

Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.03.2023



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.

40,6 tys.

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródłach
w analizowanym okresie

11 tys.

liczba cytowań
w portalach

7,5 tys.

liczba cytowań
w radiu

13,5 tys.

liczba cytowań
w prasie

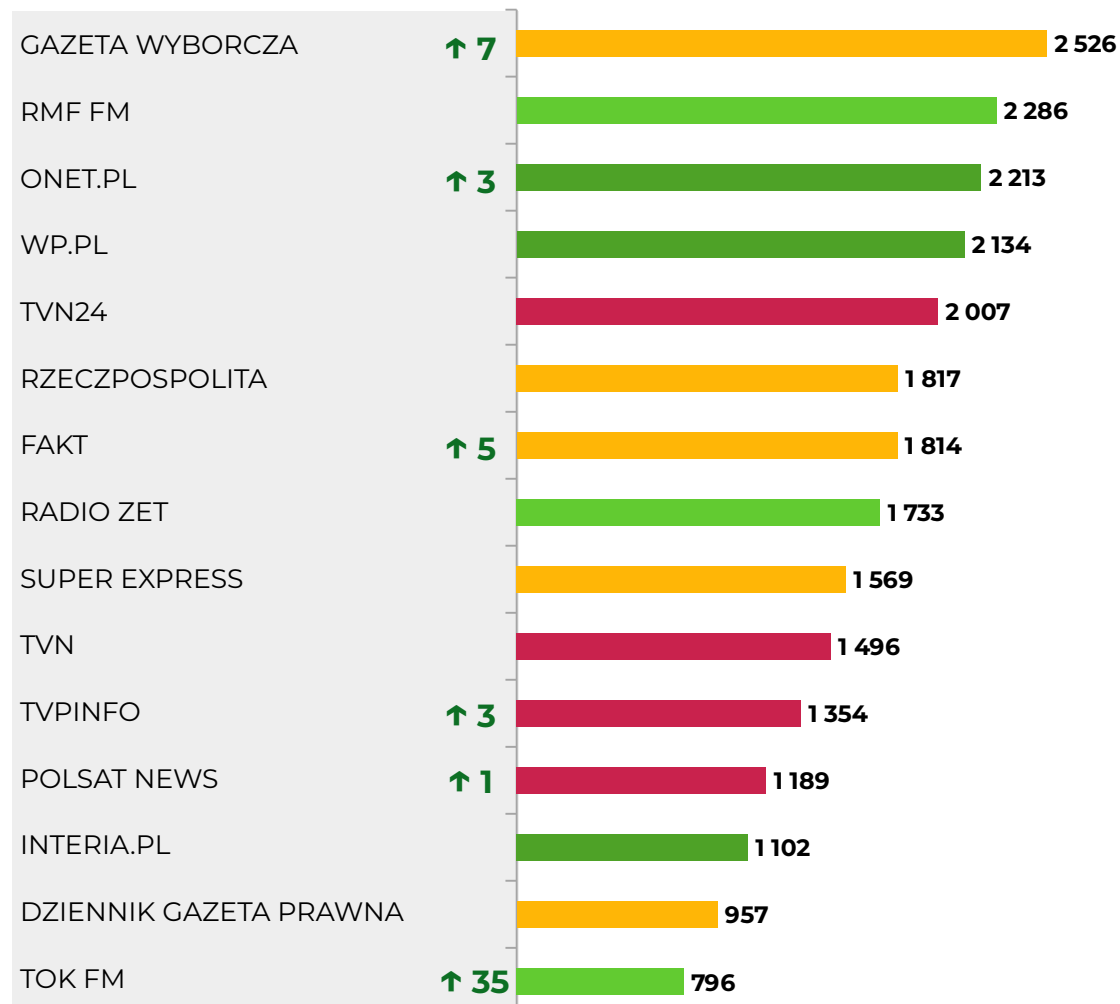
8,6 tys.

