28 sierpnia 2024 r., Warszawa

**Gazeta Wyborcza na czele najbardziej opiniotwórczych mediów w lipcu. Na podium także TVN24 i Rzeczpospolita**

**Lipcowe zestawienie najbardziej opiniotwórczych mediów w Polsce otwiera Gazeta Wyborcza. W minionym miesiącu redakcję cytowano przeszło 4,2 tys. razy. Na drugim miejscu uplasowała się stacja TVN24, na informacje której powoływano się ponad 3,8 tys. razy, a podium zamyka Rzeczpospolita z zaledwie trzema wzmiankami mniej.**

**Największy udział w zestawieniu TOP 15 najbardziej opiniotwórczych mediów w Polsce – po 33% – przypada ex aequo prasie (Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Fakt, Dziennik Gazeta Prawna, Super Express) oraz telewizji (TVN24, Polsat News, TVP Sport, TVP Info, TV Republika). 20% udział odnotowały media internetowe (Onet, Wirtualna Polska, Interia). Podium zamykają stacje radiowe (RMF FM, Radio ZET) z udziałem na poziomie 13%.**

**W minionym miesiącu media najczęściej przywoływały informacje podawane przez Gazetę Wyborczą. Redakcja uzyskała ponad 4,2 tys. cytowań i tym samym awansowała o trzy pozycje i zajęła fotel lidera. Materiałem, który wzbudził największe zainteresowanie, był tekst Wojciecha Czuchnowskiego, który informował o liście, jaki w 2019 roku Jarosław Kaczyński miał napisać do Zbigniewa Ziobry. W liście miał zwrócić się o** „natychmiastowe zakazanie kandydatom Solidarnej Polski korzystania z Funduszu Sprawiedliwości w trakcie kampanii wyborczej”.

**Na drugim miejscu plasuje się TVN24 z wynikiem przeszło 3,8 tys. wzmianek. Jednym z materiałów, który chętnie cytowały inne media, był wywiad Marcina Wrony z Andrzejem Dudą, w którym prezydent powiedział, że nie podpisze ustawy, która przewiduje dekryminalizację aborcji do 12. tygodnia ciąży.**

**Trzecie miejsce z wynikiem ponad 3,8 tys. odwołań (i zaledwie trzema cytowaniami mniej niż TVN24) uzyskuje Rzeczpospolita. Wśród materiałów, na które powoływali się dziennikarze, był m.in. tekst Przemysława Wojtasika, w którym pisał o tym, że obniżka składki zdrowotnej jest niepewna, a w koalicji są już cztery pomysły na jej reformę, natomiast kompromisu wciąż brak.**

**Znaczne awanse w zestawieniu TOP 15 najbardziej opiniotwórczych mediów odnotowały Fakt – miejsce szóste i wzrost o trzy pozycje, Dziennik Gazeta Prawna – pozycja dziewiąta i awans o cztery miejsca oraz TV Republika – miejsce piętnaste i wzrost o dziewięć pozycji.**

**Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita i Fakt na czele najczęściej cytowanych tytułów prasowych**

**Najczęściej cytowanym tytułem prasowym w lipcu została Gazeta Wyborcza. Na dziennik powoływano się ponad 4,2 tys. razy. Na drugim miejscu zestawienia plasuje się Rzeczpospolita z liczbą przeszło 3,8 tys. wzmianek. Podium zamyka Fakt, do informacji którego inne media odwoływały się blisko 2,3 tys. razy. Dziennik nieoficjalnie ustalił, że Jacek Kurski oraz Patrycja Kotecka-Ziobro, żona Zbigniewa Ziobry, będą pracować w Parlamencie Europejskim.**

**Do zestawiania dziesięciu najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych awansowały też Newsweek – na miejsce ósme dzięki wzrostowi o pięć pozycji oraz Do Rzeczy – na miejsce dziesiąte za sprawą awansu o dwie lokaty.**

**TVN24 wciąż liderem wśród stacji telewizyjnych**

W lipcu pierwsze miejsce w rankingu najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych utrzymuje **TVN24**. Na stację powołano się ponad 3,8 tys. razy. Druga lokata dzięki awansowi o jedną pozycję należy do **Polsat News**. Stację cytowano ponad 2,1 tys. razy m.in. za sprawą rozmowy z Andrzejem Dudą w „Gościu Wydarzeń”. Prezydent odniósł się podczas wywiadu do słów Donalda Tuska, który miał zarzucić mu wykorzystanie szczytu NATO w Waszyngtonie do dezinformowania opinii publicznej. Andrzej Duda stwierdził w wywiadzie, że widzi „ogromną nerwowość” u premiera. Trzecie miejsce z liczbą blisko 1,6 tys. wzmianek odnotowuje stacja **TVP Sport**.

