



# Najbardziej opiniotwórcze polskie media w marcu 2015 roku

Analiza częstotliwości cytowania poszczególnych mediów przez inne media na podstawie przekazów prasowych, telewizyjnych i radiowych z okresu od 1 do 31 marca 2015 roku



## Wstęp

Badanie przeprowadzono na podstawie

**5 179**

przekazów z mediów (wycinków prasowych, programów radiowych i telewizyjnych) z okresu 1 do 31 marca 2015 r.

Dziennikarze odnosili się do wiadomości z łamów innych mediów

**5 234 razy**

(3275 razy w prasie, 1155 w telewizji i 804 w radio).

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

**RANKING  
GŁÓWNY 3**

Ranking  
tytułów  
prasowych

**4**

Ranking  
stacji  
telewizyjnych

**5**

Ranking  
Rozgłośni  
radiowych

**6**

Ranking  
portali  
internetowych

**7**

Ranking  
mediów  
biznesowych

**8**

Ranking  
periodyków

**9**

Ranking  
mediów  
regionalnych

**10**

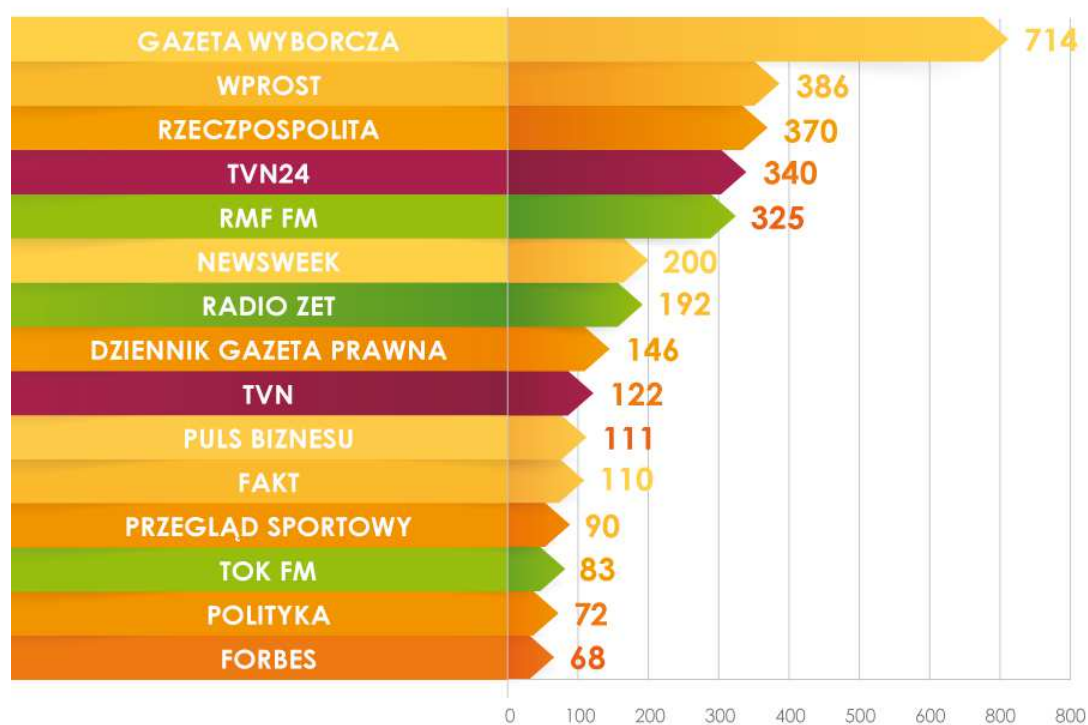
**OPIS  
BADANIA 11**

## RANKING GŁÓWNY

W rankingu najczęściej cytowanych mediów pierwsze miejsce zajęła Gazeta Wyborcza, drugie Wprost, a na trzeciej pozycji znalazła się Rzeczpospolita (Wyk. 1).

Wykres 1.