liczba cytowań
w telewizji

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

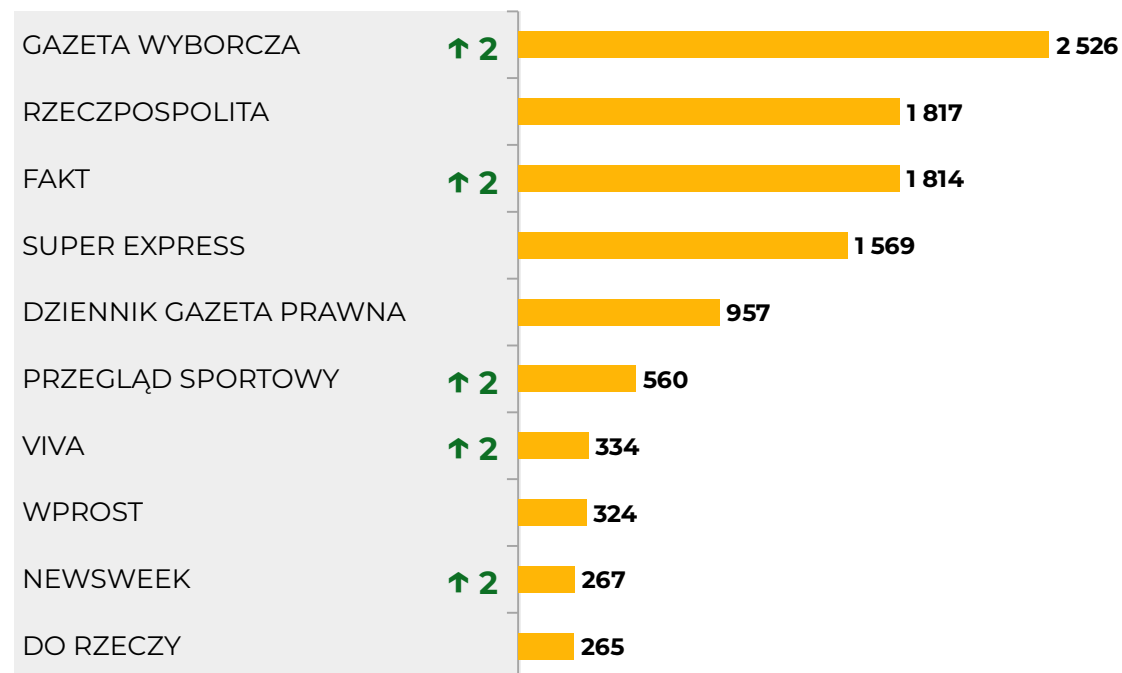
OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

W rankingu najczęściej cytowanych mediów w marcu pierwsze miejsce zajęła **Gazeta Wyborcza** (2 526 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **RMF FM** (2 286 cytowań), podium zamyka **onet.pl** z wynikiem 2 213 cytowań.



TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych w marcu pierwsze miejsce zajęła **Gazeta Wyborcza** (2 526 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **Rzeczpospolita** (1 817 cytowań), podium zamyka **Fakt** z wynikiem 1 814 cytowań.



