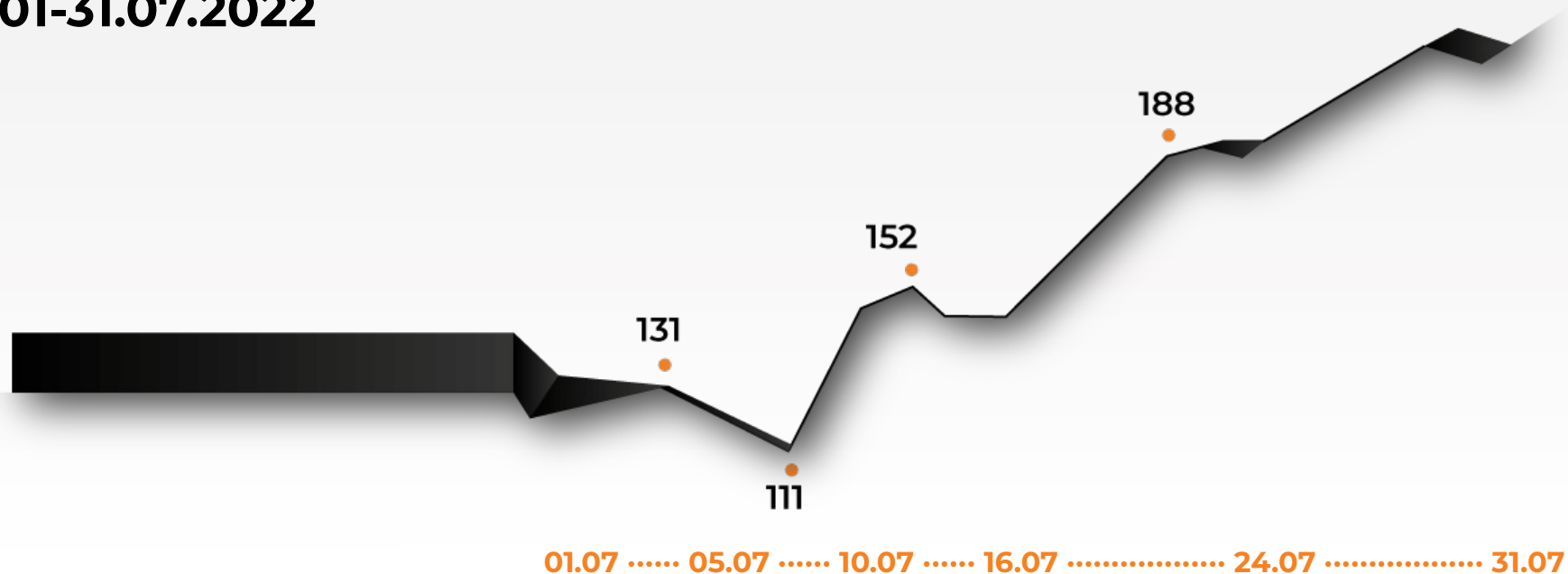


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.07.2022



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 BIZNESOWE - PRASA - TOP 5
- 12 |** MEDIA BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5
- 13 |** MEDIA REGIONALNE – TOP 5
- 15 |** METODOLOGIA BADANIA
- 16 |** DANE KONTAKTOWE

WPROWADZENIE

Analizę częstotliwości cytowań poszczególnych mediów przez inne media przeprowadzono na podstawie publikacji prasowych, programów telewizyjnych i radiowych oraz materiałów z portali internetowych. Wśród piętnastu najbardziej opiniotwórczych mediów znajduje się zarówno pięć portali internetowych, jak i pięć tytułów prasowych – każde stanowi 33% udziału. Są to kolejno: **Wirtualna Polska, Onet, Interia, Pudelek, Wirtualnedia, Rzeczpospolita, Super Express, Gazeta Wyborcza, Dziennik Gazeta Prawna** i **Fakt**. Telewizję (21%) reprezentują trzy stacje: **TVN24, Polsat News** oraz **TVP Info**. Rozgłośnie radiowe (13%) są zaś tylko dwie: **RMF FM** i **Polskie Radio 24**.

29,9 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

9,4 tys.

liczba cytowań
w portalach

4,1 tys.

liczba cytowań
w radiu

10,7 tys.

liczba cytowań
w prasie

5,7 tys.

liczba cytowań
w telewizji

Analiza obejmuje przekazy, które nie są przeglądami mediów ani przedrukami.

