

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 K
na temat ustawy lobbingowej i udziału lobbystów
w procesie tworzenia ustaw. Jak zauważa autor w

afery hazardowej stawia pytanie o skuteczność u
lobbingowej, która miała wyeliminować niejawn
konflikty interesów.

Źródło: Puls Biznesu, Dziki lobbing w grasuje w
02.10.2009, s.1

Najbardziej opiniotwórcze polskie media w marcu 2011 roku

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 do 31 marca 2011 roku

WARSZAWA, KWIECIEŃ 2011

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

Spis treści

INFORMACJA MIESIĄCA	3
ZWRÓĆ UWAGĘ.....	3
OBSERWUJEMY INTERNET I REGIONY.....	4
1. ANALIZA	5
1.1. RANKING GŁÓWNY	5
1.2. RANKING TYTUŁÓW PRASOWYCH	6
1.3. RANKING STACJI TELEWIZYJNYCH	7
1.4. RANKING ROZGŁOŚNI RADIOWYCH	8
1.5. RANKING PORTALI INTERNETOWYCH	9
1.6. RANKING MEDIÓW BIZNESOWYCH.....	10
1.7. RANKING PERIODYKÓW	11
1.8. TEMATYKA PRZEKAZÓW	12
1.9. RANKING MEDIÓW REGIONALNYCH	13
1.10. RANKING PRASY REGIONALNEJ	14
1.11. RANKING ROZGŁOŚNI REGIONALNYCH	14
METODOLOGIA BADANIA.....	15

Wstęp

Badanie przeprowadzono na podstawie 6 998 przekazów mediowych (wycinków prasowych, programów radiowych i telewizyjnych) z okresu 1 do 31 marca 2011 r. Dziennikarze odnosili się do wiadomości podawanych na łamach innych mediów 7 201 razy (4 206 razy w prasie, 2 075 w telewizji i 920 w radio). Analiza obejmuje tylko te przekazy, które nie są przeglądamy mediów i przedrukami. Na jej podstawie wyciągnięto następujące wnioski:

- Większość cytowanych przekazów to artykuły prasowe. Najwięcej publikacji pochodzi z dzienników (70 proc.) oraz tygodników (25 proc.).
- W marcu 2011 roku w rankingu najczęściej cytowanych mediów zwyciężyła Gazeta Wyborcza osiągając wynik 1078 powołań; na drugim miejscu znalazła się Rzeczpospolita, na którą powoływano się 965 razy. Trzecia lokata należy do tygodnika Polityka (384), zaś czwartą pozycję zajęła TVN24 (343). Spośród stacji radiowych najwyższą w rankingu znalazło się RMF FM (340). W zestawieniu portali internetowych prowadzi tvn24.pl (67).
- 95 proc. powołań dotyczyło mediów ogólnopolskich, a pozostałe 5 proc. – regionalnych. Najwięcej cytatów z mediów regionalnych pochodziło z województwa mazowieckiego, ale liderem regionalnych cytowań został Polska Dziennik Bałtycki.
- Wśród gazet najczęściej powołujących się na doniesienia innych środków masowego przekazu pierwsze miejsce przypadło Rzeczpospolitej, a drugie zajęł Express Bydgoski. Najczęściej cytującymi rozgłośniami radiowymi były Radio ZET i TOK FM, a stacjami telewizyjnymi – Polsat News oraz TVN24.



INFORMACJA MIESIĄCA

Twórczość dziennikarska polskich polityków miała decydujący wpływ na kształt marcowego rankingu powołań. Tekst premiera Donalda Tuska „Czego dokonaliśmy, co nam się nie udało” opublikowany 12 marca 2011 roku w Gazecie Wyborczej był nie tylko popularnym tematem dyskusji w mediach, ale stał się początkiem „debaty” przedwyborczej. Szef PiS polemizował z publikacją Tuska na łamach Rzeczpospolitej aby później dokonać historycznego kroku i opublikować swój tekst w... Gazecie Wyborczej. Dla równowagi expose premiera skomentował też Grzegorz Napieralski oraz Joanna Kluzik – Rostkowska. **Rozpoczęła się „ofensywa medialna”, która najwięcej powołań podarowała zwycięzcy marcowego rankingu – Gazecie Wyborczej.**

Drugim tematem popularnym w mediach były **najświeższe doniesienia dotyczące działalności i kontaktów towarzyskich Marcina Dubienieckiego**, męża Marty Kaczyńskiej. Najczęściej w tym kontekście powoływano się na tygodnik Polityka (który osiągnął rekordowo wysoką, trzecią pozycję w rankingu generalnym) oraz Dziennik Bałtycki. Ten ostatni zwyciężył jednocześnie w zestawieniu najczęściej cytowanych mediów regionalnych, deklasując zasiedziatego złotego medalistę w regionach – Życie Warszawy.



