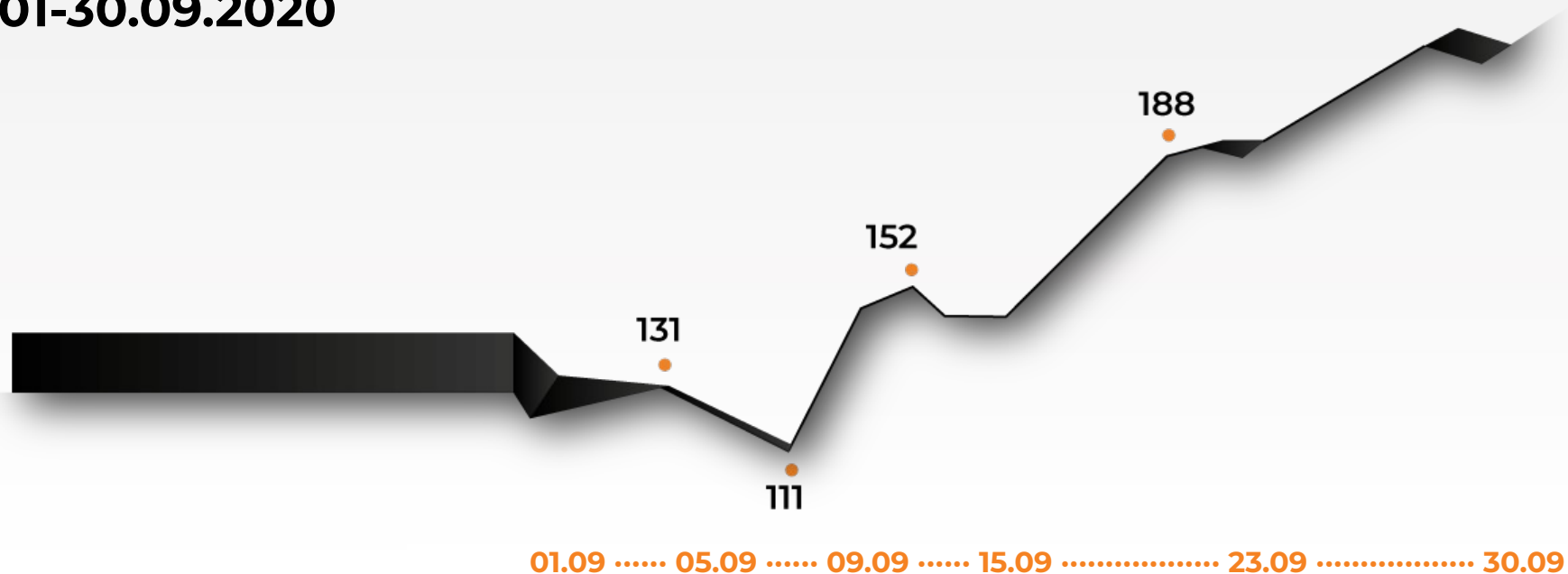


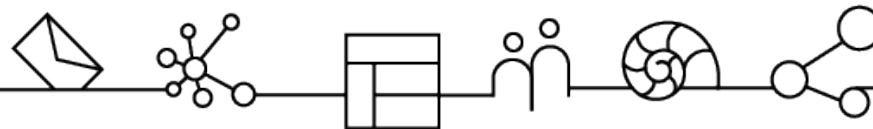
# Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-30.09.2020



## 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 I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5
- 12 |** MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5
- 13 |** MEDIA REGIONALNE – TOP 5
- 14 |** 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.

**44,7 tys.**

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródłach  
w analizowanym okresie

