

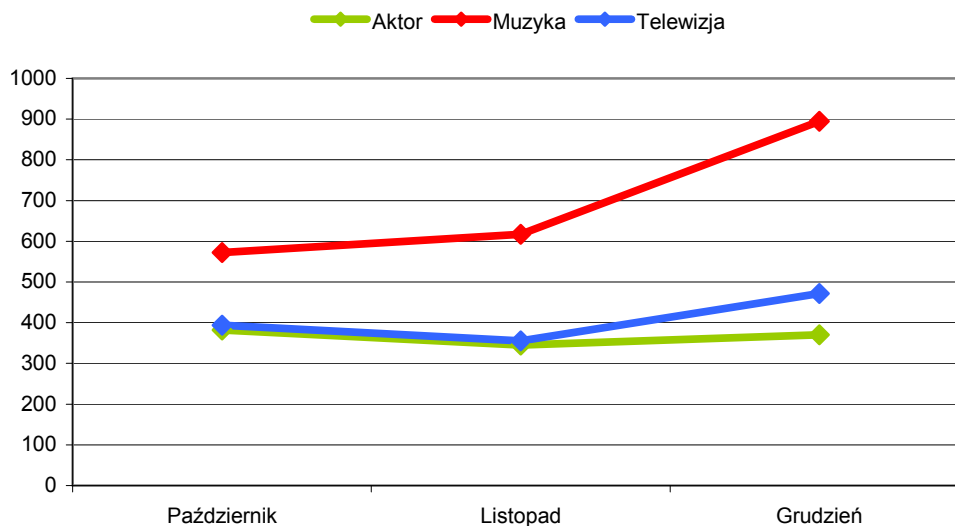


Celebryci w mediach
Raport statystyczny
X - XII 2009

Spis treści

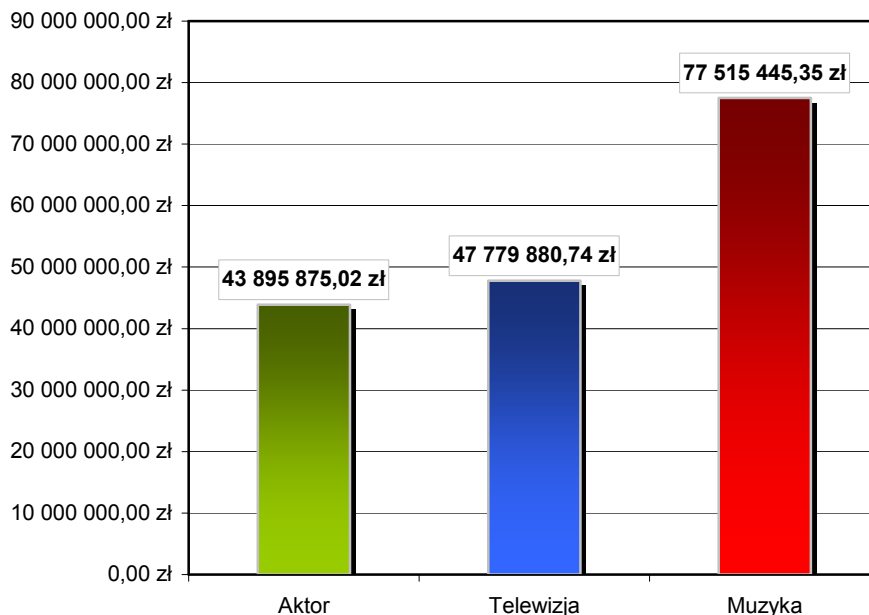
Spis treści	2
Zestawienia sumaryczne - TOP 3	3
Aktorzy - TOP 3	6
Przedstawiciele TV - TOP 3	9
Muzycy - TOP 3	12

