

**Zachowania polityczne w mediach społecznościowych
na przykładzie Facebooka i kampanii prezydenckiej w
Polsce w 2015 r.**

Dr Paweł Matuszewski

Nota metodologiczna

- Osiem fanpage'y: A. Duda, A. Jarubas, B. Komorowski, J. Korwin-Mikke, M. Kowalski, P. Kukiz, M. Ogórek, J. Palikot
- Data obserwacji: 31.03.2015-22.05.2015 r.
- Aktywni użytkownicy: 619 507
- Obserwowane były polubienia, udostępnienia i komentarze pod treściami zamieszczanymi na fanpage'ach kandydatów

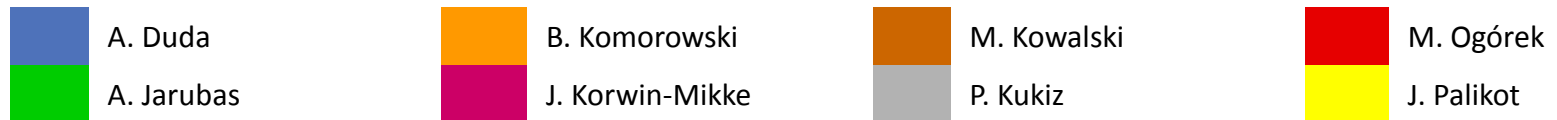
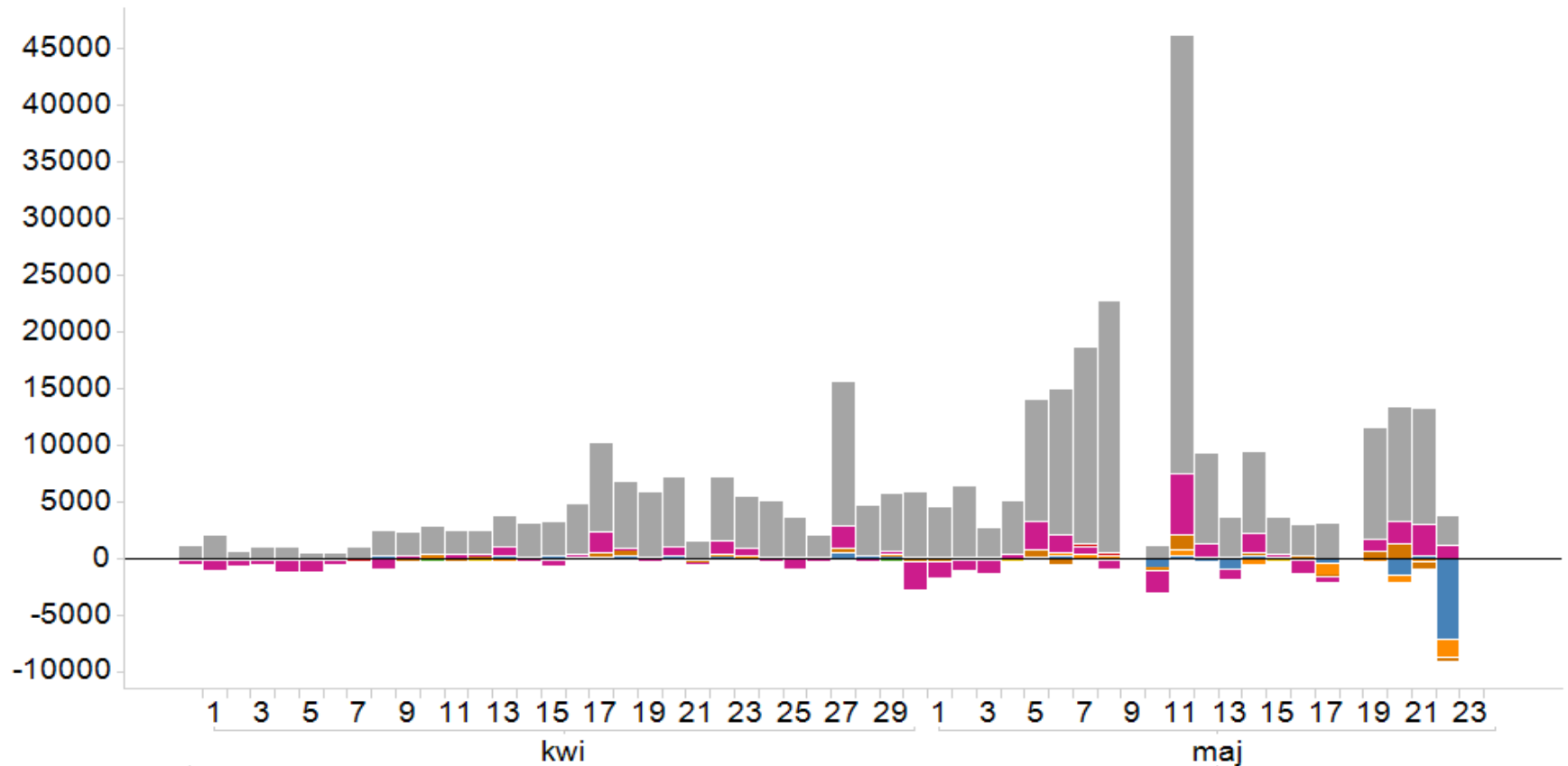


