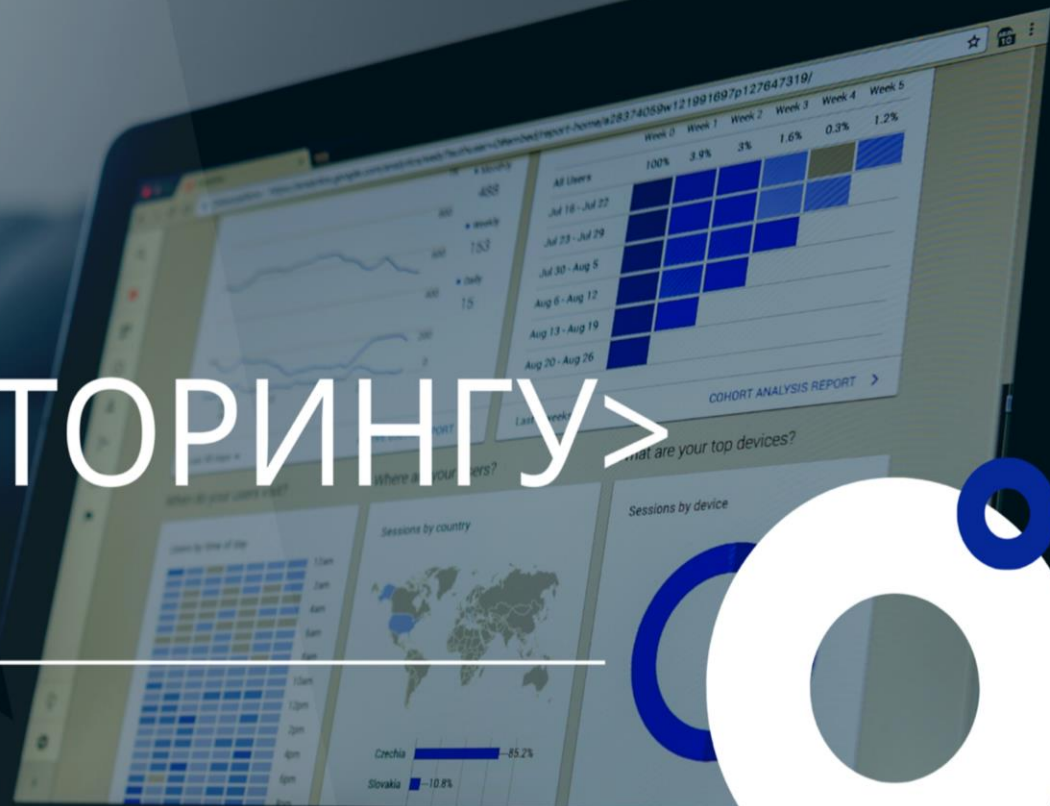




Semantrum

<ТЕМА МОНІТОРИНГУ>

в українських ЗМІ
в 2022 році





ВСТУП

ЯКІ ДАНІ АНАЛІЗУЮТЬСЯ

Українські ЗМІ:

Новини на телеканалах

Друковані медіа

Інтернет-ЗМІ

ПЕРІОД МОНІТОРИНГУ

Період за 2022 рік

ПОШУКОВИЙ ЗАПИТ

Ваш пошуковий запит, який використовувався
для моніторингу медіа





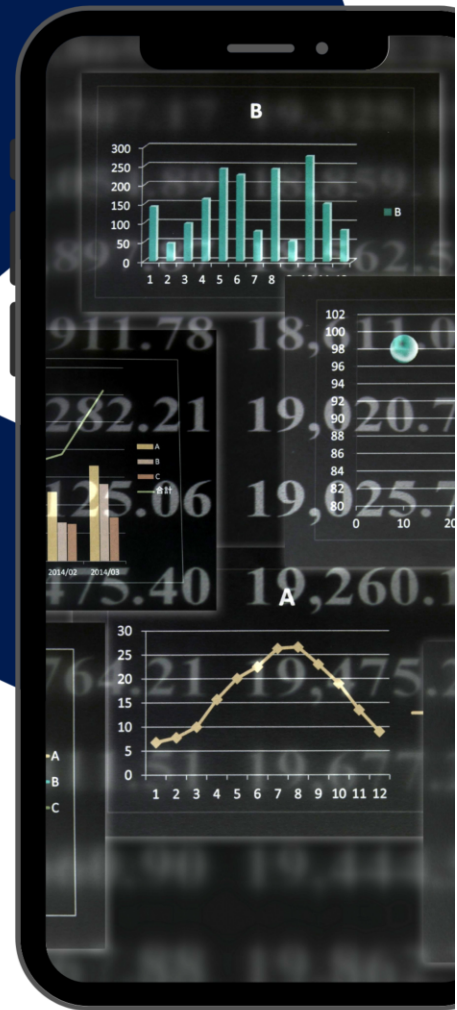
Semantrum

ПРИНЦИПИ

Автоматизований збір даних,
обробка та формування
статистичних даних

МЕТОДИ

Big Data, Machine Learning





УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ



Інформація про застосовані на сторінці метрики/фільтри.



Прогнозна кількість контактів з публікаціями у ЗМІ.



Місце для логотипу Вашої компанії.



Кількість публікацій у ЗМІ.



Аналіз зпублікацій у головній ролі.

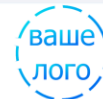


Метрики, які розраховуються на основі інших показників.





Медіа-аудит представленості в українських ЗМІ



437 978

Кількість публікацій



2 671,0 млн

Сума контактів з публікаціями



-2,4

Індекс лояльності медіа (MFI)

Позитивні публікації



0,40%

Частка позитивних публікацій



0,16%

Частка контактів позитивних публікацій

Негативні публікації



0,66%

Частка негативних публікацій



0,49%

Частка контактів негативних публікацій

Типи ЗМІ



Інтернет

ТИП ЗМІ з найбільшою кількістю публікацій

263 434



Соцмережі

ТИП ЗМІ з найбільшою кількістю контактів

902,7 млн

Джерела



Гордон

Джерело з найбільшою кількістю публікацією

6 812



ТРК «Україна»

Джерело з найбільшою сумою контактів

110,1 млн

Медіа-холдинги



1+1 Media

Медіа-холдинг з найбільшою кількістю публікацій

5 637



StarLight Media

Медіа-холдинг з найбільшою сумою контактів

110,1 млн

Роль у публікації



48,7%

Частка публікацій у головній ролі за кількістю публікацій

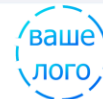


34,0%

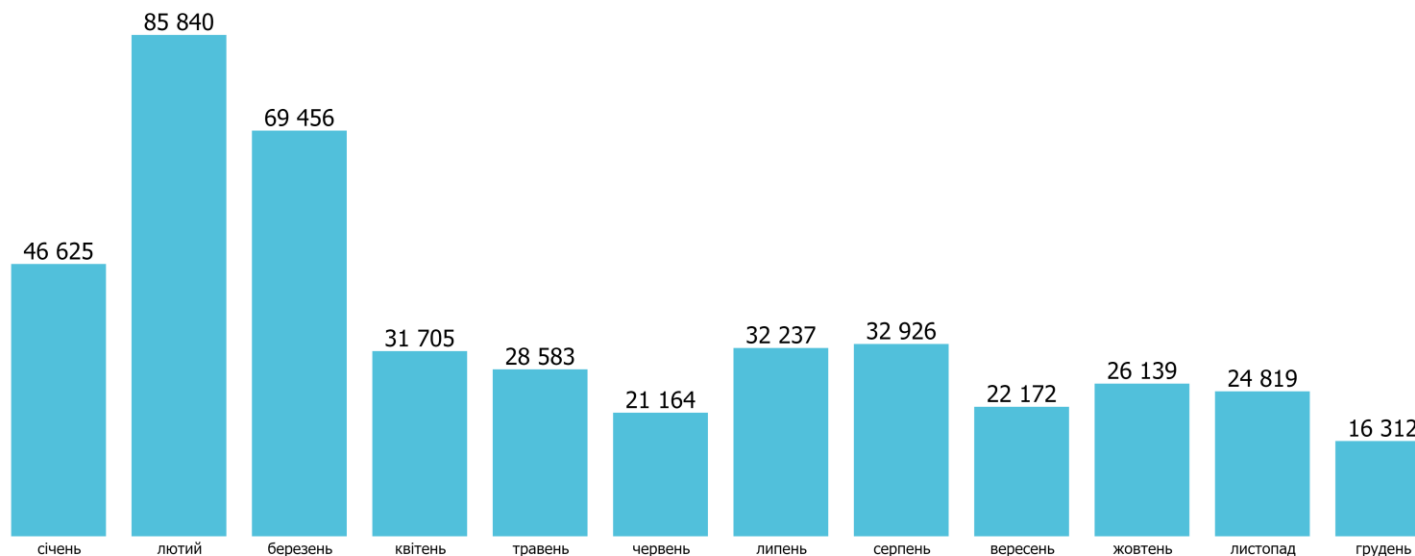
Частка публікацій у головній ролі за сумою контактів