Zestawienia sumaryczne - TOP 3



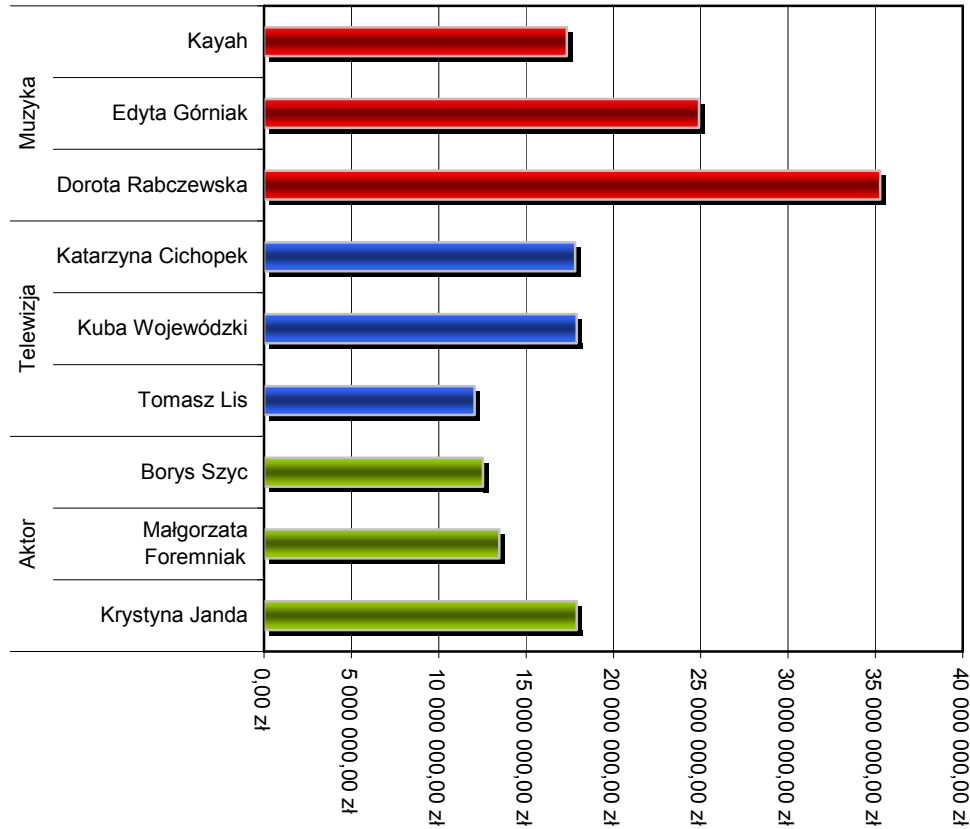
Wykres 1. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach, muzykach, przedstawicielach TV w podziale na analizowane grupy oraz miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

Opis wykresu: Wykres przedstawia trend ukazywania się liczby publikacji prasowych z uwzględnieniem trzech kategorii. Jak zwykle najbardziej dominującą kategorią jest „Muzyka”, w której nieodmiennie króluje Dorota Rabczewska. W tym kwartale zauważalny jest znaczący skok liczby publikacji w grudniu – w związku z widowiskowym sylwestrowym koncertem w Łodzi. Pozostałe kategorie utrzymywały bardziej równy poziom liczby publikacji. Jednak także w ich przypadku nastąpił niewielki wzrost w okresie świąteczno-noworocznym.

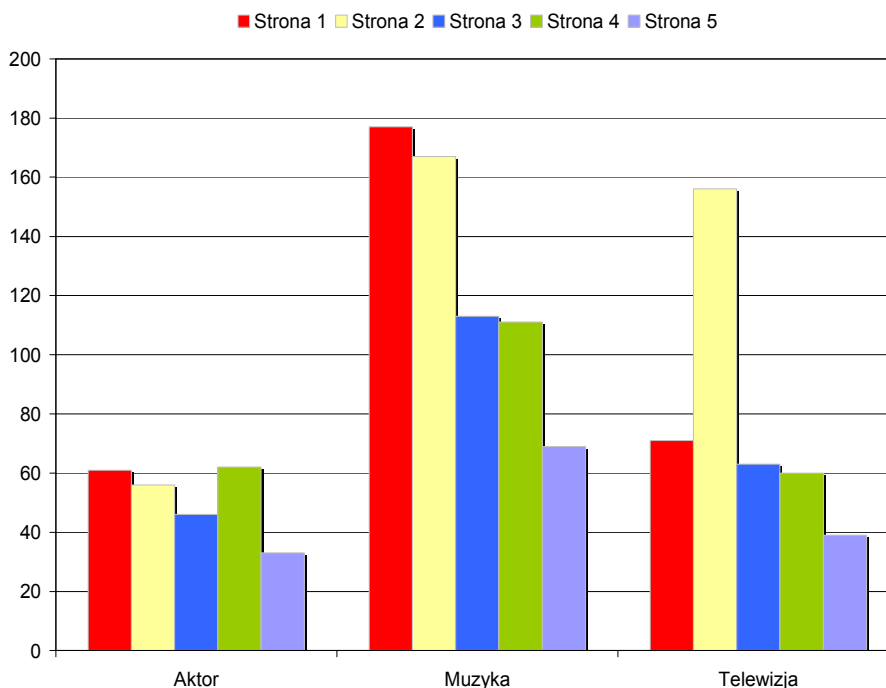


Wykres 2. Zsumowany ekwiwalent reklamowy dla najbardziej medialnych celebrytów w kategoriach Muzyka, Aktor i Telewizja; w okresie październik – grudzień 2009 (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

