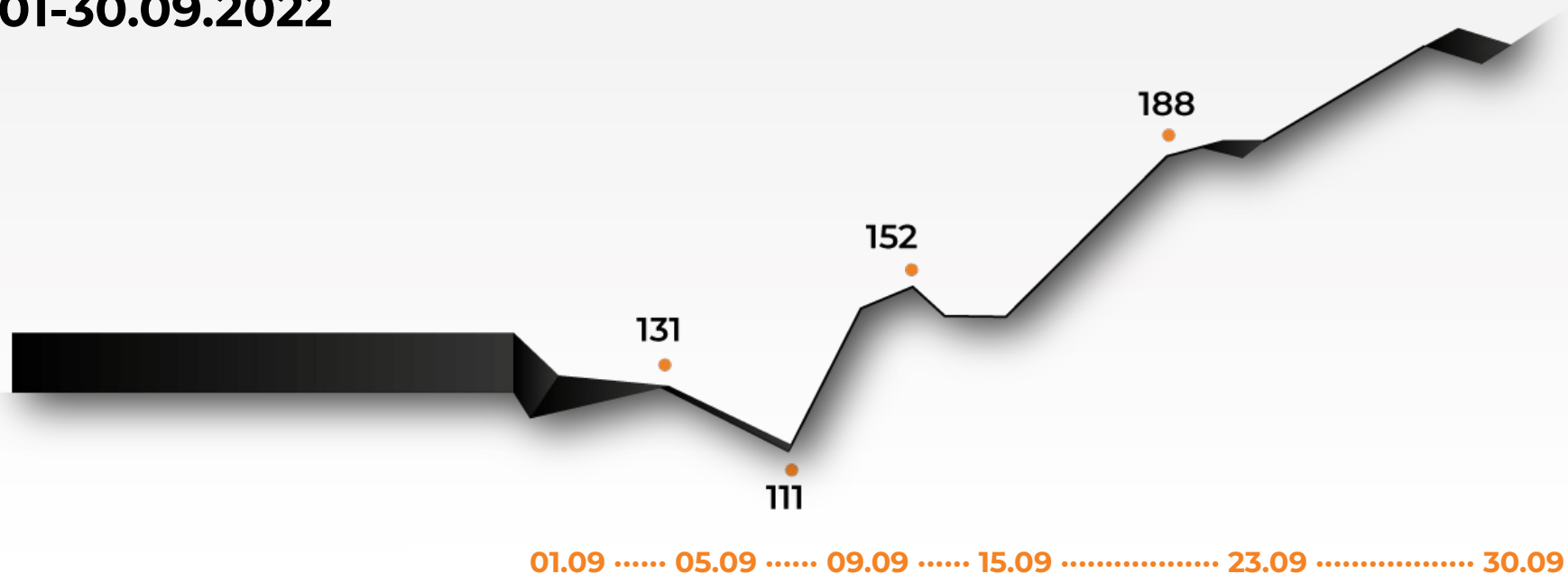


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-30.09.2022



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.

32 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

8,7 tys.

liczba cytowań
w portalach

6,6 tys.

liczba cytowań
w radiu

10,5 tys.

liczba cytowań
w prasie

6,2 tys.

