



MEDIAPANEL

Zasady kategoryzacji oraz definicje kategorii tematycznych i funkcjonalnych

**Badanie Mediapanel
- Internet-**

Data publikacji: 01.12.2025

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. SŁOWNIK.....	5
2. ZASADY KATEGORYZACJI	8
2.1. WSTĘP I DEFINICJE	8
3. DEFINICJE KATEGORII TEMATYCZNYCH	11
3.1. BIZNES, FINANSE, PRAWO	11
3.2. BUDOWNICTWO I WNĘTRZA.....	12
3.2.1 <i>Budownictwo i nieruchomości</i>	12
3.2.2 <i>Wyposażenie wnętrz i ogród</i>	13
3.3. EDUKACJA	13
3.4. EROTYKA	13
3.5. INFORMACJE I PUBLICYSTYKA	13
3.5.1. <i>Informacje i publicystyka ogólne</i>	14
3.5.2. <i>Informacje lokalne i regionalne</i>	14
3.5.3. <i>Serwisy pogodowe</i>	15
3.6. KULTURA I ROZRYWKA.....	15
3.6.1. <i>Humor</i>	15
3.6.2. <i>Gry i serwisy o grach</i>	15
3.6.3. <i>Filmy, seriale, kino, programy TV</i>	15
3.6.4. <i>Muzyka i serwisy audio</i>	16
3.6.5. <i>Kultura, literatura, teatr, wystawy</i>	16
3.6.6. <i>Fotografia i grafika</i>	16
3.6.7. <i>Kultura i rozrywka - pozostałe</i>	17
3.7. MOTORYZACJA.....	17
3.8. NAUKA I TECHNOLOGIA	17
3.9. PRACA.....	18
3.10. SPORT	18
3.11. STYL ŻYCIA	19
3.11.1. WIELOTEMATYCZNE SERWISY KOBIECE.....	19
3.11.2. ZDROWIE I MEDYCINA	20
3.11.3. PLOTKI, ŻYCIE GWIAZD.....	20
3.11.4. KUCHNIA, GOTOWANIE.....	20
3.11.5. RODZICIELSTWO.....	20
3.11.6. MODA I URODA.....	21
3.11.7. TEOLOGIA I RELIGIA	21
3.11.8. SENNIKI, HOROSKOPY, MAGIA.....	22
3.11.9. WIELOTEMATYCZNE SERWISY MĘSKIE	22
3.11.10. ZDROWY STYL ŻYCIA.....	22
3.11.11. HOBBY.....	23
3.11.12. STYL ŻYCIA – WIELOTEMATYCZNE	23
3.12. PODRÓŻE I TURYSTYKA.....	23
3.13. WIELOTEMATYCZNE.....	23
4. DEFINICJE KATEGORII FUNKCJONALNYCH.....	25
4.1. HANDEL TRADYCYJNY I E-COMMERCE	25
4.1.1. ZAKUPY ONLINE	25
4.1.1.1. AGD, RTV, ELEKTRONIKA, FOTOGRAFIA, KOMPUTERY	26

4.1.1.2.	BIŻUTERIA I ZEGARKI	26
4.1.1.3.	BUDOWA I REMONT, NARZĘDZIA, OGRÓD	26
4.1.1.4.	GADŻETY, PREZENTY, ZDJĘCIA.....	26
4.1.1.5.	LITERATURA, MUZYKA, FILMY, GRY	26
4.1.1.6.	MEBLE I WYPOSAŻENIE WNĘTRZ	26
4.1.1.7.	ODZIEŻ, OBUWIE, DODATKI.....	26
4.1.1.8.	PRODUKTY DLA DZIECI I ZABAWKI	26
4.1.1.9.	PRODUKTY DLA ZWIERZĄT.....	26
4.1.1.10.	RESTAURACJE, BARY, DOWÓZ JEDZENIA.....	26
4.1.1.11.	SKLEPY MOTORYZACYJNE	26
4.1.1.12.	SKLEPY SPOŻYWCZE I SUPERMARKETY ONLINE.....	26
4.1.1.13.	PLATFORMY SPRZEDAŻOWE I HANDEL WIELOBRANŻOWY (NP. ALLEGRO, ALIEXPRESS)	26
4.1.1.14.	SPORT I TURYSTYKA.....	26
4.1.1.15.	ZDROWIE I URODA.....	26
4.1.1.16.	POZOSTAŁE	26
4.1.2.	HANDEL TRADYCYJNY	26
4.1.2.1.	AGD, RTV, ELEKTRONIKA.....	26
4.1.2.2.	HIPERMARKETY, SUPERMARKETY, SIECI HANDLOWE	26
4.1.2.3.	LITERATURA, MUZYKA, FILMY, GRY	26
4.1.2.4.	MOTORYZACJA	26
4.1.2.5.	PRODUCENCI I STACJE PALIW, DOSTAWCY ENERGII I INNYCH MEDIÓW	26
4.1.2.6.	POZOSTAŁE	26
4.1.3.	PROMOCJE, PORÓWNYWARKI, OPINIE, GAZETKI	26
4.2.	SERWISY OGŁOSZENIOWE	27
4.2.1.	NIERUCHOMOŚCI.....	27
4.2.2.	MOTORYZACJA	27
4.2.3.	TURYSTYKA	27
4.2.4.	PRACA	27
4.2.5.	OGŁOSZENIE DROBNE I POZOSTAŁE.....	27
4.3.	USŁUGI	27
4.3.1.	TURYSTYKA	27
4.3.2.	TRANSPORT OSOBOWY	27
4.3.3.	KULTURA, ROZRYWKA, WYDARZENIA	28
4.3.4.	OPROGRAMOWANIE I USŁUGI IT	28
4.3.5.	USŁUGI TELEKOMUNIKACYJNE I OPERATORZY USŁUG RTV	28
4.3.6.	USŁUGI FINANSOWE I PRAWNE.....	28
4.3.7.	USŁUGI KURIERSKIE, POCZTOWE I SPEDYCJA	28
4.3.8.	ZDROWIE, URODA, FITNESS.....	28
4.3.9.	KOMUNIKACJA.....	29
4.3.9.1.	SERWISY POCZTOWE	29
4.3.9.2.	KOMUNIKATORY	29
4.3.10.	WYSZUKIWARKI, MAPY I LOKALIZATORY	29
4.3.10.1.	WYSZUKIWARKI STRON I KATALOGI STRON.....	29
4.3.10.2.	MAPY I LOKALIZATORY.....	29
4.3.10.3.	WYSZUKIWARKI TELEADRESOWE	30
4.3.11.	KURSY I SZKOLENIA	30
4.3.12.	ZAKŁADY BUKMACHERSKIE, KASYNA, GRY LICZBOWE	30
4.4.	INSTYTUCJE PUBLICZNE	30
4.4.1.	ORGANIZACJE POZARZĄDOWE.....	30
4.4.2.	RZĄDOWE.....	30
4.4.3.	SZKOŁY	31
4.4.4.	SAMORZĄDOWE I LOKALNE.....	31
4.5.	SPOŁECZNOŚCI.....	31
4.5.1.	FORA I GRUPY DYSKUSYJNE.....	31
4.5.2.	SERWISY SPOŁECZNOŚCIOWE	31
4.5.3.	RANDKI	32
4.6.	STREAMING.....	32

