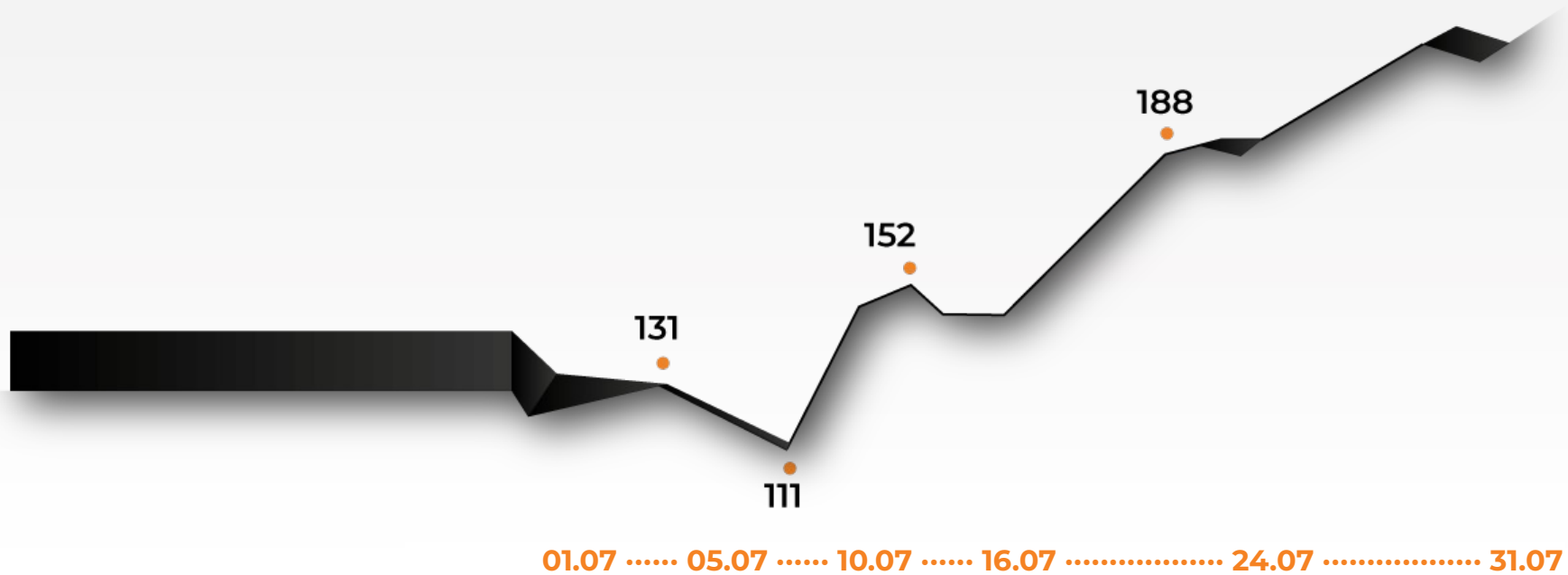


# Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce

01-31.07.2023



## 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.

**41 tys.**

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródłach  
w analizowanym okresie

