

Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-28.02.2023



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 |** MEDIA BIZNESOWE - PRASA - TOP 5
- 12 |** MEDIA 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.

30,7 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

8,9 tys.

liczba cytowań
w portalach

5,3 tys.

liczba cytowań
w radiu

10,3 tys.

liczba cytowań
w prasie

6,2 tys.

liczba cytowań
w telewizji

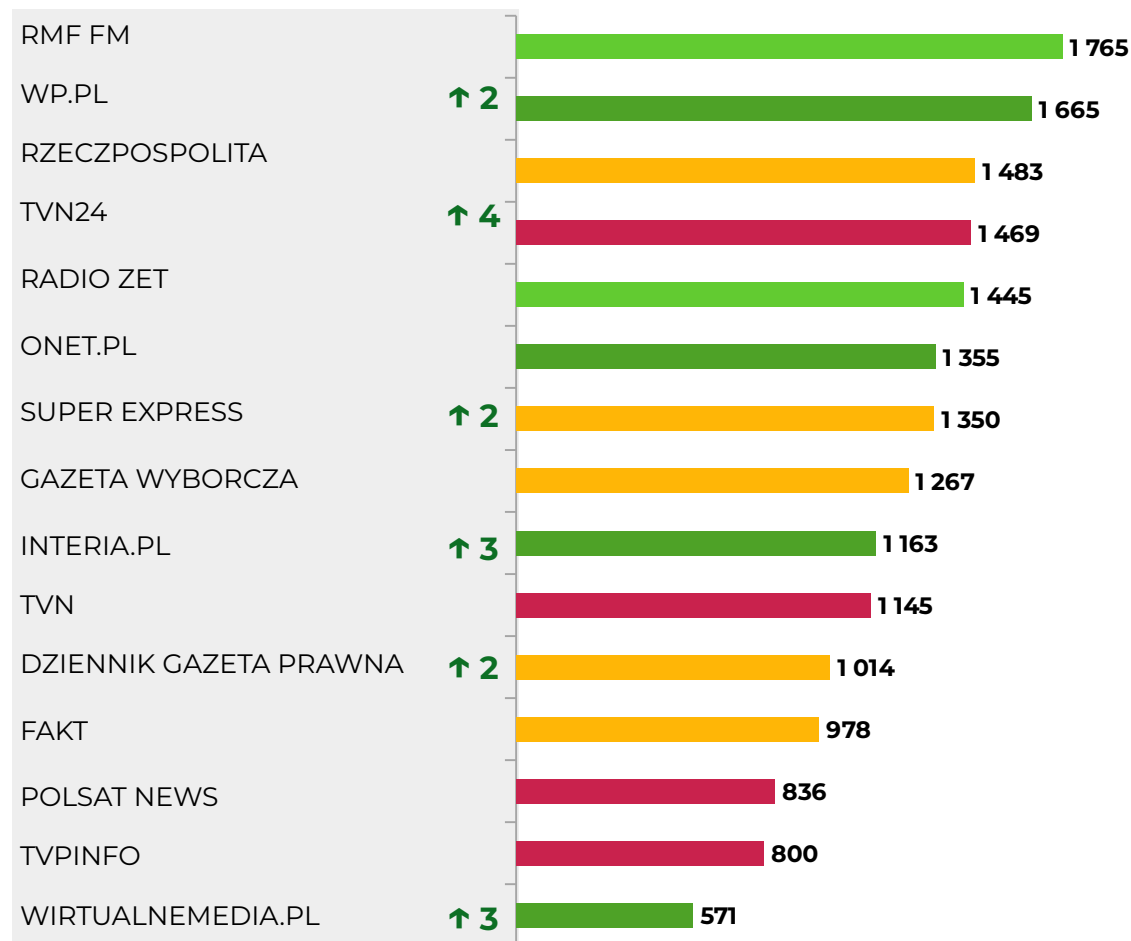
Analiza obejmuje przekazy, które nie są przeglądami mediów ani przedrukami.
Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

W rankingu najczęściej cytowanych mediów w lutym pierwsze miejsce zajął **RMF FM** (1 765 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **wp.pl** (1 665 cytowań), podium zamyka **Rzeczpospolita** z wynikiem 1 483 cytowania.

