

Zasady kategoryzacji oraz definicje kategorii tematycznych i funkcjonalnych

Badanie Mediapanel

- Internet -

data publikacji: 14.09.2021

Niniejszy dokument opisuje zasady kategoryzacji stron i aplikacji internetowych w badaniu Mediapanel, zarówno audytowanych, jak i nieaudytowanych oraz zawiera definicje kategorii tematycznych i funkcjonalnych. Dokument jest na bieżąco aktualizowany, dlatego konieczne jest czerpanie informacji z jego najnowszej wersji. Gemius będzie przekazywał w newsletterach informacje na temat aktualizacji dokumentu.

Spis treści

1.	ZASADY KATEGORYZACJI	6
1.1.	WSTĘP I DEFINICJE	6
2.	DEFINICJE KATEGORII TEMATYCZNYCH	9
2.1.	BIZNES, FINANSE, PRAWO	9
2.2.	BUDOWNICTWO I WNĘTRZA	10
2.1.1.	<i>Budownictwo i nieruchomości</i>	10
2.1.2.	<i>Wyposażenie wnętrz i ogród</i>	10
2.2.	EDUKACJA	11
2.3.	EROTYKA	11
2.4.	INFORMACJE I PUBLICYSTYKA	11
2.4.1.	<i>Informacje i publicystyka ogólne</i>	12
2.4.2.	<i>Informacje lokalne i regionalne</i>	12
2.4.3.	<i>Serwisy pogodowe</i>	12
2.5.	KULTURA I ROZRYWKA	13
2.5.1.	<i>Humor</i>	13
2.5.2.	<i>Gry i serwisy o grach</i>	13
2.5.3.	<i>Filmy, seriale, kino, programy TV</i>	13
2.5.4.	<i>Muzyka i serwisy audio</i>	14
2.5.5.	<i>Kultura, literatura, teatr, wystawy</i>	14
2.5.6.	<i>Fotografia i grafika</i>	14
2.5.7.	<i>Kultura i rozrywka - pozostałe</i>	14
2.6.	MOTORYZACJA	14
2.7.	NAUKA I TECHNOLOGIA	15
2.8.	PRACA	16
2.9.	SPORT	16
2.10.	STYL ŻYCIA	16
2.10.1.	WIELOTEMATYCZNE SERWISY KOBIECE	17
2.10.2.	ZDROWIE I MEDYCYNĄ	17
2.10.3.	PLOTKI, ŻYCIE GWIAZD	17
2.10.4.	KUCHNIA, GOTOWANIE	17
2.10.5.	RODZICIELSTWO	18
2.10.6.	MODA I URODA	18
2.10.7.	TEOLOGIA I RELIGIA	18
2.10.8.	SENNIKI, HOROSKOPY, MAGIA	18
2.10.9.	WIELOTEMATYCZNE SERWISY MĘSKIE	19
2.10.10.	ZDROWY STYL ŻYCIA	19
2.10.11.	HOBBY	19
2.10.12.	STYL ŻYCIA – WIELOTEMATYCZNE	20
2.11.	PODRÓŻE I TURYSTYKA	20
2.12.	WIELOTEMATYCZNE	20
3.	DEFINICJE KATEGORII FUNKCJONALNYCH	21
3.1.	HANDEL TRADYCYJNY I E-COMMERCE	21
3.1.1.	ZAKUPY ONLINE	21
3.1.1.1.	AGD, RTV, ELEKTRONIKA, FOTOGRAFIA, KOMPUTERY	22
3.1.1.2.	BIŻUTERIA I ZEGARKI	22
3.1.1.3.	BUDOWA I REMONT, NARZĘDZIA, OGRÓD	22

3.1.1.4. GADŻETY, PREZENTY, ZDJĘCIA	22
3.1.1.5. LITERATURA, MUZYKA, FILMY, GRY	22
3.1.1.6. MEBLE I WYPOSAŻENIE WNĘTRZ	22
3.1.1.7. ODZIEŻ, OBUWIE, DODATKI	22
3.1.1.8. PRODUKTY DLA DZIECI I ZABAWKI	22
3.1.1.9. PRODUKTY DLA ZWIERZĄT	22
3.1.1.10. RESTAURACJE, BARY, DOWÓZ JEDZENIA	22
3.1.1.11. SKLEPY MOTORYZACYJNE	22
3.1.1.12. SKLEPY SPOŻYWCZE I SUPERMARKETY ONLINE	22
3.1.1.13. PLATFORMY SPRZEDAŻOWE I HANDEL WIELOBRANŻOWY (NP. ALLEGRO, ALIEXPRESS)	22
3.1.1.14. SPORT I SPRZĘT TURYSTYCZNY	22
3.1.1.15. ZDROWIE I URODA	22
3.1.1.16. POZOSTAŁE	22
3.1.2. HANDEL TRADYCYJNY	22
3.1.2.1. AGD, RTV, ELEKTRONIKA, FOTOGRAFIA, KOMPUTERY	22
3.1.2.2. HIPERMARKETY, SUPERMARKETY, SIECI HANDLOWE	22
3.1.2.3. LITERATURA, MUZYKA, FILMY, GRY	22
3.1.2.4. MOTORYZACJA	22
3.1.2.5. ODZIEŻ, OBUWIE, DODATKI	22
3.1.2.6. PRODUCENCI I STACJE PALIW, DOSTAWCY ENERGII I INNYCH MEDIÓW	22
3.1.2.7. RESTAURACJE, BARY	22
3.1.2.8. ZDROWIE I URODA	22
3.1.2.9. ŻYWNOŚĆ	22
3.1.2.10. POZOSTAŁE	22
3.1.3. PROMOCJE, PORÓWNYWARKI, OPINIE, GAZETKI	22
3.2. SERWISY OGŁOSZENIOWE	23
3.2.1. NIERUCHOMOŚCI	23
3.2.2. MOTORYZACJA	23
3.2.3. TURYSTYKA	23
3.2.4. PRACA	23
3.2.5. OGŁOSZENIE DROBNE I POZOSTAŁE	23
3.3. USŁUGI	23
3.3.1. TURYSTYKA	23
3.3.2. TRANSPORT OSOBOWY	24
3.3.3. KULTURA, ROZRYWKA, WYDARZENIA	24
3.3.4. OPROGRAMOWANIE I USŁUGI IT	24
3.3.5. USŁUGI TELEKOMUNIKACYJNE I OPERATORZY USŁUG TELEWIZYJNYCH	24
3.3.6. USŁUGI FINANSOWE	24
3.3.7. USŁUGI KURIERSKIE, POCZTOWE I SPEDYCJA	24
3.3.8. ZDROWIE, URODA, FITNESS	25
3.3.9. KOMUNIKACJA	25
3.3.9.1. SERWISY POCZTOWE	25
3.3.9.2. KOMUNIKATORY	25
3.3.10. WYSZUKIWARKI, MAPY I LOKALIZATORY	25
3.3.10.1. WYSZUKIWARKI STRON I KATALOGI STRON	25
3.3.10.2. MAPY I LOKALIZATORY	26
3.3.10.3. WYSZUKIWARKI TELEADRESOWE	26
3.3.11. KURSY I SZKOLENIA	26
3.3.12. ZAKŁADY BUKMACHERSKIE, KASYNA, GRY LICZBOWE	26
3.4. INSTYTUCJE PUBLICZNE	26
3.4.1. ORGANIZACJE POZARZĄDOWE	27
3.4.2. RZĄDOWE	27
3.4.3. SZKOŁY	27
3.4.4. SAMORZĄDOWE I LOKALNE	27
3.5. SPOŁECZNOŚCI	27
3.5.1. FORA I GRUPY DYSKUSYJNE	28
3.5.2. SERWISY SPOŁECZNOŚCIOWE	28

3.5.3.	RANDKI	28
3.6.	STREAMING	28
3.6.1.	STREAMING WIDEO	28
3.6.1.1.	SERWISY WIDEO	28
3.6.1.2.	SERWISY VOD I OTT	29 29
3.6.2.	STREAMING AUDIO	29
3.7.	INFORMACJA I POZOSTAŁE	29
3.7.1.	STRONY GŁÓWNE SERWISÓW WIELOTEMATYCZNYCH	29
3.7.2.	INFORMACJA I POZOSTAŁE	29
4.	WERYFIKACJA	30
4.1.	PROCEDURA CYKLICZNEJ WERYFIKACJI POPRAWNOŚCI KATEGORYZACJI TEMATYCZNEJ I FUNKCJONALNEJ STRON INTERNETOWYCH I APLIKACJI	30
4.2.	TRYB ODWOŁAWCZY	32
4.3.	KONTROLA POPRAWNOŚCI KATEGORYZACJI NA WNIOSEK WYDAWCY	33
4.4.	WĘZŁY ZBIERAJĄCE WIELOTEMATYCZNY RUCH Z DANEJ DOMENY, KTÓRY NIE ZOSTAŁ ZALICZONY DO INNEGO ZDEFINIOWANEGO WĘZŁA	33
4.5.	STRONY GŁÓWNE SERWISÓW WIELOTEMATYCZNYCH	33
4.6.	TRYB ZMIAN DOKUMENTU	34

SŁOWNIK

Drzewo Mediów – struktura węzłów w badaniu (inna niż drzewa tematyczne i funkcjonalne) z zachowaniem poziomów:

- Grupa
 - Domena / aplikacja
 - Sekcja / serwis

Serwis / sekcja – część domeny zdefiniowana konkretnymi adresami url lub parametrami w nich zawartymi, np. tvn24.pl/biznes, kobieta.wp.pl, sport.interia.pl.

Witryna/domena – strona internetowa – w drzewie może występować jako węzeł niezagregowany, na tym samym poziomie co grupa, lub jako zagregowany w ramach grupy. Może również być agregatem dla serwisów (jeżeli witryna ma je wydzielone).

Węzeł – każdy element drzewa mediów (niezależnie od poziomu), funkcjonalnego lub tematycznego, dla którego możliwa jest analiza wyników.

Agregat – węzeł nadrzędny, kumulujący wyniki węzłów do niego zagregowanych: domen, aplikacji, serwisów (grupa jest agregatem dla witryn/domen, aplikacji; witryna/domena może być agregatem dla swoich sekcji/serwisów).