ZWRÓĆ UWAGĘ

W marcu media najczęściej cytowały Gazetę Wyborczą (1078) i Rzeczpospolitą (965). Na kolejnym miejscu wśród najbardziej opiniotwórczych mediów znalazł się tygodnik Polityka (384).

Media powoływały się na Gazetę Wyborczą głównie w kontekście publikacji Donalda Tuska podsumowującej pracę rządu, opublikowanej w weekendowym wydaniu dziennika. Polityka polska, ekonomia oraz rankingi i sondaże to z kolei najpopularniejsze tematy powołań na Rzeczpospolitą. Tygodnik Polityka zaznaczył swą obecność w rankingu doniesieniami związanymi ze sprawą Marcina Dubienieckiego oraz polityki polskiej i wyborów parlamentarnych.

Ponadto:

Pozycje na czele stawki najbardziej opiniotwórczych stacji telewizyjnych nie zmieniają się od miesiąca. Niepodzielnie króluje koncern ITI, gdzie TVN24 (343) oraz TVN utrzymują przewagę nad telewizyjnymi konkurentami. Na TVN24 powoływano się najczęściej w kontekście polityki polskiej oraz katastrofy pod Smoleńskiem.

Marzec to kolejny miesiąc pod znakiem zwycięstwa RMF FM (340) w rankingu najczęściej cytowanych stacji radiowych. Na RMF FM powoływano się w odniesieniu do katastrofy pod Smoleńskiem.

Najczęściej komentowanym tematem w mediach była polityka polska, wyraźnie zaznaczały się też tematy związane z katastrofą pod Smoleńskiem, sprawą Marcina Dubienieckiego oraz publikacją premiera na łamach Gazety Wyborczej.



OBSERWUJEMY INTERNET I REGIONY

W marcu **zwycięzcą rankingu regionalnego został Dziennik Bałtycki**, za sprawą doniesień dotyczących kontaktów zawodowych Marcina Dubienieckiego.

W lutym na drugim miejscu zestawienia mediów regionalnych znalazł się Dziennik Bałtycki, nieobecny w styczniowym rankingu. Dziennik zapewnił sobie obecność w zestawieniu dzięki opublikowaniu doniesień na temat powiązań biznesowych Marcina Dubienieckiego. Publikację wspomniano m.in. w TVN24, Polsat i Polsat News, PR1. Zwiększyła się też liczba cytowań Życia Warszawy, a do rankingu wróciło wielkopolskie Radio Merkury.

Styczeń przyniósł spadek powołań na media regionalne. Wśród tytułów prasowych nadal prowadzą gazety z Mazowsza, a najczęściej cytowane rozgłośnie pochodzą z Pomorza.

W marcu portale internetowe szły „łeb w łeb”. Minimalną przewagę nad innymi uzyskał tvn24.pl, tuż za nim znalazł się onet.pl.

W lutym podobnie jak w poprzednim miesiącu onet.pl był jedynym przedstawicielem portali internetowych obecnym w rankingu generalnym najczęściej cytowanych mediów. Tuż za nim znalazł się portal z tej samej grupy mediowej – tvn24.pl. Onet wysoką liczbę cytowań zawdzięcza głównie echom styczniowej rozmowy z Jarosławem Kaczyńskim oraz wywiadowi z Marcinem Dubienieckim. W mediach pojawiły się głosy, że mąż Marty Kaczyńskiej swoimi niefortunnymi wypowiedziami może szkodzić PiS.

W styczniu onet.pl był kolejny raz zwycięzcą rankingu. Deptał mu po piętach ekonomiczny money.pl, który zdeklasował tvn24.pl i wp.pl.