### NAJBARDZIEJ OPINIOTWÓRCZE MEDIA



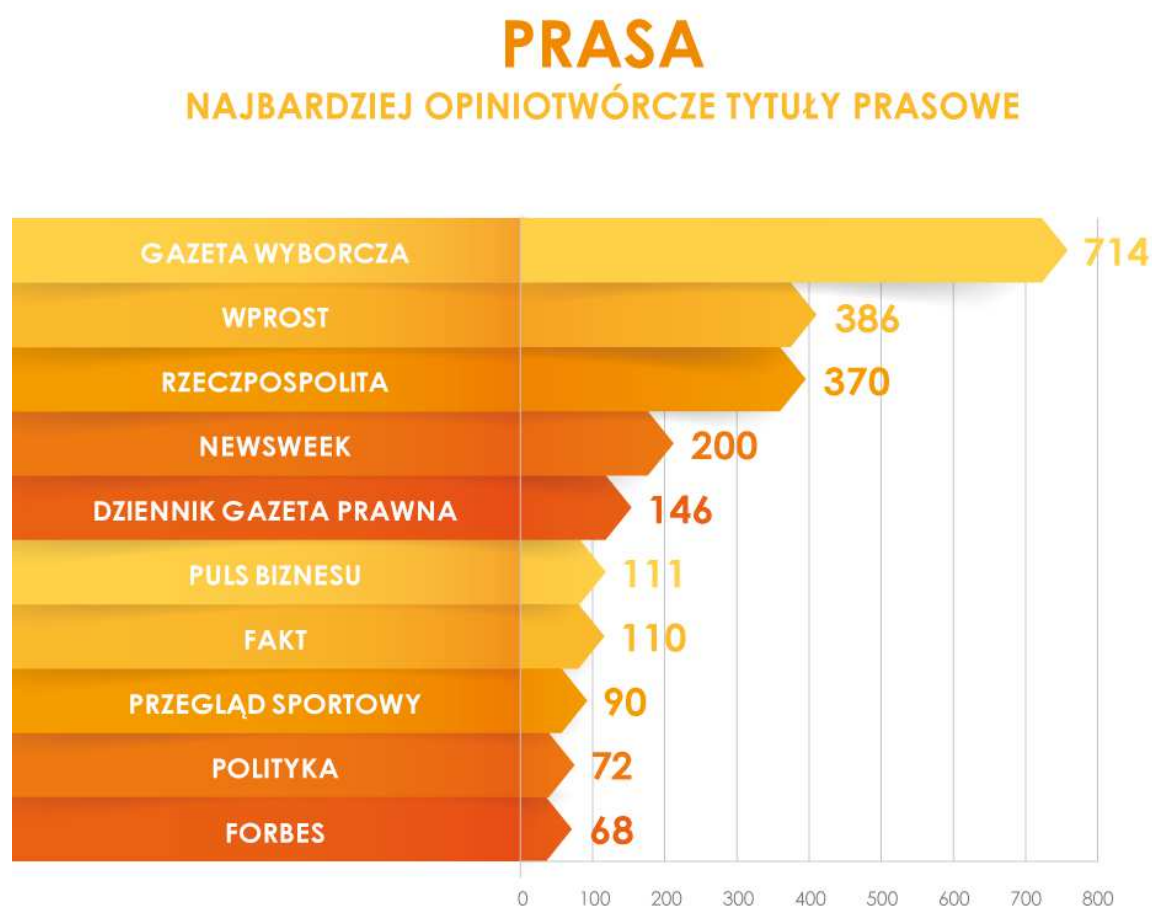
Źródło: Instytut Monitorowania Mediów



## RANKING TYTUŁÓW PRASOWYCH

Pierwsze miejsce w zestawieniu najczęściej cytowanych tytułów prasowych zajęła Gazeta Wyborcza (Wyk. 2).

Wykres 2.



