

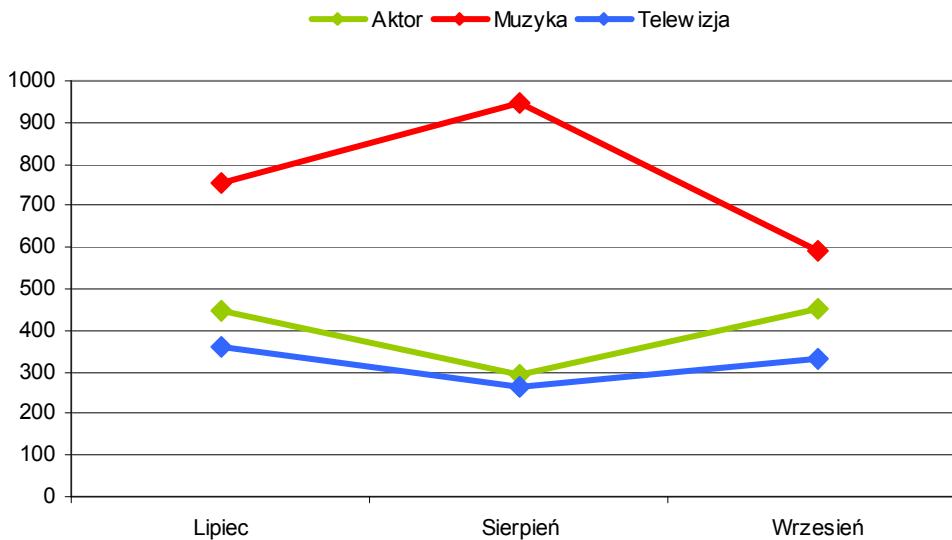


Celebryci w mediach
Raport statystyczny
VII - IX 2009

Spis treści

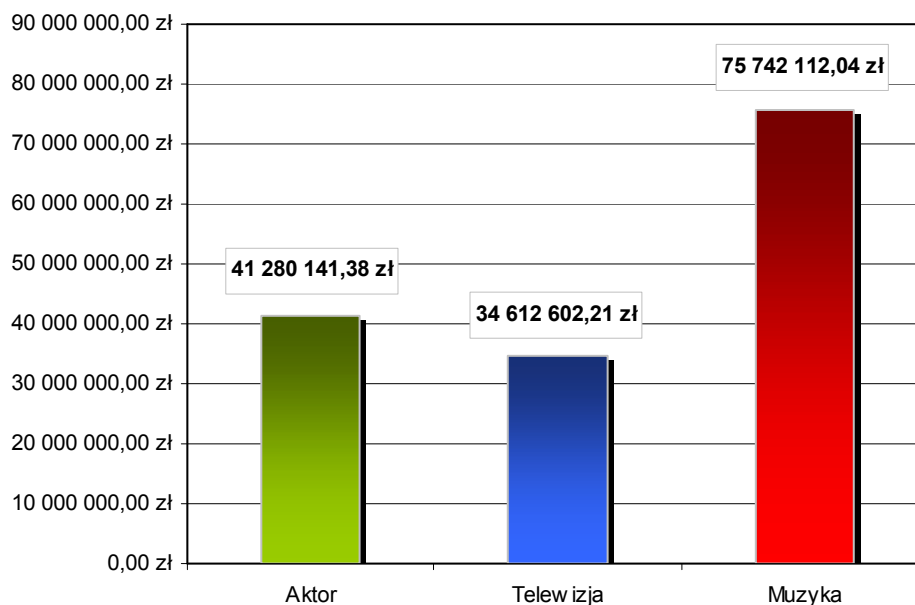
Spis treści	2
Zestawienia sumaryczne - TOP 3	3
Aktorzy - TOP 3	6
Przedstawiciele TV - TOP 3	9
Muzycy - TOP 3	12

