

Portal Życia Warszawy opisuje politykę kadrową stołecznego ratusza. W tekście przeczytamy,

ile etatów władze miasta pr
związane z promocją i komu
do planowanej redukcji pra

Źródło: ZW.com.pl, Urzędnik
więcej, Maciej Miłosz, Robe



nstytut



onitorowania



ediów

W Pulsie Biznesu ukazał się artykuł Jarosława B
na temat ustawy lobbingowej i udziału lobbystów
w procesie tworzenia ustaw. Jak zauważa autor w
afery hazardowej stawia pytanie o skuteczność u

Najbardziej opiniotwórcze polskie media dekady: 2004-2013

kontaktów polityków z grupami interesów.
Źródło: Puls Biznesu, Dziki lobbing w grasuje w
02.10.2009, s.1

Bogdan Rymanowski na łamach dziennika Polska
zastanawia się nad szansami Włodzimierza
Cimoszewicza na prezydenturę. Jak zauważa
dziennikarz, po przegranej w wyścigu o fotel
lidera Rady Europy, były premier nie będzie
zbyt chętny do ubiegania się o urząd prezydenta.
Źródło: Polska, Cimoszewicz zostanie w lesie do
2015 roku, Bogdan Rymanowski, 01.10.2009, s.1

Analiza częstotliwości cytowania
poszczególnych mediów przez inne media
na podstawie przekazów prasowych, telewizyjnych i radiowych
z okresu od 1 stycznia 2004 roku do 31 grudnia 2013 roku

WARSZAWA, CZERWIEC 2014

Gazeta Wyborcza, PZPN przykręci śrubę
Robert Błoński, 01.10.09, s.31

Spis treści

1.1. RANKING GŁÓWNY	3
1.2. RANKING TYTUŁÓW PRASOWYCH.....	4
1.3. RANKING STACJI TELEWIZYJNYCH.....	5
1.4. RANKING ROZGŁOŚNI RADIOWYCH	6
1.5. RANKING PORTALI INTERNETOWYCH.....	7
1.6. RANKING MEDIÓW BIZNESOWYCH	8
1.7. RANKING PERIODYKÓW	9
1.8. RANKING MEDIÓW REGIONALNYCH.....	10
1.9. RANKING MEDIÓW SPORTOWYCH.....	11
OPIS BADANIA	12