4.6.1.	STREAMING VIDEO	32
4.6.1.1.	SERWISY WIDEO	32
4.6.1.2.	SERWISY VOD I OTT.....	32
4.6.2.	STREAMING AUDIO	32
4.7.	INFORMACJA I POZOSTAŁE	33
4.7.1.	STRONY GŁÓWNE SERWISÓW WIELOTEMATYCZNYCH.....	33
4.7.2.	INFORMACJA I POZOSTAŁE.....	33
5.	WERYFIKACJA.....	34
5.1.	PROCEDURA CYKLICZNEJ WERYFIKACJI POPRAWNOŚCI KATEGORYZACJI TEMATYCZNEJ I FUNKCJONALNEJ STRON INTERNETOWYCH I APLIKACJI	34
5.1.1	OGÓLNE ZASADY WERYFIKACJI	34
5.1.2	ZASADY WERYFIKACJI OGÓLNEJ	36
5.1.3	ZASADY WERYFIKACJI SZCZEGÓLWEJ.....	36
5.2.	TRYB ODWOŁAWCZY.....	39
5.3.	KONTROLA POPRAWNOŚCI KATEGORYZACJI NA WNIOSEK WYDAWCY	40
5.4.	KANAŁY MEDIOWE ZBIERAJĄCE WIELOTEMATYCZNY RUCH Z DANEJ DOMENY, KTÓRY NIE ZOSTAŁ ZALICZONY DO INNEGO ZDEFINIOWANEGO KANAŁU MEDIOWEGO.....	40
5.5.	MECHANIZMY AUTOPROMOCYJNE.....	41
5.6.	STRONY GŁÓWNE SERWISÓW WIELOTEMATYCZNYCH	42
5.1.	WERYFIKACJA POPRAWNOŚCI ODSŁON NA STRONACH GŁÓWNYCH.....	43
6.	TRYB ZMIAN DOKUMENTU.....	44
6.1.	TRYB ZMIAN DOKUMENTU.....	44
6.2.	OSTATNIE ZMIANY.	44

1. SŁOWNIK

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

- Grupa
 - Domena / aplikacja
 - Sekcja / serwis

Adres domenowy serwisu Internetowego - Ciąg identyfikacyjny systemu Domain Name. System przypisany do strony www. złożony z nazwy hosta i/lub ścieżki, bez nazwy zasobu i parametrów oraz fragmentów.

Agregat – węzeł nadrzędny, kumulujący wyniki węzłów do niego zagregowanych: Domen, Aplikacji, Serwisów (Grupa Właścicielska jest Agregatem dla Witryn/domen, Aplikacji; Witryna/ domena może być Agregatem dla swoich Sekcji/Serwisów).

Aplikacja mobilna – Serwis Internetowy - w drzewie może występować jako węzeł niezagregowany, na tym samym poziomie co Grupa Właścicielska, lub jako zagregowany w ramach Grupy.

Grupa Właścicielska – Agregat utworzony na wniosek Właściciela Serwisów internetowych, na podstawie istnienia powiązań efektywnej kontroli, szczegółowo opisanej w Regulaminie prowadzenia Rejestru Grup.

Komponent Statyczny Strony Serwisu Internetowego - część graficzna i funkcjonalna warstwy prezentacji realizująca funkcję tła, nagłówek, stopki, menu lub paska nawigacji, które nie podlegają zmianie w zależności od dostarczanych treści bądź usług.

Komponent Treści lub Usługi - Część graficzna i funkcjonalna warstwy prezentacji realizująca funkcję dostarczenia treści lub usługi o określonej strukturze i zakresie funkcjonalności stanowiąca logiczną całość.

Odsłona – Zdarzenie pełnego przeładowania nową treścią zawartości strony w oknie przeglądarki lub aplikacji z wyłączeniem Komponentów Statycznych, poprzedzone każdorazowo intencjonalną akcją użytkownika wynikłą z intencji pozyskania nowej treści, aktualizacji bieżącej treści lub skorzystania z nowej usługi.

Dla potrzeb klasyfikacji technicznej sposobu powstawania odsłony dzielimy je na dwa typy:

- **Odsłona Pełna** – Odsłona, w trakcie której następuje przeładowanie wszystkich Komponentów Statycznych.
- **Odsłona Częściowa** – Odsłona, w trakcie której nie następuje przeładowanie wszystkich Komponentów Statycznych

Szczegółowa definicja Odsłony znajduje się w dokumencie: *Reguły umieszczania na witrynach skryptów audytowych Badania Mediapanel*.

Odsłona na Stronie Głównej - kontakt (zgodny z definicją Odsłony) ze Stroną Główną lub Spersonalizowaną Stroną Główną niezależnie od Źródła Ruchu.

Personalizacja Treści Strony Głównej - Dostosowanie treści do preferencji użytkownika bez zmiany struktury strony szerszej niż wyłączenie instancji danego komponentu lub zamiana miejscami instancji tego samego komponentu.

Portal - Serwis Internetowy agregujący Serwisy Tematyczne.

Sekcja – część domeny zdefiniowana konkretnymi Adresami URL lub parametrami w nich zawartymi np. tvn24.pl/biznes, kobieta.wp.pl, sport.interia.pl.

Serwis Internetowy – Wyodrębniony przez Wydawcę kanał komunikacji z Użytkownikiem, oznaczony nazwą lub logotypem, dostarczający treści bądź usługi niezależnie od ich rodzaju i technologii dostarczania. Serwisami internetowymi są: Aplikacje mobilne oraz Witryny/domeny.

Strona Serwisu Internetowego - Zasoby Serwisu Internetowego udostępniane w przeglądarce, wskazane adresami URL, różniącymi się jedynie o Parametry Analityczne

Serwis Tematyczny – Serwis Internetowy, w którym dominują treści z określonej Kategorii Tematycznej.

Strona Główna - Cześć Serwisu Internetowego, którą Wydawca prezentuje danemu Użytkownikowi przy Wejściu Bezpośrednim w przeglądarce na jego Adres Domenowy.

Strony Główne - Cześć Serwisu Internetowego – zbiór Stron Głównych oraz Spersonalizowanych Stron Głównych.

Spersonalizowana Strona Główna - Strona Główną Serwisu Internetowego, którą Wydawca prezentuje danemu Użytkownikowi przy Wejściu z dowolnego źródła, zawierająca w adresie URL tylko Parametry Personalizacyjne oraz Parametry Analityczne (wynikają bezpośrednio z definicji Strony Serwisu Internetowego)

Struktura Strony Serwisu Internetowego - Struktura Strony Serwisu Internetowego to uporządkowany ciąg instancji Komponentów.

Typy Parametrów Zapytania:

- **Parametry Analityczne** – nie zmieniają zasobu;
- **Parametry Personalizacji treści** - nie zmieniają metadanych ani funkcjonalności zasobu, tylko dostosowują treści prezentowane przez zasób;
- **Parametry Funkcjonalne** – modyfikują zasób, zmieniając jego metadane lub funkcjonalność;
- **Parametry Pozostałe** – wszystkie parametry, których Typ nie został rozpoznany.

