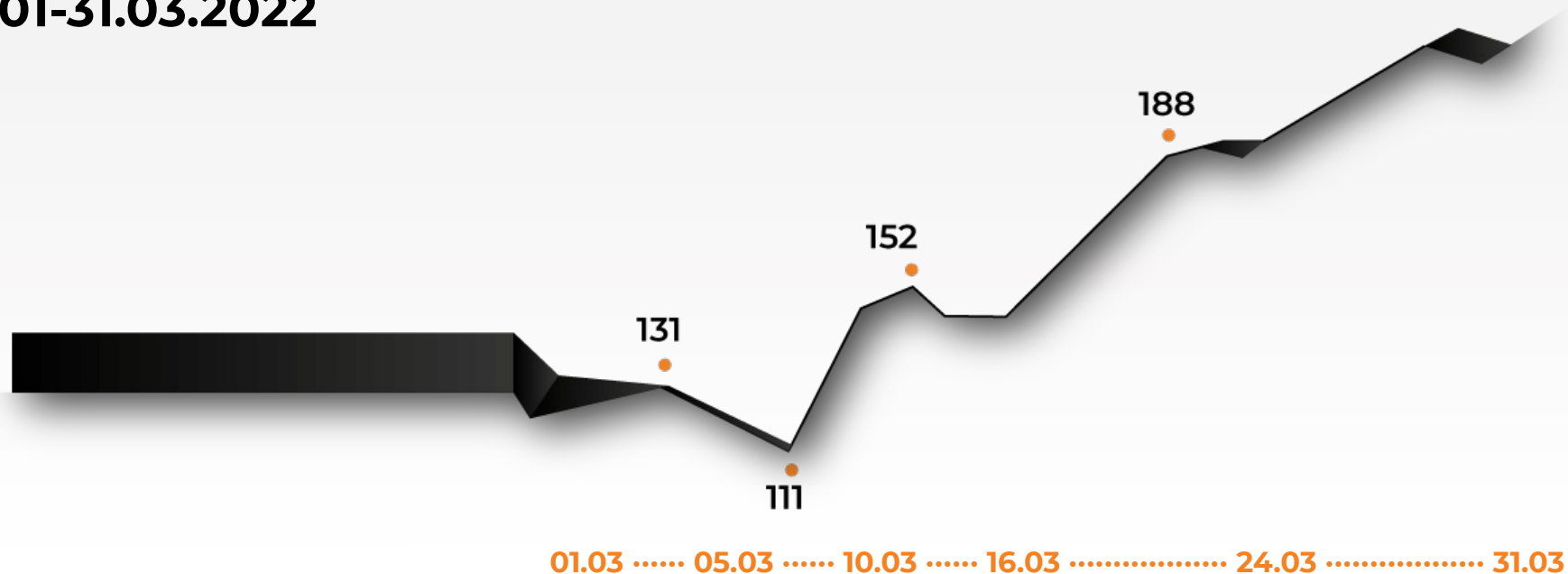


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.03.2022



SPIS TREŚCI

- 3 |** WPROWADZENIE
- 4 |** OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15
- 5 |** TYTUŁY PRASOWE - TOP 10
- 6 |** TELEWIZJA – TOP 10
- 7 |** RADIO – TOP 10
- 8 |** PORTALE – TOP 10
- 9 |** TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5
- 10 |** MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5
- 11 |** MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5
- 12 |** MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5
- 13 |** MEDIA REGIONALNE – TOP 5
- 14 |** METODOLOGIA BADANIA
- 15 |** DANE KONTAKTOWE

WPROWADZENIE

Analizę częstotliwości cytowań poszczególnych mediów przez inne media przeprowadzono na podstawie publikacji prasowych, programów telewizyjnych i radiowych oraz materiałów z portali internetowych.

