

Deklarované mediální chování před a v pandemii

srovnání dat MML-TGI 2019 a 2021

23.05.2022



MEDIAN SK

MML-TGI

MEDIAN

Britská licencia (od 1996)

Kantar Media Group – TGI (Target Group Index)

Market & Media & Lifestyle

MML-TGI Česká republika

Market & Media & Lifestyle

MML-TGI Slovenská republika

Realizované v ďalších **70 krajinách na svete**



Metodika

Cieľová skupina

Česká republika

vek 12 - 79 rokov

15 000 respondentov ročne

Slovensko

vek 14 - 79 rokov

8 000 respondentov ročne

Zber dát

celoročne
kontinuálne

Metóda dopytovania

- Pre výskum je oslovený vždy len jeden člen domácnosti
- Kvótny predpis výberu respondentu
- Osobný rozhovor v kombinácii so samostatným vyplnením dotazníka (on-line alebo papierový dotazník)



změny v mediálním chování v době covidové

- poslední předcovidový rok 2019
- porovnání k poslednímu roku 2021, stále ještě „ne zcela normálnímu“
- porovnání podle deklarovaných časů a odhadnutých počtů vydání (ne podle jednotlivých značek) = subjektivní vnímání změny v mediálním chování
- lifestylevé výroky

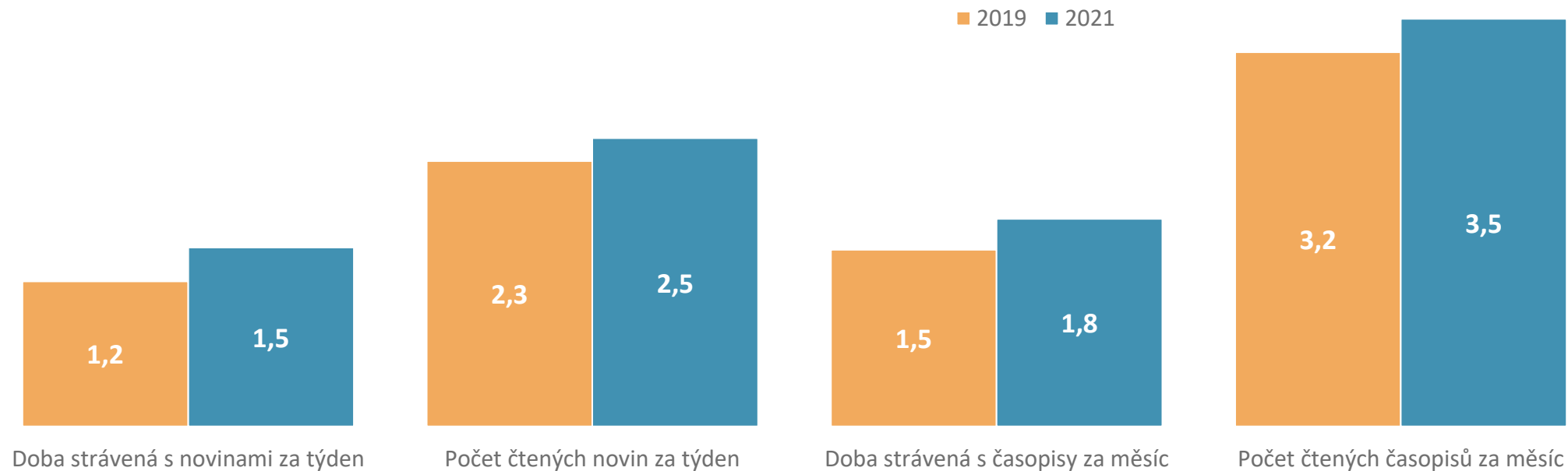
mediální chování



MEDIAN SK

tisk – noviny a časopisy

Pro zajímavost: v ČR četba novin a časopisů spíše klesá



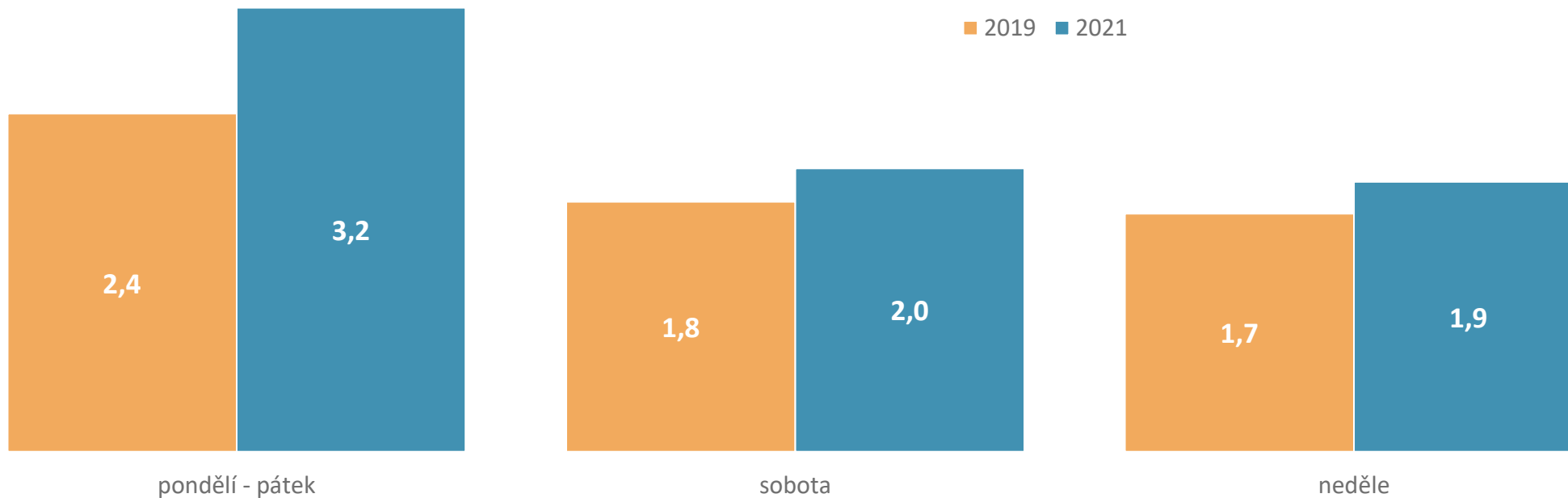
1. NOVINY Kolik hodin (průměrně) TÝDNĚ strávíte čtením novin?

1. ČASOPISY Kolik hodin (průměrně) MĚSÍČNĚ strávíte čtením časopisů?

2. NOVINY Kolik různých vydání jakýchkoli NOVIN jste četl(a) nebo prolistoval(a) v posl. 7 dnech?

2. ČASOPISY Kolik různých vydání jakýchkoli ČASOPISŮ jste četl(a) nebo prolistoval(a) v posl. 4 týdnech?

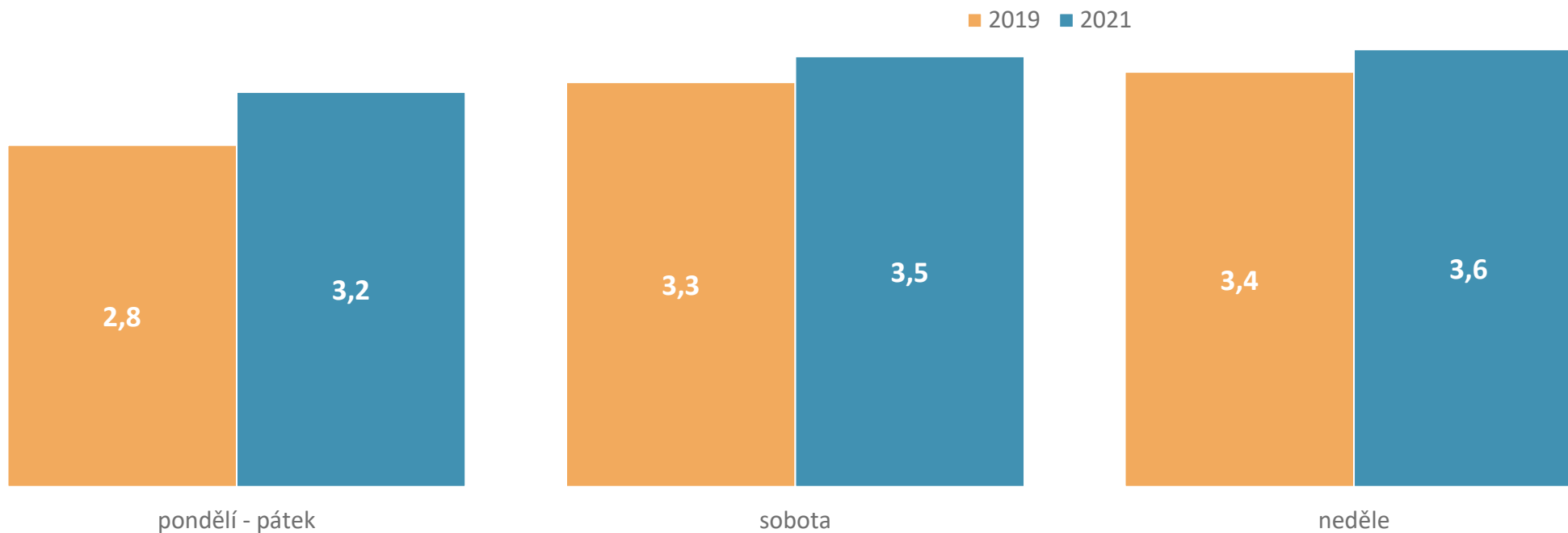
rádio – deklarovaná délka poslechu průměrně za den



1. POSLOUCHÁNÍ RÁDIA Kolik hodin (průměrně) DENNĚ strávíte posloucháním rádia - pondělí - pátek?
2. POSLOUCHÁNÍ RÁDIA Kolik hodin (průměrně) DENNĚ strávíte posloucháním rádia - sobota?
3. POSLOUCHÁNÍ RÁDIA Kolik hodin (průměrně) DENNĚ strávíte posloucháním rádia - neděle?