Żadnego z powyższych zachowań nie można zrównać z aktem politycznego wyboru.

- Dane zostały pobrane, przygotowane i dostarczone do analizy przez firmę BrandON Media Sp. z o.o. na podstawie umowy o współpracy z Uniwersytetem Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie.

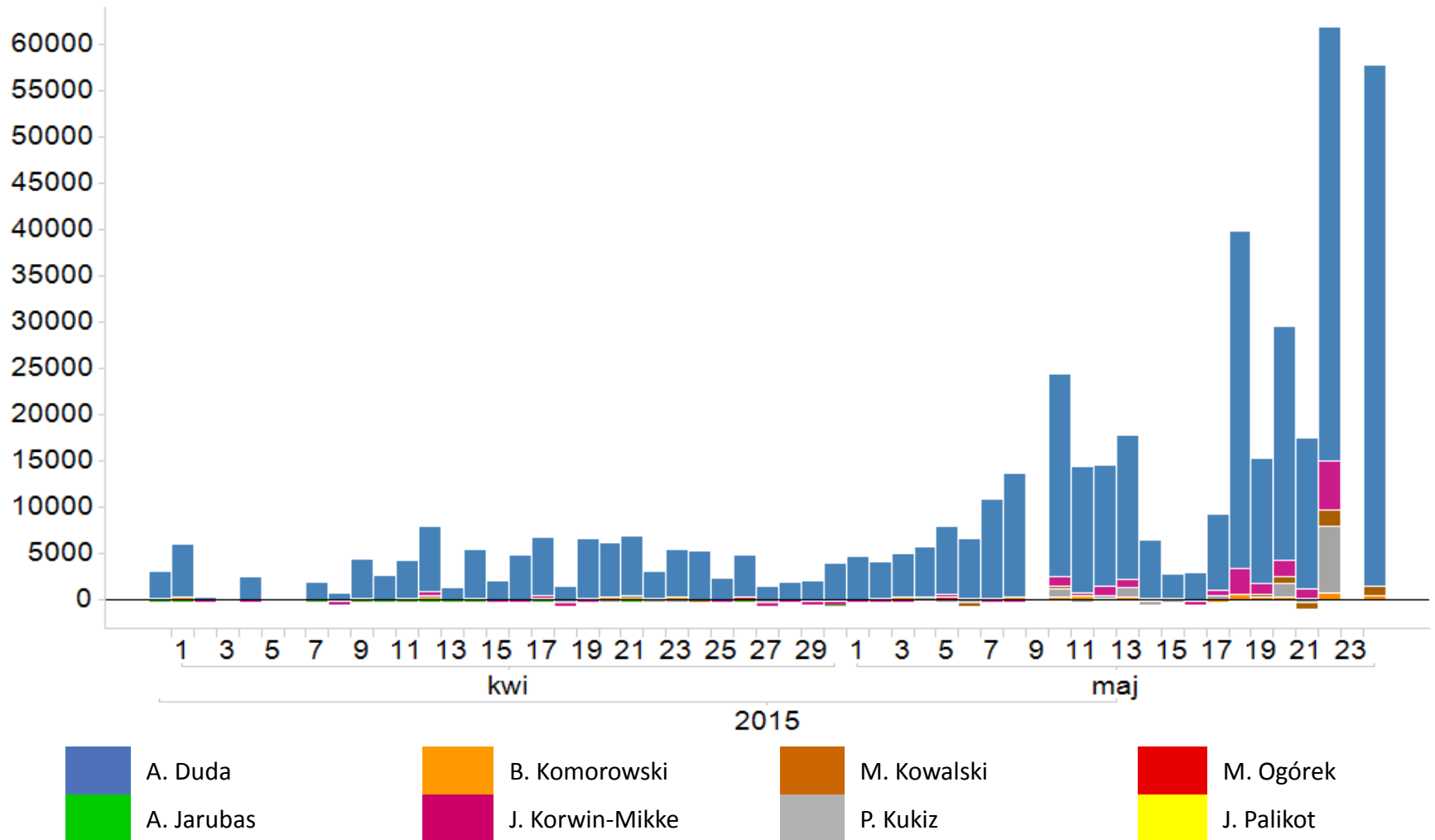
Jak się zmieniały sympatie internautów?