URL – Adres elektroniczny zasobu, składający się z: nazwy protokołu, użytkownika i nazwy, nazwy i hosta, portu, ścieżki i nazwy zasobu, parametrów zapytania, fragmentu zasobu.

Witryna/domena – Serwis internetowy – w drzewie może występować jako węzeł niezagregowany, na tym samym poziomie co Grupa Właścielska, lub jako zagregowany w

ramach Grupy. Może również być agregatem dla Serwisów (jeżeli witryna ma je wydzielone).

Kanał mediowy (węzeł) – Każdy element drzewa mediów (niezależnie od poziomu), funkcjonalnego lub tematycznego, dla którego możliwa jest analiza wyników.

Źródła ruchu:

- **Wejście Bezpośrednie (Direct)**- Wejście na daną Stronę Serwisu Internetowego poprzez podanie przez Użytkownika adresu URL w oknie przeglądarki lub bezpośrednio uruchomienie Aplikacji.
- **Search** – Przekierowanie z serwisu z Kategorii Funkcjonalnej Wyszukiwarki stron i katalogi stron.
- **Social** – Przekierowanie z serwisu z Kategorii Funkcjonalnej Serwisy społecznościowe.
- **Referral** – przekierowania z pozostałych serwisów.

2. ZASADY KATEGORYZACJI

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

2.1. 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”.

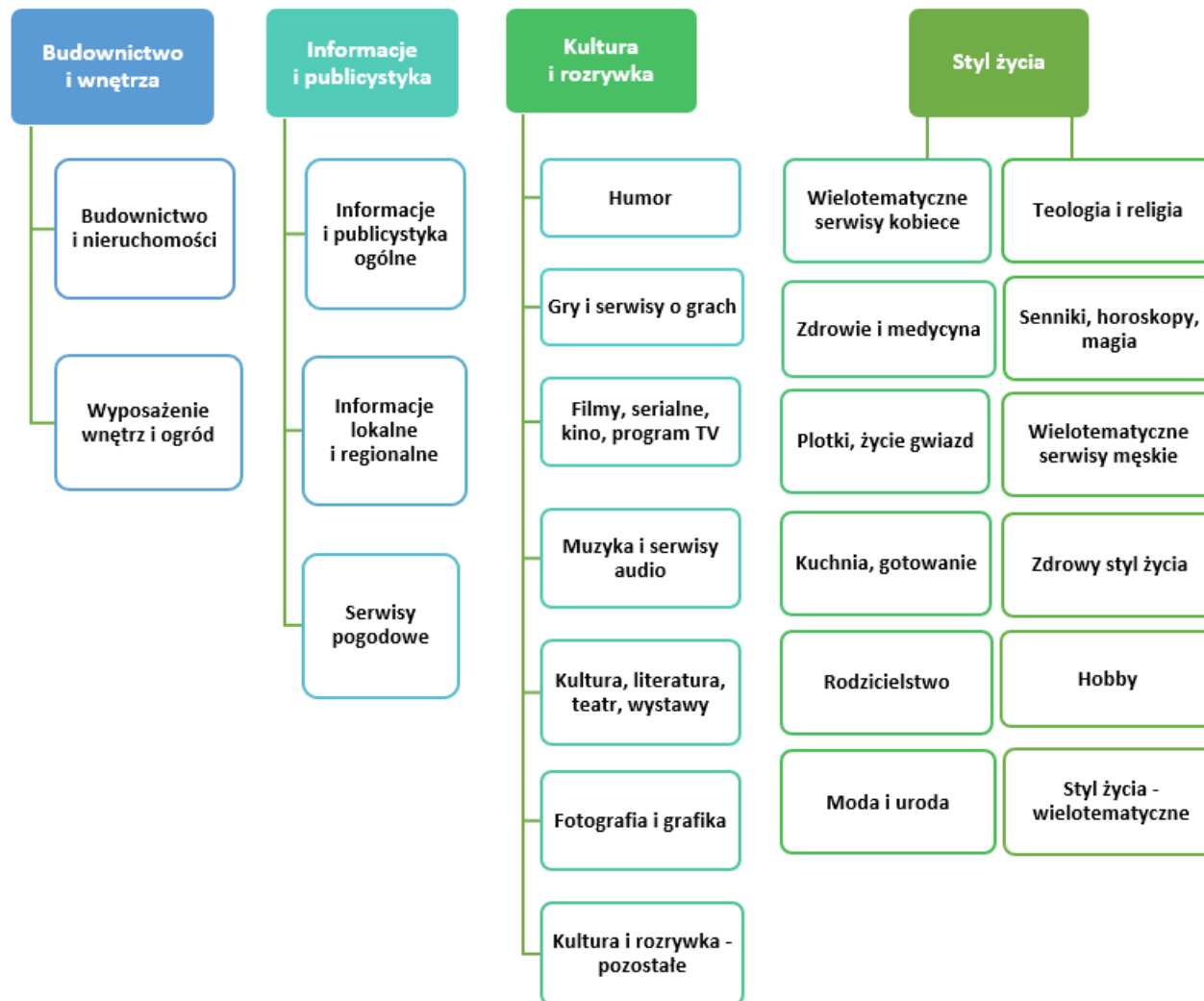
Serwisy, na których publikowane są quizy, galerie, blogi, podcasty, audiobooki, treści interaktywne i multimedialne są kategoryzowane tematycznie. Jeżeli struktura serwisu nie pozwala na definicję (na podstawie adresu URL) w konkretnej kategorii – serwis kategoryzowany jest jako Wielotematyczny.

