

Tyrimo metodologija

Visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimų bendrovė „Spinter tyrimai“ 2015 metų gegužės 15-25 dienomis atliko reprezentatyvų Lietuvos gyventojų tyrimą.

❑ Tyrimo tikslas

Išsiaiškinti LRT ir kitų žiniasklaidos grupių vertinimą.

❑ Tyrimo metodas

Apklausa – standartizuotas betarpiškas interviu, naudojant standartizuotą su Užsakovu suderintą klausimyną. Standartizuotą interviu atlieka profesionalus apklausėjas. Jis veda pokalbį su respondentu pagal parengtus klausimus, atsakymus fiksuodamas klausimyne.

❑ Tyrimo lokacija

Visa šalies teritorija. Iš viso 65 atrankiniai taškai, išdėstyti taip, kad reprezentuotų visus šalies regionus.

❑ Tikslinė grupė

Šalies gyventojai nuo 18 iki 75 metų amžiaus.

❑ Tyrimo imtis

Tyrimo metu buvo apklausti 1009 respondentai.

❑ Atranka

Tyrimo metu naudotas daugiapakopės stratifikuotos tikimybinės atrankos metodas. Šis atrankos metodas užtikrina duomenų reprezentatyvumą, t. y. kiekvienas šalies namų ūkis turi vienodas galimybes būti apklaustu ir atrankinė visuma pagal tikslinius kriterijus atitinka generalinę visumą. Tyrimo rezultatai reprezentuoja šalies gyventojų nuo 18 iki 75 metų nuomones ir vertinimus.

❑ Duomenų analizė

Duomenų analizė buvo atliekama, naudojant SPSS/PC programinę įrangą.

Ataskaitoje pateikiami bendrieji atsakymų pasiskirstymai (procentai), ir pasiskirstymai pagal socialines-demografines charakteristikas (Žr. Priedus).

