



Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.03.2020



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

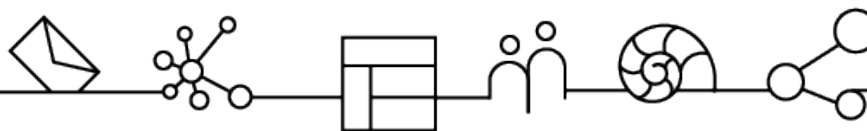
9 | TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

10 | MIESIĘCZNIKI I DWUMIĘSIĘCZNIKI – TOP 5

11 | MEDIA EKONOMICZNE – TOP 5

12 | MEDIA REGIONALNE – TOP 5

13 | METODOLOGIA BADANIA



WPROWADZENIE

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

41,2 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

12,8 tys.

liczba cytowań
w portalach

7 823

liczba cytowań
w radiu

11,6 tys.

liczba cytowań
w prasie

8 965

liczba cytowań
w telewizji

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

Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

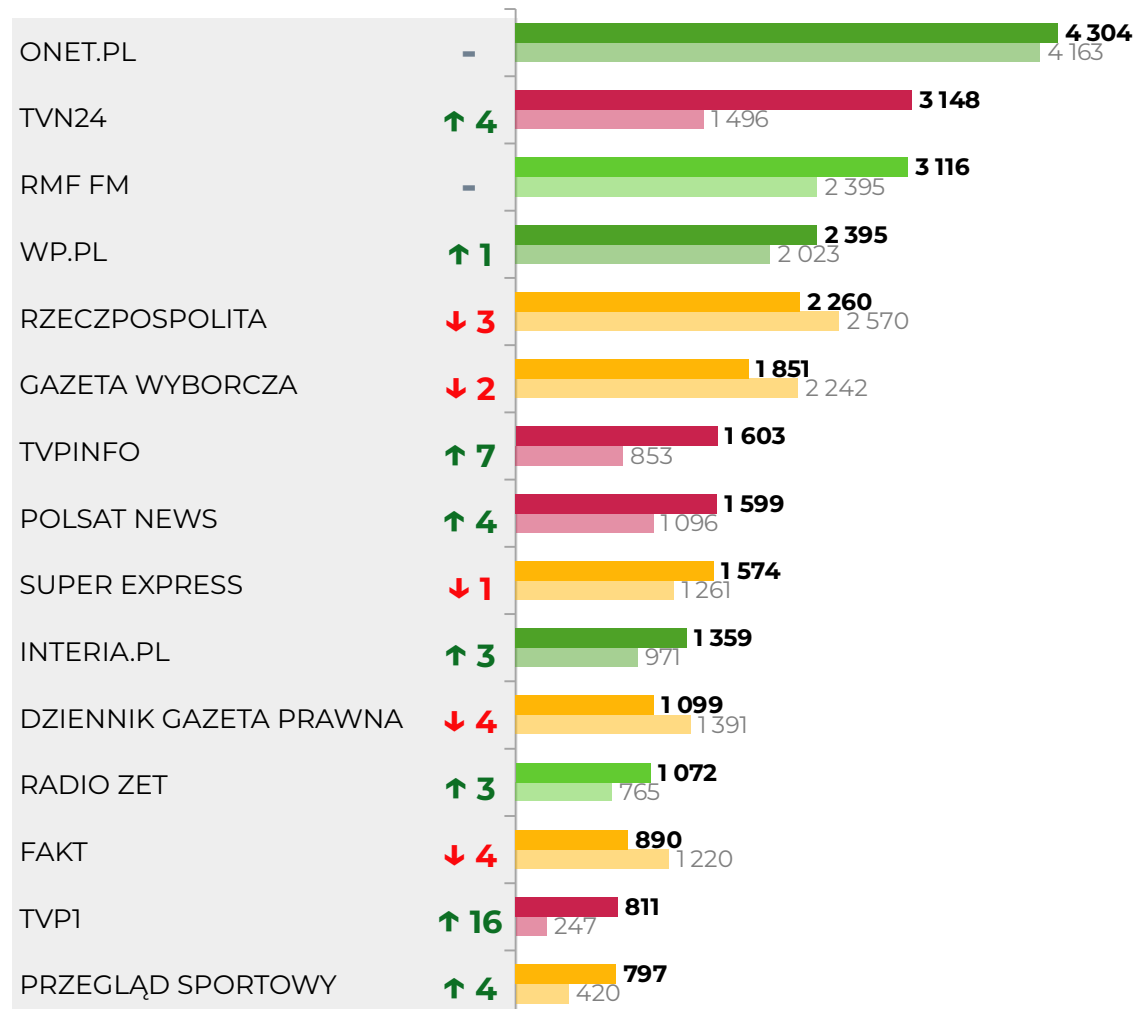
OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