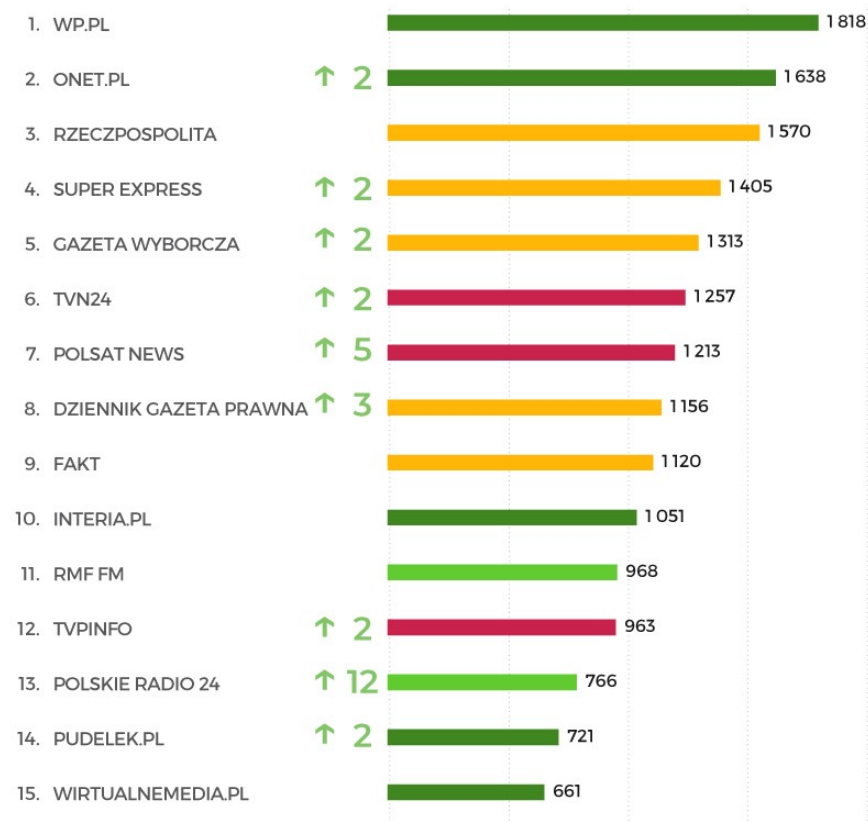
Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

Wirtualna Polska drugi miesiąc z rzędu zajmuje pozycję najbardziej opiniotwórczego medium w kraju. Na redakcję inne tytuły mediowe powoływały się między innymi za sprawą przeprowadzonego przez United Surveys badania na zlecenie portalu, z którego wynikało, że gdyby wybory odbyły się w analizowanym wówczas czasie, Zjednoczona Prawica mogłaby nie osiągnąć samodzielnej większości w Sejmie. Z awansem o dwa oczka na drugim miejscu znalazł się portal **Onet**. Podium zestawienia zamyka dziennik **Rzeczpospolita**.

