

Tisková zpráva

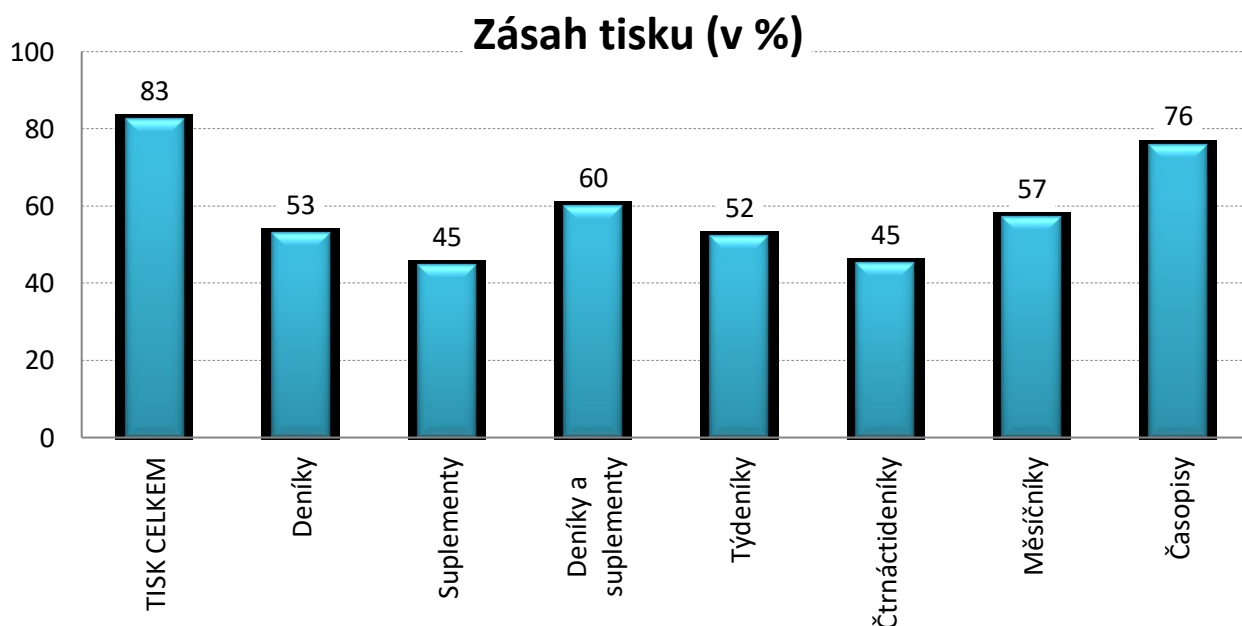
Praha, 10. listopadu 2022

Deníky a časopisy čte 83% obyvatel České republiky

Nejaktuálnější data jednotného celostátního výzkumu čtenosti periodického tisku MEDIA PROJEKT za roční období od 4. čtvrtletí 2021 až do 3. čtvrtletí 2022 byla dnes zveřejněna a předána uživatelům.

Výsledky za sledované období od 4. čtvrtletí 2021 až do 3. čtvrtletí 2022

Celkový zásah tiskových médií za sledované období byl v porovnání s předchozími výsledky výzkumu zveřejněnými v srpnu 2022 mírně vyšší a dosáhl 83 % populace ČR ve věku 12 až 79 let. Deníky a jejich suplementy čte i nadále 60 % zkoumané populace čtenářů a časopisy čtou dokonce více než tři čtvrtiny občanů v uvedené věkové skupině. Naměřené údaje z výzkumu přehledně shrnuje následující graf.



Celková čtenost všech sledovaných tiskových titulů na jedno vydání činí téměř 67 % populace ČR ve věku 12 až 79 let, což představuje mírný nárůst ve srovnání s předchozím obdobím. Výsledky lze interpretovat také tak, že lidé se v letním období roku 2022 více věnovali četbě tisku. Čtenost deníků a jejich příloh činila stabilních 38 % a čtenost časopisů vykazuje 57 % populace.