29,9 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

9,2 tys.

liczba cytowań
w portalach

5,8 tys.

liczba cytowań
w radiu

9,3 tys.

liczba cytowań
w prasie

5,6 tys.

liczba cytowań
w telewizji

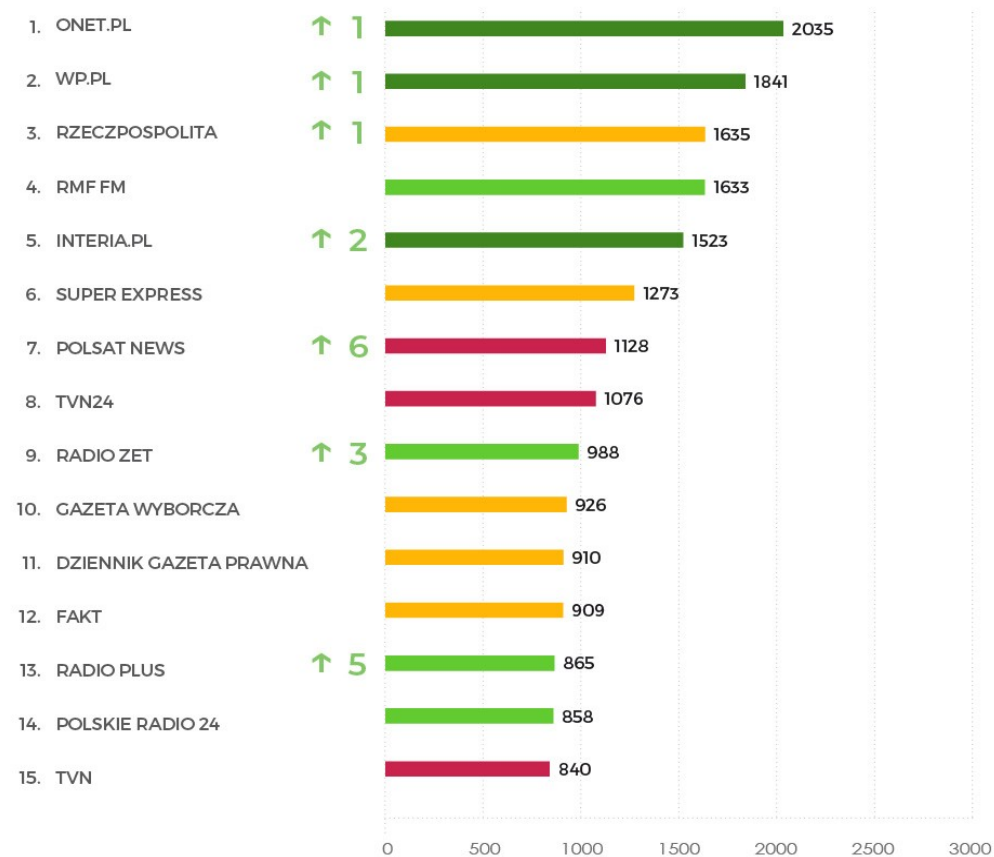
Analiza obejmuje przekazy, które nie są przeglądami mediów ani przedrukami.

Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

W rankingu najczęściej cytowanych mediów w marcu pierwsze miejsce zajął **Onet** (2 035 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **Wirtualna Polska** (1 841 cytowań), podium zamyka **Rzeczpospolita** z wynikiem 1 635 cytowań.

2 035
↑1
Onet
 liczba cytowań
 we wszystkich monitorowanych
 na potrzeby raportu źródeł
 w analizowanym okresie