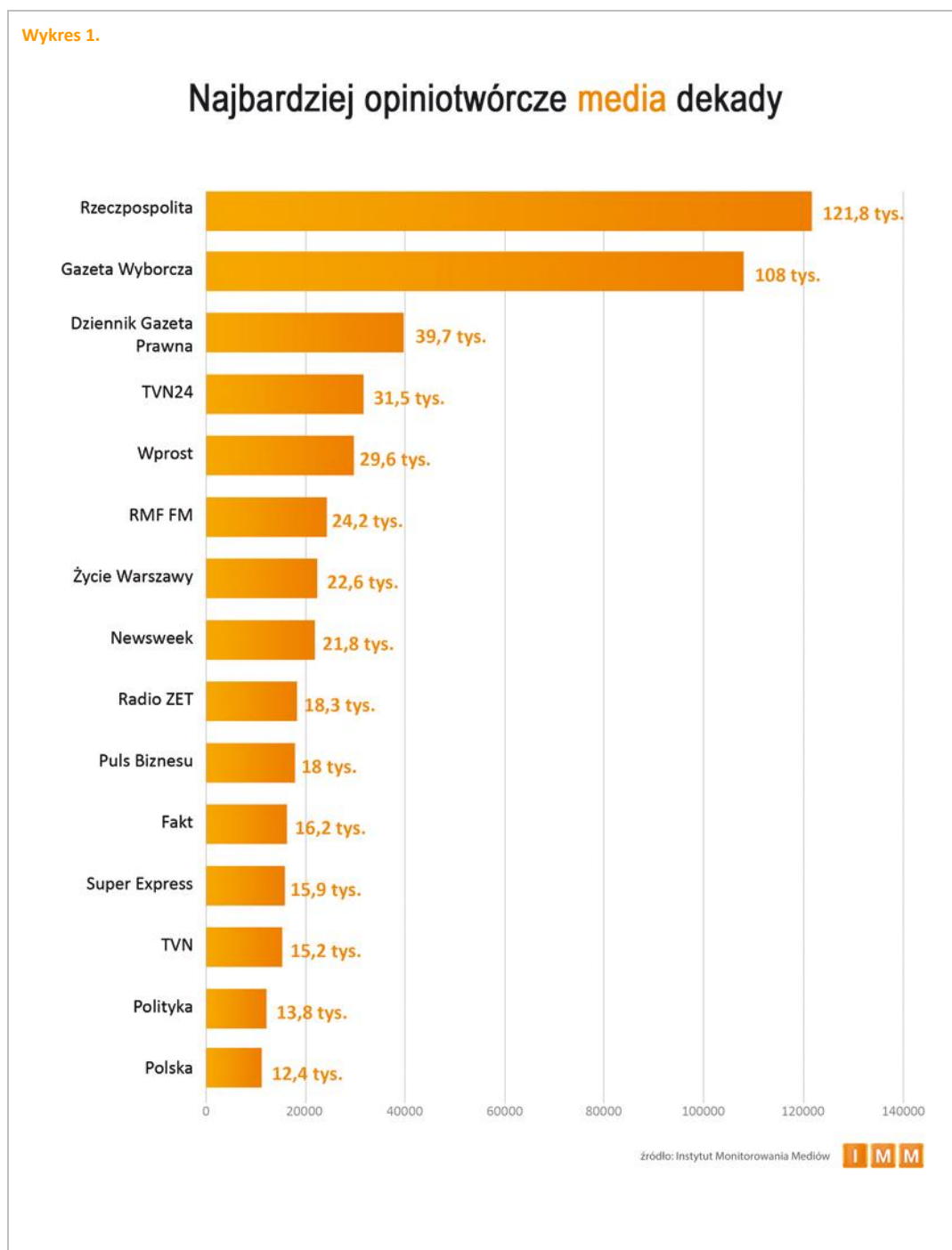
Wstęp

Badanie przeprowadzono na podstawie ponad 700 tysięcy przekazów z mediów (wycinków prasowych, programów radiowych i telewizyjnych) z okresu 1 stycznia 2004 roku do 31 grudnia 2013 roku. Dziennikarze odnosili się do wiadomości z łamów innych mediów 784 755 razy (462 760 razy w prasie, 189 239 w telewizji i 132 756 w radio). Pełny opis badania znajduje się na końcu raportu.

1.1. Ranking główny

W rankingu najczęściej cytowanych mediów pierwsze miejsce zajęła Rzeczpospolita. Na drugiej pozycji znalazła się Gazeta Wyborcza, na trzeciej – Dziennik Gazeta Prawna (Wyk. 1).

