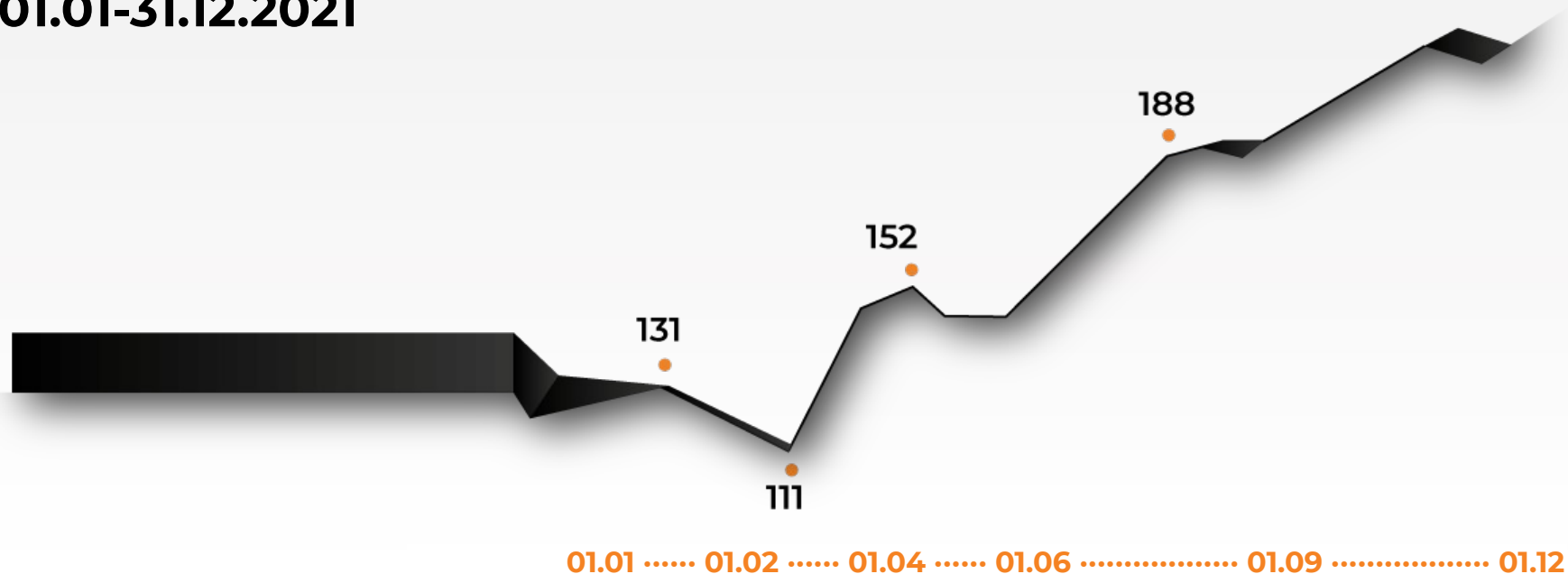


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01.01-31.12.2021



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 **TOP 15** najczęściej cytowanych mediów 2021 roku największy udział ma prasa – 33%, którą w rankingu reprezentują **Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza, Dziennik Gazeta Prawna, Super Express** i **Fakt**. Portale internetowe stanowią 27% udziału w głównym zestawieniu najbardziej opiniotwórczych mediów w kraju i są to kolejno **Onet, WP, Interia** oraz branżowy portal o tematyce finansowej **Money**. Po 20% przypada zarówno nadawcom telewizyjnym w kolejności **TVN24, Polsat News, TVPInfo**, jak i radiowym **RMF FM, Radio ZET** i **Polskie Radio 24**.

565 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

186 tys.

liczba cytowań
w portalach

111 tys.

liczba cytowań
w radiu

161 tys.

liczba cytowań
w prasie

107 tys.

