



**Powiat Olsztyński**



**PSMM**  
Monitoring & More

# SZLAK ŚWIĘTEJ WARMII

ANALIZA MEDIALNA | 2022



# WSTĘP

Przeprowadzone badanie dotyczy obecności medialnej Szlaku Świętej Warmii w okresie od stycznia do grudnia 2022 roku. Analizie poddano materiał pochodzący z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych, najważniejszych mediów społecznościowych oraz 100 stacji radiowych i telewizyjnych.

Odnotowane publikacje podzielono ze względu na: wydźwięk medialny (na materiały pozytywne, negatywne, neutralne), wielkość (na artykuł, notkę, wzmiankę), rodzaj medium (na internet, prasę, radio, telewizję) oraz profil medium (na media specjalistyczne, regionalne, ogólnoinformacyjne, ekonomiczne).

Zgromadzony materiał przeanalizowano za pomocą technik służących badaniu efektywności działań PR. W tym celu użyto wskaźników: zasięgu, dotarcia przekazu do odbiorcy oraz zweryfikowanego ekwiwalentu reklamowego.





# METODOLOGIA

- **Wydźwiękiem** medialnym nazwano potencjalny wpływ publikacji na kształtowanie w mediach wizerunku badanego podmiotu. Stąd podział na wydźwięki:
  - **pozytywny** – kiedy dany przekaz może wpłynąć korzystnie na obraz medialny podmiotu
  - **negatywny** – kiedy dany przekaz jest niekorzystny dla wizerunku analizowanego podmiotu i może przyczynić się do pogorszenia jego obrazu medialnego
  - **neutralny** – kiedy dany przekaz nie ma pozytywnego ani negatywnego wpływu na wizerunek marki lub informacje pozytywne i negatywne zamieszczone w publikacji równoważą się.
  
- **Wielkością** publikacji nazwano obszar, jaki zajmuje informacja o analizowanym podmiocie. Stąd podział na:
  - **artykuł** – najobszerniejsza publikacja medialna. W przypadku prasy i internetu określa materiały przekraczające pół strony formatu A4, a także te prezentowane na jednej lub więcej kolumnach. W odniesieniu do materiałów radiowo-telewizyjnych artykuły odnoszą się do informacji trwających co najmniej 30 sekund.
  - **notkę** – informacja medialna średniej wielkości. W przypadku prasy i internetu publikacja taka nie przekracza pół strony formatu A4, a w przypadku informacji radiowych i telewizyjnych są to materiały trwające co najmniej 15 sekund.
  - **wzmiankę** – jest to oznaczenie dla materiałów najkrótszych, często jedno- lub kilkudzaniowych, które jedynie wspominają o analizowanym podmiocie. W przypadku informacji radiowych i telewizyjnych są to materiały trwające krócej niż 15 sekund.
  
- **Dotarcie** - wskaźnik pozwalający na oszacowanie realnej liczby kontaktów z pojedynczą publikacją. Dotarcie jest przypisane do konkretnej publikacji. Różni się od Zasięgu wprowadzeniem zmiennych odnoszących się do realnych zachowań odbiorców – sposobów i częstotliwości korzystania z kanałów przekazu.
  
- **Ekwiwalent reklamowy (AVE)** – wycena danego przekazu określana w pieniądzu (w złotych). Polega na szacowaniu wartości publikacji lub emisji danego przekazu na podstawie cenników reklamowych medium, powierzchni publikacji, liczby odstów, liczby unikatowych użytkowników, czy czasu trwania programu. Wyraża sumę środków finansowych, jakie trzeba byłoby wydać, gdyby dany materiał był reklamą.

W wycenie **zweryfikowanej** szacowane są jedynie fragmenty związane z analizowanym podmiotem. Dla informacji pozytywnych mnożnik wynosi 2, dla neutralnych 1, a dla negatywnych -1.

# PODSUMOWANIE PRZEKAZU

<b>MEDIA TRADYCYJNE</b>	<p><b>803</b></p> <p>Liczba publikacji medialnych</p>	<p><b>1 359 286</b></p> <p>Dotarcie przekazu</p>	<p><b>2 106 303 zł</b></p> <p>Wartość AVE przekazu</p>
<b>MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE</b>	<p><b>193</b></p> <p>Liczba postów i komentarzy</p>	<p><b>330 203</b></p> <p>Dotarcie przekazu</p>	<p><b>45 346 zł</b></p> <p>Wartość AVE przekazu</p>
<b>SUMA</b>	<p><b>996</b></p> <p>Całkowita liczba publikacji</p>	<p><b>1 825 417</b></p> <p>Całkowite dotarcie</p>	<p><b>2 151 649 zł</b></p> <p>Całkowita wartość AVE</p>

# PODSUMOWANIE PRZEKAZU W MEDIACH

803

LICZBA PUBLIKACJI

(prasa, www, rtv)

1 359 286

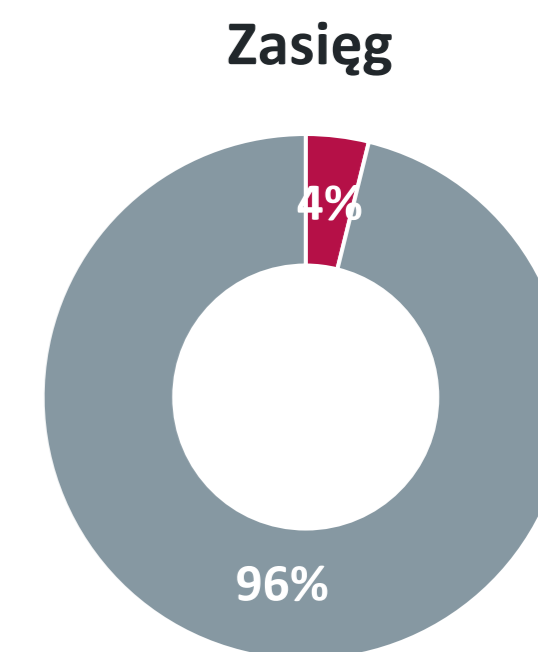
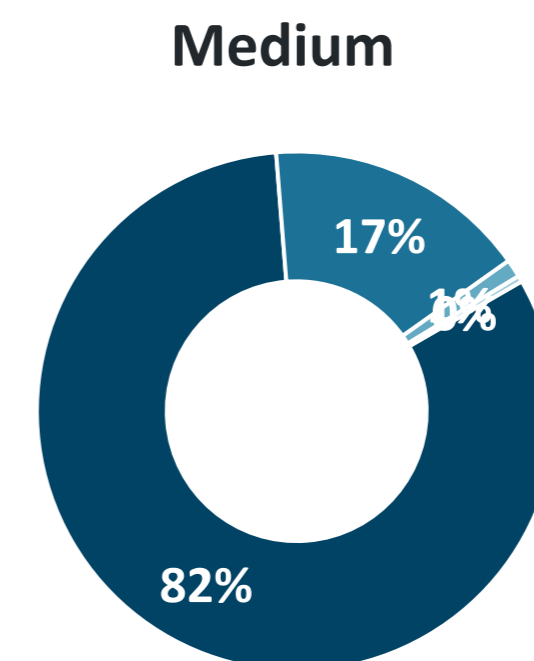
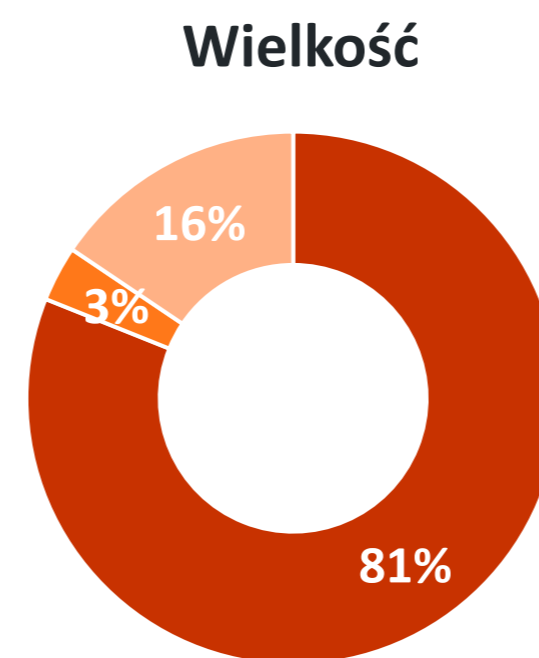
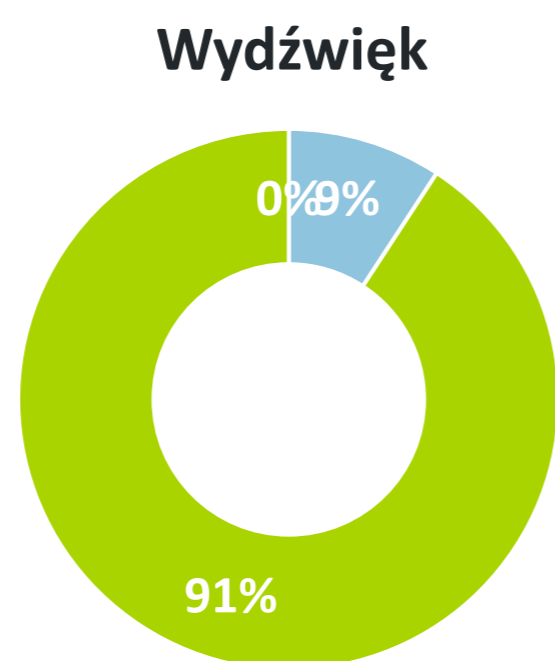
DOTARCIE PRZEKAZU

(prasa, www, rtv)

2 106 303 zł

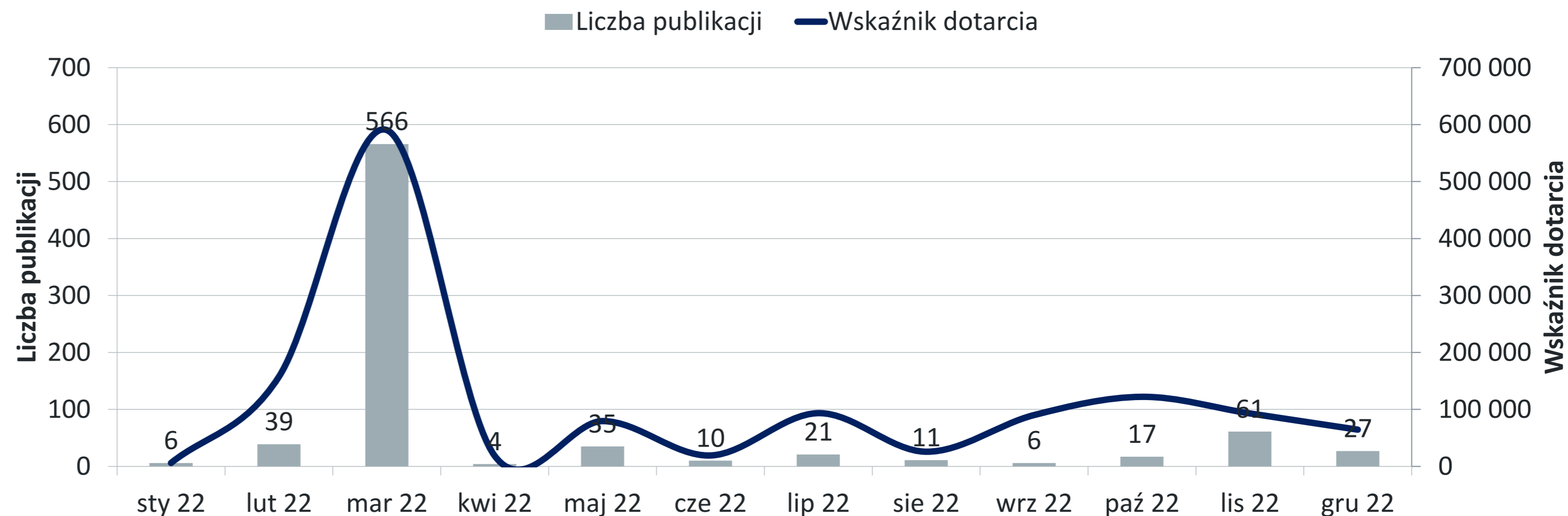
EKWIWALENT ZWERYFIKOWANY

(prasa, www, rtv)

