

Warszawa, 6 kwietnia 2009 r.

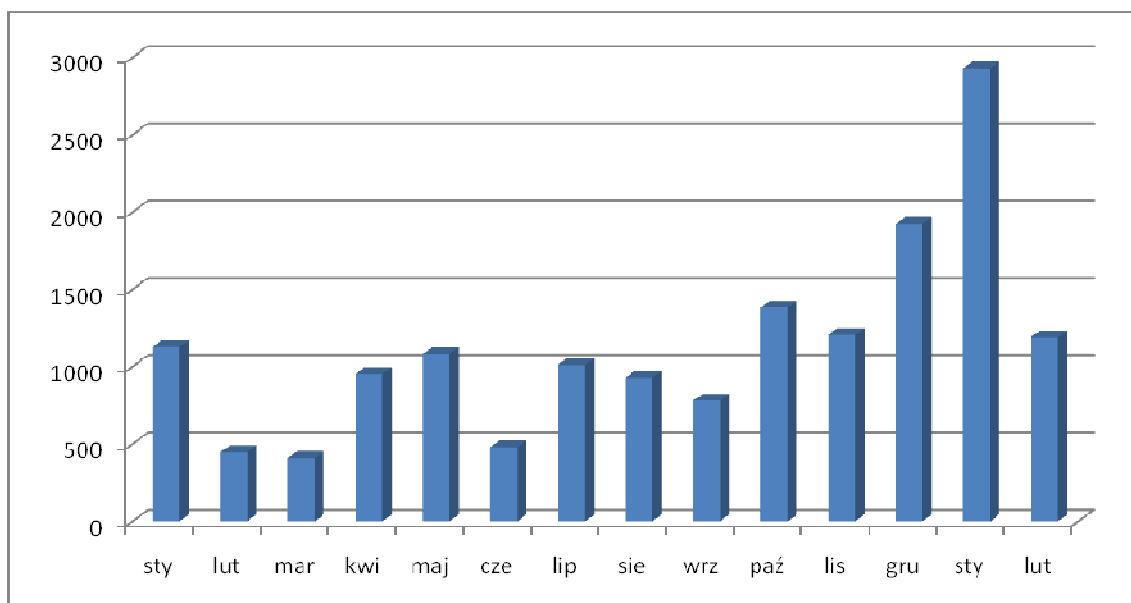
Janusz Palikot w mediach – raport NewsPoint i Newton Media

Firmy NEWTON Media i NewsPoint przygotowały raport na temat obecności posła Janusza Polikota w mediach. Zbadano informacje z prasy oraz internetu z całego roku 2008 oraz ze stycznia i lutego 2009 roku.

Internet – NewsPoint (autor Anna Miotk)

Analiza ilościowa (cały 2008 rok oraz styczeń i luty 2009 roku)

Analiza ilościowa objęła artykuły na przestrzeni 1 stycznia 2008r. – 28 lutego 2009r.

