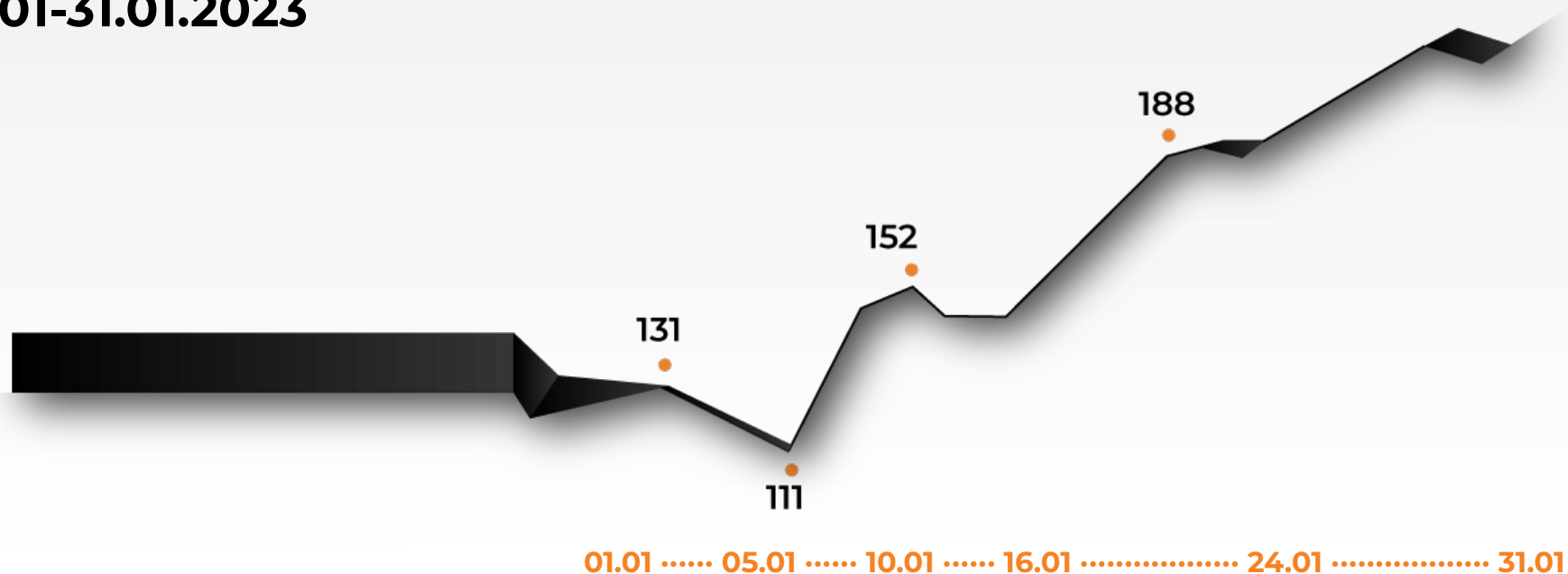


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.01.2023



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 |** TYTUŁY BIZNESOWE - PRASA - TOP 5
- 12 |** TYTUŁY BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5
- 13 |** MEDIA O TEMATYCE ZDROWOTNEJ - TOP 5
- 14 |** 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.

36,2 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

9,7 tys.

liczba cytowań
w portalach

7,6 tys.

liczba cytowań
w radiu

12,1 tys.

liczba cytowań
w prasie

6,8 tys.