Динаміка публікацій протягом року



За кількістю публікацій



437 978

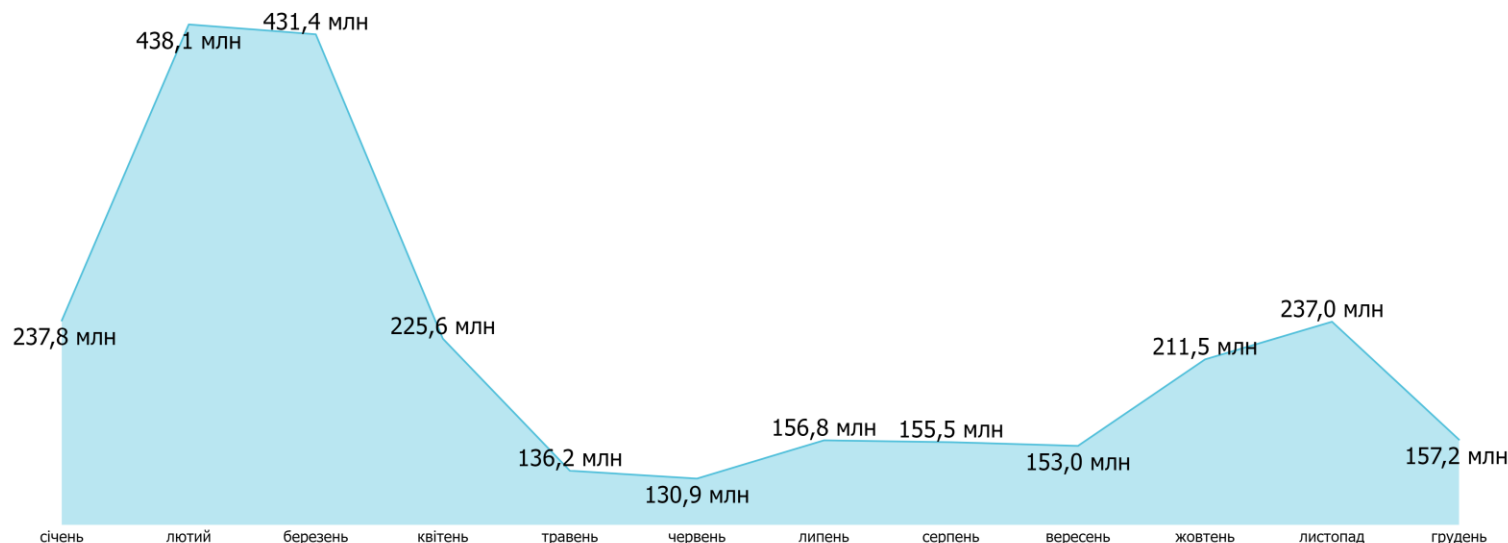
Кількість публікацій



2 671,0 млн

Сума контактів з публікаціями

За кількістю контактів



Кількість контактів з аудиторією

Розраховуються прогнозні показники:

- для телебачення – за даними ІТК,
- для друкованих ЗМІ – відповідно до тиражів,
- для інтернет-ЗМІ – за даними SimilarWeb



Розподіл публікацій за тональністю



1 768

Кількість
позитивних
публікацій

0,40%

Частка
позитивних
публікацій



4,2 млн

Сума контактів
позитивних
публікацій

0,16%

Частка контактів
позитивних
публікацій



2 883

Кількість
негативних
публікацій

0,66%

Частка
негативних
публікацій

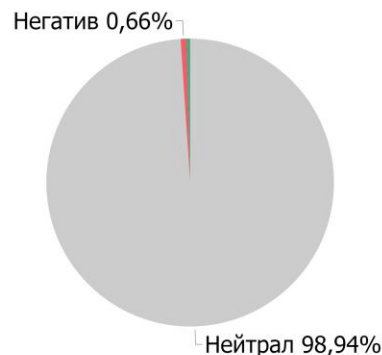


13,0 млн

Сумма контактів
негативних
публікацій

0,49%

Частка контактів
негативних
публікацій

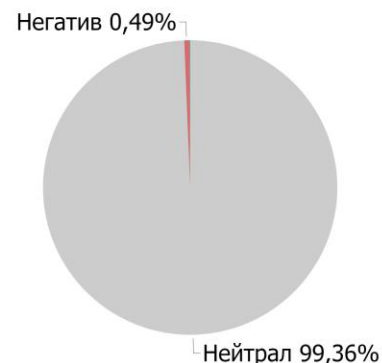


За кількістю публікацій



-2,4

Індекс лояльності
медіа (MFI)



За кількістю контактів



Тональність

Розраховується відносно об'єкту моніторингу за допомогою AI.

Якщо у одній публікації об'єкт згадується декілька разів, і всі рази нейтрально, а один раз позитивно або негативно, то публікація вважається відповідно позитивною або негативною.

Якщо у одній публікації однакова кількість позитивних і негативних згадувань, то публікація вважається нейтральною.

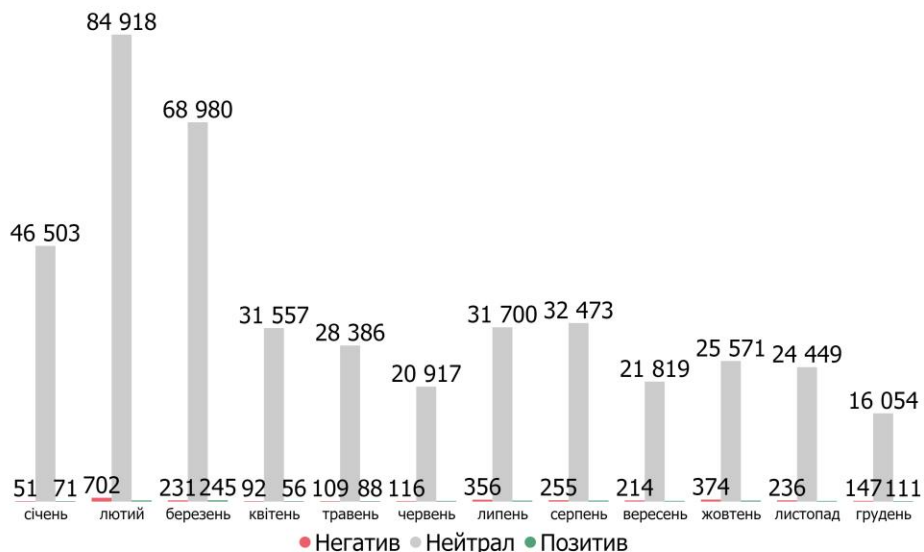
Частка позитивних/негативних публікацій/контактів розраховується від кількості/суми всіх публікацій/контактів зі згадуваннями об'єкта.



Динаміка публікацій протягом 2022 року



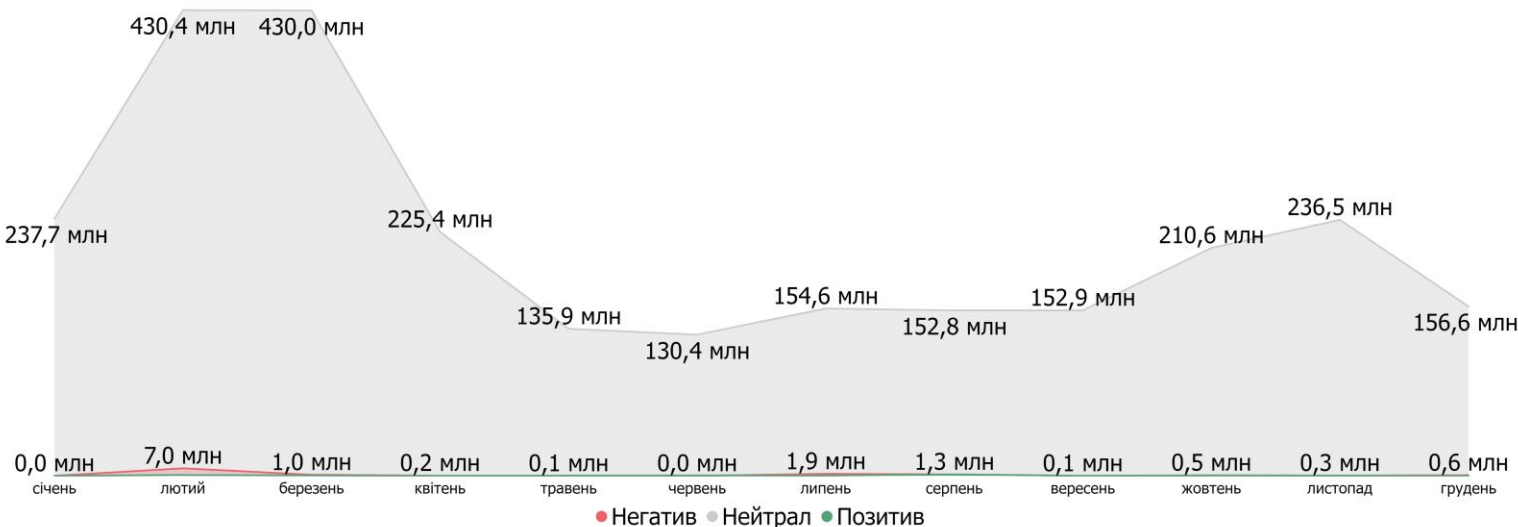
За кількістю публікацій



Індекс лояльності медіа (MFI) в динаміці



За кількістю контактів



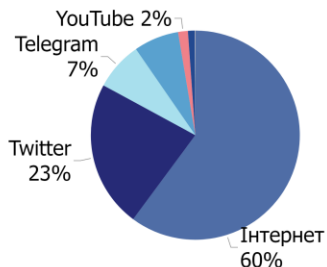
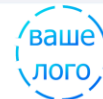
Media Favourability Index

Індекс лояльності медіа - відносний показник, що характеризує сприятливість публікацій про компанію або бренд враховує їхню тональність.