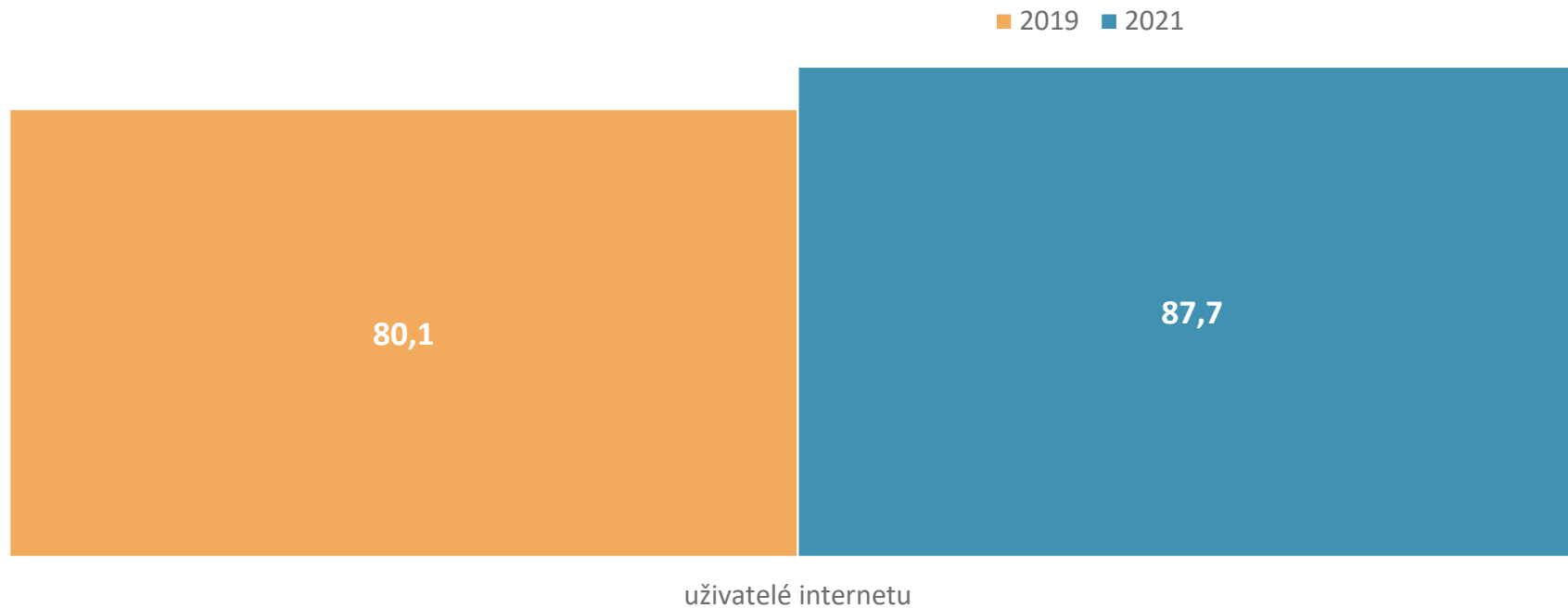
televize – deklarovaná délka sledování průměrně za den

Pro zajímavost: v roce 2019 byl součet rádia a televize stejný ve všední i víkendové dny.