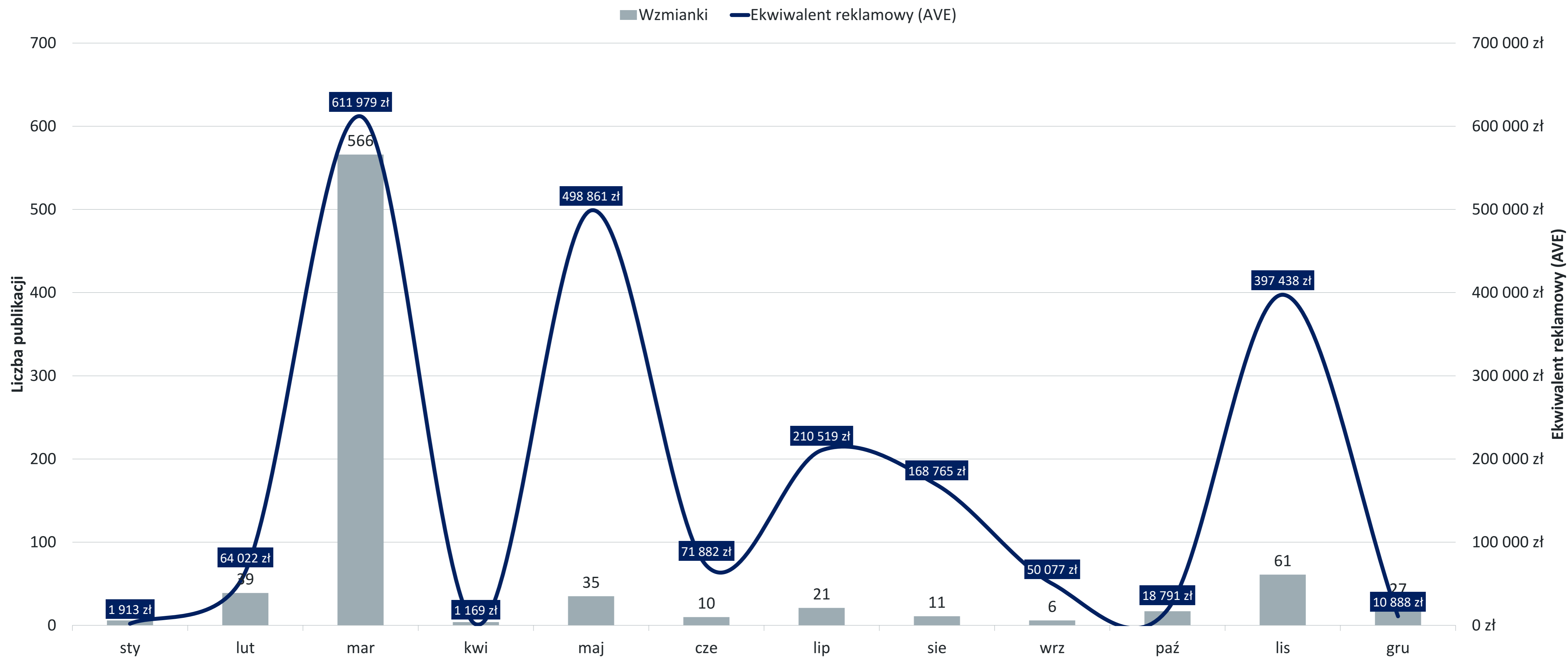


■ Negatywne ■ Neutralne ■ Pozytywne ■ Artykuł ■ Notka ■ Wzmianka ■ Internet ■ Prasa ■ Radio ■ Telewizja ■ Ogólnopolskie ■ Regionalne

Liczba publikacji w analizowanym okresie oraz ich dotarcie do odbiorcy



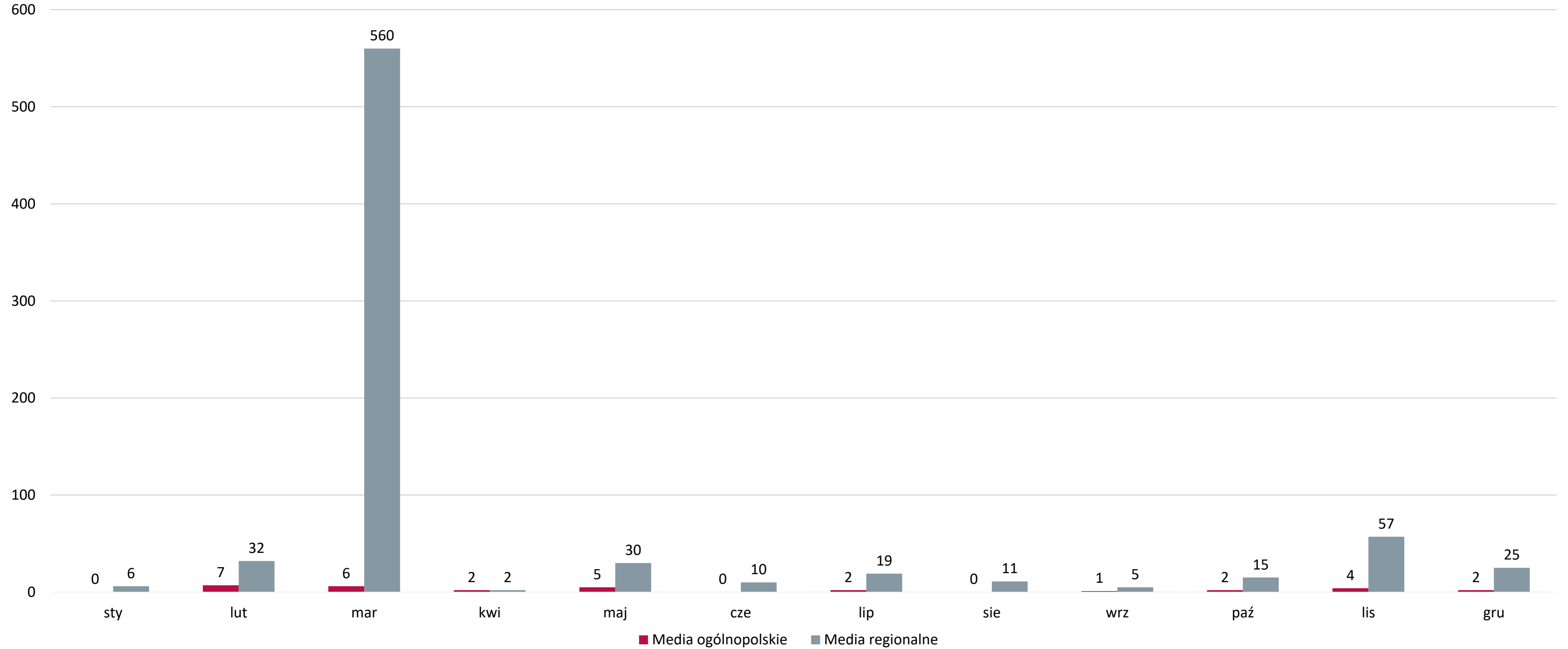
# WZMIANKI I EKWIWALENT REKLAMOWY (AVE)



# NAJWAŻNIEJSZE DANE LICZBOWE

		Liczba publikacji	Wskaźnik dotarcia	AVE
<b>Suma</b>		<b>803</b>	<b>1 359 286</b>	<b>2 106 304 zł</b>
Wydźwięk	Negatywne	0	0	0 zł
	Neutralne	74	255 761	33 297 zł
	Pozytywne	729	1 103 525	2 073 007 zł
Wielkość	Artykuł	651	764 372	1 852 421 zł
	Notka	27	120 984	54 500 zł
	Wzmianka	125	473 930	199 383 zł
Rodzaj medium	Internet	659	800 744	355 991 zł
	Prasa	132	401 515	1 742 011 zł
	Radio	9	32 085	1 151 zł
	Telewizja	3	124 942	7 152 zł
Zasięg medium	Ogólnopolskie	31	390 325	447 254 zł
	Regionalne	772	968 961	1 659 050 zł

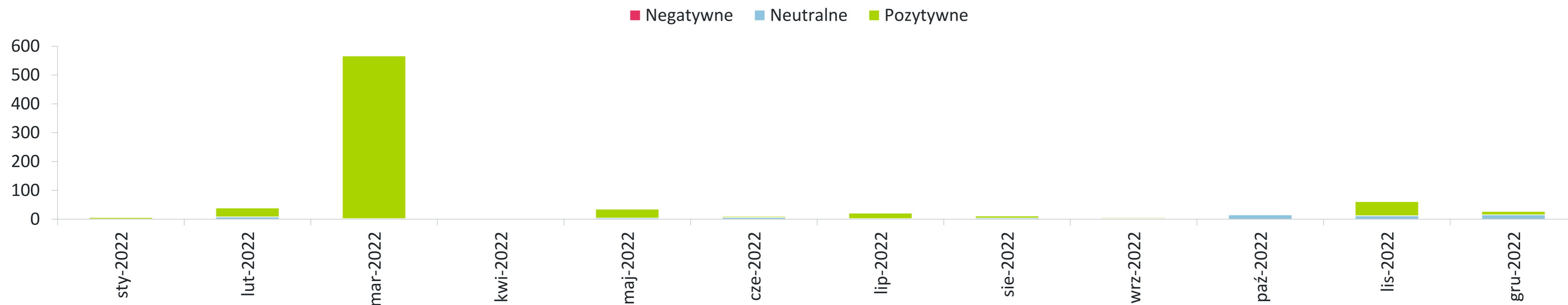
# TREND WEDŁUG ZASIĘGU MEDIÓW



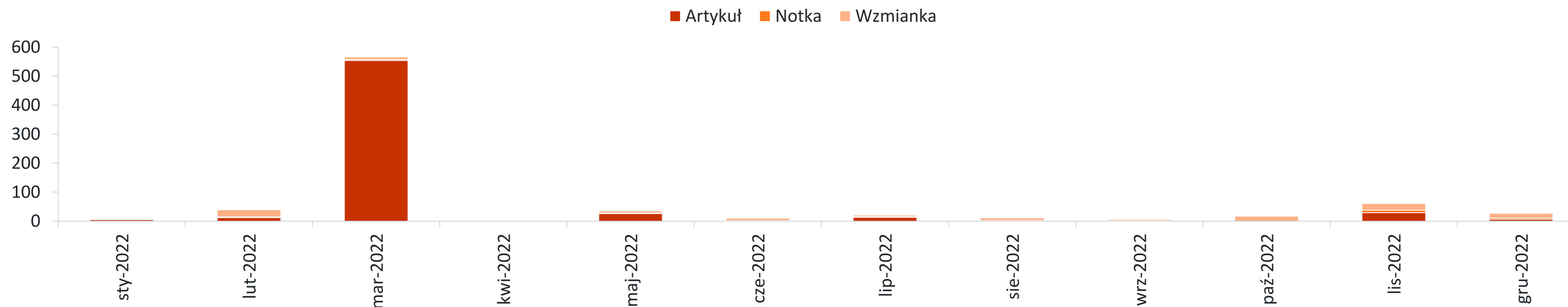


# TREND WG WYDŹWIĘKU I WIELKOŚCI

Liczba publikacji w analizowanym okresie w podziale na wydźwięk



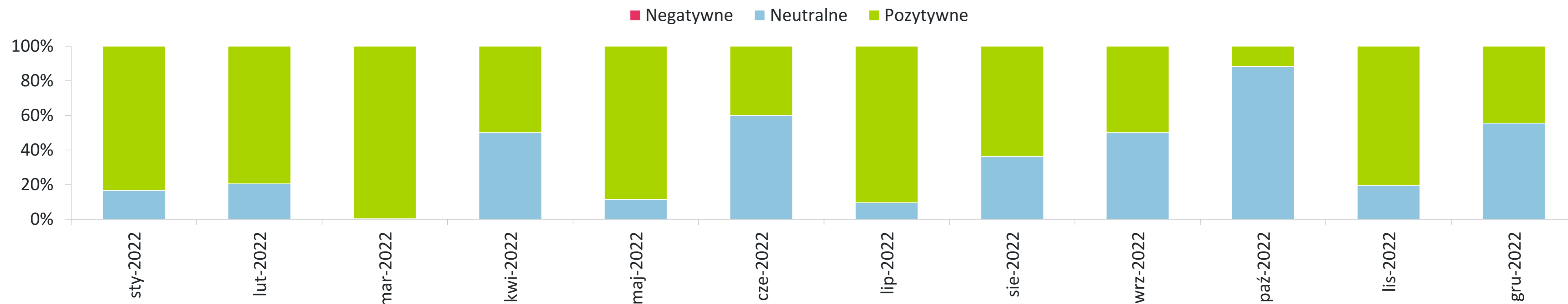
Liczba publikacji w analizowanym okresie w podziale na wielkość