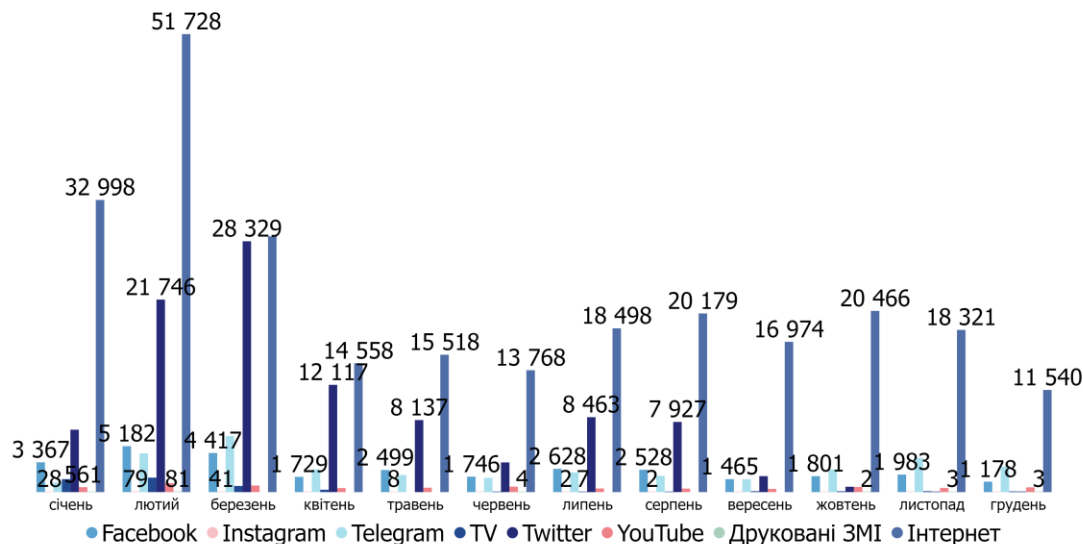
Для індексу лояльності медіа використовується співвідношення позитивних до негативних публікацій щодо об'єкта моніторингу.



Розподіл згадувань за типами ЗМІ



За кількістю публікацій



Інтернет

ТИП ЗМІ з найбільшою кількістю публікацій

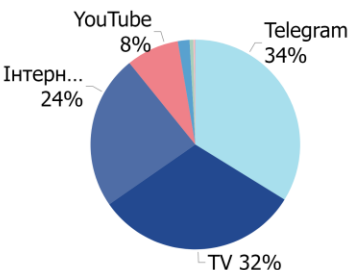
263 434



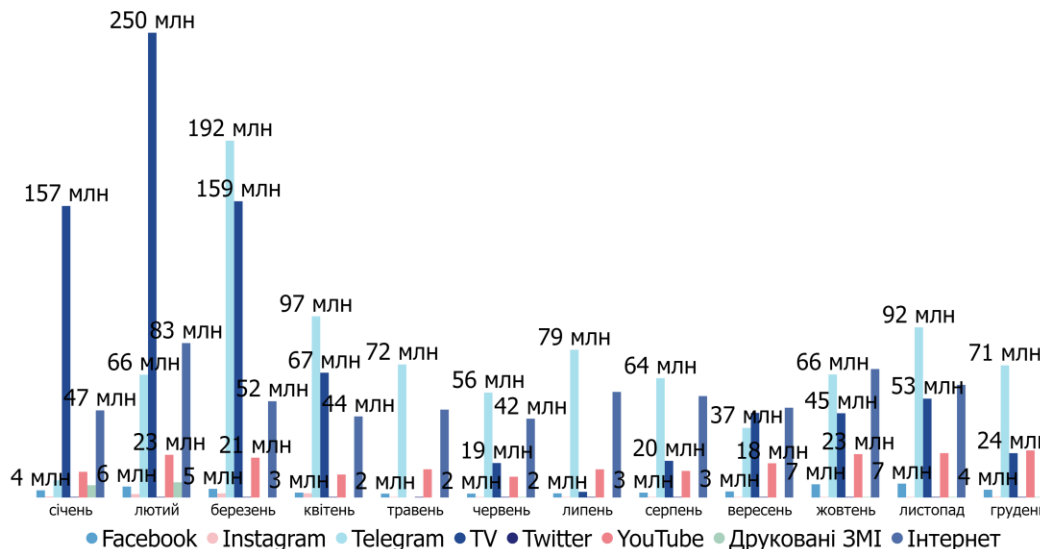
Telegram

ТИП ЗМІ з найбільшою кількістю контактів

902,7 млн



За кількістю контактів



Типи ЗМІ

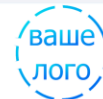
TV: аналіз випусків новин та ділових або політичних ток-шоу.

Друковані ЗМІ: аналіз публікацій, які надруковані в окремому номері видання (якщо в одному номері було декілька статей про об'єкт, враховуються кожна стаття).

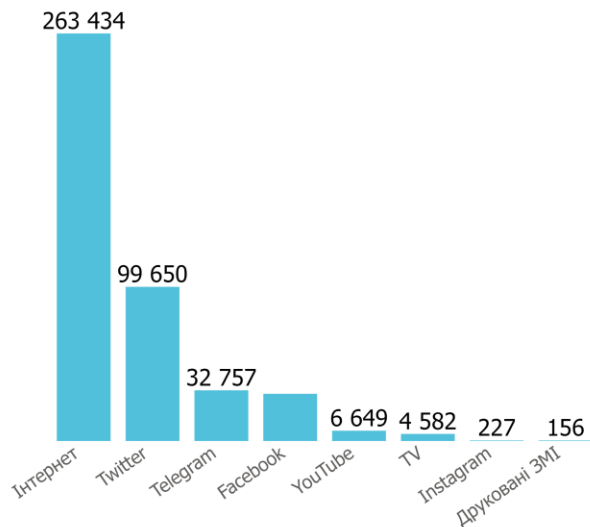
Інтернет: новини, статті та блоги на веб-сайтах онлайн видань, держорганів, інформаційних агенцій, громадських організацій та аналітичних компаній



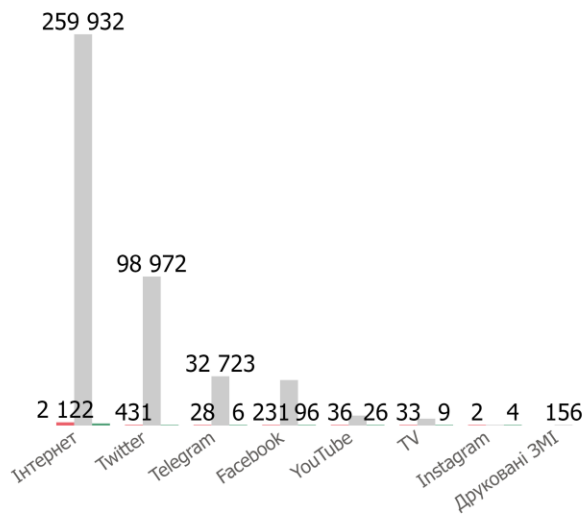
Розподіл згадувань за типами ЗМІ та тональністю



