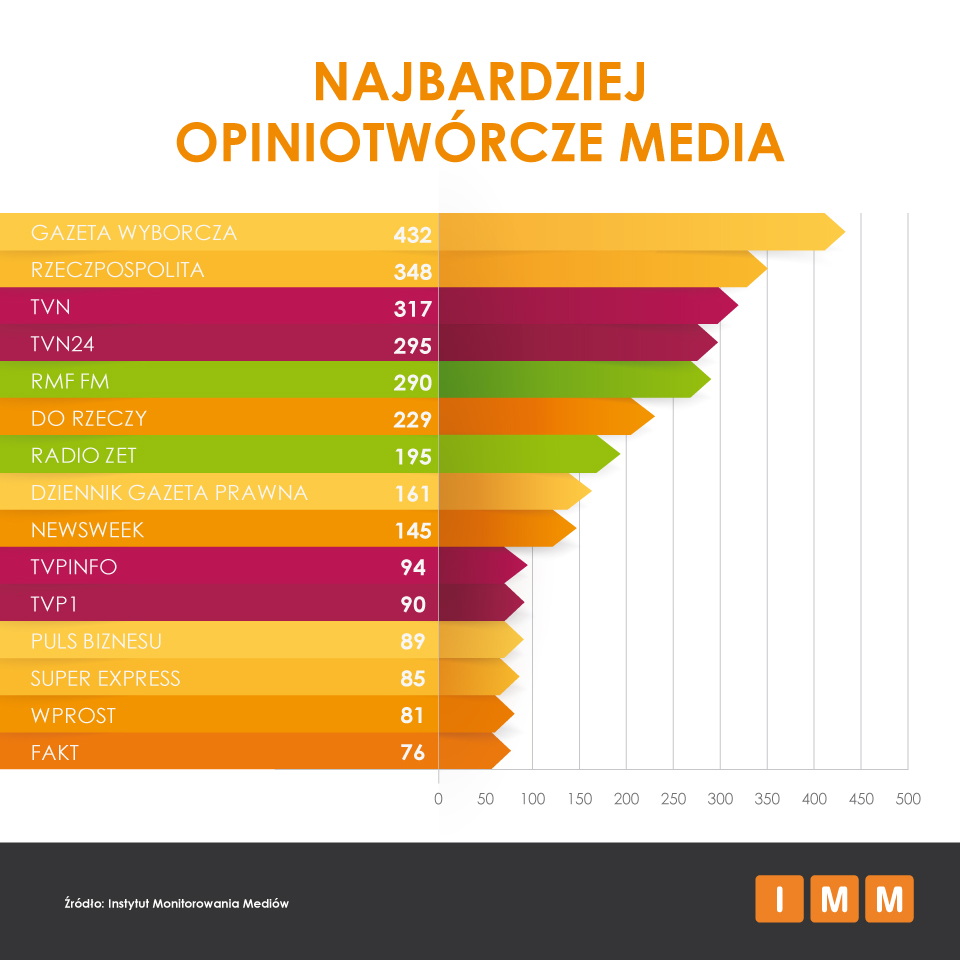
Warszawa, 23 czerwca 2015 r.