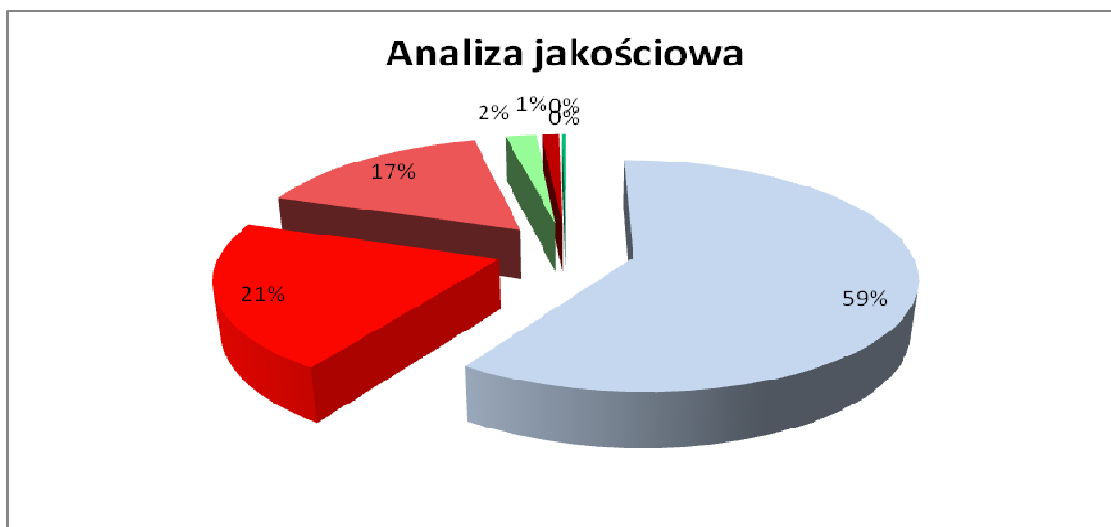


Rysunek 1. Ilość publikacji nt. Janusza Palikota

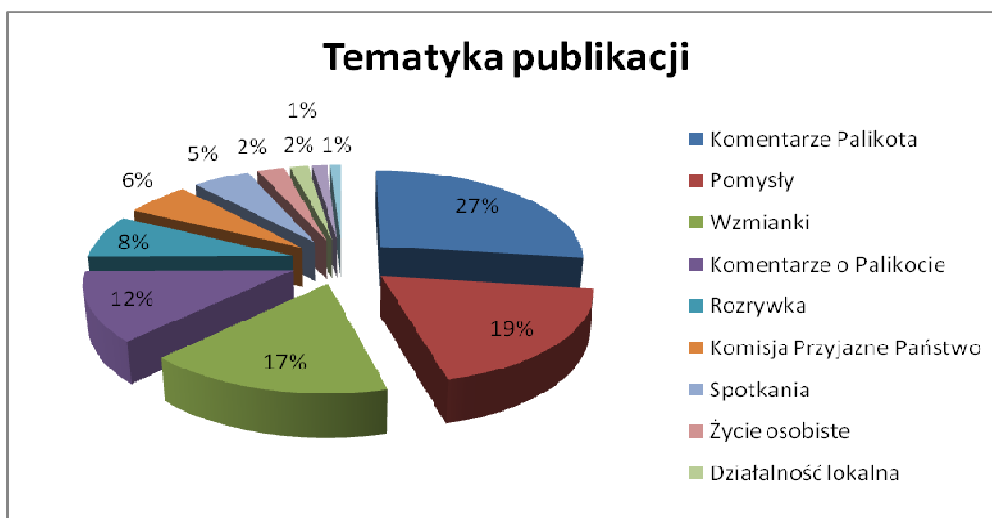
Największy szczyt aktywności medialnej posła to miesiące grudzień 2008 r. i styczeń 2009. W grudniu trwają spory z PiS o odwołanie Palikota z szefostwa Komisji PP za krytyczne uwagi na temat Lecha Kaczyńskiego i podejrzenia PiS o działalność lobbystów w Komisji PP. Z kolei w styczniu 2009 r. za negatywny komentarz na temat minister Grażyny Gęsickej Palikot przestaje być szefem komisji Przyjazne Państwo i zostaje ukarany naganą przez Donalda Tuska. Najmniej obfite w artykuły miesiące to luty, marzec i czerwiec ubiegłego roku.

Tematyka publikacji w lutym

W tym czasie media internetowe opublikowały łącznie 1189 artykułów dotyczących Janusza Palikota. Aż 59% artykułów na temat posła ma wydźwięk neutralny, jednak sporo (łącznie 39%) ma wydźwięk negatywny. Tylko w nieco ponad 2% artykułów o Palikocie pisze się pozytywnie. Taki stan rzeczy wynika zarówno z kontrowersyjnego stylu prowadzenia przez posła debaty publicznej, jak i dosadnych, a nierzadko obraźliwych wypowiedzi pod kątem innych osób, które spotykają się z ostrą krytyką zarówno politycznych oponentów, jak i samych publicystów.



