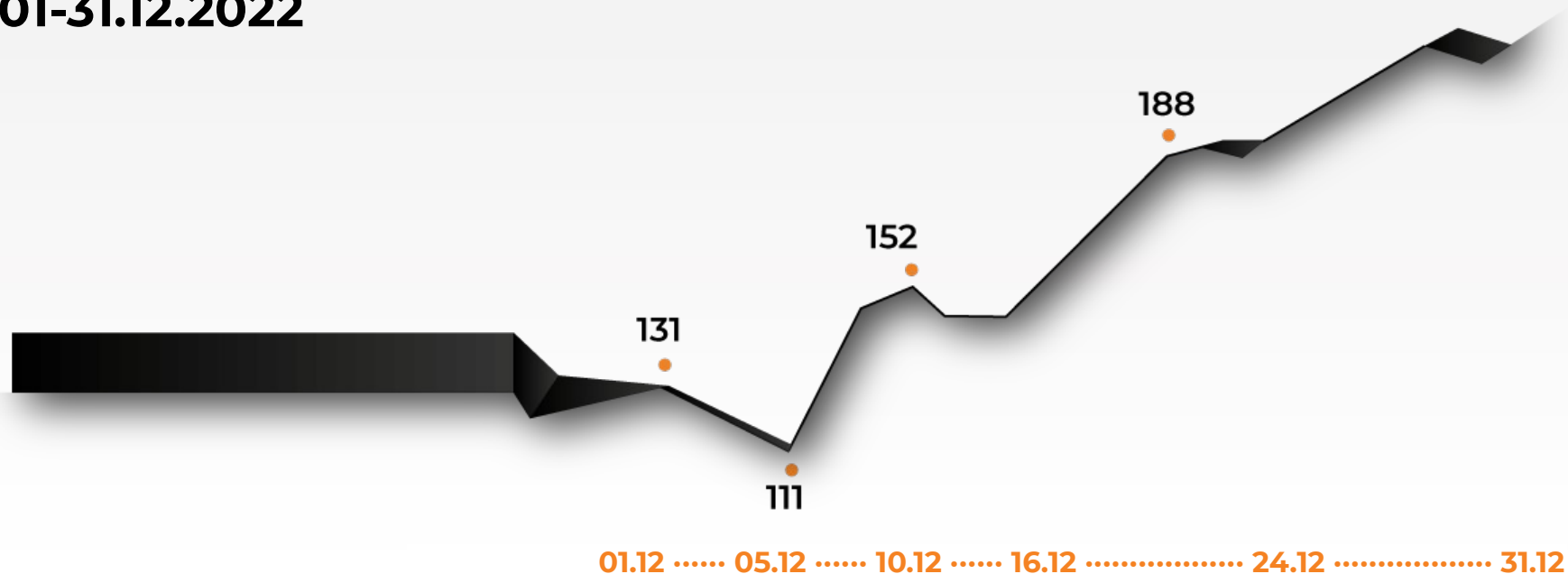


Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.12.2022



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.

36 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

10,3 tys.

liczba cytowań
w portalach

7,1 tys.

liczba cytowań
w radiu

11,8 tys.

liczba cytowań
w prasie

6,8 tys.

