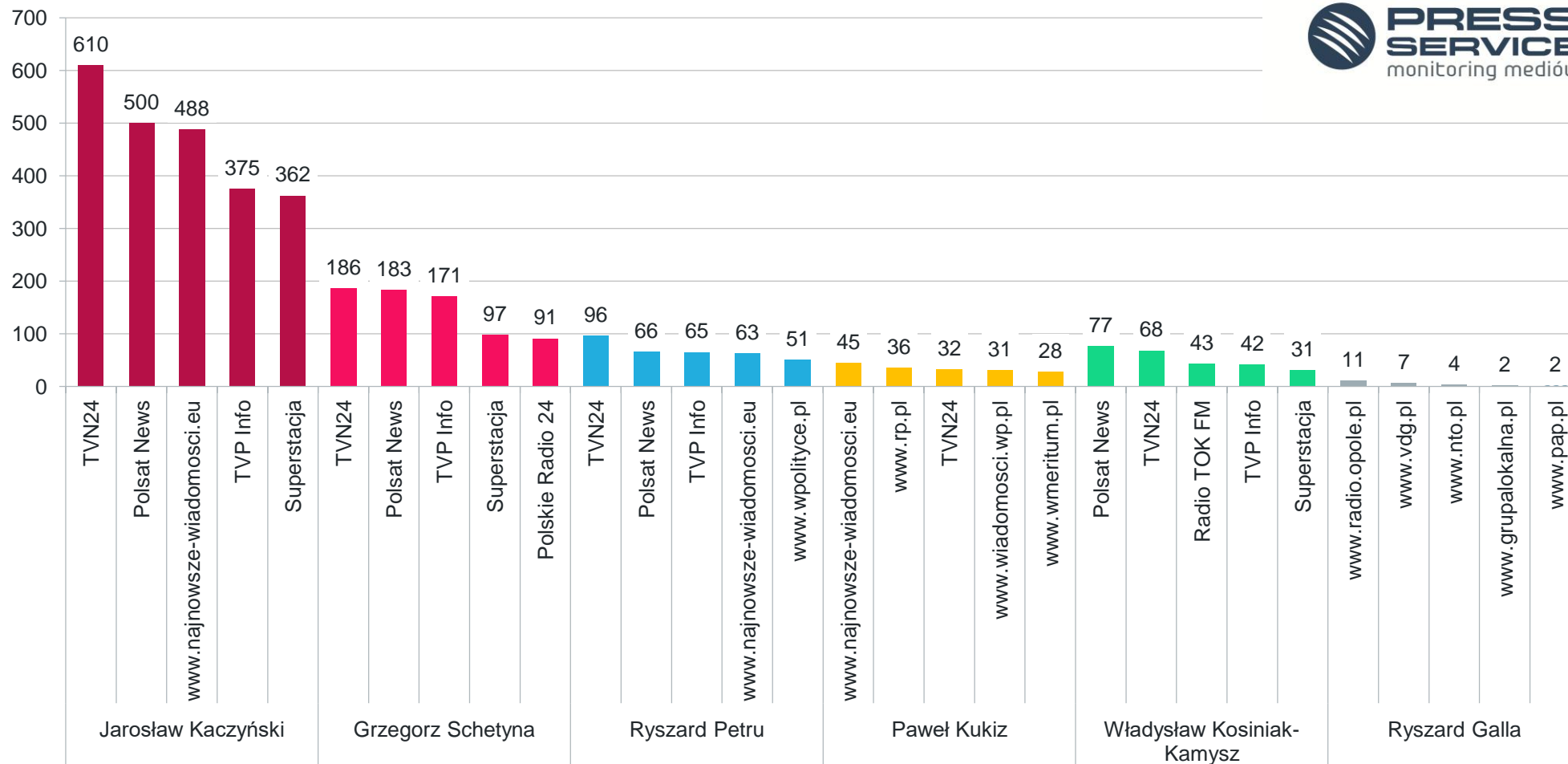
Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych, stowarzyszeń w mediach - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