**14 tys.**

liczba cytowań  
w portalach

**8 455**

liczba cytowań  
w radiu

**14,4 tys.**

liczba cytowań  
w prasie

**7 832**

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

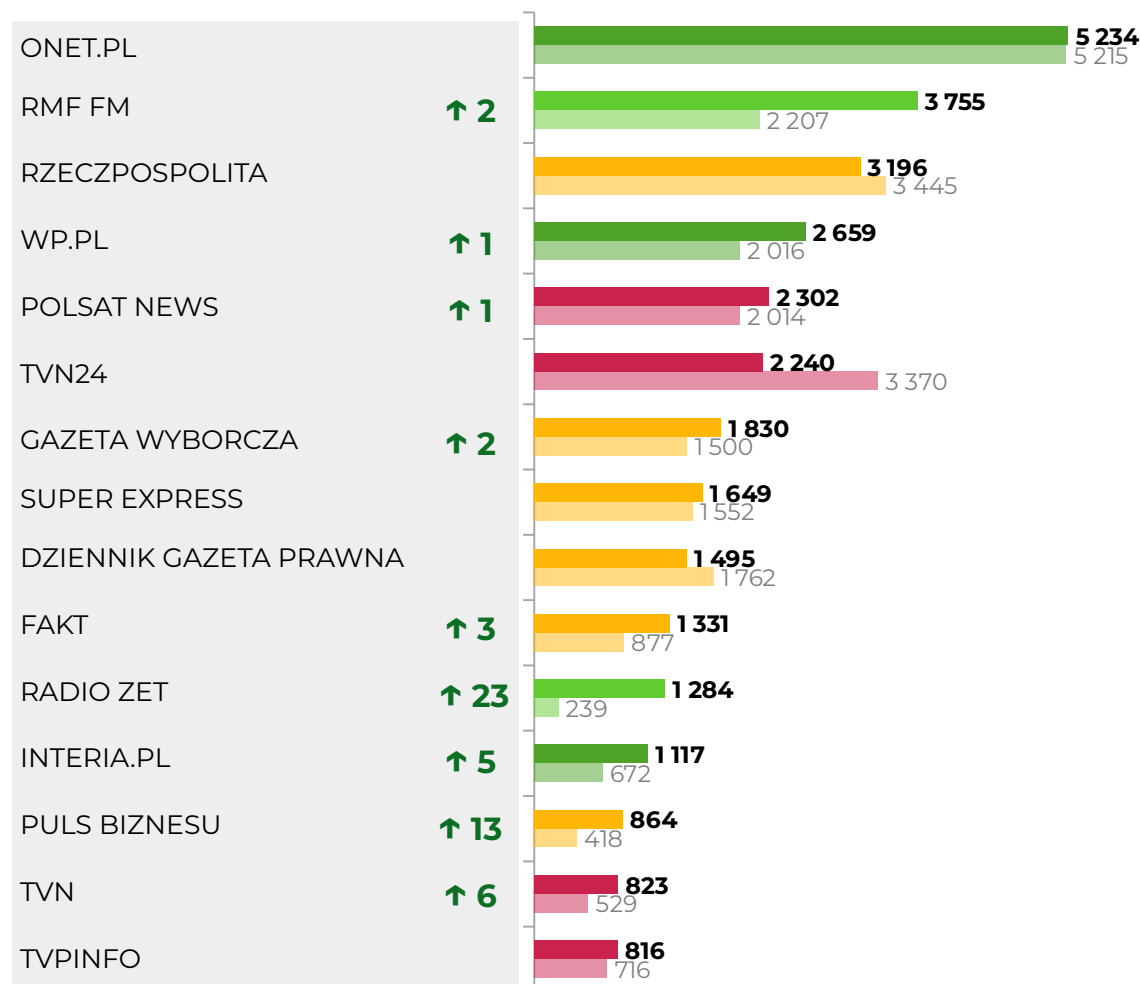
W rankingu najczęściej cytowanych mediów w wrześniu pierwsze miejsce zajął **Onet.pl** (5 236 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **RMF FM** (3 796 cytowań), podium zamyka **Rzeczpospolita** z wynikiem 3 196 cytowań.

**5 234**

**onet.pl**

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródłach  
w analizowanym okresie

