**Medialna gra władzy. Senatorowie i senatorki w świetle raportu „Kompas Polityczny”**

**PSMM Monitoring & More opublikował piątą część badania „Kompas Polityczny”, zawierającą analizę medialności senatorów i senatorek. W zestawieniu uwzględniono 98 nazwisk ze wszystkich okręgów wyborczych. Jak wypadł Senat na tle Sejmu i kto cieszył się największym zainteresowaniem mediów?**

Raport przygotowany przez PSMM Monitoring & More zawiera dane medialne zebrane od 1 maja 2022 roku do 30 kwietnia 2023 roku. Przedstawiony materiał pochodzi z ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych oraz blisko 200 stacji radiowych i telewizyjnych.

Najnowsza część badania, podobnie jak wcześniejsze analizy, zawiera suplement, tj. ranking aktywności senatorów i senatorek na ich własnych – oficjalnych profilach w mediach społecznościowych: Facebook, X (Twitter) oraz TikTok.

**Senat w mediach**

Senat choć jest wyższą izbą parlamentu, medialnie stoi w cieniu Sejmu. Media koncentrują się na działalności posłów i posłanek, ponieważ to w Sejmie dzieje się najwięcej. Senat jest mniej widowiskowy, a przez to mniej medialny. Co więcej, procedowanie ustaw przez Senat następuje po przejściu największej fali społecznych dyskusji, więc i medialność tych tematów spada. – *Informacje o senatorach i senatorkach stanowią niewielki ułamek spośród wszystkich przeanalizowanych publikacji o partiach politycznych. W przypadku PiS jest to zaledwie 7 proc., PO niewiele więcej, bo 8 proc. całego przekazu* – tłumaczy Natalia Maćkowiak, analityczka mediów, konsultantka mediowa i wizerunkowa w PSMM Monitoring & More.

**Najbardziej medialni senatorowie i senatorki**

**Obraz zawierający tekst, zrzut ekranu, Ludzka twarz, Reklama internetowa

Opis wygenerowany automatycznie**

Częsta obecność senatorki lub senatora w mediach miała związek z podejmowanymi aktywnościami poza działalnością w Senacie. Tak było m.in. w przypadku najpopularniejszej osoby z badanej grupy - senatora Tomasza Grodzkiego. Na jego temat ukazało się przeszło 14 tys. publikacji. Choć duża liczba materiałów dotyczyła pracy w Senacie, to ich istotna część informowała o innej działalności i sytuacjach losowych. Media zajmowały się oskarżeniami o przyjęcie korzyści majątkowych w czasie, kiedy senator pracował jako specjalista w dziedzinie chirurgii klatki piersiowej i transplantologii klinicznej i zarządzał szpitalem w Szczecinie, czy np. na temat awaryjnego lądowania samolotu z marszałkiem na pokładzie.

Nie inaczej było w przypadku drugiego i trzeciego polityka w zestawieniu – Waldemara Kraski i Wojciecha Skurkiewicza. Trzon ich medialności stanowiły pełnione funkcje rządowe, a nie praca w Senacie. Duże zainteresowanie medialne Waldemarem Kraską wiąże się z jego najbardziej widoczną funkcją publiczną – piastowaniem funkcji wiceministra zdrowia. Nie dziwi więc fakt, że większość publikacji, w których był wzmiankowany dotyczy kwestii zdrowotnych. W lipcu 2022 roku informował o wzroście zachorowań na koronawirusa, przemawiał w sprawie czwartej dawki szczepionki przeciw COVID-19, czy też wyjaśniał zagadnienia związane z małpią grypą.

Pod względem liczby publikacji na trzecim miejscu uplasował się wiceminister obrony narodowej – Wojciech Skurkiewicz. Poruszał w mediach tematy związane z bezpieczeństwem Polski, komentował szczyt NATO, szczególnie kwestię rozszerzenia sojuszu NATO o Szwecję i Finlandię, czy też ćwiczenia BALTOPS na Bałtyku. Niemniej jednak to materiały dotyczące Mariusza Kwiatkowskiego miały największych zasięg, co przyczyniło się do zajęcia przez niego trzeciego miejsca pod względem wskaźnika dotarcia.

