PSMM
Monitoring & More

RAPORT
MEDIALNY

SZYMON HOŁOWNIA
w mediach

13 listopada – 4 grudnia 2023

METODOLOGIA BADANIA

Na podstawie materiałów medialnych zebranych od 13 listopada do 4 grudnia 2023 roku opracowano raport podsumowujący przekaz w mediach na temat Szymona Hołowni. Analizie poddano zarówno media tradycyjne (prasa, www, radio, telewizja), jak i media społecznościowe (wzmianki zawierające imię i nazwisko; w tym kanały własne polityka w social media).

BADANIE MEDIALNE

Analiza medialności Szymona Hołowni

ILE KOMUNIKOWANO

Dane zebrano z ponad 1000 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych, mediów społecznościowych oraz 200 stacji radiowych i telewizyjnych.

GDZIE KOMUNIKOWANO

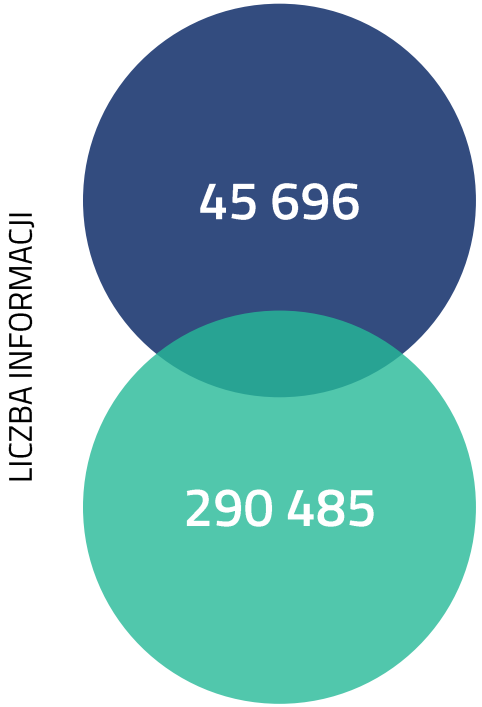
Analiza mediów, w których pojawiały się zagadnienia dotyczące rządowego programu w podziale na konkretne źródła.