liczba cytowań
w telewizji

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

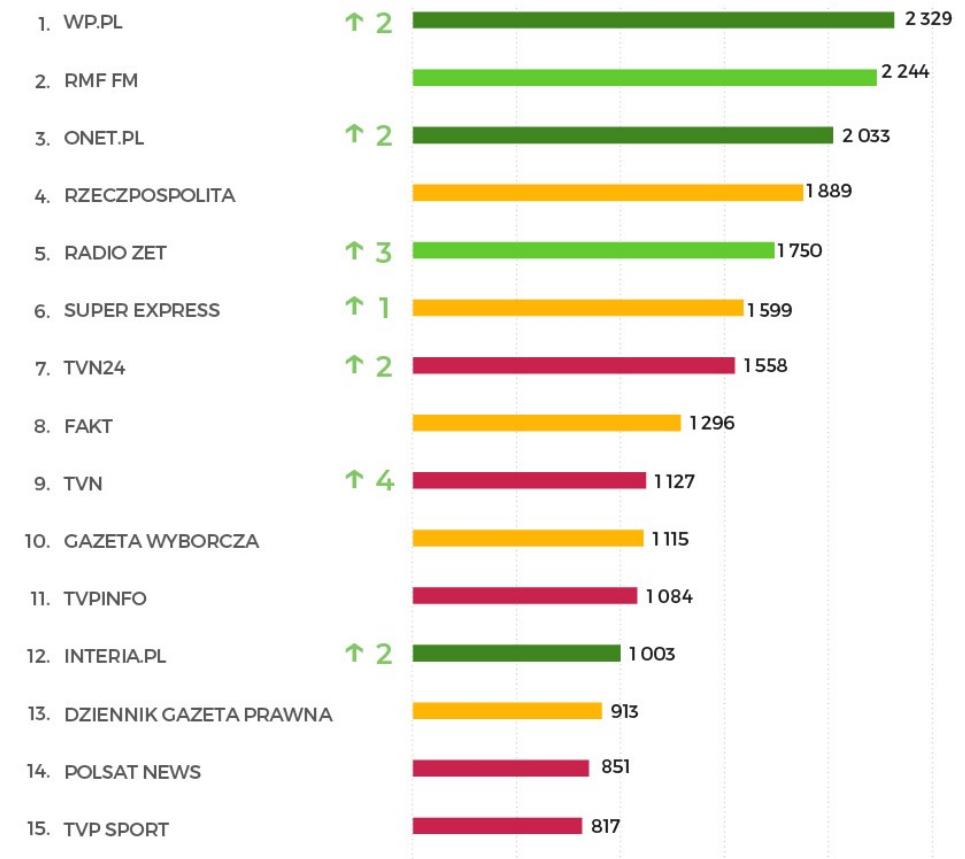
Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

W rankingu najczęściej cytowanych mediów w grudniu pierwsze miejsce zajęła **Wirtualna Polska** (2 329 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **RMF FM** (2 244 cytowania), podium zamyka portal **Onet** z wynikiem 2 033 cytowania.

2,3 tys.
↑2
**Wirtualna
Polska**
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

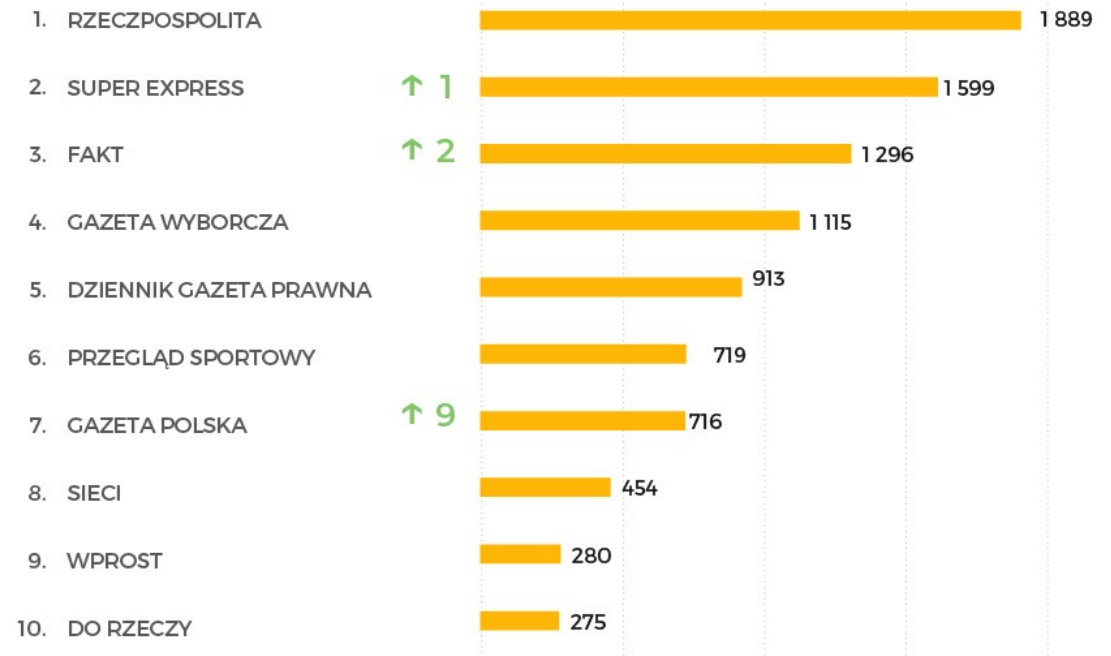


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych w grudniu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (1 889 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło dziennikowi **Super Express** (1 599 cytowań), podium zamyka **Fakt** z wynikiem 1 296 cytowań.