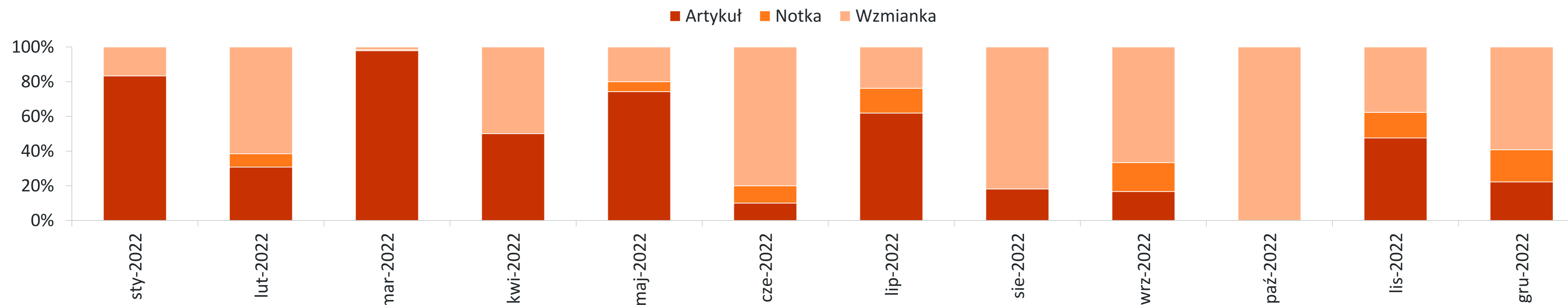


# TREND WG WYDŹWIĘKU I WIELKOŚCI

Udział publikacji w analizowanym okresie w podziale na wydźwięk



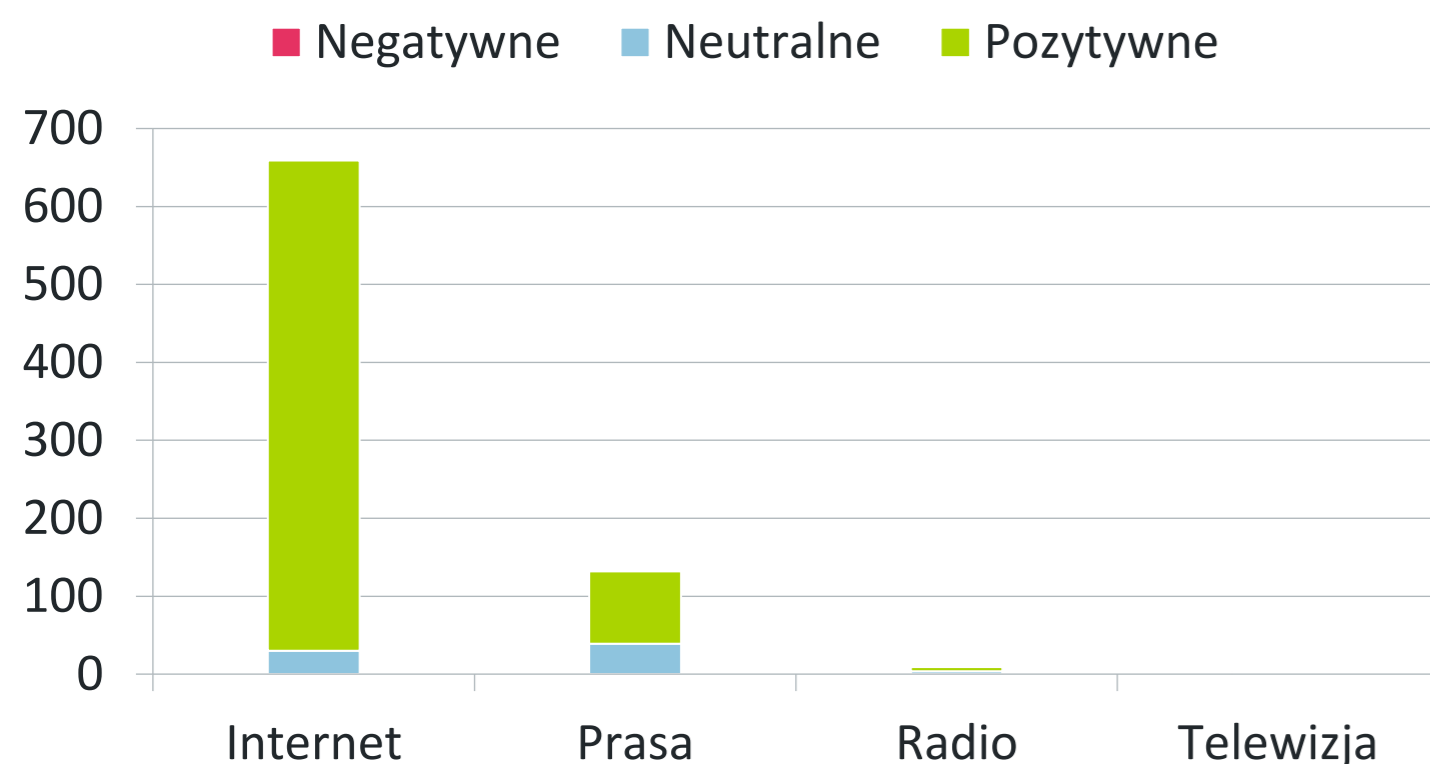
Udział publikacji w analizowanym okresie w podziale na wielkość



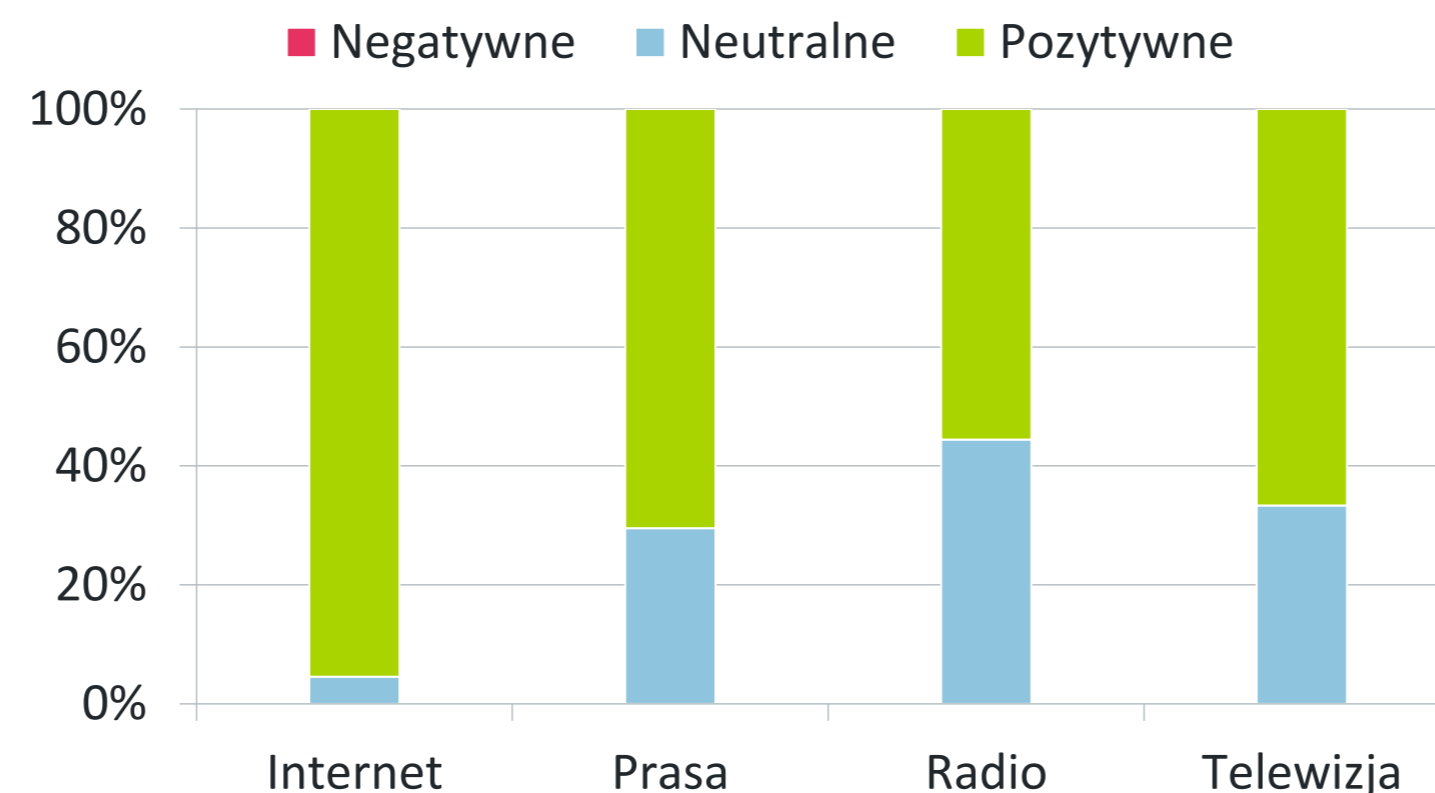


# WYDŹWIĘK, WIELKOŚĆ, PROFIL MEDIUM

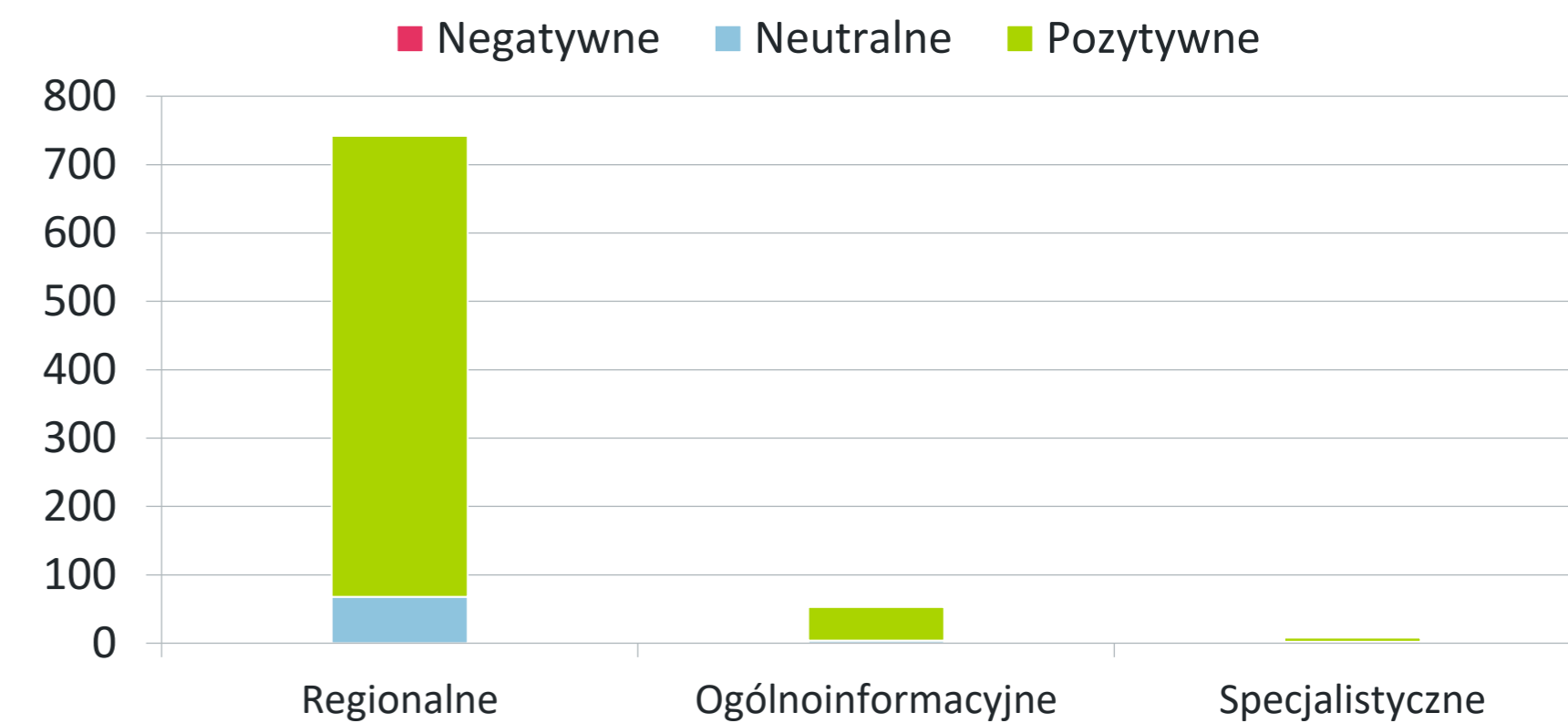
Liczba publikacji według medium i wydźwięku



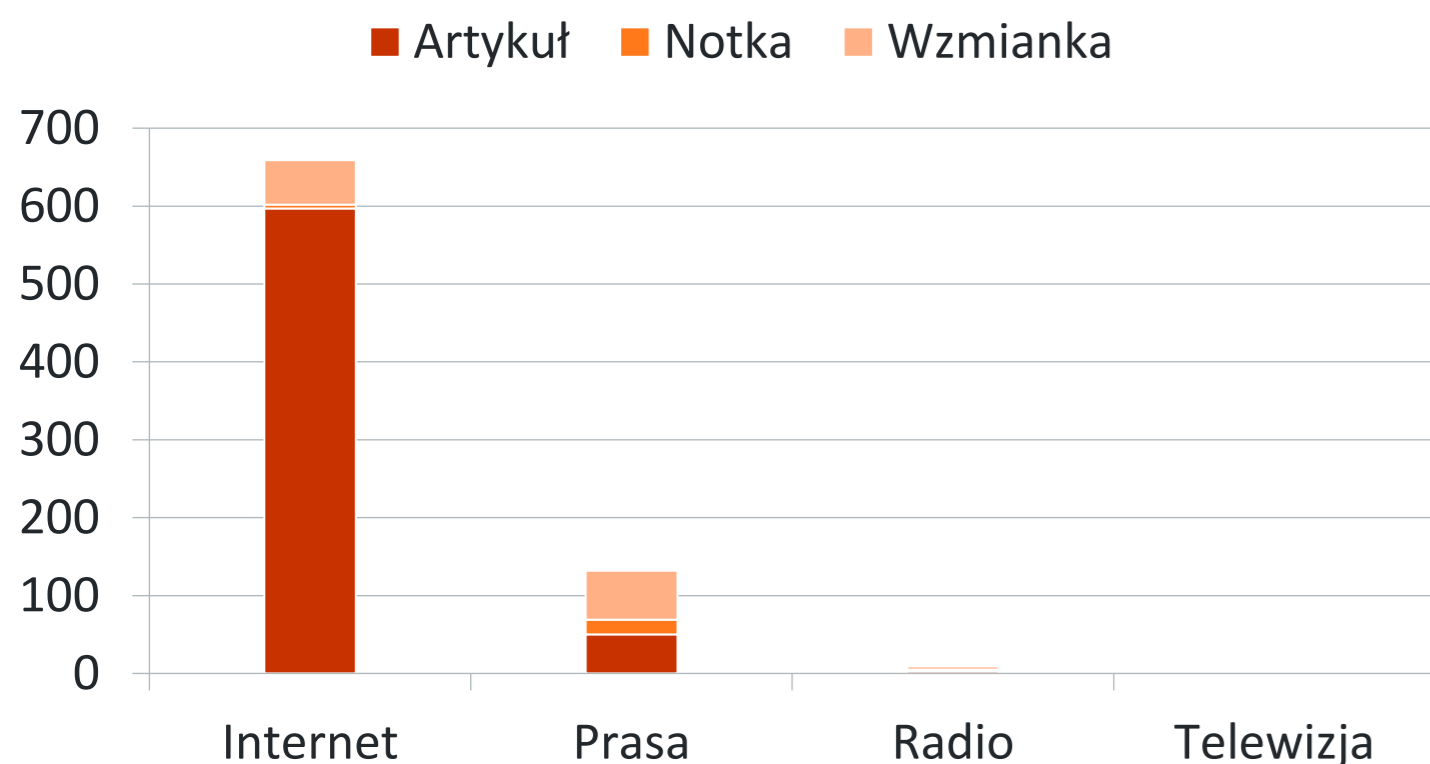
Udział publikacji według medium i wydźwięku