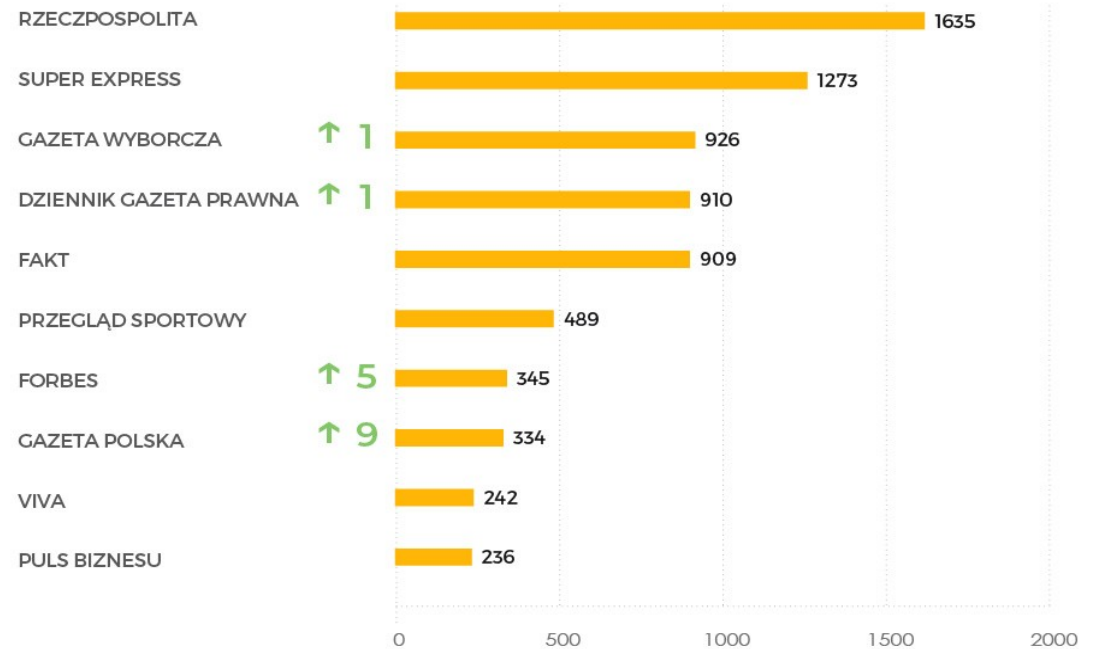


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

Liderem wśród tytułów prasowych niezmiennie pozostaje **Rzeczpospolita**, na którą dziennikarze innych redakcji powoływali się 1635 razy. Drugie miejsce, z wynikiem ponad 1273 cytowań, zajmuje **Super Express**. Natomiast podium zamyka **Gazeta Wyborcza**, która pojawiła się w 926 artykułach pozostałych redakcji.

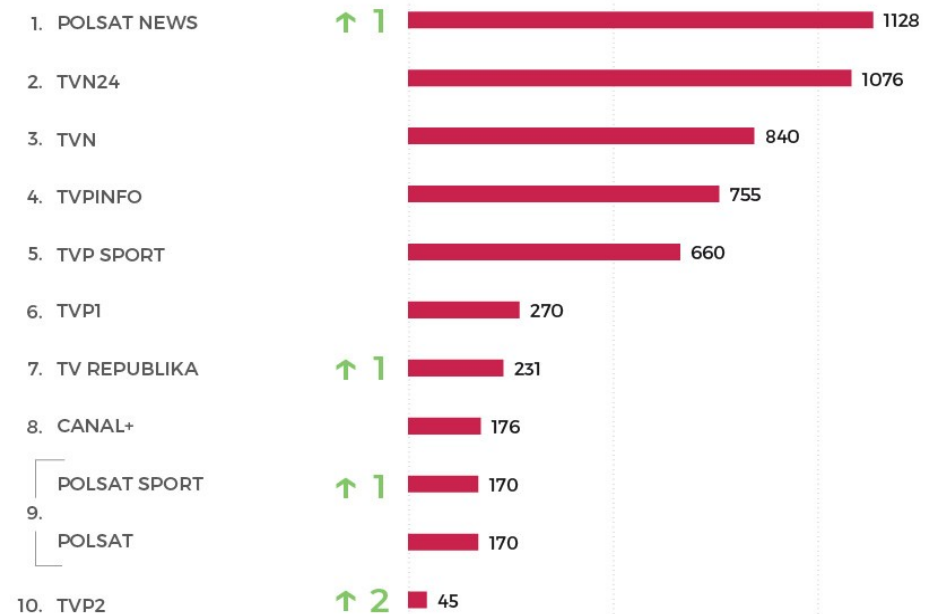
1 635
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



TELEWIZJA – TOP 10

Na pierwsze miejsce w kategorii najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych powraca **Polsat News** z wynikiem 1128 powołań. Drugie miejsce w marcowym zestawieniu zajmuje **TVN24** cytowany przez pozostałych dziennikarzy ponad 1076 razy, natomiast podium podobnie jak w zeszłym miesiącu zamyka **TVN** z liczbą 840 wzmianek w innych tytułach.

