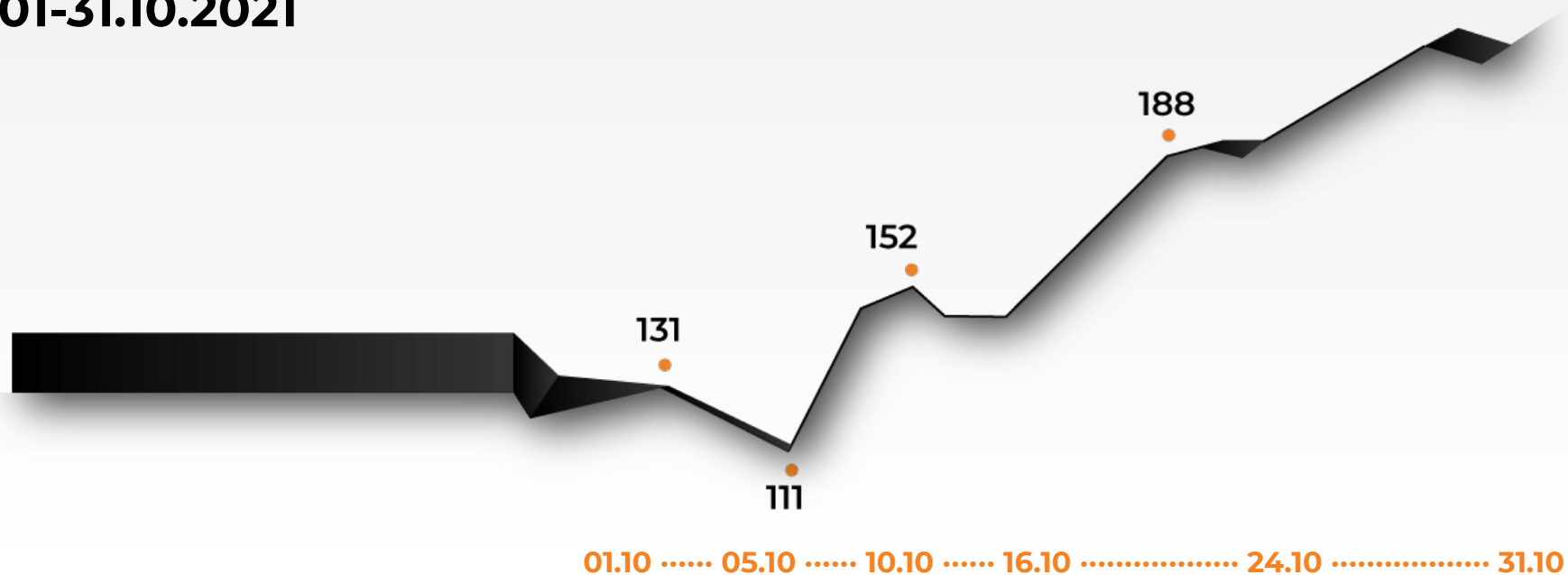


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.10.2021



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

W głównym rankingu za październik 2021, w którym znajduje się **TOP 15** najczęściej cytowanych mediów w kraju, tym razem znalazły się trzy portale internetowe: **WP, Onet i Interia**. W prasie natomiast nadal obecnych jest pięć tytułów: **Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza, Dziennik Gazeta Prawna, Fakt i Super Express**. Telewizję tym razem reprezentują: **TVN24, Polsat News** oraz **TVN**, a grupa stacji radiowych zwiększyła się do czterech rozgłośni: **RMF FM, Radio Zet, Polskie Radio 24 i Program Pierwszy Polskiego Radia**.

45,4 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

14,8 tys.

liczba cytowań
w portalach

9,1 tys.

liczba cytowań
w radiu

13,6 tys.

liczba cytowań
w prasie

7,9 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

Miejsce pierwsze w rankingu wszystkich mediów zajął portal **WP** z wynikiem prawie 4 tys. wzmianek w innych mediach. Miejsce drugie należy do stacji **RMF FM**, na którą dziennikarze innych tytułów mediowych w kraju powoływali się 3,6 tys. razy. Wśród najczęściej cytowanych materiałów stacji znajduje się wywiad Krzysztofa Ziemca z prezesem partii PiS Jarosławem Kaczyńskim, w którym polityk był pytany między innymi o swoje plany odnośnie do ewentualnej emerytury. Podium zamyka redakcja **Onet** z wynikiem 2,8 tys. cytowań w innych mediach.