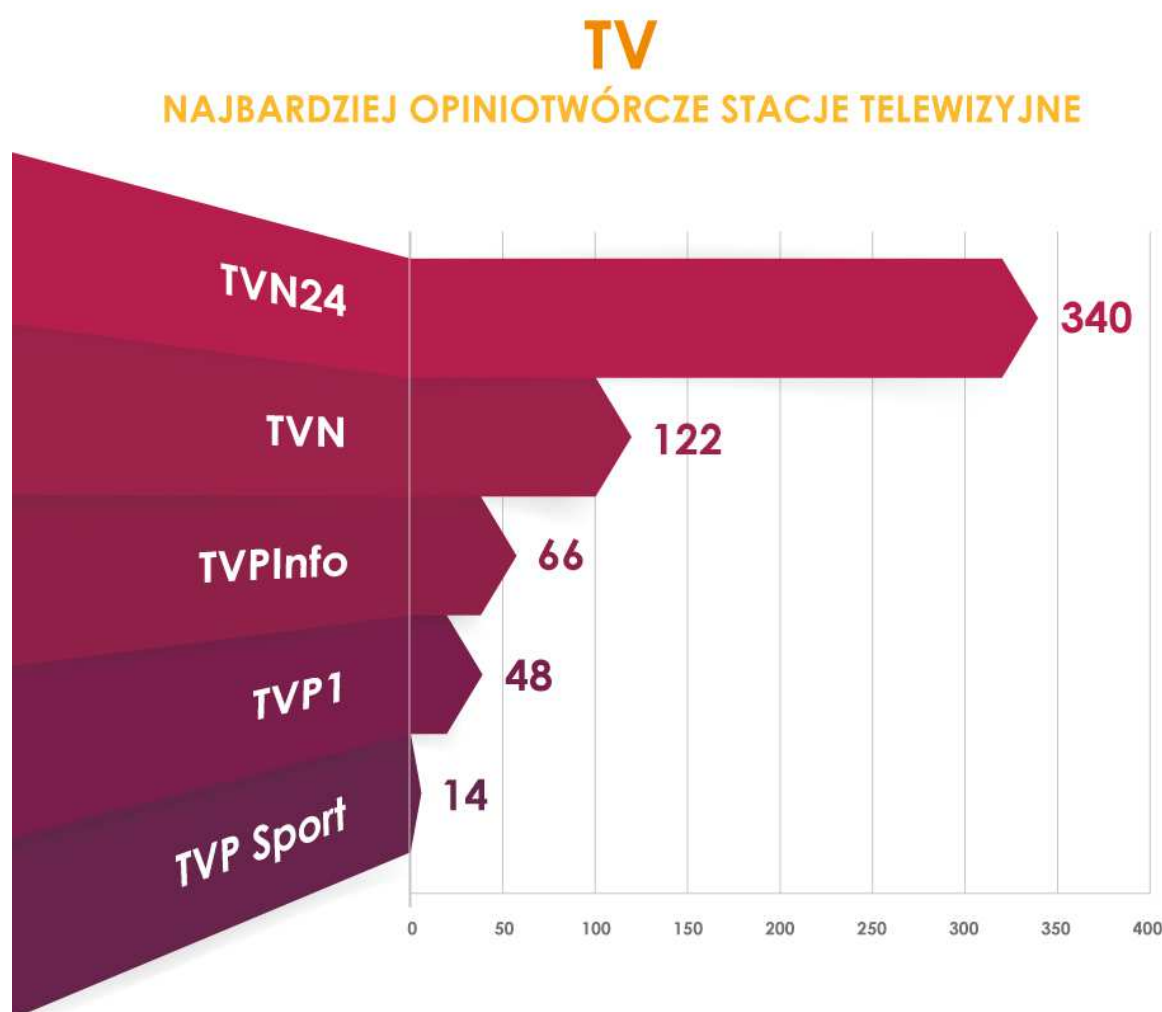
Źródło: Instytut Monitorowania Mediów



## RANKING STACJI TELEWIZYJNYCH

Spośród stacji telewizyjnych najczęściej powoływano się na informacje podawane na antenie TVN24 (Wyk. 3).

Wykres 3.



