



Raport medialny
POLSKA PIŁKA

wrzesień 2013

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	5
Dane historyczne	7
Medialność w regionach	11
Rozdział I – Dane miesięczne	13
Prasa + internet	13
Rozdział II – Ekstraklasa	16
Prasa	16
Ekwiwalent reklamowy	19
Internet	20
Rozdział III – Ekstraklasa w social media	21
Rozdział IV – I liga	24
Prasa	24
Ekwiwalent reklamowy	27
Internet	28
Rozdział V – Piłkarze z lig europejskich	29
Prasa	29
Ekwiwalent reklamowy	32
Internet	33
Rozdział VI – Podsumowanie	34
Prasa + internet	34

Wstęp

Na podstawie materiałów medialnych zebranych we wrześniu 2013 roku, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Analizie poddano kluby piłkarskie z Ekstraklasy oraz I ligi. Zestawienia uwzględnia również polskich piłkarzy występujących w europejskich drużynach.

Artykuły poddane analizie pochodzą z monitoringu 1100 tytułów prasy ogólnopolskiej, regionalnej, branżowej i specjalistycznej oraz z 20 wybranych portali internetowych: www.eurosport.onet.pl, www.sport.wp.pl, www.sport.interia.pl, www.sportfan.pl, www.se.com.pl, www.efakt.pl, www.dziennik.pl, www.przegladsportowy.pl, www.rp.pl, www.sport.pl, www.sport.tvp.pl, www.ekstraklasa.net, www.tvn24.pl, www.90minut.pl, www.pilkanozna.pl, www.sportowefakty.pl, www.futbol.pl, www.tylkopilka.pl oraz www.sport24.pl. **Ponadto, dla klubów Ekstraklasy, monitoring objął wybrane portale społecznościowe.**

Raport składa się z następujących części:

- ▶ **Dane historyczne:** podsumowanie danych na temat najbardziej medialnych klubów piłkarskich z Ekstraklasy oraz I ligi.
- ▶ **Medialność w regionach:** mapa z sumą informacji prasowych na temat wszystkich klubów Ekstraklasy oraz I ligi w podziale na zasięg tytułów regionalnych.
- ▶ **Rozdział I – Dane miesięczne:** podsumowanie aktywności prasowej i internetowej polskich klubów Ekstraklasy oraz I ligi, a także zestawienie prezentujące polskich piłkarzy z lig europejskich.
- ▶ **Rozdział II – Ekstraklasa:** zestawienia ilościowe publikacji na temat zespołów występujących w Ekstraklasie. Analizie poddane zostały tytuły prasowe oraz wybrane portale internetowe. Wykresy prezentują medialność klubów piłkarskich. W rozdziale tym można znaleźć również wycenę publikacji prasowych dla poszczególnych zespołów.
- ▶ **Rozdział III – Ekstraklasa w social media:** podsumowanie danych na temat klubów Ekstraklasy, zawartych na wybranych portalach społecznościowych.
- ▶ **Rozdział IV – I liga:** zestawienia ilościowe publikacji na temat zespołów występujących w I lidze. Analizie poddane zostały tytuły prasowe oraz wybrane portale internetowe. Wykresy prezentują medialność klubów piłkarskich. W rozdziale tym można znaleźć również wycenę publikacji prasowych dla poszczególnych zespołów.
- ▶ **Rozdział V – Polscy piłkarze:** zestawienia ilościowe publikacji, w których występują nazwiska polskich zawodników grających w europejskich klubach. Analizie poddane zostały tytuły prasowe oraz wybrane portale internetowe. Wykresy prezentują ilości publikacji oraz wycenę materiałów prasowych.
- ▶ **Rozdział VI – Podsumowanie:** graficzne zestawienie wybranych informacji prasowych i internetowych. Prezentacja bieżących wyników i danych z poprzednich miesięcy. Każdy kolejny raport będzie uzupełniany o aktualne wiadomości.

Polscy piłkarze występujący w ligach europejskich, których uwzględniono w raporcie:

- ▶ **Robert Lewandowski** (Borussia Dortmund)
- ▶ **Jakub Błaszczykowski** (Borussia Dortmund)
- ▶ **Łukasz Piszczek** (Borussia Dortmund)
- ▶ **Artur Sobiech** (Hannover 96)
- ▶ **Sebastian Boenisch** (Bayer Leverkusen)
- ▶ **Arkadiusz Milik** (Bayer Leverkusen)
- ▶ **Mariusz Stępiński** (FC Nuernberg)
- ▶ **Eugen Polanski** (Hoffenheim)
- ▶ **Artur Boruc** (Southampton FC)
- ▶ **Łukasz Fabiański** (Arsenal Londyn)
- ▶ **Wojciech Szczęśny** (Arsenal Londyn)
- ▶ **Damien Perquis** (Real Betis)
- ▶ **Bartłomiej Pawłowski** (Malaga)
- ▶ **Rafał Wolski** (AC Fiorentina)
- ▶ **Kamil Glik** (Torino FC)
- ▶ **Bartosz Salamon** (Sampdoria)
- ▶ **Paweł Wszolek** (Sampdoria)
- ▶ **Piotr Zieliński** (Udinese Calcio)
- ▶ **Łukasz Skorupski** (AS Roma)
- ▶ **Ludovic Obraniak** (Bordeaux)

Komentarz

Social media: Legia na prowadzeniu

Badanie „Polska Piłka” zostało od bieżącej edycji poszerzone o ilościową analizę występowania nazw klubów piłkarskich w mediach społecznościowych. Pierwsze miejsce w nowej klasyfikacji objął mistrz Polski – Legia Warszawa. Zespół Jana Urbana osiągnął miażdżącą przewagę nad resztą stawki. Badanie wykonane zostało na podstawie trzech źródeł – Facebooka, Twittera i YouTube’a. Analitycy pod uwagę brali publiczne wpisy w języku polskim zamieszczone w dniach od 1 do 30 września 2013.

W ciągu miesiąca o Legii pojawiło się 23,8 tys. postów. W przypadku drugiego Lecha było ich 9,3 tys. Trzecie miejsce należało do Widzewa Łódź (7,1 tys.). Dysproporcja wynika zwłaszcza z rozpoczęcia przez zespół z Warszawy udziału w fazie grupowej Ligi Europy. Najmniej wpisów odnotowano w mediach społecznościowych na temat Pogoni Szczecin, Zagłębia Lubin i Podbeskidzia Bielsko-Biała.

Social media rządzą się własnymi prawami, dlatego kolejność zupełnie inaczej wyglądała w klasyfikacji dotyczącej mediów tradycyjnych. Tutaj wprowadzie również pierwsze miejsce należało do Legii, jednak podium uzupełniły Cracovia i Śląsk Wrocław. Warszawianie uzyskali prowadzenie w klasyfikacji po raz siódmy z rzędu. Nie ma jednak przepaści pomiędzy medialnością mistrza Polski, a pozostałymi czołowymi zespołami w polskiej lidze. Pomimo, że „Wojskowi” utrzymali prowadzenie, to liczba publikacji zmniejszyła się względem sierpnia. Odwrotnie było w przypadku Cracovii, która awansowała na drugie miejsce.

Media tradycyjne rządziej o Ekstraklasie

Wolumen publikacji na temat klubów T-Mobile Ekstraklasy ogółem zmniejszył się. Większość klubów zanotowała spadki. Wyjątkiem – oprócz wspomnianej Cracovii – były Pogoń Szczecin, Zagłębie Lubin i Podbeskidzie Bielsko-Biała.

Najwyższy ekwiwalent reklamowy publikacji prasowych osiągnęła Cracovia. AVE za wrzesień wyniósł 18,5 mln zł, w kontekście 18,1 mln zł w przypadku Legii. Na kolejnych pozycjach znalazł się Śląsk (14, 7 mln zł), Lech (13,5 mln zł) i Wisła (12,5 mln zł).

Arka Gdynia po raz trzeci

Na zapleczu Ekstraklasy prowadzi Arka, która osiągnęła znaczącą przewagę nad GKS-em Bełchatów, pomimo że to właśnie ten ostatni pozostaje liderem tabeli. Podium uzupełniła Miedź Legnica. Najbardziej medialny klub I ligi, pojawiał się w analizowanym miesiącu w prasie i internecie rzadziej niż najmniej medialny z Ekstraklasy. Szczególnie wysoki AVE na tle ligi należał do Sandecji Nowy Sącz (4,9 mln zł) i GKS-u Katowice (4,8 mln zł). Najniższy odnotowała Chojniczanka Chojnice (1,1 mln zł)

Wśród polskich piłkarzy występujących w wielkiej piątce lig europejskich, najbardziej medialny we wrześniu był Robert Lewandowski. Zawodnik Borussia Dortmund wyprzedził swojego kolegę z drużyny – Jakuba Błaszczykowskiego oraz bramkarza Southampton Artura Boruca. O Lewandowskim w analizowanych tytułach prasowych i źródłach internetowych ukazało się 1,6 tys. materiałów, czyli niemal dwukrotnie więcej niż na temat Błaszczykowskiego. Aż 41 proc. spośród publikacji prasowych miało zasięg ogólnopolski, natomiast 59 proc. – regionalny.

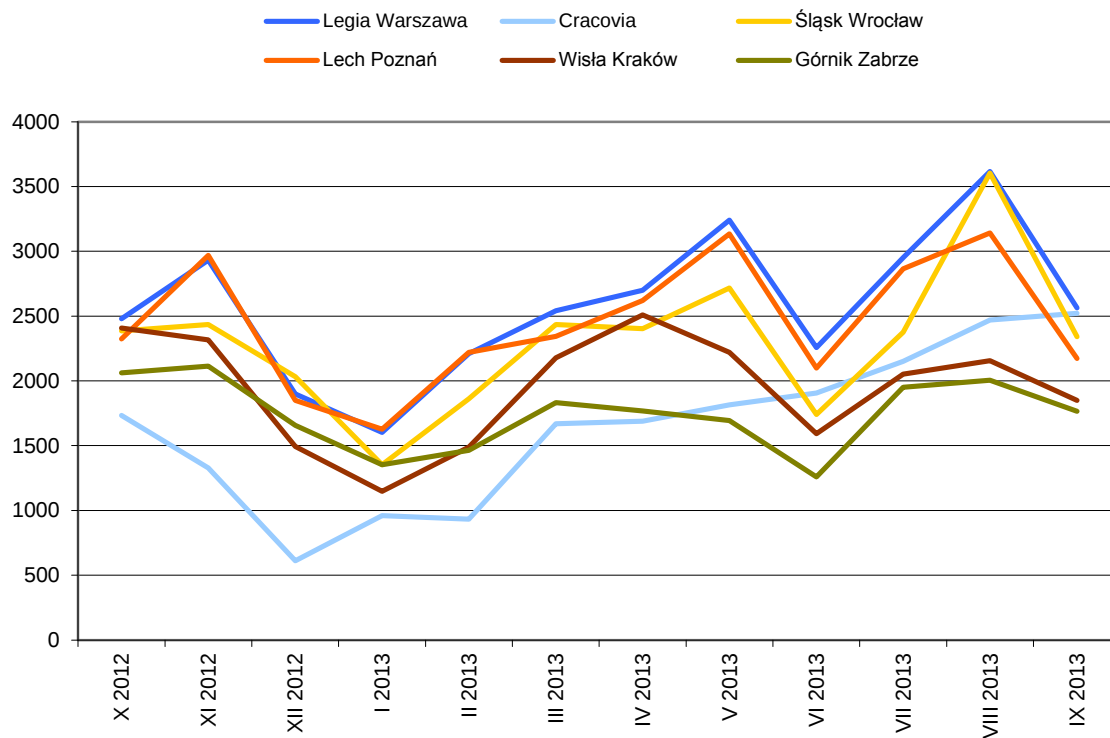
Co ciekawe, pozycję tuż za podium uzyskał Kamil Glik. Środkowy obrońca reprezentacji Polski i piłkarz Torino, w mediach pojawiał się m.in. w związku ze spotkaniem przeciwko Czarnogórze oraz narodzinami córki, które miały miejsce tuż przed zgrupowaniem kadry. Z kolei pod koniec miesiąca brał on udział w niezwykle medialnym wydarzeniu, jakim są derby Turynu.

Dane historyczne

Suma informacji z prasy i internetu na temat najbardziej medialnych klubów Ekstraklasy oraz I ligi, a także polskich zawodników występujących w europejskich klubach.

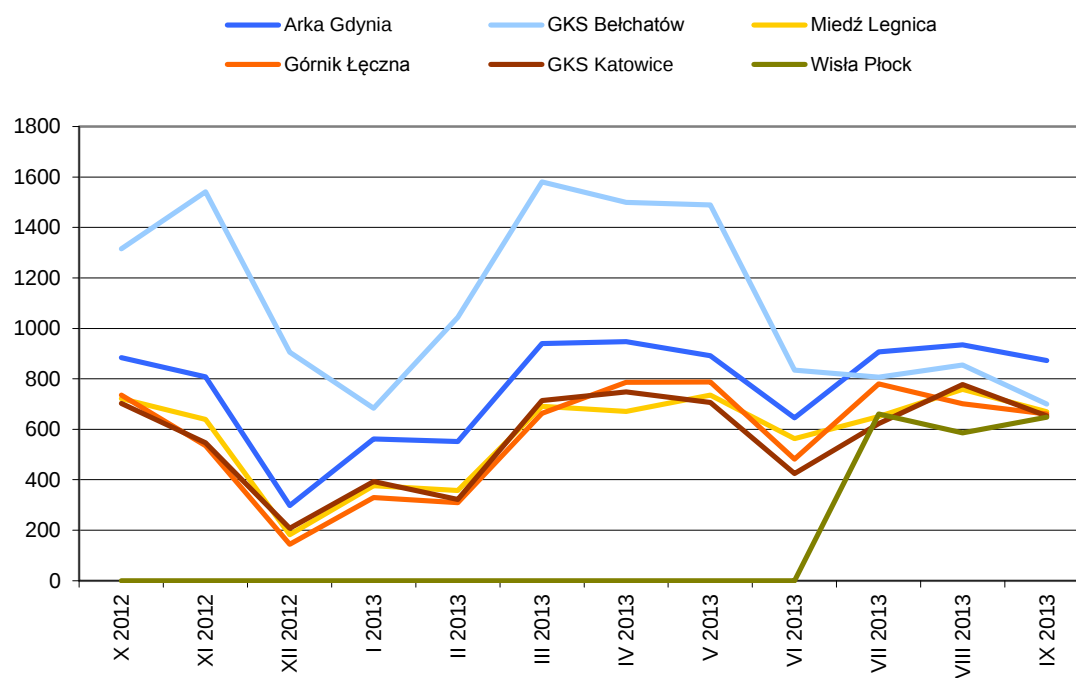
Ekstraklasa			
PRASA i INTERNET	Zwycięzca	II miejsce	III miejsce
IX 2013	Legia Warszawa	Cracovia	Śląsk Wrocław
VIII 2013	Legia Warszawa	Śląsk Wrocław	Lech Poznań
VII 2013	Legia Warszawa	Lech Poznań	Śląsk Wrocław
VI 2013	Legia Warszawa	Lech Poznań	Śląsk Wrocław
V 2013	Legia Warszawa	Lech Poznań	Śląsk Wrocław
IV 2013	Legia Warszawa	Lech Poznań	Wisła Kraków
III 2013	Legia Warszawa	Śląsk Wrocław	Lech Poznań
II 2013	Lech Poznań	Legia Warszawa	Polonia Warszawa
I 2013	Lech Poznań	Legia Warszawa	Polonia Warszawa
XII 2012	Śląsk Wrocław	Legia Warszawa	Lech Poznań
XI 2012	Lech Poznań	Legia Warszawa	Śląsk Wrocław
X 2012	Legia Warszawa	Wisła Kraków	Śląsk Wrocław
IX 2012	Śląsk Wrocław	Legia Warszawa	Polonia Warszawa
VIII 2012	Śląsk Wrocław	Legia Warszawa	Lech Poznań
VII 2012	Śląsk Wrocław	Lech Poznań	Polonia Warszawa
VI 2012	Lech Poznań	Śląsk Wrocław	Legia Warszawa
V 2012	Legia Warszawa	Śląsk Wrocław	Lech Poznań
IV 2012	Legia Warszawa	Ruch Chorzów	Cracovia
III 2012	Wisła Kraków	Cracovia	Lech Poznań
II 2012	Wisła Kraków	Legia Warszawa	Śląsk Wrocław
I 2012	Wisła Kraków	Legia Warszawa	Cracovia
XII 2011	Wisła Kraków	Legia Warszawa	Cracovia
XI 2011	Wisła Kraków	Cracovia	Legia Warszawa
X 2011	Wisła Kraków	Legia Warszawa	Lech Poznań
IX 2011	Wisła Kraków	Cracovia	Legia Warszawa
VIII 2011	Wisła Kraków	Legia Warszawa	Cracovia
VII 2011	Wisła Kraków	Śląsk Wrocław	Legia Warszawa
VI 2011	Polonia Warszawa	Wisła Kraków	Lech Poznań
V 2011	Lech Poznań	Legia Warszawa	Cracovia
IV 2011	Lech Poznań	Legia Warszawa	Cracovia
III 2011	Lech Poznań	Cracovia	Polonia Warszawa
II 2011	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Legia Warszawa
I 2011	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Wisła Kraków
XII 2010	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Wisła Kraków
XI 2010	Lech Poznań	Polonia Warszawa	Wisła Kraków
X 2010	Lech Poznań	Legia Warszawa	Wisła Kraków
IX 2010	Lech Poznań	Legia Warszawa	Wisła Kraków
VIII 2010	Lech Poznań	Wisła Kraków	Polonia Warszawa
VII 2010	Lech Poznań	Wisła Kraków	Polonia Warszawa

