

## Rádio v době nouzového stavu lidé intenzivně poslouchají, relaxují u něj a považují jej za důležité při informování

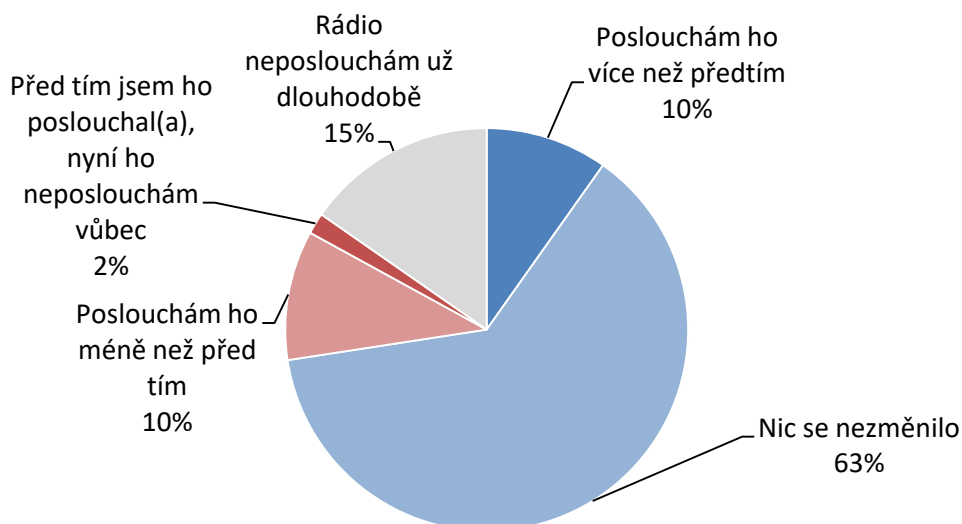
*V době nouzového stavu se řada dříve běžných věcí a zaběhnutých postupů mění a spolu s tím se proměňuje i chování a návyky obyvatel ČR. Do jaké míry? Jak lidé tráví svůj volný čas? Poslouchají rádio, nebo přešli k televizním obrazovkám? Jaké jsou jejich posluchačské preference a co je zajímavé? Na tyto i další otázky se pokusily odpovědět společnosti MEDIAN a STEM/MARK v první ze tří plánovaných vln průzkumu zabývajícím se poslechovatí rádia a jeho rolí v nouzovém stavu.*

### Poslechovatí rádií v nouzovém stavu neklesá

Z dubnové vlny průzkumu společností MEDIAN A STEM/MARK vyplývá, že rádio hraje v životech obyvatel ČR stále velmi důležitou roli. Přestože nouzový stav změnil řadu zaběhnutých vzorců chování, poslechovatí rádia příliš ovlivněná nebyla. Pro tři pětiny obyvatel ČR se, co se poslechovatí týče, nic nezměnilo.

Zcela přestaly poslouchat rádia pouze přibližně 2 % osob ve věku 12-79 let a poslech nějakým způsobem omezilo dalších 10 % dotázaných. „Mezi osobami, které poslech rádia omezily nebo úplně přestaly, jsou pravděpodobně z velké části řidiči a řidičky, kteří poslouchali rádio primárně v autě cestou do práce a během pandemie zůstali doma s dětmi. Tomu by také napovídala fakt, že se nejčastěji jedná o věkovou skupinu 30-39 let.“ komentuje výsledky Jana Proboštová z agentury STEM/MARK.

### Jak se změnil v době omezení související s koronavirem Váš přístup k rádiu?



Všichni respondenti, N = 1003

Naopak každý desátý deklaruje zvýšení intenzity poslechu rádia oproti době před koronavirovou pandemií a s ní souvisejícím vyhlášeným nouzovým stavem. Častěji se jedná o ženy, děti a mladé ve věku 12-19 let a také obyvatelé regionu Prahy a Středních Čech. „Zvýšení intenzity poslechovatí rádia