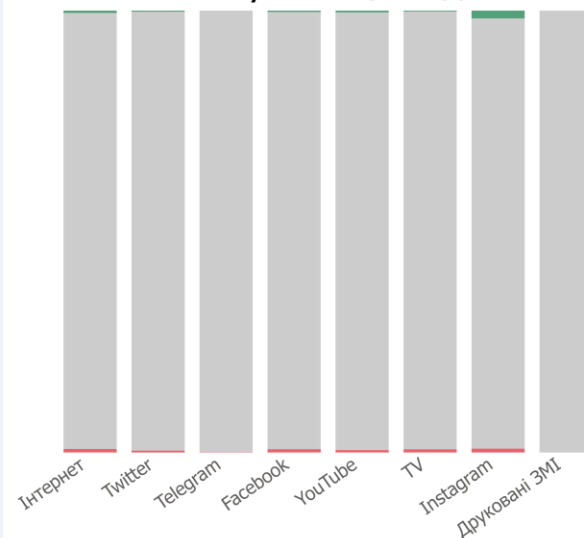
За кількістю публікацій



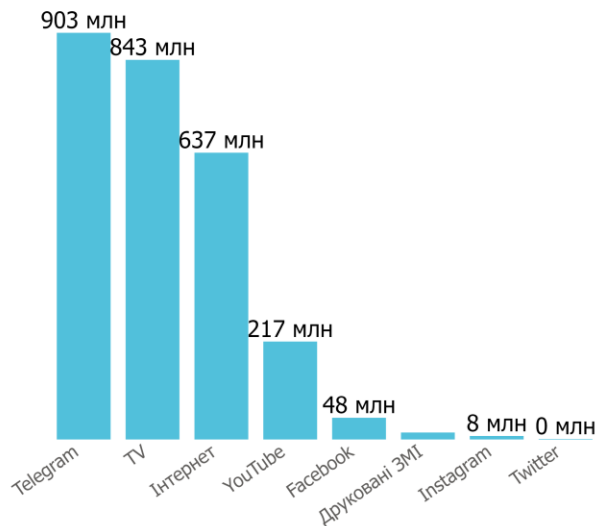
За кількістю публікацій



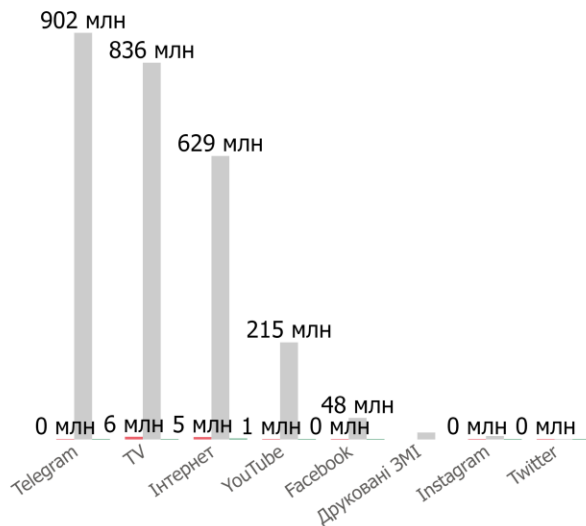
Кількість публікацій від 100%



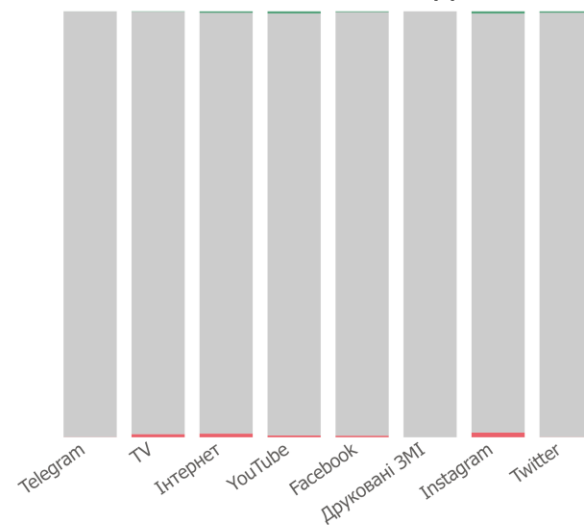
За кількістю контактів



За кількістю контактів

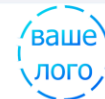


Кількість контактів від 100%





Рейтинг джерел за кількістю публікацій та сумою контактів



Джерела за кількістю публікацій



Джерела за кількістю контактів



Гордон

Джерело з найбільшою кількістю публікацією

6 812



ТРК «Україна»

Джерело з найбільшою сумою контактів

110,1 млн



Рейтинг джерел

Враховуються всі джерела, крім агрегаторів новин

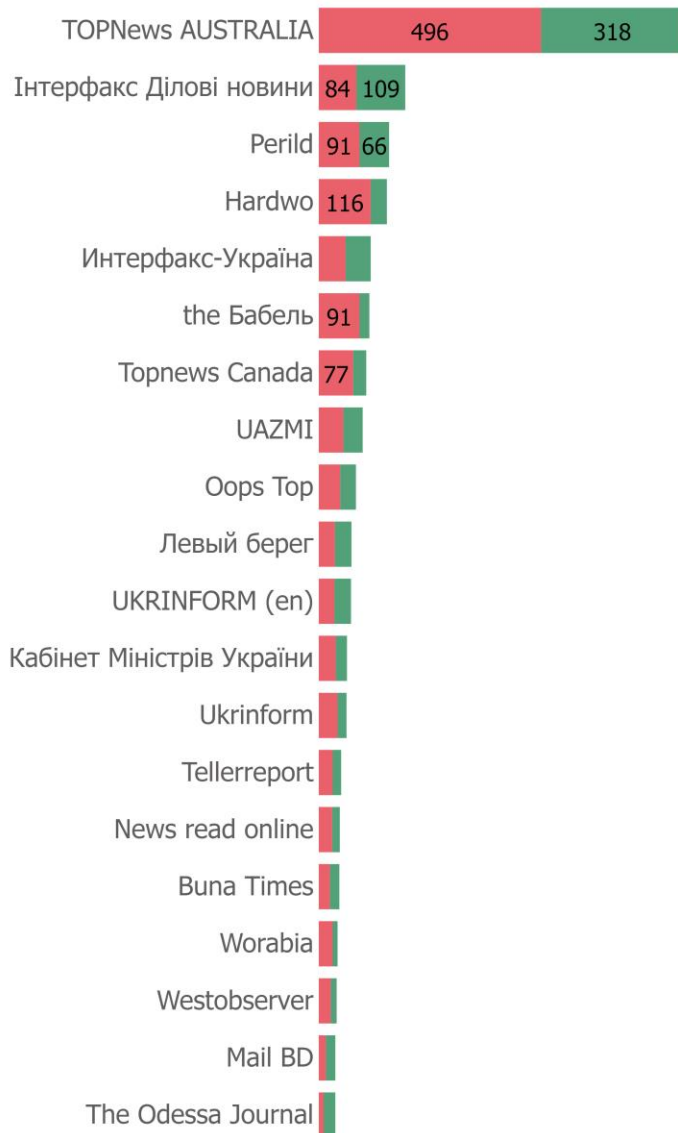


Рейтинг джерел за емоційно забарвленими публікаціями



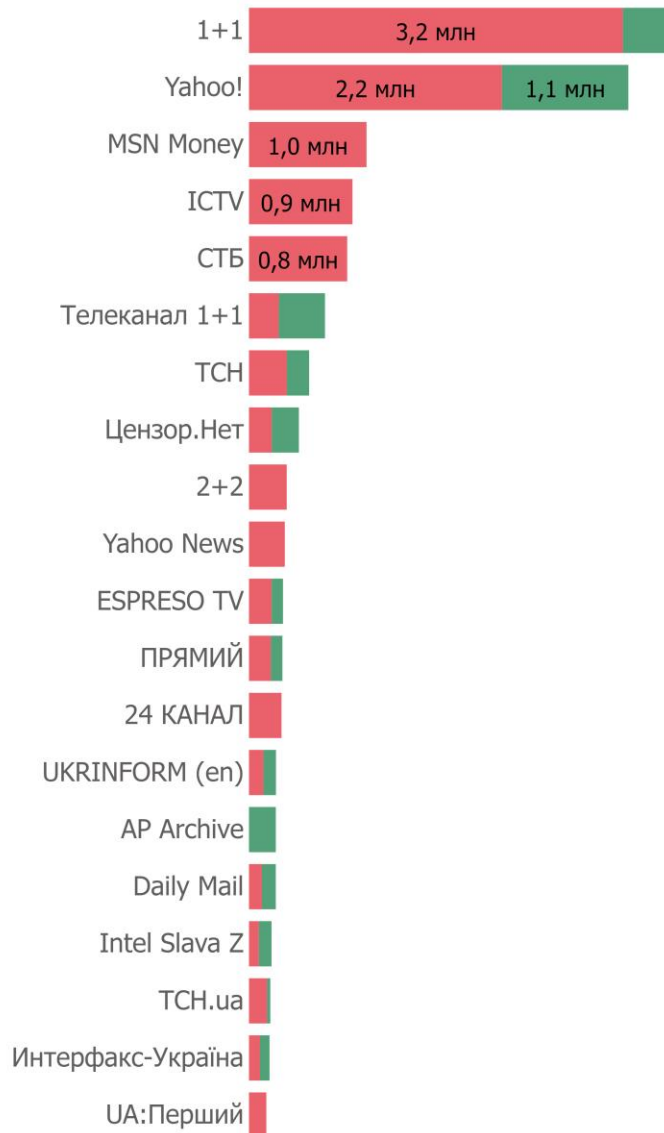
Джерела за кількістю публікацій

● Негатив ● Позитив



Джерела за кількістю контактів

● Негатив ● Позитив



**TOPNews
AUSTRALIA**

Джерело з найбільшою кількіст...

318



**TOPNews
AUSTRALIA**

Джерело з найбільшою
кількістю негативних публікацій

496



Yahoo!

Джерело з найбільшою
кількістю позитивних контактів

1,1 млн



**TOPNews
AUSTRALIA**

Джерело з найбільшою
кількістю негативних контактів

3,2 млн



**Емоційно
забарвлені
публікації**

Враховуються тільки
емоційно забарвлені
публікації (позитивні або
негативні відносно об'єкта
моніторингу)

