

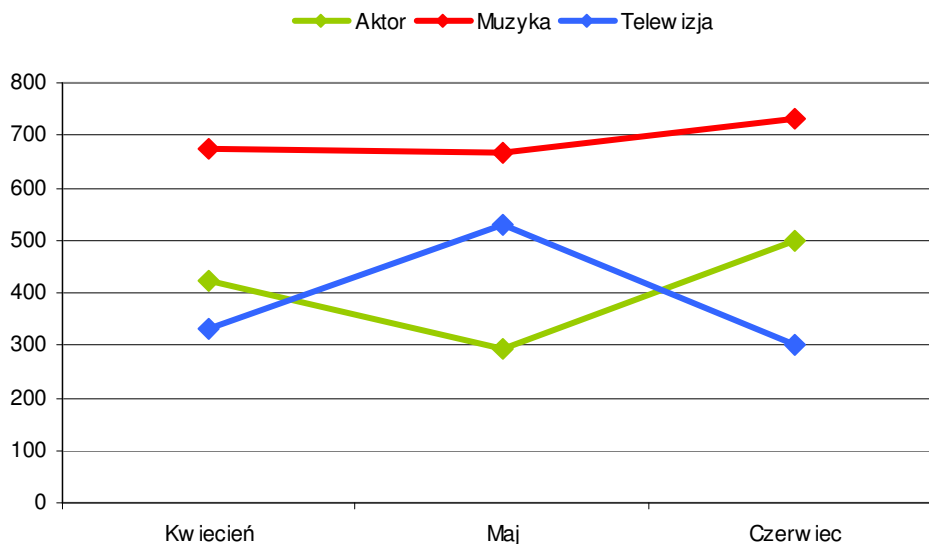


Celebryci w mediach
Raport statystyczny
IV - VI 2009

Spis treści

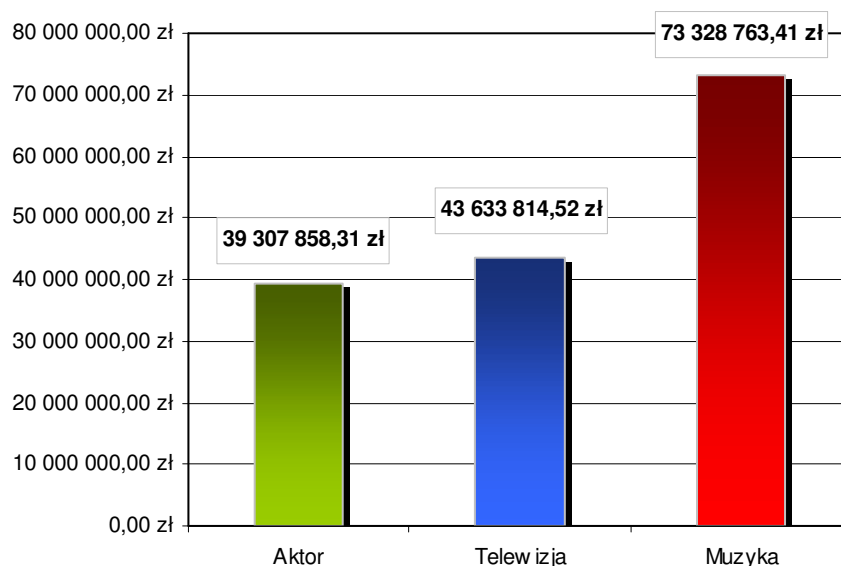
Spis treści	2
Zestawienia sumaryczne - TOP 3	3
Aktorzy - TOP 3	6
Przedstawiciele TV - TOP 3	9
Muzycy - TOP 3	12