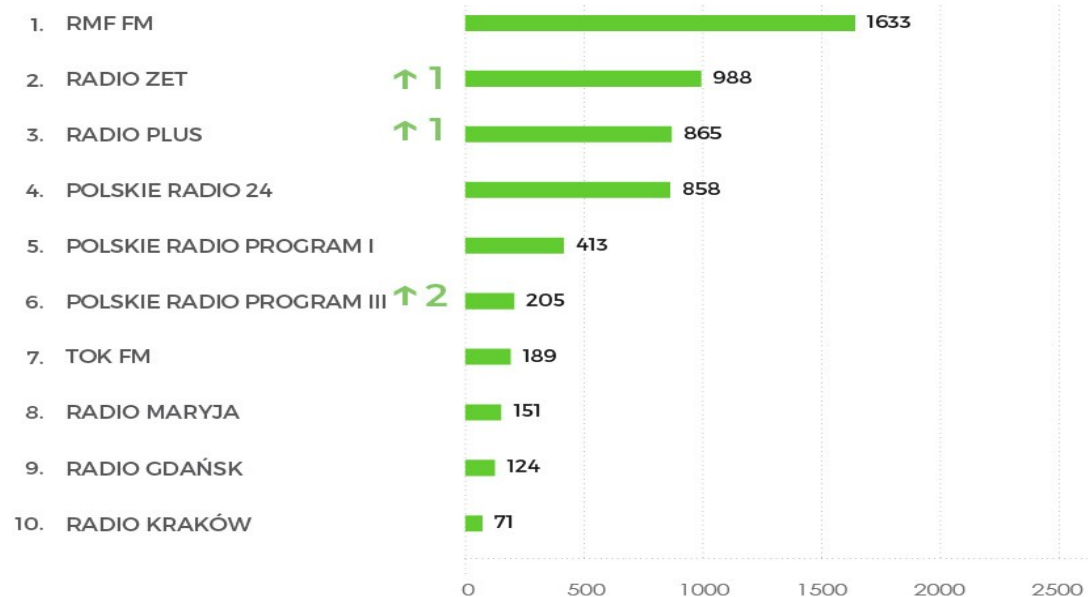


RADIO – TOP 10

Na pierwszym miejscu rankingu najbardziej opiniotwórczych stacji radiowych, podobnie jak w poprzednich miesiącach, plasuje się **RMF FM** z wynikiem prawie 1633 cytowań w innych mediach. Na miejsce drugie awans odnotowuje **Radio Zet** z liczbą 988 powołań. Podium marcowego zestawienia zamyka **Radio Plus** (865 cytowań w analizowanych mediach).