TELEWIZJA – TOP 10

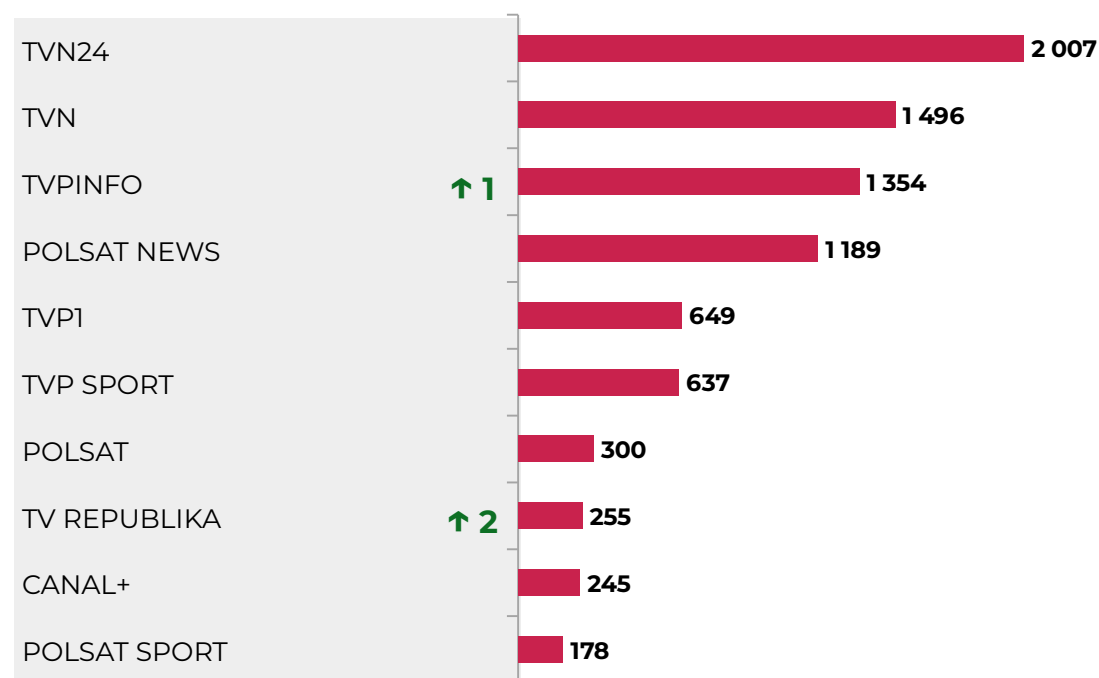
W rankingu najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych w marcu pierwsze miejsce zajął **TVN24** (2 007 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **TVN** (1 496 cytowań), podium zamyka **TVPinfo** z wynikiem 1 354 cytowania.

2 007

TVN24

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



RADIO – TOP 10

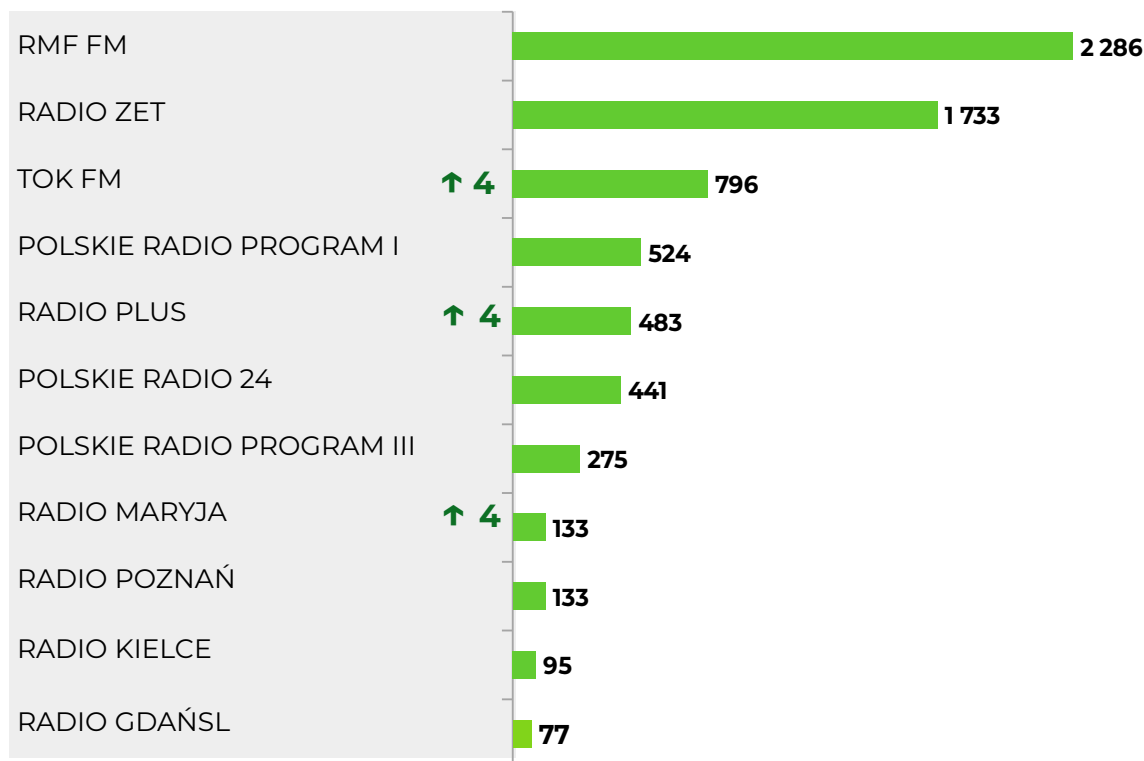
W rankingu najczęściej cytowanych stacji radiowych w marcu pierwsze miejsce zajął **RMF FM** (2 286 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio ZET** (1 733 cytowania), podium zamyka **TOK FM** z wynikiem 796 cytowań.

