

WYBORY PREZYDENCKIE 2010

**Analiza obecności w mediach
kandydatów na Prezydenta RP**

**PODSUMOWANIE
1-17 czerwca 2010 r.**

Wstęp

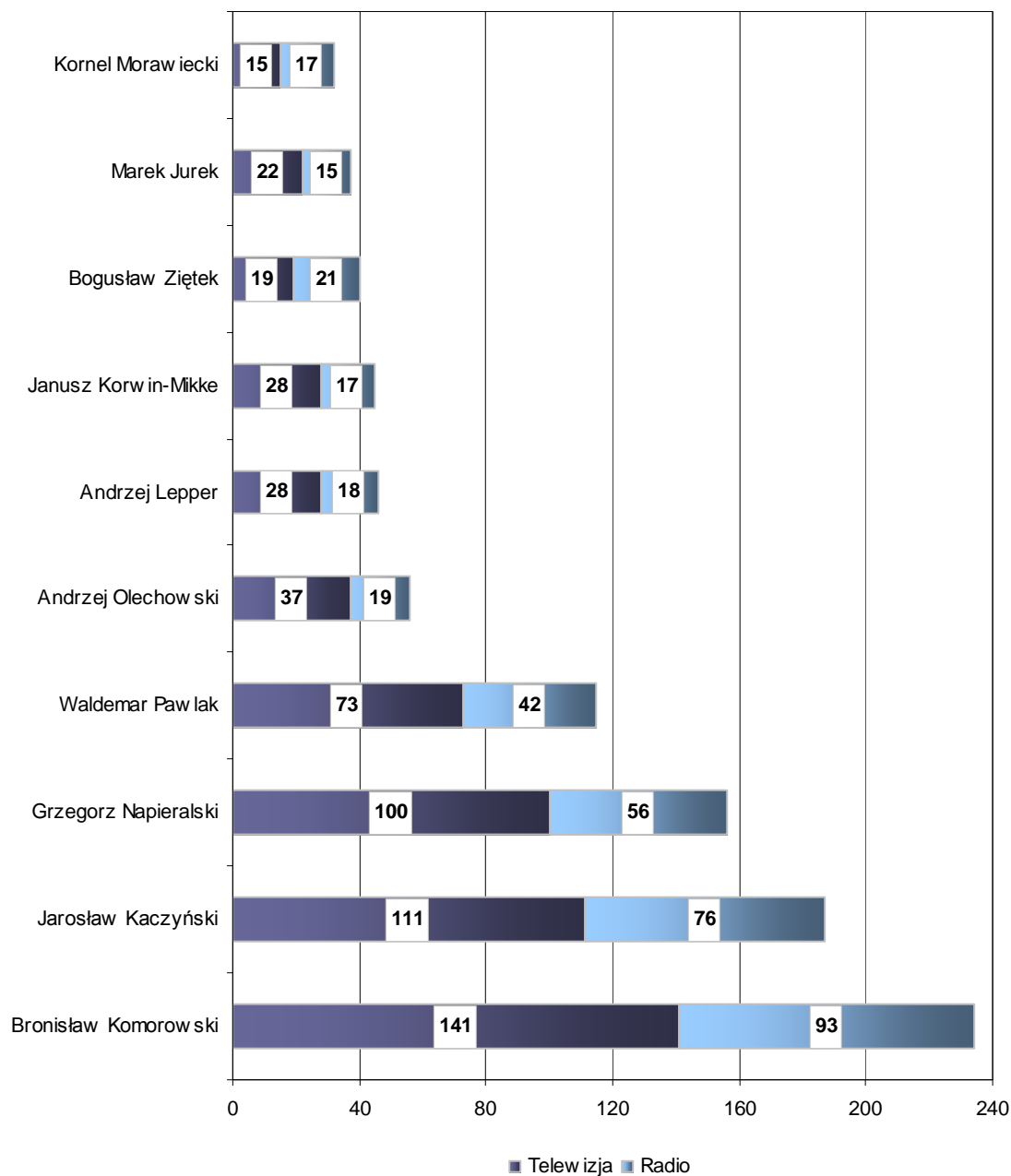
Firma PRESS-SERVICE Monitoring Mediów sp. z o. o. dokonała monitoringu i analizy aktywności kandydatów na Urząd Prezydenta RP w stacjach radiowych i telewizyjnych. Analiza podsumowuje okres od 1 do 17 czerwca 2010 r. Lista źródeł objętych analizą:

- TVP 1
- TVP 2
- TVN
- POLSAT
- PR 1
- PR 3
- Radio ZET
- RMF FM

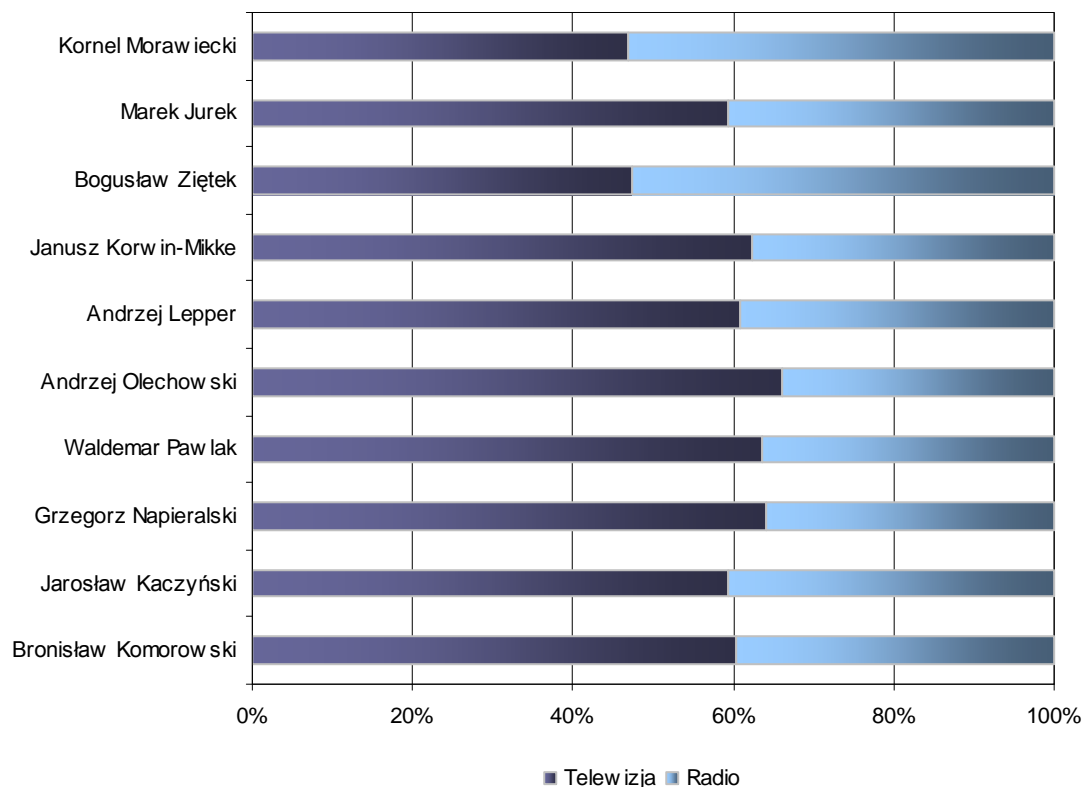
Press-Service Monitoring Mediów w swojej analizie uwzględnił takie zagadnienia jak: ilość publikacji medialnych, w których pojawiają się kandydaci (z uwzględnieniem rodzaju mediów), jak i czas trwania ich wypowiedzi. Zbadano także, jak publikacje te rozkładają się w analizowanym okresie czasu.

Podzielono ponadto zgromadzone publikacje na rodzaj audycji, tj. na cytaty i komentarze a także wywiady i audycje na żywo (kandydat gościem w studio). Miało to bowiem bezpośredni wpływ na łączny czas wypowiedzi poszczególnych kandydatów.

