

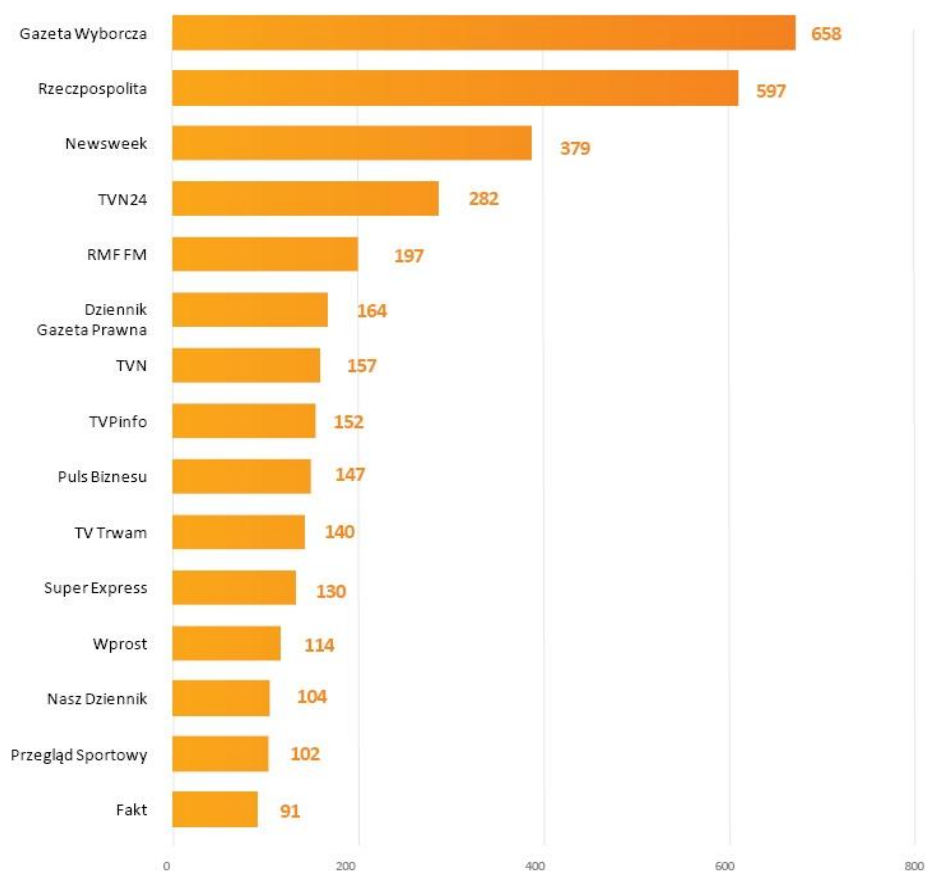
Warszawa, 25 listopada 2013r.

Informacja prasowa

Gazeta Wyborcza najbardziej opiniotwórcza, w mediach najczęściej o polityce

Gazeta Wyborcza i Rzeczpospolita to media, na informacje których powoływano się najczęściej w październiku – wynika z analizy [Instytutu Monitorowania Mediów](#). Najczęściej poruszane tematy to referendum odwoławcze w Warszawie oraz niezmiennie - sytuacja polityczna w kraju.

