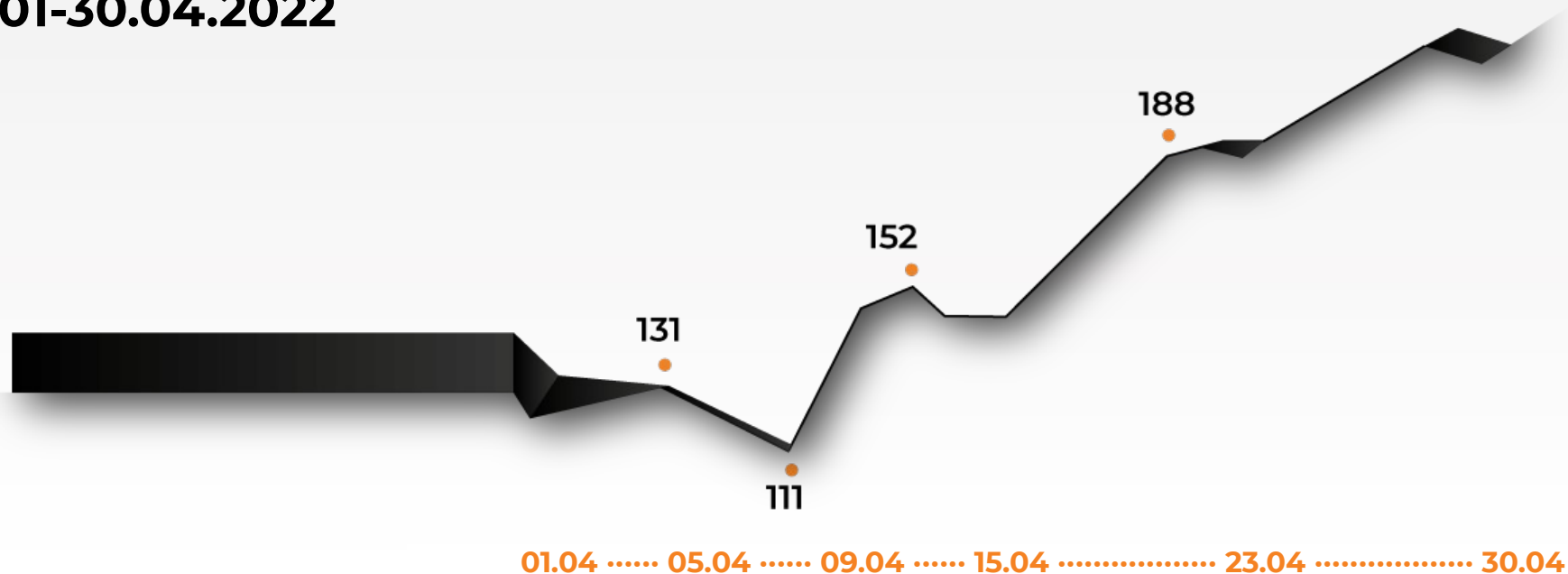


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-30.04.2022



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 - PRASA - TOP 5

12 | MEDIA EKONOMICZNE - 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.

27 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

8,5 tys.

liczba cytowań
w portalach

4,7 tys.

liczba cytowań
w radiu

9,2 tys.

liczba cytowań
w prasie

4,6 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 rankingu najczęściej cytowanych mediów w kwietniu pierwsze miejsce zajęła stacja **RMF FM** (1 789 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Rzeczpospolitej** (1 718 cytowań), podium zamyka portal **Onet** z wynikiem 1 716 cytowań.

