



**KAJ JE BILO  
'IN' V MEDIJIH  
IN KAJ  
MED SPLOŠNO  
JAVNOSTJO?**



**■ INTERSTAT**

## GLAVNA TEMA V MESECU JULIJU - SLABO STANJE V SLOVENSLEM POLITIČNEM PROSTORU

Glavna tema, o kateri se je v javnosti govorilo, je slabo stanje v slovenskem političnem prostoru in razpad vlade. Nekaj manj kot štirideset odstotkov vseh navedb, ki so jih vprašani navajali kot tiste teme, o katerih se je v zadnjem mesecu največ govorilo, spada v to kategorijo. Mediji so največ poročali o tragediji na Norveškem. Nekaj manj kot četrtnina vseh udarnih novic na naslovnica in prvih novic v ostalih medijih je poročalo o tej temi.

Na tretje mesto se je tako v javnosti kot tudi v medijih uvrstila gospodarska kriza in njene posledice. Mediji so ji namenili dobre tri odstotke vseh udarnih novic v obravnavanih medijih. V javnosti se je o gospodarski krizi in njenih posledicah kar veliko govorilo, skoraj šest odstotkov vprašanih je omenjalo to temo.

Pomembne teme, tako za javnost kot tudi za medije, so bile še: škoda, ki jo je povzročilo neurje s točo, stečaji podjetij, vročinski val, predčasne volitve, izročitev Iva Sanaderja Hrvaški, pokojninska reforma ter visoka brezposelnost.

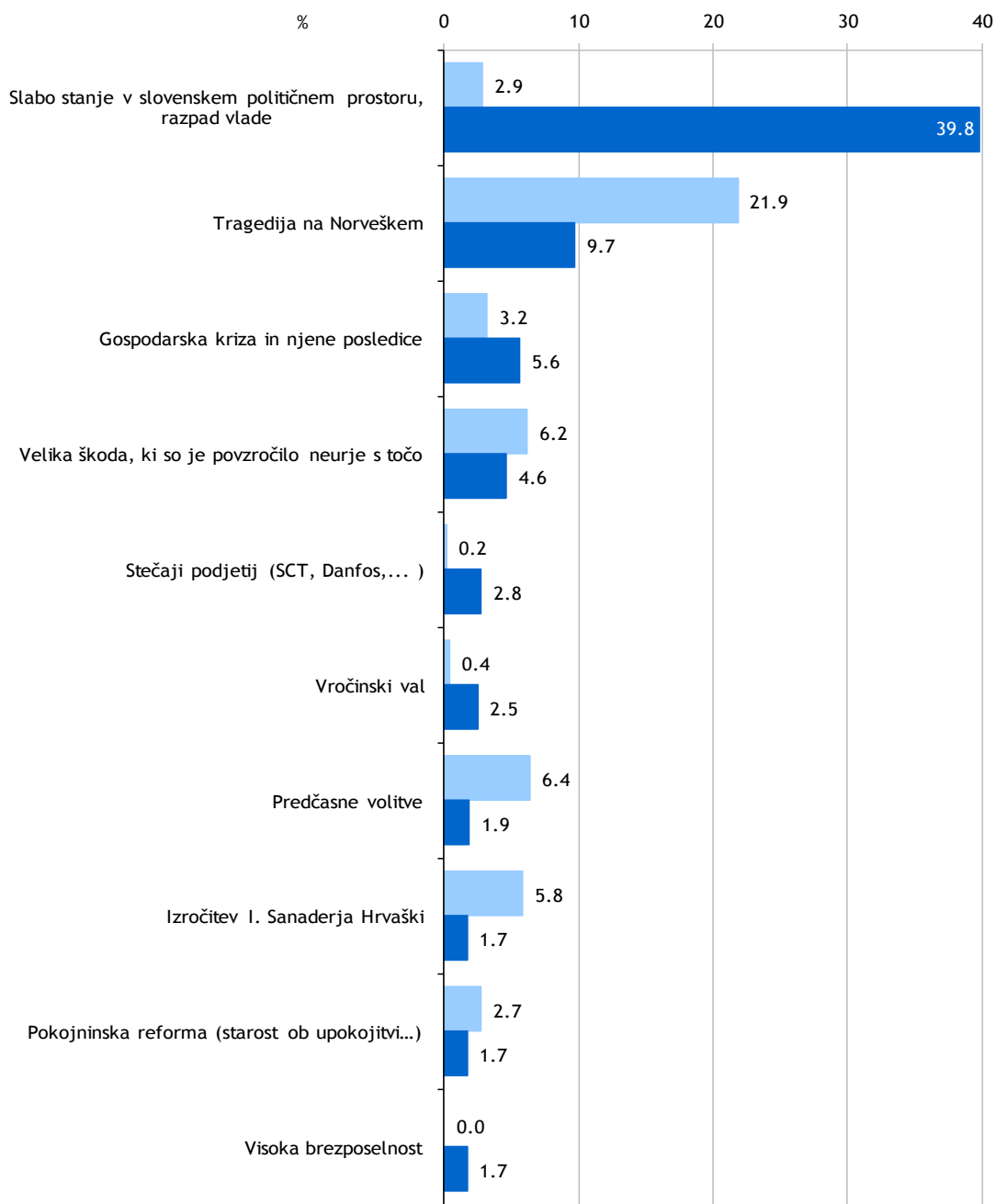
Zaključimo lahko, da se tako javnost kot tudi mediji večinoma ukvarjajo s politično situacijo, ki se je v Sloveniji razvila v zadnjih nekaj mesecih. Ta se slabša vse od meseca aprila. Vse dokler se ta ne razreši, bodo ostale teme verjetno potisnjene nekoliko v ozadje in se do razrešitve situacije verjetno ne bodo uspele prebiti v ospredje.