liczba cytowań
w telewizji

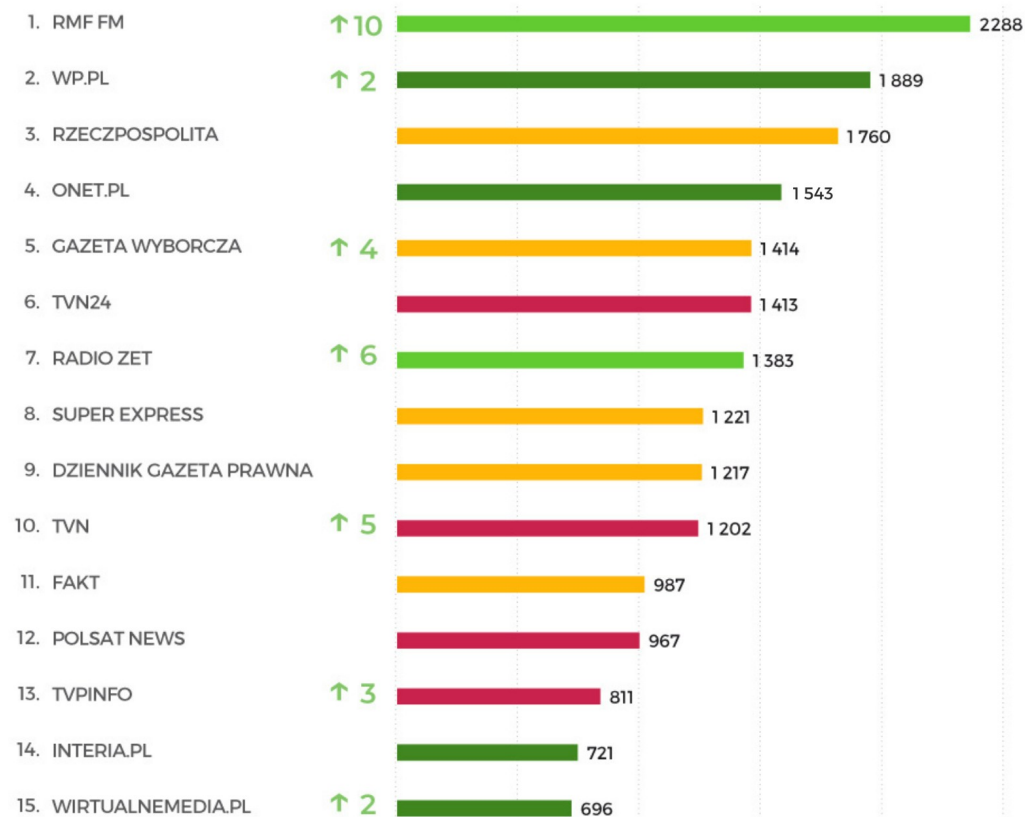
Analiza obejmuje przekazy, które nie są przeglądami mediów ani przedrukami.

Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

Pierwsze miejsce w rankingu ogólnym najbardziej opiniotwórczych mediów zajmuje **RMF FM** z wynikiem 2,3 tys. powołań. Z awansem o dwa oczka na drugim miejscu znajduje się **Wirtualna Polska** wzmiankowana w innych tytułach prawie 1,9 tys. razy. Podium zamyka **Rzeczpospolita** z liczbą 1,7 tys. powołań.

2 288
↑10
RMF FM
 liczba cytowań
 we wszystkich monitorowanych
 na potrzeby raportu źródeł
 w analizowanym okresie