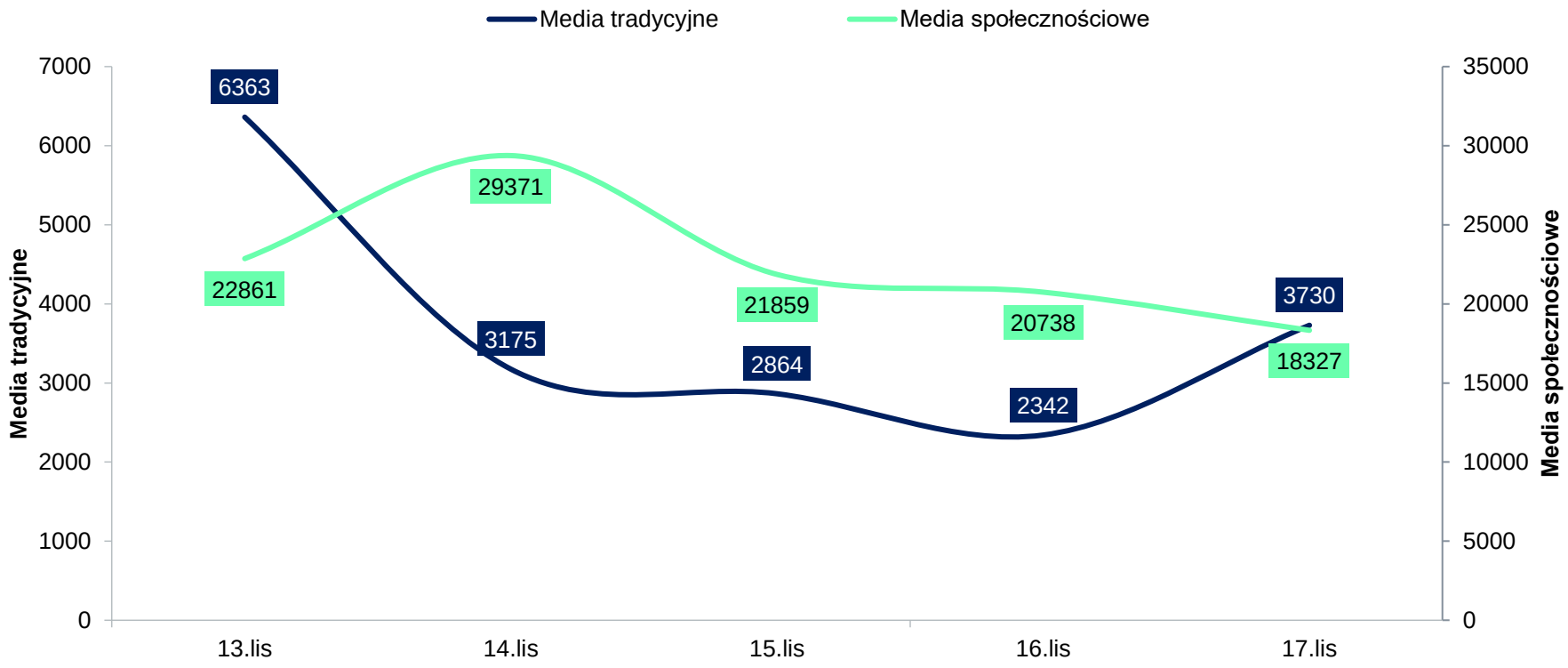
JAK KOMUNIKOWANO

Analiza jakościowa przekazu medialnego kreowanego przez dziennikarzy i internautów.

SZYMON HOŁOWNIA | LICZBA INFORMACJI

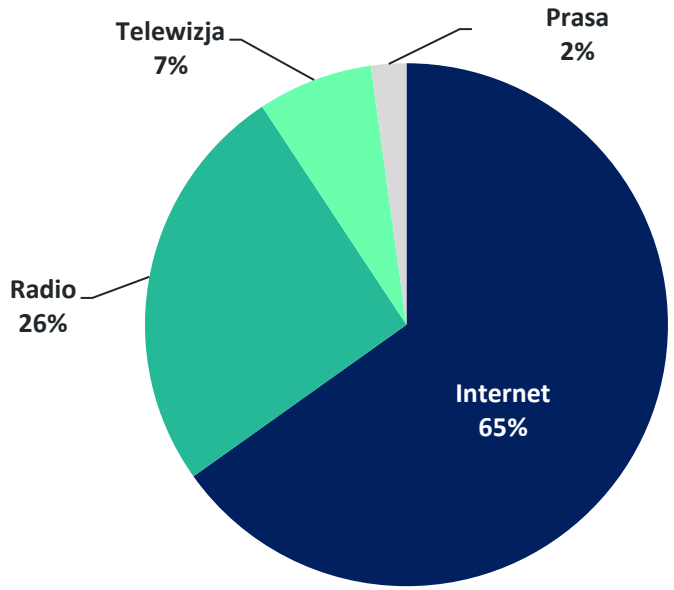
W okresie objętym analizą w mediach pojawiło się ponad **228,3 tys. wzmianek na temat Szymona Hołowni**. W mediach tradycyjnych publikacji odnotowano prawie **46 tys.** Z kolei w przestrzeni mediów społecznościowych zamieszczono **290,5 tys. postów i komentarzy** zawierających jego nazwisko. Najpopularniejszymi miejscami dyskusji na ten poltiyka temat były kolejno: X (Twitter), Facebook oraz YouTube, a dalej portale informacyjne, fora, blogi (komentarze pod artykułami), TikTok oraz Instagram. **Wartość AVE publikacji** w mediach tradycyjnych wyniosła **626,3 mln zł**, a w social media **45,2 mln zł.**