Zestawienia sumaryczne - TOP 3



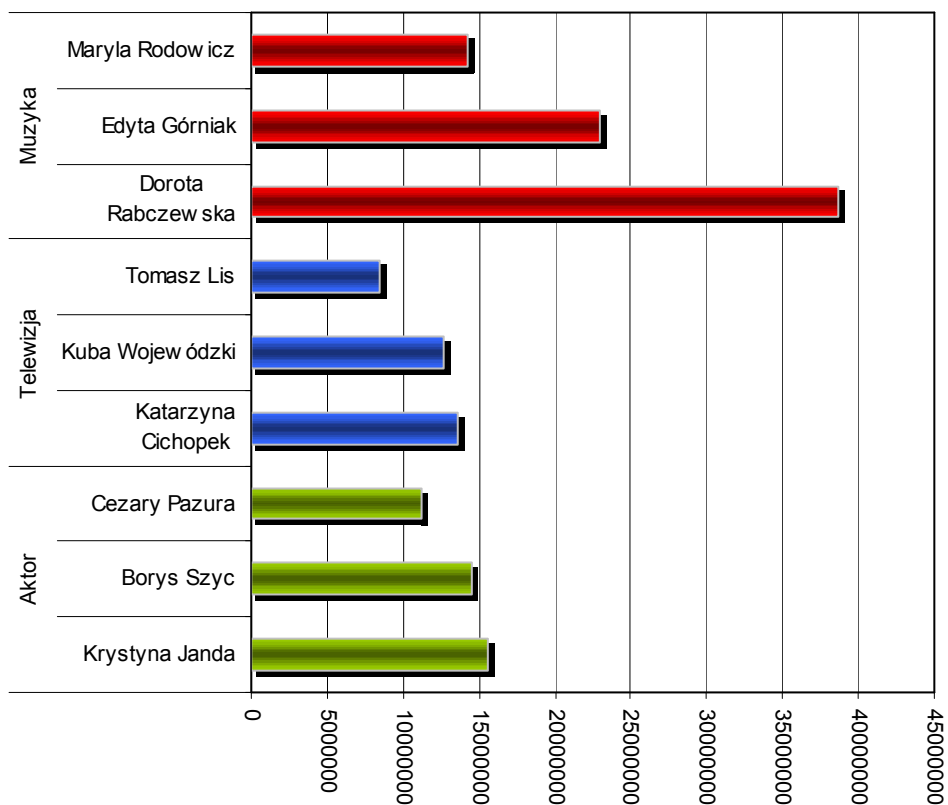
Wykres 1. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach, muzykach, przedstawicielach TV, w podziale na analizowane kategorie oraz miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

Opis wykresu: Wykres przedstawia trend ukazywania się liczby publikacji prasowych z uwzględnieniem trzech kategorii. Wyraźnie dominująca jest „trójka” muzyczna, w której niezachwianą pozycję liderki zestawienia obejmuje Dorota Rabczewska, królująca szczególnie w okresie wakacyjnym. W grupie aktorów najsilniejszy wpływ na liczbę publikacji mieli Krystyna Janda i Borys Szyc, zwłaszcza po otrzymaniu Złotych Lwów w Gdyni.

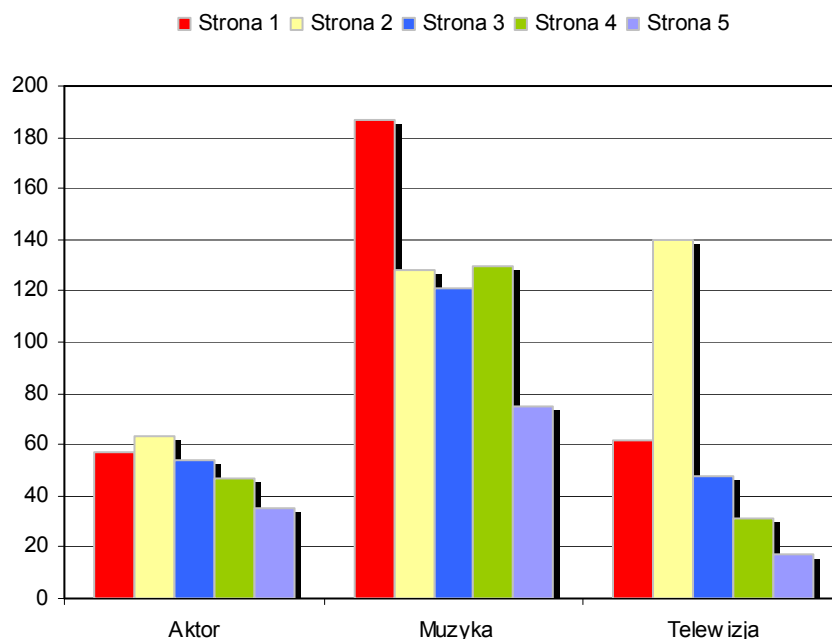


Wykres 2. Zsumowany ekwiwalent reklamowy dla najbardziej medialnych celebrytów w kategoriach: Muzyka, Aktor i Telewizja; w okresie lipiec - wrzesień 2009 (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