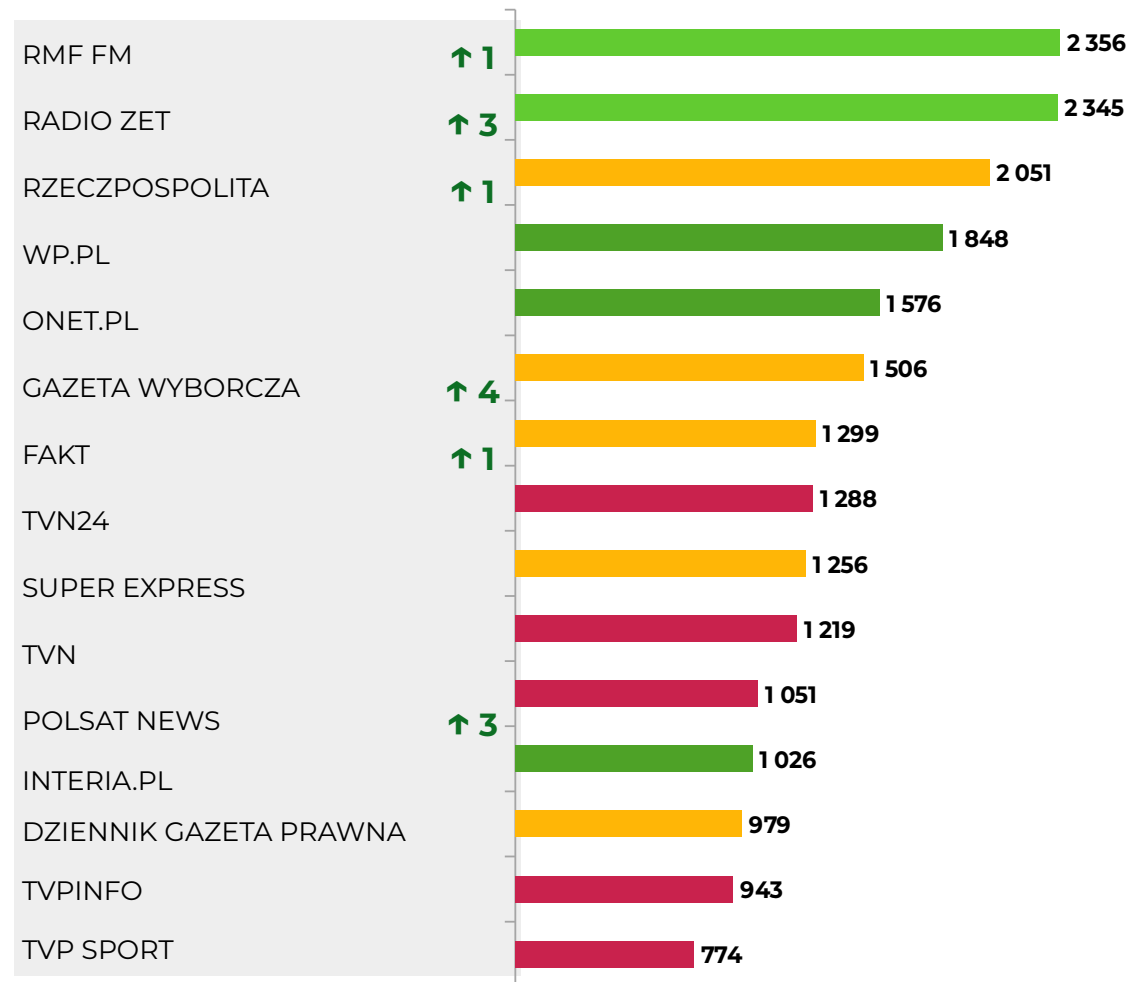
liczba cytowań
w telewizji

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 styczniu pierwsze miejsce zajął **RMF FM** (2 356 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio ZET** (2 345 cytowań), podium zamyka **Rzeczpospolita** z wynikiem 2 051 cytowań.