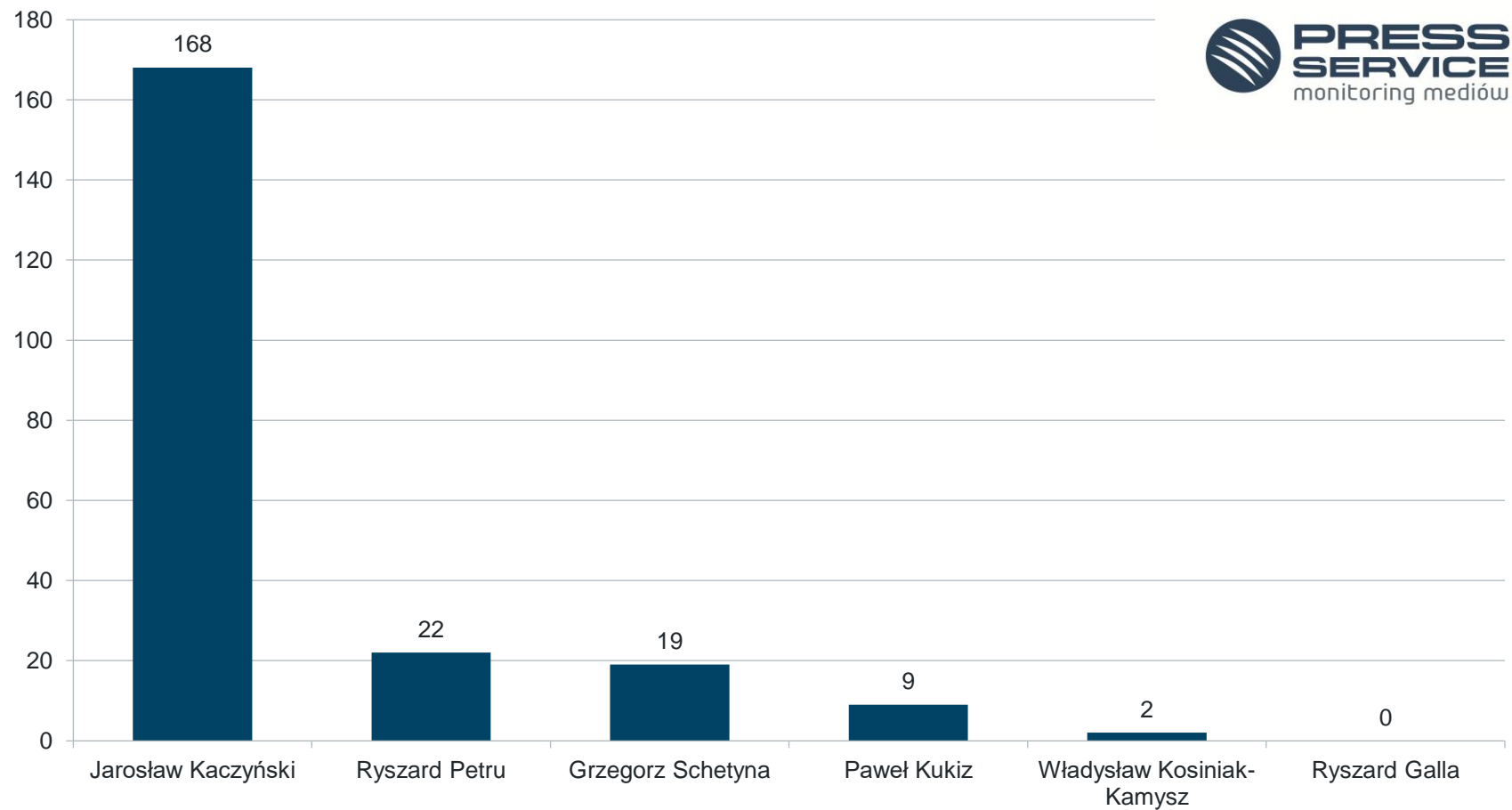
Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych, stowarzyszeń w poszczególnych mediach - luty 2017 r.