Tematyka artykułów najczęściej dotyczyła wypowiedzi posła Palikota na temat innych polityków i osób publicznych (27% analizowanych artykułów) – na przykład poseł postanowił podpiąć się pod nagłośnioną przez media sprawę nagranej wypowiedzi Kamila Durczoka i ją ostro skomentował. W obszarze publikacji w internecie również głównym narzędziem rażenia pozostaje blog posła – kolejne notki pisane przez Palikota to dla wielu dziennikarzy temat do tworzenia osobnych artykułów. Często cytowano również jego krytyczne wypowiedzi na temat braci Kaczyńskich, ich matki, oraz minister Grażyny Gęsiczkiej i jednego z kandydatów na prezydenta Olsztyna. Kolejna duża kategoria tematyczna to pomysły i inicjatywy posła (19% analizowanych artykułów) – w lutym najbardziej zasłynął on z rzekomego pobytu na kongresie PiS – co wywołało dywagacje w większości mediów i przyćmiło samo wydarzenie, sfabrykowania przemówienia przypisanego Jarosławowi Kaczyńskiemu oraz poparciem PiS w sprawie referendum dotyczącego euro.



Palikot, jako postać wyrazista, jest zarówno chętnie wzmiankowany (służy jako osobna kategoria porównawcza dla innych zjawisk i jest też kategorią samą w sobie – stosowany przez media termin „palikotyzacja”) i komentowany (odpowiednio, 17 i 12% artykułów). Kolejne 8% to rozrywka –np. kiedy poseł udzielił się jako jeden z grających w szopce wystawionej w Krakowie, co poza zainteresowaniem mediów, wywołało też burzę w PiS i kary dla posłów, którzy w tej szopce zegrali razem z Palikotem. Zaledwie 6% publikacji opisuje Palikota w kontekście Komisji Przyjazne Państwo (choć formalnie już jej nie szefuje, wciąż jest ona z nim kojarzona), a 5% dotyczy spotkań odbywanych przez Palikota z politykami, przedsiębiorcami i studentami w różnych miastach Polski. Najmniej artykułów (1%) dotyczy rankingów i badań opinii, gdzie pojawia się postać Palikota, wystąpień w mediach (2%), angażowania się Palikota w sprawy związane z Lubelszczyzną (2%) i życia osobistego (2%). Przy kategorii życia osobistego należy zauważyć, że nawet fakt z życia osobistego Palikota, jak narodziny córki Zofii, ze względu na osobę taty może wzbudzić kontrowersje – okolicznościowy upominek dla świeżo upieczonego taty ze strony rady miejskiej w Czeladzi wywołał protesty części radnych z PiS.