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

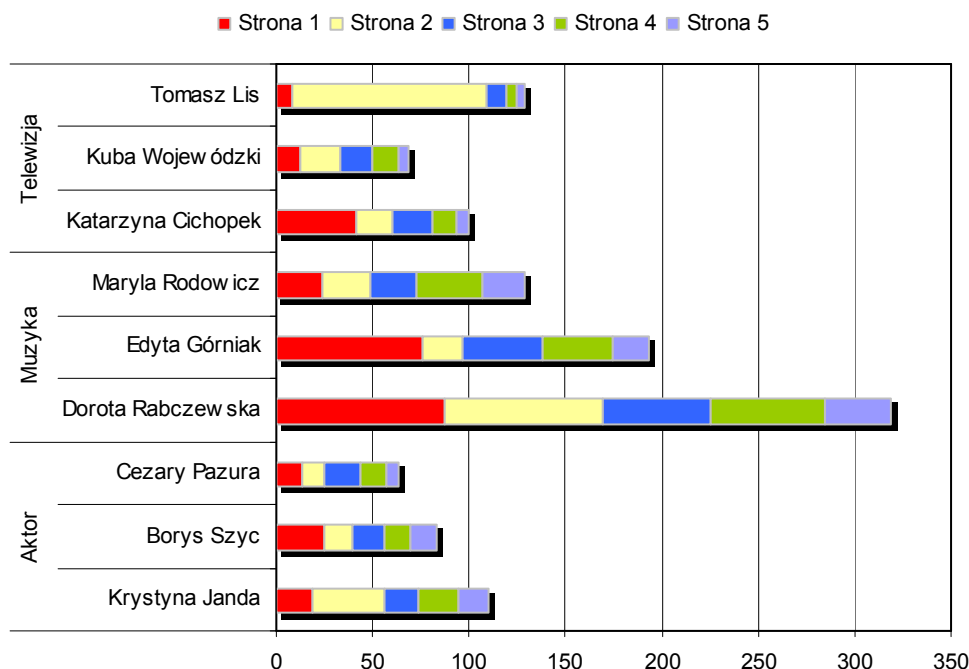


Wykres 3. Ekwiwalent reklamowy dla trzech najbardziej medialnych celebrytów w trzech kategoriach: Muzyka, Aktor i Telewizja; w okresie lipiec - wrzesień 2009 (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



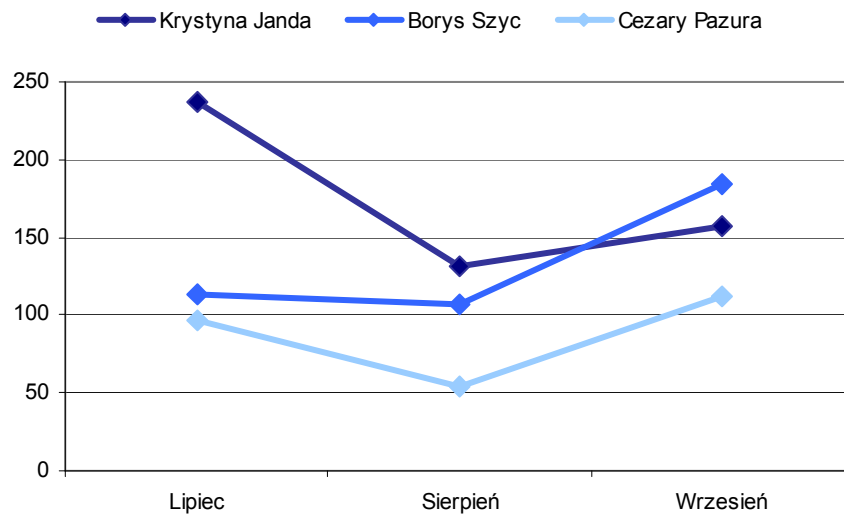
Wykres 4. Suma publikacji w okresie lipiec - wrzesień 2009 w podziale na TOP 3 analizowanych kategorii z uwzględnieniem pierwszej, drugiej, trzeciej, czwartej i piątej strony w gazecie lub czasopiśmie (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

Opis wykresu: Jak wynika z powyższego wykresu, na pierwszych stronach gazet brylują zdecydowanie celebrytki z kategorii 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.

