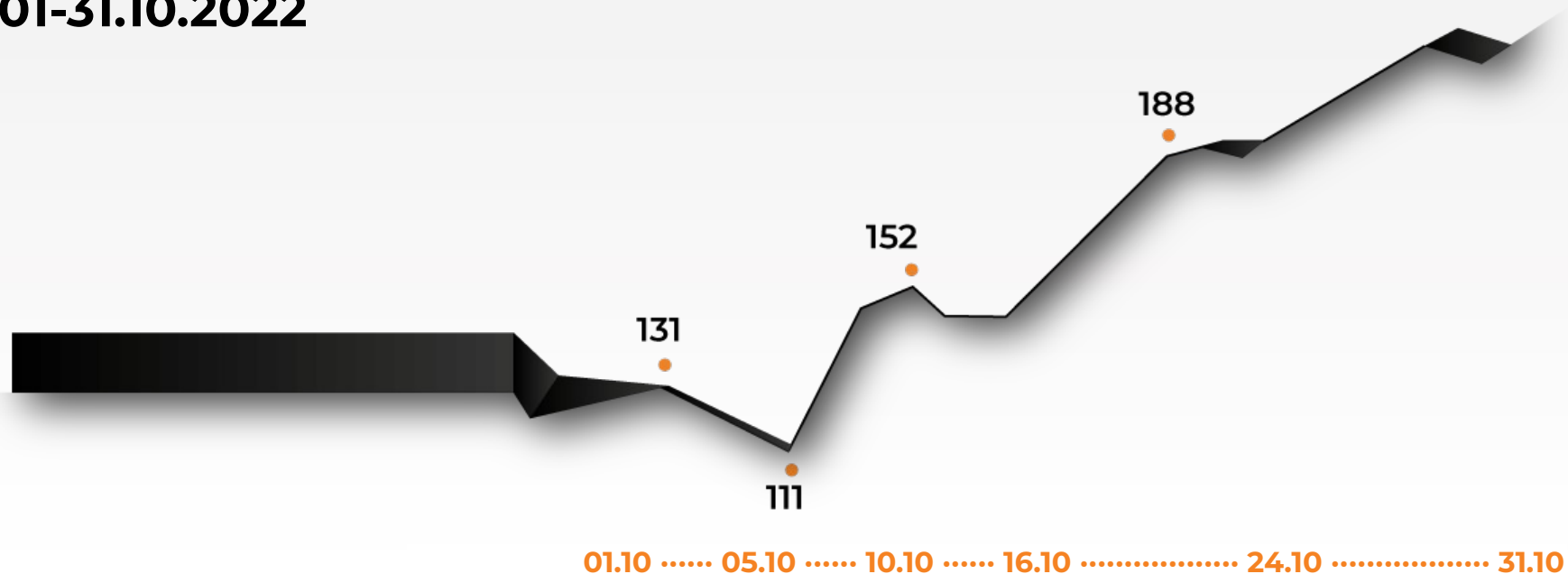


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.10.2022



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.

33,8 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

8,9 tys.

liczba cytowań
w portalach

6 tys.

liczba cytowań
w radiu

12,2 tys.

liczba cytowań
w prasie

6,7 tys.