Paweł Kukiz



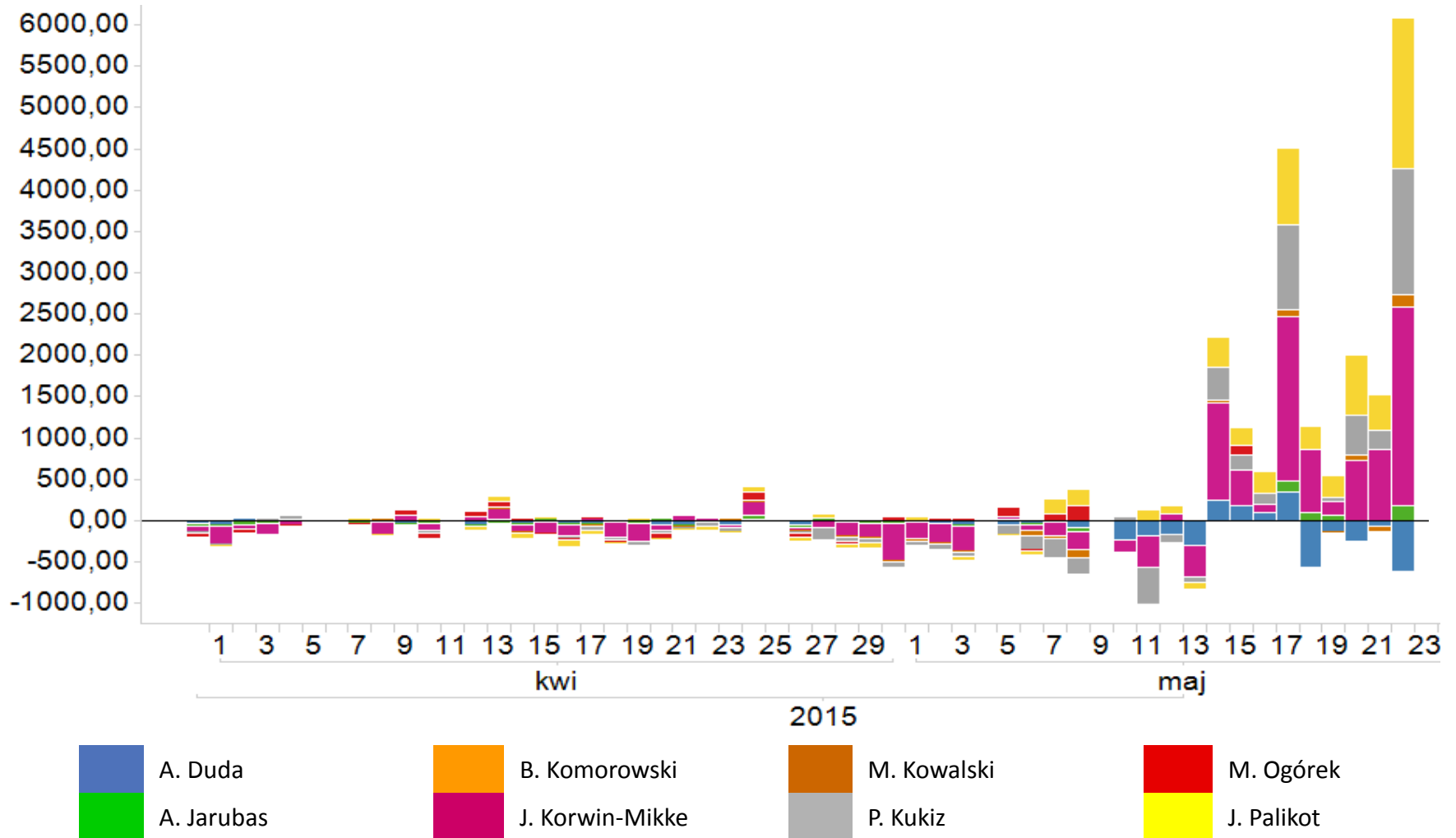
Jak się zmieniały sympatie internautów?