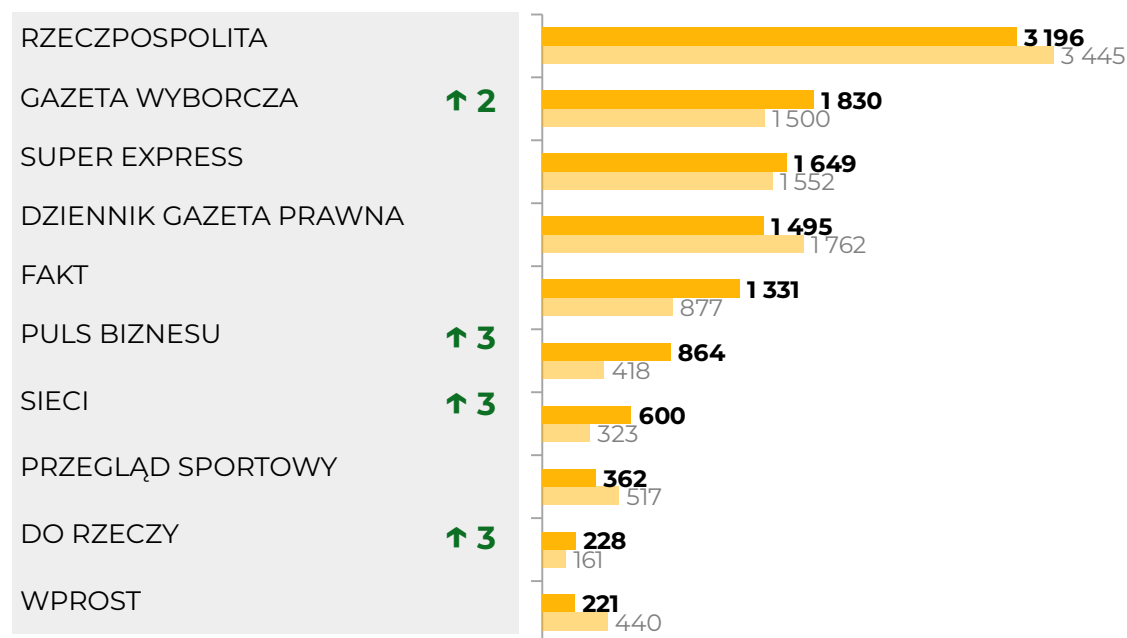


## TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

Miejsce pierwsze kategorii zajęła **Rzeczpospolita**, a za nią **Gazeta Wyborcza**, cytowana ponad 1,8 tys. razy oraz **Super Express**. O trzy miejsca w rankingu wzrosła pozycja tytułu **Sieci**, któremu wywiadu udzielił Jarosław Kaczyński. W rankingu znalazł się również tytuł **Do Rzeczy**, na zlecenie którego pracownia Estymator przeprowadziła sondaż wyborczy.

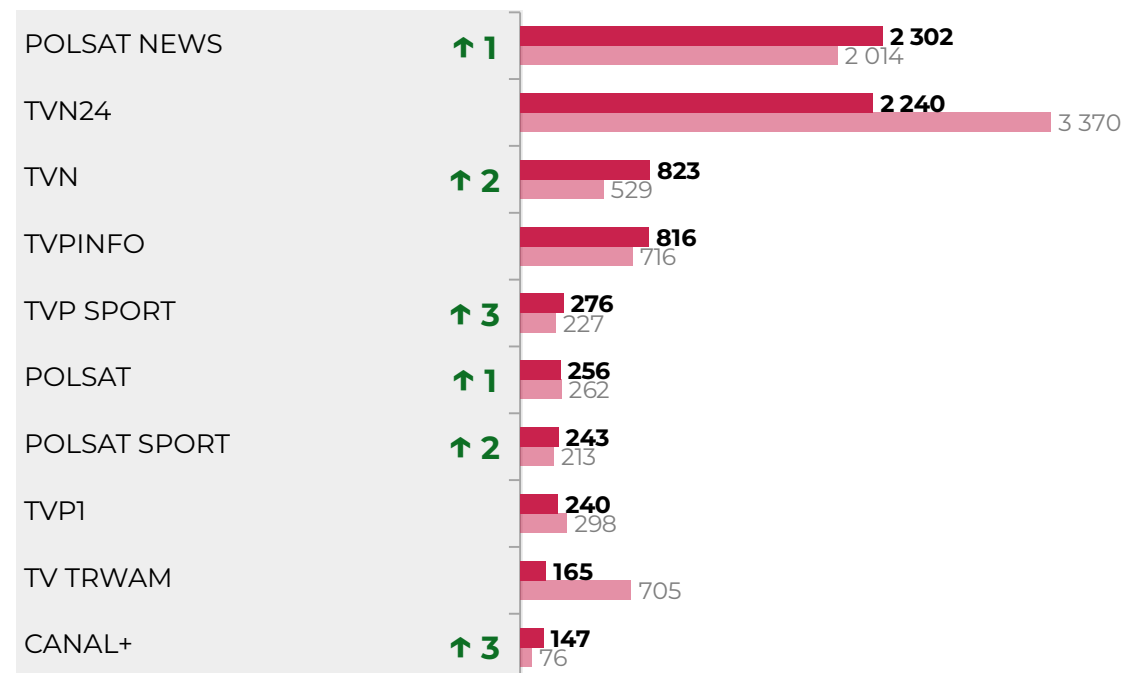
**3 196**  
**Rzeczpospolita**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie