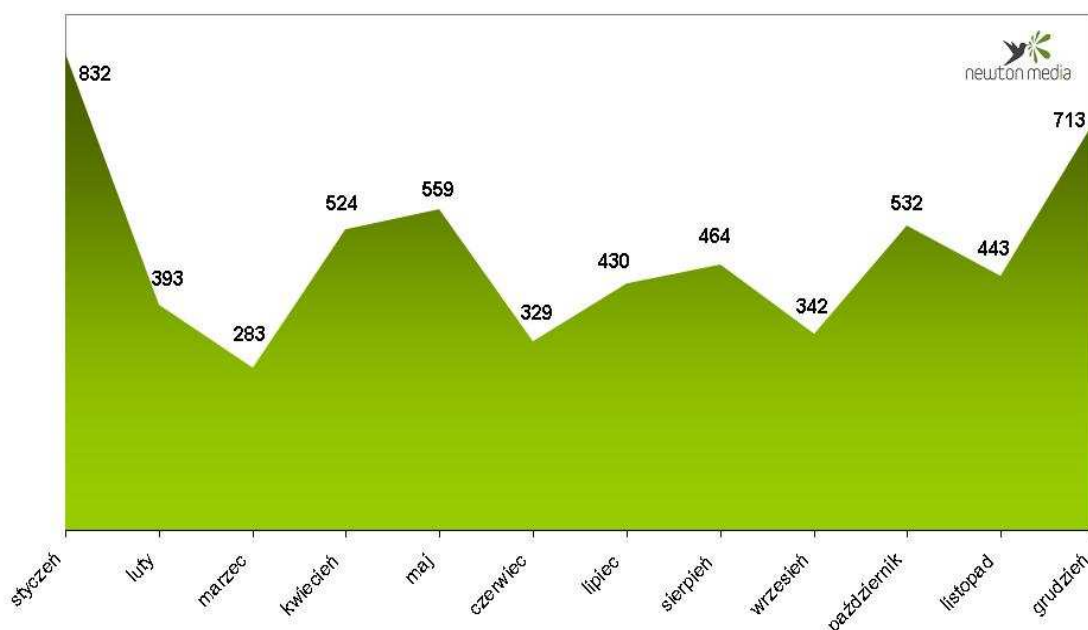
Metodologia raportu

Analizą zostały objęte wszystkie portale internetowe monitorowane przez NewsPoint. Analiza nie uwzględnia reklam i ogłoszeń płatnych. Do analizy ilościowej uwzględniono artykuły z okresu 1 stycznia 2008 r. – 28 lutego 2009 r. Wyszukiwano nazwisko posła – „Palikot” z uwzględnieniem pełnej odmiany i słowa pochodne, jak na przykład „palikotyzacja”.

Prasa – Newton Media (autor Agata Kożuch)

Analiza ilościowa (cały 2008 rok i styczeń 2009 rok)

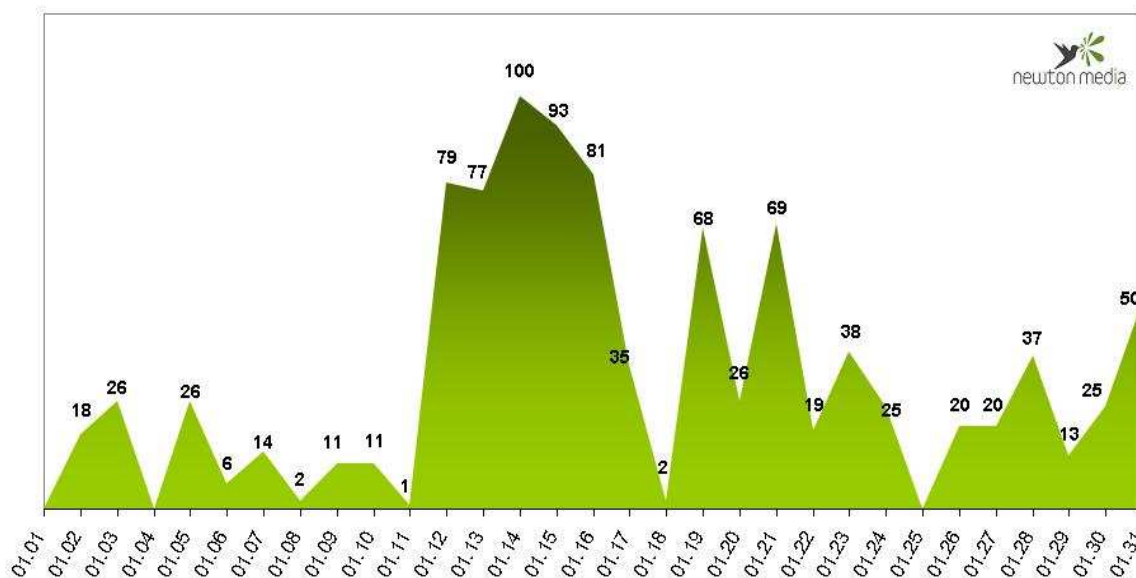
Poseł Janusz Palikot nie pozwala o sobie zapomnieć. W minionym, 2008 roku w prasie pojawił się aż 5844 razy – to średnio po 500 artykułów miesięcznie (Wykres 1.); pomijając niedziele i święta – prawie 20 artykułów dziennie!!



Wykres 1. Liczba publikacji na przestrzeni miesięcy w 2008 roku

„Czołowy skandalista RP” nie przestaje komentować sytuacji politycznej w kraju. Jego wypowiedzi są często kontrowersyjne, przez co odbijają się szerokim echem.