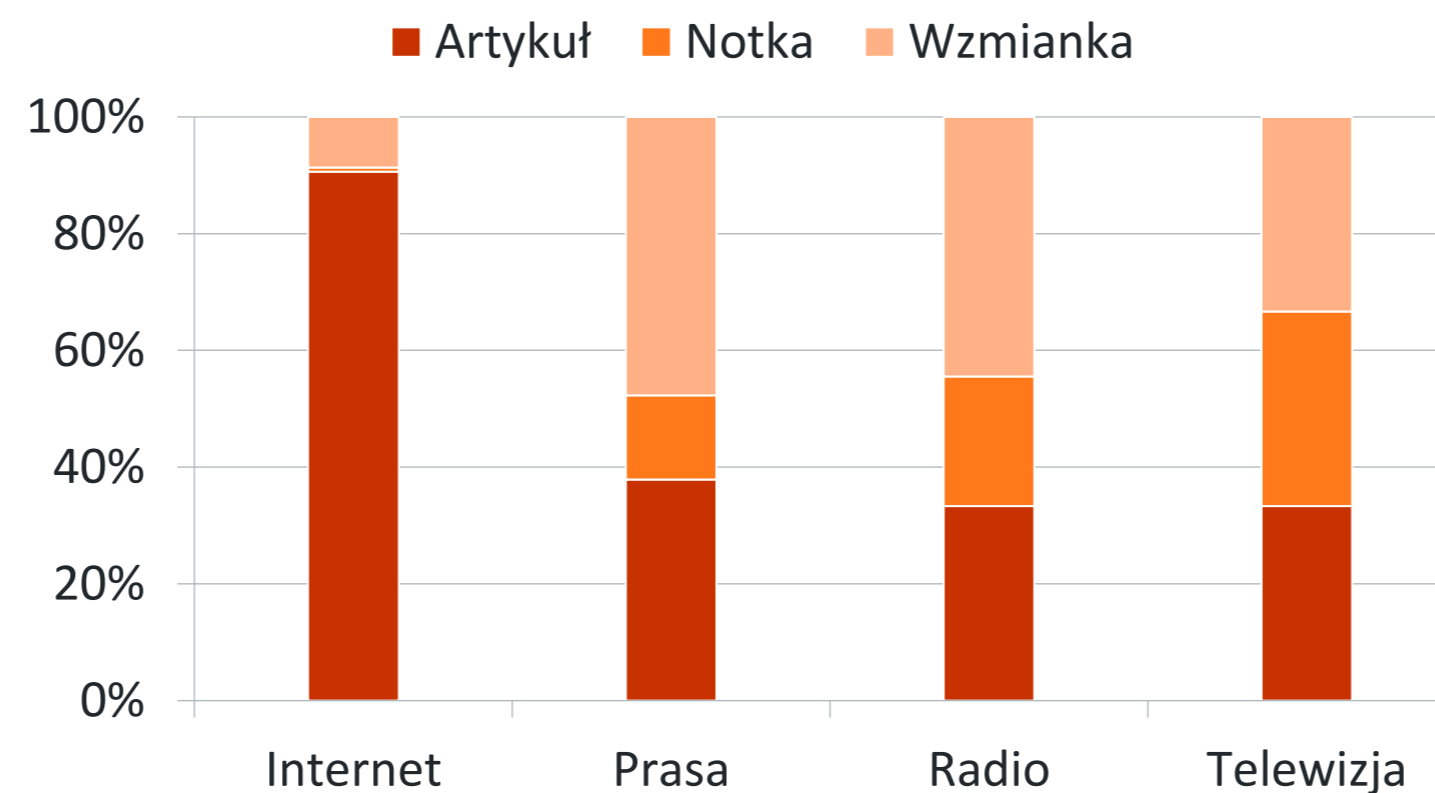
Liczba publikacji według profilu medium i wydźwięku



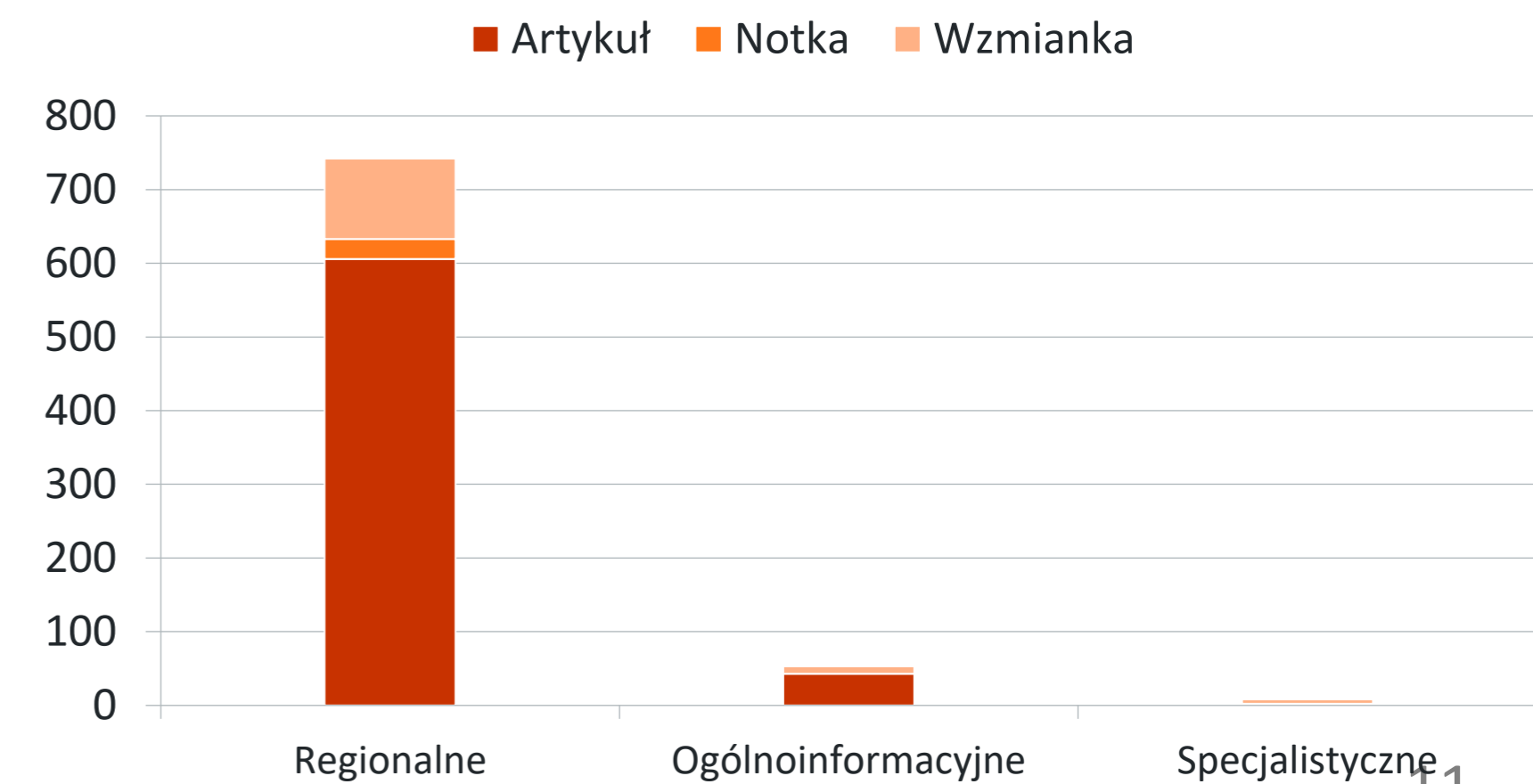
Liczba publikacji według medium i wielkości



Udział publikacji według medium i wielkości



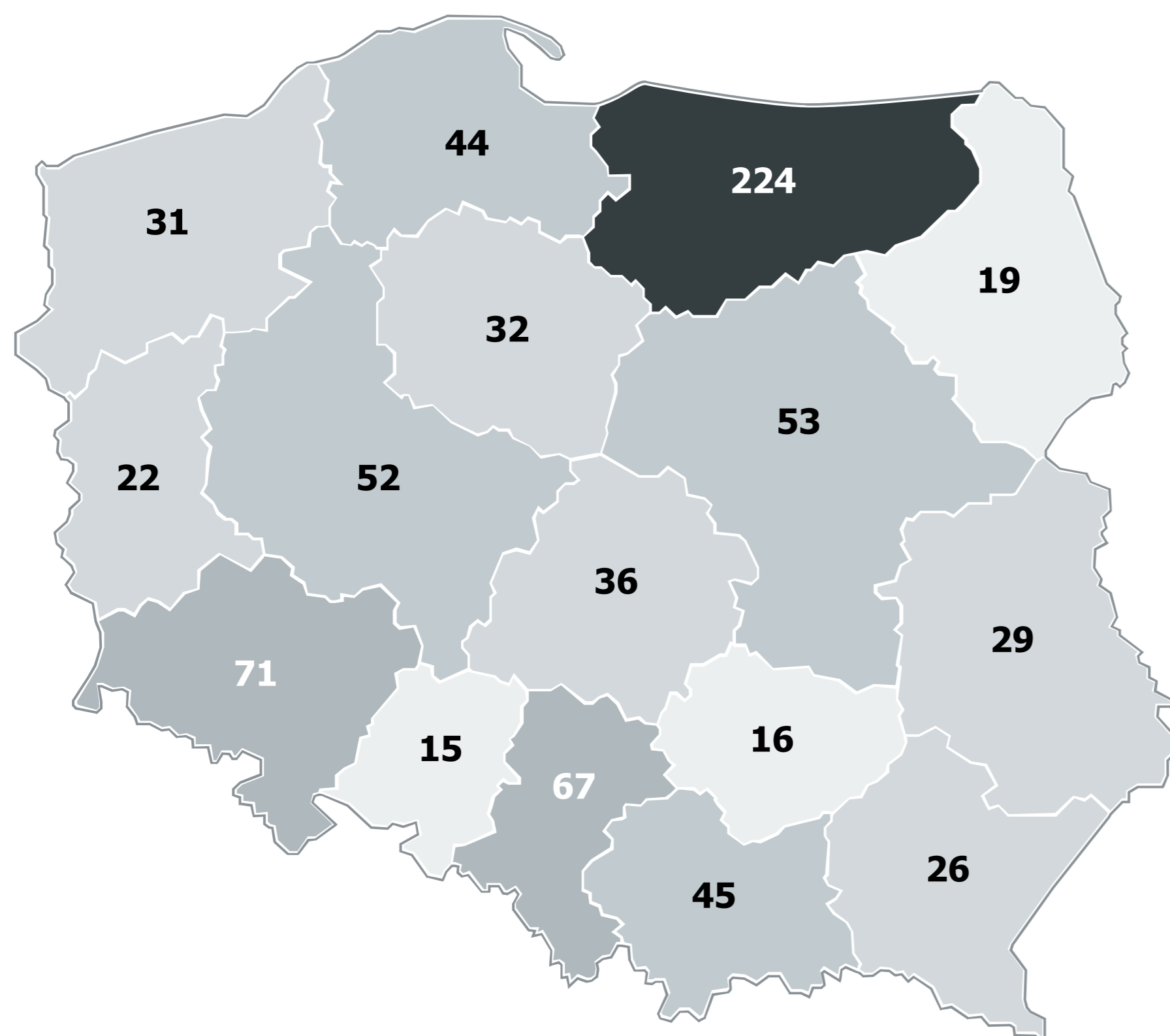
Liczba publikacji według profilu medium i wielkości



