

PSMM

Monitoring & More 

Kompas polityczny

Analiza medialności **polskich parlamentarzystów**

CZĘŚĆ PIERWSZA

MAJ 2022 – KWIECIEŃ 2023



OPIS BADANIA, METODOLOGIA

Izabela Grzechnik

Project manager for new research and development, **PSMM Monitoring & More**

PSMM Monitoring & More przygotował badanie „Kompas Polityczny”, prezentujące medialność parlamentarzystów RP. Analizie poddano **560 nazwisk: 460 posłanek i posłów oraz 100 senatorek i senatorów**.

Podstawą raportu są dane medialne z okresu **od 1 maja 2022 roku do 30 kwietnia 2023 roku**. Przedstawiony materiał pochodzi z monitoringu ponad 1100 tytułów prasowych, 5 mln polskojęzycznych portali internetowych oraz blisko 200 stacji radiowych i telewizyjnych.

Badanie zawiera także **suplement – ranking aktywności parlamentarzystek i parlamentarzystów na ich własnych oficjalnych profilach social media** (Facebook, Twitter, TikTok). Dane zawierają również liczbę obserwujących oraz całkowitą liczbę komentarzy pod wpisami wraz z odpowiedziami.

Badanie „Kompas Polityczny” składa się z 6 części:

- **Część pierwsza:** posłanki i posłowie z okręgów wyborczych z województw: kujawsko-pomorskiego, pomorskiego, zachodniopomorskiego i wielkopolskiego;
- **Część druga:** posłanki i posłowie z okręgów wyborczych z województw: lubuskiego, dolnośląskiego, śląskiego, opolskiego;
- **Część trzecia:** posłanki i posłowie z okręgów wyborczych z województw: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, mazowieckiego, łódzkiego;
- **Część czwarta:** posłanki i posłowie z okręgów wyborczych z województw: świętokrzyskiego, lubelskiego, małopolskiego, podkarpackiego;
- **Część piąta:** medialność senatorek i senatorów;
- **Część szósta:** podsumowanie badania.



OPIS BADANIA, METODOLOGIA

Wskaźniki zastosowane w badaniu:

- **Liczba publikacji** – suma publikacji medialnych ze wszystkich analizowanych źródeł, w których obecne było imię i nazwisko analizowanej osoby (wraz ze wszystkimi odmianami)
- **Dotarcie** – wskaźnik pozwalający na oszacowanie realnej liczby kontaktów z pojedynczą publikacją. Dotarcie jest przypisane do konkretnej publikacji i uwzględnia zmienne odnoszące się do realnych zachowań odbiorców – sposobów i częstotliwości korzystania z kanałów przekazu.
- **W przypadku prasy** wskaźnik wyliczany jest w oparciu o dane ze sprzedaży, przy zastosowaniu współczynników zróżnicowanych ze względu na częstotliwość ukazywania się periodyku. Współczynniki ustalone zostały na bazie badań czytelnictwa, uwzględniających czas poświęcany na lekturę, zainteresowanie czytelników poszczególnymi działami tematycznymi, średnią liczbę czytanych przez odbiorców artykułów i procent całości wydania czytany przez przeciętnego czytelnika.
- **Dla portali internetowych** wskaźnik wyliczany jest na podstawie średniej dziennej liczby unikatowych użytkowników i liczby odślon stron internetowych. Wyliczenia uwzględniają również profil medium (portale ogólnoinformacyjne charakteryzują się wyższą liczbą odślon na jednego użytkownika niż portale o profilu specjalistycznym).
- **Dla mediów radiowych** wskaźnik oparty jest o dane o słuchalności stacji, skorygowane o współczynnik uwzględniający średnie dzienne zaangażowanie słuchaczy.
- **Dla telewizji** wykorzystywane są dane o średniej minutowej oglądalności (AMR).

Raport zawiera szereg zestawień takich jak: **trend ukazywania się danych, najaktywniejsze media, mapy medialne, czy mapy benchmarkingowe**, które w jasny i czytelny sposób prezentują medialność analizowanych osób. W badaniu opisano również **kluczowe wątki, które miały bezpośredni wpływ na medialność analizowanych parlamentarzystów**.

Do skomentowania wyników raportu **PSMM Monitoring & More** zaprosił ekspertów marketingu politycznego, wizerunku politycznego i medioznawców. Ich cenne komentarze znajdziecie Państwo na łamach raportu – w pierwszej części są to wnioski **dr hab. Moniki Kaczmarek-Śliwińskiej, Sebastiana Drobczyńskiego** oraz **Marcina Szczupaka**.

Zapraszamy do lektury

CZĘŚĆ PIERWSZA

Analiza medialności parlamentarzystów z okręgów wyborczych w województwach:

- woj. kujawsko-pomorskie
- woj. pomorskie
- woj. wielkopolskie
- woj. zachodniopomorskie

W tej części badania analizie poddanych zostało 112 nazwisk posłanek i posłów.

W przypadku kilku zestawień zaprezentowano tylko top 10 najbardziej medialnych osób.

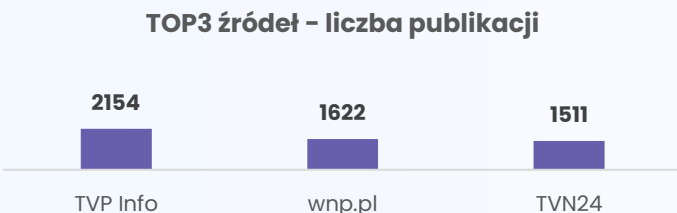


Podsumowanie liczby i dotarcia publikacji w skali ogólnopolskiej na temat posłanek i posłów z analizowanego regionu – media tradycyjne

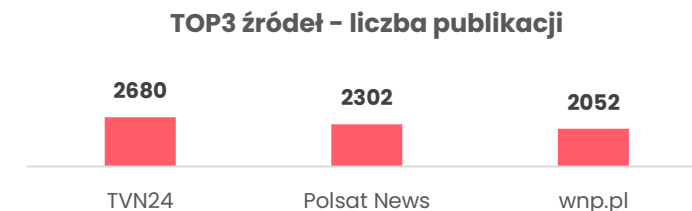
20 Liczba posłanek i posłów
26 176 Liczba publikacji
1,6 mld Dotarcie publikacji



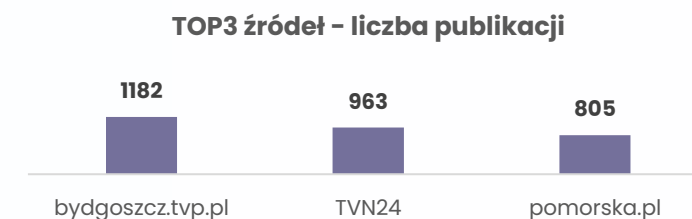
40 Liczba posłanek i posłów
88 965 Liczba publikacji
4 mld Dotarcie publikacji



26 Liczba posłanek i posłów
87 424 Liczba publikacji
5,6 mld Dotarcie publikacji



25 Liczba posłanek i posłów
38 802 Liczba publikacji
1,8 mld Dotarcie publikacji



KOMENTARZ EKSPERTKI

dr hab. Monika Kaczmarek-Śliwińska

Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

Ekspertka ds. komunikacji kryzysowej i społecznej

Z analizowanych czterech województw – kujawsko-pomorskiego, pomorskiego, wielkopolskiego i zachodniopomorskiego – można wyciągnąć kilka wspólnych wniosków.

We wszystkich województwach zauważyłam tendencję w TOP3 pod względem liczby publikacji oraz w dotarciu do odbiorców. Albo w przewadze, albo całe podium obsadzone jest przez polityczki i polityków zajmujących się sprawami społecznymi o dużej nośności (tak było w przypadku woj. kujawsko-pomorskiego) lub też są to osoby piastujące stanowiska ministerialne. O ile w pierwszej sytuacji polityczki i politycy sprawy społeczne muszą odpowiednio przedstawiać i angażować nimi media oraz odbiorców, o tyle w przypadku sprawowania funkcji ministerialnych dają one w sposób naturalny okazje do kontaktu z mediami (w przypadku woj. pomorskiego rzecznik prasowy rządu, podobnie w Wielkopolsce, gdzie minister Małgą znacznie wyprzedziła pozostałych badanych).

We wszystkich województwach wśród dziesięciu pierwszych miejsc w trzech województwach (woj. kujawsko-pomorskie, pomorskie, zachodniopomorskie) aż 4 osoby to politycy PiS, co może być związane z wysokimi zasięgami mediów publicznych. W Wielkopolskim wśród pierwszej dziesiątki polityczek i polityków PiS jest aż siedmioro. W Zachodniopomorskiem może zastanawiać fakt słabej pozycji medialnej (10. miejsce) polityka PiS w randze ministra.

Interesujące jest zestawienie najaktywniejszych źródeł medialnych (prasa, radio, tv, internet) ze względu na liczbę publikacji, ale także z zasięgami uzyskiwanymi przez poszczególne źródła. Okazuje się, że niektóre źródła, choć mają bardzo znaczące wartości liczby publikacji, to ich zasięgi bezpośrednio związane są z typem medium. Może zaskakiwać, że wbrew pojawiającej się co jakiś czas informacji o śmierci prasy, radia i tv, to właśnie tv zapewnia dotarcie, które można liczyć w setkach milionów. W analizowanych województwach widać duże znaczenie TVN24 oraz TVPInfo – mamy wysoką zarówno liczbę publikacji, jak i ich dotarcie, co może wskazywać na wysoką konsumpcję informacji właśnie z tych stacji.



KOMENTARZ EKSPERTKI

dr hab. Monika Kaczmarek-Śliwińska

Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

Ekspertka ds. komunikacji kryzysowej i społecznej

TOP10 najczęściej wzmiankowanych nazwisk w źródłach lokalnych pokazuje też, że wyjście poza obręb regionu mają jedynie politycy/polityczki zaangażowani w wydarzenia mające zasięg krajowy lub mogące być rozszerzone na inne regiony. Widać także polityków (woj. pomorskie), którzy zamykają się jedynie w swoich mediach regionalnych, z praktycznie zerową obecnością w innych częściach kraju. Może to dziwić, ponieważ działania i projekty na poziomie parlamentu dość często wychodzą poza obręb województw albo/i skutki oddziaływania budzą zainteresowanie chociaż w województwach sąsiednich. Z pewnością taka sytuacja dziwi, gdy polityk jest w randze ministra, a medialna obecność w regionie występuje praktycznie tylko na poziomie rodzimego obszaru (taka sytuacja ma miejsce w woj. zachodniopomorskim, gdzie minister Szefernaker jest widoczny, zaznacza swą obecność także w woj. pomorskim, ale w pozostałych częściach Polski jest praktycznie niewidoczny).

Interesujące wnioski przynosi analiza widoczności medialnej w powiązaniu z płcią i zajmowaną pozycją polityczną. Kobieta w randze ministra (minister Małąg) w sposób automatyczny buduje spory kapitał medialny mając szansę wprowadzić do debaty publicznej dowolne tematy. Często wskazuje się fakt niskiej obecności medialnej kobiet, ale też w ogóle niskiego zainteresowania przestrzenią kobiet. Ten przykład pokazuje, że prestiżowe stanowisko sprzyja widoczności kobiet, a parytety mogłyby przyspieszyć ten proces.

Patrząc na podsumowanie informacji z pewnością zadziwia fakt niskiej aktywności polityków i polityczek największego ugrupowania będącego obecnie w opozycji (woj. kujawsko-pomorskie, pomorskie, wielkopolskie). Sytuacja taka ma miejsce w trzech województwach. W przypadku woj. kujawsko-pomorskiego co prawda Iwona Hartwich (pozycja 1) reprezentuje klub KO, ale jest posłanką niezrzeszoną. Natomiast kolejny poseł PO zajmuje dopiero pozycję 11. W Pomorskiem to także dopiero pozycje 9-10 i dalsze, więc widać brak skuteczności w angażowaniu mediów lokalnych działaniami polityków i polityczek. Jeszcze gorzej jest w Wielkopolskiem, gdzie poseł i posłów największej partii opozycyjnej nie ma w pierwszej dziesiątce i pojawiają się najwcześniej na poz.13.

Zgoła odmienna sytuacja ma miejsce w Zachodniopomorskiem, gdzie z pewnością zadziwia fakt zepchnięcia posłów i posłanek PiS na dalsze pozycje. Choć w pierwszej dziesiątce jest ich 4, to jednak są to dalsze pozycje (nr 5, 8-10). W sytuacji, gdy widać silną koncentrację oraz rolę TVN24 i TVPInfo (a akurat w woj. zachodniopomorskim większe zasięgi są widoczne w przypadku TVPInfo) taka konstrukcja pierwszej dziesiątki wskazuje na bardzo aktywne i angażujące działania posłów opozycyjnych (m.in.: Sławomir Nitras, Magdalena Kotuła, Magdalena Filiks). Może to świadczyć o niedocenianiu mediów lokalnych i informacji dystrybuowanej w regionie, a przecież wybory są na poziomie okręgów wyborczych właśnie w regionach.

KOMENTARZ EKSPERTKI

dr hab. Monika Kaczmarek-Śliwińska

Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

Ekspertka ds. komunikacji kryzysowej i społecznej

I wreszcie media społecznościowe jako kanały własne polityczek i polityków. Występuje różnica pomiędzy liczbą obserwujących i liczbą komentarzy w mediach społecznościowych a liczbą publikacji i dotarcia w mediach instytucjonalnych. Natomiast ewidentnie widać, że aktywność w kanałach własnych (Facebook, Twitter, TikTok) przynosi reakcje w postaci zaangażowania odbiorców (wyrażanych komentarzami). Z pewnością budzi uznanie spora aktywność medialna Adama Szłapki (Nowoczesna, woj. wielkopolskie). Liczba obserwujących i liczba komentarzy wskazuje na umiejętność i odwagę angażowania odbiorców. W woj. zachodniopomorskim bardzo duże dysproporcje w obsłudze mediów własnych przez poszczególnych polityków wyniki analizy pokazują, że część polityków i polityczek (Sławomir Nitras, Magdalena Kotula) posiada znaczną grupę odbiorców oraz liczbę komentarzy. To oznacza, że budują społeczność i umieją angażować (analizie nie poddano sentymentu komentarzy), ale są także politycy, którzy nawet posiadając dużą liczbę odbiorców nie potrafią przełożyć tego na zaangażowanie wyrażone liczbą komentarzy (Paweł Szefernaker).

KOMENTARZ EKSPERTA

Sebastian Drobczyński

Ekspert ds. marketingu politycznego

Z perspektywy marketingu politycznego częścią składową wizerunku polityka jest jego medialność. Zarówno media tradycyjne, jak i społecznościowe są narzędziem, które powinny być wykorzystywane w realizacji strategii komunikacji pomiędzy parlamentarzystami a wyborcami. Efektem końcowym tych działań jest liczba publikacji, która oczywiście nie musi się przekładać na zasięg dotarcia komunikatów do odbiorców.

Analiza medialności parlamentarzystów z okręgów wyborczych województw: zachodniopomorskiego, pomorskiego, kujawsko-pomorskiego, wielkopolskiego; w okresie ostatnich 12 miesięcy może być podstawą do kilku wniosków:

- **Wyróżnij się tematem;** posłanka Iwona Hartwich (NZ) skupiła się na tematyce walki o prawa osób z niepełnosprawnościami i ich opiekunów, to przełożyło się w badanym okresie na największą liczbę publikacji; poseł Jan Krzysztof Ardanowski (PiS), tematyka rolnicza i rynek spożywczy;
- **W cenie nietuzinkowy sposób budowania wizerunku;** poseł Sławomir Nitras (PO);
- **Jeden przekaz wystarczy, aby zbudować wysoką medialność** (pytanie na jak długo?); posłanka Katarzyna Kotula (NL) publicznie oskarżyła prezesa Polskiego Związku Tenisowego o molestowanie, Magdalena Feliks (PO), śmierć syna posłanki;
- **Bądź widoczny w mediach ogólnopolskich, to buduje popularność i przekłada się na poziom dotarcia publikacji;** Joanna Schering-Wielgus (NL), Krzysztof Gawkowski (NL); Piotr Müller (PiS), Jarosław Sellin (PiS), Barbara Nowacka (iPL), Marlena Małąg (PiS), Szymon Szynkowski vel Sęk (PiS), Adam Szłapka (.N);
- **Nie jesteś widoczny w mediach tradycyjnych? Wykorzystaj media społecznościowe;** Michał Kałużny (SP), Arkadiusz Myrcha (PO), Artur Dziambor (Wolnościowcy), Agnieszka Pomaska (PO), Kazimierz Smoliński (PiS), Franciszek Sterczewski (NZ), Jadwiga Emilewicz (PiS), Jan Mosiński (PiS), Paweł Szafernaker (PiS), Artur Łącki (PO);



KOMENTARZ EKSPERTA

Sebastian Drobczyński

Ekspert ds. marketingu politycznego

- **Niewykorzystana szansa.** Największa liczba i dotarcie publikacji nie zawsze przekłada się na największą liczbę obserwujących w mediach społecznościowych; Iwona Hartwich (NZ), Jan Krzysztof Ardanowski (PiS); Krzysztof Gawkowski (NL) Piotr Müller (PiS), Jarosław Sellin (PiS), Marena Moląg (PiS), Szymon Szynkowski vel Sęk (PiS), Katarzyna Kotula (NL), Dariusz Wieczorek (NL);
- **Funkcje państwowe przekładają się na medialność** (choć nie zawsze w równym stopniu); Piotr Müller (PiS) rzecznik prasowy rządu, Jarosław Sellin (PiS) sekretarz stanu, Generalny Konserwator Zabytków, Marlena Maląg (PiS) Minister Rodziny i Polityki Społecznej, Szymon Szynkowski vel Sęk (PiS) Minister do spraw Unii Europejskiej, Ryszard Bartosik (PiS) sekretarz stanu;
- **Lokalne media zbudują medialność parlamentarzysty:** Paweł Olszewski (PO), Anna Gembicka (PiS), Ryszard Bartosik (PiS), Katarzyna Kotula (NL), Czesław Hoc (PiS), Leszek Dobrzyński (PiS).

KOMENTARZ EKSPERTA

Marcin Szczupak

Dyrektor badań i rozwoju biznesu, PSMM Monitoring & More

Ekspert badań mediów

Kompletna, odnosząca się do wszystkich rodzajów mediów, obserwacja aktywności medialnej posłów i partii politycznych przynosi szereg insightów. Przede wszystkim możliwe jest wyjście poza bańki komunikacyjne. Obecność w mediach lokalnych i regionalnych pozwala na dotarcie do zdecydowanie szerszej grupy potencjalnych odbiorców. Polaryzacja medialna i promowanie w określonych stacjach telewizyjnych tylko przedstawicieli określonych partii nie zamyka drogi dla chcących uzyskać szerszą widoczność medialną.

Właściwe wykorzystanie szerokiego wachlarza mediów tradycyjnych, praca nad mediami mniejszymi może przelożyć się na istotne dotarcie z przekazem do potencjalnego wyborcy. Oczywiście sprawowanie funkcji państwowych w większości przypadków jest gwarantem potężnej ekspozycji mediowej (wzrosty to w przypadku Pani minister Marleny Maląg, czy też rzecznika rządu Pana Piotra Müllera).

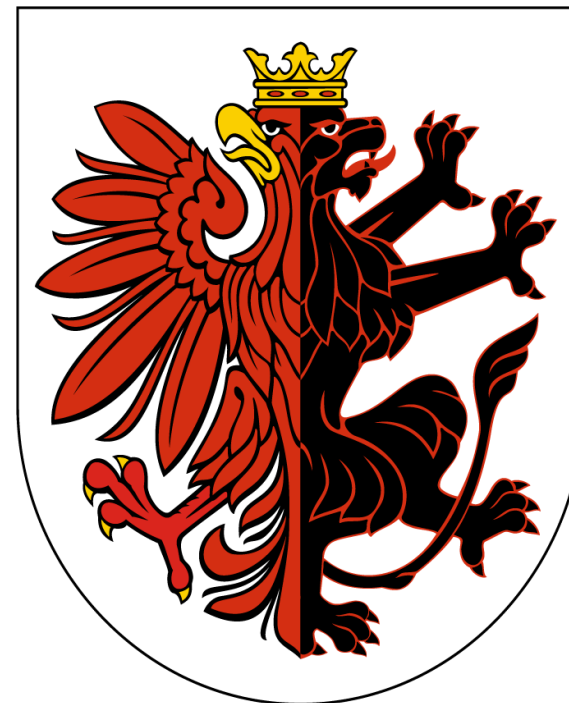
Uzupełnieniem medialności jest także aktywność w mediach społecznościowych, które od lat pozwalają na bycie rozpoznawalnym i docieranie ze swoim przekazem do określonych grup. Media UGC (User-generated content) dają także zwrotnie dużą dawkę wiedzy na temat nastrojów społecznych.

To również stosunkowo nieinwazyjna metoda na szerszą polemikę z przeciwną stroną lub też dobre wsluchanie się w potrzeby zgłaszane przez wyborców i zwolenników.

Nasze kolejne analizy będą zbiorem pozwalającym budować rankingi między województwami i partiami. Pozwolą również na rzetelne badanie skuteczności i efektywności działań komunikacyjnych. Powiązanie tych wyników z końcowymi i ostatecznymi rezultatami wyborów będą nieocenioną dawką wiedzy w zakresie budowy politycznego przekazu.



**Posłanki i posłowie wybrani
z okręgów w województwie
kujawsko-pomorskim**



Dane z mediów tradycyjnych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

25

Liczba posłanek i posłów

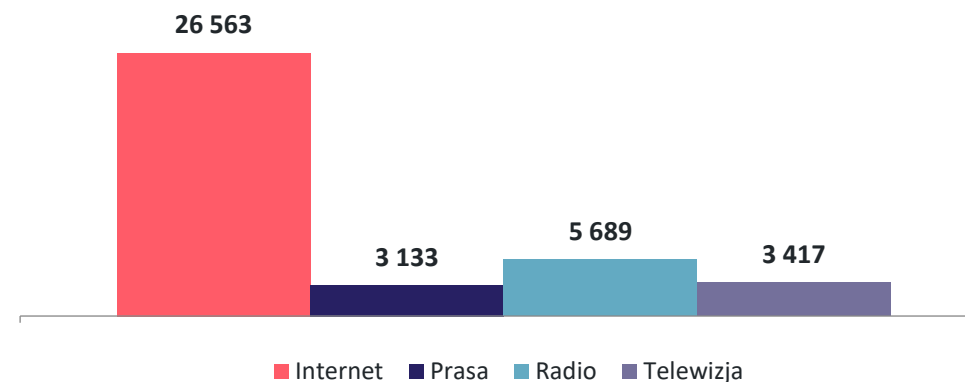
38 802

Liczba publikacji

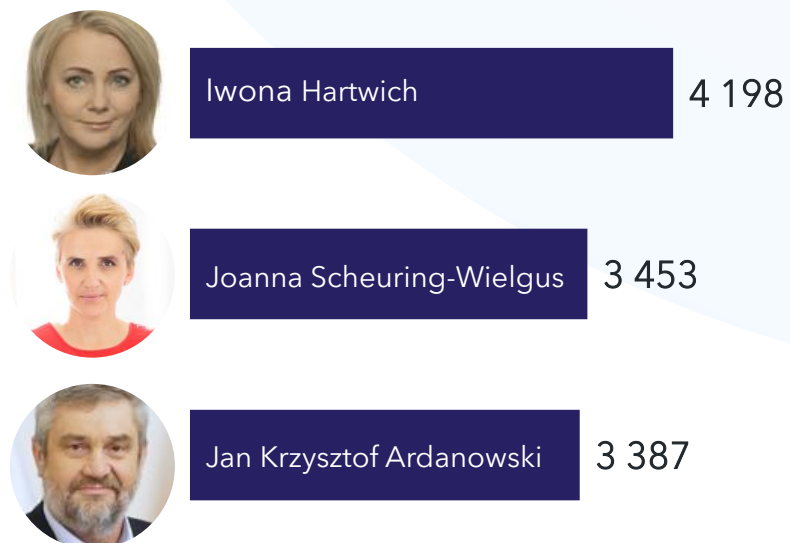
1,8 mld

Dotarcie publikacji

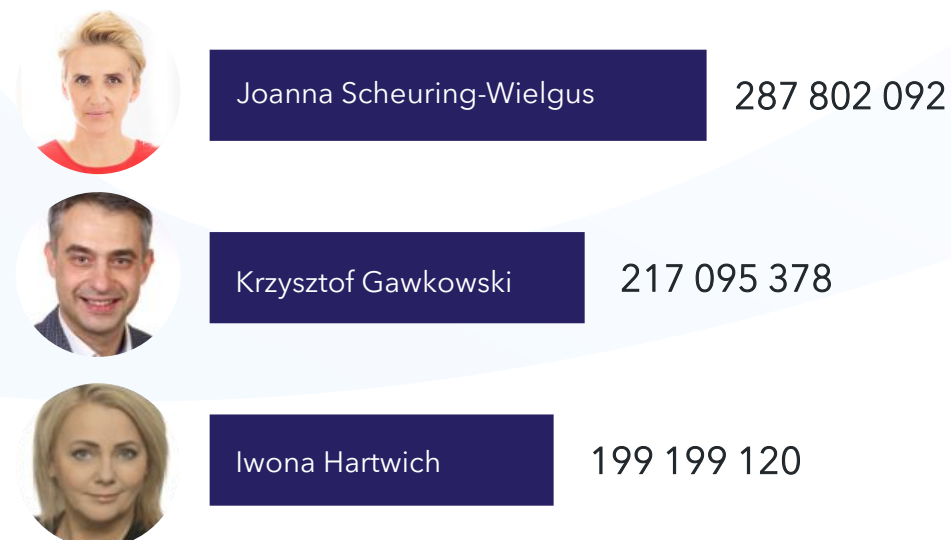
LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI



TOP 3 – liczba publikacji:

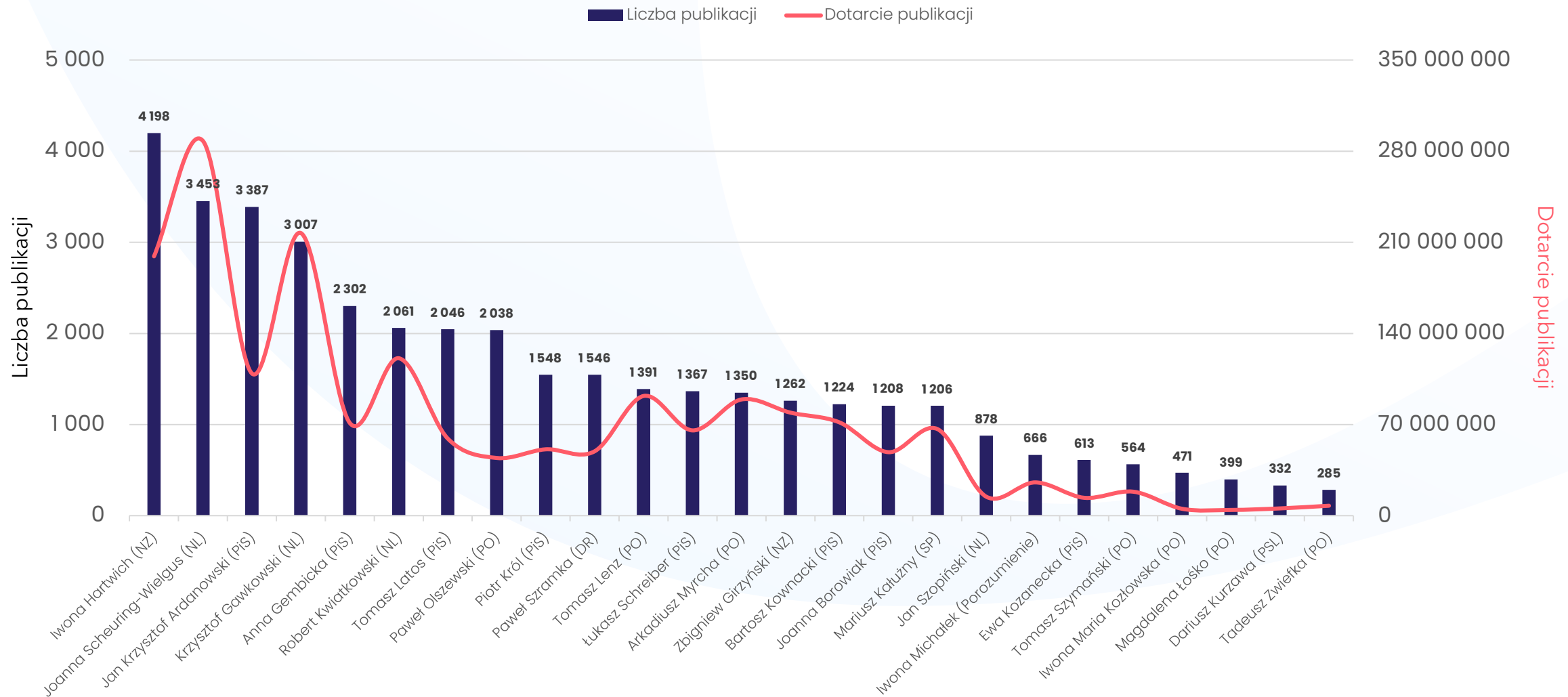


TOP 3 – dotarcie publikacji:



POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI



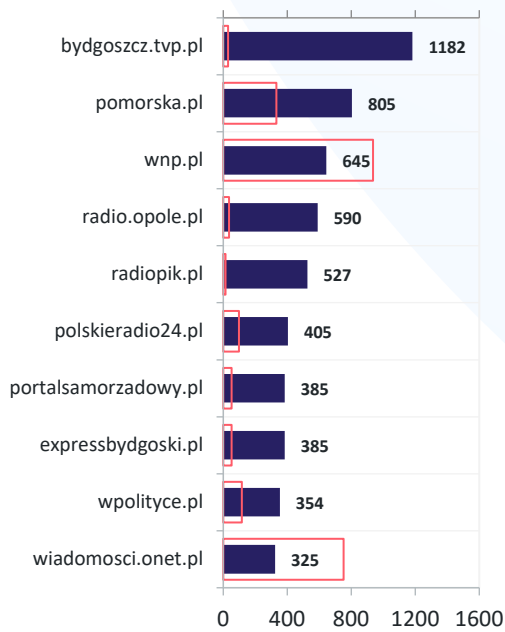
*NZ - niezrzeszeni

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

NAJAKTYWNIJSZE MEDIA

Internet

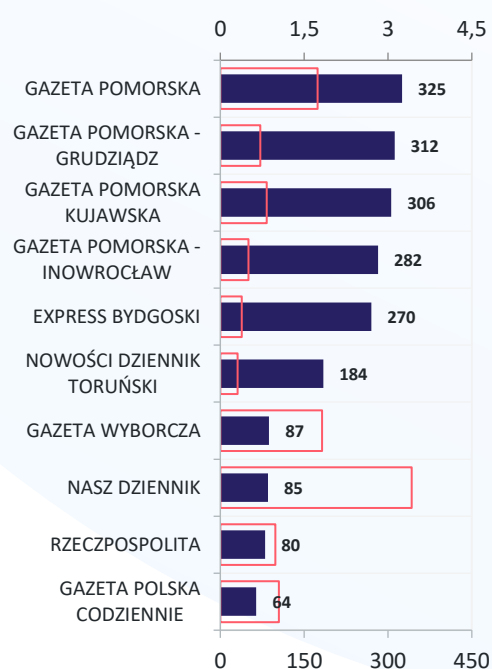
Dotarcie (w milionach)



Liczba publikacji

Prasa

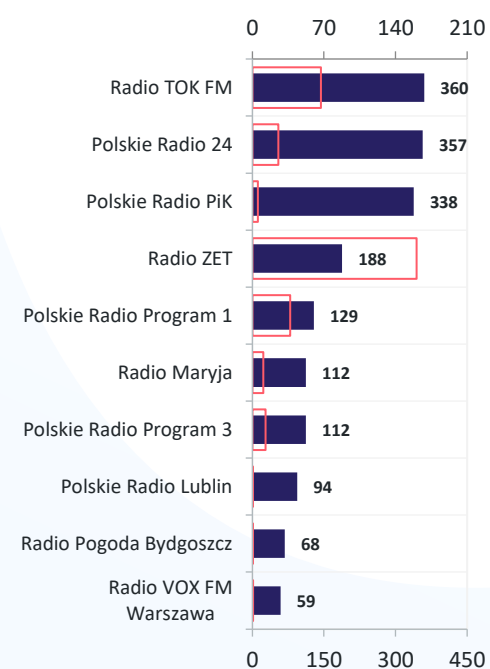
Dotarcie (w milionach)



Liczba publikacji

Radio

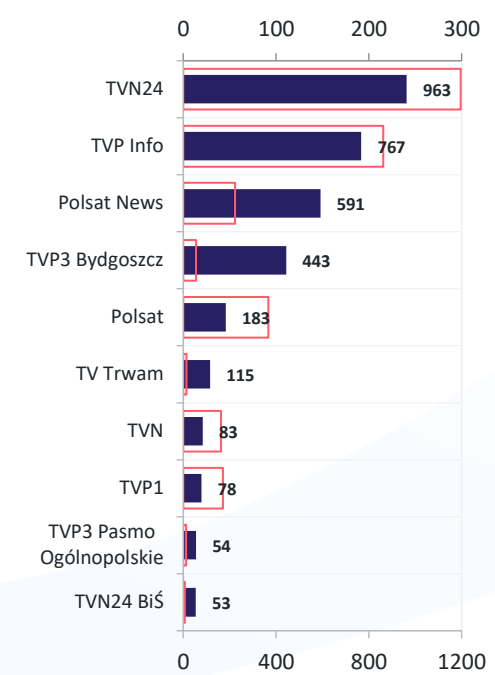
Dotarcie (w milionach)



Liczba publikacji

TV

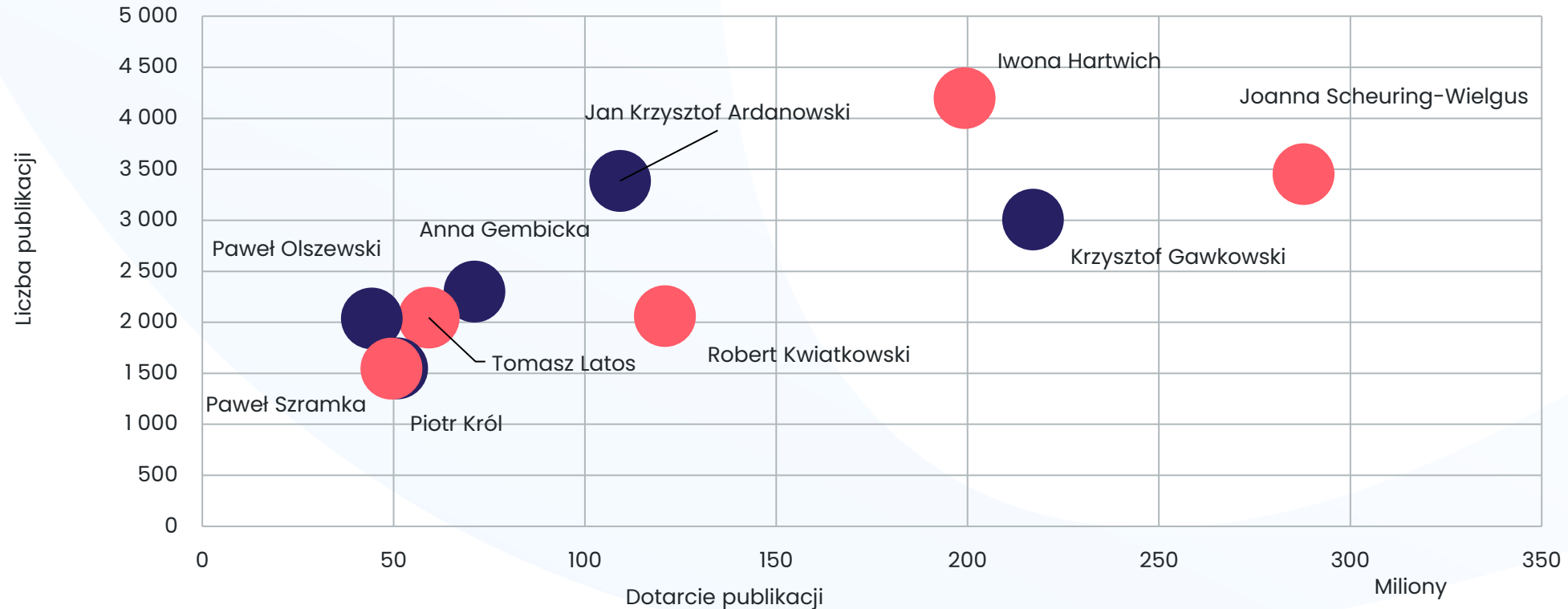
Dotarcie (w milionach)



Liczba publikacji

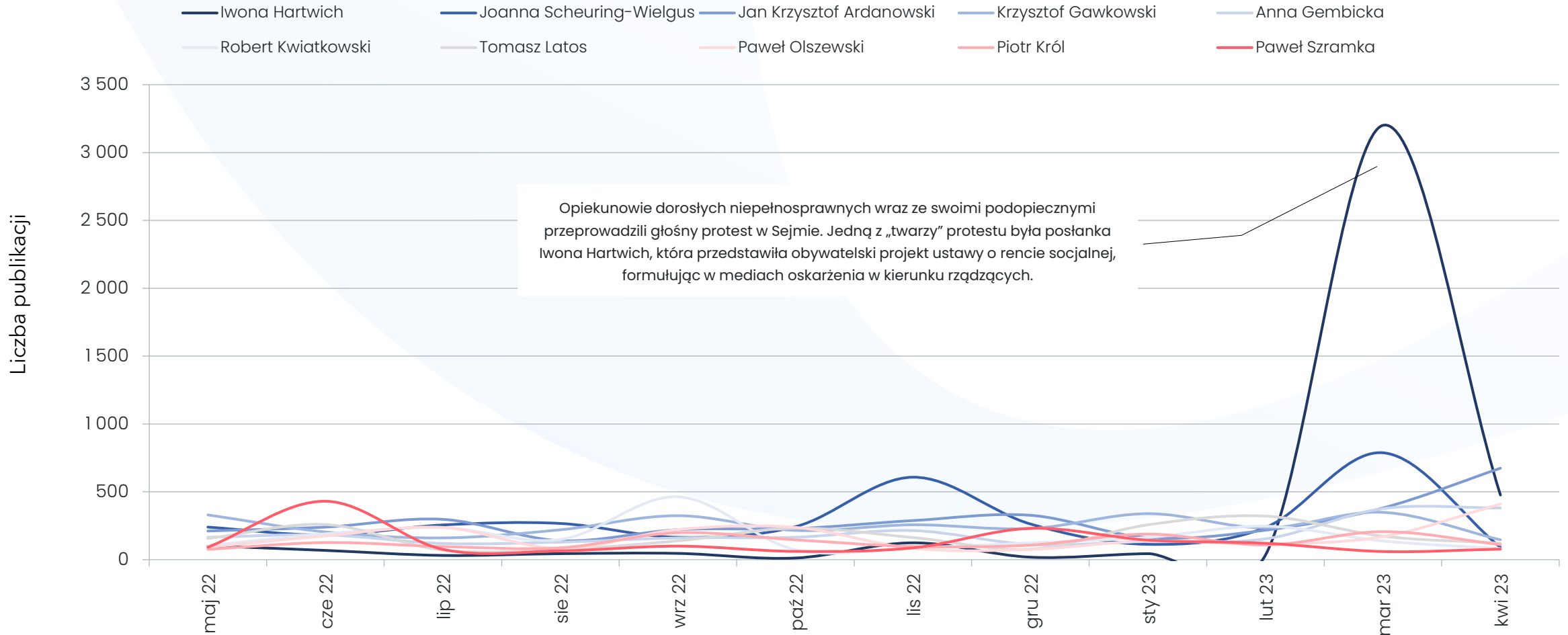
■ Liczba publikacji □ Dotarcie publikacji

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

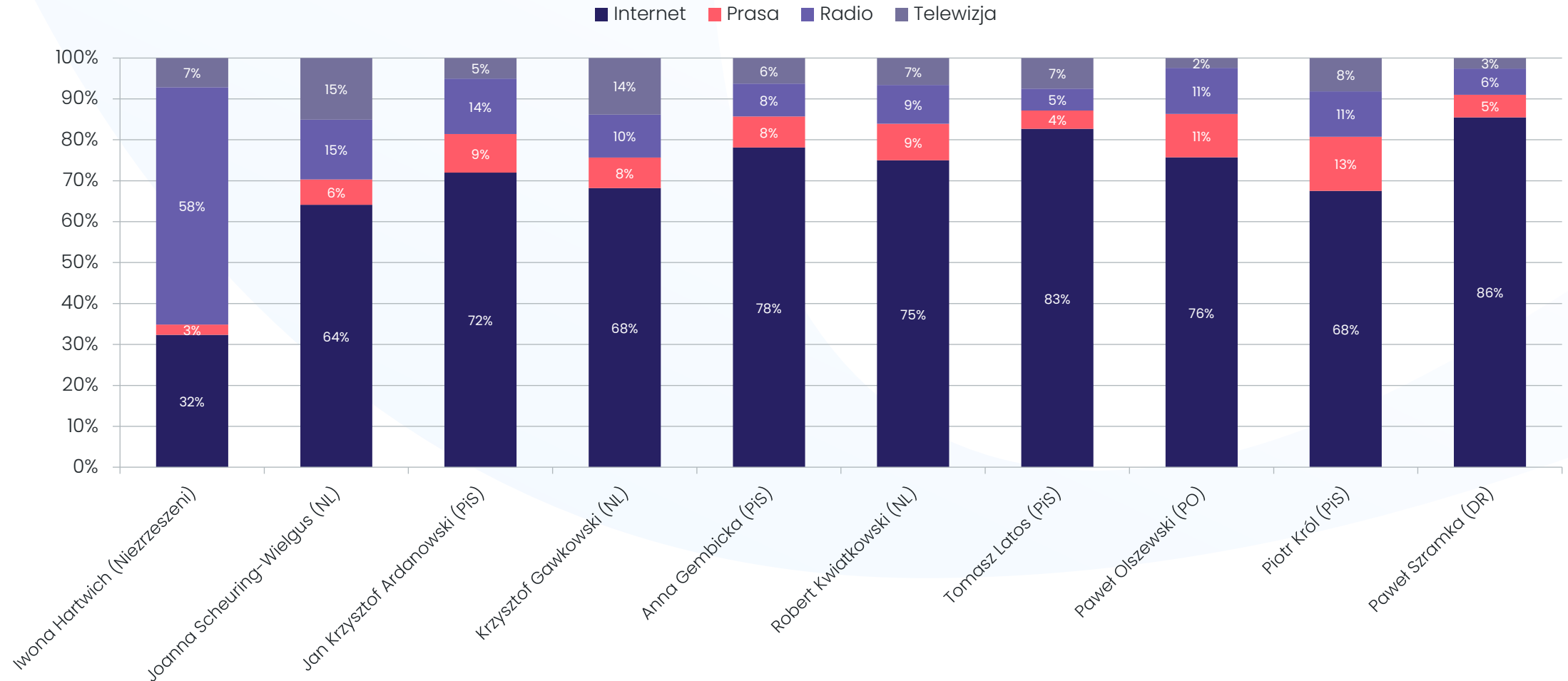


Badanie wykazało, że posłanka Iwona Hartwich wzmiankowana była w mediach najczęściej, podczas gdy przekaz na temat Joanny Scheuring-Wielgus dotarł do największej liczby odbiorców. Czołowe ogólnopolskie źródła, takie jak RMF FM, TVN czy Polsat informowały m.in. o uchyleniu Joannie Scheuring-Wielgus immunitetu, w związku z jej protestem w trakcie mszy w kościele pod wezwaniem św. Jakuba w Toruniu.

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

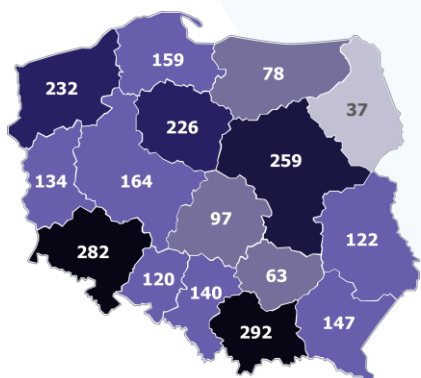


TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

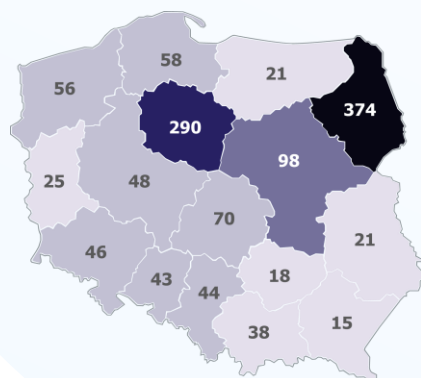


TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK W MEDIACH LOKALNYCH

Iwona Hartwich



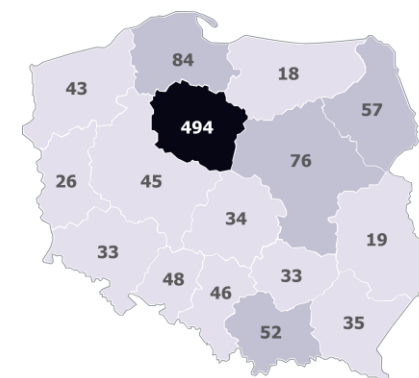
Paweł Olszewski



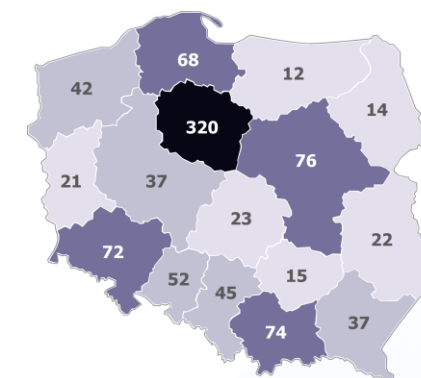
Anna Gembicka



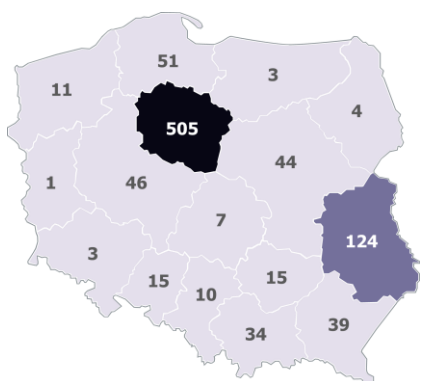
Jan Krzysztof Ardanowski



Joanna Scheuring-Wielgus



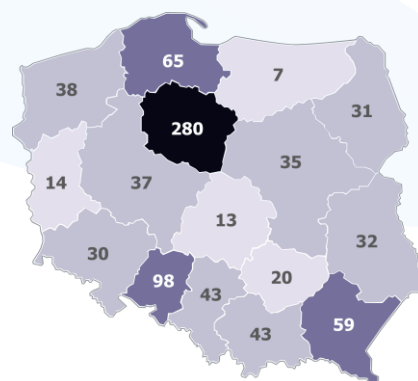
Piotr Król



Tomasz Latos



Krzysztof Gawkowski



Joanna Borowiak



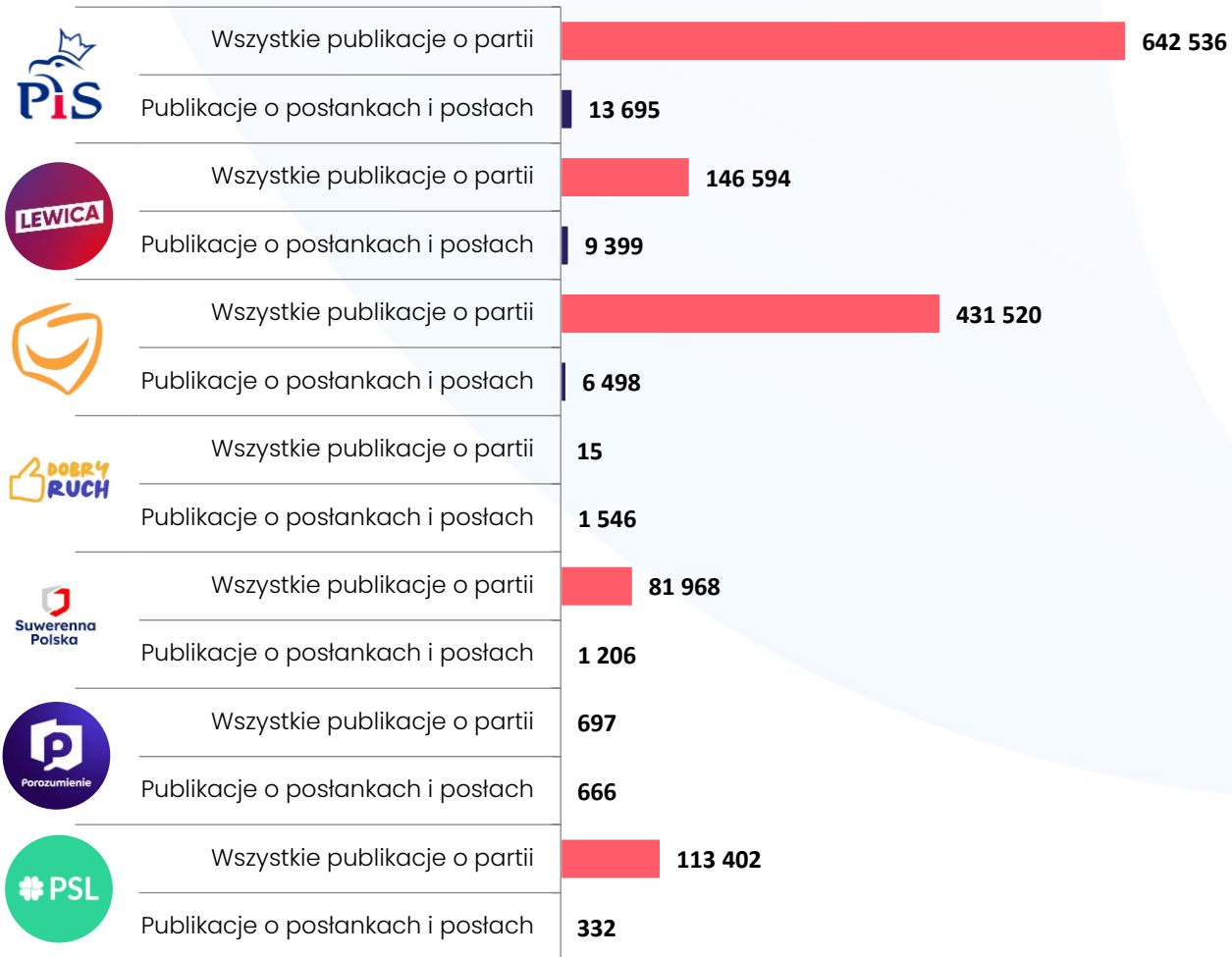
Łukasz Schreiber



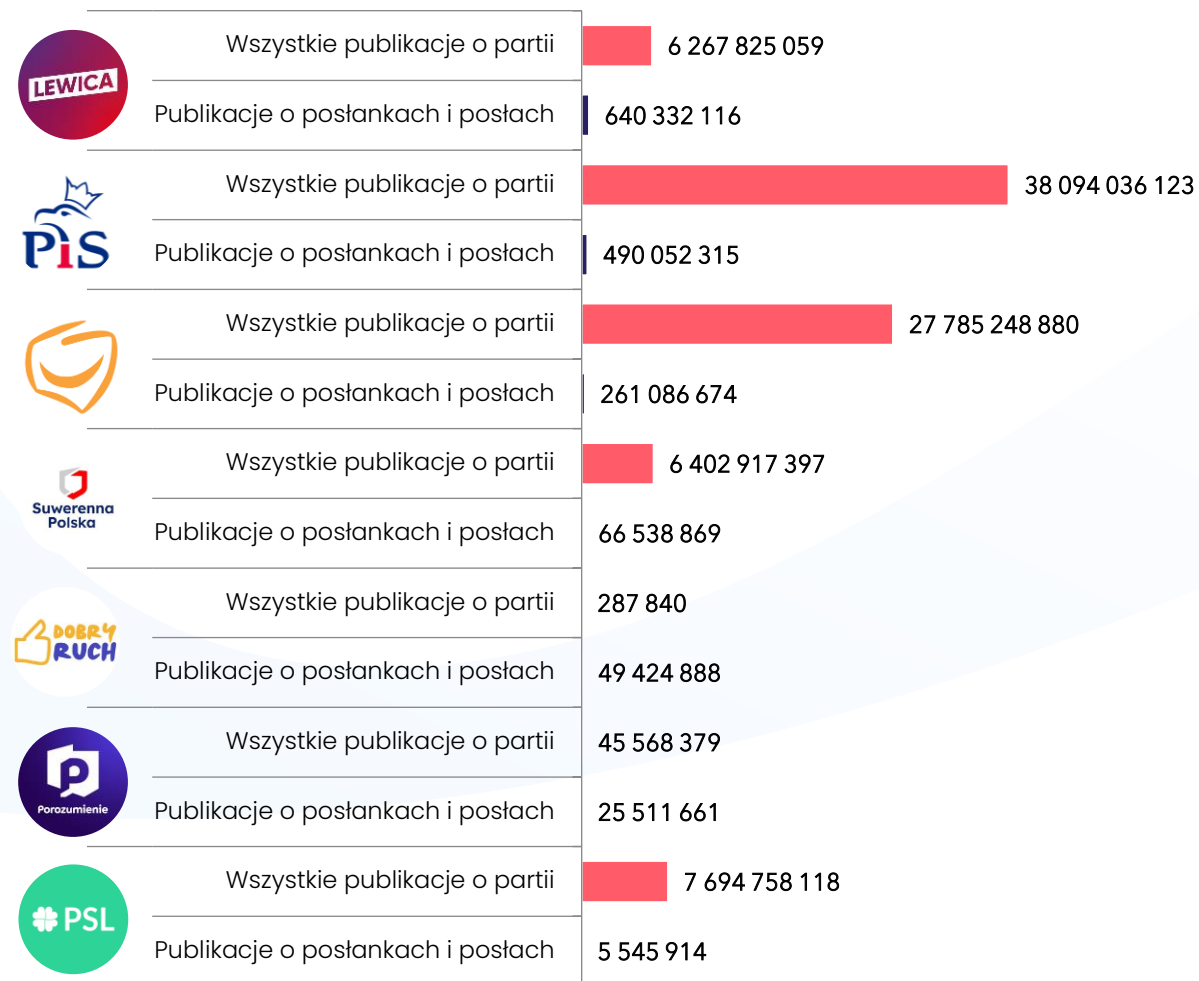
POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

