

ZÁVĚRY PRO VEDOUCÍ PRACOVNÍKY V MÉDIÍCH

- VYBUDUJTE SILNOU A KONZISTENTNÍ REDAKČNÍ IDENTITU.
- TESTUJTE, NASLOUCHEJTE, PŘIZPŮBOUJTE.
- UPŘEDNOSTŇUJTE VERTIKÁLNÍ FORMÁTY A INTERAKCI.
- DÍKY UMĚLÉ INTELIGENCI LÉPE PŘIZPŮBOUJTE OBSAH ZPRÁV MLADŠÍMU PUBLIKU.
- MĚŘTE ZAPOJENÍ (ENGAGEMENT), NE JEN NÁVŠTĚVNOST.
- NAUČTE REDAKCI ROZUMĚT SPECIFIKŮM ONLINE PROSTŘEDÍ.

VÍCE INFORMACÍ O CARL

- Podívejte se na webovou stránku Data for Creators : <https://dataforcreators.com/>
- Připojte se k iniciativě Carl na Linked In : <https://www.linkedin.com/company/data-for-media>

KONTAKT

Carla Bertone
Head of Marketing, Distribution
& Communication
carla.bertone@louiemedia.com

ABOUT OUR EUROPEAN PARTNERS

- TULODZ  <https://tulodz.pl>
- LOUIE MEDIA  <https://louiemedia.com/>
- PRENSA IBÉRICA  <https://www.prensaiberica.es/>
- KARJALAINEN  <https://www.karjalainen.fi/>
- SME  <https://www.sme.sk/>



Co-funded by
the European Union

Financováno Evropskou unií. Názory a stanoviska zde uvedené jsou však výhradně názory autora (autorů) a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie ani Výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani orgán udělující grant za ně nenesou odpovědnost.

POD SLUPKU GENERACE Z!

Komunikace s příští generací

„Mladí Evropané méně často získávají zprávy z tradičních platforem.“

Zdroj: Západní Evropané do 30 let vnímají zpravodajská média méně pozitivně a více se spoléhají na digitální platformy než starší dospělí. Pew Research Center, zpráva, 30. října 2018.



KLÍČOVÉ POZNATKY

1 V ROCE 2024 UVEDLO 97 % MLADÝCH LIDÍ V EU (VE VĚKU 16–29 LET), ŽE DENNĚ POUŽÍVÁ INTERNET. (1)

2 40 % UVÁDÍ, ŽE SE NĚKDY NEBO ČASTO VYHÝBÁ ZPRÁVÁM, COŽ JE NÁRŮST OPROTI 29 % ZAZNAMENANÝCH V ROCE 2017. (2)

3 32 % LIDÍ VE VĚKU 18–24 LET POUŽÍVÁ TIKTOK K ZÍSKÁNÍ INFORMACÍ. (2)

4 DOSPĚLÍ DO 30 LET SE MÉNĚ ČASTO SHODUJÍ NA JEDINÉM HLAVNÍM ZDROJI INFORMACÍ. (3)

(1) Zdroj: Mladí lidé – digitální svět, Evropská komise, květen 2025

(2) Zdroj: Digital News Report 2024–2025 (Reuters Institute, University of Oxford) / 94 000 respondentů

(3) Zdroj: Západní Evropané do 30 let vnímají zpravodajská média méně pozitivně a více se spoléhají na digitální platformy než starší dospělí Pew Research Center, zpráva, 30. října 2018.



JOAN CAÑETE BAYLE

Ředitel strategických redakčních projektů, Prensa Ibérica (Španělsko)

„Strategie média Prensa Ibérica pro oslovení generace Z je realizována především prostřednictvím sociálních sítí — zejména prostřednictvím publikace Código Nuevo, která je stoprocentně nativní pro sociální média a svůj obsah staví na spolupráci s tvůrci obsahu. Código Nuevo je samostatné médium a zároveň vytváří obsah a poskytuje poradenství v oblasti strategie sociálních médií pro tradiční mediální tituly skupiny.“



Webové stránky: [Codigounuevo.com](https://codigounuevo.com)

POROZUMĚNÍ GENERACI Z: ZPRÁVY

1 ZPRÁVY

„Mladší skupiny, zejména lidé ve věku 18–24 let, dávají na rozdíl od starších čtenářů mnohem častěji přednost sledování nebo poslechu zpráv.“

Digital News Report 2025, Reuters Institute, Oxford University

ŘEŠENÍ ?

2

„Aby novinářské organizace přilákaly mladší publikum k vědeckému žurnalistice, musí s ním komunikovat a zjistit, co vzbuzuje jeho zvědavost.“

Martina Efeiyini, vědecká novinářka, Nieman Lab Predictions for journalism, 2023.

„Nedávná studie UNESCO ukázala, že většina influencerů neověřuje informace, které sdílí se svým publikem.“

To je pro novináře obrovská příležitost.

Julia Munslow, Nieman Lab Predictions for journalism, 2024.

„Je také pozoruhodné, že v různých zemích lidé do 35 let mnohem častěji uvádějí, že zprávy jsou příliš složité na sledování nebo pochopení, což naznačuje, že by se dalo udělat více pro to, aby byly zprávy přístupnější pro mladší a jiné těžko dosažitelné skupiny.“

Digital News Report 2025, Reuters Institute, Oxford University