

Ako sa stať úspešným lokálnym médiom ukazujú zmeny v TV Poprad

Vďaka transformácii získala TV Poprad dominantné miesto na lokálnom trhu médií v Poprade a okolí. Mediálny dosah televízie aktuálne dosahuje vyše 73%, čo v absolútnych číslach predstavuje takmer 20 000 divákov iba v samotnom Poprade.

V dotazníkových prieskumoch, ktoré sa konajú každé štyri roky, sa pravidelne objavuje otázka "Ktorý informačný kanál je pre Vás ako obyvateľa Popradu pri získavaní informácií o dianí v meste prioritný?". Ide o otvorenú otázku, na ktorú respondenti odpovedajú spontánne. Následne je otázka rozpracovaná do zisťovania pravidelnosti záujmu obyvateľov o takýto typ informácií. Zatiaľ čo v roku 2014 sa TV Poprad objavovala až na treťom mieste, od ostatného prieskumu zaznamenala výrazné zlepšenie výsledkov.

Aktuálne čísla ukazujú, že kým v roku 2014 mediálny zásah TV Poprad dosahoval iba 30,53 %, podľa meraní z tohto roka je to už 73,72%. Výsledok ukazuje na výrazné zvýšenie poznateľnosti značky a rovnako aj zvýšenie dôveryhodnosti k vysielanému obsahu. Zároveň sa tak miestna televízia zaradila na prvé miesto pomyselného rebríčka pred ostatné médiá.

S náskokom pred ostatnými

Mediálny dosah informačnej služby TV Poprad teda na verejnosť predstavuje viac ako 73%, čím výrazne predstihla Noviny Poprad s dosahom 55,59%, ktoré boli pred 4 rokmi vtedy s dosahom 55,23 % na prvom mieste. Nasledujú Podtatranské noviny s 54,49%, po nich sú v poradí informácie získavané z Facebooku so sledovanosťou na úrovni 53,61%, webová stránka Mesta Poprad s dosahom 41,75%, internetový portál poprad24 s 37,57% a prieskum uzatvára regionálny týždenník Popradské noviny Korzár (MY) s nameranou hodnotou na úrovni 34,61%.

Ako ďalej vyplýva z výsledkov prieskumu, veľkú časť mediálneho dosahu majú aj rôzne letákové a schránkové buletiny či iné tlačoviny, ktoré sa takisto objavili v prieskume a ktoré majú dosah až 55,26%.

„Možno tak konštatovať, že zatiaľ čo v roku 2014 bola pozícia TV Poprad neporovnateľná s ostatnými médiami v meste a zaostávala v mediálnom dosahu za svojou konkurenciou, s odstupom štyroch rokov sme získali výrazný nárast sledovanosti a s tým aj spojený mediálny dosah v našom meste,“ hovorí riaditeľ a šéfredaktor TV Poprad Róbert Merva.

Prieskum z júna 2014

	neviem odpovedať	sledujem denne	sledujem 1-2 krát týždenne	sledujem pravidelne, min. 1 - 2 krát do mesiaca	nesledujem	súčet odpovedí	súčet otázok C,D,E	podiel záberu v %	Dosah média absolútne čísla
TV Poprad	23	38	69	167	594	891,00	274,00	30,53	8244
Noviny Poprad	12	34	248	214	387	895,00	496,00	55,23	14913
www.poprad.sk (stránka mesta)	9	62	134	165	528	898,00	361,00	40,20	10854
www.poprad24.sk	32	51	78	112	623	896,00	241,00	26,84	7246
Podtatranské noviny	23	64	207	196	409	899,00	467,00	52,00	14041
Facebook	19	198	183	96	403	899,00	477,00	53,12	14342
Korzár	11	72	127	131	557	898,00	330,00	36,75	9922
Volebné letáky v schránke (len počas volieb)	14	256	172	116	345	903,00	544,00	60,58	16356
Iné: ústne, kluby, spoločenstvá a pod.	0	3	12	1	1	17,00	16,00	1,78	481