VI 2010	Polonia Warszawa	Górnik Zabrze	Wisła Kraków
V 2010	Wisła Kraków	Lech Poznań	Ruch Chorzów
IV 2010	Lech Poznań	Wisła Kraków	Legia Warszawa
III 2010	Wisła Kraków	Lech Poznań	Legia Warszawa



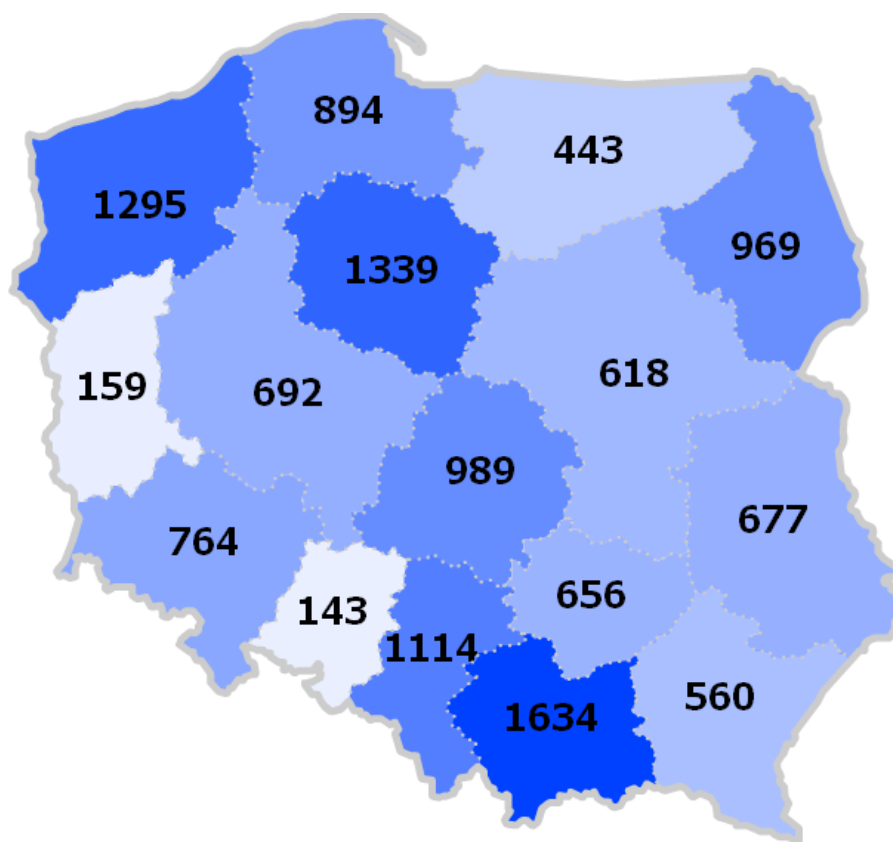
Wykres 1. Suma materiałów medialnych na temat sześciu klubów Ekstraklasy, które w analizowanym miesiącu zgromadziły najwięcej publikacji

I liga			
PRASA i INTERNET	Zwycięzca	II miejsce	III miejsce
IX 2013	Arka Gdynia	GKS Bełchatów	Miedź Legnica
VIII 2013	Arka Gdynia	GKS Bełchatów	Sanecja Nowy Sącz
VII 2013	Arka Gdynia	GKS Bełchatów	Górniki Łęczna
VI 2013	Cracovia	Zawisza Bydgoszcz	Warta Poznań
V 2013	Cracovia	Zawisza Bydgoszcz	Warta Poznań
IV 2013	Cracovia	Warta Poznań	Arka Gdynia
III 2013	Cracovia	Flota Świnoujście	Olimpia Grudziądz
II 2013	Cracovia	Warta Poznań	Arka Gdynia
I 2013	Cracovia	Warta Poznań	Arka Gdynia
XII 2012	Cracovia	Warta Poznań	Łódzki KS
XI 2012	Cracovia	Arka Gdynia	Warta Poznań
X 2012	Cracovia	Flota Świnoujście	Warta Poznań
IX 2012	Cracovia	Warta Poznań	Arka Gdynia
VIII 2012	Cracovia	Zawisza Bydgoszcz	Warta Poznań
VII 2012	Cracovia	GKS Katowice	Zawisza Bydgoszcz
VI 2012	Cracovia	Arka Gdynia	Zawisza Bydgoszcz
V 2012	Pogoń Szczecin	Zawisza Bydgoszcz	Arka Gdynia
IV 2012	Arka Gdynia	Pogoń Szczecin	Warta Poznań
III 2012	Arka Gdynia	Pogoń Szczecin	Polonia Bytom
II 2012	Wisła Płock	Pogoń Szczecin	Polonia Bytom
I 2012	Polonia Bytom	Arka Gdynia	Warta Poznań
XII 2011	Pogoń Szczecin	Polonia Bytom	Arka Gdynia
XI 2011	Arka Gdynia	Pogoń Szczecin	Polonia Bytom
X 2011	Arka Gdynia	Polonia Bytom	Zawisza Bydgoszcz
IX 2011	Arka Gdynia	Zawisza Bydgoszcz	Polonia Bytom
VIII 2011	Zawisza Bydgoszcz	Arka Gdynia	Warta Poznań
VII 2011	Polonia Bytom	Arka Gdynia	Zawisza Bydgoszcz
VI 2011	Warta Poznań	Pogoń Szczecin	Podbeskidzie B.-Biała
V 2011	Pogoń Szczecin	Łódzki KS	Warta Poznań
IV 2011	Podbeskidzie B.-Biała	Pogoń Szczecin	Piast Gliwice
III 2011	Podbeskidzie B.-Biała	Pogoń Szczecin	Warta Poznań
II 2011	Łódzki KS	Pogoń Szczecin	GKS Bogdanka
I 2011	Pogoń Szczecin	Warta Poznań	Odra Wodzisław



Wykres 2. Suma materiałów medialnych na temat sześciu klubów I ligi, które w analizowanym miesiącu zgromadziły najwięcej publikacji

Medialność w regionach



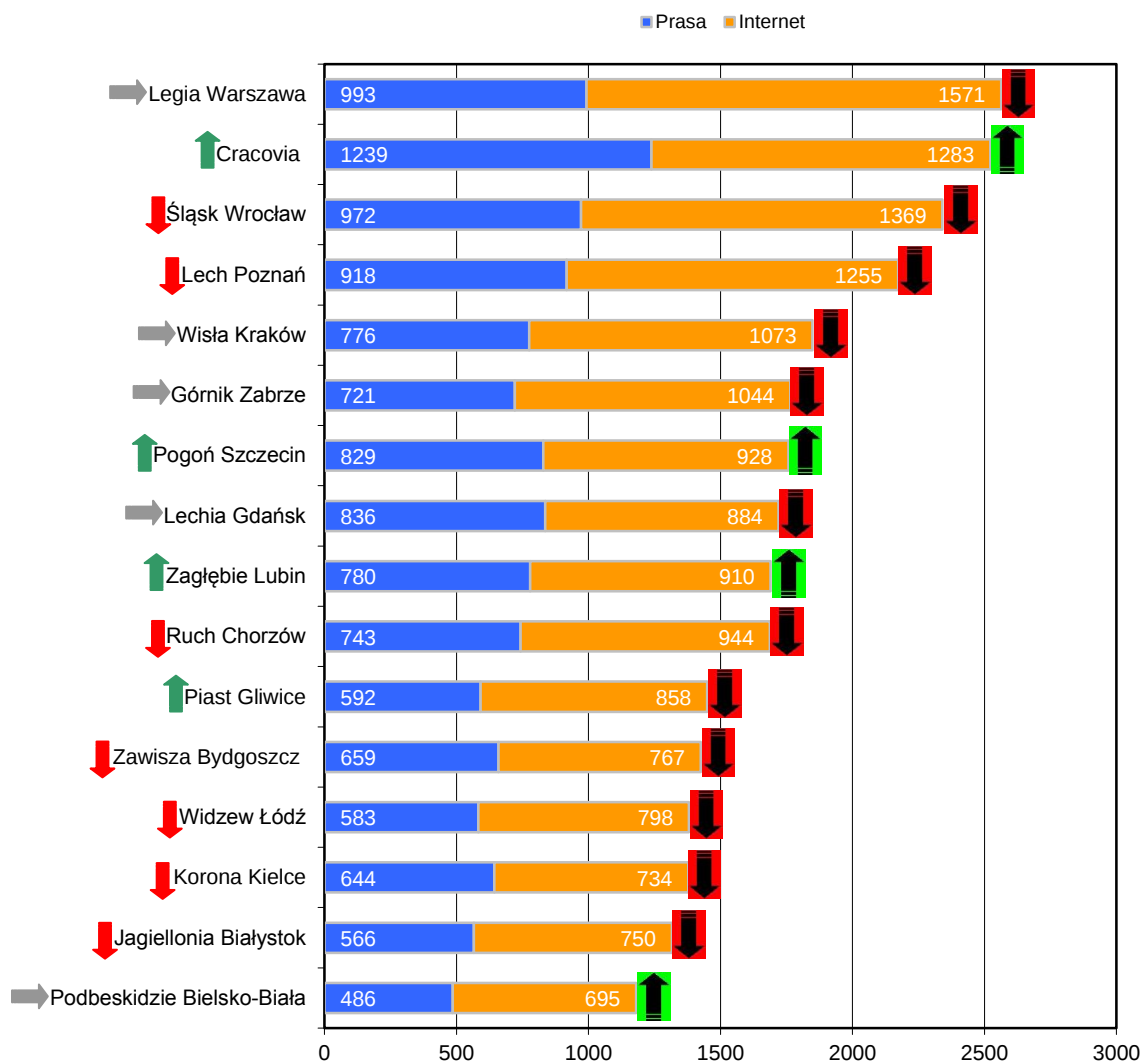
Wykres 3. Liczba informacji prasowych w podziale na zasięg tytułów regionalnych

Opis wykresu: Mapa prezentuje województwa, w których najczęściej pisano o klubach Ekstraklasy oraz I ligi. Powyższa analiza bierze pod uwagę wszystkie tytuły lokalne, wydawane w poszczególnych regionach Polski, w których pisano przynajmniej o jednym z szesnastu klubów Ekstraklasy lub osiemnastu klubów I ligi.

Medialne regiony			
PRASA REGIONALNA	Najwięcej informacji w województwie	II miejsce	III miejsce
IX 2013	Małopolskie	Kujawsko-pomorskie	Zachodniopomorskie
VIII 2013	Małopolskie	Zachodniopomorskie	Kujawsko-pomorskie
VII 2013	Małopolskie	Kujawsko-pomorskie	Śląskie
VI 2013	Małopolskie	Kujawsko-pomorskie	Śląskie
V 2013	Małopolskie	Kujawsko-pomorskie	Zachodniopomorskie
IV 2013	Małopolskie	Zachodniopomorskie	Łódzkie
III 2013	Małopolskie	Łódzkie	Kujawsko-pomorskie
II 2013	Małopolskie	Łódzkie	Zachodniopomorskie
I 2013	Małopolskie	Wielkopolskie	Śląskie
XII 2012	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
XI 2012	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
X 2012	Małopolskie	Łódzkie	Zachodniopomorskie
IX 2012	Małopolskie	Łódzkie	Kujawsko-pomorskie
VIII 2012	Małopolskie	Kujawsko-pomorskie	Łódzkie
VII 2012	Małopolskie	Śląskie	Łódzkie
VI 2012	Małopolskie	Łódzkie	Zachodniopomorskie
V 2012	Małopolskie	Kujawsko-pomorskie	Zachodniopomorskie
IV 2012	Małopolskie	Śląskie	Łódzkie
III 2012	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
II 2012	Małopolskie	Wielkopolskie	Łódzkie
I 2012	Małopolskie	Łódzkie	Wielkopolskie
XII 2011	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
XI 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Śląskie
X 2011	Małopolskie	Kujawsko-pomorskie	Zachodniopomorskie
IX 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Kujawsko-pomorskie
VIII 2011	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
VII 2011	Małopolskie	Łódzkie	Kujawsko-pomorskie
VI 2011	Małopolskie	Łódzkie	Zachodniopomorskie
V 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Śląskie
IV 2011	Małopolskie	Łódzkie	Śląskie
III 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Wielkopolskie
II 2011	Małopolskie	Mazowieckie	Łódzkie
I 2011	Małopolskie	Śląskie	Wielkopolskie

