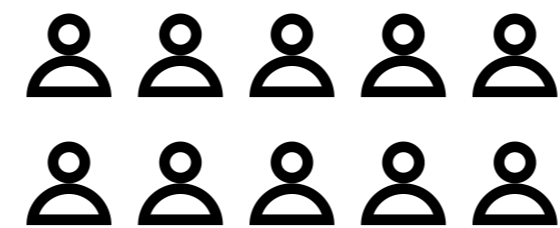


UŽIVATELSKÝ VÝZKUM

# HLOUBKOVÉ ROZHOVORY



# Cíl výzkumu

Pochopit, jak cílová skupina (mladí lidé ve věku 16-35 let) přistupuje ke zpravodajství.

# Respondenti

Celkem 10 respondentů. 6 mužů a 4 ženy různého zájmu i vzdělání.

# Okruhové otázky

Co si představíte, když se řekne: "zajímat se o aktuální dění"?

Vzpomenete si na nějaký poslední článek, který Vás zaujal?

Bavíte se v okruhu svých blízkých či kolegů o zprávách/aktualitách?

Když chcete zjistit aktuální dění, co je první krok, který uděláte?

Máte v telefonu nějakou zpravodajskou aplikaci?

Vzpomenete si, kdy jste naposledy četli nějaký delší článek.

Posloucháte podcasty?

Co se vám vybaví, když se řekne iRozhlas?

Dokážete si představit aplikaci, která by výrazně ulehčila váš proces konzumace zpráv?

Dokážete si představit, jak by audio obsah mohl výrazně ulehčit váš proces konzumace zpráv?

UŽIVATELSKÝ VÝZKUM

# ZÁŠADNÍ ZJIŠTĚNÍ

# Způsoby konzumace zpráv

## 1. Rychlý přehled

Uživatelé nemají moc času na čtení. Běžně přečtou pouze titulek. Když je zaujme titulek, tak jsou ochotni článek otevřít. Čas a efektivita má velký vliv na uživatelskou zkušenost.

Často Během přemísťování, práce nebo v rámci prokrastinace - chtějí využít prokrastinaci k dobru.

Také součást ranní rutiny - během připravování - omezené možnosti ovládní mobilu.

## 2. Cílené hledání

uživatelé mají více času na čtení zpráv. Cíleně čtou články, které je nějakým způsobem zaujaly.

V průběhu dne se k uživatelům dostane mnoho informací - ty zajímavé si dohledávají.

Dohledávají nejčastěji večer, když přijdou z práce/školy nebo o víkendu.

Běžně se jedná o takové zprávy, které rezonují společností nebo o něco, co ovlivňuje jejich okolí.

## 3. Pasivní příjem

Uživatelé jsou pasivní čtenáři. Převážně na sociálních sítích. Zprávy se zobrazují sami bez nutné aktivity uživatele.

# Co pro uživatele znamená konzumace zpráv

## 1. Být v obraze

Vědět co se děje kolem - základní přehled - rychle a efektivně.

## 2. Sledovat obraz společnosti

Sledovat obraz společnosti - uživatele zajímá, jaké mají lidi názory - porovnávání sebe s ostatními - ujišťování se o vlastní pravdě.

## 3. Osobní růst

Potřeba edukace.

UŽIVATELSKÝ VÝZKUM

# DALŠÍ ZJIŠTĚNÍ

### **Většina uživatelů nepoužívá zpravodajské aplikace.**

- Přistupují ke zpravodajství přes web nebo sociální síť.
- Nevidí důvod proč aplikace používat, protože web jim dá co potřebují.
  - Bariéra kdy ji musí objevit - stáhnout (zabírá místo) - a umístit na ploše.
- Aby si ji stáhli, musela by aplikace splnit něco navíc, co web nebo sociální síť nedokáže.

### **Faktory ovlivňující výběr medií**

- Důvěryhodnost ve zprávy - ta se určuje podle osoby, která doporučí dané médium.
- Stejně názory - hledají takové médium, které potvrdí jejich názory.

### **Jak uživatelé vnímají iRozhlas**

- Veřejnoprávní - to znamená, že je důvěryhodné.
- Preferují/znají ČT.
- Médium pro starší.

### **Jak uživatelé přistupují k podcastům**

- Krátké - když je málo času.
- Dlouhé - na pozadí nějaké činnosti.
  - Práce
  - Přesouvání
- Vnímají je pozitivně. Poslouchají vícekrát do týdne. Ne všichni je používají.
- Spotify, Youtube, Apple/Google, Soundcloud

### **Kdy čtou uživatelé dlouhé články**

- Zájem z jejich oblasti zájmu - koníček, práce, ...
- Události co rezonují společností
  - Jsou ochotní číst i když to běžně není v jejich hlavním zájmu.
  - Jednou za čas.