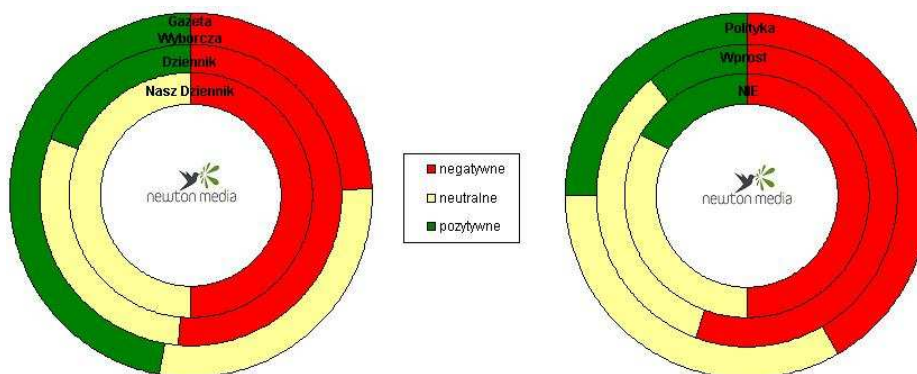
Styczeń 2009 roku był miesiącem rekordowym, jeśli chodzi o liczbę publikacji(992) (Wykres 2.). Miało to związek z wypowiedzią na temat byłej minister Grażyny Gęsickej („Przykro mi, że prostytutka w polityce sięga nawet pani minister Gęsickej. Nie myślałem nigdy, że ona się tak prostytuuje.”) oraz pytania o orientację seksualną Jarosława Kaczyńskiego, czego efektem było odwołanie Palikota z funkcji przewodniczącego komisji „Przyjazne Państwo”.



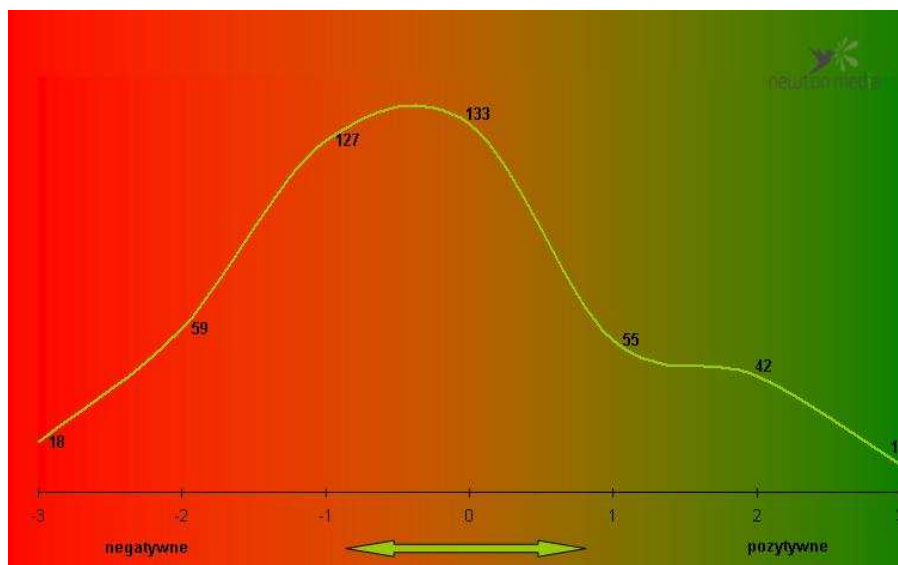
Wykres 2. Liczba publikacji w styczniu 2009 roku

Analiza jakościowa (luty 2009) - prasa

Luty, w porównaniu z poprzednim miesiącem wypada znacznie gorzej, bo to „tylko” 444 artykuły (Wykres 3.). Jednak w sensie jakości, to wciąż publikacje tego samego kalibru. Tytułem, który w lutym najczęściej pisał o pośle Palikocie, była „Gazeta Wyborcza” (53 artykuły). Przy czym, w prawie 50% artykułów pisano o Palikocie pozytywnie, a w 25% negatywnie. Z kolei „Dziennik”, ocenił Palikotę negatywnie w 50% swoich artykułów, a pozytywnie w 20%. W „Naszym Dzienniku” 50% publikacji to publikacje negatywne i ani jedna pozytywna. W tygodniku „Polityka” 40% to informacje negatywne, a pozytywne - 25%. „Wprost” - 55% negatywnych, i tylko 10% pozytywnych; „NIE” - 50% negatywnych i 15% pozytywnych (Wykres 3.).