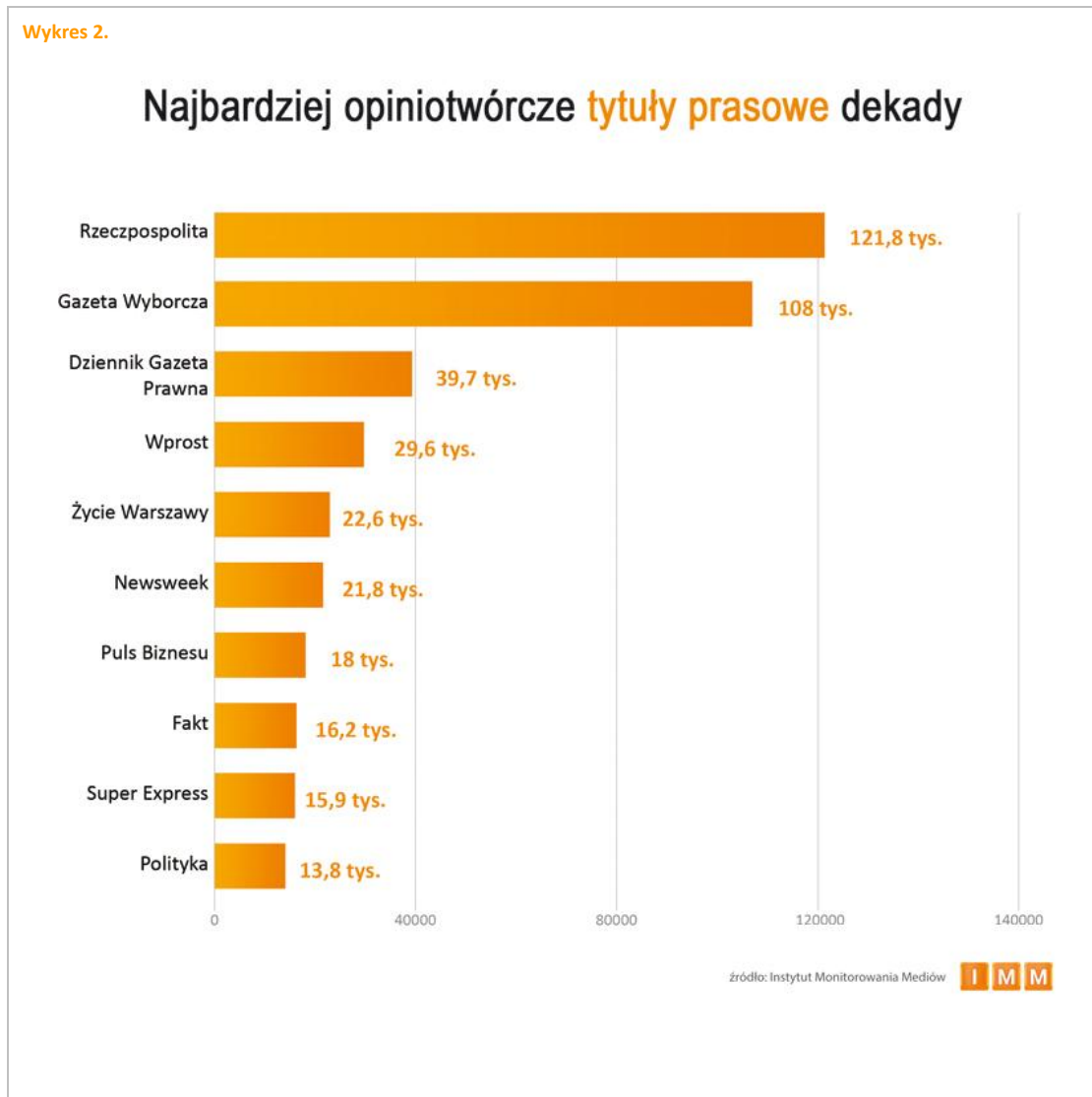
Wykres 1.