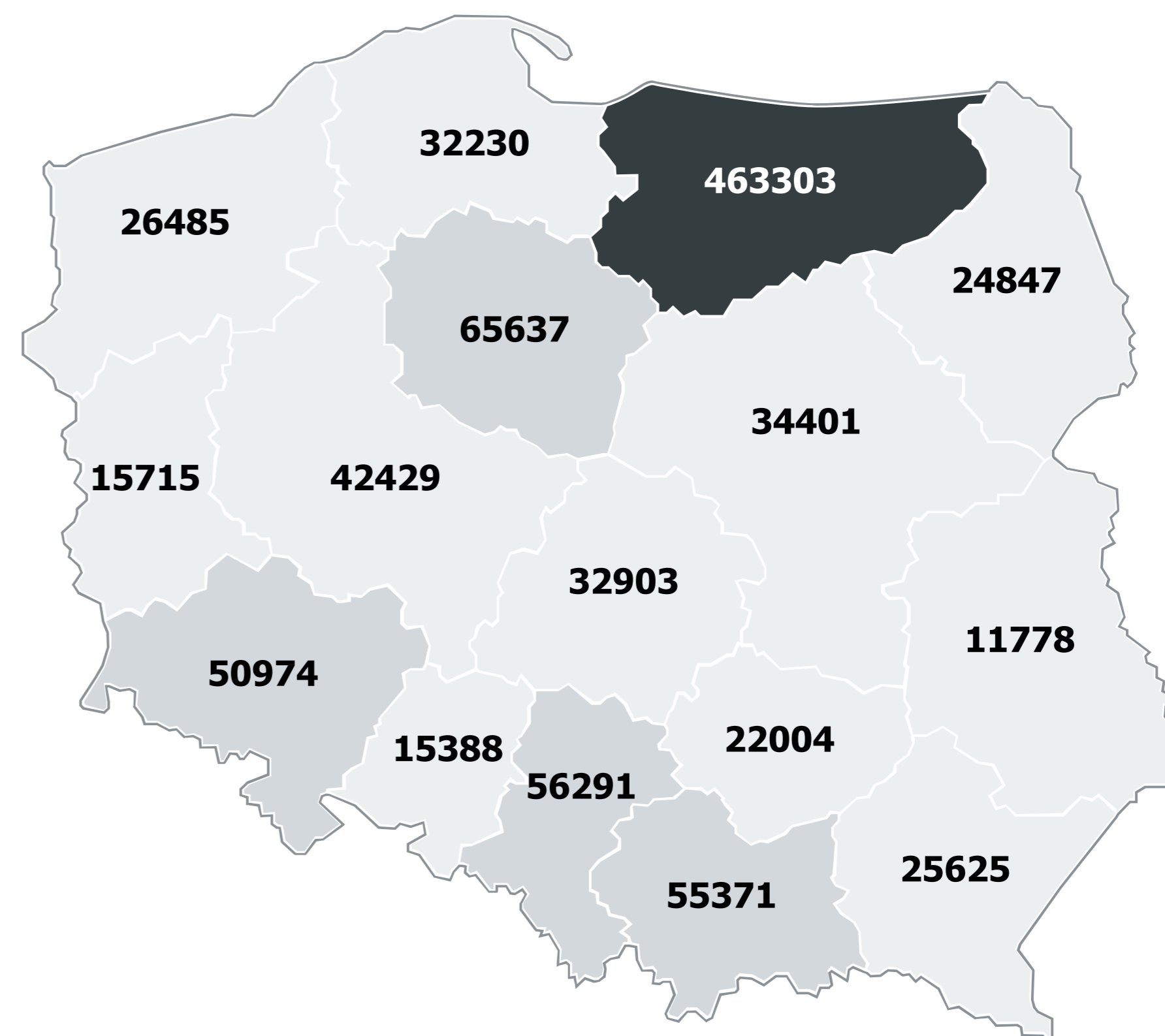


# AKTYWNOŚĆ MEDIÓW REGIONALNYCH

## LICZBA PUBLIKACJI



## DOTARCIE PUBLIKACJI

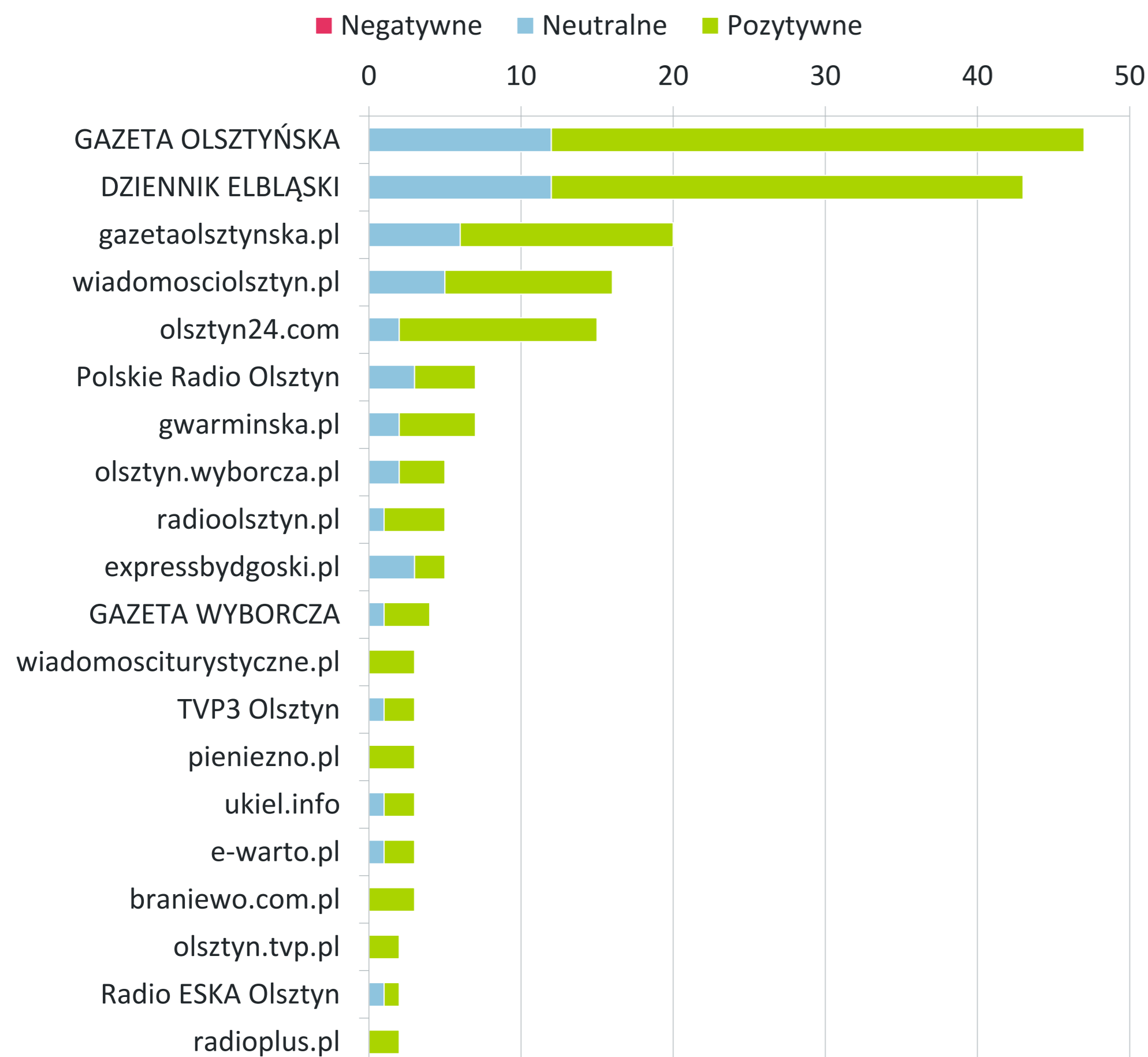


Mapa prezentuje liczbę publikacji regionalnych w każdym województwie. Im ciemniejszy kolor województwa na mapie, tym więcej publikacji regionalnych ukazało się na jego obszarze.

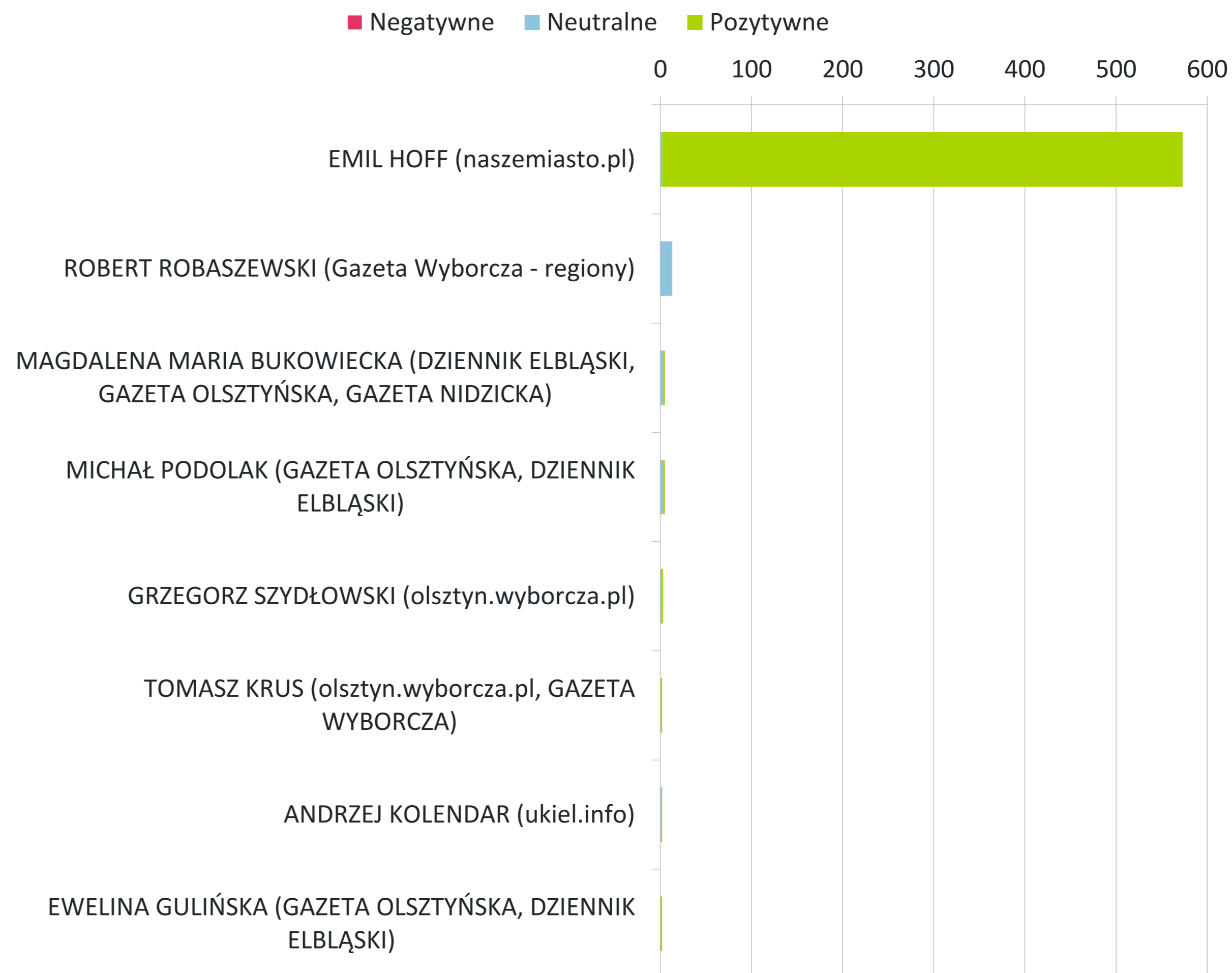
Mapa prezentuje liczbę realnych kontaktów z informacjami zawartymi w mediach regionalnych w każdym województwie. Im ciemniejszy kolor województwa na mapie, tym więcej potencjalnych kontaktów odbiorców mediów z przekazem.

# NAJAKTYWNIJSZE MEDIA I DZIENNIKARZY

Liczba publikacji w najaktywniejszych mediach w podziale na wydźwięk



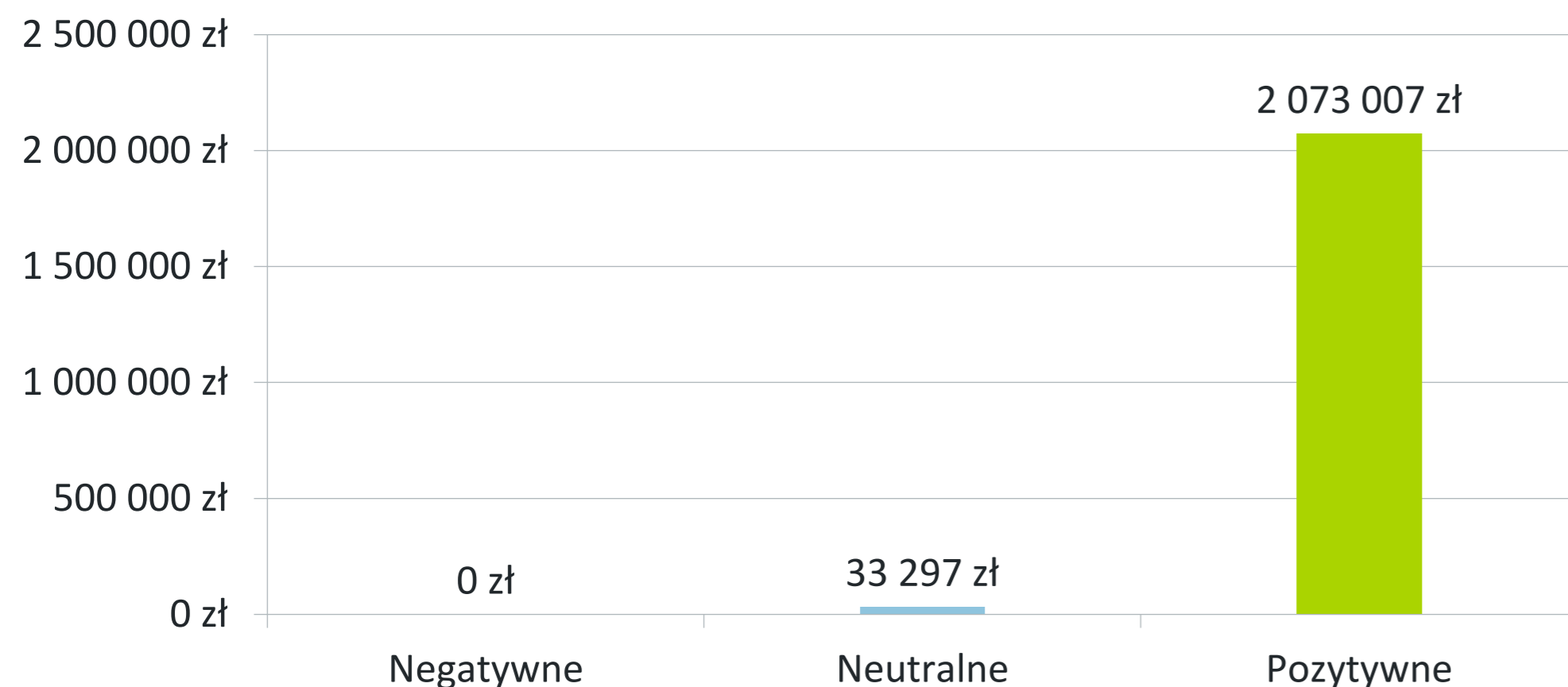
Wydźwięk publikacji autorstwa najaktywniejszych dziennikarzy