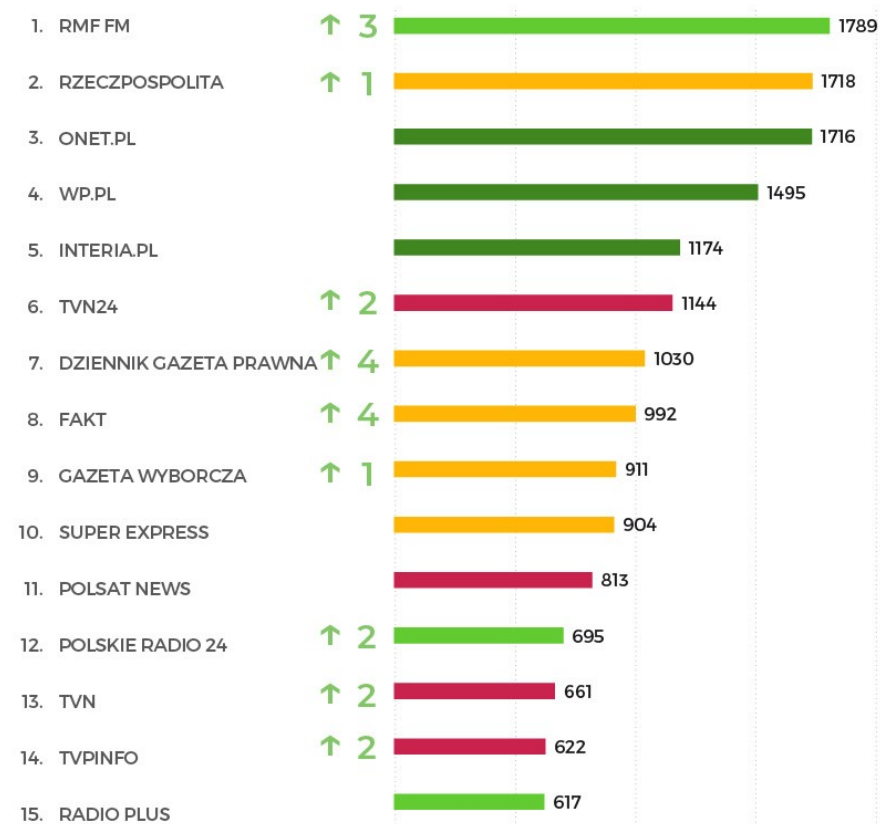
1 789

↑2

RMF FM

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

Liderem wśród tytułów prasowych podobnie do poprzednich miesięcy pozostaje **Rzeczpospolita**. Drugie miejsce z wynikiem ponad 1 tys. cytowań zajmuje **Dziennik Gazeta Prawna**, a podium zamyka **Fakt**, na którego informacje inne redakcje w kraju powoływały się 992 razy.

1 718
Rzeczpospolita

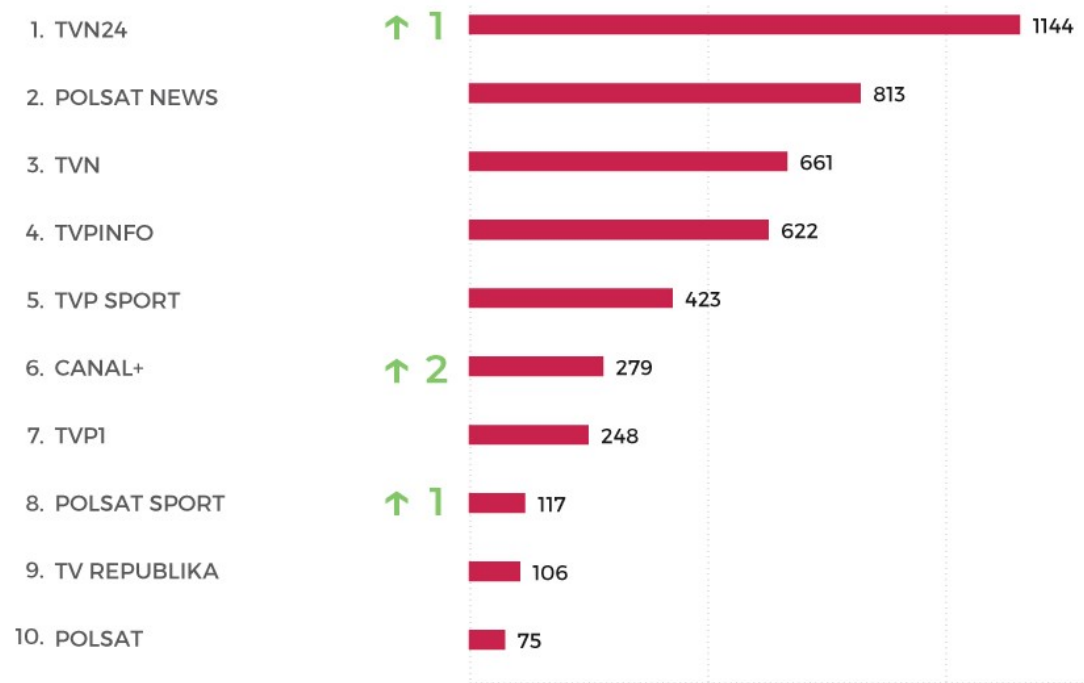
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