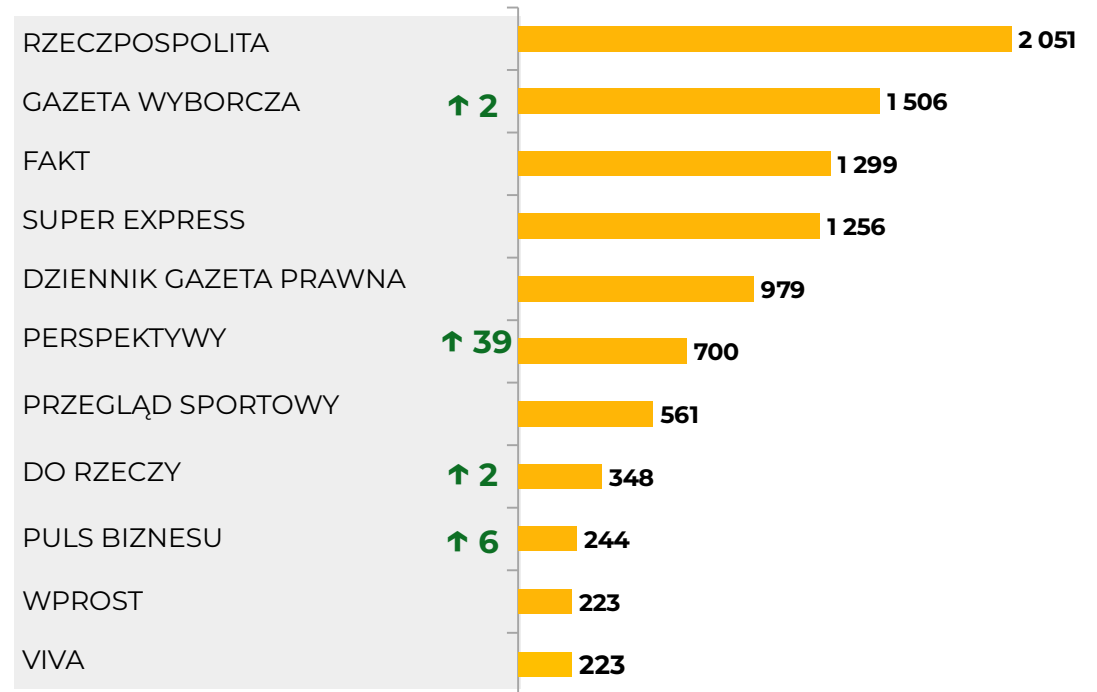


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych w styczniu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (2 051 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło dziennikowi **Gazeta Wyborcza** (1 506 cytowań), podium zamyka **Fakt** z wynikiem 1 299 cytowań.

2 051
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

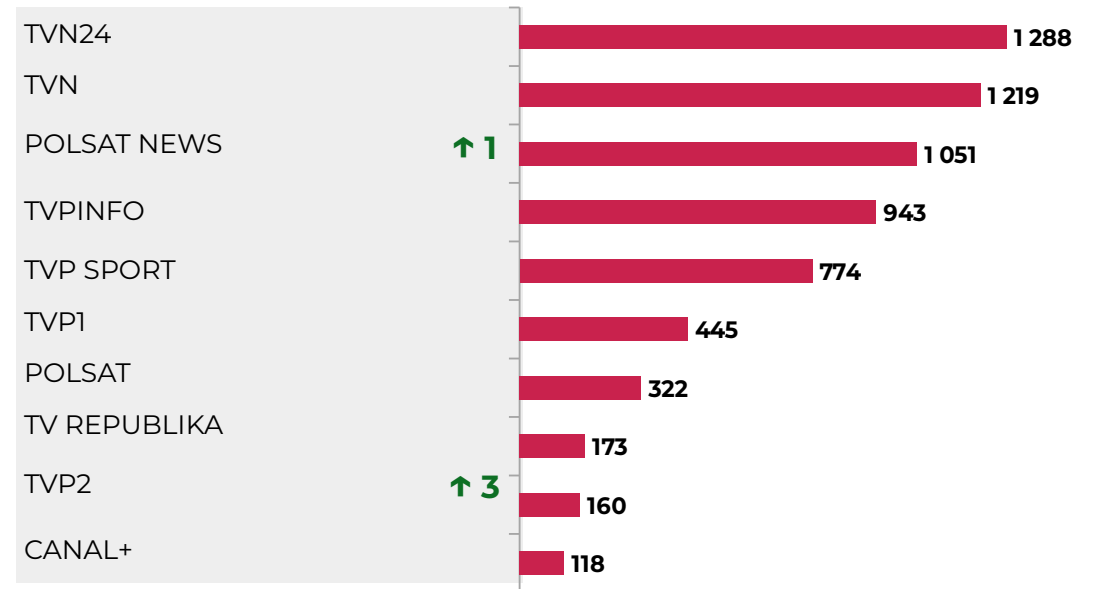


TELEWIZJA – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych w styczniu pierwsze miejsce zajął **TVN24** (1 288 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **TVN** (1 219 cytowań), podium zamyka **Polsat News** z wynikiem 1 051 cytowań.

