

## Tisková zpráva

Praha, 9. února 2023

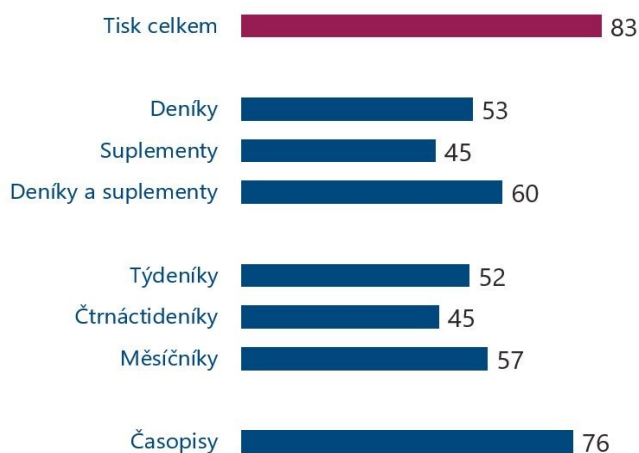
### V roce 2022 četlo periodika 83 % obyvatel České republiky

*Dnes se uskutečnila prezentace aktuálních dat jednotného celostátního výzkumu čtenosti periodického tisku MEDIA PROJEKT za období 1. až 4. čtvrtletí roku 2022.*

Celkový průměrný zásah tiskových médií v roce 2022 představoval 83 % populace České republiky ve věku 12-79 let. Hodnota tohoto ukazatele se proti výsledkům výzkumu prezentovaným před čtvrt rokem nezměnila. Také deníky a jejich suplementy čte stále 60 % populace a časopisy 76 %. Podrobnější údaje o zásahu tiskových médií ukazuje graf.

## Tisk = silné médium plošně zasahující populaci

čtenost v % obyvatel (celkový zásah/reach)



▪ Celkový zásah tisku je  
7 228 000 osob



Celková čtenost všech sledovaných tiskových titulů na jedno vydání činí téměř 66 % populace ČR ve věku 12 až 79 let. Čtenost deníků a jejich příloh činila 38 % a čtenost časopisů vykazuje 57 % populace.

*„Při srovnání s předchozími výsledky výzkumu MEDIA PROJEKT vykazují nová data stabilitu čtenářského zájmu o tiskové tituly, neboť čtenost jednotlivých skupin titulů kolísá jen o desetiny procenta. To by měla být pozitivní zpráva pro zadavatele reklamy, že i v době zhoršené ekonomické situace zůstávají čtenáři tisku věrní. Prostřednictvím tiskové inzerce lze proto kvalitně a efektivně oslovit významnou část české populace“, sdělil k aktuálním výsledkům výzkumu výkonný ředitel Unie vydavatelů Václav Mach.*

#### Intenzivní čtenáři tisku

Také nové výsledky výzkumu MEDIA PROJEKT ukazují, že tisk je oblíben mezi příslušníky celé řady cílových skupin, které jsou zajímavé pro zadavatele inzerce. Nadprůměrnými čtenáři tisku jsou ve srovnání s celkovou populací příslušníci nejvyšších socioekonomických tříd A a B. V těchto skupinách představují čtenáři deníků

57 % a čtenáři časopisů dokonce 81 % oproti 53 % a 76 % v průměrné populaci. Zvláště intenzivními čtenáři jsou příslušníci skupin A a B v případě zpravodajských týdeníků, které čte 30 % skupiny a časopisů o vědě, technice, zajímavostech a cestování, jejichž čtenáři tvoří 29 % ve srovnání s 21 % resp. 22 % v populaci.

Dalšími nadprůměrnými čtenáři jsou například lékaři a pracovníci ve zdravotnictví s podílem čtenářů časopisů 84 %, učitelé s podílem čtenářů deníků 66 % v rámci své cílové skupiny.

V letošním roce byli respondenti dotazováni také na některé parametry frekvence a délky jejich kontaktu se čtenými tituly. Z nich vyplynuly rovněž pozitivní výsledky. Například průměrná doba věnovaná čtení jednoho vydání deníků představuje 32 minut. U časopisů je to podle periodicity 48 až 51 minut na vydání. Čtenáři také berou výtisky do rukou opakovaně. V případě deníků to představuje průměrně 2,3 kontaktu na jedno vydání a u časopisů 2,9 až 3,3 kontaktu.

**Informace o základních údajích o čtenosti jednotlivých titulů a jejich pořadí v příslušných žánrových skupinách jsou zájemcům k dispozici v příloze této zprávy. Na webu Unie vydavatelů je v sekci [Mediální data/Výzkum čtenosti](#) dostupná také prezentace z dnešního dne, která obsahuje zajímavé analytické informace o výsledcích výzkumu.**

**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.

Hlavními metodickými změnami, kterými prošel výzkum od začátku roku 2022, 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](mailto:unie@unievydavatelu.cz), [www.unievydavatelu.cz](http://www.unievydavatelu.cz)

**Příloha:** Základní výsledky výzkumu MEDIA PROJEKT za 1. až 4. čtvrtletí 2022