**12,8 tys.**

liczba cytowań  
w portalach

**5,3 tys.**

liczba cytowań  
w radiu

**15,9 tys.**

liczba cytowań  
w prasie

**7 tys.**

liczba cytowań  
w telewizji

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

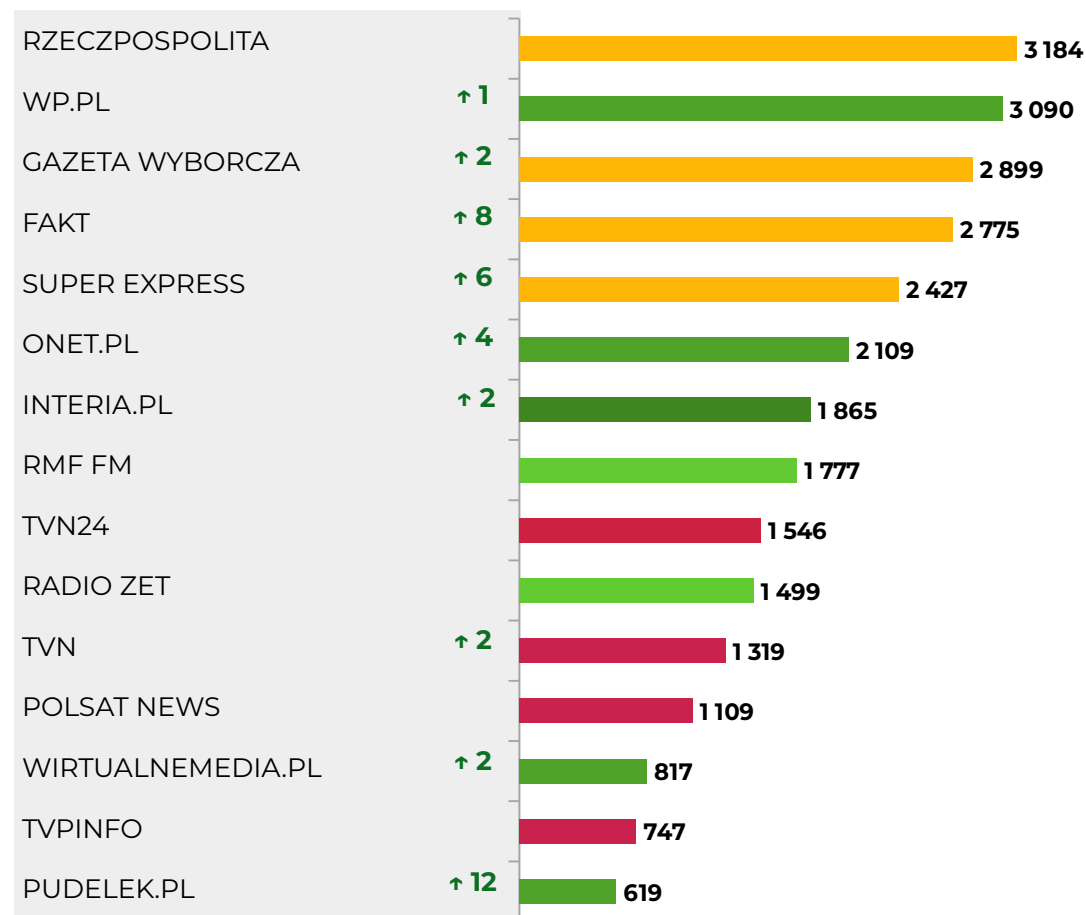
Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu

## OPINIOTWÓRCZE MEDIA - TOP 15

W rankingu najczęściej cytowanych mediów w lipcu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (3 184 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **wp.pl** (3 090 cytowań), podium zamyka **Gazeta Wyborcza** z wynikiem 2 899 cytowań.

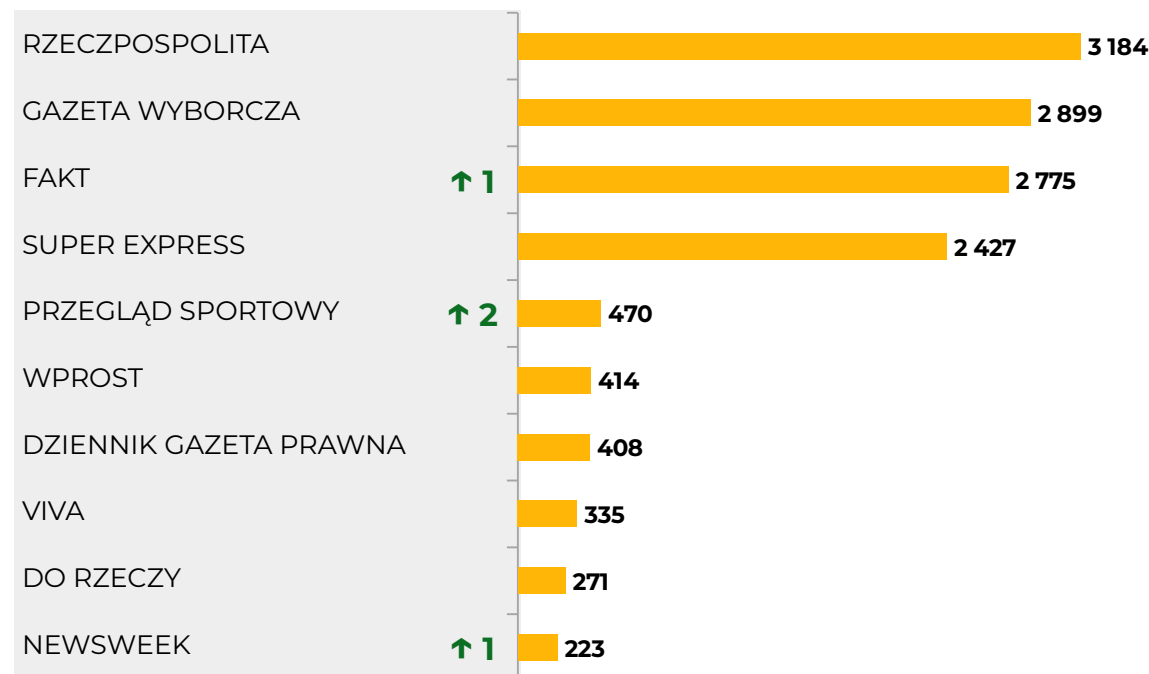
**3 184**  
**Rzeczpospolita**  
 liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
 na potrzeby raportu źródeł  
 w analizowanym okresie