1. ZASADY KATEGORYZACJI

Witryny w badaniu Mediapanel skategoryzowane są według ich funkcjonalności oraz tematyki. Obecnie wyróżniamy 7 ogólnych kategorii funkcjonalnych oraz 13 ogólnych kategorii tematycznych.

1.1. Wstęp i definicje

Kategoryzacja dotyczy węzłów z najniższego poziomu drzewa. W Drzewie Mediów dopuszczalne są 3 poziomy zagłębienia:

1. Grupy właścicielskie
2. Domeny lub aplikacje
Dla domen:
3. Serwisy (części domen)

W niniejszym dokumencie używamy słowa „węzeł”, który w zależności od konkretnego przykładu może oznaczać każdy z powyższych poziomów.

Do poszczególnych kategorii przypisujemy węzły z najniższego poziomu drzewa. Oznacza to, że jeżeli dana Grupa właścicielska posiada domeny niepodzielone na sekcje, to kategoryzujemy domeny, jeżeli natomiast domeny podzielone są na serwisy tematyczne, to kategoryzujemy każdy serwis.

Kategoryzacja węzłów odbywa się na podstawie zawartości strony lub aplikacji. Kwalifikując stronę do danej kategorii tematycznej i funkcjonalnej zwracamy uwagę na jej główną funkcję oraz tematykę treści publikowanych w analizowanym węźle.

Dany węzeł: domena, aplikacja lub serwis jest kategoryzowany tylko do jednej kategorii ogólnej i jednej kategorii szczegółowej w ramach Drzewa Funkcjonalnego oraz do jednej kategorii ogólnej i jednej kategorii szczegółowej w ramach Drzewa Tematycznego.

Przyporządkowanie węzłów do kategorii tematycznych i funkcjonalnych odbywa się na podstawie definicji opisanych w dalszej części niniejszego dokumentu. Po określeniu ogólnej kategorii weryfikujemy treści prezentowane na stronie internetowej lub w aplikacji, aby określić szczegółową kategorię w ramach wybranej już kategorii ogólnej. Weryfikacja opiera się na analizie treści i funkcji.

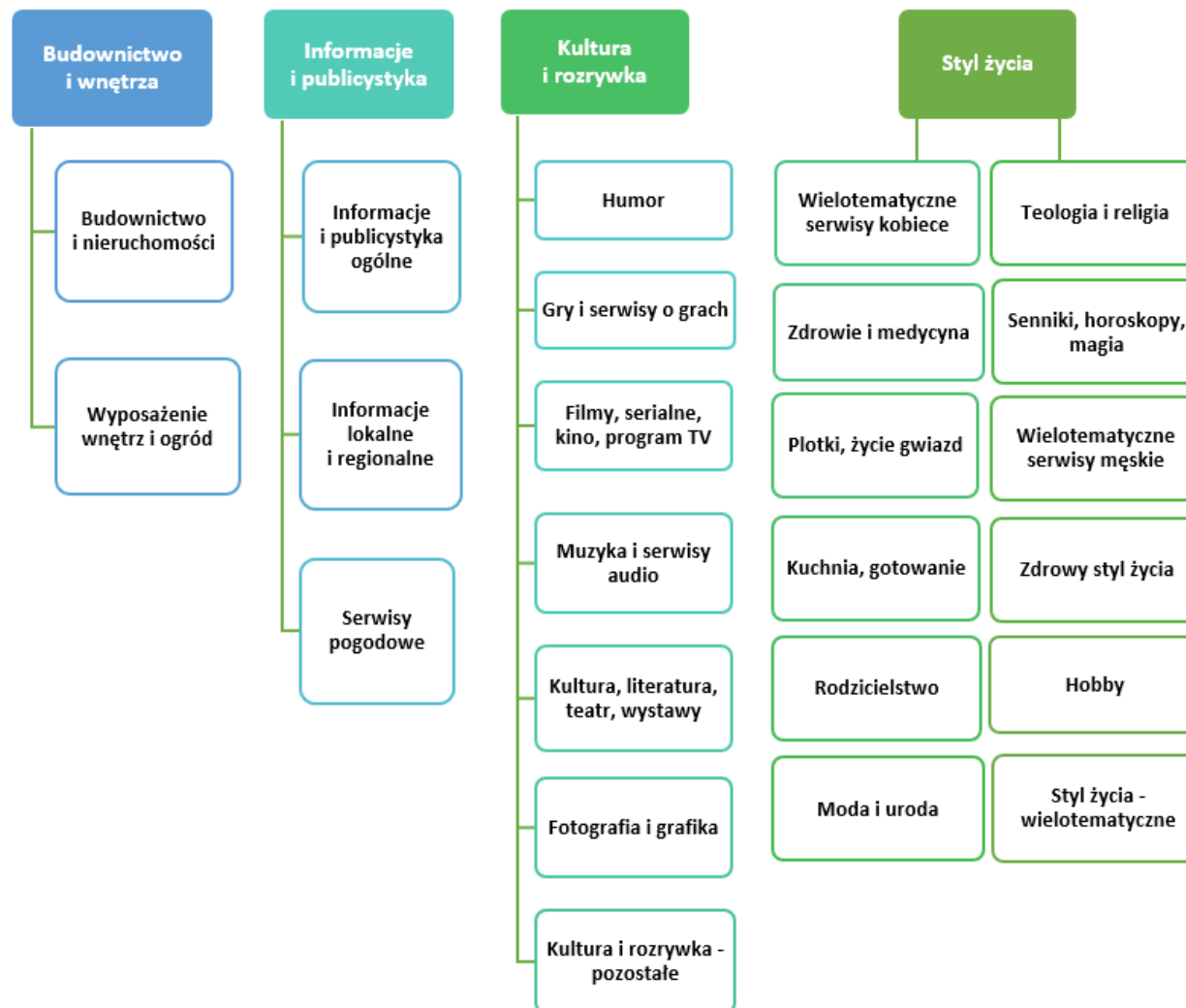
Witryny z kategorii funkcjonalnych: Handel i e-commerce, Usługi oraz Instytucje publiczne (z wyjątkiem serwisów z treściami lokalnymi w podkategorii „Samorządowe i lokalne, które tematycznie mogą być skategoryzowane do „Informacje lokalne i regionalne”) kategoryzowane są w Drzewie Tematycznym zawsze do kategorii „Wielotematyczne”.

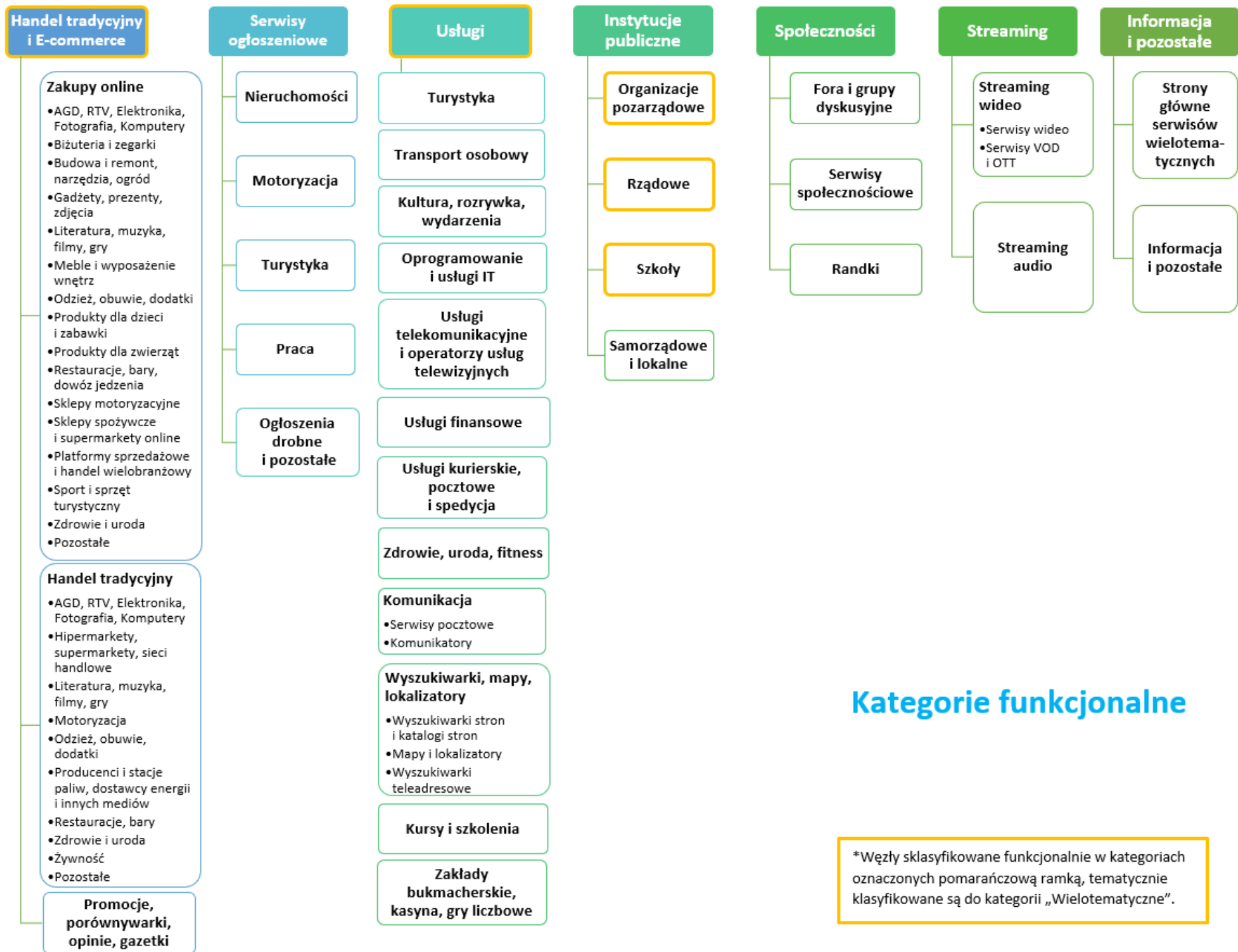
Obecny kształt Drzew: Tematycznego i Funkcjonalnego przedstawiony jest na poniższych diagramach:

Kategorie tematyczne zawierające tematyki ogólne



Kategorie tematyczne zawierające tematyki ogólne i szczegółowe





Kategorie funkcjonalne

*Węzły sklasyfikowane funkcjonalnie w kategoriach oznaczonych pomarańczową ramką, tematycznie klasyfikowane są do kategorii „Wielotematyczne”.