1 765
RMF FM
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

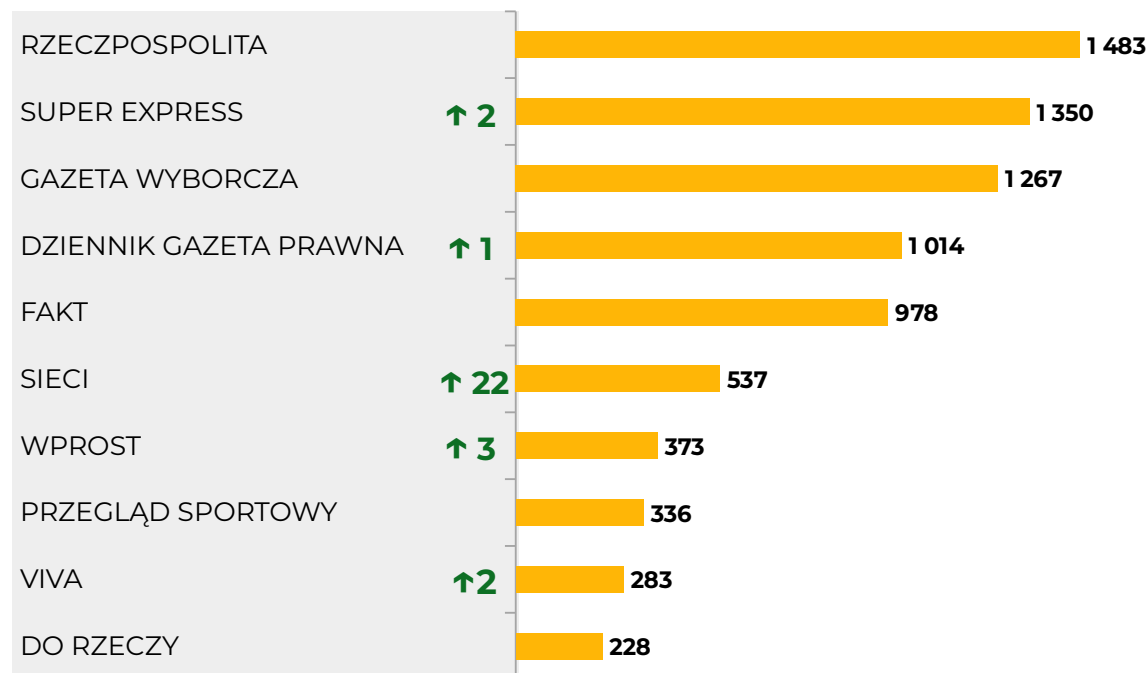


TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych w lutym pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (1 483 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło dziennikowi **Super Express** (1 350 cytowań), podium zamyka **Gazeta Wyborcza** z wynikiem 1 267 cytowań.