## TELEWIZJA – TOP 10

W czołówce najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych w Polsce we wrześniu br. na pierwszym miejscu znalazł się **Polsat News**, cytowany 2,3 tys. razy – w programie „Debata Dnia” o księdzu Tadeuszu Rydzyku wypowiedziała się posłanka PIS Anna Milczanowska oraz poseł Lewicy Andrzej Rozenek. Drugie miejsce, z wynikiem 2,2 tys. cytowań zajęła **TVN24**, a na trzeciej pozycji, ze wzrostem o dwie pozycje uplasowała się stacja **TVN**. O trzy oczka w rankingu wzrosła pozycja **TVP Sport**, gdzie były selekcjoner reprezentacji Polski Jerzy Engel wypowiadał się o braku obecności Roberta Lewandowskiego na zgrupowaniu kadry. Częściej niż w sierpniu cytowana była również stacja **Polsat Sport**, gdzie wywiadu udzielał piłkarz Kamil Józwiak. W rankingu pojawił się również **Canal +**, gdzie wypowiadał się sportowiec Tymoteusz Puchacz.

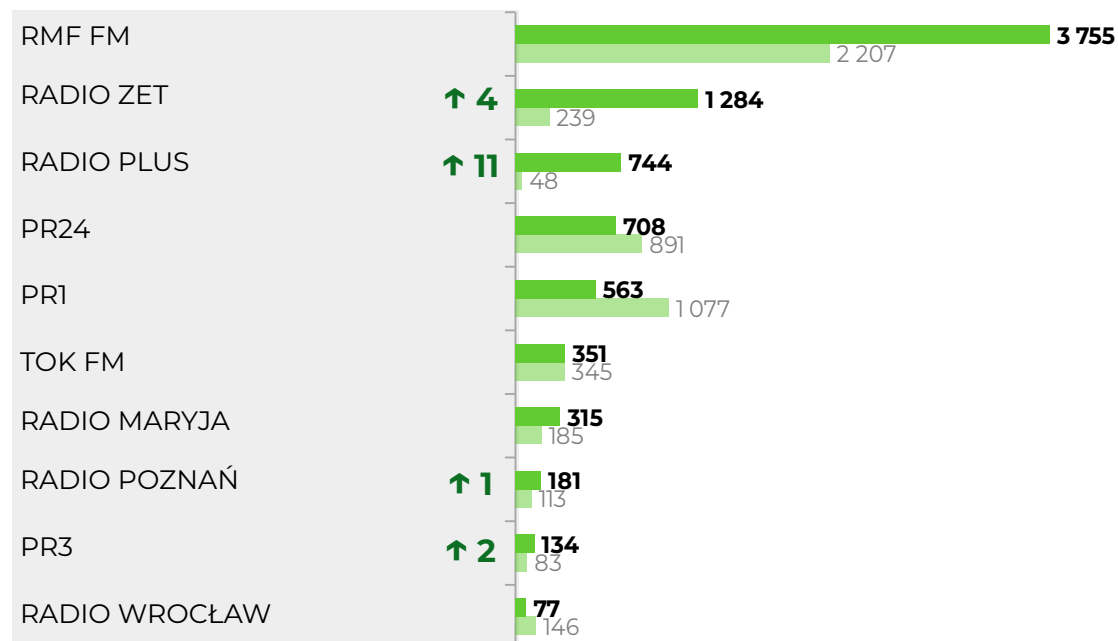


## RADIO – TOP 10

Pierwsze miejsce kategorii zajęła stacja **RMF FM** cytowana w innych mediach ponad 3,7 tys. razy. Kolejną pozycję w rankingu, ze wzrostem o cztery miejsca, znalazło się **Radio Zet**, a za nim **Radio Plus**, aż o 11 oczek wyżej, gdzie minister rodziny, pracy i polityki społecznej Marlena Maląg mówiła o wprowadzeniu przepisów mających na stałe uregulować zdalną formę pracy. W rankingu znalazł się również **Program Trzeci Polskiego Radia**, gdzie wypowiadał się szef Kancelarii Premiera minister Michał Dworczyk.

