

Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.03.2021



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

WPROWADZENIE

Analizę częstotliwości cytowań poszczególnych mediów przez inne media **przeprowadzono na podstawie 56 125 przekazów pochodzących z monitoringu prasy, radia i telewizji, oraz portali internetowych**, w których pojawiały się nazwy mediów prasowych; serwisów internetowych; stacji radiowych i telewizyjnych lub tytuły ich programów.

56,1 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

15,9 tys.

liczba cytowań
w portalach

11,5 tys.

liczba cytowań
w radiu

18,5 tys.

liczba cytowań
w prasie

10,2 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 głównym rankingu ukazującym piętnaście najczęściej cytowanych mediów znalazły się cztery portale internetowe, cztery stacje radiowe, dwie telewizyjne oraz pięć tytułów prasowych. Stacja radiowa RMF FM w marcu br. cytowana była ponad 5 tys. razy, tym samym znalazła się na czele głównego rankingu. Tuż za nią portal Onet.pl z wynikiem 4,6 tys. powołań w innych mediach, natomiast podium zamyka Gazeta Wyborcza, do której odwoływano się 4 tys. razy. W pierwszej piątce znajduje się również dziennik Rzeczpospolita oraz telewizja TVN24.

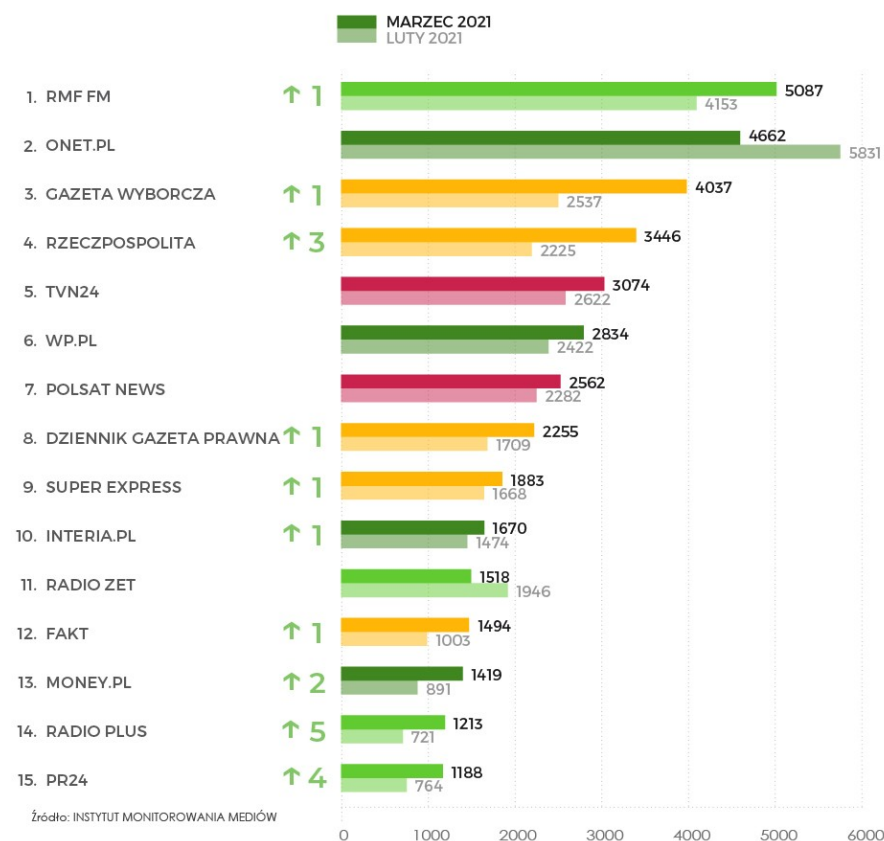
5 087

↑1

RMF FM

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

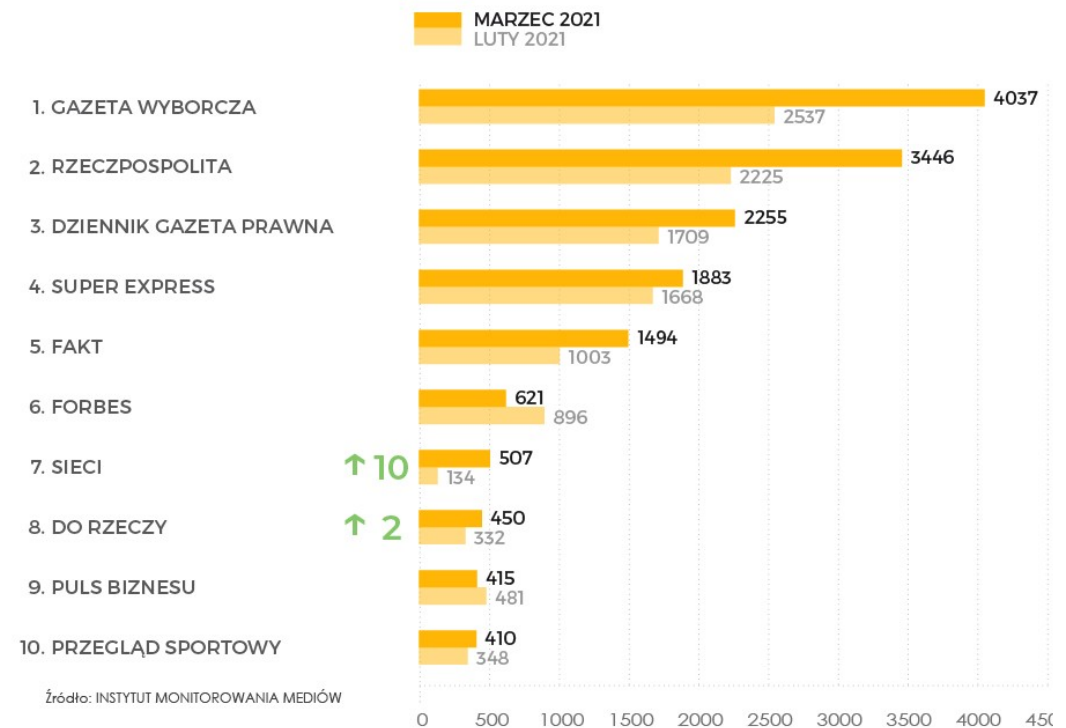


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

Drugi miesiąc z rzędu miejsce pierwsze kategorii zajęła **Gazeta Wyborcza**, na którą powoływano się w marcu br. ponad 4 tys. razy. Pozycję drugą zajęła **Rzeczpospolita** (3,4 tys. cytowań) oraz **Dziennik Gazeta Prawna** (2,2 tys. wzmianek).