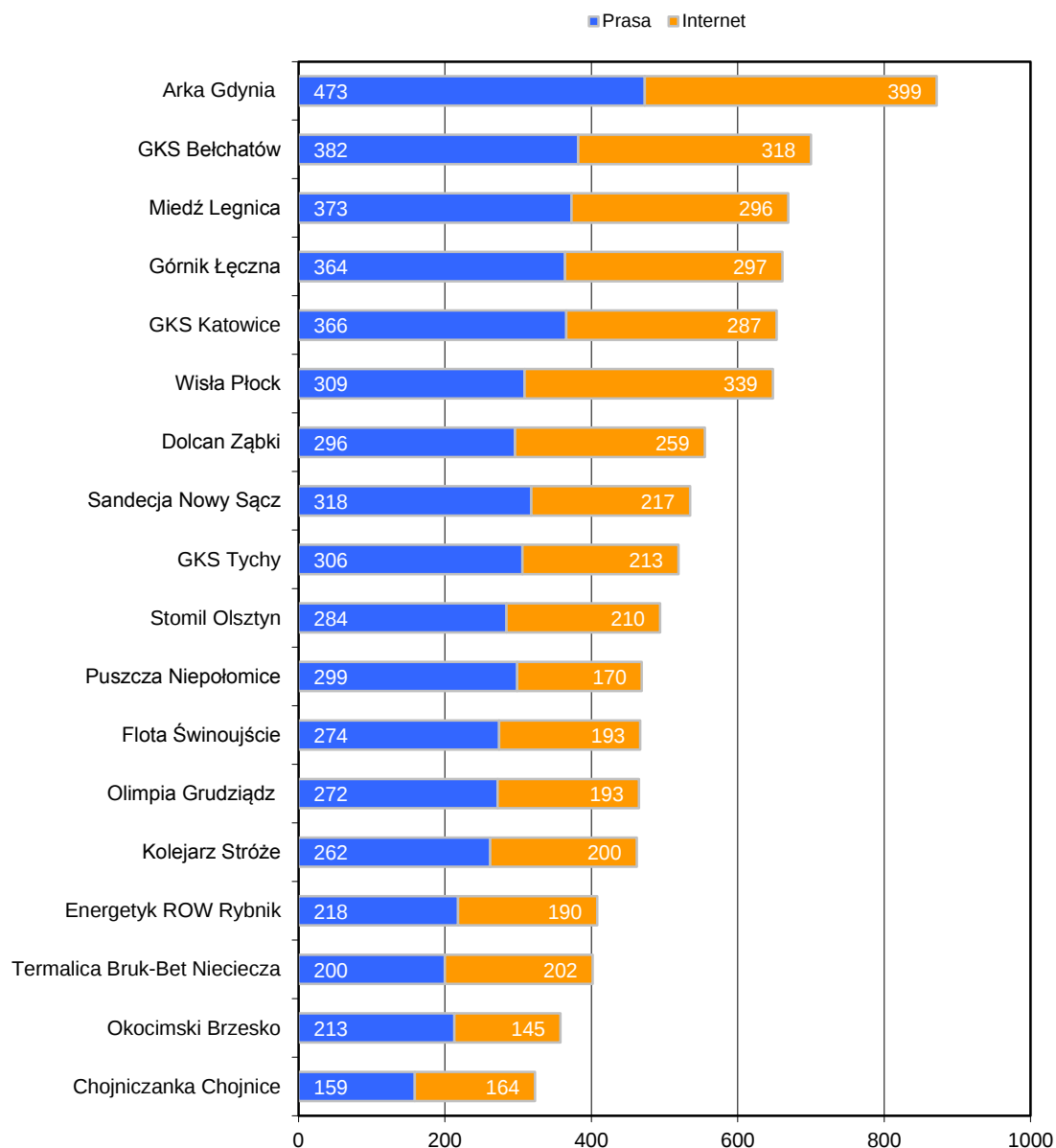
Rozdział I – Dane miesięczne

Prasa + internet

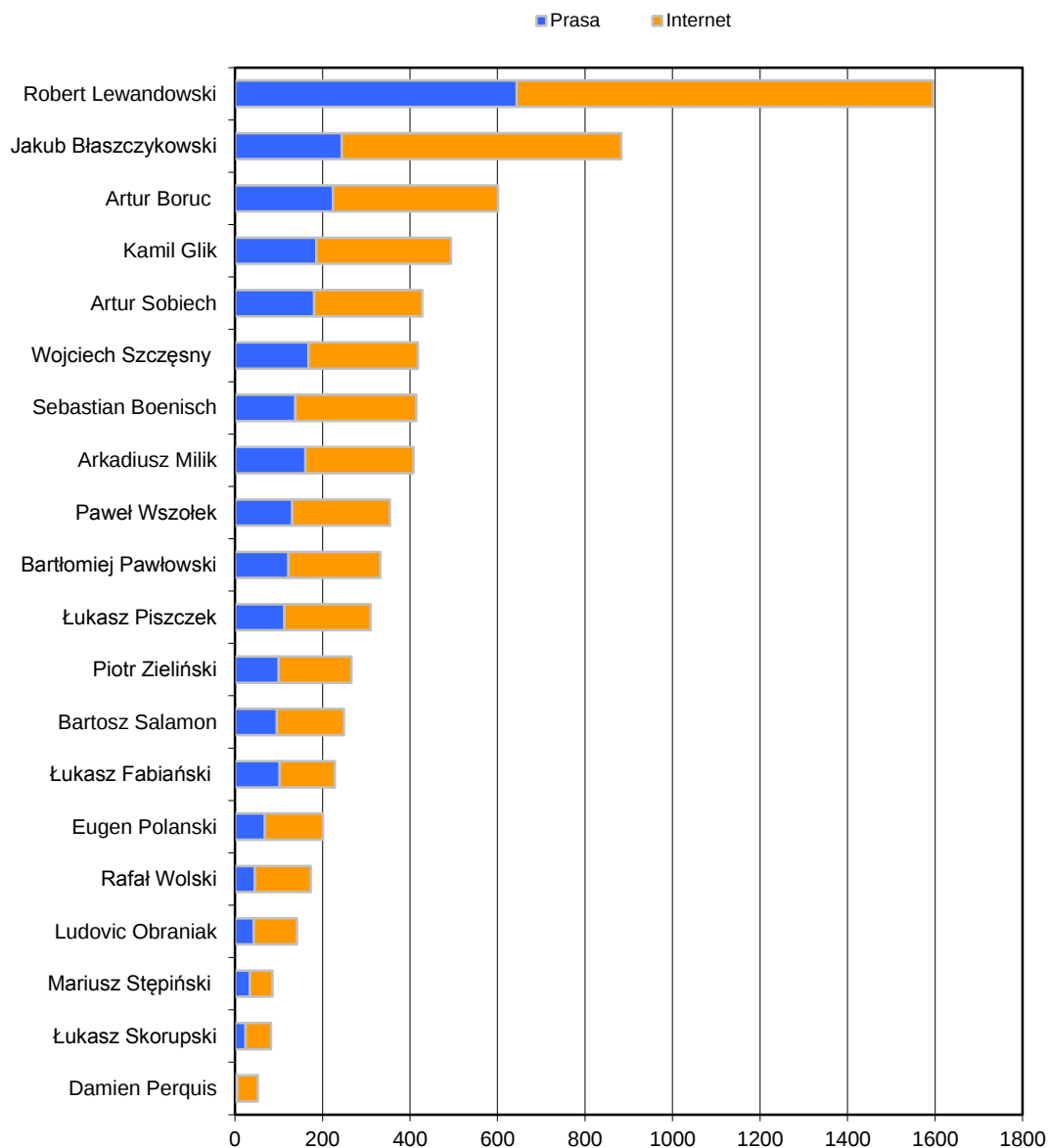


Wykres 4. Suma publikacji prasowych i internetowych na temat klubów Ekstraklasy

Opis wykresu: Strzałki umieszczone po lewej stronie wykresu, oznaczają zmianę miejsca w klasyfikacji zespołów Ekstraklasy. Jeżeli przy nazwie zespołu znajduje się zielona strzałka skierowana w górę, oznacza to, że w bieżącym raporcie zespół zajmuje wyższe miejsce niż w analizie z poprzedniego miesiąca. Czerwona strzałka skierowana w dół oznacza spadek, a szara strzałka to informacja, że zespół pozostaje na tej samej pozycji. Strzałki umiejscowione po prawej stronie wykresu, symbolizują spadek lub wzrost liczby publikacji medialnych na temat danego klubu, względem poprzedniego miesiąca.



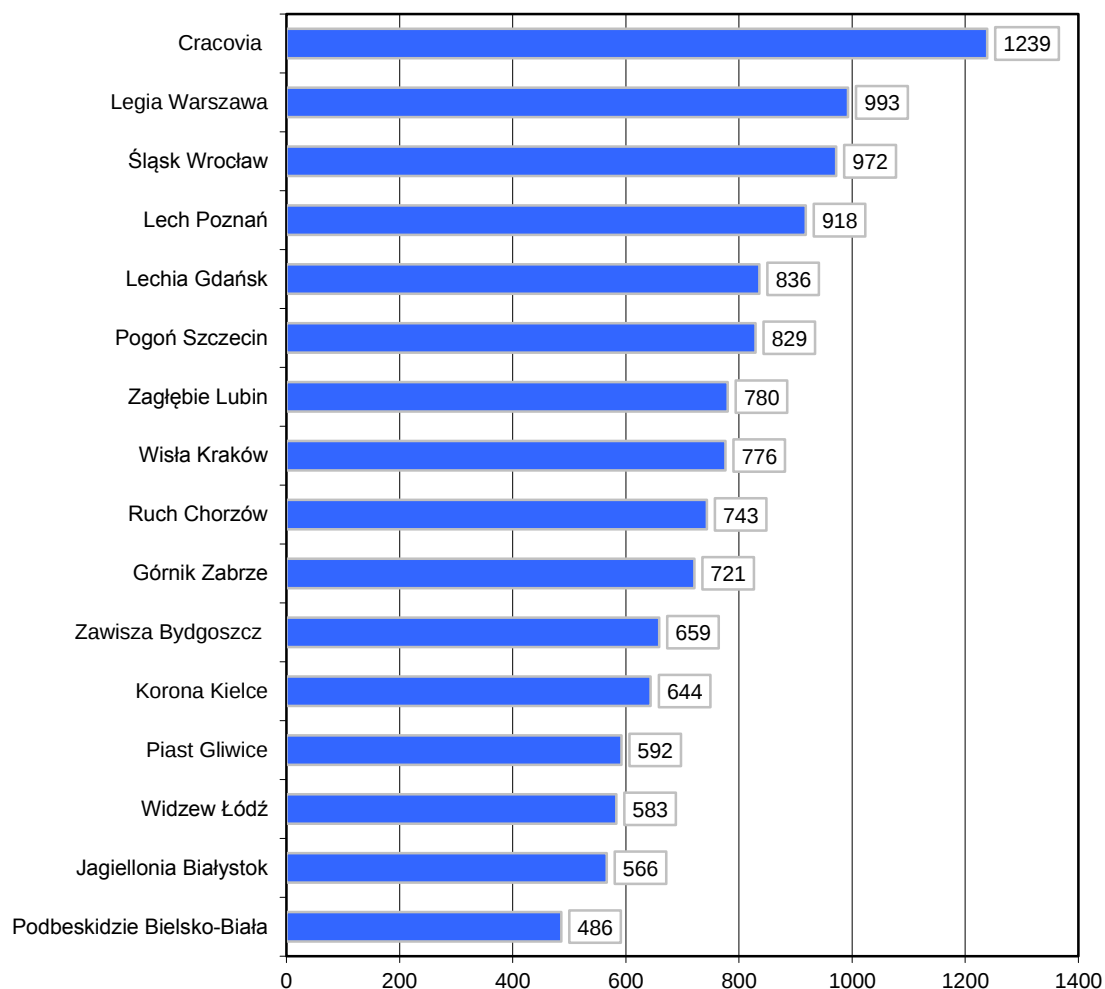
Wykres 5. Suma publikacji prasowych i internetowych na temat klubów I ligi



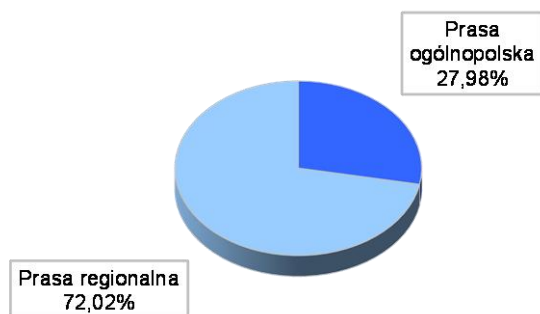
Wykres 6. Suma publikacji prasowych i internetowych na temat polskich piłkarzy występujących w ligach europejskich