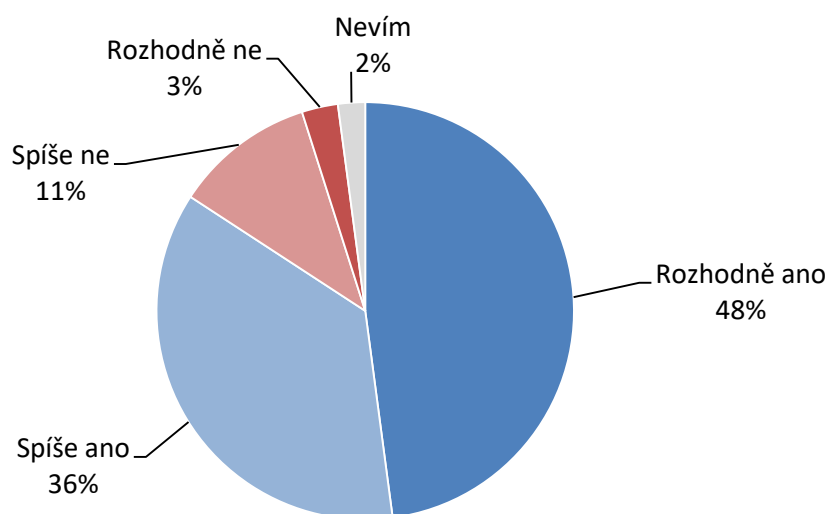
u nejmladších věkových kategorií je velmi pozitivní jev. Přestože se s největší pravděpodobností jedná o přímý následek nouzového stavu, pokud teď poslouchají, i v budoucnu mohou mít tito lidé o rádio větší zájem.“ doplňuje Vladimír Kožíšek z MEDIANU.

Rádio je obecně media typem, kterému lidé poměrně věří, téměř čtyři pětiny posluchačů jsou přesvědčeny, že změny, které přinesla pandemie koronaviru, v první polovině roku 2020, se rádia nijak nedotknou a poslech rádia během období krize neklesne. Mezi těmito osobami najdeme častěji ženy a obyvatele větších měst.

### Rádio při nouzovém stavu plní informační roli

Nouzový stav v ČR se často vykazoval jistými informačními nedostatky. Především v počátcích krize a čerstvého vyhlášení nouzového stavu v půlce března 2020 bylo téměř nemožné udržet přehled o všech změnách a informacích, které se dostávaly na veřejnost. Z dubnové vlny průzkumu vyplývá, že více než čtyři pětiny dotázaných přisuzují rádiu při informování veřejnosti důležitou roli, u lidí nad 50 let už se jedná dokonce o 9 z 10 posluchačů. Častěji se jedná o ženy a osoby s vyšším vzděláním. Naprostá většina se pak domnívá, že informace, které rádio nabízí, jsou obsahově dostatečné.

### Myslíte si, že i v současném nouzovém stavu má rádio důležitou roli při informování obyvatel ČR?



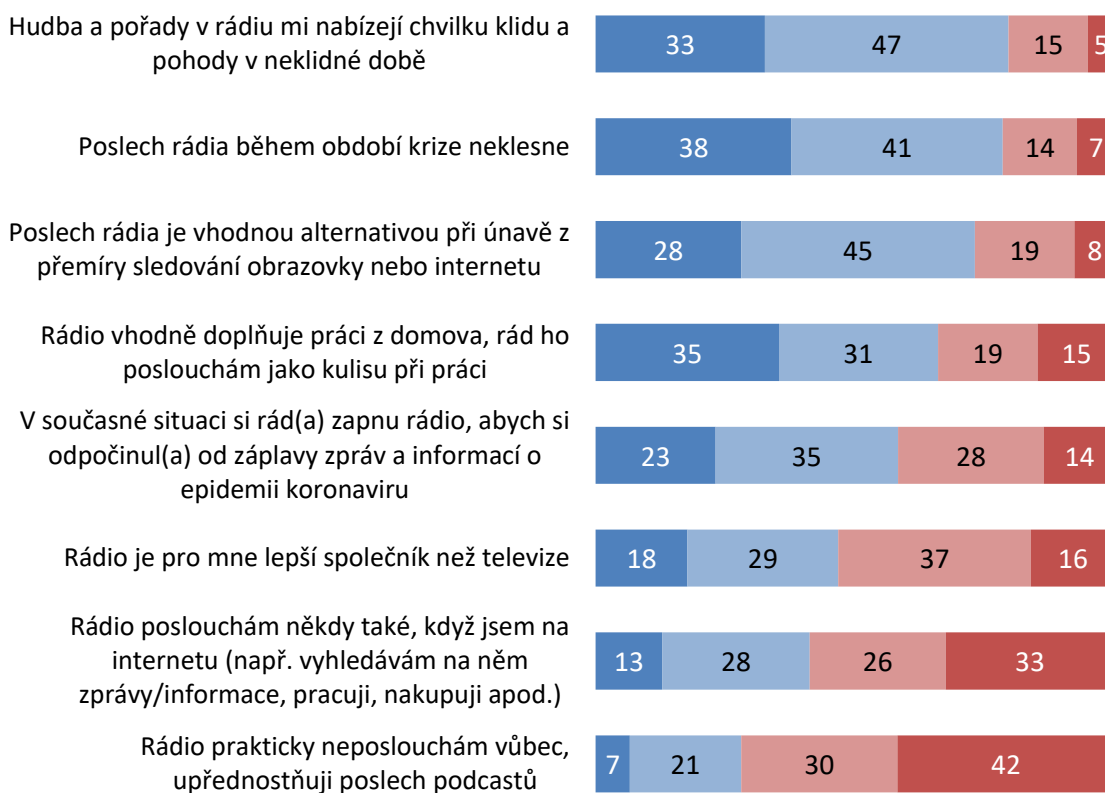
Respondenti, kteří poslouchají dlouhodobě rádio, N = 850