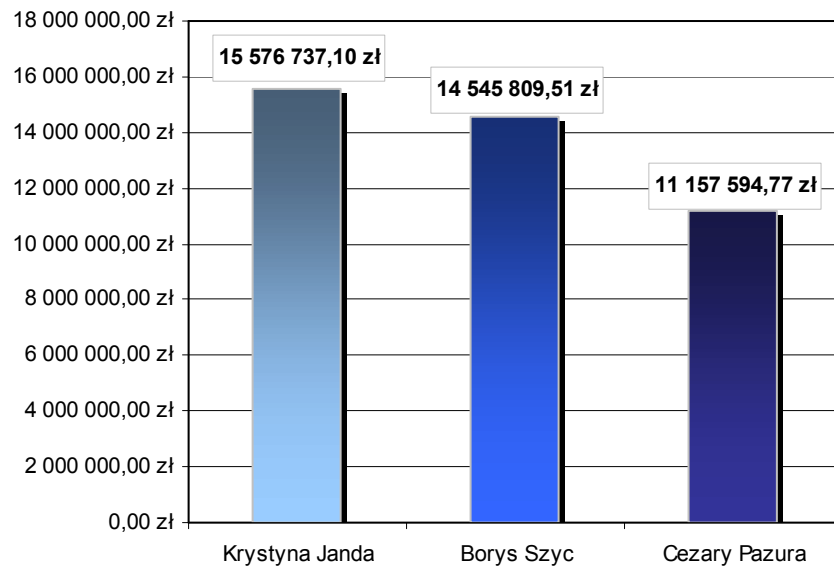


Wykres 5. Liczba publikacji w okresie lipiec - wrzesień 2009 w podziale na TOP 3 w analizowanych kategoriach, z uwzględnieniem pierwszej, drugiej, trzeciej, czwartej i piątej strony w gazecie lub czasopiśmie (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