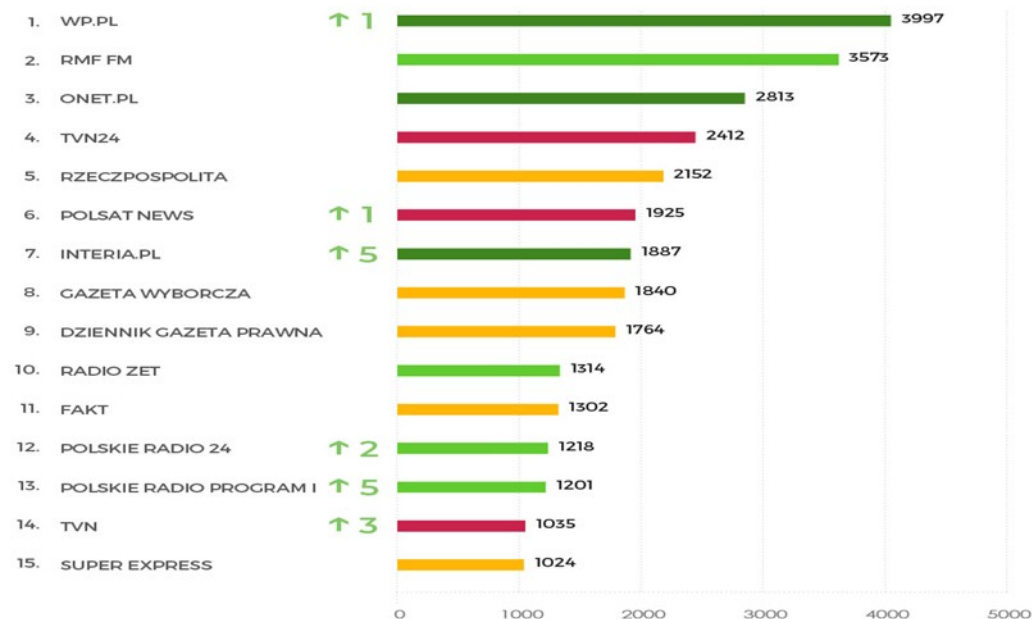
3 997

↑1

WP.pl

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

Ranking mediów prasowych za październik 2021 ponownie otwiera **Rzeczpospolita** z wynikiem 2,1 tys. cytowań. Na drugim miejscu, tak samo, jak w poprzednim miesiącu, znajduje się **Gazeta Wyborcza** z liczbą 1,8 tys. powołań. Miejsce trzecie niezmiennie w stosunku do września należy do **Dziennika Gazeta Prawnej**, na który inni dziennikarze powoływali się w październiku ponad 1,7 tys. razy. Tygodnik **Sieci** awansował o trzynaście pozycji, zajmując tym samym szóste miejsce w rankingu.

2 151
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

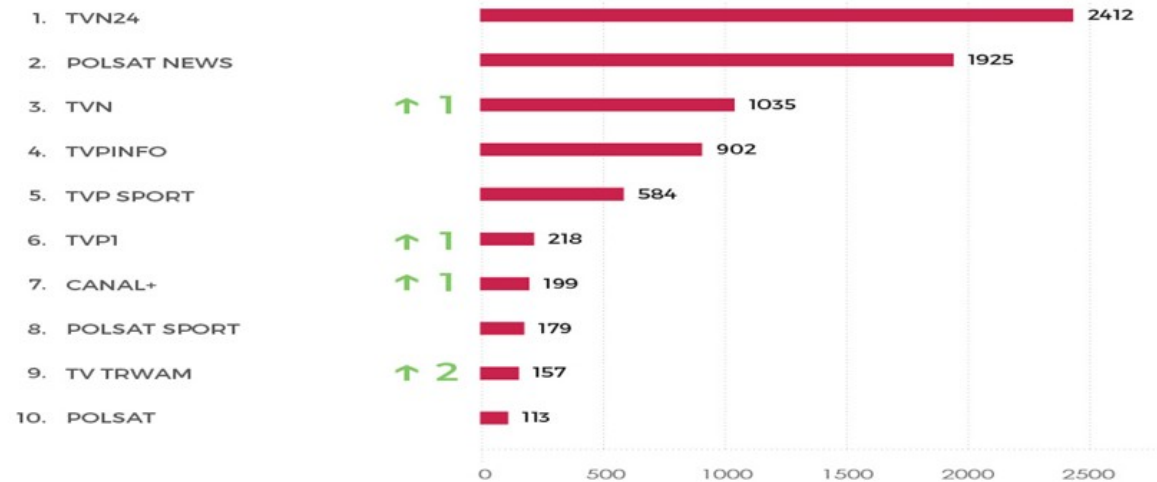


TELEWIZJA – TOP 10

Podobnie jak w ubiegłym miesiącu, miejsce pierwsze kategorii najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych należy do redakcji **TVN24** (2,4 tys. cytowań), drugie do **Polsat News** (1,9 tys.) a trzecie ze wzrostem o jedno oczko zajmuje **TVN** (1 tys.). O jedną pozycję w górę zmieniła się również pozycja **TVPI**, która zajęła w zestawieniu szóste miejsce.