### Relaxační úloha rádia

Rádio však není médium, které by sloužilo jen k předání informací. Kromě informační role přisuzují posluchači rádiu do značné míry také roli zábavně-relaxační. „Hudba a pořady v rádiu mohou přinášet klid v komplikované době, rádio také může vhodně doplnit práci z domova, na kterou v době krize přešla řada lidí. Také nepochybně dobře funguje jako kulisa při jiných činnostech“ dodává Vladimír Kožíšek z agentury MEDIAN.

## Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky?

■ Rozhodně souhlasím   ■ Spíše souhlasím   ■ Spíše nesouhlasím   ■ Rozhodně nesouhlasím

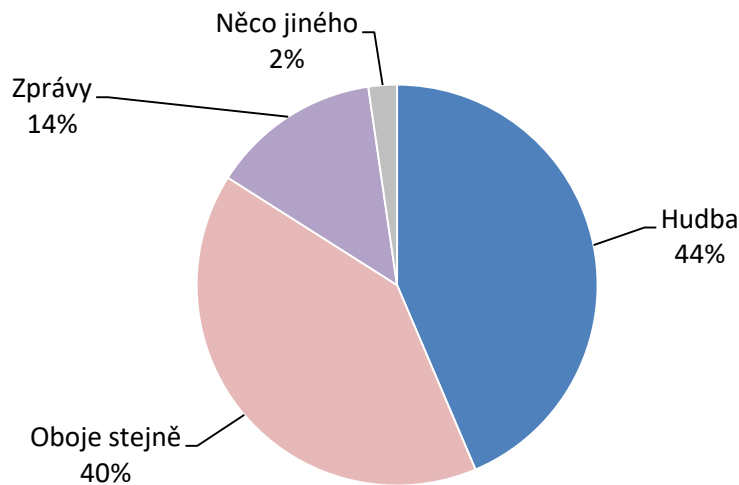


Respondenti, kteří poslouchají dlouhodobě rádio, N = 850

Téměř polovina posluchačů navíc deklaruje, že je pro ně rádio v době krize lepším společníkem než televize. Jedná se především o ženy a obecně posluchače starší než 40 let.

Tato relaxačně-zábavná role rádia v době pandemie se projevuje také v preferencích u programové skladby. Více než dvě pětiny posluchačů nyní preferují hudbu před zpravodajstvím, jedná se častěji o mladé lidi ve věkové kategorii do 29 let. Dvě pětiny považují obojí za stejně důležité, a informační i relaxační roli využívají stejně, a pouze pro 14 % je důležitější zpravodajství samotné. V této oblasti se objevuje zajímavý paradox - zpravodajství zajímá častěji nejmladší věkovou skupinu 12-19 let a také tu nejstarší 70-79 let.

### Co je pro Vás nyní v rádiu důležitější, hudba nebo zprávy?



Respondenti, kteří poslouchají rádio v době nouzového stavu, N = 833

Nejmladší věková skupina 12-19 let vystupuje v preferencích u programové skladby obecně velmi vyhraněně, pro více než polovinu je důležitější hudba, pro čtvrtinu zpravodajství a pouze přibližně pětina považuje obojí za stejně důležité.

#### **Většina posluchačů své preference v programové skladbě rádií v době nouzového stavu nezměnila.**

Preference hudby v programové skladbě pravděpodobně není jev, který se váže na dobu nouzového stavu. Více než čtyři pětiny posluchačů uvádějí, že se oproti době před pandemií jejich preference nijak nezměnily. Změnu ve skladbě uvádějí zejména ti, kteří rádio dle vlastních slov poslouchají nyní více než před tím.

*„Téměř polovina posluchačů je také přesvědčená, že na vysílání není potřeba v současné době nic měnit, ostatní chtějí buď více hudby (28 %), regionálních informací (27 %) nebo více odlehčených, zábavních pořadů (27%)“*, uzavírá Jana Probošťová ze STEM/MARK.

*Výzkum, na kterém je založena tato tisková zpráva, uskutečnily agentury MEDIAN a STEM/MARK v průběhu dubna 2020. Výzkum je plánován na tři vlny – duben 2020, květen 2020 a červen 2020. Tato tisková zpráva vychází z první z daných vln. Sběr dat v první vlně probíhal metodou CATI (telefonické dotazování) a zúčastnilo se ho 1003 osob ve věku 12-79 let. Výzkum je reprezentativní dle pohlaví, věku, vzdělání, velikosti místa bydliště a regionu.*