Wykres 3. Prasa w lutym 2009 roku z uwzględnieniem wydźwięku (*) Należy zwrócić uwagę, że biorąc pod uwagę wszystkie publikacje z lutego (444), artykułów negatywnych było o 20% więcej niż pozytywnych (Wykres 4.).



Wykres 4. Ocena jakościowa publikacji w lutym 2009(*)

Wypowiedzi posła Palikota nieustannie wzbudzają duże zainteresowanie. Szczególnie jeśli chodzi o wypowiedzi odnośnie opozycji. W publikacjach, w których nazwisko posła występuje w konfrontacji z „PiS”, Palikot zazwyczaj zyskuje. Pozytywnie oceniana jest również jego praca w komisji „Przyjazne Państwo”, szczególnie w prasie regionalnej. Spotkanie ze studentami w Olsztynie również pozostawiło pozytywny ślad. Pomijając spektakularne przedstawienie z arbuзем w roli głównej, Palikot „zaczął pozytywnie zaskakiwać”, a jego wypowiedzi, zdaniem studentów okazały się merytoryczne. Prasa chwali Palikota przede wszystkim za to, że nie waha się zadawać najbardziej kłopotliwych pytań.

Szeroko poruszane na łamach prasy są nie tylko wypowiedzi posła z telewizji, ale również słynny blog oraz artykuły w prasie (w lubelskim wydaniu Gazety Wyborczej poseł cyklicznie uzewnętrznia się w rubryce: „Palikot na początek tygodnia”).

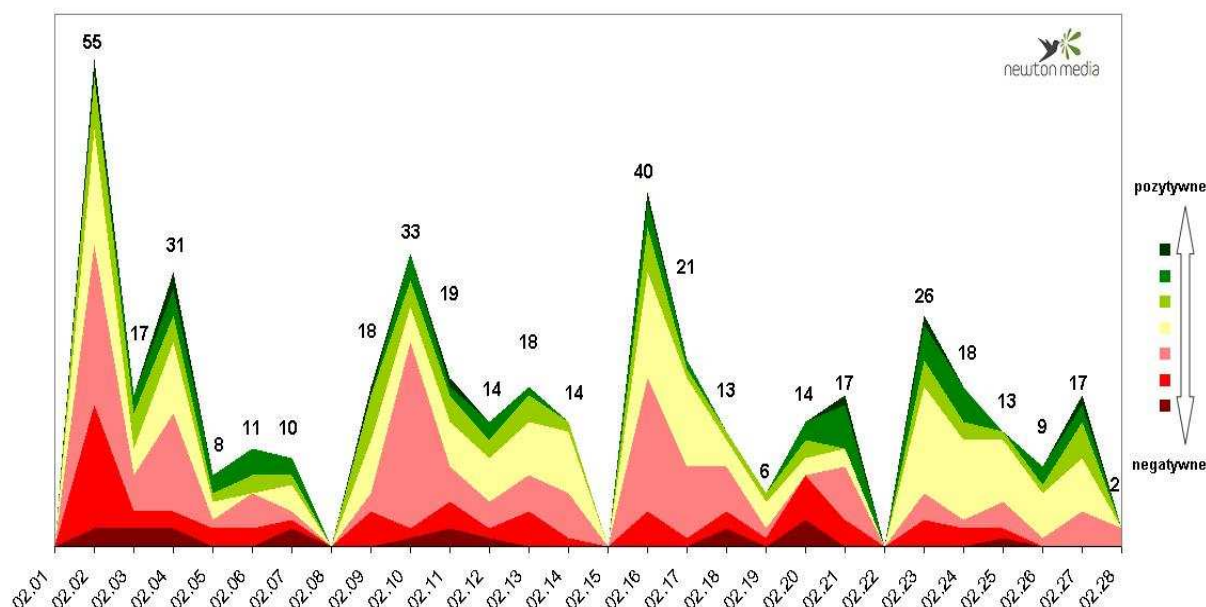
Dziennikarze wspominali także o narodzinach córki Janusza Palikota i o próbie wynajęcia willi w Klarysewie (19 artykułów). Występ w „Reality Shopka Szol” w Krakowie także nie pozostał bez komentarzy (16 artykułów). Pisano również o wypowiedzi odnośnie Andrzeja Czuma (10 artykułów). Według Palikota, Czuma powinien dostać jeszcze szansę. Dużą „popularnością” cieszyła się też informacja, że Sąd Okręgowy w Warszawie utrzymał decyzję prokuratury o umorzeniu śledztwa w sprawie nazwania prezydenta Lecha Kaczyńskiego „chamem” (15 artykułów).