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

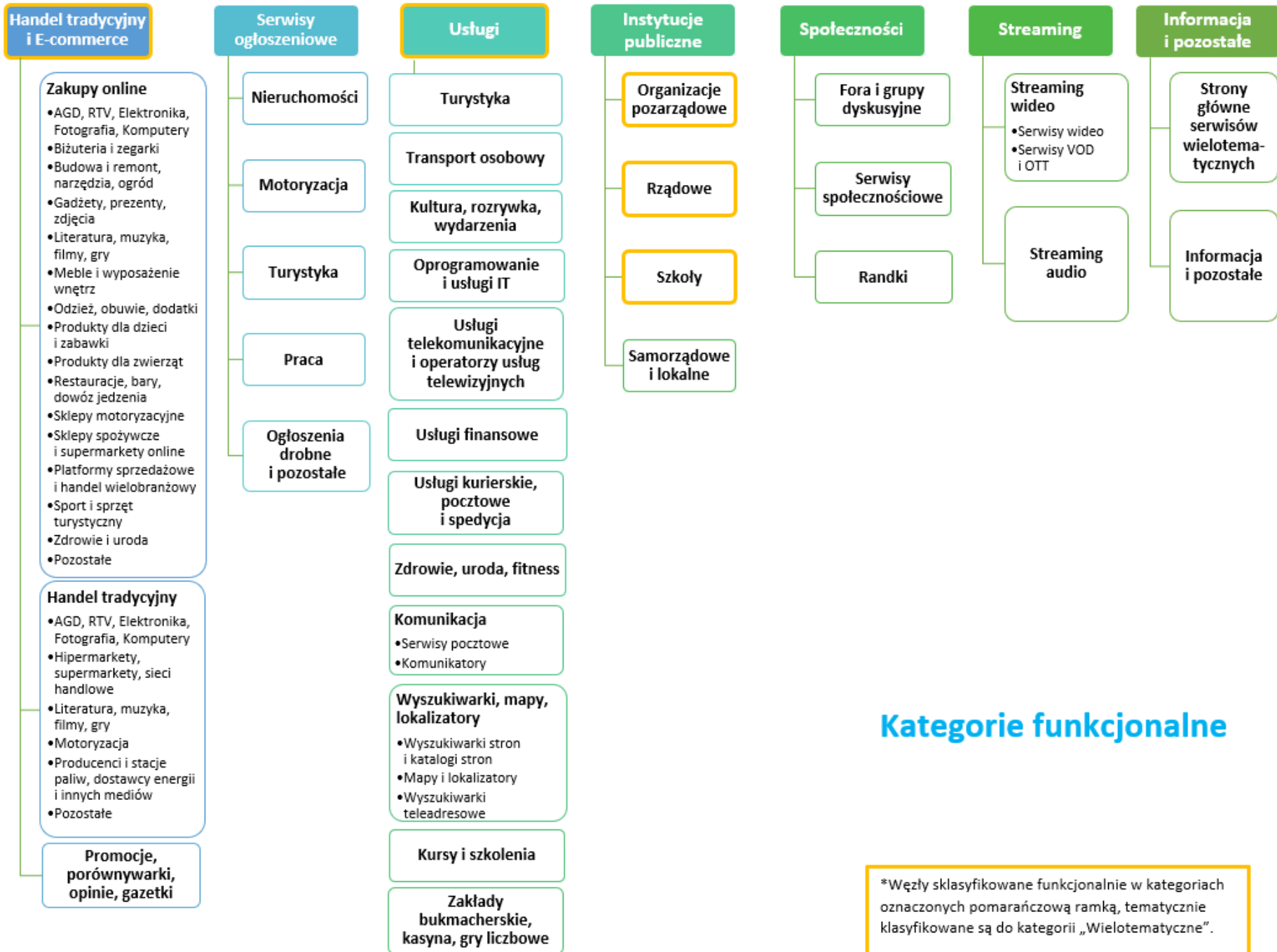
Kategorie tematyczne zawierające tematyki ogólne



Kategorie tematyczne zawierające tematyki ogólne i szczegółowe



Kategorie tematyczne



Kategorie funkcjonalne

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

3. 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.

3.1. 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. wirtualnemedia.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).

3.2. 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:

3.2.1 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.

3.2.2 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.

3.3. Edukacja

W kategorii znajdują się węzły:

- związane z edukacją, m.in. ściągę, 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.

3.4. 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

3.5. 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:

3.5.1. Informacje i publicystyka ogólna

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, prawa człowieka, ale także ekologia czy religia; na których żadna z wymienionych tematyk 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.

3.5.2. 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

3.5.3. 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).

3.6. 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:

3.6.1. Humor

W kategorii znajdują się węzły:

- zawierające dowcipy, memy, artykuły.

3.6.2. 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

3.6.3. 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;
- Strony (np. stacji telewizyjnych), które zawierają rozbudowane treści na temat transmitowanych przez nie filmów, seriali i programów (np. opisy, zwiastuny, dedykowane strony programów, relacje, wątki i komentarze);
- 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, 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.

3.6.4. 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.

3.6.5. 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;
- zawierające przedruki fragmentów książek publikowanych na rynku polskim lub zagranicznym;
- zawierające analizy, komentarze i streszczenia książek z kategorii literatury faktu: reportaży i wywiadów.

3.6.6. 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.

3.6.7. 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);

3.7. 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. 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. intercars.pl)
 - Kategoria funkcjonalna → Handel tradycyjny – Motoryzacja

3.8. 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

3.9. 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

3.10. 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;
- publikujące treści zawierające kontekst sportowy. np.:
 - aspekty z życia prywatnego sportowców wpływające bezpośrednio na ich karierę sportową
 - wszelka działalność klubów i organizacji sportowych (akcje charytatywne, biznes, statement polityczny)
 - biografie sportowców (byłych i aktywnych)
 - reakcje kibiców w trakcie i po wydarzeniu sportowym
 - memy komentujące wydarzenia sportowe
 - wydarzenia z elementami rywalizacji o charakterze sportowym (np. fame MMA, maratony).

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

- dotyczących: amatorskiego uprawiania sportu, diet, odżywiania i fitnessu
 - Kategoria tematyczna → Styl życia → Zdrowy Styl Życia
- dotyczących życia prywatnego sportowców i ich rodzin - tematów bez kontekstu sportowego - afery, skandale, aktywności w mediach społecznościowych, codzienne prywatne życie - czyli aspekty z życia nie mające wpływu na karierę sportową;
- Opisy celebrytów biorących udział w wydarzeniu sportowym (np. Opisy i galerie dotyczące wyglądu i ubioru)
 - Kategoria tematyczna → Styl życia → Plotki, życie gwiazd

3.11. 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:

3.11.1. 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:
 - Rodzicielstwo
 - Zdrowie i medycyna
 - Zdrowy tryb życia

- Kuchnia i gotowanie
- Moda i uroda
- Plotki i życie gwiazd
- Senniki, horoskopy, magia.

Do kategorii nie zaliczamy węzłów:

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

3.11.2. Zdrowie i medycyna

W kategorii znajdują się węzły:

- poruszające tematykę zdrowia w tym zdrowia psychicznego oraz rehabilitacji i fizjoterapii (np. medonet, abczdrowie.pl);
- opisy leków i suplementów (np. pantabletka.pl)
 - opisy poszczególnych składników żywnościowych z uwzględnieniem ich wpływu na zdrowie.
 - Bazy adresowe placówek medycznych i aptek
- fora dyskusyjne poświęcone chorobom oraz dedykowane aplikacje z zakresu e-medycyny, pozwalające kontrolować swoje zdrowie (np. kalendarz miesięczki);
- 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

3.11.3. 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 oraz ich członków rodziny i osób najbliższych z nimi związanych, w tym także osób szerzej nieznanymi, ale szybko zyskujących popularność np. w mediach społecznościowych (np. plotek.pl, pudelek.pl).

3.11.4. 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.