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

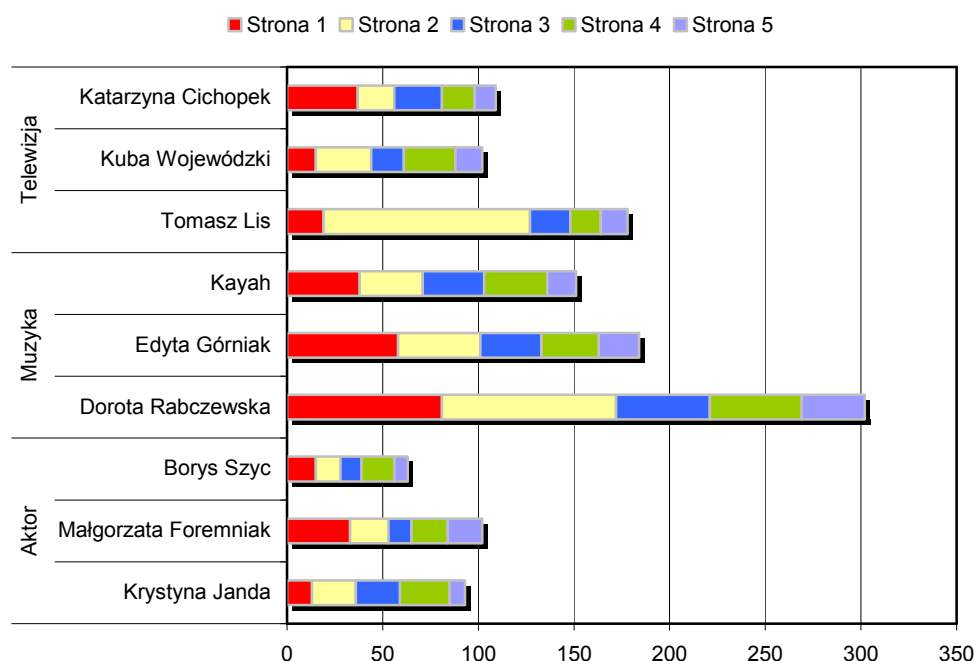


Wykres 3. Ekwiwalent reklamowy dla trzech najbardziej medialnych celebrytów w trzech kategoriach: Muzyka, Aktor i Telewizja; w okresie październik – grudzień 2009 (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).



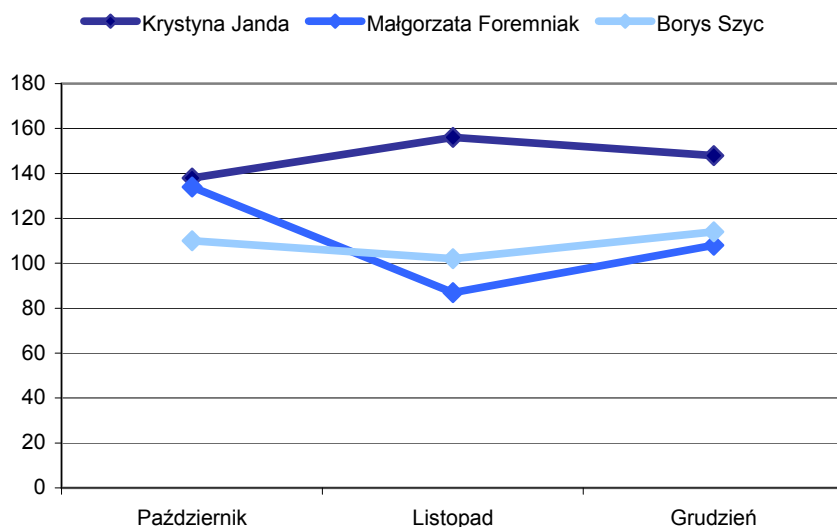
Wykres 4. Suma publikacji w okresie październik – grudzień 2009 w podziale na TOP 3 analizowanych grup z uwzględnieniem pierwszej, drugiej, trzeciej, czwartej i piątej strony w gazecie lub czasopiśmie (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

Opis wykresu: Pierwsze strony i okładki czasopism zdecydowanie należały do gwiazd muzyki. Zdominowały one zresztą całą czołówkę gazet. Dominacja „drugiej strony” w grupie „Telewizja” wynika z faktu, iż to właśnie na drugiej stronie publikowane są w prasie komentarze, recenzje i zapowiedzi programów telewizyjnych.

