



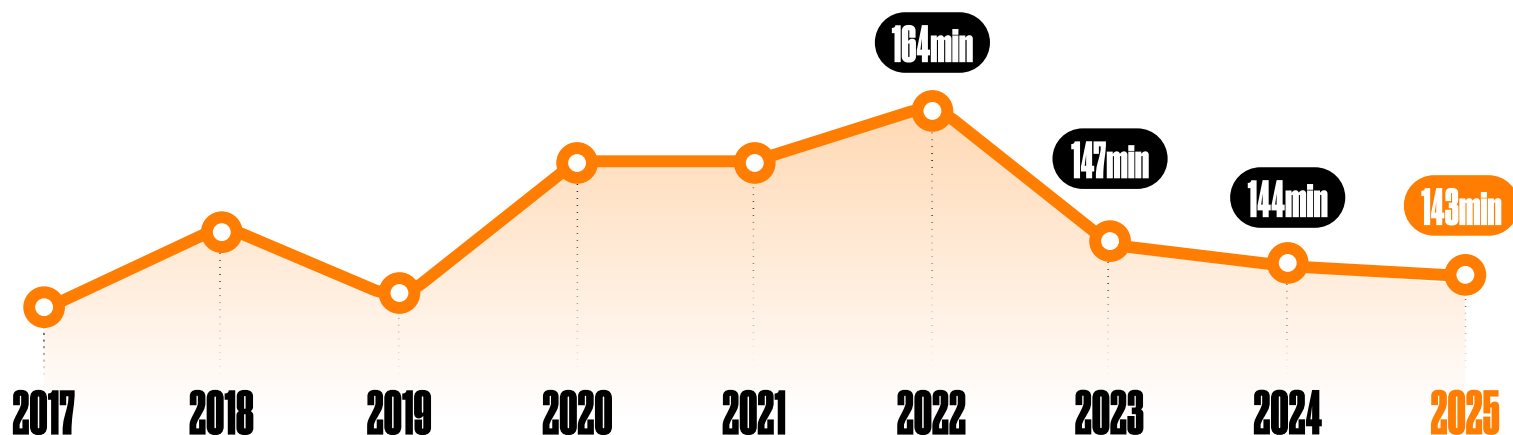
AMIDIGITAL INDEX 25

ORANGEPAPER

AMI Digital Index je každoroční výzkum chování českých uživatelů na sociálních sítích realizovaný agenturou AMI Digital. Letošní ročník vychází ze vzorku 1010 uživatelů internetu v ČR starších 15 let. Sběr dat zajišťuje agentura STEM/MARK. Obdobný výzkum probíhá poslední čtyři roky i na slovenském trhu. Letos poprvé byla do výzkumu zahrnuta i generaci Alfa.

ami:digital

PRŮMĚRNÁ DOBA NA SÍTÍCH DENNĚ



Už třetím rokem tráví čeští uživatelé na sítích méně času než v době covidu a aktuální hodnoty se vrací na úroveň běžnou v předcovidovém období.

Zatímco v roce 2024 to bylo 144 minut denně, letos se Češi věnovali sítím průměrně 143 minut za den. Průměrná doba na sítích je sice stále kratší, než doba strávená sledováním televize (asi o hodinu denně), ale z pohledu celkové populace jsou to nyní srovnatelné kategorie.

PROČ NA SÍTĚ LIDÉ CHODÍ?