Jednak wydarzeniem, które przyczyniło się do nadzwyczajnej aktywności posła w mediach na początku lutego był odbywający się w ostatni weekend stycznia kongres Prawa i Sprawiedliwości. Akcja z rzekomym przebraniem za kobietę cieszyła się sporym zainteresowaniem (47 artykułów) i wywołała przede wszystkim uśmiech. Pojawiły się głosy (politologów i dziennikarzy) mówiące, że zachowanie posła Palikota miało przede wszystkim odwrócić uwagę od opozycji i zepchnąć na dalszy plan medialne nagłaśnianie kongresu. Oceniane jest tak nie tylko to konkretne zachowanie, ale i większość „wybryków” posła Palikota. Mówi się, że postać Janusza Palikota jest dla Platformy Obywatelskiej bardzo wygodna. „Jak tylko PO nad głową latają czarne chmury, wydarza się coś, co

odwraca naszą uwagę. Najpopularniejszy jest numer "na Palikota", gdy tylko PiS-owci zaczyna iść, to ten mistrz eleganckiego żartu przy... coś na blogu i cała Polska mówi już tylko o tym." (Dziennik, 13.02.2009). Pod tym względem poseł Palikot, a tym samym Platforma Obywatelska oceniani są negatywnie, bądź skrajnie negatywnie.

„Janusz Palikot - z jednej strony niepoprawny politycznie błazen zajmujący media, gdy rząd nie ma czym zapełnić czerwonego paska, z drugiej weredyk, który w imieniu PO mówi to, co partia myśli, a czego nie wypada jej powiedzieć ustami mandarynów” (Polityka, 04.02.2009). Dla usprawiedliwienia sam „Palikot szczerze przyznaje, że specjalnie buduje swą pozycję w celach negatywnych, po to, „żeby Lech Kaczyński nie został na drugą kadencję prezydentem ani Jarosław Kaczyński nie został premierem w wyborach w 2011 roku” i by skończyć z anachronizmem „XIX-wiecznej polityki uprawianej przez braci Kaczyńskich” (Super Nowości, 16.02.2009).

Nie da się ukryć, i takie jest zdanie samych dziennikarzy, że prasa koncentruje się na tym co chwytliwe i medialne, a takie z pewnością jest wszystko to, co kontrowersyjne. „Liczba artykułów poświęconych danej osobie jest wprost proporcjonalna do liczby wpadek, skandali i sensacji przez nią wywołanych.” Dziennikarze o tym wiedzą i oceniają taki stan negatywnie, jednak sylwetka posła Janusza Palikota nie znika z gazet. Z tygodnia na tydzień (ciekawe, czy przypadkiem jest, że większość „górek” na wykresie (Wykres 5.) to poniedziałki...) poseł Palikot skupia na sobie uwagę.



Wykres 5. Liczba publikacji w lutym 2009 roku z uwzględnieniem wydźwięku (*)

Palikot to już nie tylko jeden człowiek, lecz sposób zachowania, pewna postawa. „Palikotyzacji” nie trzeba już dziś tłumaczyć, wdarła się do słownika i jak na razie nie zamierza z niego zniknąć.