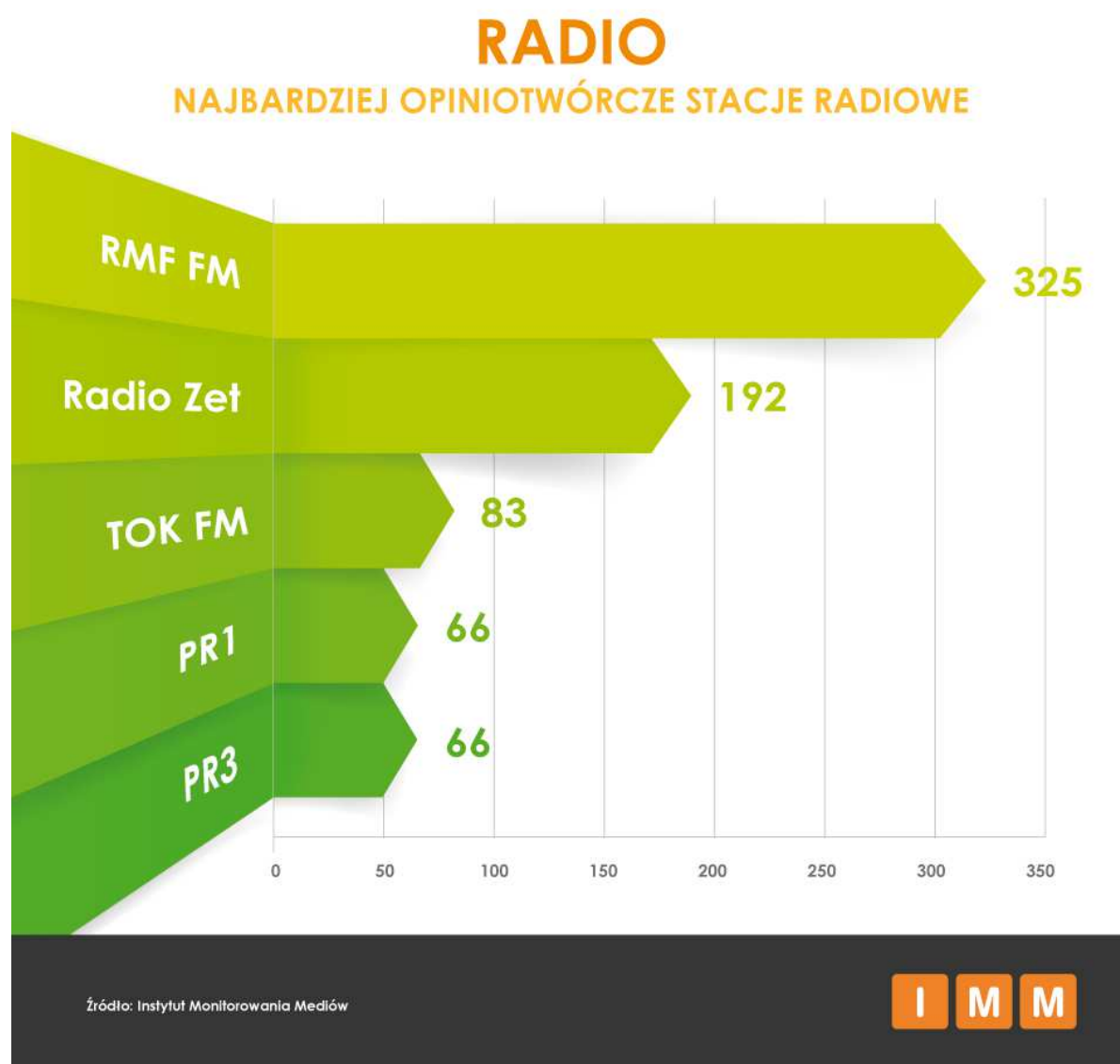
Źródło: Instytut Monitorowania Mediów



## RANKING ROZGŁOŚNI RADIOWYCH

Spośród rozgłośni radiowych najczęściej powoływano się na informacje podawane na antenie RMF FM (Wyk. 4).

Wykres 4.