**3 755**  
**RMF FM**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródłach  
w analizowanym okresie



## PORTALE – TOP 10

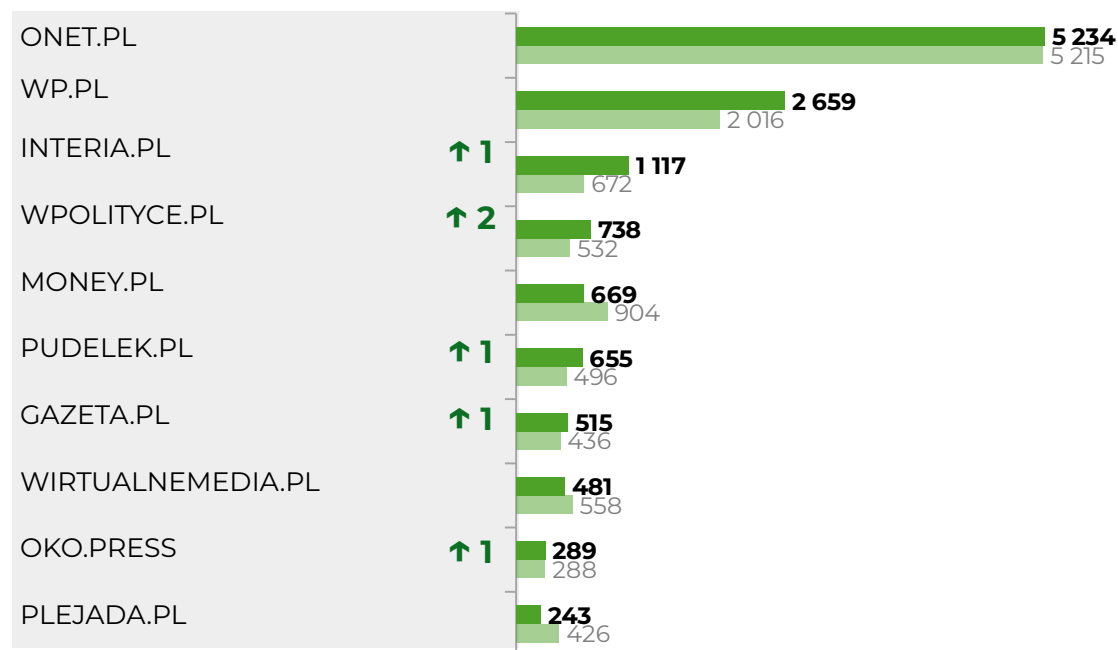
Na miejscu pierwszym kategorii, niezmiennie od ponad roku, znalazł się portal **Onet.pl** cytowany we wrześniu ponad 52 tys. razy. Następnie na podium znalazła się **Wp.pl** oraz **Interia.pl**. O dwie pozycje w rankingu wzrosła natomiast pozycja **Wpolarity.pl**, gdzie pojawiła się informacja o porozumieniu pomiędzy Zbigniewem Ziobro a Jarosławem Kaczyńskim.

# 5 234

## onet.pl

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródłach  
w analizowanym okresie



## TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

Najbardziej opiniotwórczym medium wśród tygodników i dwutygodników we wrześniu jest tytuł **Sieci**, cytowany 600 razy. Na drugim miejscu znalazł się tygodnik **Do Rzeczy**, natomiast podium zamyka **Wprost** z 221 cytowaniami w pozostałych mediach. O dwie pozycje w rankingu wzrosły również pozycje tytułów **Gazeta Polska**, której dziennikarka Dorota Kania wypowiadała się o sytuacji Romana Giertycha, jak również magazyn **Viva**, gdzie wypowiadała się Oliwia Bieniuk.

