



MEDIAN SK



Mediálne
prieskumy



MML-TGI



Softvér



Ad-hoc
prieskumy



Vývoj
technológií

TLAČOVÁ SPRÁVA MML Omnibus

Najobjektívnejšie televízne spravodajstvo

III. kvartál 2016

8. 11. 2016

PRIESKUM TRHU, MÉDIÍ A VEREJNEJ MIENKY, VÝVOJ SOFTVÉROV

Kremnická 6, Petržalka - Dvory, 851 01 Bratislava V

tel.: 02 / 5443 5539, fax: 02 / 5464 8064

e-mail: median@median.sk

www.median.sk

OFICIÁLNY PARTNER:

KANTAR MEDIA GROUP PRE SLOVENSKO

METODOLÓGIA ZBERU A SPRACOVANIA DÁT

Realizátor: MEDIAN SK, s.r.o.
Prieskum trhu, médií a verejnej mienky, vývoj softvérov

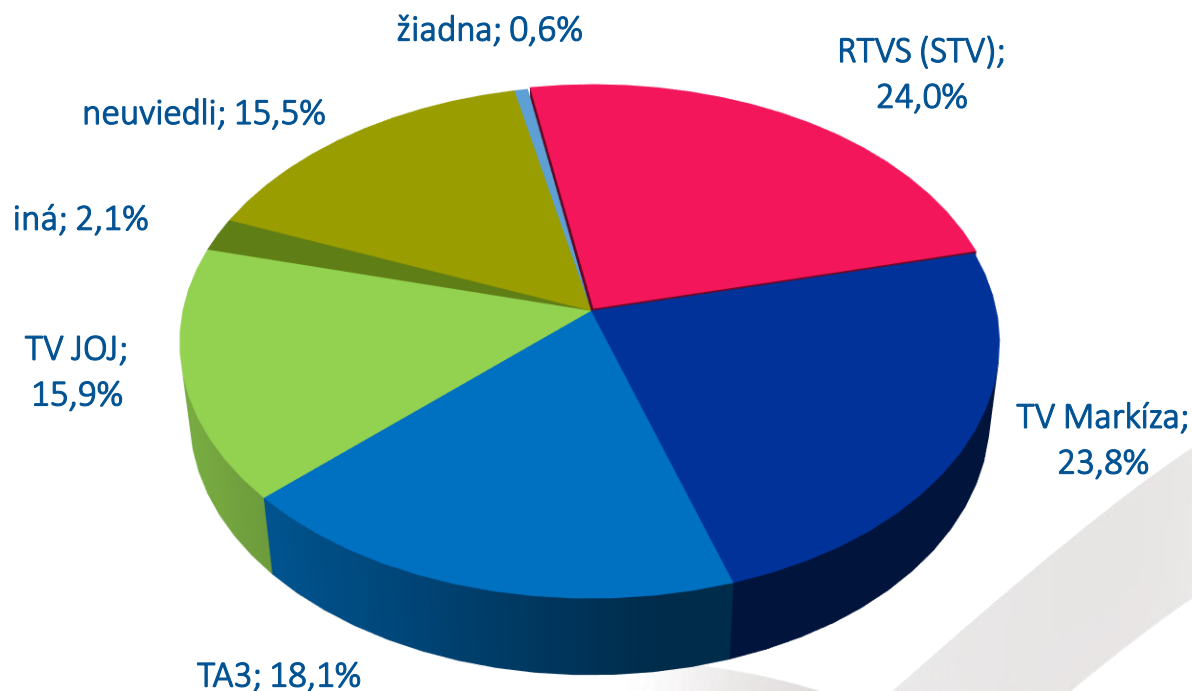
Terénny zber dát prebiehal v termíne júl až september 2016 kvótnym výberom. Respondenti tvoria reprezentatívnu vzorku populácie SR podľa údajov ŠÚ SR.

Prieskumu verejnej mienky zameraného na spravodajstvo v slovenských televíziách sa zúčastnilo 2.081 respondentov vo veku 14 až 79 rokov.

Metodológia zberu: osobné rozhovory (metóda „face-to-face“, tzv. „PAPI“) /cca 70% vzorky/ a samostatné vyplnenie webdotazníka respondentom (metóda „self-complete CAWI“, respondenti zaradení do prieskumu na základe regrutácie osobným rozhovorom, telefonicky príp. naregrútovaním z iných prieskumov) /cca 30% vzorky/.