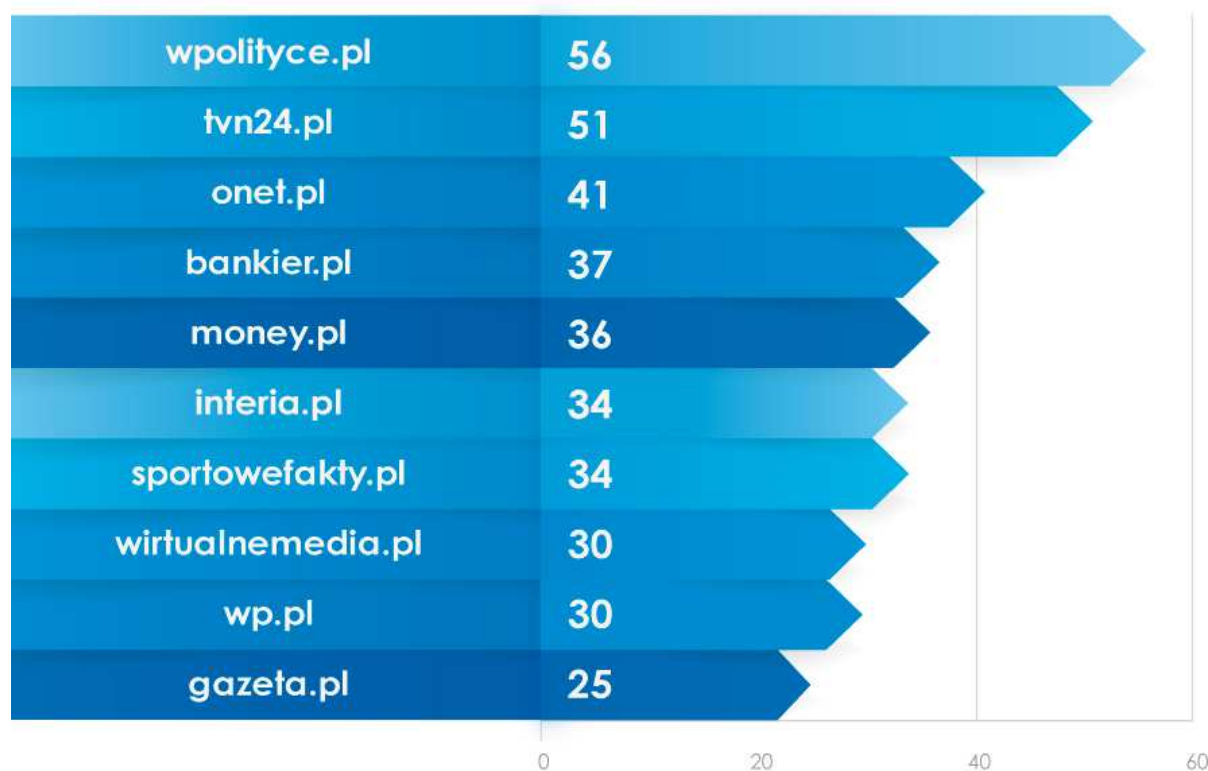


## RANKING PORTALI INTERNETOWYCH

Wśród najczęściej cytowanych portali na pierwszym miejscu znalazło się wpolityce.pl (Wyk. 5).

Wykres 5.

### INTERNET NAJBARDZIEJ OPINIOTWÓRCZE PORTALE INTERNETOWE



Źródło: Instytut Monitorowania Mediów

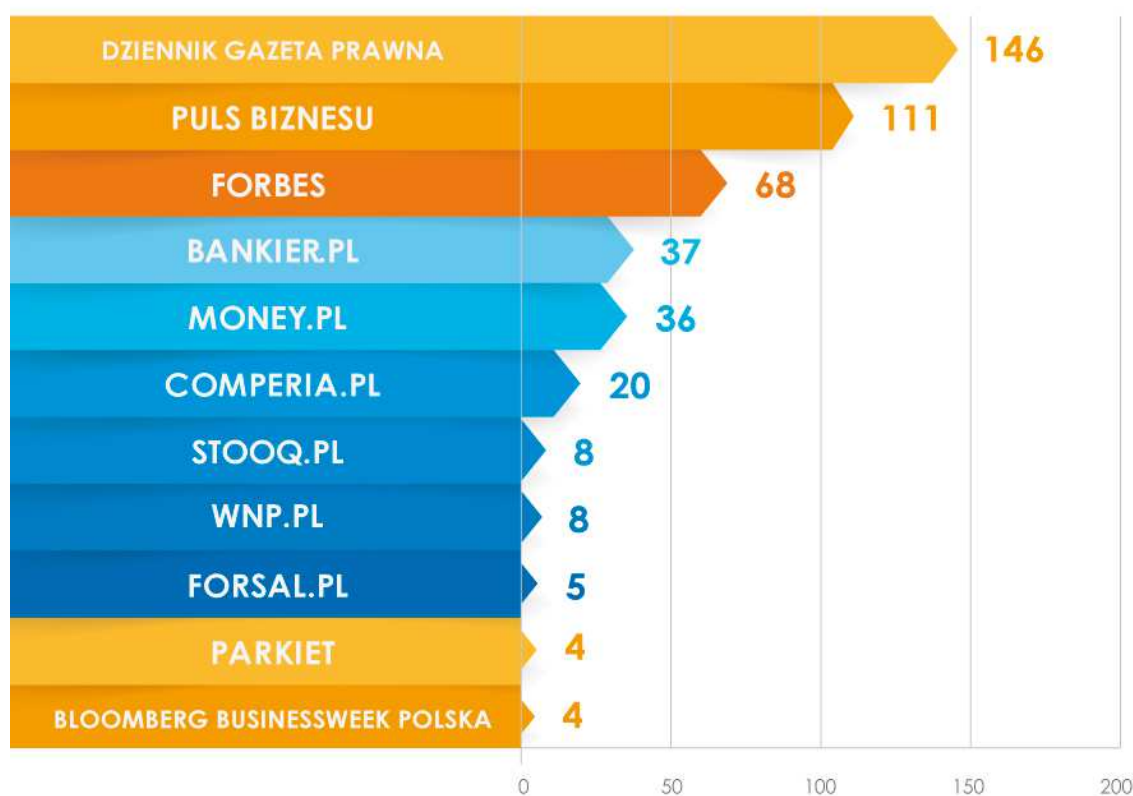


## RANKING MEDIÓW BIZNESOWYCH

Najczęściej przywoływanym medium ekonomicznym był Dziennik Gazeta Prawna (Wyk. 6).

