

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

17.1.2025 - | ResOLUTION Group

Studie Zpravodajství ve věku mediální fragmentace 2024, kterou realizuje ResOLUTION Group ve spolupráci s Nielsen, slaví 16 let existence. Kromě časových řad nabízí data z oblasti 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. Někáký 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.

<https://www.ressolution.cz/novinky/klesa-zajem-o-pravidelne-zpravy-ani-zpravodajske-aplikace-netahnou-poslech-podcastu-zustava-stabilni>