liczba cytowań
w telewizji

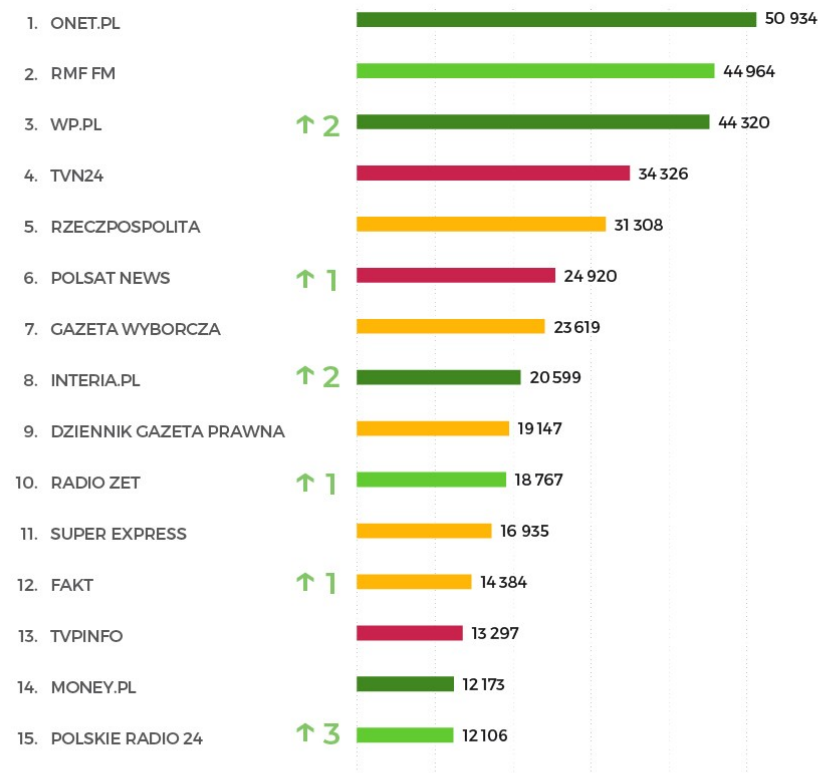
Analiza obejmuje przekazy, które nie są przeglądami mediów ani przedrukami.
Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

Pierwsze miejsce głównego zestawienia, podobnie jak w roku 2020, zajmuje redakcja **Onet**, na którą dziennikarze innych tytułów w Polsce powoływali się prawie 51 tys. razy. Miejsce drugie zajęła stacja **RMF FM**, której materiały cytowano w innych mediach niemal 45 tys. razy. Podium zajął portal **WP**, którego pozycja wzrosła o dwa oczka w stosunku do roku 2020. Duży wzrost cytowań odnotowała również **Interia**, której miejsce w rankingu **TOP 15** zmieniło się z dziesiątego na ósme. **Radio ZET** także było częściej wzmiankowane w 2021 niż w roku poprzednim – stacja zajęła dziesiąte miejsce ze wzrostem liczby materiałów o około 25% i zmianą pozycji o jedno oczko w górę. W zestawieniu głównym na miejscu piętnastym ze wzrostem o trzy oczka uplasowało się **Polskie Radio 24** - cytowania redakcji zwiększyły się aż o 54% rok do roku.