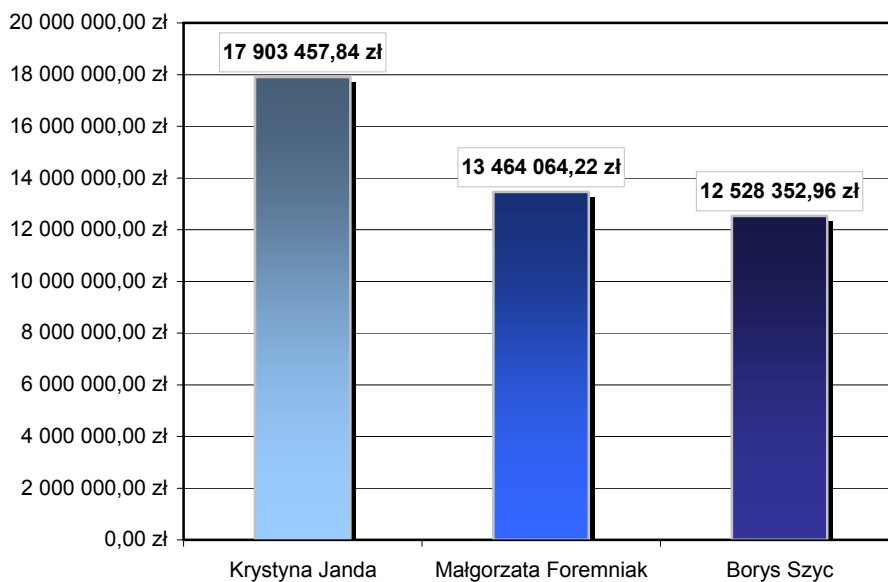


Wykres 5. Liczba publikacji w okresie październik – grudzień 2009 w podziale na TOP 3 analizowanych grup z uwzględnieniem pierwszej, drugiej, trzeciej, czwartej i piątej strony w gazecie lub czasopiśmie (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