Andrzej Duda

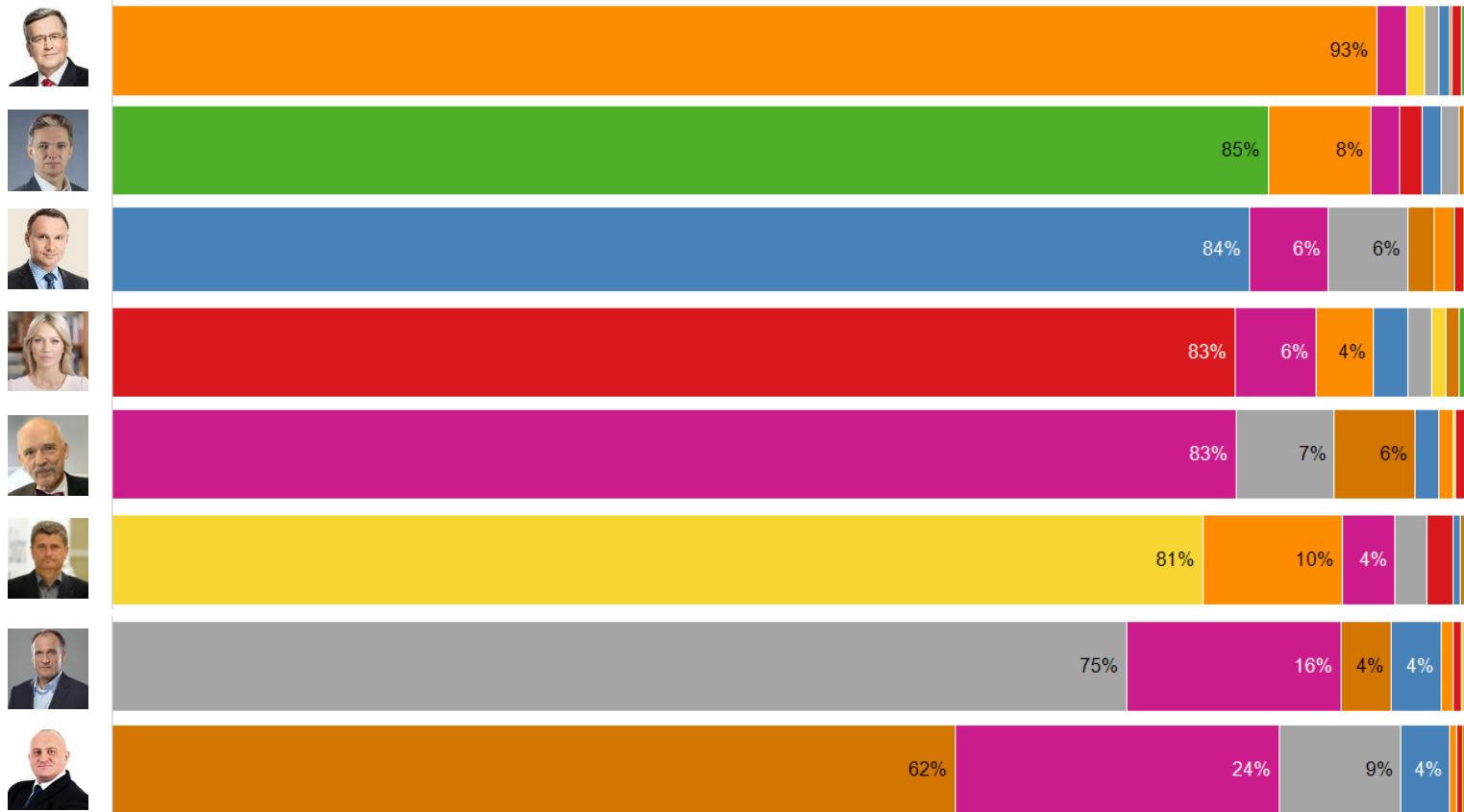


Jak się zmieniały sympatie internautów?