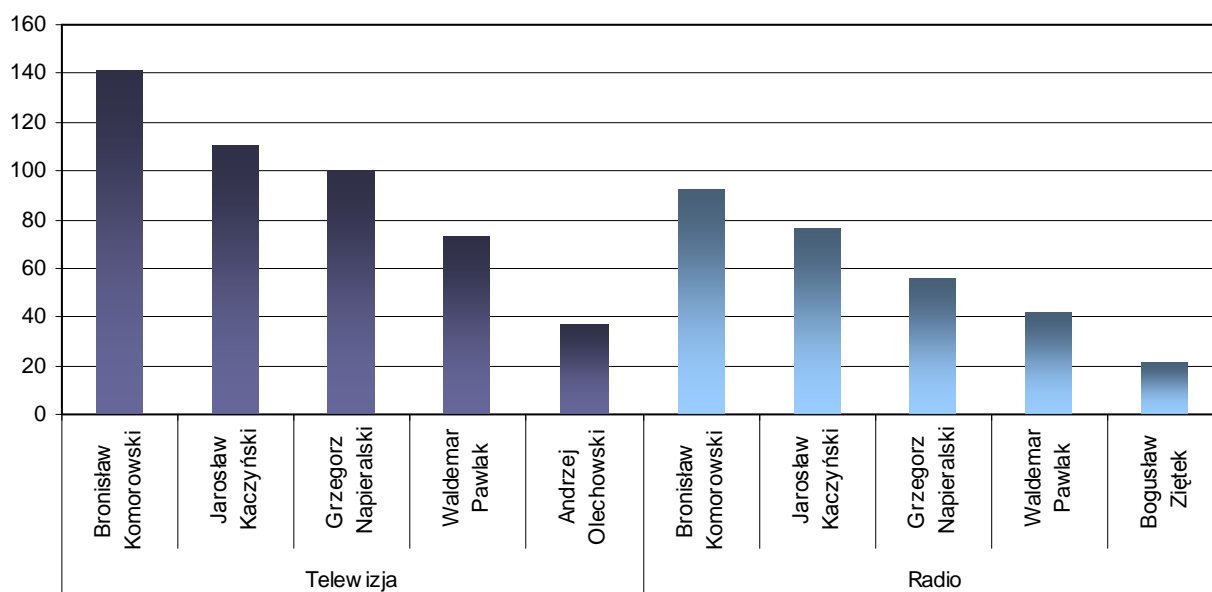
Z analizy można ponadto dowiedzieć się, którzy z kandydatów pojawiali się w telewizji i radiu najczęściej, także z uwzględnieniem konkretnych stacji telewizyjnych i radiowych.