2. DEFINICJE KATEGORII TEMATYCZNYCH

Kategorie tematyczne służą do zaprezentowania zestawu domen, serwisów lub aplikacji w ramach konkretnej kategorii. Kategorie dostępne są w wynikach badania Mediapanel w postaci dwóch agregatów:

- Drzewa tematycznego ogólnego
- Drzewa tematycznego szczegółowego

W drzewach sklasyfikowane są tematycznie węzły: domeny, serwisy lub aplikacje, a jeden węzeł skategoryzowany jest tylko do jednej kategorii tematycznej: szczegółowej i ogólnej.

2.1. Biznes, finanse, prawo

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające aktualności gospodarcze, notowania i wykresy giełdowe, kursy walut, wiadomości ubezpieczeniowe, informacje prawne i związane z podatkami
- które są częścią portali związaną z tą tematyką (np. biznes.interia.pl), jak też inne niezależne serwisy oferujące informacje związane z tą tematyką (np. bankier.pl, money.pl, stooq.pl)
- z poradami dotyczącymi różnych gałęzi prawa, np. prawa pracy, w tym kierowane zarówno do ogółu społeczeństwa, jak też do określonych grup, np. kobiet (cpk.org.pl)
- zawierające treści aktów prawnych, np. kodeksów (prawo.pl), treści dzienników ustaw, dzienników UE (infor.pl)
- z wzorami pism, formularzy (np. umowy, wnioski związane z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej – formularz.com), drukami podatkowymi (np. pitform.pl)
- poruszające tematykę rozliczeń podatkowych - porady, programy pomagające wypełnić formularze PIT, komentarze do obowiązujących przepisów
- strony periodyków poruszających tematykę biznesową (wiadomości z giełdy, gospodarki, świata biznesu – np. forbes.pl), prawniczą (np. monitorprawniczy.pl), finansową (np. gazetabankowa.pl) lub ubezpieczeniową (np. gu.com.pl)
- przeznaczone dla kadry zarządzającej przedsiębiorstwami, właścicieli firm (np. firmainfo.pl)
- biznesowych stacji telewizyjnych publikujących na stronie tematykę biznesową.
- fora, na których dominującą tematyką jest prawo (np. forumprawne.org), finanse, biznes
- poruszające tematykę ubezpieczeń – zawierające porady, analizy, oferty różnych firm ubezpieczeniowych (np. e-insurance.pl)
- serwisy branżowe o charakterze biznesowym (skierowane do przedsiębiorców zainteresowanych danym sektorem gospodarki, a nie do osób prywatnych) zawierające informacje z jednej dziedziny biznesu, np. związane z branżą kopalnianą (np. wegiel.info.pl), logistyczną (np. spedycje.pl) czy budowlano-mieszkaniową (np. housemarket.pl)
- konkretnych wydarzeń o charakterze gospodarczym, biznesowym lub prawnym (np. konferencje i kongresy związane z tą tematyką)
- z poradami finansowymi, związanymi z oszczędzaniem, funduszami inwestycyjnymi, emerytalnymi, które są przeznaczone dla indywidualnego odbiorcy (np. finanseosobiste.pl, finansowyninja.pl), jak również na temat kredytów, np samochodowych

- związane z tzw. wsparciem biznesu, czyli marketingiem, PRem, reklamą, w tym również fora i blogi o takiej tematyce (np. proto.pl, interaktywnie.com), a także strony poruszające tematykę rynku mediów oraz rynku internetowego (np. wirtualnedia.pl, mediarun.pl)

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- z kategorii funkcjonalnej „usługi”, w tym stron banków ani towarzystw ubezpieczeniowych.
- o tematyce e-commerce, czyli stron będących sklepami internetowymi, aukcjami, stron z ogłoszeniami kupię/sprzedam oraz katalogów produktów (nawet jeśli dotyczą one tylko produktów związanych z prawem, finansami lub biznesem)
- programów afiliacyjnych umożliwiających zarabianie w Internecie poprzez zwiększanie ruchu na stronach
- rządowych (np. podatki.gov.pl)

2.2. Budownictwo i wnętrza

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające ogłoszenia dotyczące ofert kupna, sprzedaży, wynajmu mieszkań, domów, działek, lokali użytkowych, wynajmu pokoi i strony umożliwiające dodawanie takich ogłoszeń
- zawierające informacje o targach budowlanych, artykuły i porady dotyczące budowy domów i materiałów budowlanych, spisy firm budowlanych, strony zawierające instrukcje montażu materiałów budowlanych
- z poradami dotyczącymi wnętrz, wyposażenia, dekoracji i projektowania

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- branżowych z sektora budowlano-mieszkaniowego, czyli serwisów o charakterze biznesowym - skierowanych głównie do przedsiębiorców zainteresowanych tą dziedziną gospodarki, a nie do osób prywatnych

W kategorii tej możemy wyszczególnić podkategorie:

2.1.1. Budownictwo i nieruchomości

W kategorii znajdują się węzły:

- o tematyce budowlanej (m.in. oferujące usługi)
- zawierające ogłoszenia dotyczące ofert kupna, sprzedaży, wynajmu mieszkań, domów, działek, lokali użytkowych, wynajmu pokoi; strony umożliwiające dodawanie takich ogłoszeń.

2.1.2. Wyposażenie wnętrz i ogród

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające informacje i artykuły na temat dekoracji pomieszczeń (np. Deccoria.pl), porady dotyczące wyposażenia wnętrz i materiałów dekoracyjnych, zdjęcia przykładowych aranżacji wnętrz domów, mieszkań (np. Homebook.pl)
- na temat projektowania, zakładania i utrzymywania ogrodów
- spisy firm zajmujących się dekoracją wnętrz i sprzedających materiały wyposażenia wnętrz

2.2. Edukacja

- **W kategorii znajdują się węzły:**
- związane z edukacją, m.in. ściągą, portale edukacyjne, fora edukacyjne, strony zawierające informacje o kursach, szkoleniach, spisy i rankingi uczelni
- dotyczące konferencji związanych z edukacją i nauką

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- szkół lub uczelni
 - Kategoria funkcjonalna → Instytucje Publiczne → Szkoły
- dotyczących konferencji i szkoleń z innych branż tematycznych

2.3. Erotyka

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające treści (filmy, zdjęcia, gry itp.) o charakterze erotycznym, w tym również strony czasopism erotycznych, blogi, czaty, ogłoszenia, opowiadania erotyczne

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- sklepów internetowych oferujących produkty erotyczne
 - Kategoria funkcjonalna → Handel tradycyjny i E – Commerce → Zakupy online
- o charakterze randkowym
 - Kategoria funkcjonalna → Społeczności → Randki
- dotyczących problemów i spraw związanych z seksualnością, serwisy poza erotyczne
 - Kategoria tematyczna → Styl życia → Zdrowie i Medycyna

2.4. Informacje i publicystyka

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające aktualności z kraju i ze świata o charakterze publicystycznym: zmierzającym do kształtowania opinii publicznej na dany temat (m.in. społeczny, polityczny, gospodarczy, kulturalny)
- poruszające tematykę regionalną
- pogodowe

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- które zawierają jasną jednolitą tematykę, pozwalającą zaklasyfikować witrynę do innej kategorii tematycznej
 - witrynę lub aplikację zawierającą informacje związane tylko ze sportem (np. sport.pl, sportowefakty.wp.pl, weszlo.com)

- Kategoria tematyczna → Sport
- z informacjami biznesowymi (banki.pl, biznesinfo.pl)
 - Kategoria tematyczna → Biznes, finanse, prawo
- zawierających informacje o aktualnym i przyszłym programie stacji telewizyjnych (np. teleman.pl, programtv.onet.pl, telemagazyn.pl)
 - Kategoria tematyczna → Kultura i Rozrywka → Filmy, seriale, kino, programy TV

Wyróżniamy następujące podkategorie:

2.4.1. Informacje i publicystyka ogólne

W kategorii znajdują się węzły:

- strony zawierające informacje i newsy z różnych dziedzin życia: wiadomości z kraju i ze świata, polityka, biznes, sport, kultura, gospodarka, pogoda, życie społeczne, ale także ekologia czy religia; na których żadna z wymienionych tematów nie jest przeważająca.
- strony będące informacyjną częścią portali (np. wiadomości.onet.pl)
- niezależne witryny oferujące informacje o zróżnicowanej tematyce: wiadomości z Polski, ze świata, biznes, kultura (np. hotnews.pl, okopress.pl)
- witryny zawierające wyłącznie wiadomości z kraju i ze świata.

2.4.2. Informacje lokalne i regionalne

W kategorii znajdują się węzły:

- z treściami dotyczącymi miast i regionów (np. trojmiasto.pl), które mają na celu dostarczenie wiadomości i aktualności z życia danego miasta lub regionu
- oficjalne strony miast i urzędów miejskich i gminnych pod warunkiem, że publikują bieżące informacje dotyczące regionu (np. szczecin.eu)
- o tematyce informacyjnej kierowane do konkretnych grup społecznych (np. do Polaków mieszkających w Wielkiej Brytanii – mojawyspa.co.uk)

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- o przeznaczeniu turystycznym (koncentrujących się na opisach atrakcji turystycznych i ofercie bazy noclegowej)
 - Kategoria tematyczna → Podróże i Turystyka

2.4.3. Serwisy pogodowe

W kategorii znajdują się węzły:

- pozwalające sprawdzić warunki pogodowe
- związane z tematyką wpływu przyrody na życie człowieka np. kalendarz pylenia, kalendarz pływów, fazy księżyca, temperatura morza
- informujące o stanie zanieczyszczenia powietrza (np. pogoda.interia.pl, accuweather, Aplikacja Pogoda i Radar, Airly).

2.5. Kultura i rozrywka

W kategorii znajdują się węzły:

- informacje na temat wydarzeń kulturalnych, filmów, seriali, kina, programu TV, fotografii i grafiki, gier komputerowych i on-line
- witryny o treściach humorystycznych,
- informacje na temat kultury, literatury, muzyki.
- zawierające albumy zdjęć

Wyróżniamy następujące podkategorie:

2.5.1. Humor

W kategorii znajdują się węzły:

- Zawierające dowcipy, memy, artykuły.