1 288
TVN24
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

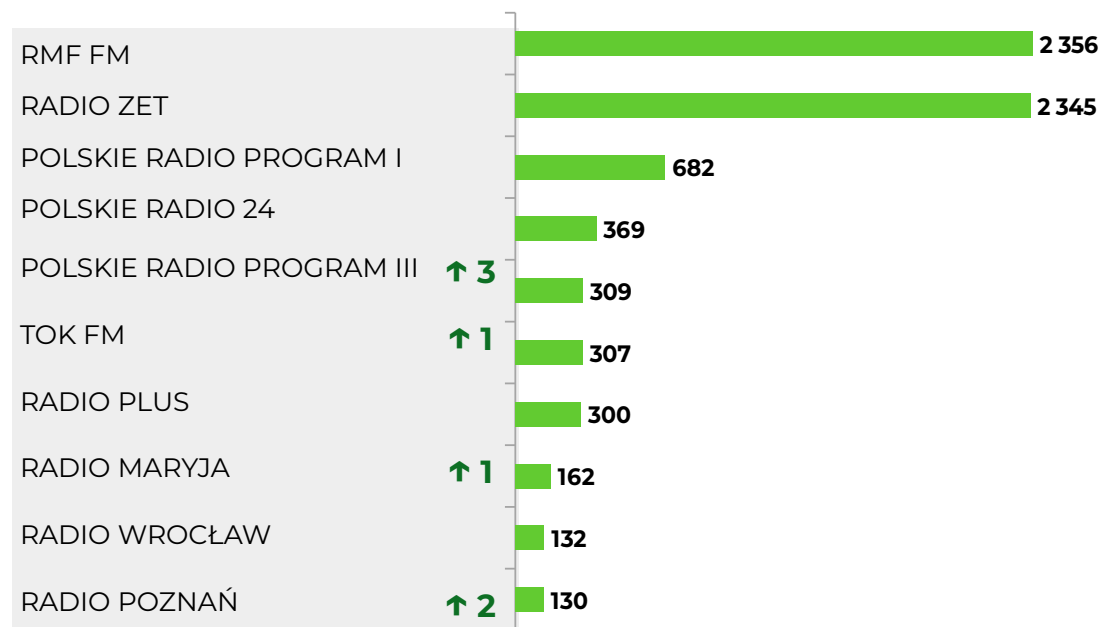


RADIO – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji radiowych w styczniu pierwsze miejsce zajął **RMF FM** (2 356 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio ZET** (2 345 cytowań), podium zamyka **Polskie Radio Program I** z wynikiem 682 cytowania.

2 356
RMF FM
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

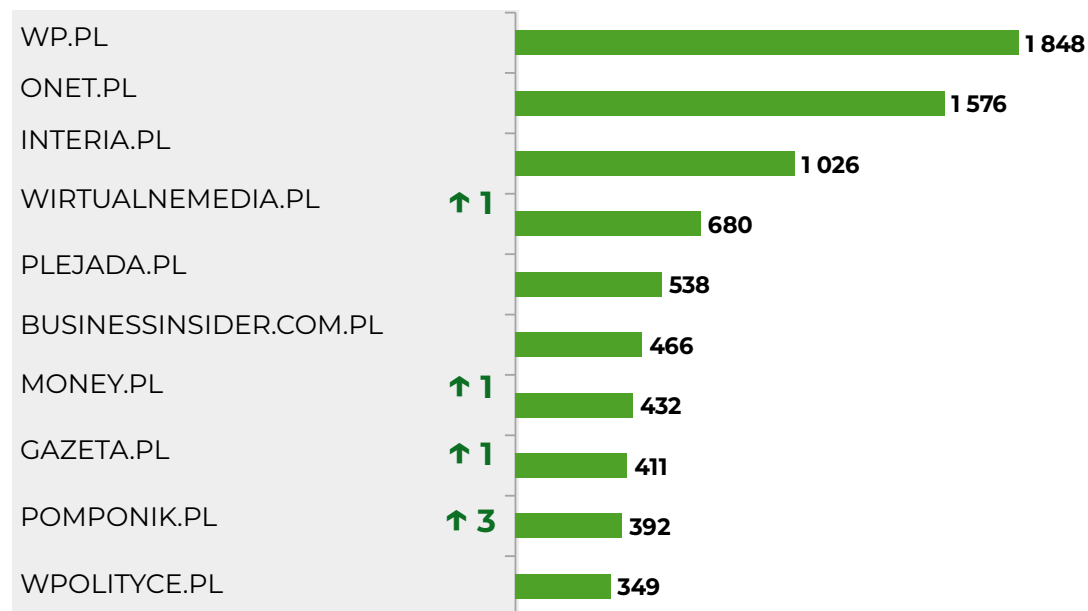


PORTALE – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych portali w styczniu pierwsze miejsce zajął portal **Wirtualna Polska** (1 848 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **Onet** (1 576 cytowań), podium zamyka **Interia** z wynikiem 1 026 cytowań.