W rankingu najczęściej cytowanych mediów w marcu pierwsze miejsce zajął onet.pl (4 304 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi TVN24 (3 148 cytowań), podium zamyka RMF FM z wynikiem 3 116 cytowań.

4 304

-
onet.pl
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

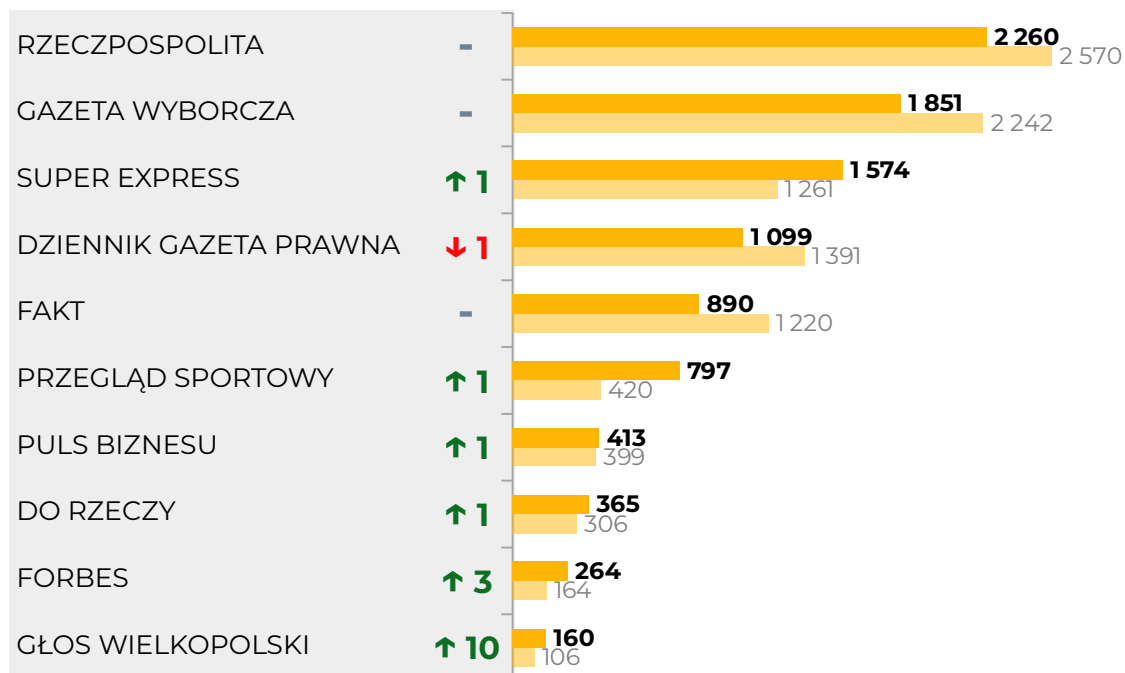
W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych w marcu pierwsze miejsce zajął Rzeczpospolita (2 260 cytowań we wszystkich analizowanych mediach, 0). Drugie miejsce przypadło portalowi Gazeta Wyborcza (1 851 cytowań, 0), podium zamyka Super Express z wynikiem 1 574 cytowań, 1.