3.11.5. Rodzicielstwo

W kategorii znajdują się węzły:

- poruszające tematykę rodzicielstwa, począwszy od planowania ciąży, zajścia w ciążę oraz jej przebiegu oraz okresu połogu;
- tematy związane z szeroko pojętą opieką nad dzieckiem od dnia narodzin do wieku pełnoletności;
- porady ekspertów dotyczące wychowania dziecka;
- tematy związane ze zdrowiem w ciąży jak i tematy związane ze zdrowiem dziecka;
- tematy związane z żywieniem dziecka, porady dietetyczne i informacje związane z żywnością dla dzieci;
- zawierające informacje jak spędzać czas wolny z dziećmi (gry, zabawy, imprezy kulturalne)
- informacje dotyczące nauki i edukacji dzieci;
- serwisy społecznościowe oraz fora dotyczące rodziny i dzieci (kat. funkcjonalna Serwisy społecznościowe);
- serwisy oferujące pomoc w znalezieniu opiekunki do dziecka (kat. funkcjonalna Serwisy ogłoszeniowe);
- tytuły prasowe związane z tematyką dziecięcą (np. Mamotoja.pl);
- tematy związane z kwestiami finansowymi związanymi z posiadaniem dzieci (np. zasiłki, 500+, ulgi podatkowe na dzieci).

W kategorii nie znajdują się węzły:

- poruszające tematykę zdrowia psychicznego dorosłych lub chorób występujących przede wszystkim u dorosłych;
- serwisy edukacyjne ze ściągami, podręcznikami, itp.;
- temat związane z żywieniem dorosłych;
- galerie zdjęć gwiazd z dzieciństwa lub zdjęć dzieci gwiazd → Plotki, życie gwiazd.

3.11.6. 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.

Do kategorii nie zaliczamy stron i aplikacji

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

3.11.7. 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

3.11.8. 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

3.11.9. 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.

3.11.10. 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

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

3.11.12. Styl życia – wielotematyczne

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

3.12. 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;
- opis doświadczeń i przeżyć podróżników i turystów;
- 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, skyscanner.pl
 - Kategoria funkcjonalna → Usługi – Transport osobowy
- należących do biur podróży i pośredników podróży np. tui.pl, itaka.pl
 - Kategoria funkcjonalna → Usługi – Turystyka

3.13. 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 tematyk tych nie da się rozdzielić w oparciu o konstrukcję witryny.

4. 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.

4.1. 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:

4.1.1. 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:

4.1.1.1.	AGD, RTV, Elektronika, Fotografia, Komputery
4.1.1.2.	Biżuteria i Zegarki
4.1.1.3.	Budowa i remont, narzędzia, ogród
4.1.1.4.	Gadżety, prezenty, zdjęcia
4.1.1.5.	Literatura, muzyka, filmy, gry
4.1.1.6.	Meble i wyposażenie wnętrz
4.1.1.7.	Odzież, obuwie, dodatki
4.1.1.8.	Produkty dla dzieci i zabawki
4.1.1.9.	Produkty dla zwierząt
4.1.1.10.	Restauracje, bary, dowóz jedzenia
4.1.1.11.	Sklepy motoryzacyjne
4.1.1.12.	Sklepy spożywcze i supermarkety online
4.1.1.13.	Platformy sprzedażowe i handel wielobranżowy (np. Allegro, Aliexpress)
4.1.1.14.	Sport i turystyka
4.1.1.15.	Zdrowie i Uroda
4.1.1.16.	Pozostałe

4.1.2. 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:

- 4.1.2.1. AGD, RTV, Elektronika
- 4.1.2.2. Hipermarkety, supermarkety, sieci handlowe
- 4.1.2.3. Literatura, muzyka, filmy, gry
- 4.1.2.4. Motoryzacja
- 4.1.2.5. Producenci i stacje paliw, dostawcy energii i innych mediów
- 4.1.2.6. 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.

4.1.3. 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

4.2. 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:

- 4.2.1. Nieruchomości
- 4.2.2. Motoryzacja
- 4.2.3. Turystyka
- 4.2.4. Praca
- 4.2.5. Ogłoszenie drobne i pozostałe

4.3. 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:

4.3.1. 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).

4.3.2. 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).

4.3.3. 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).

4.3.4. Oprogramowanie i Usługi IT

W kategorii znajdują się węzły:

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

4.3.5. Usługi telekomunikacyjne i operatorzy usług RTV

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

4.3.6. Usługi finansowe i prawne

W kategorii znajdują się węzły:

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

4.3.7. Usługi kurierskie, pocztowe i spedycja

W kategorii znajdują się węzły:

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

4.3.8. Zdrowie, uroda, fitness

W kategorii znajdują się węzły:

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

4.3.9. 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:

4.3.9.1. 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.

4.3.9.2. 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).

4.3.10. 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:

4.3.10.1. 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:

- zawierających listę witryn pogrupowanych w różne kategorie tematyczne.

4.3.10.2. 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”.

4.3.10.3. Wyszukiwarki teleadresowe

W kategorii znajdują się węzły:

- które pomagają w wyszukiwaniu konkretnych firm i danych teleadresowych.

4.3.11. 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

4.3.12. 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.

4.4. Instytucje publiczne

W kategorii znajdują się węzły:

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

Wyróżniamy następujące podkategorie:

4.4.1. 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.

4.4.2. Rządowe

W kategorii znajdują się węzły:

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

4.4.3. 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

4.4.4. Samorządowe i lokalne

W kategorii znajdują się węzły:

- należące do instytucji samorządowych i lokalnych.

4.5. 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:

4.5.1. 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.

4.5.2. 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).

4.5.3. 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.

4.6. Streaming

W kategorii znajdują się węzły:

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

Wyróżniamy następujące podkategorie:

4.6.1. Streaming wideo

4.6.1.1. 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.

4.6.1.2. 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 Max;
- VOD stacji telewizyjnych, oferujące różne materiały wideo (całe filmy, seriale, programy) nadawane w programie stacji, np. vod.tvp.pl, player.pl;
- umożliwiające oglądanie kanałów telewizyjnych na żywo, np. pilot.wp.pl.

4.6.2. 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.

4.7. Informacja i pozostałe

4.7.1. 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).

4.7.2. Informacja i pozostałe

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

5. WERYFIKACJA

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

5.1.1 Ogólne zasady weryfikacji

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

Weryfikacja kategorii odbywa się z pomocą narzędzia AI. Ma to na celu usprawnienie procesów kategoryzacji a przyszłościowo zwiększenie liczby zweryfikowanych adresów URL w krótszym czasie. Automat jest wsparciem dla kategoryzacji wykonywanej przez Weryfikatora, gdzie AI robi pierwszą weryfikację a człowiek realizuje „double-check”.

Automat kategoryzacyjny otrzymuje pulę adresów URL pobranych z bazy danych źródłowych. Wówczas rozpoczyna weryfikację i pobiera fragmenty kodu stron internetowych. Pobierane są nagłówki strony oraz akapity artykułów. Dane przekazywane są do Asystenta AI, który przeprowadza weryfikację mając do dyspozycji:

- plik z adresami URL do skategoryzowania,
- plik z bazą poprawnie zweryfikowanych już adresów URL, na których może bazować,
- plik z instrukcjami przydzielania kategorii według zasad obowiązujących badaniu,
- osobne instrukcje skierowane do AI, w których zawarte są informacje na temat nazw kategorii, formatu przekazywania danych oraz innych poleceń mających wpływ na jakość kategoryzacji Asystenta.