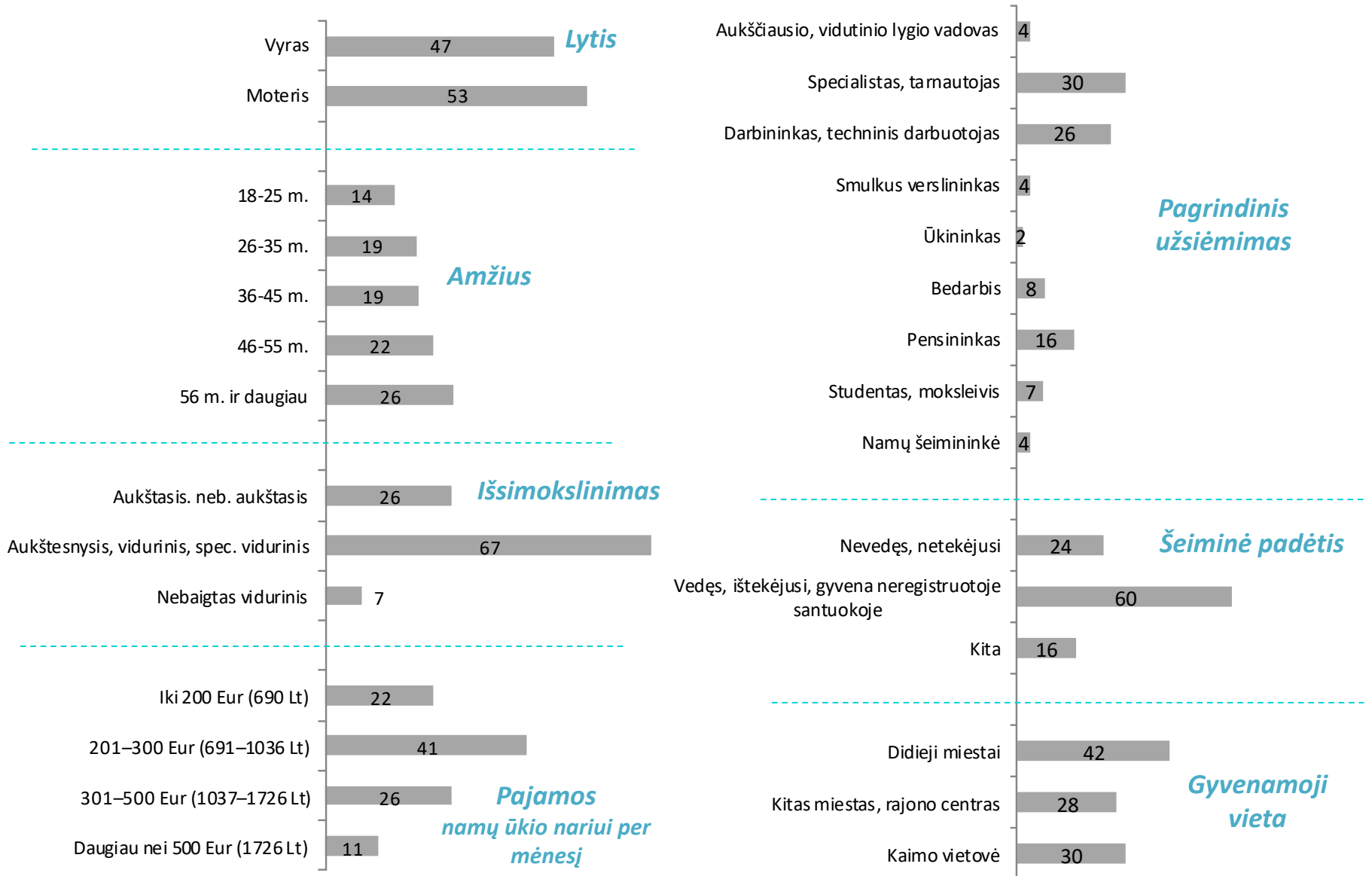
Statistinė paklaida

Atrankiniuose kiekybiniuose tyrimuose visada išlieka statistinės paklaidos tikimybė, į kurią būtina atsižvelgti interpretuojant duomenis. Pvz.: jeigu apklausus 1009 respondentus gavome, jog 41,5 proc. apklaustųjų LRT veiklą vertina teigiamai, tai yra 95 proc. tikimybė, kad tikroji reikšmė yra tarp 38,4 ir 44,6 proc.

Įverčio tikslumas mažėja, mažėjant analizuojamų atsakymų skaičiui. Toliau pateikiama lentelė padedanti įvertinti statistinę paklaidą.

	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	3	5	10	15	20	25	30	40	50	
	97	95	90	85	80	75	70	60	50	
N										
100	3.4	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.8	10	
200	2.4	3.1	4.2	5.0	5.7	6.1	6.5	6.9	7.1	
300	2.0	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.7	5.8	
400	1.7	2.2	3.0	3.6	4.1	4.3	4.6	4.9	5.0	
500	1.5	1.9	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.4	4.5	
600	1.4	1.7	2.4	2.9	3.2	3.5	3.7	3.9	4.0	
750	1.2	1.6	2.2	2.6	2.9	3.2	3.3	3.6	3.7	
1000	1.1	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.1	3.1	
2000	0.7	1.0	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2	