2.5.2. Gry i serwisy o grach

W kategorii znajdują się węzły:

- z grami - zarówno do grania przez przeglądarki internetowe, jaki dedykowane aplikacje
- dedykowane grom komputerowym, konsolowym, oferujące również ich pobranie do grania na komputerach
- czasopism o tematyce gier
- na których użytkownicy umieszczają filmy wideo z zapisem ich rozgrywki (np. Twitch.tv)

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- z grami do pobrania ze sklepów z aplikacjami dla systemu Android (Play Store) oraz IOS (AppStore)
 - Kategoria tematyczna → Nauka i Technologia
- Stron i aplikacji z tematyką e-sport (wyniki, ligi, rozgrywki)
 - Kategoria tematyczna → Sport

2.5.3. Filmy, seriale, kino, programy TV

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające repertuar kin, informacje o premierach kinowych, ofercie serwisów VOD i nowościach DVD, zapowiedzi i zwiastuny filmowe (np. filmweb.pl)
- z wiadomościami ze świata filmu i seriali
- zawierające opinie i komentarze do filmów i seriali
- strony oferujące napisy do filmów lub seriali
- stacji telewizyjnych, które zawierają rozbudowane treści na temat transmitowanych przez nie filmów, seriali i programów (np. opisy, zwiastuny, dedykowane strony programów)
- strony i aplikacje z programem TV, zawierające informacje o aktualnym i przyszłym programie stacji telewizyjnych (np. teleman.pl)
- umożliwiające oglądanie filmów, seriali i innych programów rozrywkowych lub poszczególnych kanałów telewizyjnych (np. player.pl, ipla.pl, pilot.wp.pl)

- zawierające odnośniki do dłuższych materiałów wideo lub playery działające w ramach domen zewnętrznych (embedowane), katalogi filmów i seriali mogą być tworzone przez społeczność użytkowników lub właściciela strony.

2.5.4. Muzyka i serwisy audio

W kategorii znajdują się węzły:

- poświęcone muzyce (np. strony zespołów i muzyków)
- z plikami MP3
- zawierające relacje z koncertów i imprez muzycznych
- stacji radiowych z wyłączeniem stacji publicystycznych i podcastów
- platformy i aplikacje streamingowe do muzyki oraz umożliwiające oglądanie teledysków.

2.5.5. Kultura, literatura, teatr, wystawy

W kategorii znajdują się węzły:

- dedykowane literaturze, teatrowi, malarstwu; strony galerii sztuki
- umożliwiające wirtualne zwiedzanie muzeów czy uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych online
- zawierające informacje nt. imprez i wydarzeń kulturalnych, spisy klubów, fora nt. imprez.

2.5.6. Fotografia i grafika

W kategorii znajdują się węzły:

- przeznaczone dla osób zainteresowanych fotografią, zawierające porady dotyczące fotografowania, techniki, sprzętu; fora fotografów i pasjonatów fotografii (np. fotoblogia.pl, fotomaniak.pl)
- służące do obróbki zdjęć i filmów, projektowania grafiki 3D
- fora tematyczne związane poradami w tym zakresie
- zawierające internetowe albumy zdjęć, umożliwiające użytkownikom witryny utworzenie własnego albumu, pozwalające na komentowanie i ocenianie zamieszczonych zdjęć.

2.5.7. Kultura i rozrywka - pozostałe

W kategorii znajdują się węzły:

- których nie można zaliczyć do żadnej z powyższych podkategorii; m.in.
 - opisy i dodatki do komunikatorów
 - tapety na pulpit komputera, wygaszacze ekranu
 - strony zawierające gotowe szablony życzeń oraz smsów, które można wysłać
 - kartki internetowe (np. zyczenia-swiateczne.net)

2.6. Motoryzacja

W kategorii znajdują się węzły:

- na tematy motoryzacyjne, dotyczące: samochodów osobowych, dostawczych, ciężarowych oraz motocykli
- zawierające informacje i artykuły nt. motoryzacji, filmy i zdjęcia, wywiady, porady,
- opisy i opinie internautów nt. modeli samochodów (np. autocentrum.pl), akcesoriów motoryzacyjnych

- zawierające informacje o konkursach związanych z motoryzacją (np. auto roku).
- z informacjami nt. kodeksu drogowego, testy egzaminacyjne na prawo jazdy, fora internetowe nt. motoryzacji
- serwisy ogłoszeniowe związane z motoryzacją (np. olx.pl, otomoto.pl, autotrader.pl)

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- związanych z profesjonalnym motorsportem oraz motosportem, w którym funkcjonują zespoły, drużyny, formuły (np. F1), ligi (np. Żużel, motocross) oraz z rankingami najlepszych kierowców
 - Kategoria tematyczna → Sport.
- Należących do dealerów motoryzacyjnych lub właścicieli serwisów z częściami samochodowymi (np. itercars.pl)
 - Kategoria funkcjonalna → Handel tradycyjny – Motoryzacja

2.7. Nauka i technologia

W kategorii znajdują się węzły:

Zawierające informacje na temat technologii i nauki, poruszające tematy związane z:

- komputerami, sprzętem komputerowym i sieciowym
- oprogramowaniem, w tym katalogi umożliwiające pobieranie programów, dzwonek, tapet i innych aplikacji na smartfony (tzw. appstores)
- cyberbezpieczeństwem
- związane z trendami technologicznymi w internecie oraz na platformach technologicznych i społecznościowych
- urządzeniami i produktami elektronicznymi (w tym sprzęcie RTV, AGD) zawierające testy, opinie i poradniki dla czytelników
- telefonią komórkową oraz szeroko pojętą łącznością (GSM, satelitarna, inne), w tym także witryny, które zawierają bramki SMS
- techniką wojskową, zarówno współczesną, jak w wymiarze historycznym
- osiągnięciami naukowymi, zwłaszcza w dziedzinach ścisłych oraz osiągnięciami związanymi z eksploracją kosmosu
- związane z maszynami i urządzeniami high-tech, wykorzystywanymi w różnych dziedzinach
- katastrofami w kontekście analizy przyczyn, awarii i użytego sprzętu
- ekologią, ochroną przyrody i alternatywnymi źródłami energii

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- o typowo edukacyjnej naturze
 - Kategoria tematyczna → Edukacja

2.8. Praca

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające oferty pracy, staży oraz praktyk, profile pracodawców, wskazówki pomocne dla osób poszukujących pracy (takie jak pomoc w pisaniu CV, najczęstsze pytania zadawane w trakcie rozmowy rekrutacyjnej itp.)
- zawierające informacje o wynagrodzeniach, często także artykuły związane z funkcjonowaniem w środowisku zawodowym (np. porady jak negocjować podwyżkę, jak motywować pracowników itp.)
- związane ze zwiększaniem kwalifikacji zawodowych (kursy, szkolenia, warsztaty zawodowe) oraz te, które pomagają w znalezieniu pracy
- strony i aplikacje specjalizujące się w prezentacji swojego wizerunku na rynku pracy i kontaktach zawodowo-biznesowych (np. goldenline.pl, linkedin.com)

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- związanych z kształceniem i edukacją w zakresie szkolnym, uniwersyteckim (w tym studia podyplomowe, studia MBA)
 - Kategoria tematyczna → Edukacja
- dotyczących głównie prawa pracy
 - Kategoria tematyczna → Biznes, finanse, prawo

2.9. Sport

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające informacje, filmy, zdjęcia nt. różnych dyscyplin sportu zawodowego (np. piłka nożna, siatkówka, skoki narciarskie, e-sport)
- rankingi klubów i drużyn, witryny klubów sportowych
- aktualności ze świata sportu, wywiady ze sportowcami, fora tematyczne
- strony z bieżącymi informacjami sportowymi oraz ich wynikami (np. Euro, Olimpiada, Polska Liga E-sportowa).
- związane z profesjonalnym motorsportem oraz motosportem, w którym funkcjonują zespoły, drużyny, formuły (np. F1), ligi (np. Żużel, motocross), rankingi najlepszych kierowców

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- dotyczących: amatorskiego uprawiania sportu, diet, odżywiania i fitnessu
 - Kategoria tematyczna → Styl życia → Zdrowy Styl Życia

2.10. Styl życia

W kategorii znajdują się węzły:

- o tematyce związanej ze sposobem życia, obyczajami, spędzaniem czasu wolnego, zdrowym stylem życia oraz zagadnieniami z życia duchowego

Wyróżniamy następujące podkategorie:

2.10.1. Wielotematyczne serwisy kobiece

W kategorii znajdują się węzły:

- tworzone przede wszystkim dla kobiet
- strony czasopism dla kobiet
- portale wielotematyczne zawierające sekcje z przynajmniej dwóch obszarów tematycznych:
 - Dzieci, rodzina
 - Diety, odchudzanie, fitness
 - Kuchnia i gotowanie
 - Moda i uroda
 - Psychologia, uczucia, seks
 - Plotki i życie gwiazd
 - Senniki, horoskopy, magia
 - Ślub i wesele
 - Zdrowie i medycyna

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- które są jednorodnie tematycznie, tj. treści z jednej z powyższych tematyk przekraczają 80% odsetek w odniesieniu do całości węzła. W takim przypadku dany węzeł zostaje zaklasyfikowany do konkretnej jednej kategorii tematycznej.

2.10.2. Zdrowie i medycyna

W kategorii znajdują się węzły:

- poruszające tematykę zdrowia (np. medonet, abczdrowie.pl)
- opisy leków (np. pantabletka.pl)
- fora dyskusyjne poświęcone chorobom oraz dedykowane aplikacje z zakresu e-medycyny, pozwalające kontrolować swoje zdrowie (np. kalendarz miesiączki)
- diety zdrowotne poruszane przy okazji opisu chorób, prewencji chorób czy stylu życia w danej chorobie

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- treningowych, służących do analizy kondycji fizycznej
 - Kategoria tematyczna → Styl życia - Zdrowy styl życia

2.10.3. Plotki, życie gwiazd

W kategorii znajdują się węzły:

- Z wiadomościami, zdjęciami, filmami oraz innymi materiałami o tematyce rozrywkowej, dotyczącej znanych osób, takich jak aktorzy czy celebryci (np. plotek.pl, pudelek.pl).