K nejnovějším výsledkům výzkumu MEDIA PROJEKT uvedl výkonný ředitel Unie vydavatelů Václav Mach: „Výzkum probíhal v období tří čtvrtletí letošního roku s novou modernizovanou metodikou zejména v oblasti způsobu dotazování respondentů. Změna, jak je patrné, nezpůsobila žádné rozkolísání dat. Jejich stabilita je proto dokladem toho, že realizované inovace ve výzkumu byly krokem správným směrem“.

Čtenáři tisku patří do bonitních cílových skupin populace

Podle výsledků výzkumu MEDIA PROJEKT jsou nadprůměrnými čtenáři tisku příslušníci řady prestižních a bonitních sociodemografických skupin obyvatel. Jedná se například o osoby s vyšším vzděláním nebo osoby nadprůměrně ekonomicky situované. Toto zjištění by mělo být podnětem zejména pro inzerenty prémiových značek, aby tiskovou inzerci v rámci svých reklamních kampaní více využívali. Vyšší byl oproti průměrné populaci v posledním období například také podíl čtenářů mezi příslušníky nejvyšší socioekonomické třídy A. Obecně je přitom možné konstatovat, že čtenáři tisku se rekrutují spíše ze skupin občanů s vyšším socioekonomickým statutem. Početnějšími čtenáři jsou ve srovnání s celou populací také lidé s vysokoškolským vzděláním. Tyto závěry potvrzují zejména poslední dva grafy v příložené zprávě.

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](#), kde jsou k dispozici i další informace týkající se realizace výzkumu, jako je například jeho aktuální metodika.

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 v evropském kontextu o nadstandardní výzkum, například z hlediska počtu respondentů připadajících na celkovou populaci nebo díky důslednému celoplošnému pokrytí celého území a obcí všech velikostních typů. MEDIA PROJEKT je nejdéle probíhajícím mediálním výzkumem v ČR. Byl zahájen již v roce 1994 a od té doby výzkum prochází průběžným zkvalitňováním. Do výzkumu jsou zařazovány také nové progresivní dotazovací metody. Vzorek respondentů výzkumu pokrývá co nejrovnoměrnější územní a sociodemografickou strukturu populace České republiky. Zadavateli výzkumu jsou Unie vydavatelů 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 výzkumu MEDIA PROJEKT jsou pouze data o těch tiskových publikacích, které jsou součástí systému auditu tištěného a distribuovaného nákladu ABC ČR a jež se finančně spolupodílí na úhradě nákladů za realizaci tohoto výzkumu.**

Inovace ve výzkumu od roku 2022

Hlavními metodickými změnami, kterými prošel výzkum od začátku letošního roku, jsou:

- **Rozšíření spektra využívaných dotazovacích metod** (CAPI 70 %, CAWI 15 %, CATI 15%).
- **Roční kumulace dat pro výstupy** v rozsahu minimálně 12 500 rozhovorů, která eliminuje náhodné výkyvy ve čtenosti titulů a stabilizuje data v rámci aplikace dalších metodických změn.
- **Dotazování frekvence a kvality kontaktu čtenářů se čtenými tituly**, přičemž možnost využití těchto datových výstupů se vyhodnotí po ukončení pilotní fáze a dokončení sběru ročních dat.

Všechny inovace jsou aplikovány s maximální možnou měrou odpovědnosti a zvýšenou pozorností ke kvalitě dat. Aplikace nových metodických postupů nesmí mít vliv na výsledky výzkumu. Hlavním cílem je, aby zůstala i nadále zachována vysoká důvěryhodnost dat a široká míra možného využití výsledků výzkumu v rámci mediálního plánování.

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 výzkumu MEDIA PROJEKT za 4. čtvrtletí 2021 až 3. čtvrtletí 2022