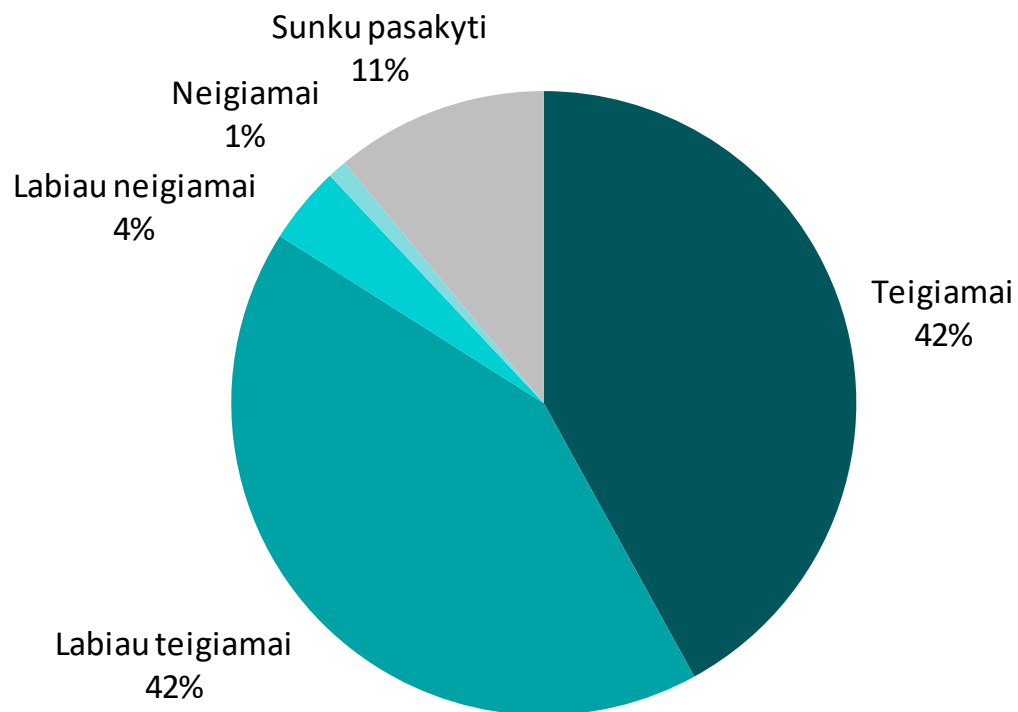
Respondentų socialinės-demografinės charakteristikos (%)



LRT, kaip žiniasklaidos priemonės, veiklos vertinimas (%)

Kaip Jūs vertinate Lietuvos radijo ir televizijos (LRT), kaip žiniasklaidos priemonės, veiklą apskritai?