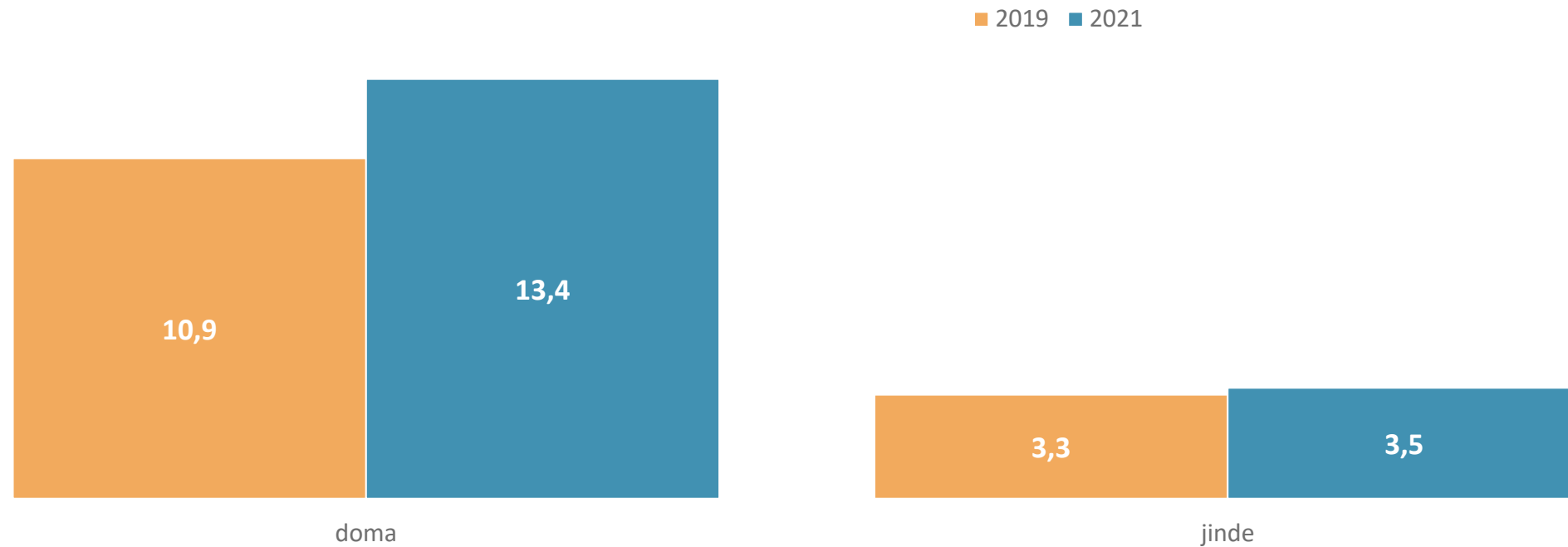


1. SLEDOVÁNÍ TELEVIZE Kolik hodin (průměrně) DENNĚ strávíte sledováním televize - pondělí - pátek?
2. SLEDOVÁNÍ TELEVIZE Kolik hodin (průměrně) DENNĚ strávíte sledováním televize - sobota?
3. SLEDOVÁNÍ TELEVIZE Kolik hodin (průměrně) DENNĚ strávíte sledováním televize - neděle?