### Press Clippingova metoda merjenja

Kriterija izbire medijev za potrebe analize medijskih objav sta njihova branost/gledanost ter presoja analitikov podjetja Press Clipping. Na ta način so bili izbrani trije dnevni časopisi (Delo, Večer in Dnevnik) in tri osrednje informativne oddaje televizijskih hiš (TV Slovenija, POP TV, A Kanal). Beleži se katera je novica, ki je odprla televizijske informativne oddaje, pri tisku pa površina tiskanih novic oziroma zgodb, ki so na naslovnica zajemale največjo površino, ter predvidoma pri bralcu pritegnile največ pozornosti. Zaradi večje preglednosti niso zabeleženi dobesedni naslovi, ampak tematski sklopi, ki so poimenovani glede na njihovo vsebino. Odstotki površine na naslovnica in odstotki prvih novic v informativnih oddajah so združeni v enotno mero »prvih objav«. Potrebno je upoštevati, da se podatki nanašajo samo na izbranih sedem medijev ter samo na naslovnice in prve novice.

**Interstat** z raziskavo IRIS™ (*Intelligent Reputation Information System*) preverja spontani priklic najpomembnejših splošnih tem in oglasov preteklega tedna ter ugled izbranih gospodarskih družb v različnih panogah. S pomočjo računalniško podprtega telefonskega anketiranja (CATI) se anketira prebivalce Slovenije, ki so starejši od 14 let. Tedensko se v raziskavo zajame 100 anketirancev. Mesečni vzorec je reprezentativen za slovensko splošno javnost, in sicer po spolu, starosti, izobrazbi in statistični regiji. V mesecu juliju je bilo v vzorec zajetih 422 oseb, odstotki najpomembnejših tem pa so preračunani na število vseh spontanih navedb (n=690).





■ Udarne novice na naslovnica

■ Pomembne teme za javnost

Vir: Interstat in Press Clipping, obdobje julij 2011



**Kontaktne podatke:**



**Press clipping, d.o.o., družba za spremljanje in  
analizo medijev  
Kraljeviča Marka ulica 5  
2000 Maribor**

**Telefon: 02 250 40 10**

**E-pošta: [press@pressclip.si](mailto:press@pressclip.si)**



**Interstat, d.o.o.  
Gregorčičeva 39  
2000 Maribor**

**Telefon: 02 228 44 51**

**E-pošta: [info@interstat.si](mailto:info@interstat.si)**