**RMF FM na czele zestawienia stacji radiowych**

Najnowszy ranking najczęściej cytowanych stacji radiowych kolejny raz otwiera **RMF FM**. Do informacji podawanych przez stację inne media odwoływały się niemal 2 tys. razy. Redakcja rozmawiała z ministrem sprawiedliwości Adamem Bodnarem, który zapowiedział, że prokuratura złoży zażalenie na decyzję sądu o niezastosowaniu aresztu wobec posła Marcina Romanowskiego. Drugie miejsce zestawienia należy do **Radia ZET**. Redakcję cytowano blisko 1,8 tys. razy. Na podium zestawienia stacji radiowych z liczbą niespełna 1,1 tys. powołań znalazł się także **Program I Polskiego Radia**.

**Onet, Wirtualna Polska i Interia otwierają zestawienie najczęściej cytowanych mediów internetowych**

**Onet** pozostaje na pozycji lidera wśród mediów internetowych. W minionym miesiącu redakcja zanotowała blisko 3,4 tys. cytowań. Onet jako pierwszy podał informację o śmierci aktora Jerzego Stuhra, którą w rozmowie z portalem potwierdził jego syn Maciej Stuhr. Na drugim miejscu pod względem liczby wzmianek w lipcu znalazła się **Wirtualna Polska**, do informacji której dziennikarze odwoływali się blisko 3 tys. razy. TOP 3 zamyka **Interia** z liczbą ponad 1,9 tys. cytowań.

Awans o cztery pozycje odnotowuje **Money** (miejsce czwarte), a wzrostem o trzy lokaty może pochwalić się portal **Sportowe Fakty WP** (miejsce szóste).

**Newsweek przesuwa się o cztery lokaty i zostaje liderem tygodników i dwutygodników**

W lipcu na czołową pozycję podium najbardziej opiniotwórczych tygodników i dwutygodników awansuje **Newsweek**. Redakcja przesunęła się o cztery miejsca w górę, uzyskując 576 wzmianek. Wśród najczęściej cytowanych materiałów był m.in. wywiad z Radosławem Sikorskim. Minister spraw zagranicznych mówił w nim o tym, że nie chce obejmować stanowiska unijnego komisarza, o czym od pewnego czasu spekulowano. Na drugiej pozycji w związku z awansem o dwa miejsca i liczbą 464 cytowań plasuje się **Do Rzeczy**, a podium zamyka **Viva**, na informacje której powoływano się 446 razy.

Do zestawienia TOP 5 awansuje także tygodnik **Sieci**, który przesunął się o cztery miejsca w górę na piątą pozycję.

**Forbes, Press i Twój Styl na podium rankingu miesięczników i dwumiesięczników**

Najnowszy ranking najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników po raz kolejny otwiera **Forbes**. Magazyn odnotował 484 wzmianki. Na drugie miejsce awansuje branżowy **Press**, który cytowano 338 razy. Redakcja magazynu poinformowała m.in. o śmierci dziennikarza radiowego i telewizyjnego Marcina Rachubki. Na trzecim miejscu znalazł się natomiast **Twój Styl**, na który powoływano się 161 razy.

**Bez zmian na podium tytułów prasowych i portali o tematyce ekonomiczno-biznesowej**

Wśród prasy o tematyce ekonomiczno-biznesowej liderem wciąż jest **Rzeczpospolita**. Dziennik odnotował przeszło 3,8 tys. powołań. Drugie miejsce przypadło **Dziennikowi Gazecie Prawnej** z liczbą blisko 2 tys. wzmianek, a trzecią pozycję zajmuje **Puls Biznesu** cytowany w lipcu 668 razy.

W lipcu **Money** utrzymuje czołowe miejsce na podium najbardziej opiniotwórczych portali o tematyce ekonomiczno-biznesowej. Redakcja uzyskała 867 cytowań m.in. w związku z rozmową z Krzysztofem Paszykiem. Minister rozwoju i technologii w wywiadzie dla Money powiedział, że program dopłat do kredytów mieszkaniowych „Na start” wystartuje najwcześniej w 2025 roku. Drugie miejsce zestawienia należy do **Business Insider**. W lipcu portal cytowano 670 razy. Podium zamyka **Bankier** z liczbą 219 wzmianek.

**Medonet z awansem na pierwsze miejsce najbardziej opiniotwórczych mediów o tematyce zdrowotnej**

Wśród mediów o tematyce zdrowotnej w minionym miesiącu na czołowej pozycji znalazł się **Medonet**. Dziennikarze przywoływali m.in. rozmowę redakcji ze specjalistą medycyny ratunkowej Michałem Janem Dworzyńskim, który mówił, jak postępować w przypadku ukąszenia przez kleszcza. Medonet cytowano w lipcu 123 razy. Na drugim miejscu znalazł się **Rynek Zdrowia** z liczbą 98 wzmianek, a na trzecim **Medycyna Praktyczna**, do której odwoływano się 57 razy.