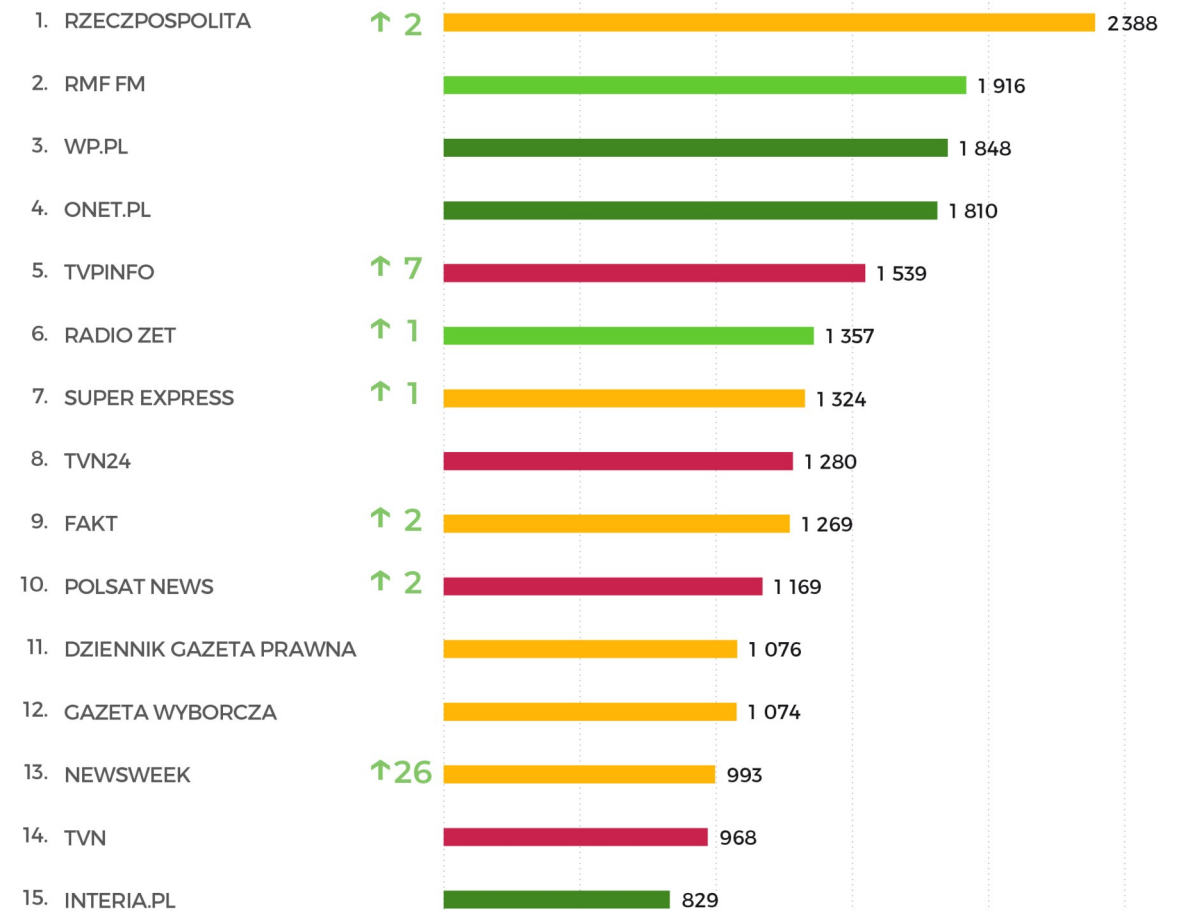
liczba cytowań
w telewizji

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

Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

Rzeczpospolita z liczbą 2,3 tys. wzmianek po jednym miesiącu przerwy powraca na pozycję najbardziej opiniotwórczego medium w kraju. Na drugim miejscu znalazło się **RMF FM**, cytowane przez inne redakcje 1,9 tys. razy. Podium zestawienia zamyka natomiast portal **Wirtualna Polska** z wynikiem 1,8 tys. odniesień w innych tytułach mediowych.



TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

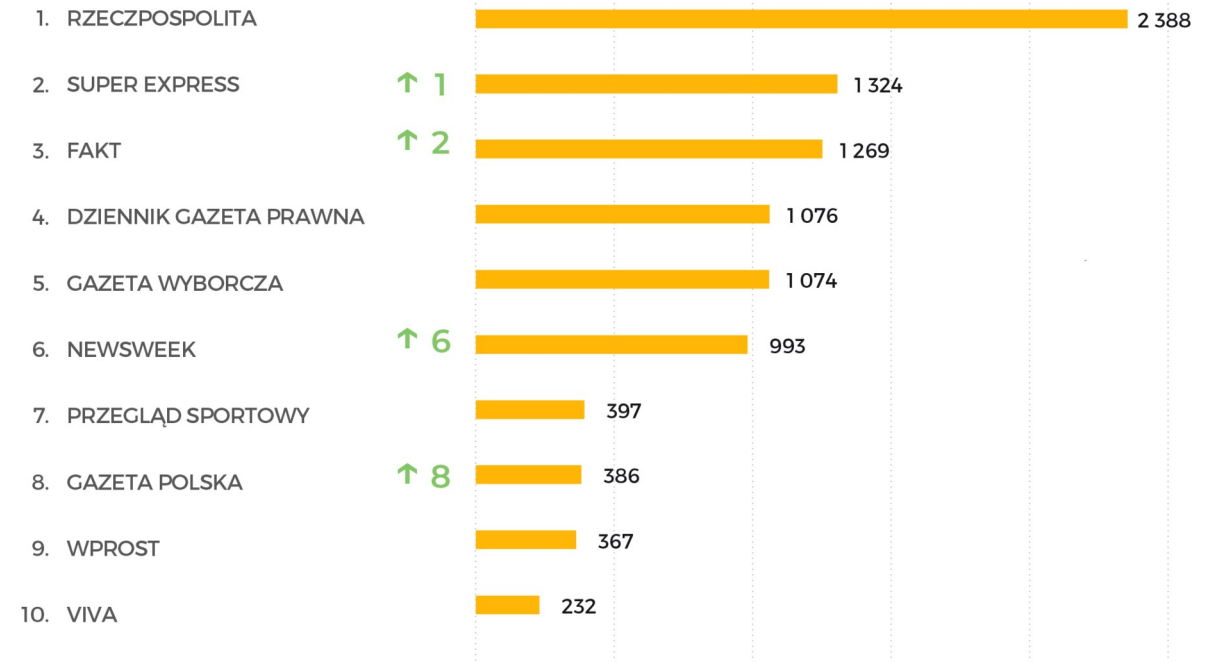
Rzeczpospolita utrzymuje się na pierwszym miejscu wśród najbardziej opiniotwórczych mediów prasowych. Informacje dziennika inne redakcje w kraju wzmiankowały ponad 2,3 tys. razy. Miejsce drugie z awansem o jedną pozycję zajmuje **Super Express** (1,3 tys.). Skok o dwie pozycje i miejsce trzecie należy do dziennika **Fakt**, cytowanego w ubiegłym miesiącu 1,2 tys. razy.