uživatelé internetu



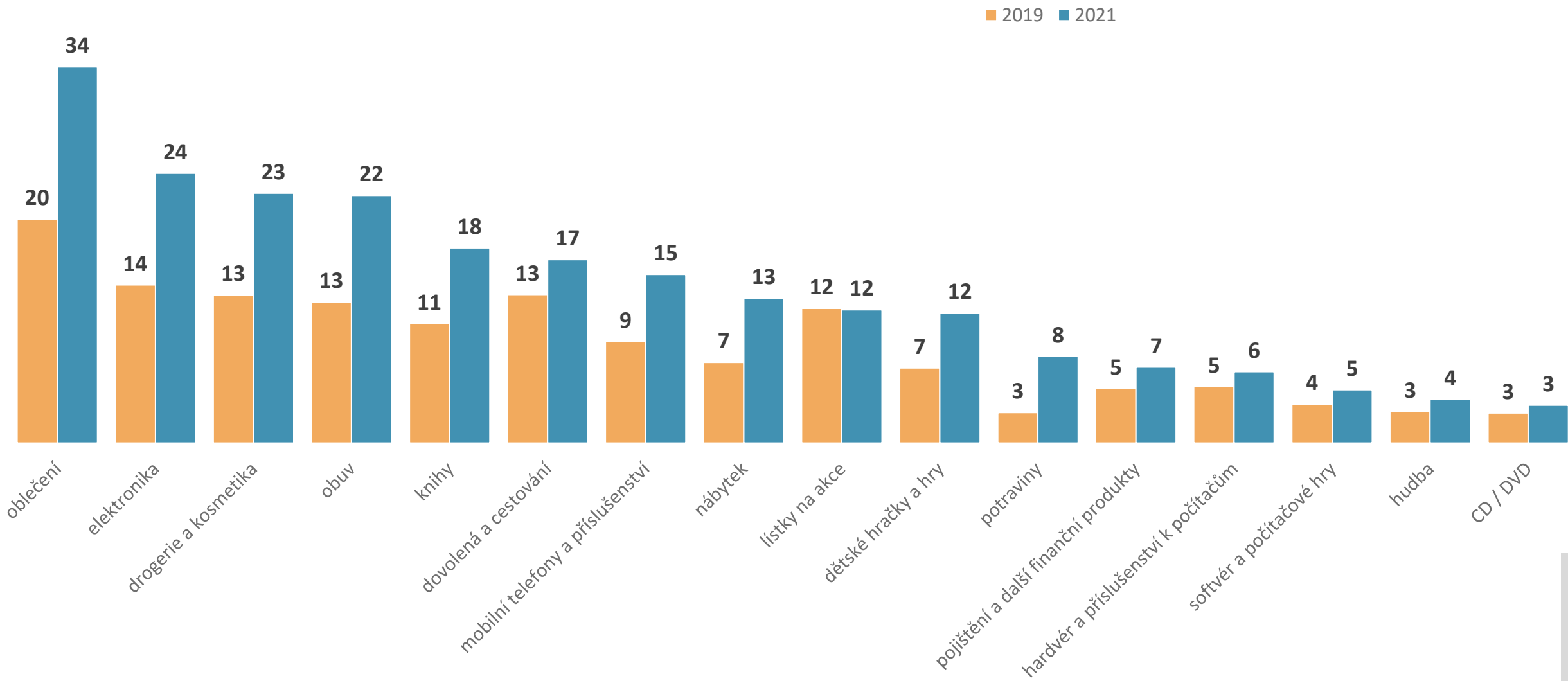
doba strávená na internetu



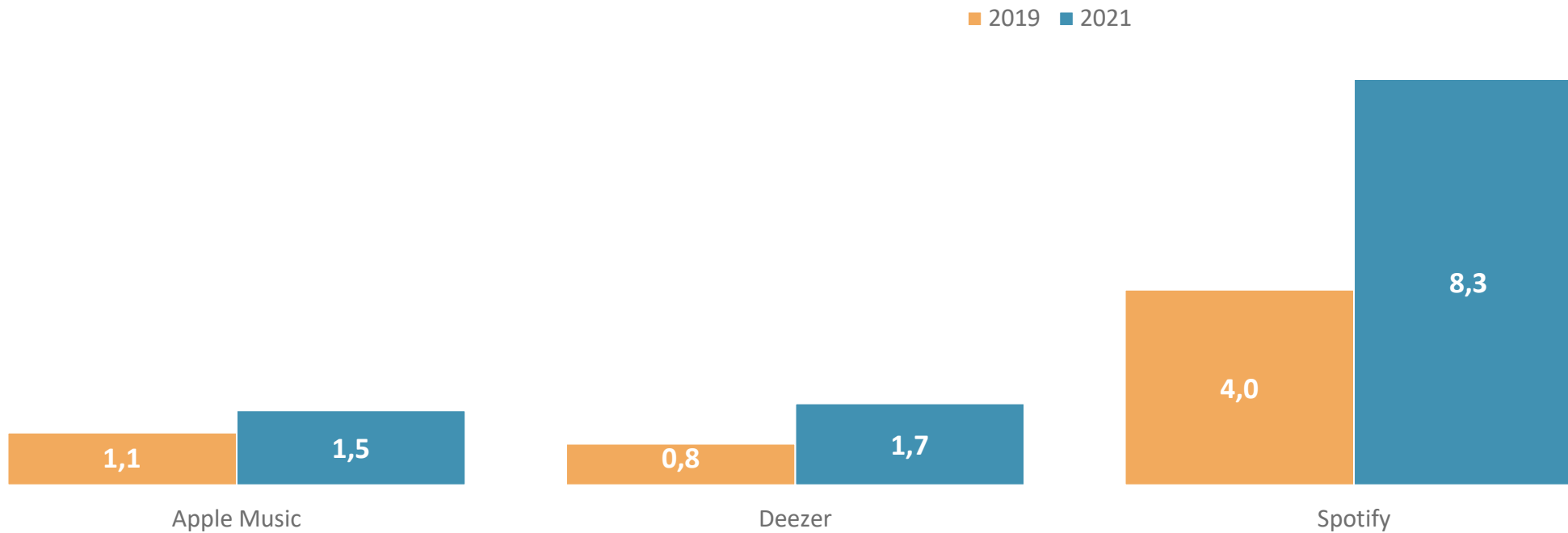
6a. Kolik hodin jste strávil(a) Vy osobně využíváním Internetu doma posl. týden?

6b. Kolik hodin jste strávil(a) Vy osobně využíváním Internetu jinde posl. týden?