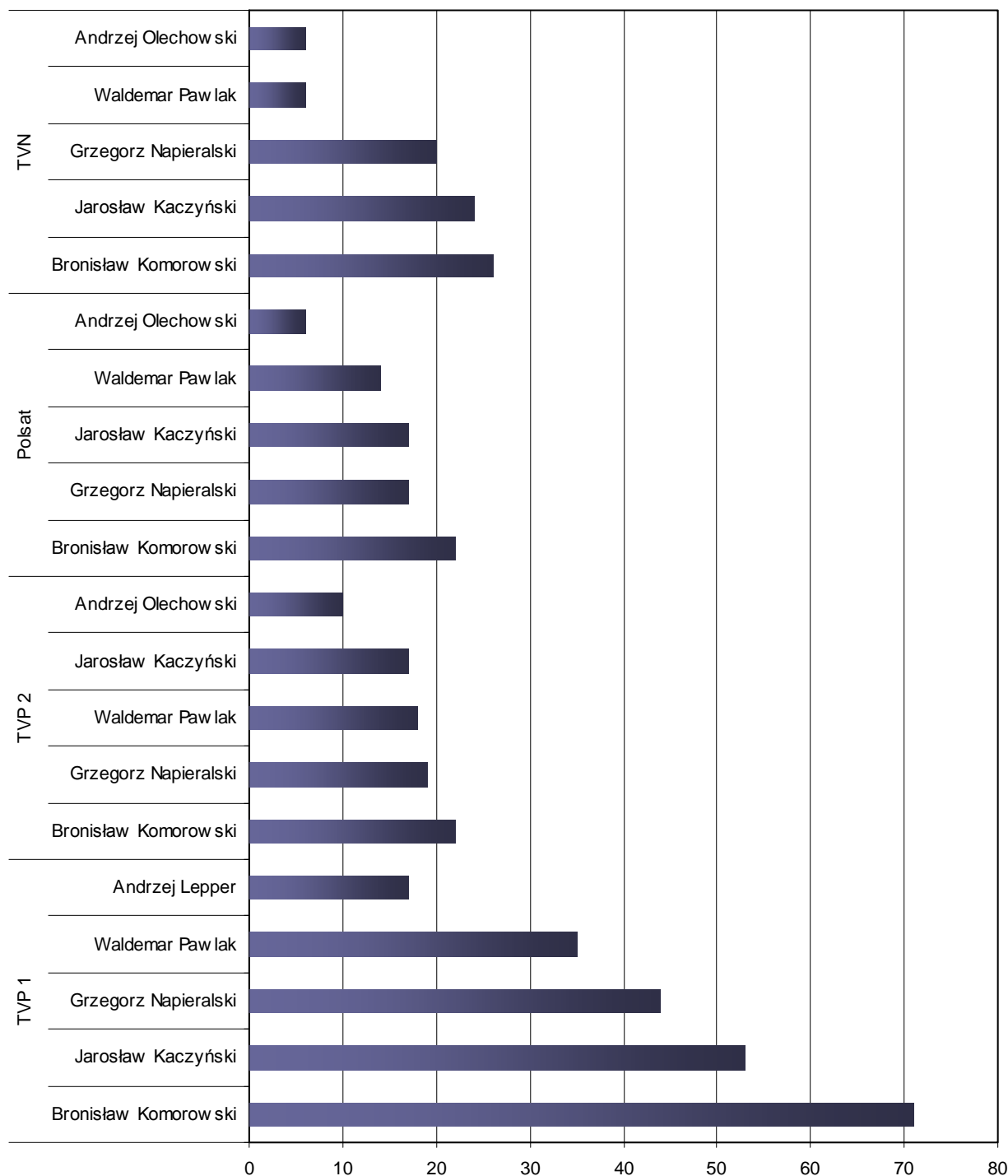
Wykres 1. Liczba przekazów medialnych, w których wystąpili kandydaci w podziale na rodzaj medium



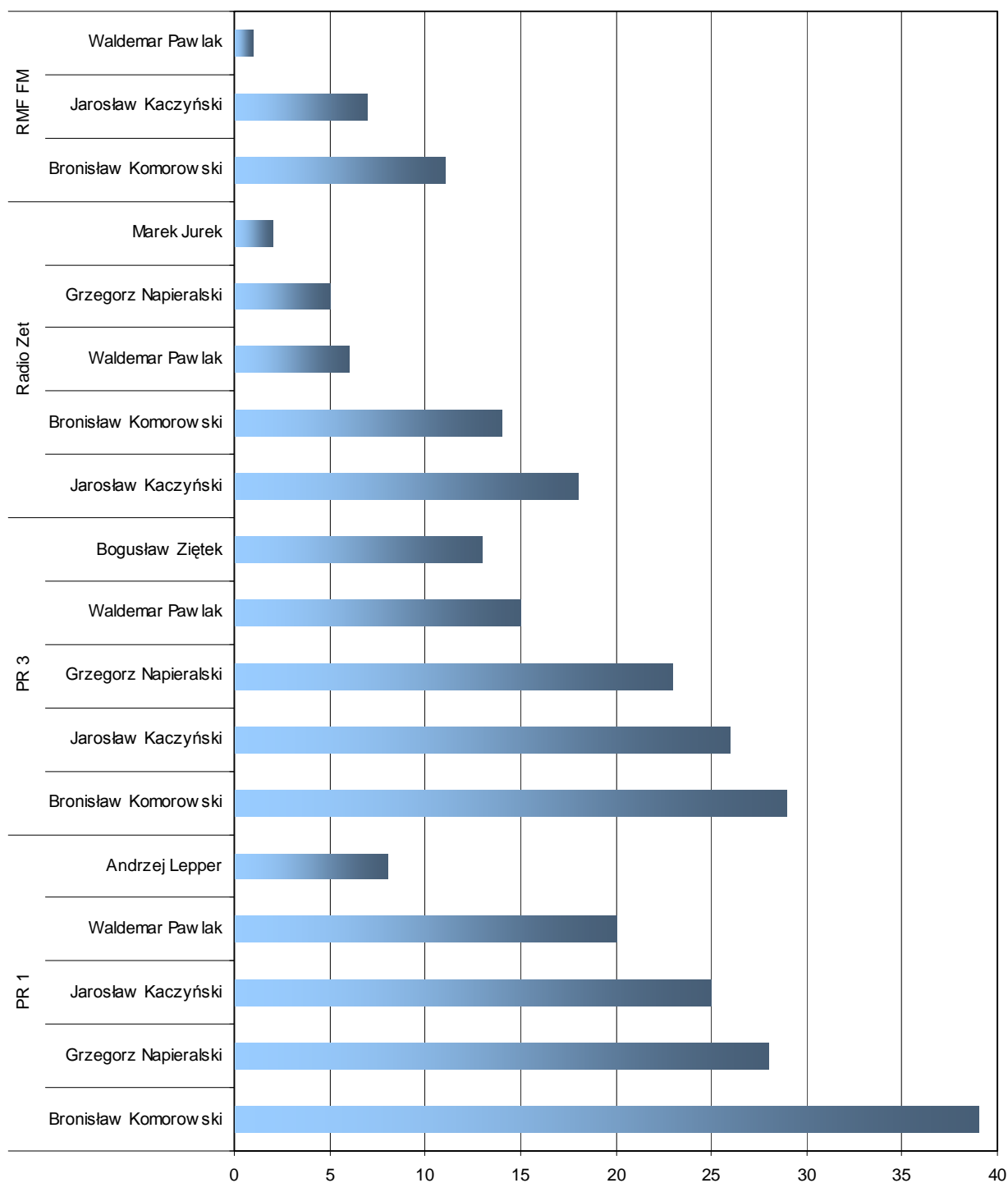
Wykres 2. Udział procentowy przekazów medialnych, w których wystąpili kandydaci ze względu na rodzaj medium