2 388

Rzeczpospolita

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TELEWIZJA – TOP 10

Nowym liderem wśród stacji telewizyjnych jest **TVP Info**, na której informacje pozostałe redakcje powoływały się w październiku aż 1,5 tys. razy. Drugie miejsce w zestawieniu zajmuje **TVN24** (1,2 tys. cytowań), a podium tym razem zamyka **Polsat News** (1,2 tys.).

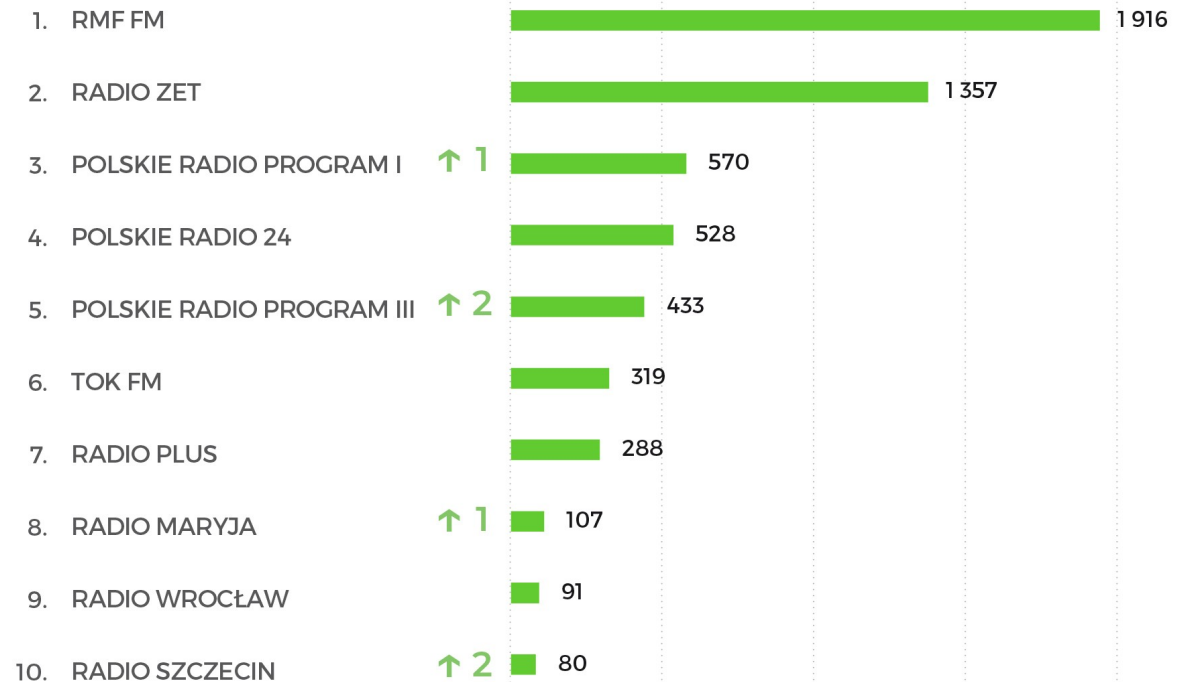


RADIO – TOP 10

Radio **RMF FM** jest niezmiennie najbardziej opiniotwórczą stacją radiową w Polsce – w październiku inne media powoływały się na redakcyjne treści 1,9 tys. razy. Drugie miejsce podobnie jak w zestawieniu z września należy do **Radia Zet**, które inne media cytowały 1,3 tys. razy. Z awansem o jedną pozycję podium zamyka **Program I Polskiego Radia** (570 wzmianek).

1 916
RMF FM
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

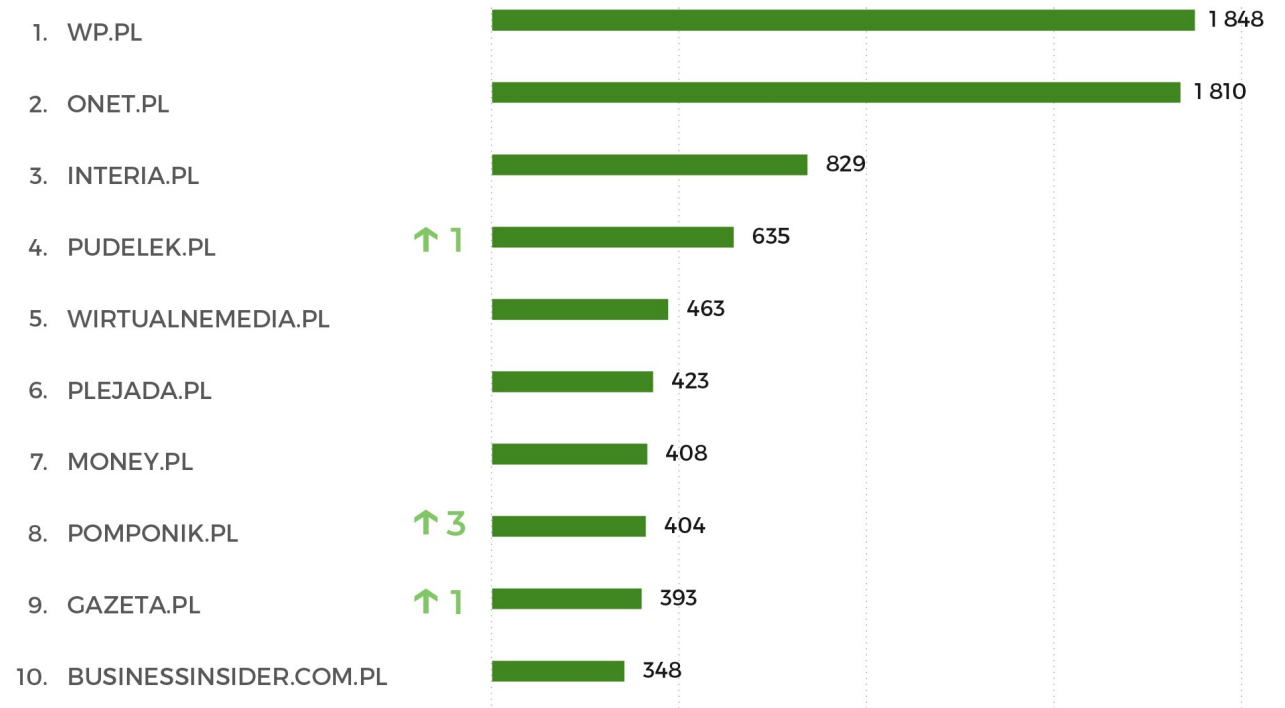


PORTALE – TOP 10

Wirtualna Polska (1,8 tys.) utrzymuje pozycję lidera wśród najbardziej opiniotwórczych portali internetowych w Polsce. Tuż za nią **Onet**, który miał tylko trzydzieści osiem cytowań mniej. Podium niezmiennie w stosunku do ubiegłego miesiąca zamyka **Interia** (829).