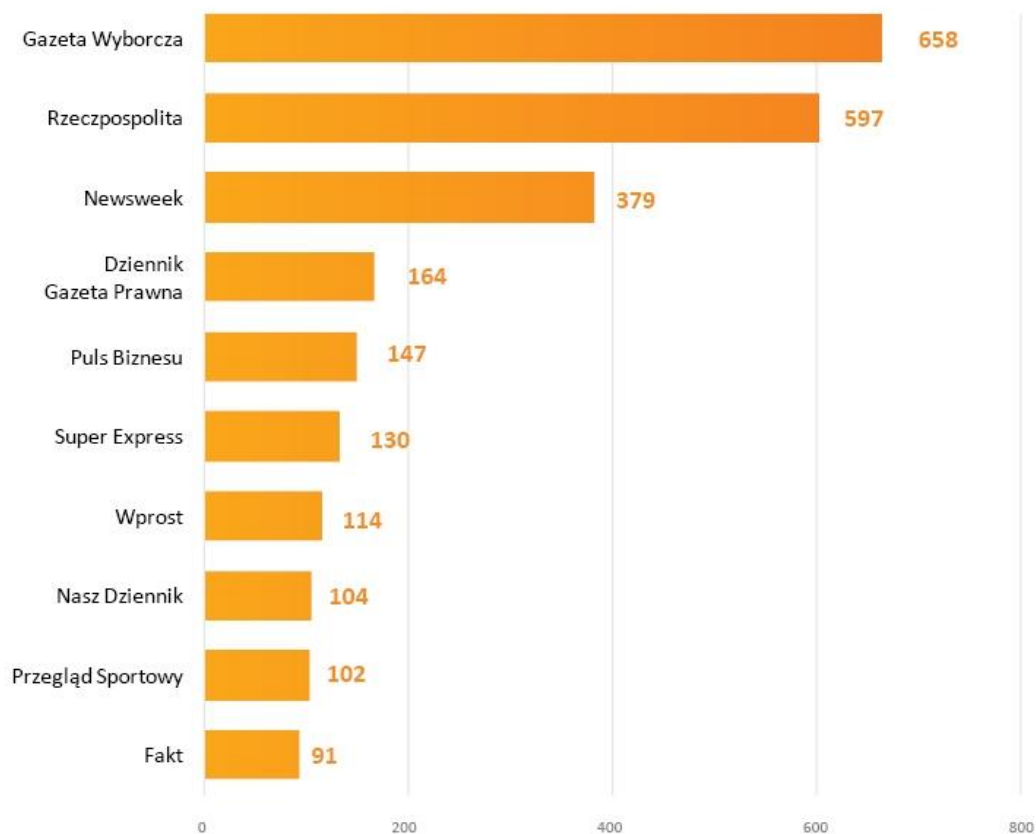
Najbardziej opiniotwórcze media



Prasa

W rankingu najczęściej cytowanych mediów pierwsze miejsce zajęła Gazeta Wyborcza. Na drugiej pozycji znalazła się Rzeczpospolita, na trzeciej – Newsweek. Gazeta Wyborcza największą ekspozycję w mediach zapewniła sobie dzięki informacjom o referendum w Warszawie oraz polityce wewnętrznej kraju. Z kolei Newsweek szeroko rozpisywał się o aferach w szeregach Platformy Obywatelskiej.

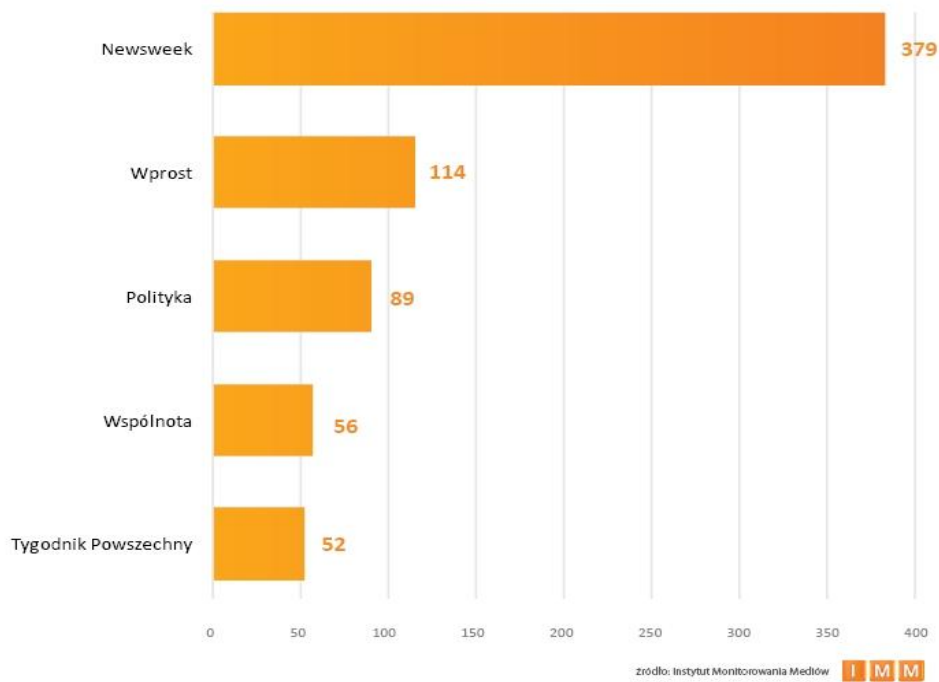
Najbardziej opiniotwórcze tytuły prasowe