4 037
Gazeta
Wyborcza
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

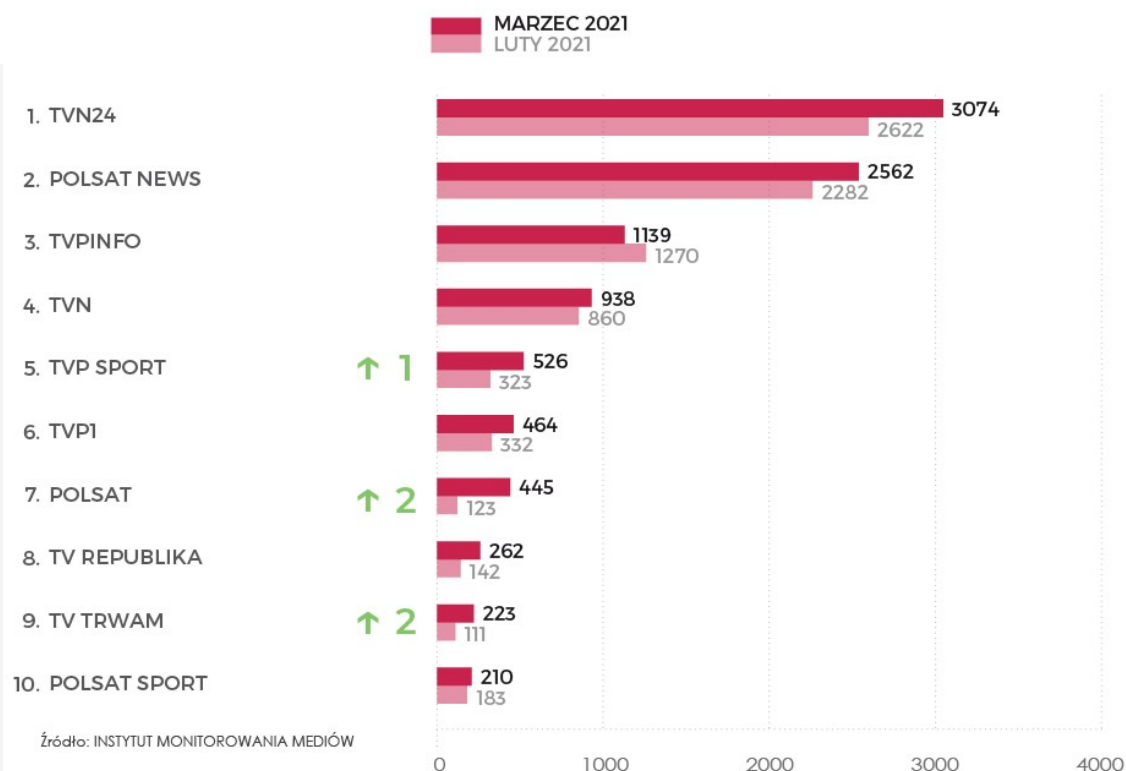


TELEWIZJA – TOP 10

Podium kategorii zajęły kolejno **TVN 24** (3 tys. wzmianek), **Polsat News** (2,5 tys. cytowań) oraz **TVP Info** (1,1 tys. powołań). Na pozycji piątej, ze wzrostem o jedną pozycję w kategorii, uplasowała się stacja **TVP Sport**, gdzie trener reprezentacji narodowej Paulo Sousa udzielał komentarza po meczu Polska – Węgry.