TELEWIZJA – TOP 10

Na pierwsze miejsce w kategorii najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych powraca **TVN24** z wynikiem 1,1 tys. powołań. Drugie miejsce w rankingu zajmuje **Polsat News** cytowany przez innych dziennikarzy 813 razy, natomiast podium podobnie jak w zeszłym miesiącu zamyka **TVN** z liczbą 661 wzmianek w innych tytułach.

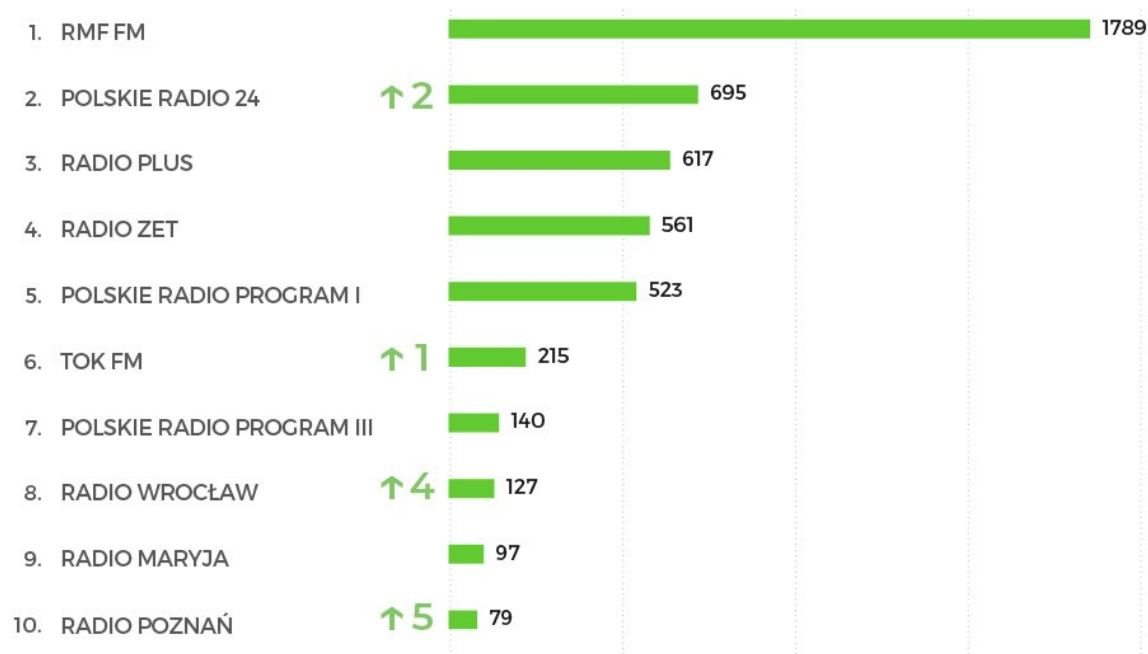


RADIO – TOP 10

Liderem najbardziej opiniotwórczych stacji radiowych niezmiennie pozostaje **RMF FM** z wynikiem prawie 1,8 tys. cytowań w innych mediach. Na miejsce drugie w rankingu awans odnotowuje **Polskie Radio 24** z liczbą 695 powołań. Podium kwietniowego zestawienia podobnie jak w poprzednim miesiącu zamyka **Radio Plus** (617 cytowań).