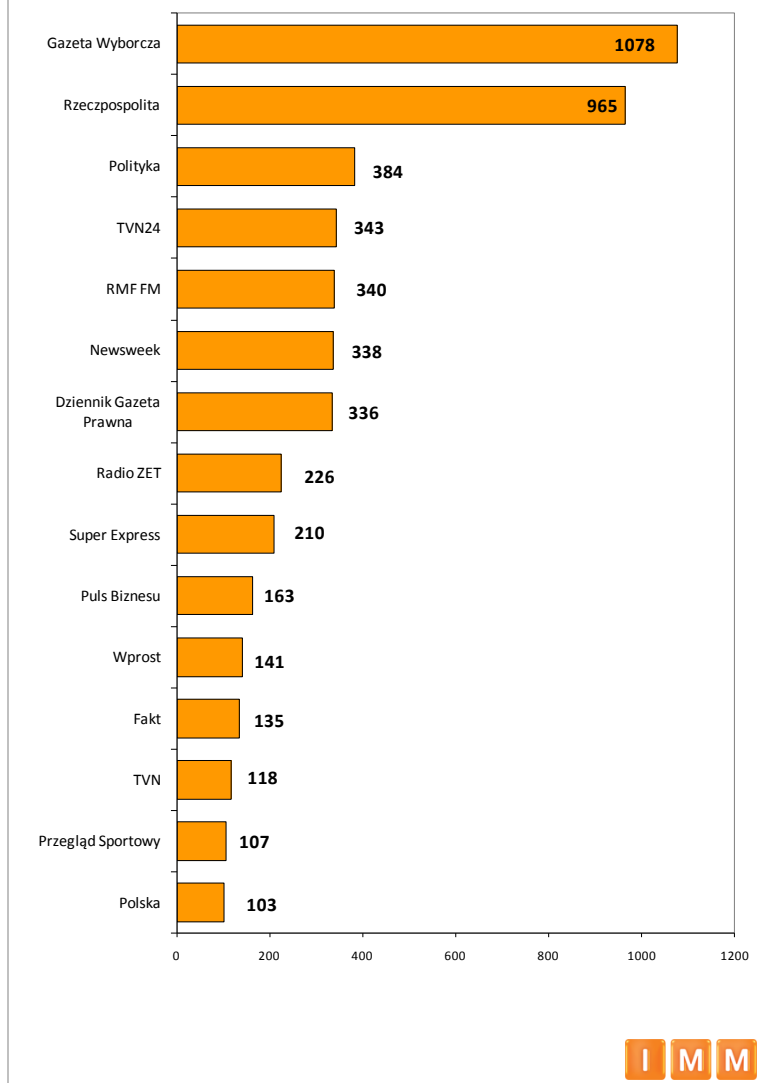
1. Analiza

1.1. Ranking główny

W rankingu najczęściej cytowanych mediów pierwsze miejsce zajęła Gazeta Wyborcza. Na drugiej pozycji znalazła się Rzeczpospolita, a na trzeciej – Polityka. Czwarta lokata należy do TVN24, a piąta do RMF FM.

W rankingu piętnastu najczęściej cytowanych mediów znalazło się w sumie 11 tytułów prasowych (Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Polityka, Newsweek, Dziennik Gazeta Prawna, Super Express, Puls Biznesu, Wprost, Fakt, Przegląd Sportowy, Polska), 2 stacje telewizyjne (TVN24, TVN), 2 stacje radiowe (RMF FM, Radio ZET) (Wyk. 1).