3 074
TVN24
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

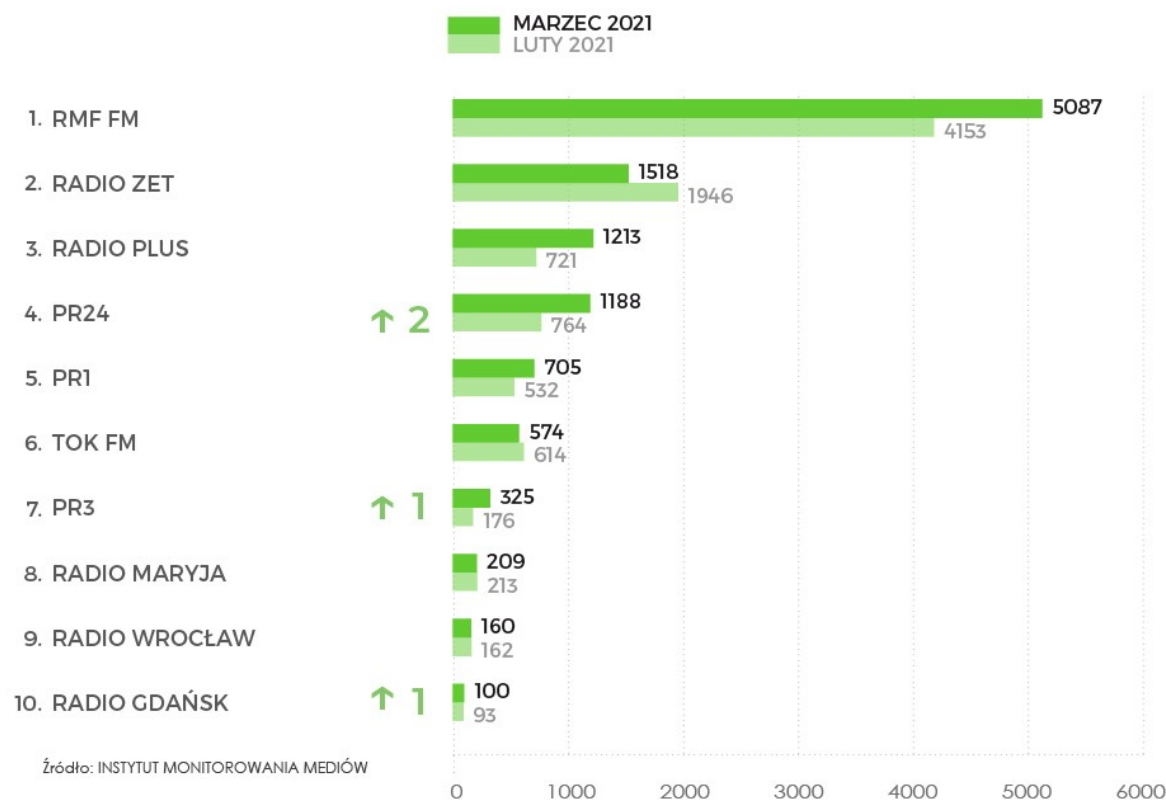


RADIO – TOP 10

Najbardziej opiniotwórczą stacją radiową w Polsce w marcu jest **RMF FM**, a na podium znalazły się również **Radio Zet** (1,5 tys.) oraz **Radio Plus** (1,2 tys. cytowania). Wzrost zanotował również **Program 24 Polskiego Radia**, a także **Radiowa Trójka**, gdzie o szczepionkach przeciwko COVID-19 wypowiadał się wiceminister zdrowia Waldemar Kraska. Do rankingu zakwalifikowało się również **Radio Gdańsk** w wyniku doniesień o tragicznej śmierci noworodka znalezionej na wysypisku śmieci.