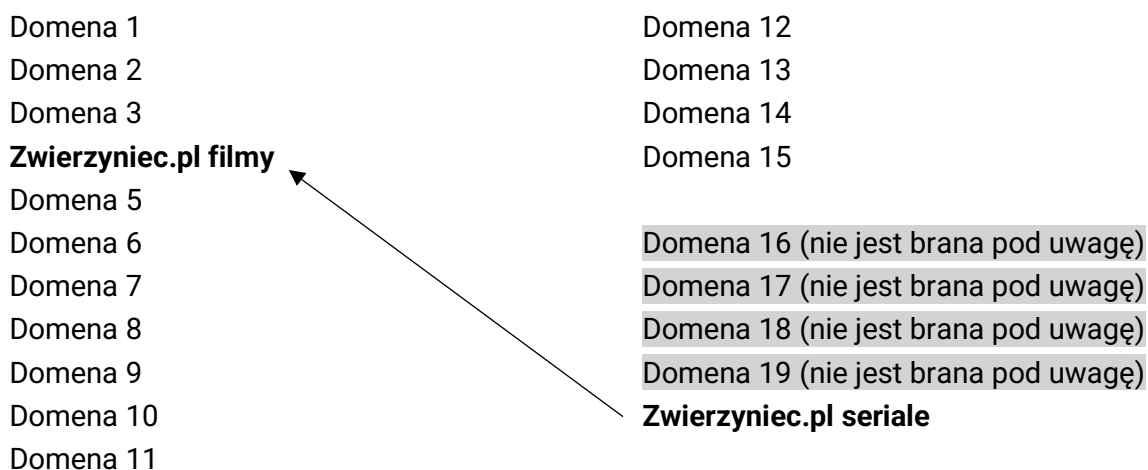
Po otrzymaniu powyższych plików, Automat weryfikuje każdy z adresów URL i zwraca plik z informacjami, w których zawarte są: kategoria główna i przydzielony jej procent, druga kategoria i przydzielony jej procent. Automat zwraca dwie kategorie, przyporządkowując im konkretny procent, ponieważ niektóre artykuły mogą pasować do więcej niż jednej kategorii. Dobór ostatecznej kategorii należy zawsze do Weryfikatora. Przed każdym podjęciem decyzji powodującej zmiany w Grupie Wydawcy, Weryfikator szczegółowo sprawdza wyniki i nanosi ewentualne poprawki.

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.

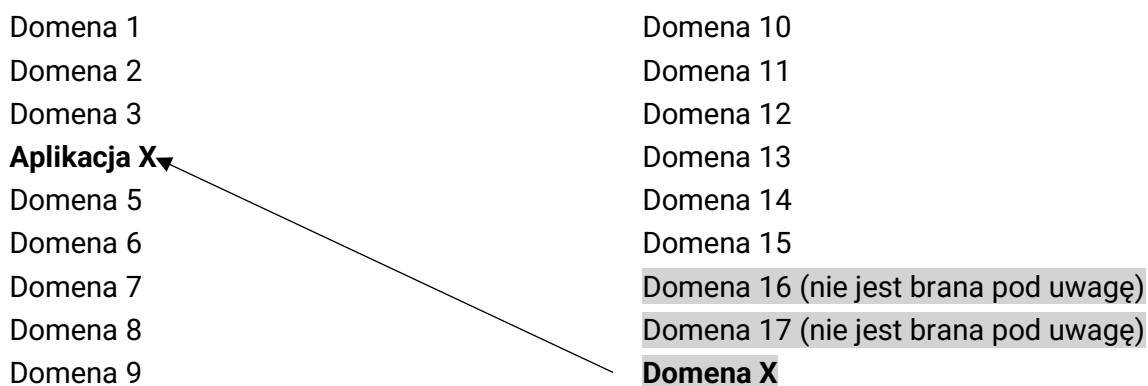
Przykład: Weryfikujemy kategorię szczegółową „Informacje lokalne i regionalne”. Pod uwagę bierzemy 15 pierwszych kanałów mediowych pod względem RU w ostatnim pełnym miesiącu lub ostatnich 30 dniach. 13 z nich zanotowało ponad 300 tys. użytkowników, a 2 z nich mają poniżej 300 tys. użytkowników – weryfikujemy więc 13 największych kanałów.

Tworząc ranking kategorii bierzemy także pod uwagę wszystkie serwisy, które wchodzą w skład danej domeny, nawet jeśli nie znajdują się w TOP 15. Traktujemy je jako jeden media channel tj. zajmują one jedno miejsce w rankingu. Oznacza to, że jeżeli w TOP15 znajdują się np. dwa serwisy jednej domeny, to należy dobrać kolejną domenę z rankingu by wyrównać odpowiednią liczbę pozycji rankingu.

Przykład: tworzymy ranking VOD i serwisów wideo. W TOP 15 znajduje się 14 domen i 1 serwis – zwierzyniec.pl filmy. Na 20 miejscu w rankingu znajduje się drugi serwis należący do tej samej domeny zwierzyniec.pl seriale. Oba serwisy kwalifikują się do weryfikacji i zajmują jedno miejsce w rankingu.



W rankingu mogą znajdować się także aplikacje, które są powiązane z domenami – stanowią ich odpowiednik. W przypadku, gdy aplikacja znajduje się w TOP 15 a domena nie, aplikacja rezerwuje miejsce w rankingu domenie. Oznacza to, że domenę też zaliczymy do weryfikacji.



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

Przeprowadzając weryfikację dzielimy ją na dwa etapy: weryfikację ogólną i weryfikację szczegółową.

5.1.2 Zasady weryfikacji ogólnej

Weryfikacja ogólna to przegląd domen w kategoriach pod kątem kwalifikacji do weryfikacji szczegółowej.

Zadaniem Weryfikatora jest odwiedzenie Strony Głównej witryny oraz wszystkich dostępnych dla użytkowników zakładek strony. Na każdym z tych etapów Weryfikator odwiedza losowo dobrane artykuły i weryfikuje, czy na podstawie tematyki tych artykułów domena pasuje do aktualnej kategorii. Liczba artykułów jest zależna od wielkości i rozbudowania witryny.

Wszystkie witryny (domeny, serwisy) na których Weryfikator odnotuje nieprawidłowości, tj. te, które zawierają treści niezgodne z aktualną kategorią, zostają zakwalifikowane do weryfikacji szczegółowej. Dotyczy to sytuacji, w której Weryfikator stwierdza, że artykuły znacząco odbiegają od tematyki, zatem witrynę należy zweryfikować szczegółowo.

Przykład:

Weryfikujemy kategorię szczegółową „Serwisy VOD i OTT”. Pod uwagę bierzemy 15 pierwszych kanałów mediowych pod względem RU w ostatnim pełnym okresie miesięcznym lub ostatnich 30 dniach (jeśli odnotowały powyżej 300 tys RU). Weryfikator odwiedza wszystkie zakładki serwisu i ocenia czy na serwisie wciąż można oglądać materiały wideo w modelu VOD i OTT.

Wyróżniamy kategorie, które nie przechodzą weryfikacji ogólnej, czyli podlegają tylko weryfikacji szczegółowej. Są to:

- informacje i publicystyka – ogólne;
- informacje lokalne i regionalne;
- biznes, finanse i praw;
- sport;
- plotki i życie gwiazd;
- moda i uroda.