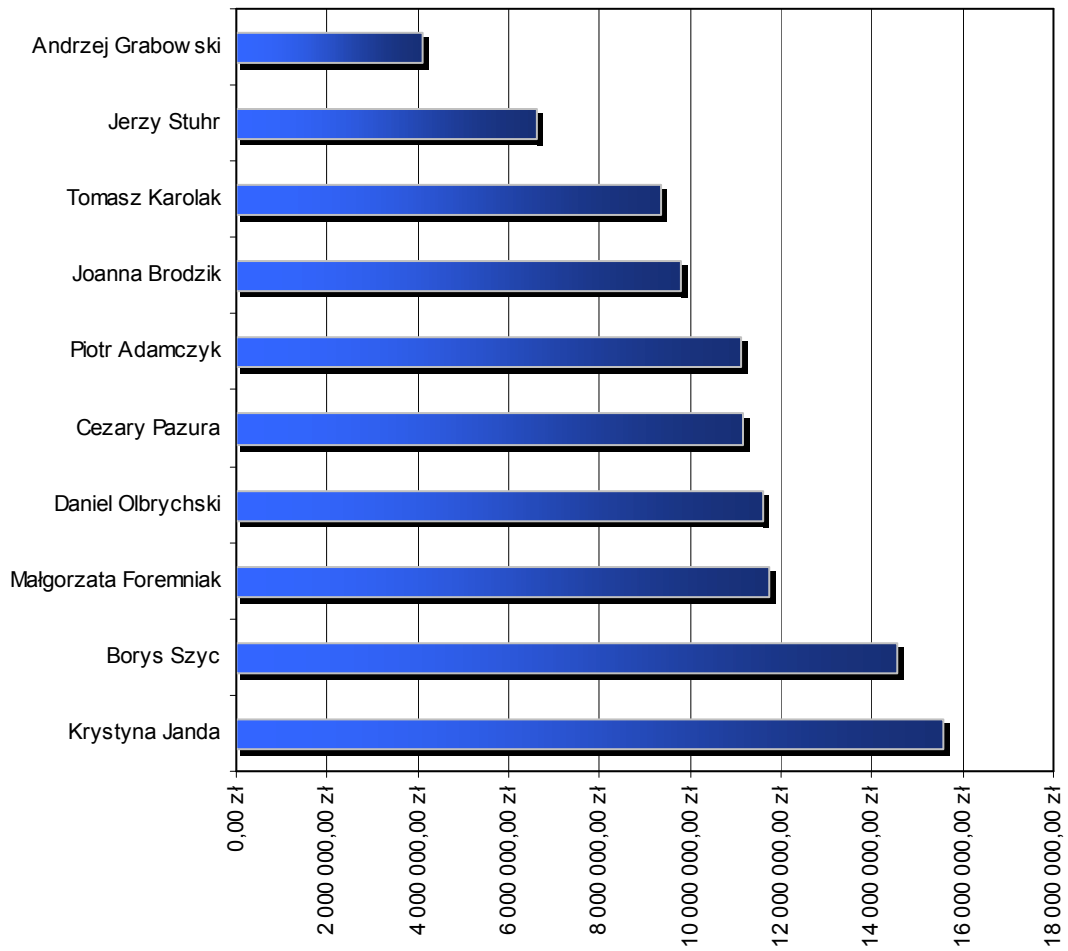
Aktorzy - TOP 3



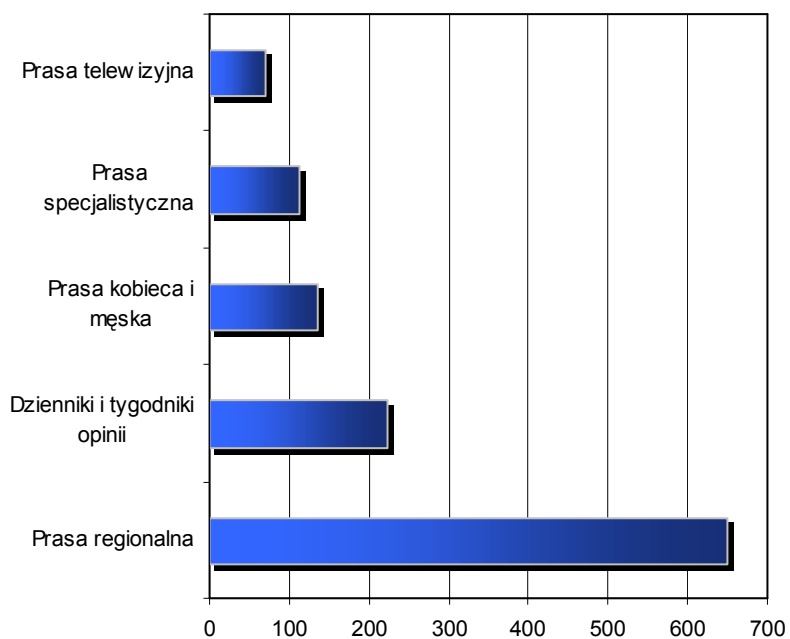
Wykres 6. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



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

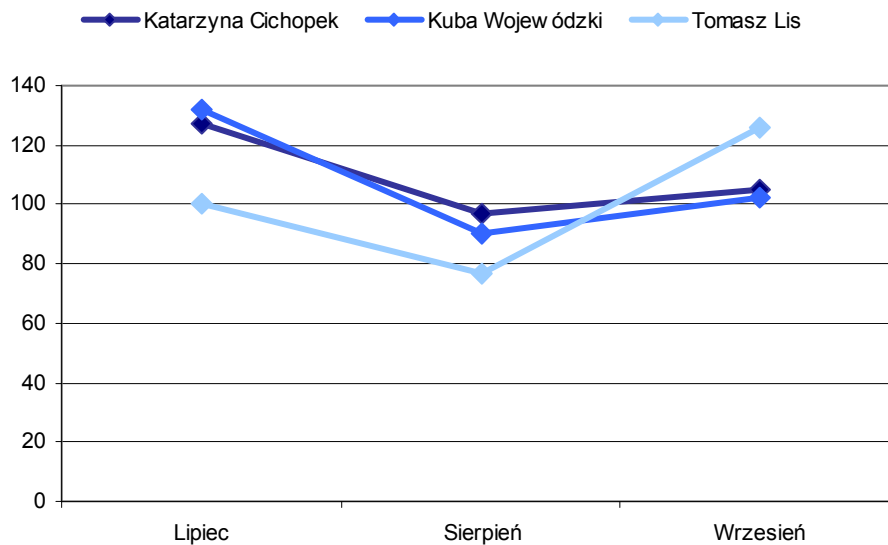


Wykres 8. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie lipiec - wrzesień 2009 w podziale na TOP 10 aktorów (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

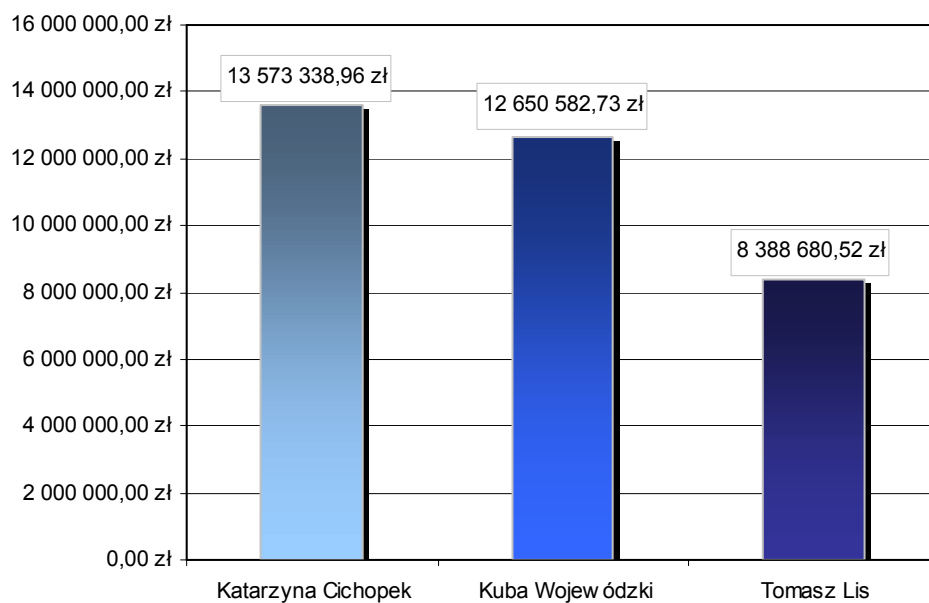


Wykres 9. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach w podziale na rodzaj tytułów prasowych (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