2 286

RMF FM

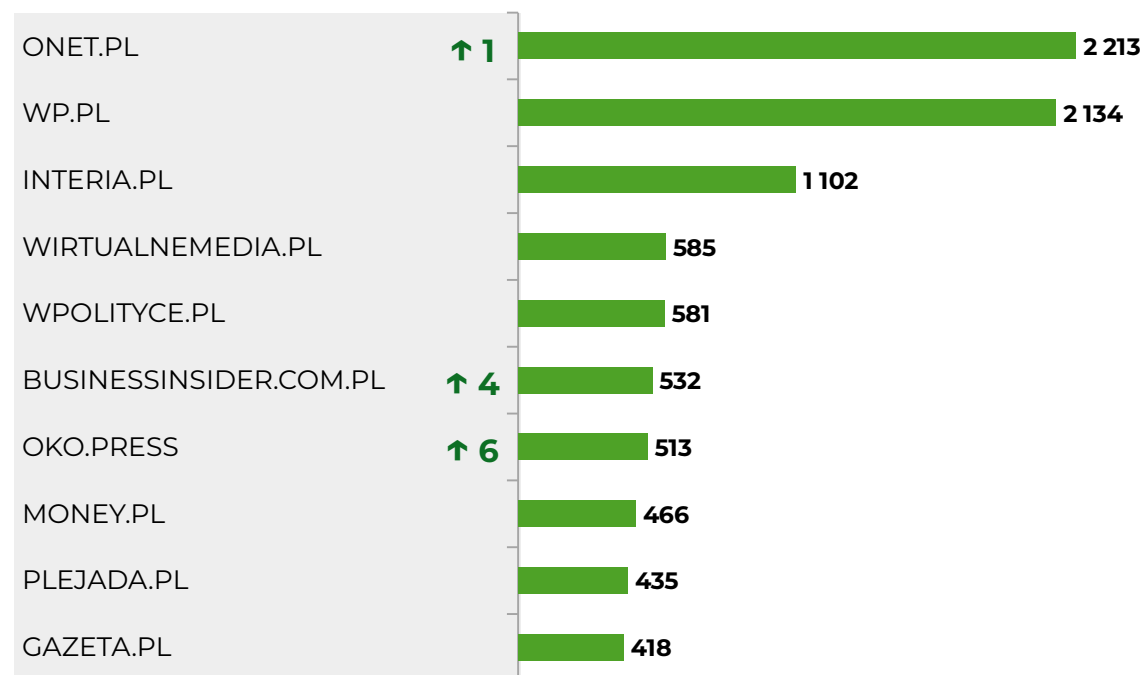
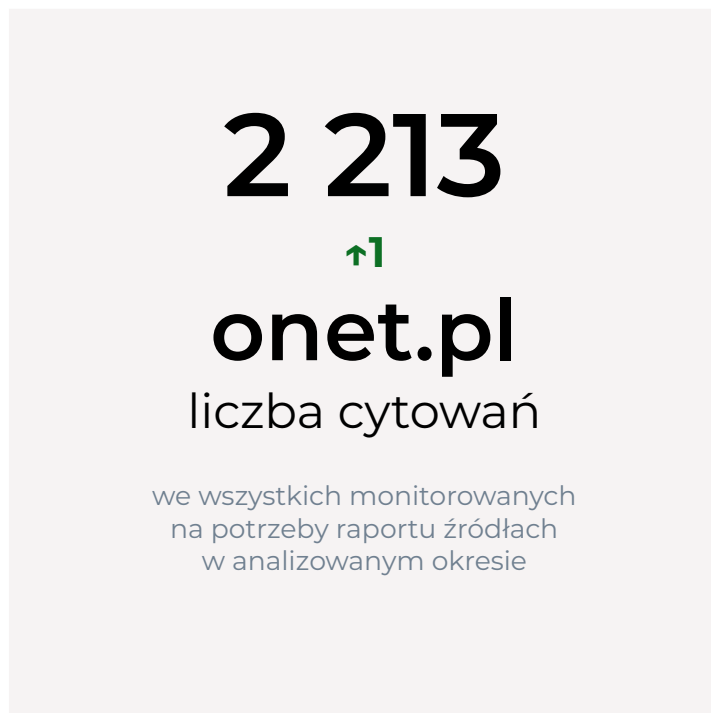
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