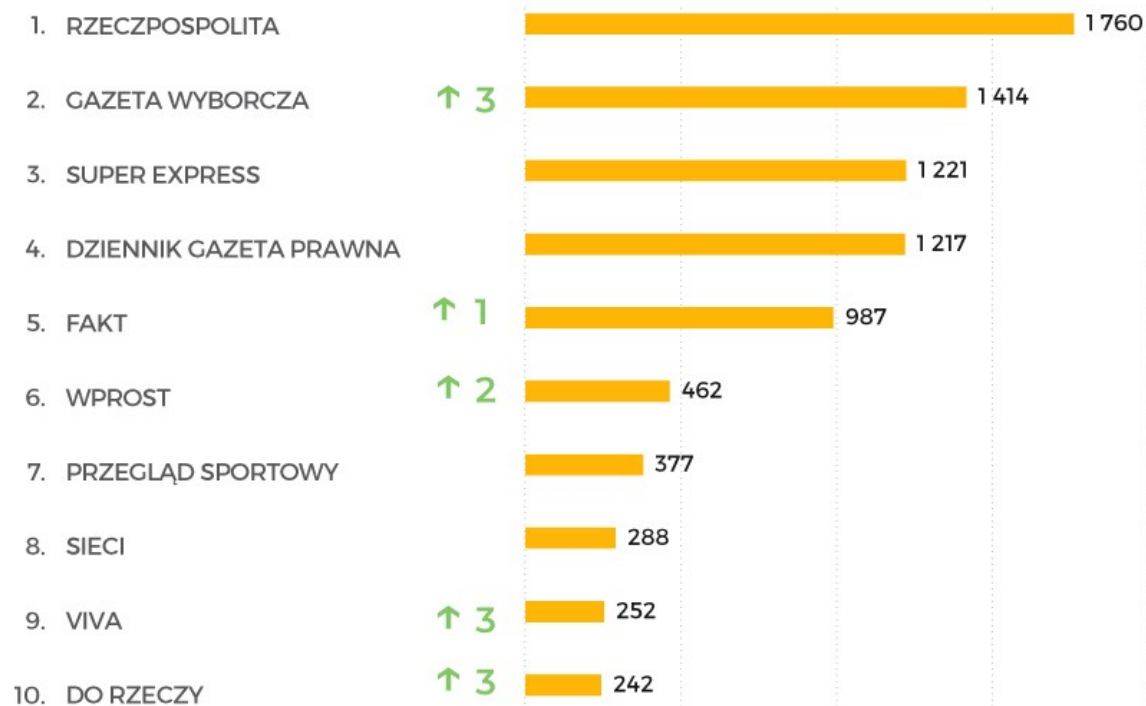


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

Liderem zestawienia opiniotwórczych tytułów prasowych niezmiennie pozostaje **Rzeczpospolita** — tym razem z wynikiem 1,7 tys. cytowań. Na miejscu drugim, z awansem o trzy pozycje, jest **Gazeta Wyborcza** (1,4 tys. wzmianek). Podium zamyka **Super Express**, cytowany w ubiegłym miesiącu ponad 1,2 razy.

1 760
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



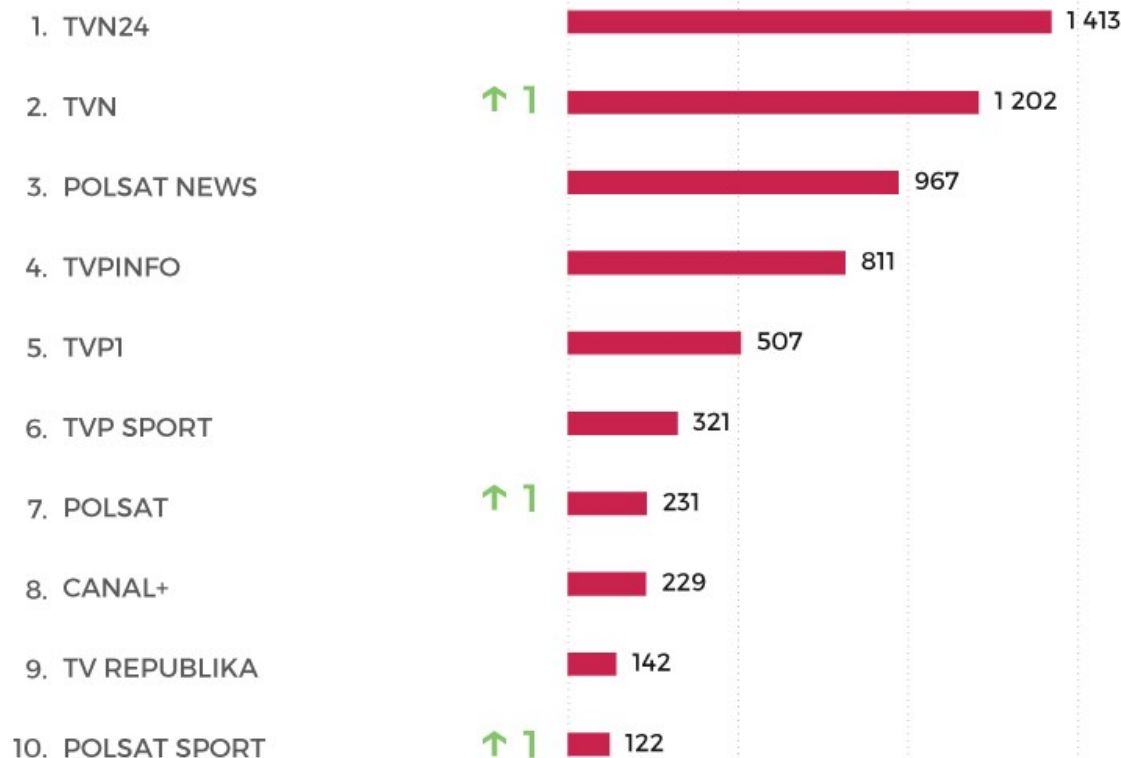
TELEWIZJA – TOP 10

Pierwsze miejsce w kategorii najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych stale utrzymuje **TVN24** z wynikiem ponad 1,4 tys. powołań w innych mediach. Na drugie miejsce awansowała druga stacja z grupy Warner Bros. Discovery – **TVN** wzmiankowana ponad 1,2 tys. razy. Podium zamyka telewizja **Polsat News**, na którą inni dziennikarze w kraju powoływali się we wrześniu 967 razy.