Bronisław Komorowski



Poziom hermetyczności fanpage'y



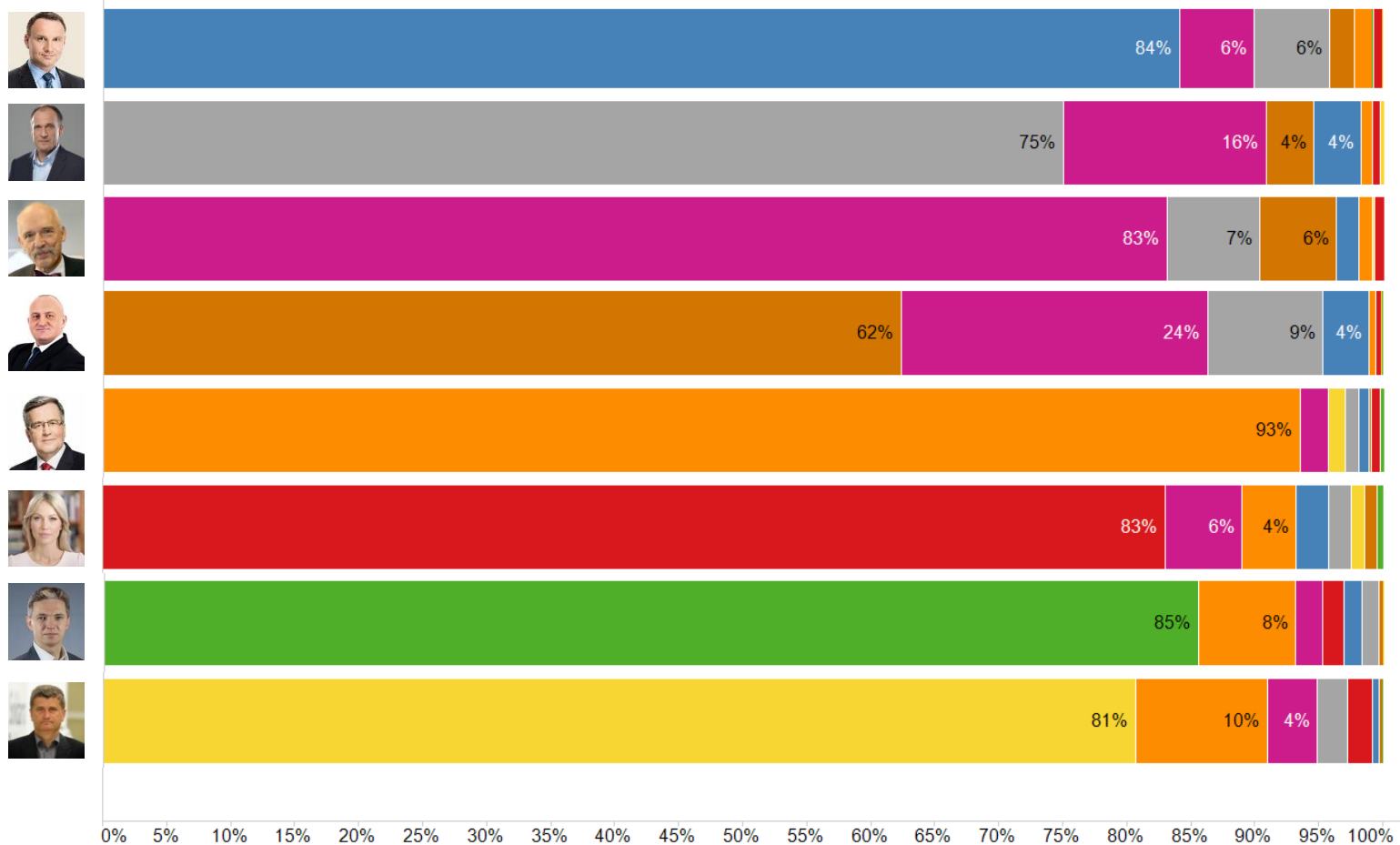
A. Duda
A. Jarubas

B. Komorowski
J. Korwin-Mikke

M. Kowalski
P. Kukiz