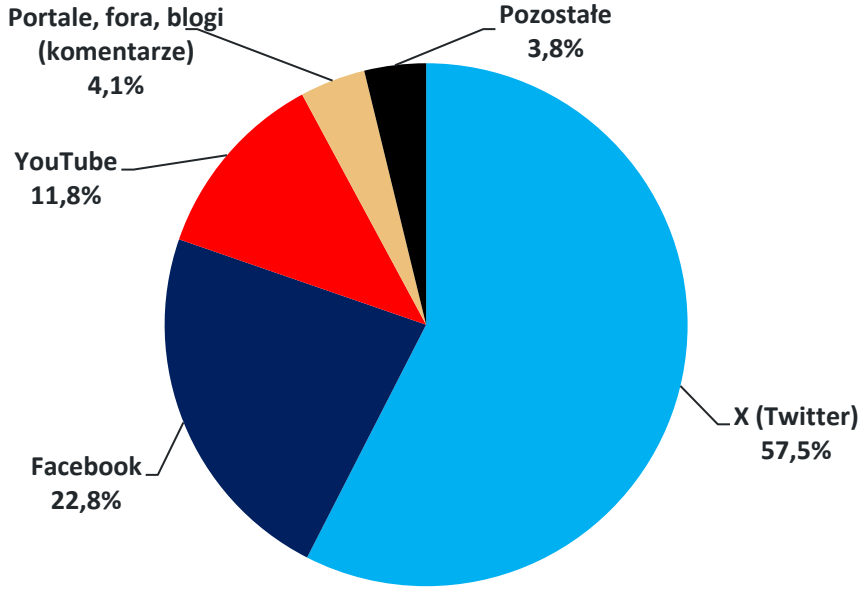


SZYMON HOŁOWNIA | UDZIAŁ PROCENTOWY PUBLIKACJI WG TYPU MEDIUM

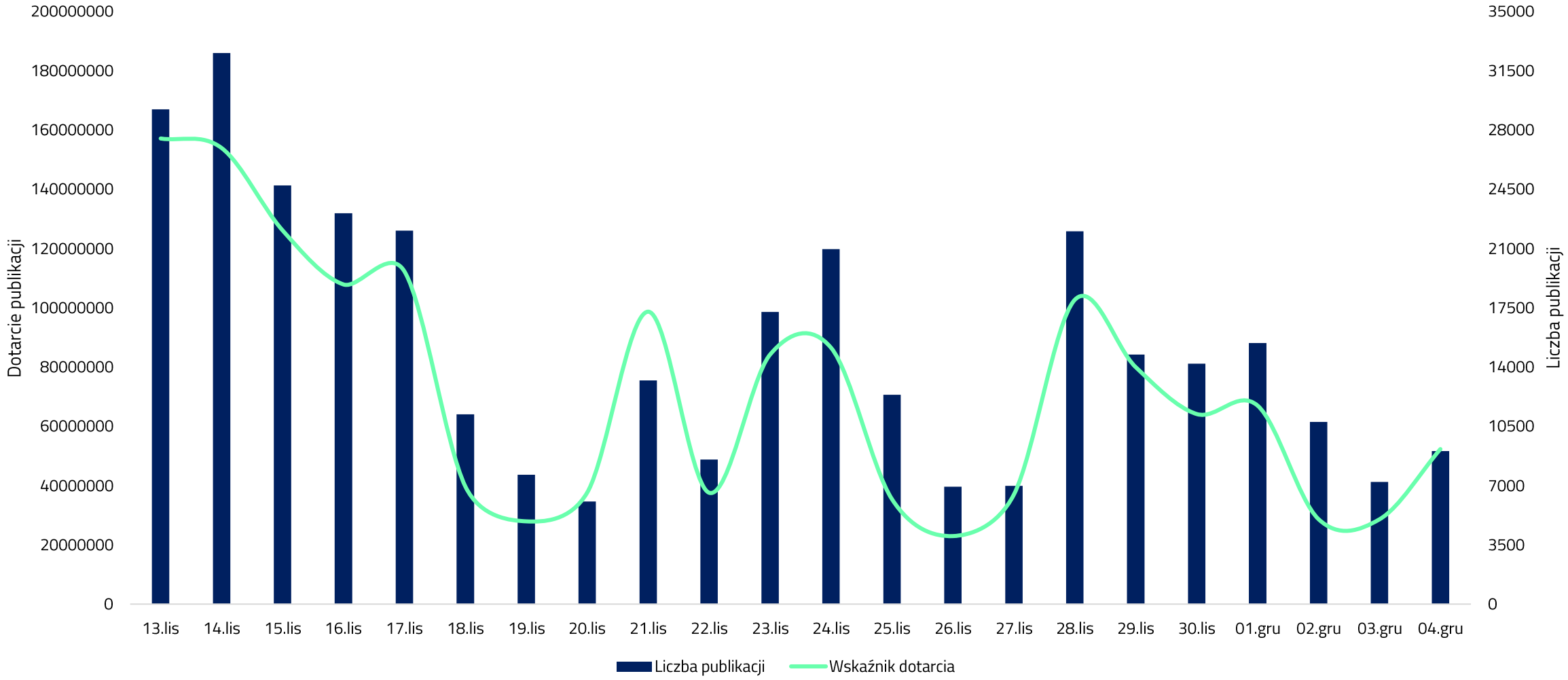
MEDIA TRADYCYJNE



MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

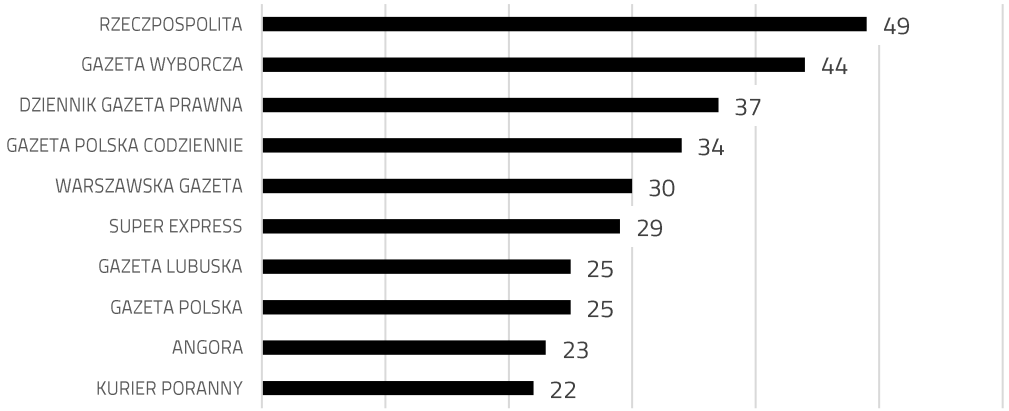