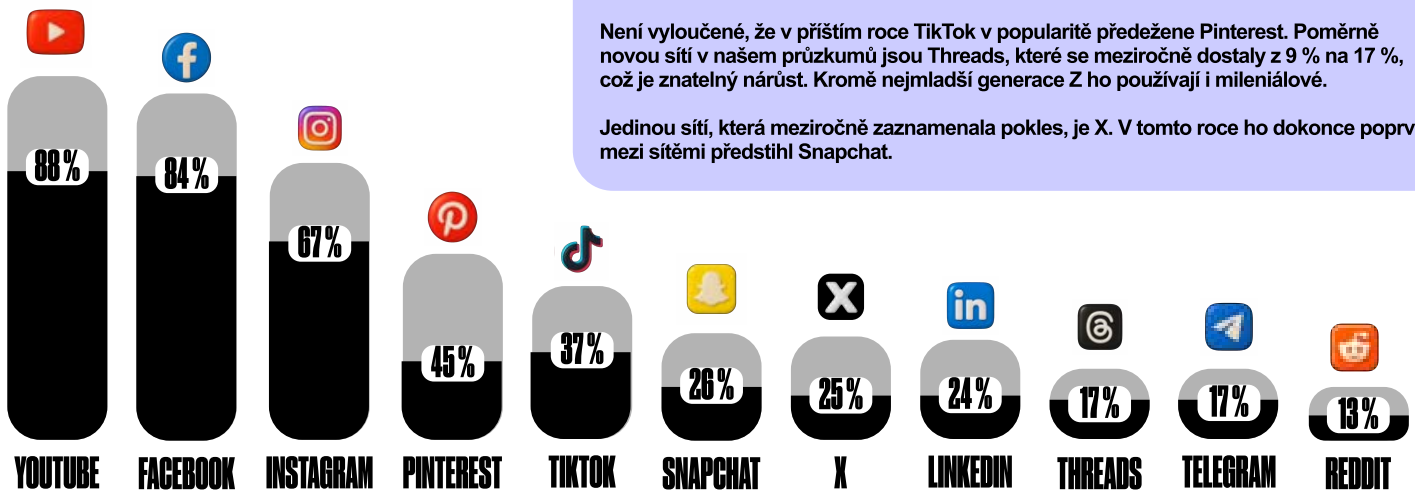
**81%****Kontakt s přáteli****80%****Zábava****76%****Zdroj informací****65%****Inspirace**

Uživatelé chodí nejčastěji na sítě z těchto čtyř důvodů, každý rok se na prvních příčkách předhání zábava s kontaktem s přáteli.

Jak to mohou využít značky? Přímý kontakt a možnost dialogu jsou největší výhodou sociálních sítí oproti jiným komunikačním kanálům.

Trendem je na sociálních sítích v roce 2025 nárůst významu inspirace, zejména u mladších generačních skupin.

POPULARITA SÍTÍ



TikTok meziročně zvýšil svůj náskok a blíží se popularitě čtyř největších sítí. Zároveň jsou na něm uživatelé dost aktivní (černá část v grafu představuje procento respondentů, kteří síť používají pravidelně; celkový údaj pak podíl těch, kteří síť přinejmenším vyzkoušeli).

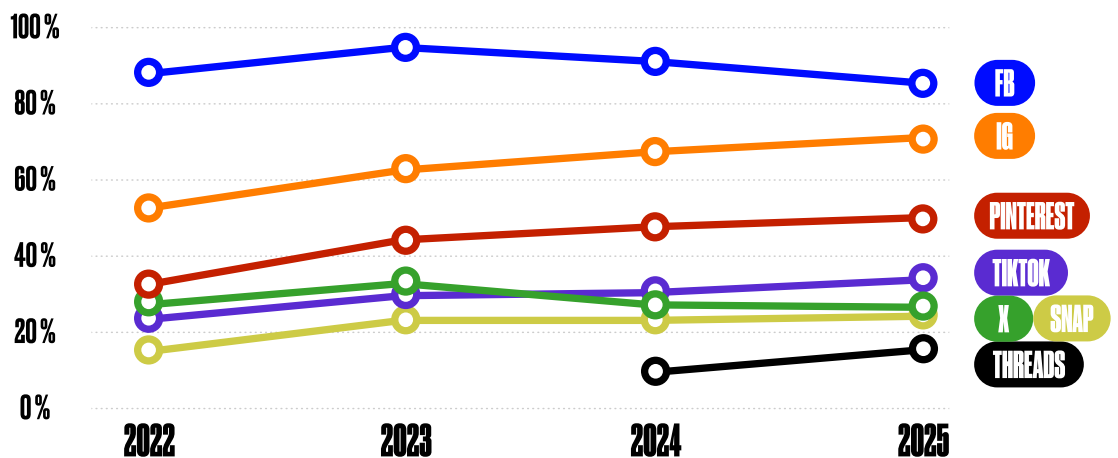
Není vyloučené, že v příštím roce TikTok v popularitě předejde Pinterest. Poměrně novou síť v našem průzkumu jsou Threads, které se meziročně dostaly z 9 % na 17 %, což je znatelný nárůst. Kromě nejmladší generace Z ho používají i mileniálové.