1 818
Wirtualna Polska
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

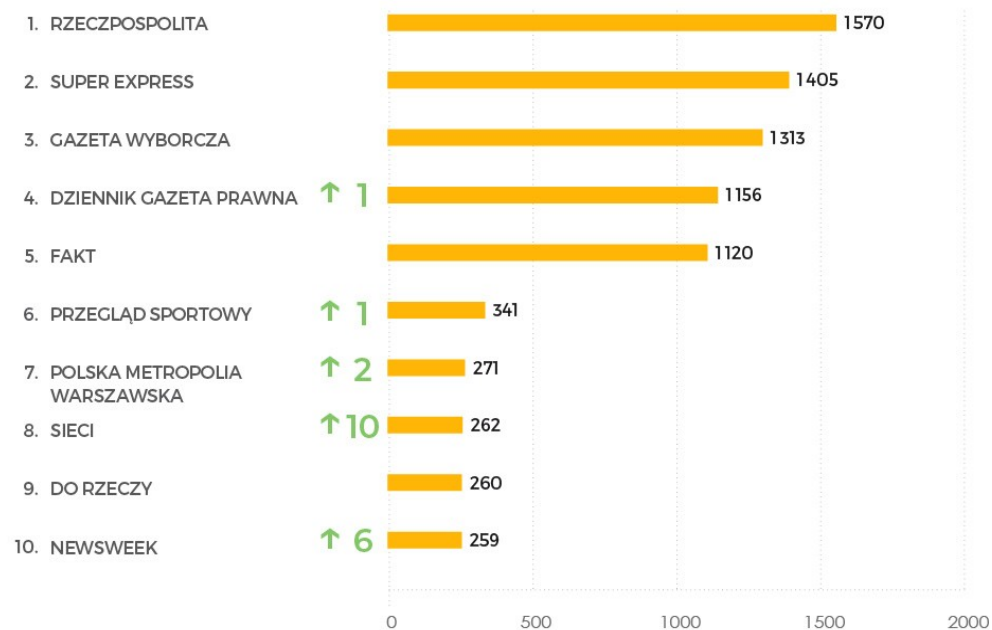


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

Rzeczpospolita utrzymuje się na pierwszym miejscu wśród najbardziej opiniotwórczych mediów prasowych. Informacje dziennika inne redakcje w kraju wzmiankowały ponad 1,5 tys. razy – stosunkowo często publikacje dotyczyły Ukraińców, których, jak wskazuje gazeta, gotowość podjęcia pracy w Polsce jest większa niż w Czechach i Rumunii. Miejsce drugie i trzecie kolejno zajmują **Super Express** (1,4 tys.) i **Gazeta Wyborcza** (1,3 tys.).

1 570
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

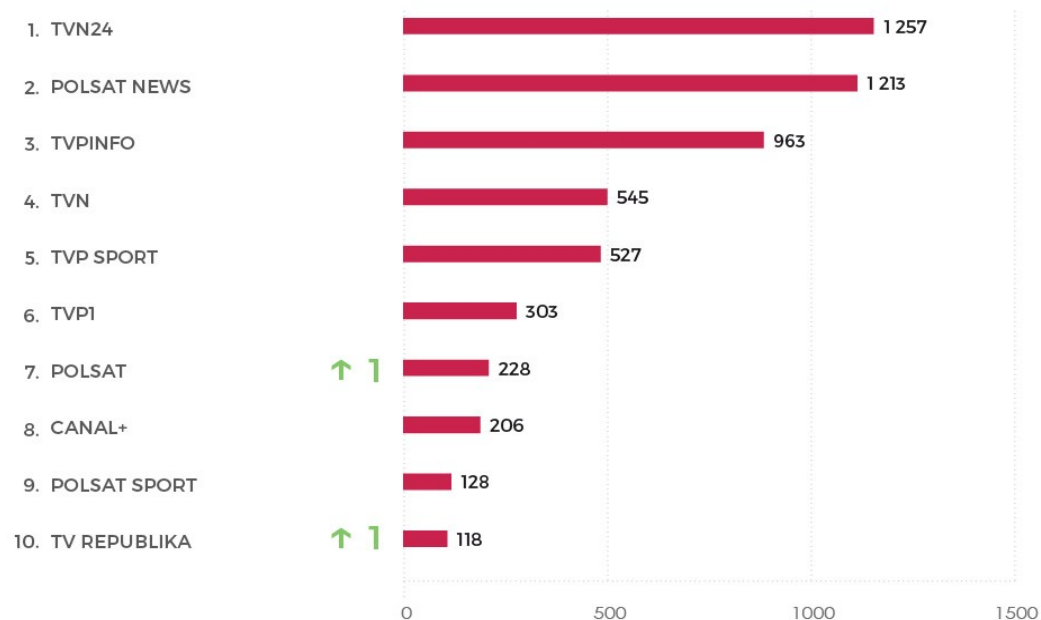


TELEWIZJA – TOP 10

Pierwsze miejsce wśród stacji telewizyjnych, podobnie jak w ubiegłym miesiącu, zajmuje **TVN24**, na który dziennikarze innych mediów powoływali się w lipcu ponad 1,2 tys. razy. Redakcja jako pierwsza poinformowała za pośrednictwem Karola Blajerskiego, prokuratora i rzecznika Prokuratury Regionalnej w Lublinie o możliwej śmierci Andrzeja I. – właściciela firmy handlującej bronią, który w 2020 r. miał dostarczyć Polsce respiratory. Drugie miejsce niezmiennie w stosunku do czerwca należy do stacji **Polsat News** (1,2 tys. cytowań), a podium także ponownie zamyka **TVP Info** (963).