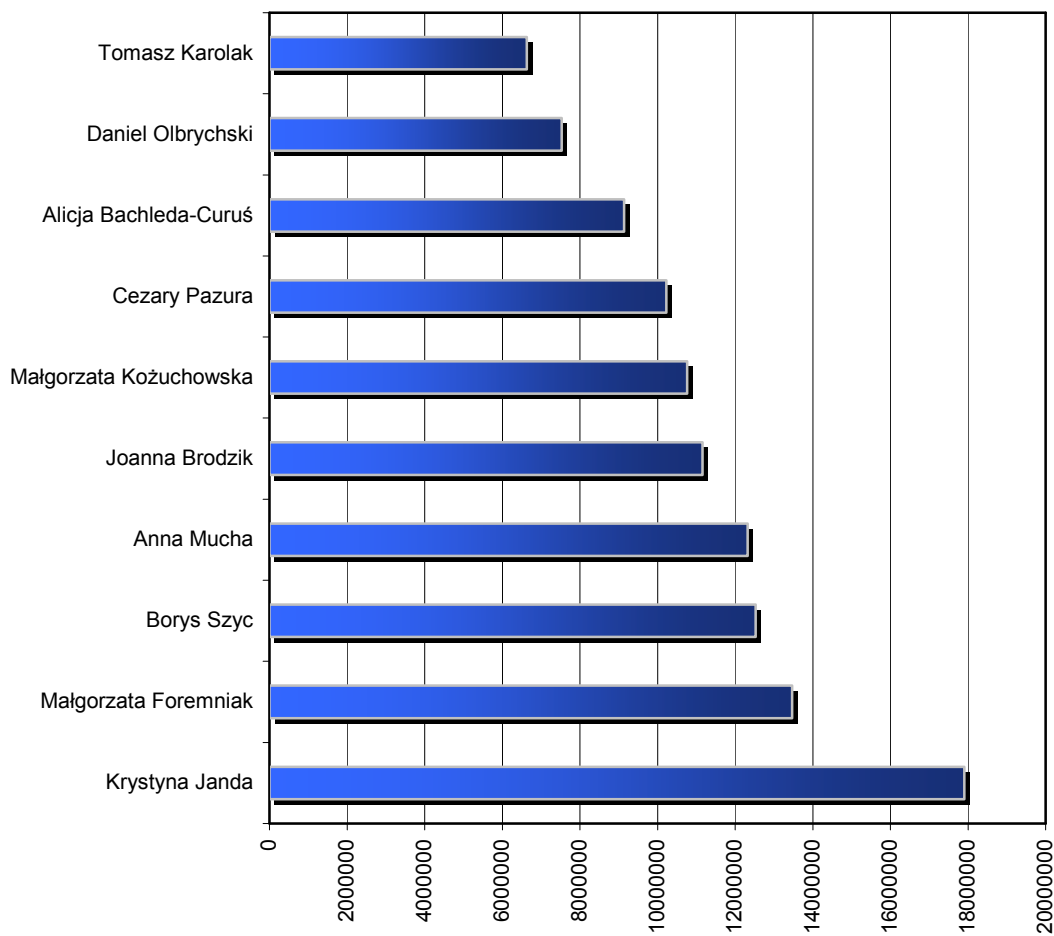
Aktorzy - TOP 3



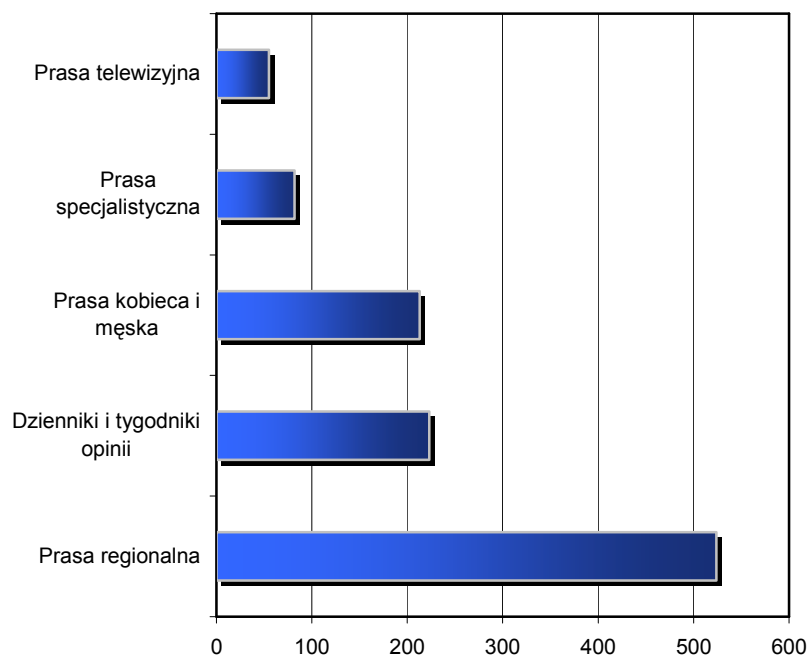
Wykres 6. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).



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

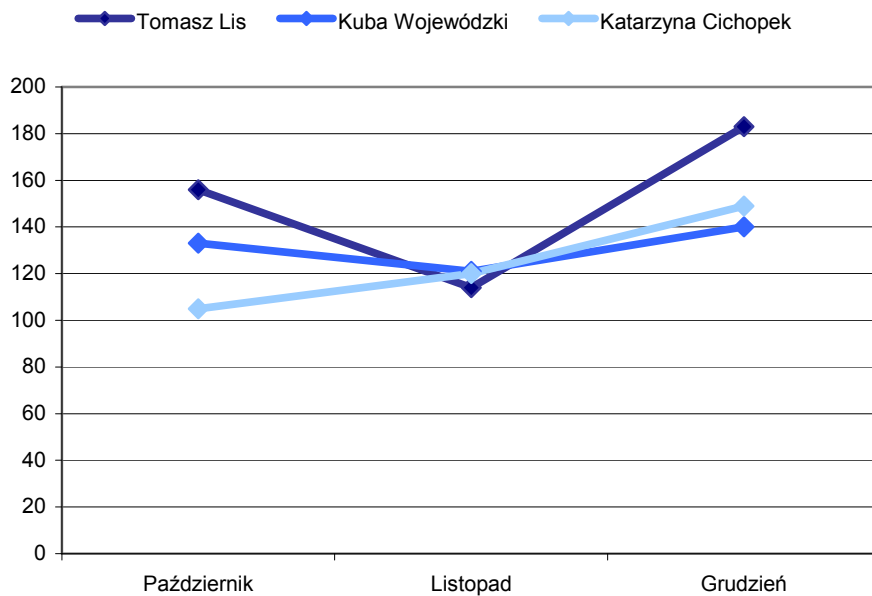


Wykres 8. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie październik – grudzień 2009 w podziale na TOP 10 aktorów (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

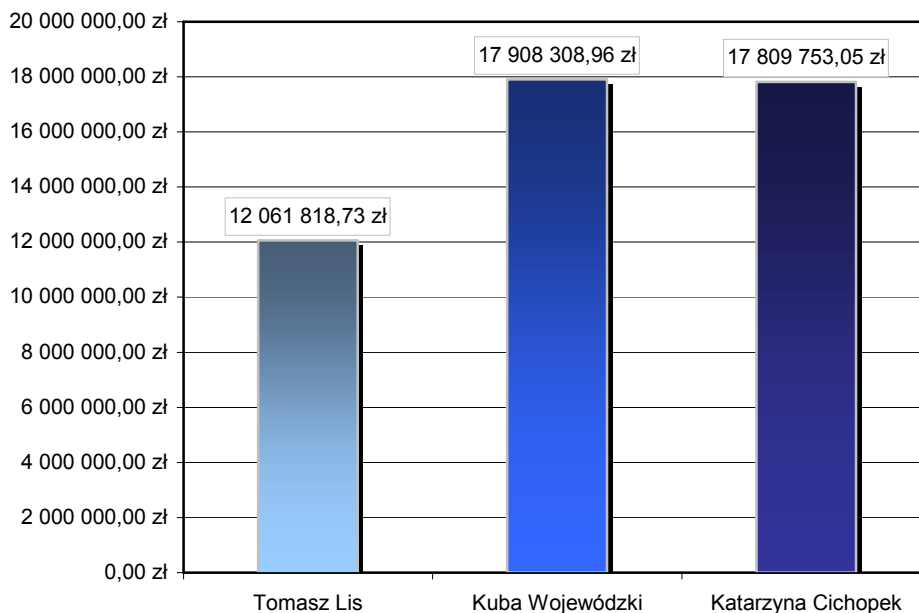


Wykres 9. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 aktorach w podziale na rodzaj tytułów prasowych (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