Z naszych doświadczeń wynika, że powyższe kategorie są najbardziej problematyczne, tj. podczas weryfikacji stwierdzamy na witrynach z tych kategorii największy odsetek artykułów niezgodnych z aktualną kategorią.

5.1.3 Zasady weryfikacji szczegółowej

Weryfikacja szczegółowa odbywa się na podstawie analizy treści znajdujących się pod adresami URL z największą liczbą odsłon (strony www). Odbywa się ona z pomocą narzędzia AI.

Do weryfikacji szczegółowej trafiają kategorie podane wyżej, oraz wszystkie witryny, dla których podczas weryfikacji ogólnej stwierdzono nieprawidłowości.

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 kanału mediowego (domena, serwis) lub co najmniej 100 adresów URL jeśli ich liczba jest

niewystarczająca. % odsłon określany jest zawsze w odniesieniu do całości ruchu danego kanału mediowego w kategorii w analizowanym okresie. Weryfikowane dane dla stron audytowanych pobierane są z bazy danych źródłowych (wywołania skryptu - vsender, czyli z bazy przechowującej informacje na temat wywołań skryptów - hitów) i są samplowane na poziomie nie wyższym niż 1:32 (maksymalnie co 32 rekord w bazie). Oznacza to, że poziom estymowanych odsłon dla adresów URL w gemiusPrism będzie różny od tych w bazie weryfikowanych adresów. Samplowanie nie spowoduje, że pominiemy URL, który był popularny w danym okresie.

Dla węzłów nieaudytowanych nie samplujemy danych pochodzących z panelu user-centric (adresy odwiedzane przez panelistów). Bazę dla serwisów nieaudytowanych pozyskujemy z aktywności panelu, która też definiuje popularność weryfikowanych adresów (odsłony).

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:

- a. Rozrywka.motyle.pl – 30 tys. odsłon*
- b. Wiadomosci.motyle.pl – 65 tys. odsłon*
- c. 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 kanał mediowy (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 kanale mediowym, to konieczne jest wydzielenie na nim 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).

Kanały mediowe 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 tematów lub funkcji, to sprawdzany jest udział poszczególnych tematów lub funkcji mierzony liczbą odsłon. Jeżeli łączny udział tematów lub funkcji innych niż obecnie przypisana kategoria przekracza 20% odsłon zweryfikowanych treści, to z domeny lub serwisu wydziela się inne tematyki/funkcje poprzez utworzenie serwisów. Obligatoryjne jest utworzenie serwisów jednorodnych tematycznie bądź funkcjonalnie, których udział w dotychczasowym serwisie przekracza 3% odsłon zweryfikowanych treści. Mniejsze części pozostają składową kanału mediowego z pozostałym, niezdefiniowanym 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 (kanał mediowy z pozostałym ruchem wielotematycznym, niezdefiniowanym w innych wydzielonych serwisach, w tym sport mający 2% odsłon).

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

Jeżeli weryfikacja wykaże, że „inna tematyka” niewydzielona dotąd w badaniu Mediapanel dla danej domeny stanowi ponad 20% odsłon 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 i powrotu do głównej kategorii. Wówczas musi spełnić poniższe warunki:

- W wyniku przeprowadzonej weryfikacji domeny, liczba odsłon dla danej kategorii przekracza 80%

Domena jest jednorodna tematycznie, nie posiada podziału na sekcje, które odbiegają tematycznie od głównej kategorii

Przykład:

W wyniku weryfikacji Gemius wykazuje, że serwis informacyjny: zyrafa.pl zanotował ponad 20% odsłon 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% odsłon 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.*

Wydawca może odwołać się od tej decyzji, poprzez zgłoszenie pisemne do Gemius. Wówczas przystępujemy do weryfikacji. Analizujemy dane za poprzedni miesiąc oraz sprawdzamy aktualną budowę struktury strony. Jeśli wszystkie wymagania wskazane w punkcie powyżej są spełnione – serwis wraca do wcześniejszej kategorii, w której był umieszczony.

5.2. 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 i 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 i pochodzący z tego samego okresu zestaw danych, co Gemius; Gemius nie przekazuje Radzie Rynku informacji nt. liczby odsłon, 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.

5.3. 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 wpłynięcia zgłoszenia na adres: mediapanel@gemius.com poinformuje Wydawcę o najszybszym możliwym terminie weryfikacji, który nie wpłynie 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.

5.4. Kanały mediowe zbierające wielotematyczny ruch z danej domeny, który nie został zaliczony do innego zdefiniowanego kanału mediowego

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

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

Kontrola ta ma na celu zweryfikowania, 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% odsłon) węzła agregującego wielotematyczny ruch z danej domeny, to należy dokonać jego podziału według założeń:

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

Gemius nie ma obowiązku wydzielenia z domen audytowanych i nieaudytowanych serwisów tematycznych. Powodem nie wydzielenia serwisów może być:

- *brak technicznej możliwości wydzielenia "innych tematyk", tak aby nastąpiło zmniejszenie tych tematyk do poziomu poniżej 20%,*

- decyzja Wydawcy, aby domena prezentowana była jako jeden kanał mediowy
- inna istotna metodologicznie przyczyna.

Wówczas dany kanał mediowy pozostaje skategoryzowany w kategorii tematycznej „Wielotematyczne”.

5.5. Mechanizmy autopromocyjne

Za mechanizmy autopromocyjne stosowane przez Wydawców uznajemy odsłony powstałe:

- 1) z wykorzystaniem tzw. mechanizmu „swipe-back”, to jest funkcji przeglądarki zaprojektowanej do uruchomienia akcji powrotu użytkownika na poprzednio przeglądanej stronie, w taki sposób, iż wydawca w miejsce klasycznie wykorzystywanej funkcji wprowadził mechanizm przenoszący użytkownika na wybraną przez siebie stronę lub strony,
- 2) przez takie wymuszone działanie serwisu, aby w trakcie korzystania z niego przez użytkownika, po wykonaniu akcji w postaci aktywacji linku mającego w zamierzeniu przenieść go do innej treści, wymuszane jest takie działanie serwisu, w którym użytkownik zamiast przejść na oczekiwaną treść, jest przenoszony na stronę (lub strony) pośredniczącą, na której wyświetlona jest część pożądaną przez użytkownika treści, a dostęp do jej pełnej wersji/treści następuje dopiero po ponownym kliknięciu,
- 3) przez takie oprogramowanie serwisu, że po wykonaniu akcji użytkownika polegającej na wylogowaniu się z usługi wydawcy (wymagającej uprzedniego zalogowania) został on przeniesiony na inną stronę niż strona logowania, z której użytkownik zalogował się do takiej usługi,
- 4) przez przekierowanie użytkownika na nowy serwis w trakcie nawigacji przez galerię albo po wyświetleniu ostatniego slajdu z wyjątkiem powrotu do miejsca, z którego użytkownik rozpoczął nawigację przez galerię,
- 5) przez takie oprogramowanie serwisu, że po dotarciu na koniec strony z treścią lub usługą użytkownik zostaje przekierowany na nową stronę (adres url).