1 413 TVN24

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



RADIO – TOP 10

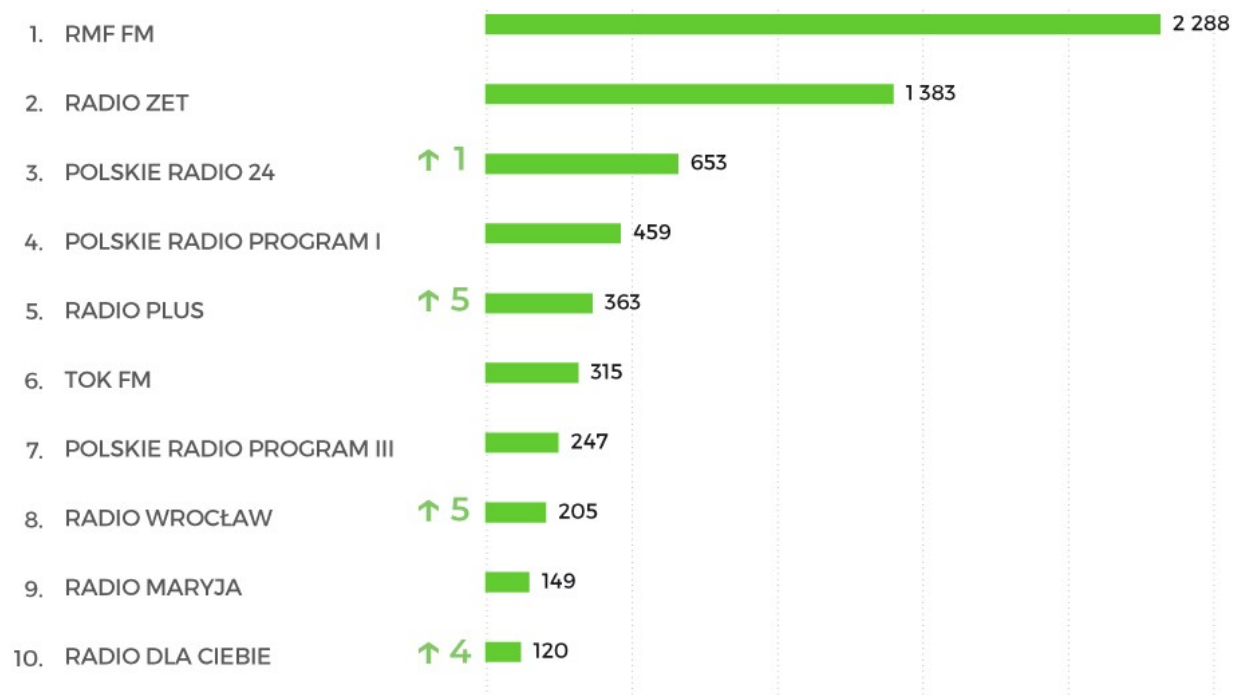
RMF FM z wynikiem 2,3 tys. powołań w innych mediach niezmiennie pozostaje na szczycie najbardziej opiniotwórczych stacji radiowych. Na drugim miejscu znajduje się **Radio Zet** wzmiankowany prawie 1,4 tys. razy, a podium ze skokiem o jedno miejsce zajmuje **Polskie Radio 24**.

2 288

RMF FM

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



PORTALE – TOP 10

Pierwsze miejsce w rankingu portali internetowych utrzymuje **Wirtualna Polska**, na której informacje dziennikarze innych tytułów mediowych w kraju powoływali się we wrześniu prawie 1,9 tys. razy. Dalej na podium znajdują się **Onet** z liczbą ponad 1,5 tys. cytowań. Podium zestawienia zamyka **Interia** wzmiankowana we wrześniu 721 razy.

1 889
 ↑1
**Wirtualna
 Polska**
 liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
 na potrzeby raportu źródeł
 w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W najnowszym rankingu tygodników i dwutygodników pierwsze miejsce zajmuje **Wprost** (462 wzmianki), którego cytawalność wzrosła we wrześniu aż o 60%. Kolejne miejsce na podium zajmuje dwutygodnik **Sieci**, tym razem wzmiankowany 288 razy. Na trzecim miejscu jest **Viva** z liczbą 252 powołań w mediach, a następnie **Do Rzeczy**, które uzyskało zaledwie dziesięć wzmianek mniej.