Partie polityczne, posłanki i posłowie
- liczba publikacji w skali ogólnopolskiej:

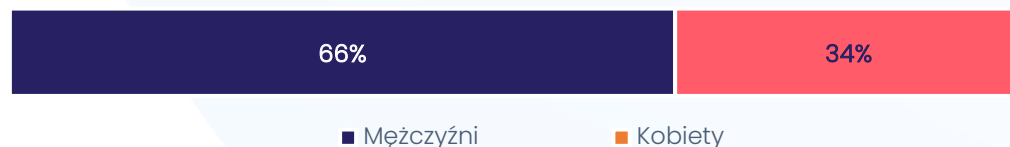


Partie polityczne, posłanki i posłowie
- dotarcie publikacji w skali ogólnopolskiej:

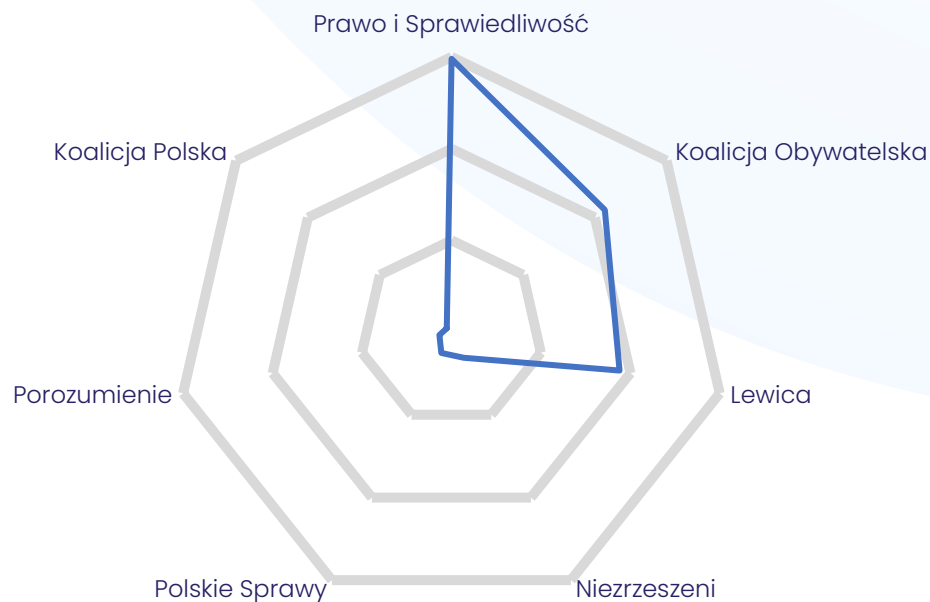


PŁEĆ ORAZ PRZYNALEŻNOŚĆ PARTYJNA

Liczba publikacji – podział na płeć



Kluby i koła poselskie – liczba publikacji



KOMENTARZ ANALITYKA

Natalia Maćkowiak

Starsza analityczka mediów, PSMM Monitoring & More

Medialność polityków w podziale na kluby i koła poselskie pokazuje, że jedna gwiazda to czasem za mało, żeby zdominować medialny przekaz polityczny, ale wystarczająco, aby rozpropagować szerszemu gronu przekazy ugrupowania, do którego przynależy. Zainteresowanie niezrzeszoną **Iwoną Hartwig**, na temat której było najwięcej publikacji, czy **Joanną Scheuring-Wielgus** z Nowej Lewicy, o której przekaz zdobył najwyższe dotarcie były widocznymi, ale jednak wyjątkami na mapie politycznego wpływu, zdominowanego przez parlamentarzystów Prawa i Sprawiedliwości. Okazuje się, że to właśnie te gwiazdy, znane z wyrazistych poglądów, czy jasno zdefiniowanego obszaru swych działań są w stanie wyjść z przekazem poza swój okręg wyborczy i dotrzeć do dużej liczby odbiorców. Nawet **Jan Krzysztof Ardanowski**, choć działa w Radzie ds. Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, w mediach regionalnych pojawiał się głównie w województwie kujawsko-pomorskim. Poza PiS-em silne zainteresowanie medialne na Kujawach wzbudzała **Nowa Lewica**. To przedstawiciele tego ugrupowania pod względem liczby publikacji zostawili w tyle m.in. PO, a pod względem dotarcia zdeklasowali także PiS.

KLUCZOWE TEMATY I WYDARZENIA

- **Iwona Hartwig** jest przykładem posłanki, która rozpoczęła działalność polityczną, aby walczyć o prawa osób z niepełnosprawnościami i ich opiekunów. Dzięki podejmowanym działaniom stała się w rzeczywistości **głosem / rzeczniczką OzN i ich opiekunów**. Rozpropagować jej poglądy pomogły media, zwłaszcza te o zasięgu ogólnopolskim: **TVN24, RMF FM, Radio ZET, Radio TOK FM, Polsat, Polsat News, TVN, TVP Info**. To one z informacją o Iwonie Hartwig dotarły do największej liczby odbiorców. Co ciekawe to nie tytuły regionalne województwa kujawsko-pomorskiego wzmiankowały o polityczne najczęściej, a te z województw: małopolskiego (Radio Plus Kraków, Radio Plus Podhale), dolnośląskiego (Radio Plus Głogów, Radio Plus Legnica), mazowieckiego (Radio VOX FM Warszawa, Radio Plus Warszawa). Iwona Hartwig była słyszalnym głosem **protestów OzN i ich opiekunów, jakie odbyły się w marcu w Sejmie**.
- Popularność oraz wysoki wskaźnik dotarcia publikacji o **Joannie Scheuring-Wielgus** łączy się z częstą obecnością w mediach o zasięgu ogólnopolskim oraz **zdecydowanymi antyklerykalnymi poglądom polityczki**. Szczególnie dużo uwagi posłance poświęciły **TVN24, Radio ZET, Polsat, TVP Info, wiadomosci.onet.pl, Polsat News, Radio TOK FM, TVN, RMF FM, onet.pl**. Publikacje w tych mediach miały najwyższe dotarcie do odbiorców. Warto jednak zauważyć, że część mediów skupiła się głównie na krytyce działalności posłanki (TVP Info, TVP1), będąc źródłem pejoratywnych komentarzy na jej temat. W listopadzie 2022 roku przy okazji przypominania sprawy wystąpienia w kościele św. Jakuba w Toruniu, posłanka obiecała, że w przyszłości przepis o obrazie uczuć religijnych zostanie usunięty, za co „dostało się” jej się od mediów związanych z prawą stroną polityczną. Lewicowe poglądy stały się jednak przepustką do tego, żeby tezy posłanki były upubliczniane w mediach kojarzonych ze światopoglądem centrowym i lewicowym. Tak było m.in. w związku z głośną sprawą **kontrowersyjnych rekolekcji w Toruniu w marcu 2023 roku**.
- Obecność medialna **Jana Krzysztofa Ardanowskiego** związana była z promowaniem jego poglądów przez media związane z prawą stroną sceny politycznej (**Bydgoszcz.tvp.pl, Nasz Dziennik, TVP3 Bydgoszcz, Radio Maryja**) oraz przez media specjalistyczne, zajmujące się tematyką rolniczą i rynkiem spożywczym (**swiatrolnika.info, farmer.pl, cenyrolnicze.pl, portalspozywczy.pl**). Jan Krzysztof Ardanowski, z uwagi na swoją funkcję szefa Rady ds. Rolnictwa i Obszarów Wiejskich, jest **komentatorem / ekspertem ds. rolnictwa i żywności**, zabierając głos w istotnych tematach z tego obszaru. W lipcu 2022 roku komentował wysokie ceny cukru, w październiku – suszę oraz Wspólną Politykę Rolną, w listopadzie – Zielony Ład. W kwietniu 2023 roku zaangażował się ponadto w temat zakazu tranzytu i wwozu ukraińskiego zboża, postulując radykalne kroki w celu ochrony polskich rolników przed konsekwencjami nadmiernego, niekontrolowanego importu.

WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE					
	Imię i nazwisko	Partia polityczna	Klub / koło poselskie	Liczba publikacji	Dotarcie publikacji
1	Iwona Hartwich	Niezrzeszona	Koalicja Obywatelska	4 198	199 199 120
2	Joanna Scheuring-Wielgus	Nowa Lewica	Lewica	3 453	287 802 092
3	Jan Krzysztof Ardanowski	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	3 387	109 191 041
4	Krzysztof Gawkowski	Nowa Lewica	Lewica	3 007	217 095 378
5	Anna Gembicka	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	2 302	71 145 431
6	Robert Kwiatkowski	Nowa Lewica	Lewica	2 061	120 906 341
7	Tomasz Latos	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	2 046	59 199 059
8	Paweł Olszewski	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	2 038	44 305 530
9	Piotr Król	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 548	50 947 963
10	Paweł Szramka	Dobry Ruch	Dobry Ruch	1 546	49 424 888
11	Tomasz Lenz	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 391	91 914 048
12	Łukasz Schreiber	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 367	65 483 029
13	Arkadiusz Myrcha	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 350	89 247 537
14	Zbigniew Girzyński	Niezrzeszony	Polskie Sprawy	1 262	79 120 116
15	Bartosz Kownacki	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 224	71 636 158
16	Joanna Borowiak	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 208	48 751 882
17	Mariusz Kałużny	Suwerenna Polska	Prawo i Sprawiedliwość	1 206	66 538 869
18	Jan Szopiński	Nowa Lewica	Lewica	878	14 528 305
19	Iwona Michałek	Porozumienie	Porozumienie	666	25 511 661
20	Ewa Kozanecka	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	613	13 697 752
21	Tomasz Szymański	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	564	18 398 316
22	Iwona Maria Kozłowska	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	471	5 252 484
23	Magdalena Łośko	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	399	4 368 070
24	Dariusz Kurzawa	Polskie Stronnictwo Ludowe	Koalicja Polska	332	5 545 914
25	Tadeusz Zwiefka	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	285	7 600 689

Dane z mediów społecznościowych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE stan na dzień: 30.04.2023


PSMM
Monitoring & More

Liczba obserwujących

facebook



TikTok




Imię i nazwisko	facebook	Twitter	TikTok
 Joanna Scheuring-Wielgus	85 562	95 419	13 900
 Mariusz Kałużny	77 090	15 668	6 665
 Arkadiusz Myrcha	22 243	37 035	2 401
Paweł Szramka	34 573	5 054	brak konta
Łukasz Schreiber	12 570	26 706	brak konta
Krzysztof Gawkowski	10 964	20 935	brak konta
Zbigniew Girzyński	7 618	23 172	brak konta
Paweł Olszewski	8 728	20 817	brak konta
Bartosz Kownacki	9 401	17 296	brak konta
Tomasz Latos	15 430	3 064	brak konta
Jan Krzysztof Ardanowski	6 786	11 238	brak konta
Ewa Kozanecka	12 338	1 958	brak konta
Anna Gembicka	10 600	2 295	brak konta
Tomasz Lenz	6 239	6 222	brak konta
Robert Kwiatkowski	5 946	5 999	brak konta
Iwona Hartwicz	3 694	6 983	brak konta
Joanna Borowiak	3 223	7 302	brak konta
Piotr Król	4 965	4 260	brak konta
Iwona Michałek	5 646	3 573	brak konta
Tomasz Szymański	4 874	138	brak konta
Magdalena Łośko	2 143	2 409	brak konta
Jan Szopiński	1 033	2 169	brak konta
Dariusz Kurzawa	2 195	961	brak konta
Tadeusz Zwiefka	7 589	3 145	brak konta
Iwona Maria Kozłowska	2 589	477	brak konta

Liczba Komentarzy

facebook



TikTok

Imię i nazwisko	facebook	Twitter	TikTok
 Mariusz Kałużny	109 447	46 505	8 931
 Arkadiusz Myrcha	29 274	23 284	1 747
 Joanna Scheuring-Wielgus	25 488	13 002	10 425
Łukasz Schreiber	18 872	8 055	brak konta
Krzysztof Gawkowski	12 994	8 859	brak konta
Paweł Szramka	15 010	2 274	brak konta
Ewa Kozanecka	7 407	417	brak konta
Tomasz Lenz	6 035	1 584	brak konta
Piotr Król	3 346	3 569	brak konta
Paweł Olszewski	3 494	2 157	brak konta
Bartosz Kownacki	2 691	2 113	brak konta
Iwona Hartwicz	2 736	1 699	brak konta
Iwona Michałek	2 972	968	brak konta
Joanna Borowiak	2 078	1 827	brak konta
Tomasz Szymański	3 690	brak konta	brak konta
Robert Kwiatkowski	1 390	1 878	brak konta
Anna Gembicka	2 195	379	brak konta
Magdalena Łośko	1 586	788	brak konta
Jan Krzysztof Ardanowski	53	2 123	brak konta
Iwona Maria Kozłowska	1 449	24	brak konta
Tomasz Latos	1 153	288	brak konta
Jan Szopiński	400	415	brak konta
Zbigniew Girzyński	402	100	brak konta
Dariusz Kurzawa	241	120	brak konta
Tadeusz Zwiefka	993	brak konta	brak konta

**Posłanki i posłowie wybrani
z okręgów w województwie
pomorskim**



Dane z mediów tradycyjnych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

26

Liczba posłanek i posłów

87 424

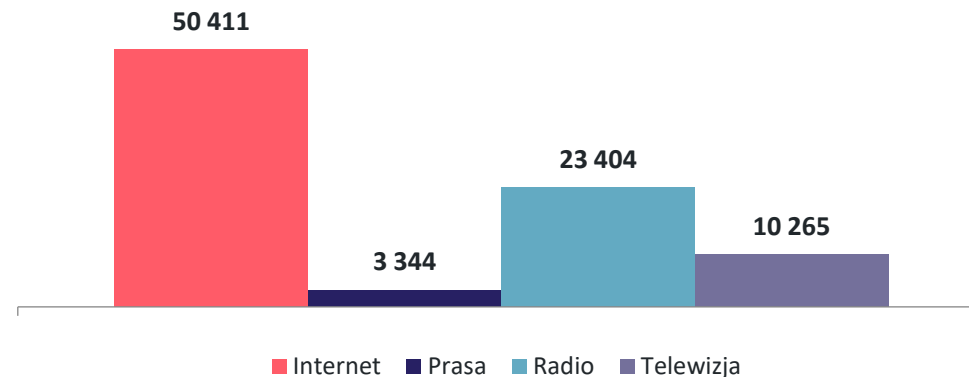
Liczba publikacji

5,6 mld

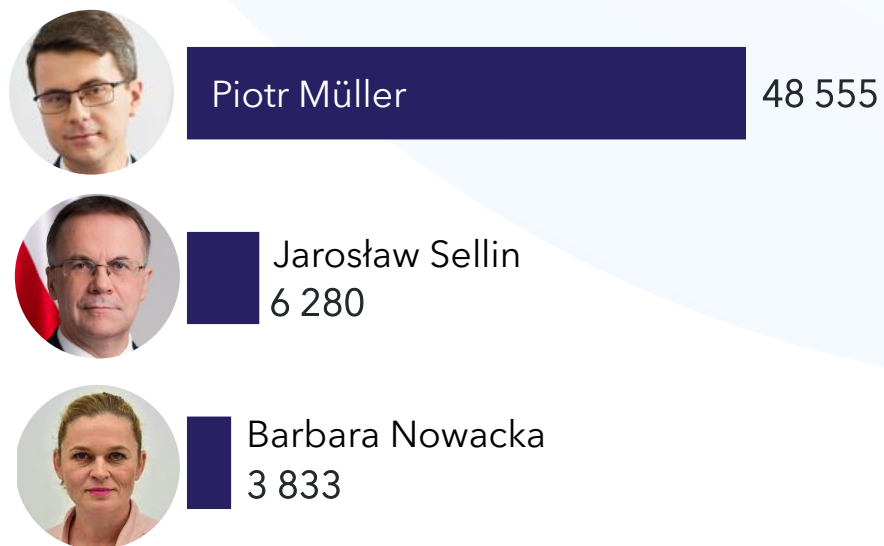
Dotarcie publikacji

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

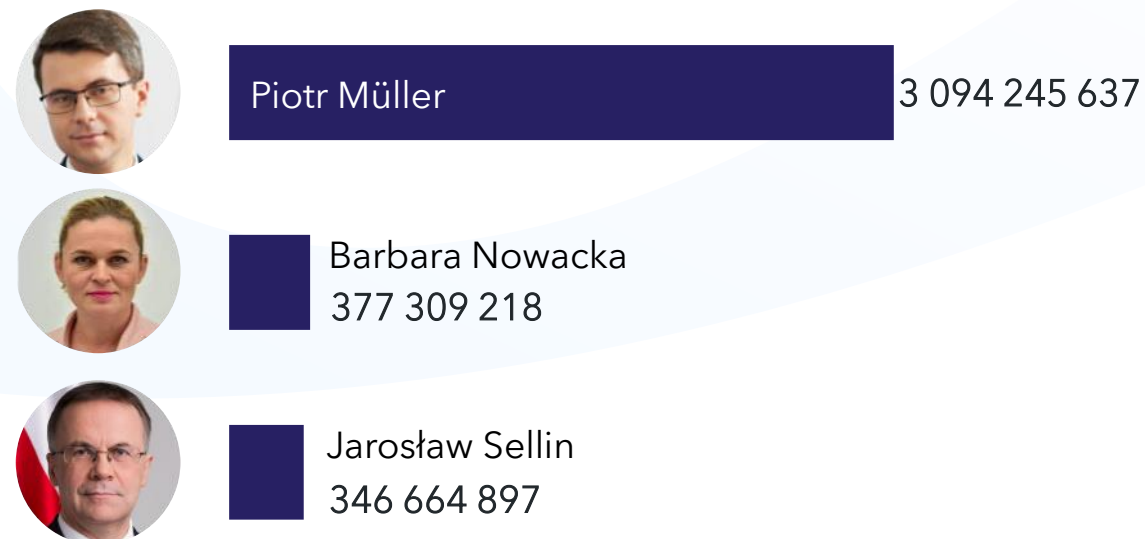
PSMM
Monitoring & More



TOP 3 – liczba publikacji:

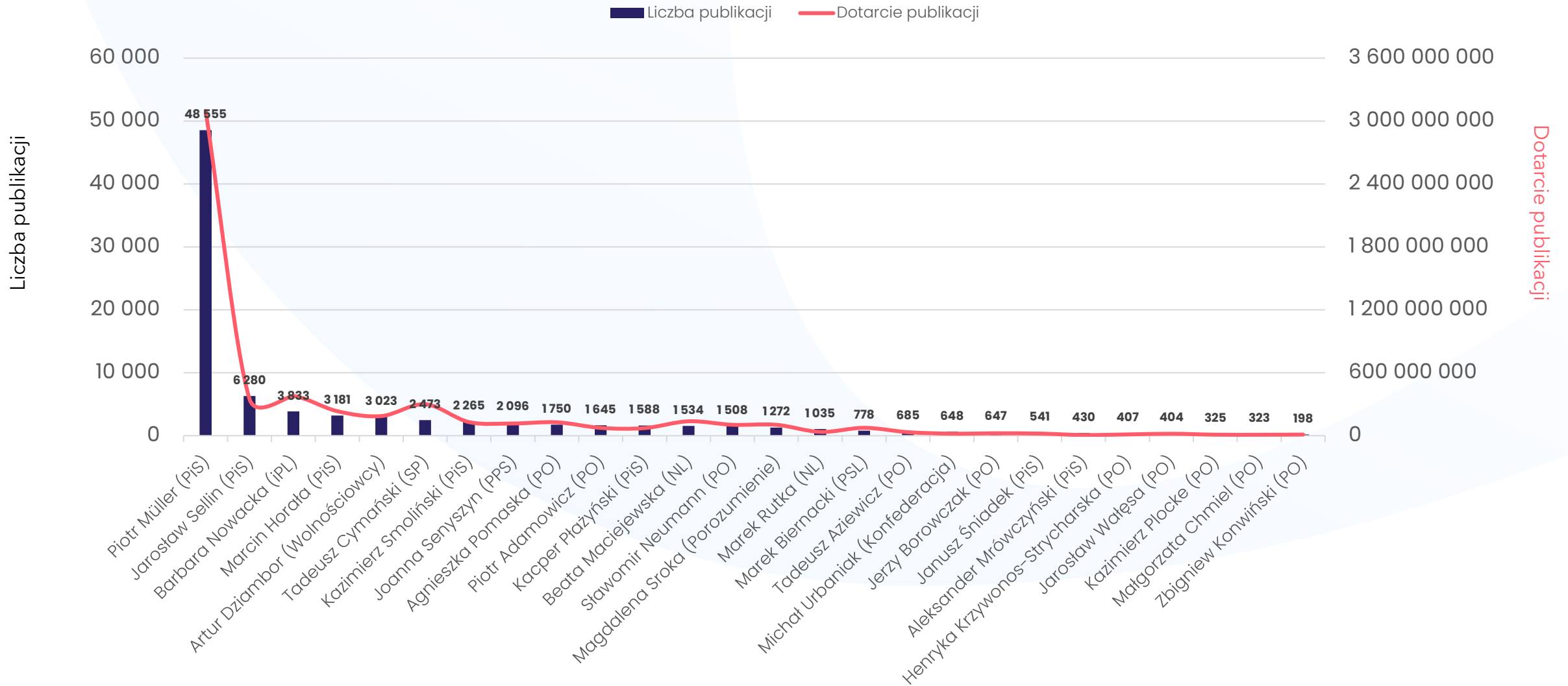


TOP 3 – dotarcie publikacji:



POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

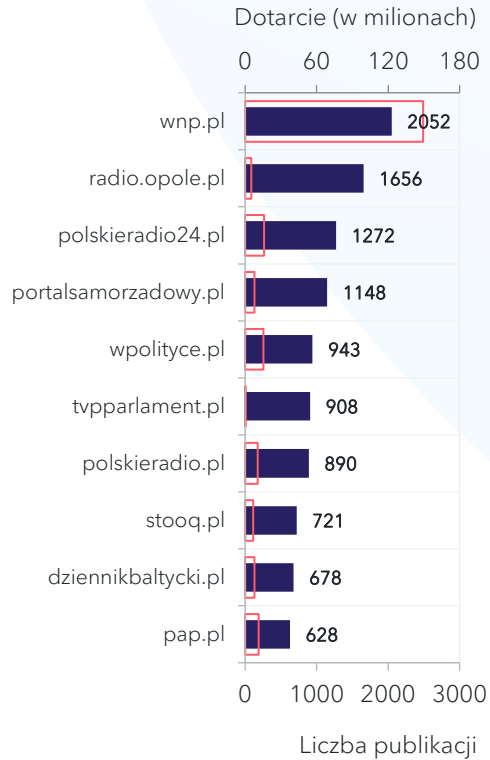
LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI



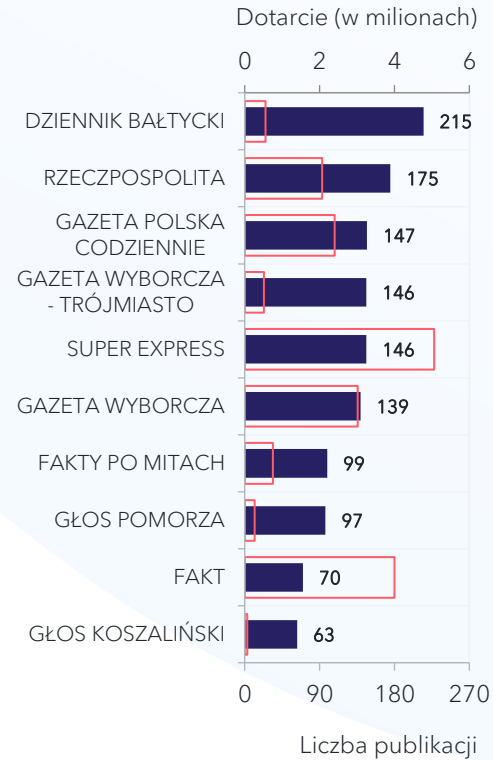
POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

NAJAKTYWNIJSZE MEDIA

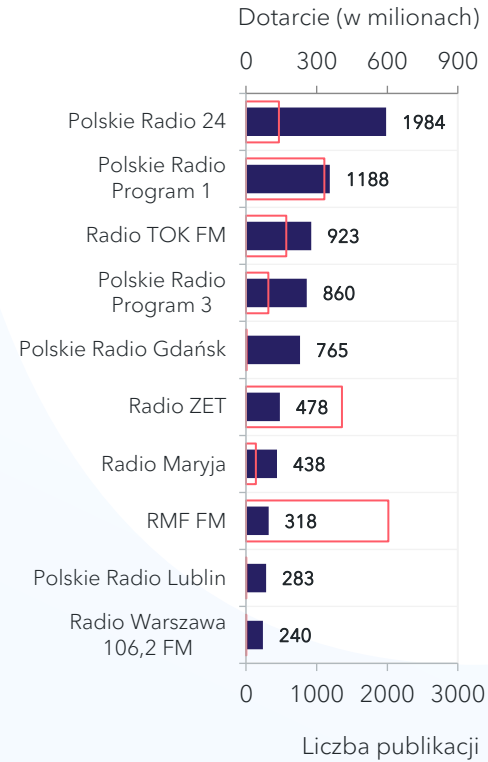
Internet



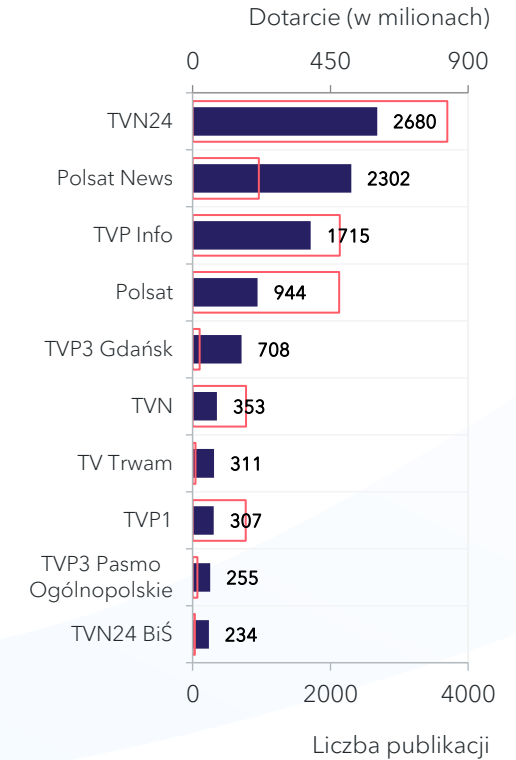
Prasa



Radio

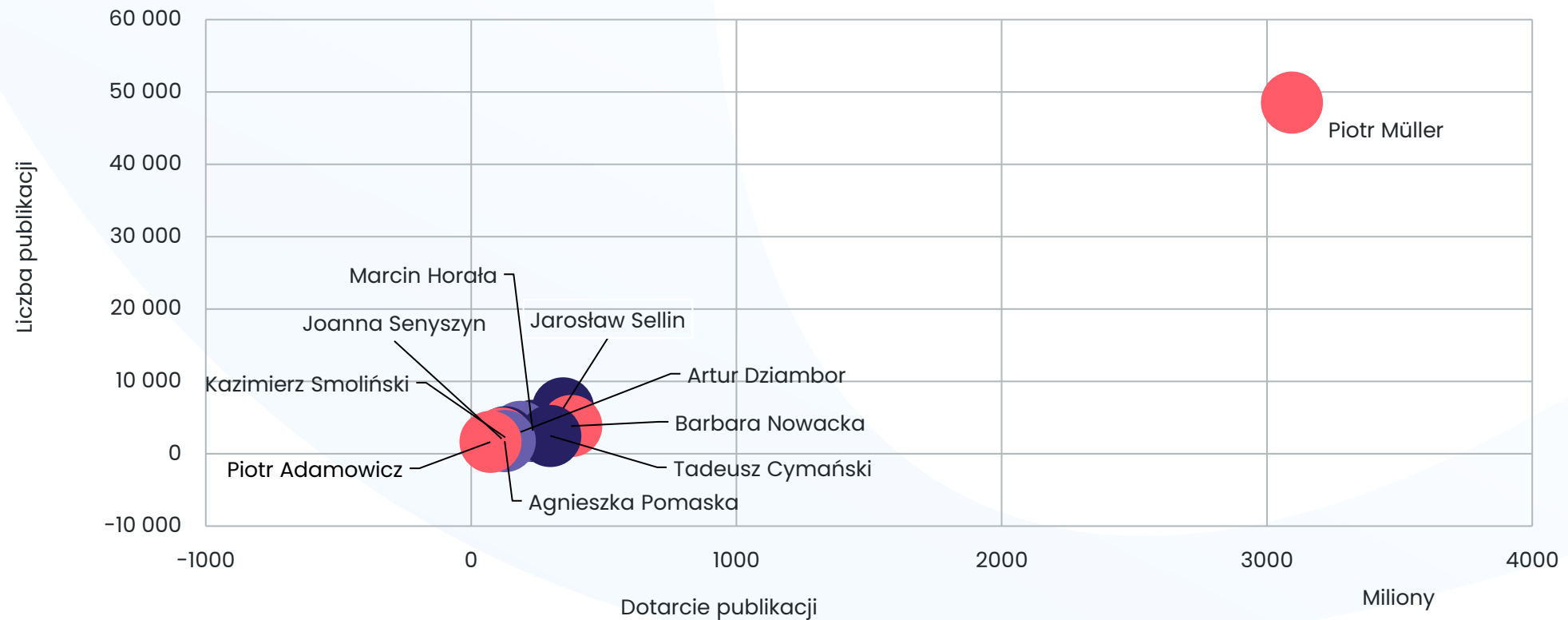


TV



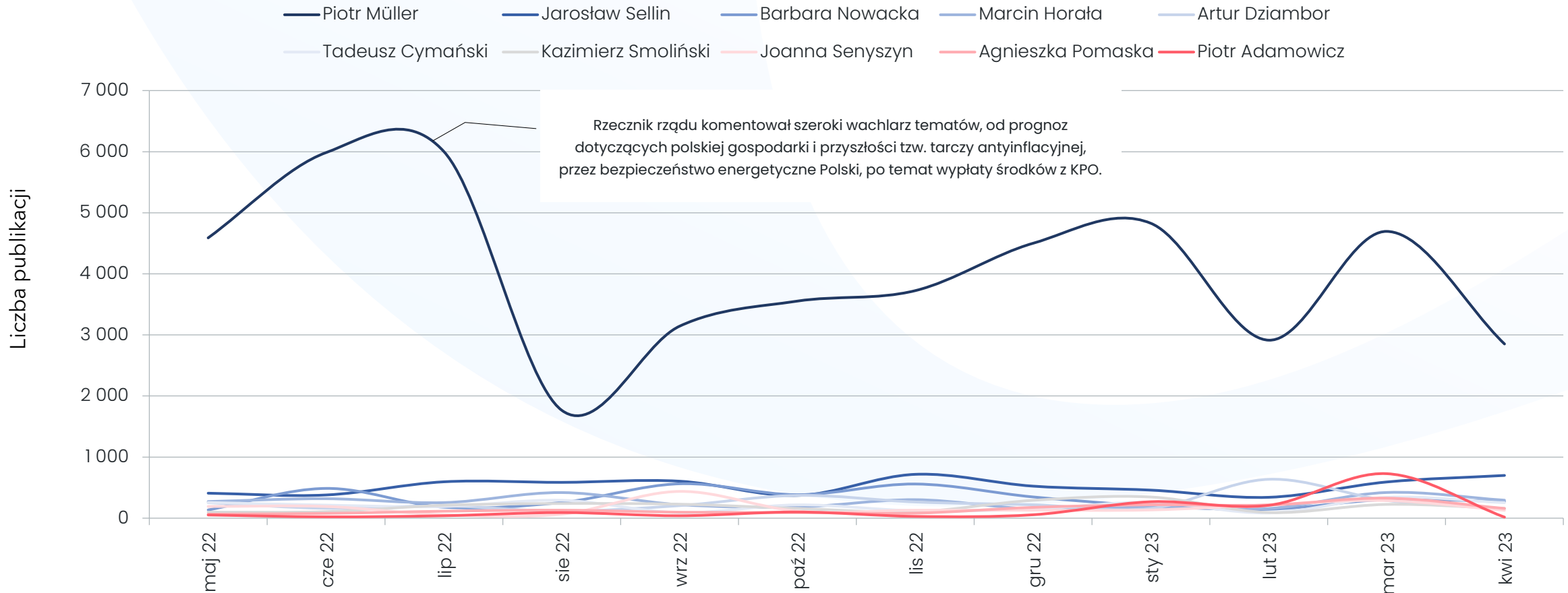
■ Liczba publikacji □ Dotarcie publikacji

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

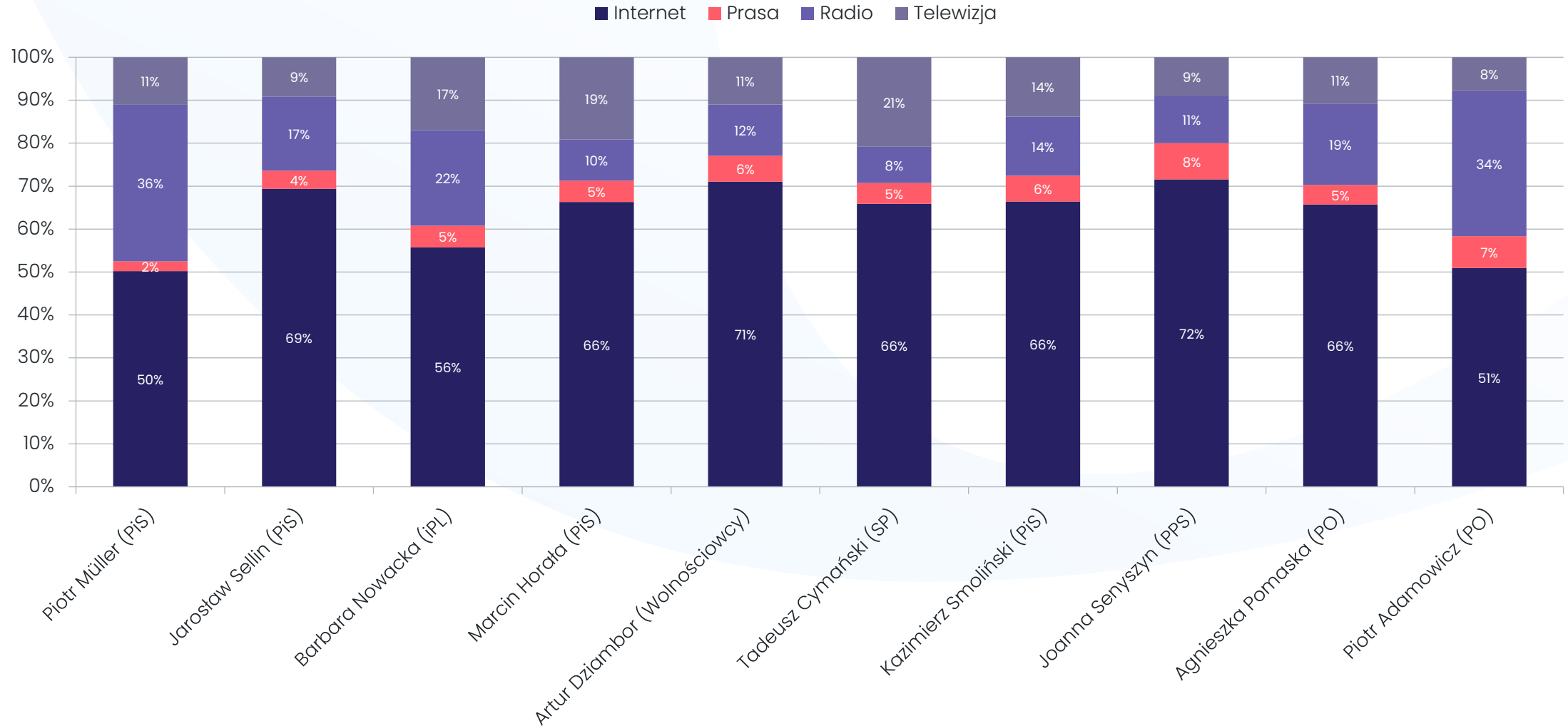


Piotr Müller, będąc rzecznikiem prasowym rządu, z racji pełnionej funkcji był obecny w mediach w o wiele większym stopniu, niż pozostałe badane nazwiska.

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

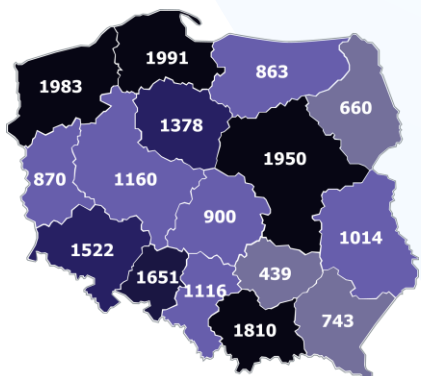


TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

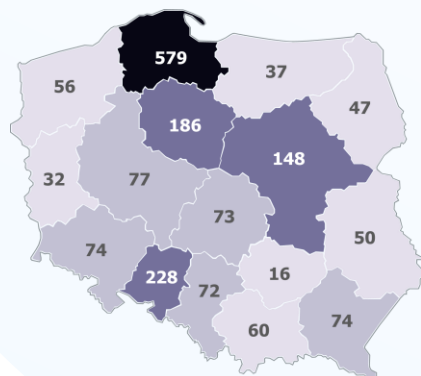


TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK W MEDIACH LOKALNYCH

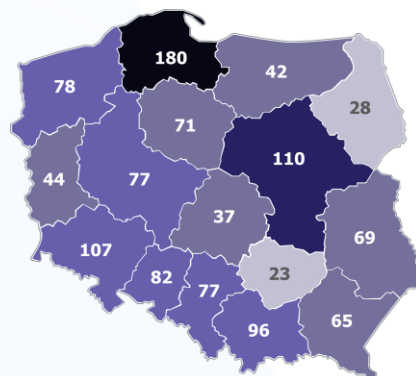
Piotr Müller



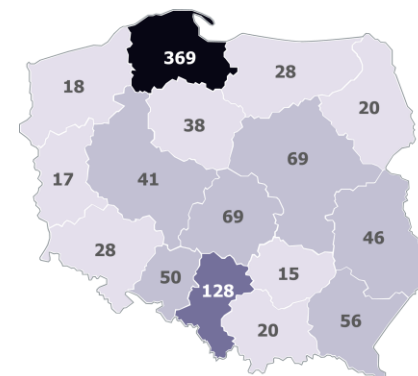
Jarosław Sellin



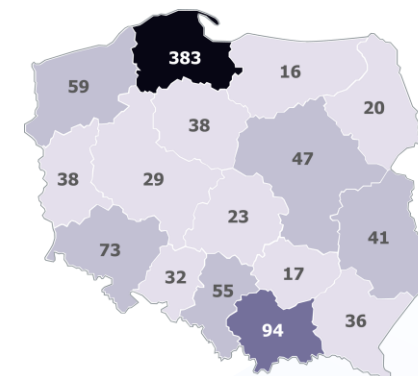
Barbara Nowacka



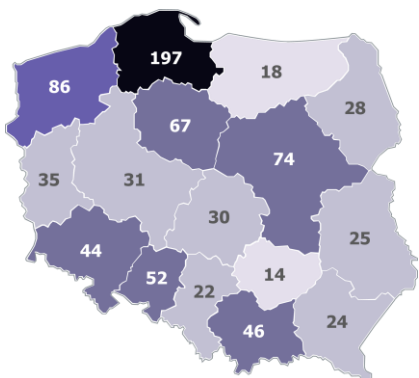
Marcin Horata



Piotr Adamowicz



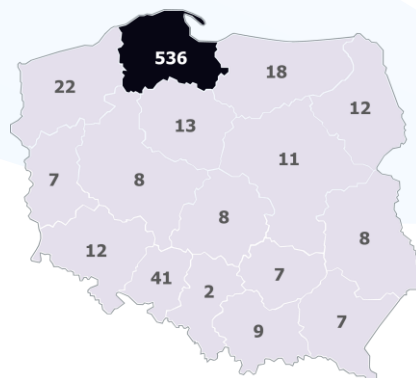
Artur Dziambor



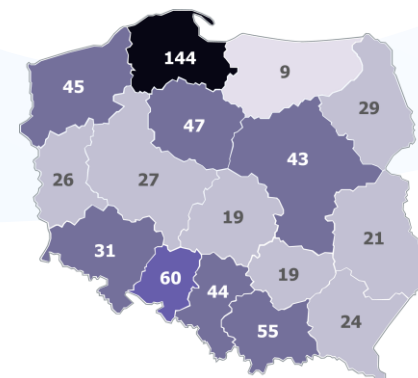
Kazimierz Smoliński



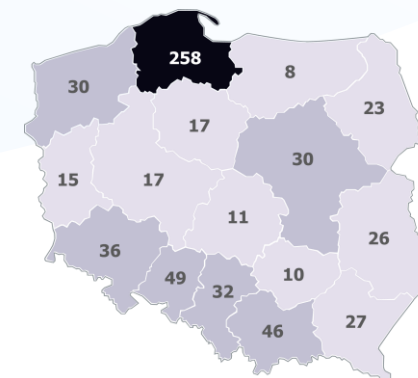
Kacper Płażyński



Joanna Senyszyn

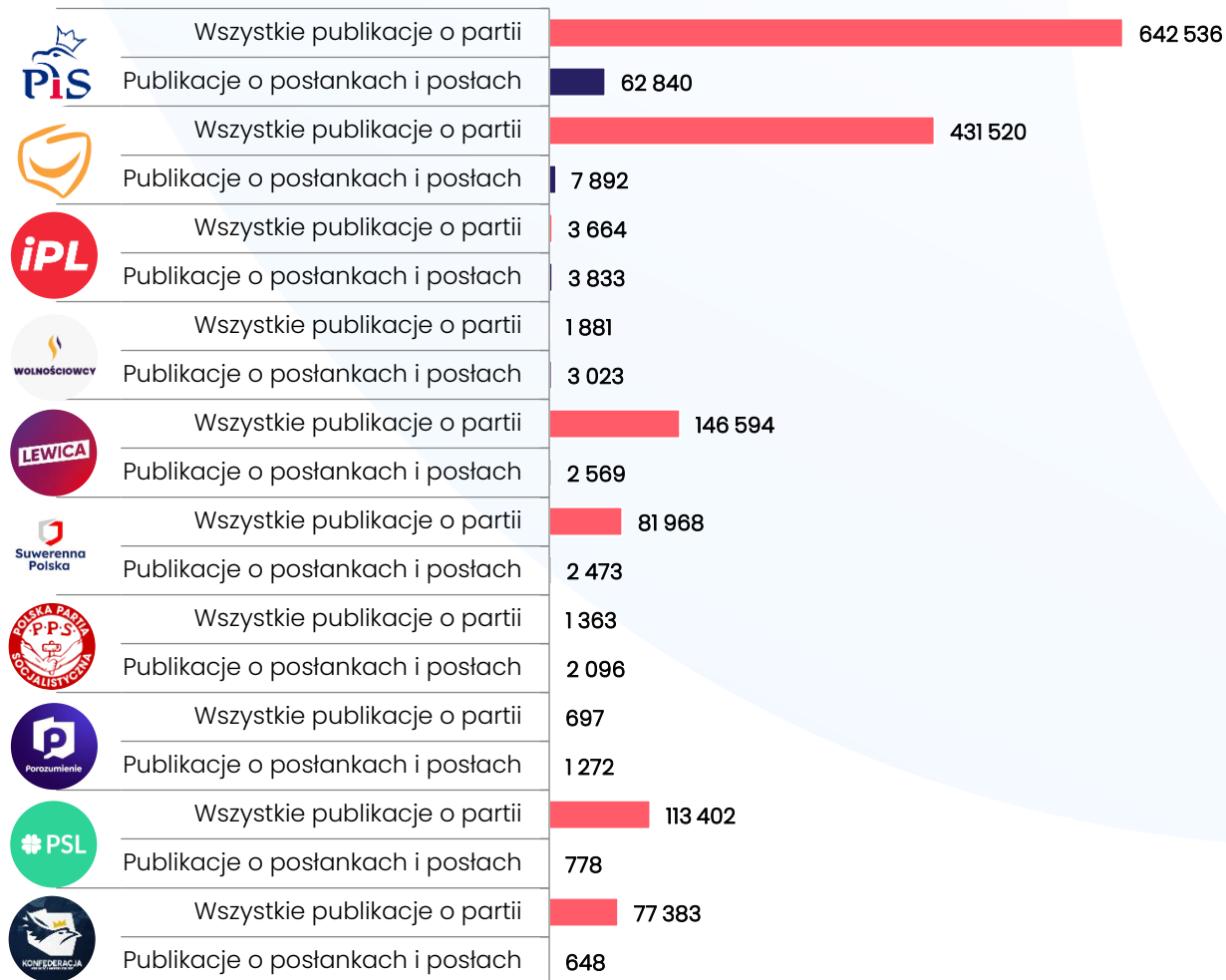


Agnieszka Pomaska



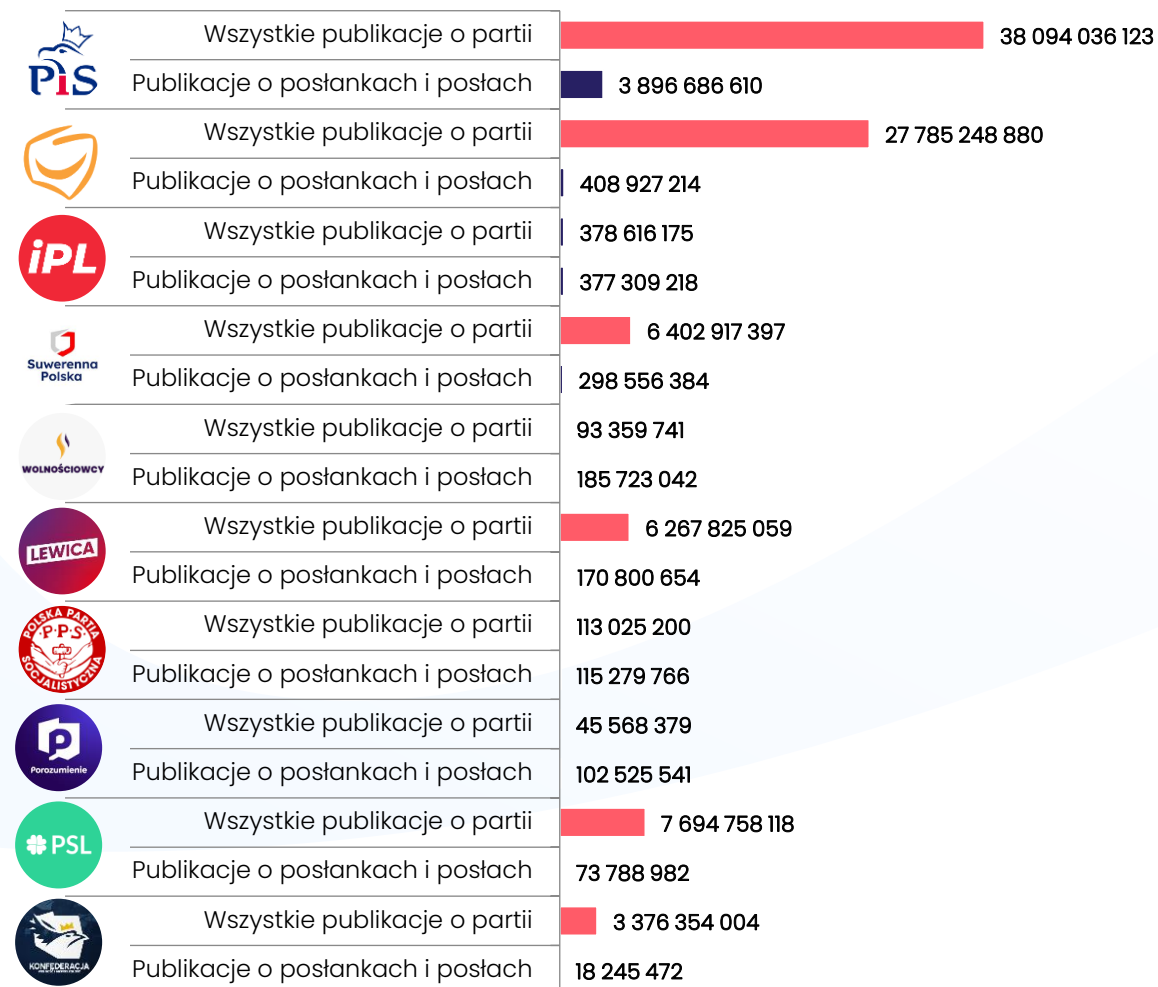
POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

Partie polityczne, posłanki i posłowie
- liczba publikacji w skali ogólnopolskiej:



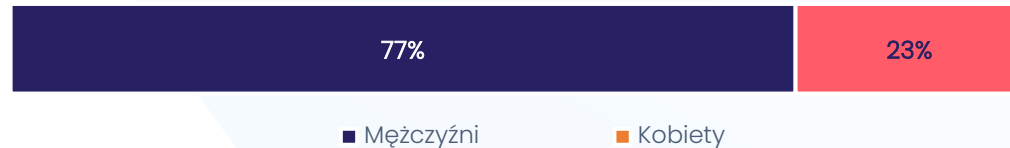
LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

Partie polityczne, posłanki i posłowie
- dotarcie publikacji w skali ogólnopolskiej:



PŁEĆ ORAZ PRZYNALEŻNOŚĆ PARTYJNA

Liczba publikacji – podział na płeć



Kluby i koła poselskie – liczba publikacji



KOMENTARZ ANALITYKA

Natalia Maćkowiak

Starsza analityczka mediów, PSMM Monitoring & More

Przestrzeń medialna w województwie pomorskim została zdominowana przez mężczyzn, zwłaszcza tych z PiS. W dużej mierze stało się tak za sprawą **Piotra Müllera**, który pełniąc funkcję rzecznika prasowego rządu, wyszedł z przekazem poza swój okręg wyborczy oraz **Jarosława Sellina**, sekretarza stanu i Generalnego Konserwatora Zabytków. Kontekst występowania tych nazwisk łączył się zatem z **pełnioną funkcją państwową**. Spośród posłanek na uwagę zasługuje aktywność **Barbary Nowackiej** (IPL), która została dostrzeżona w mediach regionalnych w całej Polsce, a dotarcie materiałów z jej udziałem było wyższe niż tych z Jarosławem Sellinem. **Agnieszka Pomaska**, **Piotr Adamowicz** i **Sławomir Neumann** to najpopularniejsze medialnie nazwiska PO, które choć przyczyniły się do medialnego zainteresowania partią, nie były w stanie dogonić żadnego z polityków PiS-u.