1.2. Ranking tytułów prasowych

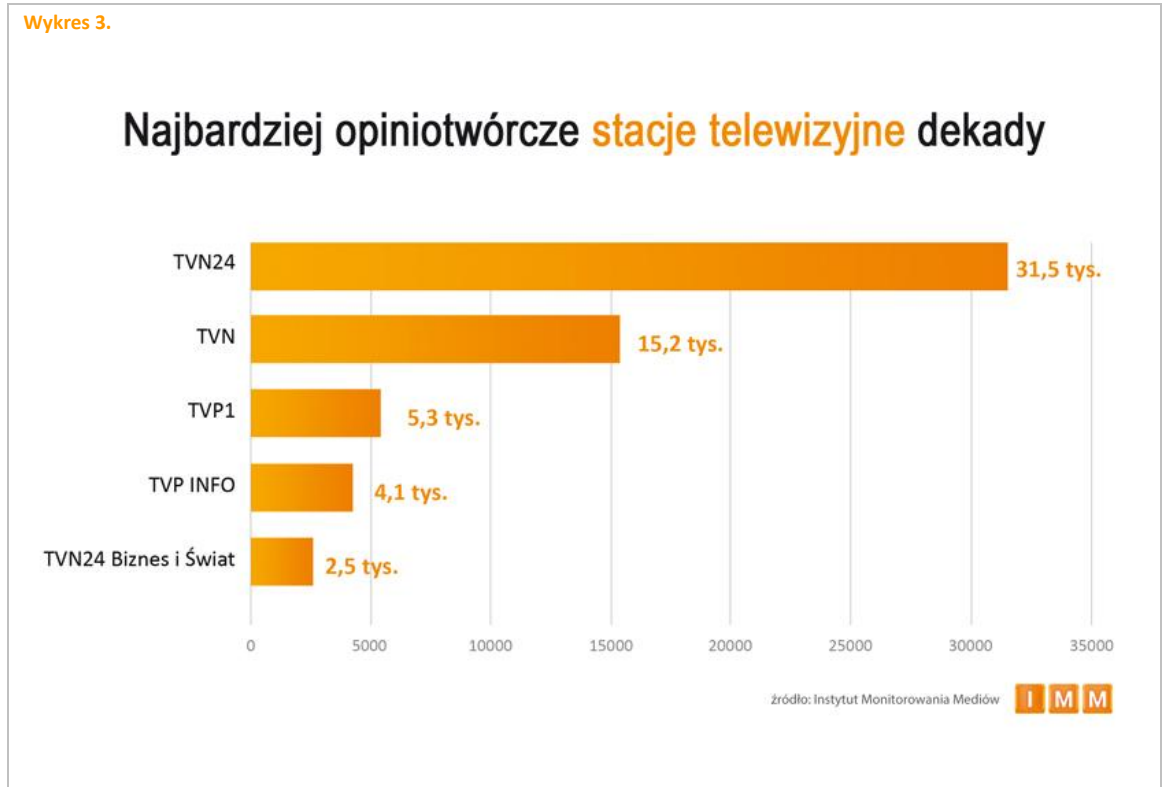
Pierwsze miejsce w zestawieniu najczęściej cytowanych tytułów prasowych zajęła Rzeczpospolita (Wyk. 2).

Wykres 2.



1.3. Ranking stacji telewizyjnych

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

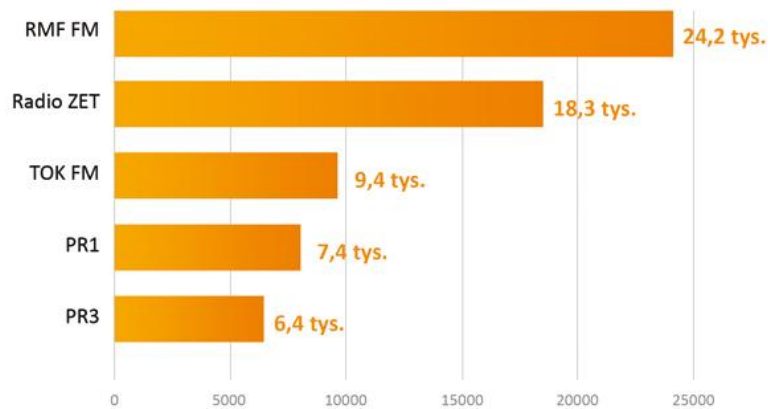


1.4. Ranking rozgłośni radiowych

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

Wykres 4.