Zestawienia sumaryczne - TOP 3



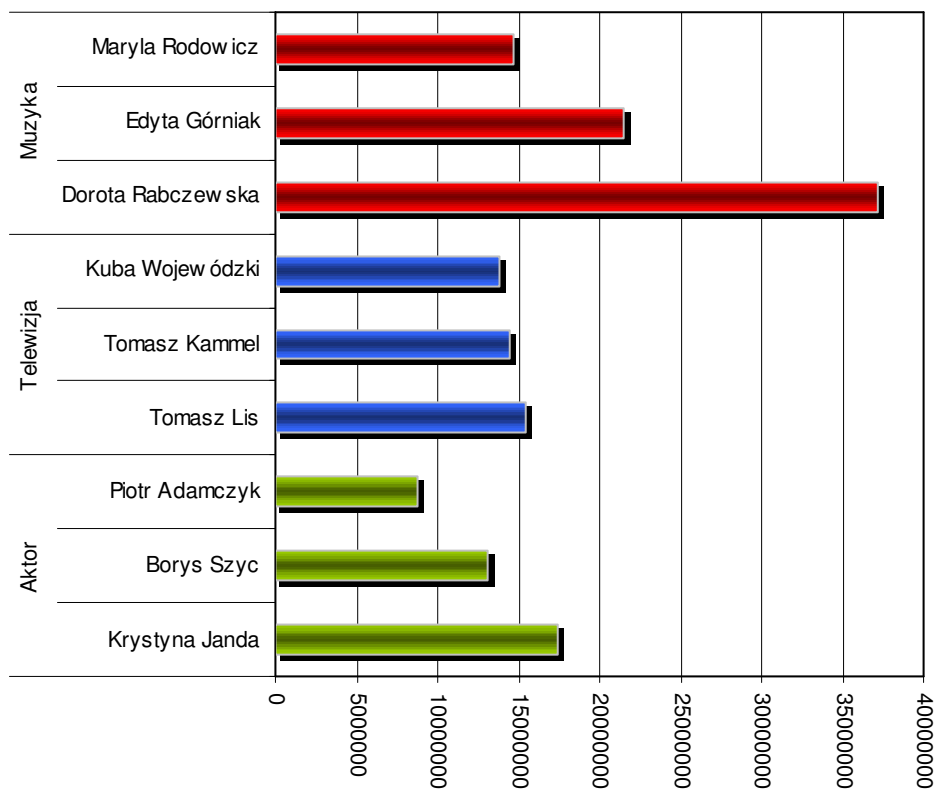
Wykres 1. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach, muzykach, przedstawicielach TV w podziale na analizowane grupy oraz miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

Opis wykresu: Wykres przedstawia trend ukazywania się liczby publikacji prasowych z uwzględnieniem trzech kategorii. Wyraźnie dominująca jest „trójka” muzyczna, umacniająca znacząco swoją pozycję wraz z rozpoczynającym się letnim sezonem festiwalowym. W tej kategorii niezmiennie dominowała Dorota Rabczewska. W grupie aktorów najsilniejszy wpływ na liczbę publikacji mieli Borys Szyc i Krystyna Janda. Na wykresie widać także majowy skok publikacji w grupie „Telewizja”, za który odpowiadał głównie Tomasz Kammel

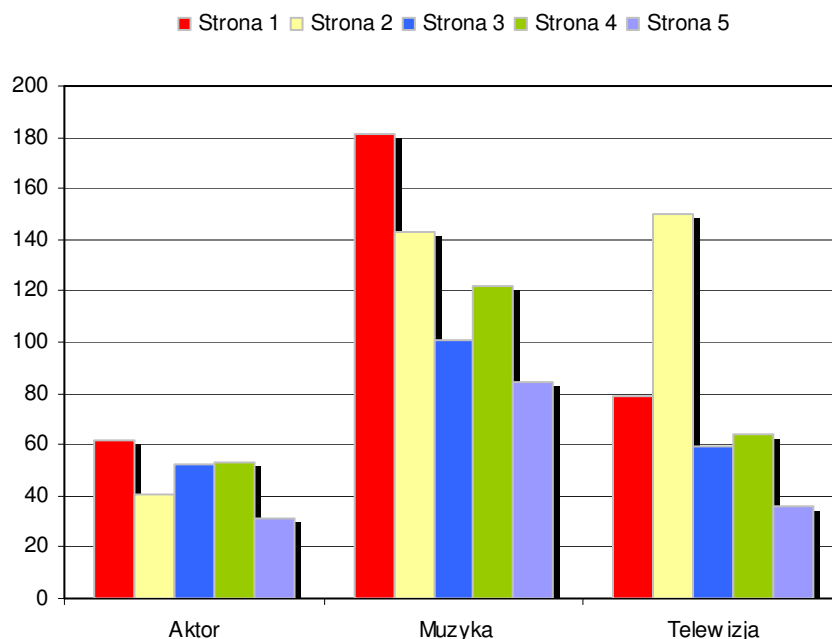


Wykres 2. Zsumowany ekwiwalent reklamowy dla najbardziej medialnych celebrytów w kategoriach Muzyka, Aktor i Telewizja; w okresie kwiecień - czerwiec 2009 (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

Opis wykresu: Różnice zauważalne w wysokości ekwiwalentu dla poszczególnych grup TOP 3, są odzwierciedleniem ilości publikacji na temat konkretnych „trójek”