SZYMON HOŁOWNIA | LICZBA PUBLIKACJI I ICH DOTARCIE – WSZYSTKIE MEDIA ŁĄCZNIE

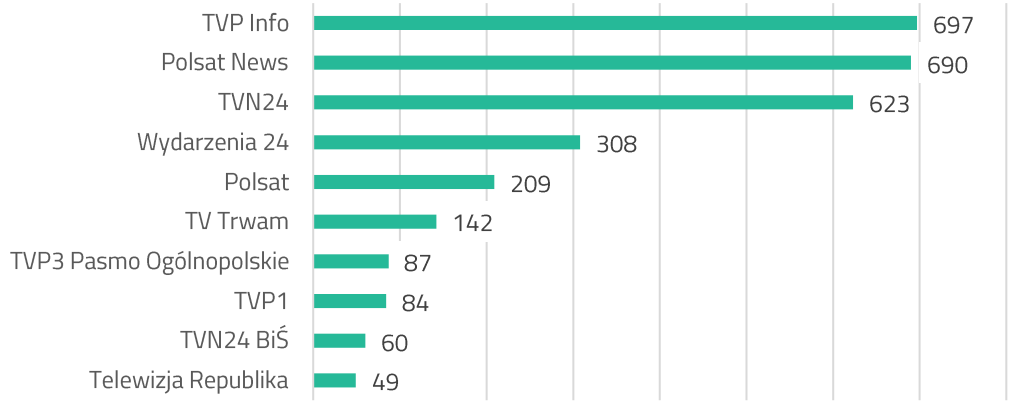


SZYMON HOŁOWNIA | NAJAKTYWNIEJSZE MEDIA WG TYPU

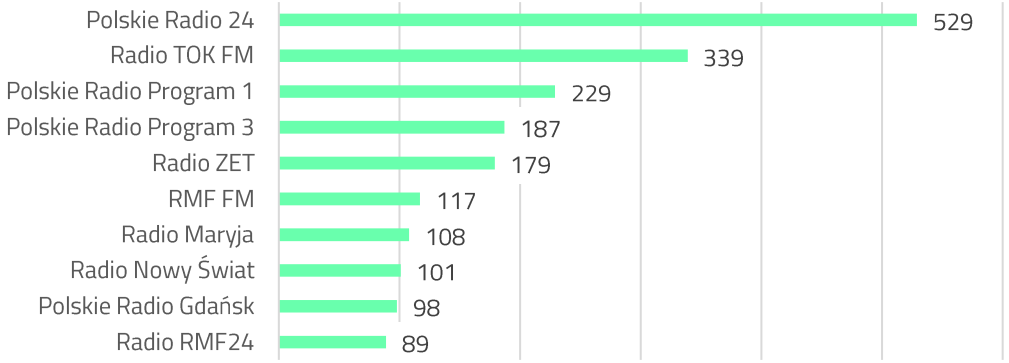
TOP 10 - PRASA