1 483
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie

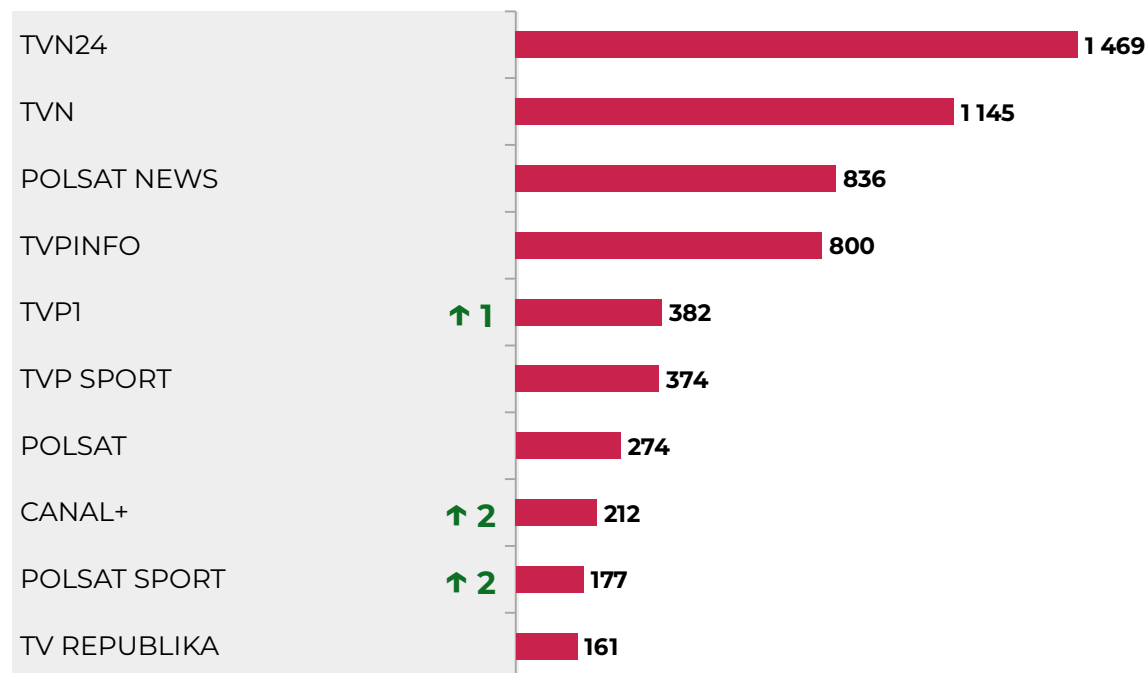


TELEWIZJA – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych w lutym pierwsze miejsce zajął **TVN24** (1 469 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **TVN** (1 145 cytowań), podium zamyka **Polsat News** z wynikiem 836 cytowań.

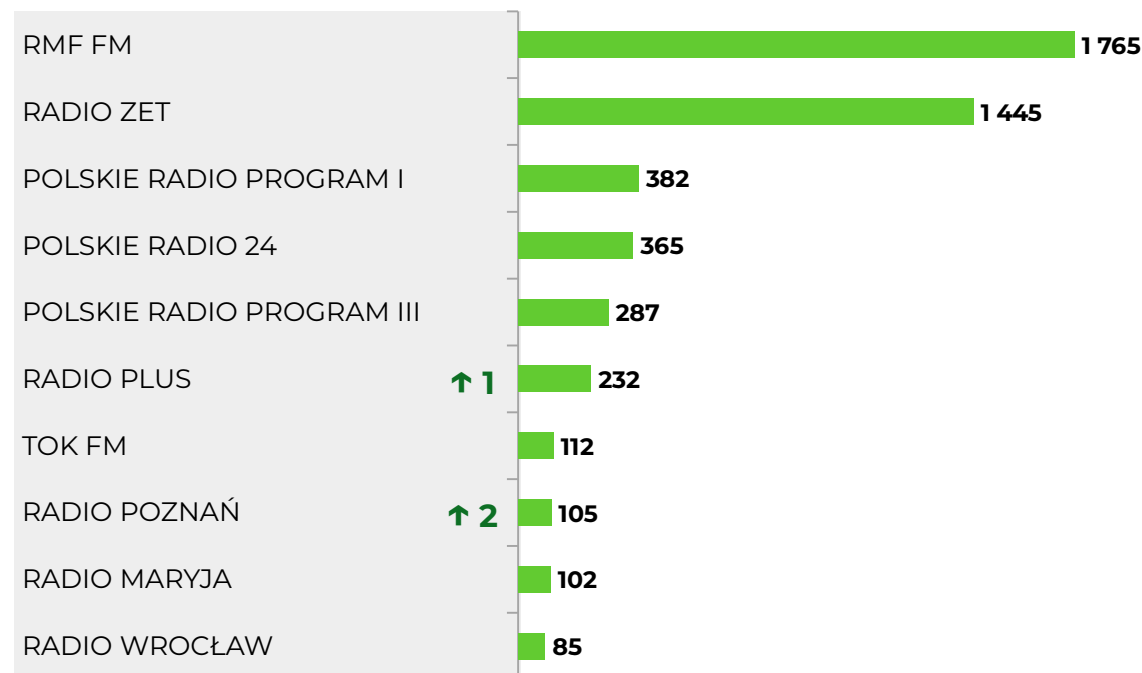
1 469
TVN24
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