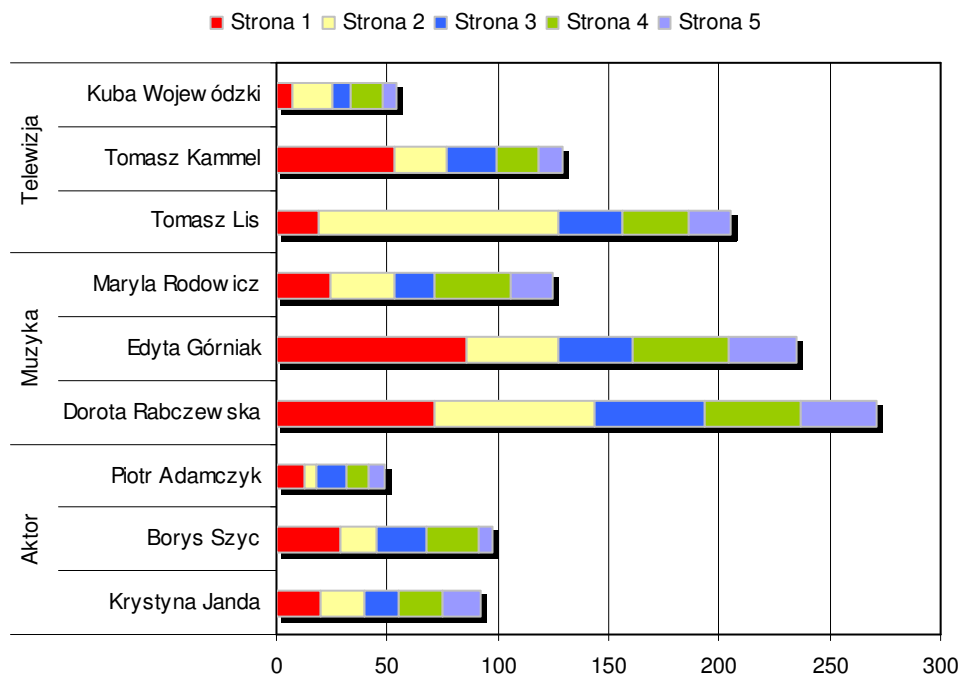


Wykres 3. Ekwiwalent reklamowy dla trzech najbardziej medialnych celebrytów w czterech kategoriach: Sport, Muzyka, Aktor i Telewizja; w okresie kwiecień - czerwiec 2009 (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



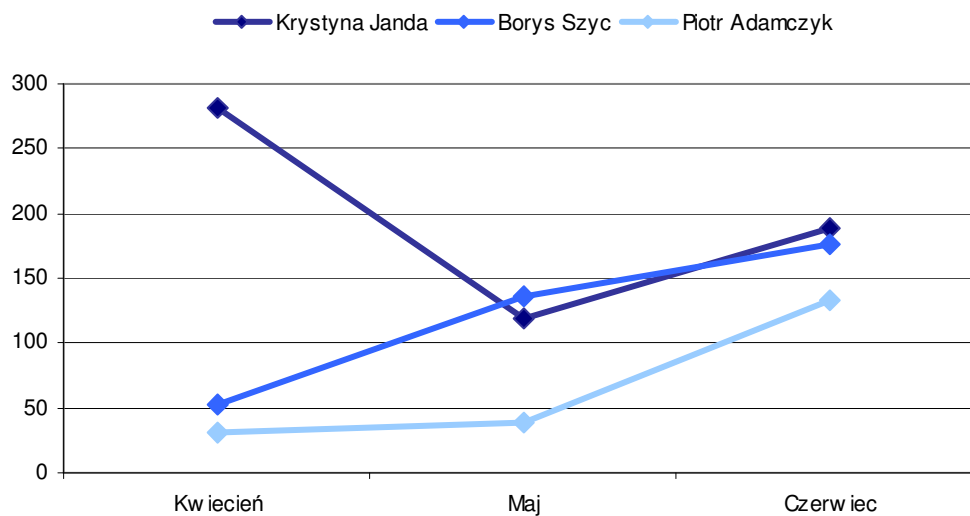
Wykres 4. Suma publikacji w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 3 analizowanych grup z uwzględnieniem pierwszej, drugiej, trzeciej, czwartej i piątej strony w gazecie lub czasopiśmie (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

Opis wykresu: Jak wynika z powyższego wykresu, na pierwszych stronach gazet brylują zdecydowanie celebrytki z grupy Muzyka. Newsy na ich temat pojawiały się często na czołówkach plotkarskiej prasy; ich twarze zdobyły także okładki magazynów. Gwiazdy telewizyjne z kolei dominowały na stronach drugich, zawierających zazwyczaj komentarze i opinie. Kategoria Aktor wygenerowała znacząco mniej publikacji od dwóch pozostałych grup – jednak także w tej kategorii, podobnie jak w przypadku muzycznej „trójki”, gwiazdy pojawiały się najczęściej na pierwszych stronach prasy.

