

Tisková zpráva Unie vydavatelů

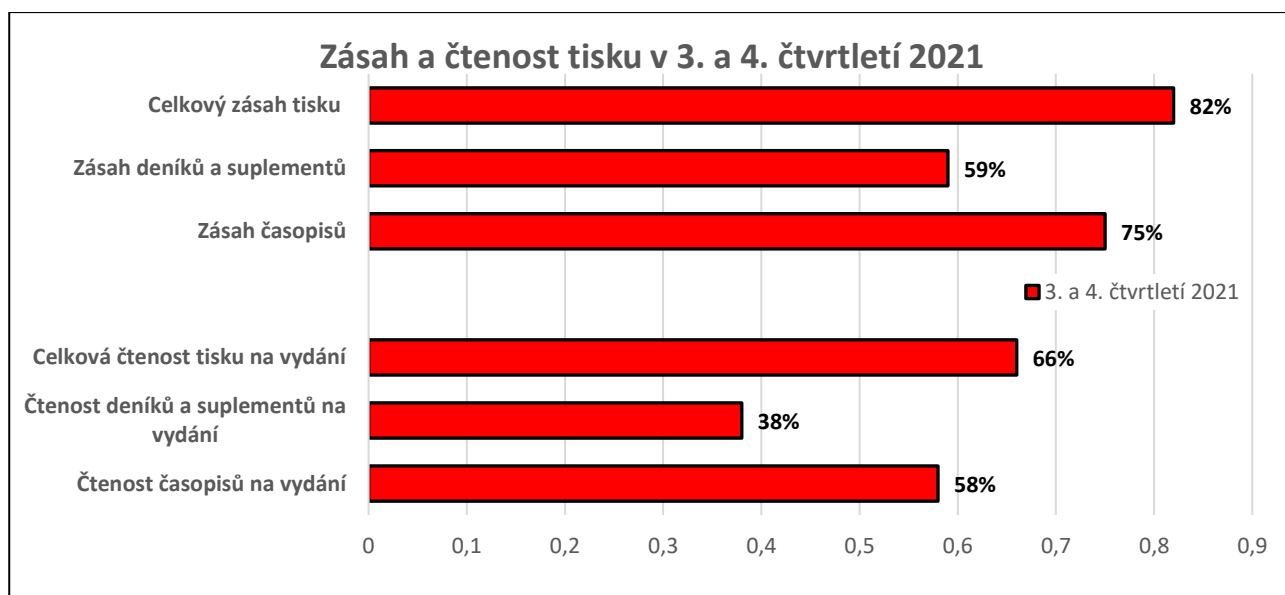
Praha, 10. února 2022

Počet čtenářů tisku byl na podzim 2021 stabilně vysoký

Dne 10. února 2022 byly představeny a uživatelům předány výsledky jednotného celostátního výzkumu čtenosti tiskových médií v České republice realizovaného pod názvem MEDIA PROJEKT. Výstupní data ukazují, že zásah i čtenost tiskových titulů byly i ve 3. a 4. čtvrtletí roku 2021 stabilní a nelišily se od jarního a letního období.

Celkový naměřený zásah tisku v uvedeném období dosáhl 82 % populace ve věku 12 až 79 let, což znamená, že tisk oslovuje více než 4/5 populace České republiky v daném věkovém rozpětí. Přitom podíl čtenářů deníků a suplementů sám o sobě činí téměř 3/5 celé populace a časopisy čtou 3/4 ze všech obyvatel ČR.

Celková čtenost tisku na jedno vydání činí 66 % populace ve věku 12 až 79 let, což je stejná hodnota, jako v předchozích výsledcích výzkumu za 2. a 3. čtvrtletí 2021. Tato stabilita se týká i celkové čtenosti deníků a suplementů či časopisů. Podrobnější údaje o zásahu a čtenosti tisku a jeho jednotlivých skupin obsahuje graf.



Zdroj: MEDIA PROJEKT, 3. a 4. čtvrtletí 2021, realizace MEDIAN & STEM/MARK

Z jednotlivých žánrových skupin se nejvíce zvýšila čtenost časopisů o informačních a komunikačních technologiích, která zaznamenala nárůst o 2,5 %.

„Výzkum proběhl ve 3. a 4. čtvrtletí 2021 po metodologické stránce stejně, jako tomu bylo v předcházejících výzkumných obdobích. Mírně se zvýšil počet titulů zařazených do výzkumu, konkrétně šlo o dva časopisy – Kondice a Euro. Terénní dotazování probíhalo zcela bez problémů, a to i přes některá omezení vynucená mimořádnými opatřeními vlády proti Covid 19 při šíření varianty viru Omicron,“ uvedl k průběhu a výsledkům realizace výzkumu ve druhém pololetí loňského roku Václav Mach, výkonný ředitel profesní asociace Unie vydavatelů.