Wykres 6.

### MEDIA EKONOMICZNE NAJBARDZIEJ OPINIOTWÓRCZE MEDIA BIZNESOWE



Źródło: Instytut Monitorowania Mediów

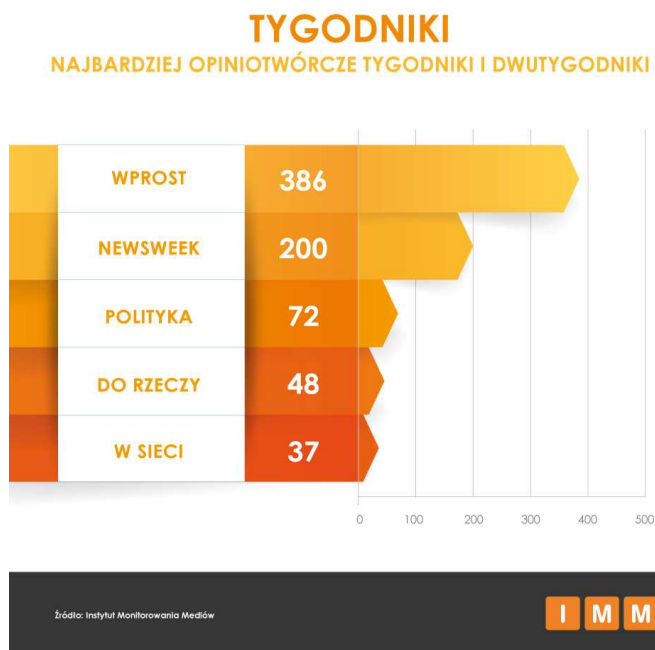




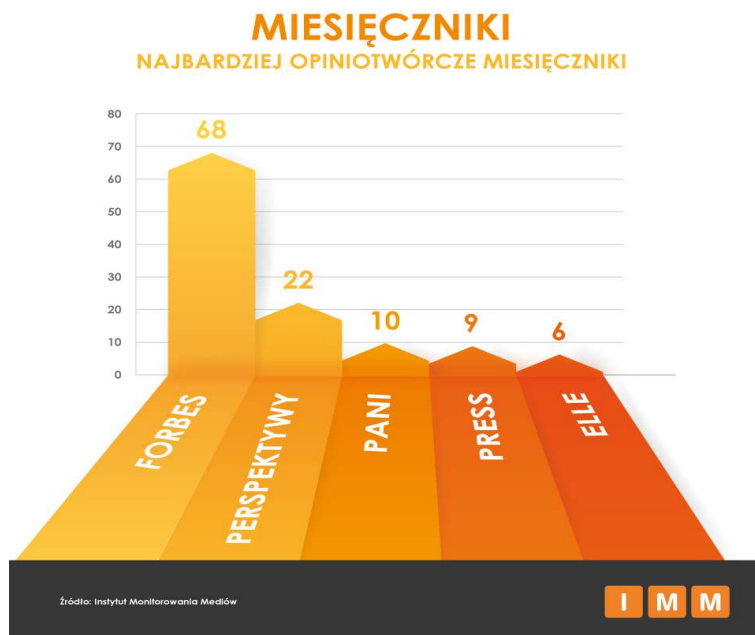
## RANKING PERIODYKÓW

Wśród najczęściej cytowanych tygodników i dwutygodników pierwsze miejsce zajął Wprost (Wyk. 7). Z kolei miesięcznikiem, na który najczęściej powoływały się inne media był Forbes (Wyk. 8).

Wykres 7.



Wykres 8.



## RANKING MEDIÓW REGIONALNYCH

Polska Dziennik Łódzki było w analizowanym czasie najczęściej cytowanym medium regionalnym (Wyk. 9).

Wykres 9.



Źródło: Instytut Monitorowania Mediów



## OPIS BADANIA:

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

- \*tytułów 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.

Analiza obejmuje wszystkie przekazy, w których cytuje się lub powołuje na doniesienia, które pierwotnie pojawiły się w innych środkach przekazu.