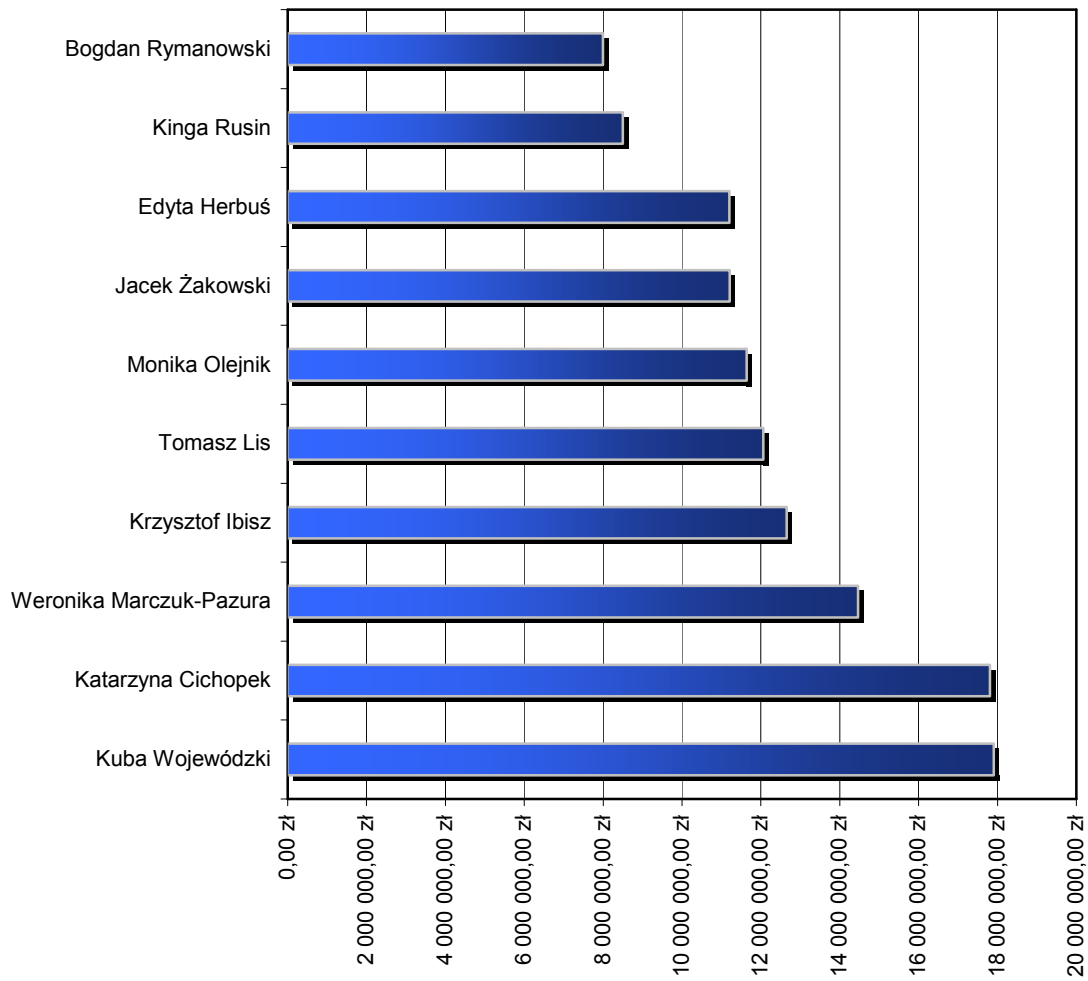
Przedstawiciele TV - TOP 3



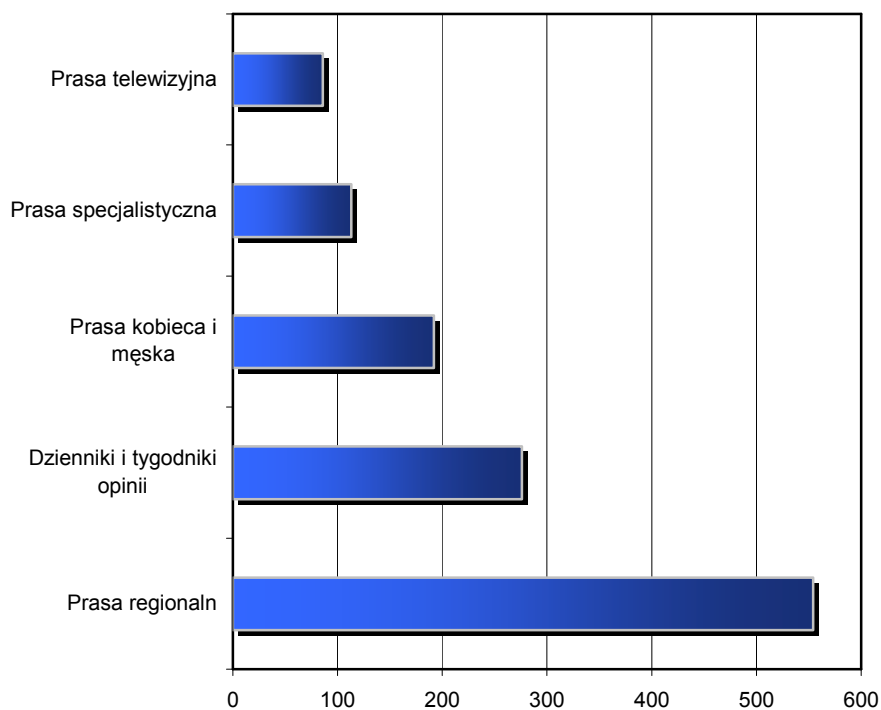
Wykres 10. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 przedstawicielach TV w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).



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

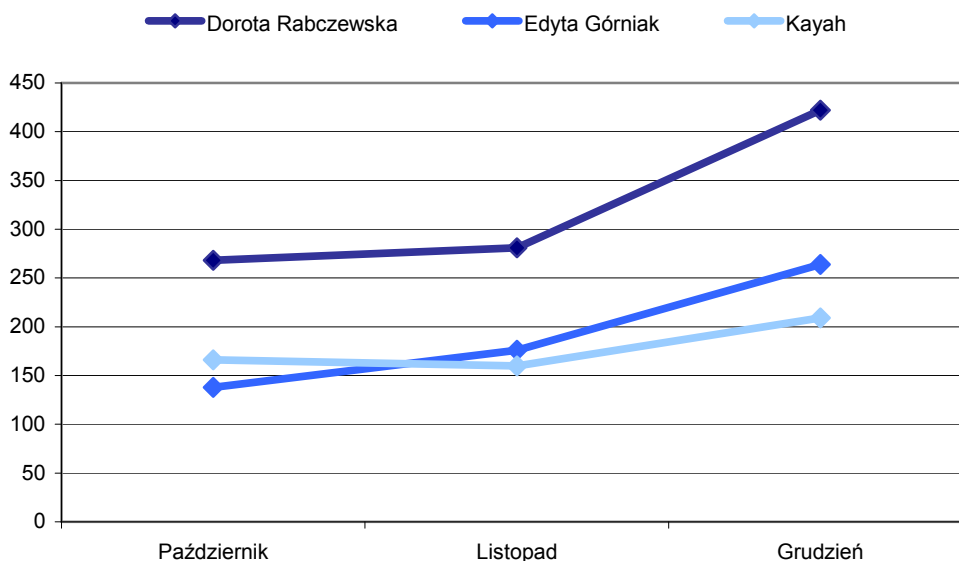