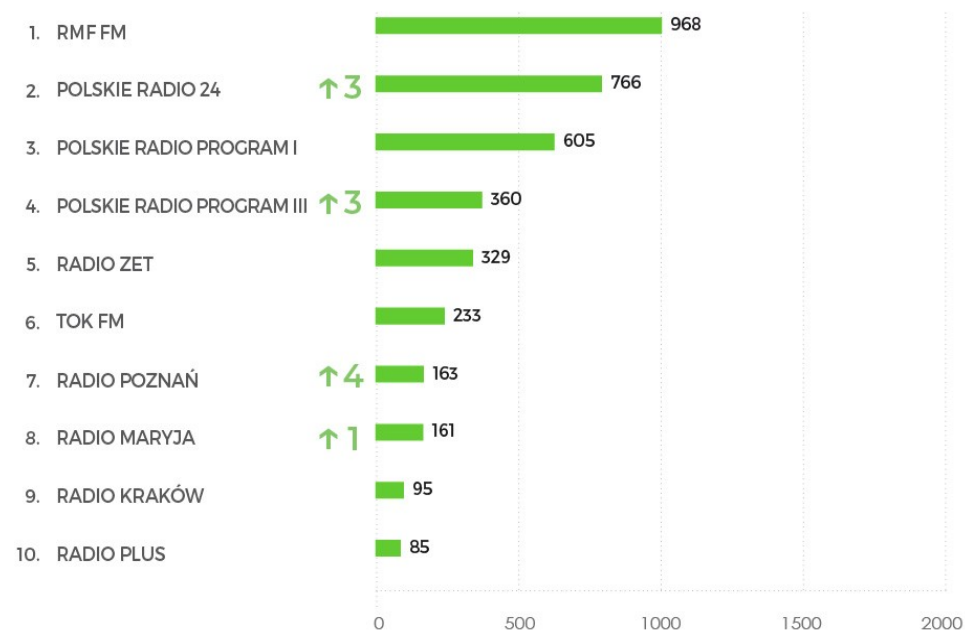
1 257
TVN24
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



RADIO – TOP 10

Radio **RMF FM** jest najbardziej opiniotwórczą stacją radiową w Polsce – w lipcu na redakcje inne media powoływały się 968 razy. Dziennikarze rozgłośni jako pierwsi poinformowali o morderstwie profesora Akademii Górniczo-Hutniczej Jana Targosza. Drugie miejsce ze wzrostem o trzy oczka należy do **Polskiego Radia 24**, które inne media cytowały wówczas 766 razy. Podium zamyka zaś **Program I Polskiego Radia** (605 wzmianek), a miejsce czwarte zajął z kolei **Program III Polskiego Radia** (360) także ze skokiem o trzy pozycje.