5 087
RMF FM
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



PORTALE – TOP 10

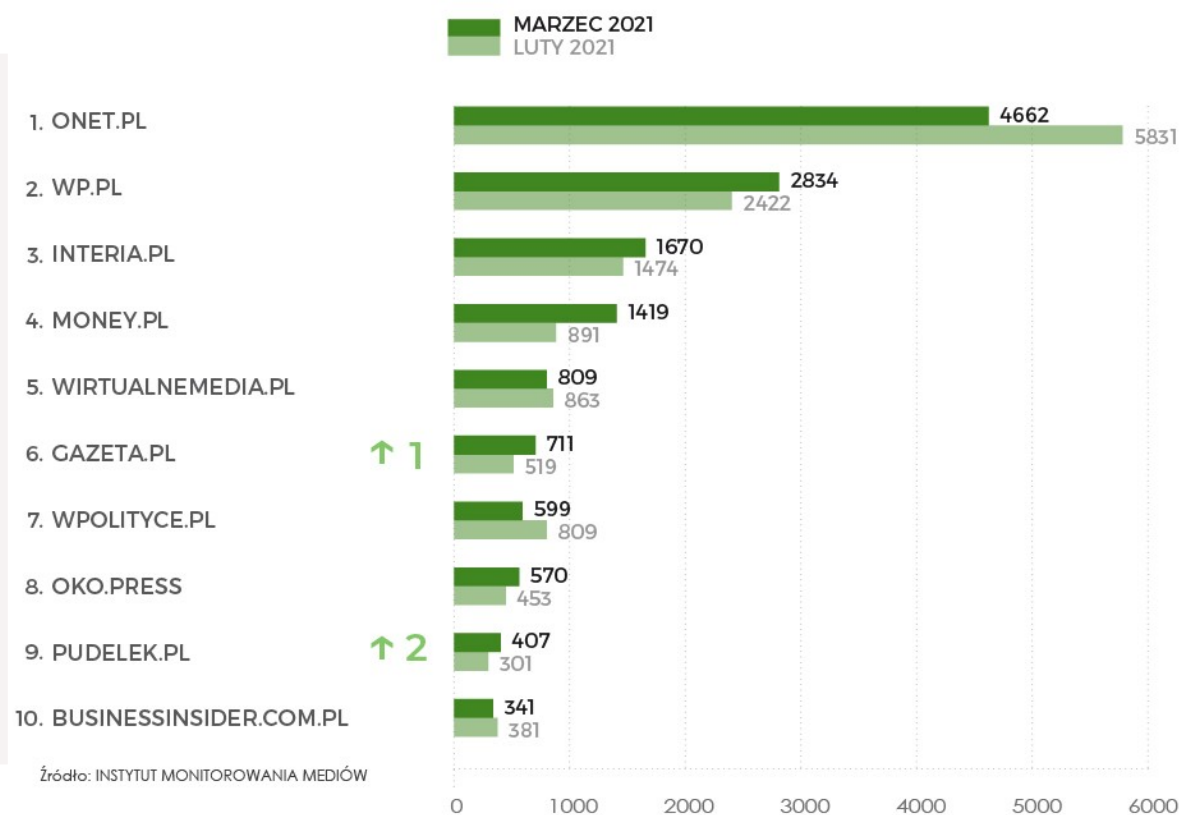
Niezmiennym liderem kategorii pozostaje **Onet.pl**, cytowany w marcu ubiegłego roku 4,6 tys. razy. Kolejno w rankingu uplasowały się również serwisy **Wp.pl** i **Interia.pl**. O jedno miejsce wyżej w rankingu znalazła się **Gazeta.pl**, gdzie przytaczano wypowiedź marszałka Sejmu Ryszarda Terleckiego, dotyczącą programu gospodarczego „Nowy Ład”.

