26 kwietnia 2024 r., Warszawa

**TVN24 liderem wśród najbardziej opiniotwórczych mediów w Polsce. W marcu na podium też Gazeta Wyborcza i Wirtualna Polska**

**Marcowy ranking Najbardziej opiniotwórcze media otwiera TVN24, który zostaje liderem zestawienia już po raz szósty. W minionym miesiącu stacja była cytowana ponad 4,2 tys. razy. Drugą pozycję obejmuje Gazeta Wyborcza z wynikiem przeszło 3,7 tys. wzmianek. Trzecie miejsce podium należy do Wirtualnej Polski, na którą media powoływały się blisko 3,4 tys. razy.**

**W zestawieniu TOP 15 najczęściej cytowanych tytułów marca największy udział – 33% – ma prasa (Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Fakt, Dziennik Gazeta Prawna, Super Express). Druga pozycja należy ex aequo do mediów internetowych (Wirtualna Polska, Onet, Interia, Goal) i telewizji (TVN24, Polsat News, TVP Info, TVP Sport), które mają po 27% udziału. Najniższy wynik – 13% – uzyskały stacje radiowe (RMF FM, Radio ZET).**

[wykres kołowy]

Pierwsze miejsce w rankingu najbardziej opiniotwórczych mediów znów zajmuje **TVN24** z liczbą przeszło 4,2 tys. wzmianek. Redakcja swoją pozycję zawdzięcza m.in. rozmowie z Izabelą Leszczyną, ministrą zdrowia, która na antenie stacji skomentowała weto prezydenta Andrzeja Dudy w sprawie tzw. pigułki „dzień po”. Powiedziała m.in., że prezydent „po prostu po raz kolejny rozczarował” i poinformowała o przygotowanym już „planie B”, którym miałby polegać na tym, że „farmaceuta będzie mógł na podstawie konsultacji wystawić apteczną receptę i wydać kobiecie tabletkę”. Na drugim miejscu zestawienia plasuje się **Gazeta Wyborcza** która awansowała o jedną pozycję i uzyskała ponad 3,7 tys. wzmianek. Redakcja ujawniła, że Prokuratura Krajowa w 2021 roku miała kupić za kwotę 15 mln zł specjalistyczny system szpiegowski Hermes, który rzekomo służył do nielegalnej inwigilacji. Do sprawy odniósł się później m.in. zastępca Prokuratora Generalnego Michał Ostrowski, który poinformował, że oprogramowanie „nie było wykorzystywane do pracy operacyjnej” i „działa na zasadzie bardzo zaawansowanej wyszukiwarki internetowej”. Prokuratura Regionalna w Rzeszowie ma sprawdzić zasadność zakupu tego systemu oraz sposób, w jaki był on wykorzystywany. Podium zestawienia zamyka **Wirtualna Polska**, do informacji której dziennikarze odwoływali się w marcu niespełna 3,4 tys. razy. Portal jako pierwszy poinformował o przeszukaniu przez śledczych mieszkania posła PiS Łukasza Mejzy, które było związane z nieprawidłowościami, jakie miały się pojawić w jego oświadczeniu majątkowym.

Awans o siedem pozycji w rankingu uzyskuje **TVP Sport**, który cytowano ponad 1,5 tys. razy m.in. za sprawą wywiadu z Robertem Lewandowskim, którego piłkarz udzielił po zwycięskim meczu w Cardiff z Walią w ramach baraży do Euro 2024. W rankingu TOP 15 debiutuje też sportowy portal **Goal.pl** z liczbą przeszło 1,5 tys. wzmianek w mediach. Redakcja dotarła do informacji, z których wynikało, że w ostatnich miesiącach relacje na linii PZPN – piłkarze miały być napięte ze względu na fakt, że współpracująca ze związkiem firma Publicon Sport miała wykorzystywać wizerunek zawodników niezgodnie z przyjętymi wcześniej zasadami.

**Gazeta Wyborcza otwiera zestawienie najbardziej opiniotwórczych tytułów prasowych**

Pierwsze miejsce wśród najczęściej cytowanych tytułów prasowych należy do **Gazety Wyborczej** z wynikiem ponad 3,7 tys. odwołań. Na drugiej pozycji plasuje się **Rzeczpospolita**, która była cytowana blisko 3,3 tys. razy m.in. w związku z podaniem informacji na temat planowanych strajków taksówkarzy w Warszawie. Podium zamyka **Fakt**, do publikacji którego media odwoływały się niespełna 2,1 tys. razy.