1 848
wp.pl
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

Na pierwszym miejscu rankingu najbardziej opiniotwórczych tygodników i dwutygodników znalazł się **Newsweek** – w październiku gazeta odnotowała wzrost aż pięć pozycji z liczbą 993 cytowań w innych mediach. Miejsce drugie także z awansem o pięć oczek w górę należy do tygodnika **Gazeta Polska**, na którego informacje inni dziennikarze w Polsce powoływali się w okresie całego miesiąca łącznie 386 razy. Podium natomiast zamyka **Wprost** z liczbą 367 wzmianek w innych tytułach.

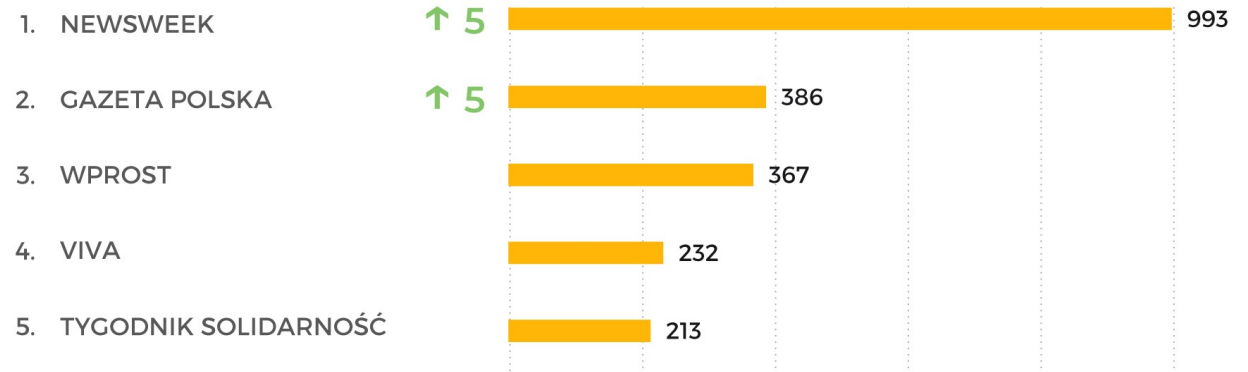
993

↑5

Newsweek

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

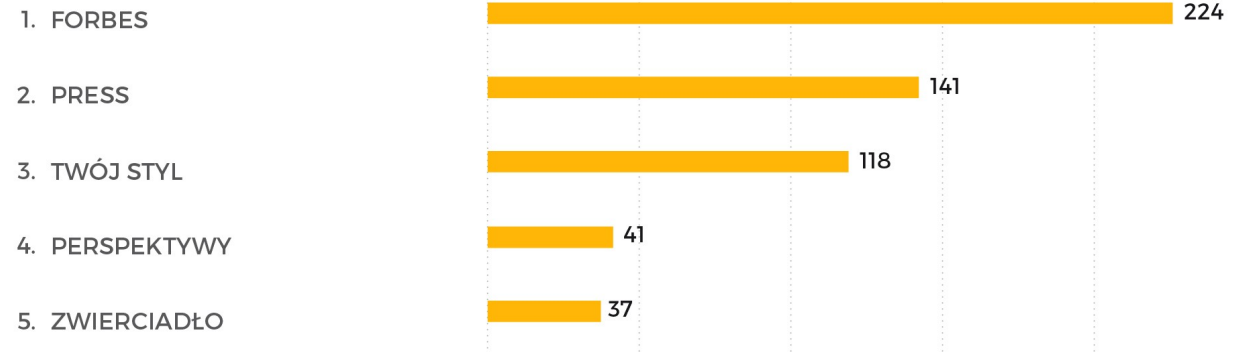


MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

Magazyn **Forbes** ponownie otwiera ranking najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników z liczbą 224 odwołań w innych mediach. Za nim miejsce drugie zajmuje miesięcznik branżowy **Press**, który w październiku cytowano łącznie 141 razy. Podium zamyka **Twój Styl** wzmiankowany przez pozostałe redakcje 118 razy.