Wykres 1. Najczęściej cytowane media *

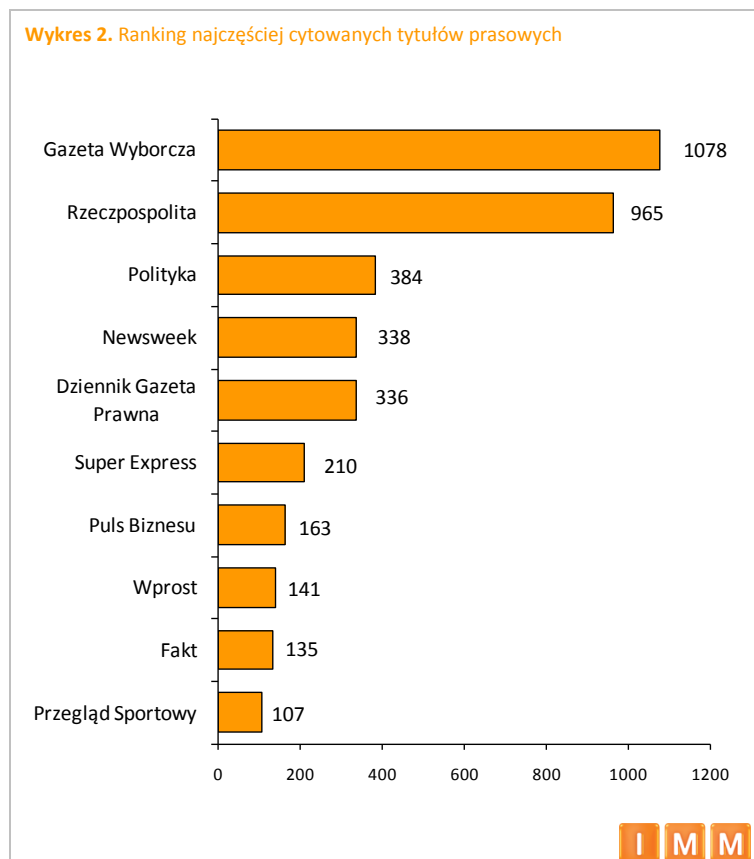


* Wynik dla dziennika „Polska” stanowi suma powołań na tytuł „Polska”. Wynik dla mutacji regionalnych wydawanych pod wspólnym tytułem „Polska” („Dziennik Bałtycki”, „Dziennik Łódzki”, „Dziennik Zachodni”, „Gazeta Krakowska”, „Gazeta Wrocławska”, „Głos Wielkopolski”, „Kurier Lubelski”) stanowi sumę powołań na powyższe tytuły zarówno z użyciem pełnej nazwy gazety (np. „Polska Dziennik Bałtycki”) jak i jej nazwy skróconej („Dziennik Bałtycki”). Od marca 2011 roku w raporcie powołania na mutacje regionalne są ujednoczone do pełnej nazwy i klasyfikowane jako cytaty z mediów regionalnych.

1.2. Ranking tytułów prasowych

Wśród najczęściej cytowanych przekazów prasowych na pierwszej pozycji znalazły się publikacje z Gazety Wyborczej. Do rankingu zakwalifikowało się: 5 dzienników ogólnopolskich, 3 tygodniki, 1 dziennik ekonomiczny oraz 2 tabloidy (Wyk. 2).

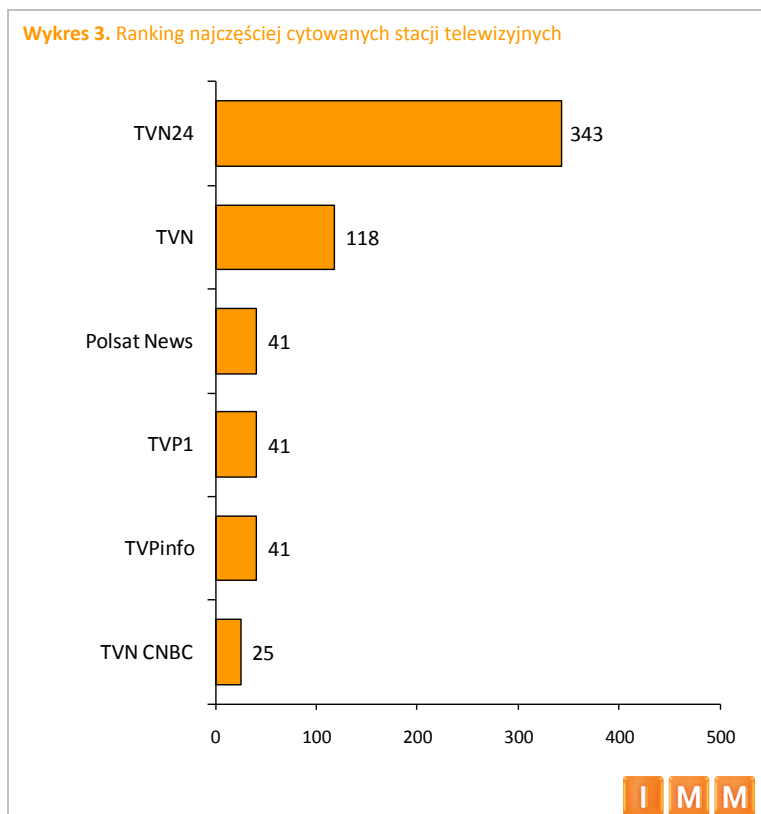
Wykres 2. Ranking najczęściej cytowanych tytułów prasowych



1.3. Ranking stacji telewizyjnych

Spośród stacji telewizyjnych najczęściej powoływano się na informacje podawane w TVN24. Na drugim miejscu uplasowała się również stacja koncernu ITI – TVN. W czołówce cytowań stacji telewizyjnych znalazł się też Polsat News (Wyk. 3).