50,9 tys.
Onet
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

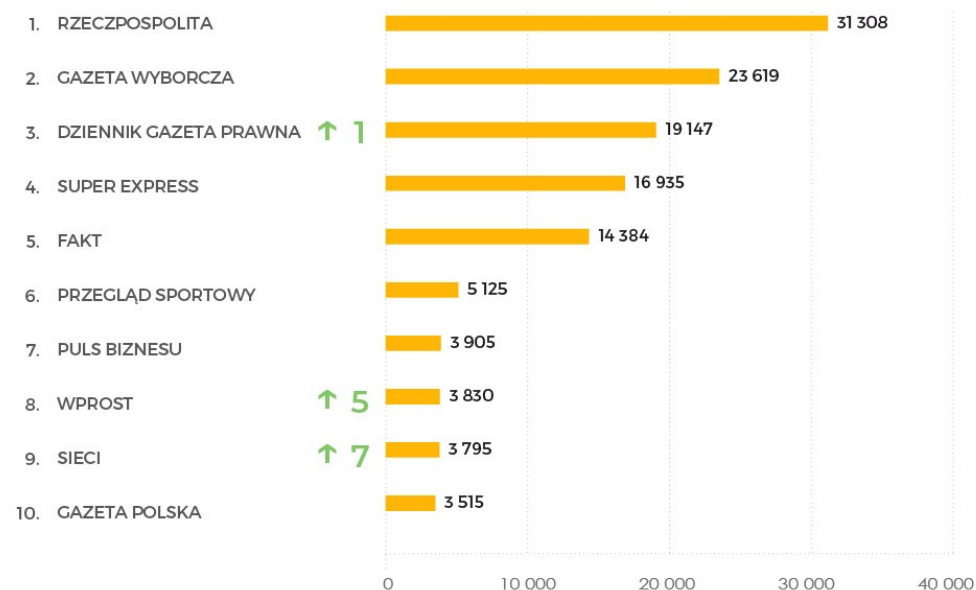


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

W kategorii najczęściej cytowanych tytułów prasowych 2021 pierwsze miejsce niezmiennie zajmuje **Rzeczpospolita**, na której artykuły inne media powoływały się w ubiegłym roku 31,3 tys. razy. Drugie miejsce w rankingu zajmuje **Gazeta Wyborcza** z liczbą 23,6 tys. powołań w innych tytułach mediowych. Trzecie miejsce zaś ze wzrostem o jedno oczko w stosunku do 2020 roku zajął **Dziennik Gazeta Prawna**, do którego w ubiegłym roku inne media odnosiły się ponad 19 tys. razy.

31,3 tys.
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

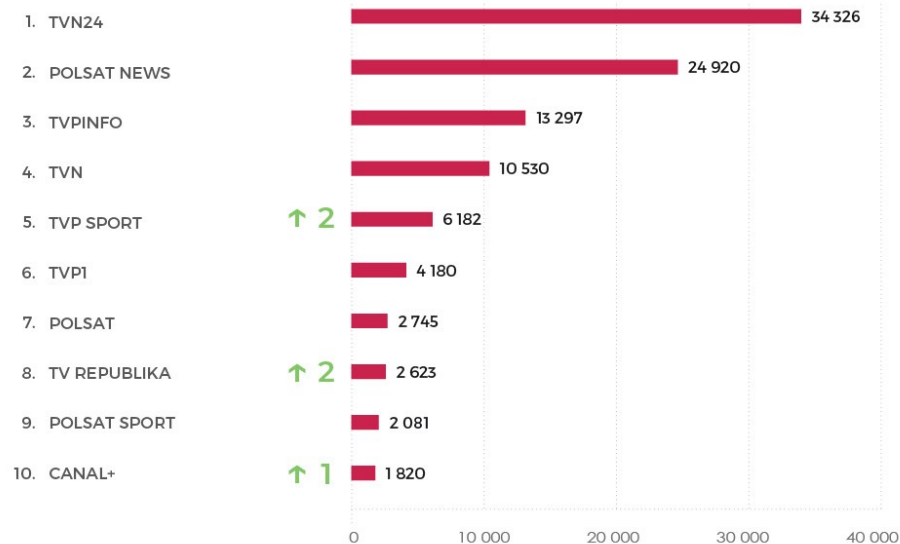


TELEWIZJA – TOP 10

Podium najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych otwiera **TVN24**, cytowany w 2021 roku łącznie 34,3 tys. razy. Na drugim miejscu zestawienia znalazł się **Polsat News** z wynikiem prawie 25 tys. wzmianek, podium zamyka **TVP Info**, które uzyskało wynik 13,2 tys. powołań w innych mediach. O dwie pozycje wyżej w porównaniu do roku 2020 znalazła się telewizja **TVP Sport** i **TV Republika**. Do rankingu za rok 2021 zakwalifikowała się również stacja **Canal+** z liczbą 1,8 tys. wzmianek z całego roku.