Jedinou sítí, která meziročně zaznamenala pokles, je X. V tomto roce ho dokonce poprvé mezi sítěmi předstihl Snapchat.

KDO ROSTE NEJVÍČ?

Instagram roste konstantně už několik let, a dá se očekávat, že se brzy vyrovná dvěma největším sociálním sítím.

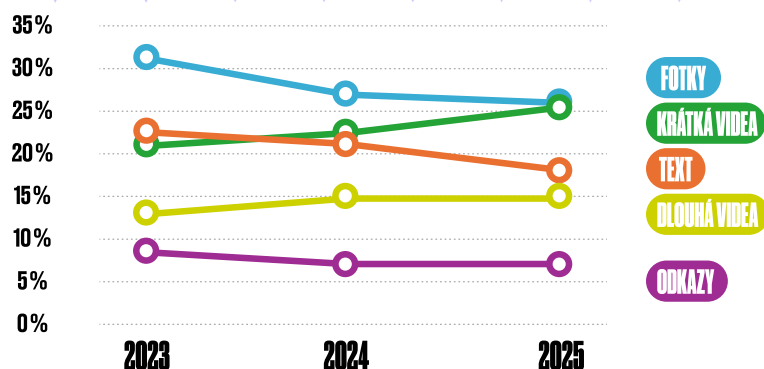
Jednou z novinek letošního průzkumu je mírný pokles Facebooku, který je pravděpodobně způsoben menší oblíbeností této sítě u nejmladších generací.



OBRÁZEK > 1000 SLOV

Dynamické formáty rostou na popularitě a letos poprvé vidíme, že krátká videa jsou na stejné úrovni jako fotky. Není se čemu divit, algoritmy sítí svým uživatelům videa obecně doporučují více než ostatní formáty.

Méně využívanými, i když stále více oblíbenými formáty jsou dlouhá videa, která začínají být populárnější i mezi staršími generacemi.



CHATU VLÁDNE META

Chatovací aplikace se v mnoha ohledech překrývají se sociálními sítěmi a mají velmi blízko k jejich funkcionalitě.

Chat rovná se především Meta. Aplikace Whatsapp je hlavní platformou pro všechny generace.

Historicky si dlouho držel prvenství nyní už zaniklý Skype. Jeho znalost je ale stále na vysoké úrovni, ale uživatelská aktivita už byla v posledním roce mizivá (modrá část značí pravidelné užívání).