2 260

Rzeczpospolita

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TELEWIZJA – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych w marcu pierwsze miejsce zajął TVN24 (3 148 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji TVPinfo (1 603 cytowań), podium zamyka Polsat News z wynikiem 1 599 cytowań.

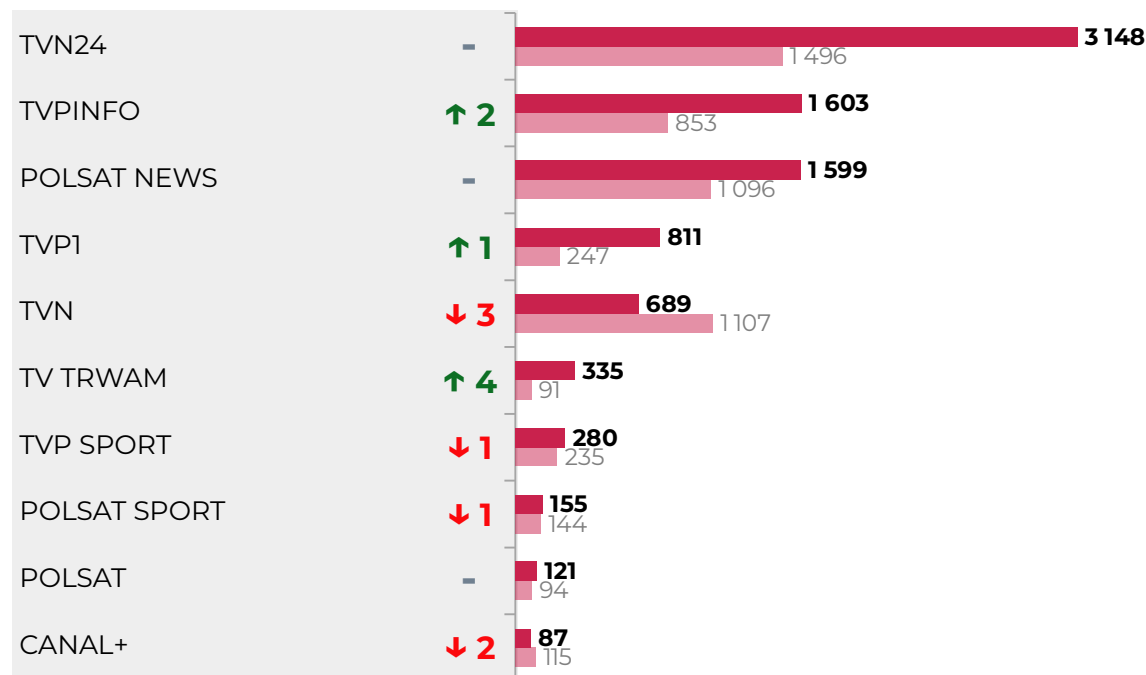
3 148

-

TVN24

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



RADIO – TOP 10

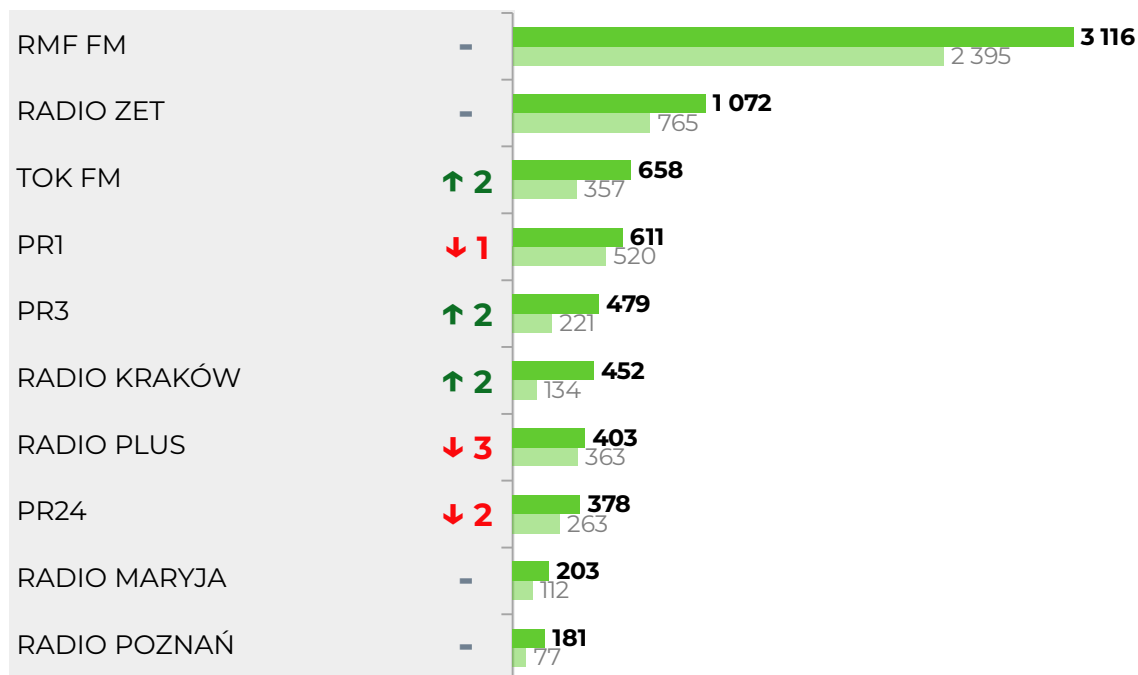