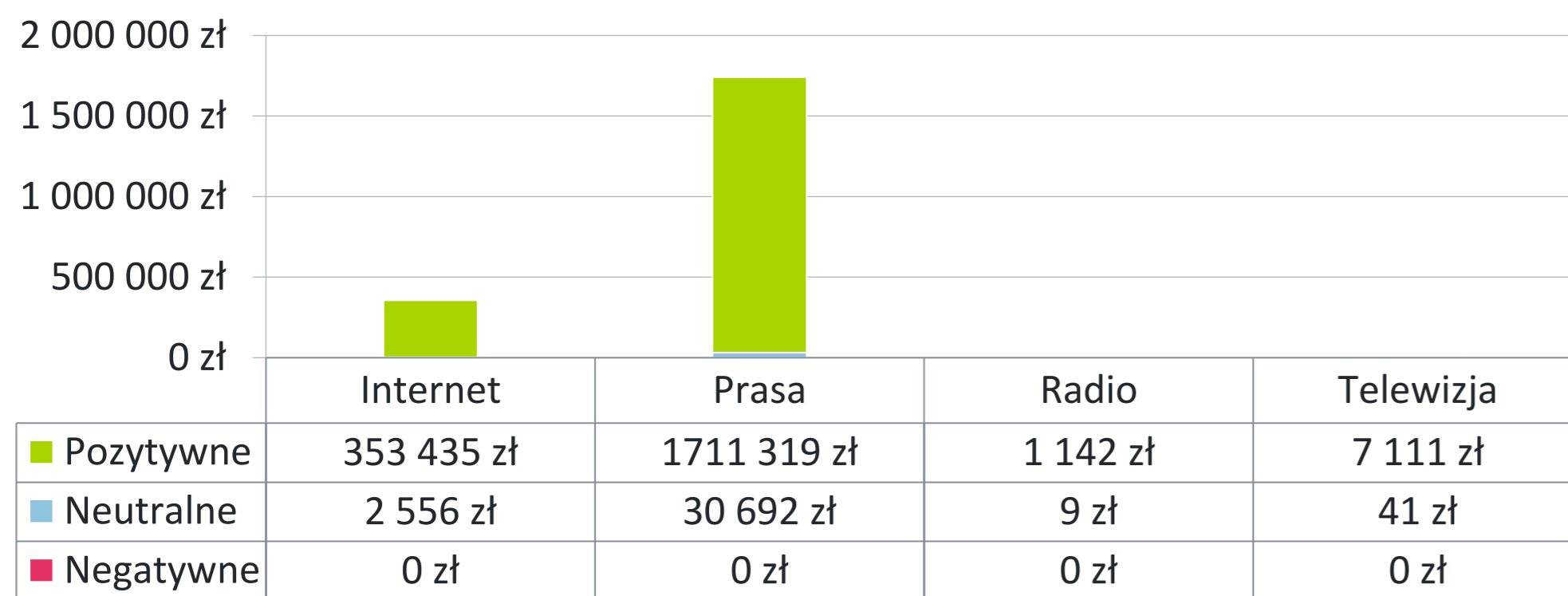


# EKWIWALENT REKLAMOWY ZWERYFIKOWANY

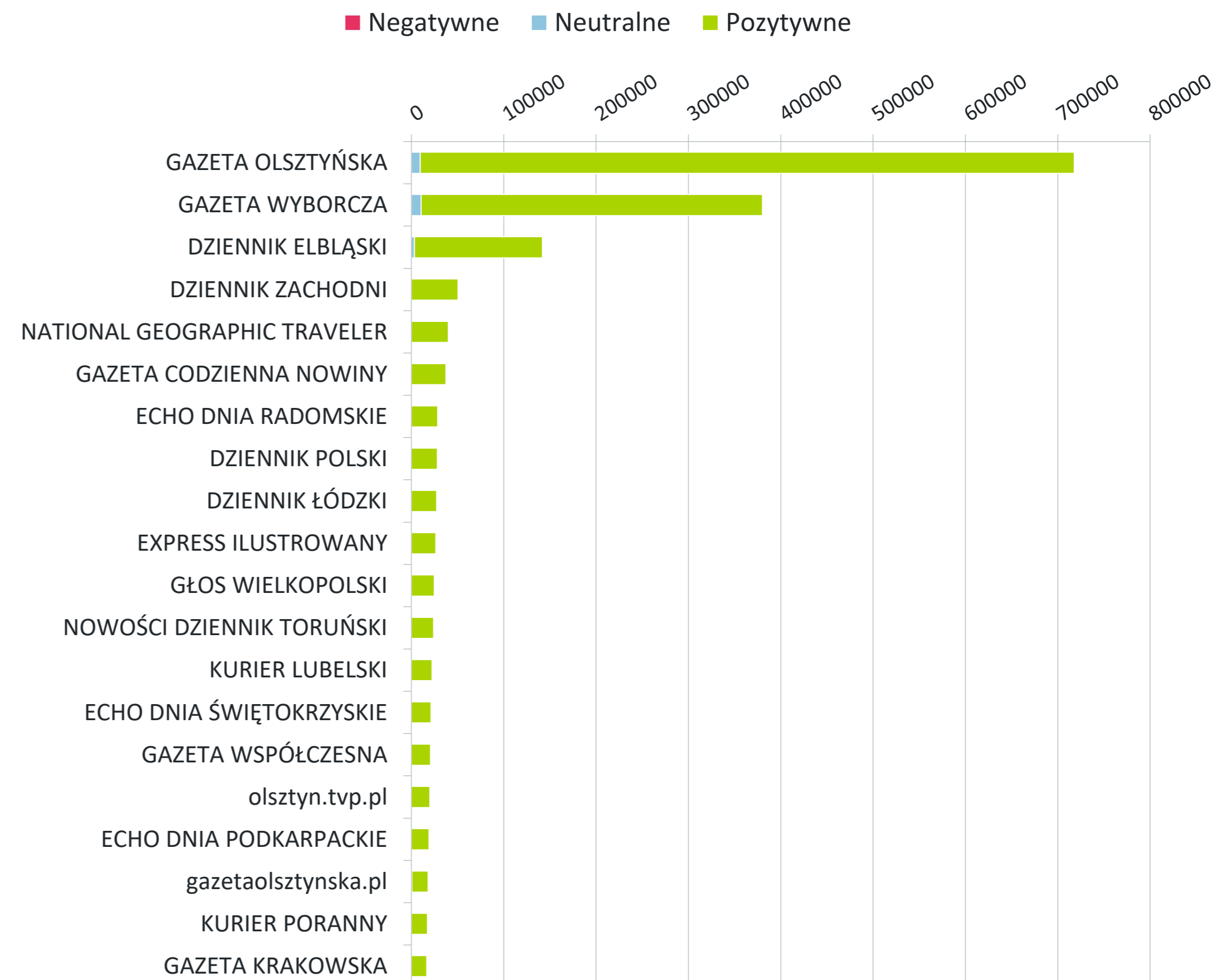
Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany według wydźwięku



Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany według medium i wydźwięku



Ekwiwalent reklamowy zweryfikowany według mediów i wydźwięku - najbardziej wartościowe tytuły