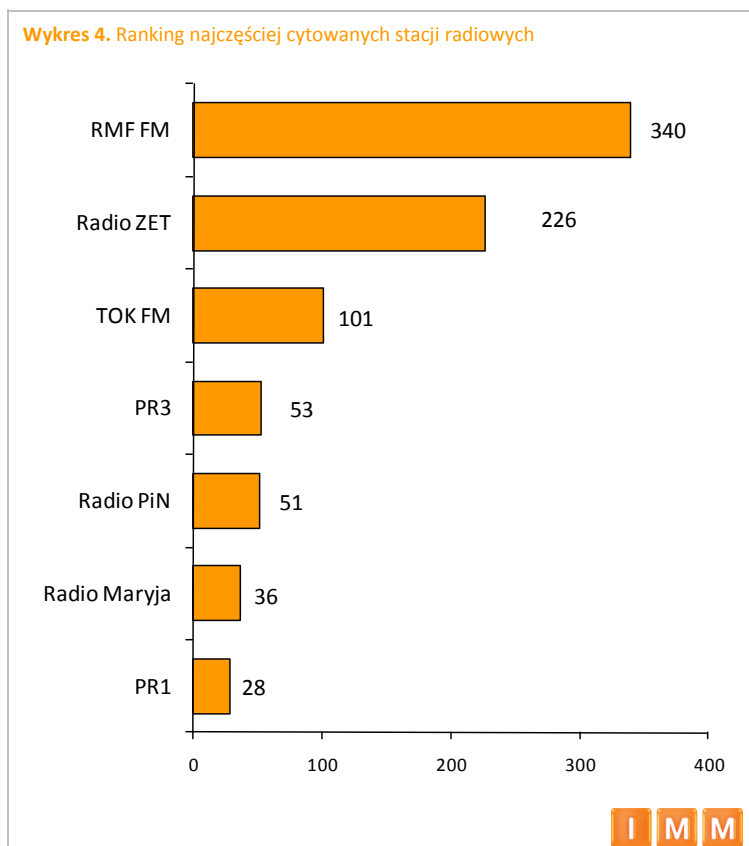
Wykres 3. Ranking najczęściej cytowanych stacji telewizyjnych



1.4. Ranking rozgłośni radiowych

Spośród rozgłośni radiowych najczęściej powoływano się na informacje podawane na antenie stacji RMF FM. Na drugiej pozycji znalazły się cytowania Radio ZET, na trzeciej TOK FM (Wyk. 4).

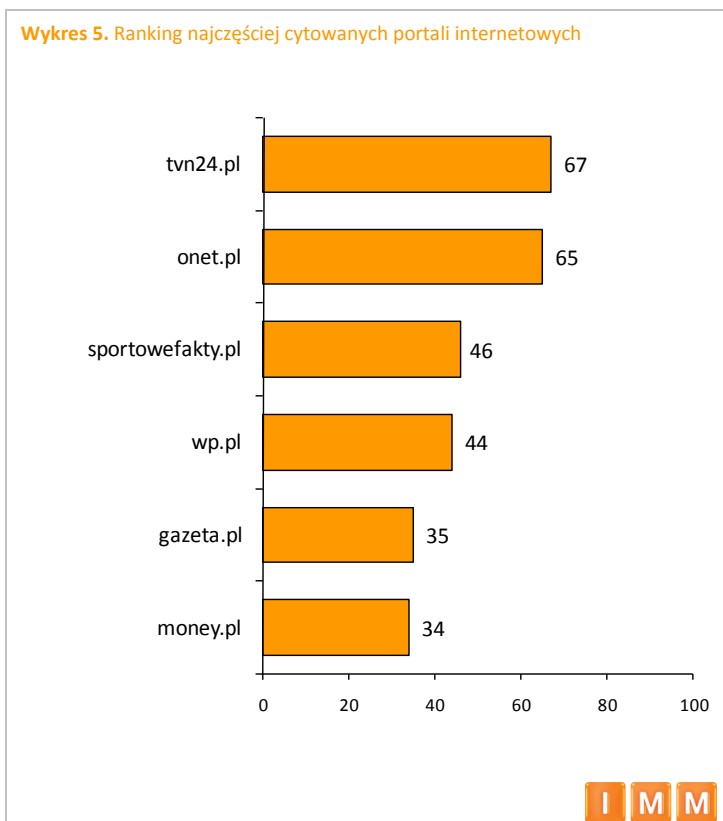
Wykres 4. Ranking najczęściej cytowanych stacji radiowych



1.5. Ranking portali internetowych

Dziennikarze powoływali się również na przekazy internetowe. Wśród najczęściej cytowanych portali na pierwszym miejscu uplasował się tvn24.pl, za nim onet.pl i sportowefakty.pl (Wyk. 5).

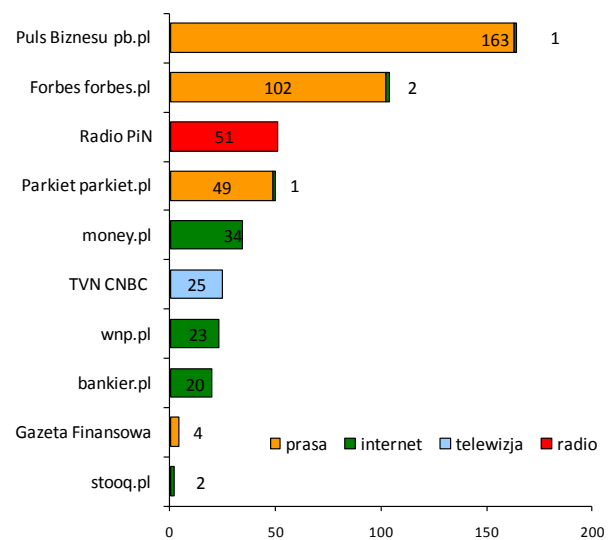
Wykres 5. Ranking najczęściej cytowanych portali internetowych



1.6. Ranking mediów biznesowych

Najczęściej powoływanym medium biznesowym był Puls Biznesu. Najczęściej cytowanym portalem ekonomicznym został money.pl, telewizją - TVN CNBC, a rozgłośnią - Radio PiN (Wyk. 6).