Prieskum z mája 2018

	neviem odpovedať	sledujem denne	sledujem 1-2 krát týždenne	sledujem pravidelne, min. 1 - 2 krát do mesiaca	nesledujem	súčet odpovedí	súčet otázok C,D,E	podiel záberu v %	Dosah média absolútne čísla
TV Poprad	11	181	303	187	238	920,00	671,00	73,72	19903
Noviny Poprad	16	63	248	195	393	915,00	506,00	55,59	15009
www.poprad.sk (stránka mesta)	15	75	115	190	513	908,00	380,00	41,75	11272
www.poprad24.sk	14	96	100	146	554	910,00	342,00	37,57	10144
Podtatranské noviny	16	73	210	213	390	902,00	496,00	54,49	14712
Facebook	12	262	149	77	418	918,00	488,00	53,61	14475
Korzář	13	59	112	144	577	905,00	315,00	34,61	9344
Volebné letáky v schránke (len počas volieb)	16	223	144	136	385	904,00	503,00	55,26	14920
Iné: ústne, kluby, spoločenstvá a pod.	0	9	20	2	6	37,00	31,00	3,41	920

Zber dát prebiehal koncom mája 2018 s úhrnom 1236 odpovedí. Vyhodnotenie prieskumu, ktorý sa zameriaval najmä na blížiac sa komunálne voľby, sa realizovalo z finálnej vzorky 920 respondentov.

Zlepšeníu sledovanosti pomohli zmeny

Kým do roku 2014 televízia slúžila takmer výlučne ako propagačné médium pre osobné účely bývalého primátora Antona Danku, s nástupom nového vedenia sa postupne zmenila na informačné médium, určené najmä pre širokú verejnosť. Prioritou sa totiž stala najmä užitočnosť spravodajstva a s tým spojená aj informačná hodnota týchto správ.

Tieto základné kritériá si postupne začali získavať pozornosť verejnosti a po troch rokoch od realizovanej zmeny sa stalo spravodajstvo TV Poprad atraktívne aj pre drvivú väčšinu obyvateľov mesta. Lokálne médium tak s finančnou podporou mesta začalo plniť svoju primárnu úlohu informovania verejnosti.

“Na začiatku sme si museli jasne zadefinovať pozíciu tohto média. Uvedomili sme si, že ide o jednoznačne spravodajskú televíziu, ktorej primárnou úlohou je informovať aktuálne o dianí v meste. Výsledkom bolo, že lokálna televízia s finančnou podporou mesta začala plniť svoju primárnu, teda informačnú úlohu,” hovorí riaditeľ a šéfredaktor TV Poprad. Aby bolo zmenu možné uskutočniť, nové vedenie sa po svojom nástupe rozhodlo z vysielania vypustiť doplnkové programy a zrušiť aj nudný a zdĺhavý videotext.

“Drvivá väčšina divákov nebude sledovať televíziu, ktorú treba čítať, ale chcú vidieť informácie a správy v obrazovo-zvukovej podobe tak, ako to televízia robiť má. Zábavné programy sú drahé a ich financovanie z verejných zdrojov je spochybiteľné, rovnako ako aj nákup rôznych cudzích produkcií, ktoré v lokálnom médiu nedokážu konkurovať celoštátnym médiám. Najväčšou výhodou lokálnych médií je aktuálne spravodajstvo o bezprostrednom dianí priamo v ich lokalite a blízkom okolí a to vo forme spravodajstva, ktoré je pre celoplošné a väčšie médiá častokrát nezaujímavé,” vysvetľuje šéfredaktor a riaditeľ televízie.

Dobrá spolupráca s mestom

Možnosť slobodne sa rozhodovať o výbere tém do vysielania veľmi rýchlo opäť získali pre TV Poprad pozíciu užitočného média. K vyššej atraktivite pomohol aj veľkorysý postoj vedenia mesta

Poprad, ktoré prestalo zasahovať do tvorby spravodajstva a prostredníctvom svojho komunikačného manažéra začalo poskytovať všetky potrebné informácie, o ktoré redaktori televízie začali prejavovať záujem.