2.10.4. Kuchnia, gotowanie

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające przepisy kulinarne oraz porady na temat gotowania i wypieku ciast, także w postaci poradników wideo (np. kwestiasmaku.com, aniagotuje.pl)

- tytułów prasowych związanych z gotowaniem (np. mojegotowanie.pl)
- ułatwiające gotowanie

2.10.5. Rodzicielstwo

W kategorii znajdują się węzły:

- poruszające tematykę opieki nad dzieckiem, związane z ciążą (także dotyczące zdrowia w ciąży), porady ekspertów dotyczące wychowania dziecka
- zawierające informacje dla rodziców, jak spędzać czas z dziećmi, gdzie zabrać dzieci, gdzie są sklepy dla dzieci, jakie imprezy kulturalne są proponowane dla dzieci
- fora dotyczące rodziny i dzieci
- z informacjami na temat edukacji, rozrywki dla dzieci
- serwisy społecznościowe dla rodziców
- na których można uzyskać pomoc w odnalezieniu opiekunki do dziecka
- tytuły prasowe związane z tą tematyką (np. Mamotoja.pl)
- poruszające tematykę związaną z kwestiami finansowymi – np. utrzymanie dziecka, zasiłki, 500+.

2.10.6. Moda i uroda

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające porady związane ze stylem ubierania się, witryny, na których prezentowane są ubrania oraz obuwie, trendy w modzie (np. avanti24.pl), jak również strony zawierające porady związane z kosmetykami, makijażem, fryzurami, paznokciami
- związane z modelingiem (np. maxmodels.pl)

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji

- z galeriami zdjęć i albumami
 - Kategoria tematyczna → Kultura i rozrywka- Fotografia i grafika

2.10.7. Teologia i religia

W kategorii znajdują się węzły:

- związanej z wiarą, np. fora religijne, strony z tekstami pieśni religijnych (np. opoka.pl)

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- instytucji religijnych (np. Kościoła Katolickiego, Episkopatu, Polskiego Autokefalicznego Kościoła Prawosławnego, strony poszczególnych parafii)
 - Kategoria funkcjonalna → Instytucje publiczne → Organizacje pozarządowe

2.10.8. Senniki, horoskopy, magia

W kategorii znajdują się węzły:

- związane z ezoteryką, znaczeniami snów
- o tematyce związanej z magią i wróżbami (np. e-tarot.pl), także fora, na których poruszane są tematy magii (np. ezoforum.pl)
- z horoskopami (np.horoskop.info.pl) oraz opisujące znaczenie imion

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- z psychologią i zdrowiem psychicznym
 - Kategoria tematyczna → Styl życia → Zdrowie i medycyna

2.10.9. Wielotematyczne serwisy męskie

W kategorii znajdują się węzły:

- których głównymi odbiorcami są mężczyźni
- czasopism dla mężczyzn
- najczęściej poruszające jednocześnie wiele tematów (minimum 2) uznawanych za typowo męskie, takich jak:
 - motoryzacja
 - sport
 - gadżety i elektronika

2.10.10. Zdrowy styl życia

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające porady związane ze zdrowym trybem życia, porady dotyczące odchudzania, tabele kalorii, opinie ekspertów związane z dietami, także dzienniki odchudzania (np. dieta.pl)
- aplikacje na smartfony pozwalające monitorować aktywność fizyczną (np. Strava, Krokomierz)
- z informacjami na temat gimnastyki i ćwiczeń poprawiających kondycję, zdrowie i samopoczucie
- dotyczące amatorskich grup aktywnie spędzających czas: rowerzyści, longboardziści, biegacze, surferzy, kajakarze, wspinacze, itp.

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- dotyczących aktywności realizowanych zawodowo (np. gimnastyka artystyczna, wyniki zawodów lekkoatletycznych)
 - Kategoria tematyczna → Sport
- dotyczących aktywności realizowanych hobbystycznie niezwiązanych głównie ze zdrowym stylem życia (np. wędkarze, pszczelarze)
 - Kategoria tematyczna → Hobby

2.10.11. Hobby

W kategorii znajdują się węzły:

- adresowane do grupy odbiorców o określonych zainteresowaniach, którym nie jest poświęcona żadna inna kategoria tematyczna np. strony wędkarzy, miłośników psów, miłośników ogrodów – od strony hobbystycznej

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- które można przypisać tematycznie do konkretnej kategorii tematycznej. Np.
 - serwisów związanych z projektowaniem, zakładaniem i utrzymywaniem ogrodów
 - Kategoria tematyczna → Budownictwo i nieruchomości – Wyposażenie wnętrza i ogród

- serwisów hobbystycznych związanych ze sportem, np. jazdą na rowerze lub bieganiem
 - Kategoria tematyczna → Styl życia – Zdrowy styl życia

2.10.12. Styl życia – wielotematyczne

Strony o tematyce związanej ze stylem życia, których nie można zaliczyć do powyższych kategorii.

2.11. Podróże i turystyka

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające opisy atrakcji turystycznych zarówno w Polsce jak i na świecie, porady związane z podróżowaniem i zwiedzaniem.
- serwisy ogłoszeniowe związane z turystyką, umożliwiające znalezienie noclegu (np. nocowanie.pl, booking.pl) i strony zawierające opinie i oceny miejsc noclegowych (np. tripadvisor.com)

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- agregujących i ułatwiających wyszukanie wczasów i wycieczek spośród różnych ofert, np. wakacje.pl
 - Kategoria funkcjonalna → Usługi – Turystyka
- strony z rozkładami jazdy pociągów, np. rozkład-pkp.pl, skyscaner.pl
 - Kategoria funkcjonalna → Usługi – Transport osobowy
- należących do biur podróży i pośredników podróży np. tui.pl, itaka.pl
 - Kategoria funkcjonalna → Usługi – Turystyka

2.12. Wielotematyczne

W kategorii znajdują się węzły:

- które nie pasują do żadnej innej kategorii obecnej w drzewku tematycznym lub zawierają tematykę z co najmniej dwóch ogólnych kategorii tematycznych, a tematów tych nie da się rozdzielić w oparciu o konstrukcję witryny.

3. DEFINICJE KATEGORII FUNKCJONALNYCH

Kategorie funkcjonalne służą do zaprezentowania zestawu domen lub serwisów w ramach konkretnej kategorii. Kategorie te dostępne są w wynikach badania Mediapanel w postaci dwóch agregatów:

- Drzewka funkcjonalnego ogólnego
- Drzewka funkcjonalnego szczegółowego

W drzewkach sklasyfikowane są funkcjonalnie węzły: domeny, serwisy lub aplikacje, a jeden węzeł zaliczony jest tylko do jednej kategorii funkcjonalnej: szczegółowej i ogólnej.

Jako funkcję rozumiemy główne zadanie, jakie ma spełniać dany serwis.

3.1. Handel tradycyjny i E-commerce

W kategorii znajdują się węzły:

- których główną ideą jest zaprezentowanie oferty handlowej, niezależnie od tego, czy istnieje możliwość zakupu towarów z tej oferty przez Internet
- producentów towarów; witryny sklepów i platform sprzedażowych – w tym witryny oferujące możliwość zakupu towaru przez Internet za ustaloną z góry cenę (sklep internetowy) lub za cenę ustalaną w sposób aukcyjny.
- agregujące oferty innych witryn, umożliwiające ich porównanie, a także witryny z opiniami na temat sklepów i produktów.

Wyróżniamy następujące podkategorie:

3.1.1. Zakupy online

W kategorii znajdują się węzły:

- oferujące możliwość zakupu towaru przez Internet, umożliwiające zawieranie transakcji przez Internet
- sklepów, umożliwiające zakup różnorodnych towarów lub produkty z jednej kategorii.

Ze względu na rodzaj oferowanych produktów wyróżniamy następujące rodzaje sklepów:

- 3.1.1.1. AGD, RTV, Elektronika, Fotografia, Komputery
- 3.1.1.2. Biżuteria i Zegarki
- 3.1.1.3. Budowa i remont, narzędzia, ogród
- 3.1.1.4. Gadżety, prezenty, zdjęcia
- 3.1.1.5. Literatura, muzyka, filmy, gry
- 3.1.1.6. Meble i wyposażenie wnętrz
- 3.1.1.7. Odzież, obuwie, dodatki
- 3.1.1.8. Produkty dla dzieci i zabawki
- 3.1.1.9. Produkty dla zwierząt
- 3.1.1.10. Restauracje, bary, dowóz jedzenia
- 3.1.1.11. Sklepy motoryzacyjne
- 3.1.1.12. Sklepy spożywcze i supermarkety online
- 3.1.1.13. Platformy sprzedażowe i handel wielobranżowy (np. Allegro, Aliexpress)
- 3.1.1.14. Sport i sprzęt turystyczny
- 3.1.1.15. Zdrowie i Uroda
- 3.1.1.16. Pozostałe

3.1.2. Handel tradycyjny

W kategorii znajdują się węzły:

- producentów różnych towarów, prezentujące ich asortyment, bez możliwości zakupu online
- witryny będące wizytówkami sklepów i sieci handlowych, prezentujące dostępny w nich asortyment, aktualne promocje a także te służące obsłudze programów lojalnościowych

Ze względu na rodzaj oferowanych produktów wyróżniamy następujące kategorie:

- 3.1.2.1. AGD, RTV, Elektronika, Fotografia, Komputery
- 3.1.2.2. Hipermarkety, supermarkety, sieci handlowe
- 3.1.2.3. Literatura, muzyka, filmy, gry
- 3.1.2.4. Motoryzacja
- 3.1.2.5. Odzież, obuwie, dodatki
- 3.1.2.6. Producenci i stacje paliw, dostawcy energii i innych mediów
- 3.1.2.7. Restauracje, bary
- 3.1.2.8. Zdrowie i Uroda
- 3.1.2.9. Żywność
- 3.1.2.10. Pozostałe

Przypisując węzeł do konkretnego rodzaju sklepu / kategorii kierujemy się tym, co stanowi jego główny asortyment; jeżeli udział odsłon na sekcjach poświęconych innym asortymentom przekroczy 20% zastosowanie ma wydzielenie tych sekcji zgodnie z zasadami kategoryzacji.