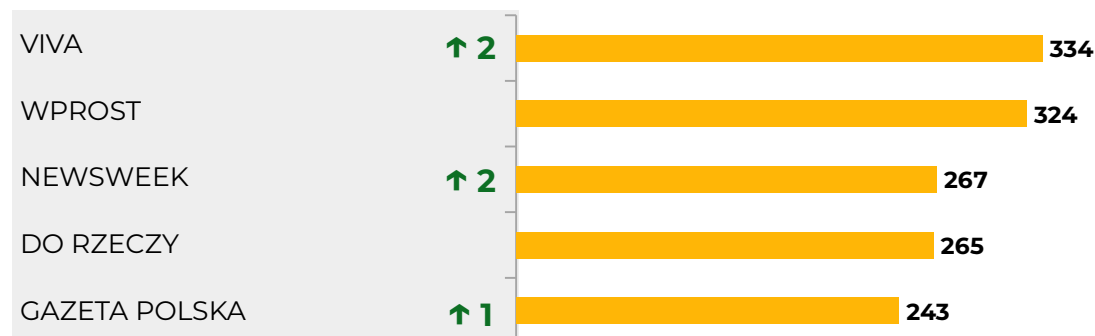
PORTALE – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych portali w marcu pierwsze miejsce zajął **onet.pl** (2 213 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **wp.pl** (2 134 cytowania), podium zamyka **interia.pl** z wynikiem 1 102 cytowania.