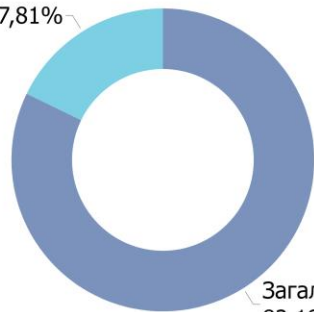


Загальнонаціональні та регіональні ЗМІ



Кількість публікацій

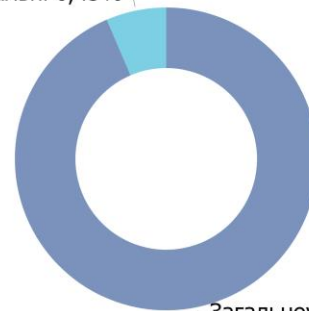
Регіональні 17,81%



Загальноукраїнські
82,19%

Кількість контактів

Регіональні 6,43%



Загальноукраїнські
93,57%



40 723

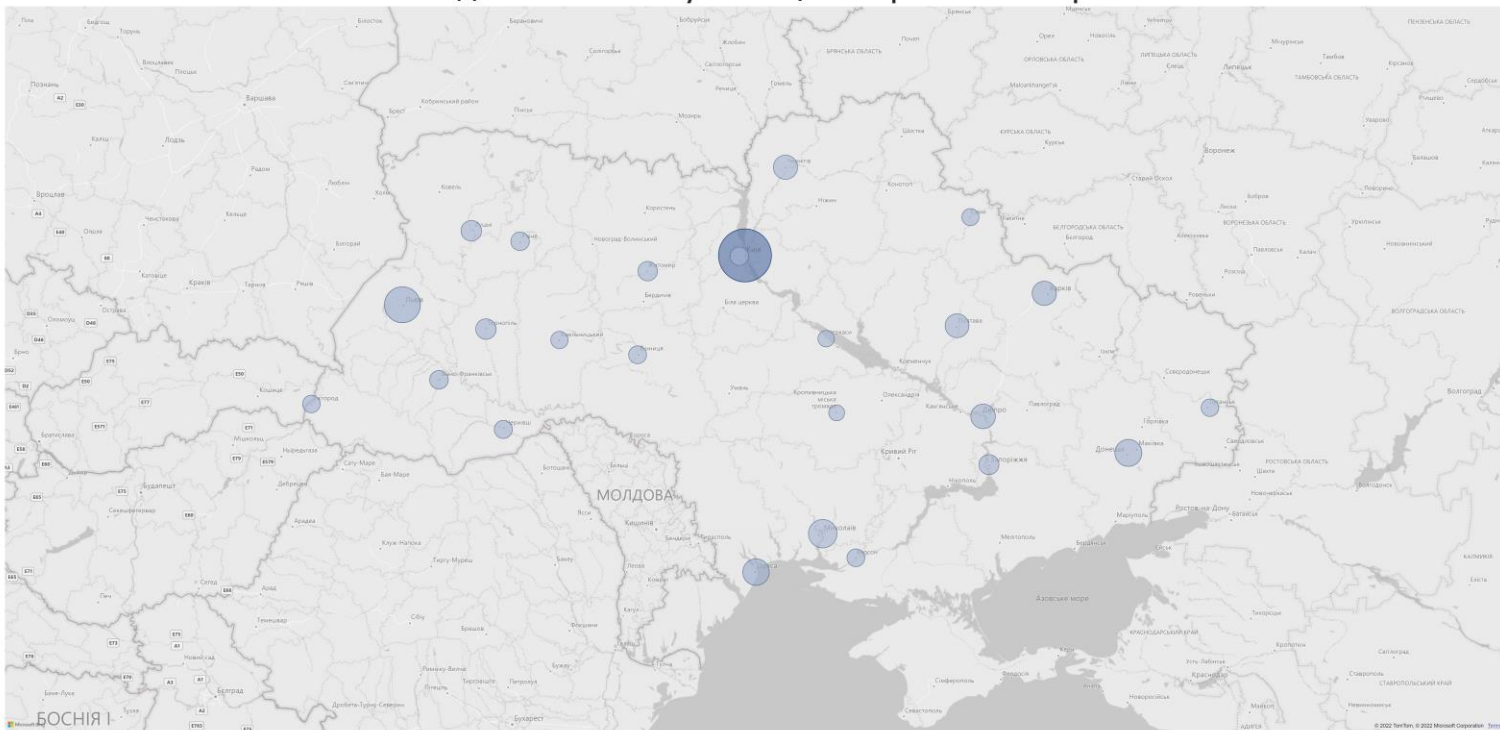
Кількість публікацій в
регіональних ЗМІ



122,2 млн

Сума контактів в
регіональних ЗМІ

Розподіл кількості публікацій по регіонах України

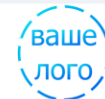


Регіони ЗМІ

До регіональних ЗМІ належать джерела, які пишуть переважно про події у певному регіоні (області або місті) України і мають у доменному імені (адресі сайту) регіональний ідентифікатор



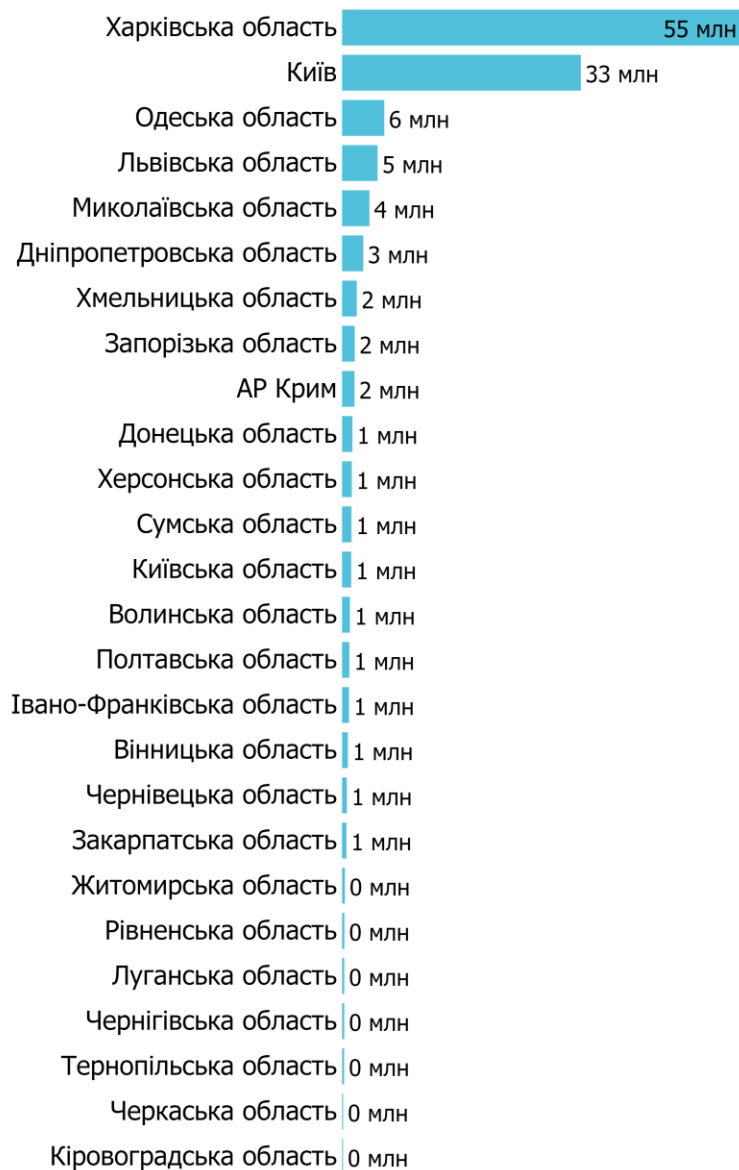
Аналіз згадувань у регіонах України



Регіони за кількістю публікацій



Регіони за кількістю контактів



Харківська область

Регіон з найбільшою кількістю публікацій
1 992



Харківська область

Регіон з найбільшою сумою контактів
54,6 млн

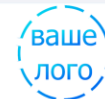


Регіони ЗМІ

До регіональних ЗМІ належать джерела, які пишуть переважно про події у певному регіоні (області або місті) України і мають у доменному імені (адресі сайту) регіональний ідентифікатор



Аналіз емоційно забарвлених публікацій у регіонах України



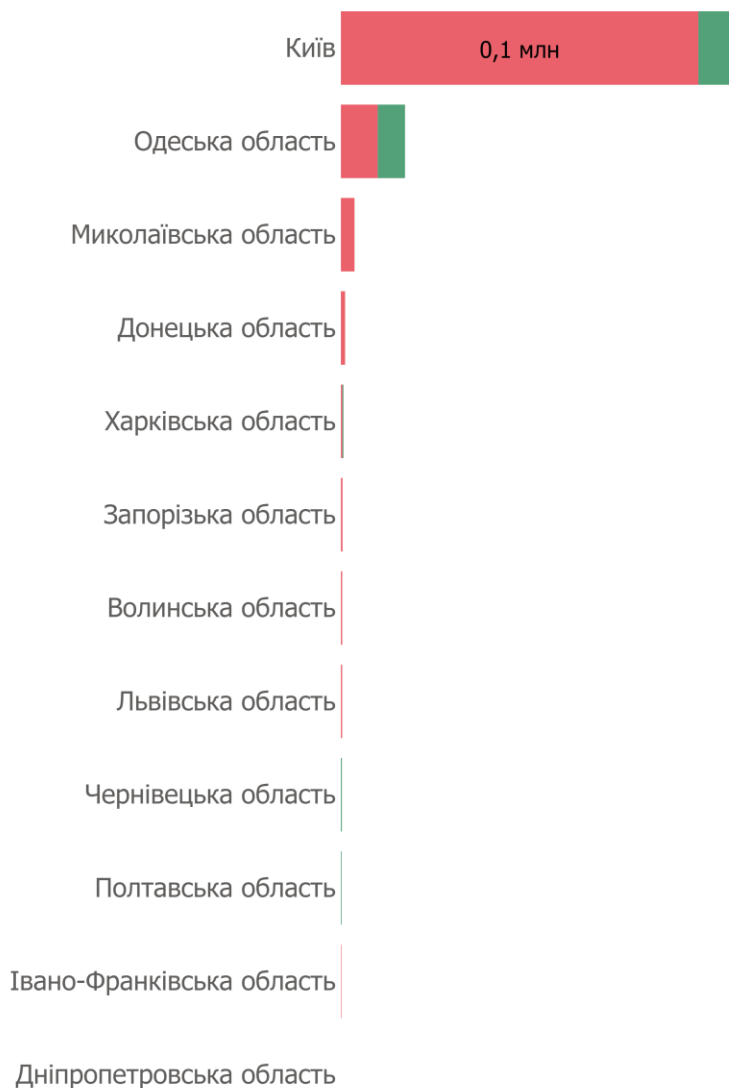
Джерела за кількістю публікацій

● Негатив ● Позитив



Джерела за кількістю контактів

● Негатив ● Позитив



Одеська область

Регіон з найбільшою кількістю позитивних публікацій

26



Одеська область

Регіон з найбільшою кількістю негативних публікацій

13



Київ

Регіон з найбільшою сумою контактів з позитивом

0,0 млн



Київ

Регіон з найбільшою сумою контактів з негативом

0,1 млн

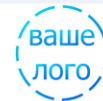


Емоційно забарвлені публікації

Враховуються тільки емоційно забарвлені публікації (позитивні або негативні відносно об'єкта моніторингу)