**TVN24 pozostaje liderem stacji telewizyjnych**

**TVN24 z liczbą ponad 4,2 tys. cytowań pozostaje na czołowej pozycji zestawienia najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych. Na drugim miejscu znajduje się Polsat News, który uzyskał przeszło 2,6 tys. wzmianek. Redakcja przeprowadziła wywiad z prezydentem Andrzejem Dudą, w którym zapytano go, czy podpisze ustawę w sprawie tabletki „dzień po”. Prezydent Duda odpowiedział wówczas, że nie podpisze ustawy, która miałaby wprowadzać „**niezdrowe, chore i niebezpieczne dla dzieci zasady”. **Na ostatnim miejscu podium plasuje się TVP Info, które cytowano blisko 1,6 tys. razy.**

**RMF FM na czele zestawienia najbardziej opiniotwórczych stacji radiowych**

**Za sprawą blisko 2,9 tys. wzmianek RMF FM utrzymuje pozycję lidera najbardziej opiniotwórczych stacji radiowych. Media w ubiegłym miesiącu powoływały się m.in. na rozmowę redakcji z unijnym komisarzem ds. rolnictwa Januszem Wojciechowskim, który mówił o zmianach, jakie mają pojawić się w Zielonym Ładzie, by wyjść naprzeciw postulatom protestujących rolników. Na drugim miejscu znajduje się Radio ZET z liczbą przeszło 2 tys. powołań, a na trzecim Program I Polskiego Radia, który cytowano 843 razy.**

**Wśród mediów internetowych liderem Wirtualna Polska**

W marcu czołową pozycję w zestawieniu portali utrzymuje **Wirtualna Polska**, którą dziennikarze cytowali blisko 3,4 tys. razy. Na drugim miejscu plasuje się **Onet**, z liczbą niespełna 3,2 tys. wzmianek, który dotarł do taśm z nagraniami rozmów byłego prezesa Orlenu Daniela Obajtka. Podium zamyka **Interia**, na którą powoływano się blisko 2,2 tys. razy.

Wśród dziesięciu najbardziej opiniotwórczych mediów internetowych znalazły się aż trzy redakcje sportowe: **Goal** – ponad 1,5 tys. cytowań, **Meczyki** – 647 powołań, **Kanał Sportowy** – 624 wzmianki.

**Newsweek utrzymuje czołową pozycję wśród tygodników i dwutygodników**

**Newsweek za sprawą 738 cytowań pozostaje na pozycji lidera zestawienia najbardziej opiniotwórczych tygodników i dwutygodników. Inne media odwoływały się do ustaleń redakcji dotyczących nieprawidłowości na prywatnej uczelni Collegium Humanum, która miała w ofercie błyskawiczne kursy, dzięki którym można było uzyskać dyplom MBA.** Drugie miejsce w rankingu zajmuje **Viva** z liczbą 567 wzmianek, a trzecie **Do Rzeczy**, do informacji którego dziennikarze odnosili się 427 razy.

**Dwie redakcje ex aequo na pierwszym miejscu najbardziej opiniotwórczych miesięczników i dwumiesięczników**

Na czołowym miejscu zestawienia miesięczników i dwumiesięczników znajdują się ex aequo **Press** i **Forbes** z liczbą po 408 cytowań. Press informował m.in. o zwolnieniach około 20 pracowników drukarni w Agorze, a Forbes wzmiankowano w kontekście kolejnego sukcesu Igi Świątek, która zwyciężyła w rankingu Najbardziej wpływowych kobiet w polskim biznesie sportowym. Media przypominały przy tej okazji publikację Forbesa, według której Świątek była najlepiej zarabiającą sportswoman świata w 2023 roku. Na drugim miejscu podium znalazł się **Twój Styl** z liczbą 246 cytowań, a na trzecim **Perspektywy** – 103 powołania.

**Puls Biznesu awansuje na podium tytułów prasowych o profilu ekonomiczno–biznesowym**

W marcu zestawienie tytułów prasowych o profilu ekonomiczno-biznesowym otwiera **Rzeczpospolita**, którą cytowano blisko 3,3 tys. razy. Na drugim miejscu plasuje się **Dziennik Gazeta Prawna** z liczbą ponad 1,6 tys. wzmianek. Na ostatni stopień podium awansuje **Puls Biznesu**, na który powoływano się 466 razy m.in. w związku z wywiadem z ministrem finansów Andrzejem Domańskim, który zapowiedział zmiany w podatku od zysków kapitałowych, czyli tzw. podatku Belki.

W zestawieniu portali o profilu ekonomiczno-biznesowym liderem pozostaje **Business Insider**, który uzyskał 729 powołań. Na drugim miejscu znajduje się **Money** z liczbą 614 wzmianek, a na trzecim **Bankier**, który cytowano 221 razy.

**Bez zmian na podium mediów o tematyce zdrowotnej**

Na pierwszym miejscu rankingu mediów o tematyce zdrowotnej pozostaje **Rynek Zdrowia, który uzyskał 124 wzmianki. Redakcja** w marcu informowała m.in. o tym, że Ministerstwo Zdrowia wysłało wnioski o odwołanie dyrektorów pięciu oddziałów wojewódzkich NFZ. Na drugiej pozycji zestawienia plasuje się **Medonet** z liczbą 109 cytowań, a trzecie miejsce należy do **Pulsu Medycyny**, który uzyskał 97 wzmianek.