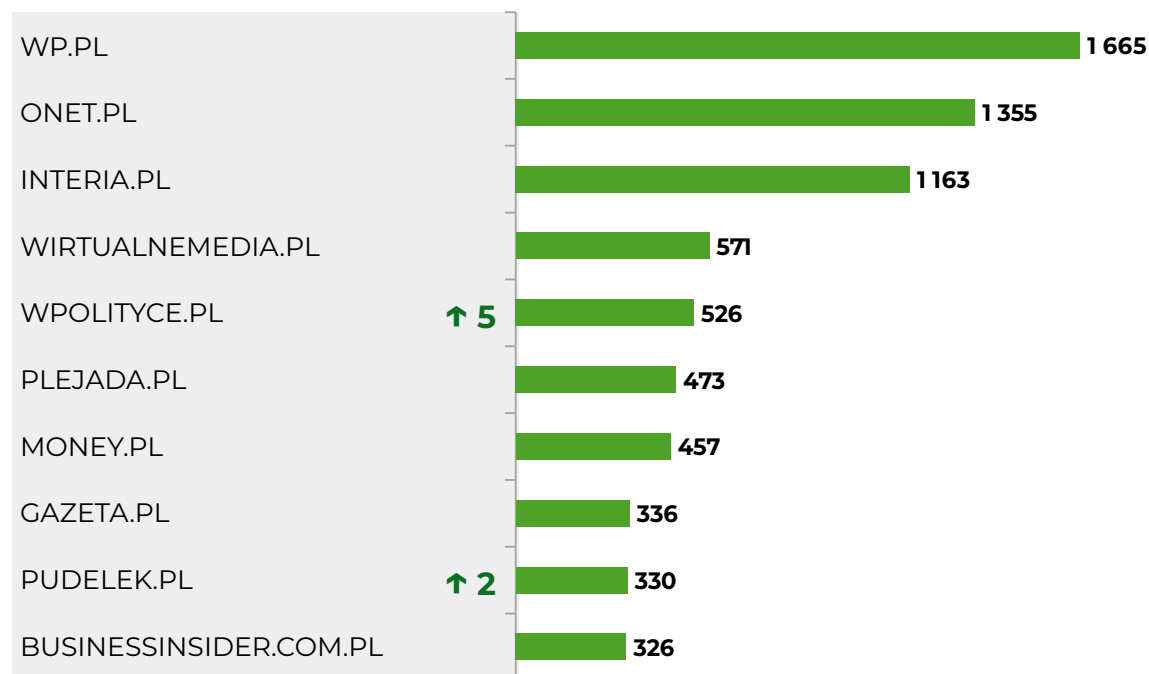
RADIO – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji radiowych w lutym pierwsze miejsce zajął **RMF FM** (1 765 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio ZET** (1 445 cytowań), podium zamyka **Polskie Radio Program I** z wynikiem 382 cytowania.



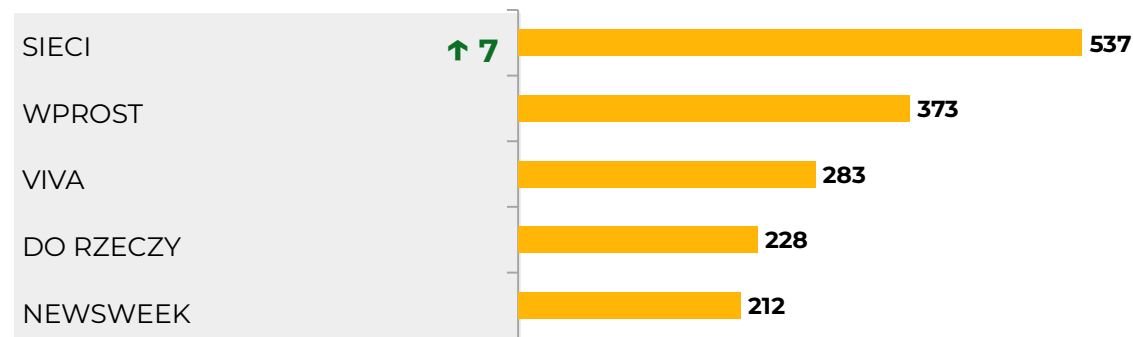
PORTALE – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych portali w lutym pierwsze miejsce zajął **wp.pl** (1 665 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **onet.pl** (1 355 cytowań), podium zamyka **interia.pl** z wynikiem 1 163 cytowania.