2 412
TVN24
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

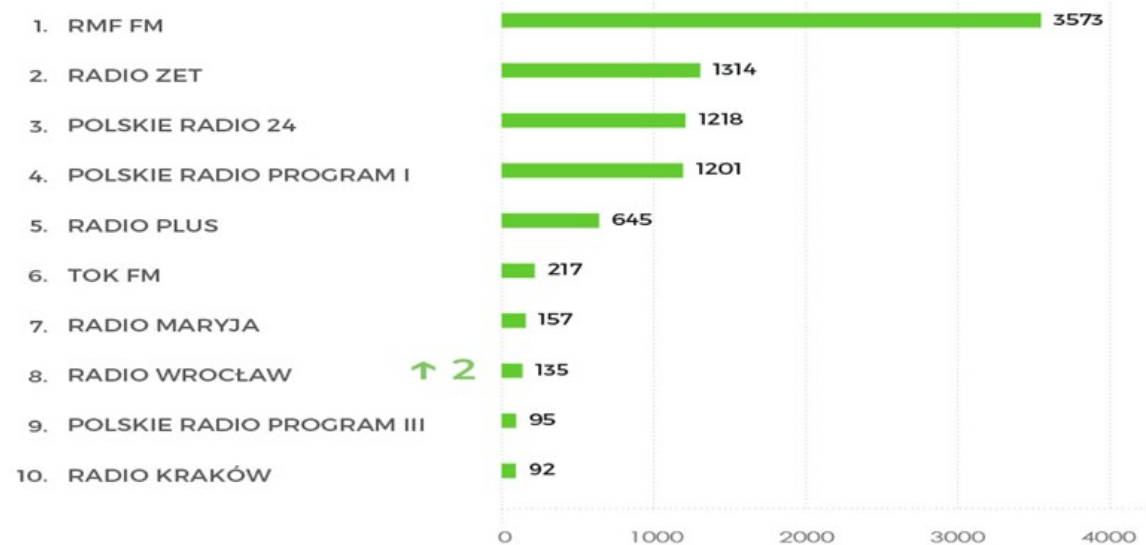


RADIO – TOP 10

Miejsce najbardziej opiniotwórczego medium radiowego w Polsce niezmiennie od początku roku utrzymuje stacja **RMF FM**, na którą w październiku dziennikarze innych tytułów mediowych powoływali się ponad 3,5 tys. razy. Drugą pozycję należy do **Radia Zet**, które cytowano w październiku 1,3 tys. razy. Trzecią pozycję kolejny miesiąc z rzędu zajmuje **Polskie Radio 24**. Swoją pozycję zmieniło natomiast **Radio Wrocław**, awansując z miejsca dziesiątego na ósme z wynikiem 135 odwołań w innych mediach.