Obraz zawierający tekst, zrzut ekranu, Czcionka

Opis wygenerowany automatycznie

– *Badanie pokazało, że większość przekazu na temat senatorek i senatorów zdominowały „obozy” Prawa i Sprawiedliwości oraz Koalicji Obywatelskiej, przy marginalnym udziale pozostałych środowisk. Utrzymująca się we wcześniejszych częściach badania „Kompas Polityczny” dominacja PiS, w tym wypadku nie była aż tak duża, co wiąże się ze stosunkowo wysokim wynikiem marszałka Senatu Tomasza Grodzkiego* – komentuje Maciej Małkowski, starszy analityk mediów w PSMM Monitoring & More.

**Przedstawiciele Senatu w social mediach**

**Obraz zawierający tekst, zrzut ekranu, numer, Czcionka

Opis wygenerowany automatycznie**

Jednym z powodów niskiej medialności senatorów i senatorek jest ich mała aktywność również w mediach społecznościowych. Duża część spośród analizowanych osób w ogóle nie posiada konta na X (Twitter) – obecnie najbardziej popularnym wśród polityków narzędziu w marketingu politycznym. – *Tylko nieliczni politycy podjęli się działalności w social mediach, docierając z treściami do młodszych odbiorców, np. za pośrednictwem TikToka. W publikacjach mówią o swojej pracy, poglądach czy podejmowanych działaniach. Ci, którzy aktywnie prowadzą konta mają częściowy wpływ na kontakt z wyborcami czy częstotliwość występowania nazwiska w mediach* – dodaje Natalia Maćkowiak.

**Kobiety w Senacie**

Jak czytamy w raporcie, większość uwagi medialnej poświęcono mężczyznom. Dysproporcja ze względu na płeć jest olbrzymia – zaledwie 12 proc. publikacji dotyczyło senatorek. Z jednej strony jest to konsekwencja mniejszej reprezentacji kobiet w Senacie (24 kobiety i 76 mężczyzn), z drugiej, pomimo tej dysproporcji, aktywność senatorek w mediach jest niska. Tym bardziej na uwagę zasługuje działalność Marii Koc z PiS, która uplasowała się na dziesiątym miejscu pod względem liczby publikacji w mediach tradycyjnych oraz Gabrieli Morawskiej-Staneckiej z PPS (dwunaste miejsce w zestawieniu). Zaangażowanie obu Pań nie kończy się wyłącznie w mediach tradycyjnych, gdyż aktywnie działają również w mediach społecznościowych.

Pełen raport „Kompas Polityczny” część piąta wraz z komentarzami analityków mediów dostępny jest pod linkiem: https://psmm.pl/wp-content/uploads/2023/09/kompas-polityczny-cz-5.pdf

Czwarta część raportu z komentarzami analityków mediów oraz eksperta dr. hab. Dariusza Tworzydło jest dostępny pod linkiem: <https://psmm.pl/wp-content/uploads/2023/09/raport-kompas-polityczny-czesc-4.pdf>

Trzecia część raportu z komentarzami ekspertów: dr hab. Doroty Ewy Piontek oraz dra hab. Szymona Ossowskiego jest dostępny pod linkiem: <https://psmm.pl/wp-content/uploads/2023/08/kompas-polityczny-czesc-iii.pdf>

Druga część raportu z komentarzami Bartosza Czupryka i Michała Tkaczyszyna jest dostępna pod linkiem: <https://psmm.pl/wp-content/uploads/2023/07/raport-kompas-polityczny-czesc-2.pdf>

Pierwsza część raportu z komentarzami ekspertów: Moniki Kaczmarek-Śliwińskiej, Sebastiana Drobczyńskiego i Marcina Szczupaka jest dostępna pod linkiem: <https://psmm.pl/wp-content/uploads/2023/06/czesc-1-raport-kompas-polityczny-20062023.pdf>

\_ \_ \_

W badaniu zastosowane zostały wskaźniki takie jak: liczba publikacji oraz dotarcie (wskaźnik pozwalający na oszacowanie realnej liczby kontaktów z pojedynczą publikacją). W raporcie uwzględniono także zestawienia odnoszące się do trendu ukazywania się danych, najaktywniejszych mediów, map medialnych czy map benchmarkingowych.

PSMM Monitoring & More wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa firmy: PSMM Monitoring & More).

Zapoznaj się z informacjami i raportami dla mediów: https://psmm.pl/dla-mediow/

**Osoby do kontaktu:**

Katarzyna Popławska

PSMM Monitoring & More

Kierownik działu marketingu i PR

kom: +48 697 410 680

kpoplawska@psmm.pl

Katarzyna Pastuszka

Publicon Services Sp. z o.o.

Managing Partner

kom: +48 607512254

k.pastuszka@publicon.pl