1 889
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

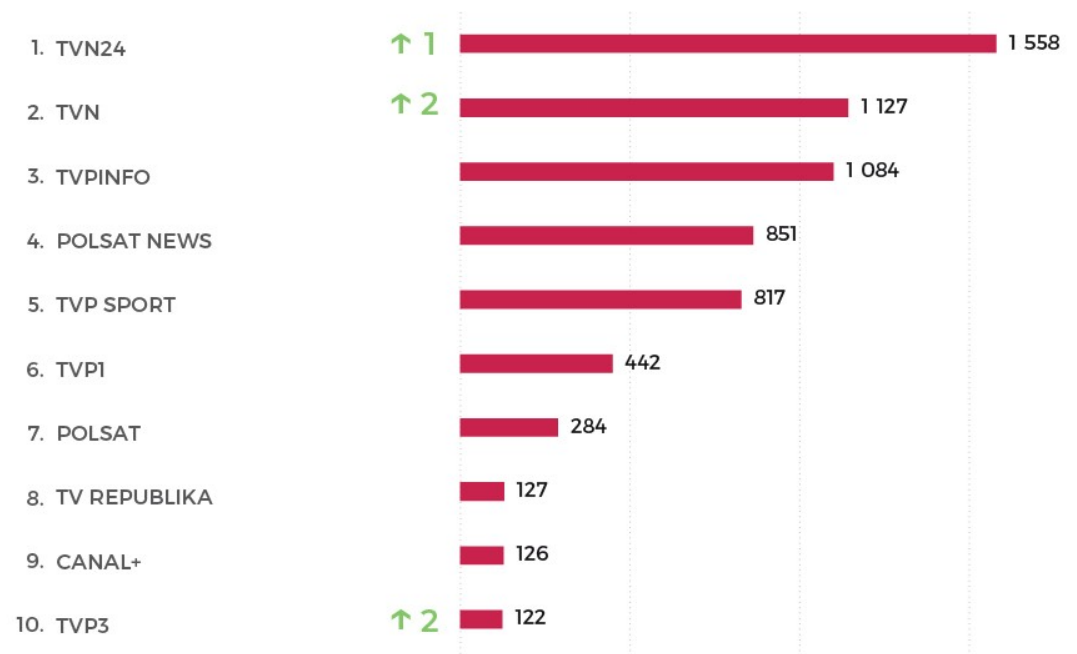


TELEWIZJA – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych w grudniu pierwsze miejsce zajął **TVN24** (1 558 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **TVN** (1 127 cytowań), podium zamyka **TVPinfo** z wynikiem 1 084 cytowania.

