Poznań, 12 sierpnia 2015 roku

INFORMACJA PRASOWA  
**Królowe polskiej polityki**  
Raport PRESS-SERVICE Monitoring Mediów na temat medialności Ewy Kopacz i Beaty Szydło

**Polską scenę polityczną po raz pierwszy zdominowały kobiety – Ewa Kopacz i Beata Szydło. Obie stały się faworytkami mediów. Na ich temat od początku lipca opublikowano w prasie, internecie i RTV 44 tys. materiałów, a w social media 298 tys. wzmianek - wynika z raportu „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów”.**

Przez ostatnie lata media nakręcał konflikt Donalda Tuska z Jarosławem Kaczyńskim. Panowie odeszli jednak w cień, a prym zaczęły wieść dwie kobiety – Ewa Kopacz i Beata Szydło. Wynik pojedynku pomiędzy nimi zaważy na losach polskiej polityki na lata.

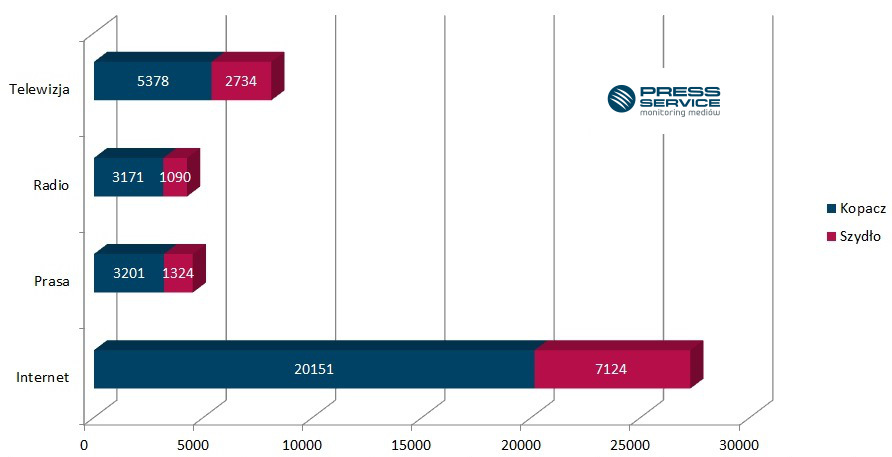
**Ewa Kopacz** **od dłuższego czasu** **jest liderem mediów**, choćby ze względu na pełnioną funkcję. Tymczasem **Beata Szydło wyłoniła się** **dopiero podczas wyborów prezydenckich** i praktycznie z dnia na dzień stała się jedną z najbardziej rozpoznawalnych twarzy w Polsce i bohaterką pierwszych stron gazet.



**Zdjęcie 1. Ewa Kopacz, Beata Szydło  
Źródło: materiały prasowe www.premier.gov.pl/ludzie/ewa-kopacz.html i www.beataszydlo.pl/**

Porównanie liczby materiałów z prasy, internetu i RTV opublikowanych na temat obu liderek politycznych w dniach 1 lipca – 9 sierpnia wskazuje na blisko **trzykrotnie większe zainteresowanie medialne premier RP – 31,9 tys. do 12,3 tys**. Największy udział w przekazie na temat Ewy Kopacz miały **internet** (63 proc.), a następnie telewizja (17 proc.). Prasa i radio informowały o działaniach polityka w równym stopniu – po 10 proc. Informacje na temat premier osiągnęły dużo wyższy ekwiwalent reklamowy – AVE na poziomie 284 mln złotych. Zdecydowana **większość przekazu na temat Kopacz należała do** **mediów ogólnopolskich** – 74 proc.

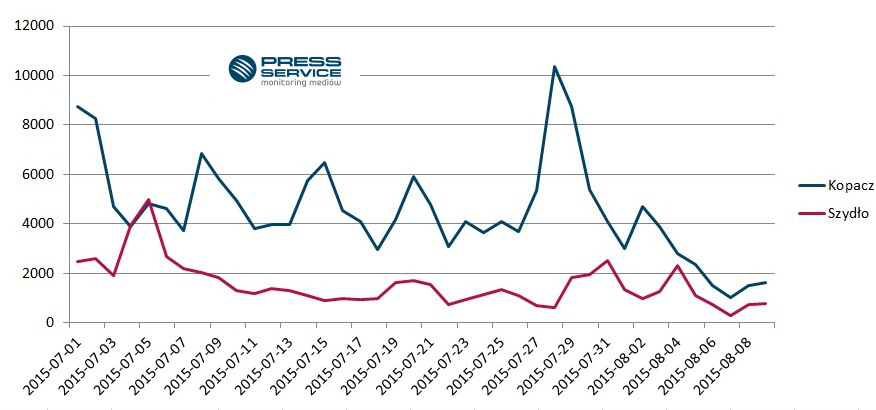
Rozkład doniesień medialnych podobnie wygląda w przypadku Beaty Szydło. **Najchętniej pisali o niej redaktorzy portali internetowych** (58 proc.), a następnie telewizyjni (22 proc.). 11 proc. przekazu należało do prasy, a 9 proc. do radia. Ekwiwalent reklamowy publikacji oszacowano na blisko 145 mln złotych. O reprezentantce PiS również zdecydowanie częściej informowano w mediach ogólnopolskich – 78 proc.