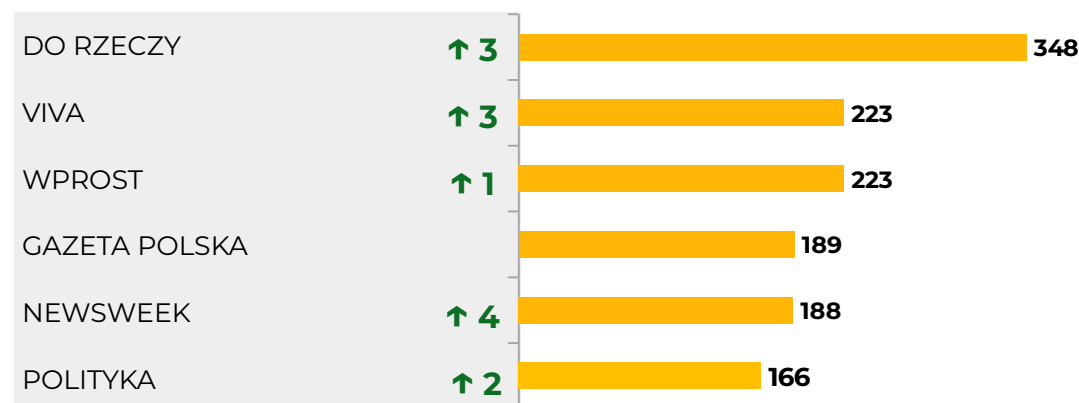
1 848
Wirtualna
Polska
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



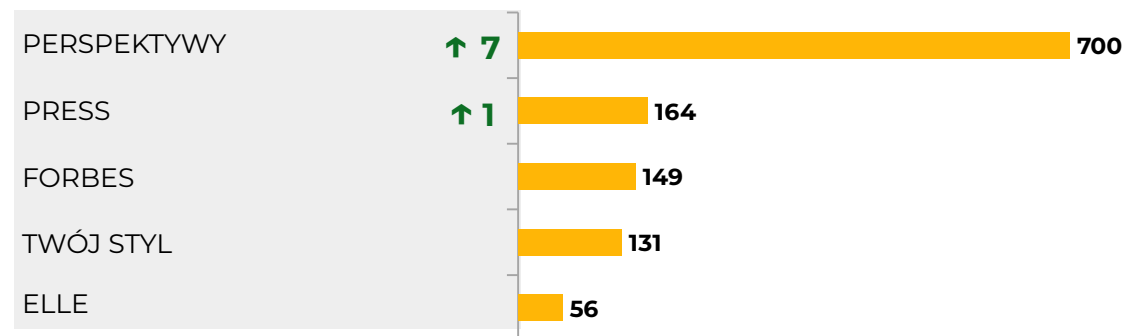
TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tygodników w styczniu pierwsze miejsce zajęło **Do Rzeczy** (348 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Viva** (223 cytowania) ex aequo z **Wprost** (223 cytowania). Podium zamyka **Gazeta Polska** (189 cytowań)



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych miesięczników i dwumiesięczników w styczniu pierwsze miejsce zajęły **Perspektywy** (700 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Press** (164 cytowania), podium zamyka **Forbes** z wynikiem 149 cytowań.

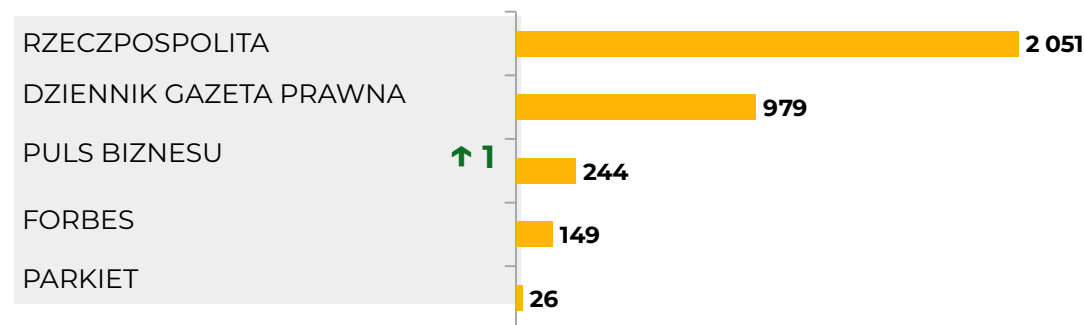


TYTUŁY EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w styczniu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (2 051 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Dziennik Gazeta Prawna** (979 cytowań), podium zamyka **Puls Biznesu** z wynikiem 244 cytowania.