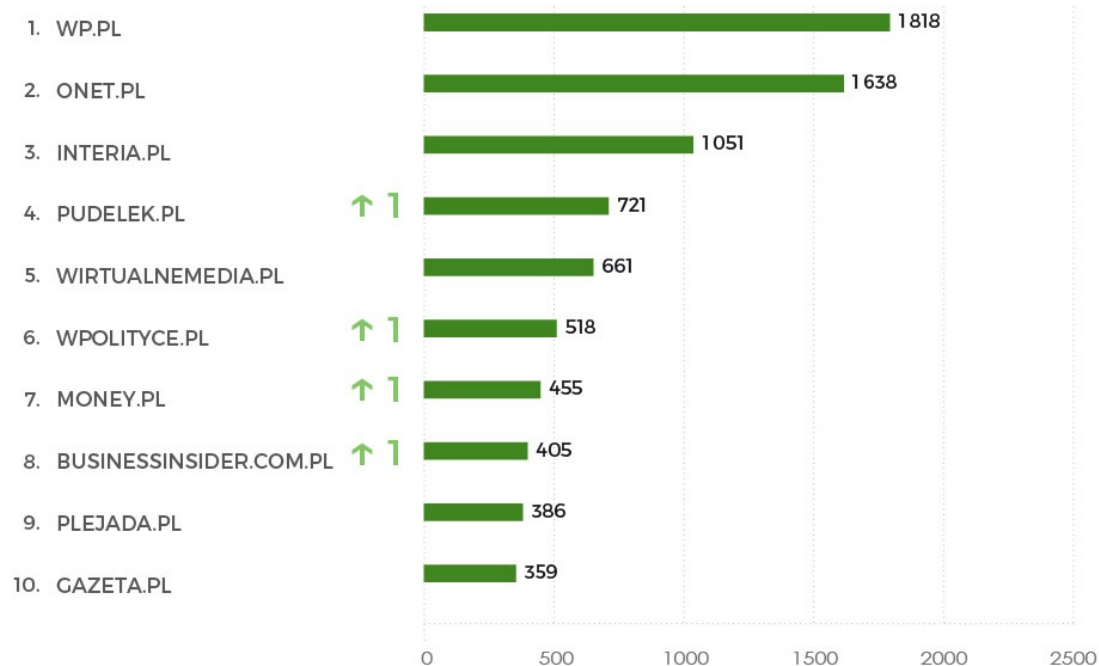


PORTALE – TOP 10

Wirtualna Polska (1,8 tys.) utrzymuje pozycję lidera wśród najbardziej opiniotwórczych portali internetowych w Polsce, za nią **Onet** (1,6 tys.), a podium niezmiennie w stosunku do ubiegłego miesiąca zamyka **Interia** (1 tys.).

1 818
Wirtualna Polska
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

Sieci są najbardziej opiniotwórczym medium wśród polskich tygodników i dwutygodników – w lipcu gazeta odnotowała wzrost o sześć pozycji i zajęła pierwsze miejsce w rankingu z liczbą 262 cytowań w innych mediach. Większość wzmianek dotyczyła rozmowy redakcji z wicepremierem i ministrem obrony narodowej Mariuszem Błaszczakiem na temat przyszłości i wyposażenia sprzętowego polskiej armii. Miejsce drugie należy do konserwatywno-liberalnego tygodnika **Do Rzeczy**, na którego informacje inni dziennikarze w Polsce powoływali się w okresie całego miesiąca łącznie 260 razy. Podium natomiast zamyka **Newsweek** z liczbą 259 wzmianek w innych tytułach i wzrostem o trzy oczka w odniesieniu do czerwca.

262

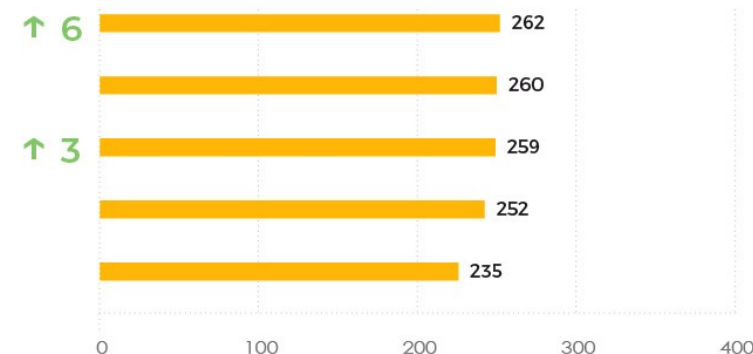
↑6

Sieci

liczba cytowań

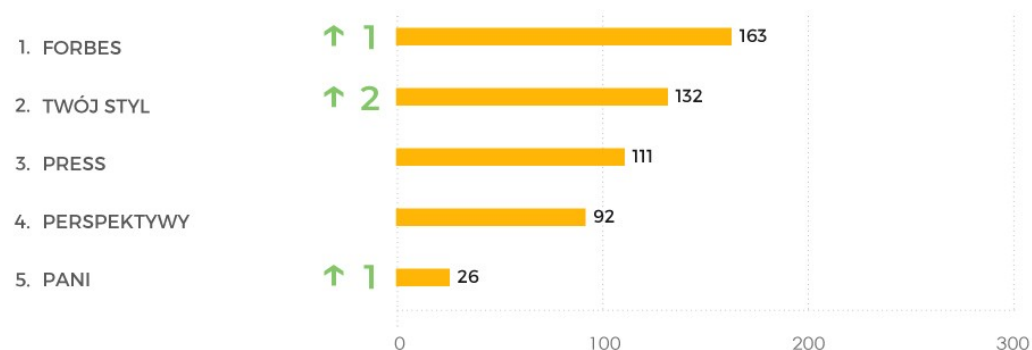
we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

1. SIECI
2. DO RZECZY
3. NEWSWEEK
4. VIVA
5. WPROST



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Magazyn **Forbes** ponownie otwiera ranking najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników z liczbą 163 odwołań w innych mediach. Za nim **Twój Styl**, który w lipcu cytowano łącznie 132 razy – głównie były to wywiady redakcji z piosenkarką Sylwią Grzeszczak i aktorką Katarzyną Zielińską. Branżowy dwumiesięcznik **Press** adresowany do dziennikarzy i specjalistów ds. komunikacji znalazł się na miejscu trzecim z wynikiem 111 wzmianek w innych mediach.