3 573
RMF FM
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



PORTALE – TOP 10

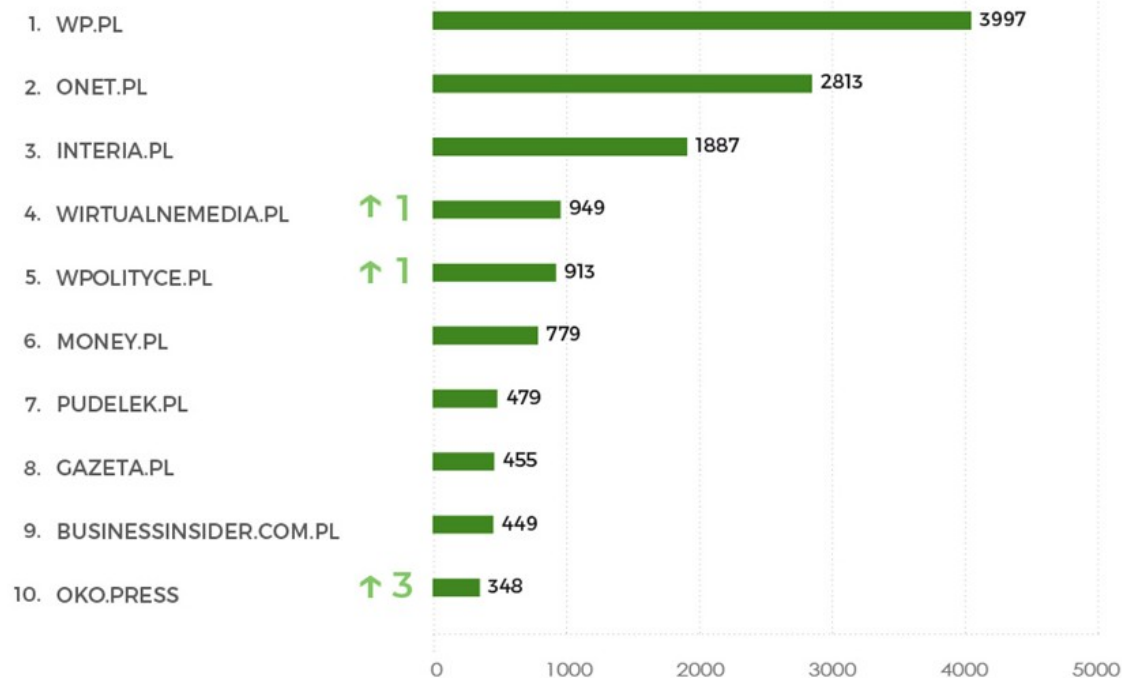
Drugi miesiąc z rzędu liderem kategorii został portal **WP**, cytowany w październiku niemalże 4 tys. razy. Kolejno w rankingu uplasowały się serwisy **Onet** z liczbą 2,8 tys. wzmianek i **Interia** z wynikiem 1,8 tys. powołań w innych mediach. Na czwarte miejsce z liczbą 949 cytowań awansował branżowy portal **Wirtualnedia** a za nim **Wpolarityce.pl** mający 913 wzmianek. W rankingu ze wzrostem o trzy oczka uplasował się na dziesiątym miejscu także serwis **OKO.press** (348).

3 997

wp.pl

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

Na miejsce pierwsze kategorii awansował tygodnik **Sieci**, zdobywając tym samym 600 cytowań w innych mediach. Drugie miejsce ze wzrostem o jedno oczko i wynikiem 506 odwołań zajęła **Gazeta Polska**. Na trzecim miejscu ze wzrostem o pięć pozycji uplasowało się pismo samorządu terytorialnego **Wspólnota**. Podium zamyka **Do Rzeczy** (219), a czwartą pozycję w kategorii, podobnie jak we wrześniu, zajmuje tygodnik **Wprost** (305).

600

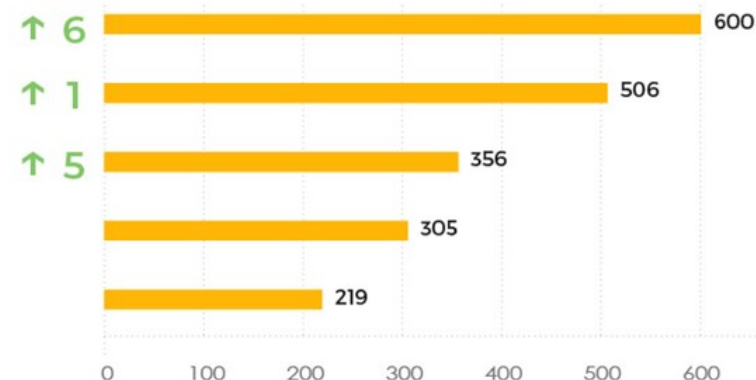
↑6

Sieci

liczba cytowań

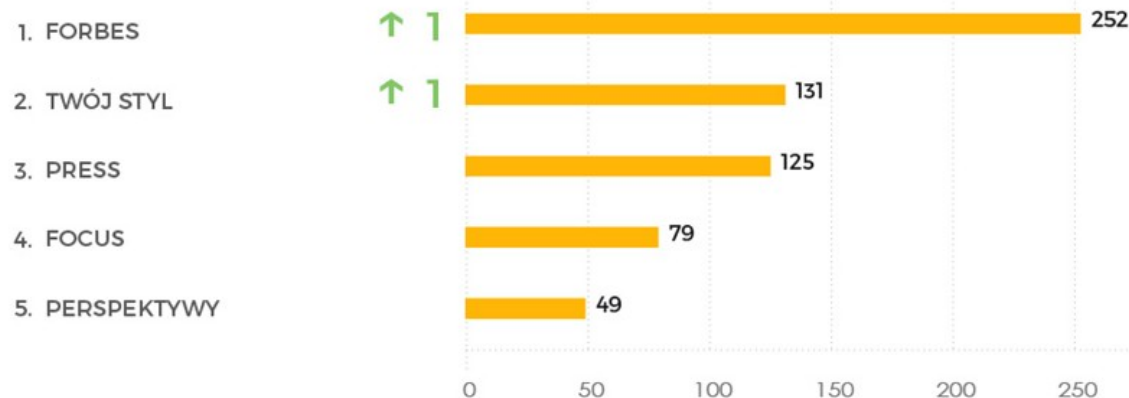
we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