34,3 tys.
TVN24
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



RADIO – TOP 10

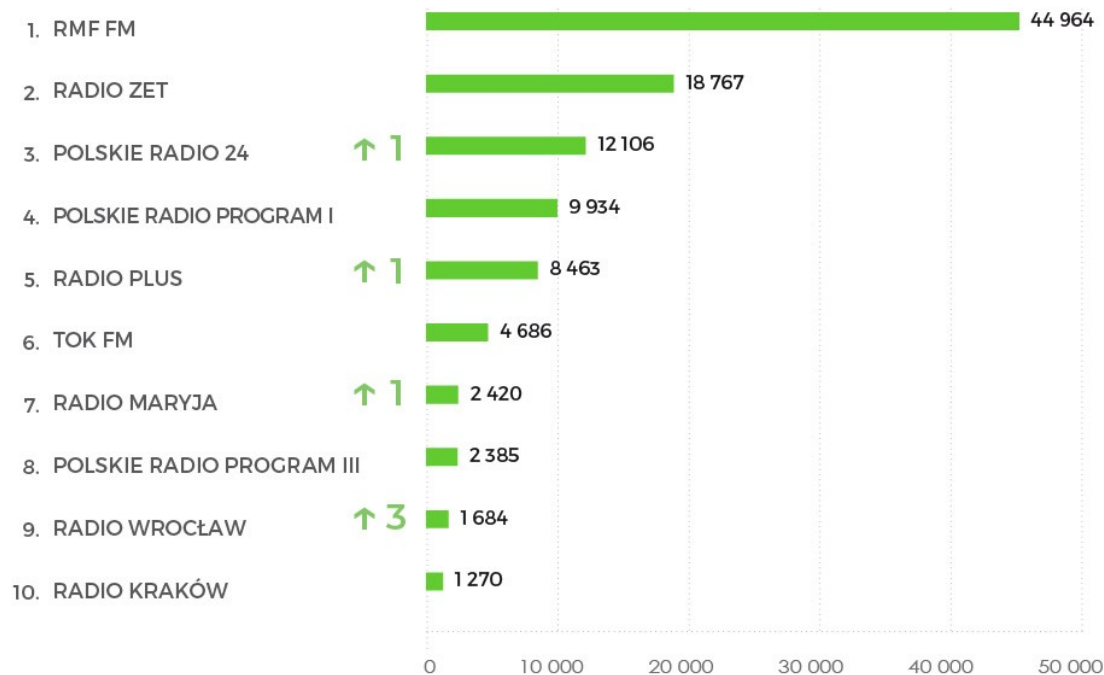
Najbardziej opiniotwórczą stacją radiową w kraju jest **RMF FM**, na którą w 2021 roku dziennikarze innych redakcji powoływali się prawie 45 tys. razy. Na drugim miejscu **Radio ZET** z wynikiem 18,7 tys. odwołań a podium zamyka **Polskie Radio 24** z liczbą ponad 12 tys. cytowań. O jedno oczko wzrosła również pozycja **Radia Plus** i **Radia Maryja**, które kolejno występują w rankingu na miejscach piątym i siódmym. W rankingu nie zabrakło również miejsca na rozgłośnie regionalne – miejsce dziewiąte zajęło **Radio Wrocław** z wynikiem prawie 1,7 tys. cytowań w innych mediach i wzrostem aż o trzy oczka w stosunku do roku 2020, a tuż za nim uplasowało się **Radio Kraków**.

44,9 tys.