Poseł Janusz Palikot znalazł sposób na wyrażanie swoich i jak wielu sądzi, opinii PO, bo przecież „czym więcej chamstwa pokazuje (Palikot), tym więcej ma wielbicieli i tym bardziej rosną w sondażach słupki PO. Jak się opłaca, to po co się zmieniać?” (Głos Pomorza, 06.02.2009; „Bycie pajacem się opłaca”), ale czy „bycie pajacem” opłaca się w każdej sytuacji? I pytanie – komu się opłaca.

Metodologia raportu

Analizą zostały objęte dzienniki i tygodniki ogólnopolskie oraz regionalne (za wyjątkiem prasy specjalistycznej i rozrywkowej. Analiza nie uwzględnia reklam i ogłoszeń płatnych.

Uwzględniono wszystkie artykuły, które ukazały się w wybranych mediach w okresie od 1-go stycznia 2008 roku do 28 - lutego roku 2009. Wyszukiwano nazwisko posła - „Palikot” oraz słowa pochodne, m.in. „palikotyzacja”, uwzględniając pełną deklinację.

Analizą jakościową zostały objęte artykuły od 1-go do 28-go lutego 2009 roku. Każdy artykuł został przeczytany i oceniony w skali od -3 do 3.

(*)Jako artykuły pozytywne potraktowano wszystkie artykuły z oceną 3,2 i 1, jako neutralne z oceną 0, jako negatywne z -1, -2, oraz -3.

NewsPoint to usługa monitorowania komunikacji w internecie, wprowadzona przez NetSprint.pl - dostawcę zaawansowanych rozwiązań wyszukiwawczych. System monitoruje ponad 2000 polskich i ponad 9000 serwisów zagranicznych, w tym portale, wortale oraz blogi. NewsPoint co kilka minut sprawdza obecność nowych publikacji w mediach online. Oprócz monitorowania mediów usługa umożliwia również łatwe zarządzanie pozyskanymi informacjami. Aplikacja automatycznie generuje wykresy i tabele, pozwala również na publikację znalezionych w sieci informacji na temat firmy na stronie WWW, intranecie lub kanale RSS.

NewsPoint jest narzędziem przydatnym podczas:

- . badania efektywności działań marketingowych i PR,
- . planowania marketingowego,
- . monitorowania działań konkurencji,
- . planowania kampanii reklamowych,
- . tworzenia strategii przedsiębiorstwa.

Dodatkowe informacje:

Olga Kamińska, PR Manager, NetSprint.pl Sp. z o.o. Anna Miotk, dyrektor rozwoju biznesu NewsPoint, NetSprint.pl

e-mail: olga.kaminska@netsprint.pl

e-mail: anna.miotk@netsprint.pl

Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa

Ul. Bieżanowska 7, 02-655 Warszawa

tel. 022 844 49 90 w. 404

tel. 022 844 49 90

NEWTON Media Sp. z o.o. jest częścią grupy NEWTON Media, a.s. - ponadnarodowej firmy zajmującej się monitoringiem mediów i usługami powiązаныmi. Analiza mediów jest kolejnym szybko rozwijającym się produktem, który NEWTON Media Sp. z o.o. oferuje swoim klientom. Produkt obejmuje analizę wizerunku firmy, który kreowany jest przez media. Te cenne informacje zgromadzone na podstawie obszernej ilości materiałów, umożliwiają naszym klientom podejmowanie właściwych decyzji i w konsekwencji, prowadzą do zwiększania przewagi nad konkurencją.

Dodatkowe informacje:

Agata Kozuch, Kierownik Działu Analiz Medialnych, NEWTON Media Sp. z o.o.

e-mail: agata.kozuch@newtonmedia.pl

ul. Kierbedzia 4, 00-728 Warszawa

tel. 022 398 91 91

Marcin Koman, Specjalista ds. PR i Marketingu, NEWTON Media Sp. z o.o.

e-mail: marcin.koman@newtonmedia.pl

ul. Kierbedzia 4, 00-728 Warszawa

tel. 022 398 91 91