Najbardziej opiniotwórcze **stacje radiowe** dekady



Źródło: Instytut Monitorowania Mediów



1.5. Ranking portali internetowych

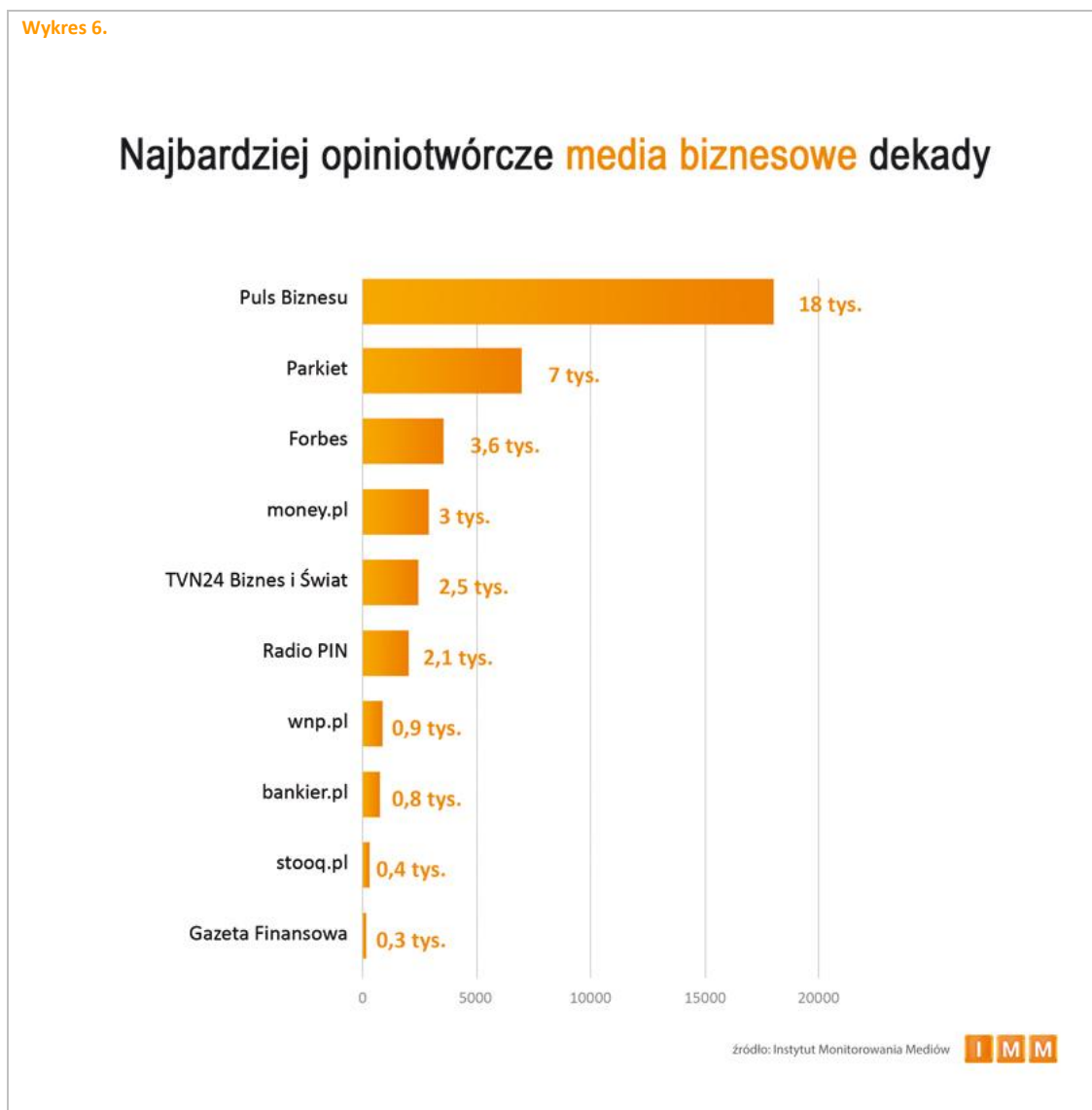
Wśród najczęściej cytowanych portali na pierwszym miejscu znalazł się portal onet.pl (Wyk. 5).



1.6. Ranking mediów biznesowych

Najczęściej przywoływanym medium ekonomicznym był Puls Biznesu. Najczęściej cytowanym portalem został money.pl, a telewizją – TVN 24 Biznes i Świat (Wyk. 6).