4 662

onet.pl

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

Miejsce pierwsze w rankingu, ze wzrostem aż o pięć pozycji, zajął tytuł **Sieci**, który cytowany był 507 razy. Za nim uplasowało się **Do Rzeczy** (450 wzmianek) i **Newsweek** (274 cytowania).

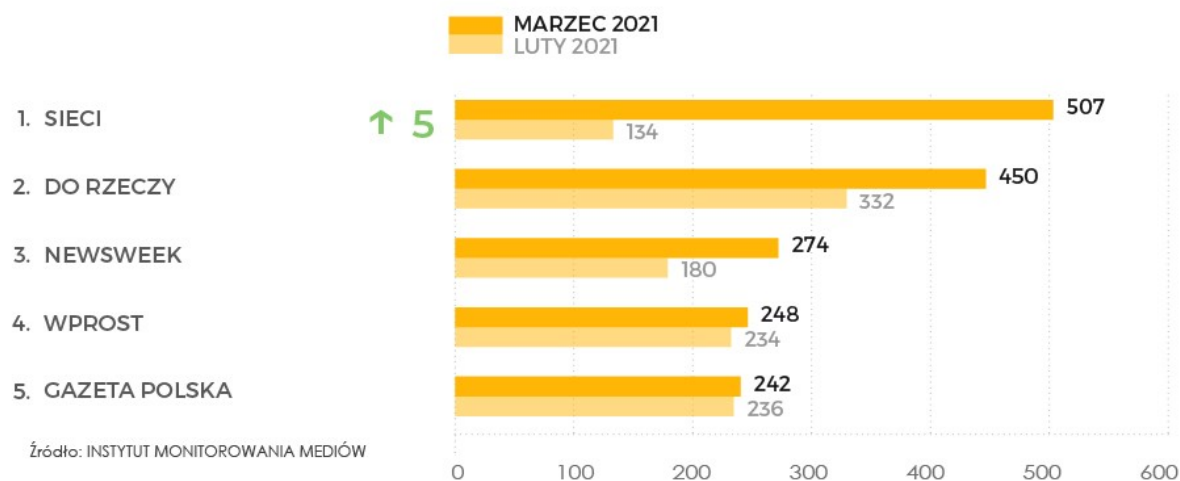
507

↑5

Sieci

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

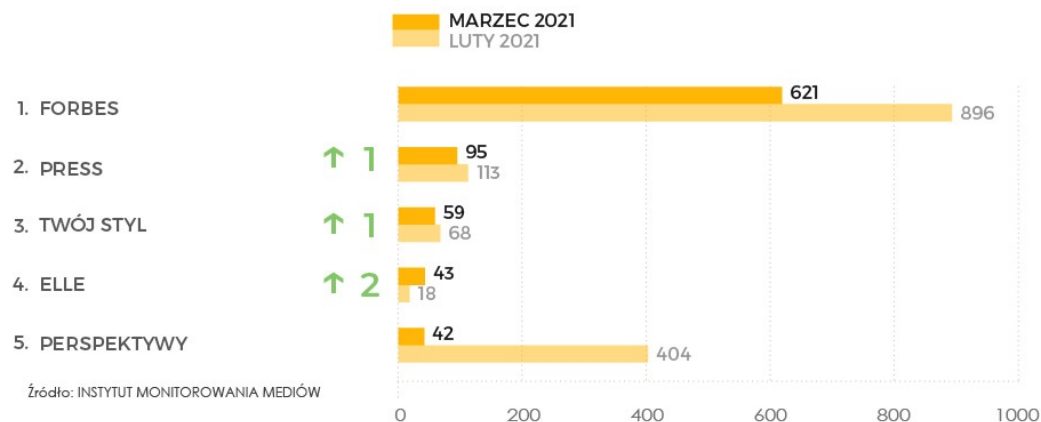


MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Pierwsze miejsce rankingu zajmuje magazyn **Forbes**, cytowany łącznie 621 razy. Kolejno drugą i trzecią pozycję, ze wzrostami o jedną pozycję w kategorii zajęły tytuły: **Press**, w którym komentarza o wyroku naruszenia dóbr osobistych Kamila Durczoka udzielił Marcin Dzierżanowski oraz **Twój Styl**, gdzie ukazał się wywiad z aktorką Agnieszką