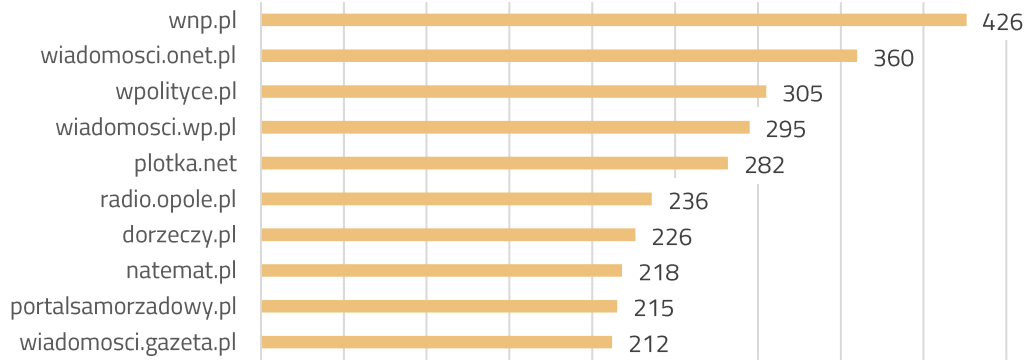
TOP 10 - TELEWIZJA



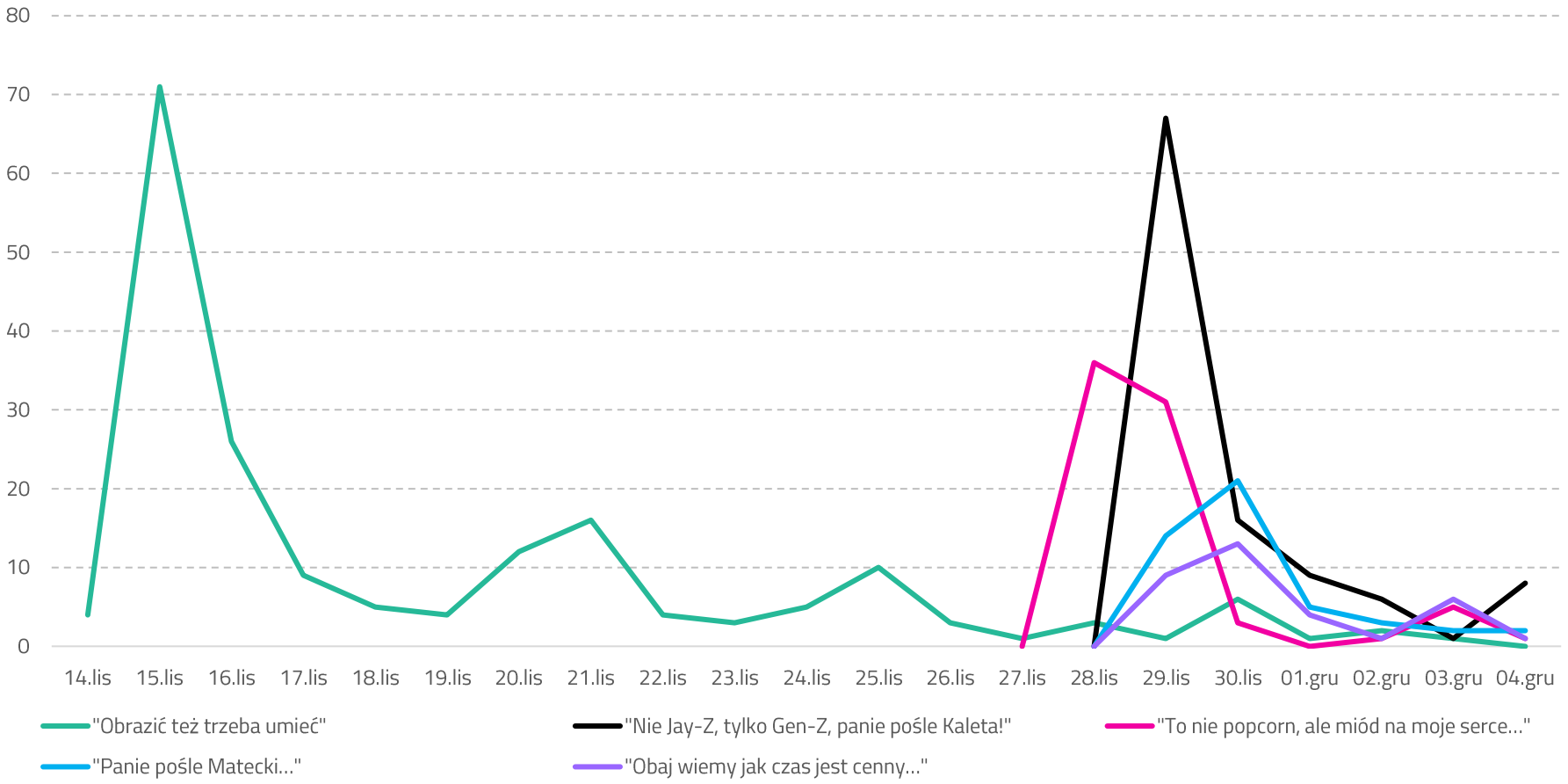
TOP 10 - RADIO



TOP 10 - INTERNET



SZYMON HOŁOWNIA | MEDIALNOŚĆ WYBRANYCH CYTATÓW (MEDIA TRADYCYJNE)



"Bardzo cenię państwa komentarze i uwagi, natomiast zwracam też uwagę z mojej perspektywy, że stają się odrobinę monotematyczne. Zachęcam do większej oryginalności, pracy intelektualnej. Obrazić też trzeba umieć." (dotarcie: 11,9 mln)

„Nie Jay-Z, tylko Gen-Z, panie pośle Kaleta!" (dotarcie: 9,4 mln)