224
Forbes
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

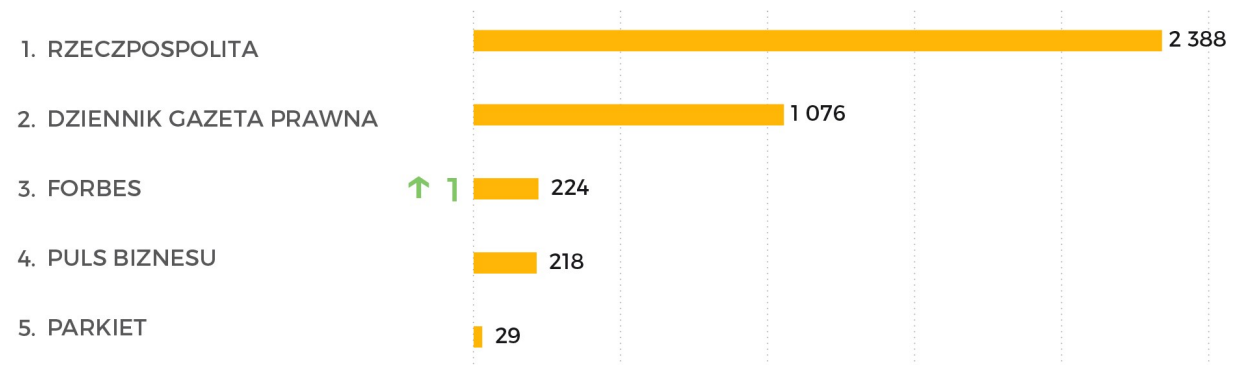


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

Na podium najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych o profilu ekonomiczno-biznesowym niezmiennie utrzymuje się **Rzeczpospolita** (2,3 tys.). Kolejne miejsce podobnie jak w zeszłym miesiącu zajmuje **Dziennik Gazeta Prawna**, a podium ze wzrostem o jedno oczko należy do **Forbes** (224).

2 388
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

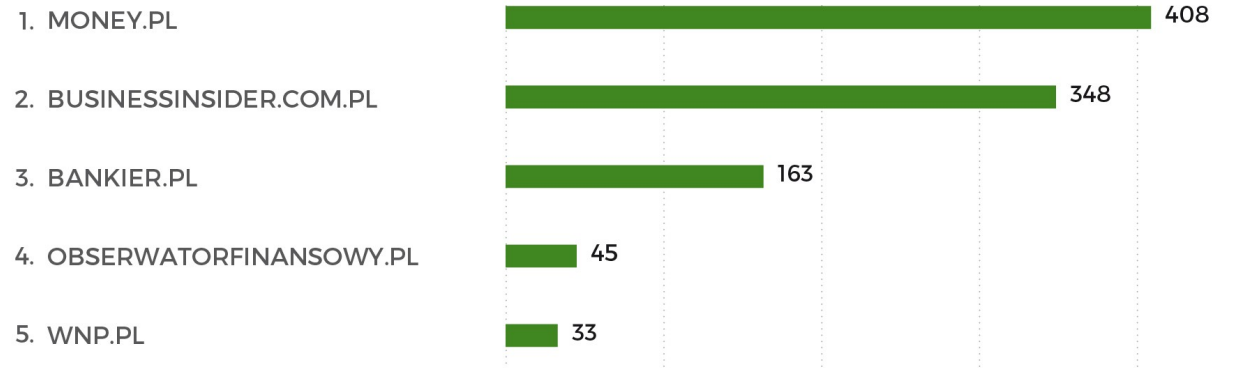


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

Liderem w zestawieniu portali biznesowych pozostaje **Money** (408 cytowań). Dalej **Business Insider** (348) i **Bankier** (163).