1 633
RMF FM
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

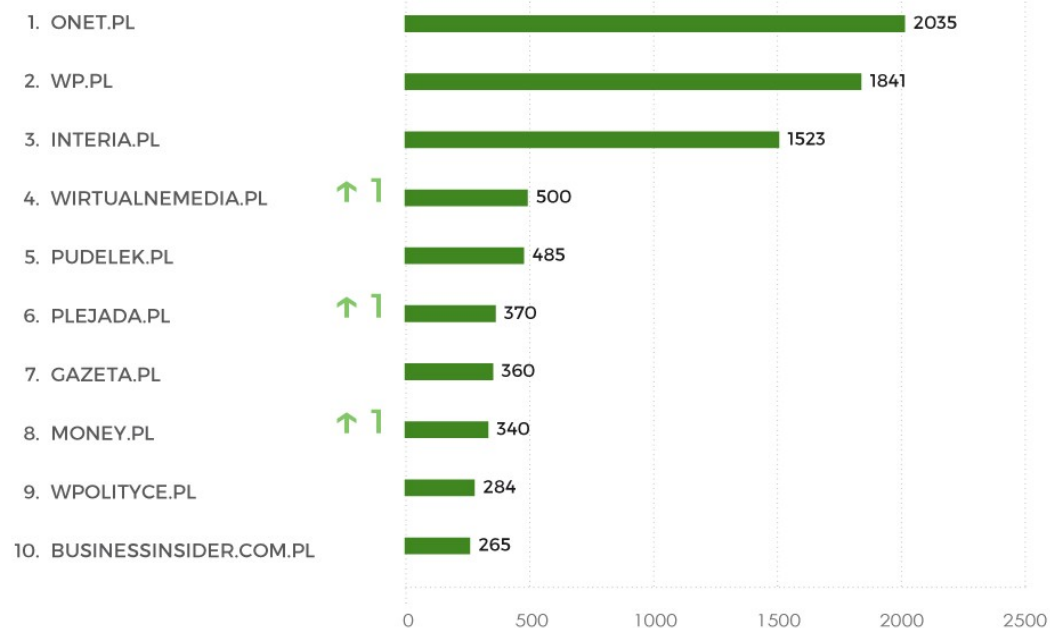


PORTALE – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych portali w marcu pierwsze miejsce zajął **Onet** (2 035 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **Wirtualna Polska** (1 841 cytowań), podium zamyka serwis **Interia** z wynikiem 1 523 cytowań.

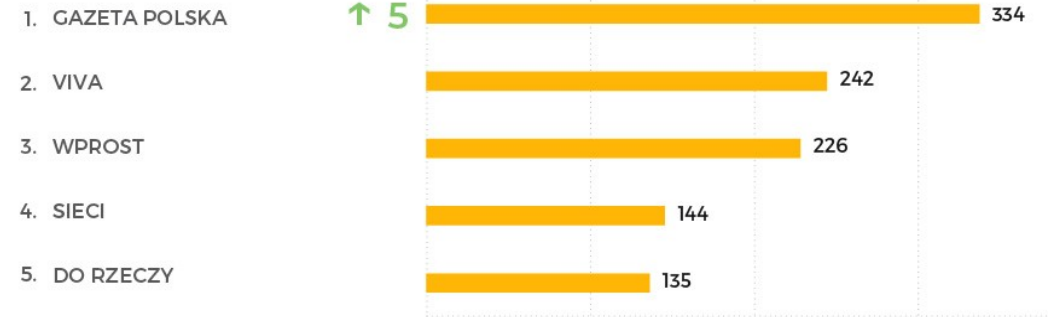
2 035
Onet
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W marcu pierwsze miejsce w rankingu tygodników i dwutygodników zajmuje **Gazeta Polska**. Na tygodnik dziennikarze pozostałych redakcji powoływali się 334 razy. Na drugim miejscu znajduje się dwutygodnik **Viva** z liczbą cytowań 242. Trzecie miejsce ponownie zajmuje tygodnik **Wprost** (226 cytowań).



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Forbes z wynikiem 345 cytowań utrzymuje pierwsze miejsce wśród najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników. Na drugie miejsce w marcu awansował miesięcznik **Twój Styl** z liczbą 78 powołań, natomiast podium zamyka dwumiesięcznik branżowy **Press** wzmiankowany 65 razy.