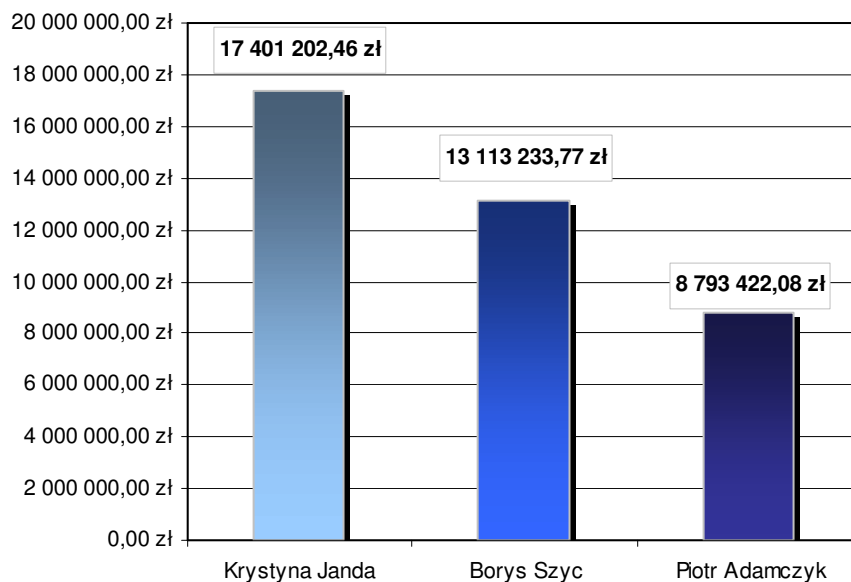


Wykres 5. Liczba publikacji w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 3 analizowanych grup z uwzględnieniem pierwszej, drugiej, trzeciej, czwartej i piątej strony w gazecie lub czasopiśmie (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

