

Informacja prasowa

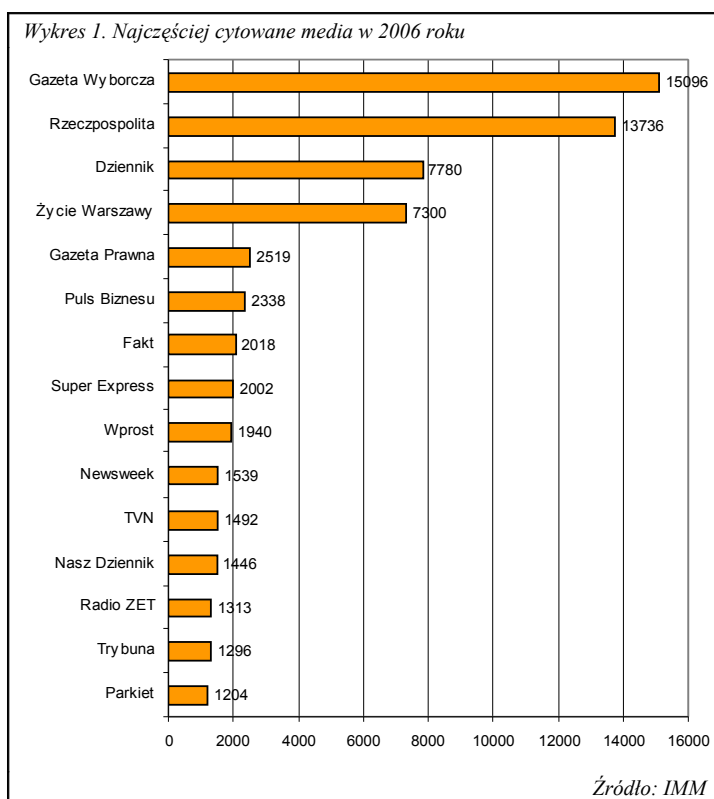
Warszawa, 21 marca 2007 roku

Najbardziej opiniotwórcze media w 2006 roku

W rocznym zestawieniu „Najbardziej opiniotwórcze media w Polsce w 2006 r.”, przygotowanym przez Instytut Monitorowania Mediów, zwyciężyła Gazeta Wyborcza z wynikiem 15096 cytowań. Wśród stacji telewizyjnych liderem jest TVN, wśród radiowych - Radio ZET. Najczęściej cytowanym tygodnikiem opinii w 2006 roku jest Wprost.

Analizę IMM-u przeprowadzono na podstawie 65470 przekazów mediowych z okresu 1 stycznia - 31 grudnia 2006 r. Dziennikarze w ciągu całego 2006 roku odnosili się do wiadomości podawanych na łamach innych mediów 81159 razy (35053 razy w prasie, 28905 w telewizji i 17201 w radiu).

Podobnie jak w 2005 r. w rankingu najczęściej cytowanych mediów pierwsze miejsce zajęła Gazeta Wyborcza, na którą inne media powoływały się 15096 razy. Drugie miejsce zajęła Rzeczpospolita z wynikiem 13736 cytowań. Na trzeciej pozycji uplasował się Dziennik (7780 powołań), który w rywalizacji uczestniczył od kwietnia 2006 r., ale od początku zajmował miejsce w czołówce rankingu IMM-u. Czwarte miejsce należy do Życia Warszawy (7300), jedynego dziennika regionalnego w pierwszej piątce, który ma bardzo dużą przewagę nad innymi tytułami regionalnymi.



Wśród rozgłośni radiowych zwyciężyło Radio ZET (1313), na drugim miejscu jest PR3 (895), a na trzecim RMF FM (820). Spośród stacji telewizyjnych najczęściej cytowanymi źródłami informacji okazały się TVN (1492) i TVN24 (1079), dystansując TVP1 (499). Dużą niespodzianką jest czwarta pozycja Telewizji Trwam z wynikiem 413 powołań w skali roku. W zestawieniu portali internetowych prowadzi Onet.pl (722) przed portalem Interia.pl (476).

Rywalizujące ze sobą tabloidy w każdym miesiącu osiągają zbliżone wyniki, jednak w rankingu rocznym liczba cytowań przeważała na korzyść Faktu. Natomiast wśród tygodników opinii pierwsze miejsce należy do Wprost (1940), który wyprzedził Newsweek i Politykę. Zacięta walka dzienników ekonomicznych zakończyła się zwycięstwem Gazety Prawnej, która wyprzedziła Puls Biznesu o 181 powołań w 2006 roku.

Najczęstszymi ogólnymi tematami powołań były polska polityka i życie społeczne. Natomiast najliczniej cytowanym tematem szczegółowym jest seksafera w Samoobronie, którą wywołał artykuł Marcina Kąckiego „Praca za seks w Samoobronie”, opublikowany w Gazecie Wyborczej 3 grudnia 2006 r. W skali roku ten temat był przywoływany 1115 razy. Spośród spraw bieżących najwyżej w klasyfikacji szczegółowych tematów cytowań znalazły się również: afera taśmowa, sprawa PZU oraz lustracja abp. Stanisława Wielgusa.

Tabela 1. Autorzy najpopularniejszych informacji źródłowych w 2006 roku

temat	autor	tytuł	medium	liczba powołań
1. seksafera w Samoobronie	Marcin Kącki	Praca za seks w Samoobronie	Gazeta Wyborcza	1115
2. afera taśmowa	Tomasz Sekielski, Andrzej Morozowski	Teraz My	TVN	960
3. sprawa PZU	Bertold Kittel	Mecenas i spółki	Rzeczpospolita	615
4. lustracja: abp. S. Wielgus	Katarzyna Hejke, Przemysław Harczuk	Tajna historia metropolity	Gazeta Polska	364
5. neofaszystowska impreza na Śląsku z udziałem członków Młodzieży Wszechpolskiej	Agnieszka Sopińska, Małgorzata Pietkiewicz	Nazistowska Impreza	Dziennik	260
6. sprawa J. Bestrego	Jacek Harłukowicz	Posel Bestry Molestował Dzieci	Super Express	202
7. sprawa A. Mikosza	Bertold Kittel	Pożyczka państwa Mikoszków	Rzeczpospolita	197

Z rocznego zestawienia IMM-u wynika także, że najczęściej powoływano się na doniesienia prasowe (86 proc.). Częściej cytowano media ogólnopolskie (85 proc.) niż regionalne (15 proc.), a najwięcej cytatów pochodziło z województwa mazowieckiego, w którym liderem jest Życie Warszawy.

W każdym miesiącu Instytut Monitorowania Mediów analizuje wszystkie przekazy prasowe, telewizyjne i radiowe, których autorzy powołują się na doniesienia innych mediów. Badaniu poddawanych jest ok. 800 tytułów prasowych, stacje telewizyjne oraz wybrane programy rozgłośni radiowych. Raport roczny jest dostępny na stronie Instytutu Monitorowania Mediów: <http://www.instytut.com.pl/raporty>. Aby otrzymać pełną lub sprofilowaną wersję raportu, prosimy o kontakt: k.ewert@instytut.com.pl.

Instytut Monitorowania Mediów monitoruje około 800 tytułów prasowych, stacje telewizyjne i radiowe oraz polskie zasoby Internetu. Instytut Monitorowania Mediów jest członkiem FIBEP – elitarnej organizacji zrzeszającej ponad 80 firm monitorujących media z kilkudziesięciu krajów. Od 2002 r. Instytut Monitorowania Mediów wspiera działalność Forum Odpowiedzialnego Biznesu.