3.1.3. Promocje, porównywarki, opinie, gazetki

W kategorii znajdują się węzły:

- umożliwiające porównanie cen konkretnego produktu w różnych sklepach internetowych, ale bez możliwości dokonania zakupu i sfinalizowania transakcji na danej stronie/aplikacji
- zawierające oferty sprzedaży produktów z różnych sklepów internetowych (po wyborze danego produktu przekierowują na stronę konkretnego sklepu, w którym można dokonać zakupu)
- na których można znaleźć informacje o promocjach i wyprzedażach zarówno w sklepach internetowych, jak i tradycyjnych

- grupujące gazetki sklepowe, aplikacje i serwisy z kuponami oraz rabatami
- których celem jest zbieranie opinii o sklepach i produktach od użytkowników tych produktów i udostępnianie tych opinii użytkownikom Internetu

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji:

- sieci sklepowych np. biedronka.pl, lidl.pl
 - Kategoria funkcjonalna → Handel tradycyjny i e-commerce – Handel tradycyjny

3.2. Serwisy ogłoszeniowe

W kategorii znajdują się węzły:

- Pozwalające na zamieszczanie oraz przeglądanie ogłoszeń, a przez to kojarzenie obu stron transakcji (kupujący – sprzedający)

Wyróżniamy następujące podkategorie:

- 3.2.1. Nieruchomości
- 3.2.2. Motoryzacja
- 3.2.3. Turystyka
- 3.2.4. Praca
- 3.2.5. Ogłoszenie drobne i pozostałe

3.3. Usługi

W kategorii znajdują się węzły:

- których główną ideą jest zaprezentowanie oferty świadczonych usług, niezależnie od tego czy można zakupić te usługi przez Internet
- umożliwiające zarządzanie dostarczaną usługą np. przez panel klienta
- platformy umożliwiające prezentację i zakup usług za ich pośrednictwem.

Wyróżniamy następujące podkategorie:

3.3.1. Turystyka

W kategorii znajdują się węzły:

- firm związanych z turystyką, np. biur podróży czy sieci hoteli
- umożliwiające zakup lub rezerwację takich usług
- agregaty ofert (np. wakacje.pl)
- witryny umożliwiające zaplanowanie oraz zakup kompleksowo wyjazdu (hotele, noclegi, przeloty/przejazdy, bilety, atrakcje turystyczne – np. itaka.pl, tui.pl)

3.3.2. Transport osobowy

W kategorii znajdują się węzły:

- należące do przewoźników świadczących usługi transportu zbiorowego, zarówno lotniczego, jak i drogą lądową i morską
- z usługami polegającymi na wynajmie pojazdów (carshare'ing, hulajnogi, systemy rowerów miejskich) oraz umożliwiające zakup takich usług (np. serwisy oferujące sprzedaż biletów lotniczych).

3.3.3. Kultura, rozrywka, wydarzenia

W kategorii znajdują się węzły:

- firm z branży kulturalnej i rozrywkowej, np. kin, wytwórni muzycznych i filmowych, muzeów i galerii sztuki
- umożliwiające zakup biletów na wydarzenia kulturalne i rozrywkowe, niezależnie, czy prowadzone są przez organizatora wydarzenia czy przez pośrednika (np. Eventim.pl)

3.3.4. Oprogramowanie i Usługi IT

W kategorii znajdują się węzły:

- firm z branży komputerowej (software) oraz informatycznej (usługi informatyczne, hosting, usługi chmur obliczeniowych)

3.3.5. Usługi telekomunikacyjne i operatorzy usług telewizyjnych

W kategorii znajdują się węzły:

- firm zajmujących się telefonią komórkową i/lub stacjonarną, a także strony produktów tych firm
- firm oferujących dostęp do Internetu oraz dostęp do oferty telewizyjnej (sieci kablowe, operatorzy satelitarni)

W przypadku operatorów umożliwiających dostęp do treści emitowanych live, czy w modelu vod do kategorii zaliczmy wyłącznie strony dotyczące zakupu i obsługi subskrypcji.

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji:

- umożliwiających korzystanie z treści audio i wideo
 - Kategoria funkcjonalna → Streaming

3.3.6. Usługi finansowe

W kategorii znajdują się węzły:

- firm ubezpieczeniowych, księgowych, audytorskich, witryny systemów kart płatniczych, banków
- zawierające informacje na temat banku oraz/lub umożliwiające dokonanie przelewu przez Internet, produktów bankowych (kredyty, depozyty, wymiana walut)

3.3.7. Usługi kurierskie, pocztowe i spedycja

W kategorii znajdują się węzły:

- firm zajmujących się przewozem towarów – w szczególności firm kurierskich i pocztowych.

3.3.8. Zdrowie, uroda, fitness

W kategorii znajdują się węzły:

- firm oferujących usługi z zakresu medycyny, urody oraz fitness.

3.3.9. Komunikacja

W kategorii znajdują się węzły:

- umożliwiające komunikowanie się z innymi użytkownikami w czasie rzeczywistym lub poprzez przesyłanie wiadomości do odczytania później.

Wyróżniamy następujące podkategorie:

3.3.9.1. Serwisy pocztowe

W kategorii znajdują się węzły:

- umożliwiające założenie konta poczty elektronicznej w jej domenie i korzystanie z niego do przesyłania wiadomości, w tym również razem z załącznikami.

3.3.9.2. Komunikatory

W kategorii znajdują się węzły:

- umożliwiające zarejestrowanym użytkownikom na komunikowanie się w czasie rzeczywistym z innymi zarejestrowanymi użytkownikami (np. Messenger, WhatsApp, Telegram, Signal)
- umożliwiające konwersacje tekstowe prowadzone w czasie rzeczywistym, w których udział bierze kilka osób, najczęściej rozmowa odbywa się w tak zwanych „pokojach” (tzw. czaty).

3.3.10. Wyszukiwarki, mapy i lokalizatory

W kategorii znajdują się węzły:

- których główną ideą jest przeszukiwanie wszystkich zasobów internetowych lub umożliwiające planowanie i wyznaczenie tras, zawierające mapy i umożliwiające ich przeglądanie, ułatwiające zlokalizowanie danego punktu (np. obiektu) na mapie.

Wyróżniamy następujące podkategorie:

3.3.10.1. Wyszukiwarki stron i katalogi stron

W kategorii znajdują się węzły:

- których główną ideą jest przeszukiwanie wszystkich zasobów internetowych i wyszukiwanie potrzebnych informacji (zarówno w postaci tekstu, jak i grafiki)
 - jeśli jednak dana wyszukiwarka zawiera różne zasoby i szeroką ofertę usług (np. google.pl), to w tej kategorii będzie znajdowała się jedynie część, która prezentuje wyniki wyszukiwania oraz strona główna wyszukiwarki

- wyszukiwanie musi odbywać się w domenie wyszukiwarki, niezależnie od tego, z jakiego silnika wyszukiwawczego ona korzysta.

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji:

- które wyszukują poprzez otworenie strony z inną wyszukiwarką
- zawierających listę witryn pogrupowanych w różne kategorie tematyczne.

3.3.10.2. Mapy i lokalizatory

W kategorii znajdują się węzły:

- umożliwiające planowanie i wyznaczenie tras, zawierające mapy i umożliwiające ich przeglądanie, ułatwiające zlokalizowanie danego punktu (np. obiektu) na mapie.

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji:

- które nie zawierają map, a jedynie dane teleadresowe
 - Kategoria funkcjonalna → Wyszukiwarki teleadresowe

Jeśli dana strona zawiera informacje teleadresowe oraz mapę umożliwiającą lokalizację (np. targeo.pl) – zostanie sklasyfikowana do tej kategorii, a nie do „Wyszukiwarek teleadresowych”.

3.3.10.3. Wyszukiwarki teleadresowe

W kategorii znajdują się węzły:

- które pomagają w wyszukiwaniu konkretnych firm i danych teleadresowych

3.3.11. Kursy i szkolenia

W kategorii znajdują się węzły:

- oferujące kursy i szkolenia online oraz będące wizytówkami firm oferujących szkolenia stacjonarne.

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji:

- szkół podstawowych, ponadpodstawowych i wyższych
 - Kategoria funkcjonalna → Instytucje Publiczne – Szkoły

3.3.12. Zakłady bukmacherskie, kasyna, gry liczbowe

W kategorii znajdują się węzły:

- poświęcone zakładom bukmacherskim, spisy i rankingi bukmacherów, strony z wynikami lotto, strony z kasynami on-line, niezależnie od tego, czy stawką są wirtualne czy realne dobra materialne.

3.4. Instytucje publiczne

W kategorii znajdują się węzły:

- instytucji rządowych, samorządowych, charytatywnych, publicznych oraz organizacji międzynarodowych i religijnych.