462

↑6

Wprost

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



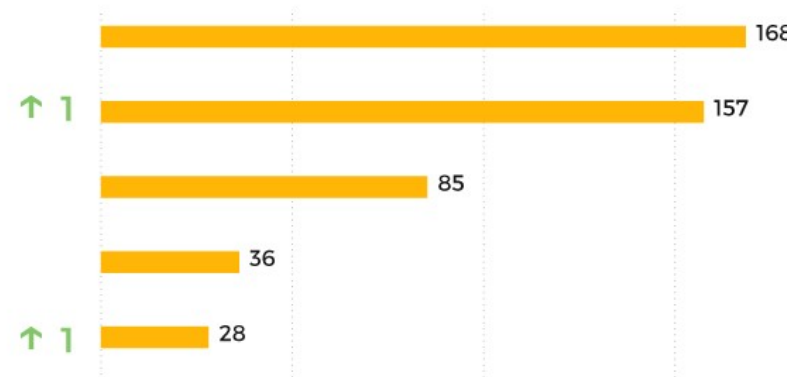
MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Forbes z liczbą 168 cytowań pozostaje na pierwszym miejscu rankingu najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników. Na miejscu drugim, z awansem o jedną pozycję, jest **Press** cytowany we wrześniu 157 razy. W zestawieniu znalazł się także miesięcznik **Twój Styl** (85) oraz **Zwierciadło** (36). TOP 5 zamykają **Perspektywy** z liczbą 28 wzmianek w innych mediach.

168
Forbes
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

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

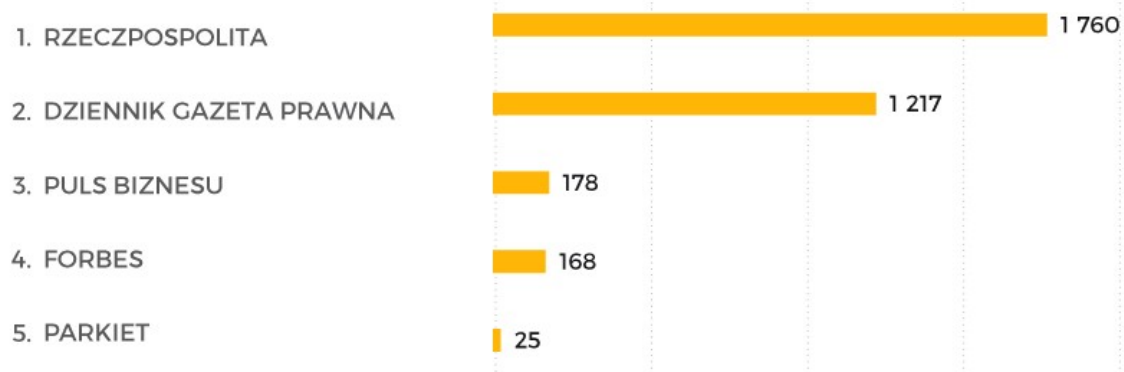


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

Na podium najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych o profilu ekonomiczno-biznesowym niezmiennie utrzymuje się **Rzeczpospolita**. Kolejne miejsca stale zajmują **Dziennik Gazeta Prawna**, **Puls Biznesu**, **Forbes** i **Parkiet**.

1 760
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

Na pierwsze miejsce zestawienia portali biznesowych awansuje **Money** (378 cytowań). Na drugim i trzecim miejscu znajdują się **Business Insider** (336) i **Bankier** (185).

427

↑1

Money

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Na pozycję lidera opiniotwórczych mediów regionalnych za sprawą awansu o siedem miejsc wysuwa się **Radio Wrocław** z liczbą 205 cytowań w innych mediach. Drugie miejsce ze wzrostem o osiem pozycji zajmuje **Radio dla Ciebie** (120). Podium zamyka **Dziennik Wschodni** z liczbą 106 wzmianek w innych mediach.