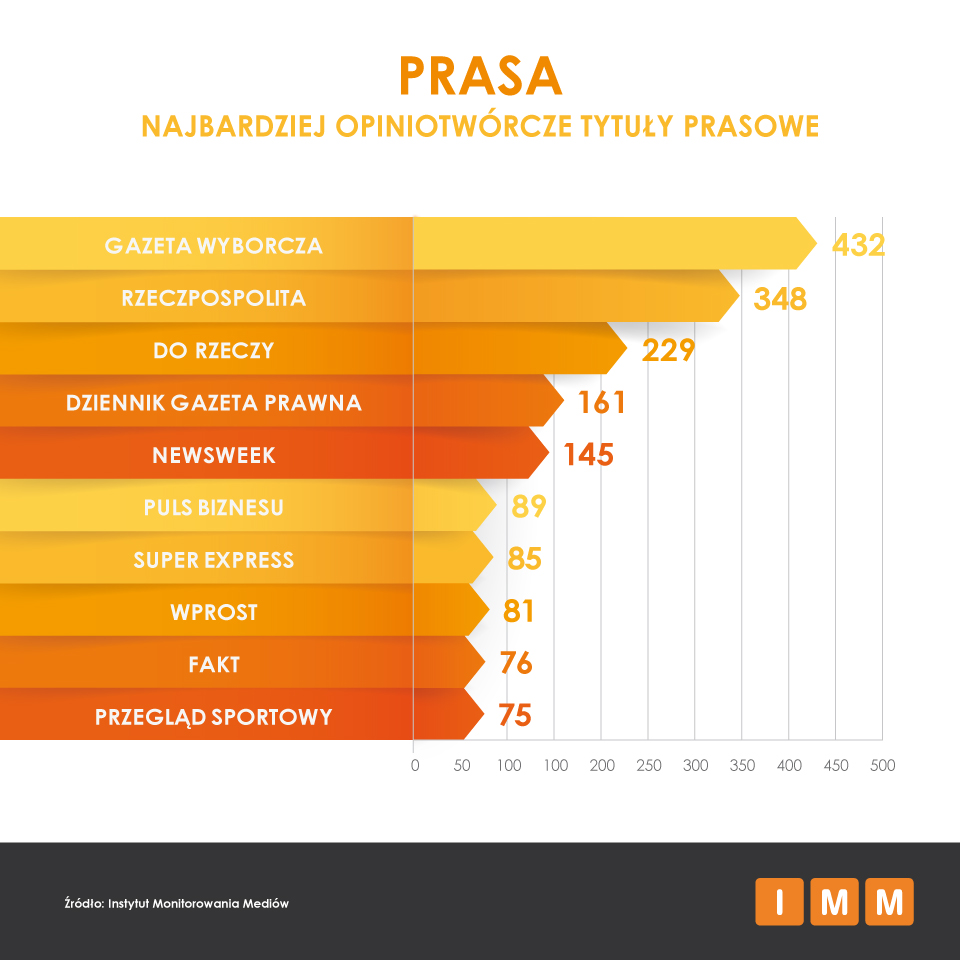
**IMM: Najbardziej opiniotwórcze media w maju. Głównym tematem – wybory prezydenckie.**

Maj został zdominowany przez tematykę związaną z kampanią wyborczą oraz II turą wyborów prezydenckich. Na fotel lidera rankingu „Najbardziej opiniotwórczych mediów” powróciła Gazeta Wyborcza, wyprzedzając dziennik Rzeczpospolita oraz stację TVN - wynika z najnowszego raportu [**Instytutu Monitorowania Mediów**](http://www.instytut.com.pl). Kolejne miejsca zajęła telewizja TVN24 oraz radio RMF FM. W mediach często poruszane były kwestie sondażowych wyników wyborczych oraz porażki Bronisława Komorowskiego w I turze. Szeroko komentowano także nowe fakty związane z aferą podsłuchową, w szczególności, w odniesieniu do ujawnionych przez tygodnik Do Rzeczy rozmów pomiędzy minister Elżbietą Bieńkowską a szefem CBA Pawłem Wojtunikiem, jak również kwestię lokalizacji pomnika ofiar katastrofy smoleńskiej.