Аналіз згадувань у головній, другорядній ролі або контекстно



За кількістю публікацій



48,7%

Частка публікацій у головній ролі за кількістю публікацій



34,0%

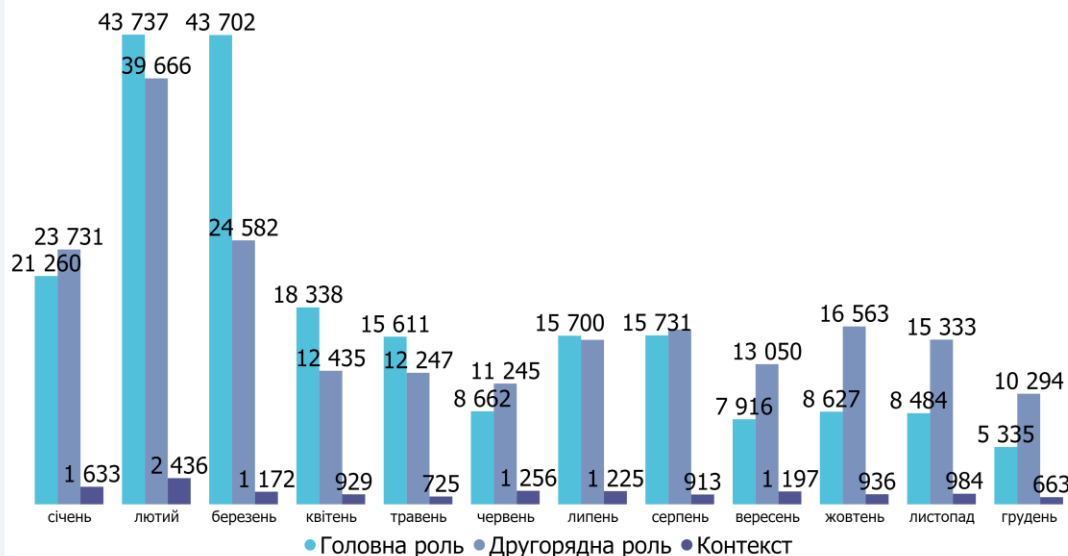
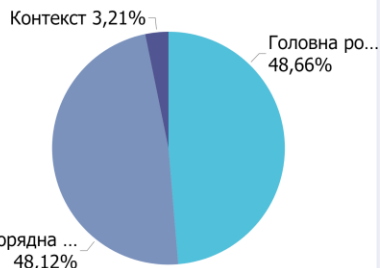
Частка публікацій у головній ролі за сумою контактів

За кількістю контактів

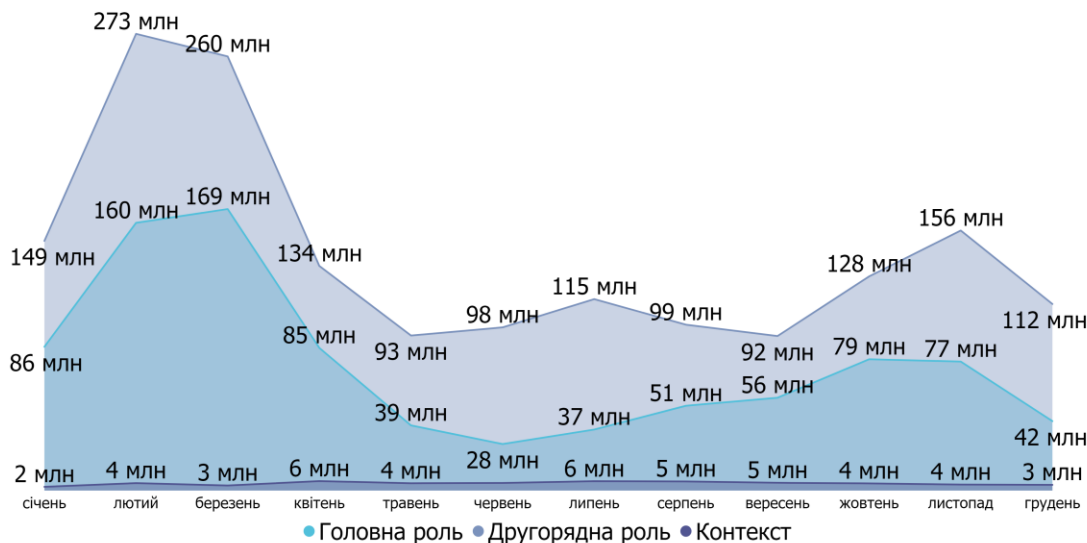


Роль

Головна – якщо публікація повністю присвячена об'єкту моніторингу або є повідомленням від імені об'єкту моніторингу.
Другорядна – якщо об'єкт моніторингу згадується рівнозначно з іншими об'єктами.
Контекстна – якщо об'єкт моніторингу згадується між іншим, контекстно.

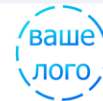


Головна роль Другорядна роль Контекст



Головна роль Другорядна роль Контекст

Аналіз згадувань у головній, другорядній ролі або контекстно



Джерело з найбільшою кількістю публікацій у головній ролі

ukraine.shafaqna.com

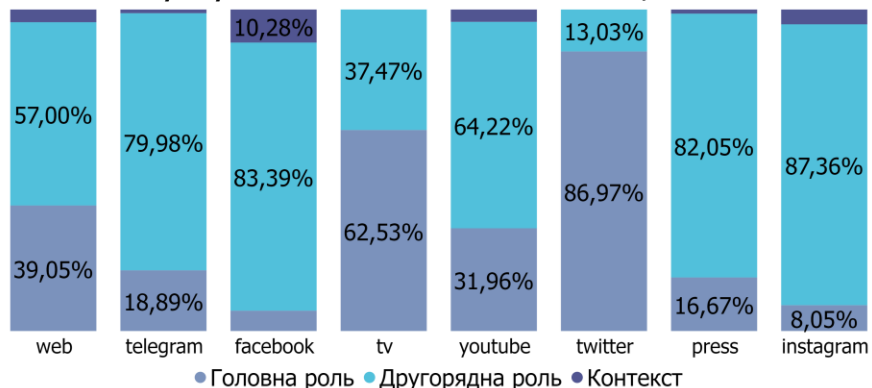
173



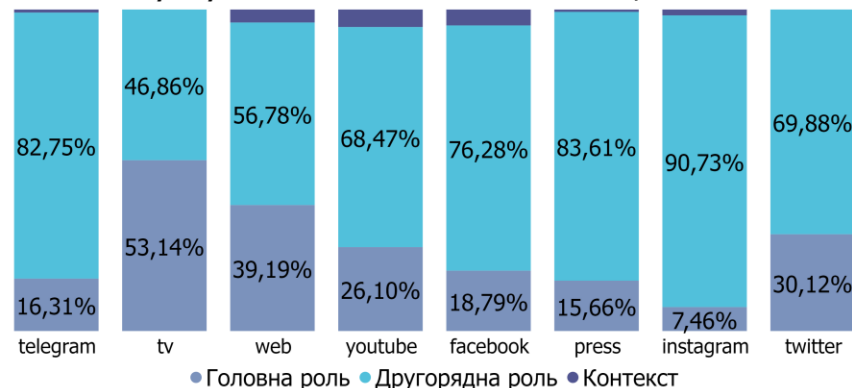
Джерело, яке забезпечило найбільше контактів із публікаціями у головній ролі

Марафон «Єдині новини» 73,2 млн

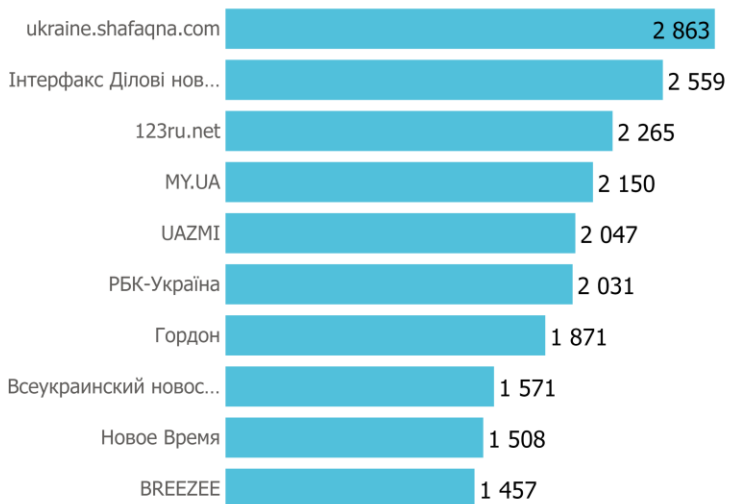
Роль у публікаціях за типами ЗМІ, кількість



Роль у публікаціях за типами ЗМІ, контакти



Перелік ЗМІ за кількістю публікацій



Перелік ЗМІ за кількістю контактів

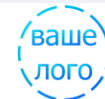


Роль

Головна – якщо публікація повністю присвячена об'єкту моніторингу або є повідомленням від імені об'єкту моніторингу.
Другорядна – якщо об'єкт моніторингу згадується рівнозначно з іншими об'єктами.
Контекстна – якщо об'єкт моніторингу згадується між іншим, контекстно.



