Tisková zpráva Unie vydavatelů

Praha, 11. srpna 2022

Nová data výzkumu MEDIA PROJEKT potvrzují stabilitu zájmu čtenářů o tiskové publikace

Ve čtvrtek 11. srpna 2022 byla uživatelům předána nejnovější data jednotného celostátního výzkumu MEDIA PROJEKT o čtenosti periodického tisku v České republice za 3. čtvrtletí 2021 až 2. čtvrtletí 2022.

Výsledky za sledované období od 3. čtvrtletí 2021 až do 2. čtvrtletí 2022

Celkový zásah tiskových médií byl za sledované období v porovnání s předchozími výsledky výzkumu zveřejněnými v květnu letošního roku stabilní a dosáhl 82 % populace ČR ve věku 12 až 79 let. Deníky a jejich suplementy čte 60 % zkoumané populace čtenářů a časopisy čtou dokonce celé tři čtvrtiny ze všech dotazovaných respondentů.

Celková čtenost tisku na jedno vydání činí 66 % populace ve věku 12 až 79 let, což je rovněž dlouhodobě stabilní hodnota. Stejně stabilní data vykazuje také čtenost deníků a příloh s podílem 38 % a časopisů 57 %. Podrobnější údaje o zásahu tisku a jeho jednotlivých skupin obsahují první dva grafy v příloze této zprávy.

„Čtenáři dokazují, že tisk je pro ně důvěryhodným informačním zdrojem a pevnou součástí jejich životního stylu i ve složité době probíhajících ekonomických změn, napjaté politické situace ve světě a rostoucí inflace“, uvedl u příležitosti zveřejnění výsledků výzkumu Václav Mach, výkonný ředitel Unie vydavatelů.

Inovace ve výzkumu

Výzkum prošel od začátku letošního roku v souvislosti se zahájením nové etapy jeho realizace celou řadou inovací. Těmi především reaguje na vývoj na mediálním trhu a na celospolečenské trendy, jako je například klesající ochota veřejnosti účastnit se osobně dotazování mezi tazatelem a respondentem.

Hlavními metodickými změnami jsou:

Rozšíření spektra používaných dotazovacích metod (CAPI 70 %, CAWI 15 %, CATI 15%):

- **CAPI face to face** (CAPI F2F) se stalo pevnou součástí dotazování a v celkovém podílu se i nadále využívá ze 60 %. Doplnilo se metodou distančního dotazování **CAPI screen to screen** (CAPI S2S), kde interakce mezi tazatelem a respondentem probíhá na dálku online formou prostřednictvím zvolené komunikační platformy. Touto metodou je dotazováno 9 % respondentů. Další 1 % tvoří osoby bez internetových kompetencí, které jsou dotazovány s pomocí třetí osoby, která jim zajišťuje technickou podporu při komunikaci prostřednictvím vhodného online nástroje, tedy **CAPI asistované screen to screen** (CAPI A-S2S).
- **CAWI** je součástí dotazování již od předchozí realizační etapy výzkumu a tato metoda samostatného online vyplňování dotazníku zůstala zachována v poměrné části pro vzorek 15 % respondentů.
- **CATI** je nově využívaná metoda na zbývajícím 15 % vzorku respondentů. Takto získaná data jsou prostřednictvím datové fúze propojována do celkového vzorku provedených dotazovacích rozhovorů. Jedná se o progresivní dotazovací metodu odpovídající současným trendům ve výzkumné praxi. Získaná data jsou pomocí matematicko-statistického modelování propojena s daty o čtenářském chování osob,

jejichž sociodemografické charakteristiky odpovídají struktuře čtenářů konkrétního deníku nebo časopisu. Tím je dosahováno zpřesnění struktury čtenářů jednotlivých titulů.

- **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.
- Od začátku roku 2022 se nově začala sledovat také **frekvence a kvalita kontaktu čtenářů se čtenými tituly**. Protože se jedná o zcela nové dotazování, probíhá zatím shromažďování dostatečného množství dat o těchto parametrech čtenářského chování, aby mohla být tato data následně využita v rámci analytických a plánovacích softwarových nástrojů.

Všechny prováděné inovace byly aplikovány do výzkumu s maximální možnou měrou odpovědnosti a snahou o zachování vypovídající hodnoty všech naměřených parametrů. Realizátoři výzkumu věnovali zvýšenou pozornost kvalitě dat a sledují, aby aplikace nových metodických postupů neměla vliv na výsledky výzkumu. Zůstala tak i nadále zachována jejich vysoká důvěryhodnost a široká míra možného využití v rámci mediálního plánování.

Kdo jsou čtenáři tisku?

Výsledky výzkumu MEDIA PROJEKT ukazují, že tisk preferuje řada prestižních sociodemografických skupin obyvatel, například 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 je například podíl čtenářů mezi příslušníky vyšších socioekonomických tříd A a B, oproti průměrné populaci. Lze říci, že čím je vyšší socioekonomický status občanů, tím více čtou tiskové tituly. Většími čtenáři, než je obecná populace, jsou podle výzkumu MEDIA PROJEKT i lidé s vysokoškolským vzděláním. Tyto závěry potvrzují poslední dva grafy v přiložené 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.

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. Od roku 2022 je integrální součástí výzkumu dotazování metodami CAPI 60 % a distančními metodami CAPI online 10 %, CAWI 15 % a CATI 15 %. Vzorek respondentů výzkumu tak pokrývá co nejrovnoměrnější územní a sociodemografickou strukturu populace České republiky. Zadavateli výzkumu jsou Unie vydavatelů (UV ČR) 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**.

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 3. čtvrtletí 2021 až 2. čtvrtletí 2022.