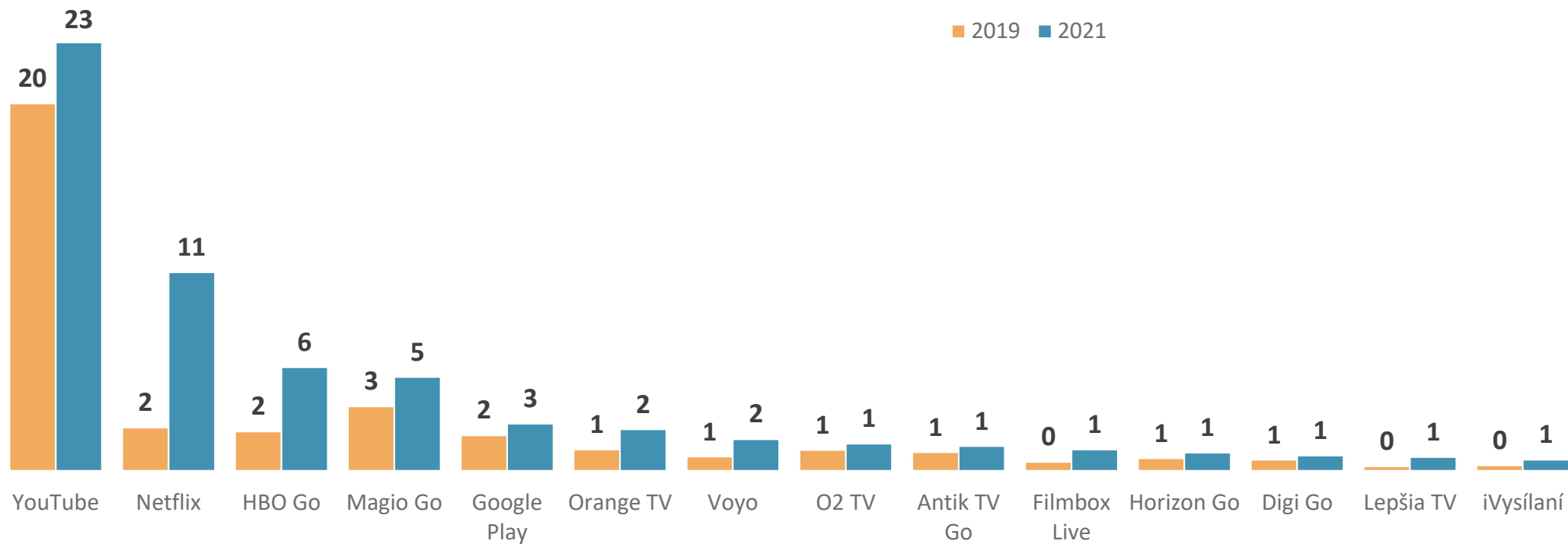
nakupování na internetu



audiotéka



videotéka

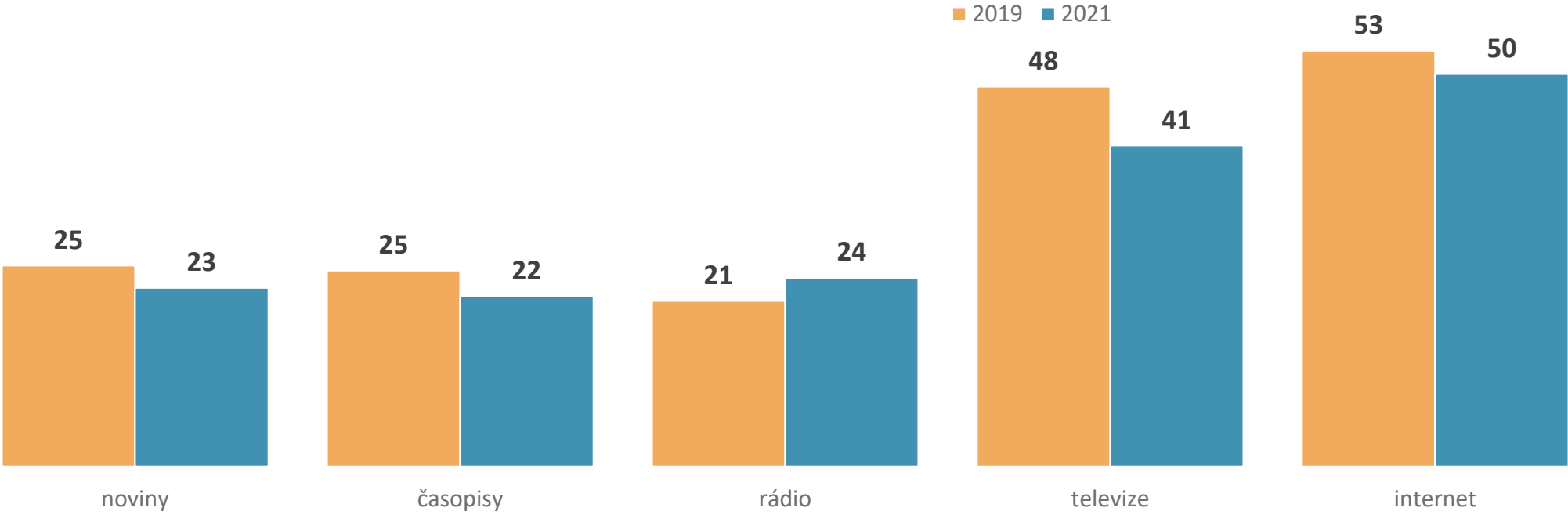


názory a postoje k médiám

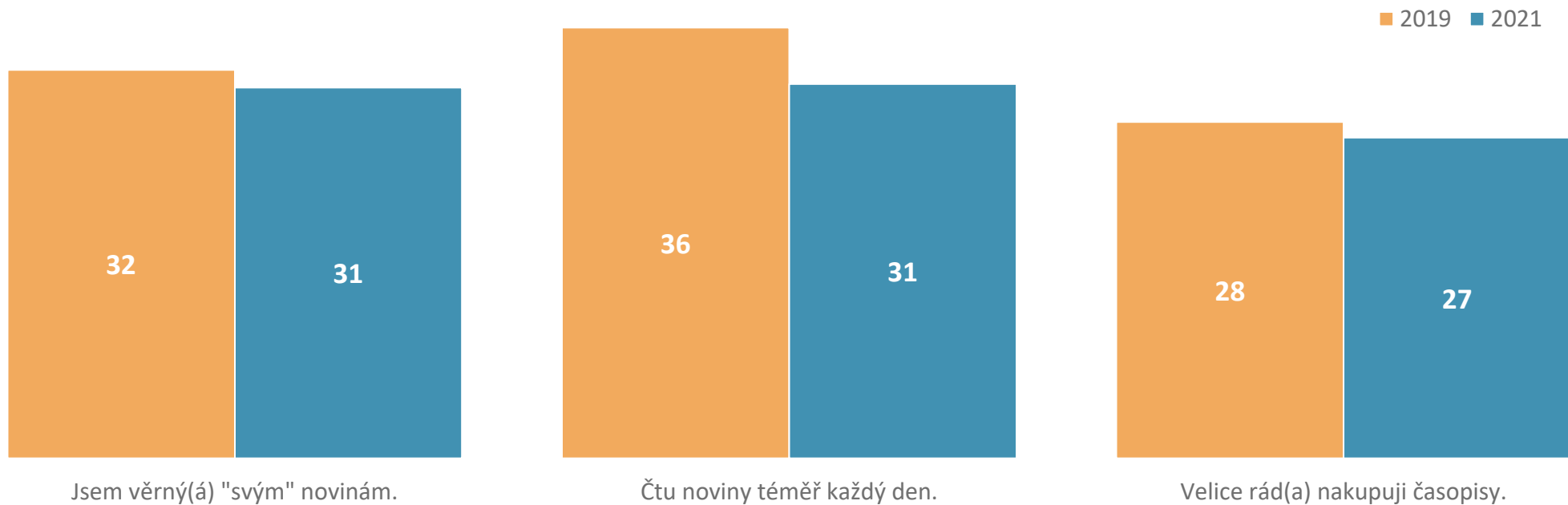


MEDIAN SK

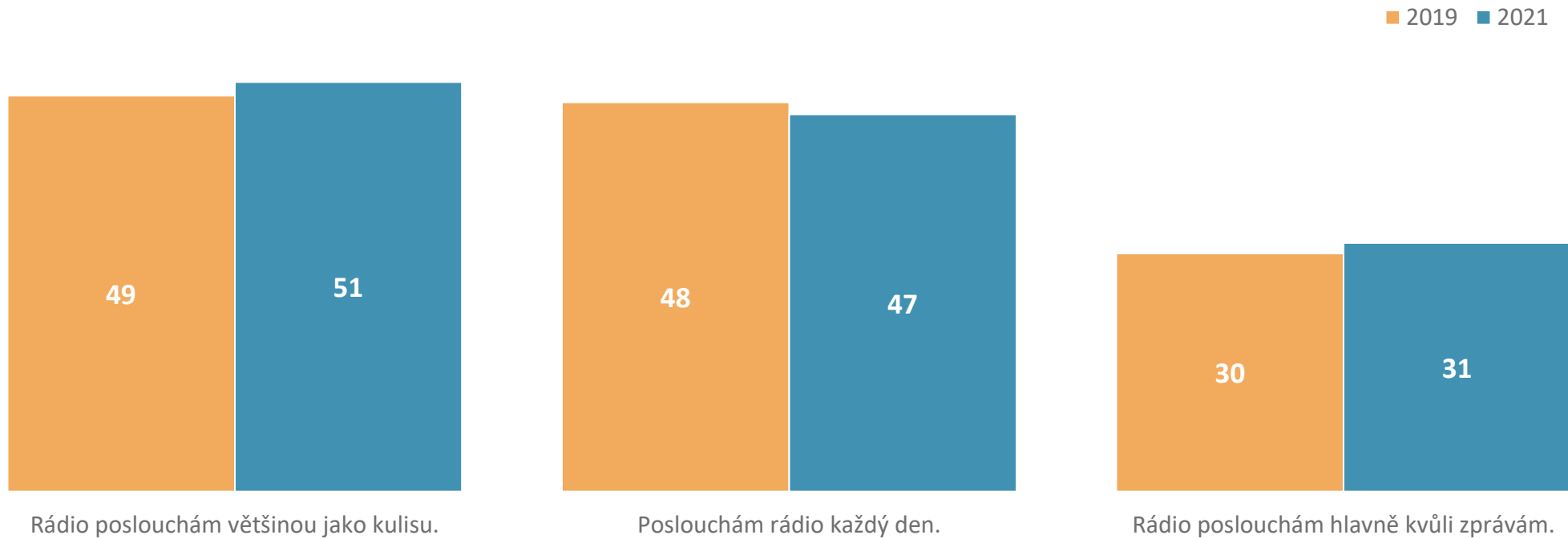
hlavní zdroj informací



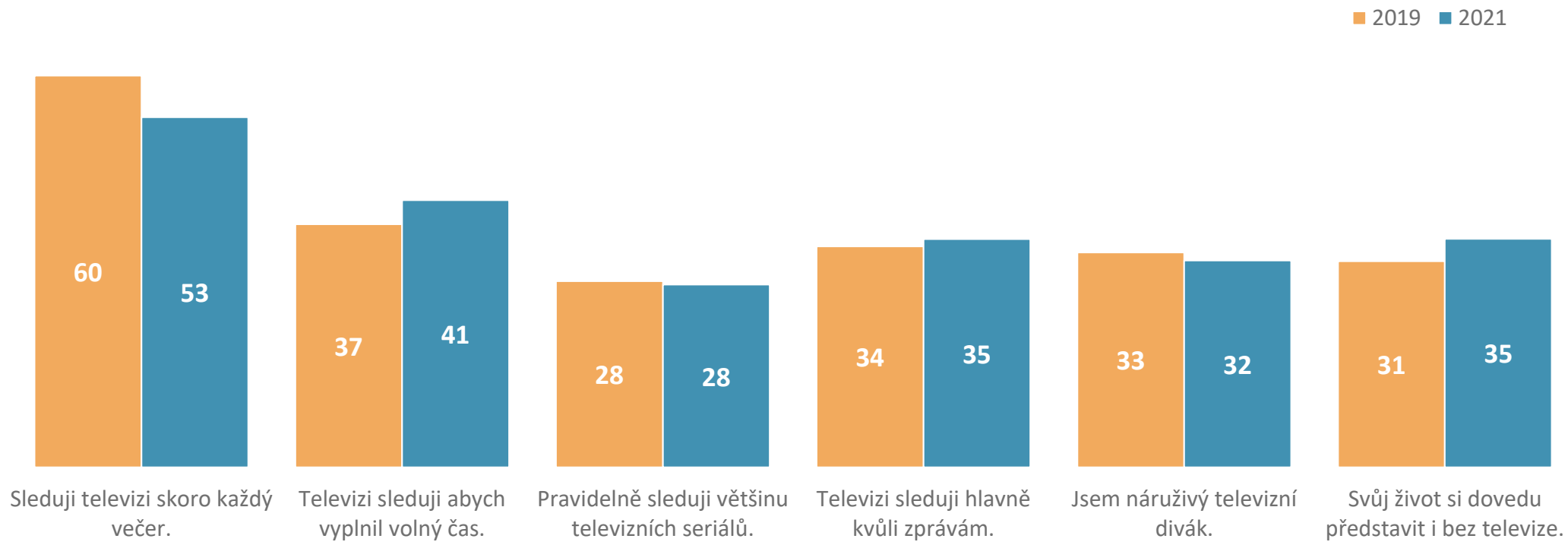
noviny a časopisy