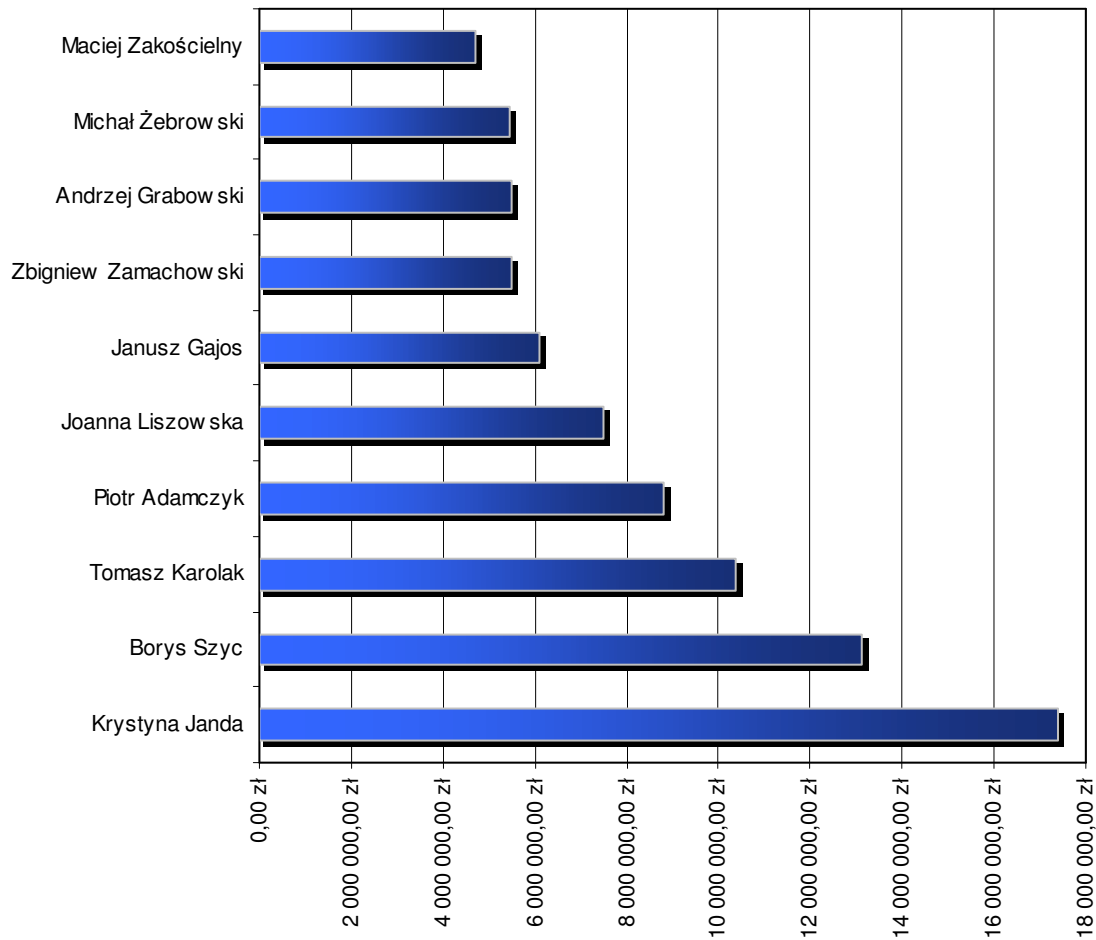
Aktorzy - TOP 3



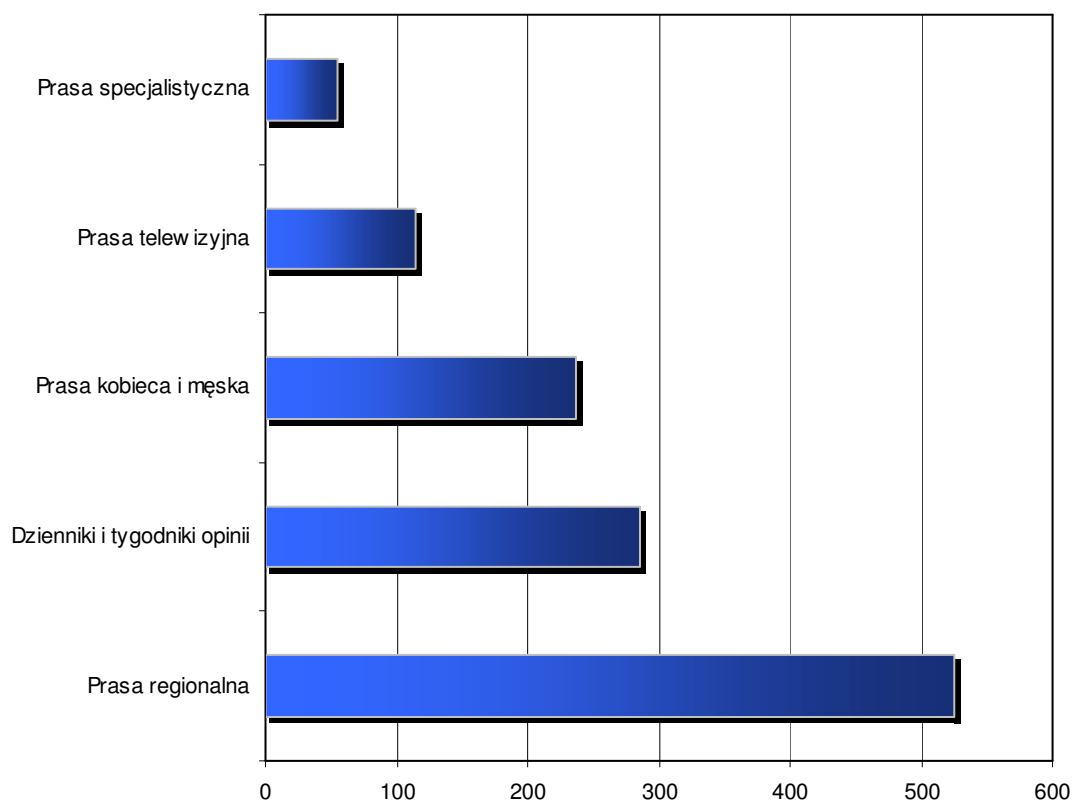
Wykres 6. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



Wykres 7. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 3 aktorów (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

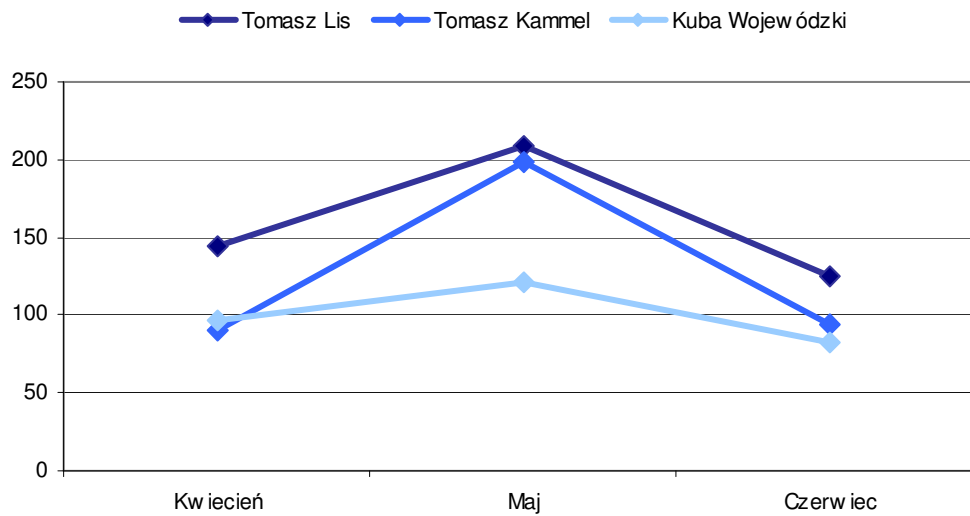


Wykres 8. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 10 aktorów (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