W rankingu najczęściej cytowanych stacji radiowych w marcu pierwsze miejsce zajął RMF FM (3 116 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji Radio ZET (1 072 cytowań), podium zamyka TOK FM z wynikiem 658 cytowań.

3 116

RMF FM

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



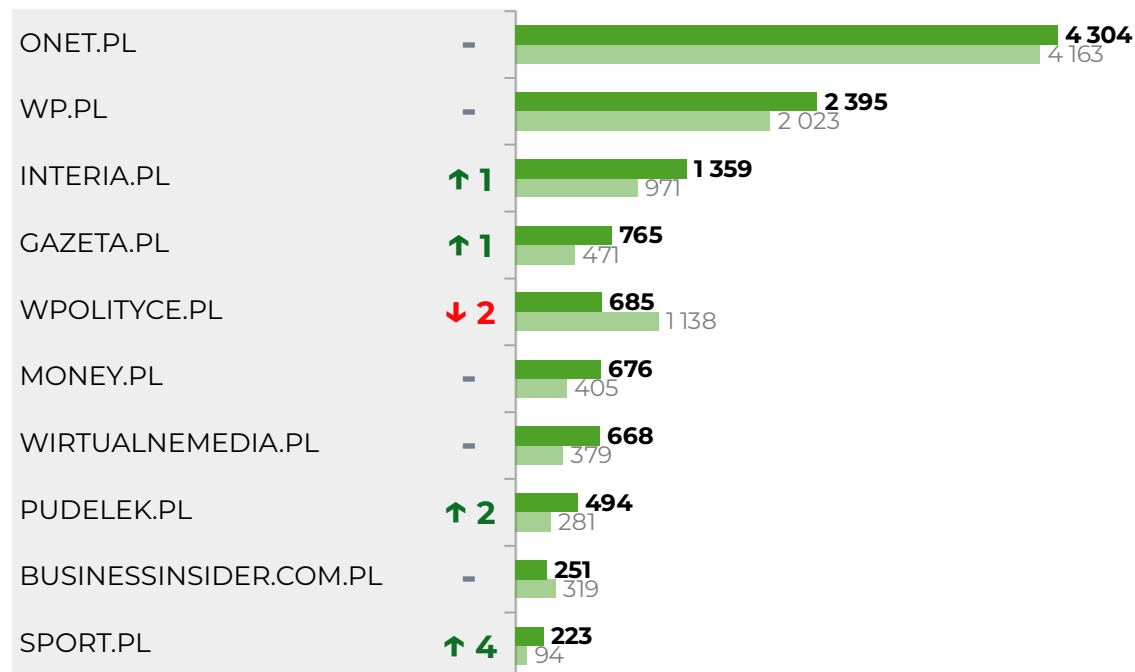
PORTALE – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych portali w marcu pierwsze miejsce zajął onet.pl (4 304 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi wp.pl (2 395 cytowań), podium zamyka interia.pl z wynikiem 1 359 cytowań.