## TYTUŁY PRASOWE - TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów prasowych w lipcu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (3 184 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło dziennikowi **Gazeta Wyborcza** (2 899 cytowań), podium zamyka **Fakt** z wynikiem 2 775 cytowań.



## TELEWIZJA – TOP 10

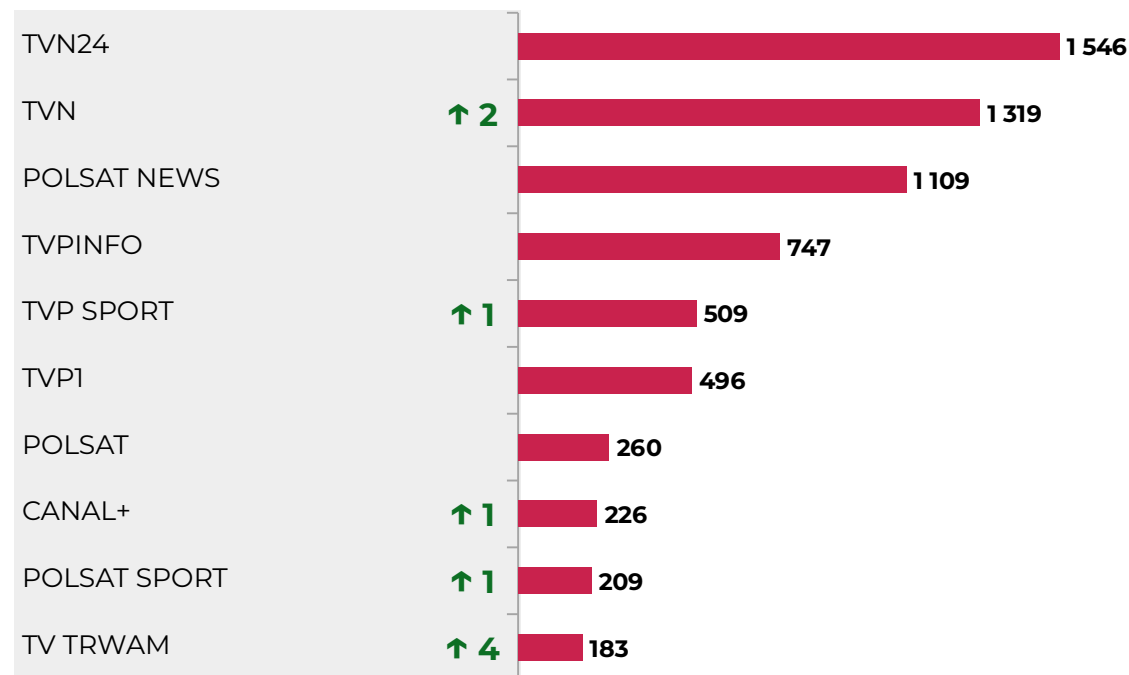
W rankingu najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych w lipcu pierwsze miejsce zajął **TVN24** (1 546 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **TVN** (1 319 cytowań), podium zamyka **Polsat News** z wynikiem 1 109 cytowań.