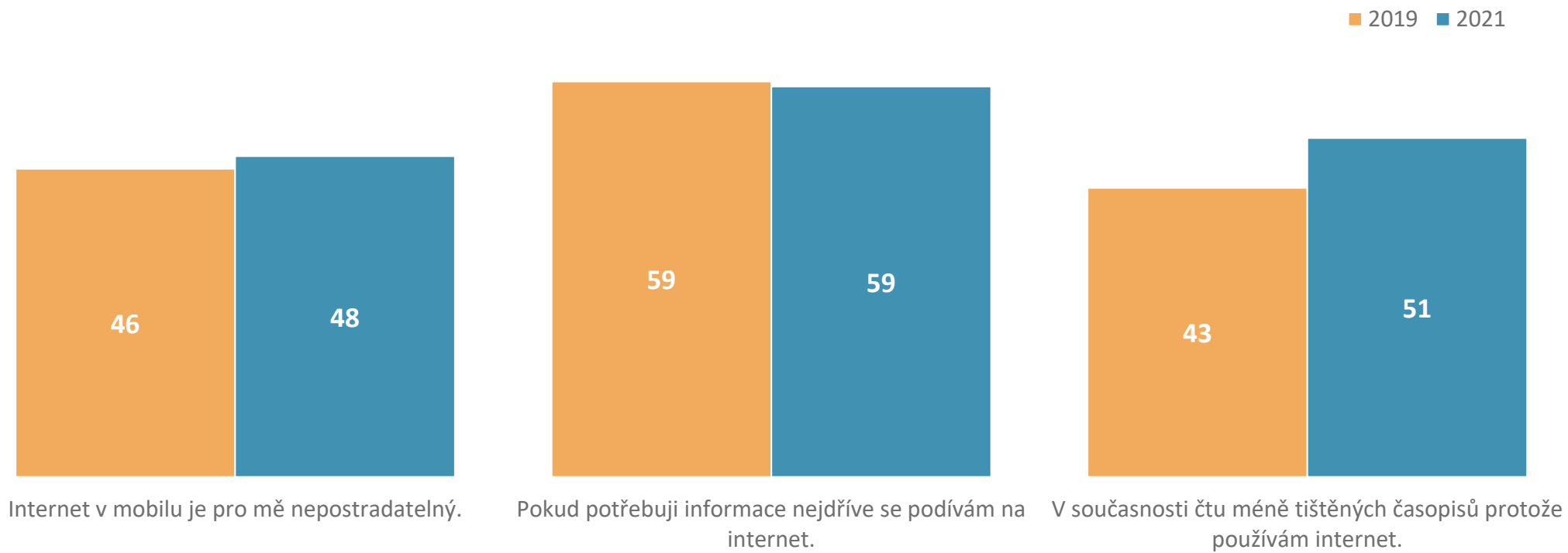
rádio



televize



internet



M E D I A N S K

MEDIAN SK, s.r.o. 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 českom trhu od roku 1993. MEDIAN SK, s.r.o. realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov.

MEDIAN SK, s.r.o. je členom odborných združení:

ESOMAR

TGI Network

American Marketing Association

kontakt

Hodnoty v grafoch sú uvádzané v celých číslach.

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

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.

MEDIAN SK, s.r.o.
Kremnická 6
851 01 Bratislava V
www.median.sk

Vladimír Kožíšek
+420 605 222 689
vladimir.kozisek@median.cz