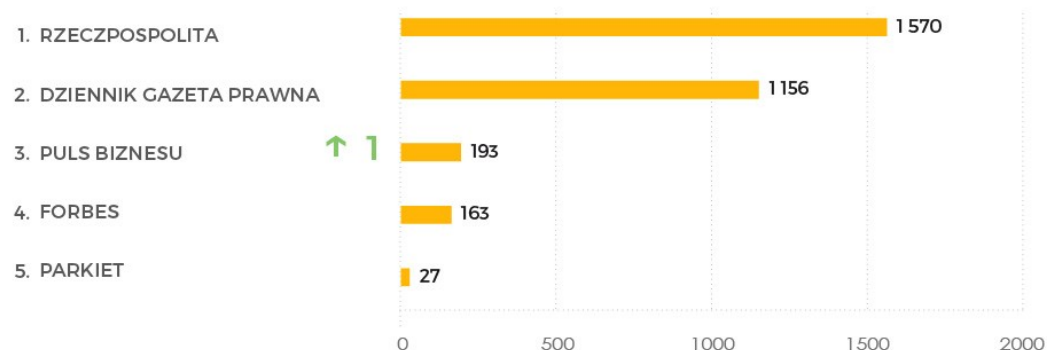


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

Na podium najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych o profilu ekonomiczno-biznesowym niezmiennie utrzymuje się **Rzeczpospolita**. Kolejne miejsce podobnie jak w zeszłym miesiącu zajmuje **Dziennik Gazeta Prawna**, a podium ze wzrostem o jedno oczko należy do **Pulsu Biznesu**. Na redakcję inni dziennikarze w kraju stosunkowo najczęściej powoływali się w sprawie publikacji zestawienia Global Complexity Index 2022 (TMF Group) krajów, w których najtrudniej działać przedsiębiorcom (Polska znalazła na 10. miejscu na świecie i na 4. w Europie).

1 570
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

Liderem w zestawieniu portali biznesowych pozostaje **Money** (455 cytowań). Dalej **Business Insider Polska** (405) i **Bankier** (143). Awans o jedno miejsce odnotowuje **Wnp** (44), a TOP 5 zamyka **300gospodarka** (28).

455
Money
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

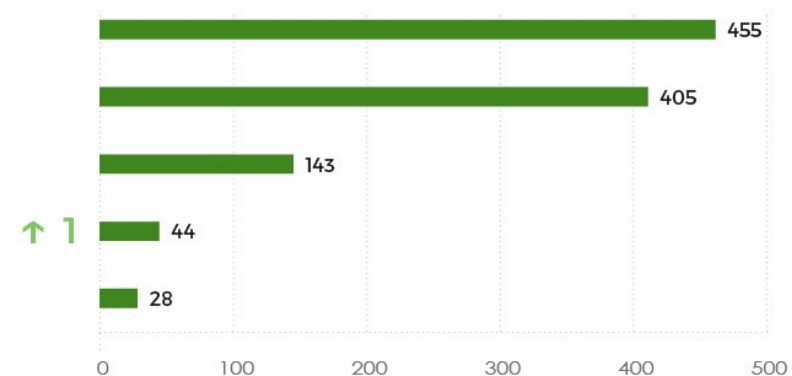
1. MONEY.PL

2. BUSINESSINSIDER.COM.PL

3. BANKIER.PL

4. WNP.PL

5. 300GOSPODARKA.PL



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Miejsce pierwsze w rankingu najczęściej cytowanych w kraju mediów regionalnych zajmuje **Polska Metropolia Warszawska**. Na gazetę w lipcu powoływano się łącznie 271 razy. Drugie miejsce w rankingu należy do **Radia Poznań** (163) – stacja odnotowała tym samym wzrost o dwa oczka w stosunku do czerwca. Podium zamyka **Radio Kraków** które odnotowało 95 wzmianek w innych tytułach w kraju.