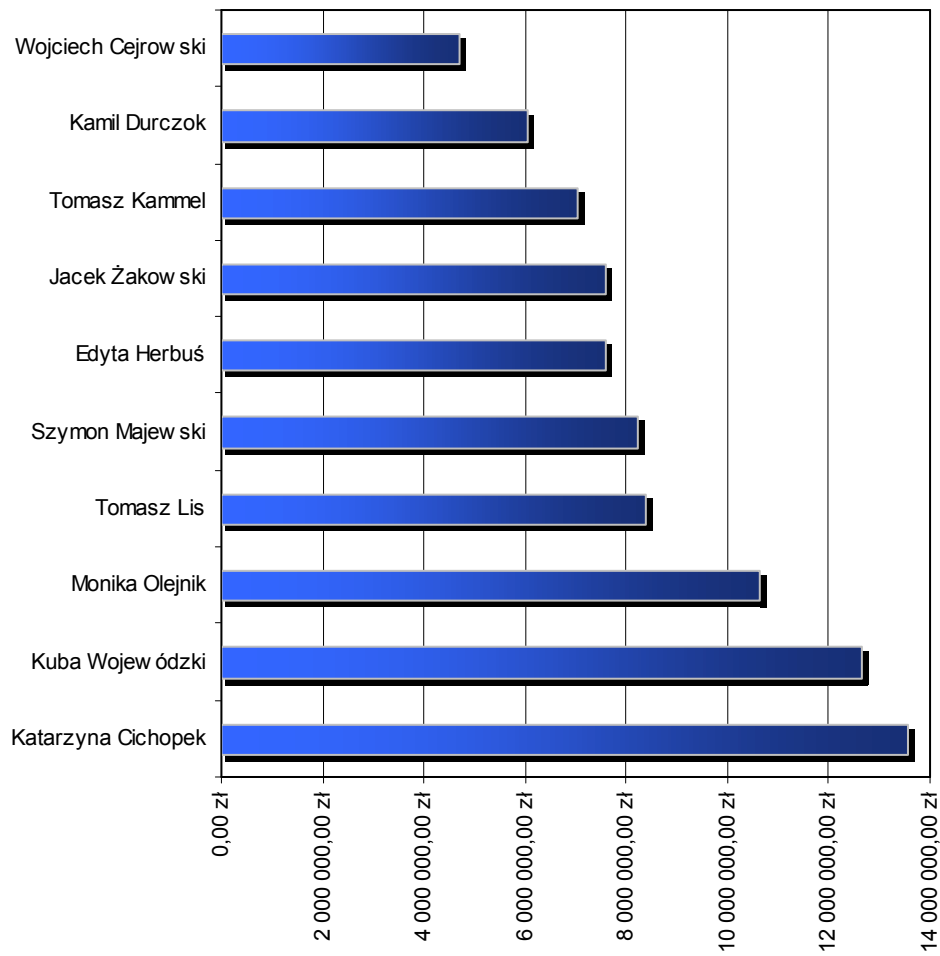
Przedstawiciele TV - TOP 3



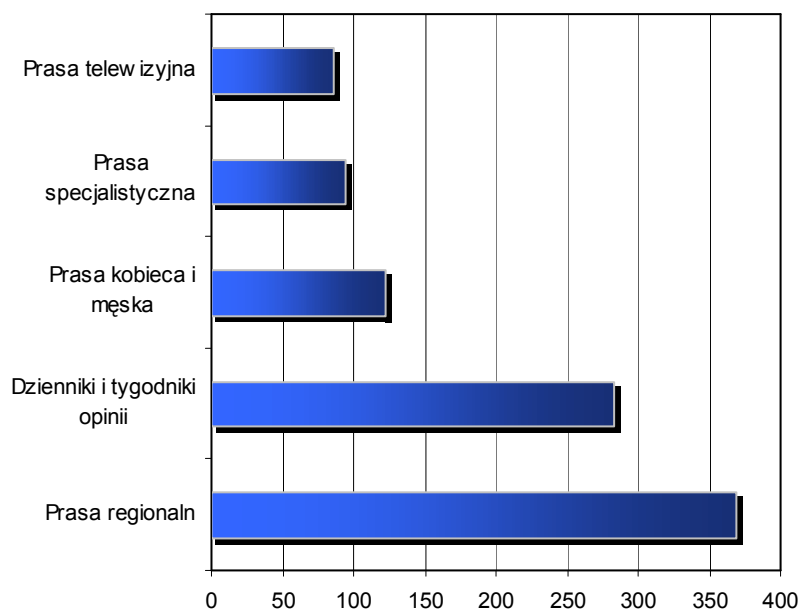
Wykres 10. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 przedstawicielach TV w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