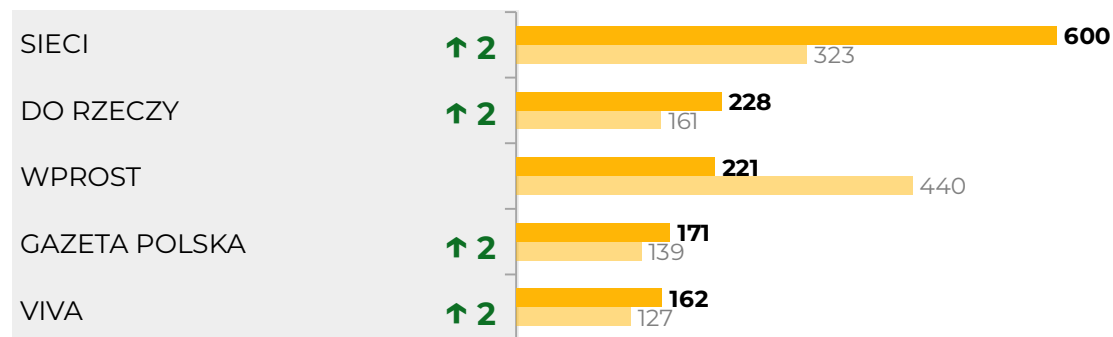
# 600

↑2

## Sieci

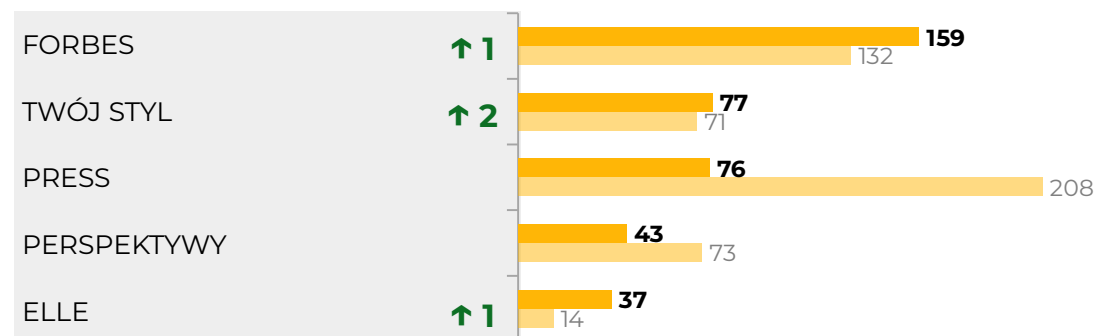
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródłach  
w analizowanym okresie



## MIESIĘCZNIKI I DWUMIŚIĘCZNIKI – TOP 5

Ranking kategorii, z wynikiem 159 cytowań otwiera **Forbes**, gdzie przedstawiono listę najlepiej zarabiających piłkarzy świata. Następnym tytułem w rankingu, ze wzrostem o dwie pozycje jest **Twój Styl**, któremu wywiadu udzielała Agata Kulesza. Na miejscu trzecim z wynikiem 76 cytowań znalazł się **Press**.

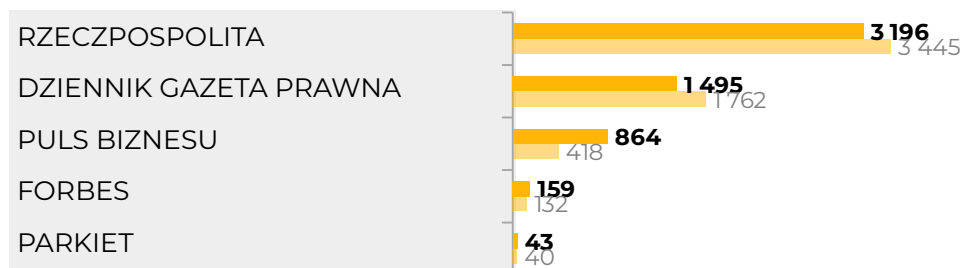


## MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

Pierwsze miejsce kategorii zajmuje dziennik **Rzeczpospolita**. Kolejne w rankingu są **Dziennik Gazeta Prawna** cytowany ponad 1,4 tys. razy oraz **Puls Biznesu** z wynikiem 864 cytowań.