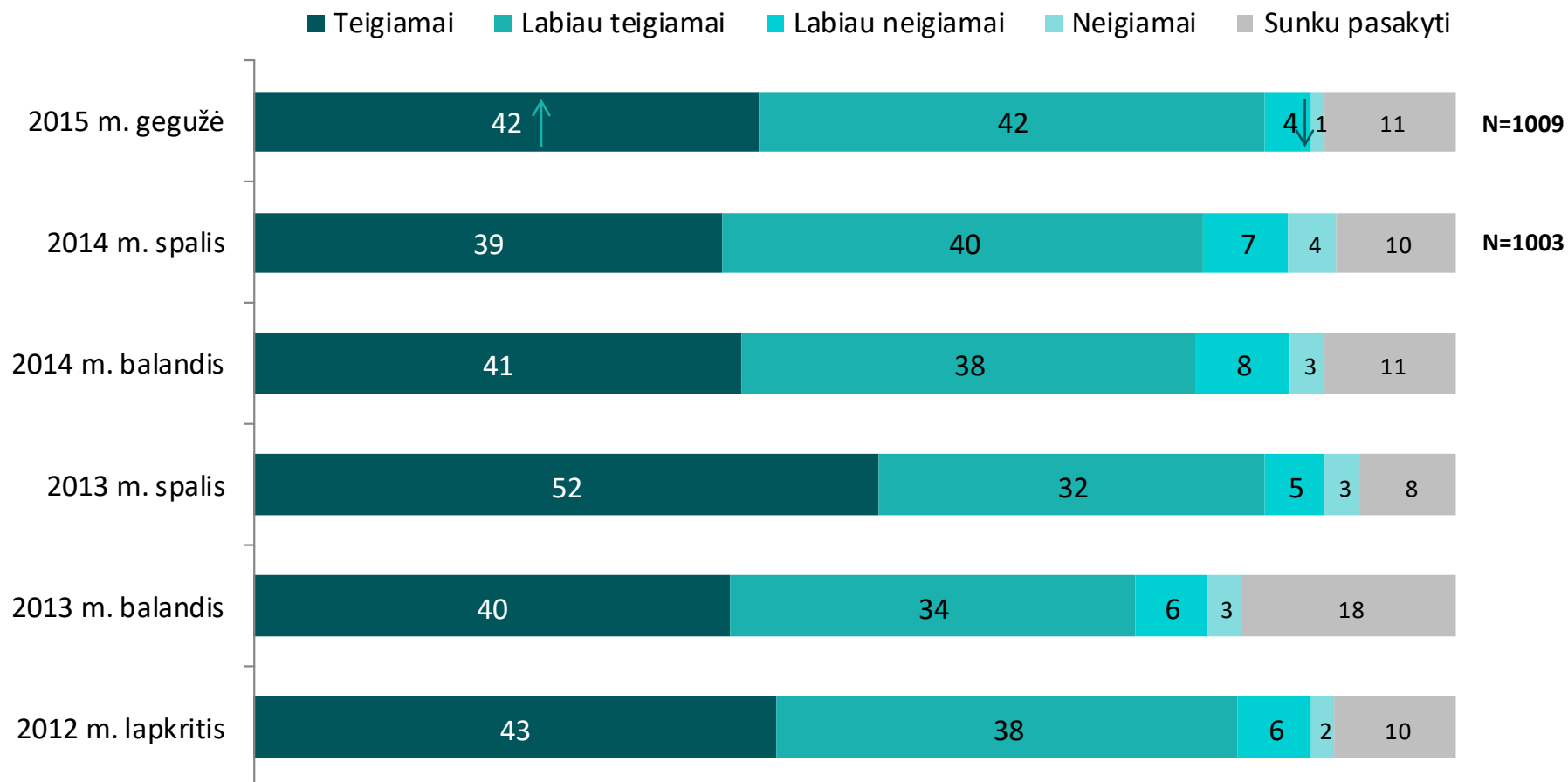
N=1009



Teigiamai / labiau teigiamai LRT veiklą dažniau vertina 46 m. ir vyresni respondentai.

LRT, kaip žiniasklaidos priemonės, veiklos vertinimas (%)