Rozdział II – Ekstraklasa

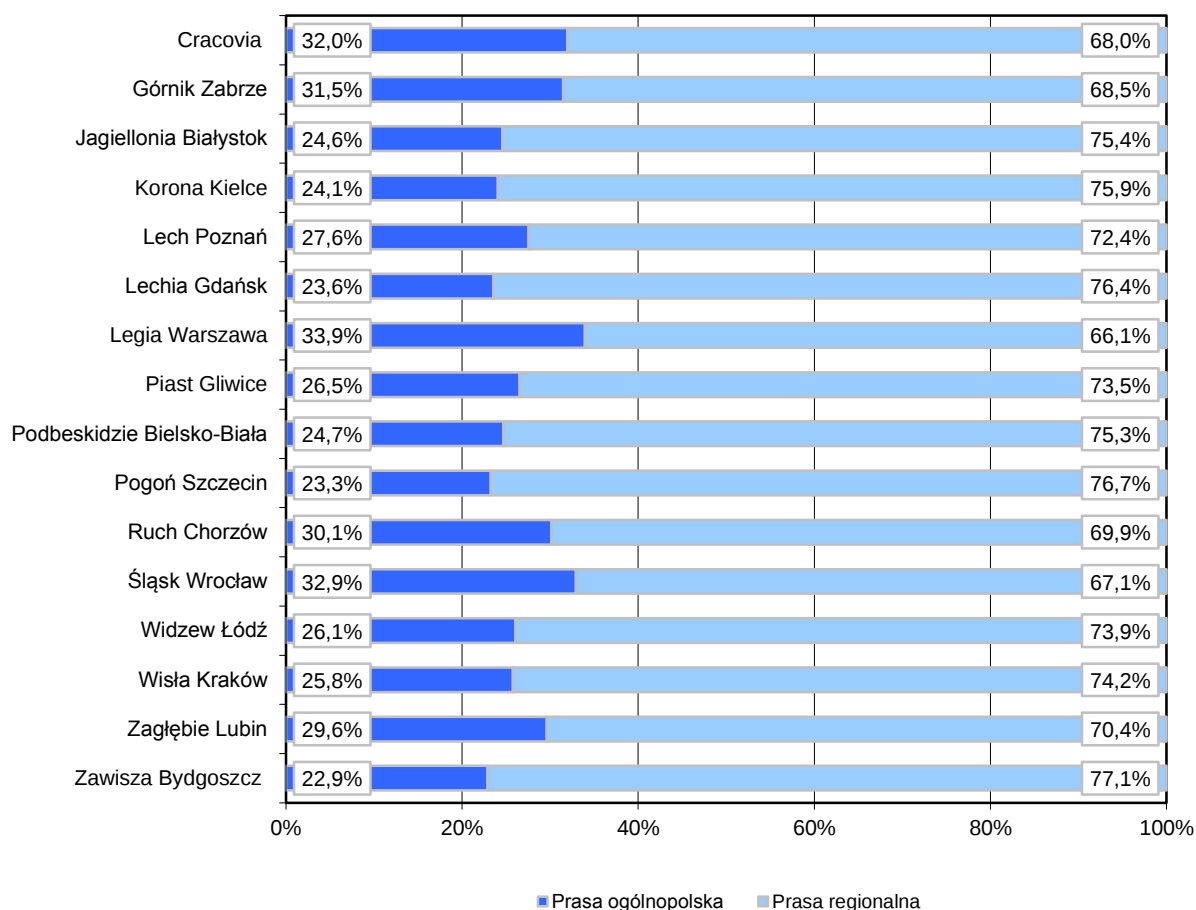
Prasa



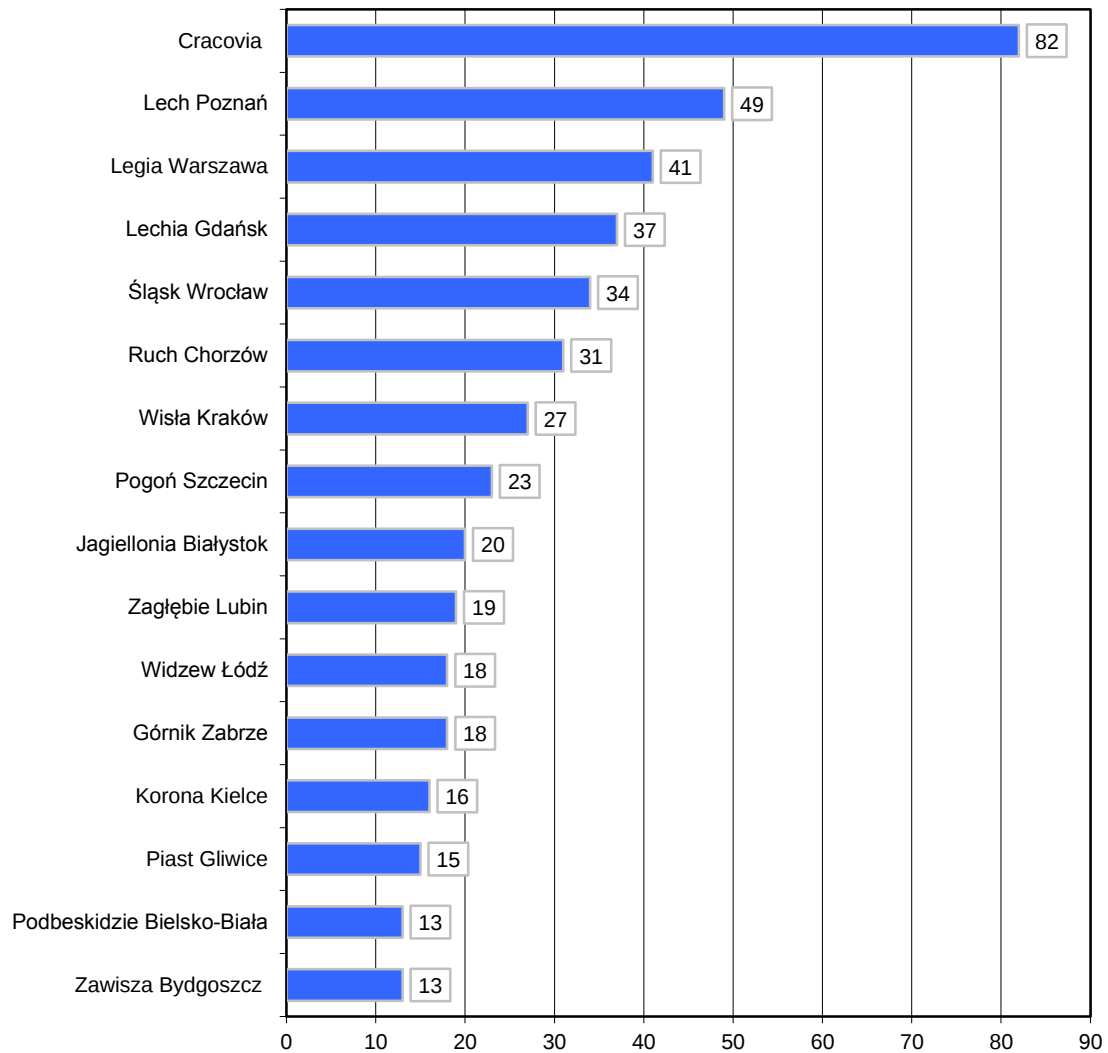
Wykres 7. Suma publikacji prasowych na temat klubów Ekstraklasy



Wykres 8. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów Ekstraklasy



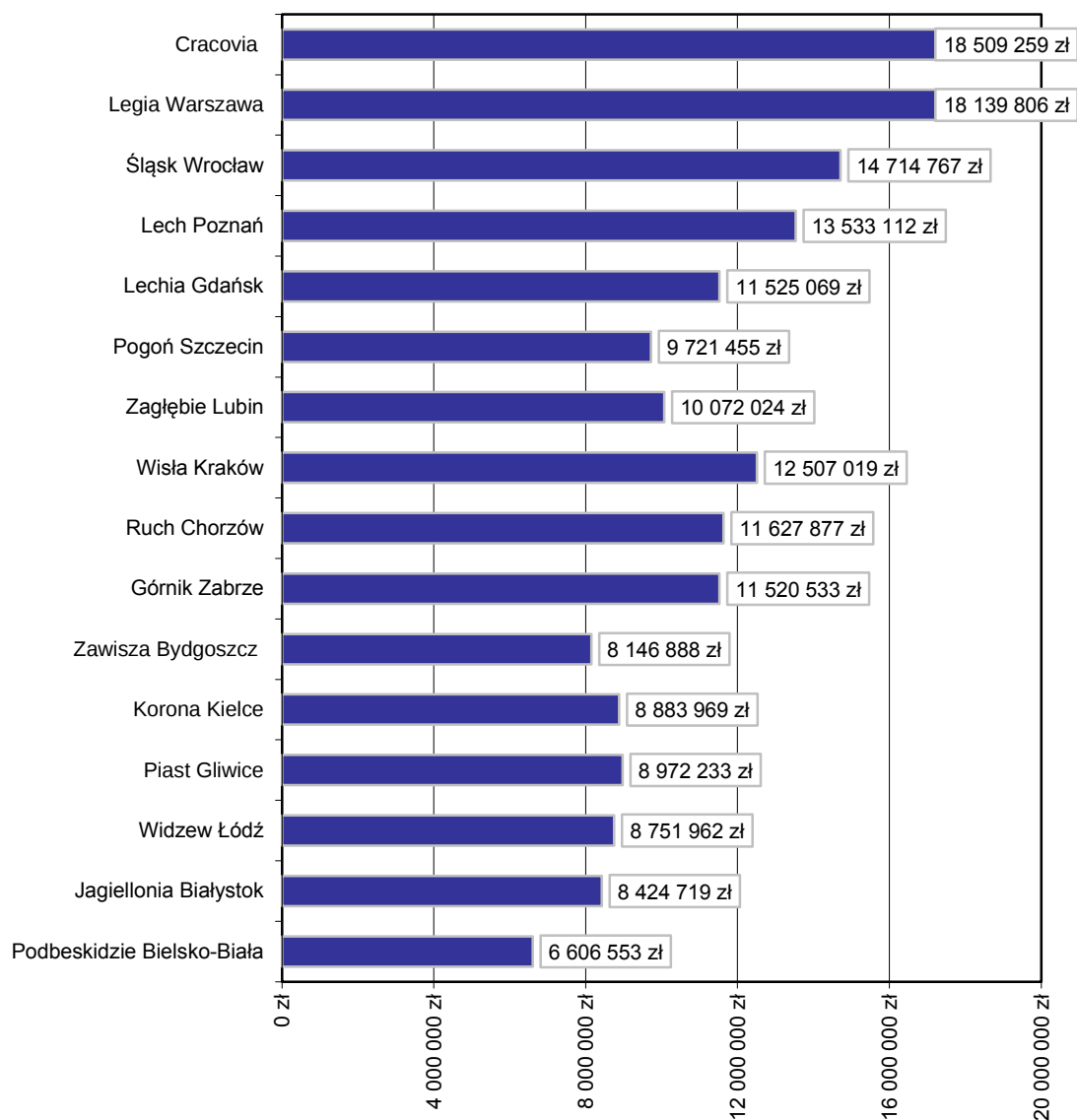
Wykres 9. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów Ekstraklasy, w podziale na konkretne zespoły



Wykres 10. Liczba wystąpień na pierwszych stronach gazet

Opis wykresu: Zestawienie pokazuje, ile razy informacje o konkretnym klubie Ekstraklasy, znalazły się na pierwszej stronie w tytule prasowym.

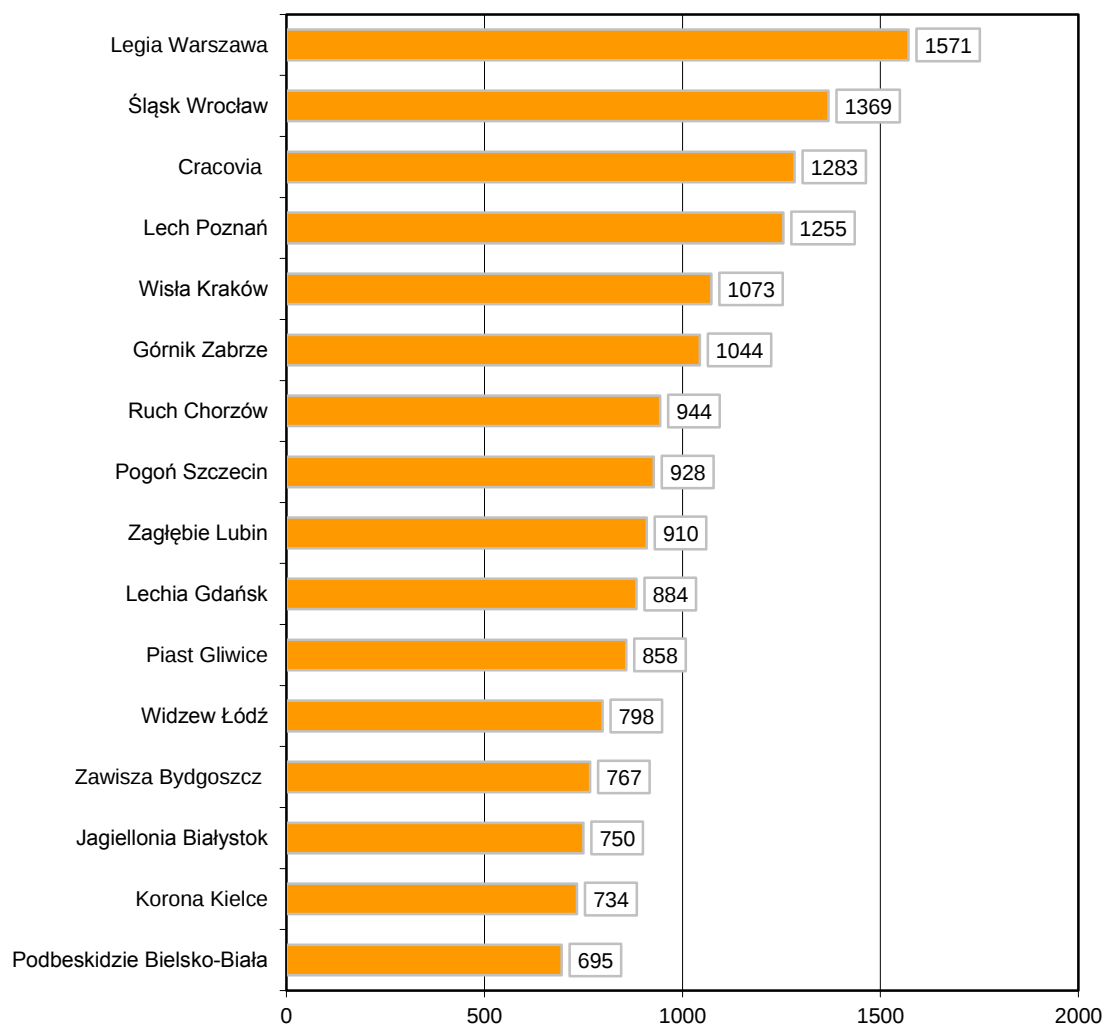
Ekwiwalent reklamowy



Wykres 11. Suma ekwiwalentu reklamowego dla klubów Ekstraklasy

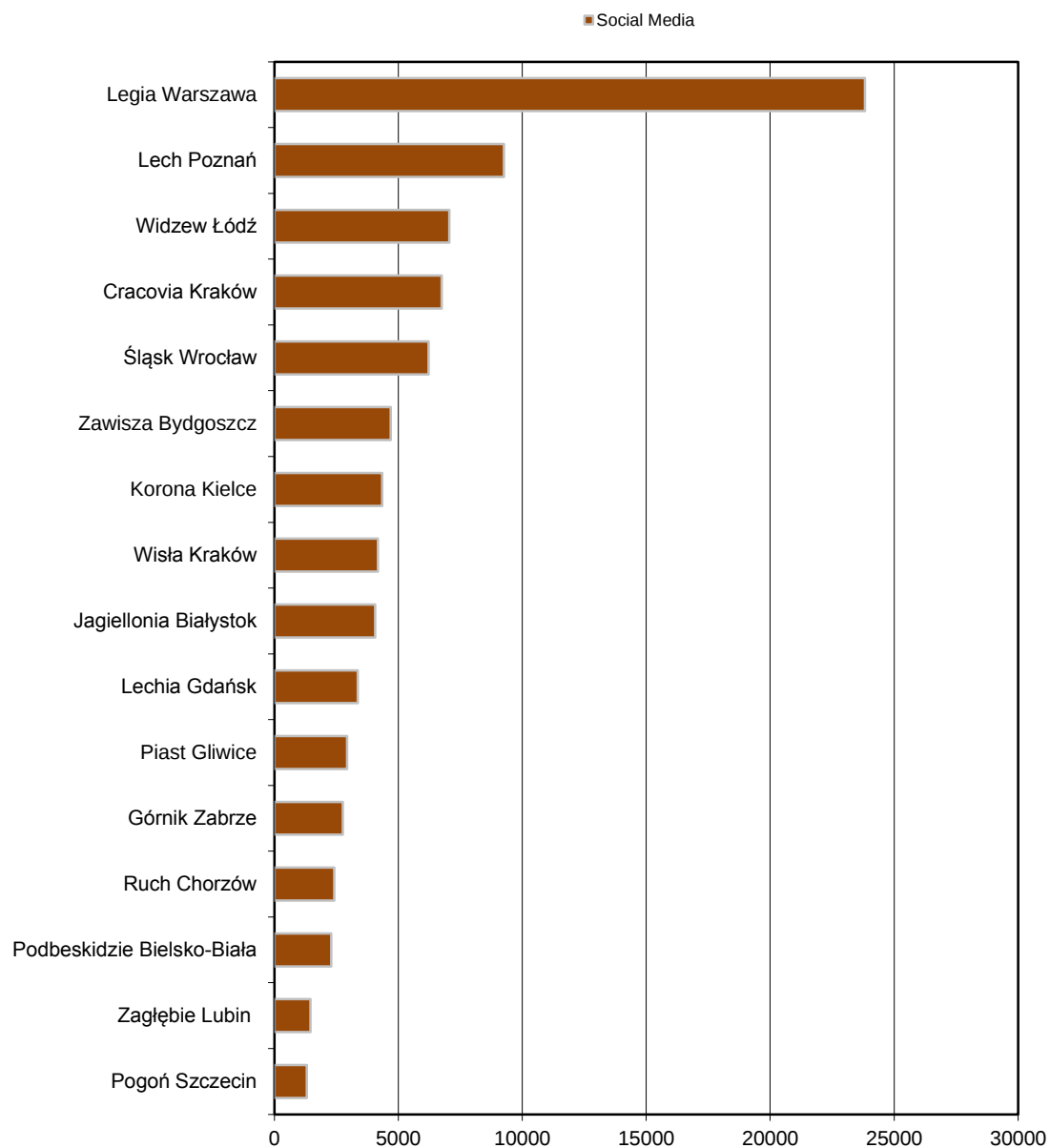
Opis wykresu: Zestawienie prezentuje wycenę publikacji prasowych, w których pisano na temat klubów Ekstraklasy. Kolejność prezentowanych zespołów zgodnie z ilością publikacji prasowych.