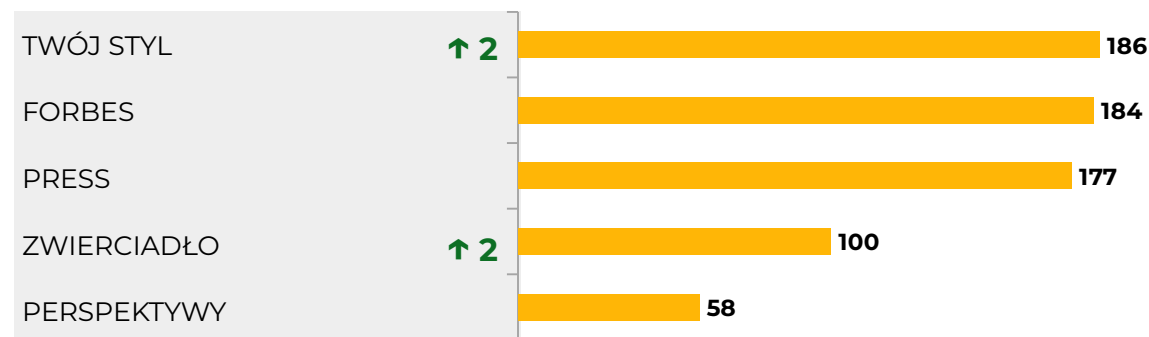
TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tygodników w marcu pierwsze miejsce zajęła **Viva** (334 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Wprost** (324 cytowania), podium zamyka **Newsweek** z wynikiem 267 cytowań.



MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych miesięczników i dwumiesięczników w marcu pierwsze miejsce zajął **Twój Styl** (186 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Forbes** (184 cytowania), podium zamyka **Press** z wynikiem 177 cytowań.

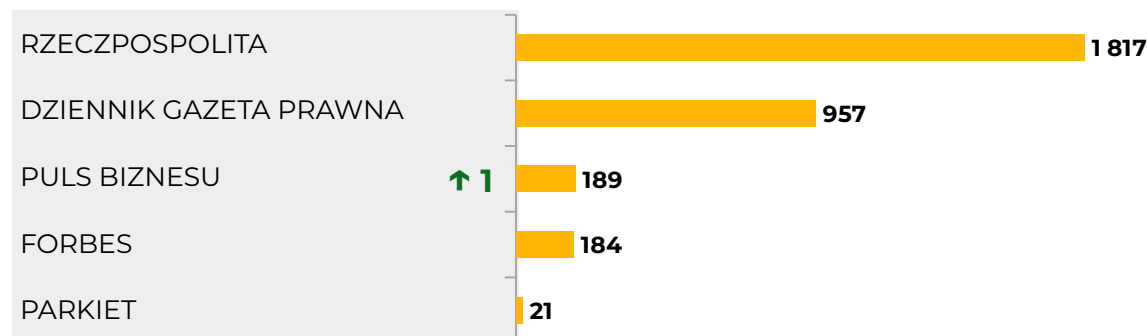


MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w marcu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (1 817 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Dziennikowi Gazecie Prawnej** (957 cytowań), podium zamyka **Puls Biznesu** z wynikiem 189 cytowań.

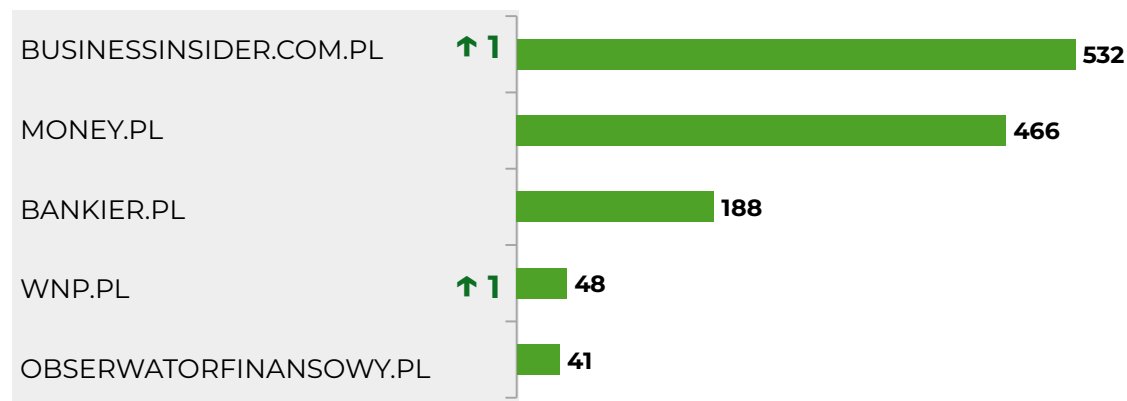
1 817
Rzeczpospolita
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych
na potrzeby raportu źródeł
w analizowanym okresie