Wykres 6. Najczęściej cytowane media biznesowe

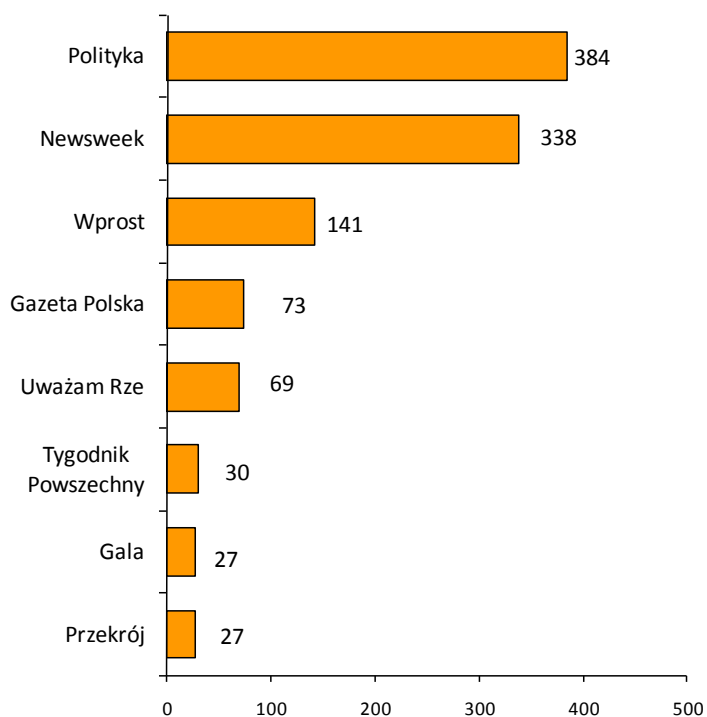


1.7. Ranking periodyków

Wśród najczęściej cytowanych tygodników i dwutygodników znalazły się: Polityka, Newsweek i Wprost (Wyk. 8).

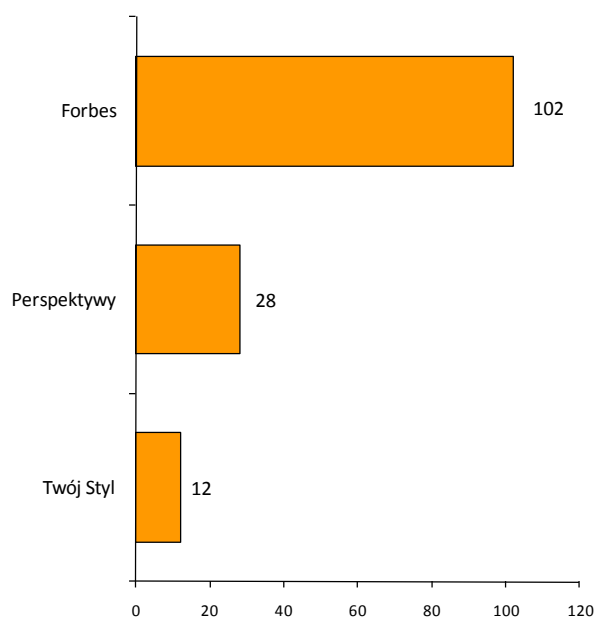
Z kolei miesięcznikami, na które najczęściej powoływały się inne media, były Forbes oraz Perspektywy (Wyk. 9).