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

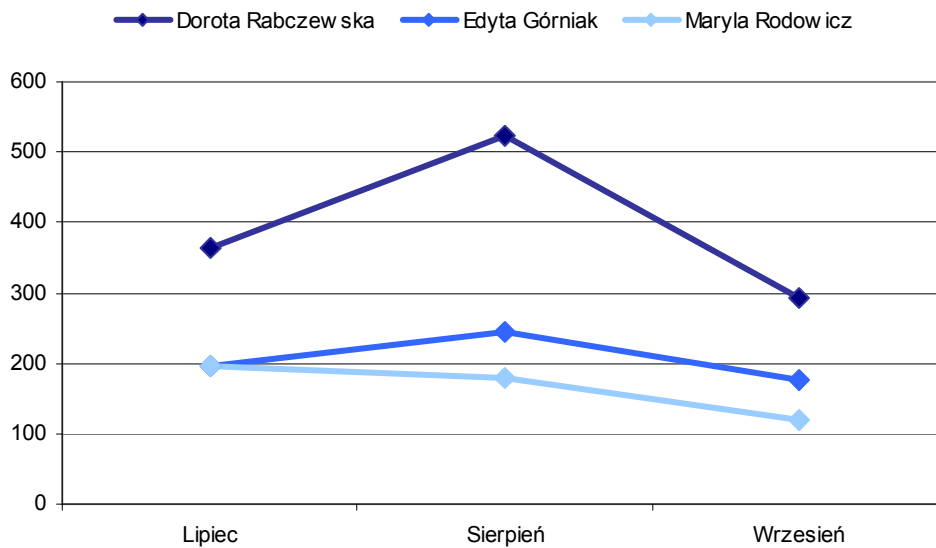


Wykres 12. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie lipiec - wrzesień 2009 w podziale na TOP 10 przedstawicieli TV (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

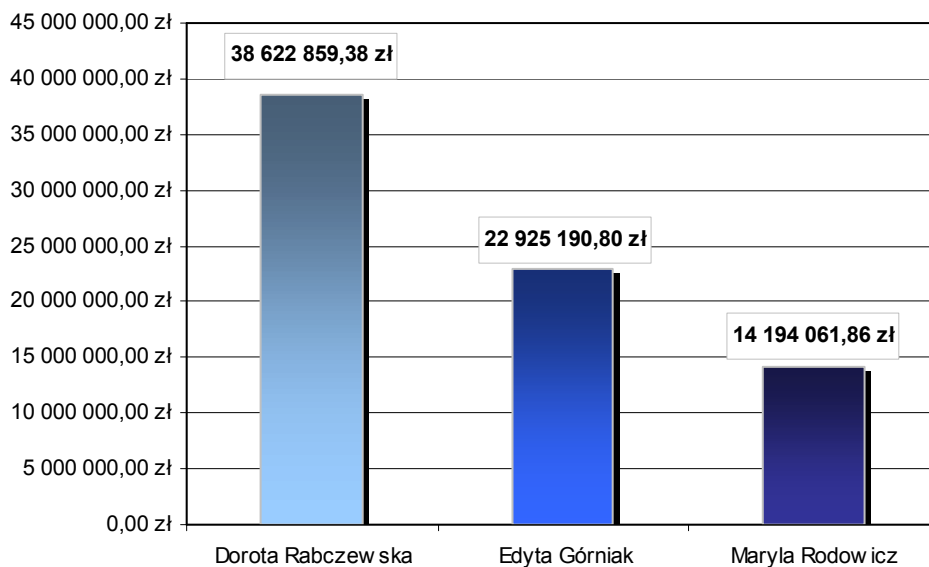


Wykres 13. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 - przedstawicielach TV w podziale na rodzaj tytułów prasowych (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)