Internet

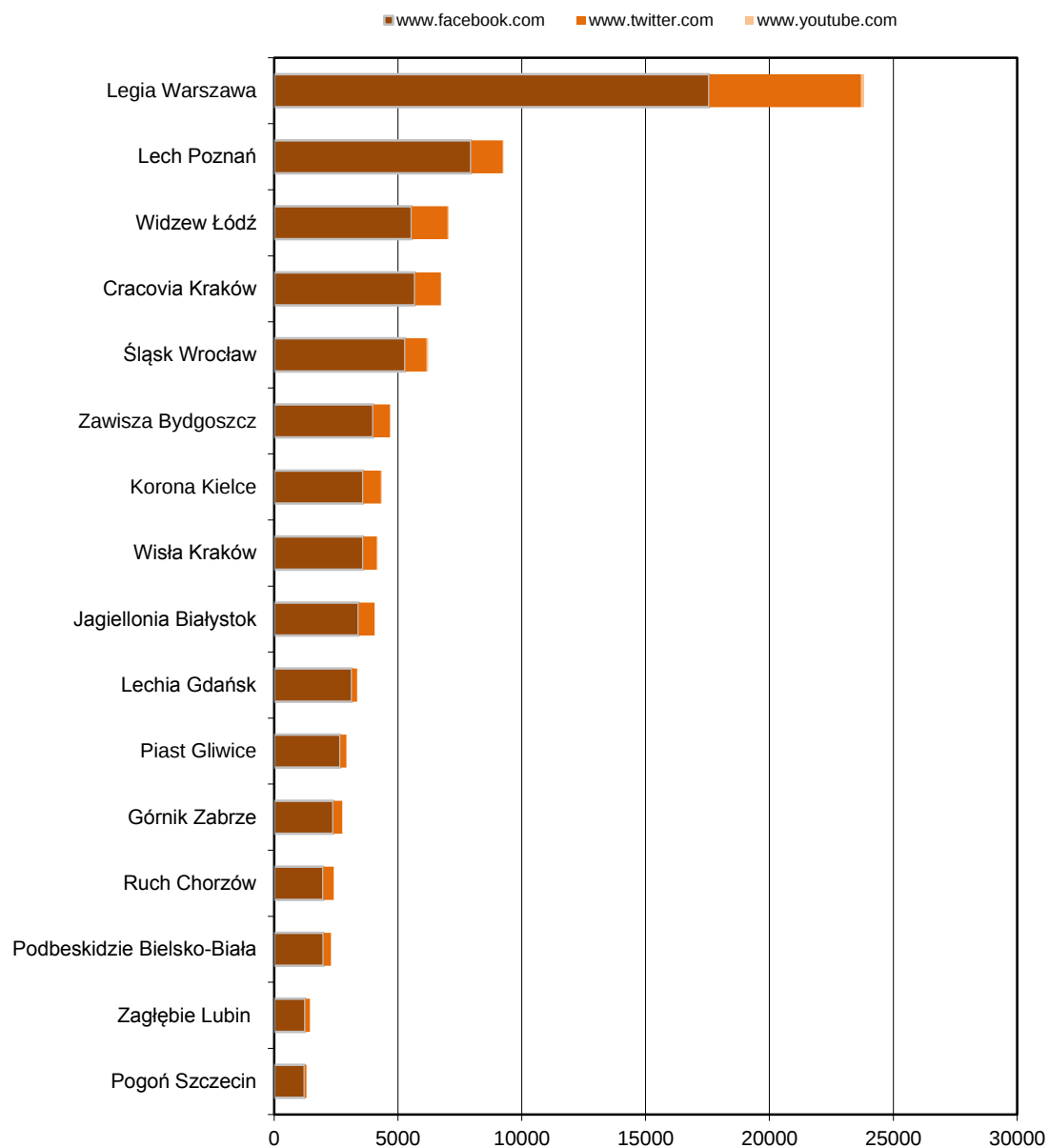


Wykres 12. Suma publikacji internetowych na temat klubów Ekstraklasy

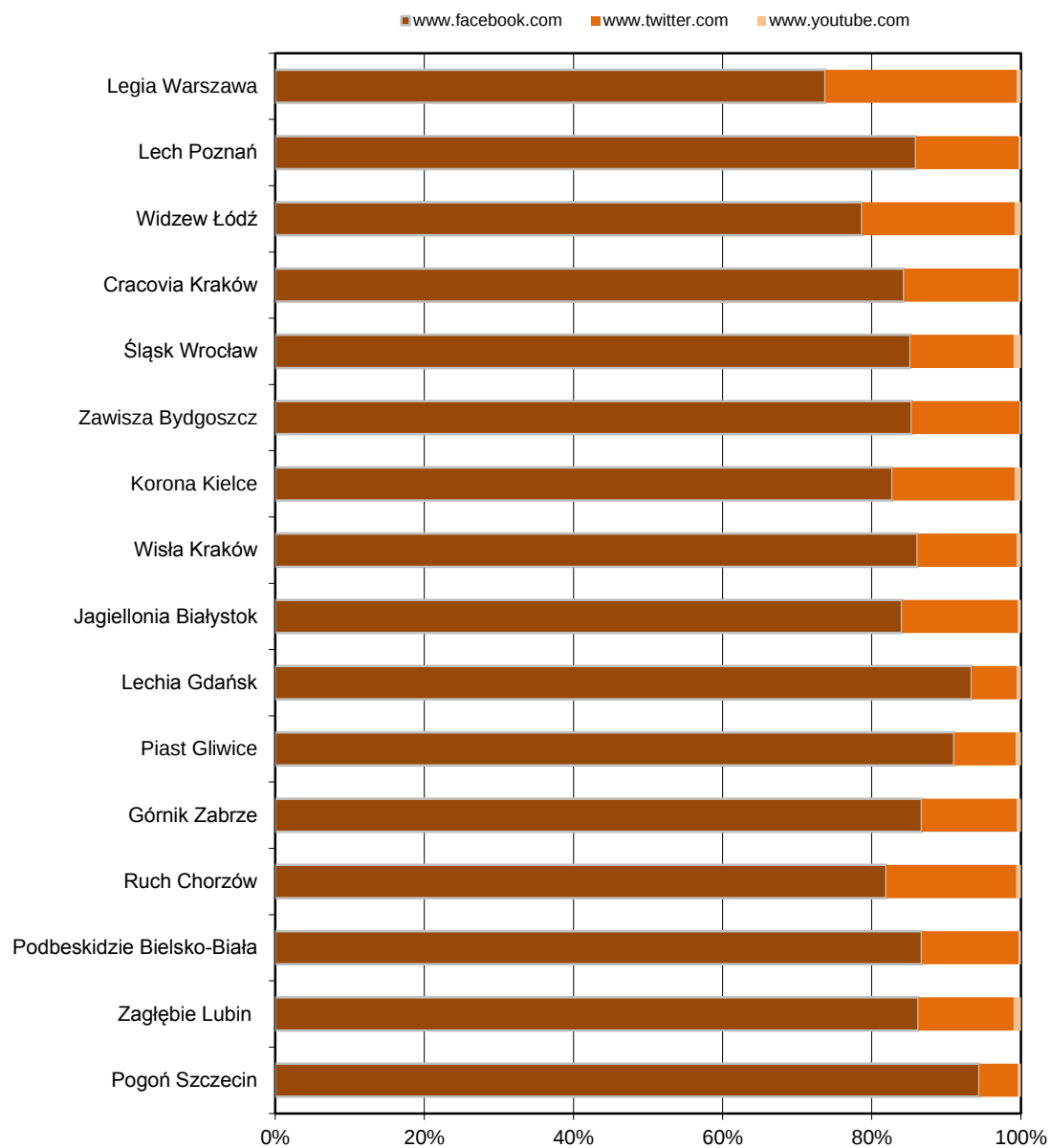
Rozdział III – Ekstraklasa w social media



Wykres 13. Suma publikacji w social media na temat klubów Ekstraklasy



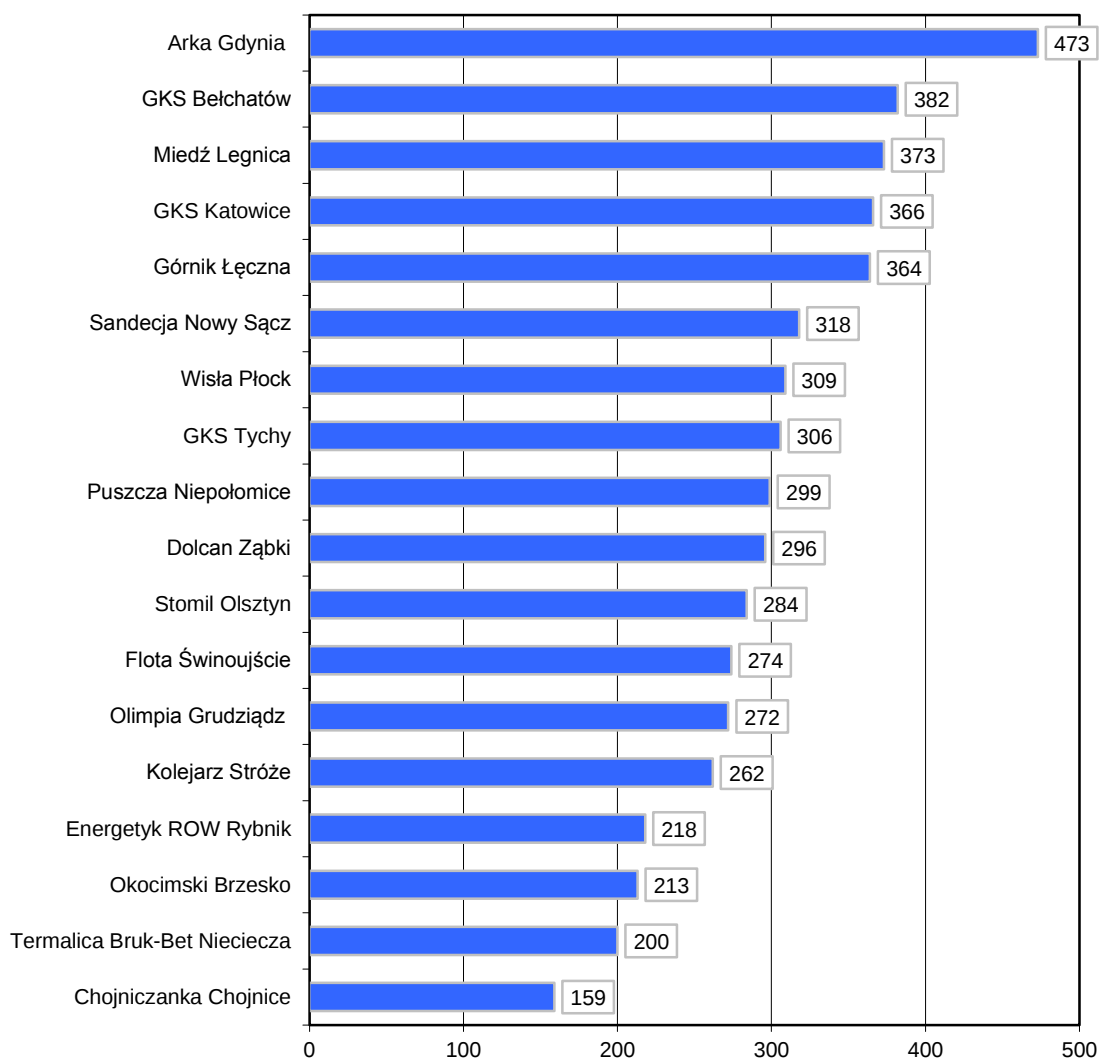
Wykres 14. Suma publikacji w social media na temat klubów Ekstraklasy w podziale na analizowane portale



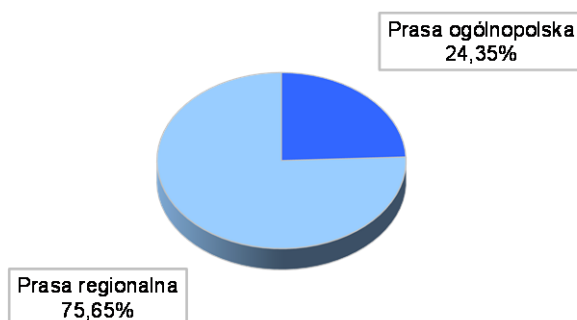
Wykres 15. Udział procentowy publikacji w social media na temat klubów Ekstraklasy w podziale na analizowane portale