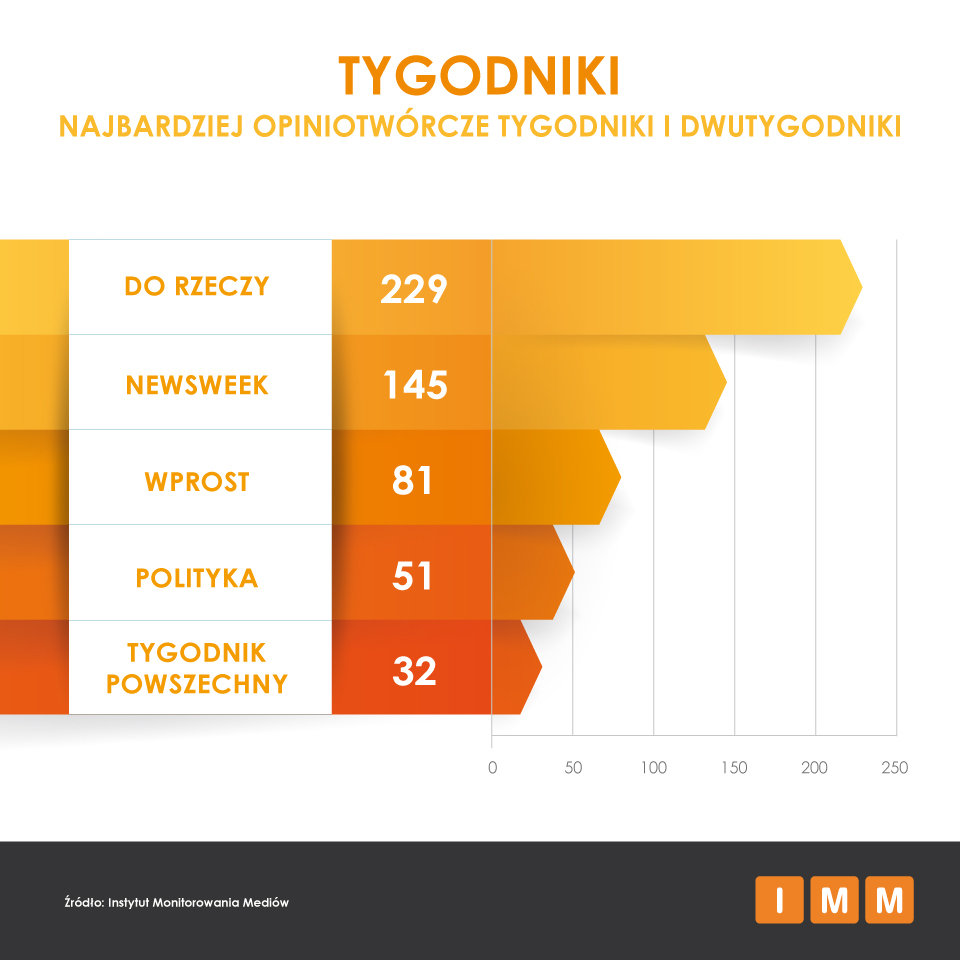
**Prasa**



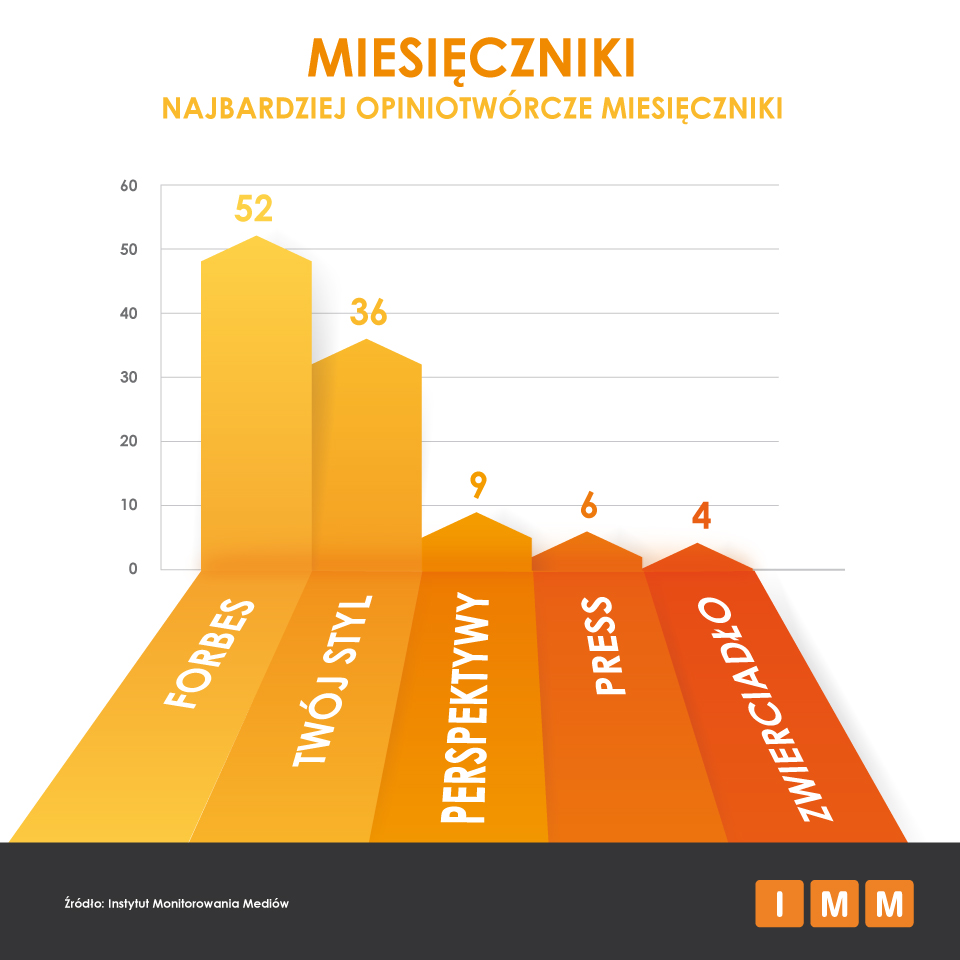
Na pierwszym miejscu wśród najczęściej cytowanych tytułów prasowych znalazła się Gazeta Wyborcza, wyprzedzając dziennik Rzeczpospolita oraz tygodnik Do Rzeczy.