1 789
RMF FM
liczba cytowań

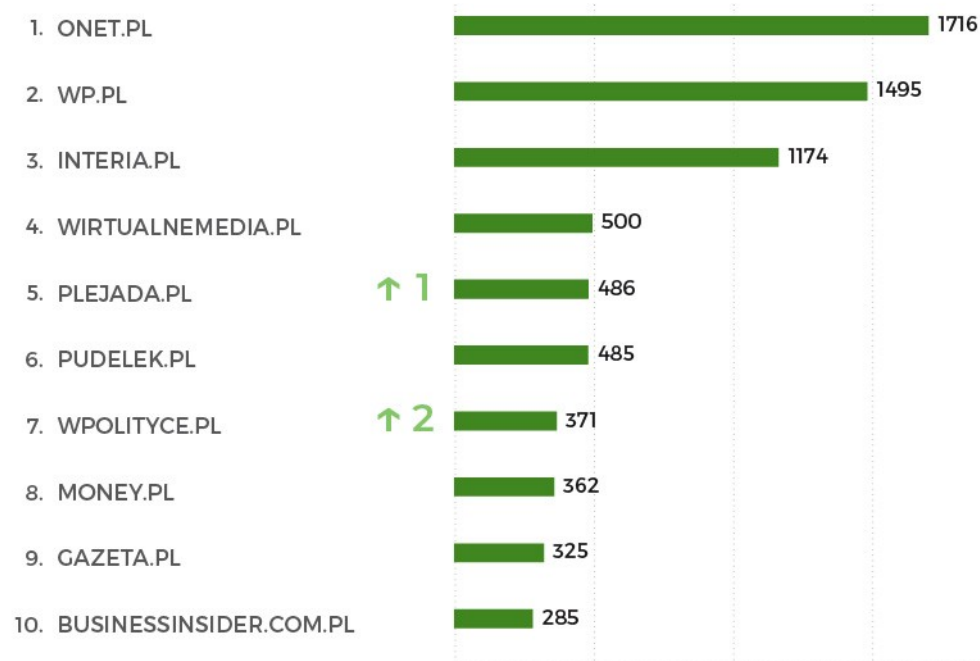
we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



PORTALE – TOP 10

Pierwsze miejsce w rankingu portali internetowych utrzymuje **Onet**, na którego informacje dziennikarze innych tytułów mediowych powoływali się w kwietniu 1,7 tys. razy. Na drugim miejscu znalazła się **Wirtualna Polska** z wynikiem prawie 1,5 tys. powołań. Podium jak dotychczas zamyka **Interia**, tym razem z liczbą 1,2 tys. cytowań.

1 716
Onet
 liczba cytowań
 we wszystkich monitorowanych
 na potrzeby raportu źródłach
 w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W kwietniu pierwsze miejsce w rankingu tygodników i dwutygodników zajmuje **Sieci**. Na drugim miejscu ponownie znajduje się **Viva** z liczbą 316 cytowań. Awans o dwie pozycje oraz trzecie miejsce w zestawieniu zanotował dwutygodnik **Do Rzeczy** (202 wzmianki).

353

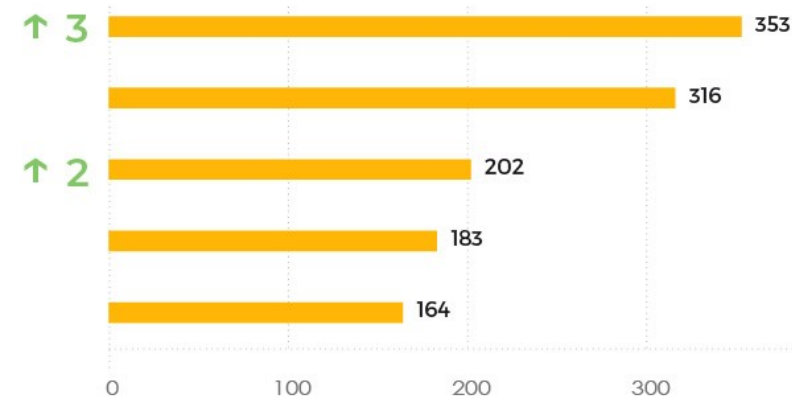
↑3

Sieci

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

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



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Forbes z wynikiem 216 cytowań utrzymuje pierwsze miejsce wśród najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników. Na drugie miejsce w rankingu awansował miesięcznik **Press** z liczbą 85 powołań, natomiast podium zamyka **Twój Styl** wzmiankowany 65 razy.