Аналіз згадувань у головній ролі за тональністю



Індекс лояльності медіа (MFI) в динаміці



-2,8

Індекс лояльності
медіа (MFI) у
публікаціях у
головній ролі



19,06%

Частка позитивних фокусних
повідомлень



20,60%

Частка негативних фокусних
повідомлень

Роль у позитивних публікаціях



Роль у негативних публікаціях

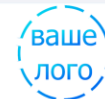


Роль

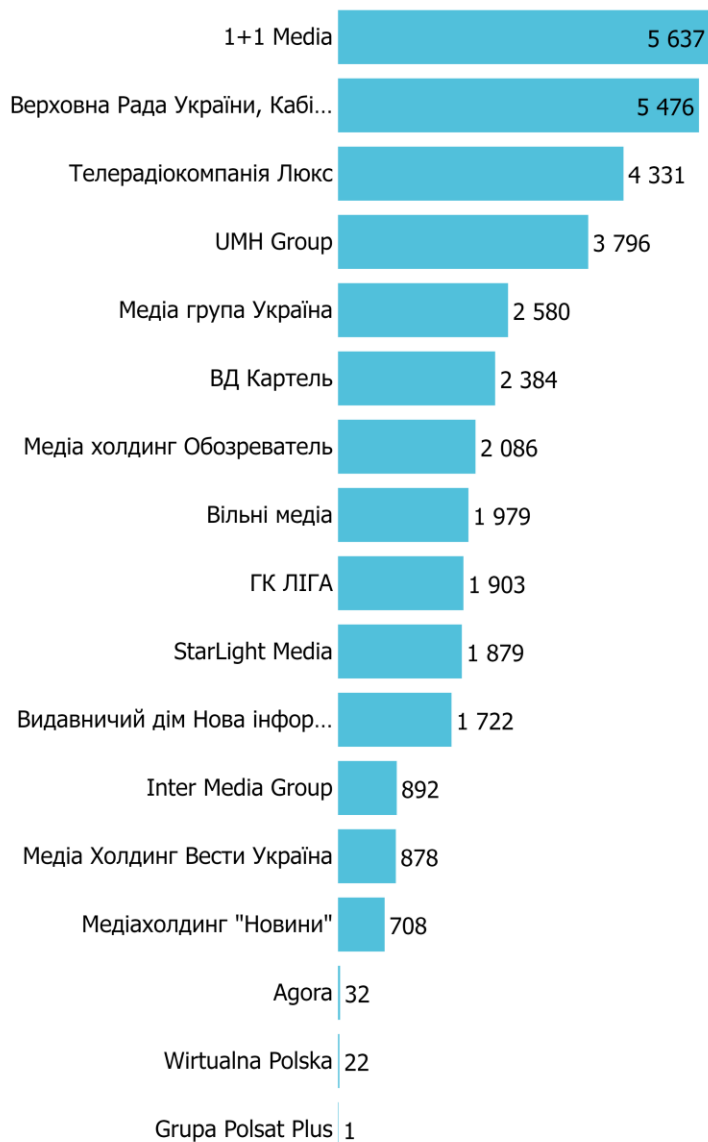
Головна – якщо публікація повністю присвячена об'єкту моніторингу або є повідомленням від імені об'єкту моніторингу.
Другорядна – якщо об'єкт моніторингу згадується рівнозначно з іншими об'єктами.
Контекстна – якщо об'єкт моніторингу згадується між іншим, контекстно.
Частка позитивних/негативних фокусних публікацій розраховується від загальної кількості фокусних публікацій.



Розподіл згадувань за медіа-холдингами



Медіа-холдинги за кількістю публікацій



Медіа-холдинги за кількістю контактів



1+1 Media

Медіа-холдинг з найбільшою кількістю публікацій

5 637



StarLight Media

Медіа-холдинг з найбільшою сумою контактів

110,1 млн

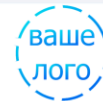


Медіа-холдинги

Сумарна кількість публікацій або контактів медіа-холдингу складається з сумарної кількості публікацій та контактів, які виявлені у ЗМІ, що належать відповідним медіа-холдингам. Рахуються тільки ті публікації, у яких об'єкт моніторингу згадується хоча б один раз



Розподіл згадувань емоційно забарвлених публікацій за медіа-холдингами



Медіа-холдинги за кількістю публікацій

● Негатив ● Позитив



Медіа-холдинги за кількістю контактів

● Негатив ● Позитив



Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України
Медіа-холдинг з найбільшою кількістю негативних публікацій
59



Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України
Медіа-холдинг з найбільшою кількістю позитивних публікацій
79



1+1 Media
Медіа-холдинг з найбільшою кількістю позитивних контактів
1,1 млн



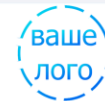
1+1 Media
Медіа-холдинг з найбільшою кількістю негативних контактів
4,2 млн



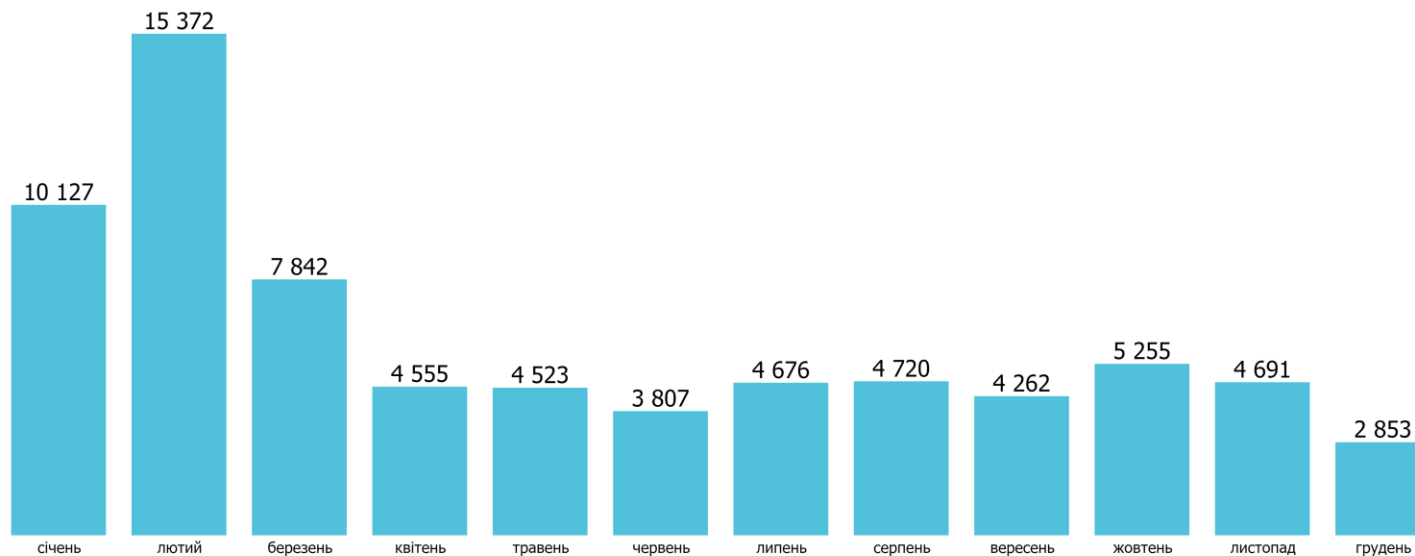
Емоційно забарвлені публікації
Враховуються тільки емоційно забарвлені публікації (позитивні або негативні відносно об'єкта моніторингу)



Динаміка публікацій протягом року по ТОП-ЗМІ України



За кількістю публікацій



72 683

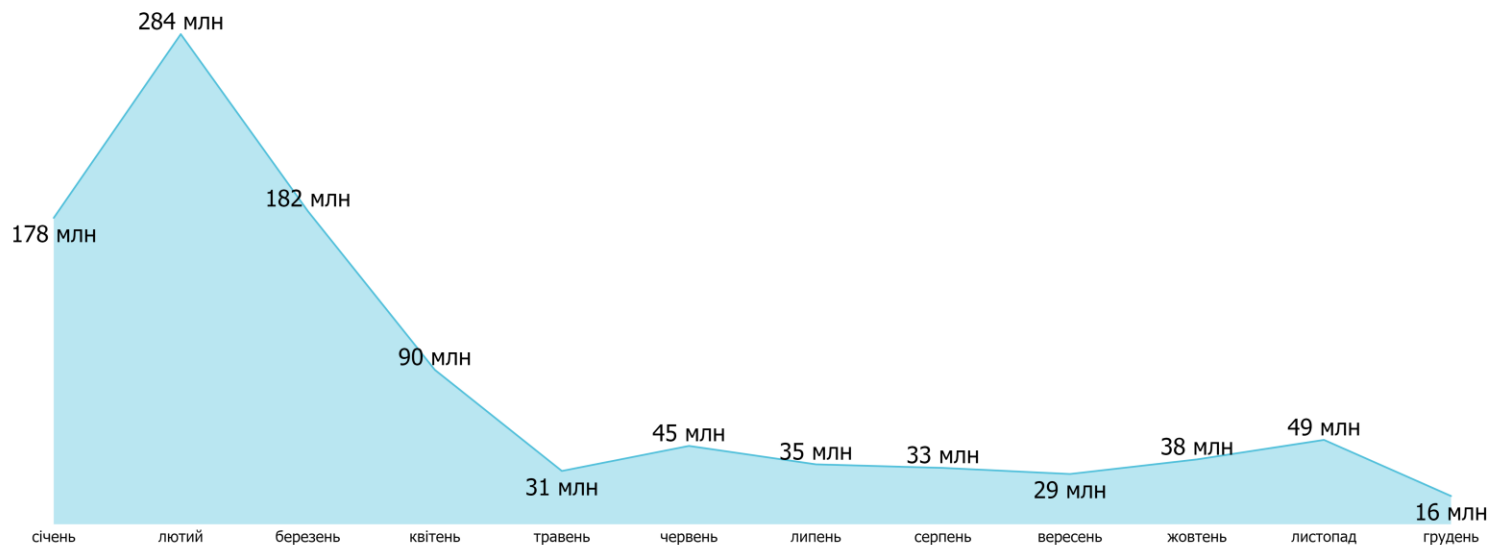
Кількість публікацій



1 008,8 млн

Сума контактів з публікаціями

За кількістю контактів

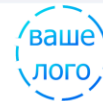


ТОП-ЗМІ

До ТОП-ЗМІ належать джерела, які крім великого охоплення власної аудиторії мають вплив у вигляді великої кількості посилань на ці джерела в інших медіа