Czołówkę najczęściej cytowanych tygodników otwiera Do Rzeczy, co związane było z ujawnieniem przez tygodnik nowych zapisów rozmów w sprawie afery podsłuchowej, tym razem pomiędzy minister Bieńkowską a szefem CBA Pawłem Wojtunikiem. Na kolejnych miejscach uplasował się Newsweek oraz Wprost.

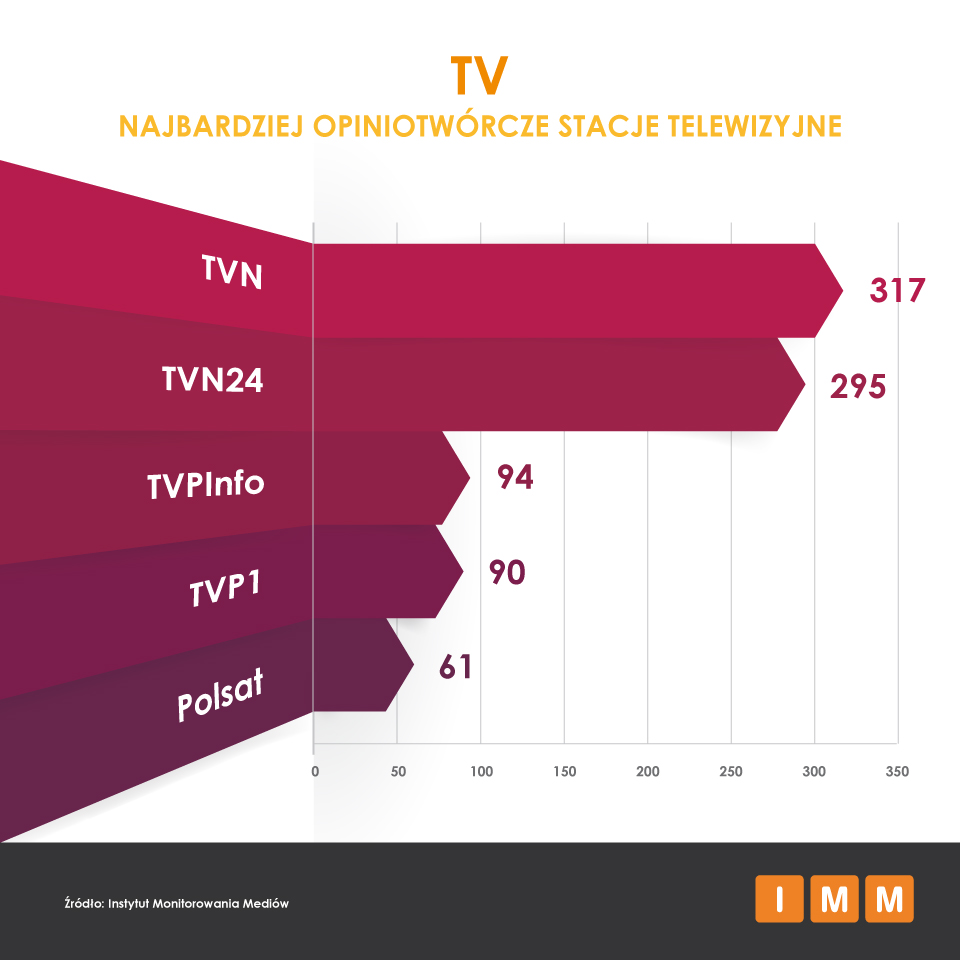