TELEVÍZNE SPRAVODAJSTVO

V období júl až september 2016 odpovedali respondenti na otázku „Ktorá televízia má podľa Vás najobjektívnejšie spravodajstvo?“ nasledovne: 24,0% uviedlo verejnoprávnu RTVS (STV). 23,8% sa prikláňa k TV Markíza. Spravodajskú TA3 uviedlo 18,1% a TV JOJ spomenulo 15,9% respondentov. Inú televíziu uviedlo 2,1% opýtaných. Respondenti mohli určiť len jednu televíziu, pričom 15,5% respondentov sa k otázke nevyjadrilo.



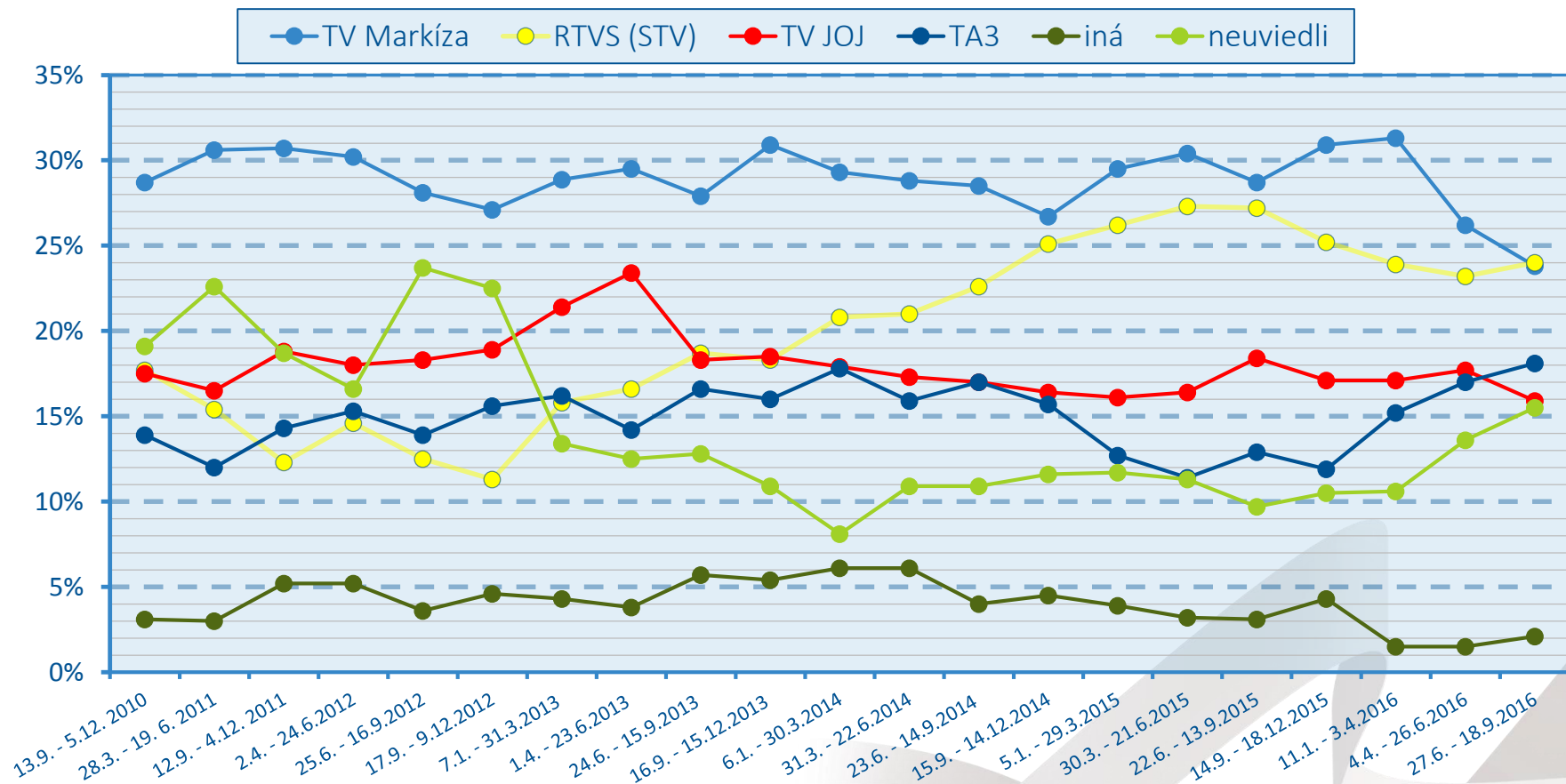
TELEVÍZNE SPRAVODAJSTVO

Výsledky odpovedí na otázku „Ktorá televízia má podľa Vás najobjektívnejšie spravodajstvo“