KLUCZOWE TEMATY I WYDARZENIA

- **Piotr Müller** pełniąc funkcję **rzecznika prasowego rządu** pojawiał się na łamach mediów bardzo często, osiągając wysoką popularność także w źródłach spoza **województwa pomorskiego**, np. w **województwie mazowieckim**, czy **małopolskim**. Był aktywną i dobrze widoczną postacią w debacie publicznej, ogólnopolskie stacje jak **TVP Info**, **TVN24**, **Polsat News** czy **Polskie Radio 24** wzmiankowały go **najczęściej spośród wszystkich obecnych w raporcie polityków**. Ze względu na charakter funkcji, aktywność Piotra Müllera wiązała się z **bardzo szerokim katalogiem tematów**, jego wypowiedzi dotyczyły niemal każdego obszaru życia publicznego. Jako rzecznik rządu brał udział w **publicznych sporach z opozycją**, co nabierało szczególnego rozgłosu przy medialnych wymianach zdań z przewodniczącym **Platformy Obywatelskiej Donaldem Tuskiem**. Tak jak wtedy, gdy w marcu zarzucał mu prorosyjską politykę, wytykając spotkania z Władimirem Putinem, czy podważając wiarygodność obietnic socjalnych w kontekście wcześniejszych rządów PO.
- Posłanka **Barbara Nowacka** medialną popularność zawdzięczała w największym stopniu stacji **TVN24**, gdzie była zapraszana jako gość m.in. Do audycji **„Fakty po faktach”** czy **„Kawa na ławę”** oraz do bieżących serwisów informacyjnych. Największa liczba emisji przypadała na październik, w rocznicę orzeczenia Trybunału Konstytucyjnego, uznającego za niekonstytucyjny zapis ustawy antyaborcyjnej. Barbara Nowacka pozycjonowała się wśród radykalnych krytyków tamtego ruchu, zapowiadając wyciągnięcie odpowiedzialności oraz liberalizację prawa. W tym samym czasie media (np. **TVN24**, **„Dziennik Gazeta Prawna”**, **gazeta.pl** czy **wpolityce.pl**) prezentowały jej argumenty przeciwko planowanym zmianom w oświacie (tzw. „lex Czarnek”), na które **reagował publicznie sam minister edukacji**. Agendą posłanki w tym obszarze było promowanie liberalnego, czerpiącego z lewicowego światopoglądu i otwartego na wiele środowisk modelu kształtowania edukacji. Barbara Nowacka była silnie obecna we wciąż powracającej dyskusji na temat **przyczyn katastrofy smoleńskiej**. We wrześniu media obiegało jej **wystąpienie na mównicy sejmowej**, w którym oskarżała Antoniego Macierewicza, przewodniczącego tzw. komisji smoleńskiej o fałszerstwa.
- **Jarosław Sellin** pojawiał się w lokalnych mediach w związku z pełnionymi funkcjami, będąc sekretarzem stanu w Ministerstwie Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz Generalnym Konserwatorem Zabytków. Jego nazwisko często pojawiało się w relacjach np. z **wydarzeń z dziedziny kultury i sztuki**. Polityk w największym stopniu zawdzięczał popularność stacjom i portalom związanym z **Polskim Radiem**. Na przestrzeni miesięcy, np. przy okazji rocznicy powstania w getcie warszawskim, powracał w Polskim Radiu do kwestii **reparacji wojennych Niemiec wobec Polski**, co rozpałało emocje wielu odbiorców. Sytuował się jako zdecydowany zwolennik wywierania presji na Niemcy. Przywoływał skalę strat jakie poniósł naród polski w związku z okupacją i wzywał sąsiedni kraj do „rozliczenia się z historią”.

WOJEWÓDZTWO POMORSKIE					
	Imię i nazwisko	Partia polityczna	Klub / koło poselskie	Liczba publikacji	Dotarcie publikacji
1	Piotr Müller	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	48 555	3 094 245 637
2	Jarosław Sellin	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	6 280	346 664 897
3	Barbara Nowacka	Inicjatywa Polska	Koalicja Obywatelska	3 833	377 309 218
4	Marcin Horata	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	3 181	232 181 774
5	Artur Dziambor	Wolnościowcy	Wolnościowcy	3 023	185 723 042
6	Tadeusz Cymański	Suwerenna Polska	Prawo i Sprawiedliwość	2 473	298 556 384
7	Kazimierz Smoliński	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	2 265	128 397 687
8	Joanna Senyszyn	Polska Partia Socjalistyczna	Lewica	2 096	115 279 766
9	Agnieszka Pomaska	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 750	126 624 259
10	Piotr Adamowicz	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 645	72 892 732
11	Kacper Płażyński	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 588	71 372 058
12	Beata Maciejewska	Nowa Lewica	Lewica	1 534	136 066 907
13	Sławomir Neumann	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 508	102 735 874
14	Magdalena Sroka	Porozumienie	Porozumienie	1 272	102 525 541
15	Marek Rutka	Nowa Lewica	Lewica	1 035	34 733 747
16	Marek Biernacki	Polskie Stronnictwo Ludowe	Koalicja Polska	778	73 788 982
17	Tadeusz Aziewicz	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	685	32 131 605
18	Michał Urbaniak	Konfederacja	Konfederacja	648	18 245 472
19	Jerzy Borowczak	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	647	21 391 027
20	Janusz Śniadek	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	541	18 812 205
21	Aleksander Mrówczyński	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	430	5 012 352
22	Henryka Krzywonos-Strycharska	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	407	10 693 414
23	Jarosław Wałęsa	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	404	17 314 798
24	Kazimierz Plocke	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	325	8 298 411
25	Małgorzata Chmiel	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	323	7 650 839
26	Zbigniew Konwiński	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	198	9 194 255

Dane z mediów społecznościowych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE stan na dzień: 30.04.2023

PSMM
Monitoring & More

Liczba obserwujących

facebook



TikTok

Barbara Nowacka	173 120	176 593	8 959
Artur Dziambor	95 599	119 755	26 200
Agnieszka Pomaska	76 710	83 957	11 100
Sławomir Neumann	31 926	76 557	brak konta
Jarosław Wałęsa	73 158	20 871	brak konta
Piotr Müller	24 929	50 221	2 485
Joanna Senyszyn	51 444	20 252	brak konta
Marcin Hoła	15 481	41 758	brak konta
Kacper Płażyński	33 767	21 733	brak konta
Henryka Krzywonos-Strycharska	51 608	brak konta	brak konta
Michał Urbaniak	24 819	17 396	5 029
Beata Maciejewska	11 645	10 166	20 600
Kazimierz Smoliński	2 326	19 519	1 395
Jarosław Sellin	14 883	5 893	brak konta
Tadeusz Cymański	20 026	brak konta	brak konta
Zbigniew Konwiński	14 058	3 911	brak konta
Magdalena Sroka	10 488	3 999	brak konta
Małgorzata Chmiel	12 618	1 316	brak konta
Piotr Adamowicz	9 335	brak konta	brak konta
Marek Rutka	3 265	5 816	brak konta
Tadeusz Aziewicz	2 875	1 882	brak konta
Kazimierz Plocke	3 758	839	brak konta
Jerzy Borowczak	2 094	1 424	brak konta
Janusz Śniadek	2 533	503	brak konta
Aleksander Mrówczyński	991	brak konta	brak konta
Marek Biernacki	732	brak konta	brak konta

Liczba komentarzy

facebook



TikTok

Kazimierz Smoliński	1 239	99 581	3 877
Piotr Müller	41 566	33 684	4 129
Artur Dziambor	34 890	27 725	5 962
Agnieszka Pomaska	20 879	20 604	18 952
Barbara Nowacka	33 885	12 884	8 715
Beata Maciejewska	17 150	14 019	14 520
Michał Urbaniak	38 579	1 397	3 173
Marcin Hoła	21 192	13 122	brak konta
Joanna Senyszyn	30 466	1 479	brak konta
Sławomir Neumann	12 024	14 612	brak konta
Kacper Płażyński	21 060	2 425	brak konta
Jarosław Wałęsa	13 634	2 533	brak konta
Henryka Krzywonos-Strycharska	11 891	brak konta	brak konta
Piotr Adamowicz	10 628	brak konta	brak konta
Małgorzata Chmiel	6 925	318	brak konta
Magdalena Sroka	3 079	1 282	brak konta
Jarosław Sellin	1 723	2 470	brak konta
Zbigniew Konwiński	3 174	128	brak konta
Marek Rutka	1 159	1 043	brak konta
Tadeusz Cymański	1 881	4 049	brak konta
Jerzy Borowczak	232	1 241	brak konta
Aleksander Mrówczyński	778	brak konta	brak konta
Kazimierz Plocke	436	22	brak konta
Janusz Śniadek	213	9	brak konta
Tadeusz Aziewicz	43	32	brak konta
Marek Biernacki	23	brak konta	brak konta

**Posłanki i posłowie wybrani
z okręgów w województwie
wielkoposkim**



Dane z mediów tradycyjnych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

40

Liczba posłanek i posłów

88 965

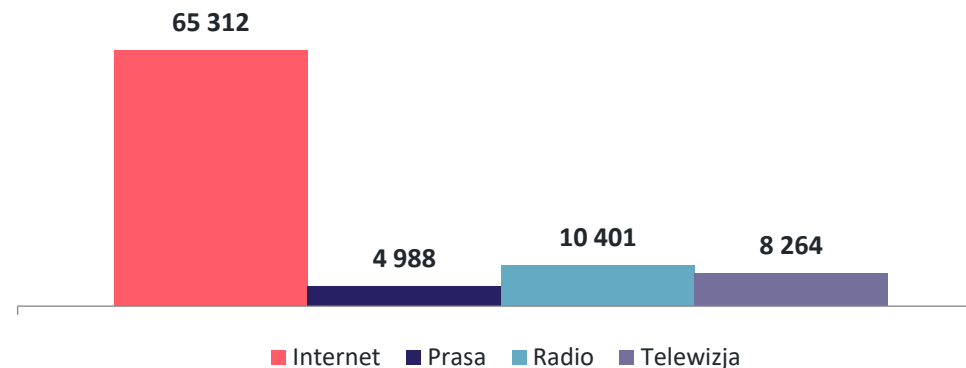
Liczba publikacji

4 mld

Dotarcie publikacji

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

PSMM
Monitoring & More



TOP3 – liczba publikacji:



Marlena Małąg

42 687



Szymon Szynkowski vel Sęk

9 311



Ryszard Bartosik

2 915

TOP3 – dotarcie publikacji:



Marlena Małąg

1 624 519 600



Szymon Szynkowski vel Sęk

622 702 558

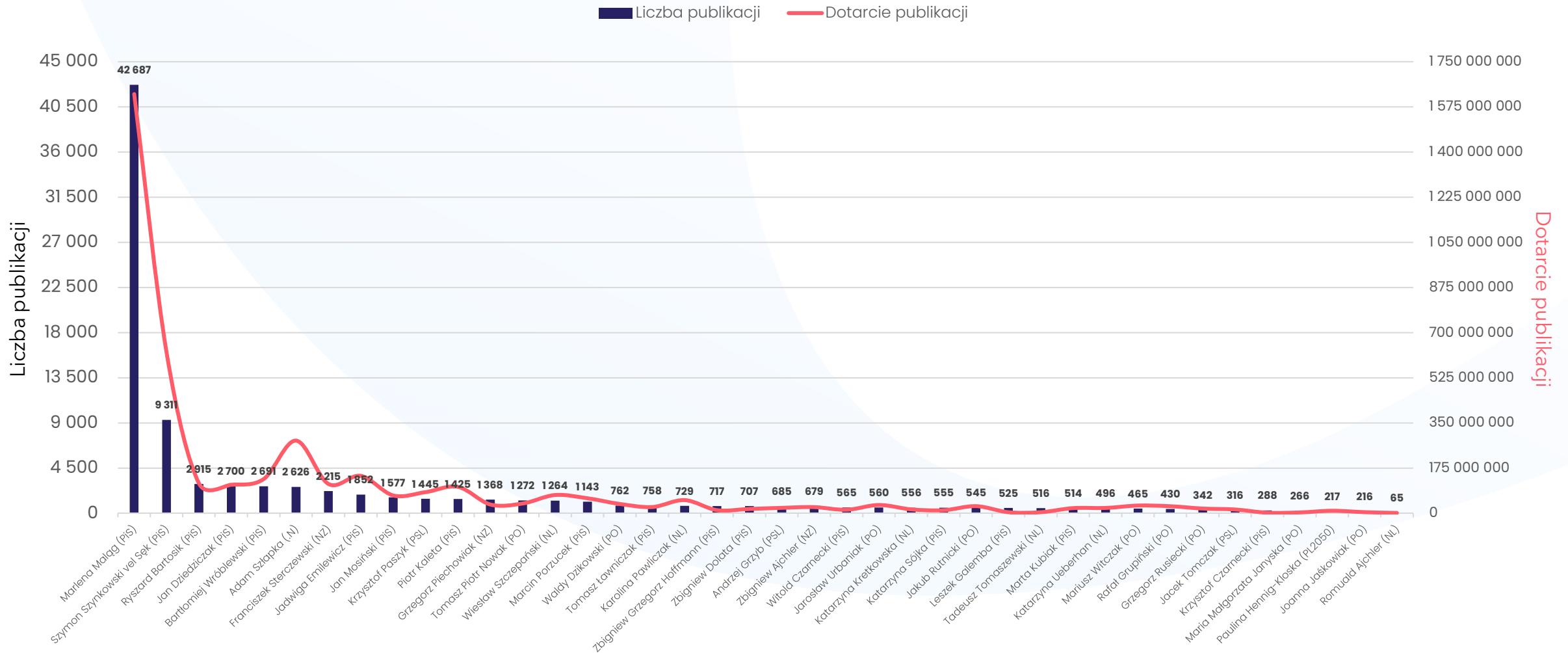


Adam Szłapka

281 461 836

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

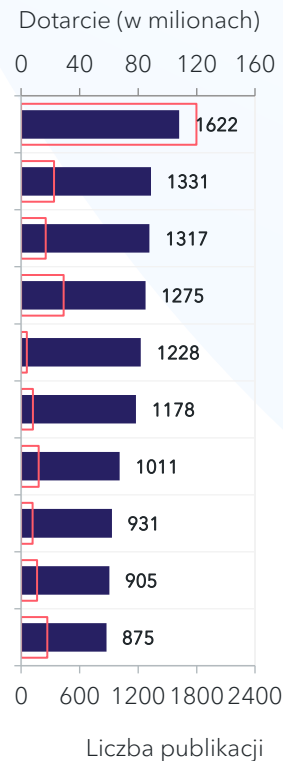


*NZ - niezrzeszeni

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

NAJAKTYWNIJSZE MEDIA

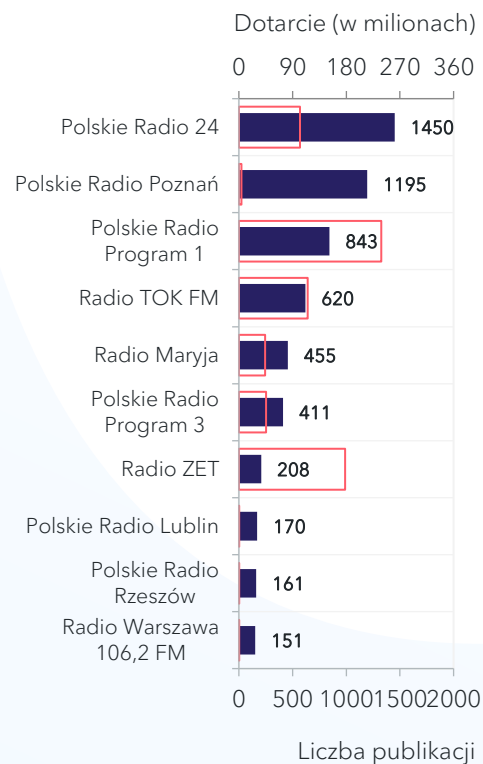
Internet



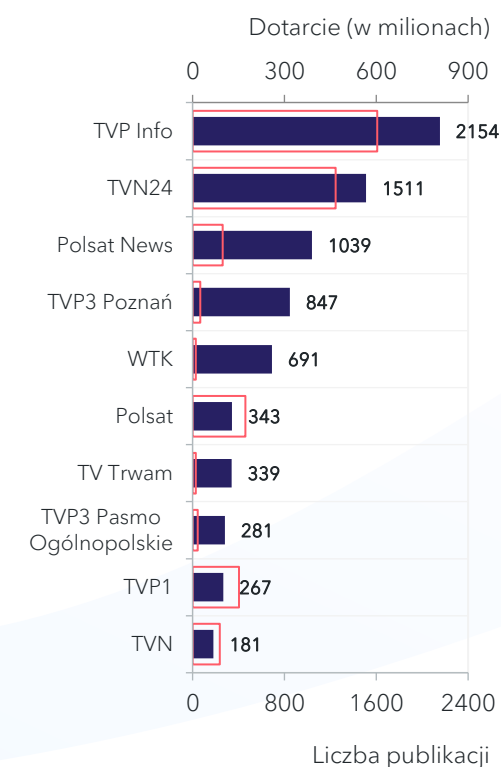
Prasa



Radio

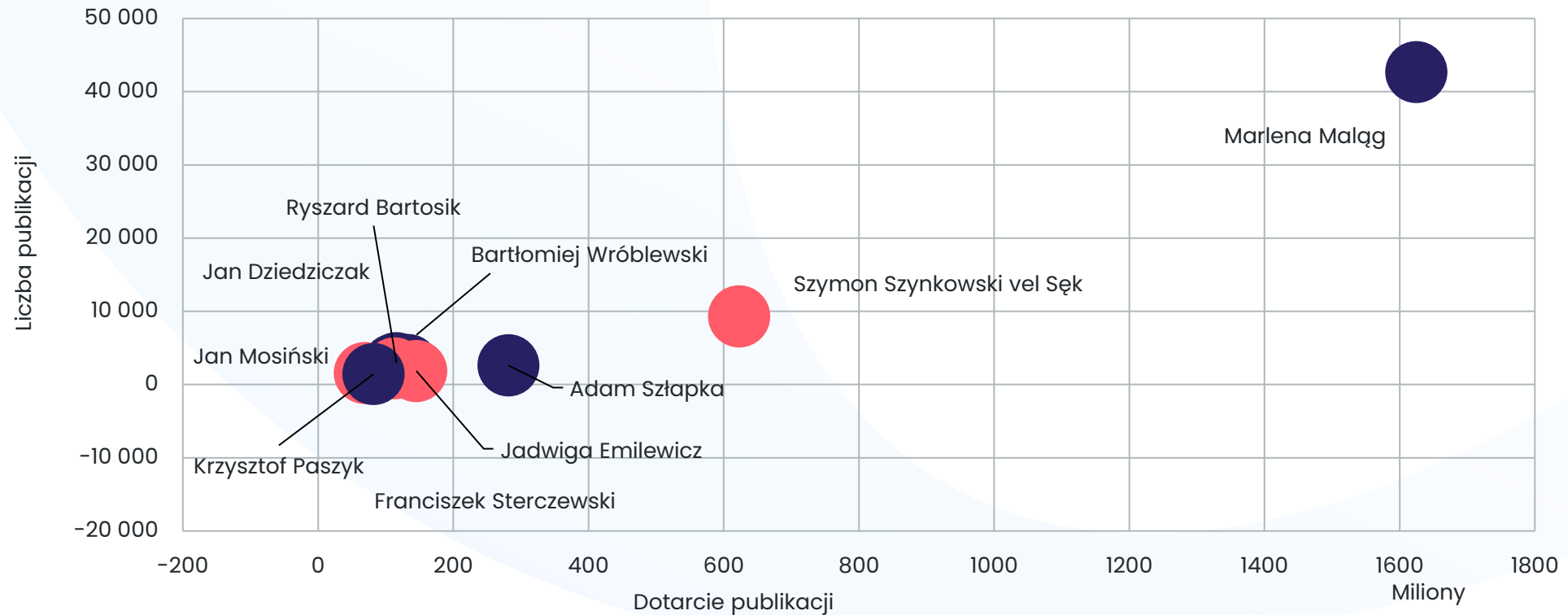


TV



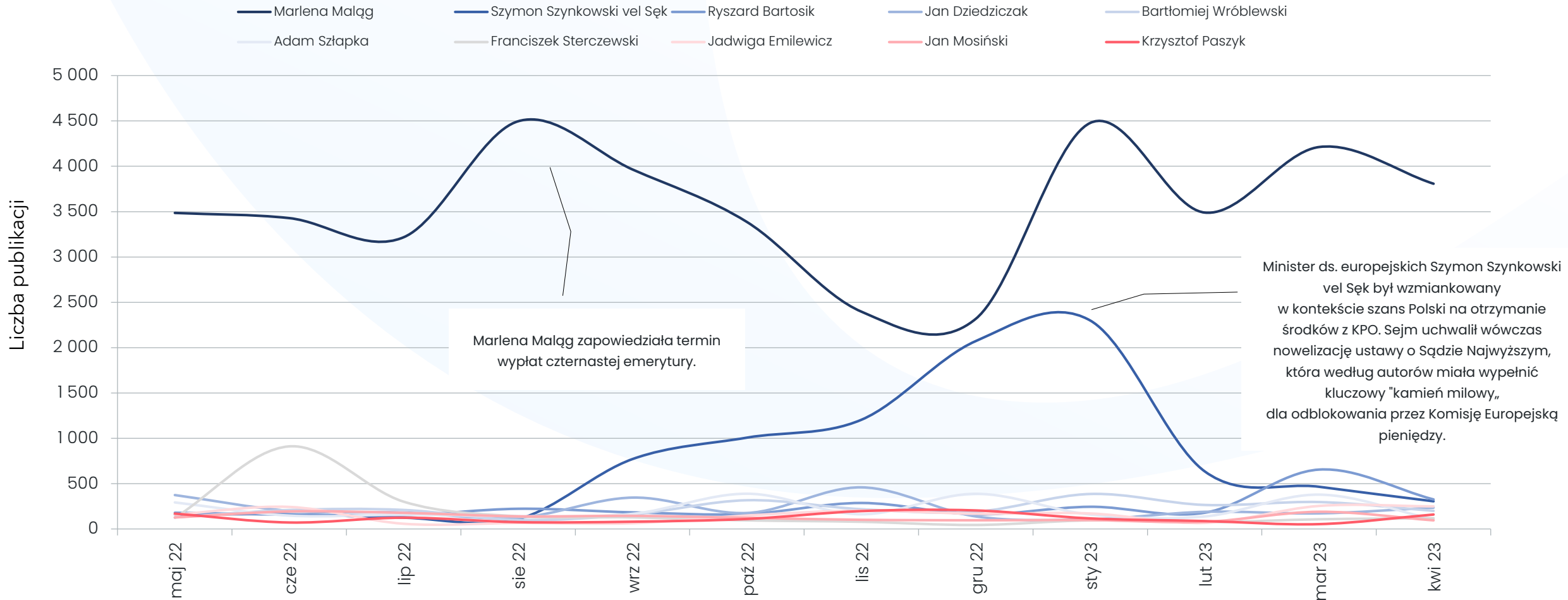
■ Liczba publikacji □ Dotarcie publikacji

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

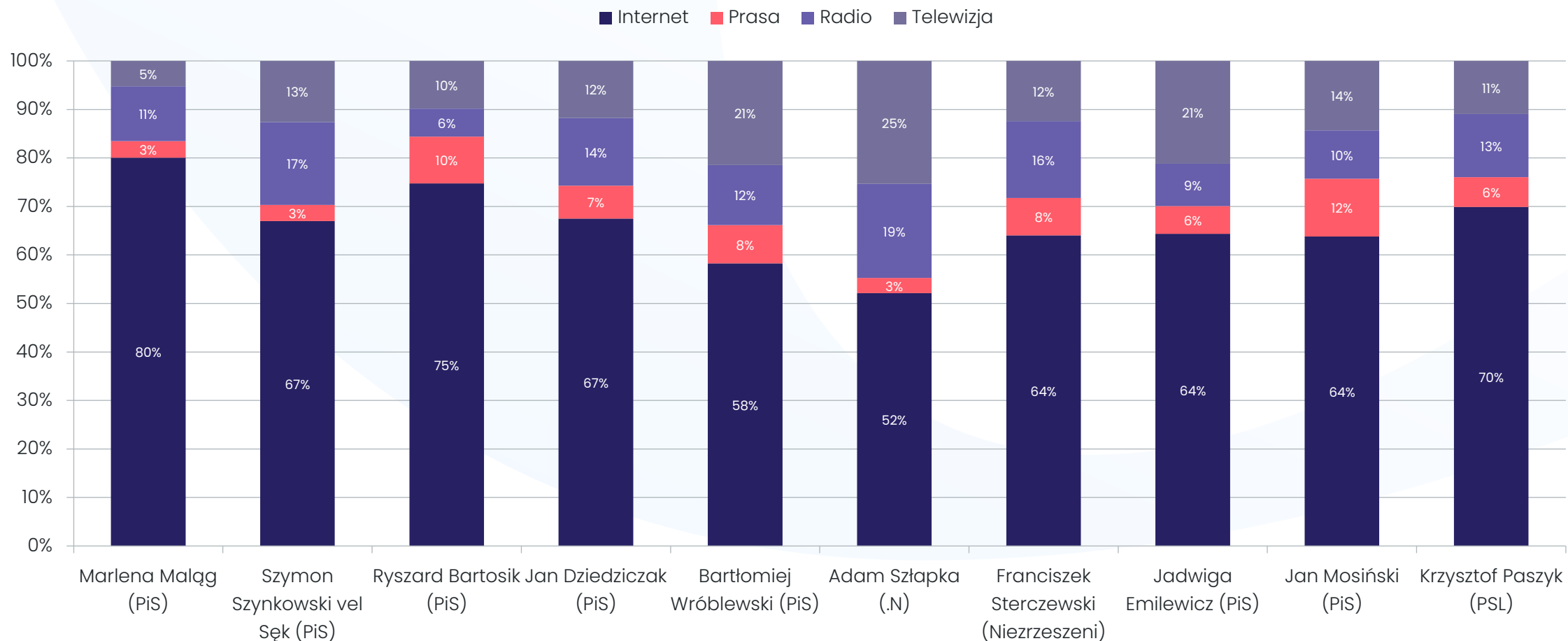


Powiązanie funkcji pełnionej przez Marlenę Maląg (ministrę rodziny i polityki społecznej) z kwestiami budzącymi duże zainteresowanie mediów i odbiorców musiało wpłynąć na medialność jej nazwiska.