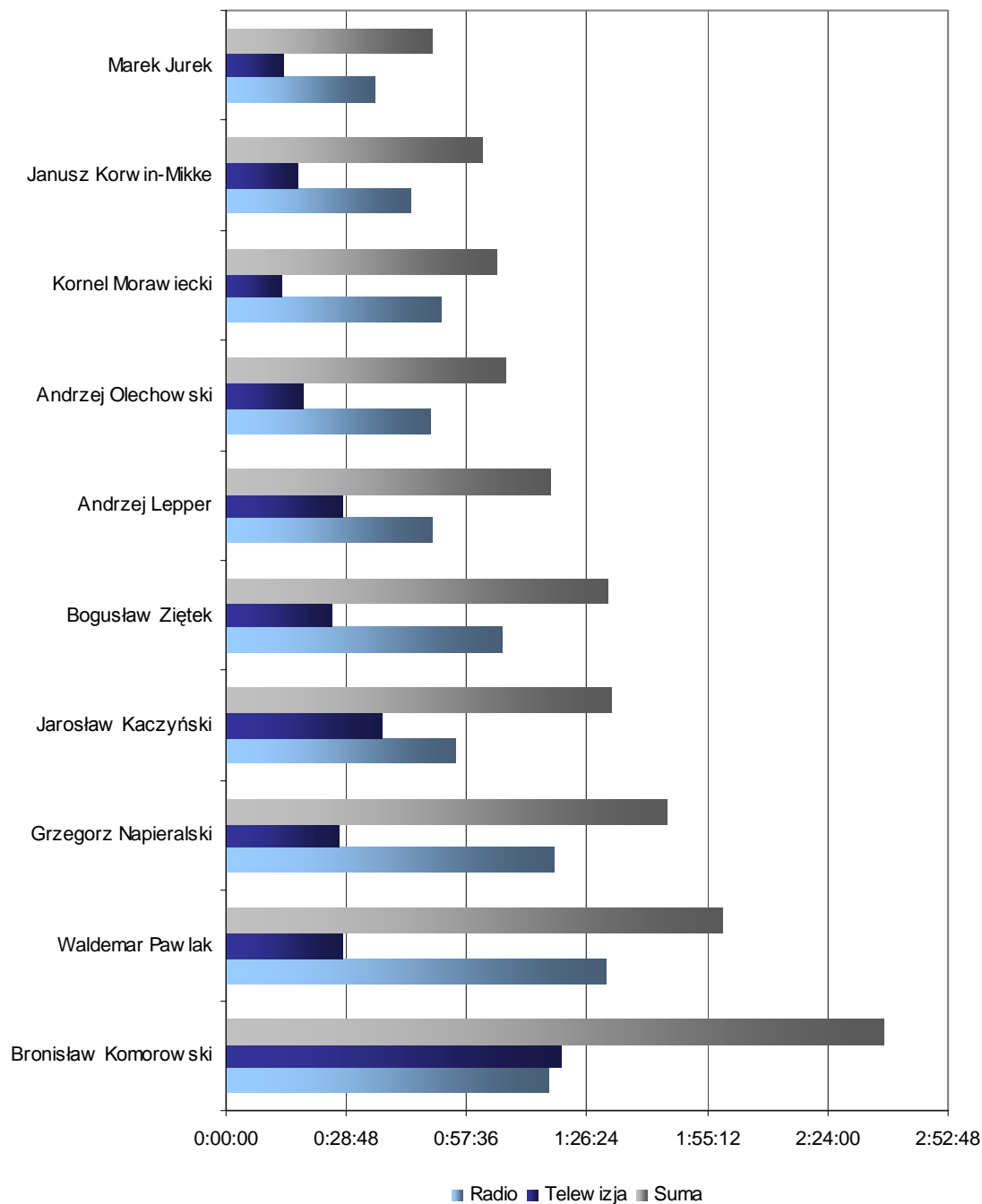
Wykres 3. TOP 5 kandydatów pod względem ilości przekazów medialnych z uwzględnieniem rodzaju mediów