Więdołchą. Na miejscu czwartym, ze wzrostem o dwie pozycje w kategorii, znalazł się magazyn **Elle**, któremu o swoim życiu prywatnym i zawodowym opowiadał aktor Piotr Adamczyk.

621
Forbes
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

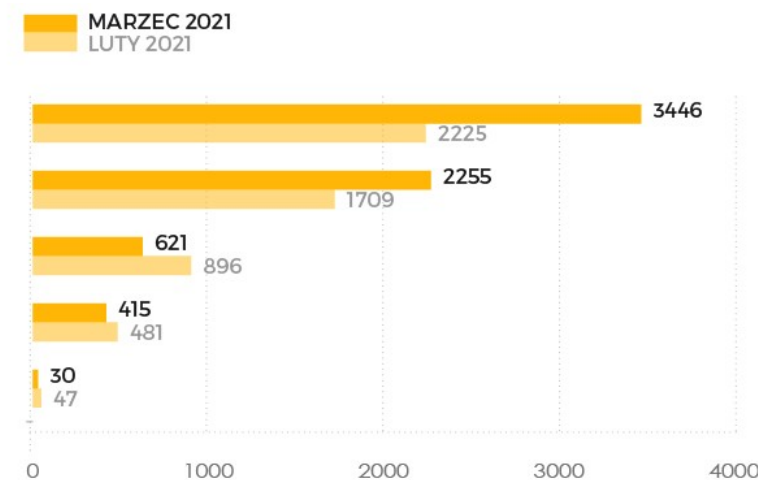
Najbardziej opiniotwórczymi tytułami prasowymi o profilu ekonomiczno – biznesowym niezmiennie pozostają **Rzeczpospolita**, **Dziennik Gazeta Prawna** oraz **Forbes**.

3 446
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

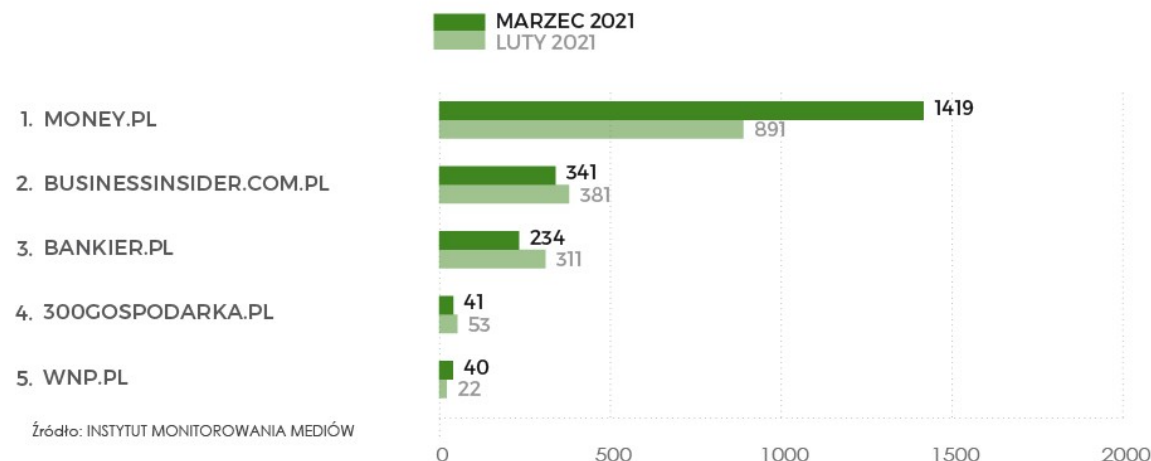
1. RZECZPOSPOLITA
2. DZIENNIK GAZETA PRAWNA
3. FORBES
4. PULS BIZNESU
5. PARKIET

Źródło: INSTYTUT MONITOROWANIA MEDIÓW



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w marcu pierwsze miejsce zajął **Money.pl**. Dalej **Businessinsidder.com.pl** oraz **Bankier.pl**.