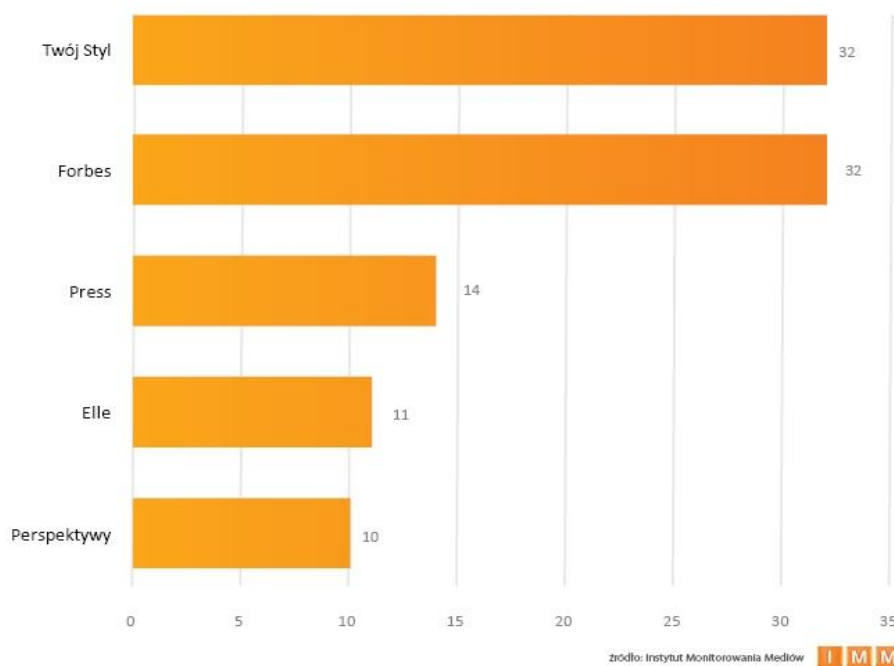
źródło: Instytut Monitorowania Mediów 

Wśród najczęściej cytowanych tygodników i dwutygodników pierwsze miejsce zajął Newsweek. Z kolei miesięcznikami, na które najczęściej powoływały się inne media były Forbes i Twój Styl. Pośród kobiecej prasy rozrywkowej najczęściej cytowana była Gala.

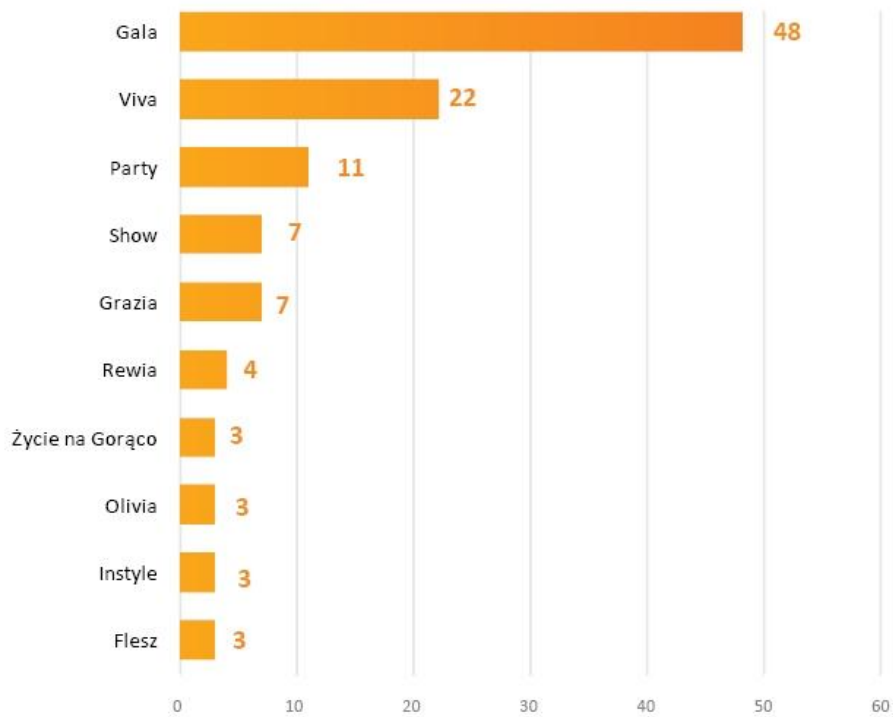
Najbardziej opiniotwórcze tygodniki i dwutygodniki