4 304

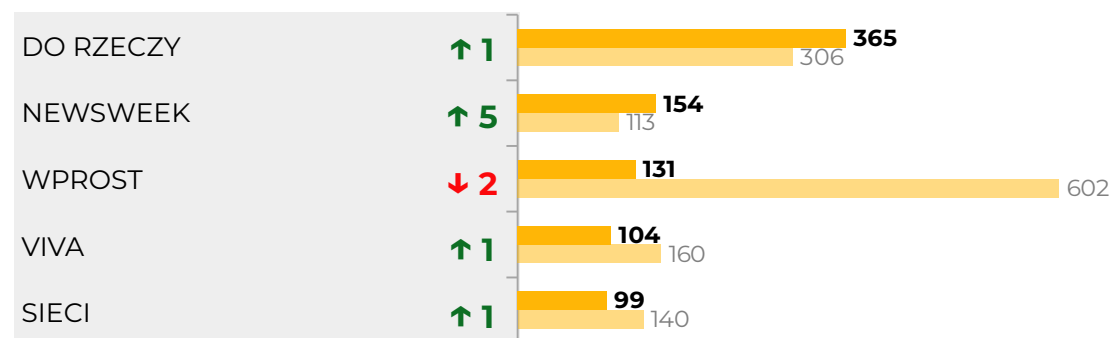
-
onet.pl
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tygodników w marcu pierwsze miejsce zajął Do Rzeczy (365 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi Newsweek (154 cytowań), podium zamyka Wprost z wynikiem 131 cytowań.



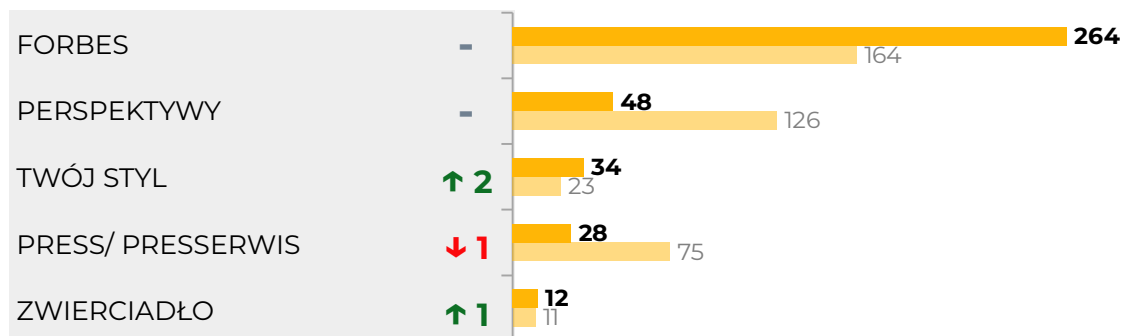
MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych miesięczników i dwumiesięczników w marcu pierwsze miejsce zajął Do Rzeczy (365 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi Newsweek (154 cytowań), podium zamyka Wprost z wynikiem 131 cytowań.