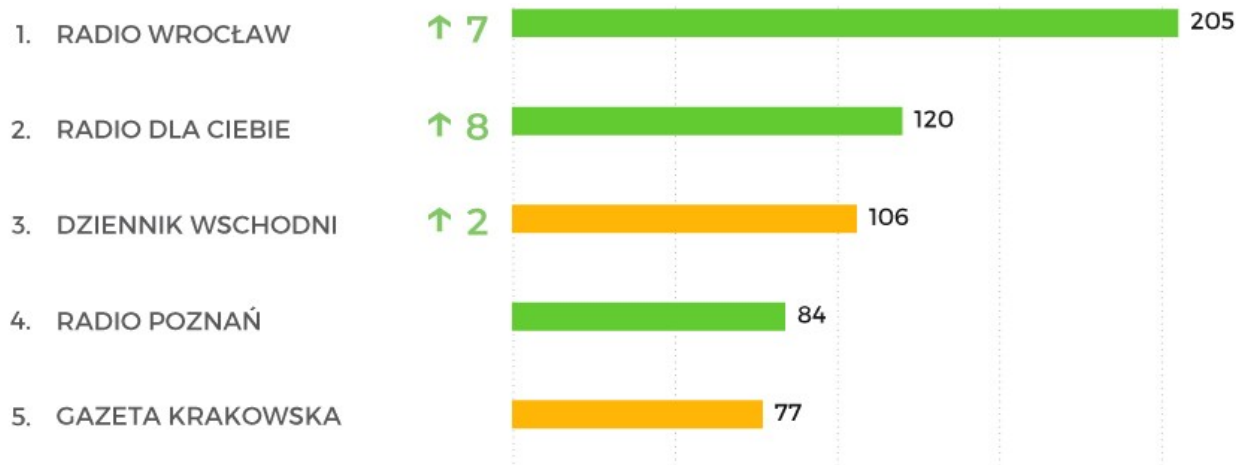
205

↑8

Radio Wrocław

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

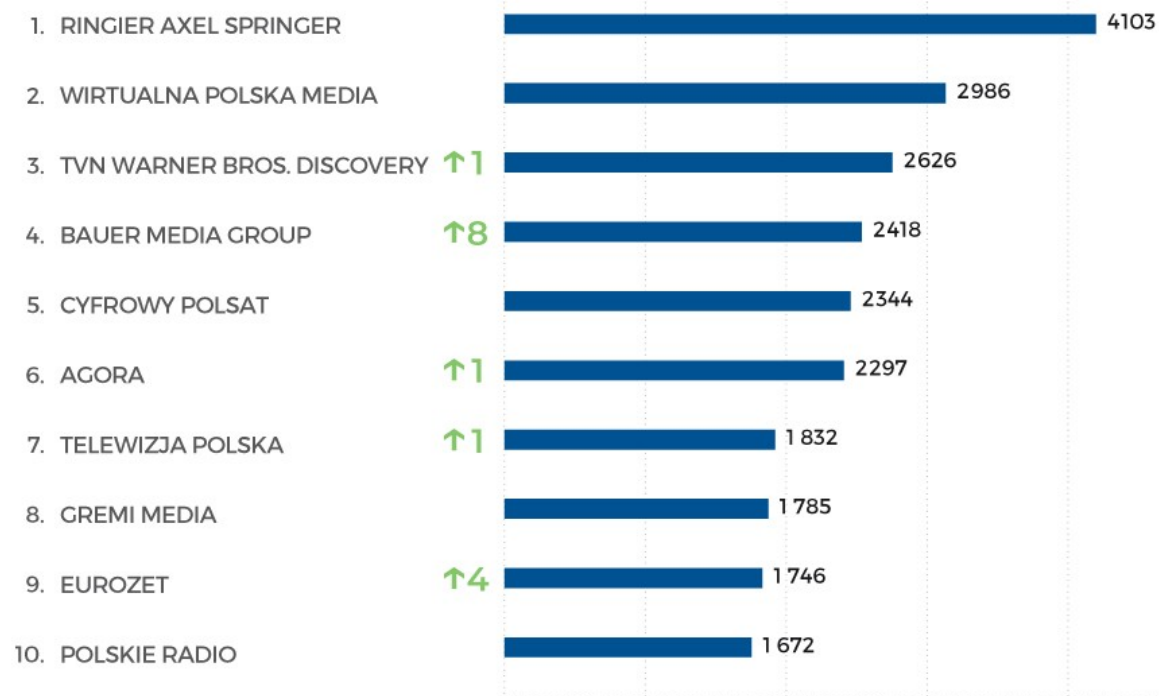


WYDAWNICTWA – TOP 5

Miejsce pierwsze w rankingu najbardziej opiniotwórczych wydawnictw utrzymuje **Ringier Axel Springer Polska**, którego redakcje były cytowane przez dziennikarzy innych mediów w Polsce ponad 4 tys. razy. Drugie miejsce utrzymuje grupa **Wirtualna Polska Media** z łącznym wynikiem prawie 3 tys. wzmianek badanych tytułów. Z awansem o jedno miejsce podium zamyka **TVN Warner Bros. Discovery**, którego materiały redakcyjne łącznie pojawiły się 2,6 tys. razy w innych mediach.

4 103
Ringier Axel Springer
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 lub tytuły ich programów.

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 Forbes Women 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 — jeden 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 – 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 redakcyjne 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 Muzo.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:

Katarzyna Ozga
Młodsza specjalistka ds. komunikacji
kozga@imm.com.pl
698 634 594