Wykres 6.

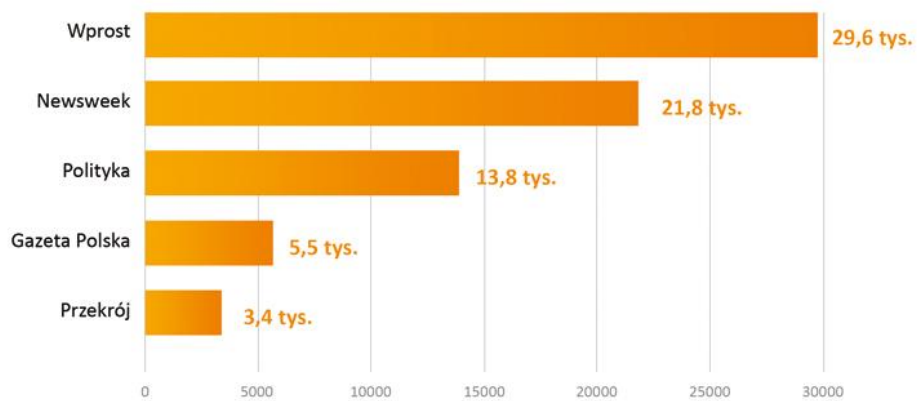


1.7. Ranking periodyków

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.

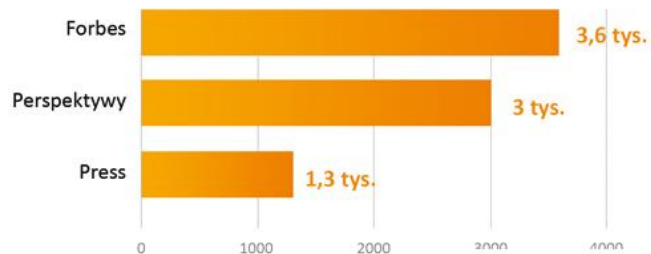
Najbardziej opiniotwórcze tygodniki i dwutygodniki dekady



źródło: Instytut Monitorowania Mediów **I M M**

Wykres 8.

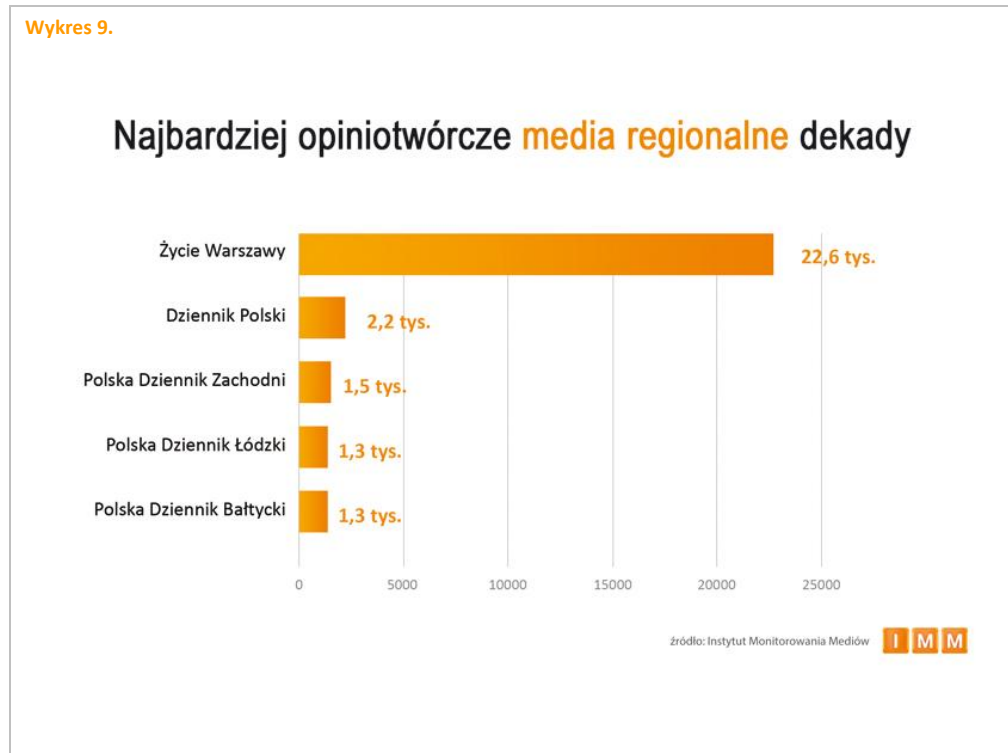
Najbardziej opiniotwórcze miesięczniki dekady