Wykres 7. Najczęściej cytowane tygodniki i dwutygodniki



I M M

Wykres 8. Najczęściej cytowane miesięczniki

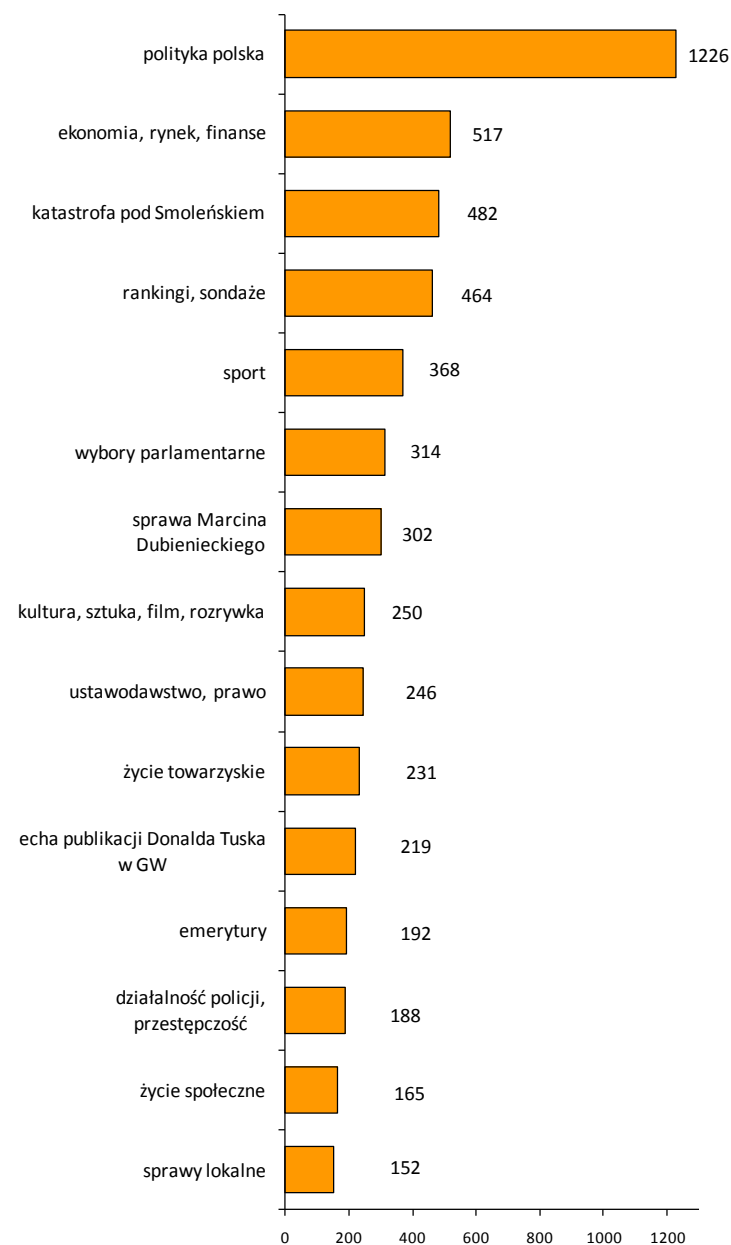


I M M

1.8. Tematyka przekazów

Większość odwołań mediowych dotyczyło polityki polskiej, informacji ekonomicznych oraz katastrofy pod Smoleńskiem.

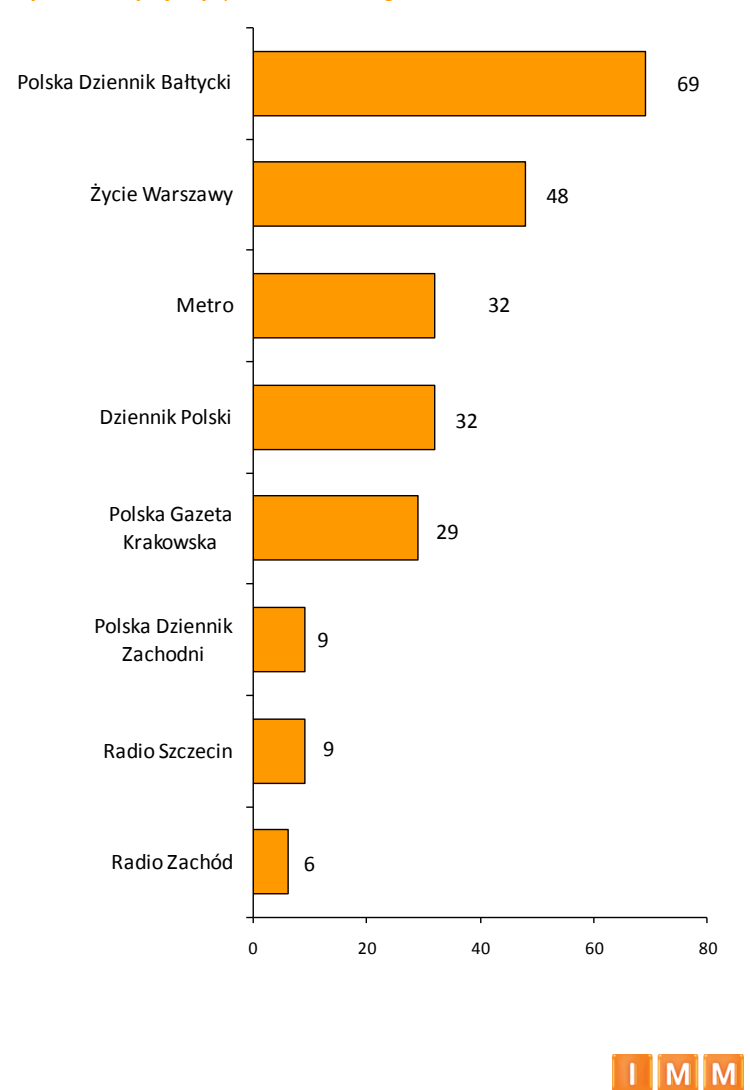
Wykres 9. Tematyka przekazów, w których powoływano się na doniesienia innych mediów