345

Forbes

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

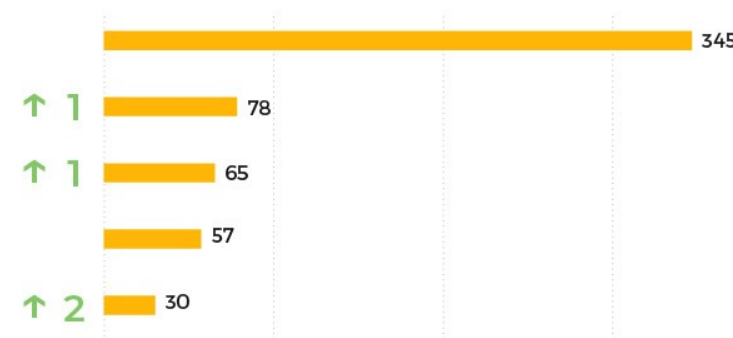
1. FORBES

2. TWÓJ STYL

3. PRESS

4. PERSPEKTYWY

5. ELLE

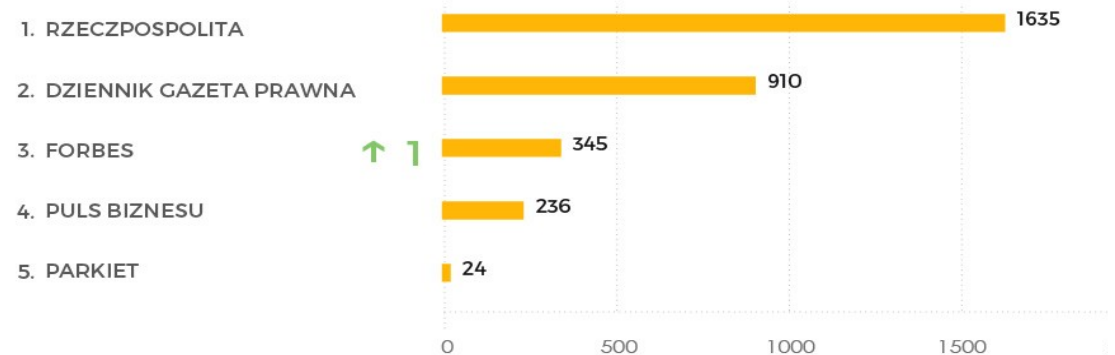


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych o profilu ekonomiczno-biznesowym pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (1 635 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Dziennikowi Gazecie Prawnej** (910 cytowań), podium zamyka **Forbes** z wynikiem 345 cytowań.

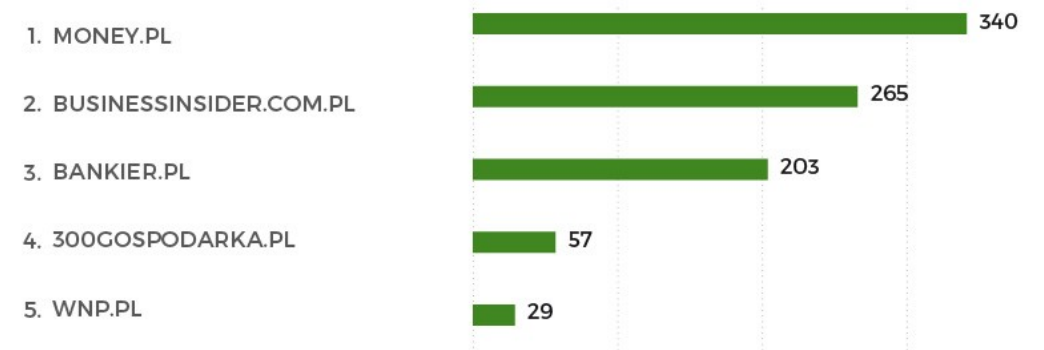
1 635
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



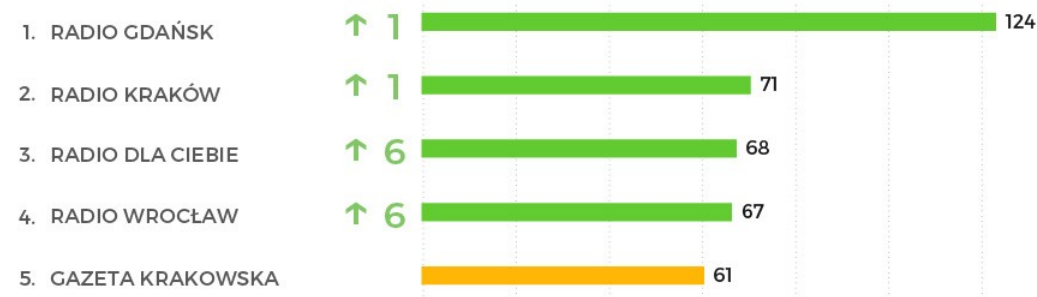
MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych portali ekonomicznych i biznesowych pierwsze miejsce utrzymuje serwis **Money** (340 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce zajmuje portalowi **Business Insider Polska** (265 cytowań), podium zamyka serwis **Bankier** z wynikiem 203 cytowań.



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów regionalnych w marcu pierwsze miejsce zajęło **Radio Gdańsk** (124 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Radio Kraków** (71 cytowań), podium zamyka **Radio Dla Ciebie** z wynikiem 68 cytowań.



METODOLOGIA BADANIA

Raport „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce” wykonano na podstawie analizy materiałów z monitoringu prasy, radia, telewizji oraz portali internetowych, w których padały nazwy mediów:

- tytułów prasowych;
- stacji radiowych, stacji telewizyjnych lub tytuły ich programów;
- portali internetowych.

W badaniu brane są pod uwagę również tytuły prasowe dystrybuowane wyłącznie jako e-wydania (pdf do pobrania ze strony www), które pomimo zmiany formy dystrybucji nie zrezygnowały z dotychczasowej częstotliwości wydawniczej, jak np. tygodnik Wprost.

