Warszawa, 26 marca 2015 r.

**IMM: Najbardziej opiniotwórcze media w lutym. Głównym tematem – podsłuchy w MSW.**

**W lutym pozycje najbardziej opiniotwórczych mediów zajęły: Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita oraz radio RMF FM - wynika z najnowszego raportu** [**Instytutu Monitorowania Mediów**](http://www.instytut.com.pl)**. Na kolejnych miejscach uplasowały się tygodnik Wprost oraz TVN24. W lutym dominowały tematy polityczne, odnoszące się do afery podsłuchowej związanej z powołaniem w MSW tajnej grupy inwigilującej szefów służb specjalnych oraz coraz trudniejszej sytuacji na Ukrainie i potrzebie wzmocnienia polskiej obronności. Dużym zainteresowaniem cieszyły się takie tematy, jak: napięte relacje polsko-rosyjskie, kandydaci do wyborów prezydenckich i ich konwencje wyborcze oraz afera Kamila Durczoka opisana przez Wprost, która jednak nie była tak szeroko komentowana przez inne media, aby uplasować tygodnik na pierwszej pozycji w rankingu.**

****

**Prasa**

Trzy najbardziej opiniotwórcze media znalazły się w czołówce najczęściej cytowanych tytułów prasowych. Były to kolejno: Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita i Wprost.



Najmocniejsze pozycje w grupie tygodników zajął Wprost, co jest w dużej mierze związane z aferą Kamila Durczoka, szeroko opisaną przez lidera najbardziej opiniotwórczych tygodników. Kolejne miejsca zajęły: Newsweek oraz Polityka.

****

Wśród miesięczników pozycję lidera zdobył Forbes, który opublikował w lutym coroczny ranking 100 najbogatszych Polaków.

****

**Telewizja**

Największą popularność wśród stacji telewizyjnych zdobyły TVN24, TVN i TVPInfo.



**Radio**

RMF FM ponownie znalazło się na pierwszym miejscu w rankingu, zdecydowanie umacniając swoją pozycję wśród pozostałych stacji radiowych.

****

**Portale internetowe**

Najbardziej opiniotwórczym portalem ponownie okazał się onet.pl, wyprzedzając wpolityce.pl oraz bankier.pl.



**Media ekonomiczne**

Dziennik Gazeta Prawna obronił tytuł najbardziej opiniotwórczego medium ekonomicznego, zdecydowanie wyprzedzając konkurencję. Wśród portali ekonomicznych przoduje bankier.pl.

****

**Media regionalne**

Dziennik Polski, Radio Merkury oraz Polska Gazeta Wrocławska były najczęściej cytowanymi mediami regionalnymi.



*Instytut Monitorowania Mediów wyraża zgodę na publikację raportu, wyników badań i dołączonych do nich materiałów graficznych pod warunkiem podania źródła („Instytut Monitorowania Mediów”) w artykule oraz przy każdej grafice.*

Badanie przeprowadzono na podstawie 4 498 przekazów z mediów (wycinków prasowych, programów radiowych i telewizyjnych) z okresu 1 do 28 lutego 2015 r. Dziennikarze odnosili się do wiadomości z łamów innych mediów 4 566 razy (3056 razy w prasie, 862 w telewizji i 648 w radio).

Analiza obejmuje ponad 900 gazet i czasopism oraz stacje telewizyjne (TVP1, TVP2, TVPinfo, TVN, TVN24, TVN CNBC, TVN TURBO, POLSAT, Polsat News, TV BIZNES, TV4) i wybrane programy w rozgłośniach radiowych (PR1, PR3, PR4, Radio Dla Ciebie / RDC, Radio Maryja, Radio PiN, Radio RMF FM, Radio Zet, Radio TOK FM).

**Badanie wykonano na podstawie materiałów z monitoringu prasy, radio i telewizji, w których pojawiały się nazwy mediów:**

* **prasowych,**
* **portali internetowych,**
* **stacji radiowych i telewizyjnych lub tytuły ich programów.**

**UWAGA: Badanie nie obejmuje cytowań, opublikowanych w internecie. Natomiast pod uwagę brane są cytowania mediów internetowych, jeśli pojawiły się one w prasie, radio bądź w telewizji.**

**Instytut Monitorowania Mediów prowadzi badanie nieprzerwanie od września 2003 r.** Raport „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce” dostarcza informacji na temat liczby cytatów z mediów ukazujących się w innych mediach, z wyłączeniem agencji informacyjnych i przedruków. Stała wysoka liczba cytowań to jeden z elementów mających wpływ na zwiększenie wiarygodności i opiniotwórczości danego medium. Raport „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce” jest często wykorzystywany przez media, m.in. w opisach ich osiągnięć i sukcesów oraz w analizach czytelnictwa i sprzedaży.

Instytut Monitorowania Mediów monitoruje ponad 1000 tytułów prasowych, niemal sto stacji radiowych i telewizyjnych oraz polskie zasoby internetu wraz z social media.

**Kontakt dla mediów:**

Instytut Monitorowania Mediów

Monika Tomsia, Specjalista ds. PR

mtomsia@instytut.com.pl

tel.: +48 22 378 37 50 | fax: +48 22 356 21 01

[www.instytut.com.pl](http://www.instytut.com.pl)

Al. Jerozolimskie 53, 00-697 Warszawa

**O IMM:**

[Instytut Monitorowania Mediów](http://www.instytut.com.pl/) to innowacyjna organizacja o wiodącej pozycji rynkowej w branży monitoringu mediów. Od 2000 roku dostarcza kompleksowe usługi badania i analizy informacji pozyskiwanych z mediów społecznościowych, internetu oraz mediów tradycyjnych. Dostępny on-line moduł analityczny pozawala na bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych w mediach, również w porównaniu z konkurencją. Dane prezentujące wizerunek firmy pozwalają skutecznie: zmierzyć efektywność dotychczas podjętych działań PR, zaplanować strategię komunikacyjną, czy chronić reputację firmy.

Zespół doświadczonych specjalistów IMM tworzy raporty wizerunkowe firm, marek i osób na podstawie materiałów zgromadzonych w mediach społecznościowych, internecie oraz prasie i RTV. Stałym monitoringiem objętych jest aktualnie ponad 500 tysięcy domen polskich zasobów internetu wraz z social media – z aktualizacją wyników w czasie rzeczywistym, co umożliwia najszybszy dostęp do publikowanych treści. Monitorujemy także 1000 tytułów prasowych oraz ponad 100 stacji RTV z szerokim wyborem mediów regionalnych i lokalnych.

IMM jest członkiem Związku Pracodawców Branży internetowej IAB Polska, dla którego jednym z głównych zadań jest edukacja rynku w zakresie metod wykorzystania badań Internetu oraz należy do elitarnej międzynarodowej organizacji FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse) zrzeszającej firmy monitorujące media z całego świata.