Forbes ponownie został liderem w swojej kategorii, pokonując Twój Styl, którego wysoka pozycja podyktowana jest publikacją wywiadu z Danutą Wałęsą na temat życia u boku swojego męża - Lecha Wałęsy.



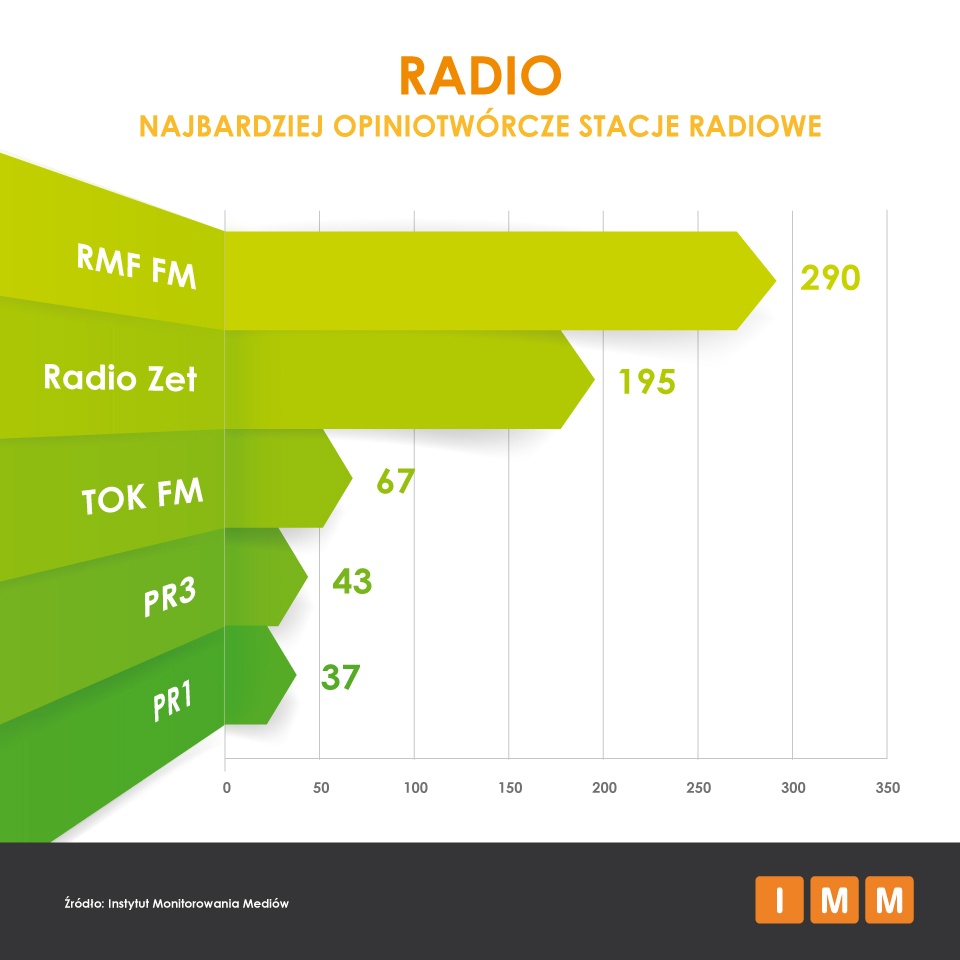
**Telewizja**

Na lidera wśród stacji telewizyjnych wysunęła się stacja TVN, nieznacznie wyprzedzając TVN24. Na podium znalazło się także TVP Info.