Rozdział IV – I liga

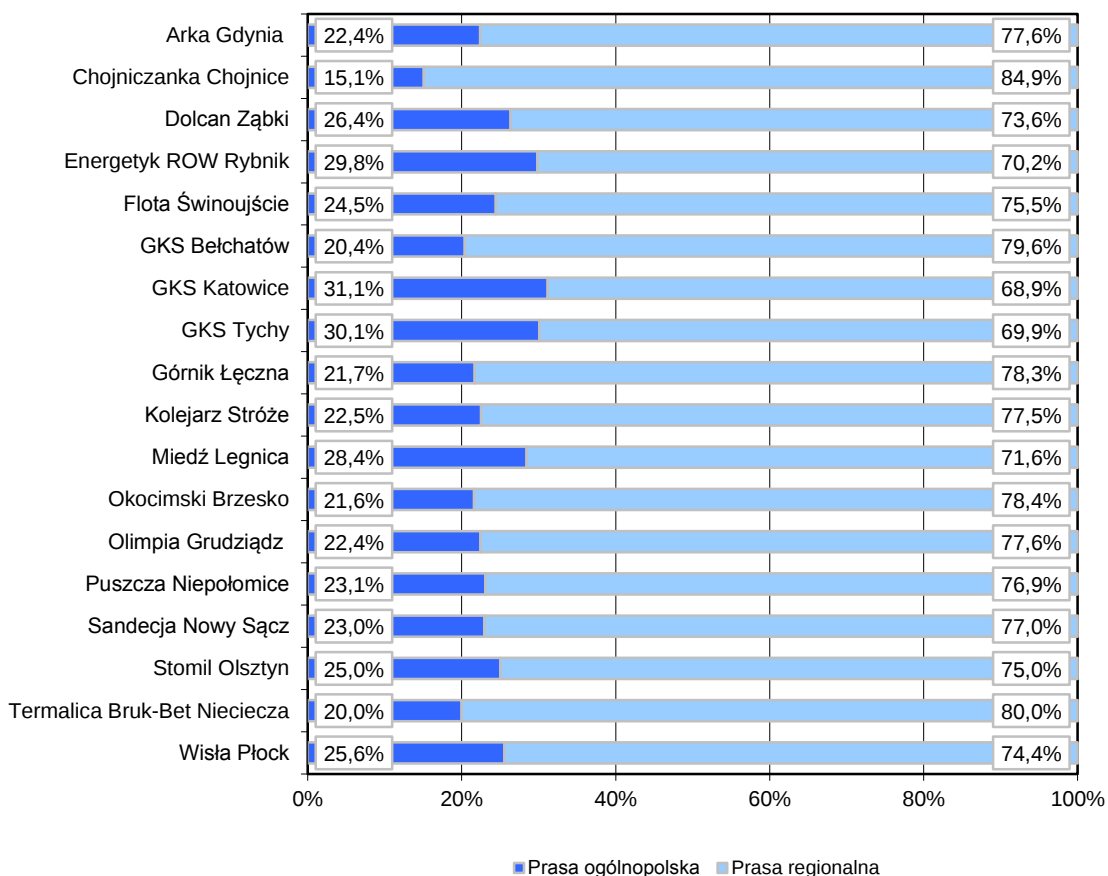
Prasa



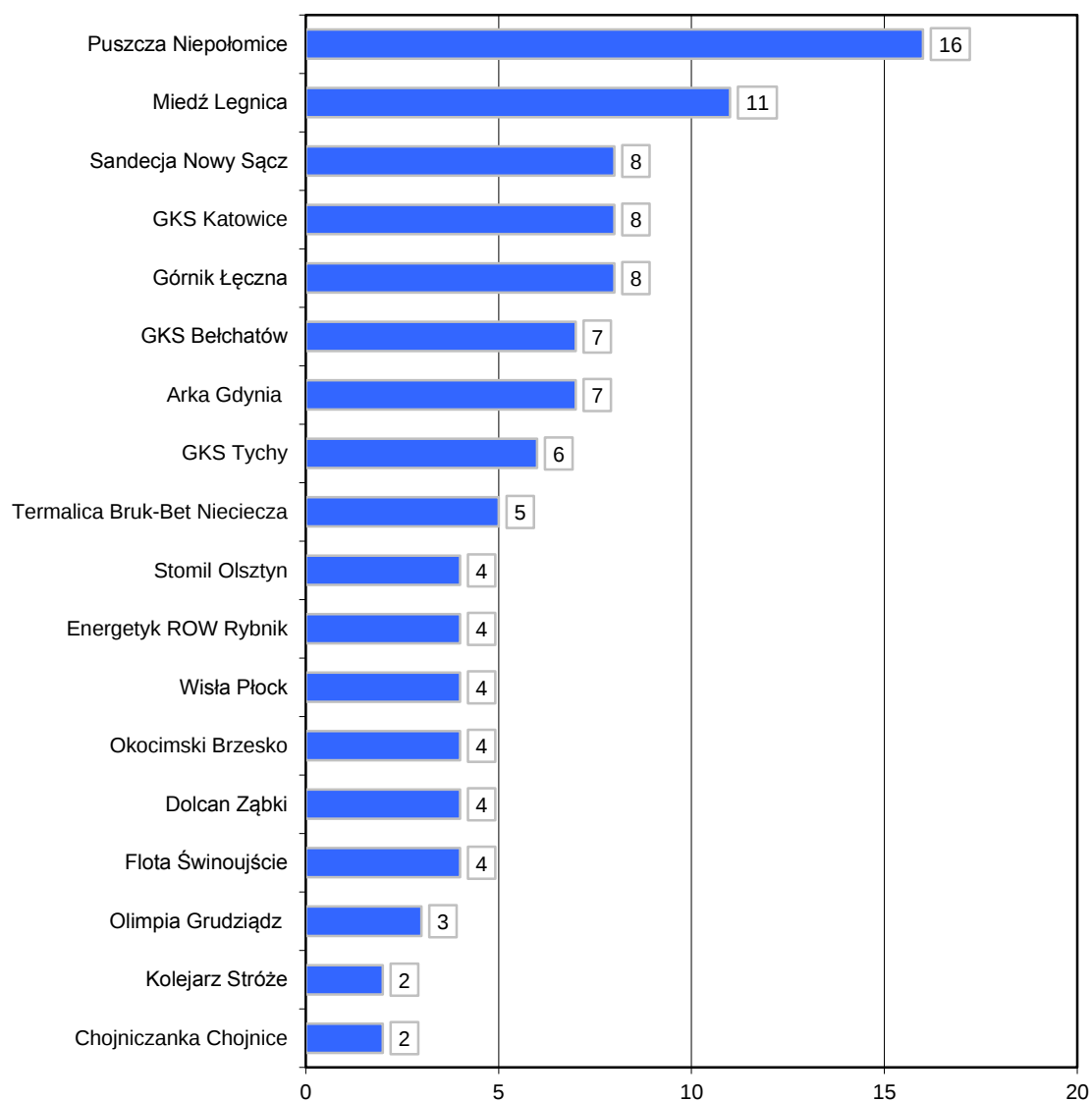
Wykres 16. Suma publikacji prasowych na temat klubów I ligi



Wykres 17. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów I ligi



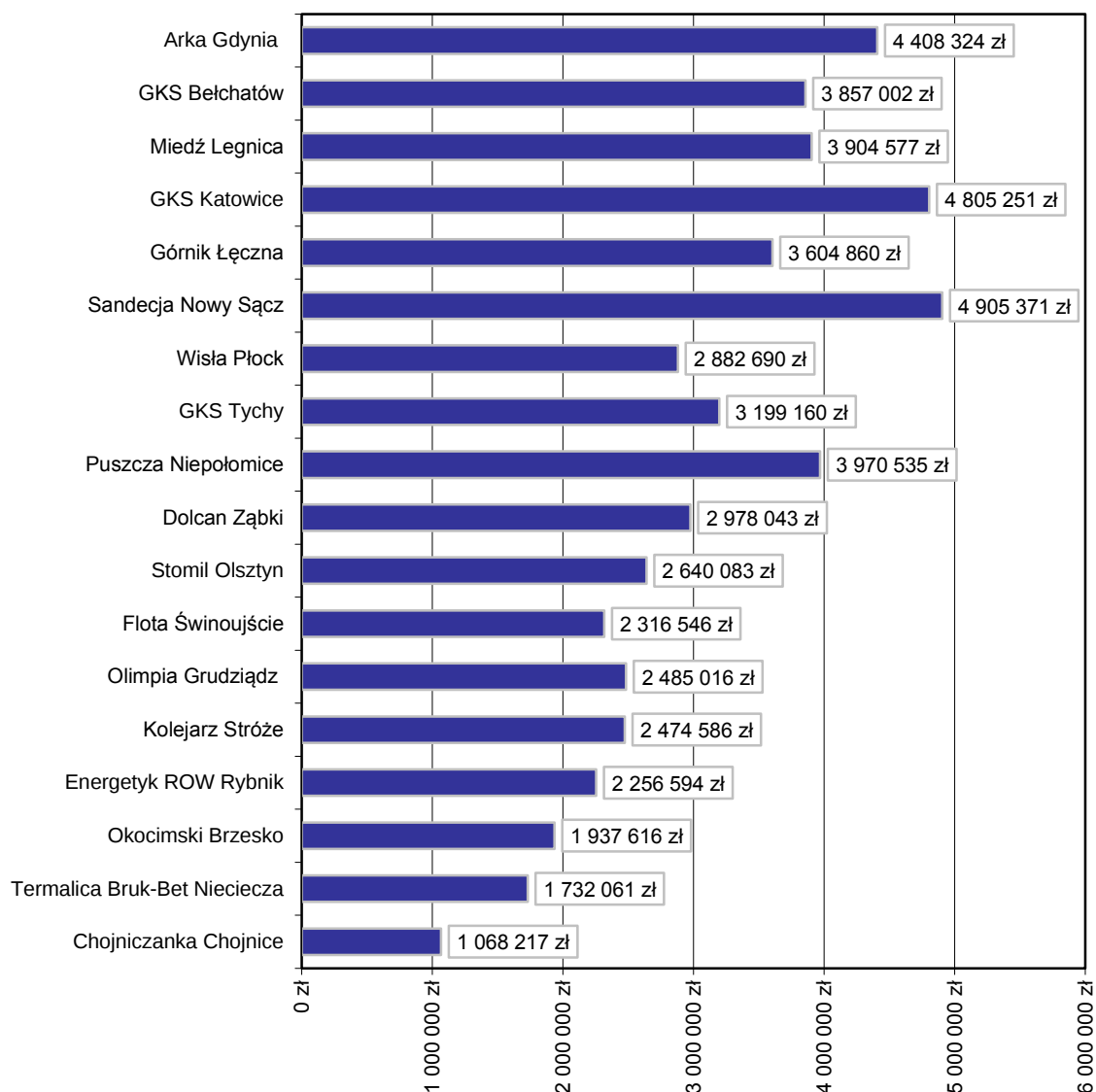
Wykres 18. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat klubów I ligi, w podziale na konkretne zespoły



Wykres 19. Liczba wystąpień na pierwszych stronach gazet

Opis wykresu: Zestawienie pokazuje, ile razy informacje o konkretnym klubie I ligi, znalazły się na pierwszej stronie w tytule prasowym.

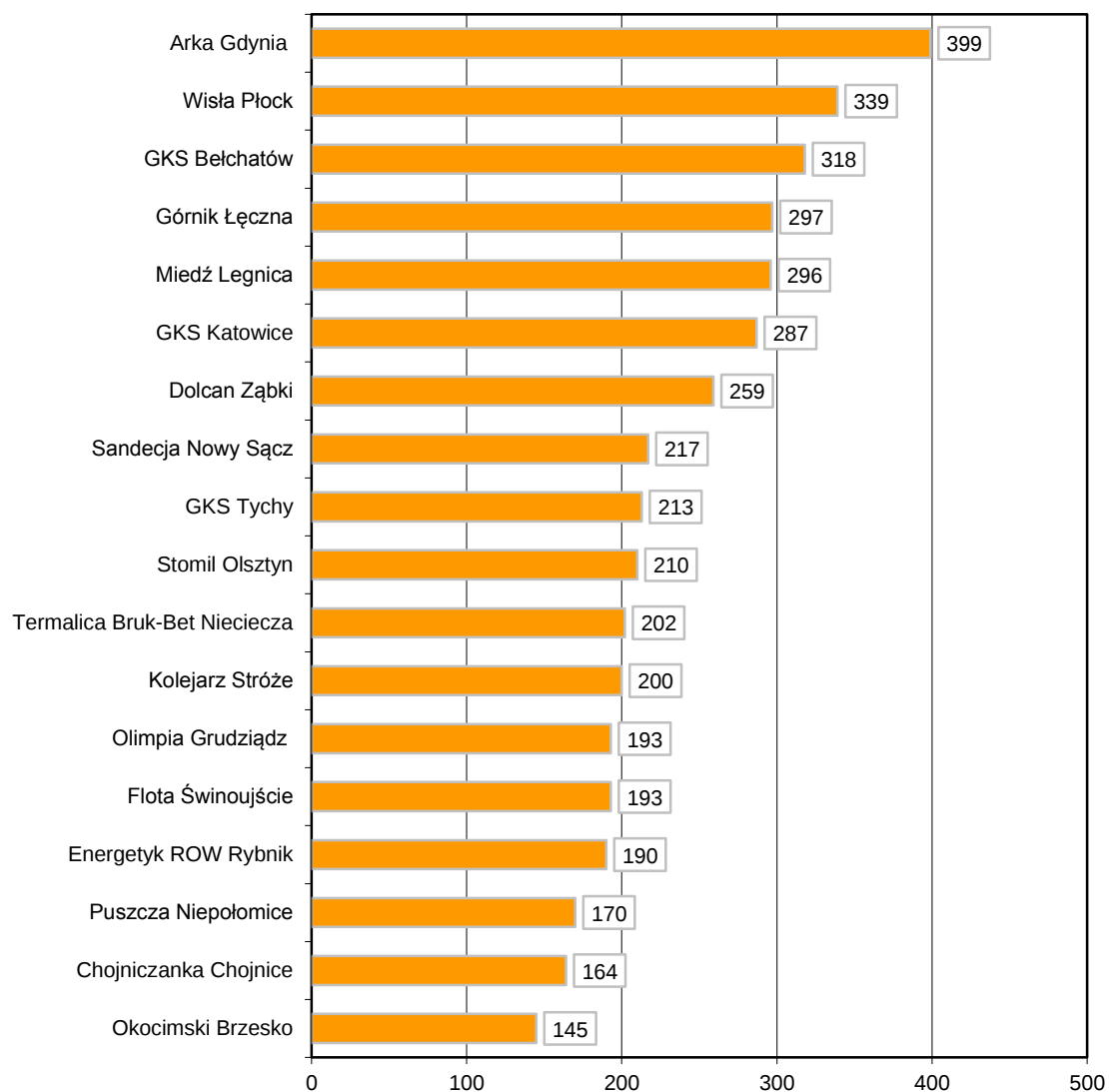
Ekwiwalent reklamowy



Wykres 20. Suma ekwiwalentu reklamowego dla klubów I ligi

Opis wykresu: Zestawienie prezentuje wycenę publikacji prasowych, w których pisano na temat klubów I ligi.