# 1 546

## TVN24

liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródełach  
w analizowanym okresie

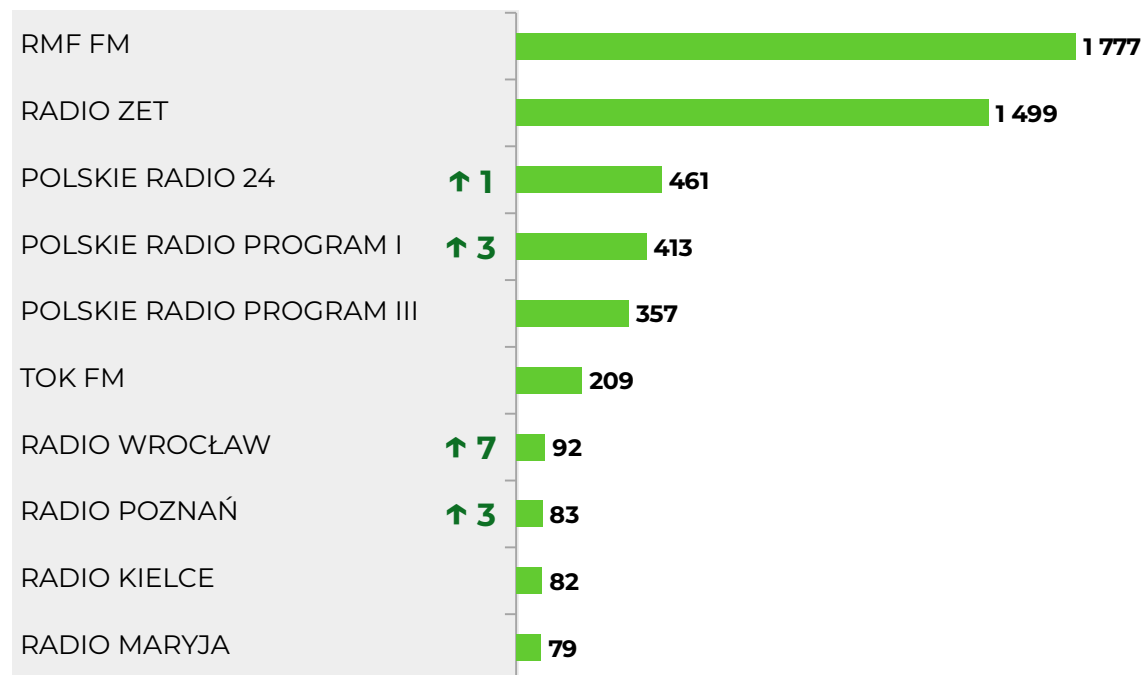


## RADIO – TOP 10

W rankingu najczęściej cytowanych stacji radiowych w lipcu pierwsze miejsce zajął **RMF FM** (1 777 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło stacji **Radio ZET** (1 499 cytowań), podium zamyka **Polskie Radio 24** z wynikiem 461 cytowań.