**Wykres 1. Liczba publikacji z prasy, internetu i RTV, w których wystąpiły Kopacz i Szydło w dniach 01.07-09.08.2015 r.**

**Na Facebooku popularniejsza Ewa Kopacz**

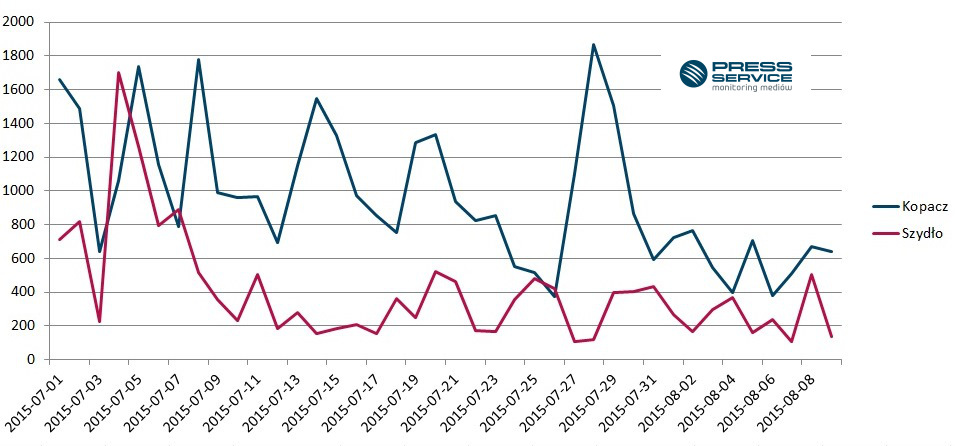
W trakcie analizowanego okresu internauci zdecydowanie częściej pisali na Facebooku o premier RP. Średnio **dziennie liczba wpisów i komentarzy na jej temat wyniosła 4,7 tys**., a łącznie odnotowano aż 181,8 tys. materiałów! Największa aktywność przypadła na 29 lipca i dotyczyła **afery meblowej**. Z kolei **o Beacie Szydło pisano średnio dziennie ok. 1,6 tys. wzmianek.** Pik na jej temat odnotowano 5 sierpnia i wyniósł on 5 tys. publikacji – tylko tego dnia użytkownicy portalu Marka Zuckerberga częściej pisali o przedstawicielce Prawa i Sprawiedliwości niż o Ewie Kopacz.



**Wykres 2. Liczba wzmianek na Facebooku, w których wystąpiły Kopacz i Szydło w dniach 01.07-09.08.2015 r.**

**Dynamicznie na Twitterze**

Znacznie większe skoki aktywności dotyczyły Twittera. W przypadku Ewy Kopacz różnica w dziennej liczbie publikacji waha się nawet o 1400 wzmianek. Największy pik tak jak w przypadku Facebooka odnosił się do **afery meblowej**. Z kolei na temat Beaty Szydło ukazało się o połowę mniej twittów – 16 tys. Tylko na początku lipca zaobserwowano dużą aktywność względem polityka, w połowie miesiąca nastąpiła stagnacja.



**Wykres 3. Liczba wzmianek na Twitterze, w których wystąpiły Kopacz i Szydło w dniach 01.07-09.08.2015 r.**

*PRESS-SERVICE Monitoring Mediów wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa firmy: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów). W przypadku wykorzystania grafik należy wskazać źródło (nazwę firmy lub logotyp) przy każdym wykresie.*

Zapoznaj się z innymi raportami dla mediów: <http://psmm.pl/pl/raporty-specjalne>

Osoba do kontaktu:  
**Alicja Dahlke**   
specjalista ds. marketingu i PR  
mobile: +48 691 630 190  
tel. +48 61 66 26 005 wew. 128  
[adahlke@psmm.pl](mailto:adahlke@psmm.pl)

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów  
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14  
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)  
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)  
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)