

17. ledna 2024

Klesá zájem o pravidelné zprávy, ani zpravodajské aplikace netáhnou. Poslech podcastů zůstává stabilní

Výsledky volně prodejné studie Zpravodajství ve věku mediální fragmentace agentury ResSOLUTION Group poukazují na zásadní pokles pravidelné konzumace zpráv od období pandemie. Poměrně významná část publika sleduje zpravodajství spíše sporadicky, nebo se od něj dokonce zcela odklání: až čtvrtina uživatelů se v dnešní době zprávám aktivně vyhýbá. Níže vybíráme ze studie též data o trendech v užívání digitálních zpravodajských platform, jako jsou zpravodajské servery, aplikace či podcasty.

Studie Zpravodajství ve věku mediální fragmentace 2024, kterou realizuje ResSOLUTION Group ve spolupráci s Nielsen, slaví 16 let existence. Kromě časových řad nabízí data z oblastí trendů v konzumaci zpravodajství, využívání sociálních sítí nebo poslechu podcastů, dále segmentaci mediálních publik, hodnocení důvěryhodnosti zdrojů a nechybí ani postoje k fake news. Sběr dat proběhl v roce 2024 na reprezentativním vzorku 1012 online respondentů starších 15 let.

V datech naší zpravodajské studie sledujeme od posledního sběru dat v době covidové pandemie procentuální **pokles v pravidelné konzumaci zpravodajství**. Část pravidelných konzumentů se přesunula do segmentu spíše sporadických čtenářů/sledujících, a nebo například snížila počet zdrojů či témat, které vyhledává. Poměrně výrazné je v současnosti i zastoupení online uživatelů, kteří se **zpravodajství jako takovému cíleně vyhýbají** – aktuálně jich je necelá čtvrtina. Až polovina se pak **vyhýbá vybraným zpravodajským tématům**. Nejčastějšími důvody jsou, že je aktuální zpravodajství **nezajímá nebo nebaví** (39 %), často zmiňovaným důvodem (29 %) je ale i to, že jsou **zpravodajská témata příliš negativní nebo depresivní**.

Digitální platformy zůstávají hlavním zdrojem

Denní konzumenti zpráv na elektronických zařízeních stále většinově preferují chodit si pro tento typ obsahu na **zpravodajské servery** – platí to jak u uživatelů počítačů, tak smartphonů a tabletů. Nainstalovanou **aplikaci některého ze zpravodajských webů** využívá přibližně desetina uživatelů smartphonů a podobný podíl uživatelů tabletů. **Zprávy ze souhrnu zpravodajství v e-mailu** čerpá nejčastěji 8 % uživatelů počítačů či notebooků, u smartphonů to jsou 4 % a u tabletů jde o necelou desetinu.



O notifikace na zprávy většina uživatelů nestojí

Co se týče konkrétně zpravodajských aplikací, většina jejich uživatelů (62 %) **má u nich upozornění na zprávy vypnuté**. A jaké typy upozorňování tedy uživatelům aplikací nejvíce vyhovují? Nejčastěji je to **notifikace ke každé nové či zajímavé zprávě** (13 %), zatímco **upozornění pouze na zásadní zprávy** (breaking news) preferuje 6 % uživatelů. Dalším 10 % nejvíce vyhovují **večerní přehledy daného dne**.

Z podcastů vedou rozhovory

Důležitou platformou pro šíření zpravodajství jsou také **podcasty**, jejichž nabídka se na českém trhu v posledních letech významně rozrostla. Někaký typ podcastu poslouchá **denně** 11 % internetových uživatelů, **týdně** pak dalších 20 %. Obecně nejposlouchanější jsou **rozhovory** (poslouchá je polovina alespoň občasných posluchačů podcastů), následované **odbornými podcasty** (mezi něž se řadí naučné, profesní a podobné pořady; 39 %) a **zábavnými či komediálními podcasty**. Z čistě zpravodajsko-publicistických formátů se nejvýše umístily **publicistické podcasty na aktuální témata**, jako jsou komentáře, politické kauzy a podobně, které poslouchá čtvrtina posluchačů.

Eliška Morochovičová

Head of Communication

eliska.morochovicova@ressolution.cz

+420 222 717 762 / +420 725 612 020

O společnostech:

ResOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně. ResOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

ResOLUTION na sítích: [LinkedIn](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#)

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossmediální elektronické měření sledovanosti videoobsahu. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím. Součástí Nielsen Admosphere je i oddělení Adwind Software, které vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Český národní panel (nationalpanel.eu) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 30 000 v Polsku, 30 000 v Maďarsku a 15 000 v Bulharsku.