Розподіл публікацій за тональністю по ТОП ЗМІ та іншим ЗМІ України



Розподіл публікацій за тональністю по ТОП ЗМІ України



298

Кількість
позитивних
публікацій

0,07%

Частка
позитивних
публікацій



1,3 млн

Сума контактів
позитивних
публікацій

0,05%

Частка контактів
позитивних
публікацій



358

Кількість
негативних
публікацій

0,08%

Частка
негативних
публікацій



6,8 млн

Сума контактів
негативних
публікацій

0,26%

Частка контактів
негативних
публікацій

Розподіл публікацій за тональністю по іншим ЗМІ України



1 470

Кількість
позитивних
публікацій

0,34%

Частка
позитивних
публікацій



2,8 млн

Сума контактів
позитивних
публікацій

0,11%

Частка контактів
позитивних
публікацій



2 525

Кількість
негативних
публікацій

0,58%

Частка
негативних
публікацій



6,2 млн

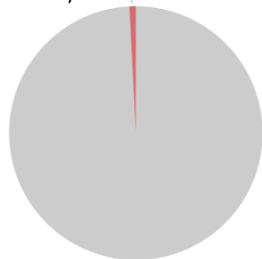
Сума контактів
негативних
публікацій

0,23%

Частка контактів
негативних
публікацій

ТОП ЗМІ

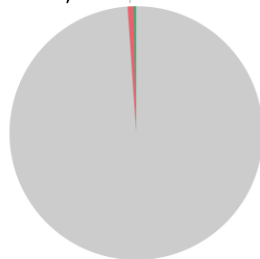
Негатив 0,68%



Нейтрал 99,19%

Інші ЗМІ

Негатив 0,69%



Нейтрал 98,91%



-0,9

Індекс лояльності медіа (MFI) по
ТОП ЗМІ



-2,6

Індекс лояльності медіа (MFI) по
іншим ЗМІ



ТОП ЗМІ

До ТОП-ЗМІ належать джерела, які крім великого охоплення власної аудиторії мають вплив у вигляді великої кількості посилань на ці джерела в інших медіа



Рейтинг джерел по ТОП-ЗМІ України



Джерела за кількістю публікацій



Джерела за кількістю контактів



Гордон

Джерело з найбільшою кількістю публікацією

6 643



ТРК «Україна»

Джерело з найбільшою сумою контактів

110,1 млн



ТОП-ЗМІ

До ТОП-ЗМІ належать джерела, які крім великого охоплення власної аудиторії мають вплив у вигляді великої кількості посилань на ці джерела в інших медіа

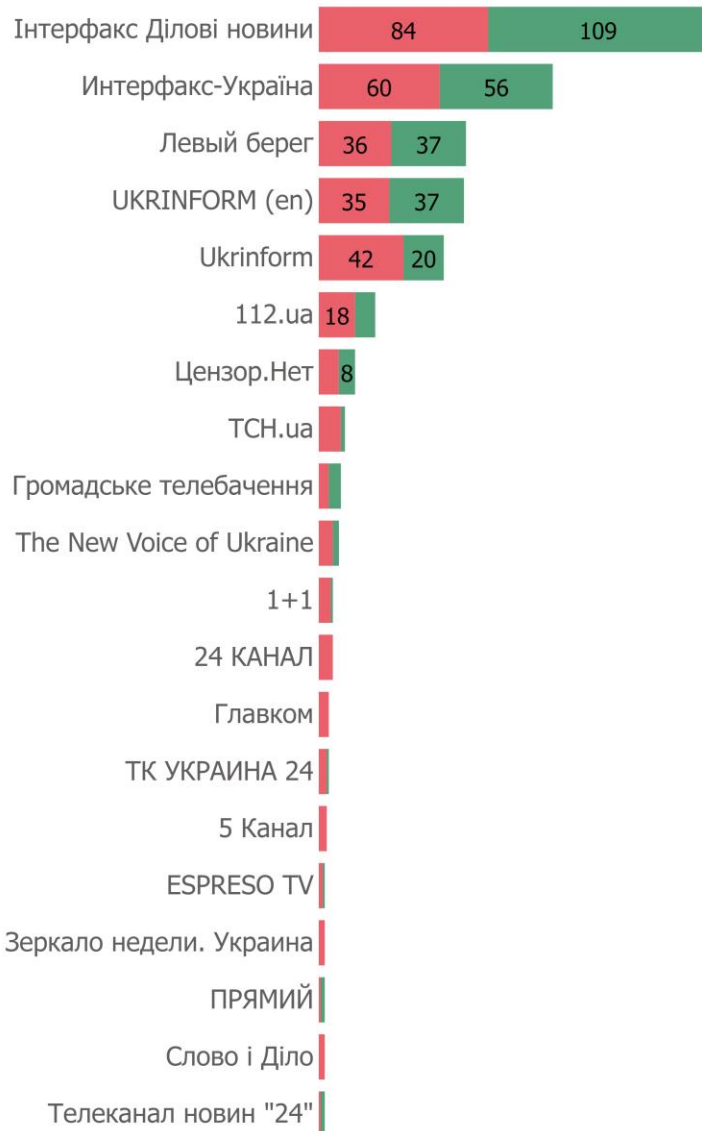


Рейтинг джерел ТОП ЗМІ за емоційно забарвленими публікаціями



Джерела за кількістю публікацій

● Негатив ● Позитив



Джерела за кількістю контактів

● Негатив ● Позитив



Інтерфакс Ділові новини

Джерело з найбільшою кількістю позитивних публікацій

109



Інтерфакс Ділові новини

Джерело з найбільшою кількістю негативних публікацій

84



1+1

Джерело з найбільшою кількістю позитивних контактів

0,5 млн



Інтерфакс Ділові новини

Джерело з найбільшою кількістю негативних контактів

3,2 млн



ТОП ЗМІ

До ТОП-ЗМІ належать джерела, які крім великого охоплення власної аудиторії мають вплив у вигляді великої кількості посилань на ці джерела в інших медіа

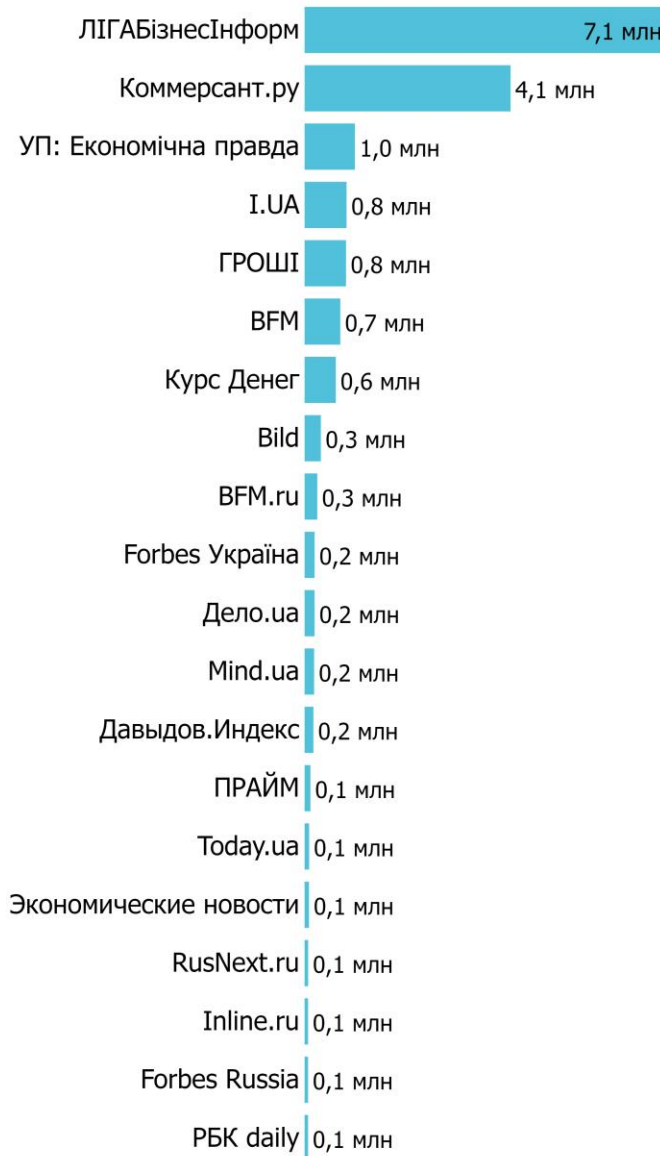
Рейтинг джерел за тематикою: Бізнес та економіка



Джерела за кількістю публікацій



Джерела за кількістю контактів



ЛІГАБізнесІнформ

Джерело з найбільшою кількістю публікацією

1 807



ЛІГАБізнесІнформ

Джерело з найбільшою сумою контактів

7,1 млн



Рейтинг джерел за тематикою

Враховуються джерела за обраною тематикою. Опція може бути налаштована в залежності від сфери, до якої належить об'єкт моніторингу.

Медіа-звіт підготовлений ТОВ
"Семантрум"
з використанням онлайн-системи
медіа-моніторингу Semantrum

 <https://promo.semantrum.net>

 sales@semantrum.com

 +38 (044) 339 50 04

 04112, м.Київ,
вул. Парково-Сирецька, 23