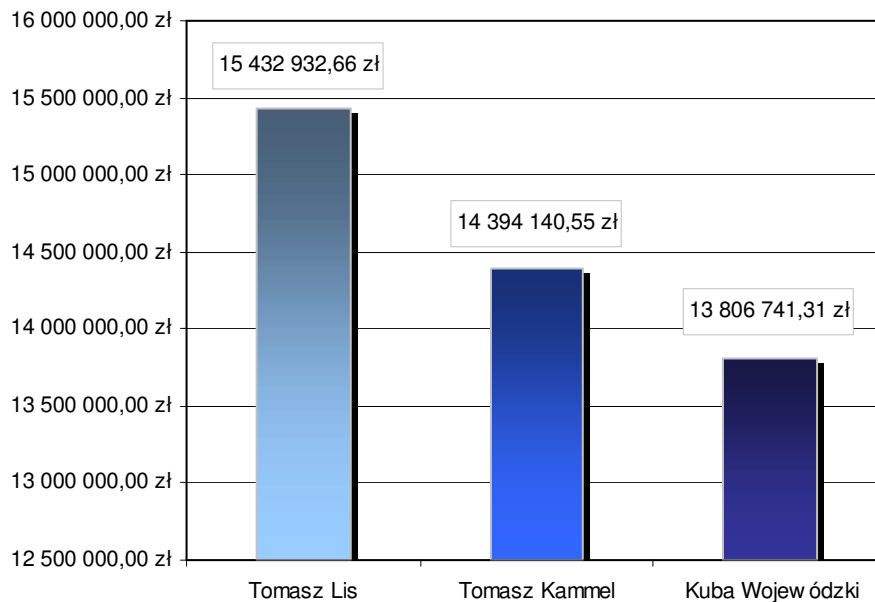


Wykres 9. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach w podziale na rodzaj tytułów prasowych (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

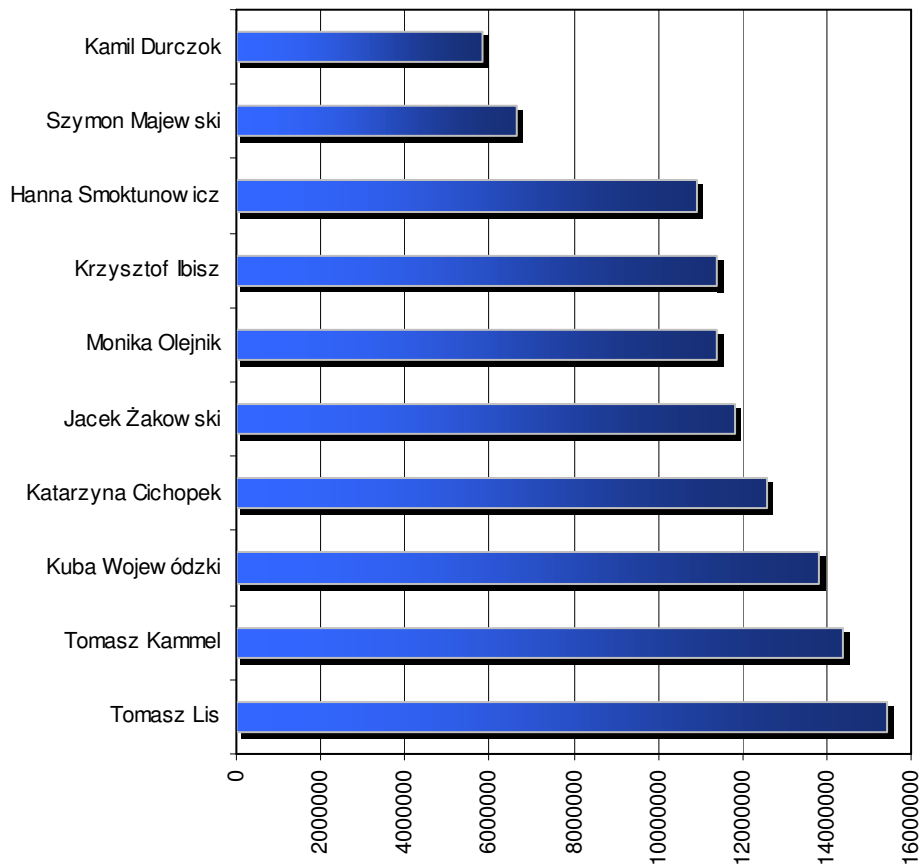
Przedstawiciele TV - TOP 3



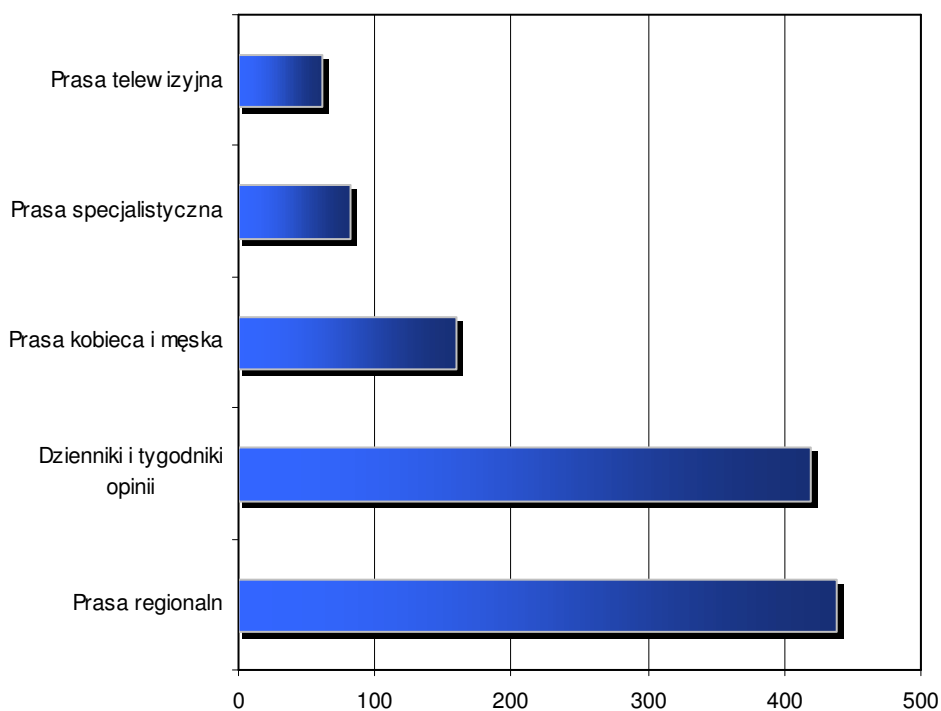
Wykres 10. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 przedstawicielach TV w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