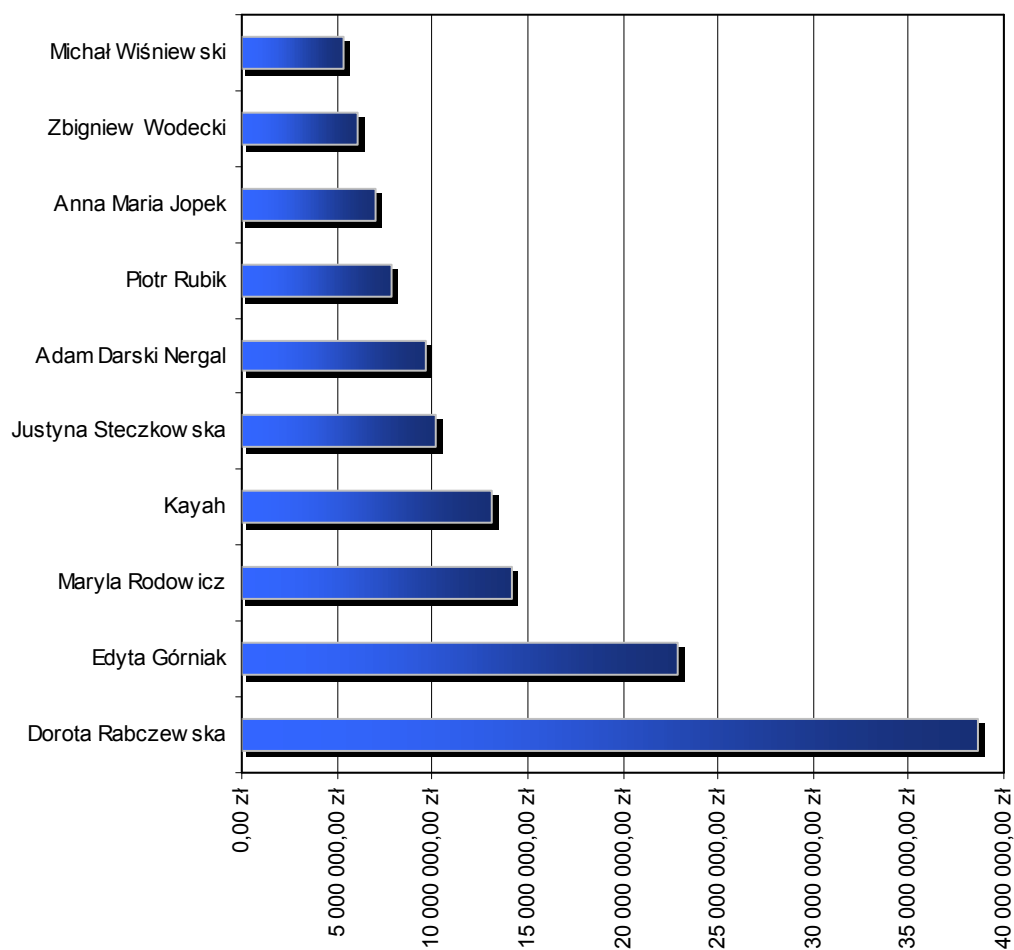
Muzycy - TOP 3



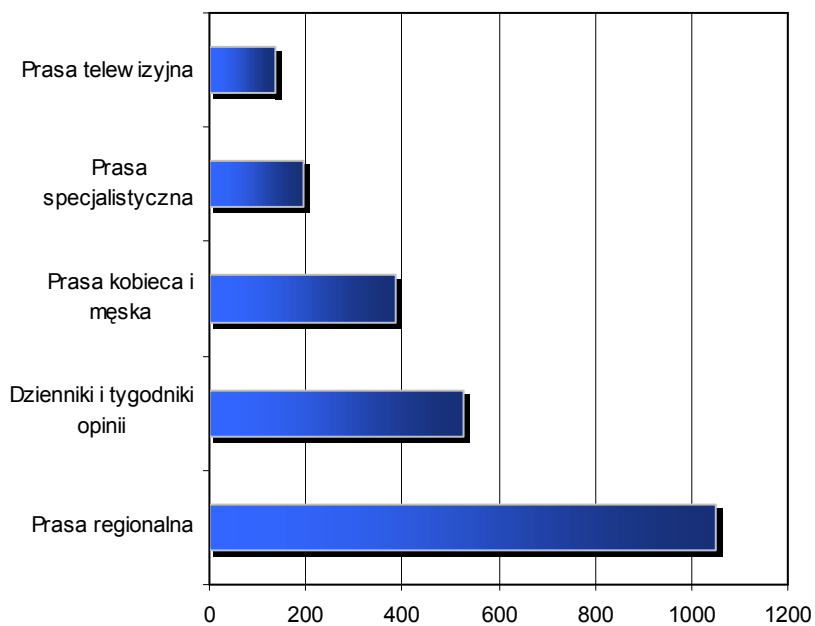
Wykres 14. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 muzykach w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów)



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



Wykres 16. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie lipiec - wrzesień 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

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