M. Ogórek
J. Palikot

Poziom hermetyczności fanpage'y



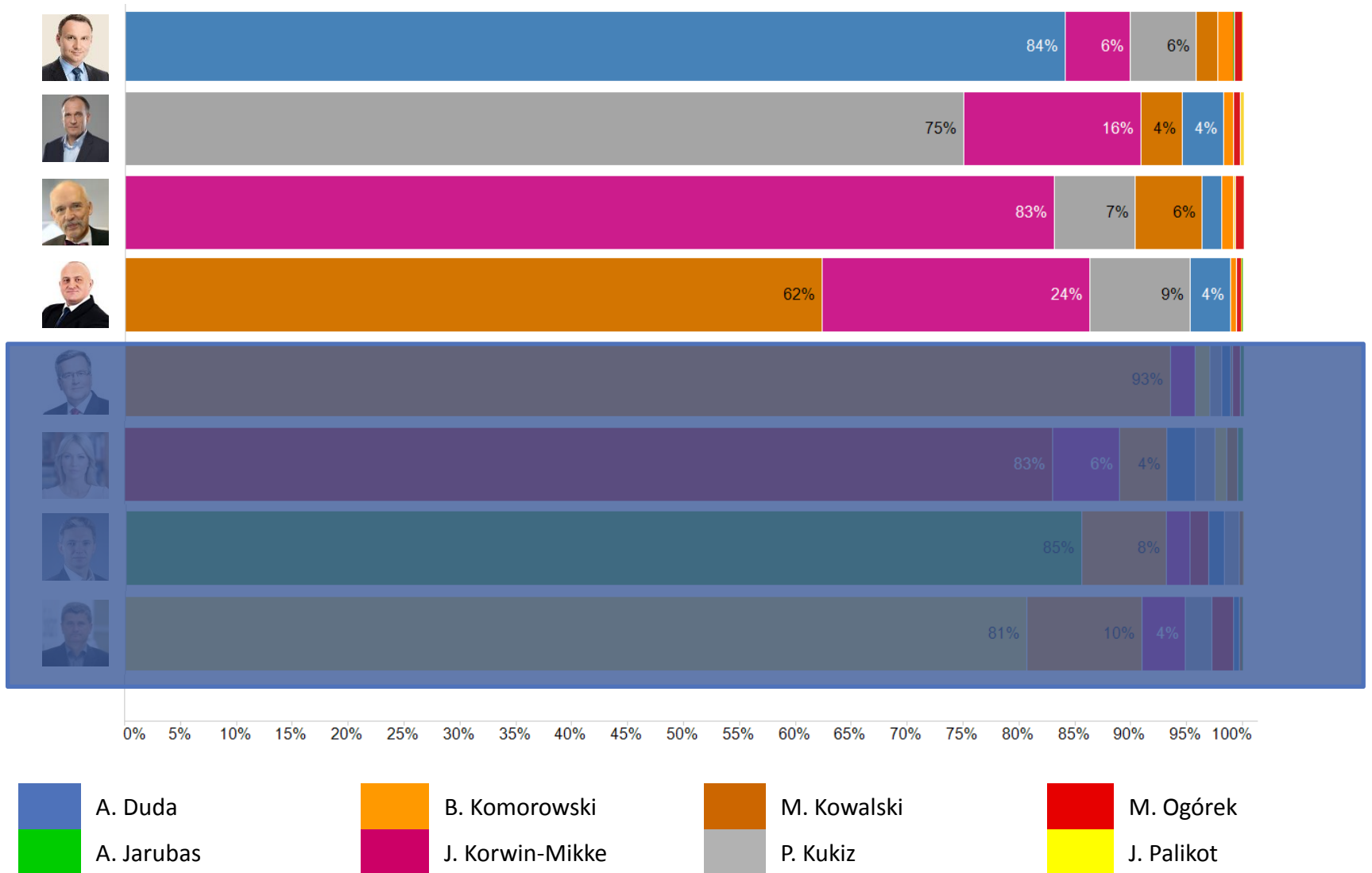
A. Duda
A. Jarubas

B. Komorowski
J. Korwin-Mikke

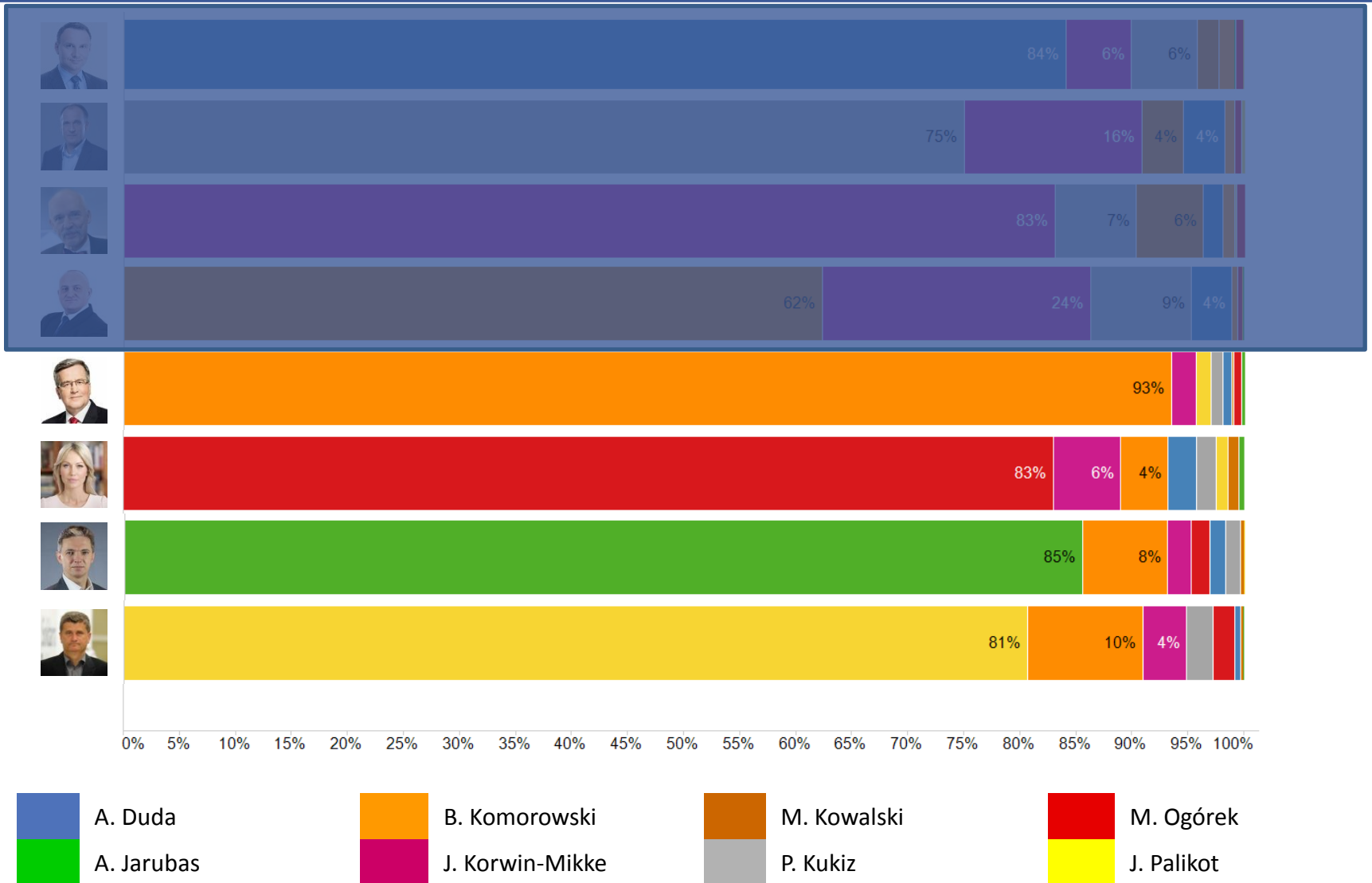
M. Kowalski
P. Kukiz

M. Ogórek
J. Palikot

Poziom hermetyczności fanpage'y



Poziom hermetyczności fanpage'y



Dziękuję za uwagę!

Email: p.matuszewski@uksw.edu.pl