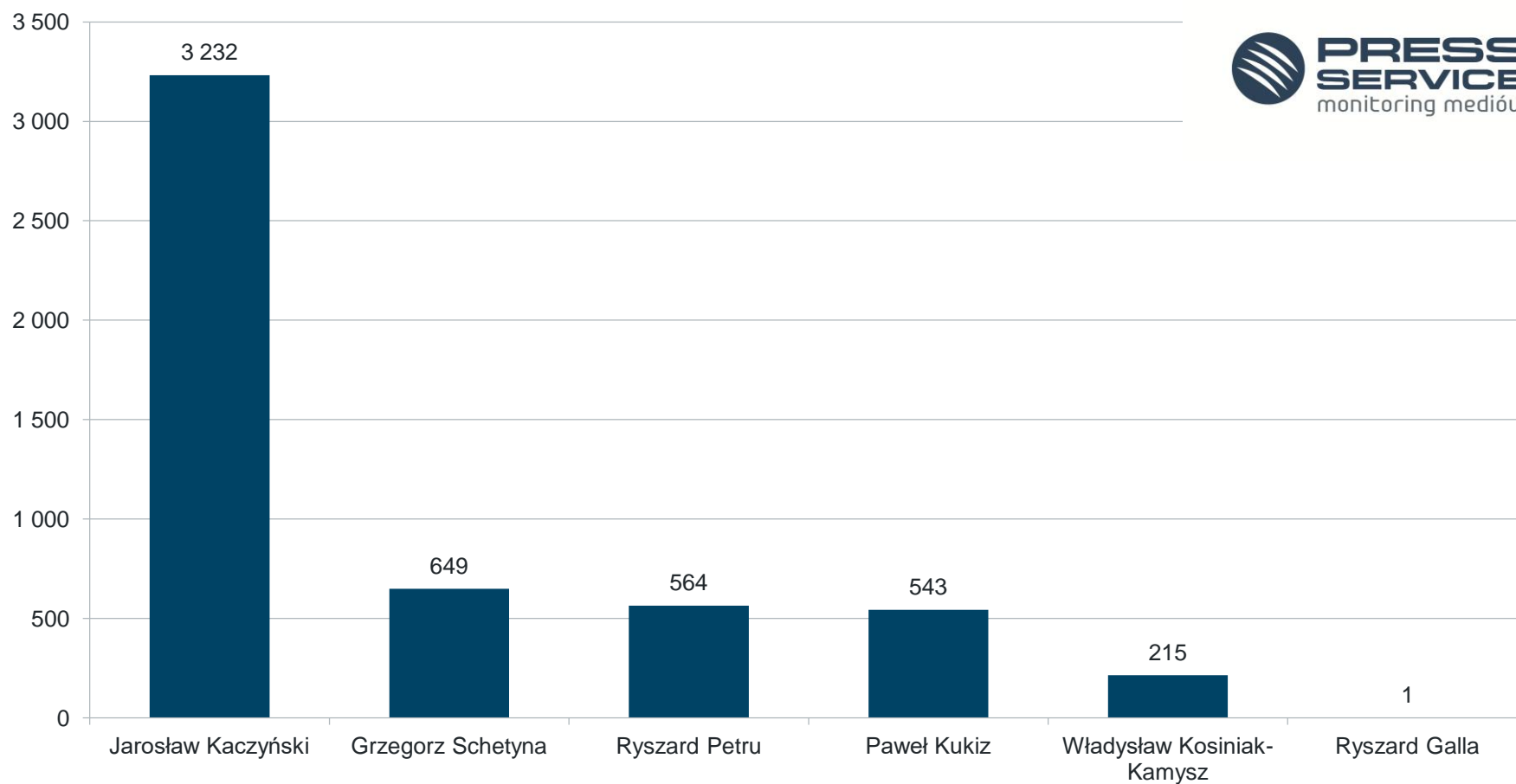
Liczba wystąpień liderów partii politycznych, stowarzyszeń w mediach (TOP 5 najaktywniejszych źródeł) - luty 2017 r. (internet, prasa, RTV)