źródło: Instytut Monitorowania Mediów **I M M**

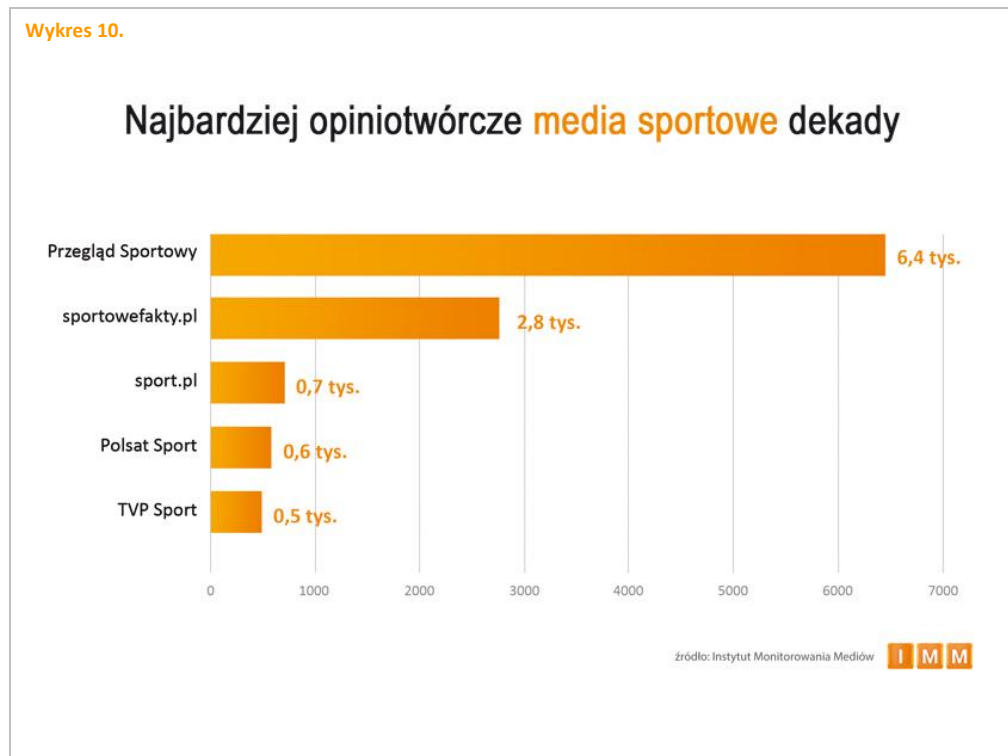
1.8. Ranking mediów regionalnych

Życie Warszawy było najczęściej cytowanym medium regionalnym dekady 2004-2013 (Wyk. 9).



1.9. Ranking mediów sportowych

Przegląd Sportowy był w analizowanym czasie najczęściej cytowanym medium o tematyce sportowej (Wyk. 9).



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 przedrukami z innego medium.

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 bezpośrednio odwołanie się do konkretnego artykułu, stwierdzenia, wypowiedzi opublikowanej na łamach gazety lub wyemitowanej w programie telewizyjnym/radiowym.

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 cytat z portalu internetowego uważamy odniesienie do adresu internetowego. Jeśli cytat 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 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).

Szczegółowe informacje dotyczące monitoringu można znaleźć na stronie www.imm.com.pl.