1 558
↑1
TVN24
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

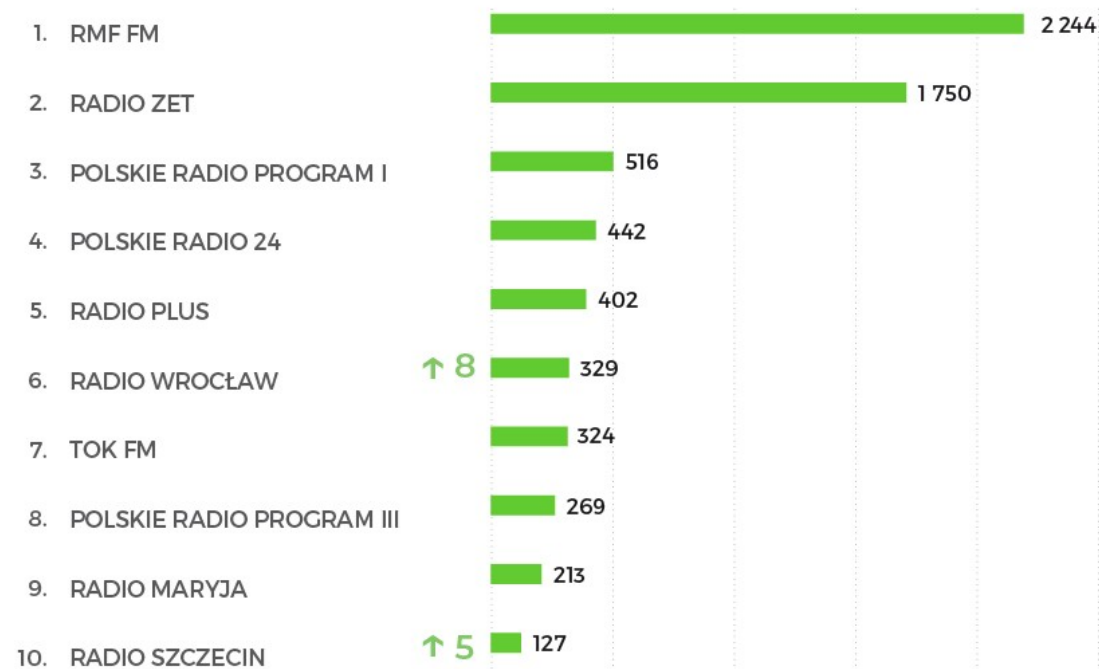


RADIO – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji radiowych w grudniu pierwsze miejsce zajął **RMF FM** (2 244 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio ZET** (1 750 cytowań), podium zamyka **Polskie Radio Program I** z wynikiem 516 cytowań.

2 244
RMF FM
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie



PORTALE – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych portali w grudniu pierwsze miejsce zajął **Wirtualna Polska** (2 329 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **Onet** (2 033 cytowania), podium zamyka **Interia** z wynikiem 1 003 cytowania.

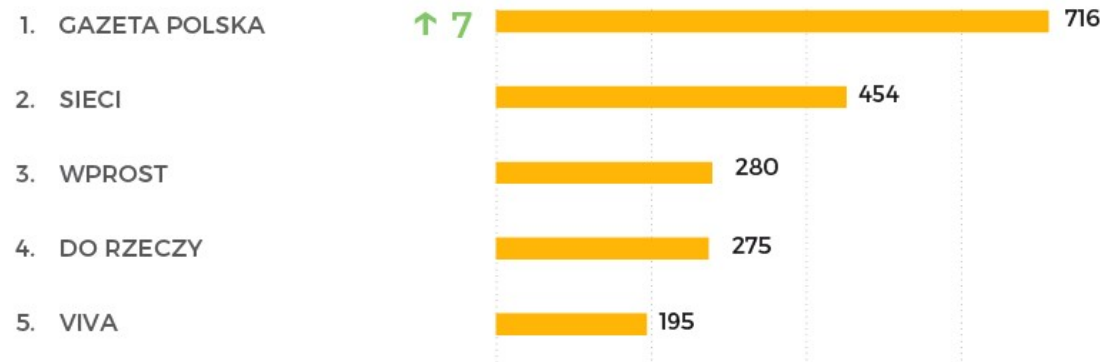
2 329
Wirtualna
Polska
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tygodników w grudniu pierwsze miejsce zajęła **Gazeta Polska** (716 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Sieci** (454 cytowania), podium zamyka **Wprost** z wynikiem 280 cytowań.



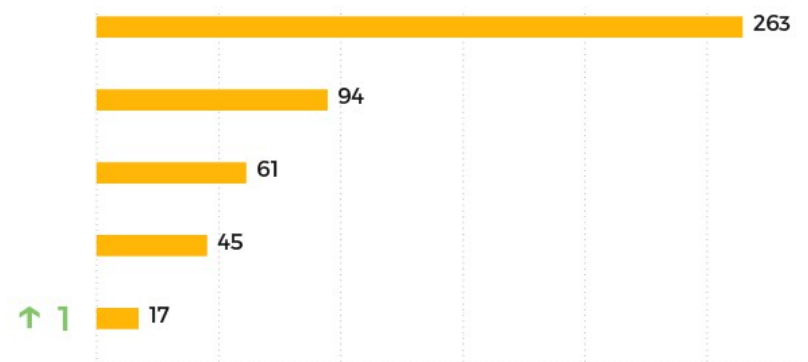
MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych miesięczników i dwumiesięczników w grudniu pierwsze miejsce zajął **Forbes** (716 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło miesięcznikowi **Twój Styl** (454 cytowań), podium zamyka **Press** z wynikiem 280 cytowań.