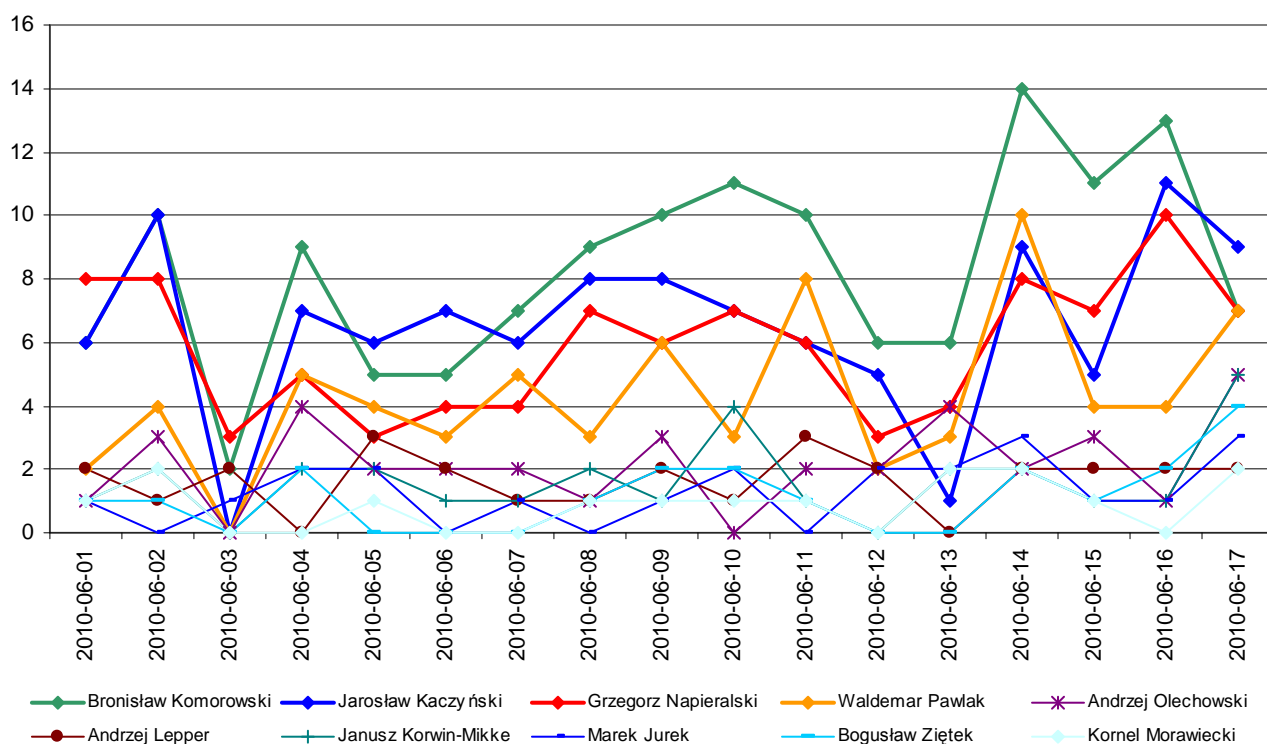
Wykres 4. TOP 5 najczęściej pojawiających się kandydatów w badanych stacjach telewizyjnych.