Analiza obejmuje wszystkie przekazy medialne odwołujące się do artykułów, wypowiedzi, stwierdzeń, które pierwotnie pojawiły się na łamach bądź antenie innego medium. Uwzględniane w raporcie publikacje w większości wypadków rozpoznawalne są za pomocą następujących środków:

- stwierdzenie jest umieszczone w cudzysłowie oraz/ lub podane jest jego źródło;
- pojawiają się sformułowania typu: *Gazeta Wyborcza napisała, że.../ dziennikarze na łamach Rzeczpospolitej zauważyli, że.../ Radio RMF FM poinformowało o.../ w wywiadzie dla Życia Warszawy X stwierdził, że.../ według badań tygodnika Wprost... / jak podaje portal X...*

Jeżeli w jednym materiale kilkakrotnie powoływano się na tę samą gazetę, stację telewizyjną lub radiową, portal internetowy, ale w różnych kontekstach, w końcowym zestawieniu pod uwagę brane jest to jako jedno wystąpienie - cytaty danego medium.

Analiza nie uwzględnia materiałów, które:

- omawiają profil działalności danego środka przekazu bądź umieszczają wypowiedzi dziennikarzy na tematy niezwiązane z treścią pisanych przez nich artykułów;
- powołują się na prasę zagraniczną;
- stanowią tzw. powołania własne – gazeta lub stacja powołuje się na doniesienia własne lub mediów z tej samej grupy kapitałowej, np. jeśli serwis internetowy Plejada powołuje się na informacje opublikowane w portalu informacyjnym Onet i odwrotnie (Grupa Onet), bądź dane redakcje mają organy zarządzające powoływane przez to same gremium;
- zostały opublikowane w gazecie, na strukturę której składają się w większości przedruki z innych gazet, jak np. Angora;
- są powtórzeniami całych programów danej stacji telewizyjnej lub radiowej;
- stanowią komentarz do zdjęcia bądź okładki prasowej, jeśli komentarz ten nie omawia bezpośrednio artykułu;
- są informacjami, których źródłem są agencje informacyjne oraz portale o charakterze agregatorów treści;
- są duplikatami treści pochodzącymi z tego samego źródła internetowego - domeny lub grup domen

Analiza obejmuje ponad 1100 gazet i czasopism, wybrane programy w stacjach telewizyjnych (TVP1, TVP2, TVP Info, TVN, TVN24, TVN24BiS, TVN Turbo, Polsat, Polsat News, Polsat News 2) i rozgłośniach radiowych (PR1, PR3, PR4, RDC, Radio Maryja, RMF FM, Radio Zet, TOK FM i Muzo.fm) oraz portale internetowe, na których regularnie pojawiają się nowe treści. Raport nie obejmuje materiałów z kanałów społecznościowych i komentarzy umieszczanych pod artykułami w portalach internetowych.

Szczegółowe informacje dotyczące monitoringu mediów można znaleźć na stronie www.imm.com.pl.



O IMM

Instytut Monitorowania Mediów od przeszło 20 lat jest liderem w branży monitoringu mediów w Polsce. Od 13 lat funkcjonuje również jako mediaTRUST w Rumunii. IMM oferuje firmom, markom i osobom wsparcie w efektywnym mierzeniu i raportowaniu wyników działań komunikacyjnych, planowaniu strategii PR oraz przeciwdziałaniu kryzysom wizerunkowym. Firma obsługuje tysiące klientów z kraju i zagranicy - międzynarodowych korporacji, małych firm, instytucji, administrację publiczną, organizacje pozarządowe, agencje PR, agencje marketingowych, artystów oraz sportowców.

Oferta IMM obejmuje tysiące tytułów prasowych, setki stacji radiowych i telewizyjnych, portale internetowe, najpopularniejsze kanały społecznościowe, a także podcasty i kanały video.



(+48 22) 378 37 50



imm@imm.com.pl



imm.com.pl

DANE KONTAKTOWE DLA MEDIÓW:

Sylwia Dobkowska
Kierownik Działu PR & Marketingu
@: sdobkowska@imm.com.pl
kom.: +48 502 422 574