Najbardziej opiniotwórcze miesięczniki



Najczęściej cytowana **prasa kobieca** o profilu rozrywkowym

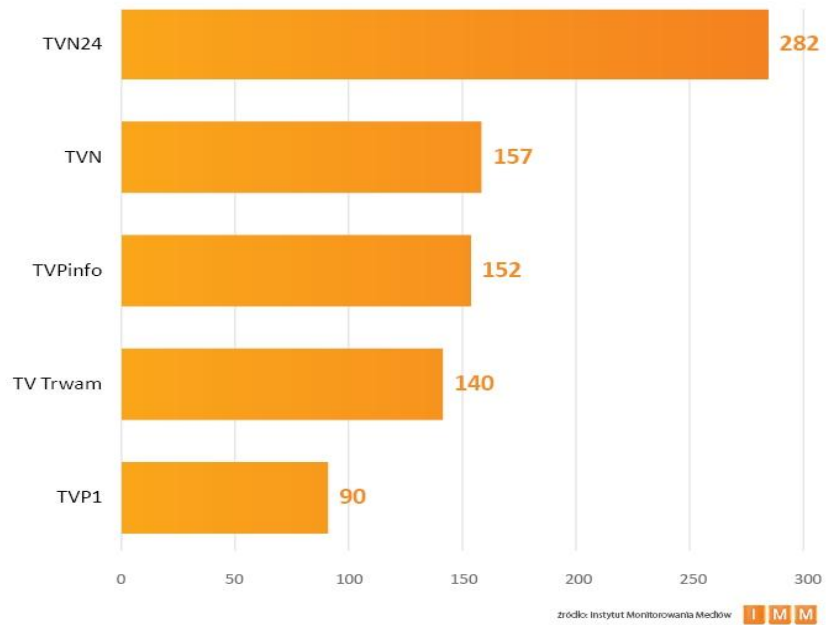


źródło: Instytut Monitorowania Mediów **I M M**

Telewizja

Spośród stacji telewizyjnych najczęściej powoływano się na informacje podawane na antenie TVN24.

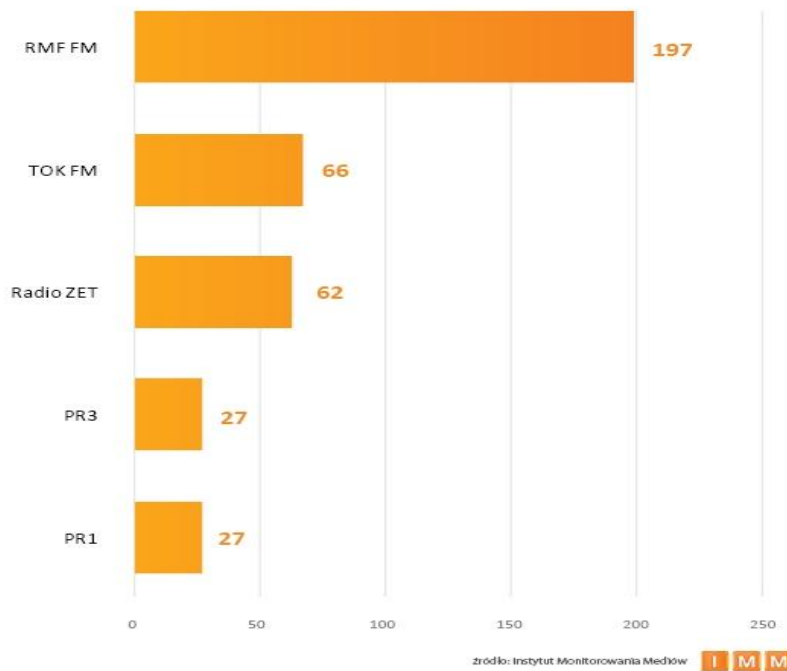
Najbardziej opiniotwórcze stacje telewizyjne



Radio

Spośród rozgłośni radiowych najczęściej powoływano się na informacje podawane na antenie RMF FM.