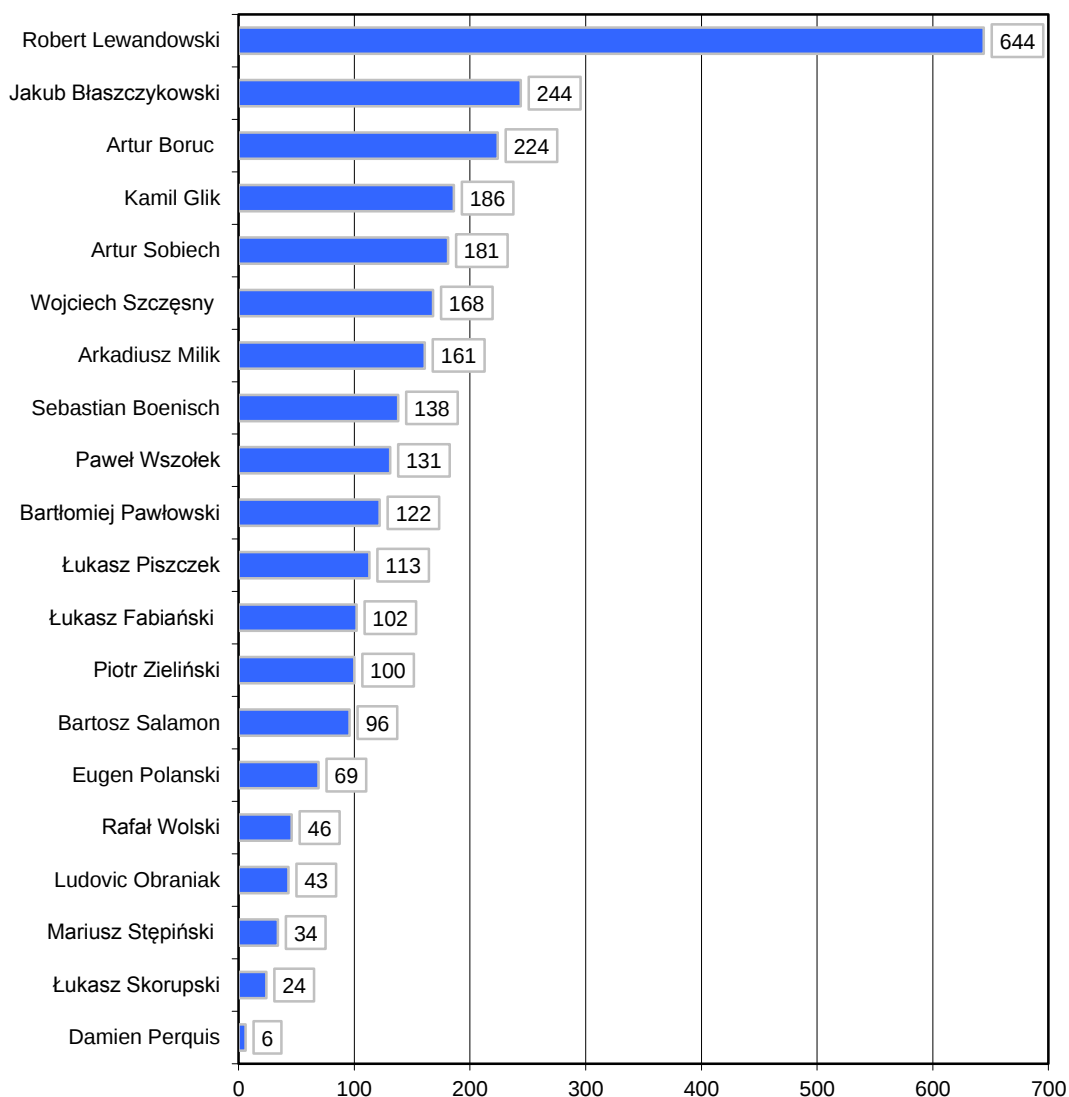
Internet



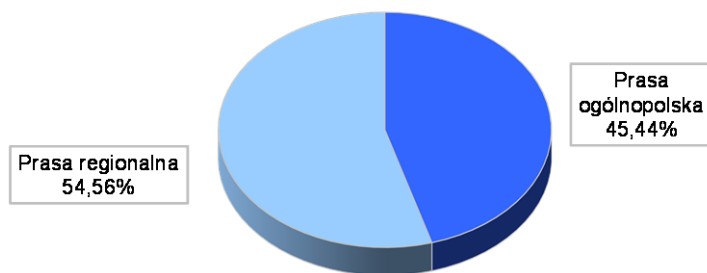
Wykres 21. Suma publikacji internetowych na temat klubów I ligi

Rozdział V – Piłkarze z lig europejskich

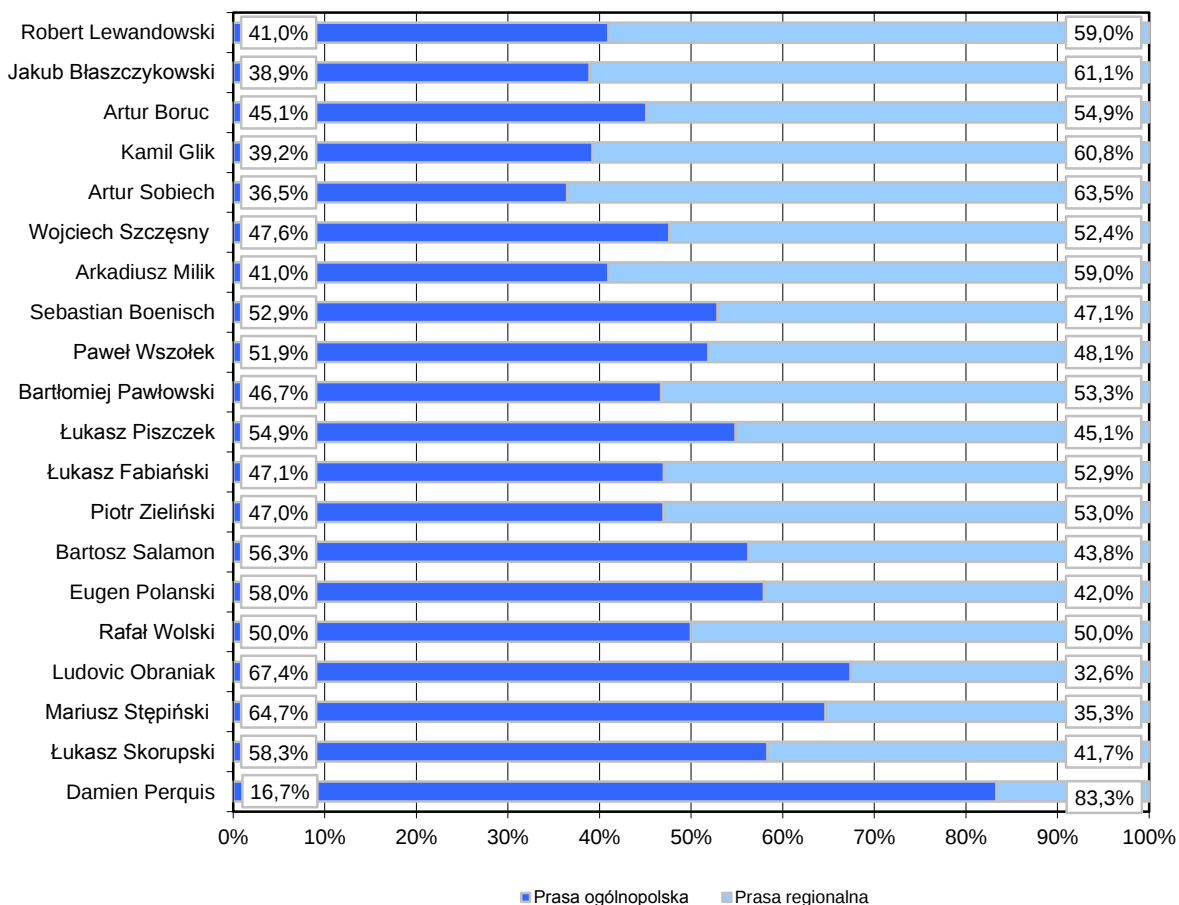
Prasa



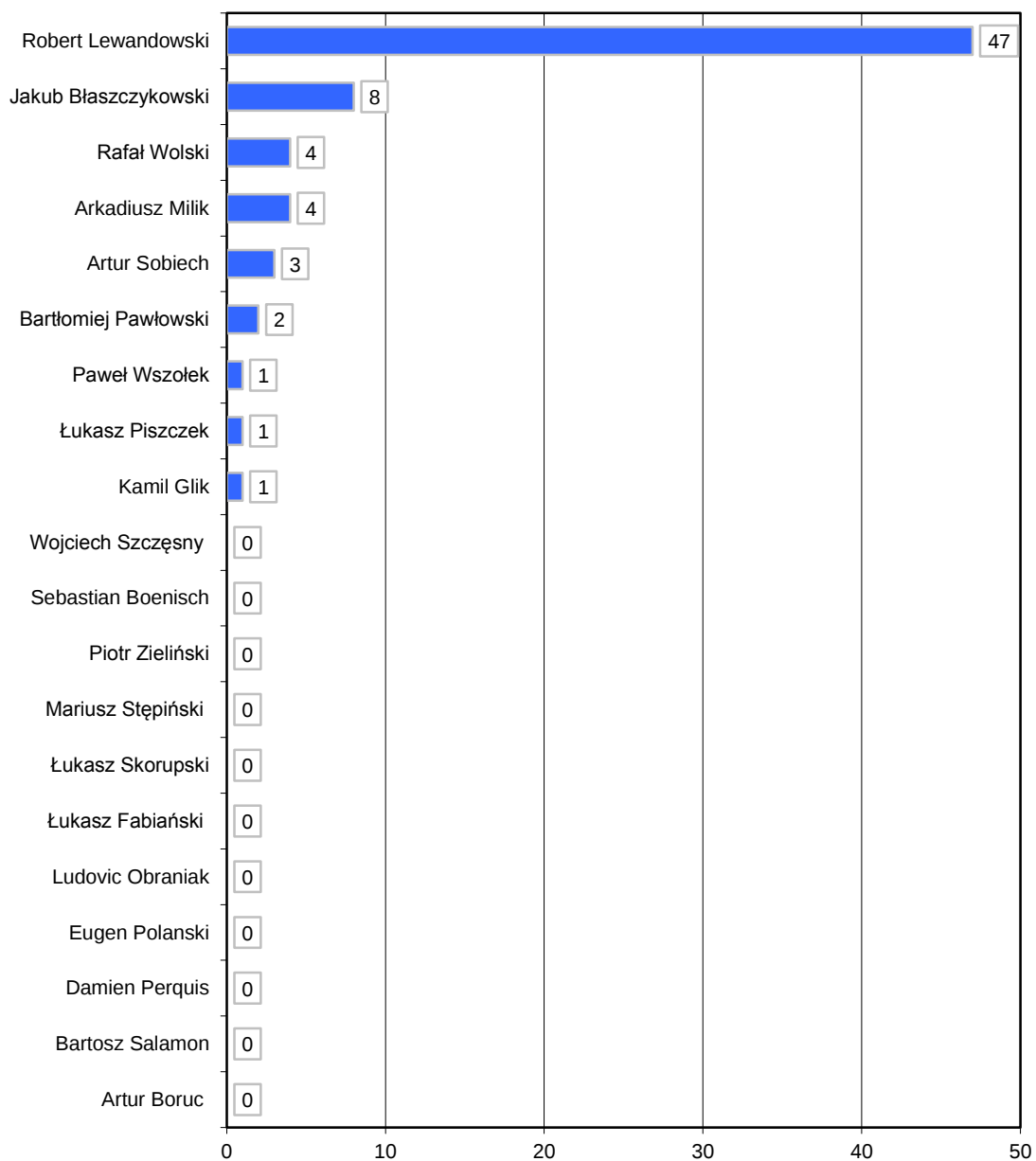
Wykres 22. Suma publikacji prasowych na temat polskich piłkarzy występujących w klubach z lig europejskich



Wykres 23. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat polskich piłkarzy występujących w klubach z lig europejskich



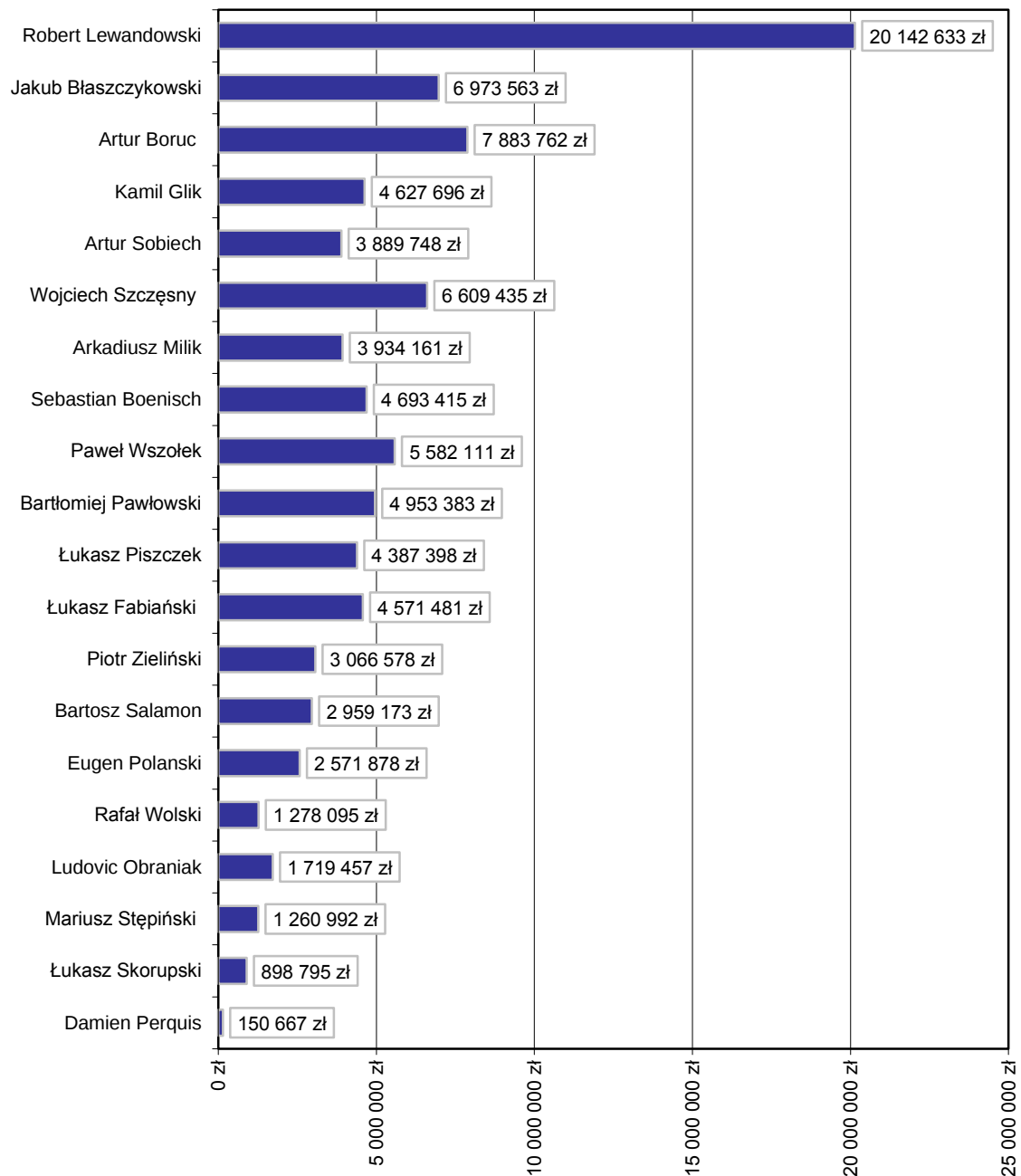
Wykres 24. Procentowy udział poszczególnych źródeł przekazu w całości zebranego materiału na temat polskich piłkarzy występujących w klubach z lig europejskich, w podziale na konkretne zespoły



Wykres 25. Liczba wystąpień na pierwszych stronach gazet

Opis wykresu: Zestawienie pokazuje, ile razy informacje o konkretnym piłkarzu, znalazły się na pierwszej stronie w tytule prasowym.