RMF FM

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

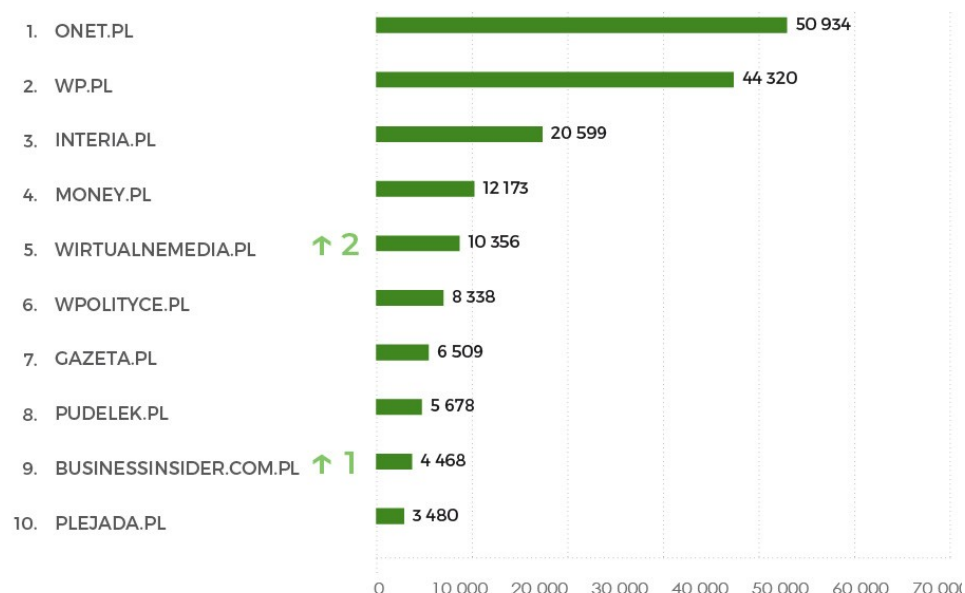


PORTALE – TOP 10

Na czele kategorii najbardziej opiniotwórczych portali internetowych występuje **Onet**, a za nim kolejno **WP** i **Interia**. Na miejscu piątym ze wzrostem o dwa oczka i większą aż o 56% liczbą odwołań w stosunku do roku 2020 znalazł się portal branżowy **Wirtualnedia** – cytowany w 2021 roku ponad 10 tys. razy. Z miejsca dziesiątego na dziewiąte zmieniła się także pozycja serwisu o tematyce biznesowej - **Businessinsider**.

50,9 tys.
Onet
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

Pierwsze miejsce kategorii najbardziej opiniotwórczych tygodników i dwutygodników w Polsce zajął **Wprost** ze wzrostem o jedno oczko w stosunku do roku 2020 i łączną liczbą 3,8 tys. cytowań. Na miejscu drugim uplasował się społeczno-polityczny tygodnik **Sieci**, którego pozycja wzrosła o dwa miejsca. Podium zamyka tytuł **Gazeta Polska**, czwarte miejsce należy do tygodnika **Do Rzeczy**, a ranking zamyka **Newsweek**.

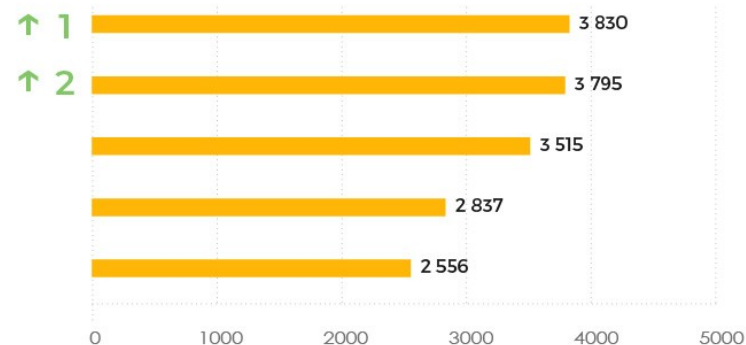
3 830

↑1

Wprost
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

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



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Numerem jeden 2021 roku w kategorii najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników jest **Forbes**, na który dziennikarze innych mediów powoływali się ponad 3 tys. razy. Miejsce drugie ze wzrostem o jedno oczko w stosunku do roku 2020 należy do magazynu **Press**. Miesięcznik **Perspektywy** zajął pozycję czwartą, na piątym miejscu znajduje się **Twój Styl**, a ranking zamyka popularnonaukowe pismo **Focus**.