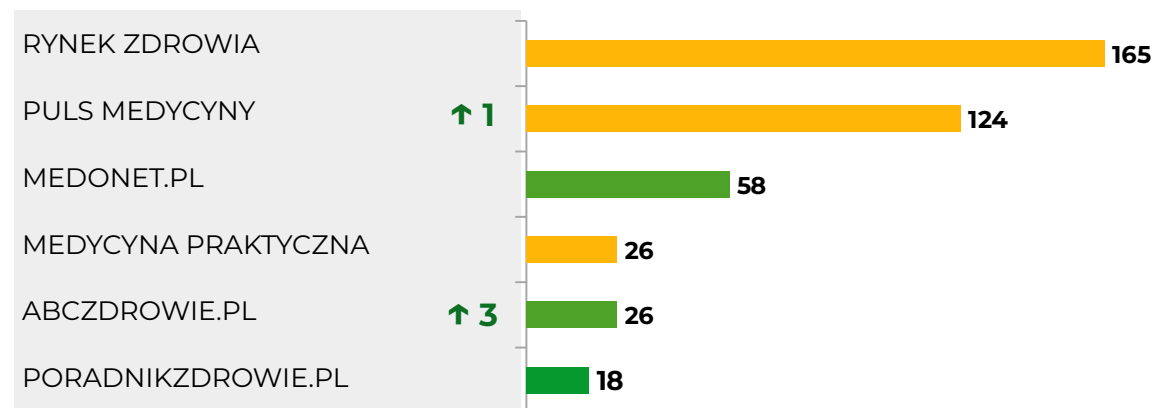
MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w marcu pierwsze miejsce zajął **businessinsider.com.pl** (532 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **money.pl** (466 cytowań), podium zamyka **bankier.pl** z wynikiem 188 cytowań.



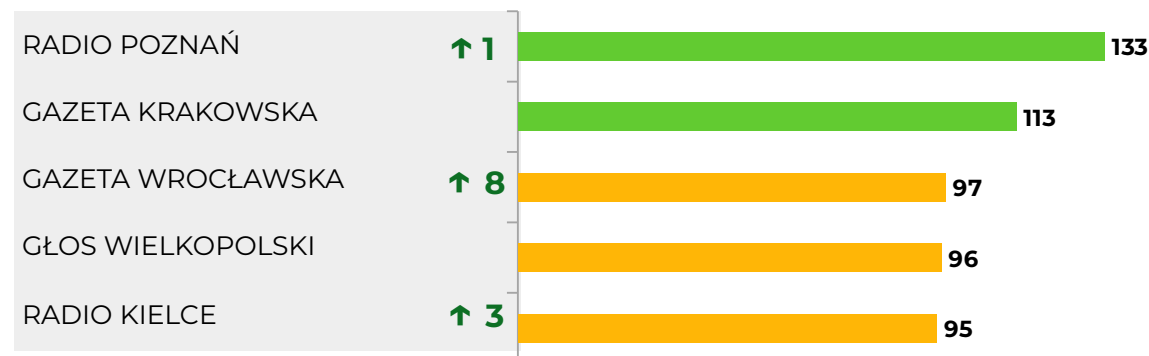
MEDIA O TEMATYCE ZDROWOTNEJ - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów medycznych w marcu pierwsze miejsce zajął **Rynek Zdrowia** (165 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Pulsowi Medycyny** (124 cytowania), podium zamyka **medonet.pl** z wynikiem 58 cytowań.



MEDIA REGIONALNE – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów regionalnych w marcu pierwsze miejsce zajęło **Radio Poznań** (133 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Gazecie Krakowskiej** (113 cytowania), podium zamyka **Gazeta Wrocławska** z wynikiem 97 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