263
Forbes
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

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

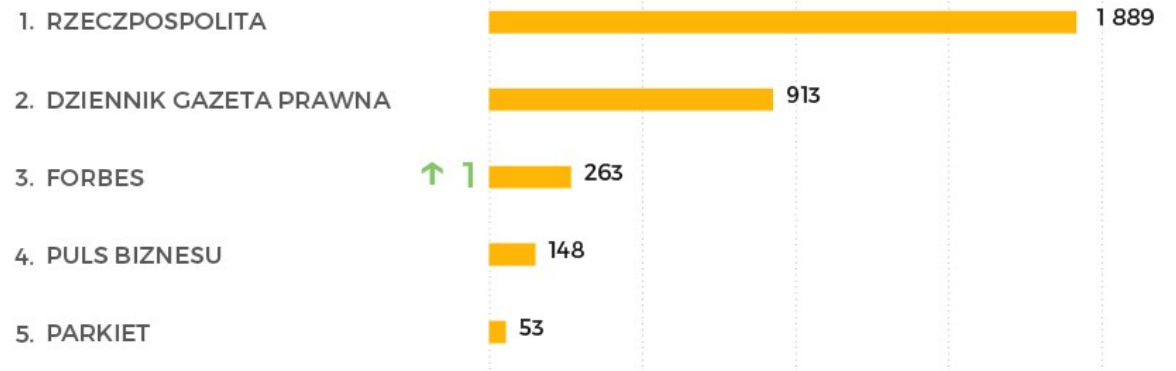


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w grudniu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (1 889 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Dziennikowi Gazecie Prawnej** (913 cytowań), podium zamyka **Forbes** z wynikiem 263 cytowania.

1 889
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w grudniu pierwsze miejsce zajął **Business Insider** (456 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Money** (386 cytowań), podium zamyka **Bankier** z wynikiem 149 cytowań.

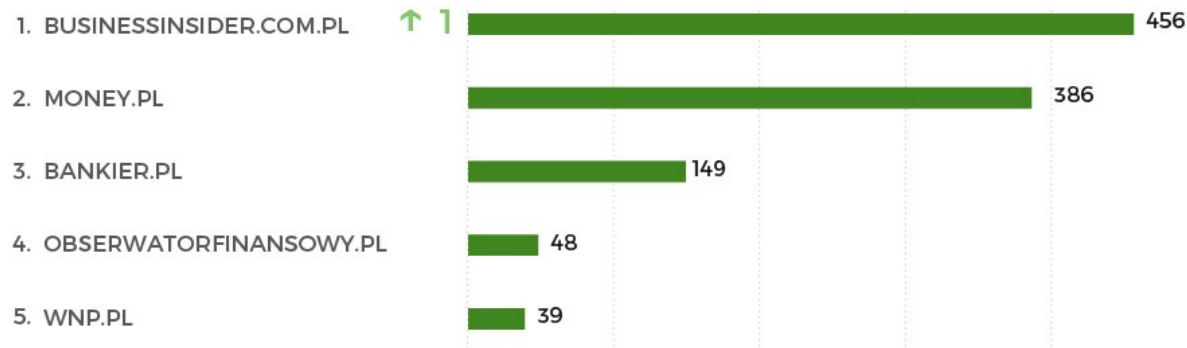
456

↑1

Business Insider

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów regionalnych w grudniu pierwsze miejsce zajęło **Radio Wrocław** (329 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio Szczecin** (127 cytowań), podium zamyka **Radio Lublin** z wynikiem 117 cytowań.