**1 777**  
**RMF FM**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie



## PORTALE – TOP 10

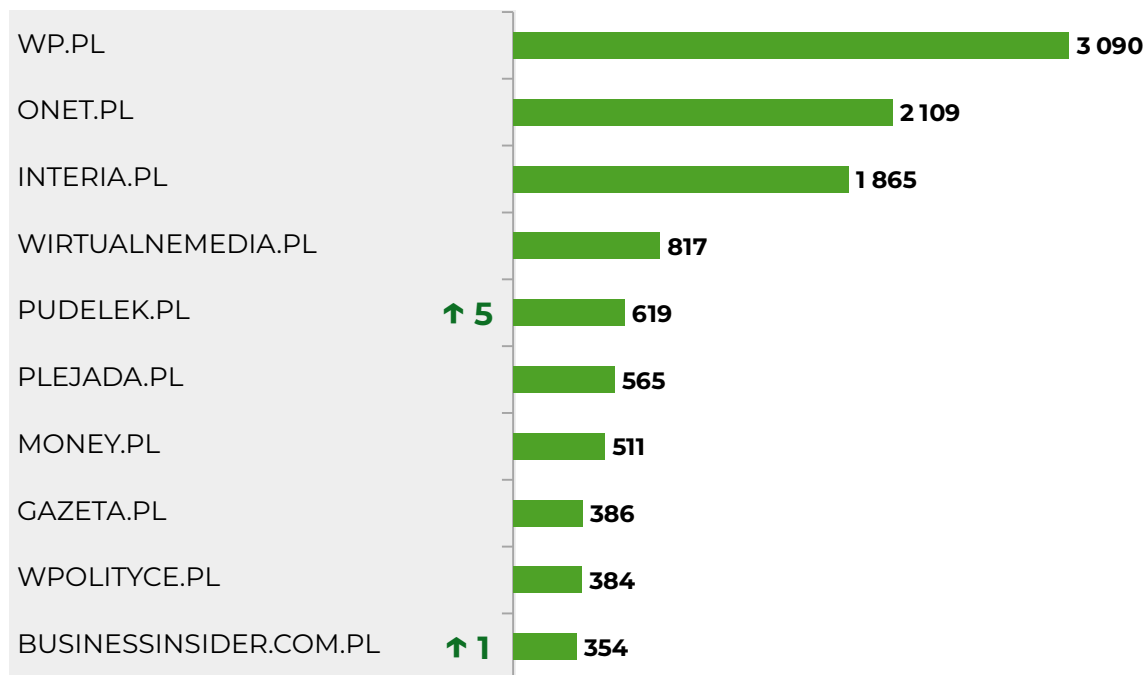
W rankingu najczęściej cytowanych portali w lipcu pierwsze miejsce zajął **wp.pl** (3 090 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło portalowi **onet.pl** (2 109 cytowań), podium zamyka **interia.pl** z wynikiem 1 865 cytowań.

# 3 090

## wp.pl

### liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie



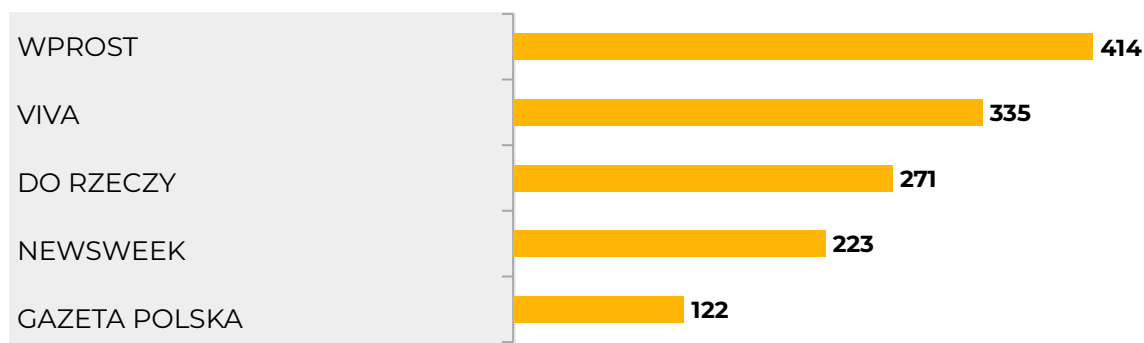


## TYGODNIKI I DWUTYGODNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tygodników w lipcu pierwsze miejsce zajął **Wprost** (414 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Viva** (335 cytowań), podium zamyka **Do Rzeczy** z wynikiem 271 cytowań.