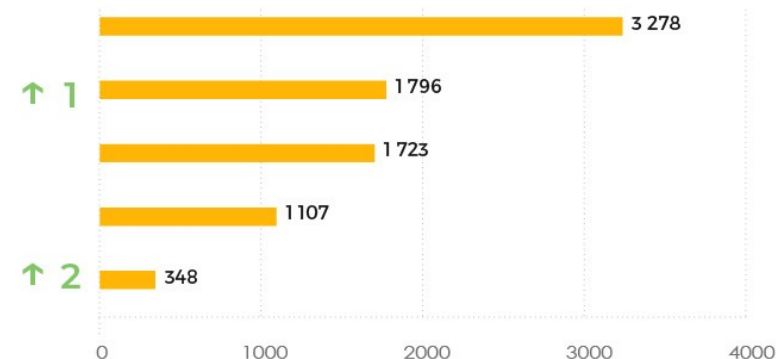
3 278

Forbes

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

1. FORBES
2. PRESS
3. PERSPEKTYWY
4. TWÓJ STYL
5. FOCUS

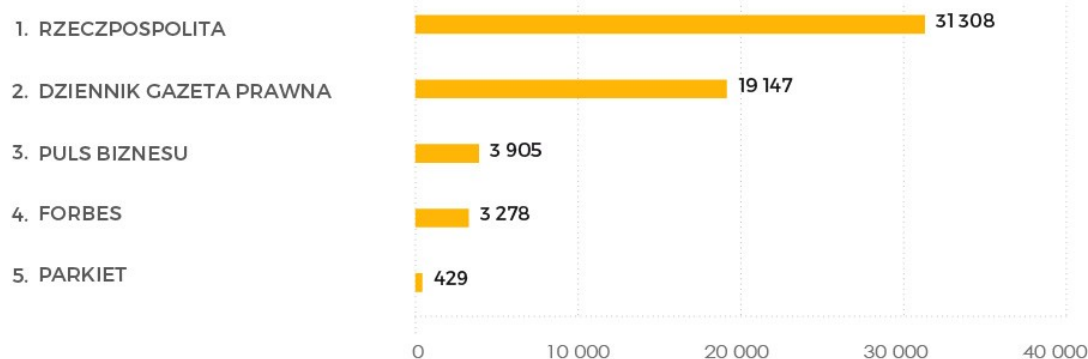


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

Na podium najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych w kategorii mediów ekonomicznych i biznesowych znalazła się **Rzeczpospolita**, a za nią **Dziennik Gazeta Prawna**. Miejsce trzecie podobnie jak w roku 2020 zajmuje **Puls Biznesu**, czwarte należy do **Forbes**, a zestawienie zamyka gazeta **Parkiet**.

31,3 tys.
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

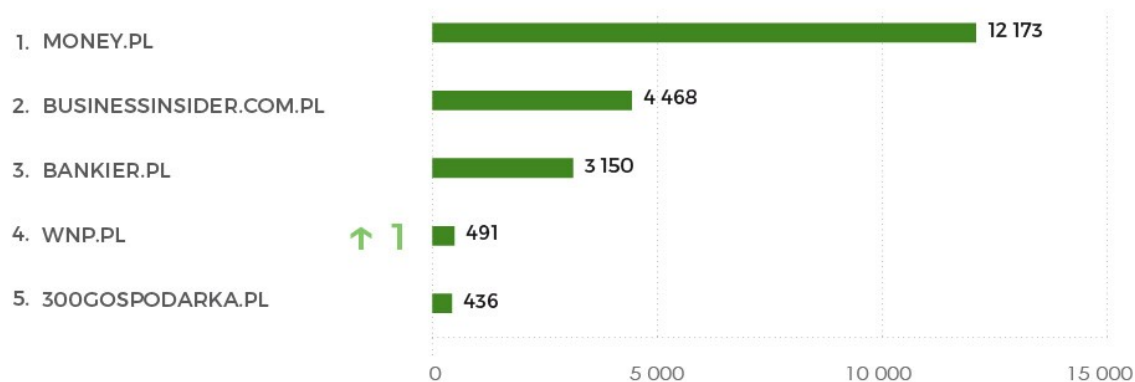


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

Ranking najbardziej opiniotwórczych portali ekonomicznych i biznesowych otwiera **Money** z wynikiem ponad 12 tys. cytowań. Drugie miejsce należy do **Businessinsider** (4,4 tys. cytowań), a podium zamyka **Bankier**, na który inne media powoływały się 3,1 tys. razy. Wzrost o jedno oczko w rankingu zanotował portal **WNP**. Ranking zamyka zaś portal **300Gospodarka**.

12,1 tys.
Money
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Pierwsze miejsce kategorii najbardziej opiniotwórczych mediów regionalnych zajmuje **Radio Wrocław**, którego liczba cytowań wzrosła aż o 56% rok do roku – skok o siedem w stosunku do 2020 roku. Drugie miejsce w rankingu zajęła **Gazeta Krakowska**, której pozycja wzrosła aż o trzy oczka w stosunku do roku 2020. Na publikowane przez redakcje materiały inne media powoływały się ponad 1,3 tys. razy. Podium zamyka **Radio Kraków** z wynikiem 1,2 tys. cytowań w innych tytułach. Miejsce czwarte ze wzrostem o jedno oczko i liczbą ponad 1 tys. wzmianek należy do **Dziennika Zachodniego**, a zestawienie zamyka kolejny tytuł z repertuaru Polska Press – **Głos Wielkopolski**.



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

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



www.imm.com.pl

DANE KONTAKTOWE DLA MEDIÓW:

Sylwia Dobkowska
Kierownik Działu PR & Marketingu
@: sdobkowska@imm.com.pl
kom.: +48 502 422 574