1. SIECI
2. GAZETA POLSKA
3. WSPÓLNOTA
4. WPROST
5. DO RZECZY



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Ranking najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników otwiera magazyn **Forbes** z liczbą 252 cytowań w innych mediach. Miejsce drugie ze wzrostem o jedno oczko i wynikiem 131 wzmianek w innych tytułach mediowych zajmuje miesięcznik **Twój Styl**. Na trzecim miejscu znalazł się branżowy magazyn **Press** z wynikiem 125 cytowań. Czwartą pozycję zajął popularnonaukowy miesięcznik **Focus** (79), a zestawienie zamyka miesięcznik **Perspektywy** (49).

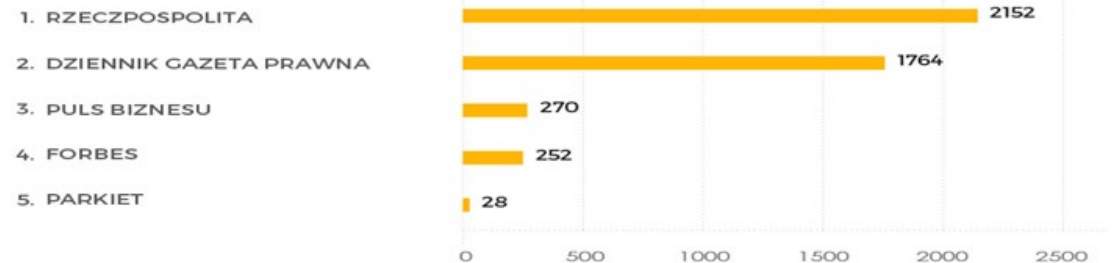


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

Podium najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych o profilu ekonomiczno – biznesowym za październik niezmiennie tworzą redakcje **Rzeczpospolitej**, **Dziennika Gazety Prawnej** i **Pulsu Biznesu**. Czwarte stałe miejsce zajmuje magazyn **Forbes**, a ranking zamyka **Parkiet**.

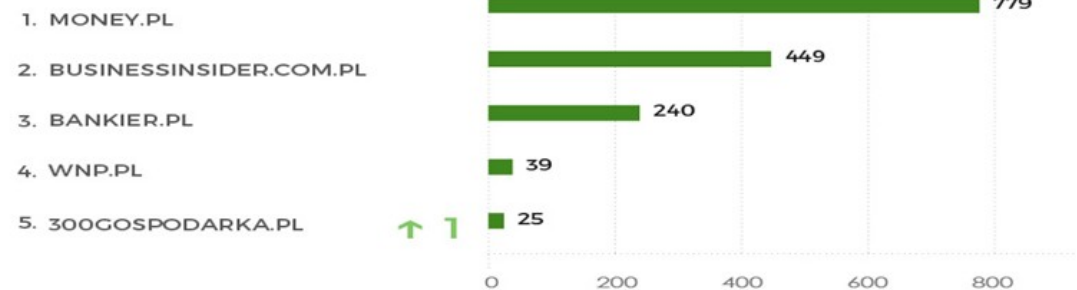
2 151
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

Wśród portali internetowych najczęściej cytowano kolejno: **Money.pl**, **Businessinsidder.com.pl**, **Bankier.pl**, **Wnp.pl** i **300gospodarka.pl**.



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Ze wzrostem o jedno oczko pierwsze miejsce rankingu najbardziej opiniotwórczych mediów regionalnych zajęła **Gazeta Karkowska** z wynikiem 140 cytowań w innych mediach. Drugie miejsce z awansem o cztery pozycje należy do **Radia Wrocław**, na które dziennikarze innych redakcji powoływali się 135 razy. Podium zamyka **Głos Wielkopolski** ze wzrostem aż o osiem oczek i finalną liczbą 125 odwołań w innych tytułach. Na miejscu czwartym uplasowało się **Radio Kraków** z wynikiem 92 cytowań, a zestawienie kategorii zamyka **Dziennik Zachodni**, na który inne media powoływały się 90 razy.



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 (IMM) 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