408
money.pl
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

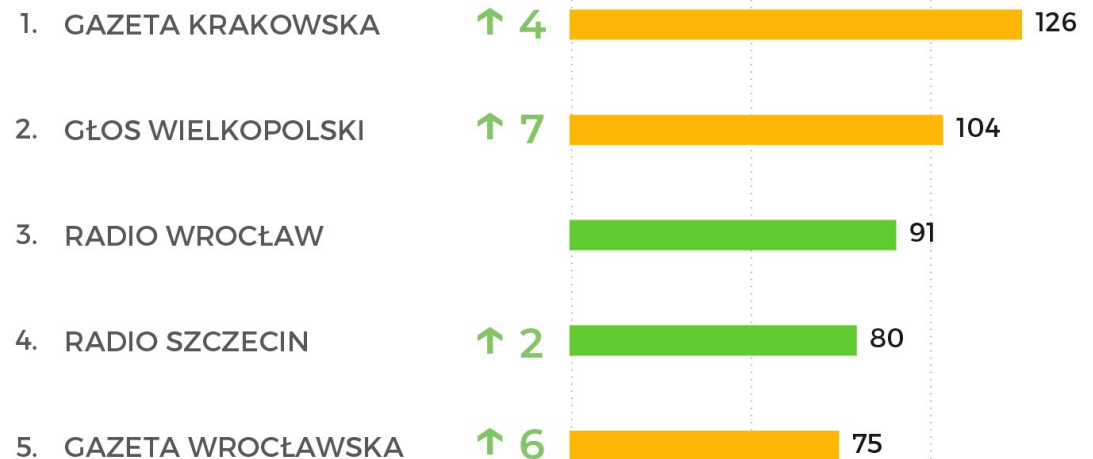


MEDIA REGIONALNE – TOP 5

Miejsce pierwsze w rankingu najczęściej cytowanych w kraju mediów regionalnych zajmuje **Gazeta Krakowska** z liczbą 126 wzmianek, tym samym medium odnotowało wzrost o cztery pozycje w stosunku do września. Drugie miejsce w rankingu z awansem o siedem oczek zajmuje **Głos Wielkopolski**, który był cytowany przez inne tytuły w kraju 104 razy. Podium zamyka **Radio Wrocław** w wyniku 91 materiałów.

126
↑4
**Gazeta
Krakowska**
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



WYDAWNICTWA – TOP 10

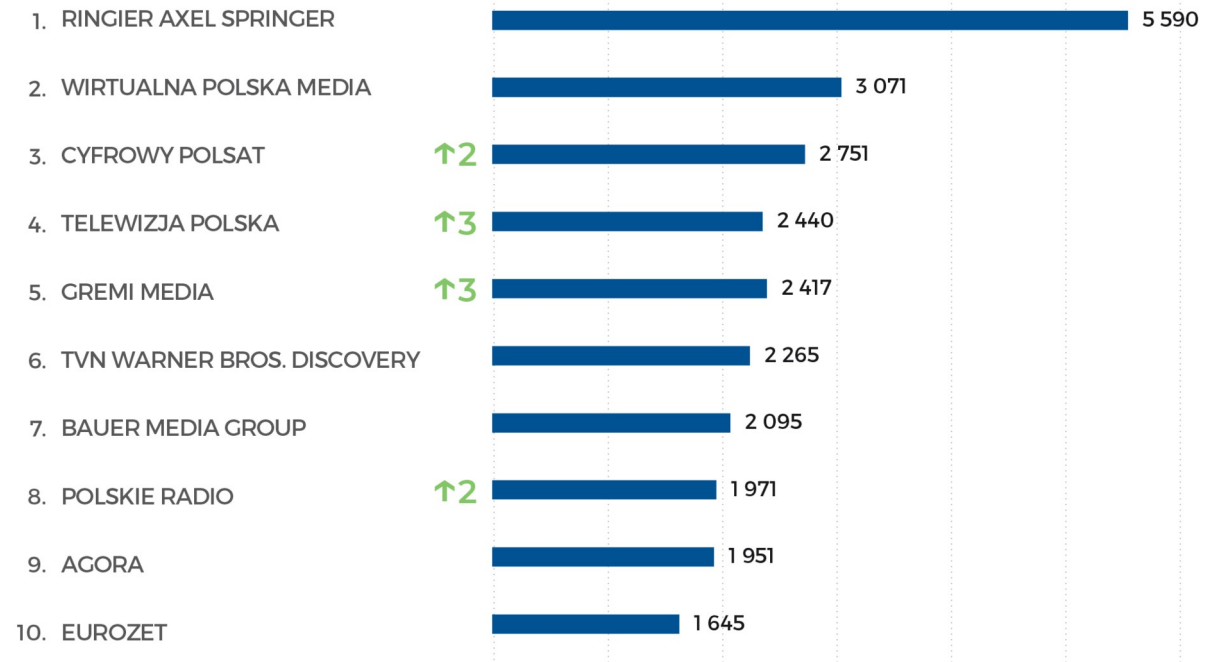
Niezmiennie pozycję lidera w rankingu najbardziej opiniotwórczych wydawnictw utrzymuje **Ringier Axel Springer Polska**, którego redakcje łącznie były cytowane przez dziennikarzy innych mediów w Polsce prawie 5,6 tys. razy. Drugie miejsce utrzymuje grupa **Wirtualna Polska Media** z łącznym wynikiem prawie 3 tys. wzmianek. Z awansem o dwa miejsca podium zamyka **Cyfrowy Polsat**, którego materiały redakcyjne łącznie pojawiły się ponad 2,7 tys. razy w innych tytułach mediowych w kraju.

5 590

Ringier Axel Springer

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 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 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 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