2 051
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

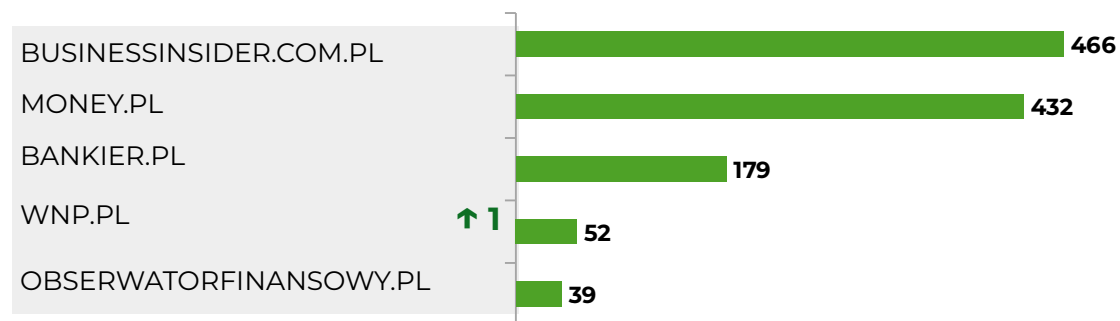


TYTUŁY EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w styczniu pierwsze miejsce zajął **businessinsider.com.pl** (466 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **money.pl** (432 cytowania), podium zamyka **bankier.pl** z wynikiem 179 cytowań.

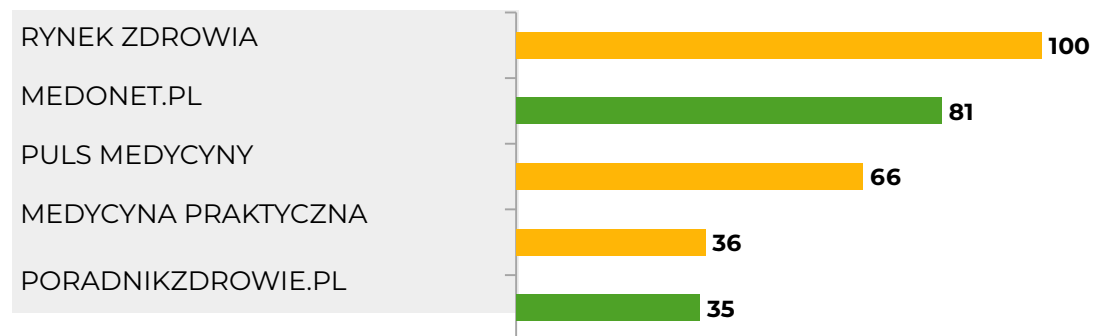
466
Business Insider
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA O TEMATYCE ZDROWOTNEJ - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów medycznych w styczniu pierwsze miejsce zajął **Rynek Zdrowia** (100 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **medonet.pl** (81 cytowań), podium zamyka **Puls Medycyny** z wynikiem 66 cytowań.

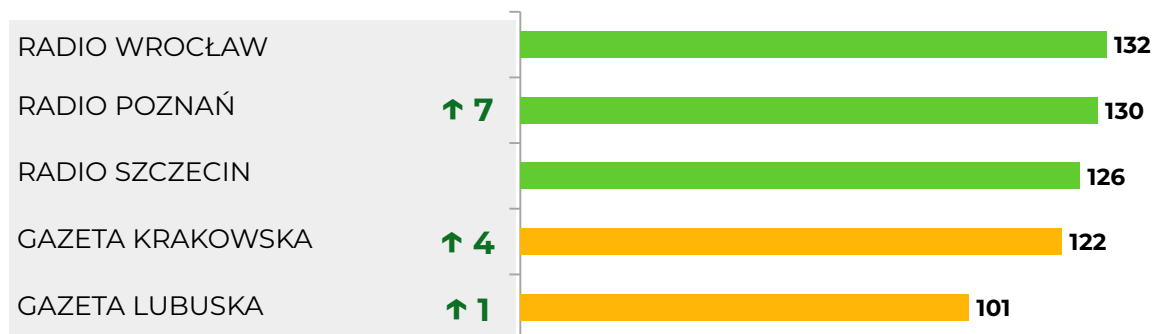


MEDIA REGIONALNE – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów regionalnych w styczniu pierwsze miejsce zajęło **Radio Wrocław** (132 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio Poznań** (130 cytowań), podium zamyka **Radio Szczecin** z wynikiem 126 cytowań.

132
Radio Wrocław
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 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 samo 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

Instytut Monitorowania Mediów od przeszło 22 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 — międzynarodowe korporacje, małe firmy, instytucje, administrację publiczną, organizacje pozarządowe, agencje PR, agencje marketingowe, 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



imm.com.pl

DANE KONTAKTOWE DLA MEDIÓW:

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