Od stycznia 2008 r. IMM opracowuje raport na podstawie wszystkich tych przekazów, w których media powołują się na doniesienia innych mediów, ale niebędących przeglądami prasy.

Od kwietnia 2010 r. IMM opracowuje raport w oparciu o bardziej szczegółową definicję powołania na inne medium.

Do raportu są kwalifikowane publikacje odwołujące się do artykułów, wypowiedzi, stwierdzeń, które pojawiły się na łamach bądź antenie innego medium, pod warunkiem, że nie są omawiane w kontekście przeglądu mediów oraz nie są przedrukiem z innego medium.

Wynik dla dziennika „Polska” stanowi suma powołań na tytuł „Polska”. Wynik dla mutacji regionalnych wydawanych pod wspólnym tytułem „Polska” („Dziennik Bałtycki”, „Dziennik Łódzki”, „Dziennik Zachodni”, „Gazeta Krakowska”, „Gazeta Wrocławska”, „Głos Wielkopolski”, „Kurier Lubelski”) stanowi sumę powołań na powyższe tytuły zarówno z użyciem pełnej nazwy gazety (np. „Polska Dziennik Bałtycki”) jak i jej nazwy skróconej („Dziennik Bałtycki”). Powołania na mutacje regionalne są ujednolicone do pełnej nazwy i klasyfikowane jako cytaty z mediów regionalnych.

Radio PIN oraz dziennik Metro uznawane są za media ogólnopolskie, ze względu na ukazywanie się jednakowej treści w wielu regionach jednocześnie. Zakwalifikowane publikacje są w większości wypadków rozpoznawalne za pomocą następujących środków: stwierdzenie jest umieszczone w cudzysłowie oraz podane jest jego źródło, pojawiają się sformułowania typu: czwartkowa Gazeta Wyborcza napisała, że.../ dziennikarze na łamach

Rzeczypospolitej zauważyli, że.../Radio RMF FM poinformowało o.../w wywiadzie dla Życia Warszawy X stwierdził, że.../ według badań tygodnika Wprost...; Głównym kryterium decydującym o zakwalifikowaniu danego wycinka jest bezpośrednie odwołanie się do konkretnego artykułu, stwierdzenia, wypowiedzi opublikowanej na łamach gazety lub wyemitowanej w programie telewizyjnym/radiowym.

Do sumy powołań nie są wliczane wzajemne cytowania w obrębie następujących mediów oraz ich wydań internetowych powiązanych kapitałowo:

Agora: Gazeta Wyborcza, gazeta.pl, alert24.pl, sport.pl, Metro, Radio TOKFM, Radio Złote Przeboje, RoxyFM, Tuba FM Avanti24.pl, Logo24.pl, ŁadnyDom.pl, CzteryKaty.pl, Dziecko.pl, Avanti, Logo, Cztery Kąty, Dziecko, Ładny Dom, Świat motocykli, kuchnia, Wysokie Obcasy Extra, Ale Historia, Dom & Wnętrze, Kontynenty, Książki;

Ringier Axel Springer: Dziennik Gazeta Prawna, Fakt, Forbes, Newsweek, Przegląd Sportowy, Sport, Komputer Świat, Play;

Bauer Media Group: Interia.pl, RMF FM, RMF Classic, RMF Maxxx, RMF24.pl, RMfon, Auto Moto, Bella Relaks, Bravo, Bravo Girl, Bravo Sport, CD-Action, Chwila dla Ciebie, Fun Club, ImperiumTV, Kobieta i Życie, Kurier TV, Mam dziecko, Motor, Na Żywo, Naj Magazyn, Olivia, Pani, PC Format, Rewia, Relax, SHOW, Super TV, Świat i ludzie, Świat kobiety, Świat Seriali, Świat Wiedzy, Takie jest życie, Tele Max, Tele Świat, Tele Tydzień, Tina, To & Owo, TV 14, Twist, Twoje Imperium, Twój Styl, Życie na Gorąco;

Fratia: Gazeta Bankowa, Tygodnik Podlaski, W Sieci, Wpolityce.pl, Wsumie.pl, Wnas.pl, Wgospodarce.pl, W Sieci Historii;

Platforma Mediowa Point Group: Wprost, Do Rzeczy, Historia Do Rzeczy, Film, Machina, Bloomberg BusinessWeek, wprost.pl, machina.pl, sport24.pl, ototrend.pl.