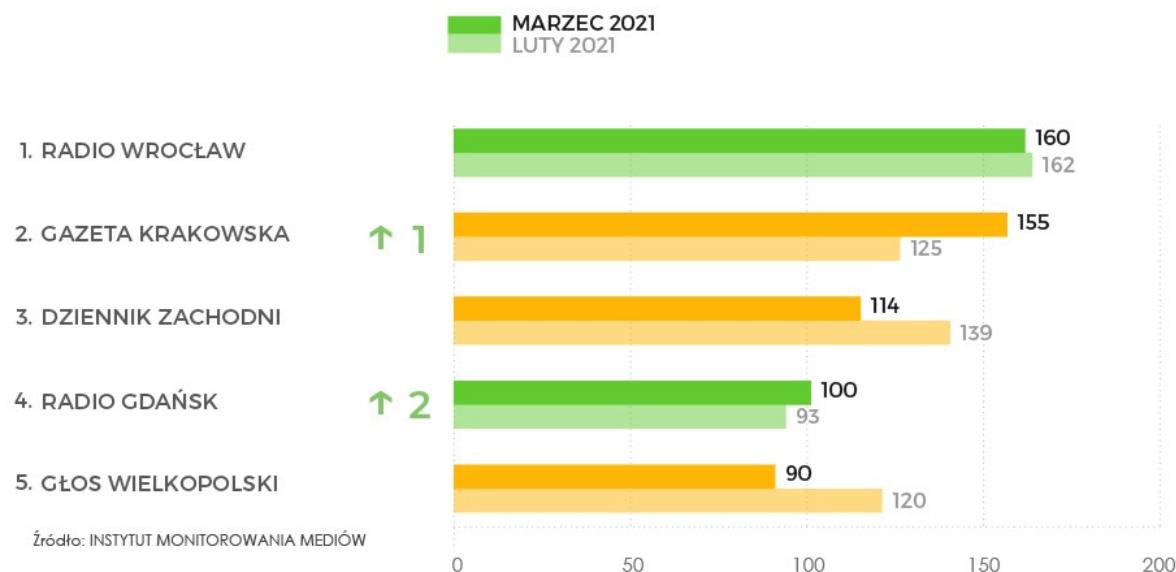


MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Już trzeci miesiąc z rzędu najbardziej opiniotwórczym medium regionalnym w Polsce pozostaje **Radio Wrocław**, które w marcu cytowane było 160 razy. Z kolei miejsce drugie ze wzrostem o jedno oczko w rankingu zajęło **Radio Kraków**. Na łamach stacji informowano o otwarciu tymczasowego szpitala na terenie hali Expo. Do rankingu zakwalifikowało się również **Radio Gdańsk** oraz **Głos Wielkopolski**.

160
Radio Wrocław
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



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.



O IMM

Instytut Monitorowania Mediów od przeszło 20 lat monitoruje medialny wizerunek marek, firm, osób i instytucji. Autorskie serwisy firmy (Biuletyn IMM, Moduł Analityczny, Admonit, baza MediaContact, aplikacja mobilna IMMapp) umożliwiają m.in. bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych na tle konkurencji, planowanie strategii komunikacji i działań antykrzysowych. IMM obsługuje ponad 1500 klientów z Polski i zagranicy — międzynarodowych korporacji, małych firm, instytucji i administracji publicznej, organizacji pozarządowych, agencji PR, agencji marketingowych, artystów oraz sportowców.

Aktualnie stałym monitoringiem objęte jest ponad 1100 tytułów prasowych oraz przeszło 220 stacji RTV, portale internetowe, 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