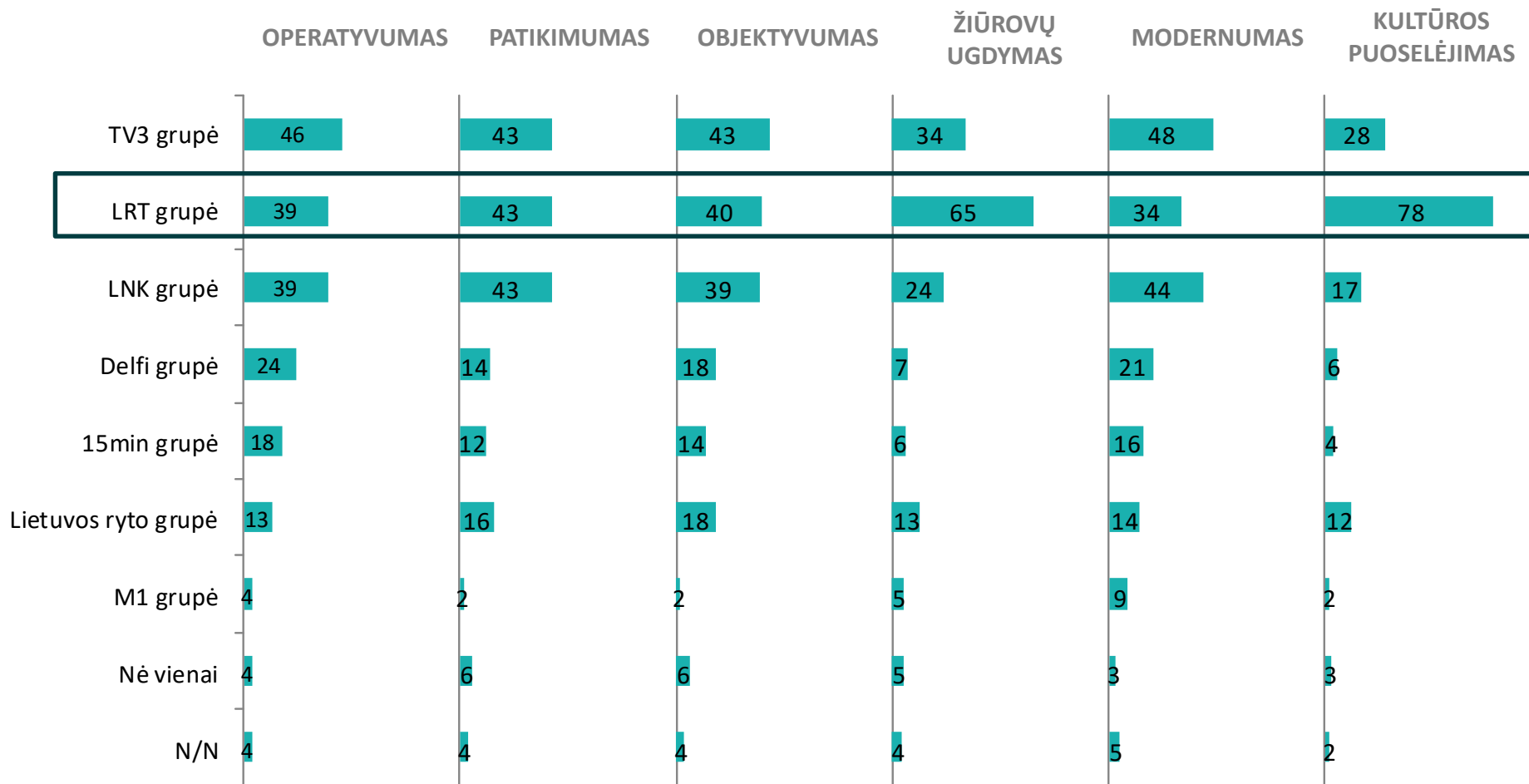
Kaip Jūs vertinate Lietuvos radijo ir televizijos (LRT), kaip žiniasklaidos priemonės, veiklą apskritai?



Žiniasklaidos grupėms priskiriamos savybės (%)

Aš Jums perskaitysiu savybes, o Jūs pasakykite, kuriai žiniasklaidos grupei kiekviena savybė labiausiai tinka.

N=1009



Apskritai analizuojamas savybes LRT grupei dažniau priskiria vyresnio amžiaus respondentai ir didmiesčių gyventojai. Patikimumą ir objektyvumą LRT grupei taip pat dažniau priskiria vidutinių pajamų grupės respondentai. Modernumą – aukščiausio išsimokslinimo respondentai ir vidutinių pajamų grupės atstovai. Kultūros puoselėjimą – kaimo vietovių gyventojai.

Apibendrinimai

- ❑ LRT, kaip žiniasklaidos priemonės, veikla vertinama palankiai: 42 proc. ją vertina teigiamai, 42 proc. – labiau teigiamai. Neigiamai ar labiau neigiamai LRT veiklą vertina 5 proc. tyrimo dalyvių. 11 proc. nuomonės šiuo klausimu neišreiškė.
- ❑ LRT grupė tarp kitų žiniasklaidos grupių išsiskiria kaip labiausiai kultūrą puoselėjanti (78 proc.) bei žiūrovus ugdanti (65 proc.) žiniasklaidos grupė. Vertinant patikimumą, LRT grupė pirmąją poziciją dalinasi su TV3 ir LNK grupėmis (po 43 proc.). Vertinant objektyvumą ir operatyvumą, LRT grupė (atitinkamai 40 proc. ir 39 proc.) nusileidžia TV3 grupei (atitinkamai 43 proc. ir 46 proc.) bei dalinasi 2-ąją poziciją su LNK grupe (atitinkamai 39 proc. ir 39 proc.). Modernumo atžvilgiu LRT grupė (34 proc.) nusileidžia tiek TV3 grupei (48 proc.), tiek LNK grupei (44 proc.).