„Tu je potrebné zdôrazniť, že autonómia objektívneho spravodajstva, aj nezávislá publicistika v tomto smere takmer vo všetkých lokálnych médiách zlyhávajú. Rozhodovanie o novinárskej slobode v tomto type médií je podmieňované dohodami o spôsobe a možnostiach ich financovania z verejných financií a rozpočtov samospráv. V Poprade sa to však do veľkej miery podarilo a aj vďaka novému nastaveniu pravidiel bolo možné miestnej televízii prinavrátiť jej primárne poslanie, ktorým je služba informovania verejnosti,“ objasňuje riaditeľ Róbert Merva. „Poďakovanie za túto možnosť patrí rovnako primátorovi mesta Poprad Jozefovi Švagerkovi, ako aj všetkým poslancom v Mestskom zastupiteľstve.“

Slobodu v médiách je potrebné si obhájiť a darí sa to aj lokálnym Novinám Poprad. Po štyroch rokoch sú v meraní mediálneho dosahu stále rovnocenným partnerom a vyhľadávanou informačnou službou obyvateľov mesta. „Aj napriek tomu, že Noviny Poprad sú spoplatnené, zatiaľ čo TV Poprad alebo Facebook sú voľne dostupnými médiami v našom meste, darí sa nám každý týždeň zaujať našich čitateľov a sme stále dôležitým informačným prostriedkom mesta, navyše v konkurencii viacerých printových médií a schránkových novín. Rovnako je aj v našom obsahu cítiť slobodu slova a to nám drží stále poprednú pozíciu na tomto malom trhu.“ vysvetľuje šéfredaktorka Novín Poprad, Marta Marová.

Televízia má väčšie možnosti

Zvýšeniu sledovanosti TV Poprad do veľkej miery pomohla aj spolupráca s Medzinárodným festivalom horských filmov v Poprade, vďaka ktorej televízia získala unikátne vysielacie práva na veľké množstvo kvalitných dokumentárnych filmov s horskou tematikou. Ďalej k tomu prispela aj nízkonákladová výroba týždennej literárnej relácie Nedeľná chvíľka Christianie, ktorá sa realizuje v spolupráci s populárnym miestnym kníhkupectvom.

„Do dramaturgie vysielania televízia zapojila aj rôznych umelcov z mesta, ktorí svojou popularitou pomohli k jej viditeľnejšej propagácii. K zviditeľneniu TV Poprad prispeli aj cielené nízkonákladové reklamné kampane, zamerané na zvýšenie povedomia značky. Televízia investovala aj do technického vybavenia, osobného rozvoja redaktorov a vzdelávania zamestnancov. Určite je potrebné zmieniť výrobu estrádneho galaprogramu Umelci Popradu, ktorý dosiahol kvalitu nejednej celoštátnej televízie a vďaka svojmu atraktívnemu spracovaniu zaznamenal v meste obrovský úspech,“ dodal Merva. Ako doplnil, nezanedbateľnú úlohu zohral aj komplexný rebranding televízie spolu s moderným a atraktívnym staničným vizuálom.

K vyššie zmieneným pozitívnym výsledkom sledovanosti dopomohla aj finančná injekcia mesta Poprad, ktoré je 100-percentným vlastníkom televízie. Mesto totiž navýšilo dotáciu z dovtedajších 145 tis. EUR ročne na 185 tis. EUR. Do kapitálových investícií počas štvorročného obdobia smerovalo ďalších takmer 50 tis. EUR.

TV Poprad je príkladom pre ostatné lokálne médiá

„Dnes táto lokálna televízia dokazuje opodstatnenie fungovania malých médií s dotačnou podporou verejných zdrojov a ukazuje cestu, akou sa môžu lokálne a regionálne médiá uberať. Diváci TV Poprad teraz denne dostávajú aktuálne, užitočné a informačne hodnotné správy v atraktívnom vysielaní, doplnenom pútavým doplnkovým obsahom,“ opísal situáciu riaditeľ TV Poprad. „Nemôžeme konkurovať veľkým televíziám, ani internetu. Máme však skoro ako jediní veľmi užitočné lokálne informácie, ktoré ľudia v našom meste požadujú a tak sme stále v hre.“

Ako dodáva, aby bolo túto situáciu možné dlhodobo udržať a pracovať na ďalších zlepšeniach, televízii musí zostať možnosť slobodného výberu a spracovania informácií a ich následné užitočné a informačne hodnotné spracovanie správ z mesta a ich bezplatné šírenie.