AMI Digital
@amidigitalcz



WHATSAPP

74

15



FB MESSENGER

57

19



IG DIRECT

23

12



SNAPCHAT

10

13



DISCORD

10

13

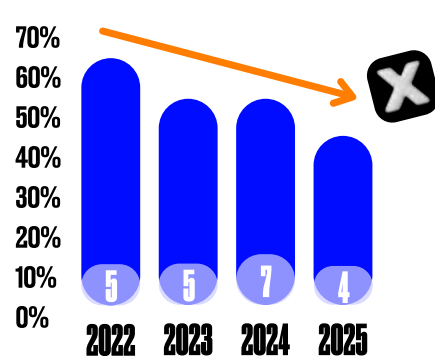
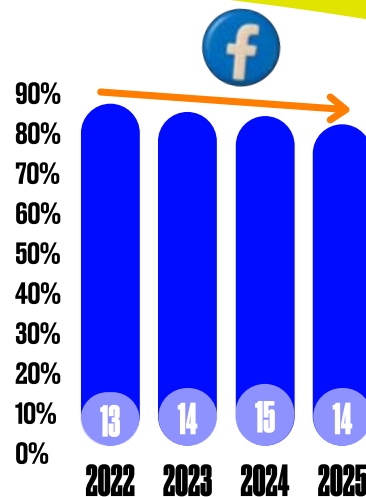
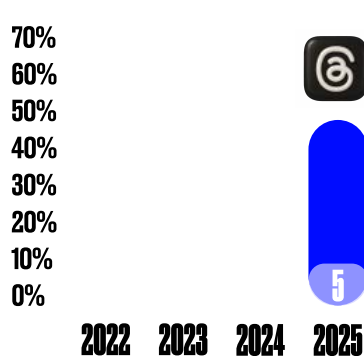
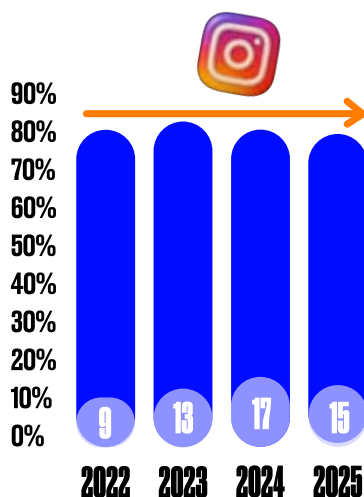
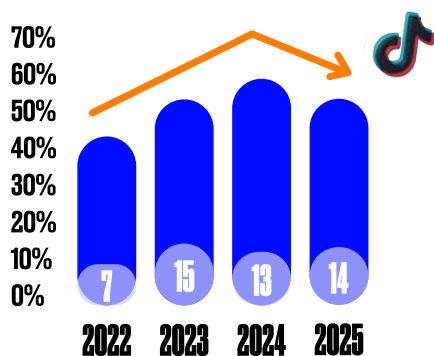
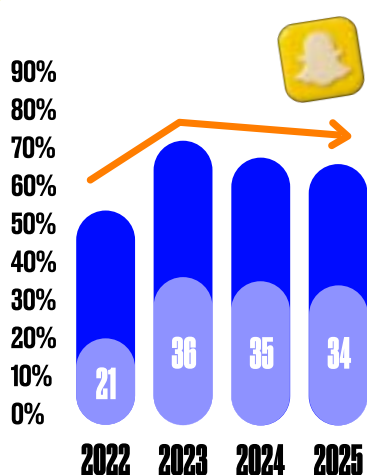


SKYPE

5

51

AKTIVITA UŽIVATELŮ: FACEBOOK A X MAJÍ PROBLÉM?



4) BOOMERS: VLÁDCI FACEBOOKU

amidigital

AMI Digital
@amidigitalcz

Oproti předešlým ročníkům se letos průměrný čas boomerů na sítích snížil. Naopak se ale zvýšila jejich aktivita - pokud už jsou online, jsou aktivnější (v přispívání, komentování, lajkování).

Boomeři jako zřejmě nejkonzervativnější uživatelská skupina upřednostňuje dvě oblíbené sítě (Facebook a Youtube) a nové platformy už je tolik nezajímají. Jejich aktivita na Facebooku vzrostla meziročně o tři procentní body a jsou tam na úrovni (na sítích většinou aktivnějších) mladších generací. Je tak dost možné, že se už v příštím roce stanou na Facebooku jedničkou.

DENNÍ NÁVŠTĚVNOST SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

58%

2023

61%

2024

54%

2025

NEJOBLÍBENĚJŠÍ SÍŤ



69%



67%

V PRŮMĚRU NA SÍTÍCH KAŽDÝ DEN

103min



2024

88min



2025



16% >> 19%
PŘÍSPÍVÁ KAŽDÝ DEN

PROČ BOOMERS CHODÍ NA SÍŤE?