**TVP Sport otwiera ranking mediów o tematyce sportowej**

Czołowe miejsce zestawienia mediów o tematyce sportowej zajmuje **TVP Sport**. Stacja uzyskała blisko 1,7 tys. cytowań. Inne media w lipcu odwoływały się do licznych relacji i komentarzy sportowych podczas Igrzysk Olimpijskich w Paryżu. Drugie miejsce zestawienia zajmują **Sportowe Fakty WP** z liczbą 749 wzmianek, a podium zamyka **Przegląd Sportowy** z 709 powołaniami.

**Tygodnik Podhalański awansuje na podium zestawienia mediów regionalnych**

**Gazeta Krakowska** kolejny miesiąc z rzędu otwiera ranking najbardziej opiniotwórczych mediów regionalnych. W lipcu dziennik cytowano 410 razy. Inne media powoływały się m.in. na rozmowę z Adamem Klęczarem, prezesem firmy Aksam produkującej Paluszki Beskidzkie. W lipcu spłonęła fabryka należąca do producenta. Prezes firmy zapewnił jednak, że nikt z załogi na tym nie ucierpi i nie będzie zwolnień. Na drugim miejscu zestawienia plasuje się **Głos Wielkopolski**, który cytowano 170 razy. Na trzecim miejscu podium w związku z awansem aż o osiem pozycji znalazł się **Tygodnik Podhalański** z liczbą 154 wzmianek. Redakcja opisała bójkę, jaką w jednym z pensjonatów w Zakopanem wszczęli turyści.

**Wirtualna Polska Media na podium najbardziej opiniotwórczych wydawnictw**

**Czołową pozycję w zestawieniu wydawnictw utrzymuje Ringier Axel Springer Polska. Media należące do grupy (Onet, Fakt, Plejada, Business Insider, Przegląd Sportowy, Forbes, Newsweek, Medonet, Noizz) cytowano łącznie ponad 8,9 tys. razy. Drugą lokatę zajmuje Agora (Gazeta Wyborcza, Radio ZET, TOK FM, Gazeta.pl, Sport.pl, Plotek, Radio Plus), która odnotował blisko 7,9 tys. wzmianek. Na trzecie miejsce podium wydawnictw awansuje Wirtualna Polska Media (Polsat News, Polsat, Interia, Pomponik, Polsat Sport, TV4) z liczbą ponad 6,2 tys. cytowań.**

Analizę częstotliwości cytowań poszczególnych mediów przez inne redakcje przeprowadzono na podstawie **61 723** przekazów pochodzących z monitoringu prasy, radia i telewizji oraz portali internetowych, w których pojawiały się cytowania ze wskazaniem nazwy mediów prasowych, serwisów internetowych, stacji radiowych i telewizyjnych lub tytuły ich programów.

Badanie dotyczy okresu 1 – 31 lipca 2024 roku.

**Instytut Monitorowania Mediów wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa: Instytut Monitorowania Mediów). W przypadku wykorzystania grafik należy wskazać źródło (nazwę Instytut Monitorowania Mediów lub logotyp) przy każdym wykresie.**

**O raporcie:**

Raport Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce tworzony jest na podstawie analizy materiałów z monitoringu prasy, radia, telewizji oraz portali internetowych, w których pojawiają się cytowania ze wskazaniem nazwy mediów prasowych, serwisów internetowych, stacji radiowych i telewizyjnych lub tytuły ich programów. Instytut Monitorowania Mediów prowadzi badanie nieprzerwanie od września 2003 r.

Analiza obejmuje ponad 1600 gazet i czasopism, wybrane programy w stacjach telewizyjnych (m.in. TVP1, TVP2, TVP Info, TVN, TVN24, TVN24BiS, TVN Turbo, Polsat, Polsat News, Polsat News 2) i rozgłośniach radiowych (m.in. 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.

**Kontakt dla mediów:**

**Katarzyna Ozga**

**Specjalistka ds. komunikacji marketingowej**

**@: kozga@imm.com.pl**

**Tel. +48 698 634 594**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**O Instytucie Monitorowania Mediów:**

Logo_IMM_email.png od przeszło 24 lat jest liderem w branży analityki przekazów mediowych w Polsce. Od 2008 roku oferuje swoje usługi również w Rumunii pod marką mediaTRUST. IMM wspiera firmy, instytucje i marki osobiste w efektywnym mierzeniu i raportowaniu wyników komunikacji zewnętrznej, planowaniu strategii oraz przeciwdziałaniu kryzysom wizerunkowym. Firma integruje wyniki publikacji ze wszystkich rodzajów mediów w jednym narzędziu, w tym jako jedyna na rynku również reklamy. Wykonuje raporty i analizy jakościowo-statystyczne. IMM obsługuje tysiące klientów w kraju i zagranicą — międzynarodowe korporacje, małe firmy, instytucje, administrację publiczną, organizacje pozarządowe, agencje PR, agencje marketingowe oraz marki osobiste. Monitoring IMM obejmuje prasę, radio, telewizję, portale internetowe, media społecznościowe, a także podcasty i kanały wideo.