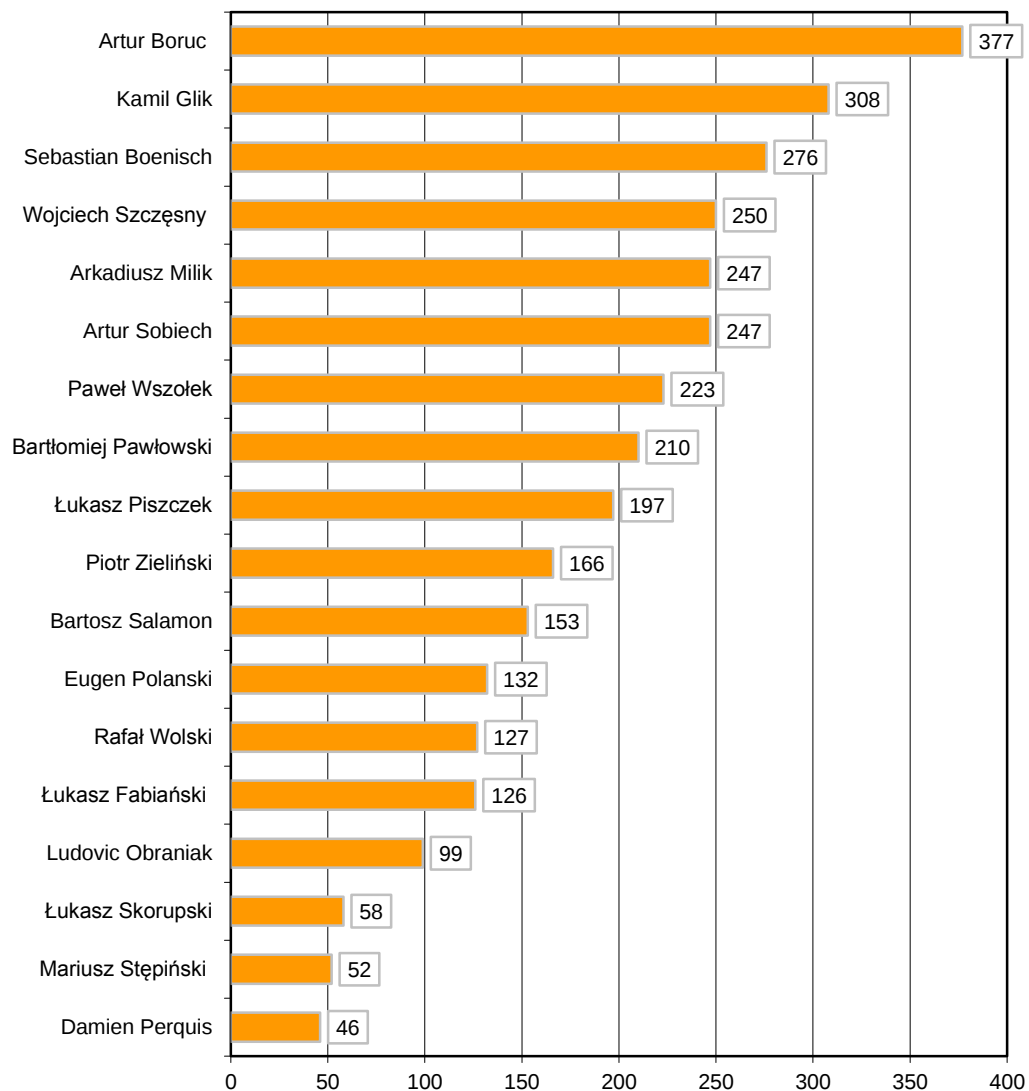
Ekwiwalent reklamowy



Wykres 26. Wycena publikacji prasowych na temat polskich piłkarzy występujących w klubach z lig europejskich

Opis wykresu: Zestawienie prezentuje wycenę publikacji prasowych, w których padło nazwisko przynajmniej jednego z analizowanych polskich piłkarzy.

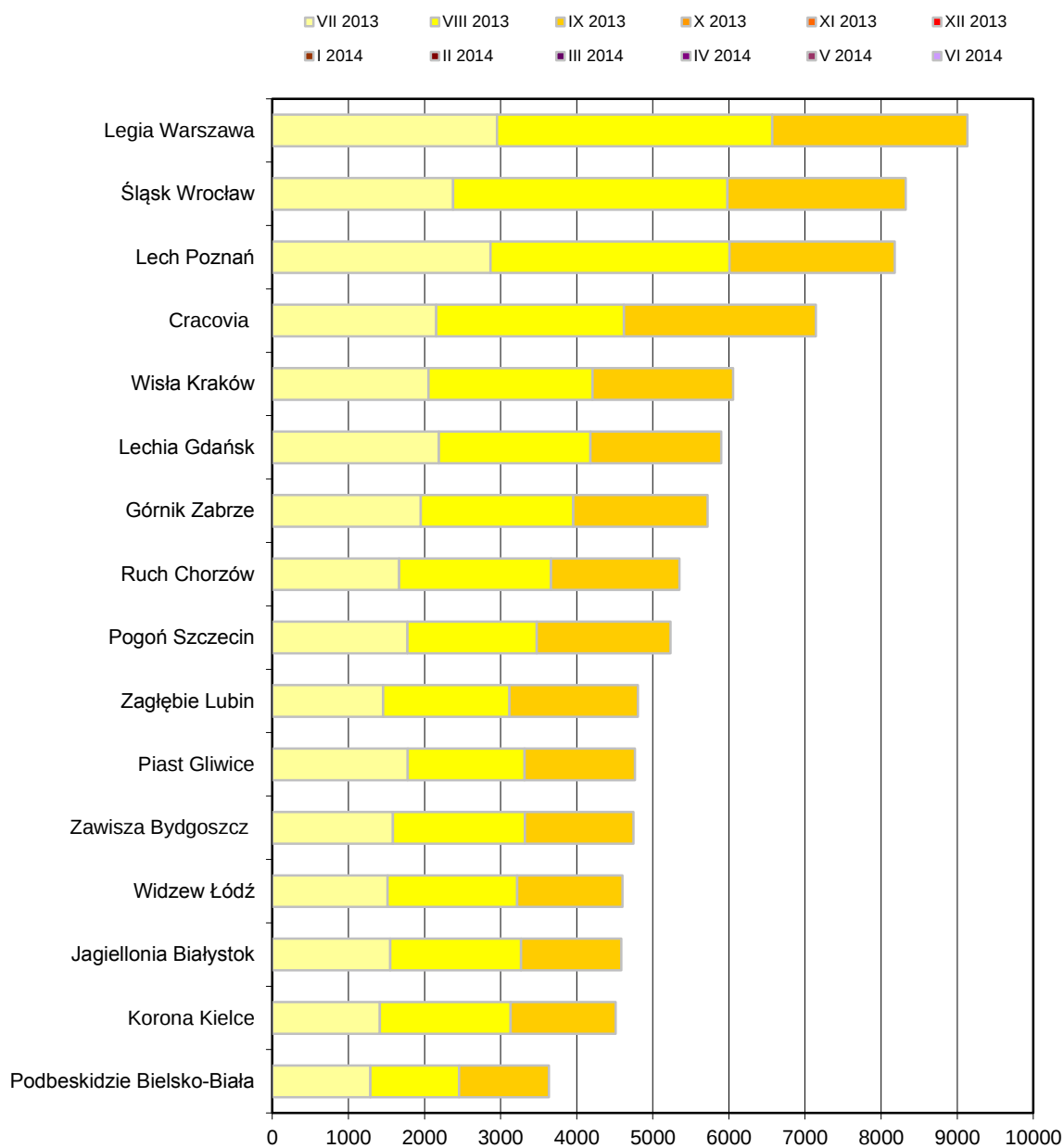
Internet



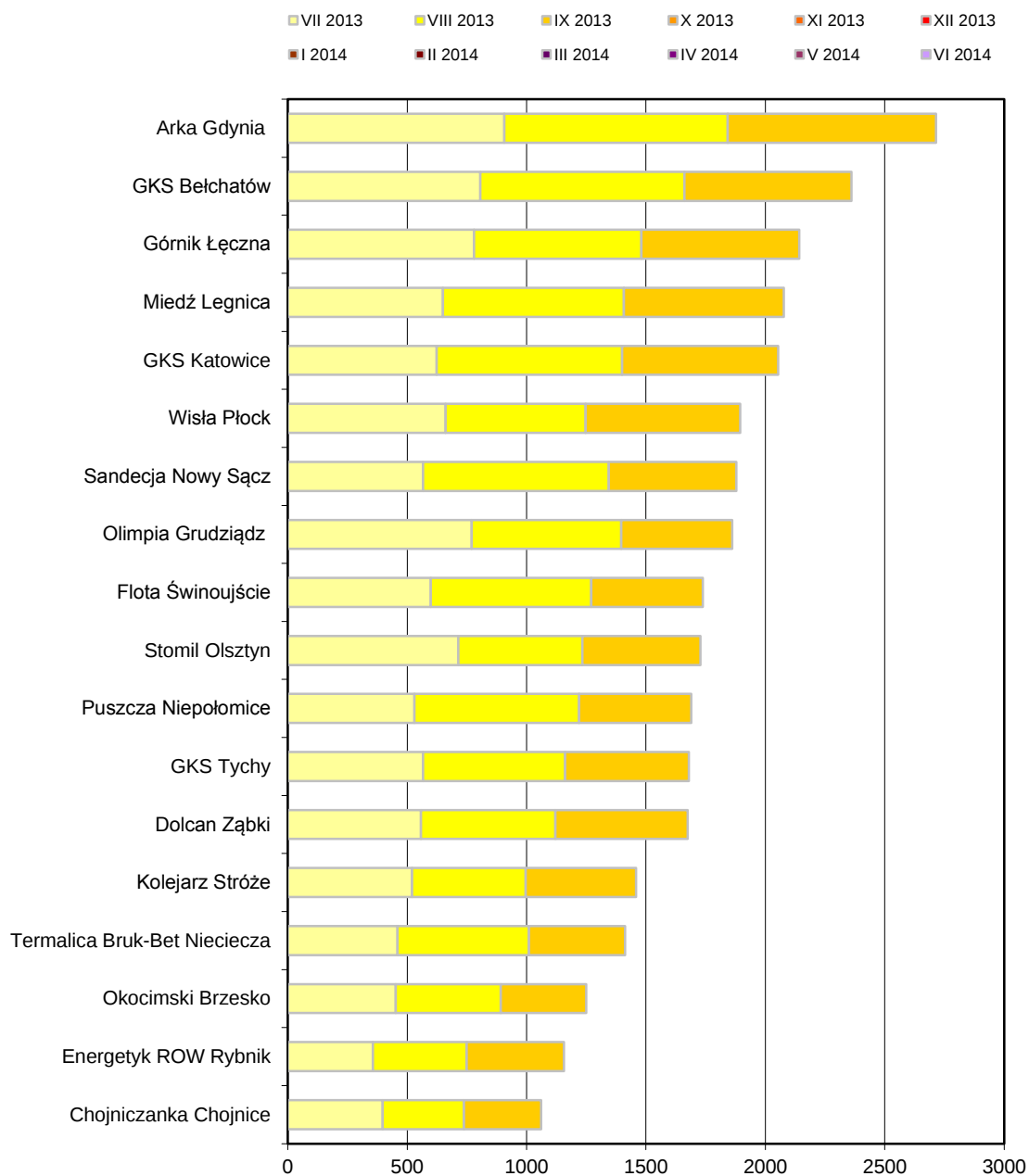
Wykres 27. Suma publikacji internetowych na temat polskich bramkarzy występujących w klubach z lig zachodnioeuropejskich

Rozdział VI – Podsumowanie

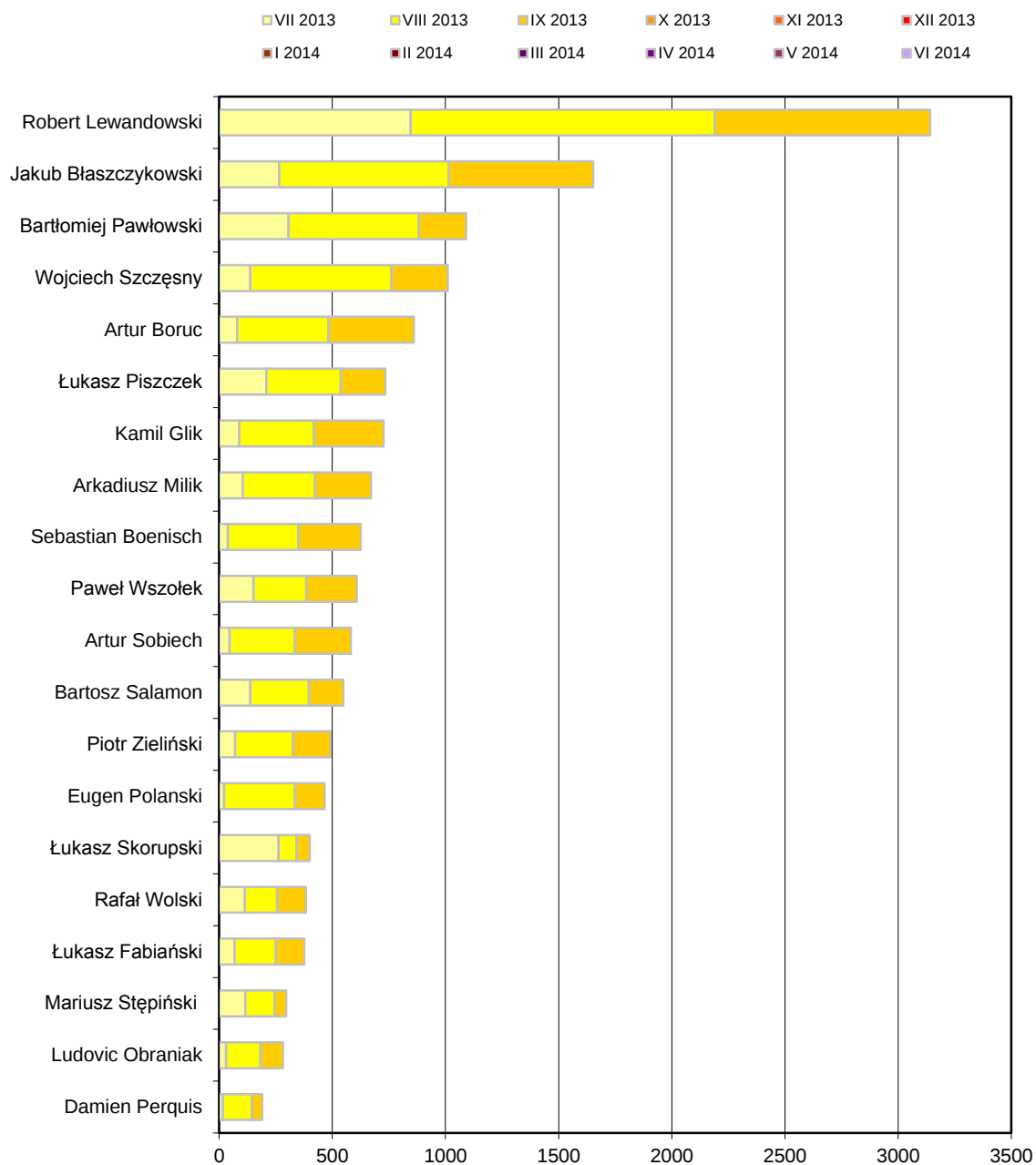
Prasa + internet



Wykres 28. Suma publikacji medialnych na temat klubów Ekstraklasy w podziale na miesiące



Wykres 29. Suma publikacji medialnych na temat klubów I ligi w podziale na miesiące



Wykres 30. Suma publikacji medialnych na temat polskich piłkarzy w podziale na miesiące



**PRESS
SERVICE**
monitoring mediów

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

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