Wyróżniamy następujące podkategorie:

3.4.1. Organizacje pozarządowe

W kategorii znajdują się węzły:

- których głównym celem działalności nie jest osiągnięcie zysku, są to:
 - towarzystwa, fundacje, organizacje charytatywne oraz pożytku publicznego, związki (np. pzm.pl)
- konkretnych akcji prowadzonych przez jedną lub kilka organizacji
- organizacji międzynarodowych, np. unesco.pl, greenpeace.org
- oficjalne strony instytucji i organizacji religijnych

3.4.2. Rządowe

W kategorii znajdują się węzły:

- polskiego rządu, ministerstw, agencji rządowych, urzędów centralnych
 - będą to przede wszystkim witryny zawierające w adresie wyrażenie „.gov.pl”

3.4.3. Szkoły

W kategorii znajdują się węzły:

- będące oficjalnymi stronami szkół (również prywatnych i społecznych) oraz uczelni wyższych

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji:

- szkół językowych
- oferujących kursy i szkolenia
 - Kategoria funkcjonalna → Usługi – Kursy i szkolenia

3.4.4. Samorządowe i lokalne

W kategorii znajdują się węzły:

- należące do instytucji samorządowych i lokalnych

3.5. Społeczności

W kategorii znajdują się węzły:

- gromadzące na swoich stronach użytkowników o podobnych zainteresowaniach oraz umożliwiające komunikację, wymianę informacji na temat wspólnych pasji i postaw

- których cechą jest to, że umożliwiają użytkownikom Internetu umieszczanie na stronach WWW własnych treści (wpisów na forach, czatach, tworzenie profili, tworzenie własnych wpisów, np. blogi)
- na których część lub całość zawartości jest tworzona przez użytkowników tych stron
- specjalizujące się w prezentacji wizerunku osoby na rynku pracy i kontaktach zawodowo-biznesowych, np. goldenline.pl i linkedin.com

Wyróżniamy następujące podkategorie:

3.5.1. Fora i grupy dyskusyjne

W kategorii znajdują się węzły:

- umożliwiające wielu użytkownikom rozmowy głównie w sposób asynchroniczny
 - użytkownicy nie muszą w tym samym czasie znajdować się na forum i wypowiadać się – każdy z nich może wypowiadać się w czasie dogodnym dla siebie, co nie przeszkadza w prowadzeniu dyskusji
 - dotyczy to forów i grup o dowolnej tematyce np. motoryzacyjnej

3.5.2. Serwisy społecznościowe

W kategorii znajdują się węzły:

- których główną ideą jest zakładanie własnego profilu, zawierającego informacje na temat użytkownika, budowanie sieci znajomych i kontaktów w Internecie oraz umożliwianie komunikacji między użytkownikami, np. instagram.com, facebook.com
- umożliwiające tworzenie blogów (np. blogger.com)

3.5.3. Randki

W kategorii znajdują się węzły:

- dające możliwość założenia swojego profilu i kontaktu z innymi użytkownikami serwisu w celu poznania partnera/partnerki, np. tinder.com, sympatia.onet.pl, randki24.pl.

3.6. Streaming

W kategorii znajdują się węzły:

- których główną funkcję stanowi korzystanie z treści strumieniowych audio i/lub video.

Wyróżniamy następujące podkategorie:

3.6.1. Streaming wideo

3.6.1.1. Serwisy wideo

W kategorii znajdują się węzły:

- umożliwiające oglądanie materiałów wideo, np. youtube.com, vimeo.com

- które mogą posiadać charakter społecznościowy, gdzie główną ideą jest umożliwienie udostępniania i oglądania różnych, głównie krótkich, materiałów wideo
- na których większość materiałów stanowią materiały udostępniane przez użytkowników
- zaliczamy tu serwisy wielotematyczne, tzn. zawierające materiały wideo z wielu różnych dziedzin, m.in. krótkie wideo dotyczące bieżących wydarzeń, zainteresowań, porad, śmiesznych sytuacji, hobby, teledysków itp.

3.6.1.2. Serwisy VOD i OTT

W kategorii znajdują się węzły:

- których wydawcy oferują możliwość bezpośredniego odtwarzania dłuższych materiałów wideo (filmy, seriale, programy) i ponoszą odpowiedzialność redakcyjną za udostępniane treści, np. netflix.com, vod.pl, HBO GO
- VOD stacji telewizyjnych, oferujące różne materiały wideo (całe filmy, seriale, programy) nadawane w programie stacji, np. vod.tvp.pl, player.pl, ipla.tv.
- umożliwiające oglądanie kanałów telewizyjnych na żywo, np. pilot.wp.pl

3.6.2. Streaming audio

W kategorii znajdują się węzły:

- należące do rozgłośni radiowych, umożliwiające słuchanie treści audio nadawanych na żywo
 - serwisy umożliwiające odsłuchiwanie podcastów, audiobooków, list muzycznych.

3.7. Informacja i pozostałe

3.7.1. Strony główne serwisów wielotematycznych

W kategorii znajdują się strony główne serwisów, na których publikowane są treści z przynajmniej dwóch kategorii tematycznych głównych (punkt 1.6 Strony Główne w Zasady Kategoryzacji)

3.7.2. Informacja i pozostałe

Kategoria wykorzystywana jest w sytuacji, gdy witryna nie pasuje do żadnej innej kategorii funkcjonalnej.

4. WERYFIKACJA

4.1. Procedura cyklicznej weryfikacji poprawności kategoryzacji tematycznej i funkcjonalnej stron internetowych i aplikacji

Każda kategoria szczegółowa tematyczna i funkcjonalna podlega cyklicznej weryfikacji, tak aby przynajmniej raz na pół roku została skontrolowana poprawność umieszczenia w niej najpopularniejszych węzłów stron internetowych (domen, serwisów) oraz aplikacji. Kolejność weryfikacji kategorii nie jest jawna.

Weryfikacja obejmuje kontrolę minimum 15 największych pod względem liczby użytkowników węzłów występujących na najniższym poziomie kategorii w drzewku tematycznym szczegółowym i drzewku funkcjonalnym szczegółowym, o ile każda z nich ma przynajmniej 300 tys. użytkowników w analizowanym okresie. Jeżeli część z 15 węzłów zanotuje mniej niż 300 tys. użytkowników, to kontrolujemy tylko te z nich, które przekraczają ten próg. Jeżeli wszystkie serwisy w ramach danej domeny zaliczone są do tej samej kategorii tematycznej, to weryfikacja odbywa się w odniesieniu do całej domeny.

Przystępując do weryfikacji używamy najbardziej aktualnego okresu, tj. zawsze bierzemy pod uwagę dane za miesiąc poprzedni lub okres 30 dniowy, którego koniec przypada na ostatnią niedzielę. Nie jest konieczne, aby był to miesiąc kalendarzowy.

Przykład:

Kontrolujemy kategorię szczegółową „Informacje lokalne i regionalne”. Pod uwagę bierzemy 15 pierwszych węzłów pod względem RU w ostatnim pełnym okresie miesięcznym lub ostatnich 30 dniach. 13 z tych węzłów zanotowało ponad 300 tys. użytkowników a 2 z nich mają poniżej 300 tys. użytkowników – kontrolujemy więc 13 największych węzłów.

Weryfikacja odbywa się na podstawie:

- analizy treści znajdujących się pod adresami URL z największą liczbą odsłon (strony www)
- oceny publikowanych treści (aplikacje).

Dla domen audytowanych podstawą są dane site-centric, zaś dla domen nieaudytowanych - dane z panelu Gemius.

Do analizy stron www kwalifikowane są adresy URL odpowiadające łącznie za minimum 60% odsłon całego węzła (domena, serwis). % odsłon określany jest zawsze w odniesieniu do całości ruchu danego węzła [w kategorii](#) w analizowanym okresie. Weryfikowane dane dla stron audytowanych są samplowane na poziomie nie wyższym niż 1|1024. Dla węzłów nieaudytowanych [danych pochodzących z panelu user-centric nie samplujemy](#).

Przykład:

Weryfikujemy domenę: motyle.pl, która nie posiada sekcji. Domena zanotowała 100 tys. odsłon w analizowanym 30 dniowym okresie (np. od 15.01 do 14.02), do weryfikacji kwalifikujemy TOP URLe, które łącznie zanotowały minimum 60 tys. odsłon.

Przykład:

Gdy domena motyle.pl posiada już wydzielone 3 sekcje w badaniu, które notują:

- Rozrywka.motyle.pl – 30 tys. odsłon*
- Wiadomosci.motyle.pl – 65 tys. odsłon*
- Wielotematyczne.motyle.pl – 5 tys. odsłon*

weryfikując tematykę na każdej z powyższych sekcji, do analizy bierzemy TOP URLe, które łącznie zanotowały kolejno przynajmniej: 18 tys. odsłon, 36 tys. odsłon, 3 tys. odsłon.

Jeżeli dany węzeł (domena, serwis) składa się z treści o różnej tematyce, to konieczne jest określenie oglądalności poszczególnych „tematyk” i na tej podstawie dokonanie klasyfikacji. W tym celu oceniamy, jaki procent odsłon zweryfikowanych treści w danym węźle pochodzi z oglądalności obecnie przypisanej tematyki, a ile z oglądalności „innych tematyk”.

Jeżeli poziom odsłon zweryfikowanych treści z „innych tematyk” wynosi więcej niż 20% w odniesieniu do wszystkich zweryfikowanych odsłon wygenerowanych w danym okresie na badanym węźle, to konieczne jest wydzielenie na danym węźle tych tematyk, tj. podział domeny na poszczególne serwisy w celu indywidualnego skategoryzowania ich w poszczególnych kategoriach tematycznych. W przypadku braku technicznej możliwości wydzielenia sekcji, umieszczamy cały węzeł w kategorii tematycznej „Wielotematyczne”. Analogicznie postępujemy w przypadku kategoryzacji funkcjonalnej (kat. Informacja i pozostałe).

Węzły jednorodnie tematycznie i funkcjonalnie (na poziomie kategoryzacji szczegółowej) nie są domyślnie dzielone na mniejsze części, nawet jeżeli jest to możliwe z uwagi na strukturę adresów URL.

Przykład:

Serwis: wiadomości.motyle.pl, zaklasyfikowany do kategorii głównej „informacje i publicystyka”, składa się z sekcji:

- wiadomości.motyle.pl/kraj
- wiadomości.motyle.pl/świat

Sekcje te nie są wydzielone w badaniu, ponieważ wszystkie należą do subkategorii „Informacje i publicystyka – ogólne”. W takim przypadku w badaniu będzie funkcjonował węzeł: wiadomości.motyle.pl

Podział węzła „wiadomości.motyle.pl” na „kraj” i „świat” jest jednak możliwy na wniosek Wydawcy serwisu.

Jeżeli na domenie lub serwisie istnieje kilka tematyk lub funkcji, to sprawdzany jest udział poszczególnych tematyk lub funkcji mierzony liczbą odsłon. Jeżeli łączny udział tematyk lub funkcji innych niż obecnie przypisana kategoria (tematyka/funkcja) przekracza 20% odsłon zweryfikowanych treści, to z domeny lub serwisu wydziela się inne tematyki/funkcje poprzez utworzenie serwisów. Obligatoryjne jest utworzenie serwisów jednorodnie tematycznie bądź funkcjonalnie, których udział w dotychczasowym serwisie przekracza 3% odsłon zweryfikowanych treści. Mniejsze części pozostają składową węzła z pozostałym, nie zdefiniowanym w innych węzłach ruchem.