2024

1

KONTAKT S PŘÁTELI



2

ZDROJ INFORMACÍ



3

ZÁBAVA



2025

1

ZDROJ INFORMACÍ



2

KONTAKT S PŘÁTELI



3

ZÁBAVA



APLIKACE PRO KOMUNIKACI



WHATSAPP

63



FB MESSENGER

36

4) GENERACE X: OBJEVUJÍ INSTAGRAM

DENNÍ NÁVŠTĚVNOST SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

74 %

2023

77 %

2024

70 %

2025

NEJOBLÍBENĚJŠÍ SÍŤ



87%



83%



57%

V PRŮMĚRU NA SÍTÍCH KAŽDÝ DEN

118min



2024

106min



2025



+6 %
ZA ROK



AMI Digital
@amidigitalcz

Shodně s boomery se i u Generace X zkrátila doba, kterou na sítích tráví, a také pořadí důvodů, kvůli kterým na sítě chodí. Do popředí se dostává zdroj informací, který byl jedničkou naposledy před několika lety.

Na rozdíl od boomers začínají více využívat jiné sociální sítě, znatelný meziroční nárůst vidíme hlavně u Instagramu. Také jsou ale o poznání méně aktivní než starší generace.

PROČ GEN X CHODÍ NA SÍTĚ?

2024

1

KONTAKT S PŘÁTELI



2

ZÁBAVA



3

ZDROJ INFORMACÍ



2025

1

ZDROJ INFORMACÍ



2

ZÁBAVA



3

KONTAKT S PŘÁTELI



APLIKACE PRO KOMUNIKACI



WHATSAPP

74



FB MESSENGER

54

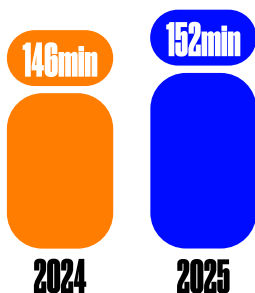
4) MILENIALOVÉ: DOHÁNÍ GENERACI Z

amidigital

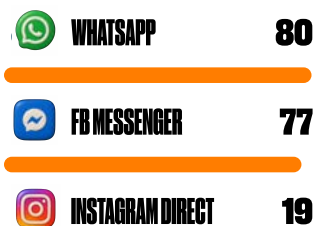
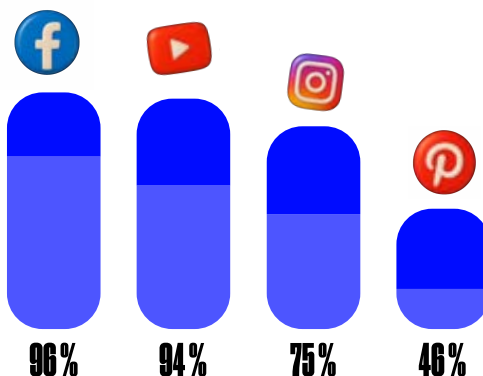
AMI Digital
@amidigitalcz

Mileniálové dohání generaci Z, začínají používat stejné sociální sítě a osvojují si podobné návyky. Průměrný čas strávený na sítích se u nich zvýšil ze 146 na 152 minut a jsou jednou ze dvou generací, pro které je nejoblíbenější síť Facebook a ne Youtube (máváme boomerům). Znatelný nárůst o 9 % oproti minulému roku vidíme u využívání Instagramu.

V PRŮMĚRU NA SÍTÍCH KAŽDÝ DEN



NEJPOPULÁRNEJŠÍ SÍŤ



SÍŤE, KDE SE PODÍL MILENIAÁLŮ ZVÝŠUJE

Přijde vám, že LinkedIn Facebookovají? Tady je možná odpověď proč. Mileniálové si tahají své oblíbené formáty a témata z Facebooku na LinkedIn a síť se tak stává méně profesní.

THREADS

9 %
2024

19 %
2025

LINKEDIN

29 %
2024

34 %
2025

MILENIALOVÉ A VIDEOOBRAH

V žádných z předešlých výzkumů jsme nezaznamenali tak velký posun k videoobsahu jako letos u mileniálů. A navíc, raději mají Facebooková reels než ta Instagramová.