„Myslím si, že naša skúsenosť je prenosná aj do iných lokálnych televízií a médií, ktoré fungujú s podporou samosprávy. Zmena však musí nastať vo vedení samospráv a v prístupe k týmto médiám, ktoré je potrebné primárne vnímať ako užitočné informačné kanály a nie iba ako propagačné nástroje vedenia samospráv. Nepôjde to však bez dostatočnej slobody a bez obmedzenia zásahov vedenia samospráv do ich činnosti. V opačnom prípade totiž nedosiahnu tak potrebnú dôveryhodnosť verejnosti, ktorá sa prioritne odvíja od užitočnosti a informačnej hodnoty ponúkaného obsahu.“ uzavrel Merva.



logo TV Poprad

TV Poprad, s.r.o. je vysielateľom programovej služby TV Poprad podľa licencie TD/48/2011 vydanéj Radou pre vysielanie a retransmisiiu SR zo dňa 30.8.2011. Programová služba TV Poprad vysielá už 20 rokov nepretržite 24 hodín denne, 365 dní v roku. Jej signálové pokrytie siaha od Štrbského Plesa, cez Svit, Hornádsku dolinu na juhu až po Spišskú Novú Ves. Severne je šírená naprieč celou Popradskou kotlinou cez celé Vysoké Tatry až po Podolíne. Signál TV Poprad zasahuje veľkou časťou až do Kežmarku a Levoče.

TV Poprad je primárne spravodajská televízna stanica. Svojim programom je orientovaná na spravodajstvo, publicistiku a dokumenty prioritne pre obyvateľov mesta Poprad, regiónu Tatier a blízkeho okolia. Od roku 2017 sa televízia začína orientovať aj na návštevníkov regiónu Tatier a svojím signálom sa dostáva do ubytovacích zariadení okolia Tatier a Popradu. TV Poprad poskytuje na dennej báze aktuálnu informačnú službu divákovi o dianí v meste Poprad, regióne Tatier a blízkom okolí, správy o počasí, možnostiach trávenia voľného času, turistiky a doplnkových oddychových filmov z **Medzinárodného festivalu horských filmov**.

Vysielanie TV Poprad je šírené týmito spôsobmi

- **Digitálne terestriálne z kóty Dubina kanál 44 DVB-T**
- **Digitálne vysielanie cez Magio TV služby programovej ponuky T-com**
- **UPC káblové rozvody v meste Poprad a Svit**
- **Digitálne vysielanie v televíznej ponuke spoločnosti SLOVANET**
- **Digitálne vysielanie v televíznej ponuke spoločnosti ANTIK**
- **On line cez internet a našu webovú stránku TV Poprad**

Vysielanie je dostupné pre viac ako 100 000 divákov.

Televízia Poprad je unikátnou multilokálnou až regionálnou televíziou. Patrí k najstarším mestským televíziám na Slovensku. Vysielateľ začala 6.2.1997 a odvtedy nepretržite vysielá správy z mesta Poprad a jeho okolia. Počas prvej dekády svojho pôsobenia vysielala terestriálne na kanáli K 54 z lokality „Turnička“ a neskôr s prechodom na digitálne terestriálne vysielanie (DVB-T) pokračovala vo vysielaní na kanáli K 44 z lokality Zámčisko. Televízia Poprad vysielá on-line aj prostredníctvom svojho **internetového portálu**, ako úplne prvá mestská televízia na Slovensku a na svojej stránke ponúka nie len aktuálne vysielané reportáže, ale aj **videoarchív**, ako plnohodnotné spravodajské médium v 21. storočí.

Televízia Poprad zabezpečovala kompletne spravodajské a športové materiály pre televíziu Markíza, TA3 a STV. Príspevky z regiónu boli spracované v štúdiu a zaslané do vysielania celoštátnych TV.

TV Poprad, s.r.o. je 100% spoločnosťou Mesta Poprad a je financovaná najmä z verejných financií rozpočtu mesta. Jej hospodárenie podlieha verejnej kontrole a každoročne zverejňuje svoje hospodárske výsledky v registri účtovných závierok, ale aj v súhrnnej správe o hospodárení mesta Poprad a jej činnosť je monitorovaná aj hlavným kontrolórom Mesta Poprad v ročnej správe o výsledku kontroly pre Mestské zastupiteľstvo v Poprade, ktorému plne podlieha.



Foto 1 - kolektív TV Poprad



Foto 2 - riaditeľ TV Poprad - Róbert Merva

Foto 3 - Umelci Popradu, galaprogram