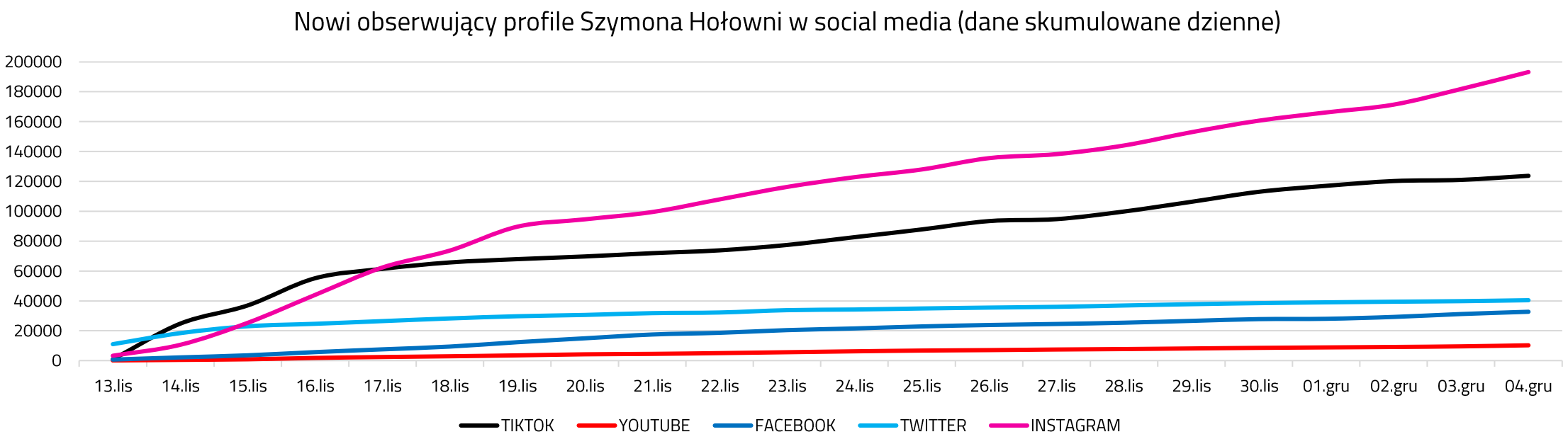
„To nie popcorn, ale miód na moje serce, co pan mówił o konieczności ciężkiej pracy w tej izbie, o tym, że ta izba powinna zajmować się problemami Polek i Polaków." (dotarcie: 5,1 mln)

„Panie pośle Matecki rozumiem, że występuje pan na sali w charakterze billboardu." (dotarcie: 3 mln)