264

Forbes
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA EKONOMICZNE – TOP 5

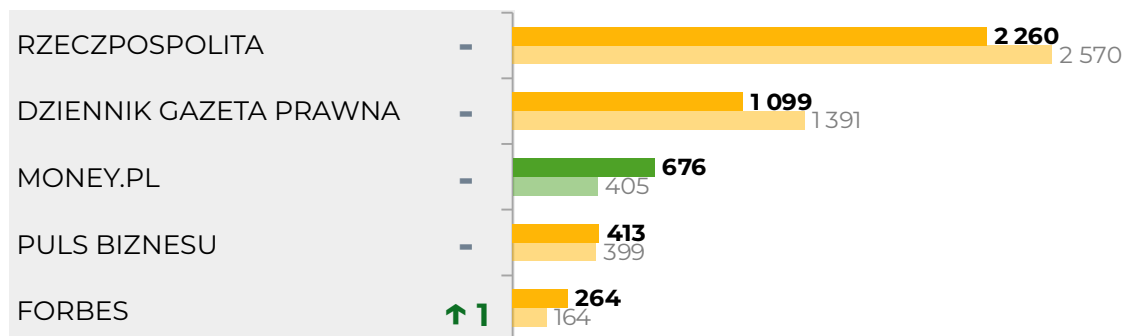
W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w marcu pierwsze miejsce zajął Rzeczpospolita (2 260 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło Dziennik Gazeta Prawna (1 099 cytowań), podium zamyka money.pl z wynikiem 676 cytowań.

2 260

Rzeczpospolita

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów regionalnych w marcu pierwsze miejsce zajął Radio Kraków (452 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło Radio Poznań (181 cytowań), podium zamyka Głos Wielkopolski z wynikiem 160 cytowań.

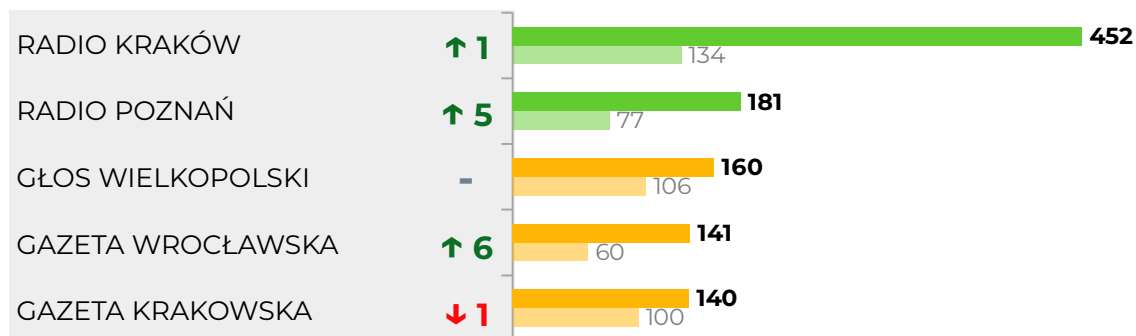
452

↑1

Radio Kraków

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



METODOLOGIA BADANIA

Badanie wykonano na podstawie materiałów z: monitoringu prasy, radia, telewizji oraz portali internetowych, w których padały nazwy mediów:

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

Analiza obejmuje wszystkie przekazy medialne, w których cytuje się lub powołuje na doniesienia, które pierwotnie pojawiły się w innych środkach przekazu.

Do raportu są kwalifikowane publikacje odwołujące się do artykułów, wypowiedzi, stwierdzeń, które pojawiły się na łamach bądź antenie innego medium, pod warunkiem, że nie są omawiane w kontekście przeglądu mediów oraz nie są przedrukami z innego medium.

Zakwalifikowane publikacje są w większości wypadków rozpoznawalne za pomocą następujących środków: stwierdzenie jest umieszczone w cudzysłowie oraz podane jest jego źródło, pojawiają się sformułowania typu: *czwartkowa 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...*

Głównym kryterium decydującym o zakwalifikowaniu danego wycinka jest bezpośrednio odwołanie się do konkretnego artykułu, stwierdzenia, wypowiedzi opublikowanej na łamach gazety lub wyemitowanej w programie telewizyjnym lub radiowym.