# PRZEKAZ W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

**193**

LICZBA WPISÓW

**330 203**

DOTARCIE PRZEKAZU

**45 346 zł**

EKWIWALENT SZACUNKOWY



**155**

WZMIANEK



**23**

TWEETÓW



**4**

FILMY



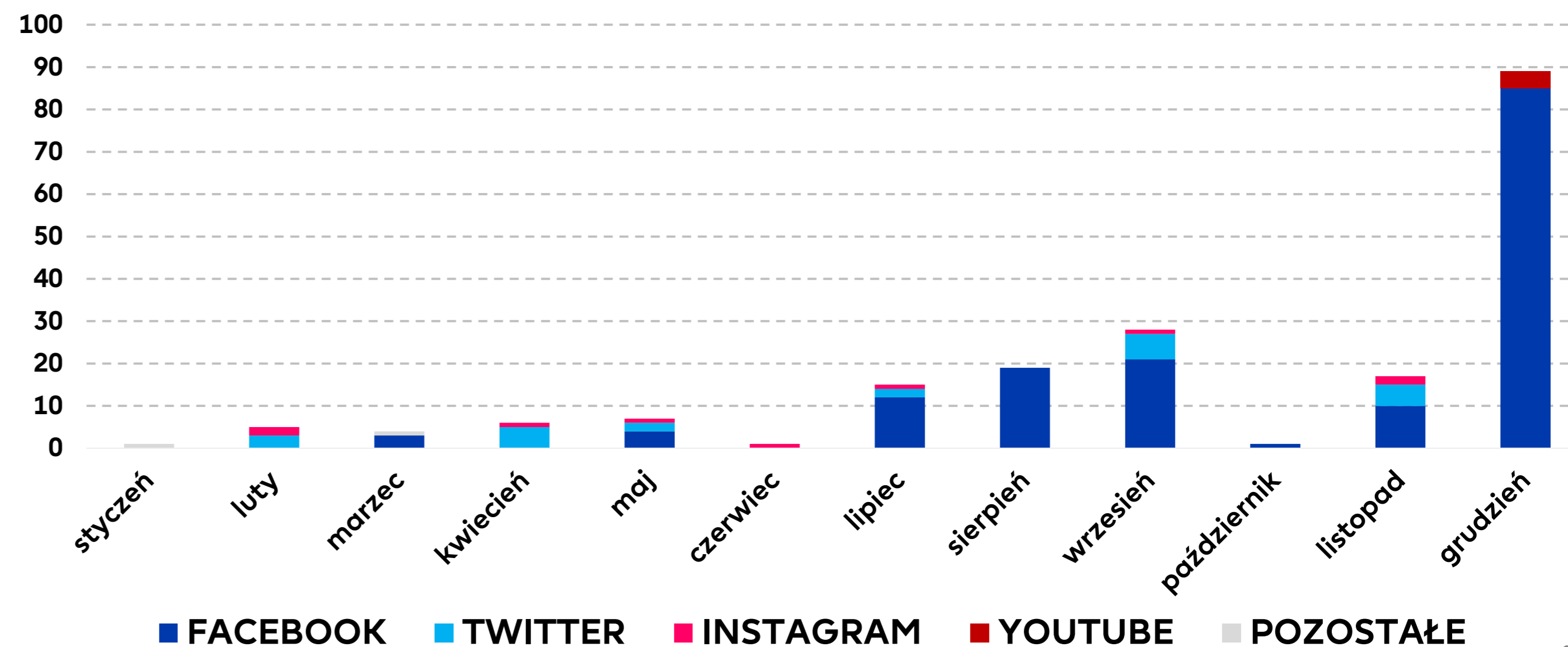
**9**

POSTÓW

**2**

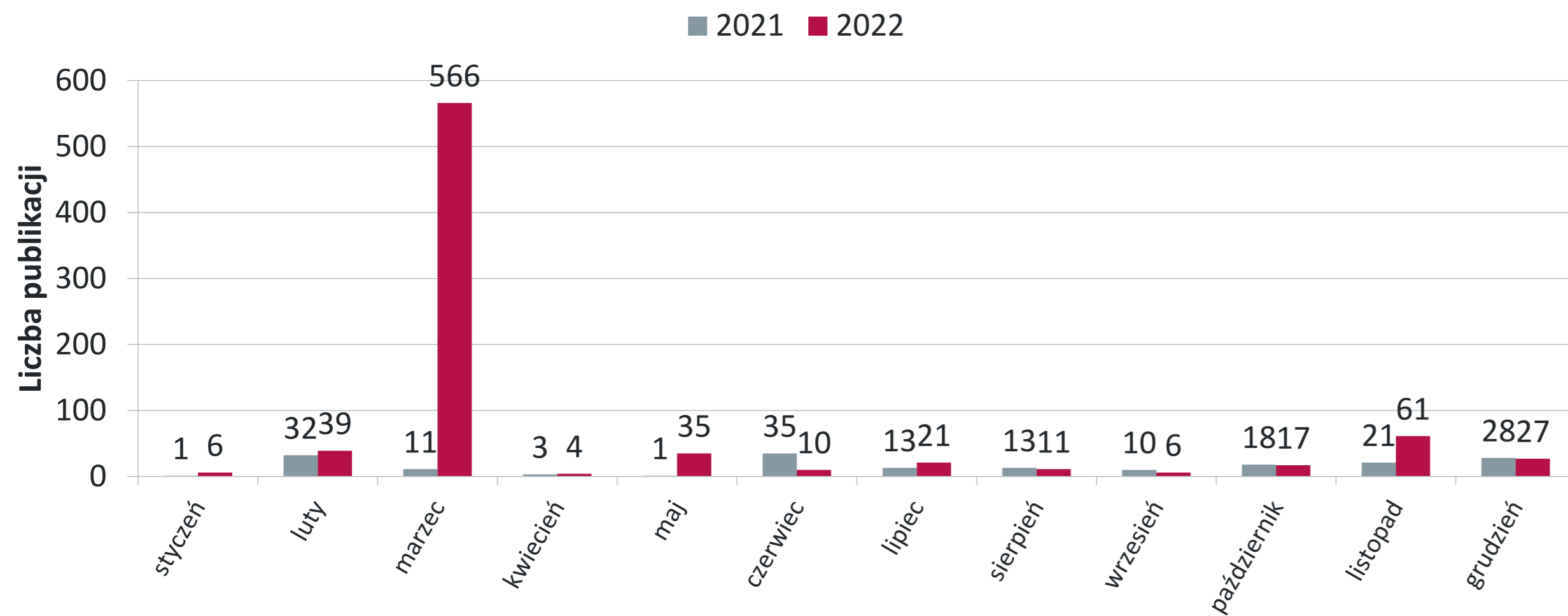
POZOSTAŁE

Liczba wypowiedzi w badanym okresie wg miejsc dyskusji

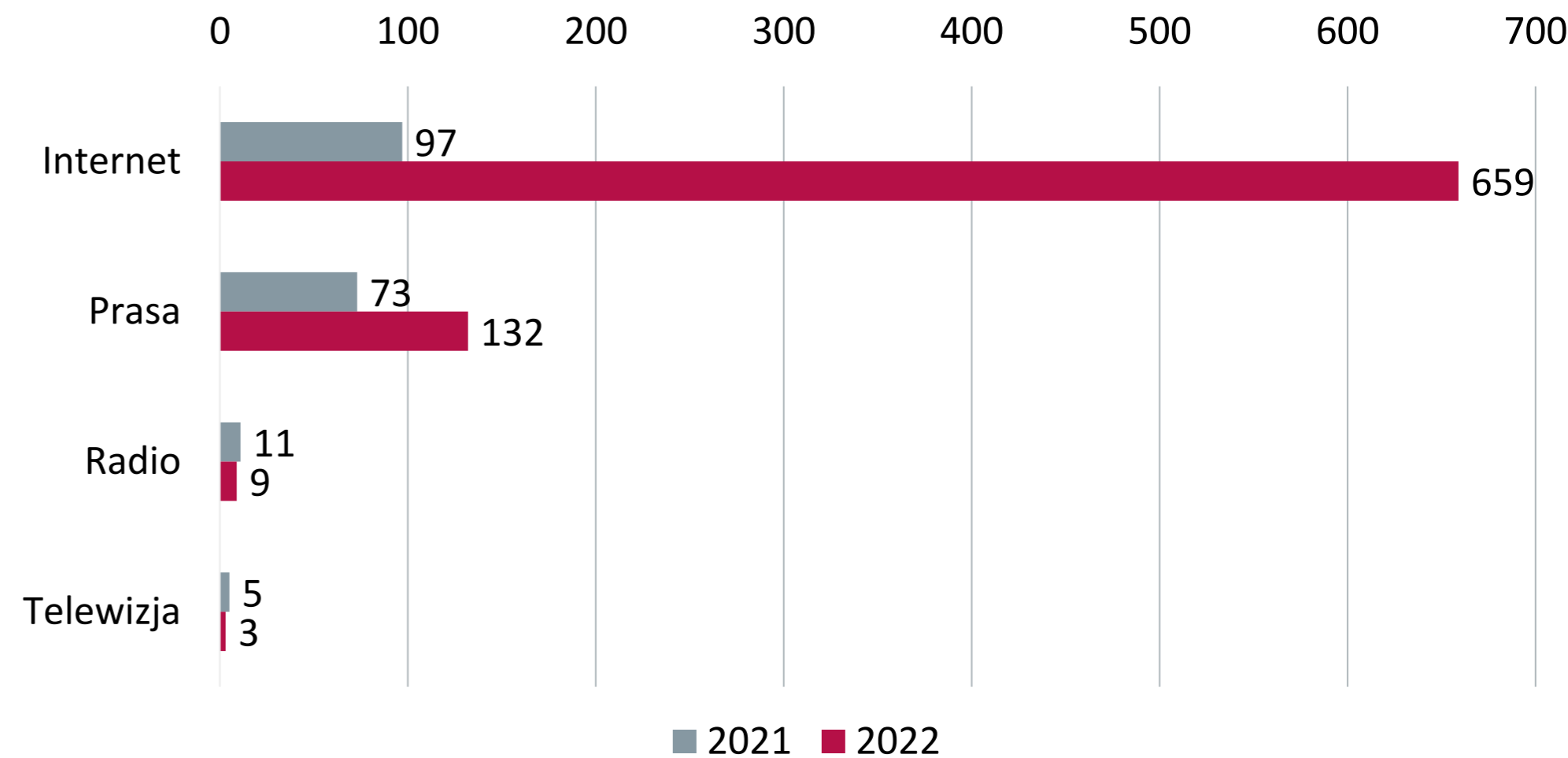


# PRZEKAZ W MEDIACH TRADYCYJN. – 2022 VS 2021

Liczba publikacji – 2022 vs 2021



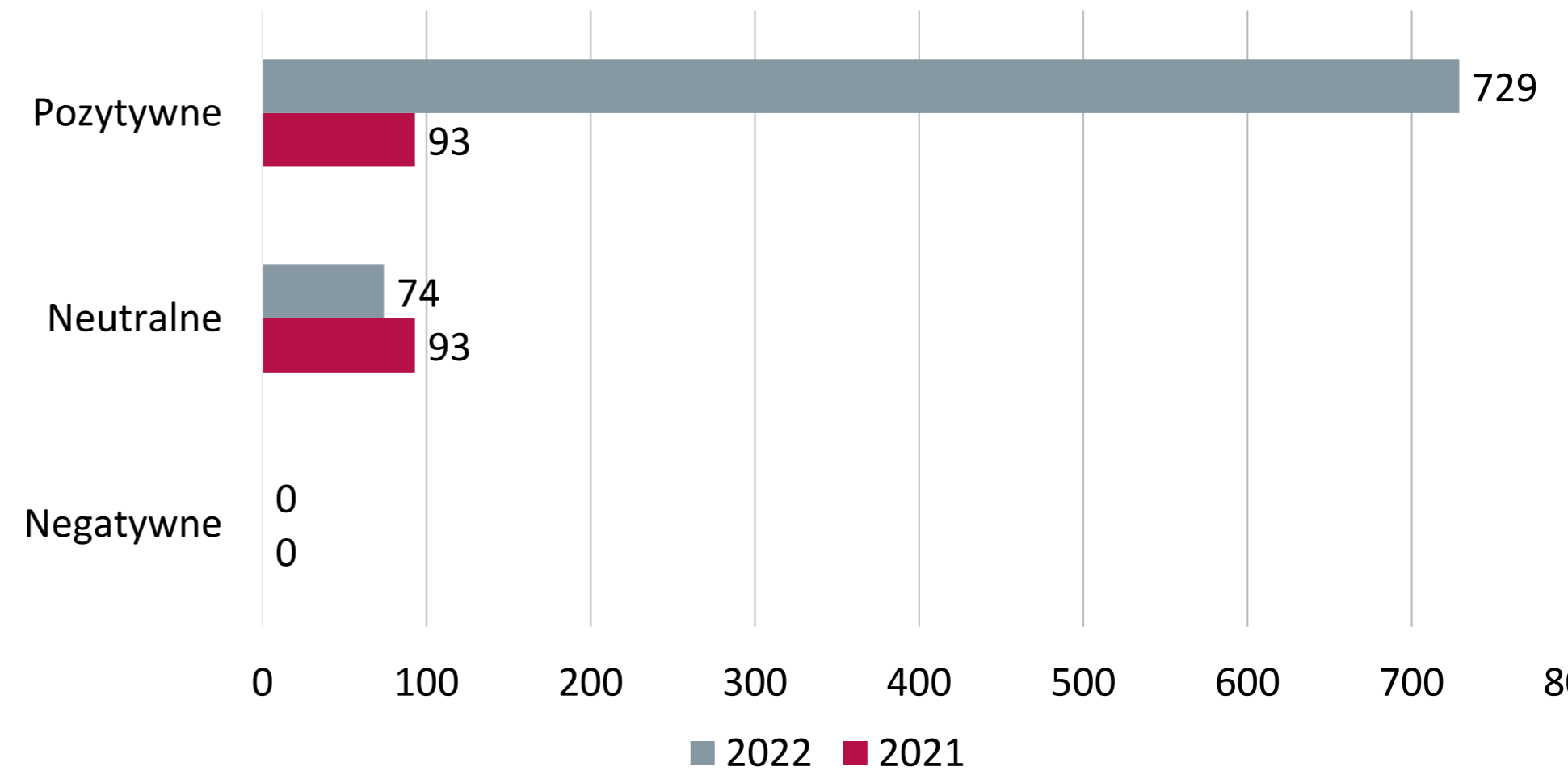
Liczba publikacji wg typu mediów – 2022 vs 2021