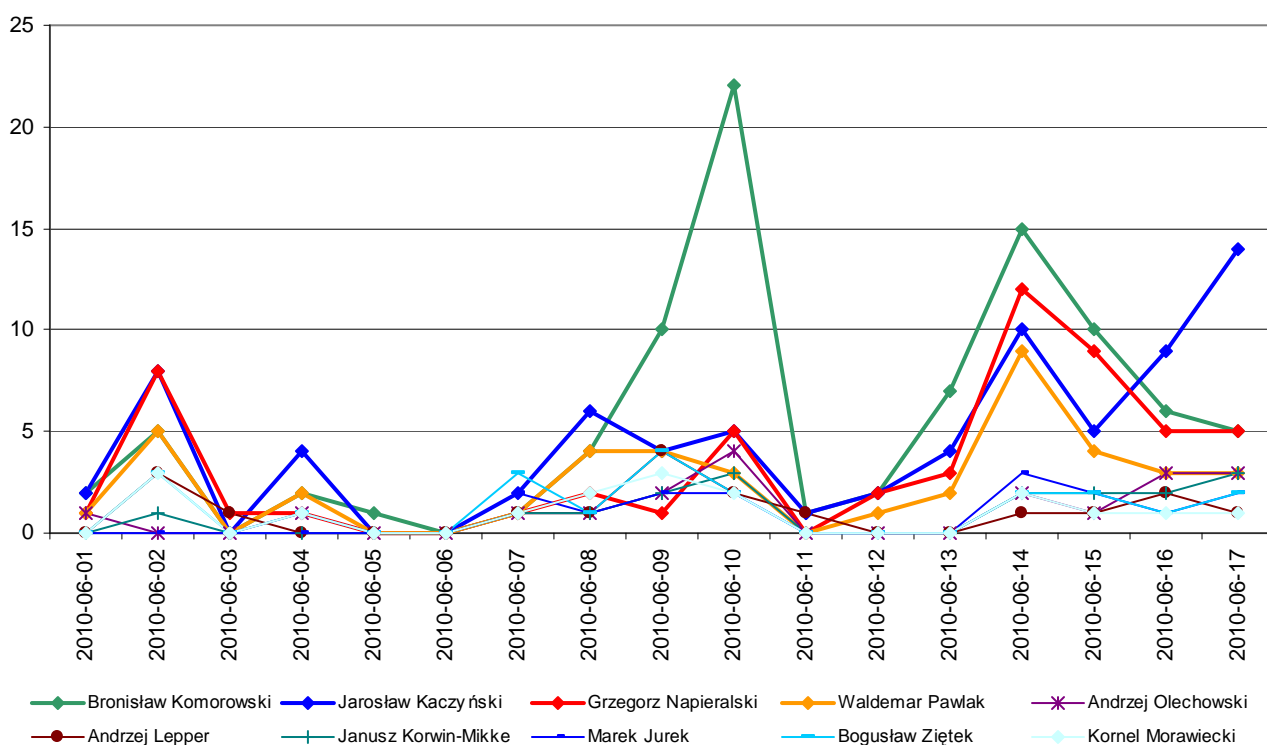
Wykres 5. TOP 5 najczęściej pojawiających się kandydatów w badanych stacjach radiowych