216
Forbes
 liczba cytowań
 we wszystkich monitorowanych
 na potrzeby raportu źródłach
 w analizowanym okresie

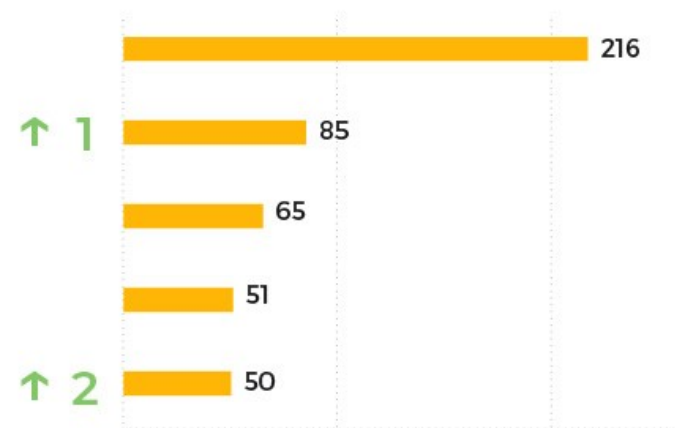
1. FORBES

2. PRESS

3. TWÓJ STYL

4. PERSPEKTYWY

5. ZWIERCIADŁO



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych o tematyce ekonomiczno-biznesowej, w kwietniu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (1 718 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Dziennikowi Gazecie Prawnej** (1 030 cytowań), podium zamyka **Forbes** z wynikiem 216 wzmianek.