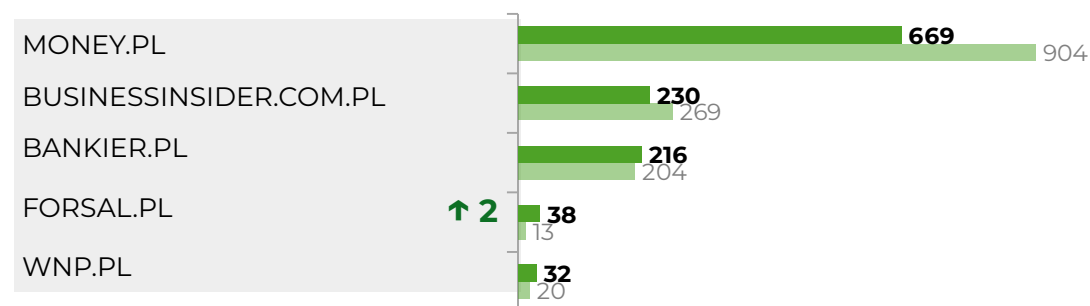
**3 196**  
**Rzeczpospolita**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie



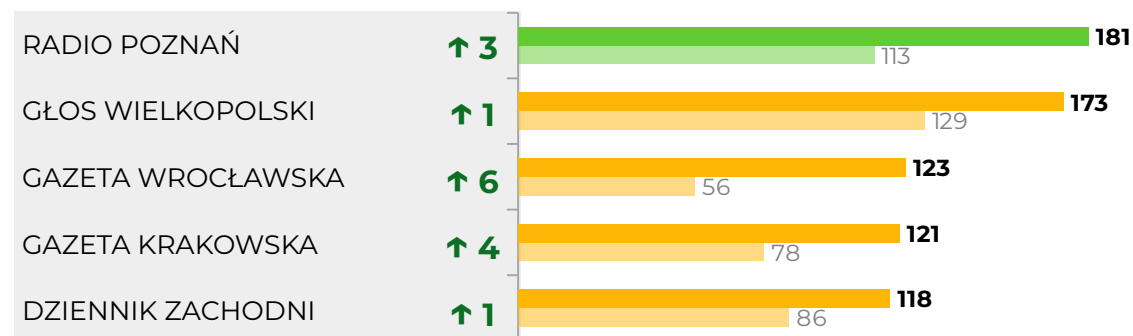
## MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

Na podium najbardziej opiniotwórczych portali o profilu ekonomicznym i biznesowym znalazły się **Money.pl**, **Bussinesinsider.com.pl** oraz **Bankier.pl**. O dwie pozycje wzrosła również pozycja **Forsal.pl**, gdzie o fotowoltaikach wypowiadał się doradca finansowy Jacek Arciszewski.



## MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Najbardziej opiniotwórczym medium regionalnym września br. jest **Radio Poznań**, cytowane 181 razy, w którym donoszono m.in. o wystąpieniu koronawirusa wśród pracowników Urzędu Skarbowego Poznań-Winogrady. Miejsce drugie, z wynikiem 173 cytowań, zajął **Głos Wielkopolski**. Ze wzrostem o sześć pozycji w rankingu, podium zamyka **Gazeta Wroclawska**, która informowała o wyniku sprawy gwałtu na 14-letniej dziewczynce. O cztery oczka wzrosła również pozycja **Gazety Krakowskiej**, na łamach której informowano o wystąpieniu koronawirusa u jednego z pracowników **Wisły Kraków**.



## 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 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 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 / radiową, portal internetowy, ale w różnych kontekstach, w końcowym zestawieniu pod uwagę brane jest to jako jedno wystąpienie/cytat 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 mediów – gazeta/ stacja powołuje się na doniesienia własne lub mediów z tej samej grupy kapitałowej, np. jeśli serwis internetowy Plejada.pl powołuje się na informacje opublikowane w portalu informacyjnym Onet.pl i odwrotnie (Grupa Onet);
- zostały opublikowane w gazecie, na strukturę której składają się wyłącznie przedruki z innych gazet, jak np. Angora, Forum;
- są powtórzeniami całych programów danej stacji telewizyjnej lub radiowej;
- stanowią komentarz tylko zdjęcia bądź tylko okładki prasowej, jeśli komentarz ten nie omawia bezpośrednio artykułu;
- są informacjami, których źródłem są agencje informacyjne oraz portale o charakterze agregatorów treści.

Analiza obejmuje ponad 1100 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, Radio RMF FM, Radio Zet, Radio TOK 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](http://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  
Kierownik Działu PR & Marketingu  
@: [sdobkowska@imm.com.pl](mailto: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.