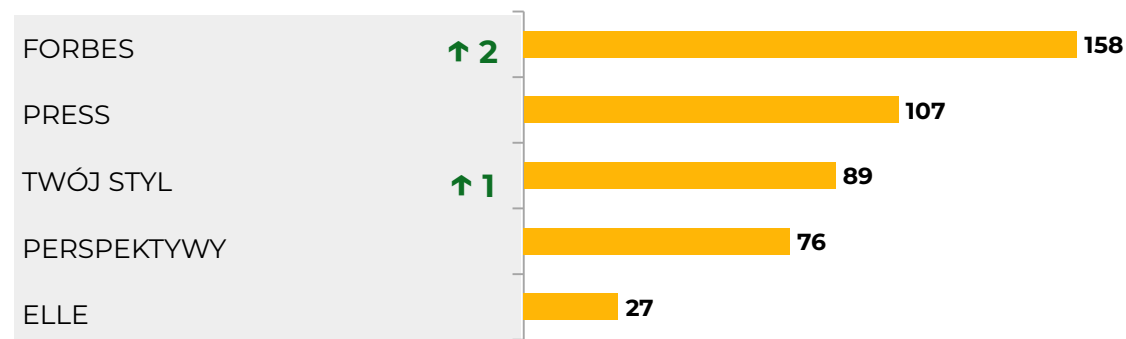
TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tygodników w lutym pierwsze miejsce zajął **Sieci** (537 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Wprost** (373 cytowania), podium zamyka **Viva** z wynikiem 283 cytowania.



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych miesięczników i dwumiesięczników w lutym pierwsze miejsce zajął **Forbes** (158 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Press** (107 cytowań), podium zamyka **Twój Styl** z wynikiem 89 cytowań.

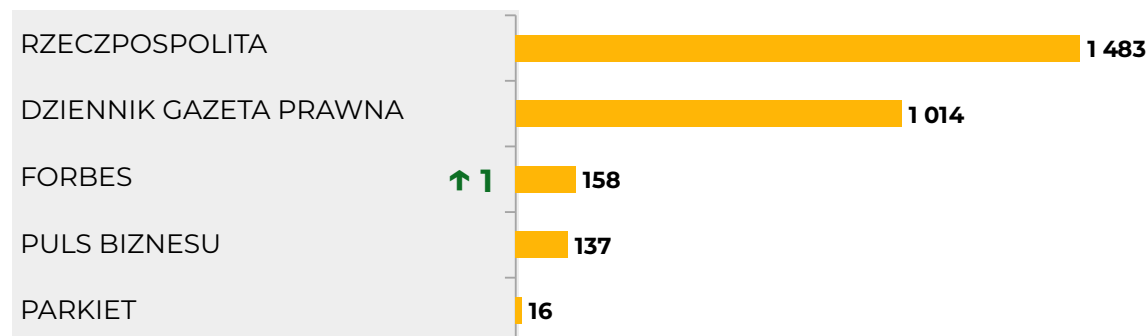


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w lutym pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (1 483 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Dziennikowi Gazecie Prawnej** (1 014 cytowań), podium zamyka **Forbes** z wynikiem 158 cytowań.