Kdo jsou čtenáři tisku?

Výsledky MEDIA PROJEKTU ukazují, že tisk preferuje řada prestižních sociodemografických skupin obyvatel. Toto zjištění by mělo být podnětem zejména pro inzeryty prémiových značek, aby tiskovou inzercí v rámci svých reklamních kampaní více využívali. Vyšší je například podíl čtenářů deníků mezi příslušníky vyšších socioekonomických tříd oproti průměrné populaci. Také časopisy čte přibližně o 6 % členů těchto skupin více ve srovnání s průměrnou populací. Nejvýrazněji je patrná orientace této skupiny čtenářů na časopisy o vědě, technice, zajímavostech o cestování či na zpravodajské týdeníky. Nadprůměrnými čtenáři tisku jsou ale podle MEDIA PROJEKTU také například lékaři, zdravotní sestry a další pracovníci ve zdravotnictví, učitelé, vysokoškolsky vzdělaní pracovníci a manažeři či podnikatelé, v nichž je podíl čtenářů novin nebo časopisů o přibližně 5 až 10 % vyšší, než v celkové populaci.

Informace o základních údajích o čtenosti jednotlivých titulů a jejich pořadí v příslušných žánrových skupinách jsou zájemcům k dispozici v příloze této zprávy. Za delší časové období jsou údaje k dispozici na webu profesní asociace Unie vydavatelů v sekci [Mediální data/Výzkum čtenosti](#). Tam najdete i prezentaci z 10. 2. 2022 obsahující řadu zajímavých informací vztahujících se například k čtenosti tisku ve vybraných cílových skupinách, čtenosti titulů v krajích a další.

MEDIA PROJEKT je „one currency“ výzkum čtenosti titulů českého periodického tisku a sociodemografické struktury jeho čtenářů. Ročně je dotazován masivní vzorek respondentů vybraných kombinací náhodného a kvótního výběru proporcionálně z celého území České republiky. Jedná se o v evropském kontextu nadstandardní výzkum například z hlediska počtu respondentů připadajících na celkovou populaci či důsledného celoplošného pokrytí celého území a obcí všech velikostních typů. MEDIA PROJEKT je nejdéle probíhajícím mediálním výzkumem v ČR, který byl zahájen již v roce 1994. Výzkum přitom prochází průběžným zkvalitňováním, například jsou do výzkumu zařazovány nové progresivní dotazovací metody. Od roku 2018 je součástí výzkumu dotazování distanční metodou CAWI v aktuálním rozsahu 15 % vzorku a od roku 2020 také metoda distančního dotazování CAPI online v celkovém rozsahu 10 %. Vzorek respondentů výzkumu tak pokrývá co nejrovnoměrnější územní a sociodemografickou strukturu populace České republiky. Zadavateli výzkumu jsou Unie vydavatelů, jako profesní asociace vydavatelů novin a časopisů v České republice, a Asociace mediálních agentur (ASMEA). MEDIA PROJEKT je datovým zdrojem pro mediální plánování a jeho data jsou pro jejich důvěryhodnost široce akceptována celým reklamním trhem. **Součástí výsledků MEDIA PROJEKTU jsou pouze data o tiskových titulech, které jsou součástí systému auditu nákladu ABC ČR a podílí se finančně na realizaci výzkumu.**

Výzkum MEDIA PROJEKT ve 4. čtvrtletí 2021 zahrnoval dotazování čtenosti u:

- 8 placených deníků (včetně všech jejich regionálních mutací),
- 2 bezplatné deníky,
- 17 suplementů (tedy vkládaných samostatných příloh deníků).
V současné době tak nejsou do výzkumu zahrnuty pouze dva deníky vydávané na českém trhu, jejichž vydavatelé neposkytují data a nechtějí svou čtenost měřit (Deník N a HaNo - Haló noviny).
- 23 týdeníků,
- 16 čtrnáctideníků,
- 46 měsíčníků,
- 1 dvouměsíčník,
- 3 čtvrtletníky,
- 1 bezplatný časopis.

Kontakt:

Unie vydavatelů, z. s., Pobřežní 370/4, 186 00 Praha 8, tel.: 222 329 730, e-mail: unie@unievydavatelu.cz,
www.unievydavatelu.cz

Příloha: Základní výsledky MEDIA PROJEKTU za 3. a 4. čtvrtletí 2021.