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

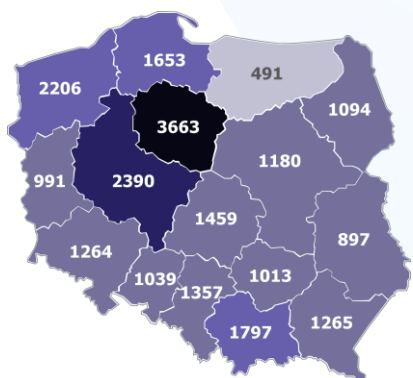


TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

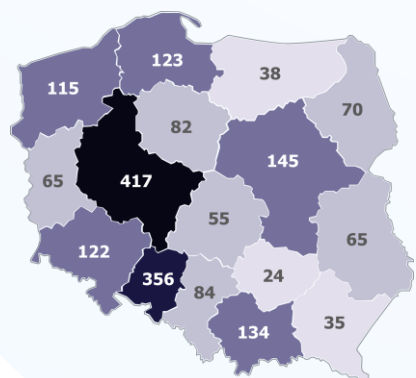


TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK W MEDIACH LOKALNYCH

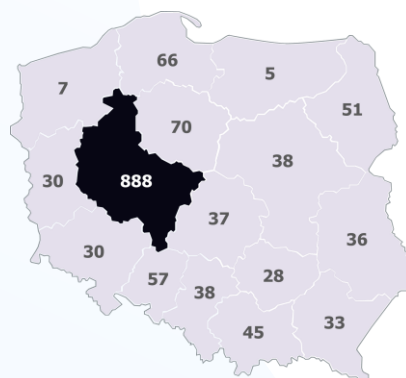
Marlena Maląg



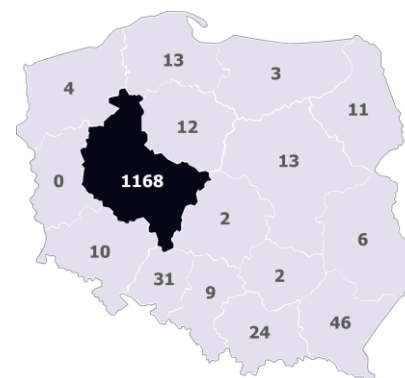
Szymon Szynkowski vel Sęk



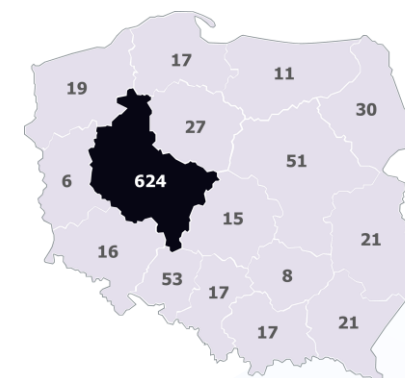
Ryszard Bartosik



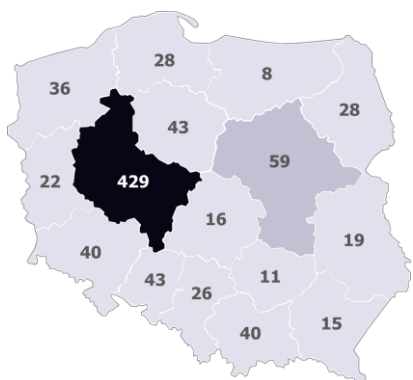
Bartłomiej Wróblewski



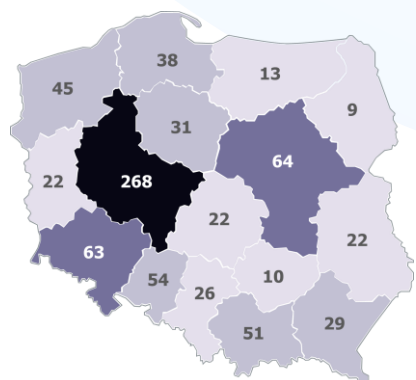
Jan Dziejczak



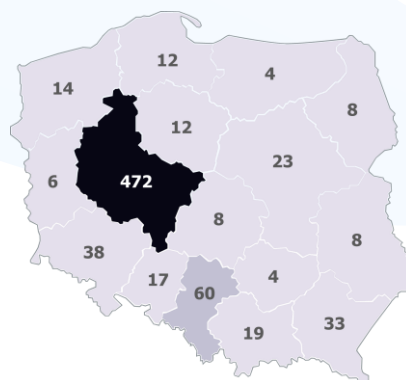
Franciszek Sterczewski



Adam Szłapka



Tomasz Piotr Nowak



Marcin Porzucek

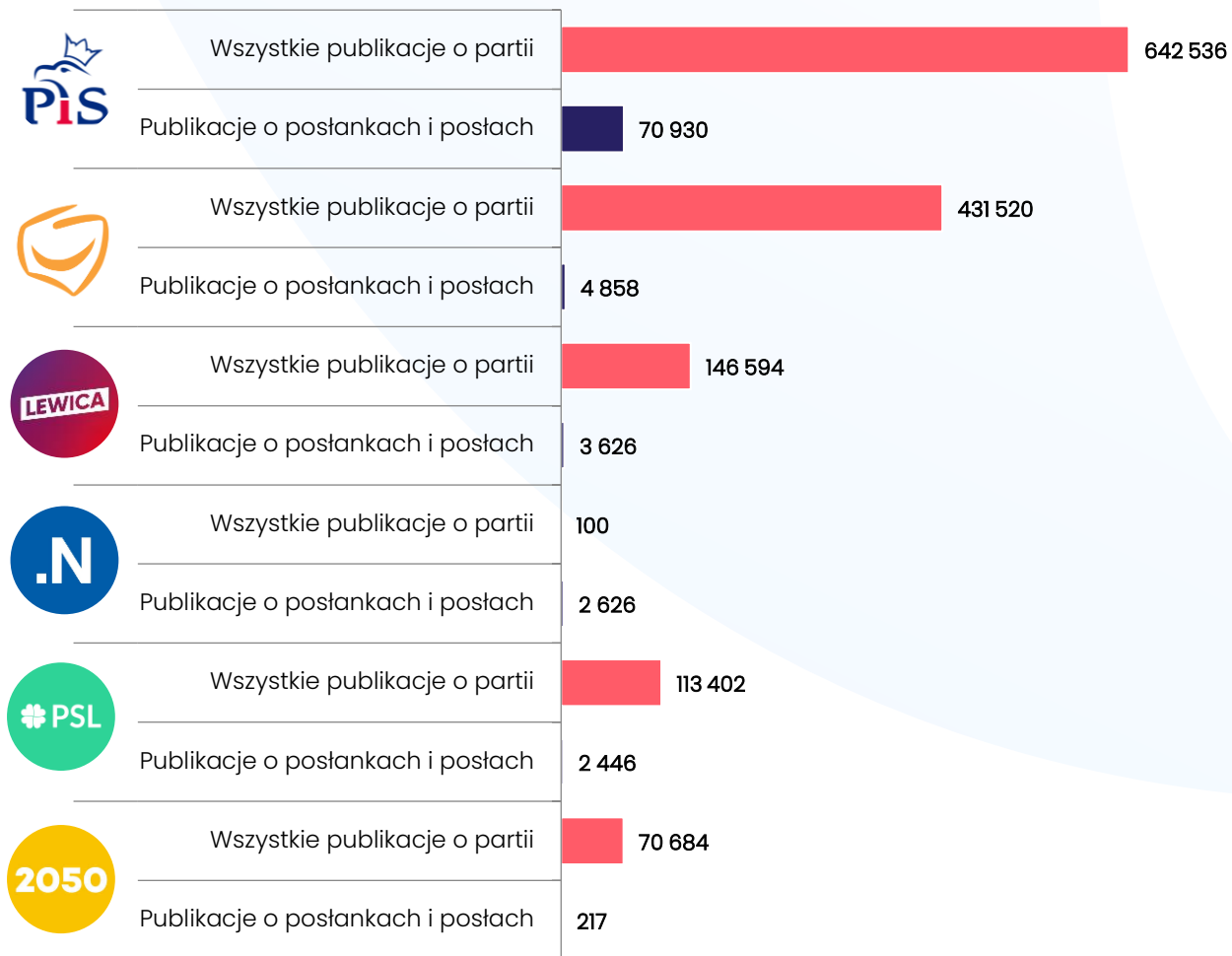


Jadwiga Emilewicz



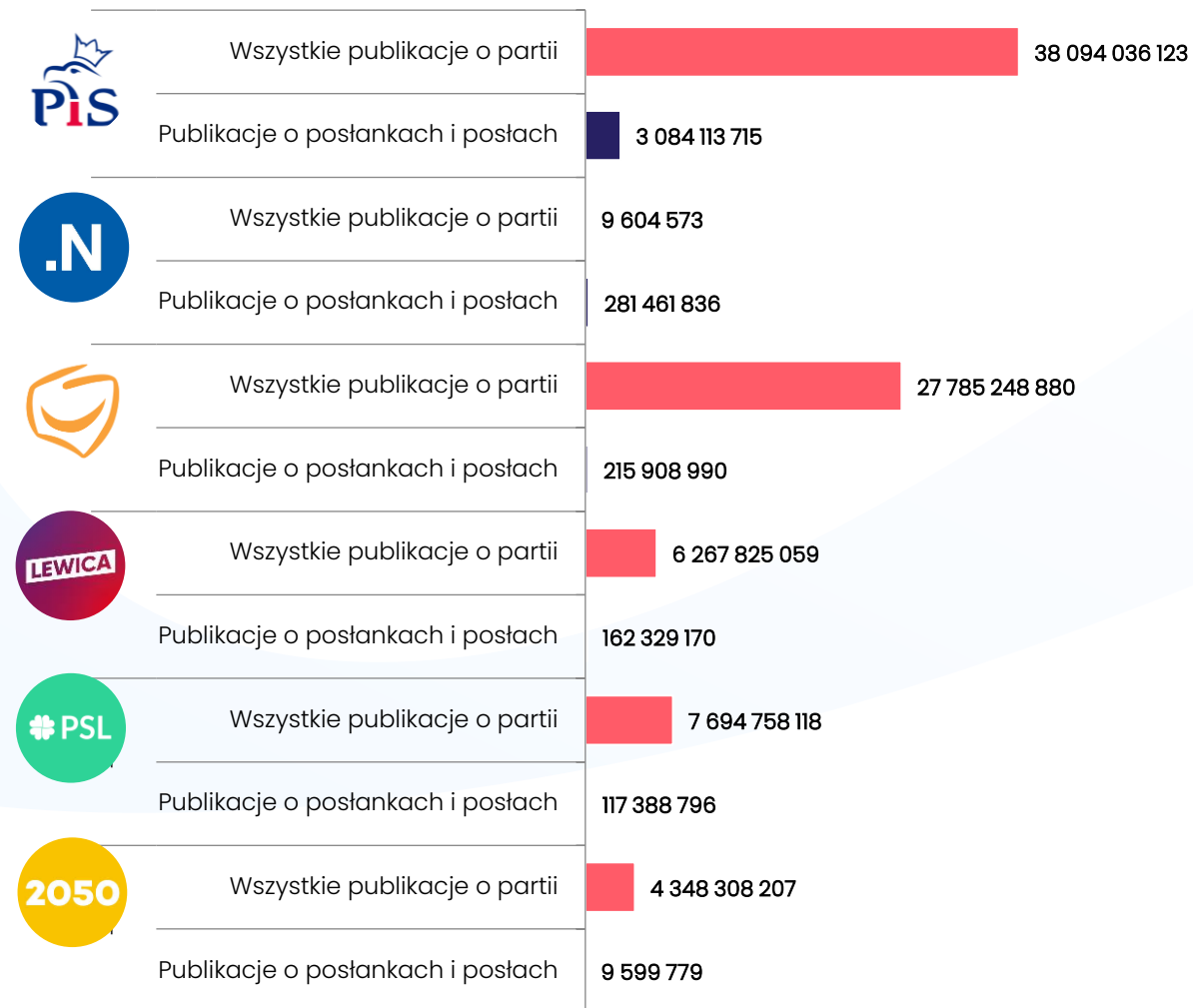
POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

Partie polityczne, posłanki i posłowie
- liczba publikacji w skali ogólnopolskiej:



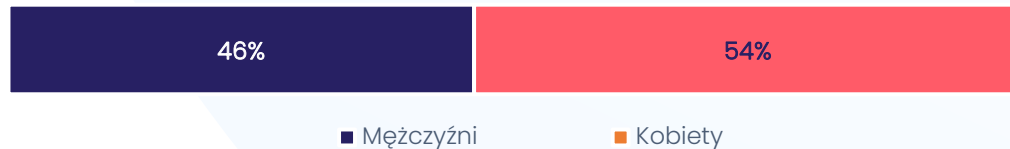
LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

Partie polityczne, posłanki i posłowie
- dotarcie publikacji w skali ogólnopolskiej:



PŁEĆ ORAZ PRZYNALEŻNOŚĆ PARTYJNA

Liczba publikacji – podział na płeć



Kluby i koła poselskie – liczba publikacji



KOMENTARZ ANALITYKA

Maciej Małkowski

Starszy analityk mediów, PSMM Monitoring & More

Zestawienie medialności polityczek i polityków w podziale na poszczególne kluby i koła poselskie obrazuje jeden z podstawowych wniosków – jej istotnym źródłem może być, i jest, sprawowanie funkcji państwowych (4 z 5 najczęściej wzmiankowanych nazwisk było powiązanych z rządem).

Za sprawą ministry Marleny Małąg i dużej liczby informacji zawierających jej nazwisko, w strukturze przekazu dominowały informacje o kobietach, co stanowi **jedyny taki przypadek w tym wydaniu raportu**. Zwraca uwagę, że najwięcej publikacji o ministrze Małąg ukazało się w mediach z województwa kujawsko-pomorskiego. Jest to efekt aktywności lokalnych redakcji Polska Press, które, jak np. portal pomorska.pl, z dużą intensywnością wracały do tematu wypłat trzynastych i czternastych emerytur.

KLUCZOWE TEMATY I WYDARZENIA

- **Marlena Małąg** jako ministra rodziny i polityki społecznej **była jedną z twarzy flagowych programów społecznych wdrażanych przez rząd**. Obszar ten, pomimo skrajnie różnych ocen, budził duże emocje, będąc **bardzo atrakcyjny medialnie**. W przypadku Marleny Małąg główną rolę w przekazie odgrywały **źródła lokalne**, te z wydawnictwa **Polska Press**, docierające z informacjami o programach bezpośrednio do beneficjentów i tłumaczące np. seniorom szczegóły i harmonogram wypłat dodatkowych emerytur. Wśród mediów ogólnopolskich ministra najczęściej pojawiała się z kolei na antenie **TVP Info** i w **Polskim Radiu 24**. Marlena Małąg zapowiadała m.in. podnoszenie płacy minimalnej, prorodzinne zmiany w Kodeksie pracy, nowe świadczenia dla osób z niepełnosprawnościami, waloryzacje emerytur i rent oraz inne transfery. To właśnie **sierpniowa zapowiedź 14. emerytury** wywołała największą lawinę artykułów i komentarzy, windując pozycję medialną polityczki.
- **Szymon Szyrkowski vel Sęk** pełniąc funkcję ministra do spraw Unii Europejskiej był bezpośrednio łączony z **tematyką trwających dyskusji między Polską a instytucjami unijnymi**. Jednym z najbardziej kontrowersyjnych, tym samym często powracających w mediach tematów było **uruchomienie Krajowego Planu Odbudowy**. „Najgorętszym” medialnie momentem dla ministra był **styczeń**, gdy parlament procedował nowelę ustawy o Sądzie Najwyższym, mającą wypełnić kluczowy „kamień milowy” dla uruchomienia KPO. Temat wielokrotnie poruszały najbardziej „zasięgowe” media w kraju, m.in.: **RMF FM, Radio ZET, stacje TVP, Polsat, TVN, Polskie Radio, money.pl, Radio TOK FM**. Wokół projektu trwał wówczas ostry spór polityczny – Szymon Szyrkowski vel Sęk w rozmowie z Polską Agencją Prasową ostrzegał senatorów przed ingerowaniem w projekt, co spowodowałoby na nich odpowiedzialność za ewentualne fiasko dalszych negocjacji z Unią Europejską. Na tym oraz na innych etapach procesu polityk zarzucał opozycji celowe opóźnianie działań zmierzających do odblokowania środków z KPO.
- **Ryszard Bartosik** swoją obecność medialną zawdzięczał w największym stopniu aktywności źródeł lokalnych z **województwa wielkopolskiego – Polskie Radio Poznań, TVP3 Poznań, „Echo Turku”, „Przegląd Koniński”** itp. Będąc wiceministrem rolnictwa wzmiankowany był w **publikacjach związanych z tym sektorem**, nie dziwi więc częste występowanie jego nazwiska w **mediach specjalistycznych**, takich jak **farmer.pl, agropolska.pl, strefaagro.pl, tygodnik-rolniczy.pl czy sadyogrody.pl**. Okresem w którym o polityku pisano najwięcej był marzec 2023 roku, gdy udzielał informacji na temat Planu Strategicznego dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023–2027. Jednym z jego elementów było przyjmowanie wniosków o dopłaty bezpośrednie. Temat ten, oprócz źródeł branżowych, został szeroko podjęty także przez media Polska Press, opisujące szczegóły procesu, z uwzględnieniem wypowiedzi Ryszarda Bartosika.

WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE					
	Imię i nazwisko	Partia polityczna	Klub / koło poselskie	Liczba publikacji	Dotarcie publikacji
1	Marlena Maląg	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	42 687	1 624 519 600
2	Szymon Szynkowski vel Sęk	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	9 311	622 702 558
3	Ryszard Bartosik	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	2 915	115 761 003
4	Jan Dziędziczak	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	2 700	110 546 424
5	Bartłomiej Wróblewski	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	2 691	132 608 010
6	Adam Szłapka	Nowoczesna	Koalicja Obywatelska	2 626	281 461 836
7	Franciszek Sterczewski	Niezrzeszeni	Niezrzeszeni	2 215	113 497 779
8	Jadwiga Emilewicz	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 852	145 032 474
9	Jan Mosiński	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 577	68 900 006
10	Krzysztof Paszyk	Polskie Stronnictwo Ludowe	Koalicja Polska	1 445	81 862 323
11	Piotr Kaleta	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 425	102 198 120
12	Grzegorz Piechowiak	Niezrzeszony	Prawo i Sprawiedliwość	1 368	33 892 874
13	Tomasz Piotr Nowak	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 272	37 811 045
14	Wiesław Szczepański	Nowa Lewica	Lewica	1 264	70 660 461
15	Marcin Porzucek	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 143	58 003 563
16	Waldy Dzikowski	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	762	35 999 564
17	Tomasz Ławniczak	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	758	24 079 888
18	Karolina Pawliczak	Nowa Lewica	Lewica	729	50 933 068
19	Zbigniew Grzegorz Hoffmann	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	717	11 982 184
20	Zbigniew Dolata	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	707	16 643 722

WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE					
	Imię i nazwisko	Partia polityczna	Klub / koło poselskie	Liczba publikacji	Dotarcie publikacji
21	Andrzej Grzyb	Polskie Stronnictwo Ludowe	Koalicja Polska	685	20 955 165
22	Zbigniew Ajchler	Niezrzeszeni	Niezrzeszeni	679	23 804 418
23	Witold Czarnecki	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	565	13 467 354
24	Jarosław Urbaniak	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	560	32 016 353
25	Katarzyna Kretkowska	Nowa Lewica	Lewica	556	15 024 248
26	Katarzyna Sójka	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	555	11 715 726
27	Jakub Rutnicki	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	545	27 515 316
28	Leszek Galemba	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	525	3 940 748
29	Tadeusz Tomaszewski	Nowa Lewica	Lewica	516	3 992 628
30	Marta Kubiak	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	514	19 993 204
31	Katarzyna Ueberhan	Nowa Lewica	Lewica	496	20 570 652
32	Mariusz Witczak	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	465	29 768 545
33	Rafał Grupiński	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	430	27 236 755
34	Grzegorz Rusiecki	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	342	18 214 182
35	Jacek Tomczak	Polskie Stronnictwo Ludowe	Koalicja Polska	316	14 571 308
36	Krzysztof Czarnecki	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	288	2 019 131
37	Maria Małgorzata Janyska	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	266	3 136 765
38	Paulina Hennig-Kłoska	Polska 2050	Polska2050	217	9 599 779
39	Joanna Jaśkowiak	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	216	4 210 465
40	Romuald Ajchler	Nowa Lewica	Lewica	65	1 148 113

Dane z mediów społecznościowych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE stan na dzień: 30.04.2023

PSMM
Monitoring & More

Liczba obserwujących

facebook



TikTok




Imię i nazwisko	facebook	Twitter	TikTok
 Adam Szłapka	45 196	71 713	14 800
 Franciszek Sterczewski	39 615	34 936	-
 Jadwiga Emilewicz	23 090	29 337	-
Paulina Hennig-Kłoska	22 405	17 895	1 614
Jan Mosiński	2 750	32 657	1 161
Mariusz Witczak	15 956	11 082	brak konta
Jakub Rutnicki	22 278	1 809	758
Bartłomiej Wróblewski	11 102	10 289	brak konta
Szymon Szynkowski vel Sęk	4 851	14 338	brak konta
Rafał Grupiński	6 094	9 939	brak konta
Marlena Magdalena Małąg	6 299	8 809	brak konta
Maria Małgorzata Janyska	4 182	7 328	brak konta
Jarosław Urbaniak	8 230	3 000	brak konta
Katarzyna Kretkowska	8 817	2 228	brak konta
Waldy Dzikowski	3 126	7 381	brak konta
Marta Kubiak	6 668	3 718	1 930
Karolina Pawliczak	6 977	3 414	brak konta
Katarzyna Ueberhan	5 005	4 465	brak konta
Andrzej Grzyb	3 064	4 791	67
Piotr Kaleta	2 432	5 110	brak konta
Jacek Tomczak	5 737	297	brak konta
Tomasz Piotr Nowak	4 498	1 476	brak konta
Zbigniew Grzegorz Hoffmann	3 389	2 372	brak konta