271

Polska Metropolia Warszawska

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

1. POLSKA METROPOLIA
WARSZAWSKA

2. RADIO POZNAŃ

3. RADIO KRAKÓW

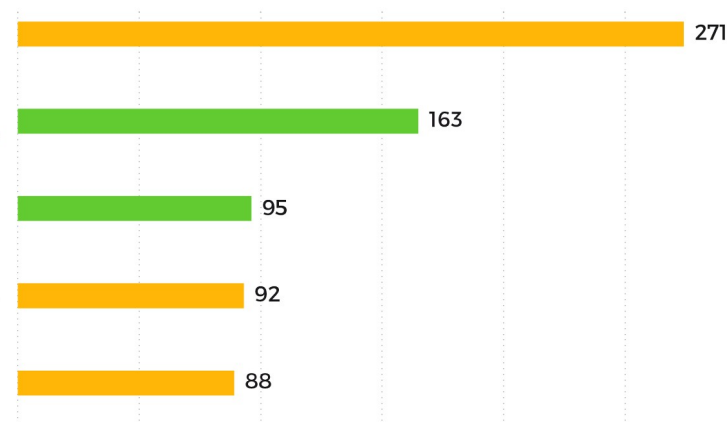
4. DZIENNIK WSCHODNI

5. GŁOS WIELKOPOLSKI

↑ 2

↑ 5

↑ 3



WYDAWNICTWA – TOP 10

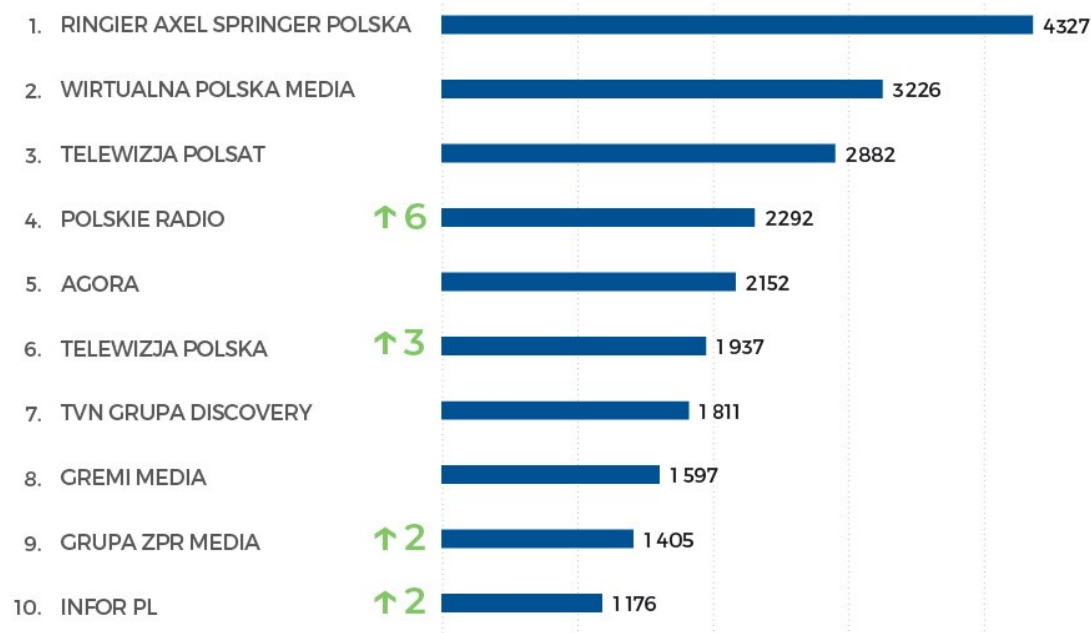
Miejsce pierwsze w rankingu najbardziej opiniotwórczych wydawnictw utrzymuje **Ringier Axel Springer Polska**, którego redakcje były cytowane przez dziennikarzy innych tytułów 4,3 tys. razy. Na drugim miejscu znalazła się grupa **Wirtualna Polska Media** z wynikiem 3,2 tys. wzmianek w innych mediach w kraju. Dalej na podium **Telewizja Polsat**, której redakcje łącznie pojawiły się 2,8 tys. razy.

4 327

Ringier Axel Springier Polska

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
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 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

Institut 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