W przypadku stosowania mechanizmów z powyższej listy, Wydawca jest zobowiązany do oznaczania odsłon będących bezpośrednim wynikiem zastosowania takiego mechanizmu specjalnym parametrem „**mp=promo**” umieszczonym w części adresu URL występującym po znaku „#” lub “?”. Z uwagi na zakres przetwarzania długości adresów URL przez mechanizmy Gemius, cały parametr musi mieścić się w limicie 499 znaków adresu URL.

np. url.pl#mp=promo lub url.pl?abc=xyz&mp=promo

Wydawca jest też zobowiązany do poinformowania Gemius o stosowaniu takiego mechanizmu mailowo na adres mediapanel@gemius.com.

Odsłony oznaczone w ten sposób będą w wynikach badania kierować do oddzielnego serwisu wyodrębnionego w ramach danej domeny z dopisanym w nazwie określeniem „autopromocja” np. „domena.pl – autopromocja”. Tak wydzielone serwisy nie będą przypisywane do żadnej kategorii tematycznej ani funkcjonalnej.

Jeśli Gemius stwierdzi, że dany Wydawca stosuje mechanizmy autopromocyjne bez odpowiedniego oznaczenia, to zastosuje poniższe zasady:

- a) Serwis lub domena z którego powinien być wydzielony ruch zostanie oznaczony w nazwie jako węzeł "domena.pl - autopromocja" i nie będzie przypisywany do żadnej kategorii tematycznej ani funkcjonalnej. Sklasyfikowany w ten sposób będzie do czasu, gdy możliwe będzie oddzielenie, na podstawie adresu URL, części autopromocyjnej ruchu od pozostałej części ruchu.
- b) W sytuacji, gdy mechanizmy autopromocyjne zastosowane są jedynie w części danej domeny (np. tylko na stronie głównej), możliwe jest wydzielenie tej sekcji, aby tylko w niej oznaczyć ruch autopromocyjny.
- c) Serwis lub domena nie zostaną uwzględnione w rankingu tematycznym i funkcjonalnym udostępnianym mediom, a ranking zostanie opatrzony notatką: *"brak serwisu domena.pl w rankingu, spowodowany jest niedotrzymaniem przez wydawcę zasad oznaczania ruchu autopromocyjnego"*.

Zasady działania Gemius:

- 1) Gemius codziennie monitoruje użycie przez wydawców parametru „mp=promo” na nowych domenach. Po stwierdzeniu umieszczenia parametru w adresie URL, Gemius skontaktuje się z wydawcą (w celu wykluczenia testów) i wydzieli węzeł autopromocyjny w ciągu 3 dni roboczych.
- 2) Po stwierdzeniu stosowania praktyk autopromocyjnych, które nie zostały oznaczone, zostanie wysłana informacja do wydawcy z prośbą o dodanie do adresu URL parametru „mp=promo”. Niezastosowanie się do zasad będzie skutkowało wprowadzeniem zmian, o których mowa w punktach a – c w terminie 5 dni roboczych od momentu wysłania informacji mailowej do wydawcy przez mediapanel@gemius.com.
- 3) W przypadku usunięcia autopromocji przez wydawcę w ciągu 5 dni od wysłania informacji – węzeł autopromocyjny nie zostanie wydzielony.

5.6. 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% odsłon zweryfikowanej treści w miesiącu, to należy wydzielić oprócz określonych tematyk 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% odsłon z innej tematyki.

Przykład:

Weryfikacja wykazuje, że serwis informacyjny *zyrafa.pl* zanotował 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 *informacje 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.

5.1. Weryfikacja Poprawności Odseton na Stronach Głównych

Odsetony Stron Głównych klasyfikowane są na podstawie Adresu URL.

Akceptowane URLe:

- URL adresu domenowego strony głównej np.: *gazeta.pl/0,0.html*; *onet.pl*; *interia.pl*; *wp.pl*;
- sparametryzowane URLe Adresu Domenowego, wskazujące Spersonalizowaną Stronę Główną, zawierające Zbiór akceptowalnych Parametrów Analitycznych i/lub Parametrów Personalizacyjnych rozpoznanych przez Gemius lub wskazane przez Wydawcę i zweryfikowane przez Gemius przed wdrożeniem do Badania oraz weryfikowane po wdrożeniu w określonych sytuacjach.

Weryfikacji podlegają Strony Główne Serwisów należące do Kategorii Funkcjonalnej: Informacja i pozostałe według poniższych zasad:

- odsetony na URLach Adresów Domenowych nie podlegają weryfikacji;
- sparametryzowane URLe Adresów Domenowych podlegają regularnej weryfikacji na podstawie raportu z unikalnymi parametrami. Weryfikacji dokonuje Gemius z własnej inicjatywy lub na wniosek Odbiorcy Badania;
- ruch zgodny z definicją Strony głównej klasyfikowany jest do węzła „Strona główna” w ramach danej domeny, zaś ruch niezgodny z definicją Strony Głównej klasyfikowany jest:
 - do odpowiedniego węzła z wydzieloną autopromocją na podstawie parametru „**mp=promo**” w URL, np. „X – autopromocja”,
 - do odpowiedniego węzła zbierającego pozostały ruch, nazwanego „wielotematyczne” lub „pozostałe” w ramach danej domeny.

6. Tryb zmian dokumentu

6.1. 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 newsletteru nie później niż na 5 dni roboczych przed planowaną zmianą.

6.2. Ostatnie zmiany.

Rozdział	Zmieniany dotychczasowy zapis	Aktualny zapis
5.1.3 Weryfikacja szczegółowa		Dodano uszczegółowienie zapisu nt. odwołania od decyzji
4.3 Usługi	Usługi telekomunikacyjne i operatorzy usług telewizyjnych	Usługi telekomunikacyjne i operatorzy usług RTV
5.1.1 Ogólne zasady weryfikacji		Dodano nowy zapis o wsparciu weryfikacji kategorii poprzez narzędzia AI
5.5 Mechanizmy autopromocyjne		Doprecyzowano zasady wydzielania węzłów autopromocyjnych oraz dodano zasady działania Gemius.
5.5 Mechanizmy autopromocyjne		Został dodany nowy rozdział opisujący mechanizmy autopromocyjne.
6.2.1 Usługi finansowe i prawne	6.2.1 Usługi finansowe W kategorii znajdują się węzły: <ul style="list-style-type: none">• 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)	6.2.1 Usługi finansowe i prawne W kategorii znajdują się węzły: <ul style="list-style-type: none">• firm ubezpieczeniowych, księgowych, audytorskich, witryny systemów kart płatniczych, banków, kancelarii prawnych• zawierające informacje na temat banku oraz/lub umożliwiające dokonanie przelewu przez Internet, produktów bankowych (kredyty, depozyty, wymiana walut)
5.1 Procedura cyklicznej weryfikacji poprawności kategoryzacji tematycznej i funkcjonalnej stron internetowych		Została dodana nowa procedura weryfikacji poprawności kategoryzacji tematycznej i funkcjonalnej stron internetowych. Obejmuje weryfikację ogólną i szczegółową.

Wszystkie zmiany publikowane od 01.02.2022 dostępne są [TUTAJ](#).