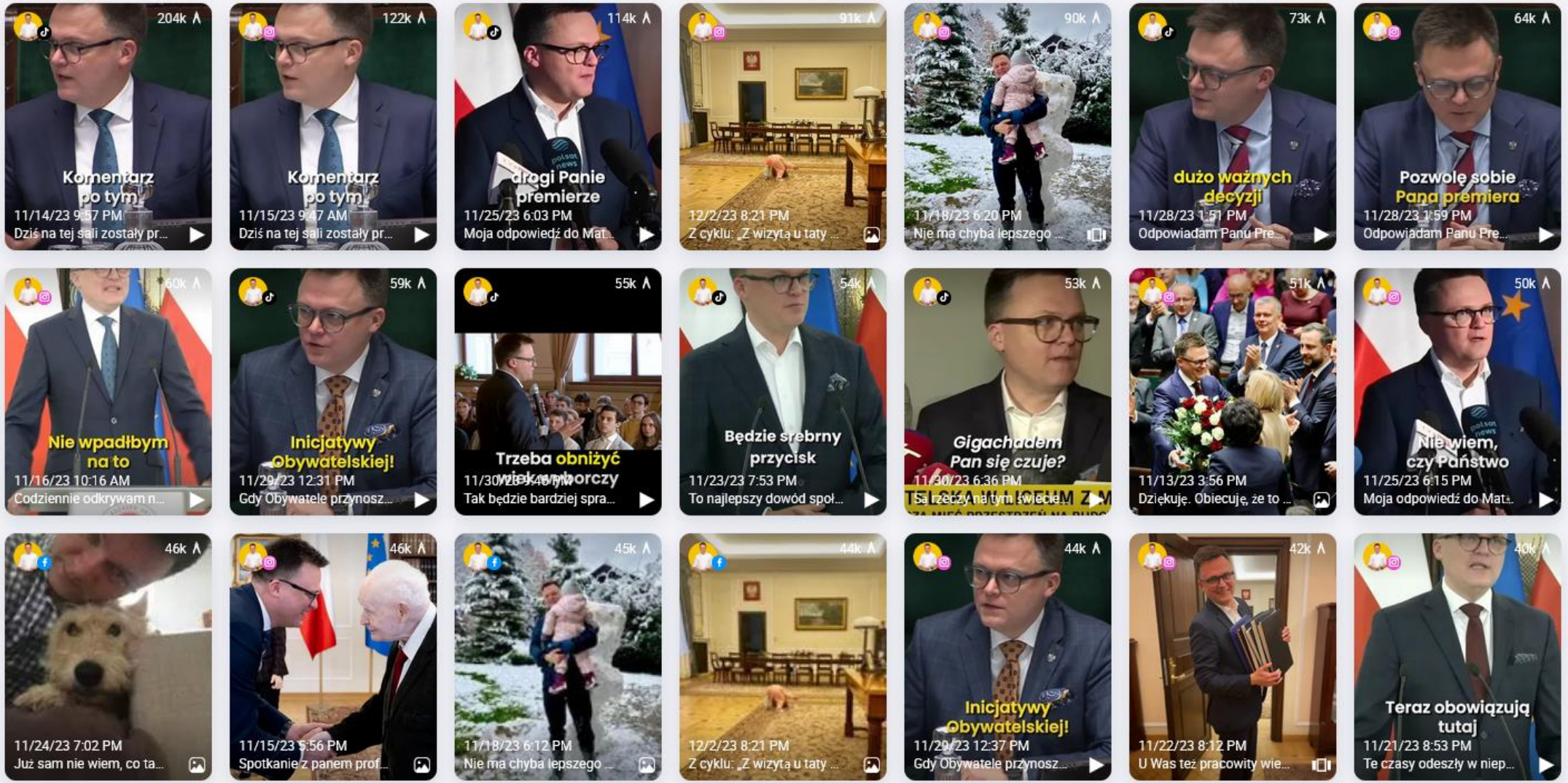
„Dziękuję, że restrykcyjnie przestrzegał pan limitu czasowego, pozostawił 3 minuty jeszcze swojej wypowiedzi. Obaj wiemy, jak czas jest cenny. Łączy nas wiele, obaj jesteśmy na określony czas na swoich funkcjach i znamy nazwiska swoich następców. Stąd porozumienie moje z panem premierem jest, można powiedzieć, pełne." (dotarcie: 3,9 mln)

SZYMON HOŁOWNIA | POPULARNOŚĆ KANAŁÓW WŁASNYCH W SOCIAL MEDIA

Portal	Fani na koniec okresu	Nowi obserwujący	Wpisy (aktywność)	Suma reakcji / interakcji	Wyświetlenia (X)
INSTAGRAM	511 535	193 236	25	945 307	-
TIKTOK	179 500	123 800	21	798 180	16 286 400
FACEBOO(K	1 068 429	32 733	12	232 143	-
X (TWITTER)	338 198	40 403	8	144 686	5 261 178
YOUTUBE	86 300	10 300	5	21 364	1 134 207



SZYMON HOŁOWNIA | NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE POSTY/WPISY NA KANAŁACH WŁASNYCH



SZYMON HOŁOWNIA | PRZYKŁADOWE MEMY

SZYMON HOŁOWNIA | PRZYKŁADOWE MEMY

PSMM
Monitoring & More

PSMM Monitoring & More | ul. Marcelińska 14, 60-801 Poznań
biuro@psmm.pl | www.psmm.pl