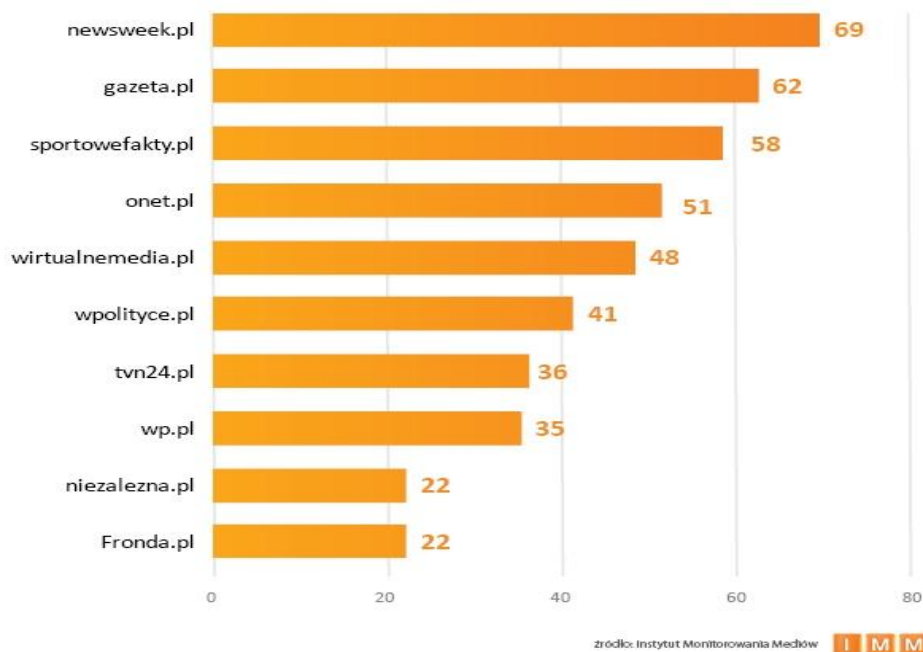
Najbardziej opiniotwórcze stacje radiowe



Portale internetowe

Wśród najczęściej cytowanych portali na pierwszym miejscu sklasyfikowano newsweek.pl.

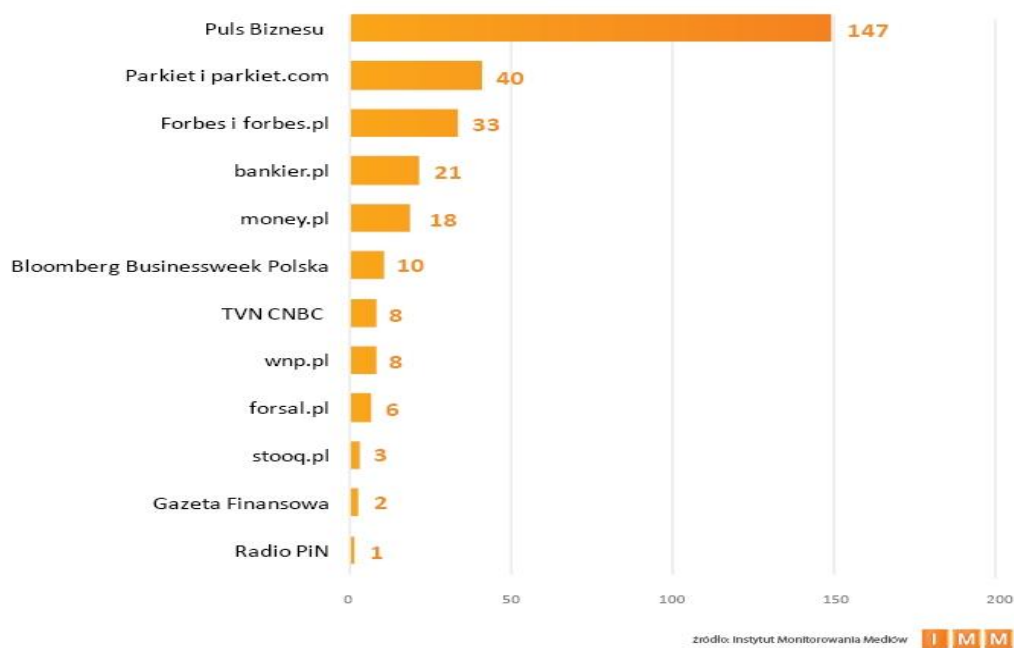
Najbardziej opiniotwórcze portale internetowe



Media ekonomiczne

Najczęściej przywoływanym medium ekonomicznym był Puls Biznesu. Najczęściej cytowanym portalem został bankier.pl, rozgłośnią – Radio PIN, a telewizją – TVN CNBC.