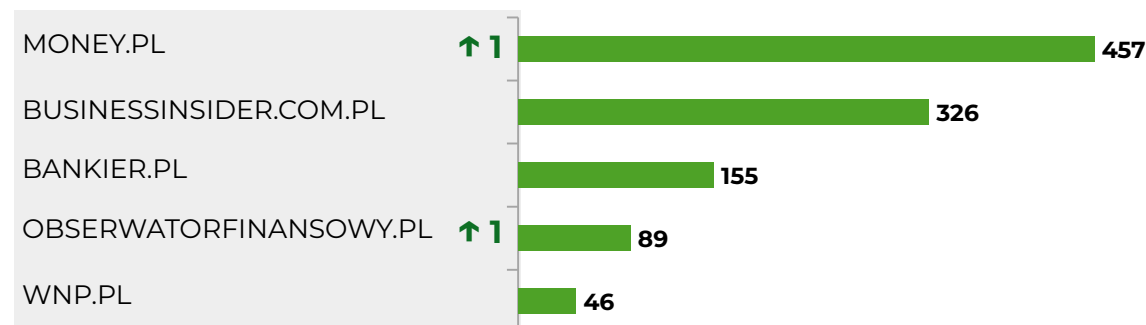
1 483
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w lutym pierwsze miejsce zajął **money.pl** (457 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **businessinsider.com.pl** (326 cytowań), podium zamyka **bankier.pl** z wynikiem 155 cytowań.

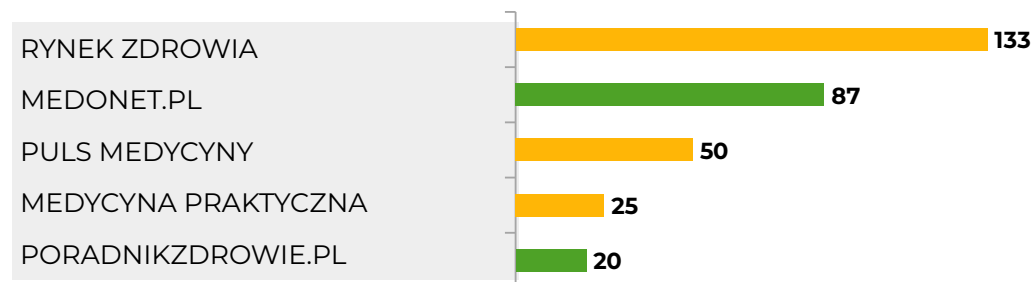


MEDIA O TEMATYCE ZDROWOTNEJ - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów medycznych w lutym pierwsze miejsce zajął **Rynek Zdrowia** (133 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **medonet.pl** (87 cytowań), podium zamyka **Puls Medycyny** z wynikiem 50 cytowań.

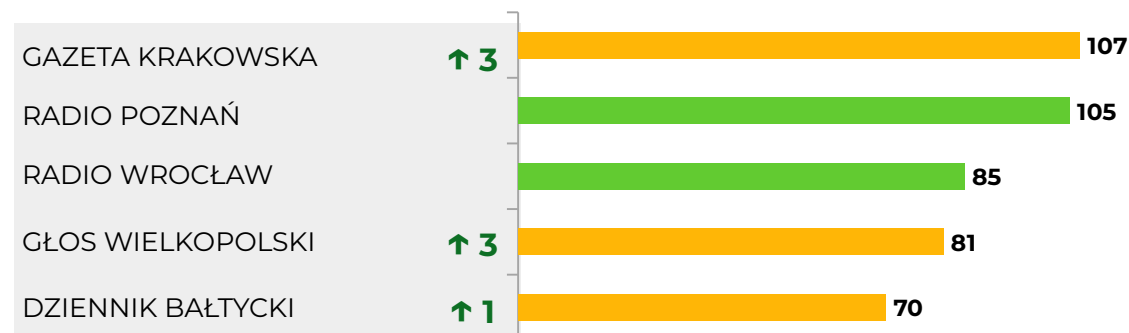
133
Rynek Zdrowia
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów regionalnych w lutym pierwsze miejsce zajęła **Gazeta Krakowska** (107 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio Poznań** (105 cytowań), podium zamyka **Radio Wrocław** z wynikiem 85 cytowań.



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:

Katarzyna Ozga
Młodsza specjalistka ds. komunikacji
@: kozga@imm.com.pl
kom.: +48 698 634 594