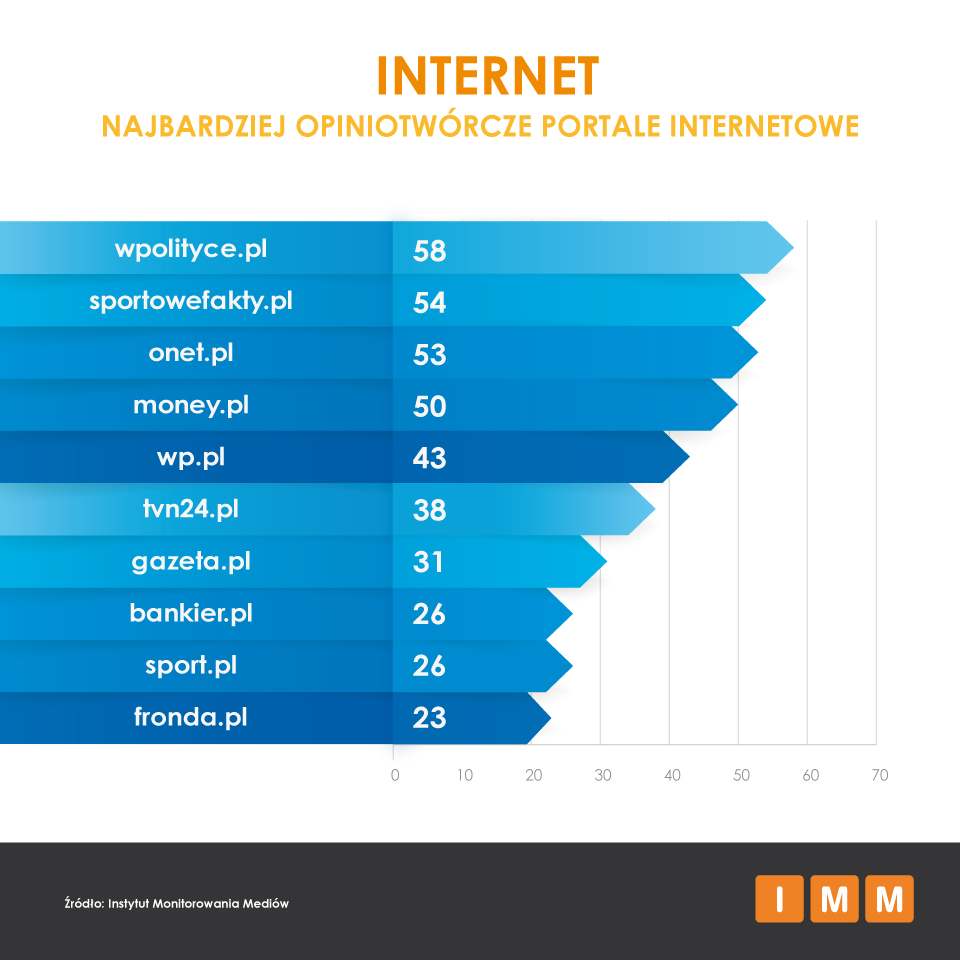
**Radio**

RMF FM utrzymało pozycję dominującą wśród stacji radiowych, znacząco wyprzedzając konkurencję.