**414**  
**Wprost**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie

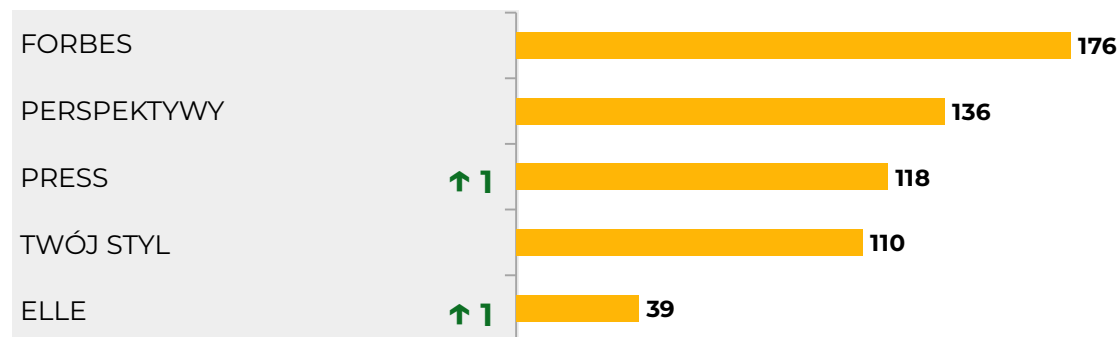


## MIESIĘCZNIKI I DWUMIESIĘCZNIKI – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych miesięczników i dwumiesięczników w lipcu pierwsze miejsce zajął **Forbes** (176 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło tytułowi **Perspektywy** (136 cytowań), podium zamyka **Press** z wynikiem 118 cytowań.

**176**  
**Forbes**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie

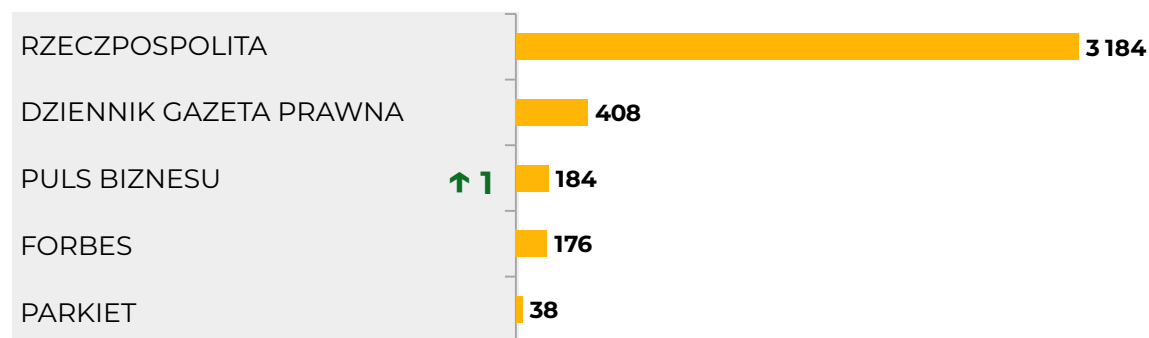


## MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PRASA - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w lipcu pierwsze miejsce zajęła **Rzeczpospolita** (3 184 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Dziennikowi Gazecie Prawnej** (408 cytowań), podium zamyka **Puls Biznesu** z wynikiem 184 cytowania.

**3 184**  
**Rzeczpospolita**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie

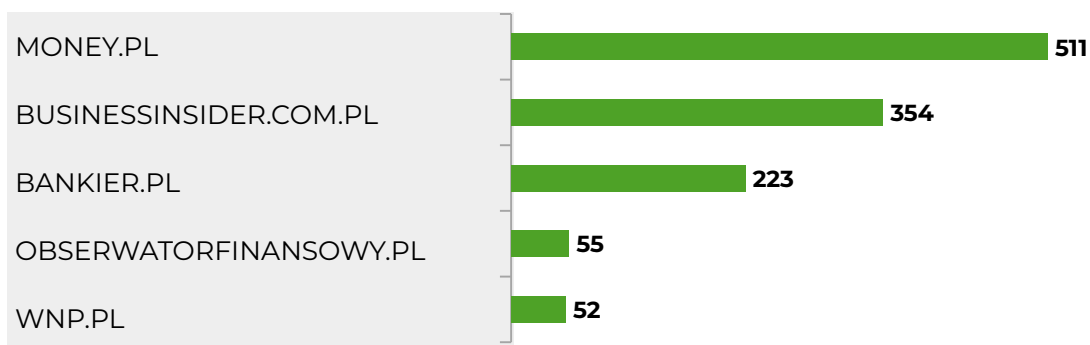


## MEDIA EKONOMICZNE I BIZNESOWE - PORTALE - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych w lipcu pierwsze miejsce zajął **money.pl** (511 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **businessinsider.com.pl** (354 cytowania), podium zamyka **bankier.pl** z wynikiem 223 cytowania.