Liczba komentarzy

facebook



TikTok

Imię i nazwisko	facebook	Twitter	TikTok
 Adam Szłapka	54 469	33 667	14 064
 Jan Mosiński	3 733	76 351	4 261
 Marlena Magdalena Małąg	13 884	22 071	-
Paulina Hennig-Kłoska	13 164	17 528	1 686
Franciszek Sterczewski	14 044	14 873	brak konta
Marta Kubiak	15 153	7 111	2 739
Karolina Pawliczak	20 157	2 497	brak konta
Bartłomiej Wróblewski	11 762	5 859	brak konta
Piotr Kaleta	16 895	635	brak konta
Jakub Rutnicki	14 909	452	486
Szymon Szynkowski vel Sęk	3 243	5 979	brak konta
Mariusz Witczak	5 814	1 235	brak konta
Rafał Grupiński	1 795	4 751	brak konta
Jadwiga Emilewicz	4 327	2 053	brak konta
Maria Małgorzata Janyska	2 072	3 584	brak konta
Katarzyna Kretkowska	2 281	2 828	brak konta
Waldy Dzikowski	1 692	2 949	brak konta
Marcin Porzucek	2 699	1 151	brak konta
Jarosław Urbaniak	3 293	455	brak konta
Jan Dziedziczak	2 465	brak konta	brak konta
Krzysztof Czarnecki	2 193	2	brak konta
Krzysztof Paszyk	2 004	99	brak konta
Katarzyna Sójka	1 756	277	brak konta

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE WIELKOPOLSKIM

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE stan na dzień: 30.04.2023

PSMM
Monitoring & More

Liczba obserwujących

facebook



TikTok

Joanna Jaśkowiak	5 556	brak konta	brak konta
Grzegorz Piechowiak	3 051	2 344	brak konta
Krzysztof Paszyk	3 087	2 263	brak konta
Ryszard Bartosik	2 663	2 460	brak konta
Jan Dziejczak	4 911	brak konta	brak konta
Grzegorz Rusiecki	4 227	374	brak konta
Katarzyna Sójka	2 116	1 497	brak konta
Witold Czarnecki	2 451	253	brak konta
Marcin Porzucek	1 467	951	brak konta
Krzysztof Czarnecki	1 986	18	brak konta
Zbigniew Ajchler	1 409	289	brak konta
Leszek Galemba	1 170	147	brak konta
Wiesław Szczepański	596	677	brak konta
Tomasz Ławniczak	1 070	107	brak konta
Zbigniew Dolata	577	brak konta	brak konta
Tadeusz Tomaszewski	551	brak konta	brak konta

Liczba komentarzy

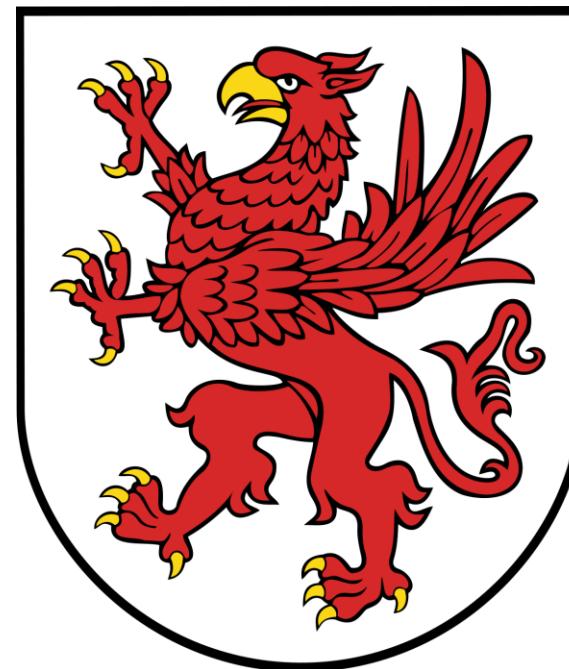
facebook



TikTok

Zbigniew Grzegorz Hoffmann	1 658	277	brak konta
Grzegorz Rusiecki	1 752	7	brak konta
Tomasz Piotr Nowak	1 653	48	brak konta
Joanna Jaśkowiak	997	brak konta	brak konta
Witold Czarnecki	873	brak konta	brak konta
Ryszard Bartosik	663	101	brak konta
Grzegorz Piechowiak	681	82	brak konta
Katarzyna Ueberhan	441	280	brak konta
Zbigniew Dolata	434	brak konta	brak konta
Wiesław Szczepański	254	149	brak konta
Leszek Galemba	280	brak konta	brak konta
Jacek Tomczak	275	brak konta	brak konta
Andrzej Grzyb	176	68	2
Zbigniew Ajchler	154	brak konta	brak konta
Tomasz Ławniczak	117	brak konta	brak konta
Tadeusz Tomaszewski	brak konta	brak konta	brak konta

**Posłanki i posłowie wybrani
z okręgów w województwie
zachodniopomorskim**



Dane z mediów tradycyjnych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

20

Liczba posłanek i posłów

26 176

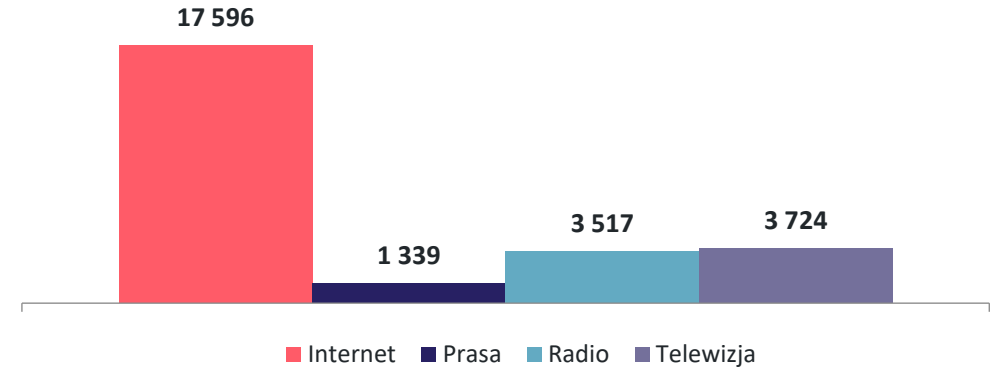
Liczba publikacji

1,6 mld

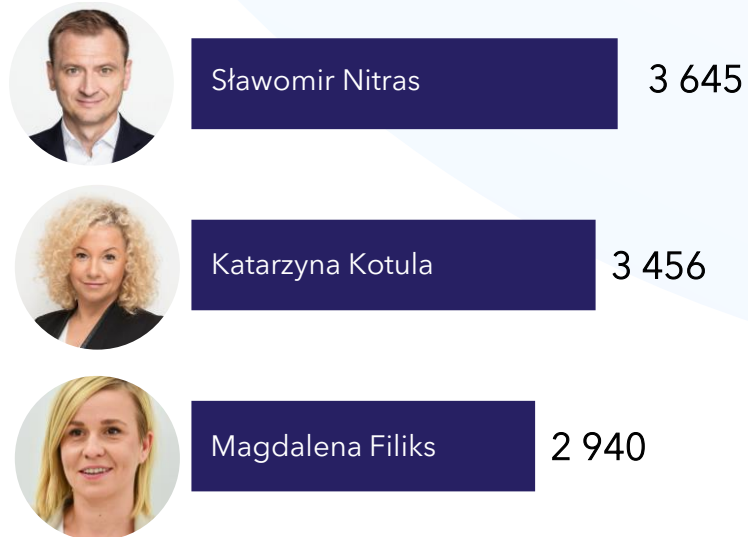
Dotarcie publikacji

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

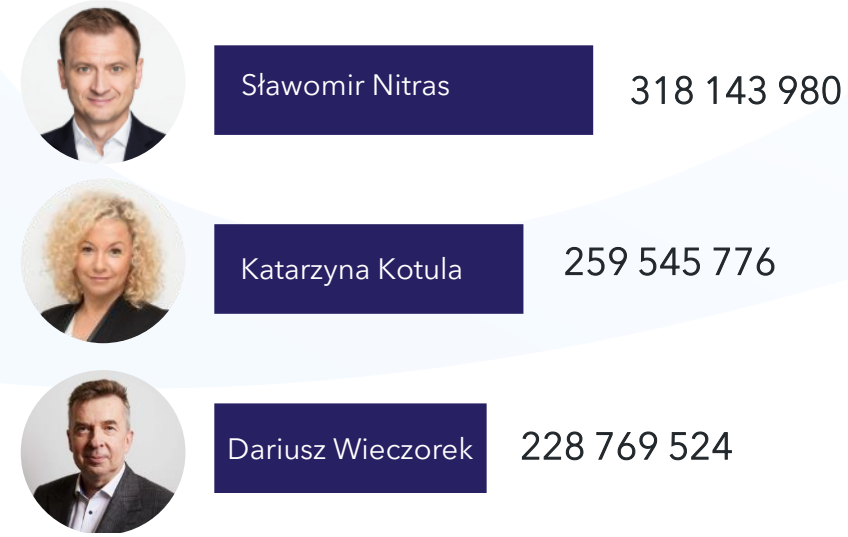
PSMM
Monitoring & More



TOP 3 – liczba publikacji:

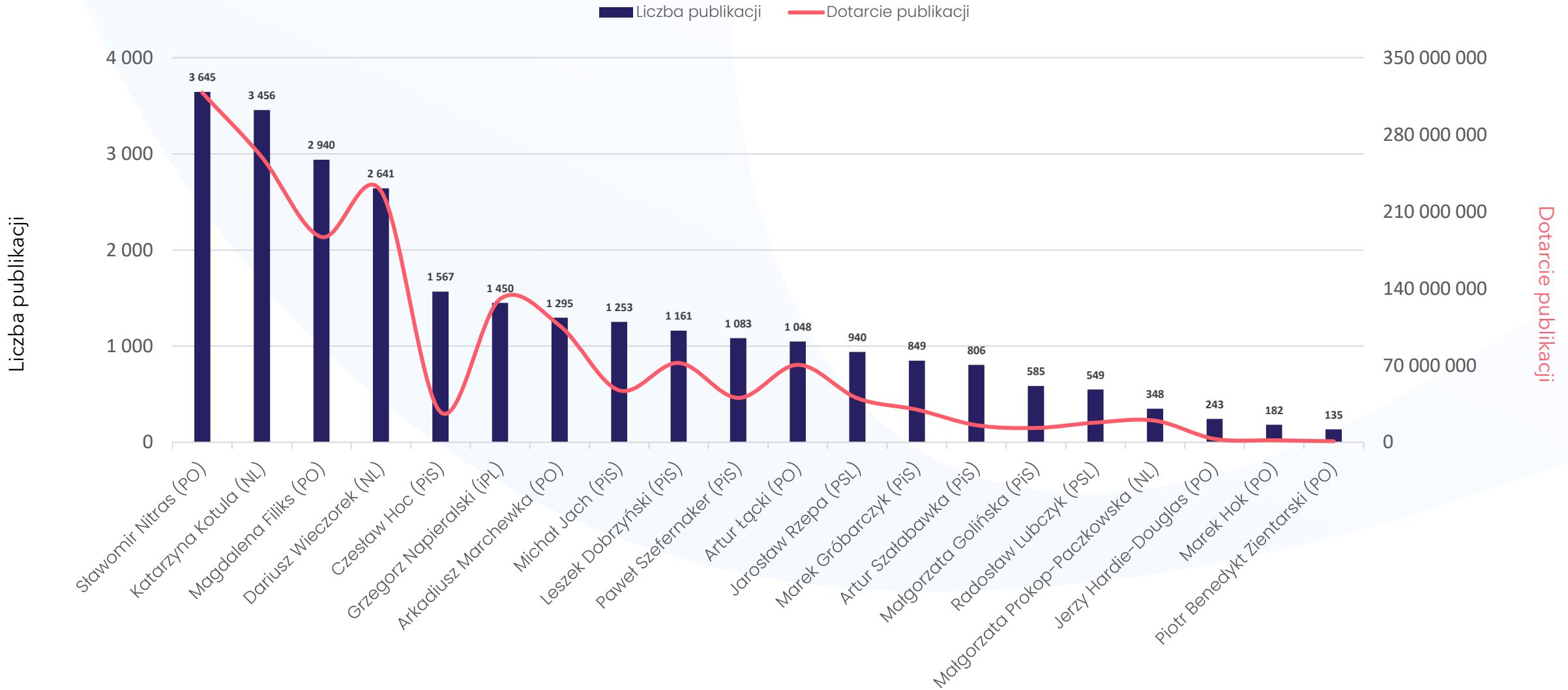


TOP 3 – dotarcie publikacji:



POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI



POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

NAJAKTYWNIJSZE MEDIA

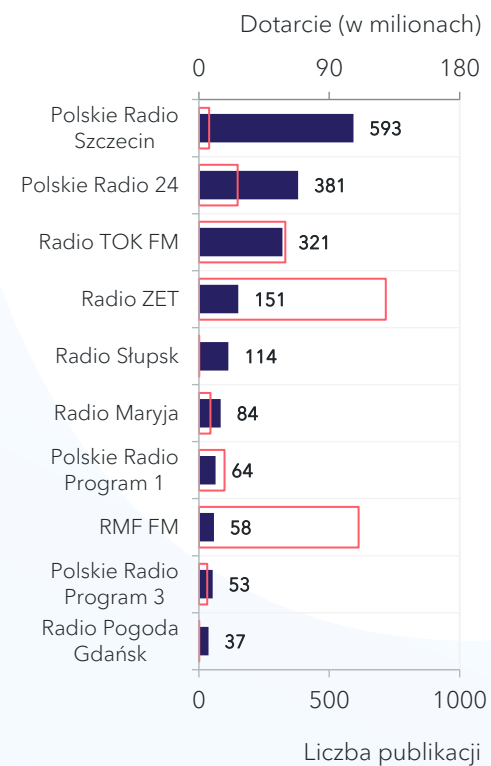
Internet



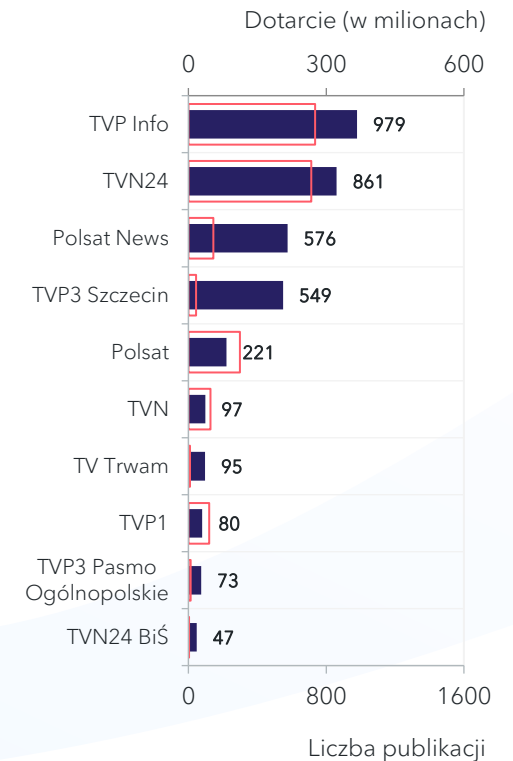
Prasa



Radio

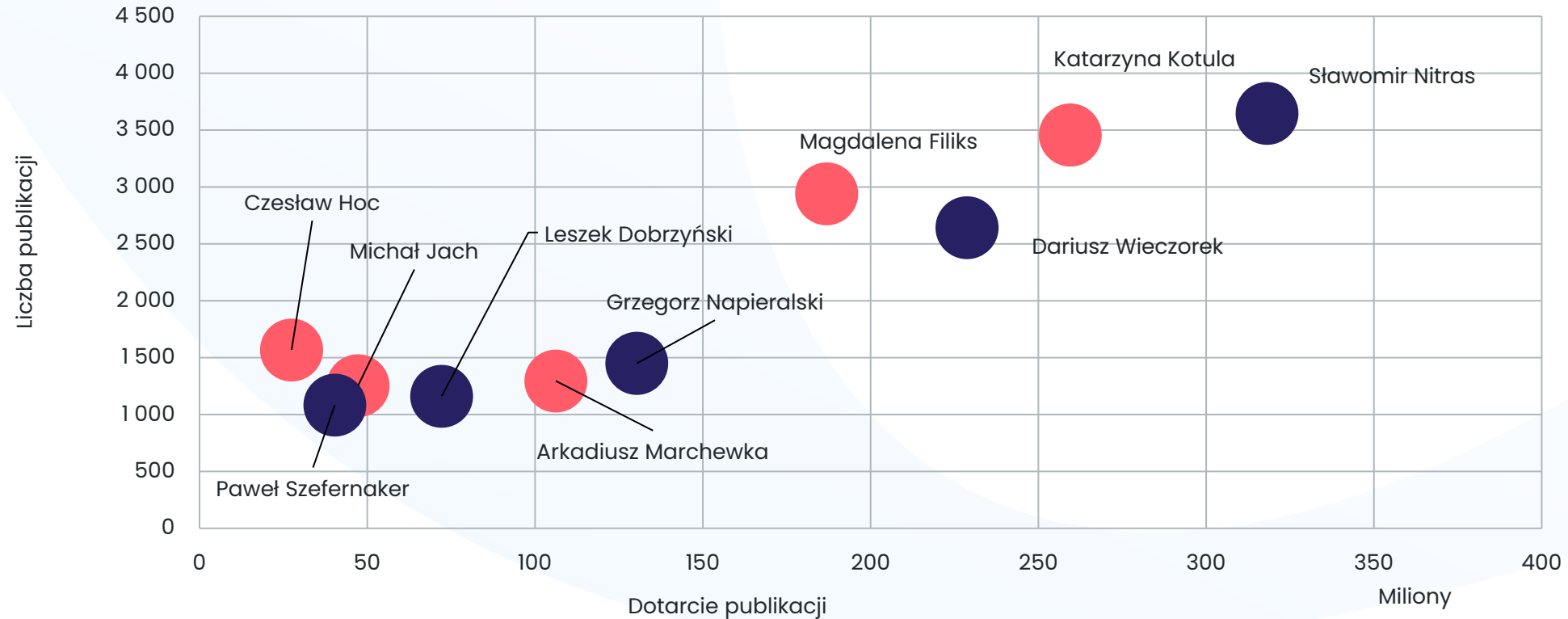


TV



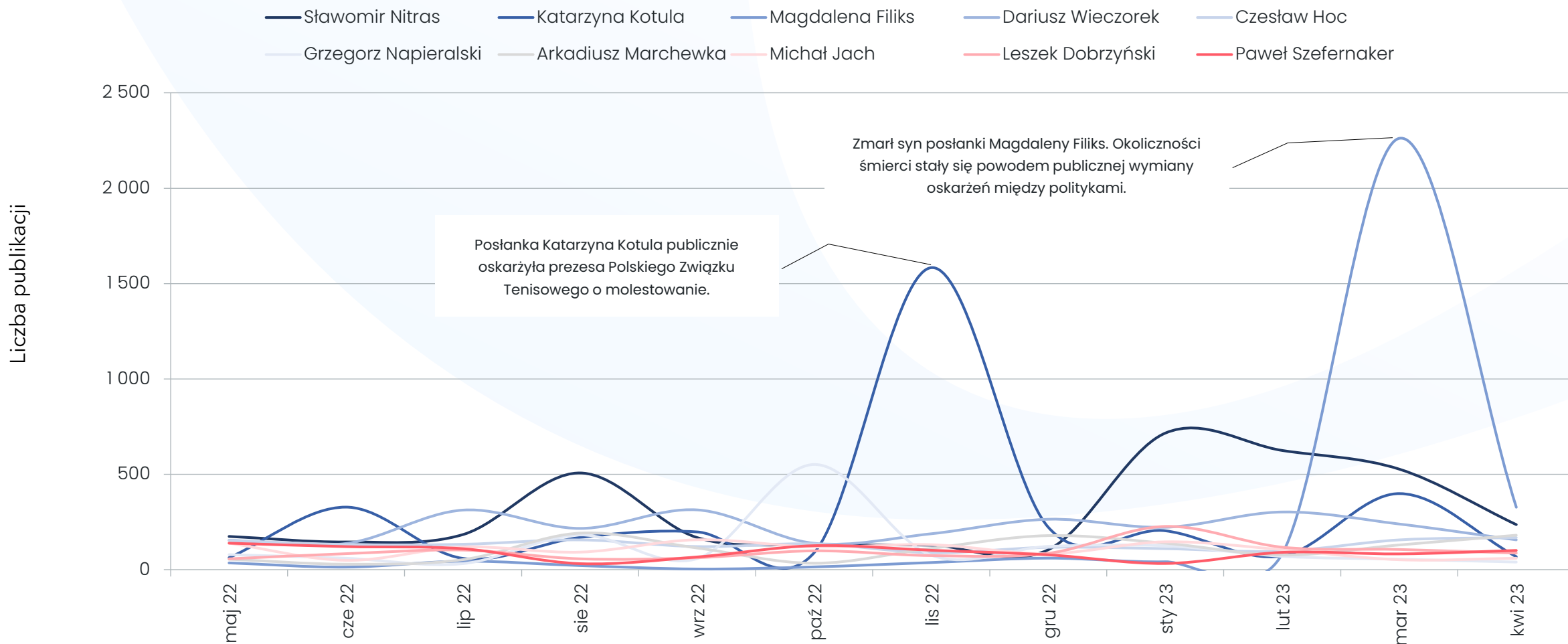
■ Liczba publikacji □ Dotarcie publikacji

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

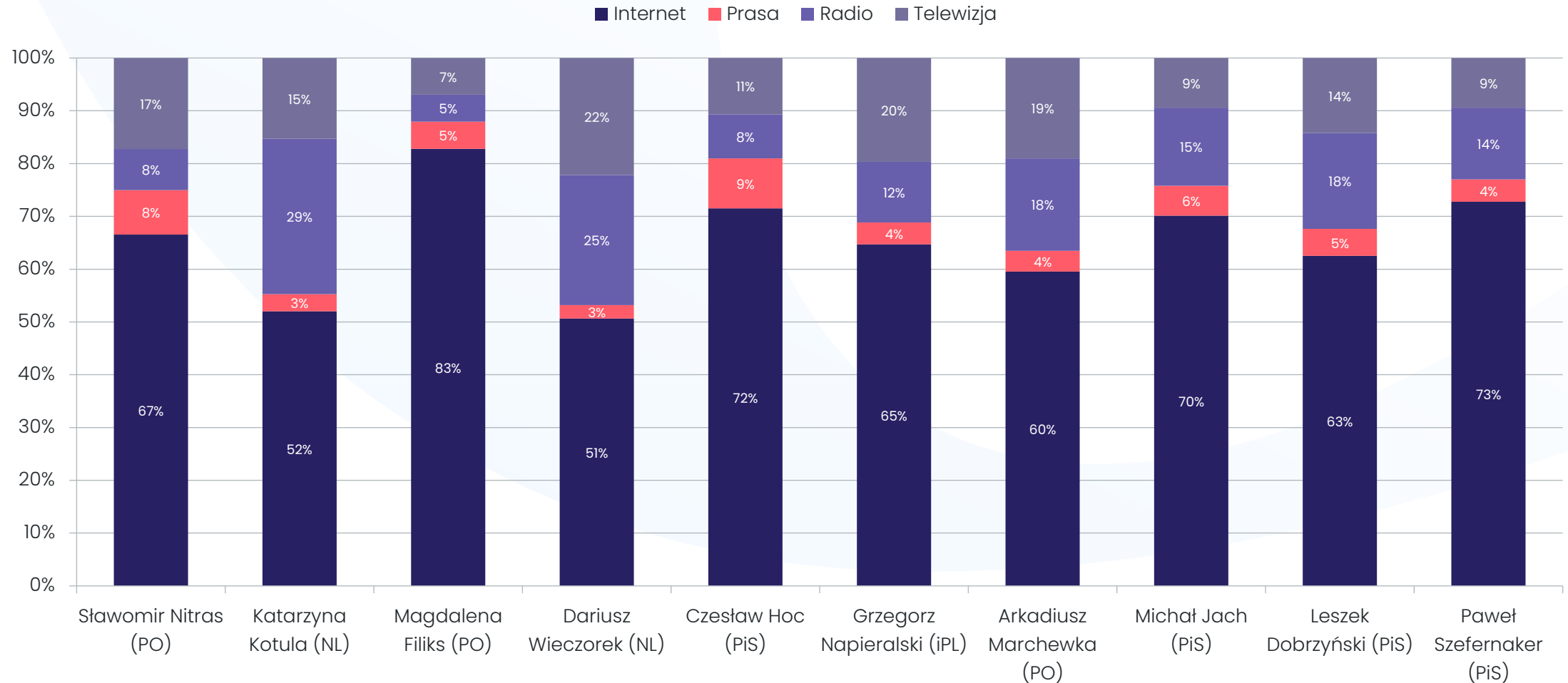


Najbardziej medialnym politykiem w województwie zachodniopomorskim był Sławomir Nitras, osiągając największą liczbę publikacji. Informacje wzmiankujące jego nazwisko dotarły także do największego grona osób.

TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK

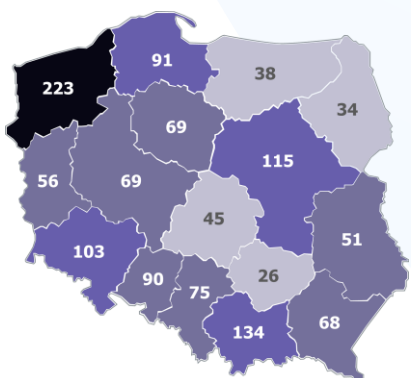


TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK



TOP 10 NAJCZĘŚCIEJ WZMIANKOWANYCH NAZWISK W MEDIACH LOKALNYCH

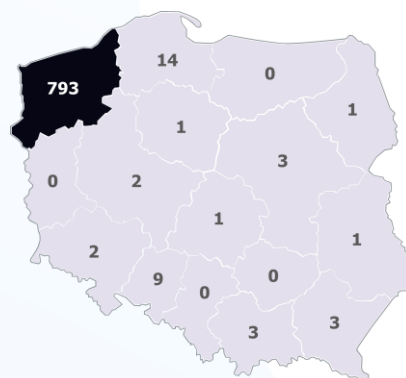
Katarzyna Kotula



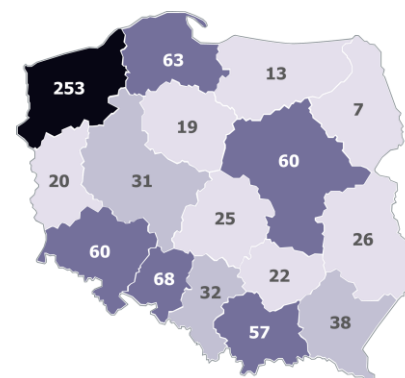
Czesław Hoc



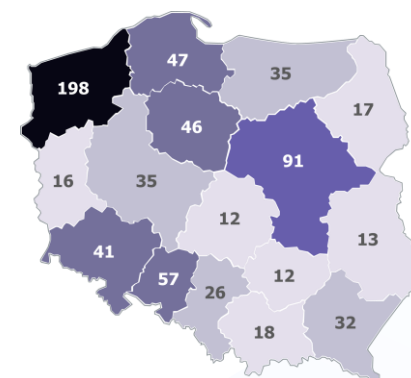
Leszek Dobrzyński



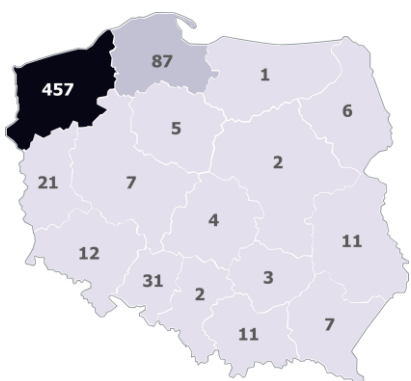
Dariusz Wieczorek



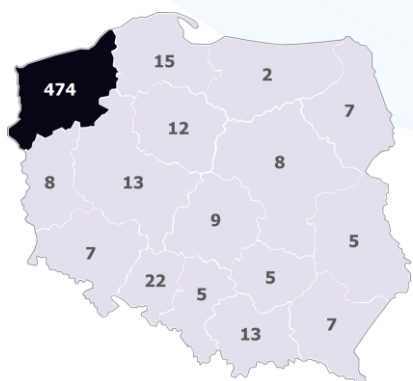
Sławomir Nitras



Paweł Szefernaker



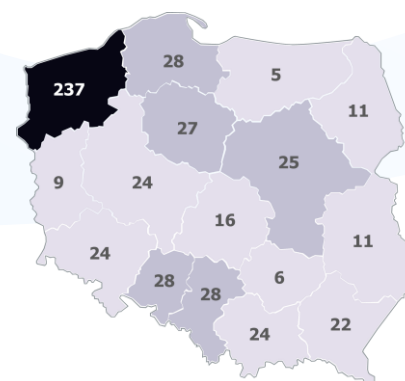
Michał Jach



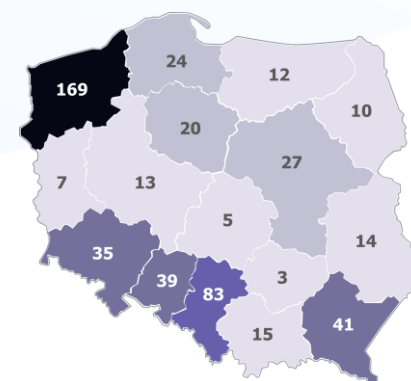
Artur Szalabawka



Arkadiusz Marchewka



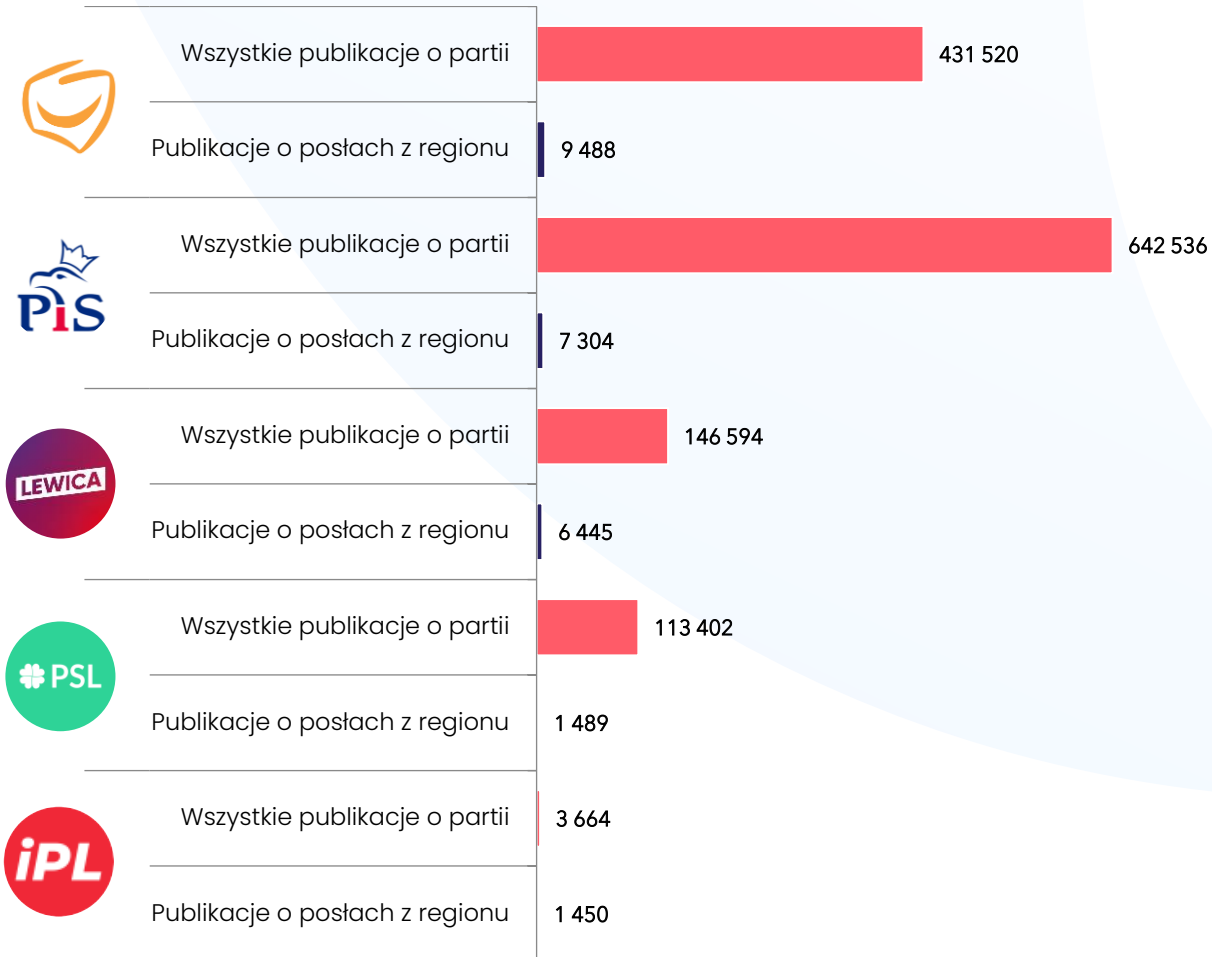
Magdalena Filiks



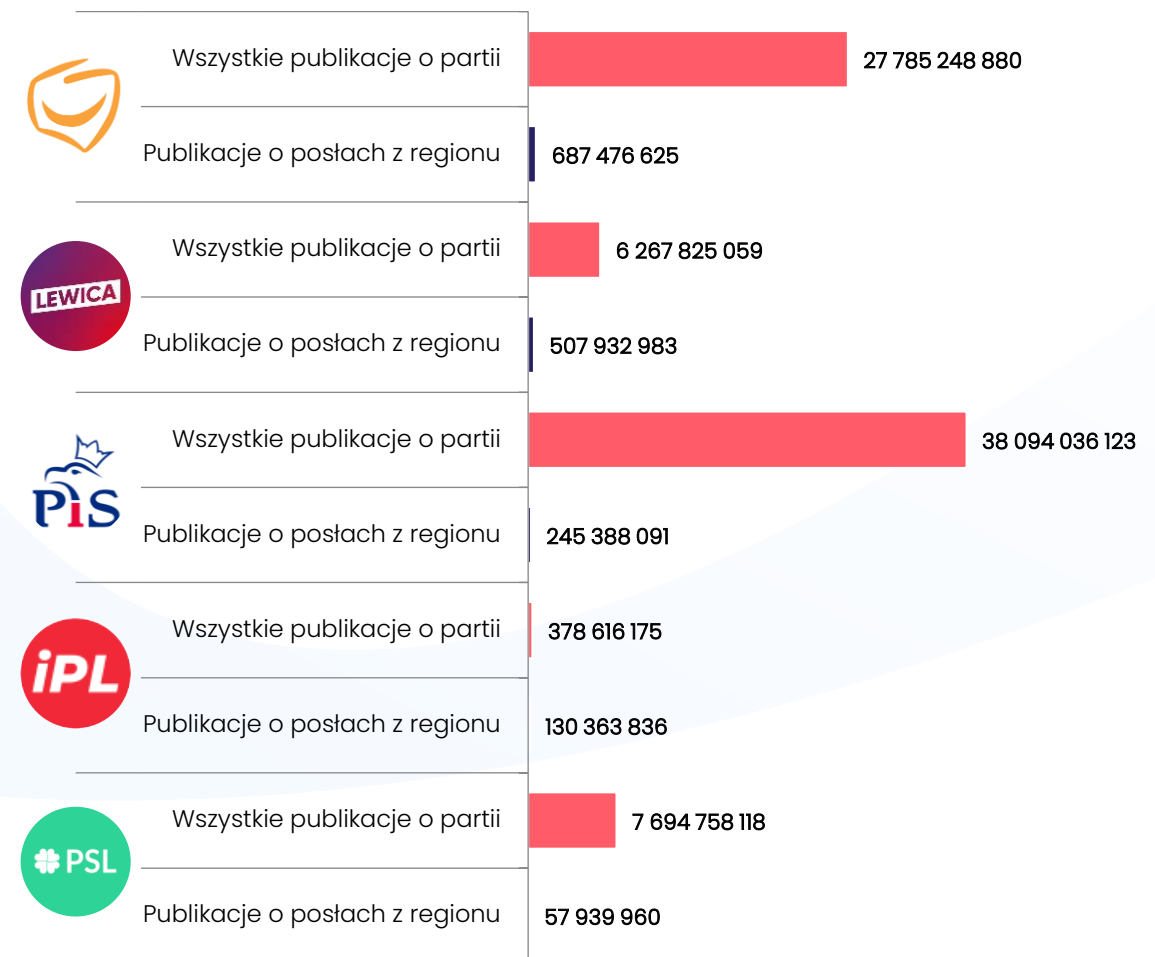
POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

LICZBA I DOTARCIE PUBLIKACJI

Partie polityczne, posłanki i posłowie
- liczba publikacji w skali ogólnopolskiej:

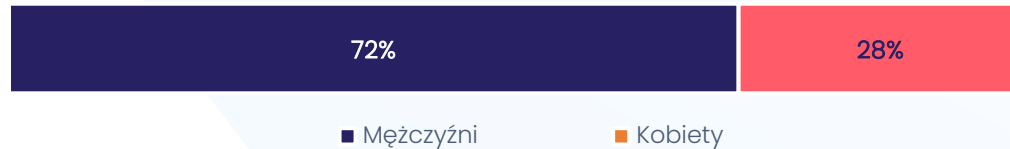


Partie polityczne, posłanki i posłowie
- dotarcie publikacji w skali ogólnopolskiej:

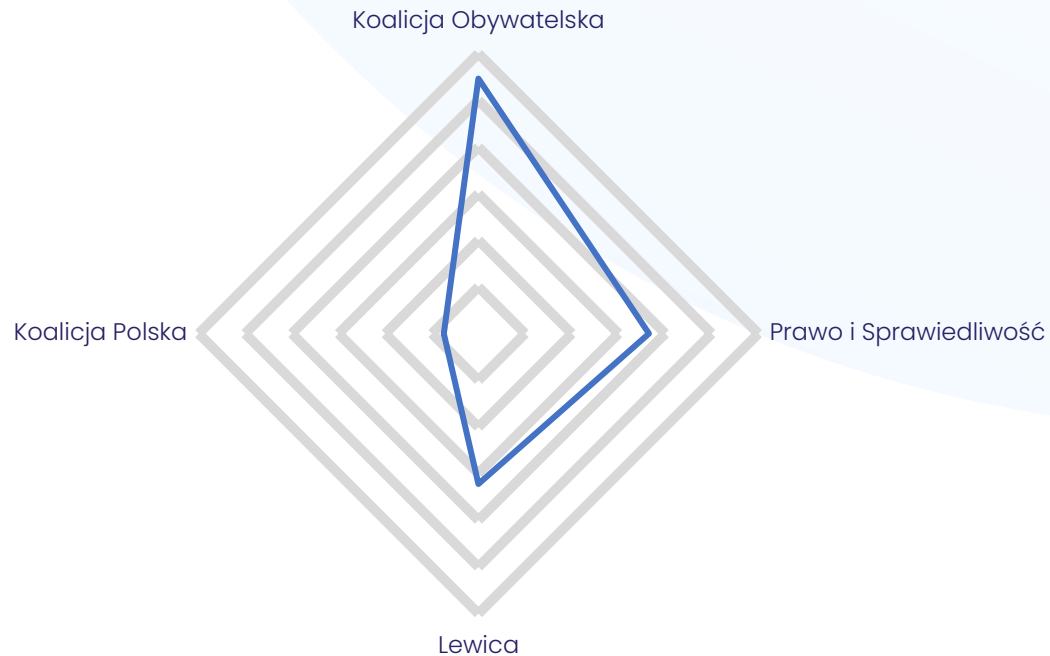


PŁEĆ ORAZ PRZYNALEŻNOŚĆ PARTYJNA

Liczba publikacji – podział na płeć



Kluby i koła poselskie – liczba publikacji



KOMENTARZ ANALITYKA

Maciej Małkowski

Starszy analityk mediów, PSMM Monitoring & More

Województwo zachodniopomorskie jest jedynym obszarem w tej edycji raportu, w którym **posłowie** związani z Koalicją Obywatelską osiągnęli **ogółem większą medialność** niż przedstawiciele Prawa i Sprawiedliwości. Charakterystyczny sposób budowania wizerunku przez opozycyjnego polityka Sławomira Nitrasa sprawił, że TVP Info wzmiankowało jego osobę aż 314 razy. Na drugim miejscu pod względem liczby informacji na antenie tej stacji był Grzegorz Napieralski z wynikiem 182 wystąpień. Ogółem, pierwsza ósemka opisywanych przez TVP Info posłów z regionu to osoby związane z partiami opozycyjnymi. Paweł Szefernaker, sekretarz stanu w MSWiA pojawił się dopiero na dziewiątej pozycji, z wynikiem 24 wystąpień, co pokazuje, że przekaz medialny tworzony przez TVP w dużej mierze dyskredytuje polityków niezwiązanych z rządem.

KLUCZOWE TEMATY I WYDARZENIA

- W analizowanym okresie **Sławomir Nitras** był istotną postacią **medialnego sporu między stroną rządową a opozycją**. Charakterystyczną cechą tego polityka było wyrażanie dosadnych i zazwyczaj krytycznych opinii o partii sprawującej władzę oraz jej przedstawicielach. Dosadność narracji była podejmowana także przez **media sprzyjające rządowi**, czego wyrazem była krytyka postaw i działań posła Sławomira Nitrasa. Ciekawą cechą przekazu na temat tego polityka było to, że **najczęściej opisywały go TVP Info oraz portal wpolityce.pl**, skupiając się jednak na jego krytyce. Nagłówki wpolityce.pl pełne były sformułowań w stylu „bojówki Nitrasa” czy „kłamstwa PO”. Wydaje się, że budowanie takiej otoczki mogło być zamierzone. W lutym doprowadził do medialnej wymiany „uprzejmości” z europosem **Joachimem Brudzińskim** (żartując na antenie Radia Zet z jego wyglądu), a wcześniej, w sierpniu, podczas Campusu Polska Przyszłości w Olsztynie, wygłaszał skrajnie antyklerykalne poglądy wzywając do **wypowiedzenia konkordatu**. W styczniu jego nazwisko było często wymieniane w kontekście **zapowiedzi Donalda Tuska** o przeciwdziałaniu spodziewanym „**falszerstwom wyborczym**”. Przewodniczący Platformy Obywatelskiej zwrócił się wówczas do Sławomira Nitrasa, żeby w imieniu KO zajął się przygotowaniem obrony wyborów. **“Mamy w naszych szeregach Sławomira Nitrasa i nie zawahamy się go użyć”** – zapowiedział Tusk.
- Nazwisko posłanki **Katarzyny Kotuli** w listopadzie pojawiło się na łamach ogólnopolskich mediów po tym, jak publicznie oświadczyła, że 30 lat wcześniej, będąc nastoletnią zawodniczką klubu Energetyka Gryfino **była molestowana przez trenera Mirosława Skrzypczyńskiego, późniejszego prezesa Polskiego Związku Tenisowego** (Mirosław Skrzypczyński wszystkiemu zaprzeczył). Temat podjęły czołowe ogólnopolskie źródła takie jak m.in. **TVN24, Polsat News, Radio TOK FM, onet.pl, sport.pl, rp.pl**. Należy jednak podkreślić, że był to jednorazowy wzrost medialności posłanki, której widoczność w kolejnych miesiącach radykalnie spadła. Niemniej następstwem deklaracji była seria wywiadów, poruszających tematykę agresji seksualnej wobec młodzieży oraz zwracających uwagę na późniejsze losy ofiar.
- W marcu 2023 roku posłanka **Magdalena Filiks** poinformowała, że nie żyje jej 16-letni syn. Chłopiec popełnił samobójstwo prawdopodobnie w wyniku upublicznienia informacji, że był molestowany seksualnie, a sprawa zyskała rozgłos ze względu na polityczne powiązania przestępcy. Po kilku miesiącach po tej tragedii informacja wróciła na ogólnopolskie „czołówki”, gdy uczestniczące w niej strony politycznego sporu przystąpiły do zarzucania sobie odpowiedzialności za dramat rodziny posłanki Filiks. W marcu najwięcej materiałów w związku z tą sprawą opublikowały TVN24, onet.pl i natemat.pl.

WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE					
	Imię i nazwisko	Partia polityczna	Klub / koło poselskie	Liczba publikacji	Dotarcie publikacji
1	Sławomir Nitras	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	3 645	318 143 980
2	Katarzyna Kotula	Nowa Lewica	Lewica	3 456	259 545 776
3	Magdalena Filiks	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	2 940	186 929 212
4	Dariusz Wieczorek	Nowa Lewica	Lewica	2 641	228 769 524
5	Czesław Hoc	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 567	27 450 479
6	Grzegorz Napieralski	Inicjatywa Polska	Koalicja Obywatelska	1 450	130 363 836
7	Arkadiusz Marchewka	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 295	106 215 528
8	Michał Jach	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 253	47 254 029
9	Leszek Dobrzyński	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 161	72 189 931
10	Paweł Szefernaker	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	1 083	40 345 007
11	Artur Łącki	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	1 048	70 492 388
12	Jarosław Rzepa	Polskie Stronnictwo Ludowe	Koalicja Polska	940	40 076 178
13	Marek Gróbarczyk	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	849	29 648 148
14	Artur Szałabawka	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	806	15 510 946
15	Małgorzata Golińska	Prawo i Sprawiedliwość	Prawo i Sprawiedliwość	585	12 989 551
16	Radosław Lubczyk	Polskie Stronnictwo Ludowe	Koalicja Polska	549	17 863 782
17	Małgorzata Prokop-Paczkowska	Nowa Lewica	Lewica	348	19 617 683
18	Jerzy Hardie-Douglas	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	243	2 997 519
19	Marek Hok	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	182	1 794 789
20	Piotr Benedykt Zientarski	Platforma Obywatelska	Koalicja Obywatelska	135	903 209

Dane z mediów społecznościowych

POSŁANKI I POSŁOWIE WYBRANI Z OKRĘGÓW W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

stan na dzień: 30.04.2023




PSMM
Monitoring & More

Liczba obserwujących

facebook



TikTok




Posłaniec	facebook	Twitter	TikTok
 Sławomir Nitras	163 049	147 815	brak konta
 Magdalena Filiks	45 150	17 341	brak konta
 Paweł Szefernaker	24 068	36 736	brak konta
Grzegorz Napieralski	10 894	25 274	brak konta
Katarzyna Kotula	10 976	13 765	7 461
Arkadiusz Marchewka	18 399	5 761	brak konta
Marek Gróbarczyk	5 819	8 716	brak konta
Artur Łącki	6 030	5 025	brak konta
Artur Szałabawka	5 256	3 698	brak konta
Małgorzata Golińska	2 346	4 238	brak konta
Małgorzata Prokop-Paczkowska	2 842	3 604	brak konta
Leszek Dobrzyński	693	4 259	brak konta
Marek Hok	4 017	744	brak konta
Radosław Lubczyk	1 497	3 100	brak konta
Dariusz Wieczorek	2 031	1 756	brak konta
Jarosław Rzepa	2 701	578	brak konta
Jerzy Hardie-Douglas	2 035	449	brak konta
Michał Jach	brak konta	2 368	brak konta
Czesław Hoc	brak konta	2 123	brak konta
Piotr Benedykt Zientarski	1 454	95	brak konta

Liczba komentarzy

facebook



TikTok

Posłaniec	facebook	Twitter	TikTok
 Sławomir Nitras	70 154	50 306	brak konta
 Magdalena Filiks	18 343	23 506	brak konta
 Artur Łącki	7 920	22 081	brak konta
Katarzyna Kotula	3 461	12 831	1 585
Arkadiusz Marchewka	9 020	4 601	brak konta
Marek Gróbarczyk	2 955	10 405	brak konta
Paweł Szefernaker	9 824	3 151	brak konta
Małgorzata Prokop-Paczkowska	1 549	2 876	brak konta
Małgorzata Golińska	811	2 250	brak konta
Radosław Lubczyk	1 607	95	brak konta
Artur Szałabawka	1 044	294	brak konta
Leszek Dobrzyński	153	1 052	brak konta
Jarosław Rzepa	380	780	brak konta
Dariusz Wieczorek	266	810	brak konta
Grzegorz Napieralski	938	44	brak konta
Marek Hok	865	28	brak konta
Jerzy Hardie-Douglas	595	30	brak konta
Michał Jach	brak konta	220	brak konta
Piotr Benedykt Zientarski	144	0	brak konta
Czesław Hoc	brak konta	79	brak konta

BIO EKSPERTKI

dr hab. Monika Kaczmarek-Śliwińska

Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii

Medioznawczyni, ekspertka i doradczyni w obszarze strategii komunikowania się oraz zarządzania sytuacjami kryzysowymi.

Autorka publikacji, koordynatorka oraz uczestniczka projektów badawczych w obszarach: public relations, zarządzanie kryzysowe, etyka komunikowania się, media, komunikacja polityczna.

Członkini Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej oraz Polskiego Towarzystwa Edukacji Medialnej. Ekspertka Konferencji Rektorów Akademickich Szkół Polskich (KRASP) oraz członkini Sektorowej Rady do spraw Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.

Jurorka prestiżowego konkursu branży PR „Złote Spinacze” (Związek Firm Public Relations). Laureatka nagród PRoton oraz Lew PR.

Więcej informacji na:

monikakaczmarek-sliwinska.pl

Kontakt dla mediów:

m.kaczmarek-sl@uw.edu.pl

kom. 602 177 734



BIO EKSPERTA

Sebastian Drobczyński

Ekspert ds. marketingu politycznego, wizerunku i komunikacji kryzysowej

Praktyk z ponad 25-letnim doświadczeniem w obszarze marketingu politycznego. Specjalizacja: prowadzenie skutecznych kampanii wyborczych, politycznych i wizerunkowych, kreowanie wizerunku osób i instytucji, media relations, rozwiązywanie sytuacji kryzysowych, rozwój kapitału ludzkiego.

Twórca wielu zwycięskich kampanii wyborczych, od 1997 roku czynnie uczestniczący w przygotowywaniu i prowadzeniu kampanii wyborczych; między innymi jako szef sztabu, rzecznik prasowy, doradca polityczny.

Więcej informacji na:

marketingpolityczny.com.pl

Kontakt dla mediów:

biuro@marketingpolityczny.com.pl

kom. 606 680 847



BIO EKSPERTA

MARCIN SZCZUPAK

Dyrektor badań i rozwoju biznesu, PSMM Monitoring & More

Konsultant medialny, autor analiz marketingowych i badań public relations. Pracował nad projektami dla kilkuset korporacji międzynarodowych, ministerstw, urzędów, agencji marketingowych i PR.

Absolwent Wyższej Szkoły Umiejętności Społecznych w Poznaniu na kierunku public relations oraz Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Poznaniu na kierunku zarządzanie i marketing.

Interesują go nowe media, rozwój i wykorzystanie technologii w przekazie informacji, zagadnienia public relations i marketingu, sprzedaży i zarządzania.

Uczestniczył w opracowaniu standardu kompetencji dla zawodu: analityk informacji i raportów medialnych oraz jako ewaluator i członek komisji dla zawodów: analityk ruchu na stronach internetowych, broker informacji (researcher), menedżer zawartości serwisów internetowych i specjalista zarządzania informacją.

Kontakt dla mediów:

mszczupak@psmm.pl

kom. 507 155 999



PSMM

Monitoring & More 

ul. Marcelińska 14, 60-801 Poznań

tel. +48 61 66 26 005

biuro@psmm.pl

www.psmm.pl