**TVP Sport liderem zestawienia mediów sportowych**

W marcu czołowe miejsce w rankingu mediów o tematyce sportowej utrzymuje **TVP Sport** z liczbą ponad 1,5 tys. powołań. Na drugiej pozycji znajduje się portal **Goal.pl**, który odnotował zaledwie 14 wzmianek mniej niż lider zestawienia. Ostatnie miejsce podium należy do **Eurosportu**, który w marcu cytowano 809 razy m.in. dzięki rozmowie z Thomasem Thurnbichlerem, trenerem polskiej kadry skoczków narciarskich, po ostatnim konkursie Pucharu Świata w sezonie 2023/24.

**Gazeta Krakowska utrzymuje czołową pozycję wśród mediów regionalnych**

**Gazeta Krakowska** w marcuuzyskała 258 wzmianek w innych mediach i dzięki temu pozostaje na czołowej pozycji w rankingu najbardziej opiniotwórczych mediów regionalnych w Polsce. Redakcja rozmawiała z Markiem Zawadzkim, góralem, który od wielu lat pracuje jako biały miś na Krupówkach w Zakopanem. Wywiad dotyczył hejtu, który spadł na górali po publikacji kilkusekundowego wideo w mediach społecznościowych, na którym inny przebrany za misia mężczyzna zażądał pieniędzy za możliwość zrobienia nagrania na Krupówkach. Drugą pozycję w zestawieniu dzięki 172 odwołaniom i awansowi o dwa miejsca obejmuje **Radio Poznań**, a trzecie miejsce należy do **Głosu Wielkopolski**, który uzyskał 140 wzmianek.

**Liderem wśród wydawnictw wciąż Ringier Axel Springer**

Czołowe miejsce w zestawieniu najbardziej opiniotwórczych wydawnictw utrzymuje grupa **Ringier Axel Springer**, której redakcje (**Business Insider, Fakt, Forbes, Newsweek, Noizz, Onet, Plejada, Przegląd Sportowy, Medonet**) były cytowane przez inne media blisko 8,7 tys. razy. Na drugim miejscu plasuje się **Agora** z liczbą ponad 8,2 tys. wzmianek (**Gazeta Wyborcza, Sport.pl, Radio Plus, Plotek.pl, TOK FM, Gazeta.pl, Radio ZET**). Trzecia pozycja należy natomiast do **Cyfrowego Polsatu**, do informacji którego inne media odwoływały się blisko 6,4 tys. razy(**Polsat, Polsat Sport, Polsat News, TV4, Interia, Pomponik**).

Analizę częstotliwości cytowań poszczególnych mediów przez inne redakcje przeprowadzono na podstawie **64 286** przekazów pochodzących z monitoringu prasy, radia i telewizji oraz portali internetowych, w których pojawiały się cytowania ze wskazaniem nazwy mediów prasowych, serwisów internetowych, stacji radiowych i telewizyjnych lub tytuły ich programów.

Badanie dotyczy okresu 1 – 31 marca 2024 roku.

**Instytut Monitorowania Mediów wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa: Instytut Monitorowania Mediów). W przypadku wykorzystania grafik należy wskazać źródło (nazwę Instytut Monitorowania Mediów lub logotyp) przy każdym wykresie.**

**O raporcie:**

Raport Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce tworzony jest na podstawie analizy materiałów z monitoringu prasy, radia, telewizji oraz portali internetowych, w których pojawiają się cytowania ze wskazaniem nazwy mediów prasowych, serwisów internetowych, stacji radiowych i telewizyjnych lub tytuły ich programów. Instytut Monitorowania Mediów prowadzi badanie nieprzerwanie od września 2003 r.

Analiza obejmuje ponad 1600 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.

**Kontakt dla mediów:**

**Paulina Piotrowska**

**Starsza specjalistka ds. komunikacji marketingowej**

**@: ppiotrowska@imm.com.pl**

**Tel. +48 507 099 380**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**O Instytucie Monitorowania Mediów:**

Logo_IMM_email.png od przeszło 24 lat jest liderem w branży analityki przekazów mediowych w Polsce. Od 2008 roku oferuje swoje usługi również w Rumunii pod marką mediaTRUST. IMM wspiera firmy, instytucje i marki osobiste w efektywnym mierzeniu i raportowaniu wyników komunikacji zewnętrznej, planowaniu strategii oraz przeciwdziałaniu kryzysom wizerunkowym. Firma integruje wyniki publikacji ze wszystkich rodzajów mediów w jednym narzędziu, w tym jako jedyna na rynku również reklamy. Wykonuje raporty i analizy jakościowo-statystyczne. IMM obsługuje tysiące klientów w kraju i zagranicą — międzynarodowe korporacje, małe firmy, instytucje, administrację publiczną, organizacje pozarządowe, agencje PR, agencje marketingowe oraz marki osobiste. Monitoring IMM obejmuje prasę, radio, telewizję, portale internetowe, media społecznościowe, a także podcasty i kanały wideo.