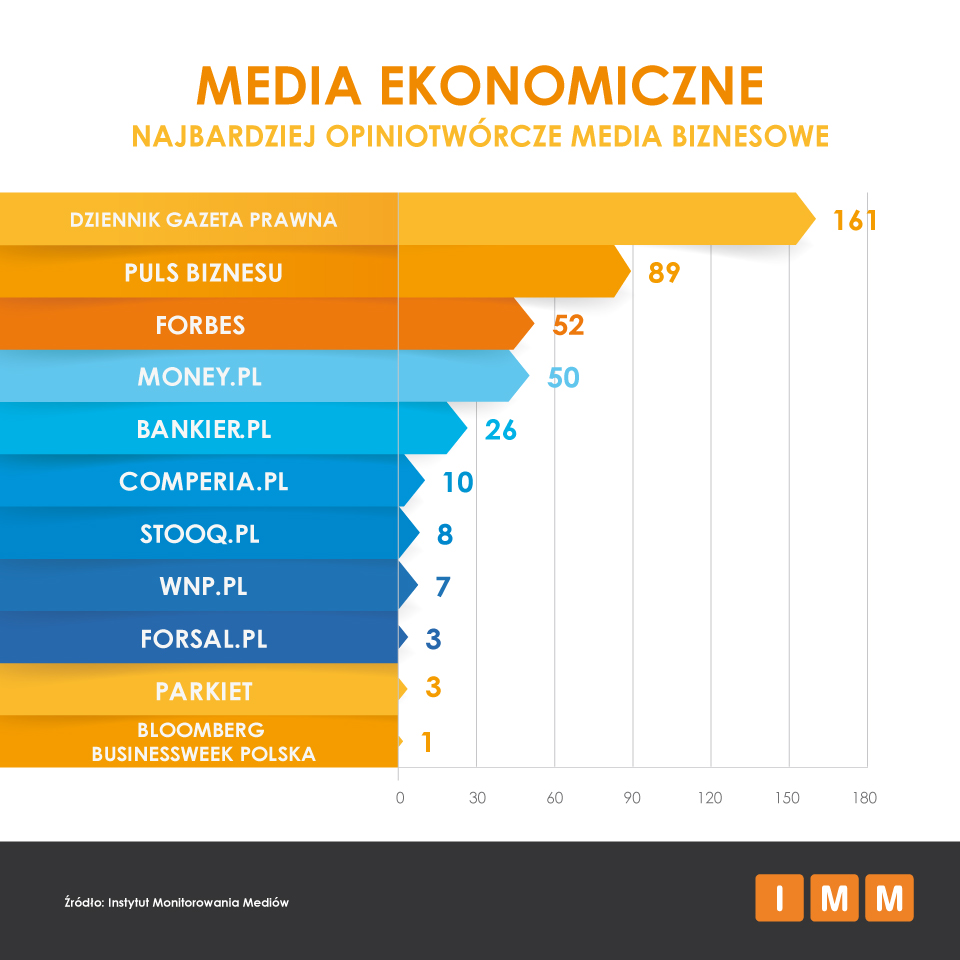
**Portale internetowe**

Najpopularniejszym portalem w maju okazał się portal wpolityce.pl, przesuwając na kolejne miejsca sportowefakty.pl oraz onet.pl.