Wykres 12. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie październik – grudzień 2009 w podziale na TOP 10 przedstawicieli TV (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

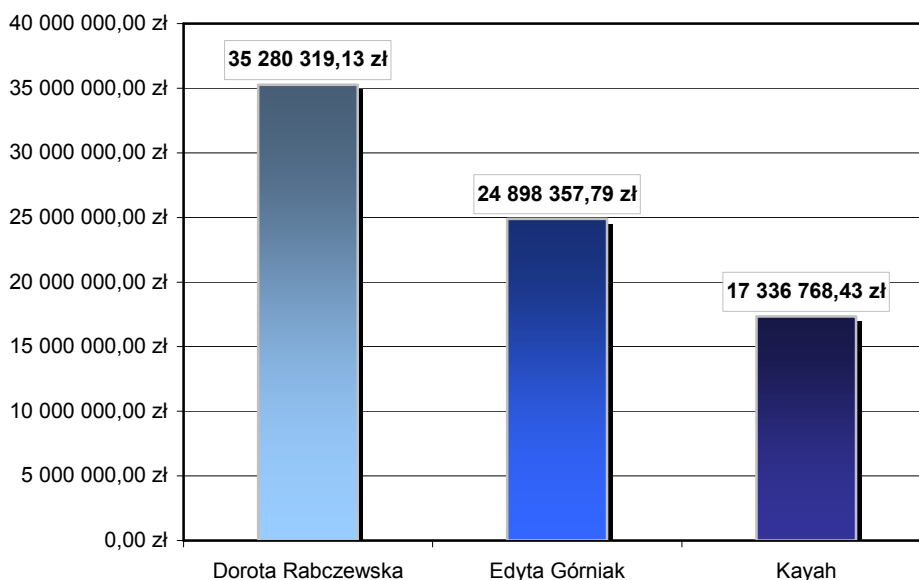


Wykres 13. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 przedstawicielach TV w podziale na rodzaj tytułów prasowych (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