FB REELS

44 %
2024

61 %
2025

IG REELS

35 %
2024

50 %
2025

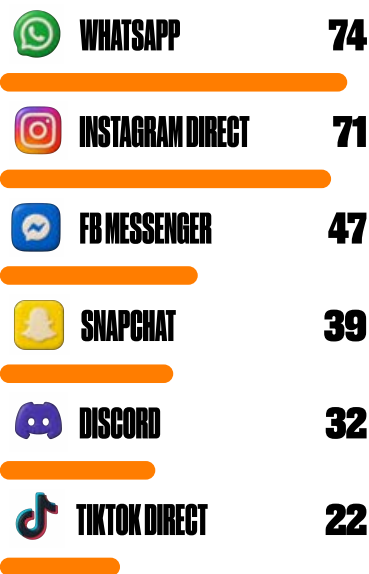
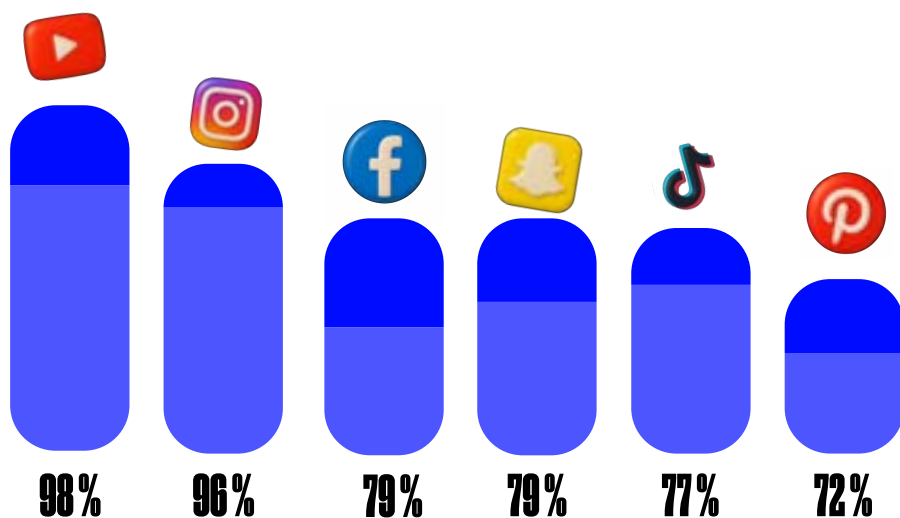


AMI Digital
@amidigitalcz

Generace Z nezastavuje a svůj náskok před ostatními generacemi v čase stráveném online zvyšuje. Letos je to v průměru už 220 minut, téměř 4 hodiny denně.

Také počet sítí, které tato generace běžně používá, je vyšší než u jiných skupin. Nově se mění pořadí v motivech pro používání sociálních sítí, kdy vůbec poprvé inspirace předhání zdroj informací. Mladí lidé často používají sociální sítě k vyhledávání místo klasického vyhledávače.

NEJOBLÍBENĚJŠÍ SÍTĚ

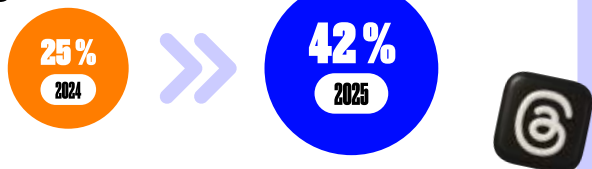


KDE BÝT, A KDE NE

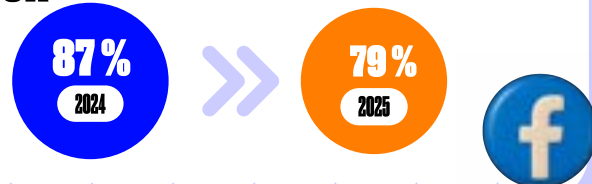
Velké nárůsty vidíme letos v používání Threads, významně posílil i TikTok. Zřejmě díky Threads se mezi populární formáty vrací textové příspěvky. Dvě sítě, které naopak Gen Z příliš netáhnou, jsou LinkedIn a hlavně Facebook.

Ten svým nastavením a možná i starší uživatelskou základnou pomalu a jistě ztrácí pro Gen Z na atraktivitě. Letošní meziroční pokles byl ovšem nejvýraznější za dobu, kdy výzkum probíhá. Zjednodušeně se dá říct, že z Facebooku používají pouze hlavně Messenger, události a soukromé skupiny, ale ve feedu už je moc nenajdete.