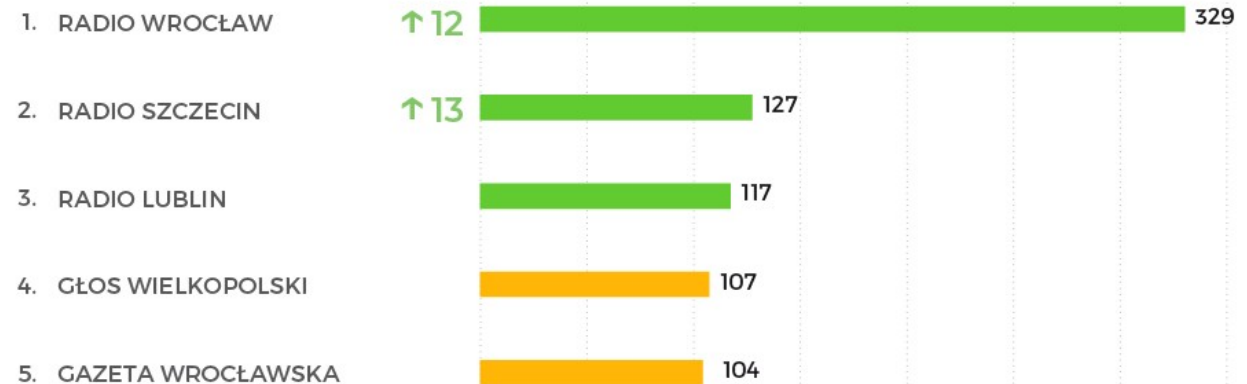
329

↑12

Radio Wrocław

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

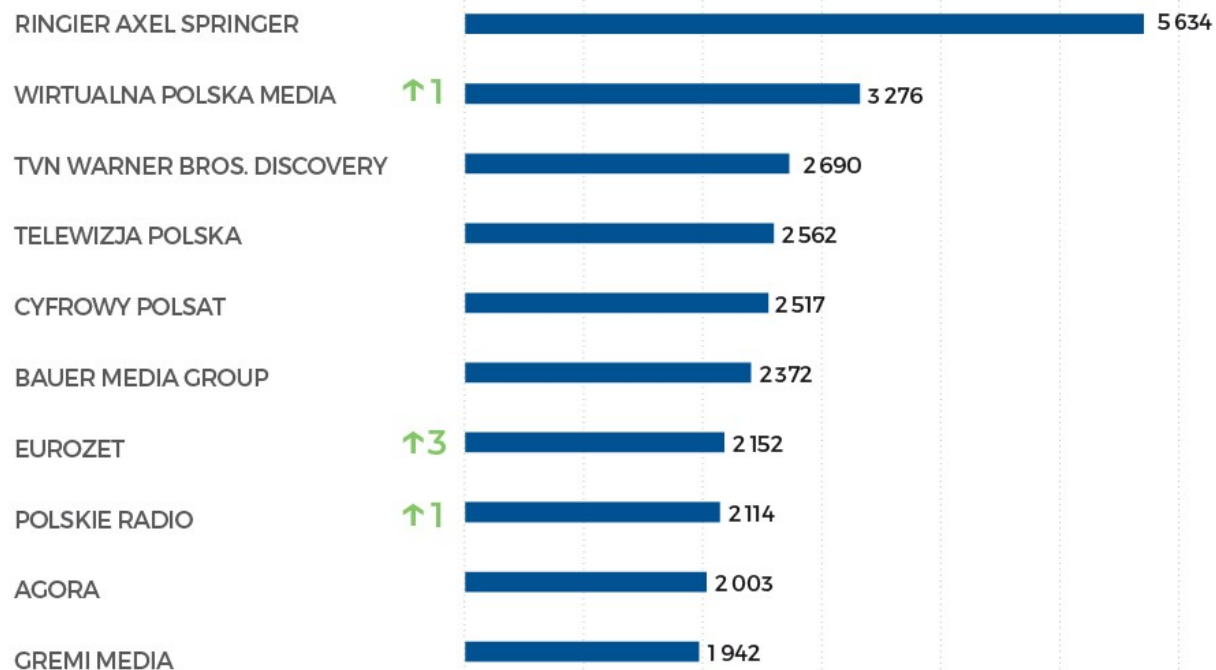


WYDAWNICTWA – TOP 10

Miejsce pierwsze w rankingu najbardziej opiniotwórczych wydawnictw utrzymuje **Ringier Axel Springer Polska**, którego redakcje Business Insider, Fakt, Forbes, Newsweek, Noizz, Onet, Plejada i Przegląd Sportowy, były cytowane przez dziennikarzy innych mediów w Polsce ponad 5,6 tys. razy. Na drugie miejsce awansuje grupa **Wirtualna Polska Media** z łącznym wynikiem ponad 3,2 tys. wzmianek badanych tytułów Abczdrowie, Autokult, Dobreprogramy, Money, o2, Pudelek i WP. Podium zamyka **TVN Warner Bros. Discovery** (TVN, TVN Turbo, TVN24, TVN24 Biznes i Świat), którego materiały redakcyjne łącznie pojawiły się 2,6 tys. razy w innych mediach.

329
**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:

Sylwia Dobkowska
Kierownik Działu PR & Marketingu
sdobkowska@imm.com.pl
502 422 574