Raport 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 mediów – gazeta/stacja powołuje się na doniesienia własne lub mediów z tej samej grupy kapitałowej; zostały opublikowane w gazecie, na strukturę której składają się wyłącznie przedruki z innych gazet (Angora, Forum);

cytują publikacje starsze od obecnych o ponad 3 lata lub przywołują nieistniejące już media; powołują się na informacje ze stron internetowych firm i organizacji (m.in. .com, .gov, .org);

są powtórzeniami całych programów danej stacji telewizyjnej lub radiowej; są przedrukami z innych mediów; są powołaniami na filmy fabularne emitowane na antenach TV;

stanowią komentarz tylko zdjęcia bądź tylko okładki prasowej, jeśli komentarz ten nie omawia bezpośrednio artykułu;

są przeglądami prasy (mediów) opublikowanymi w prasie bądź też wyemitowanymi w radiu lub telewizji; w badaniu nie są uwzględniane przekazy, których źródłem są agencje informacyjne oraz portale o charakterze agregatorów treści.

Jeżeli w jednym materiale kilkakrotnie powoływano się na tę samą gazetę, stację telewizyjną / radiową, portal internetowy, ale w różnych kontekstach, w końcowym zestawieniu brano pod uwagę pierwsze wystąpienie.

Do sumy powołań nie są wliczane także wzajemne cytowania w obrębie mediów oraz ich wydań internetowych powiązanych kapitałowo.

Wynik dla dziennika „Polska” stanowi suma powołań na tytuł „Polska”.

Wynik dla mutacji regionalnych wydawanych pod wspólnym tytułem „Polska” („Dziennik Bałtycki”, „Dziennik Łódzki”, „Dziennik Zachodni”, „Gazeta Krakowska”, „Gazeta Wrocławska”, „Głos Wielkopolski”, „Kurier Lubelski”) stanowi sumę powołań na powyższe tytuły zarówno z użyciem pełnej nazwy gazety (np. „Polska Dziennik Bałtycki”) jak i jej nazwy skróconej („Dziennik Bałtycki”). Powołania na mutacje regionalne są ujednolicone do pełnej nazwy i klasyfikowane jako cytaty z mediów regionalnych.

Analiza obejmuje ponad 1000 gazet i czasopism, wybrane programy w stacjach telewizyjnych (TVP1, TVP2, TVP Info, TVN, TVN24, TVN24 BiS, TVN Turbo, Polsat, Polsat News, Polsat News 2) i rozgłośniach radiowych (PR1, PR3, PR4, RDC, Radio Maryja, Muza.fm, Radio RMF FM, Radio Zet, Radio TOK FM) oraz portale internetowe, na których regularnie pojawiają się nowe treści, z wyłączeniem źródeł o charakterze agregatorów treści i agencji informacyjnych. Analiza nie obejmuje materiałów z social media i komentarzy umieszczanych pod artykułami w portalach internetowych.

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

O IMM

Instytut Monitorowania Mediów (IMM) dostarcza kompleksowy monitoring wszystkich mediów od 2000 roku. Dostępny online moduł analityczny umożliwia pomiar efektywności działań PR oraz pozwala na bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych na tle konkurencji. Ponadto pomaga chronić reputację firmy i marki w sytuacjach kryzysowych.

Stałym monitoringiem objętych jest ponad milion domen z polskiego zasobu internetu wraz z social mediami (z aktualizacją w czasie rzeczywistym), ponad 1 000 tytułów prasowych oraz ponad 200 stacji radiowych i telewizyjnych z szerokim wyborem mediów regionalnych oraz lokalnych.



(+48 22) 378 37 50



imm@imm.com.pl



imm.com.pl

DANE KONTAKTOWE DLA MEDIÓW:

Sylwia Dobkowska
PR & Marketing Manager
@: sdobkowska@imm.com.pl
kom.: +48 502 422 574

Instytut Monitorowania Mediów sp. z o.o. sp. k., ul. Chmielna 85/87, 00-805
NIP: 525-21-51-907, Regon: 016163669, KRS: 0000725609, Sąd Rejonowy dla m st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