THREADS



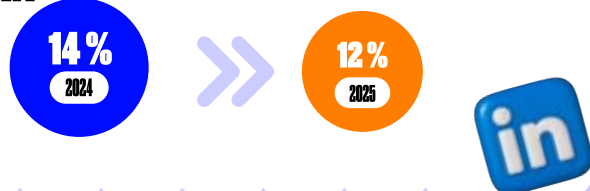
FACEBOOK



TIKTOK



LINKEDIN

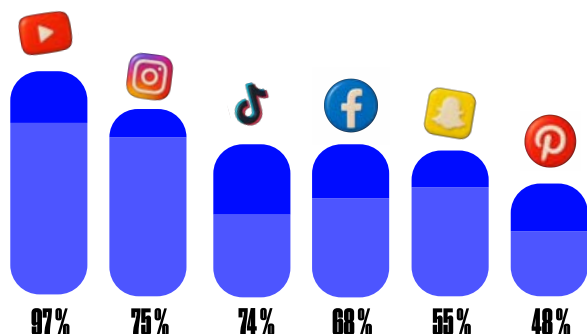




AMI Digital
@amidigitalcz

Generace Alfa není svým chováním na sítích pouze mladší Generací Z. Rozložení oblíbenosti jejich sociálních sítí je jiné, stejně jako pořadí na žebříčku chatovacích aplikací. Pro kontakt s přáteli třeba používají daleko více Snapchat, který mezi Gen Z takovou oblibu nemá.

NEJOBLÍBENĚJŠÍ SÍTĚ



188 MIN
V PRŮMĚRU NA SÍTÍCH
KAŽDÝ DEN

APLIKACE PRO KOMUNIKACI

	WHATSAPP	82
	FB MESSENGER	39
	SNAPCHAT	32
	INSTAGRAM DIRECT	29
	TIKTOK DIRECT	20

Sběr dat pro Generaci Alfa byl realizován zvlášť v internetovém panelu agenturou STEM/MARK. Zkoumali jsme děti ve věku 13 až 15 let, prostřednictvím rodičů. Velikost vzorku je N=310.

CO SI ODNĚST Z AMI DIGITAL INDEXU 2025

Podle průzkumu AMI Digital Index 2025 tráví Češi na sociálních sítích průměrně **143 minut denně**, méně než v předchozích letech. Nejdéle (220 minut denně) je na sítích Generace Z. Zatímco se doba na sítích u mladších generací obvykle každoročně prodlužuje, u starších uživatelů letos pozorujeme nasycení a snížení průměrného času tráveného online.

U důvodů, **proč uživatelé na sítě chodí**, můžeme pozorovat výraznější změny než v minulých letech. U Generace X a boomerů se do popředí vrací zdroj informací, naopak u Generace Z ho nahrazuje inspirace.

Facebook s Youtube jsou hlavními platformami, které používají všechny generace. Nejvíce oblíbenou sítí je mezi mileniály a boomery Facebook, jeho obliba ale u generací Z a Alfa klesá, a zdá se, že tento trend je dlouhodobý.

TikTok s Instagramem jsou u nejmladších těmi nejsilnějšími platformami, růst zaznamenávají Threads.

Jedinou sítí, u které pozorujeme výraznější pokles je X.

Obliba **dynamického obsahu** s důrazem na videa roste napříč generacemi, ale největší změny jsou vidět u mileniálů. Ti letos "objevili" krátká reels videa a dost významně táhnou nahoru i stories formáty. U všech generací se také zvýšila obliba dlouhých videí.

Používání **mobilních zařízení** dominuje mezi všemi generacemi, včetně boomerů. Letos poprvé pozorujeme, že i u boomerů začínají ustupovat k používání sítí laptoty a stolní počítače.

Pro značky je v komunikaci klíčová **autenticita, zábava a relevance**, aby zaujaly uživatele, kteří se na sítích chtějí primárně bavit a inspirovat, ne sledovat reklamy. Značky proto musí být na sítích partnerem - komunikovat s uživateli a reflektovat jejich potřeby a požadavky. 🧐