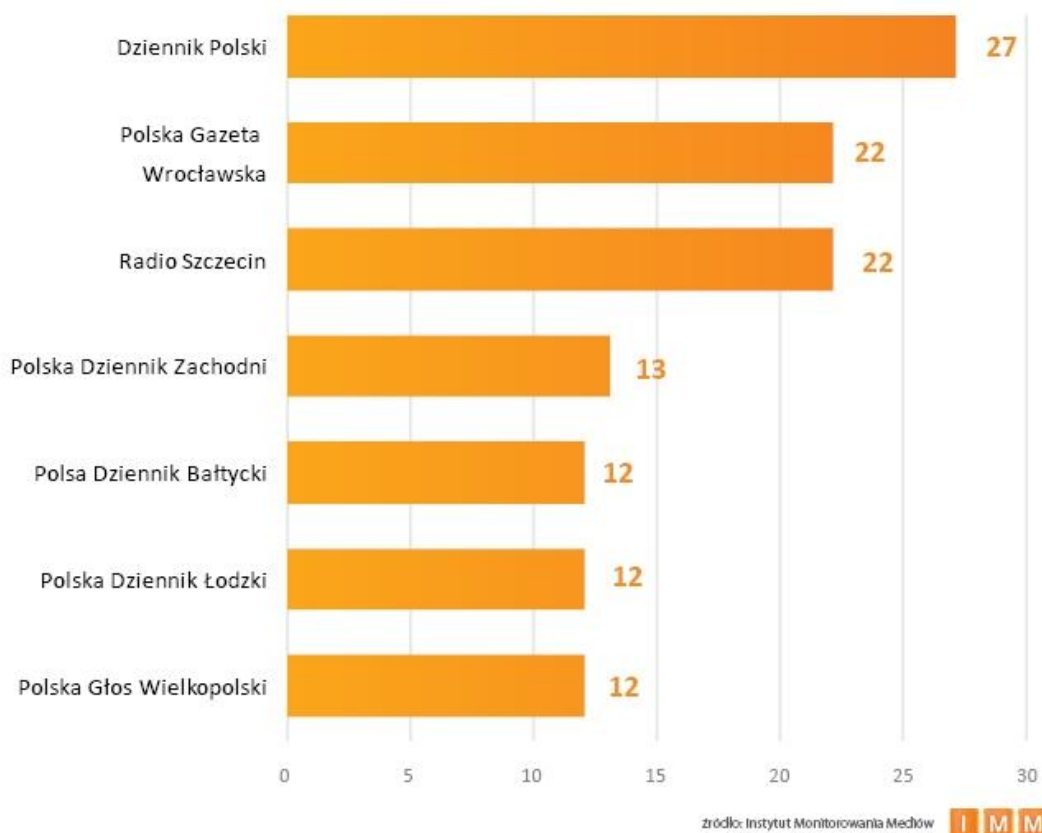
Najbardziej opiniotwórcze media biznesowe



Media regionalne

Dziennik Polski był w analizowanym czasie najczęściej cytowanym medium regionalnym.

Najbardziej opiniotwórcze media regionalne



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.

[Zobacz](#) cały raport na stronie IMM.

Grafiki [pobierzesz tu](#).

Badanie przeprowadzono na podstawie 4762 przekazów z mediów (wycinków prasowych, programów radiowych i telewizyjnych) z okresu 1 do 31 października 2013 r. Dziennikarze odnosili się do wiadomości z łamów innych mediów 4871 razy (3450 razy w prasie, 967 w telewizji i 454 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 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.

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 900 tytułów prasowych, 36 stacji telewizyjnych, 67 stacji radiowych oraz polskie zasoby Internetu wraz z social media.