Dotarcie publikacji – 2022 vs 2021



Liczba publikacji wg wydźwięku – 2022 vs 2021

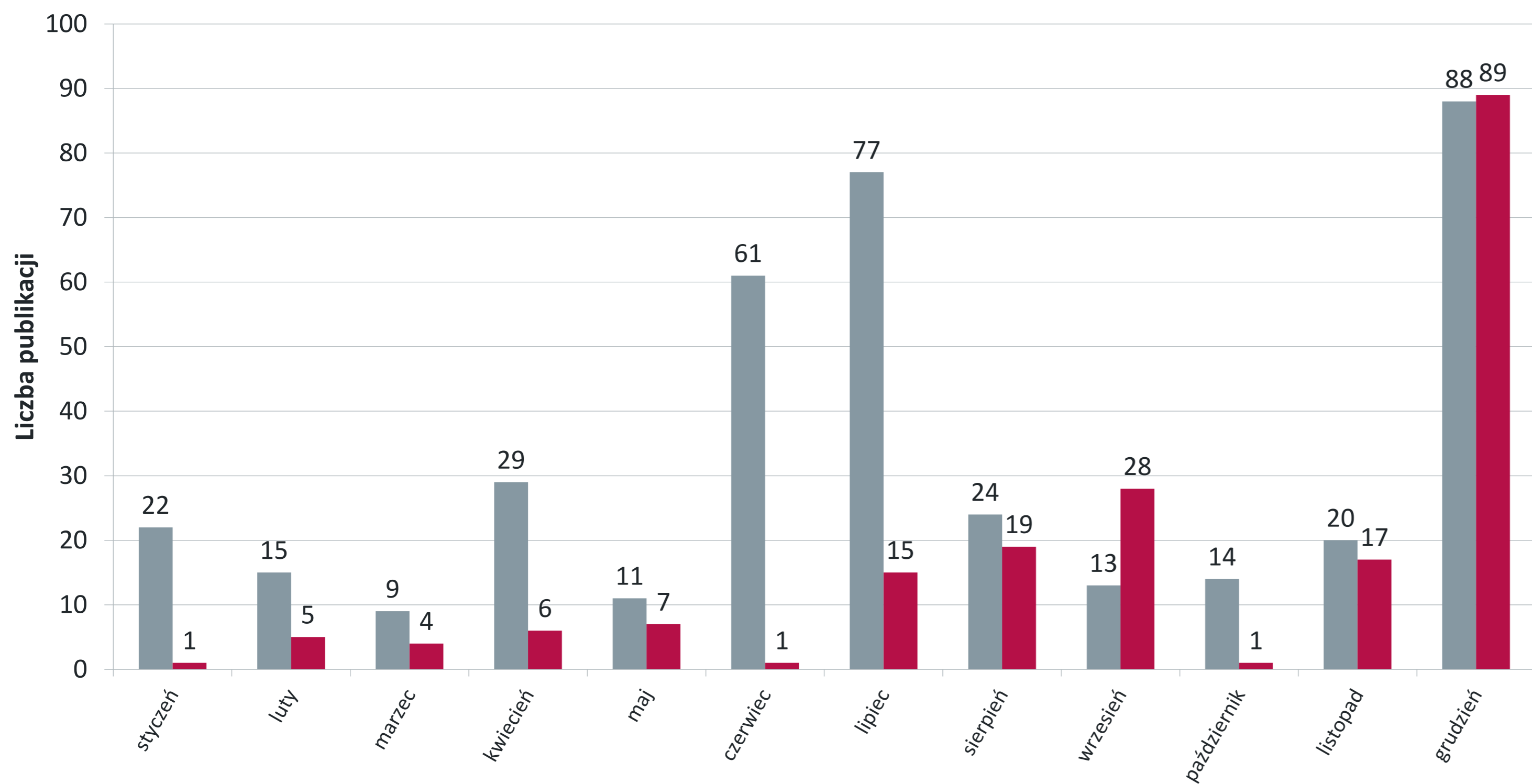




# PRZEKAZ W SOCIAL MEDIA – 2022 VS 2021

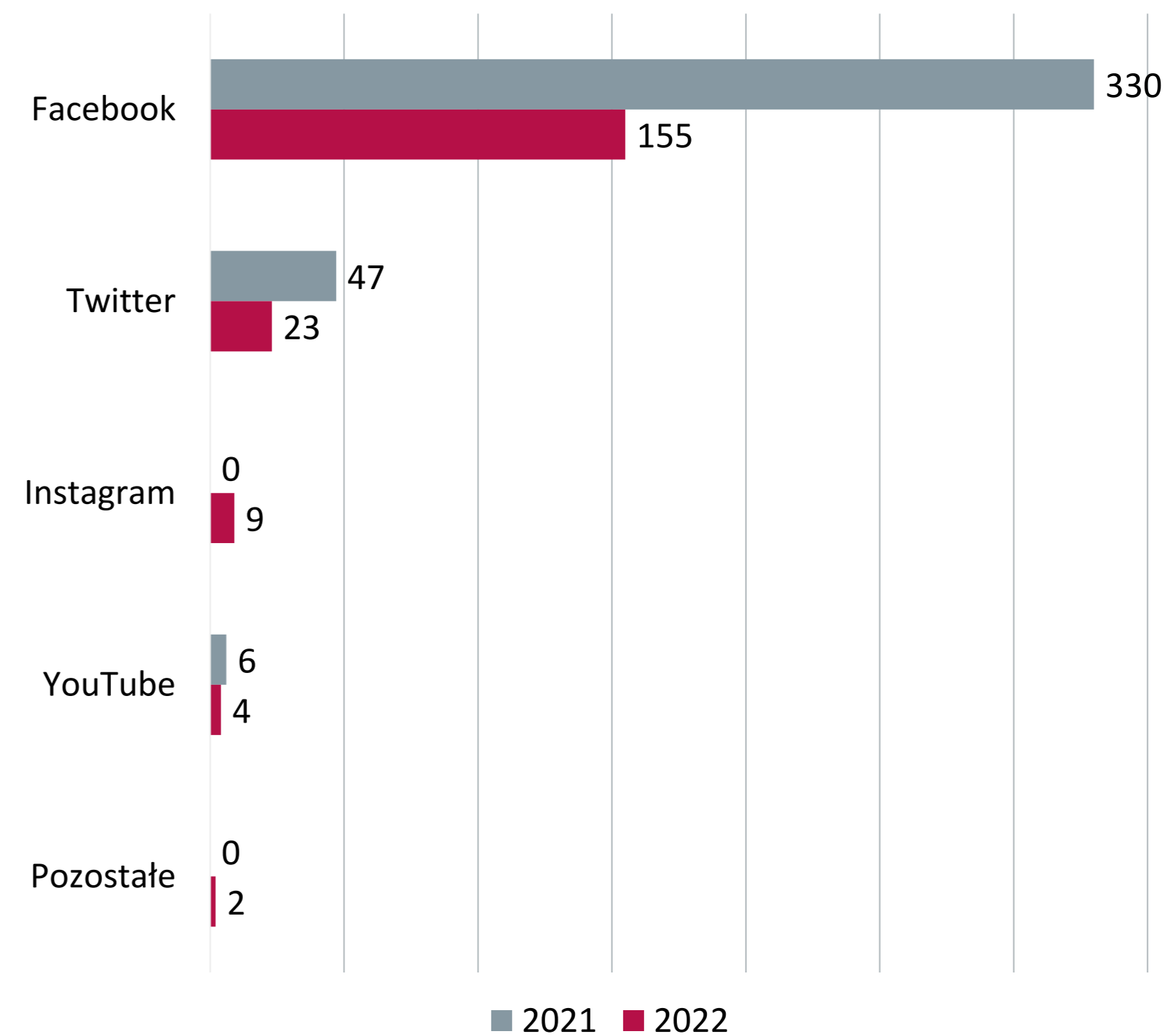
Liczba publikacji – 2022 vs 2021

■ 2021 ■ 2022



Liczba publikacji wg typu mediów – 2022 vs 2021

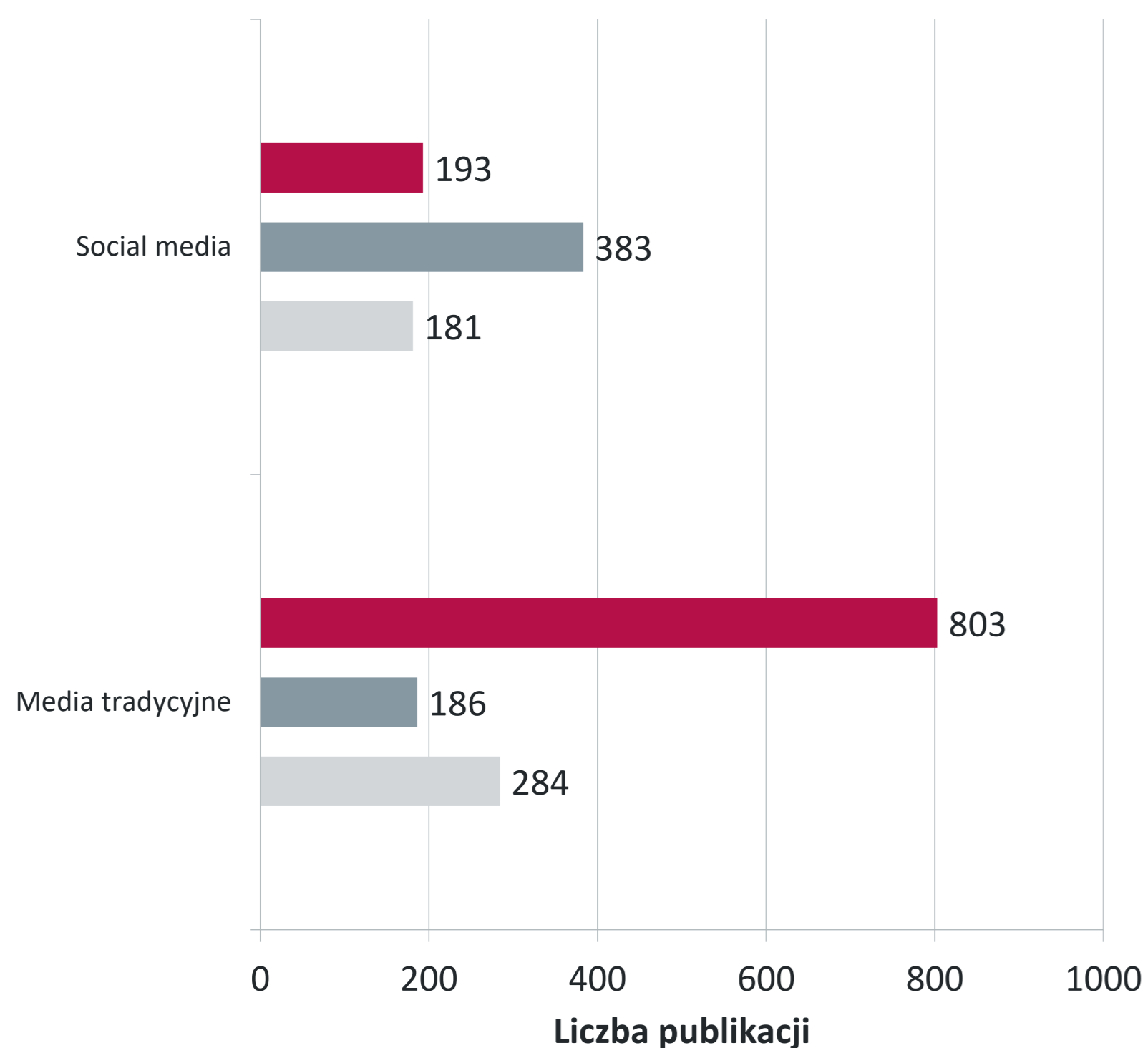
0 50 100 150 200 250 300 350



# PRZEKAZ W MEDIACH – 2020\*, 2021 i 2022

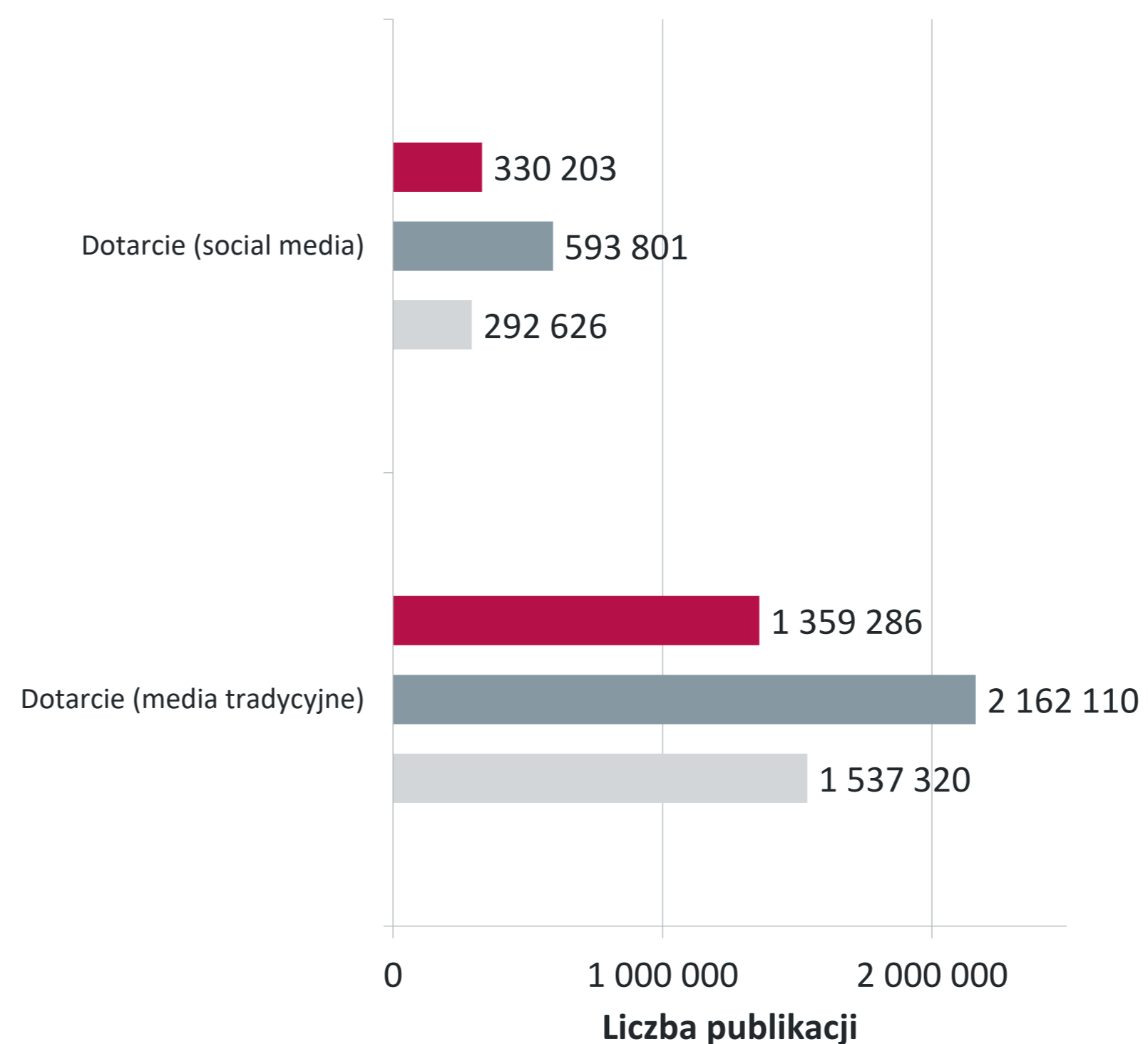
Liczba publikacji – 2020\* vs 2021 vs 2022

■ 2022 ■ 2021 ■ 2020



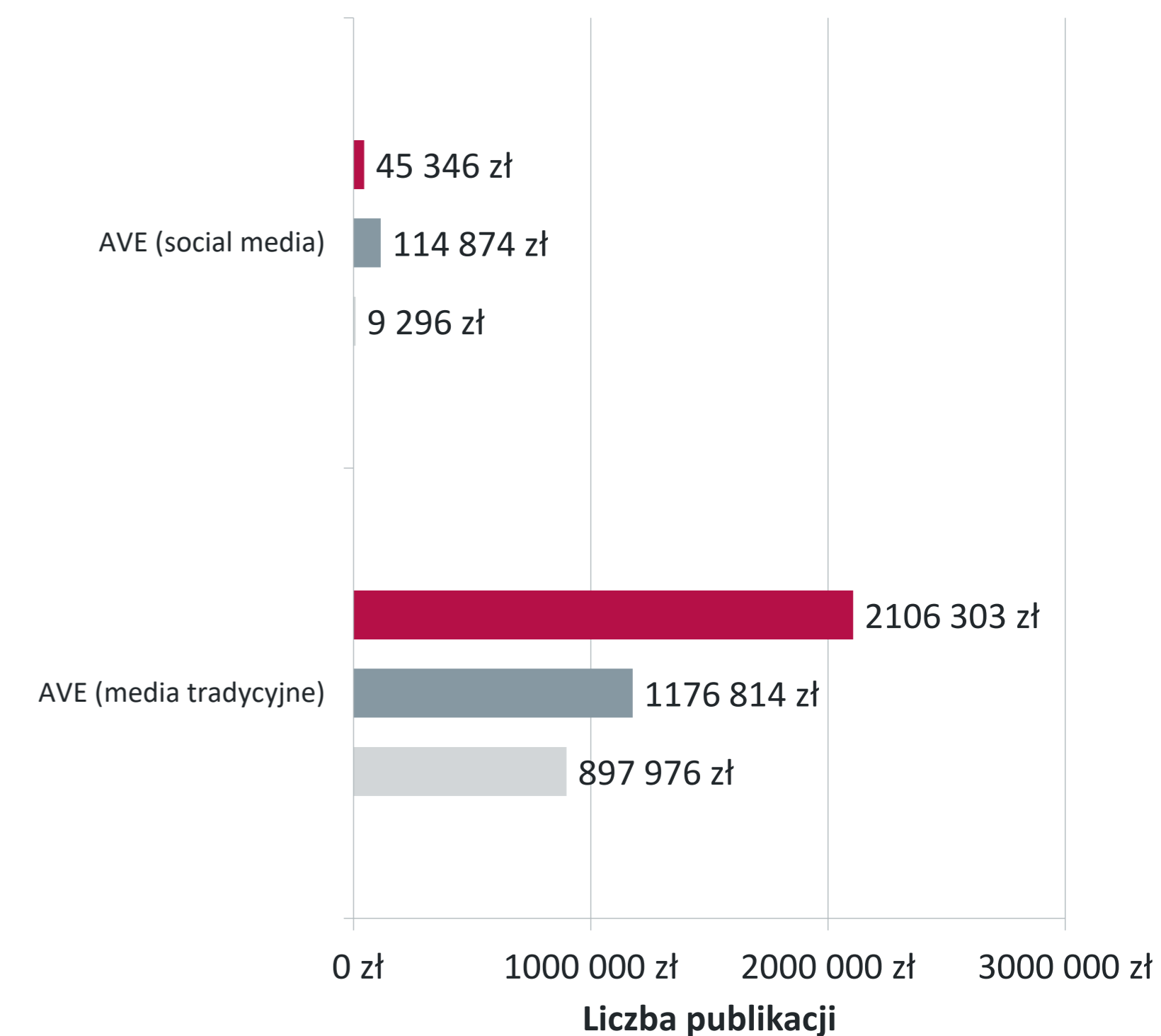
Dotarcie publikacji – 2020\* vs 2021 vs 2022

■ 2022 ■ 2021 ■ 2020



AVE – 2020\* vs 2021 vs 2022

■ 2022 ■ 2021 ■ 2020



\* W przypadku roku 2020 dane dotyczą okresu lipiec – grudzień.





PSMM Sp. z o.o. | ul. Marcelińska 14 | 60-801 Poznań | +48 61 66 26 005 | [biuro@psmm.pl](mailto:biuro@psmm.pl)

Oddział w Warszawie | CIC Warsaw Varso Place | ul. Chmielna 73 | 00-801 Warszawa