1.9. Ranking mediów regionalnych

Czołówka mediów regionalnych to Polska Dziennik Bałtycki, Życie Warszawy i Metro. Wśród najczęściej cytowanych mediów regionalnych znalazły się 2 stacje radiowe: Radio Szczecin i Radio Zachód (Wyk. 11).

Wykres 10. Najczęściej cytowane media regionalne



1.10. Ranking prasy regionalnej

Najczęściej cytowane tytuły prasowe z danego województwa (Tab. 1)

Województwo	Medium	Liczba cytatów
pomorskie	Polska Dziennik Bałtycki	69
mazowieckie	Życie Warszawy	48
małopolskie	Dziennik Polski	32
śląskie	Polska Dziennik Zachodni	9
opolskie	Nowa Trybuna Opolska	5
lubelskie	Dziennik Wschodni/ Kurier Lubelski	4
świętokrzyskie	Echo Dnia	3
wielkopolskie	Polska Głos Wielkopolski	3
kujawsko-pomorskie	Express Bydgoski	2
lubuskie	Gazeta Lubuska	2
łódzkie	Polska Dziennik Łódzki	2
podlaskie	Echo Katolickie	2
zachodniopomorskie	Głos Pomorza	2
dolnośląskie	Polska Gazeta Wrocławska	1
podkarpackie	Nowiny	1
warmińsko-mazurskie	Gazeta Wyborcza Olsztyn	1

1.11. Ranking rozgłośni regionalnych

Najczęściej cytowane rozgłoszenie radiowe i telewizyjne z danego województwa (Tab. 2)

Województwo	Medium	Liczba cytatów
zachodniopomorskie	Radio Szczecin	9
lubuskie	Radio Zachód	6
dolnośląskie	Telewizja Wałbrzych	5
pomorskie	Radio Gdańsk	5
wielkopolskie	Radio Merkury	5
mazowieckie	Katolickie Radio Płock	4
lubelskie	Radio eR	3
kujawsko-pomorskie	TVP Bydgoszcz	2
podlaskie	Radio Białystok	2
śląskie	TVP Katowice	2
małopolskie	Radio Głos	1
podkarpackie	Radio Rzeszów/ TVP Rzeszów	1
łódzkie	-	-
opolskie	-	-
świętokrzyskie	-	-
warmińsko-mazurskie	-	-

Metodologia badania

Analiza obejmuje wszystkie przekazy prasowe, telewizyjne i radiowe, 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 nie będących przeglądanymi prasy.

Od kwietnia 2010 r. IMM opracowuje raport w oparciu o metodologię wykorzystującą 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 Rzeczpospolitej 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 jednak 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, Metro, Radio TOKFM, Radio Złote Przeboje, RoxyFM;

Axel Springer: Dziennik Gazeta Prawna, Fakt, Forbes, Newsweek, Przegląd Sportowy, Sport;

Grupa ITI: onet.pl, TVN, TVN24, tvn24.pl, TVN Style, TVN CNBC;

Infor: Dziennik Gazeta Prawna, dziennik.pl, forsal.pl, Gazeta Samorządu i Administracji, Personel i Zarządzanie, Biznes Trendy;

media publiczne: TVP1, TVP2, TVP INFO, PR1, PR3, Radio Euro;

Mecom (Presspublica i Media Regionalne): Presspublica: Parkiet, Rzeczpospolita, Uważam Rze, Życie Warszawy. 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;

Polsat: Polsat, Polsat News, TV4, TV Biznes;

Polskapresse: Polska oraz wydania regionalne, Dziennik Polski, Echo Miasta, polskatimes.pl, wiadomości24.pl;

RMF: interia.pl, RMF FM, RMF Classic, RMF Maxxx.

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 całą prasę (ponad 900 tytułów gazet i czasopism) oraz stacje telewizyjne (TVP 1, TVP 2, TVP Info, TVN, TVN24, TVN Turbo, Polsat, TV4, TV Biznes, TVN CNBC Biznes) i wybrane programy w rozgłośniach radiowych (PR1, PR3, Radio PiN, RMF FM, Radio ZET, TOK FM, Radio Euro, Radio Maryja, RDC).

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