1 718
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

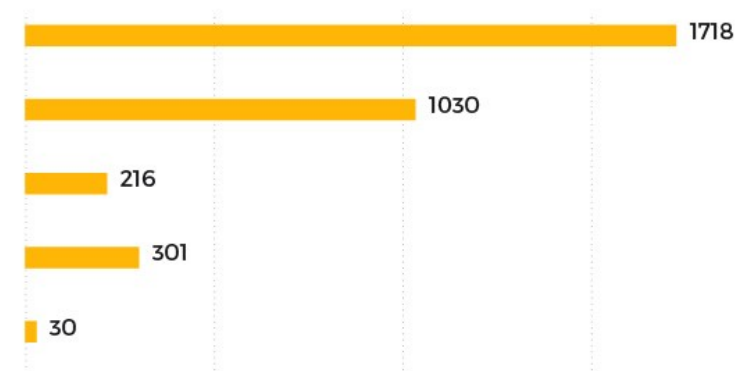
1. RZECZPOSPOLITA

2. DZIENNIK GAZETA PRAWNA

3. FORBES

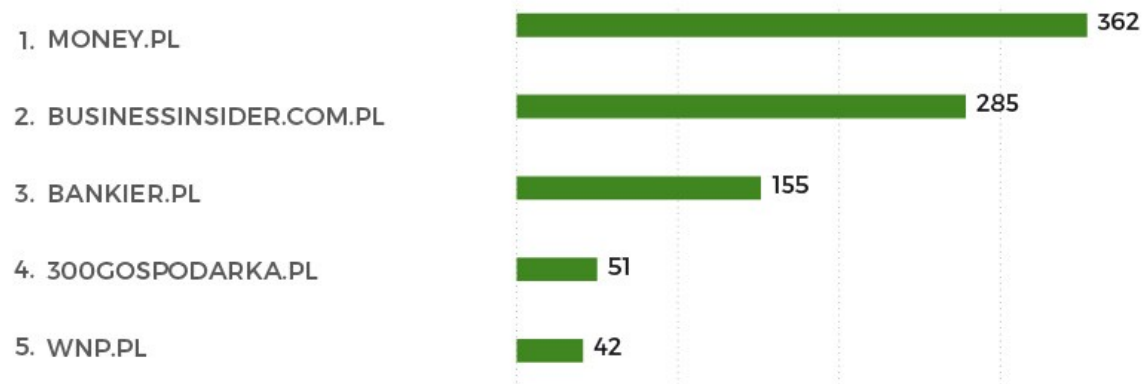
4. PULS BIZNESU

5. PARKIET



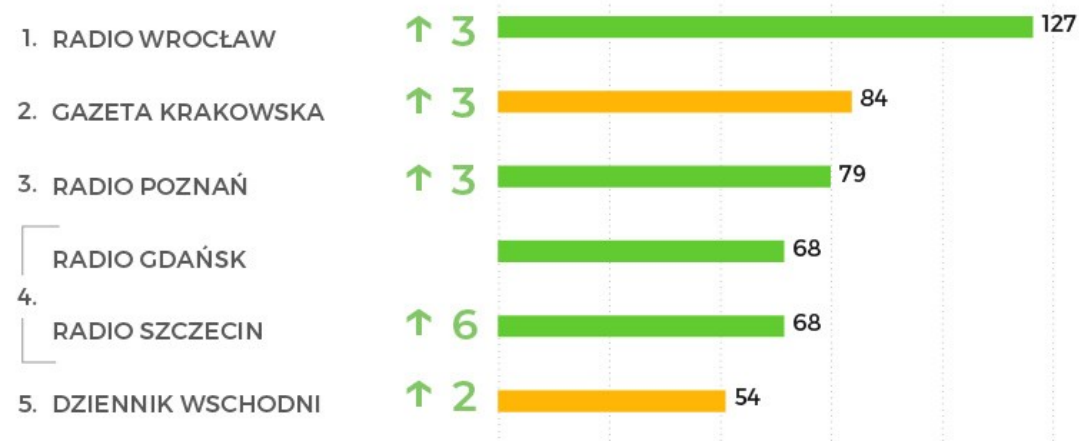
MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych portali ekonomiczno-biznesowych w kwietniu pierwsze miejsce zajął **Money** (362 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Business Insider** (285 cytowań), podium zamyka **Bankier** z wynikiem 155 cytowań.



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Z awansem o trzy miejsca pozycję lidera mediów regionalnych zajmuje **Radio Wrocław**, na które pozostałe media powoływały się aż 127 razy. Na drugim miejscu, także ze wzrostem o trzy miejsca w rankingu, uplasowała się **Gazeta Krakowska**. Pozostałe redakcje w kwietniu powoływały się na to medium 84 razy. Zaledwie kilka cytowań mniej odnotowało **Radio Poznań**, które zamyka podium.



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 również 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/ lub 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 lub radiową, portal internetowy, ale w różnych kontekstach, w końcowym zestawieniu pod uwagę brane jest to jako jedno wystąpienie - cytaty 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 – gazeta lub stacja powołuje się na doniesienia własne lub mediów z tej samej grupy kapitałowej, np. jeśli serwis internetowy Plejada powołuje się na informacje opublikowane w portalu informacyjnym Onet i odwrotnie (Grupa Onet), bądź dane redakcje mają organy zarządzające powoływane przez to same gremium;
- zostały opublikowane w gazecie, na strukturę której składają się w większości przedruki z innych gazet, jak np. Angora;
- są powtórzeniami całych programów danej stacji telewizyjnej lub radiowej;
- stanowią komentarz do zdjęcia bądź okładki prasowej, jeśli komentarz ten nie omawia bezpośrednio artykułu;
- są informacjami, których źródłem są agencje informacyjne oraz portale o charakterze agregatorów treści;
- są duplikatami treści pochodzącymi z tego samego źródła internetowego - domeny lub grup domen

Analiza obejmuje ponad 1100 gazet i czasopism, wybrane programy w stacjach telewizyjnych (TVP1, TVP2, TVP Info, TVN, TVN24, TVN24BiS, TVN Turbo, Polsat, Polsat News, Polsat News 2) i rozgłośniach radiowych (PR1, PR3, PR4, RDC, Radio Maryja, RMF FM, Radio Zet, TOK FM i Muza.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 już 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 narzędzia do efektywnego mierzenia i raportowania wyników działań komunikacyjnych w mediach, planowania strategii PR oraz przeciwdziałania kryzysom wizerunkowym. Firma obsługuje tysiące klientów z kraju i zagranicy – międzynarodowe korporacje, małe firmy, instytucje, administrację publiczną, organizacje pozarządowe, agencje PR, agencje marketingowe, marki osobiste, artystów oraz sportowców.

ANALIZY NA ŻYCZENIE

IMM od lat posiada wykwalifikowany zespół analityków, który realizuje także raporty specjalne i zaawansowane analizy na życzenie. Aby złożyć zamówienie, prosimy o kontakt



(+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
502 422 574