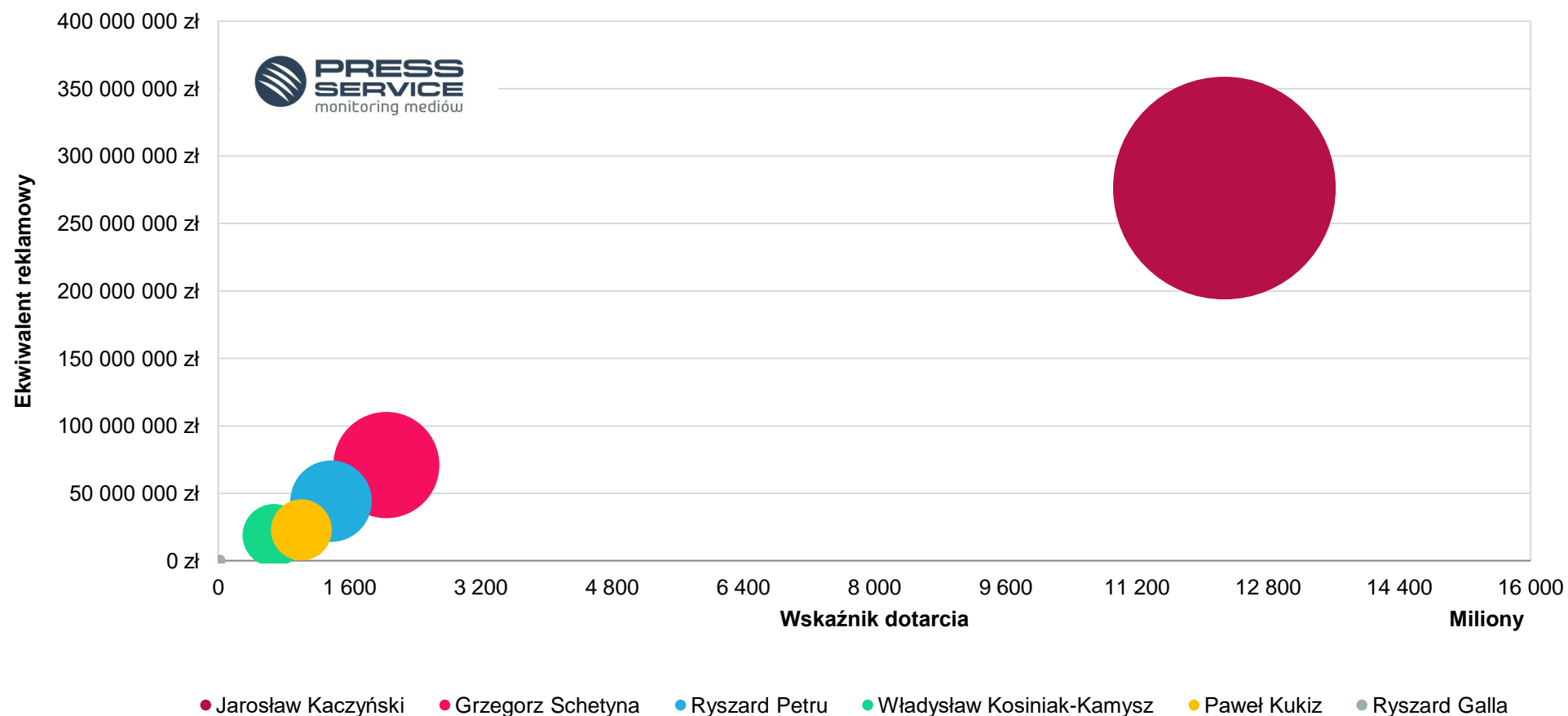
Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych, stowarzyszeń obecni byli na pierwszych stronach - luty 2017 r.



Liczba przekazów medialnych, w których nazwiska liderów partii politycznych, stowarzyszeń obecne były w tytułach - luty 2017 r. (internet, prasa)



Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych, stowarzyszeń dla informacji z prasy i internetu (bez social media)



Wielkość kuli - oznacza liczbę publikacji.

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 sumę liczby unikatowych użytkowników danego portalu. Natomiast w radiu i telewizji zasięgiem jest suma oglądalności bądź słuchalności danej stacji.

Ekwiwalent reklamowy – szacunkowa wartość publikacji określana względem aktualnych cenników reklamowych gazet, portali internetowych oraz radia i telewizji.

Położenie kuli ukazuje wypadkową dwóch zmiennych – wysokości ekwiwalentu reklamowego (oś pionowa) oraz wskaźnika dotarcia (oś pozioma). Najlepsza pozycja na wykresie to prawy górny róg (oznacza, że informacje o wysokim AVE miały bardzo duży zasięg).



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 | Warta Tower, ul. Chmielna 85/87, 00-805 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20
biuro@psmm.pl | **www.psmm.pl**