Obdobie	TV Markíza	RTVS (STV)	TV JOJ	TA3	iná	neuviedli
25.6. - 16.9.2012	28,1%	12,5%	18,3%	13,9%	3,6%	23,7%
17.9. - 9.12.2012	27,1%	11,3%	18,9%	15,6%	4,6%	22,5%
7.1. - 31.3.2013	28,9%	15,8%	21,4%	16,2%	4,3%	13,4%
1.4. - 23.6.2013	29,5%	16,6%	23,4%	14,2%	3,8%	12,5%
24.6. - 15.9.2013	27,9%	18,7%	18,3%	16,6%	5,7%	12,8%
16.9. - 15.12.2013	30,9%	18,3%	18,5%	16,0%	5,4%	10,9%
6.1. - 30.3.2014	29,3%	20,8%	17,9%	17,8%	6,1%	8,1%
31.3. - 22.6.2014	28,8%	21,0%	17,3%	15,9%	6,1%	10,9%
23.6. - 14.9.2014	28,5%	22,6%	17,0%	17,0%	4,0%	10,9%
15.9. - 14.12.2014	26,7%	25,1%	16,4%	15,7%	4,5%	11,6%
5.1. - 29.3.2015	29,5%	26,2%	16,1%	12,7%	3,9%	11,7%
30.3. - 21.6.2015	30,4%	27,3%	16,4%	11,4%	3,2%	11,3%
22.6. - 13.9.2015	28,7%	27,2%	18,4%	12,9%	3,1%	9,7%
14.9. - 18.12.2015	30,9%	25,2%	17,1%	11,9%	3,1%	9,7%
11.1. - 3.4.2016	31,3%	23,9%	17,1%	15,2%	1,5%	10,6%
4.4. - 26.6.2016	26,2%	23,2%	17,7%	17,0%	1,5%	13,6%
27.6. - 18.9.2016	23,8%	24,0%	15,9%	18,1%	2,1%	15,5%

TELEVÍZNE SPRAVODAJSTVO

Vývoj najobjektívnejšieho spravodajstva televízií
v rokoch 2010 až 2016



KOMENTÁR

V porovnaní s predchádzajúcimi výstupmi, zverejnenými pred troma mesiacmi, nie sú rozdiely štatisticky významné. Prvýkrát za dobu sledovania bolo ako najobjektívnejšie spravodajstvo najčastejšie označované spravodajstvo Slovenskej televízie. Avšak rozdiel medzi STV a TV Markíza je zanedbateľný. Vývoj TV Markíza zatiaľ nie je možné hodnotiť ako trend, je v rámci štatistickej odchýlky. O tom, či ide o vývoj alebo o náhodný pohyb, viac napovedia ďalšie výsledky.

MAKETA OTÁZKY Z DOTAZNÍKA

V tejto podobe bola otázka zobrazená v dotazníku. Anketár mohol zaznačiť iba jednu odpoveď
- teda jednu televíziu, ktorú respondent označil ako televíziu
s najobjektívnejším spravodajstvom.

W01.	Ktorá televízia má podľa Vás najobjektívnejšie spravodajstvo?	RTVS (STV)	☐ 1
		TA3	☐ 2
		TV JOJ	☐ 3
		TV Markíza	☐ 4
		iná, ktorá (ANK.: Vypíšte):	☐ 5
		(ANK.: Neponúkajte!) neviem	☐ 6

MEDIAN SK je slovenská nezávislá súkromná spoločnosť pre prieskum trhu, médií, verejnej mienky a pre vývoj analytických a marketingových softvérov, založená v roku 2002. S ňou úzko spolupracujúca česká spoločnosť MEDIAN pôsobí na slovenskom trhu od roku 1993. MEDIAN SK realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov.

Garancia kvality - členstvo a spolupráca:

E.S.O.M.A.R. (Európske združenie prieskumných spoločností)

KMR Group (Kantar Media Research Group)

Intersearch Network

American Marketing Association

Median s.r.o., Česká republika

Hodnoty v grafe sú uvádzané v desatinných číslach.

Hodnoty v texte sú zaokrúhľované podľa matematických pravidiel na jednu desatinu %, prípadne na celé tisíce.

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.

Ako prameň je potrebné použiť toto označenie:

MML Omnibus, 2016/III, MEDIAN SK

Termín zverejnenia tlačovej správy: 8. 11. 2016