Wykres 11. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 3 przedstawicieli TV (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

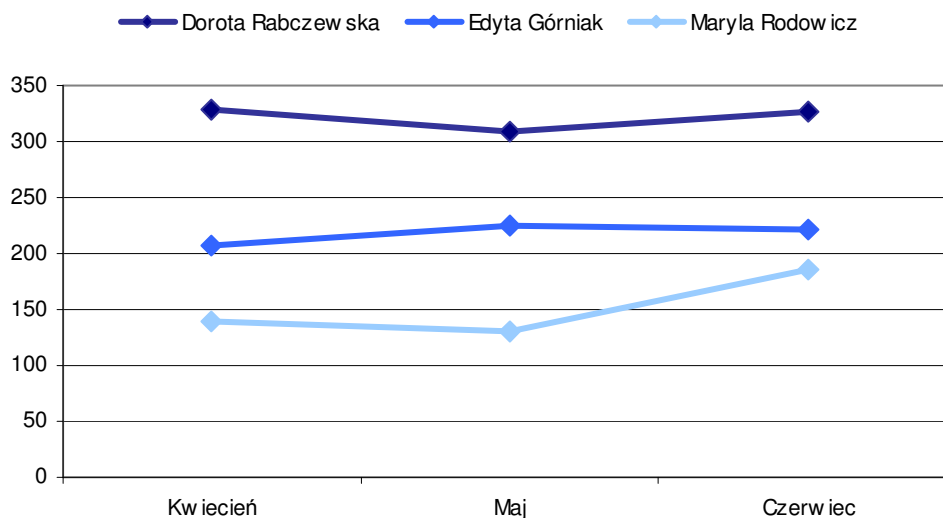


Wykres 12. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 10 przedstawicieli TV (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

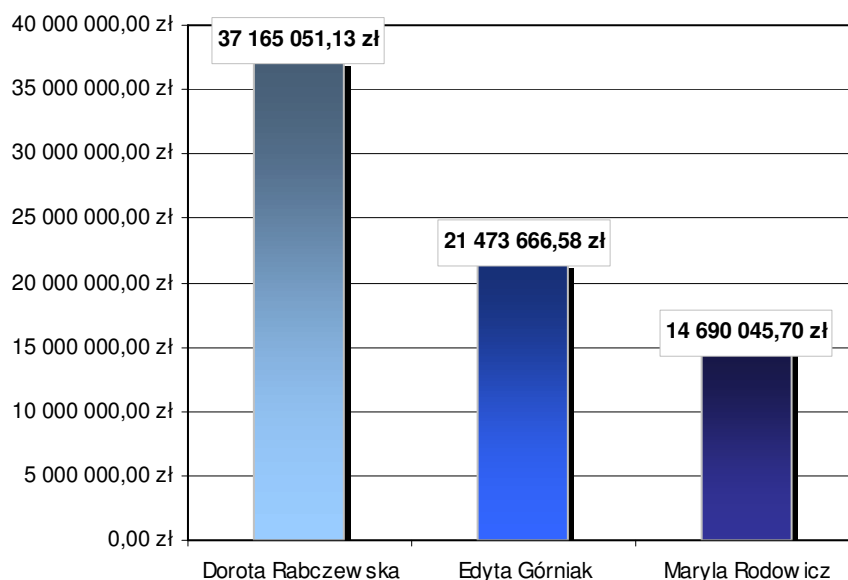


Wykres 13. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 przedstawicielach TV w podziale na rodzaj tytułów prasowych (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