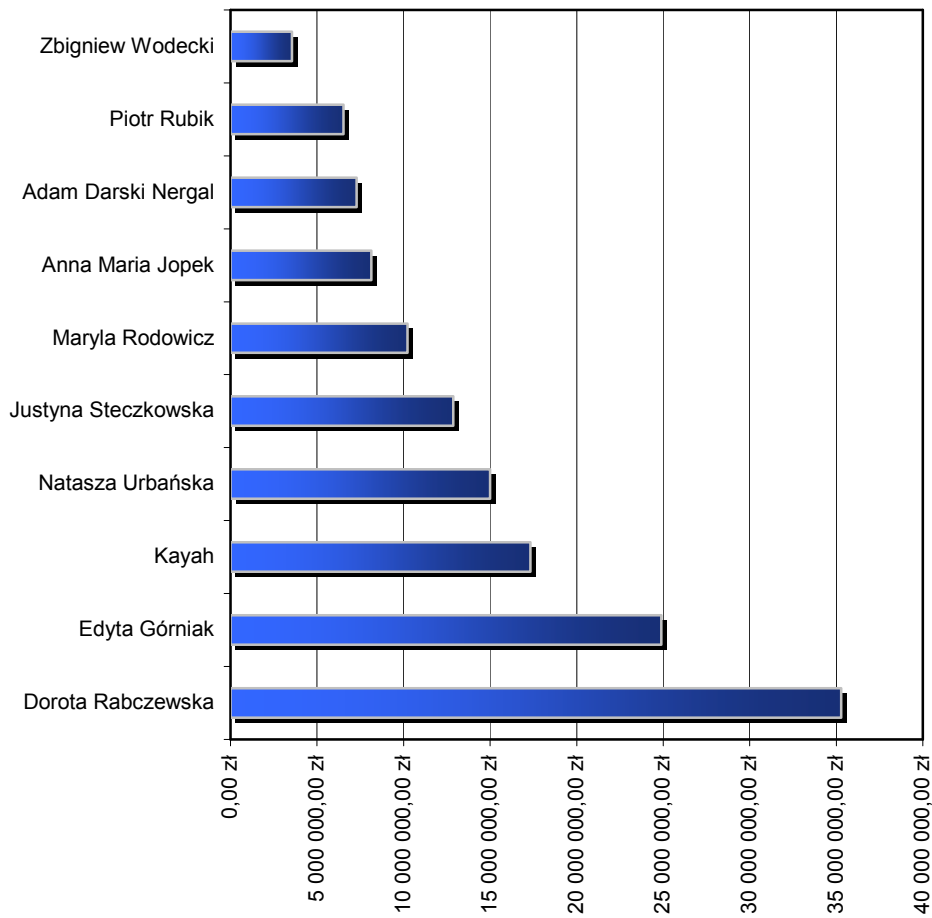
Muzycy - TOP 3



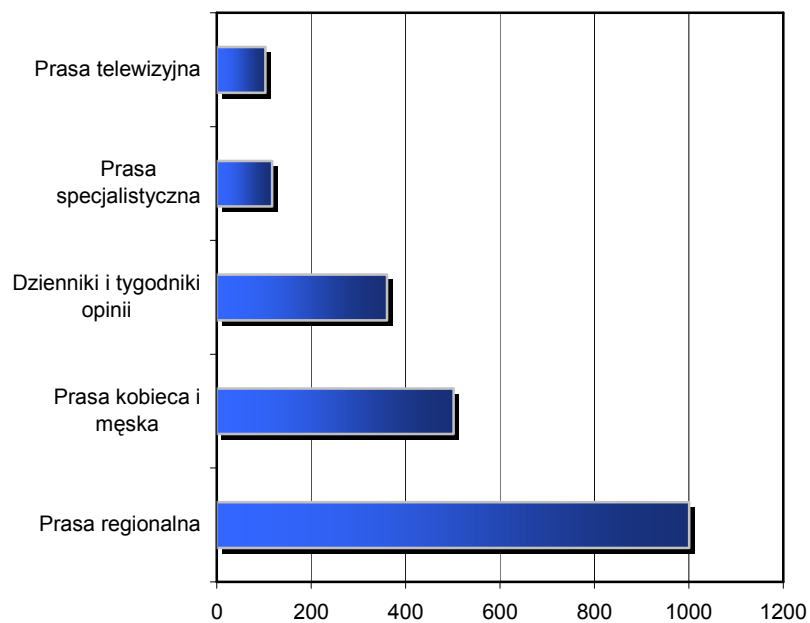
Wykres 14. Liczba publikacji prasowych o TOP 3 muzykach w podziale na analizowane miesiące (na podstawie monitoringu PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).



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



Wykres 16. Suma ekwiwalentu reklamowego w okresie październik – grudzień 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