Grupa ITI: onet.pl, plejada.pl, TVN, TVN24, tvn24.pl, TVN meteo, TVN Style, TVN CNBC, TVN Turbo, TVN Warszawa;

Infor: Dziennik Gazeta Prawna, dziennik.pl, forsal.pl, Gazeta Samorządu i Administracji, Personel i Zarządzanie, Biznes Trendy, prawnik.pl, totalmoney.pl, Rynekmedyczny.pl, commed.pl, Wieszak.pl, GazetaPrawna.pl;

media publiczne: TVP1, TVP2, TVP INFO, tvpinfo.pl  
PR1, PR3, Radio Euro, TVP Regiony, TVP Warszawa;  
GRUPA GREMI: Bloomberg Business Week, Sukces,  
Parkiet, Rzeczpospolita, Uważam Rze, Uważam Rze  
Historia;

Media Regionalne: Dziennik Wschodni, Echo Dnia,  
Gazeta Lubuska, Gazeta Pomorska, Gazeta  
Współczesna, Głos Koszaliński, Głos Pomorza, Głos  
Szczeciński, Kurier Poranny, Nowa Trybuna Opolska,  
Nowiny;

Polityka: Polityka, TOK FM, Forum

Polsat: Polsat, Polsat News, TV4, TV Biznes, Radio PIN,  
Polsat Cafe, TV6;

Polskapresse: Polska oraz wydania regionalne  
(Dziennik Bałtycki, Dziennik Łódzki, Dziennik Zachodni,  
Gazeta Krakowska, Gazeta Wroclawska, Głos  
Wielkopolski, Kurier Lubelski), Dziennik Polski, Echo  
Miasta, Nasze Mlasto, Express Ilustrowany, Moto  
Express, polskatimes.pl, wiadomości24.pl,  
motofakty.pl, gratka.pl, Tele Magazyn, Super Tele, TV  
Pilot;

Fundacja Lux Veritatis: Radio Maryja, TV Trwam, Nasz  
Dziennik.

Grupa Wydawnicza Gazety Polskiej: Gazeta Polska,  
Gazeta Polska Codziennie, Niezależna Gazeta Polska  
Nowe Państwo, niezalezna.pl, gpcodziennie.pl

Jeżeli w jednym przekazie kilkakrotnie powoływano się  
na tę samą gazetę, stację telewizyjną/radiową,  
Internet, ale w różnych kontekstach, to w końcowych  
zestawieniach brano pod uwagę wielokrotność  
cytowania, a nie wielokrotność odniesienia do innego  
medium.

W przypadku powołań na tytuł prasowy i portal  
internetowy tego tytułu, cytowania nie są sumowane.

Za cytaty z portalu internetowego uważamy odniesienie  
do adresu internetowego. Jeśli cytaty odnosi się do  
„internetowego wydania danego tytułu” albo tytułu  
„online”, nie jest wliczany do cytatów prasowych.

Raport 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 mediów – gazeta/ stacja powołuje  
się na doniesienia własne lub mediów z tej samej  
grupy kapitałowej, zostały opublikowane w gazecie, na  
strukturę której składają się wyłącznie przedruki z  
innych gazet (Angora, Forum), cytują publikacje  
starsze od obecnych o ponad 3 lata lub przywołują  
nieistniejące już media, powołują się na informacje ze  
stron internetowych firm i organizacji (m.in. .com,  
.gov, .org), są powtórzeniami całych programów danej  
stacji telewizyjnej lub radiowej, są przedrukami z  
innych mediów, są powołaniami na filmy fabularne  
emitowane na antenach TV, stanowią komentarz tylko  
zdjęcia bądź tylko okładki prasowej, jeśli komentarz  
ten nie omawia bezpośrednio artykułu, są przeglądami  
prasy (mediów) opublikowanymi w prasie bądź też  
wyemitowanymi w radiu lub telewizji, w badaniu nie  
są uwzględniane przekazy, których źródłem są agencje  
informacyjne, m.in. PAP, Bloomberg, megafon.pl.

Analiza obejmuje ponad 1000 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).

Szczegółowe informacje dotyczące monitoringu można  
znaleźć na stronie [www.imm.com.pl](http://www.imm.com.pl).

Kontakt dla mediów:

Monika Tomsia

Specjalista ds. PR

[monika.tomsia@instytut.com.pl](mailto:monika.tomsia@instytut.com.pl)

tel.: +48 22 378 37 50