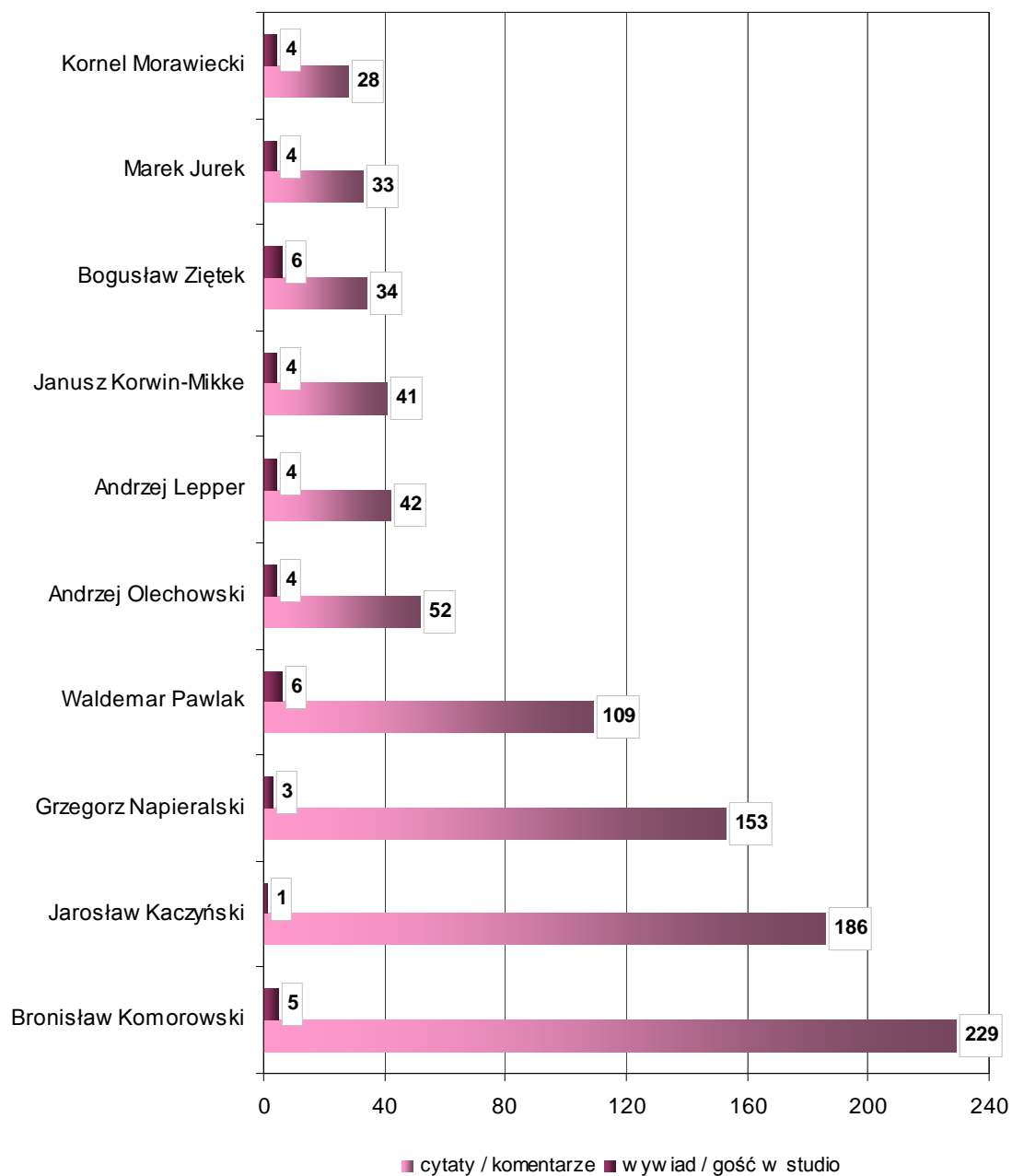
Wykres 6. Łączny czas wypowiedzi kandydatów w przekazach medialnych z uwzględnieniem źródeł przekazu



Wykres 7. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat kandydatów (telewizja)



Wykres 8. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów medialnych na temat kandydatów (radio)



Wykres 9. Suma przekazów medialnych, w których wystąpili kandydaci z uwzględnieniem rodzaju audycji



**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