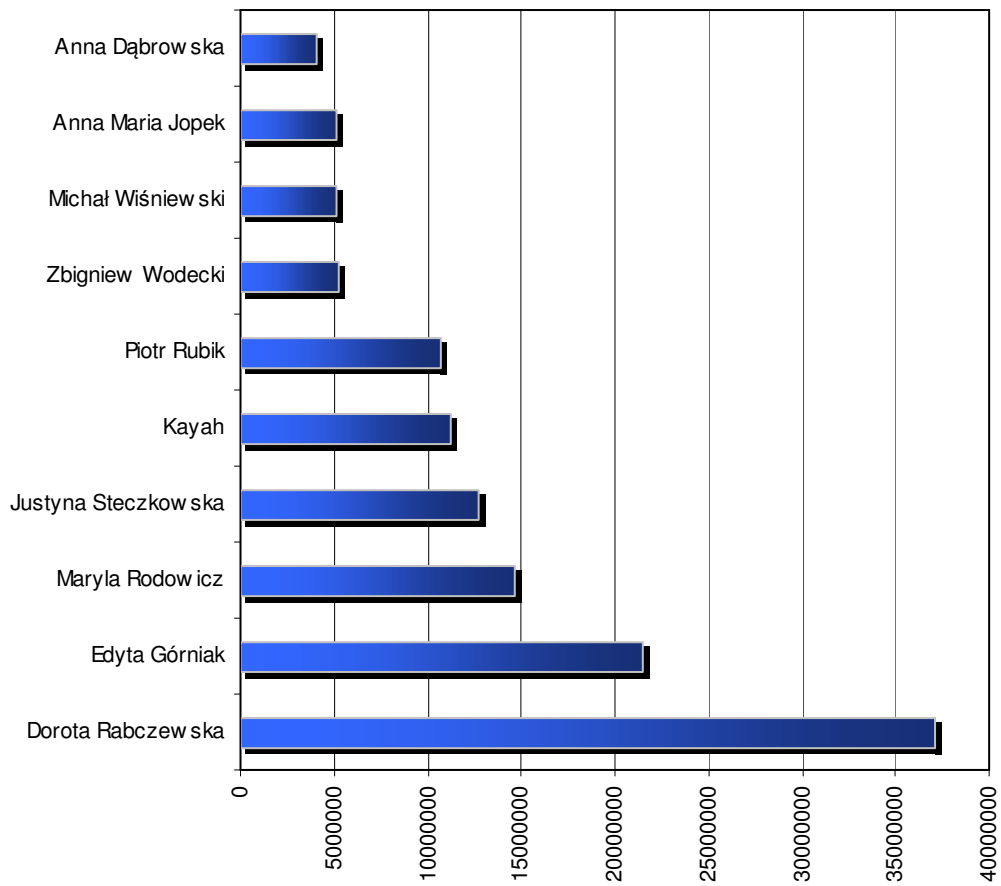
Muzycy - TOP 3



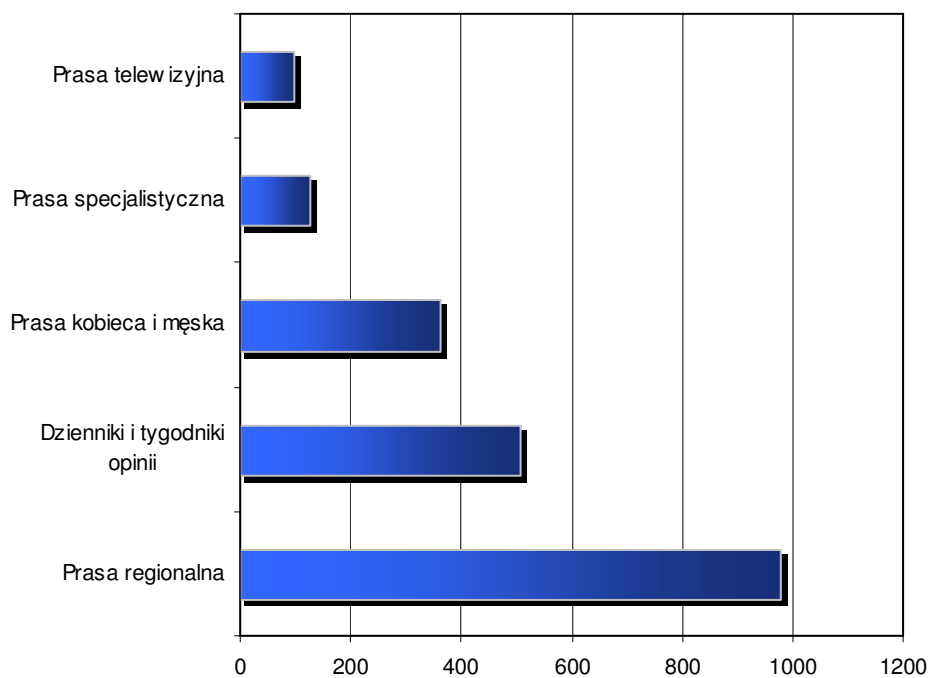
Wykres 14. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 muzykach w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



Wykres 15. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 3 muzyków (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



Wykres 16. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie kwiecień - czerwiec 2009 w podziale na TOP 10 muzyków (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



Wykres 17. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 muzykach w podziale na rodzaj tytułów prasowych (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

ul. Grunwaldzka 19
60-782 Poznań, Polska
tel/fax: +48 (61) 66 26 005
e-mail: biuro@press-service.com.pl
www.press-service.com.pl