**511**  
**money.pl**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie

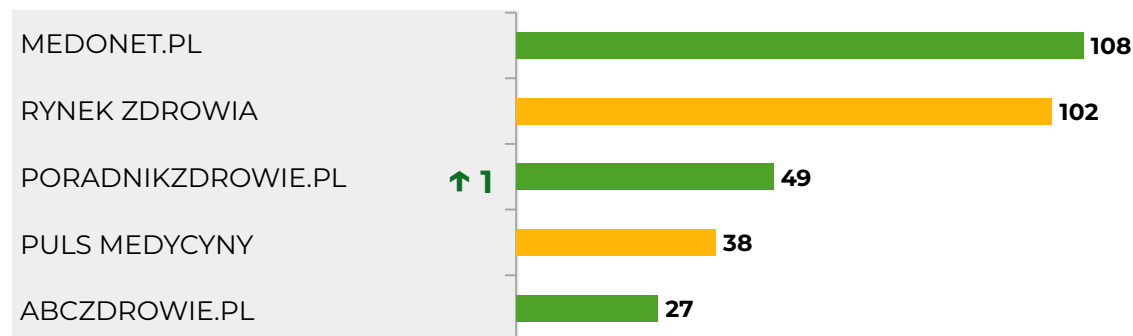


## MEDIA O TEMATYCE ZDROWOTNEJ - TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych tytułów medycznych w lipcu pierwsze miejsce zajął **medonet.pl** (108 cytowań we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Rynkowi Zdrowia** (102 cytowania), podium zamyka **poradnikzdrowie.pl** z wynikiem 49 cytowań.

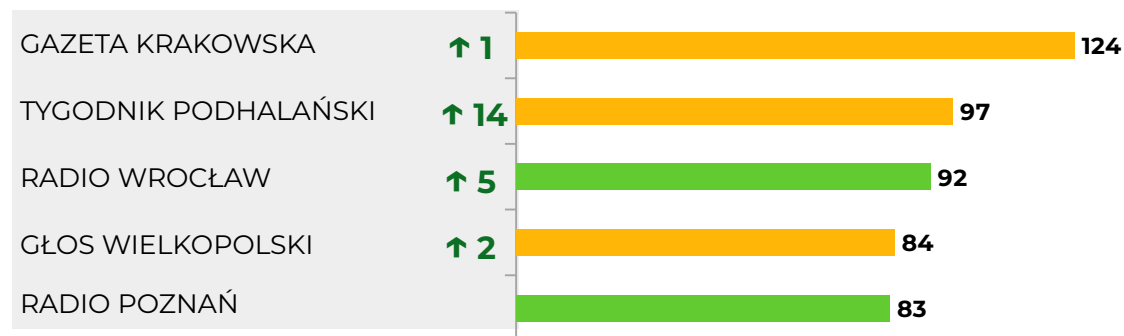
**108**  
**medonet.pl**  
liczba cytowań

we wszystkich monitorowanych  
na potrzeby raportu źródeł  
w analizowanym okresie



## MEDIA REGIONALNE – TOP 5

W rankingu najczęściej cytowanych mediów regionalnych w lipcu pierwsze miejsce zajęła **Gazeta Krakowska** (124 cytowania we wszystkich analizowanych mediach). Drugie miejsce przypadło **Tygodnikowi Podhalańskiemu** (97 cytowań), podium zamyka **Radio Wrocław** z wynikiem 92 cytowania.



# 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 (m.in. TVP1, TVP2, TVP Info, TVN, TVN24, TVN24BiS, TVN Turbo, Polsat, Polsat News, Polsat News 2) i rozgłośniach radiowych (m.in. 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](http://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  
Dział PR & Marketingu  
@: kozga@imm.com.pl  
kom.: +48 698 634 594