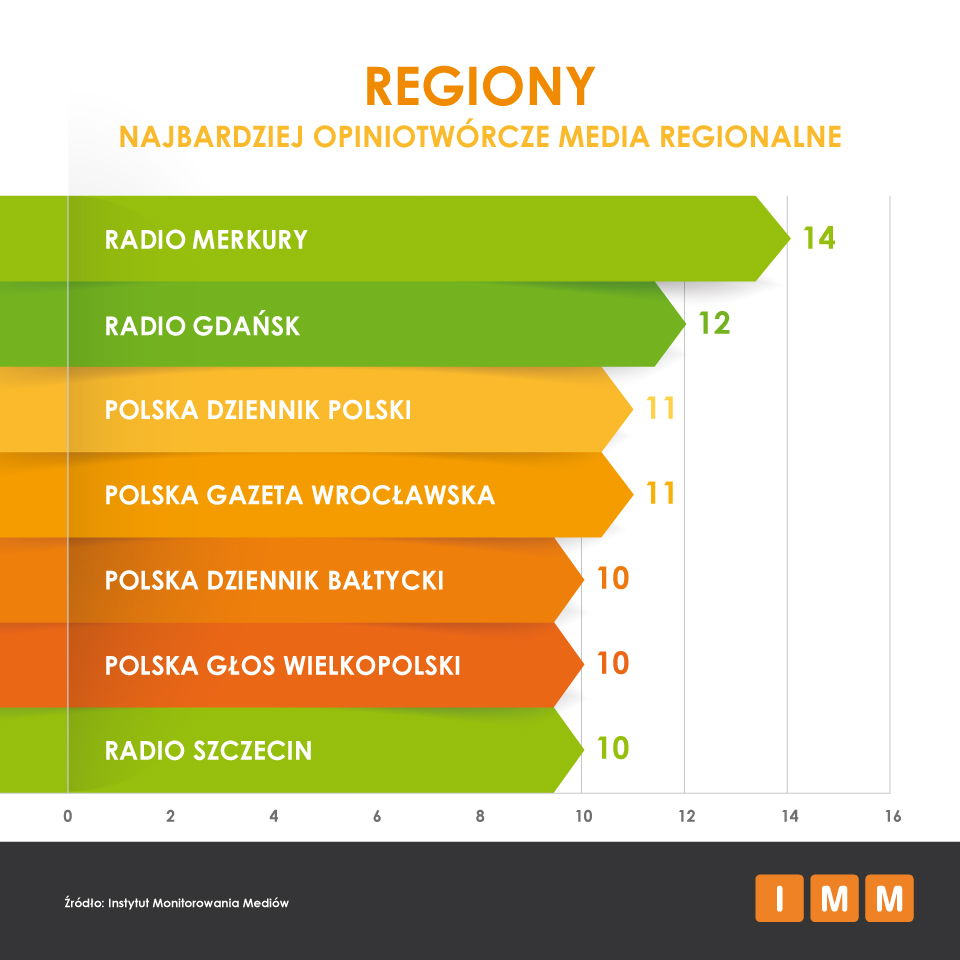
**Media ekonomiczne**

Dziennik Gazeta Prawna obroniła pierwsze miejsce wśród najczęściej cytowanych mediów ekonomicznych, wyprzedzając Puls Biznesu oraz Forbes.



**Media regionalne**

Wśród mediów regionalnych dominowały cytaty z Radia Merkury, które nieznacznie wyprzedziło Radio Gdańsk oraz dwóch zdobywców trzeciego miejsca – Polska Dziennik Polski oraz Polską Gazetę Wrocławską.



*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.*

Badanie przeprowadzono na podstawie 4 736 przekazów z mediów (wycinków prasowych, programów radiowych i telewizyjnych) z okresu 1 do 31 maja 2015 r. Dziennikarze odnosili się do wiadomości z łamów innych mediów 4 811 razy (3 028 w prasie, 908 w telewizji i 875 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 pojawiały się nazwy mediów:**

* **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 1000 tytułów prasowych, niemal sto stacji radiowych i telewizyjnych oraz polskie zasoby internetu wraz z social media.

**Kontakt dla mediów:**

Instytut Monitorowania Mediów

Monika Tomsia, Specjalista ds. PR

[mtomsia@instytut.com.pl](mailto:mtomsia@instytut.com.pl)

tel.: +48 22 378 37 50 | fax: +48 22 356 21 01

[www.instytut.com.pl](http://www.instytut.com.pl)

Al. Jerozolimskie 53, 00-697 Warszawa

**O IMM:**

[Instytut Monitorowania Mediów](http://www.instytut.com.pl/) to innowacyjna organizacja o wiodącej pozycji rynkowej w branży monitoringu mediów. Od 2000 roku dostarcza kompleksowe usługi badania i analizy informacji pozyskiwanych z mediów społecznościowych, internetu oraz mediów tradycyjnych. Dostępny on-line moduł analityczny pozawala na bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych w mediach, również w porównaniu z konkurencją. Dane prezentujące wizerunek firmy pozwalają skutecznie: zmierzyć efektywność dotychczas podjętych działań PR, zaplanować strategię komunikacyjną, czy chronić reputację firmy.

Zespół doświadczonych specjalistów IMM tworzy raporty wizerunkowe firm, marek i osób na podstawie materiałów zgromadzonych w mediach społecznościowych, internecie oraz prasie i RTV. Stałym monitoringiem objętych jest aktualnie ponad 500 tysięcy domen polskich zasobów internetu wraz z social media – z aktualizacją wyników w czasie rzeczywistym, co umożliwia najszybszy dostęp do publikowanych treści. Monitorujemy także 1000 tytułów prasowych oraz ponad 100 stacji RTV z szerokim wyborem mediów regionalnych i lokalnych.

IMM jest członkiem Związku Pracodawców Branży internetowej IAB Polska, dla którego jednym z głównych zadań jest edukacja rynku w zakresie metod wykorzystania badań Internetu oraz należy do elitarnej międzynarodowej organizacji FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse) zrzeszającej firmy monitorujące media z całego świata.