Przykład:

W wyniku weryfikacji TOP adresów URL z domeny motyle.pl odpowiadających za 60% ruchu na całym serwisie określono, że domena posiada treści rozrywkowe, informacyjne, motoryzacyjne i sportowe.

Motyle.pl:

- Rozrywka – 30%
- Wiadomości – 60 %
- Motoryzacja – 8 %
- Sport – 2 %

Wydzielone zostają tematyki, które odpowiadają za 3% lub więcej odsłon na całym serwisie i zostaną przyporządkowane do odpowiednich kategorii tematycznych i funkcjonalnych.

- *Rozrywka.motyle.pl* → *Kultura i rozrywka – pozostałe*
- *Wiadomosci.motyle.pl* → *Informacje i publicystyka – ogólne*
- *Motoryzacja.motyle.pl* → *Motoryzacja*
- *Motyle.pl – wielotematyczne* → *Wielotematyczne (węzeł z pozostałym ruchem wielotematycznym, nie zdefiniowanym w innych wydzielonych serwisach, w tym sport mający 2% odseton)*

Na prośbę Wydawcy możemy wydzielić z węzła z wielotematycznym ruchem również sekcje notujące poniżej 3% odseton, lecz nie jest to obligatoryjne.

Jeżeli weryfikacja wykaże, że „inna tematyka” niewydzielona dotąd w badaniu Mediapanel dla danej domeny stanowi ponad 20% odseton w odniesieniu do zweryfikowanego ruchu zanotowanego na domenie lub sekcji, to Gemius wydzieli taką sekcję lub jeżeli nie ma technicznych możliwości jej wydzielenia, przeniesie domenę/sekcję do kategorii „wielotematyczne” o czym poinformuje wydawcę. Wydawca ma możliwość odwołania się od tej decyzji.

Przykład:

W wyniku weryfikacji Gemius wykazuje, że serwis informacyjny: zyrafa.pl zanotował ponad 20% odseton z tematyki innej niż ta do której obecnie jest przypisany.

- a) Przystąpiliśmy do weryfikacji 4 stycznia; weryfikujemy dane za grudzień. Analiza treści wykazuje, że zyrafa.pl oprócz treści informacyjnych posiada treści z kategorii tematycznej „styl życia – moda” (ponad 20% odseton z całości serwisu)*
- b) W styczniu zostaje wydzielona nowa sekcja i zostaje skategoryzowana jako „Moda i uroda”. Jeżeli budowa serwisu nie pozwala na jej wydzielenie - cała domena zyrafa.pl zostaje przeniesiona do kategorii: Wielotematyczne*
- c) Gemius informuję Wydawcę o wyniku weryfikacji i podjętych działaniach.*

4.2. Tryb odwoławczy

Wydawca może odwołać się od decyzji Gemiusa do Rady Rynku.

Rada Rynku jest ciałem o charakterze konsultacyjno- doradczym, wspierającym Zarząd Spółki PBI oraz Stały Zespół Metodologiczny PBI. Kontakt do Rady Rynku: rr@pbi.org.pl

Fakt złożenia odwołania nie wstrzymuje zaliczenia przez Gemius części ruchu/sekcji do innej tematyki/funkcji. Jeżeli Rada Rynku przychyli się do wniosku Wydawcy, Gemius w kolejnym miesiącu przywróci poprzednią strukturę domeny lub serwisu oraz poinformuje o zaistniałym fakcie Wydawcę oraz odpowiednie grupy odbiorców:

- a) użytkowników badania Mediapanel, poprzez wysyłkę informacji w newsletterze*
- b) redakcje serwisów branżowych, jeżeli Gemius przekazał rankingi, w których użyte zostały dane po wydzieleniu innej tematyki.*

Rada Rynku opiera swoją weryfikację na danych źródłowych, udostępnionych jej przez Gemius tj. analizuje zawsze ten sam co Gemius zestaw danych i z tego samego okresu; Gemius nie przekazuje Radzie Rynku informacji nt. liczby odstón, jaką dany adres URL zanotował w danym okresie, a lista adresów URL ułożona jest w kolejności losowej. Rada Rynku ma za zadanie zweryfikować zestaw danych pod względem tematycznym lub funkcjonalnym oraz poinformować Wydawcę o wyniku weryfikacji do 14 dni od zgłoszenia odwołania przez Wydawcę.

Złożenie odwołania jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na udostępnienie weryfikowanych przez Gemius danych Radzie Rynku.

Rada Rynku zobowiązana jest do zachowania poufności.

4.3. Kontrola poprawności kategoryzacji na wniosek Wydawcy

Na wniosek każdego audytowanego Wydawcy Gemius może przeprowadzić dodatkową kontrolę poprawności kategoryzacji. Gemius w terminie 7 dni roboczych od wplynięcia zgłoszenia na adres: mediapanel@gemius.com poinformuje Wydawcę o najszybszym możliwym terminie weryfikacji, który nie wplynie negatywnie na wykonanie cyklicznej weryfikacji.

Opłata za kontrolę jest zawarta w opłacie za audyt, o ile liczba domen lub aplikacji zleconych do kontroli w danym miesiącu nie przekracza 2. Jeżeli liczba zleconych w danym miesiącu domen lub aplikacji przekracza 2, za każdą domenę lub aplikację powyżej tego limitu pobierana jest opłata 1.000 zł + VAT.

W przypadku wniosku pochodzącego od Wydawcy nieaudytowanego Gemius pobiera opłatę w wysokości 1.000 złotych + VAT za każdą domenę lub serwis zgłoszony do kontroli.

4.4. Węzły zbierające wielotematyczny ruch z danej domeny, który nie został zaliczony do innego zdefiniowanego węzła

Raz na kwartał Gemius przeprowadza kontrolę ruchu zliczającego się w węzłach agregujących wielotematyczny ruch z danej domeny, który nie został zaliczony do innego, zdefiniowanego za pomocą masek URL, węzła (pozostałe).

Kontroli podlegają tylko te węzły tego typu, które notują przynajmniej 500 tys. RU w ostatnim pełnym miesiącu.

Kontrola ta ma na celu zweryfikowanie czy węzeł ten powinien być nadal w całości skategoryzowany do obecnie przypisanej kategorii. Jeżeli istnieje techniczna możliwość wydzielenia jednorodnych tematyk, które stanowią więcej niż 20% ruchu w odniesieniu do zweryfikowanej części (minimum 60% odstón) węzła agregującego wielotematyczny ruch z danej domeny, to należy dokonać podziału tego węzła według założeń:

- wydzielenie nowego serwisu tematycznego lub funkcjonalnego
- skierowanie ruchu do innych wydzielonych już węzłów tematycznych lub funkcjonalnych.

Jeżeli zaś nie ma technicznej możliwości wydzielenia "innych tematyk", tak aby nastąpiło zmniejszenie tych tematyk do poziomu poniżej 20%, to węzeł pozostaje skategoryzowany w kategorii tematycznej "Wielotematyczne".

4.5. Strony Główne serwisów wielotematycznych

W przypadku domen z kategorii funkcjonalnej „informacja i pozostałe”, które notują powyżej 5 mln użytkowników w miesiącu (średnia z ostatnich 3 mc.), jeżeli podczas weryfikacji określono na danej domenie

przynajmniej 2 różne tematyki z drzewka tematycznego ogólnego i tematyki inne niż obecnie przypisana kategoria przekraczają łącznie 20% odseton zweryfikowanej treści w miesiącu, to należy wydzielić oprócz określonych tematów także stronę główną, jeżeli nie została ona wcześniej wydzielona.

Wszystkie wydzielone strony główne domen z kategorii funkcjonalnej „informacja i pozostałe” (niezależnie od liczby użytkowników całej domeny) będą klasyfikowane do podkategorii funkcjonalnej „strony główne serwisów wielotematycznych” jeżeli będą zawierać treści z różnych kategorii tematycznych ogólnych. W drzewku tematycznym węzeł takiej strony głównej znajdzie się w kategorii tematycznej „wielotematyczne”.

W przypadku stron głównych Gemius nie będzie określał ich udziału w całości ruchu na danej domenie. Do wydzielenia strony głównej zastosowanie ma weryfikacja, która wykaże, czy na zweryfikowanych treściach jest więcej niż 20% odseton z innej tematyki.

Przykład:

Weryfikacja wykazuje, że serwis informacyjny: zyrafa.pl zanotował tematyki więcej niż 20% odseton z innej tematyki, jest to tematyka modowa.

Domenę zyrafa.pl należy zatem podzielić na serwisy, które trafią do odpowiednich kategorii tematycznych:

Zyrafa.pl/informacje → kategoria informacja i publicystyka – ogólne

Zyrafa.pl / moda → kategoria: styl życia- moda

Zyrafa.pl – strona główna → Strony główne serwisów wielotematycznych

Zyrafa.pl/ wielotematyczne → Wielotematyczne

Jeżeli domena jest jednolita tematycznie (udział innych tematów nie przekracza 20% odseton w miesiącu), to nie wydziela się dla niej strony głównej, a jeżeli strona główna wydzielona jest decyzją Wydawcy, to zostaje ona przypisana do głównej tematyki/funkcji serwisu.

Jako stronę główną definiujemy w Badaniu Mediapanel stronę, która zostanie wyświetlona użytkownikowi po wpisaniu do przeglądarki tylko nazwy domeny np. "zyrafa.pl", bez żadnych dodatkowych elementów adresu URL: subdomeny czy innych elementów / dopisków dodanych po znaku "/".

Wyjątek stanowią elementy dodatkowe, dodane do treści strony głównej, takie jak:

- okienko logowania do serwisu (np. poczty)
- artykuł lub jego część wyświetlana powyżej treści strony głównej.

Tak zmodyfikowana strona główna może być wyświetlana pod innym adresem URL niż adres URL podstawowej strony głównej (np. pod <https://www.zyrafa.pl/poczta>)

4.6. Tryb zmian dokumentu

Dokument jest oznaczony datą ostatniej modyfikacji równoznaczną z datą, od której obowiązuje. Zmiany kluczowe takie jak dodanie/usunięcie lub zmiana struktury w ogólnych lub szczegółowych kategoriach (nie w zagregowanych pod nimi węzłach) lub ważne zmiany w procedurze weryfikacji - zostaną ogłoszone przez wysłanie newslettera nie później niż na 5 dni roboczych przed planowaną zmianą.